

الشباب العربي بين وسائل التواصل الاجتماعي والتحديات المجتمعية Arab Youth Between Social Media and Societal Challenges

المؤتمر العلمي الأول لطلبة الدراسات العليا
في علوم الاتصال والإعلام في الوطن العربي

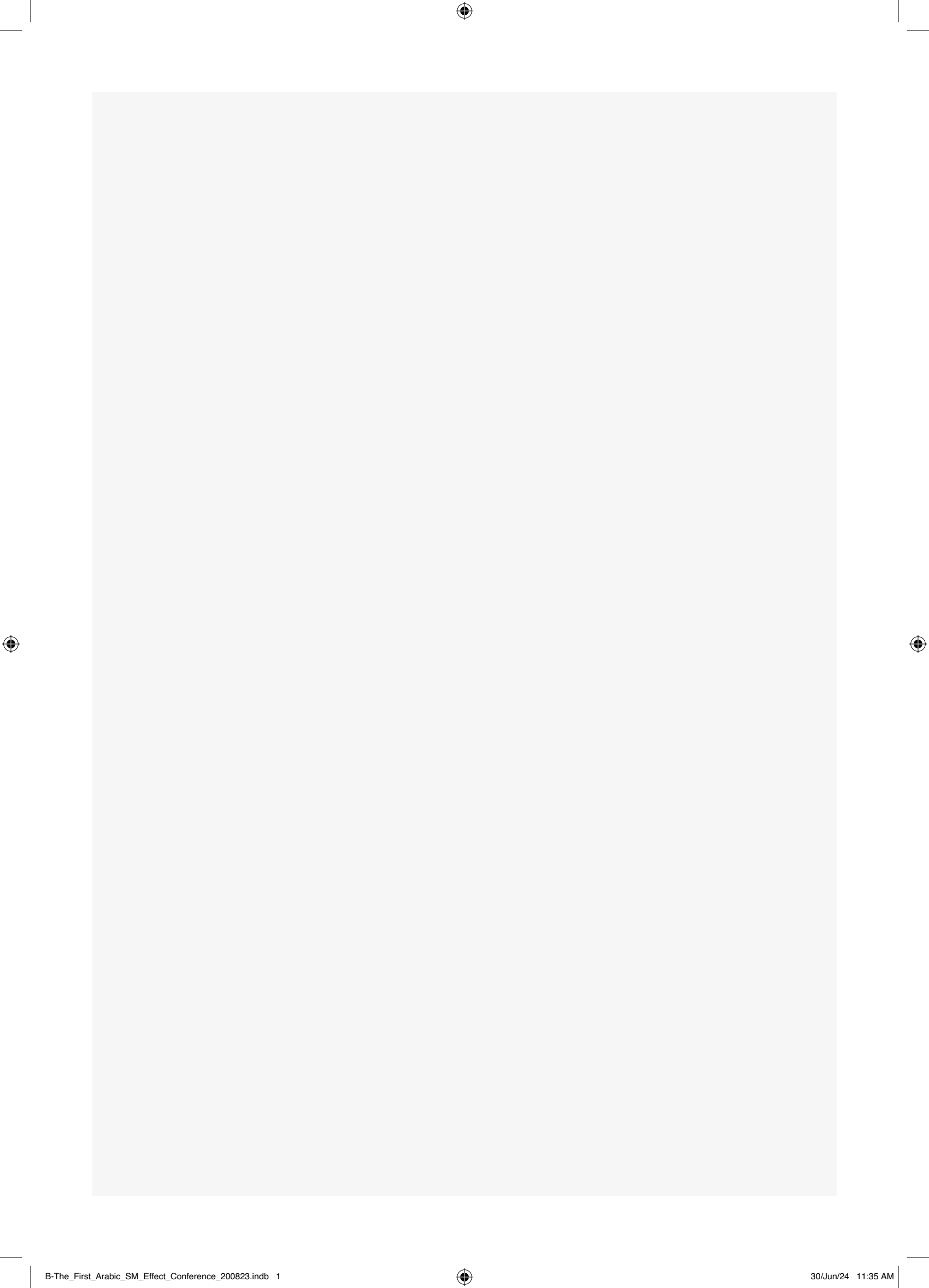
First Scientific Conference for Postgraduate Students
of Communication and Media Sciences in Arab Countries

٢٦ - ٢٧ إبريل ٢٠٢٣

د. زهير ضيف
DR. ZUHAIR DHAIF



ISBN
978-9991-97-12-9





أ.د. عبدالله يوسف الحواج

الرئيس المؤسس | رئيس مجلس الأمناء
الجامعة الأهلية، مملكة البحرين

يقولون: الحاجة أم الاختراع، ولكن الاختراع هو الأب الشرعي لكل النظريات، هو الحقيقة الدامغة التي تنبت من بينات أفكارنا أفاكاراً، ومن ديب سمواتنا أنهاراً، ومن جميل أيامنا أقماراً، الاختراع في بلادنا بحثاً بعد بحث، سلطةً علياً يُتَوَجَّ بها العلماء، وتتندر بها الشعوب، وتحفني بإنجازاتها الأمم.

حرصت الجامعة الأهلية على تنظيم المؤتمر العلمي الأول لطلبة الدراسات العليا، ومبعث فخري مشاركة الأساتذة والأكاديميين وخيرة الباحثين، وطلبة الدراسات العليا في الوطن العربي.

البحوث التي قدمها عدد كبير من الباحثين قد مسّت قضايانا العلمية والحياتية والفكرية المهمة، وتلك التي تُشكل أهمية استثنائية في ظل التحول المعلوماتي الخطير، والفضاء الإلكتروني الوثير، والدجاجات الخوارزمية المتمكنة في وسائل الاتصال الحديثة، وعوامل الإشار الفائقة.

التواصل الاجتماعي وأدواته، أدبياته وقواعده وإحداثياته، كانت هي الأخرى معول بحث يُعتمد عليه، ومحرك إلكتروني يقوم على التوسع والانتشار والتمدد خارج محيط الجسد الكوني.

ومما يثلج الصدر أن هذا المؤتمر يُعتبر مقدمة الانفتاح على تجارب من سبقونا، على استلهاهم العبر والدروس من دول تقدمت في التميز، ولم تتفوق علينا في الثروات الطبيعية، دول كانت لها اليد الطولى في إنتاج التكنولوجيا، وليس في استهلاكها فقط، اليد العليا عندما تقفز الحاجات على الإمكانيات، وعلى ما تحت اليد، وما هو بعيد عن العين.

إن الجامعة الأهلية ستظل تعتز بكافة الجهود المبذولة من أجل تطوير البحث العلمي، تأطير مخرجاته، وتعميق محتواه، تشكيل رؤى مستقبلية جديدة تتواءم مع ثورة التحديات، وعولمة الإنسانيات، وبلورة رجاحة الفرص والمهارات.

من هنا لابد لنا من التشديد الدائم على أهمية البحث العلمي، وأن يكون مرتبطاً بقضايا ومشكلات المجتمع، لا أن تكون مخرجاته مستقلة بوعياها ومضامينها ومحتواها عن هذا المجتمع، لذا أصبحت عمادة البحث العلمي لدينا مؤسسة على قواعد وأساسيات تقوم على مفهوم البحوث الجماعية، والمشاركات العلمية، والأطروحات التفاعلية، والله الموفق والمستعان.



أ.د. منصور أحمد العالي

رئيس
الجامعة الأهلية، مملكة البحرين

يبدو الحديث عن دور وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد ومواقفهم واتجاهاتهم وقيمهم في وقتنا الراهن بحاجة إلى المزيد من البحث من أجل خلق وعي مجتمعي وفردى بالسُّبل المثلى للاستفادة من هذا الدور وتوظيفه بما يخدم تحقيق الأهداف التربوية والاجتماعية والحفاظ على الهوية الثقافية والخصوصية الحضارية للفرد والمجتمع ككل.

يأتي انعقاد المؤتمر العلمي الأول لطلبة الدراسات العليا في الوطن العربي، تحت شعار (بين وسائل التواصل الاجتماعي والتحديات المجتمعية)، بناءً على توجهات الجامعة الأهلية وتنفيذاً لاستراتيجيتها للمساهمة بالأبحاث العلمية البناءة الموجهة لخدمة المجتمعات العربية والعالمية؛ حيث يسهم هذا المؤتمر في تطوير علوم التواصل الاجتماعي عبر دراسة تأثيرات التواصل الاجتماعي على مختلف فئات المجتمع وخصوصاً الشبابية منها.

إن نجاح هذا المؤتمر عبر مشاركة أكثر من ثمانين باحثاً من أساتذة وطلبة الدراسات الإعلامية العليا بشتى صورها ومن مختلف الدول العربية بأوراق علمية رصينة؛ هو خير دليل على الوعي المتحقق لدى هؤلاء الباحثين حول أهمية دورهم في تنمية مجتمعاتهم في الوطن العربي الكبير.

لقد حقق المؤتمر فضلاً من النتائج العلمية الرصينة التي سوف تعزز من الانتشار المعرفي والعلمي والإعلامي المتزايد على صعيد بناء المحتوى الاتصالي لوسائل التواصل الاجتماعي في ظل المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والفكرية التي يشهدها المجتمع، وبالتالي الظفر بمجتمع سليم تنبثق سلامته من سلامة أفراده وقيمهم وهويتهم ومعارفهم واتجاهاتهم.

ختاماً، أتقدم بجزيل الشكر إلى القائمين على المؤتمر من لجنة علمية وتنظيمية وجميع المساهمين في نجاح المؤتمر.

كان للتطور الكبير في مجال وسائل الاتصال أعمق تأثير في بنية المجتمعات البشرية عبر التاريخ، فمع كل تطور أو اختراع لتسهيل وتحسين أساليب الاتصال، كانت البشرية تنتقل من مرحلة حضارية إلى أخرى أكثر تطوراً، وهكذا وصولاً إلى أحدث ثورة معرفية اتصالية غير مسبوقة غيرت وجه العالم، ولعل أهم ما يميز هذه الثورة التي يشهدها العالم اليوم في مجال وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هو السرعة الكبيرة في التحولات التي تشهدها، فهذه الثورة تتطور بشكل يفوق بمرات عدة التقدم الذي شهدته الثورات الاتصالية والمعرفية السابقة، ويعجز الكثيرون من المتابعين لها والمهتمين بها عن ملاحظة التغيرات التي تشهدها، ويمكن التحقق من ذلك بسهولة من خلال ملاحظة عمق التحول الذي شهده العالم في هذا المجال منذ مطلع الألفية الحالية.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم التقنيات الحديثة التي أتاحت للأفراد والمجتمعات سهولة التواصل والتفاعل إلى جانب تطوير العلاقات الاجتماعية من خلال الفضاء المعلوماتي، لذلك لعبت هذه المواقع دوراً مهماً في تطوير العلاقات بين الأفراد، نظراً لمزاياها المتعددة والخدمات التي تقدمها.

لقد حظيت مواقع التواصل الاجتماعي باهتمام كبير في مختلف الدول كما في الوطن العربي، ويعود ذلك لاستخداماتها المتعددة، حيث أصبحت لا تقتصر على التواصل فحسب، بل تم استخدامها بفاعلية في مجالات عدة لتساهم في تغييرات كبيرة لكثير من أوجه الحياة وحتى مفاهيمها المألوفة، ولتكون النتيجة عالم جديد من التوقعات اللامتناهية.

إن تمكين الشباب في مجالي البحث العلمي و الثورة التكنولوجية والرقمية التي يشهدها العالم، يشكل توجهاً عالي الأهمية؛ لأن هذين المجالين هما الأكثر إسهاماً في تعزيز نهضة المجتمعات وازدهارها، وإن إبراز دور الشباب في هذين المجالين سيعني بالضرورة دعم دورهم الفاعل في بناء أوطانهم وريادتها المستقبلية.

من هذا المنطلق يأتي انعقاد المؤتمر الأول لطلبة الدراسات العليا في الجامعات العربية، يؤازرهم نخبة من العلماء والأكاديميين والباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال والإعلام الجديد، في محاولة للرصد العلمي الدقيق والموضوعي لمجمل الظواهر والتحديات التي واكبتها وسائل التواصل الاجتماعي، والتحديات المجتمعية التي أفرزتها هذه الوسائل في ظل المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والنفسية التي تشهدها المجتمعات العربية وسيادة المفاهيم الكونية وانعكاساتها على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، مما يتطلب فتح قنوات الحوار العلمي الواعي والخلاق الذي يتيح للجميع الوقوف على حقيقة تلك المظاهر والتحديات، على نحو يؤكد ويرسخ الدور المتقدم للبحث العلمي في النهوض بأهدافه المجتمعية والإنسانية، وإظهار القدرات الكامنة للشباب الباحثين من طلبة الدراسات العليا وأساتذتهم، بما يحقق الأهداف الوطنية لبلدانهم وأمتهم العربية.



د. زهير حسين ضيف

إن مشاركة ٧٨ ورقة بحثية في هذا المؤتمر من مختلف بلدان الوطن العربي، تؤكد صدق رغبة المشاركين في بلوغ غاياتهم المعرفية النبيلة، حيث تضمنت البحوث المشاركة رؤى عميقة وتحليلات صائبة لصناعة المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحديات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها الشباب العربي، وخرجت بنتائج وتوصيات مهمة نأمل أن تجد أصداء إيجابية من قبل صناع القرار والنخب العلمية والثقافية في وطننا العربي .

المحتوى

١. دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك علي كاظم السندي، وأثير حسني الكوري ١٢
٢. الشباب والتحديات المجتمعية والثقافية واستراتيجيات التحصين عبدالقادر بلعربي ١٨
٣. الديناميكية الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري د. السعيد جقيدل، وآدم رحمون ٢٦
٤. مكانة الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي في ظل التعليم عن بعد والرقمنة (دراسة ميدانية بجامعة جيجل - الجزائر) توفيق بوخدوني، وسليم صيفور ٣٦
٥. مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية ريم زنانرة وشريفة العيد ٥٠
٦. اتجاهات الشباب الجزائري نحو المحتوى الرقمي للمؤثرين الاجتماعيين عبر المنصات الرقمية (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك) نبيل شايب ٥٨
٧. أشكال وتجليات العنف الرمزي من خلال التحديات على الموقع الافتراضي Tik Tok وآثاره النفسية وآليات الحد من هذه الظاهرة (دراسة تحليلية لبعض مقاطع الفيديو للتحديات عبر Tik Tok) لبيد مختارية، وبلال لبنة ٧٠
٨. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ممارسة العلاقات العامة الرقمية: محددات انتقاء المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي آمال قرساس ٧٨
٩. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي في إطار تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية (دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك أمن ولاية قسنطينة - الجزائر) فطيمة أعراب، وكحال مروة وسام ٨٦
١٠. الهوية المؤسسية والرؤية الاتصالية للعلاقات العامة في السياق الاجتماعي (دراسة تنوعرافية لأشكال التواصل الرقمي في جامعة المسيلة) تقي الدين بلعباس، وفيصل بن مبروك ٩٦
١١. التخفي أثناء التفاعل الافتراضي وتلاشي سلطة البانوبتكون الرقمي (دراسة لعينة من التفاعلات عبر موقع فيسبوك) صابر شباط، وعبدالرحيم بن بوزيان ١٠٤
١٢. استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة كريم لحاج أحمد ١١٢
١٣. وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة الرقمية عبدالصمد المعزة ١٢٠
١٤. توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية لصناعة الصورة الذهنية للمؤسسات الناشئة مشقة أكرام ١٢٤
١٥. استخدام إذاعات الإف إم في السودان لشبكات التواصل الاجتماعي دراسة حالة إذاعة هلا FM 96 د. آدم أحمد عجيل ١٣٢
١٦. البودكاست الاستقصائي وتشكيل الرأي العام أثناء الأزمات (أزمة كورونا أمودجاً) بو خليفة خديجة ١٤٢
١٧. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بناء أجندة البرامج التلفزيونية في قناة BBC عربي (دراسة تحليلية لبرنامج "تريندينغ Trending") نوال بومشقة ١٤٨



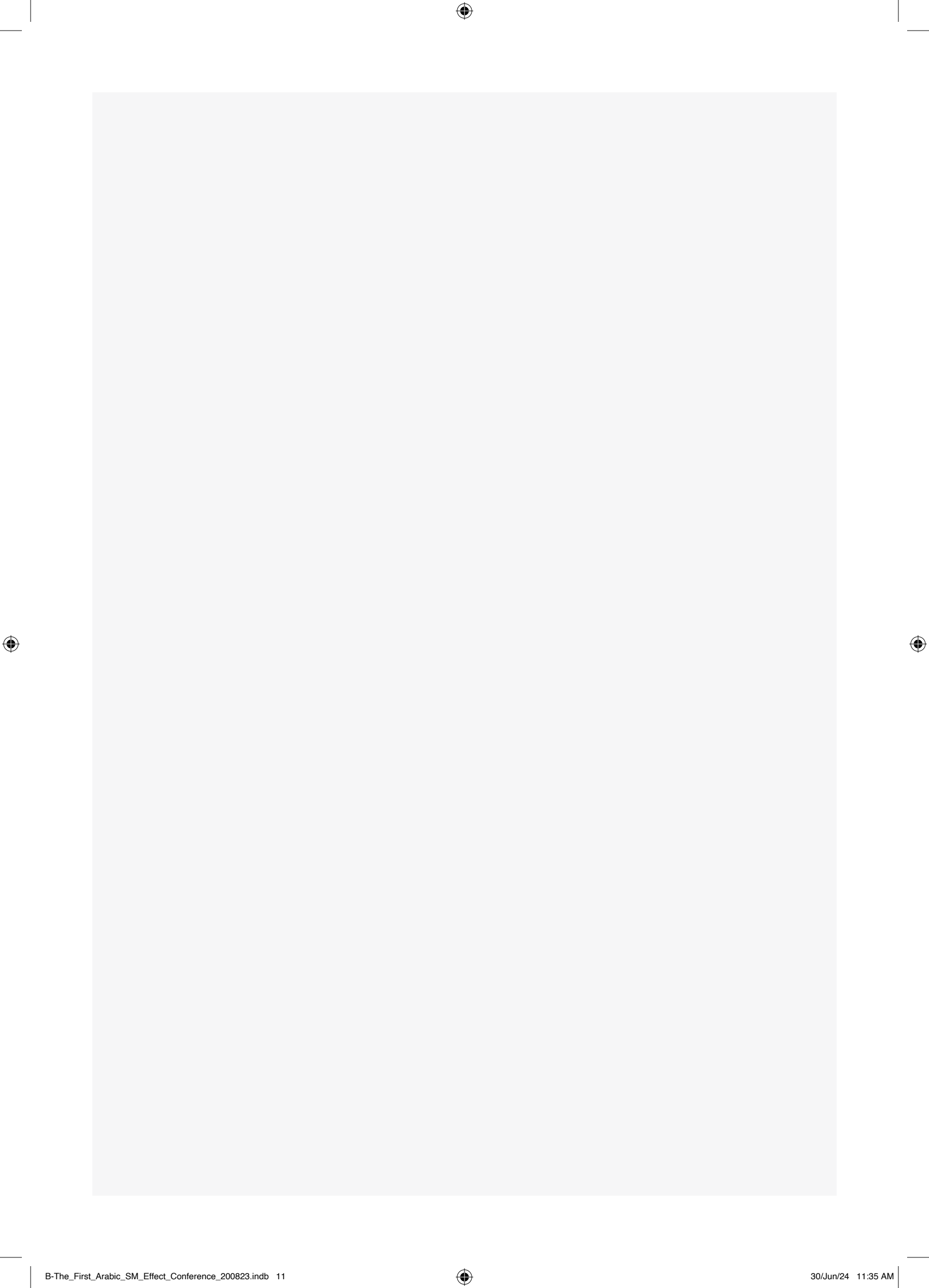
١٨. الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني
(دراسة ميدانية على عينة من قطاع غزة) ١٥٦
فارس سلمان أبو شيحة
١٩. المحتوى الثقافي العربي من خلال البوكتيوب (دراسة وصفية لقناة دوباميكافين) ١٦٨
شهيناز زياد
٢٠. سريان المعلومة عبر الفضاءات الرقمية دراسة مسحية على عينة من مستخدمي صفحة NIGHT TECH 1001 على الفيسبوك ١٧٦
أيوب رقاني، وعابد سليم
٢١. طبيعة الصورة التي تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي عن المرأة (تحليل محتوى مجموعة من الصفحات على موقع فيسبوك) ١٨٤
نجمة عليوش
٢٢. دور العناصر التيبوغرافية والجغرافية في إبراز شكل المنصات الرقمية الحكومية بمملكة البحرين وزارة الإسكان نموذجاً
(دراسة تحليلية في ضوء نظرية الامتياز) ١٩٢
صالح يوسف صالح محمد
٢٣. أثر الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ٢٠٦
بولعاط عبدالسلام، وقورة ندير
٢٤. الفلوع السياحي: الوعاء الرقمي الجديد للموروث الثقافي (قراءة في مضامين قناة صانع المحتوى الجزائري خبيب عبر اليوتيوب) ٢٢٠
إيمان قرقوري
٢٥. المحتوى السياسي الساخر على شبكات التواصل الاجتماعي: بين فعالية الخطاب وتحديات الصناعة ٢٢٦
العربي بوعمامة، وسفيان غنيو
٢٦. اتجاهات النخب الإعلامية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ "المساواة بين الجنسين" نموذجاً
(دراسة ميدانية على النخبة الإعلامية في مملكة البحرين) ٢٣٦
زهير حسين ضيف، وباقر صادق زين الدين
٢٧. دور مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الثقافي للشباب بالسودان يوتيوب نموذجاً
(دراسة وصفية تحليلية في الفترة من مارس ٢٠٢٢ - مارس ٢٠٢٣ م) ٢٥٤
شذى الزين محمود الحسين، ومحمد سعيد عمر حاج الطيب
٢٨. تسويق المحتوى الثقافي عبر الوسائط الجديدة (دراسة مسحية لصفحة وزارة الثقافة الجزائرية على الفيس بوك) ٢٧٠
نبيل ماضي، واسمهان عدوان
٢٩. وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الزخم الثقافي وتشكيل الوعي السياسي ٢٧٦
نوازي بن حنيش
٣٠. المحتوى الرقمي لقادة الرأي الجدد: تعزيز أم تحييد لمعايير الضبط الاجتماعي؟
(دراسة سوسيوقافية لظاهرة البث المباشر للمؤثرين الاجتماعيين عبر مواقع الفيسبوك) ٢٨٤
يحيوي مباركة، وإغالون نورة
٣١. عوامل انجذاب الجمهور للمحتويات الرقمية الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي
(دراسة ميدانية على عينة من متابعي المحتويات الثقافية في الجزائر) ٢٩٢
رانية زيتلي
٣٢. التمايز الثقافي وتلاقح الأفكار عبر السوشل ميديا ٣٠٠
سارة سكيو
٣٣. تأثير الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة الجامعات
(دراسة حالة لطلبة جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ سكيكدة الجزائرية) ٣٠٨
عبدالرؤوف لزغد، وأسماء لزغد



٣٤٤. علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتطرف الفكري لدى الشباب العربي ٣١٦
فاطمة دحماني
٣٥٠. تأثير المحتويات الكترونية في منصة اليوتيوب وانعكاساتها المستقبلية على تربية الأطفال في مملكة البحرين (دراسة ميدانية) ٣٢٢
حورية الديري، ومروة جميل
٣٦٨. شبكات التواصل الاجتماعي والشباب في المجتمعات العربية في ظل التغير الاجتماعي (الآثار والحلول) ٣٢٨
محمد ذيب، وفتحي بوخاري
٣٧٧. الشباب العربي بين الإقبال على وسائل التواصل الاجتماعي وسؤال الخصوصية الرقمية ٣٣٦
زكريا حلوي
٣٨٦. دور وسائل التواصل الاجتماعي في اكتشاف المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي وتوجيهها ٣٤٦
أشواق عيادي، محمد قطاف، ونسيم دولاش
٣٩٥. سوسيولوجيا الخطاب الشبابي في مواقع التواصل الاجتماعية والمواقع الالكترونية ٣٥٤
بوعليت محمد
٤٠٠. وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق مبدأ اعتراف الشباب بذواتهم من منظور أكسل هونيث
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حمة لخضر الوادي) ٣٥٨
شنية اسلام
٤١٦. اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية) ٣٦٦
إسماعيل موسى محمد الزعنون، ومحمد فؤاد حمدان الزرد
٤٢٠. وسائل التواصل الاجتماعي (الشباب والعلاقات الأسرية نموذجاً) ٣٨٠
جنيط حمزة، آمال لعبيدي
٤٣٨. اتجاهات الشباب الجزائري نحو القضايا البيئية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين) ٣٨٨
إيمان جفال، ورضوان بلخيري
٤٤٤. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفيس بوك على الروابط الاجتماعية للشباب (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة معسكر
(الجمهورية الجزائرية) ٣٩٦
ريم بلال، و دربال آمال
٤٥٤. الكتابات الجدلية الفايبروكية وقيم الشباب (دراسة ميدانية في التمثلات والأثر) ٤٠٤
شهزاد سوفي
٤٦٠. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة ٢) ٤١٨
فاطمة يحيوي، وشاهد عبدالقادر
٤٧٨. الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة ٤٢٨
كلثوم قاجة، وعائشة قوادري بوجليطة
٤٨٦. مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك ٤٣٦
عبد هسين أحمد الأكوع
٤٩٤. الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي ٤٤٤
أسماء عبيد
٥٠٠. الفرص التدريبية والدراسية بمنصات التواصل الاجتماعي وتوجهات الطلاب نحوها (طلاب جامعة طرابلس نموذجاً - بحث ميداني) ٤٥٠
محمود رمضان النفاق، وعمر قاسم سويكر
٥٠٨. الشباب وفعالية المحتوى الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي (قراءة سوسيولوجية) ٤٥٨
مريم برغوث، ونادية مفتاح
٥٢٤. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية ٤٦٤
مليسة حمرون

٥٣. أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب ٤٧٢
محمّد وازن
٥٤. دور الشباب في غرس العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٤٨٠
دندان أسماء وموساوي فاطيمة
٥٥. وسائل التواصل الاجتماعي وأخلاق المواطن الرقمي (الفيسبوك أمودجا) ٤٨٦
عبدالفتاح دالي
٥٦. تبني المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز وانعكاساتها علي جودة الخدمة الاخبارية المقدمة للجمهور في مملكة البحرين ٥٠٠
نادر محمد صديق عبدالخالق
٥٧. التحديات المجتمعية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الهوية والخصوصية والعلاقات الاجتماعية ٥٣٦
يوسف المتوكل
٥٨. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الجزائرية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة البليدة ٢) ٥٤٦
إبراهيم ياسين
٥٩. نمط العلاقات الأسرية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي والافتراضي ٥٥٤
أسماء عيسى
٦٠. وسائل التواصل الاجتماعي وتحدي القيم لدى الطلبة الجامعيين ٥٦٠
حسيبة حسين
٦١. مهارات الحياة الضائعة لدى الشباب بسبب وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على طلبة شعبة علوم التربية، قسم علم النفس، كلية
العلوم الإنسانية والاجتماعية) ٥٧٠
خضرة حديدان
٦٢. المجتمع العربي والفضاء الافتراضي: مرآة أم فجوة؟ (دراسة تحليلية) ٥٧٦
آسيا ساكر
٦٣. وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية للأسرة الجزائرية ٥٨٤
مريم بلواد
٦٤. السلوكات الانحرافية الحديثة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٥٩٤
سومية برجم
٦٥. واقع استخدام الأسرة الجزائرية للإنترنت وتأثيره على العلاقات الأسرية (الأسرة القائلية بالجزائر نموذجاً) ٦٠٤
غزالة ابن فرحات
٦٦. البناء الاجتماعي للهويات الرقمية : بين التشكل وإعادة التشكل ٦١٤
لمياء مرتاض
٦٧. سبل تربوية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي ٦٢٢
هبة توفيق أبو عيادة، وأنس عدنان عضيات
٦٨. العلاقات الاجتماعية في ظل التفاعلات الافتراضية في الفضاء الرقمي دراسة ميدانية لآليات تفاعل الشباب الجزائري عبر موقع الفيسبوك ٦٢٨
فطيمة بونقطة، ومصطفى كشايري
٦٩. استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب وعلاقتها بالأمن المجتمعي (دراسة ميدانية) ٦٣٨
زهير حسين صيف، وهيا عبدالرحمن بزران
٧٠. دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية (دراسة تحليلية لصفحة فيسبوك «راك في عناية») ٦٤٨
مباركة منماني، وسعيد مراح
٧١. اتجاهات الرأي العام البحريني حول مشاركة المرأة في العمل النقابي (دراسة ميدانية على الواقع العملي بمملكة البحرين) ٦٥٦
عبدالله المعراج

٧٢. Exploring the Complexities of Virtual Identity Formation :	
An Examination of Self-Representation, Social Norms, and Digital Environments	٦٧٤
<i>Amina Backar, And Bununi Mahdi</i>	
٧٣. Mobilization of women, digital media coverage and the emergence of bottom-up activism in Maghreb	٦٨٤
<i>Amina Duada, And Fakiah fath Allah</i>	
٧٤. The Impact of Social Media Accounts of Brands on the Youth Purchase Intention in the UAE	٦٩٢
<i>Mahboobah Abdolrahman</i>	



دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك

د. علي كاظم السندي

جامعة اليرموك - المملكة الأردنية الهاشمية

dr.alikadeem@gmail.com

د. أثير حسني الكوري

جامعة اليرموك - المملكة الأردنية الهاشمية

athirkouri@gmail.com

ملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الدراسة في جمع بياناتها استبانة مكونة من (١٧) فقرة، وتكونت من مجالين وهما: مجال التحول الرقمي في العملية التعليمية، ومجال وسائل التواصل الاجتماعي، وجرى التأكد من صدقها وثباتها. وتكونت عينة الدراسة من (١٤٤) طالب وطالبة بجامعة اليرموك، حيث تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. وأظهرت نتائج الدراسة أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر مجتمع الدراسة جاءت بدرجة (كبيرة) على جميع المجالات، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، المؤهل العلمي)، كما أوصى الباحثان «استمرار تجديد وتطوير وتحديث البيئة التعليمية اللازمة لتعليم تقنيات مختلف نماذج وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي وبذل جهد كبير للحصول على جودة في التعليم».

الكلمات المفتاحية

وسائل التواصل الاجتماعي، التحول الرقمي، الطلبة، جامعة اليرموك، الأردن.

مقدمة

فحسب السواط والحربي (٢٠٢٢) التحول الرقمي يعتمد على عناصر ثلاث أساسية متمثلة في التقنية والطلاب وهيئة التدريس، وكذا إلمام الطالب والأستاذ بأهمية التحول الرقمي وطرق استخدامه، ودوره الفعال في العملية التعليمية.

دراسات السابقة

فيما يلي استعراض للدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع هذه الدراسة، من حيث تركيزها على هدف الدراسة ومنهجيتها وأداتها، وتم تناولها حسب التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث.

الدراسات السابقة ذات الصلة بوسائل التواصل الاجتماعي

هدفت دراسة الشهري (٢٠١٨) لمعرفة أثر توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الحياتية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين، وسعت الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما التوظيف المناسب لشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الحياتية للطلاب من وجهة نظر الطالب والمعلمين؟ وتكونت عينة الدراسة من (٣٥٧) معلماً ممن يعملون بشبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعليمية ومتابعيها، ونشر الوعي لدى الطلبة حول إيجابية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وهدفت دراسة الشديفات والزبون (٢٠١٨) لمعرفة واقع توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعليمية في الجامعات الأردنية الحكومية، وتم تطوير استبانة مكونة

يشهد العالم حالياً العديد من التحولات العميقة وثورة معلوماتية في جميع مجالات المعرفة، وهذه الثورة تُحتم على مؤسسات التعليم العالي أن تعيد النظر في مستقبل التعليم من حيث أسس اختيار وتخطيط وبناء المناهج وأساليب التعامل مع المعرفة، ولتأسيس وضع تربوي قوي يتطلب بالدرجة الأولى وجود كادر أكاديمي مُبدع يتبع استراتيجيات تدريسية باستخدام الأسلوب العلمي في تشخيص وحل المشكلات، واعتبار التعليم القلب النابض للمجتمعات الحديثة، والهدف هو تحقيق مستقبل أفضل للأجيال، ويرتبط نظام التعليم في أي دولة ارتباطاً وثيقاً بنظامها السياسي والاقتصادي والاجتماعي وينعكس ذلك على التعليم، وتتمثل التحديات العالمية المعاصرة في الثورة المعرفية، والثورة التكنولوجية، حيث لا يمكن تحقيق أي تنمية إلا من خلال الاعتماد على التكنولوجيا والعمل الإبداعي في ظل التحول الرقمي.

ان حاضر ومستقبل المؤسسات التربوية مرتبط بمجموع التطورات السريعة في مجال المعرفة والتكنولوجيا، فأى تطوير فيها مرهون بقدرة الجامعات على إدراك أهمية هذا التغيير وترقب آثاره المتسمة بالكفاءة والفعالية؛ حيث تعتبر من مقومات العصر الرقمي، وبات التحول الرقمي وسيلة لتعزيز جودة الخدمات التعليمية بغية تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة، نظراً لما يوفره من تسهيلات تختر الوقت والجهد، فتتحول الخدمات التعليمية المقدمة في المدرسة من صورتها التقليدية إلى صورة إلكترونية محدثة بذلك نقلة نوعية في وسائل تقديم الخدمات،

التواصل الاجتماعي باعتبارهم أهم متطلبات العصر الحالي والذي تسعى العديد من المؤسسات التربوية الوصول إليه لتحقيق التنمية المجتمعية على كافة الأصعدة.

وبناءً على ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك، وذلك بالإجابة على الأسئلة الآتية:

١. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك؟

٢. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في استجابات في دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغيرات (الجنس، المستوى الدراسي)؟

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة التعرف إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك، والكشف عما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة لدور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغيرات (الجنس، المستوى الدراسي).

أهمية الدراسة

نظراً لأهمية دور الجامعات الفعّال في تنشيط العملية التعليمية وتطويرها، تأتي أهمية الدراسة الحالية من الأهمية النظرية والأهمية العملية لها على النحو الآتي:

الأهمية النظرية: تتمثل بمجتمع دراسة جديد، إذ لم تجري -على حد علم الباحثان- أي دراسة من هذا النوع في الأردن تتناول دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك، كما يمكن أن تبرز أهمية هذه الدراسة باستهدافها المحور الأساسي بالمنظومة التعليمية التي تقع على عاتقها مسؤولية اتخاذ الكثير من القرارات.

الأهمية العملية: يمكن لنتائج هذه الدراسة أن تُفيد الجامعات من خلال تعرفها على دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك، وذلك من خلال توفير النتائج والتوصيات والاقتراحات التي توصلت إليها هذه الدراسة، والتنبيه لجوانب القصور في الأداء والعمل على سد هذه الفجوات، ويُؤمل أيضاً أن تُفيد المسؤولين في وزارة التربية والتعليم على العمل لوضع التعديلات والقرارات المناسبة في بيئة تنظيمية مناسبة تشجع الجودة في التعليم.

التعريفات الاصطلاحية والإجرائية

تضمنت الدراسة بعض المصطلحات التي تم تعريفها اصطلاحياً كما يأتي:

التحول الرقمي: «عملية تحويل المواد المطبوعة، و/أو المخزنة على

من (٣٥) فقرة، وتكونت عينة الدراسة من (٣٨٢) طالباً وطالبة في مرحلة البكالوريوس والدراسات العليا، تم استخدام المنهج الوصفي التطويري، وأظهرت نتائج الدراسة أن درجة تقدير واقع توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية التعليمية في الجامعات الأردنية الحكومية من وجهة نظر عينة الدراسة كانت بدرجة (منخفضة)، وأظهرت أيضاً نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات عينة الدراسة لواقع توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية في الجامعات الأردنية الحكومية تبعاً للدرجة العلمية تعزى لطلبة الدراسات العليا.

الدراسات السابقة ذات الصلة بالتحول الرقمي

هدفت دراسة زيدان (٢٠٢١) لقياس وتقييم مشروع التحول الرقمي بمؤسسات التعليم الجامعي من خلال تحليل وتشخيص الوضع الراهن بالتطبيق على جامعة الأزهر كنموذج عالمي يواجه تحديات كبيرة، وذلك باستخدام أسلوب التحليل الرباعي (SWOT)، من أجل الوقوف على نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي يواجهها مشروع الرقمنة بالمؤسسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة، وتم الاعتماد على أكثر من أداة بحثية: (المقابلات الشخصية المعمقة-جلسات عصف ذهني-الاستبانة)، وأظهرت النتائج أن اعتماد الجامعة استراتيجية النمو والتوسع المتمثلة في توظيف مصادر القوة لاقتناص أفضل الفرص، وذلك بتفعيل الشراكة مع المجلس الأعلى للجامعات ووزارة الاتصالات، للاستفادة في انشاء Data Center (حجر الزاوية في عملية الرقمنة).

قام بدوي (٢٠٢١) بدراسة هدفت التعرف إلى الأمن التربوي والتحول الرقمي الذي صار واقعاً يتسق مع حركة التغيير والثورة المعرفية والمعلوماتية والرقمية التي يشهدها العالم، والتراكب الكبير الذي يمثل هذا التحول من في كل جوانب ومستويات التفاعل سواء أكانت سياسية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، أو تعليمية، ومدى تأثير هذا التحول الرقمي على الحياة الإنسانية بشكل عام، وعلى التربية التي تعد المنطوق المباشر للمجتمعات في تحقيق الإعداد الكيفي لأفرادها في سياق من الأمن التربوي الذي يعد الضمانة للتكوين السليم للأفراد وتشكلهم على قيم دافعة للتواجد والتفاعل الإيجابي.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تتمحور الاشكالية المركزية لهذه الورقة البحثية حول «دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك»، نظراً للأهمية المحورية وللدور المهم لقطاع التعليم وكونه ركيزة أساسية لتطوير باقي القطاعات من اقتصاد وسياسة ورياضة وفن، واهتمام التربويين بمستقبل التعليم ومخرجاته بما يتلاءم مع الثورة التكنولوجية.

وبعد دور وسائل التواصل الاجتماعي من أهم المحركات لعجلة التقدم والرقي، ومن خلالها يتم نشر الثقافة والعلوم المختلفة للقضاء على أسباب التخلف والتراجع، ونظراً لأهمية التركيز على التكنولوجيا في ظل التحول الرقمي ولما له من تأثير كبير جودة التعليم، حيث ظهرت الحاجة لضرورة تسليط الضوء على التحول الرقمي وعلى دور وسائل

الميكروفيلم أو الميكروفيش، والمواد ذات الشكل التناظري، والتي من مظاهرها الأشرطة الصوتية، وأشرطة الفيديو المرئية من خلال المسح الضوئي، و/أو إعادة الإدخال إلى مواد ذات شكل رقمي وهو الشكل الذي يستطيع للحاسب التعامل معه، وذلك من خلال تنسيقها إلى وحدات متفرقة من البيانات تسمى «Bytes»، وتخزينها على وسائط تخزين داخلية كالأقراص الصلبة، و/أو خارجية كالأقراص الملبزة» (يس، ٢٠١٥).

وسائل التواصل الاجتماعي: «منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مجموعة من أصدقاء الجامعة أو المدرسة» (راضي، ٢٠١٣، ٢٣).

حدود الدراسة ومحدداتها

اقتصرت هذه الدراسة على عينة من طلبة جامعة اليرموك في إربد في المملكة الأردنية الهاشمية، للعام ٢٠٢٣/٢٠٢٤، أما محدداتها فإنها تتحدد بمستوى صدق وثبات الأداة وموضوعية استجابة أفراد العينة لفقرات الأداة.

الطريقة والإجراءات

تضمن هذا الجزء وصفاً لمنهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها وأداة الدراسة والإجراءات اللازمة للتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة، والإجراءات والطرق الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات.

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي المسحي للتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك.

مجتمع عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية واشتملت عينة الدراسة على (١٤٤) من طلبة جامعة اليرموك، والجدول (١) يوضح التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة حسب متغيراتها.

جدول (١)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيراتها

الجنس	أفراد العينة	النسبة المئوية
ذكر	81	56.3%
انثى	63	43.7%
المجموع	144	100%
المستوى الدراسي	أفراد العينة	النسبة المئوية
بكالوريوس	52	36.1%
ماجستير	47	32.6%
دكتوراة	45	31.3%
المجموع	144	100.0

يظهر الجدول (١) أن المجموع الكلي لعينة الدراسة بلغ (144) من الذكور والاناث من طلبة جامعة اليرموك، حيث بلغت نسبة الذكور (56.3%) والاناث (43.7%). والمستوى الدراسي لمرحلة البكالوريوس بلغ (52) ونسبة (36.1%)، ومرحلة الماجستير (47) ونسبة (32.6%)، ومرحلة الدكتوراة بلغ (45) ونسبة (31.3%).

أداة الدراسة

لغايات تطوير أداة الدراسة «الاستبانة» تم الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة.

ثبات أداة الدراسة

للتحقق من ثبات اختبار التدوير العقلي (ثبات الاستقرار) تم استخدام طريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test- Retest) من خلال تطبيقه على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة قوامها (5) من طلبة جامعة اليرموك، وتم إعادة التطبيق على نفس العينة بعد فاصل زمني مدته أسبوعان من التطبيق الأول، وباستخدام معامل ارتباط بيرسون تم التحقق من ثبات الاختبار (ثبات الاستقرار)، حيث بلغ (0.89)، كما تم استخدام معادلة كرونباخ ألفا للتحقق من ثبات (الاتساق الداخلي) للاختبار، حيث بلغ (0.91).

إجراءات الدراسة

تم تحديد مشكلة الدراسة ووضع مخطط لها، وإعداد أداة الدراسة، والتحقق من صدقها وثباتها، ثم توزيع الاستبانة على جميع أفراد عينة الدراسة ثم جمعها بعد فترة من الزمن وتفرغها وإدخالها إلى الحاسوب باستخدام برنامج (SPSS) لمعالجتهما إحصائياً، وإجراء التحليلات الإحصائية المناسبة ثم استخراج النتائج وتفسيرها، وتقديم التوصيات الملائمة في ضوء النتائج.

عرض النتائج ومناقشتها

بعد جمع البيانات وتحليلها بالوسائل الإحصائية المناسبة سيتم عرض النتائج في جداول ويتم التعليق عليها وفقاً لأسئلة الدراسة، ومن ثم مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها على النحو التالي:

معيار تفسير المتوسطات ودرجة الموافقة

لأجل احتساب الدرجة الكلية للأداة، تم وضع خمسة بدائل يختار المستجيب أحد هذه البدائل التي تعبر عن رأيه، وأعطيت الدرجات (1، 2، 3، 4، 5) للبدائل الخمسة على التوالي للفقرات، إذ أعطيت الدرجة (5) على البديل مرتفعة جداً، والدرجة (4) للبديل مرتفعة، وأعطيت الدرجة (3) على البديل متوسطة، وأعطيت الدرجة (2) على البديل منخفضة، وأعطيت الدرجة (1) على البديل منخفضة جداً، ولحكم على مستوى المتوسطات الحسابية للفقرات والمجالات والأداة ككل، اعتمد المعيار الإحصائي باستخدام المعادلة الآتية:

مدى الفئة = (أعلى قيمة - أدنى قيمة) مقسوماً على عدد الخيارات
مدى الفئة = $5 - 1 = 4$ و $3 = 3 - 1.33$ وبذلك يصبح معيار الحكم على النحو الآتي:

الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك،
وفيما يلي عرض لذلك:

المحور الأول: التحول الرقمي في العملية التعليمية:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات عينة الدراسة على فقرات هذا المحور، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (٥).

جدول (٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات
مجال (التحول الرقمي في العملية التعليمية)، مرتبة تنازلياً وفق المتوسطات الحسابية

الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	يعتبر التحول الرقمي نظام تقني ومتقدم لمواجهة تغيرات العصر ومقاييس للتقدم العلمي.	3.71	1.096	مرتفعة
2	توفر بيئة التعلم الرقمي إمكانية التعلم في أي مكان وأي وقت.	3.67	1.213	متوسطة
3	تعمل بيئة التعلم الرقمي على تنمية عملية التفكير الإبداعي وإثراءها.	3.58	1.511	متوسطة
4	تعزز بيئة التعلم الرقمي استقلالية المتعلمين وتؤكد على أسلوب التعليم الذاتي.	3.65	1.242	متوسطة
5	يعمل بيئة التحول الرقمي على خفض التكاليف التعليمية ووسائلها.	3.86	1.398	مرتفعة
6	يعزز التحول الرقمي الاتصال بين الطلبة فيما بينهم.	3.83	1.164	مرتفعة
7	يوفر التحول الرقمي المناهج التعليمية بصورة تفاعلية وممتعة.	3.67	1.219	متوسطة
8	يسهل التحول الرقمي الحصول على المعلومات بسرعة.	3.81	1.308	مرتفعة
9	في ضوء وسائل التحول الرقمي يسهل إنشاء المحتوى التعليمي والأنشطة التعليمية	3.45	.9520	متوسطة
	المتوسط العام	3.69	.5740	مرتفعة

يلاحظ من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لفقرات المجال تراوحت بين (3.86) و(3.45)، بدرجة (متوسطة) إلى (مرتفعة). حيث جاءت الفقرة (5) التي نصّت على « يعمل بيئة التحول الرقمي على خفض التكاليف التعليمية ووسائلها. » في الترتيب الأول، بمتوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (1.398) وبدرجة (مرتفعة)، في حين جاءت الفقرة (9) التي نصّت على « في ضوء وسائل التحول الرقمي يسهل إنشاء المحتوى التعليمي والأنشطة التعليمية » في الترتيب الأخير، بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (0.95)، وايضاً بدرجة (متوسطة).

وجاء مجال «التحول الرقمي في العملية التعليمية» بمتوسط حسابي (3.69) وانحراف معياري (5740.)، وبدرجة (مرتفعة)، وقد يعزى ذلك إلى أن التحول الرقمي في العملية التعليمية يسعى إلى مواكبة التطورات، وحل بعض مشكلات البيئة التعليمية من خلال النتائج، وقد يعزى ذلك أيضاً إلى اهتمام عينة الدراسة والرغبة بالتطوير ومواكبة التقدم في المجالات التربوية.

جدول (٣)

المعيار الإحصائي لتحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك

الدرجة	المتوسط الحسابي
من 1.00 أقل	2.34
من 2.35 أقل	3.67
من 3.68 - 5	مرتفعة

نتائج الدراسة ومناقشتها

تضمن هذا الجزء عرضاً للنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة من خلال إجابة أفراد العينة على أسئلة الدراسة، وعلى النحو الآتي:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك؟

للإجابة عن هذا السؤال تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب، ودرجات الفقرة لكل فقرة على حده ثمّ الدرجة الكلية لكل مجال من مجالات الاستبانة، والجدول (٤) يوضح النتائج المتعلقة بذلك.

جدول (٤)

الرتب والمتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لفقرات دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك

الترتيب	المجال	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	الدرجة
1	المحور الأول: التحول الرقمي في العملية التعليمية	3.69	.574	مرتفعة
2	المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي	3.68	.448	مرتفعة
	الدرجة الكلية	3.68	.459	مرتفعة

* الدرجة الدنيا (١) والدرجة العليا (٥)

يبين الجدول (٤) أن « المحور الأول: «التحول الرقمي في العملية التعليمية.» قد جاء بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٦٩)، وانحراف معياري (٠,٥٧) وبدرجة (مرتفعة)، وجاء «المحور الثاني: «وسائل التواصل الاجتماعي.» في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٦٨)، وانحراف معياري (٠,٤٤) وبدرجة (مرتفعة)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لتقديرات دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك ككل (٣,٦٨)، وانحراف معياري (٤٥.٠) وبدرجة (مرتفعة).

كما تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كلّ فقرة من فقرات كلّ دور وسائل التواصل

المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات عينة الدّراسة على فقرات هذا المحور، حيث كانت كما هي موضّحة في الجدول (٦).

جدول (٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدّراسة على فقرات مجال (وسائل التواصل الاجتماعي)، مرتّبة تنازلياً وفق المتوسطات الحسابية

الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
10	امتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.	3.31	1.130	متوسطة
11	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية	3.87	1.415	مرتفعة
12	تقوم الجامعة بتعميم البلاغات الرسمية والتعليمات العامة على مواقع التواصل الاجتماعي	3.94	1.233	مرتفعة
13	اتابع مداخلات أعضاء هيئة التدريس على الصفحات باستمرار	3.47	1.064	متوسطة
14	تشجع الجامعة الطلبة على مواكبة كل ما هو جديد بخصوص مواقع التواصل الاجتماعي	3.56	1.116	متوسطة
15	تقدم الجامعة المساعدة اللازمة للطلبة بكيفية عمل حساب على هذه المواقع	3.95	1.257	مرتفعة
16	تقبل الجامعة اقتراحات الطلبة بهدف تحسين التواصل المستمر معهم	3.49	1.260	متوسطة
17	تتابع الجامعة المشكلات التي تصادف الطلبة في توظيف هذه الوسائط وتعمل على حلها	3.88	1.211	مرتفعة
	المتوسط العام	3.68	4.480	مرتفعة

يلاحظ من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لفقرات المجال تراوحت بين (3.95) و(3.31)، بدرجة (متوسطة) إلى (مرتفعة). حيث جاءت الفقرة (15) التي نصّت على «تقدم الجامعة المساعدة اللازمة للطلبة بكيفية عمل حساب على هذه المواقع.» في التّرتيب الأول، بمتوسط حسابي (3.95) وبانحراف معياري (1.257) وبدرجة (مرتفعة)، في حين جاءت الفقرة (10) التي نصّت على «امتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.» في التّرتيب الأخير، بمتوسط حسابي (3.31) وبانحراف معياري (1.130)، وأيضاً بدرجة (متوسطة).

وجاء مجال «وسائل التواصل الاجتماعي» بمتوسط حسابي (3.68) وبانحراف معياري (4.480)، وبدرجة (مرتفعة)، وقد يعزى ذلك إلى الاهتمام الكبير من قبل الجامعات بالاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل أمور الطلبة، وللبقاء على تواصل.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في استجابات في دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغير (الجنس، المستوى الدراسي)؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لتقديرات أفراد العينة على محاور دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغير الجنس، حيث كانت كما هي موضّحة في الجدول (7).

جدول (٧)

نتائج اختبار (ت) للدلالة للفروق بين متوسط استجابات أفراد عينة الدّراسة في دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغير الجنس

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	القيمة الاحتمالية (sig)	قيمة t
5.82	3.29	81	ذكر	.945	.065
5.68	3.28	63	انثى		

دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

يلاحظ من جدول (7) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار (t) تساوي (0.945) وهي أعلى من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدّراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، وقد يعزى ذلك الاستخدام الشامل لوسائل التواصل الاجتماعي من الطلاب والطالبات.

نتائج متغير المستوى الدراسي

جدول (٨)

نتائج اختبار (ت) للدلالة للفروق بين متوسط استجابات أفراد عينة الدّراسة في دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغير المستوى الدراسي (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة)

الأداة	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
المحور الأول: التحول الرقمي في العملية التعليمية	بين المجموعات	.090	.045		
	داخل المجموعات	47.040	.334	.135	.874
	الكل	47.130			
المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.031	.015		
	داخل المجموعات	28.648	.203	.076	.927
	الكل	28.679			
الأداة ككل	بين المجموعات	.056	.028		
	داخل المجموعات	30.078	.213	.131	.877
	الكل	30.134			

دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

يلاحظ من جدول (8) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار (t) في المحور الأول: التحول الرقمي في العملية التعليمية، والمحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي دلالة، والأداة ككل هو (0.877) وهي أعلى من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات



كبير للحصول على جودة في التعليم.

ضرورة تشجيع صانعي القرار في وزارة التربية على لعب دور أكبر فيما يتعلق بالاهتمام بتقنيات ومستقبل التعليم العالي، واستمرار تجديد وتطوير وتحديث البرامج والتخطيط باستمرار مع مواكبة التطورات الحديثة بما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي والتحول الرقمي.

تحديث وتطوير المعارف التربوية من خلال دورات تنشيطية وحلقات دراسية تُناقش كل منها أسلوباً من الأساليب التكنولوجية التي تهتم بالتحول الرقمي، وتحديد الفوائد والنتائج التي يمكن أن تتحقق من خلال استخدام كل منها، وتعرّيف الخطوات الأدائية لتطبيقها.

دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك تعزى لمتغير المستوى الدراسي (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة)، وقد يكون ذلك بسبب أن بيئة وظروف البيئة التعليمية متشابهة مما يؤكد تطابقهم في أغلب الآراء بغض النظر عن المستوى الدراسي.

التوصيات:

- من خلال هذه الورقة البحثية المقدمة يمكن الوصول الى عدد من التوصيات الهامة لتنفيذ دور وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التحول الرقمي، ومنها:
- استمرار تجديد وتطوير وتحديث البيئة التعليمية الجامعية اللازمة لتعليم تقنيات ومختلف نماذج التحول الرقمي وبذل جهد

المصادر والمراجع

١. بدوي، محمود فوزي. (2021). الأمن التربوي والتحول الرقمي: مجرد نظرة للمدرسة. المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، 4 (3)، 85-10.
٢. راضي، زاهر. (2013). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، (15)، 23-47، جامعة عمان الأهلية، عمان.
٣. زيدان، أمل. (2021). التحول الرقمي بمؤسسات التعليم الجامعي: دراسة تقييمية للفرص والتحديات: جامعة الأزهر نموذجاً. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، (75)، 463-510.
٤. السواط، طلق عوض الله، والحري، ياسر. (2022). أثر التحول الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي (حالة دراسية لهيئة أعضاء التدريس بجامعة الملك عبد العزيز)، المجلة العربية للنشر العلمي، (43)، 647-686.
٥. الشديفات، منيرة والزبون، محمد. (2018). واقع توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية في الجامعات الأردنية الحكومية، مجلة العربي لضمان جودة التعليم الجامعي، 11 (34)، 77-98.
٦. الشهري، فراج بن سعد. (2018). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الحياتية لدى طالب المرحلة الثانوية من وجهة نظر الطالب والمعلمين، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، 3 (2)، 430-488.
٧. يس، نجلا أحمد. (2015). نحو التحول الرقمي للدوريات: دراسة لواقع مبادرات المكتبات ومؤسسات المعلومات العربية. مجلة المكتبات والمعلومات، دار النخلة للنشر، (14)، 105-180.



الشباب والتحديات المجتمعية والثقافية واستراتيجيات التحسين

عبدالقادر بلعربي

جامعة مستغانم - الجزائر

abdelkader.belarbi@univ-mosta.dz

ملخص

الشباب هو الطاقة الحيوية والقوة البشرية والاقتصادية لكل دولة، والاستثمار في هذا الجانب مهم لكل تنمية مهما كان نوعها، ويعول المجتمع على هذه الفئة للمحافظة على تماسكه وتوازنه في ظل التحديات والتيارات التي تستهدف تماسك المجتمع وأمنه واستقراره.

فأى مشروع لتكسير هوية أي دولة لا بد أن يمر عبر الشباب لأنه يمثل القوة المحركة التي تسعى للتغيير وطلب الأفضل، وعليه وجب المحافظة على فئة الشباب وتوعيتها وتوجيهها للنموذج الاجتماعي والثقافي المطلوب، لكي لا يتحول الشباب من عنصر فاعل وبناء إلى عنصر منفعل وهدام. تأتي هذه الورقة العلمية لتوضيح جانب مهم من الوضعية الاجتماعية والثقافية التي يعيشها الشباب العربي في ظل انتشار الوسائط الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، والتي لها علاقة مباشرة بتكوين الهوية الثقافية من خلال ظهور أشكال جديدة من التأثير الاجتماعي والنفسي والثقافي، والتي تعمل على محاولة جعل الشباب العربي متعلقا بهذه العلاقة الارتباطية بينه وبين وسائل التواصل الاجتماعي، وجعله طرفا مشاركا أو مستهلكا للمحتوى الالكتروني والرقمي الثقافي والاجتماعي.

وفي ظل هذا الانتساح الشاسع للوسائل الالكترونية والتقنية الرقمية وامكانية الولوج إلى مختلف الدعائم والمحتويات، تحاول بعض مؤسسات التنشئة الاجتماعية التخفيف من حدة التأثير، والعمل على اتباع استراتيجيات تمكن من توفير نوع من أشكال الحصانة، عبر اجراء عمليات فلترة ثقافية لمختلف محتويات التقنية الرقمية، وهو ما سنعمل على توضيحه عبر استعراض مختلف المفاهيم الابستمولوجية المتعلقة بالعوامة الثقافية في شقها المتعلق بتكنولوجيا الاتصال والتواصل، وتقديم مجموعة استراتيجيات تعمل على مساعدة الشباب والاسرة وباقي المؤسسات الاخرى في كيفية التعامل مع المحتوى الرقمي، الذي يستوجب انفتاح الشباب العربي على الآخر، دون التخلي عن هويته ومرجعياته.

الكلمات المفتاحية

الشباب، الثقافة، العوامة، التحديات الثقافية والاجتماعية، الحصانة.

مقدمة

الشباب لأنه يمثل القوة المحركة التي تسعى للتغيير وطلب الأفضل، وعليه وجب المحافظة على فئة الشباب وتوعيتها وتوجيهها للنموذج الاجتماعي والثقافي المطلوب، لكي لا يتحول الشباب من عنصر فاعل وبناء إلى عنصر منفعل وهدام.

فالشباب اليوم هو الطاقة الحيوية والقوة البشرية والمعرفية وهو أداة الدولة للتحول إلى المجتمعات الراقية والمتقدمة ثقافيا، والتي تطمح إلى التنمية بمختلف أشكالها، إذ يحتم عليها الاهتمام بهذه الفئة وحسن إعدادها واستخدامها، فالشباب هو عماد الرقي وضمان البناء الاجتماعي والاقتصادي، والقوة التي يعول عليها في تحقيق استقرار المجتمع وأمنه.

فغياب الاهتمام به يجعل بنية المجتمع عرضة للاضطرابات الاجتماعية

تتعرض المجتمعات إلى سلسلة من التغيرات التي تستهدف بناءها الاجتماعي والثقافي، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وهو ما يصعب مهمة الشباب في المشاركة في تنمية المجتمعات والمحافظة على تماسكها وبنائها، وعلى هوية المجتمع باعتبارها من الخصائص الأساسية التي تميز كل مجتمع عن آخر.

ونلاحظ اليوم أن مسألة المحافظة على الشباب وعلى المجتمعات من التحديات والرهانات التي باتت الشغل الشاغل للعديد من الحكومات والمنظمات والجمعيات الشبابية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية، خاصة في كيفية فسخ المجال للاستفادة من التقنية التكنولوجية والانفتاح على الآخر متعدد الثقافات، دون أن يشكل ذلك خطرا على بنية المجتمع ونسقه الثقافي، فأى مشروع لتكسير هوية أي دولة لا بد أن يمر عبر

ومنفذا لخرق التركيبة التنظيمية المبنية على الركائز الأساسية للهوية المجتمعية.

في حين أن جيل الكبار يقاوم التغيير الاجتماعي ويتمسك بعاداته وتقاليدته وقيمه حيث ينظر إلى أي تغيير في شكل ثقافة المجتمع ومستلزمات الحياة فيه نظرة سلبية، والشباب عكس ذلك يقبل التغيير ويطالب به كشرط من شروط التنمية والتقدم في المجتمع، إذ يعتبر ما يقوم به جيل الكبار من المعوقات لهذه التنمية والتقدم، وهذا الموقف يتطلبه مجتمع المعرفة باعتباره يتبنى توجهات جديدة ويتخلى عن معطيات وظروف مجتمعية لا تعود مناسبة لمجتمع يعلي من شأن المعرفة والمعلومات في خدماته وتنميته^١.

إذن وفي ظل هذا التطور على مستوى التقنية والتكنولوجيا الذي أصبح يمس كل مناطق العالم، وبمفهوم العالم القريب من وجهة نظر ماكلوهان، تتعرض المجتمعات إلى حتمية التفاعل والاندماج مع التيارات والاتجاهات الفكرية والثقافية التي تفرضها وسائل الاتصال الحديثة عبر مفهوم الانفتاح على الآخر، إضافة إلى الإقبال المتزايد من طرف الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى طلب تطبيقاتها المتعددة.

الإشكالية

لقد ساهمت الشبكة العنكبوتية عبر مراحل زمنية متعددة وبفضل وسائلها ومواقعها الالكترونية والرقمية إلى تحويل العالم إلى قرية صغيرة محدودة الأبعاد والزمان والمكان، فلم يعد الانسان اليوم بحاجة لقطع المسافات الطويلة أو الانتظار لوقت طويل من أجل طلب العلم واقتناء حاجياته المادية والثقافية، بل يكفي بعض الأجهزة الالكترونية والبرامج المتصلة بالإنترنت لتحقيق حاجياته.

ولقد أفرزت شبكة الانترنت كوسيلة اعلامية واتصالية متطورة، جملة من التفاعلات السلوكية الثقافية والاجتماعية المرتبطة بها، والتي كان لها انعكاسات وآثار واسعة على الصعيد الفردي والأسري والمجتمعي، وقد أدى هذا إلى شيوع أمشاط جديدة ومتزايدة من السلوكيات والقيم التي أثرت وبشكل واسع في عملية التفاعل الاجتماعي^٢، وزاد من ظهور ممارسات اجتماعية ثقافية تظهر خاصة لدى الشباب، بصفته العنصر المهتم بالتكنولوجيا والاتصال، والمتفاعل عبر المواقع والوسائط الالكترونية مع التطبيقات والبرامج التي تعتمد على صناعة المحتوى وتسويقه إلى معظم مناطق العالم، وهو ما يؤدي إلى الانفتاح على ثقافة الآخرين والتأثر بنمط تفكيرهم دون وجود لما يعرف بالحدود الثقافية أو الجغرافية، تاركة المجال لظهور هويات غير تقليدية ممهدة لظهور ما يعرف بالهوية الرقمية.

يدفعنا هذا التقديم إلى الوقوف على إشكالية تموقع الشباب العربي في ظل وجود تحديات اجتماعية وثقافية فرضها التفاعل والاتصال عبر

وسائط وشبكات الكترونية متنوعة، تحمل محتوى رقميا ثقافيا واجتماعيا يتجاوز في بعض الأحيان مكونات وخصائص المجتمع المحلي الذي يطلب الانفتاح ومسايرة التقدم، ويرفض التخلي عن الهوية الوطنية أو العربية.

وعلى غرار ذلك نطرح التساؤلات التالية:

- ما هي التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه الشباب العربي اليوم في ظل تنوع وسائل التواصل الاجتماعي؟
- كيف تستطيع مؤسسات التنشئة الاجتماعية توفير الحصانة الرقمية الثقافية للشباب العربي؟
- ما هي استراتيجيات تحصين المجتمعات العربية من افرازات عولمة الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي؟

أهمية البحث أهدافه

تكمن أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

- محاولة إثراء المحتوى العلمي التربوي وتوضيح علاقة الشباب العربي بالمتغيرات والتحديات الدولية على مستوى الإعلام والاتصال والتبادل الثقافي الاجتماعي، وانعكاسات ذلك على المجتمعات وعلى الهوية الثقافية الرقمية.
- توضيح جوانب الانفتاح على الآخر والاستفادة من امتيازات العولمة الإعلامية وما ينتج عن ذلك من افرازات تصب في مصلحة تطوير المجتمعات والمؤسسات الثقافية.
- لفت أنظار المختصين في الميدان الاعلامي إلى ضرورة الاستفادة من الدراسات والبحوث المتعلقة بالشباب في علاقته بالإعلام الالكتروني، تفيد في فهم طبيعة المشكلات الاجتماعية كالانحراف والادمان والهجرة غير الشرعية....الخ.

لإنجاز هذه البحث تم الاستعانة بمقاربة نظرية تحليلية شملت بعض الدراسات المهتمة بالشباب العربي ووسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمعطيات والأحداث الراهنة على الساحة المحلية أو الدولية، وفي ظل ما يعرف بالتغير الثقافي والاجتماعي الذي يفرض على الأمة العربية الاستجابة لنتائجه، والاستفادة من افرازاته وآثاره الإيجابية التي تخدم التنمية المجتمعية من جهة، وآثاره السلبية على البنية الثقافية ونسق المجتمعات العربية من جهة أخرى.

ولمناقشة إشكالية البحث تناولنا مبحثين مهمين تمثلا في:

١. الشباب العربي وتحديات العولمة الراهنة.
٢. التنشئة الاجتماعية واستراتيجيات التحصين الثقافي والاجتماعي.

١ فرحات أحمد، الشباب العربي والتحديات الراهنة التي تواجهه لبناء مجتمع المعرفة، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد ٢٨، مارس ٢٠١٨، جامعة ورقلة (الجزائر).

٢ دا محمد الفاتح حمدي، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي المتصفح لموقع فايس بوك، مجلة التراث، العدد ٠٤/٢٠١٥، جامعة الجلفة (الجزائر)، ص ١٧٩.

أولاً: الشباب العربي والتحديات الراهنة

الرسالة الاعلامية لنقلها الى مدى أوسع واكثر شمولية وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال»^٣.

وقد تحمل هذه الرسالة محتوى ثقافيا متعدد الوجة والاتجاهات، يستقبله الاشخاص على اختلاف ميولاتهم واهتماماتهم وفئاتهم العمرية،

وقد اشار سابير E.Sapir الى اعتبار ان الثقافة كنسق اتصال بين الافراد حيث وضح أن « التواجد الحقيقي للثقافة يكون في العلاقات التفاعلية بين الافراد»، فالثقافة في كنف هذا العالم المتغير والمتحول هي مجموعة المعاني والدلالات يتواصل بواسطتها افراد جماعة معينة عن طريق هذه التفاعلات.^٤

فالثقافة في معناها العام تشير الى عدة مفاهيم تتفق بعضها على اعتبار الثقافة مجموعة رموز، اشارات ودلالات، ونسق اتصال ومختلف الممارسات التي تستخدمها البشرية، من خلال مواقف وظروف اكسبتها القدرة على التفاعل والانتاج.

أمام هذا التطور الحاصل على مستوى وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، والتي اصبحت في متناول كل الفئات والشرائح الاجتماعية، زاد احتمال ظهور مجموعة من التحديات على مستوى البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمعات، وخاصة الفئة الأكثر تمثيلا للمجتمع، وهي فئة الشباب فهم الأكثر استعمالا وتداولاً ونقلًا لما تنتجه وسائل الاعلام والاتصال والتكنولوجيا، كما يجب الاشارة الى مفهوم آخر بدأ يظهر للعيان وهو «مصطلح cybermonde (الفضاء الالكتروني)»^٥.

وعن طريق هذه الوسائل ومحتواها الرقمي الثقافي الذي اصبح قبلة لشرائح المجتمع، ظهرت نوع من الهيمنة والسيطرة من الطرف الفاعل والمؤثر على الطرف المستقبل المتفاعل والمستهلك لهذه الثقافة التي مست أممات وأشكال حياة الشباب في مختلف المجتمعات، خاصة في الدول المتخلفة والنامية والتي لم تستطع تجاوز الفجوة الرقمية والارتقاء الى مستوى التأثير وصناعة المحتوى، أو المحافظة قدر الامكان على مرجعيتها الثقافية وهويتها.

ومن هنا فرض الآخر المهيمن وفي اطار العولمة الثقافية عدة قوانين وآليات واستراتيجيات يلجأ اليها للتأثير في الآخرين، وتوجيههم الى النموذج المبتغى، بهدف الهيمنة وسهولة الانقياد والبرمجة، وطمس

قبل الخوض في غمار هذا البحث لا بد أن نعرض على بعض المفاهيم التي تعتبر المفاتيح الأساسية للحديث عن التكنولوجيا الاتصالية الرقمية، التي لها الأثر المباشر على بعض الظواهر الثقافية والاجتماعية ومنظومة القيم التي تختلف من جماعة بشرية إلى أخرى، وهو ما يصب في مصطلح العولمة التي تعني جعل كل شيء عالمي، وتسهيل حركته دون عوائق أو حواجز، وكما عرفها صبري عبد الله على أنها ظاهرة تتداخل فيها عدة أمور كالاقتصاد والثقافة والاجتماع والسلوك، ويكون الانتماء فيه للعالم كله مما يلغي الحدود السياسية للدول.^٦

وهي ظاهرة اجتماعية تطبع المجتمع بأكمله بطابعها الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي... وهي مرحلة جديدة من مراحل تطور النظام الرأسمالي العالمي، التي تحاول من خلاله نشر مجموعة القيم السياسية، الاجتماعية والثقافية، إضافة إلى أنها تسعى إلى التجديد والابتكار، وهي باختصار التداخل الواضح لأمر الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك دون الاكتراث للحدود السياسية للدول أو الانتماء إلى وطن محدد أو دولة معينة، كما أنها « بتحديد صريح سيطرة ثقافة أجنبية على ثقافة محلية أو أنها تسعى لتحل محلها، فهي تسعى للقضاء على الثقافة واللغة القومية على السواء»^٧.

ولعل الوسائل التكنولوجية التي تستعملها الدول الغربية المهيمنة اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا هي التي تفرض التسويق العالمي للمنتجات بكل أنواعها وبكل سهولة وقبول من طرف الآخر ودون أي مقاومة ثقافية كبيرة، « وهو ما يبرر التدفق الاعلامي والاختراق الثقافي للمجتمعات الاخرى، فمن أبرز مهام هذه الوسائل هو الهدم والبناء في آن واحد»^٨، هدم ما تم بناؤه عبر تاريخ الدولة الوطنية وإرساء بناء آخر يغلب عليه الطابع العالمي، ومن ذلك صياغة القيم الاجتماعية والثقافية ونشرها بكل الوسائل وفي مقدمتها الوسائل الحاملة للهوية والثقافة ومحاولة تعميمها عبر التدفقات الاعلامية والأنشطة الثقافية في شتى أنحاء العالم خصوصا الدول المتخلفة التي تعاني من فجوات ثقافية وتكنولوجية كبيرة تجعلها عرضة للغزو الثقافي والاجتماعي.^٩

كما أن هذا التطور في وسائل العولمة والذي مهد لظهور شبكات متعددة للتواصل الاجتماعي مست شريحة كبير من الاشخاص أغلبهم من فئة الشباب، وقد ازداد عدد المستخدمين بشكل كبير، مما سمح بتكون فرص كثيرة للتأثير وتجاوز الحدود الجغرافية بلا قيود وفي ظل رقابة نسبية غائبة في بعض الأحيان، وقد أفرز ذلك الانتقال إلى «صناعة

٣ أحمد بخوش، الاتصال والعولمة: دراسة سوسيوقulturelle، دار الفجر، خنشلة - الجزائر، ٢٠٠٨، ص ١٠٧.

٤ علي ليلة، الثقافة العربية والشباب، سلسلة شباننا امالنا، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٥٣.

٥ حسين خريف، العولمة والهوية الثقافية، سلسلة اعمال الملتقيات، ٢٠١٠، ص ١٧٧.

٦ بلعري عبد القادر، الهوية الثقافية العربية وتحديات العولمة، مجلة الرواق، العدد ٠٨، جامعة غليزان، ٢٠١٧.

٧ المغربي علي محمد خير، جابر ابراهيم، الاعلام الاجتماعي وشبكة المعلومات الدولية، دار التعليم الجامعي، مصر، ٢٠١٧، ص ٧.

٨ حمادي محمد، التواصل الثقافي في زمن العولمة، مؤلف جماعي بعنوان: الثقافة الجزائرية في زمن العولمة، منشورات مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، جامعة مستغانم، ٢٠٢٠، ص ٢٣.

٩ سهيلة حليمة، الشباب الجامعي بين الثقافة الاصلية والثقافة المعاصرة، مؤلف جماعي بعنوان: الثقافة الجزائرية في زمن العولمة، منشورات مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، جامعة مستغانم، ٢٠٢٠، ص ١٤١.

بالدرجة الاولى المرجعية الثقافية للمجتمع والأفراد على اختلاف فئاتهم وتوجهاتهم.

ومن هذه القوانين وقواعد التأثير في الثقافة والمجتمع نجد:

١- التفوق الاعلامي

يسعى الاعلام في ظل العولمة الى تسويق الصورة النمطية الحضارية المتفوقة التي تظهر التفوق الثقافي بكل أشكاله، فالأمم التي تنتج العناصر الثقافية والحضارية حسب ابن خلدون هي التي تهيمن على الشعوب والأمم التي تستهلكها، وبالتالي فكثيرا ما تصاب الأمم والشعوب المتخلفة بعقدة النقص أمام غيرها من الأمم المتحضرة والمتقدمة والذي يتمظهر في سلوك الانبهار والولوع بكل ما ينتج ويسوق من هناك. ما يعزز فرضية القابلية للاستعمار التي أشار اليها مالك بن نبي، فهذا التسويق الثقافي ينتج لدى الآخرين المستهلكين بعض العقد النفسية التي تدفع الشباب إلى طلب التحضر وتوفير الاهتمام اللازم، أو إلى إيجاد الحلول الفردية كالهجرة غير الشرعية أو إلى الالتماس بكل أشكاله.

فمن خلال وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، أصبح هناك ترويج لأنماط ثقافية جديدة، تقدم في شكل قوالب جاهزة في شكل أفلام، مسلسلات، إشهاريات، رسومات متحركة، يكون لديها صدى إعلامي وجذب قوي للجماهير، وإنتاج مثل هذه القوالب لا يكون اعتباطيا بل هو مخطط ومبني على اعتبارات عدة، لعل أبرزها التركيبة النفسية للجمهور المتلقي، ما يسهل جذبه نحو القوالب المنتجة وبالتالي التأثير عليه بكل سهولة^{١٠}.

٢- البرمجة الثقافية

الانتاج الثقافي الغزير عزز امكانية التحكم في الآخر من خلال برمجته ثقافيا للنموذج المبتغى، عبر جعل هذا المنتج الثقافي يتماشى ورغبات المستهلكين، وبطريقة لا شعورية وتحت أثر تقليد المسيطر والانبهار بثقافته يتم استعمال طرق تفكيره ومذاهبه كإطار مرجعي، فيتحكم المنتج _ وفي ظل وجود الفراغ الثقافي _ في عقول وغرائز وعواطف المستهلك، فيستثيرها ويوجهها كما يريد.

٣- التأثير والتأثر

ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي كثيرا على فتح فضاءات تواصلية غير محدودة الزمان والمكان، وغير خاضعة لمنطق المحافظة ومقاومة التغيير، « فمحتواها غير المادي أي المعنوي من الثقافة، والذي يشمل الأفكار والآراء والمعتقدات والمعايير والقيم، التي تملي على الشباب ألوانا وأطيافا

من السلوك»^{١١}، الأمر الذي يساعد على التأثير والتأثير سلبا وإيجابا في هوية المنتجين أو المستهلكين، فمنطق اليوم وفي ظل البيداغوجية التعليمية الكلاسيكية فالمهيمن هو « المالك للمعرفة العلمية، وهو الذي يقدمها وينقلها ويبسطها ويفهمها للمتعلم بمختلف الطرق والأساليب، وهذا الأخير يخضع دائما لمنطق فهم الأول وهو قدوته في كل ما يقول ويفعل، مثل: اليوتيوبريون، المؤثرون، صانعو المحتوى، صانعو ومروجو الموضة...»^{١٢}.

٤- ثقافة المركز والهامش

فحسب المفهوم العالمي لمركز الثقافة يكمن في الدول والأمم المتحضرة التي تحمل مواصفات التطور والحضارة، وبالتالي فهي مصدر الهام وتنوير للثقافات المتخلفة، والتي تعتبر في نظرهم عائقا أمام الارتقاء إلى مستوى الامم الراقية ثقافيا، « فعلى حد قول صموئيل هينينغتن فنقافة دول المركز حسب أهلها هي معيار التقدم والتحضر والتطور وما على دول الهامش إلا الاذعان والخضوع والتقليد، وفي نفس الوقت التخلص من ثقافتها التي تعتبر حسبهم هي سبب تخلفها، حسب فوكوياما في كتابه نهاية التاريخ ونهاية عصر الإيديولوجيات وعهد انتصار الليبرالية»^{١٣}.

نتائج الإعلام الثقافي

تواجه المجتمعات العربية في عالمنا اليوم تحديات متنوعة كانت نتيجة حتمية للعولمة بكل أبعادها ووسائلها، وما صاحب ذلك من انتقال من المجتمعات التقليدية إلى مجتمع المعلومات والتقنية الرقمية، التي غزت الدول والأمم لتضفي عليها طابعا عالميا يستجيب لشروط الهيمنة الثقافية والاعلامية، فعالمنا اليوم يشهد تدفقا اعلاميا غزيرا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبقية الوسائط الالكترونية الأخرى، بدأت تتجاوز الحدود الجغرافية وحواجز الانتماء والهوية إلى فرض نماذج ثقافية يطلبها الشباب ويلج عليها، لأنه بكل بساطة يطلب التغيير والحضارة ومسايرة عصره، والاستجابة الطوعية لشروط التقبل والتأثر والاستهلاك.

فالانفتاح على ثقافة الآخر من الايجابيات التي تجعل مجتمعاتنا مسايرة لأهم التغييرات والتطورات الحاصلة على مستوى التقنية التكنولوجية، ومدى أهميتها في تسهيل الاحتياجات والخدمات المقدمة للشباب من التعليم والصحة والاتصال والتواصل... إلا أن هناك من السلبيات ما يدفع إلى أخذ الحيطة والحذر وتجنب الافراط في الاستخدام، وفتح الباب على مصراعيه وتقبل كل ما يروج وينتج من الآخر.

ومن بين الافرازات السلبية التي أحدثتها تحديات العولمة الثقافية، والتي ظهرت على سلوكيات شباب الامة العربية نجد:

١٠ الفتني صديقة، مالكي حنان، الهوية الثقافية الجزائرية في زمن العولمة الثقافية - التحديات وسبل المواجهة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد ١١/٢٠١، ٢٠٢١، ص ١٢٠٦.

١١ سهلة حليلة، مرجع سابق، ص ١٤٣.

١٢ خالد عبد السلام، التحديات الثقافية للعولمة وانعكاسها على هوية الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد ٢٩، جامعة سطيف ٢، ديسمبر ٢٠١٧، ص ٢٨٥.

١٣ مرجع سابق ص ٢٨٦.

١- الاستلاب الاخلاقي:

يعرف بأنه فقدان الشعور بالحق مع وجوده، فقد يجبر الفرد أو الجماعة على إنكار حقائق تاريخية ثابتة، تحت ظل اكراه مرجعي دولي، ويبدأ الاستلاب منذ أن تقرر الجماعة وتستبطن المفاهيم المزيفة التي يراد لها أن تحملها عن واقع كانت تعرفه في الأصل حق المعرفة، مما يولد الشعور بالاغتراب عن الذات وعن قيم الهوية والانتماء الوطني، فالشباب العربي اليوم يتناقض مع ما يريده ويهدف اليه، فهو يريد شيئاً ولكنه يسلك سلوكاً آخر وفي اتجاه آخر^{١٤}، وهو يبرر انغماسه في الانحراف والادمان، ورفض الشعور بالانتماء.

٢- تمجيد الروح الفردانية:

جعل الناس يشعرون أن حقيقته وجودهم محصورة في فرديتهم، وأن كل ما عداهم هو أجنبي عنهم، وإن كان ثمّة من رابطة تربطهم به هي المصلحة الشخصية، والهدف من ذلك القضاء على القيم الجماعية والدفع إلى ذوبان الروح الجماعية والمصلحة العامة التي هي جزء محوري في مقومات ثقافتنا العربية والإسلامية^{١٥}.

٣- تشجيع الحلول الشخصية:

وهو البحث عن الحلول الفردية للمشكلات النفسية والاجتماعية بكافة أنواعها، فالشباب العربي اليوم ومن خلال الصور المسوّقة عبر الاعلام، أصبح يرى أن المخدرات والادمان هي المتنفس الرئيسي وأنها الحلول التي تتوافق مع التناقضات التي يعيشها والتي كانت السبب الرئيس في هذا السلوك المنحرف. كما أن الشباب اليوم أصبح يميل إلى الهجرة غير الشرعية، خاصة إلى الضفة الأخرى من البحر المتوسط، إلى أوروبا وأمريكا وباقي الدول الراقية الأخرى. وذلك كنتيجة حتمية للمقارنة التي تجري بين الصورة الرقمية الافتراضية الخيالية والبعيدة عن الواقع التي تصوّر المهاجرين في أحسن الظروف المعيشية، وأقصى درجات التحضر والتطور.

٤- الترويج للقيم الليبرالية ما بعد الحداثيّة:

فهذه القيم تدفع إلى التحرر والابتعاد عن القيود الأسرية والمجتمعية وعن العادات والتقاليد والقيم، لأنها حسبهم تكسر التخلف وقد تجاوزها زمن العولمة، حتى أصبحت القيم الاجتماعية والدينية كالحياء والستر والطاعة والاحترام ... ينظر إليها كأوجه للتخلف والعقد النفسية التي ينبغي تجاوزها والتخلص منها. فحجاب المرأة اليوم مثلاً أصبح مربوطاً بمظاهر الاجرام والتطرف والارهاب، من خلال تصوير المرأة المحجبة عبر الأفلام والمسلسلات على أنها من تروج للمخدرات، وتدعو للانحراف والجريمة الاجتماعية، بينما المرأة المتبرجة والعارية هي من

٥- الاغتراب النفسي والاجتماعي والثقافي:

يحدث نتيجة الصورة النمطية المسوّقة عن فلسفة الحياة الغربية التي تحمل كل أشكال الحضارة وترف الحياة وما يميزها من أبعاد جمالية وتنظيمية، كالنظافة والنظام وضمان الحقوق والمستوى العلمي والثقافي الذي توفره أرقى المؤسسات التعليمية والجامعية. فالشباب أمام هذه الصورة ومقارنة بوضعه، يشعر بالدونية والاحتقار ويسعى إلى التقليد ومحاولة تبني ثقافة الآخر، فالمغلوب مولع بتقليد الغالب كما قال ابن خلدون، فيلجأ الشاب العربي إلى الانبهار والولوع بكل شيء تسوّقه وسائل التواصل الاجتماعي، « حيث تكون أفراداً، وخاصة الشباب منهم يمكن تسميتهم بلا منتمين ولا معياريين، أي أنهم لا يشعرون بحرارة الانتماء لا إلى الأسرة ولا إلى المجتمع الذي يتواجدون فيه، بقدر ما يعيشون في عالم افتراضي خيالي بعيد عن الواقع، لذلك يتمردون على كل ما يمثل ويرمز لهوية مجتمعاتهم التي يعتبرونها متخلفة وبدائية»^{١٦}، بدليل انبهار الشباب بالعادات الغذائية الغربية وعادات الموضة وميلهم إلى الألبسة الضيقة والموحدة بين الجنسين في بعض الأحيان، أو إلى التأثر بما يعرف بالمثلية وما رافقها من تغيرات على المستوى البيولوجي والاجتماعي.

٦- العنف الالكتروني:

وتمس بالدرجة الأولى فئة الأطفال والشباب المتعلق بالألعاب الالكترونية المبرمجة خصيصاً لهذه الفئات، ووفق برامج وأهداف مسطرة وموجهة لمنظومة القيم الدينية والاجتماعية للمجتمعات التي تتميز بالمحافظة والمقاومة الثقافية، وهي تدفع عبر حلقاتها ومهماتها إلى العنف الالكتروني وتحطيم طابوهات وركائز أساسية للأسرة المسلمة، تمتاز بعنصر التشويق والمغامرة وتفرض شروطاً للانتقال من مهمّة إلى أخرى " قتل المسلم، تحطيم الكعبة، تمزيق الكتب الدينية، اطلاق الرصاص والقذائف على المساجد، تقديس الصليب"^{١٧}، الانتحار، الجريمة الالكترونية ... وهذا كله من أجل تكسير ما كان مقدساً والسعي إلى التحرر وفرض الذات، والتمرد على قيم الأسرة والمجتمع.

٧- التسارع وانعدام اليقين:

يتميز هذا التوجه، التسارع الذي يحدث على مستوى التقنية والمعلومات والاعلام والاتصال والابتكار والتفاعل، مما يفرز فكرة تغير أساليب الحياة وأنماطها، وهذا ما يدفع إلى إحداث عدة تحولات وتغيرات على مستوى تركيبة الأسرة والمجتمع، ويزيد من انعدام اليقين والشك الذي يصاحب مظاهر الحياة في ظل عولمة كل شيء، فيدرك الشباب أنه لا يوجد وظائف مضمونة، ولا امكانية للتخطيط البعيد المدى للحياة ذات الخيارات

١٤ مجدى احمد محمد عبد الله، الاغتراب والهجرة غير الشرعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ٢٠١٣، ص ٨٢.

١٥ خالد عبد السلام، مرجع سابق، ص ٢٨٨.

١٦ خالد عبد السلام، مرجع سابق، ص ٢٨٩.

١٧ رأفت صلاح الدين، الألعاب الالكترونية وآثارها على الأطفال، مركز أبواب الإعلام، ٢٠١٥، ص ٣٣.

و ذات أبعاد ومراحل تحددها طبيعة التدخل الثقافي والفئة المستهدفة من العملية، نستعرض عناصرها فيم يلي:

١- التحصين النفسي

تعمل مؤسسات التنشئة أفراداً وجماعات ، كل في مجال اهتمامه الى توفير منظومة توجيهات وتعليمات تستهدف الجانب النفسي وشخصية الفرد، وتنطلق من فكرة المحافظة على الأفراد والشباب وارتباطهم بها واستمرارية تقديم الرعاية اللازمة لهم، والمتمثلة فيم يلي:

- تنمية الشعور بالانتماء للأسرة والمجتمع في ظل التحولات والتغيرات التي تمر بها، والعمل على ارساء وتثبيت قواعد الانتماء من خلال اعداد مناهج تعليمية مستمدة من خصوصيات المجتمعات العربية وقيمها الدينية والاجتماعية وتاريخها المشترك، مع تقبل الآخر والتعايش معه رغم الاختلاف معه عقائدياً وعرقياً وطائفيًا.
- تنمية الثقة في النفس والتدريب على مواجهة آثار العولمة النفسية والاجتماعية، من خلال تشجيع ثقافة الحوار وتعزيز أسس العمل الجماعي والعمل على الانخراط في الجمعيات الثقافية والرياضية والدينية.
- ادماج الشباب في الحياة السياسية والاقتصادية من خلال الانخراط في النوادي والأحزاب والمنظمات التي تعزز الانتماء والهوية.
- مرافقة الشباب والأطفال للتكيف مع متطلبات الحياة في ظل العولمة والاستفادة من ايجابياتها لخدمة المشروع الوطني والعربي (الانتماء العربي والاسلامي).
- المحافظة على سلامة النمو والتوجيه الاخلاقي والقيمي لدى الاطفال، وتحضيرهم لمرحلة المراهقة التي تميزها تغيرات وأزمات تتحكم في شخصية الطفل مستقبلاً، فالمندنية الغربية لم تقم على العلوم والفنون والصناعات وإنما على صلات اجتماعية مستمدة من الأساس الخلقي الذي وجدت من أجله، فعلى الأفراد أن يدركوا أن الرابطة الاخلاقية هي من أنتجت الحضارة^{١٨}.

٢- التحصين الديني والاجتماعي: يرتبط ذلك من خلال

- تفعيل دور مؤسسات ودور العبادة ونشر الثقافة الدينية، التي ترفع من نسبة الحصانة الدينية والالتزام بقواعد ومعايير لها الدور الاكبر في المحافظة على تماسك المجتمع وسلامة بنيته ووظائفه.
- تفعيل دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية، ودور مؤسسات المجتمع المدني التي تعمل على ترسيخ اساليب الحوار والمشاركة الجماعية في حل قضايا المجتمع بدل الفردانية، والمشاركة الفاعلة في الحياة

المضمونة، وحتى النمو الاقتصادي وأسواق المال ليس لهما توظيفات ومردودات مضمونة، ويلقي ذلك بوطأته على الاجيال القادمة^{١٩}.

ثانياً : التنشئة الاجتماعية واستراتيجيات التحصين

انطلاقاً من تحديد الافرازات الحقيقية لعولمة الثقافة والمجتمع وتصنيفها، يمكن لمؤسسات التنشئة الاجتماعية والتعليمية وضع خطط وبرامج ضمن استراتيجية شاملة، تشارك فيها كل المؤسسات والهيئات ومنظمات المجتمع المدني، تتكفل بضبط الآثار التي تمس الأمن الفكري والثقافي لدى شرائح المجتمع وخاصة الأطفال والشباب، وتقضي إلى محاولة الوصول إلى أهداف من شأنها المساعدة على فلترة الثقافات الوافدة والتيارات الفكرية الموجهة خصيصاً لبنية المجتمعات واعادة توجيهها وتكوينها وفق تصورات ونماذج محددة الأهداف والأبعاد.

فالتنشئة الاجتماعية عملية دينامية مستمرة تبدأ منذ ولادة الفرد وتستمر حتى وفاته، وفي كل مرحلة يتعلم الفرد ويكتسب ما لم يكن قد عرفه أو أدركه على نحو أفضل، ويضيف المجتمع إلى رأس مال الفرد الثقافي مكاسب جديدة وتجارب مستمرة، ولما كانت الأسرة أول هيئة تتولى التنشئة الاجتماعية فإن نجاحها يرجع إليها بقدر كبير، وتختلف الأسرة في مبلغ أدائها لهذه المهمة، فمنها ما تكون سبباً في النجاح ومنها ما يصعب عليها أداء ذلك، وترجع كثيراً من حالات الانحراف المبكرة إلى فشل الأسرة أو عدم توفيقها في أداء وظيفتها التربوية الأساسية.

كما أنها عملية تعلم وتعليم وتربية، تقوم على التفاعل الاجتماعي وتهدف إلى إكساب الفرد طفلاً فمراهقاً فشيخاً سلوكيات ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسامرة جماعته وتحقيق التوافق الاجتماعي معاً وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية، كما تساهم في عملية تشكيل السلوك الاجتماعي للفرد ، وإدخال ثقافة المجتمع في بناء الشخصية، ويشير دوركايم الى العلاقة الوثيقة بين الفرد والمجتمع وي طرح فكرة أن الإنسان الذي تريد التربية أن تحققه فينا ليس هو الإنسان على غرار ما أو دعت الطبيعة بل الإنسان على غرار ما يريده المجتمع^{٢٠} ، فهي بهذا المعنى تعني دمج ثقافة المجتمع في الفرد ودمج الفرد في ثقافة المجتمع من خلال إنشاء المؤسسة التربوية (المدرسة)، وهنا تتدخل المدرسة كموجه أساسي وضابط ثقافي يستند الى مناهج تعليمية مضبوطة الأهداف والمحتويات، والمستمدة من خصوصيات وأسس المجتمع الثقافية، اضافة إلى المؤسسات الثقافية الأخرى كدور العبادة ووسائل الاعلام والمؤسسات الأدبية والفنية، كالمسرح والأفلام والدراما والأناشيد، وكل أشكال التراث الشفهي الذي يتميز بالمحافظة على مرجعيات وخصوصيات المجتمعات.

ومن هنا تطرح فكرة ادخال الحصانة الثقافية التي تعنى بها كل مؤسسات التنشئة والتعليم والتربية، من خلال منظومة استراتيجيات شاملة ومتكاملة،

١٨ حجازي مصطفى، علم النفس والعولمة (رؤى مستقبلية في التربية والتنمية)، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت لبنان، ٢٠٠١، ص ١٣٣.

١٩ زردوم خديجة، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، سند بيداغوجي لطلبة اللسانس، جامعة باتنة ١ (الجزائر)، ٢٠١٩/٢٠٢٠، ص ١٥.

٢٠ مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر المعاصر، بيروت (لبنان)، ٢٠٠٠، ص ٨٠-٨١.

• اعداد مناهج تعليمية مستمدة من أسس فلسفية اجتماعية تضمن خصوصيات وأهداف وغايات التربية لأي دولة.

• الاهتمام بجودة التعليم والبحث العلمي ومساعدة الطلبة والأساتذة على تجسيد مشاريعهم العلمية والمهنية، من أجل ضمان أكبر حصانة للشباب الجامعي ومحاولة تحييده عن التيارات والثقافات الوافدة التي تؤثر على أمنه الفكري.

• تفعيل دور مؤسسات الاندماج المهني ومعاهد التكوين المهني من أجل التكفل بالشباب مهنيا وعلميا وثقافيا.

خاتمة

نستخلص مما سبق أن المجتمعات العربية وعلى غرار المجتمعات الأخرى الساعية للحضارة، تعاني من اشكالية استعمال التقنية التكنولوجية وما يترتب عنها من سلبيات وآثار على البنية الاجتماعية والقيمية، وخاصة على فئة الأطفال والشباب، الذين يمثلون عصب الأمة ومحورها، ويسعون إلى طلب الحضارة والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة.

لذلك سارعت بعض الدول إلى اتخاذ عدة استراتيجيات واحتياطات تحول دون فقدان هوية المجتمع والمساس بالأمن الفكري والقومي لكل دولة، وربما يذهب الكثير إلى تبني فكرة الحصانة الالكترونية التي توفر الأمن الثقافي وتعزز الأمن الفكري وتساهم في التحرر من الرقابة الالكترونية، والتحكم في الأفكار والتيارات الثقافية الوافدة التي تتنافى مع خصوصيات المجتمعات العربية.

السياسية والاقتصادية ، والمساهمة في التنمية بتبني مشاريع ومؤسسات ناشئة قابلة للتنفيذ.

٣- التحصين الاعلامي والثقافي: تعمل المؤسسات الاعلامية على

• تفعيل قنوات اعلامية بديلة رسمية أو غير رسمية، تجسّد مبدأ المقاومة الثقافية بوسائل التواصل الاجتماعي وباقي القنوات الأخرى، وهذا حفاظا على الهوية الوطنية وقيم المواطنة.

• صناعة المحتوى الاعلامي ذو البعد المحلي الهادف، والمستمد من قيم المجتمع ومكونات هويته وترجمته إلى مادة اعلامية موجّهة إلى فئة الأطفال والشباب، تساعد في الحماية الالكترونية وتعالج مشكلات وافرازات العولمة كالمخدرات والهجرة غير الشرعية والانحراف والعنف والجريمة...

• تدخّل الدولة عبر سلطاتها لضبط التدفق الاعلامي الخارجي والمحلي، من أجل تقديم خدمة اعلامية لا تتعارض مع قيم ومبادئ الدولة، ولا تشكل خطرا على الأمن القومي الفكري والثقافي.

• الفلترة الثقافية التي تشرف عليها الدولة عبر التحكم في المواقع الالكترونية التي تتعارض وسياسة الدولة، إما بحجبها أو فرض قيود وشروط عليها، وهو ما يجري حاليا في الولايات المتحدة الأمريكية مع تطبيق تيك توك.

٤- التحصين التربوي والتعليمي: تتكفل المؤسسات التعليمية والتربوية

بـ

قائمة المراجع

المراجع العربية

١. فرحات أحمد، الشباب العربي والتحديات الراهنة التي تواجهه لبناء مجتمع المعرفة، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد ٢٨، مارس ٢٠١٨، جامعة ورقلة (الجزائر).
٢. دا محمد الفاتح حمدي، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي المتصفح لموقع فايس بوك، مجلة التراث، العدد ٠٤/٠٥، ٢٠١٥، جامعة الجلفة (الجزائر).
٣. بلعربي عبد القادر، الهوية الثقافية العربية وتحديات العولمة، مجلة الرواق، العدد ٠٨، جامعة غليزان (الجزائر)، ٢٠١٧.
٤. المغربي علي محمد خير، جابر ابراهيم، الإعلام الاجتماعي وشبكة المعلومات الدولية، دار التعليم الجامعي، مصر، ٢٠١٧.
٥. حمادي محمد، التواصل الثقافي في زمن العولمة، مؤلف جماعي بعنوان: الثقافة الجزائرية في زمن العولمة، منشورات مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، جامعة مستغانم، ٢٠٢٠.
٦. سهلة حليلة، الشباب الجامعي بين الثقافة الاصلية والثقافة المعاصرة، مؤلف جماعي بعنوان: الثقافة الجزائرية في زمن العولمة، منشورات مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، جامعة مستغانم، ٢٠٢٠.
٧. الفتني صديقة، مالي حنان، الهوية الثقافية الجزائرية في زمن العولمة الثقافية - التحديات وسبل المواجهة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد ١٢/٠١، ٢٠٢١.
٨. خالد عبد السلام، التحديات الثقافية للعولمة وانعكاسها على هوية الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد ٢٩، جامعة سطيف ٢، ديسمبر ٢٠١٧.
٩. مجدي احمد محمد عبد الله، الاغتراب والهجرة غير الشرعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية (مصر)، ٢٠١٣.
١٠. رأفت صلاح الدين، الالعب الالكترونية وآثارها على الأطفال، مركز أبواب الإعلام، ٢٠١٥.
١١. زردوم خديجة، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، سند بيداغوجي لطلبة اللسانس، جامعة باتنة ١ (الجزائر)، ٢٠١٩/٢٠٢٠.
١٢. حجازي مصطفى، علم النفس والعولمة (رؤى مستقبلية في التربية والتنمية)، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت لبنان، ٢٠٠١.
١٣. بخوش أحمد، الاتصال والعولمة: دراسة سوسيوقثقافية، دار الفجر، خنشلة - الجزائر، ٢٠٠٨.
١٤. علي ليلة، الثقافة العربية والشباب، سلسلة شبابنا آمالنا، القاهرة، ٢٠٠٣.
١٥. حسين خريف، العولمة والهوية الثقافية، سلسلة أعمال الملتقيات، ٢٠١٠.

الديناميكية الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري

د. السعيد جقيدل

مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة بالإغواط - الجزائر
saiddjekidal@gmail.com

د. آدم رحمون

المدرسة العليا للأساتذة طالب عبدالرحمان بالأغواط - الجزائر
rahmouneadem80@gmail.com

ملخص

مفهوم الهوية من المفاهيم المركزية التي تسجل حضورها الدائم في مجالات علمية متعددة خاصة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، بحيث تعد بالتالي من أكثر المفاهيم تداولاً في حياتنا الثقافية والاجتماعية اليومية، وهي خاضعة للديناميكية الاجتماعية والتغير في المفاهيم العمليات والتفاعلات المختلفة، ومن بين التغيرات الحاصلة في مجال الهوية الثقافية نجد بأن وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي تضم فيسبوك (Facebook) وتويتر (Twitter) وإنستغرام (Instagram) وتيك توك (Tik Tok) وغيرها، تقدم خدمات متنوعة ومميزة وتمثل واقع العديد من الشباب الجزائري، فإستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي من طرف الشباب يعتبر من المميزات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع الجزائري نظراً لما تتيحه من إمكانية إنشاء هويات عبر الإنترنت والتواصل مع الآخرين وإنشاء شبكات اجتماعية، يمكن أن توفر لهم هذه الشبكات للشباب عالماً خاصاً بهم يعيشون ويتعايشون فيه مفترضين حياتهم الافتراضية من خلاله، بحيث يشاركون أو يتبادلون المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية، هذا الواقع أثر على الهوية الثقافية للشباب الجزائري في عاداته وتقاليده وأعرافه الاجتماعية. وهذا ماتحاول الدراسة الحالية معرفة أثره الإيجابي والسلبي وإدراك الحلول التي يجب اتخاذها لمواجهة خطورة إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمهددة للهوية الثقافية للشباب الجزائري.

الكلمات المفتاحية

الديناميكية الاجتماعية - وسائل التواصل الاجتماعي - الهوية الثقافية للشباب - المجتمع الجزائري

مقدمة

الاجتماعية والثقافية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري.

الإشكالية

الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري ضرورة لوجوده الاجتماعي، وهي من الثوابت التي يجب المحافظة عليها فلكل أمة من الأمم ثوابت تمثل القاعدة الأساسية لبنائها، ومحور بقائها وديمومتها تتمركز حوله بقية الثوابت الأخرى، وهي نتيجة للتفاعل بين مجموعة من العوامل الشخصية الفردية والجماعية، التي تحكم سلوك أعضائه وفقاً لعادات مكتسبة أو موروثة وتقاليده وأعراف اجتماعية ونظم وقوانين وضعية، توجه نمط تعايشهم وتحدد لهم مساراتهم المتعددة في الحياة، من خلال معايير تطبّق السلوك ونظام القيم^١، ولكن نتيجة للتغيرات الحاصلة في المجتمع خصوصاً مايتعلق بإستعمال وإستخدام التكنولوجيا الرقمية في حياتنا اليومية، والتي أثّرت عليه بشكل ملحوظ وتغيّرت معه الهوية الثقافية لمكوناته وخاصة منهم الشباب الجزائري الذي أُنْزِلَ فيه التقدم التكنولوجي بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياته فالاعتماد المتزايد على الإنترنت بإستخدام منصات التواصل الاجتماعي في واقعنا المعيشي اليومي أصبح جزءاً أساسياً للتواصل اليومي وإستقبال المعلومات والتفاعل الافتراضي لكثير من الشباب في الجزائر، وعليه تعبر الهوية الثقافية على الديناميكية الاجتماعية التي هي محصلة مختلف

التقدم العلمي في مجال تكنولوجيا المعلومات أدى إلى تغيرات اجتماعية وثقافية كبيرة، بحيث تغيرت العديد من المفاهيم والأدوار وأثّرت على الحياة الاجتماعية، من خلال الإمكانيات الجديدة التي ظهرت في مجال التواصل الذي تعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته المباشرة وغير مباشرة على الهوية الثقافية والاجتماعية التي تنشأ بتفاعل الأفراد فيما بينهم مكونين جماعات بشرية ينتج عنها مجموعة من العلاقات الاجتماعية، التي تعتبر التفاعل الإنساني في المجتمع المحور الأساسي للعلاقات والروابط الاجتماعية تتحدد بواسطة عملية الاتصال والتواصل بين الأفراد والجماعات المتواجدة في المجتمع، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من العوامل المؤثرة على الهوية الثقافية بإحداثها لتغيرات في العلاقات الاجتماعية الفردية والجماعية وفي أشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم، ويظهر تأثير تغيرها على مجموعة من القيم والمعايير والسلوك والأفكار والآراء والمعتقدات، فالواقع الافتراضي لشبكات التواصل الاجتماعي حالياً يعتبر محركاً للحياة الاجتماعية، وتهدف هذه الدراسة توضيح دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحديد الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الافتراضي لتعدد الخدمات التي تتيحها، والتطبيقات التي توفرها للمستخدم، وبذلك لها تأثير على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، وبالتالي موضوع الحفاظ على الهوية الثقافية وخصوصيات المجتمع وقيمه لدى الشباب من المواضيع المهمة والضرورية وهذا ماتبحث فيه الدراسة من خلال البحث في العلاقة بين الديناميكية

مجموعة من انتماءاتها للنسق الاجتماعي (لفئة الجنس، ولفئة العمر) والهوية تسمح للفرد بأن يعرف نفسه ضمن النسق الاجتماعي ويعرف اجتماعيا من قبل الآخرين، ولكل جماعة هويتها المطابقة لتعريفها الاجتماعي الذي يضعها في المجموع الكلي^٥.

- **المفهوم الإجرائي:** الهوية الثقافية هي كل ما يثبت كيان ووجود الفرد من معتقدات وتقاليد وعادات وعرف ودين ولغة تثبت وجوده وتثبت أصوله وانتماءه، وعليه الهوية الثقافية هي نظام من القيم والتصورات التي يتميز بها مجتمع ما تبعاً لخصوصياته التاريخية والحضارية، وكل شعب من الشعوب البشرية ينتمي إلى ثقافة متميزة عن غيرها، وهي كيان يتطور باستمرار ويتأثر بالهويات الثقافية الأخرى ولهذه الأخيرة مستويات ثلاث هوية فردية، هوية جماعية، هوية وطنية.

بحيث أن مستويات الهوية الثقافية تتوزع على مجموعة من المستويات، وهي: المستوى الفردي يعرف أيضاً باسم الهوية الفردية، وهي التي تشير إلى ثقافة كل فرد من أفراد المجتمع بصفته الشخصية، أي أن الفرد الواحد يعكس الثقافة السائدة في المجتمع الذي يوجد فيه، فالفرد داخل الجماعة الواحدة سواء كانت عائلة، أو قبيلة، أو جمعية، أو غيرها من الجماعات، يعد عنصراً من العناصر المميزة، والمستقلة والذي يساهم في التأثير في الثقافة السائدة تأثيراً مباشراً، أو غير مباشر.

- **المستوى الجماعي** يعرف أيضاً باسم الهوية الجماعية، وهي التي ترتبط بتأثير مجموعة من الأفراد الذين يمثلون جماعة معينة في الهوية الثقافية السائدة في المجتمع الذي يوجدون فيه، فيعتبرون كأفراد داخل الجماعة الواحدة، وينظر إليهم على أنهم عنصر واحد يتميز بهوية ثقافية مشتركة ترتبط مباشرة بالهوية الثقافية للمجتمع.

- **المستوى القومي** يعرف أيضاً باسم الهوية الوطنية، وهي التي تجمع بين الهوية الفردية، والهوية الجماعية في مجموعة واحدة تعد المكون الرئيسي للهوية الثقافية التي تشير إلى الأفراد، والجماعات داخل الدولة الواحدة، وتحصر الهوية القومية أيضاً على تعزيز التعايش الاجتماعي بين الأفراد داخل المجتمع الواحد^٦.

٣-١. **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:** يعرفها الباحث مرسى مشري على «أنها تلك الشبكة الاجتماعية الرقمية التي لها هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة»^٧، أي أن هذه الشبكات هي فضاء يضم هويات لأفراد أو منظمات تتفاعل داخله فيما بينها، فخدمات الشبكات الاجتماعية هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى، وتسمى إجتماعية لأنها تجمع المستخدمين سواء كانوا أصدقاء يعرفون بعضهم أم لا وذلك لمشاركة الأنشطة والاهتمامات تكوين صداقات تسمح لهم بتبادل: رسائل خاصة أو عامة وفورية أو على شكل رسالة بالبريد الإلكتروني، روابط إلكترونية، صور، فيديوهات، مقالات والتدوين ومشاركة الملفات في المساحات الخاصة التي تمنحها الشبكة لكل مستخدم وتسمى ملف أو حساب compte بالفرنسية. وتعمل هذه الشبكات على مبدئين:

- أصدقاء أصدقاؤهم هم أصدقاؤهم.
- المستخدمون الذين يتقاسمون معي نفس الاهتمامات هم أصدقاؤهم.

التفاعلات المتبادلة بين الشباب مع محيطه الاجتماعي يعرف الشاب من خلالها بنفسه للمجتمع وتمكن المجتمع من التعرف عليهم ضمن التوجه العام للمجتمع للمحافظة على هويته العامة وبالتالي هذه المؤثرات الخارجية من وسائل التواصل الاجتماعي التي بإستخدامها غير عقلاني من طرف الشباب تؤدي لظهور فجوة في ترسيخ الهوية الثقافية للشباب الجزائري في المجتمع، ومنه نطرح التساؤل التالي: هل تؤثر الديناميكية الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري؟

وتتمثل أهمية الدراسة: في أن الهوية الثقافية من المرتكزات الثقافية والاجتماعية تتميز بها، ونعمل على المحافظة عليها لأنها تمثل كينونتنا ومصدر إفتخارنا وإعتزازنا بقيمتنا وإنتمائنا.

والهوية الثقافية هي المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والسلوكيات والقانون والعرف، ويدخل في ذلك القدرات والسلوكيات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع وسيلة وغاية لحماية وتعزيز الهوية الوطنية.

الهوية الثقافية هي الأساس في عملية الإلتقاء والمواطنة للتاريخ وراث الدولة، لما تمثله فعاليتها من مرتكزات أساسية في بناء الهوية الثقافية العربية الجزائرية الإسلامية.

ومن أجل أكثر توضيح لما تم تناوله سابقاً إرتأينا أن يكون بحثنا وفقاً للتقسيمات التالية:

أولاً: تحديد المفاهيم

١-١. **مفهوم الهوية:** الهوية كمصطلح تناوله عدة باحثين من مختلف الاتجاهات و النظريات، فعلم النفس الاجتماعي هي عبارة عن عامل من عوامل شخصية الفرد يعطي ويأخذ يفعل ويتفاعل.

كما أنها هي ذلك الماضي المتأصل في حياة الفرد، هذا الماضي يخطط كل مراحل حياة الفرد بما فيها من تقاليد وصفات وطباع وعادات وثقافة، كذلك مأخوذة ومستنبطة من المجتمع^٨، إن الهوية ليست عاملاً بيولوجياً، أو لون بشرة، أو جنساً كغيره من المكونات النفسية والجسمية، لكن الهوية هي بعد متفاعل مكونة من استعدادات فطرية ومعطيات اجتماعية، ثقافية وعائلية. وعليه الهوية في معناها هي جملة علامات وخصائص من أجناس مختلفة^٩، ومن ثم يمكن القول: إن الهوية هي الكيفية التي يعرف الناس بها ذواتهم أو أمثهم، وتتخذ اللغة والثقافة والدين أشكالاً لها؛ فهي تنأى بطبعها عن الأحادية والصفاء، وتنحو منحى تعددياً تكاملياً إذا أحسن تديرها، ومنحى صدامياً إذا أهملت وأسيء فهمها، تستطيع أن تكون عامل توحيد وتنمية، كما يمكن أن تتحول إلى عامل تفكيك وتمزيق للنسيج الاجتماعي^{١٠}.

٢-١. **مفهوم الهوية الثقافية:** تشير إلى مسألة أشمل من الهوية الاجتماعية التي تعتبر أحد مكوناتها، أما في علم النفس الاجتماعي فإن الهوية هي أداة تسمح عن طريقها تحريك التفكير النفسي والاجتماعي عند الفرد كما تفسر نتائج التفاعلات المختلفة الموجودة بين الفرد ومحيطه الاجتماعي القريب والبعيد وتتخصص الهوية الاجتماعية للفرد

الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها علي الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري، بحيث أن تشكيل الهوية الثقافية في عالم متغير سمته السرعة والتقنية من العوامل المؤثرة في هوية وشخصية الشباب الجزائري، إضافة إلى المنهج الوصفي إستخدما المنهج الإحصائي من أجل معالجة البيانات التي تم جمعها عن طريق الإستمارة الإلكترونية التي وزعناها على المبحوثين عبر موقع google drive ، لأن المنهج الإحصائي يكشف عن العلاقة الموجودة بين المتغيرات لإختبار فرضيات الدراسة من أجل إعطائها صبغة علمية ، ويتم ذلك بإستخدام النسب المئوية الموجودة في الجداول الإحصائية وتحليلها بأسلوب إحصائي ١٢، ومنه تحويل المعطيات الكيفية التي تصف الظاهرة وتوضح خصائصها إلى معطيات كمية تعطي وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة ١٣.

ثالثا : العينة

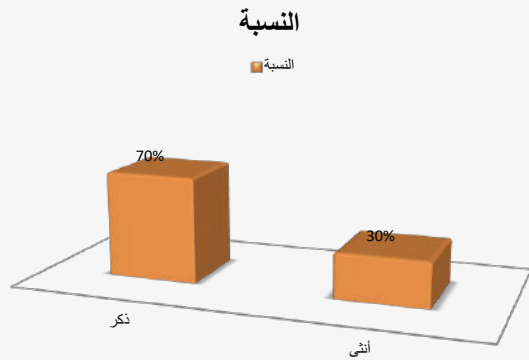
إن إختيار العينة بشكل دقيق و مناسب يعطي نتائج متشابهة إلى حد كبير للنتائج التي يمكن الحصول عليها عند دراسة كامل مجتمع الدراسة، وبما أن مجتمع البحث غير مضبوط وغير محدد وغير مرئي وهم الأفراد المنتمين إلى مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، لذلك في إختيارنا لمفردات البحث قمنا بالإعتماد علي العينة العشوائية البسيطة من خلال تقسيم الإستمارة الإلكترونية على المبحوثين لمدة ثلاثة أيام حتى إستوفت عدد مناسب للدراسة وتمثل في ٥٠ مفردة .

رابعا : تحليل نتائج الدراسة

٤.١ - عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى

جدول رقم (١)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة ٧٠٪ تمثل نسبة الذكور و هي النسبة الغالبة ، أما نسبة ٣٠٪ تمثل نسبة الإناث ، و يرجع السبب في إرتفاع مشاركات الذكور بإرتفاع نسبة الذكور على شبكة فايسبوك كما تأكده الإحصائيات حسب موقع^{١٤} ٧٦٪ من المسجلين هم من الذكور و٣٣٪ إناث.

- **الفيسبوك** : كأحد شبكات التواصل الاجتماعي (الذي اخترناه لتتم به الدراسة)، هو شبكة إجتماعية افتراضية يهدف إلى جمع الأفراد بعضهم ببعض، سواء أكانوا يعرفون بعضهم بعضا أم لا، بداية الموقع كان في ٢٠٠٤ وكانت على شكل شبكة اجتماعية مغلقة خاصة بطلبة جامعة هارفرد. توسعت الشبكة، لتضم فيما بعد كل الجامعات الأمريكية، في سنة ٢٠٠٦ ستصبح الشبكة متاحة للجميع فموقع الفيسبوك يسمح لمستخدميه بإدخال معلوماتهم الشخصية لتكوين هوية افتراضية يتفاعلون عن طريقها مع المستخدمين الآخرين.

«الموقع متاح للإستخدام من قبل أي شخص لديه بريد إلكتروني صالح، ويسمح للمستخدمين باختيار شبكة أو أكثر للانتماء لها، مثل مدرسة ثانوية أو منطقة جغرافية. ثم أن كل مستخدم يحافظ على «ملف الشخصي» الذي هو عبارة عن صفحة ويب تحتوي على المعلومات الأساسية مثل السنة التخرج والتخصص، فضلا عن المعلومات الشخصية. يمكن للمستخدمين إبلاغ الآخرين عن ما يقومون به من خلال تغيير «الوضع الحالي» الرسالة التي تظهر في الجزء العلوي من الملف الشخصي»^٨ الإشتراك في الموقع مجاني ويمكن لكل مستخدم لبريد إلكتروني يدخل أولا معلوماته الشخصية: الاسم، الجنس، السن، مؤسسة الدراسة، سنة التخرج، والولاية والوطن... إلخ من المعلومات المطلوبة لتفعيل الحساب علي مواقع التواصل الاجتماعي ، ليتحصل بعد ذلك على صفحة خاصة به يعلم فيها المستخدمين الآخرين عن وضعه الحالي وأموره التفاعلية.

ثانيا : المنهج المتبع

إن إستخدام وإختيار المنهج يختلف بإختلاف طبيعة المواضيع والظواهر التي تتناولها العلوم الاجتماعية، فالباحث بحاجة إلى منهج يتبعه في كل مراحل بحثه و المنهج هو عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق ضبط و أهداف وأسئلة وفروض البحث^٩، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث، وكل دراسة علمية تحتاج إلى منهج يوافق البحث يقودها للوصول إلى نتائج معينة لهذا البحث ، فلا بد على الباحث تطبيق منهج في الموضوعات السوسولوجية يتوافق لطبيعة الموضوع والمشكلة المراد دراستها الأهداف التي تستهدف تحقيقها .

وفي هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي (أسلوب المسح بالعينة) الذي يعني طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية ومشكلة إجتماعية، فهو يقوم على وصف الخصائص المختلفة و يستخدم جمع المعلومات حول الموضوع المراد دراسته من استخلاص الدلالات و المعاني المختلفة التي تنطوي عليها البيانات والمعلومات التي أمكن الحصول عليها^{١٠}، وكذلك ربط بعضها وإكتشاف العلاقة الموجودة وإعطاء التحليل الملائم لكل ذلك ، لأن الدراسات الوصفية^{١١} لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق، بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديد بها بالصورة التي عليها كميًا وكيفيًا بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها .

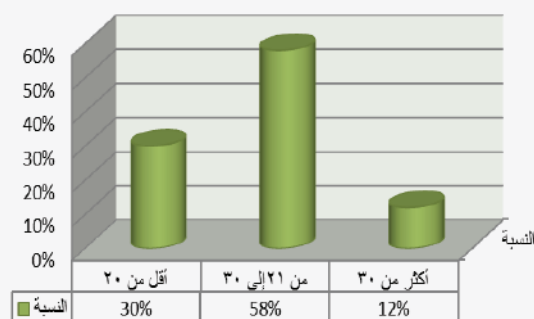
والهدف من إستخدامنا لهذا المنهج هو وصفنا لظاهرة محل الدراسة ومحاولتنا توضيح تأثيرها بشكل دقيق، من خلال تفسير الدينامية

جدول رقم (٢)

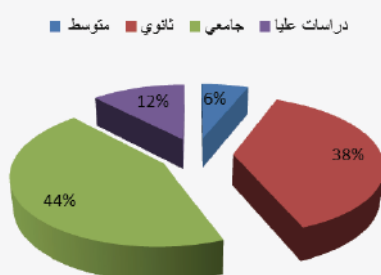
يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	35	70%
أنثى	15	30%
المجموع	50	100%

السن	التكرار	النسبة
أقل من ٢٠	15	30%
من ٢١ إلى ٣٠	29	58%
من ٣١ إلى ٤٠	6	12%
المجموع	50	100%



النسبة



من خلال الجدول (الجدول رقم ٠٣) نلاحظ أن ٥٦% من أفراد العينة يفوق مستواهم الدراسي المستوى الثانوي، أي ٢٨ مفردة من أصل ٥٠ مستواهم ما بين الجامعي بـ ٤٤% والدراسات العليا بـ ١٢% ذلك لأن ٥٧% من أفراد العينة يتراوح عمرهم ما بين ٢١ - ٣٠ سنة، مما أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة المثقفة نرى أن لها فكرة وعلى إطلاع حول مواقع الانترنت وحول الفيسبوك عن طريق الاحتكاك بزملاء الدراسة. ثم يأتي المستوى الثانوي بـ ٣٨% ثم مستوى التعليم المتوسط بـ ٦%.

جدول رقم (٤)

يوضح كيفية المحافظة على الهوية الثقافية الوطنية

المجموع	السن			كيف تحافظ على الهوية الثقافية الوطنية؟	التكرار
	من ٣١ سنة إلى ٤٠ سنة	من ٢٠ إلى ٣٠	أقل من ٢٠ سنة		
١٨	٠٤	١٢	٠٢	الحفاظ على العادات والقيم التقليدية	١٨
				النسبة	٣٦%
٢٢	٠٢	١٧	١٣	ماكبة التطورات الثقافية مع الحفاظ على العادات والتقاليد	٢٢
				النسبة	٦٤%
٥٠	٠٦	٢٩	١٥	المجموع	٥٠
				النسبة	١٠٠%

من خلال الجدول (الجدول رقم ٠٢) يمكننا ملاحظة أن الفئة العمرية بين ٢١-٣٠ سنة تمثل ٥٨% من العينة أي ٢٩ فرد مستخدم من أصل ٥٠ هذا ما يؤكد ما تصرح به إحصائيات الموقع أيضا أن ٩٠% من المسجلين على الشبكة في الجزائر لا يتجاوز عمرهم ٣٥ سنة. كما أن الفئة الشبابية هي الأكثر استعمالا للشبكة.. ثم تأتي الفئة الأقل من ٢٠ سنة بـ ٣٠% أي ١٥ فرد مستخدم أي فئة المراهقين تقريبا التي من المعروف أنها أكبر فئة مجتمعية تقترب إلى استعمال التكنولوجيا والانترنت والدخول إلى مواقع الانترنت. ثم الفئة الثالثة من ٣١ سنة فما فوق بـ ١٢% ونستنتج من هذه النسبة أن أفراد العينة الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي في إستخدامهم وتفاعلهم داخل الشبكة.

جدول رقم (٣)

توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

السن	التكرار	النسبة
متوسط	03	6%
ثانوي	19	38%
جامعي	22	44%
دراسات عليا	06	12%
المجموع	50	100%

جدول رقم (٦)

يوضح رأي المبحوثين في العادات و التقاليد والمعتقدات الجزائرية

ما رأيك في القيم والعادات والتقاليد الجزائرية؟	التكرار	النسبة
محافظة	37	74%
متحررة	13	26%
المجموع	50	100%

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة هي ٧٤ % والتي تمثل رأي المبحوثين في أن العادات والتقاليد والمعتقدات الجزائرية محافظة ، بينما ٢٦ % تمثل رأي المبحوثين في أن العادات و التقاليد والمعتقدات الجزائرية متحررة. ويرجع ذلك الفرق في النسب في أن المجتمع الجزائري لا زالت تحكمه العادات والتقاليد والعرف في الحياة الاجتماعية في الزواج مثلا وغيره، لذلك يجد الشاب الجزائري نفسه يعيش نوع من التناقض والصراع الثقافي إذ أن المجتمع يأبى أن يتخلى عن القيم والعادات و التقاليد التي تركها لنا أجدادنا وفي نفس الوقت يتأثر بالعادات والتقاليد الناتجة عن التغيرات الحاصلة على جميع الأصعدة لعل أبرزها الصعيد الاجتماعي والثقافي ، لذلك يرى معظم المبحوثين أن المجتمع الجزائري هو مجتمع محافظ ومقيد ولا يتميز بالتححرر مقارنة لما يحدث في المجتمعات المجاورة .

٢-٤. نتائج الفرضية الأولى

من أبرز النتائج التي توصلنا إليها من خلال التحليل أعلاه أن :

- أن العادات والتقاليد الجزائرية هي محافظة وليست مواكبة للتطورات الحاصلة في ظل التغيرات الاجتماعية والثقافية ، و أن الشباب الجزائري يعاني في تشكيل هويته بحيث يحاول أن يحافظ على العرف والعادات والتقاليد و القيم الدينية والاجتماعية من جهة و أن يواكب التطورات الثقافية والاجتماعية التي شملت المجتمع العالمي.
- أن المبحوثين يؤكدون على انه يوجد تغيير في نمط اللباس وفي اللغة بالرغم من الموروث الثقافي الذي يمتاز به المجتمع الجزائري من حيث العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية وخصوصية كل منطقة (الامازيغية، الشاوية، التارقية....) و من حيث اللباس (التارقي، القبائلي، الشاوي، النايلي....) إلا أن الشباب الجزائري أصبح لا يولي اهتمام بهذا التراث الثقافي مقارنة بالتطورات و التغيرات التي شملت اللباس لذلك فالشباب الجزائري يعيش نوع من المعاناة في تحديد وتشكيل هوية ثقافية محافظة ومتحضرة.

إن التراث الثقافي الجزائري هو جد متنوع وغني وهذا ما يعطي جوانب وأنماط متنوعة ونظرا لهذا الثراء الثقافي والتطور الحديث من وسائل تكنولوجيا فإننا نجد نوع من التضارب بين الثقافتين ، ولذلك يجد الشاب نفسه في موقف يصعب فيه أن يختار ما هو تقليدي ومحافظ و ما هو حضري و عصري ومنه نرى أن الفرضية قد تحققت والتي مؤداها

يمثل هذا الجدول مدى المحافظة على الهوية الثقافية حسب متغير السن، نجد أن النسبة الغالبة هي ٦٤ % والتي تمثل المبحوثين الذين يرون بأن الحفاظ على الهوية الثقافية يتم من خلال مواكبة التطورات الثقافية مع الحفاظ على العادات و التقاليد من ضمنها ٢٤ ما بين سن ٢٠ و ٣٠ سنة و نسبة ٢٦ % أقل من ٢٠ سنة و ٠٤ % أكثر من ٣١ سنة ، أم النسبة الثانية فهي ٣٦ % والتي يرى فيها أنه تتم المحافظة على الهوية الثقافية من خلال الحفاظ على العادات والتقاليد والقيم التقليدية، من بينها ٢٤ % بين ٢٠ سنة إلى ٣٠ سنة و ٠٨ % أكثر من ٣١ سنة ، و ٠٤ % أقل من ٢٠ سنة .

يرجع هذا التفاوت في النسب حسب رأي المبحوثين في أن العادات و التقاليد الجزائرية مقيدة و محافظة وليست مواكبة للتطورات الحاصلة في المجتمع الدولي وخصوصا فئة المبحوثين الذين هم أقل من ٢٠ سنة ، إذ نجد أن المجتمع الجزائري يعيش نمطين متعارضين من الثقافة واحد عربي مسلم والآخر غربي ، واختلطت الثقافتين واندمجت، وتشكلت ثقافة لا هي مسايرة للتقدم التطور ولا هي محافظة، لذلك نجد تعارض في فكرة الحفاظ على الموروث الثقافي من جهة و خصوصا المبحوثين الذين هم أكبر من سن ٣٠ ، وفكرة مواكبة التطورات الحاصلة مع الحفاظ على الإرث الثقافي.

جدول رقم (٥)

يوضح مدى تغير اللغة واللباس والمعتقدات الفكرية

هل ترى أن التغيرات التي طرأت على المجتمع الجزائري أثرت في لغته ولباسه ومعتقداته الفكرية؟	التكرار	النسبة
نعم	45	90%
لا	5	10%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول أعلاه مدى التغيرات التي طرأت على اللغة و اللباس والمعتقدات الفكرية بحيث نجد نسبة ٩٠ % من المبحوثين الذين يرون بأن هنالك تغييرا واضحا قد حدث على اللغة واللباس والمعتقدات بسبب التغيرات الاجتماعية و الثقافية التي طرأت على المجتمع الجزائري ، ونسبة ١٠ % تمثل المبحوثين الذين يرون عدم وجود تغيير في اللغة واللباس والفكر .

ويرجع هذا التغيير حسب رأي المبحوثين في أن المجتمع الجزائري محافظ ويجب عليه يواكب التغيرات والتطورات الحاصلة بحيث نجد أنه مثلا من يتكلم باللغة العربية حسب رأي المبحوثين فهو غير مواكب للعصرنة وفي اللباس أيضا من يلبس اللباس التقليدي وخصوصا فئة الشباب يرون بأنه لا يواكب «المودا» حسب رأيهم ، لذلك نجد أنه يوجد نوع من التناقض الثقافي في تشكيل هوية المبحوثين المتمثلين في فئة الشباب بسبب المحافظة على التقاليد والعادات و مواكبة التطورات الحاصلة. بحيث أن هذه الشريحة تسعى إلى التطور مع الحفاظ على العادات والتقاليد في آن واحد.

بأن الشباب الجزائري يعاني مشكلة في تشكيل هويته الثقافية في ظل التغيرات الاجتماعية و الثقافية التي شملت المجتمع الجزائري.

٣-٤. عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية :

جدول رقم (٧)

يوضح اكتساب قيم ومعتقدات جديدة من خلال الانتماء إلى الفاييبوك

هل اكتسبت قيم وعادات جديدة من خلال انتماءك لصفحة الفاييبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	39	78%
لا	11	22%
المجموع	50	100%

نلاحظ من الجدول أن معظم المبحوثين قد اكتسبوا قيم ومعتقدات جديدة من خلال الانتماء للفاييبوك بنسبة ٧٨٪ ، أما نسبة ٢٢ ٪ فتمثل المبحوثين الذين لم يكتسبوا قيم ومعتقدات جديدة من خلال انتمائهم للفاييبوك، ويرجع ذلك في أنه فضاء واسع يسمح بالتعرف على أشخاص من مختلف الثقافات والحضارات ومن مختلف الدول وبالتالي يكسبه ذلك التنوع الثقافي و يساهم كذلك في التعرف على أشخاص مثلهم، إذ أن الشخص في الفاييبوك له الحرية في اختيار الأشخاص وفي اختيار الاسم الذي يريده لذلك يمكننا تفسير هذه النتائج بالحاجات التي أدرجتها نظرية الإشباع ضمن سبب «التكامل والتفاعل الاجتماعي» من الأسباب الرئيسة التي تدفع الفرد لاستعمال وسائل الإعلام. أولا، استعمال الشبكة لوجود أشخاص يتقاسم معهم المستخدم نفس الاهتمامات قد يعود لرغبته في إشباع حاجة التعاطف الاجتماعي أي احتياجه لفرد آخر يفهم حاجاته وآلامه، ثانيا، نفسرها أيضا بحاجة اكتساب الشعور بالانتماء إلى مجموعة أفراد تشبهه في الاهتمامات والآراء، وأخيرا حاجة المحادثة والتفاعل مع الآخر والأخذ والرد حول مواضيع تهتمه.

جدول رقم (٨)

يوضح اكتساب لغة جديدة من خلال الانتماء إلى الفاييبوك

هل اكتسبت لغة جديدة من خلال انتمائك للفاييبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	35	70%
لا	15	30%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نرى أن نسبة ٧٠٪ هي الغالبة والتي تمثل اكتساب المبحوثين للغة جديدة من خلال الانتماء للفاييبوك ، أما نسبة ٣٠٪ فيرى فيها المبحوثون أنهم لم يكتسبوا لغة جديدة من خلال انتماءهم للفاييبوك، وترجع ذلك في أن لغة الفاييبوك أصبحت متداولة وخصوصا بين أوساط الشباب إذ نجد حسب رأي أحد المبحوثين: «أنه كانت لكل ولاية ولكل منطقة لغة أو لكنة خاصة بها لكن الفاييبوك قد وحد اللغة وأصبحت لغة جديدة «هدرة فيسبوكية»، وأصبحت ظاهرة جديدة أو بما يعرف «بلغة العربيزي أو الأرابيش » إذ نجد لغة خاصة

بالذي ينتمون للفاييبوك لا يفهمها عامة الناس ، ظهرت هذه اللغة وشغلت حيزا كبيرا من اللغة المتداولة على الهواتف المحمولة و وسائل التواصل الاجتماعي، إذ فرضتها ظروف لسانية و غير لسانية تتمثل في هروب وانسلاخ أبناء العربية في عصرنا هذا من العربية الصحيحة نطقا وكتابة خاصة فئة الشباب مثلا " السلام عليكم، slm" و "الحمد لله ، hmd" و " كيف الحال ، sava" و كذلك تغريب بعض المصطلحات " راني نكونكتي، نفيسبوكي....."

جدول رقم (٩)

يوضح مدى شعور المبحوثين بالتححر من خلال انتمائهم للفاييبوك

هل ترى أن الفاييبوك قد ساهم في :	الجنس		التكرار	النسبة
	ذكور	انثى		
التحرر من القيم والعادات والتقاليد التي يفرضها المجتمع	13	11	24	48%
	26%	22%		
الابتعاد عن القيم والعادات والتقاليد	22	04	26	52%
	44%	08%		
المجموع	35	15	50	100%
	70%	30%		

نلاحظ من الجدول أن النسبة الكبيرة هي ٥٢ ٪ والتي يرى فيها المبحوثين أن الفاييبوك قد ساهم في الابتعاد عن القيم والعادات والتقاليد التي يتمسك بها المجتمع الجزائري من بينهم ٤٤٪ ذكور و ٠٨٪ إناث أما النسبة التي تليها فهي ٤٨٪ والتي تمثل مدى مساهمة الفاييبوك في التحرر من القيم والعادات والتقاليد التي يفرضها المجتمع من بينهم ٢٦٪ ذكور و ٢٢٪ إناث . ويرجع السبب في أن الفاييبوك يخلق جو من السرية والحرية التامة في التعبير بحيث يستطيع المستخدم لهذا الموقع أن يتواصل مع من يريد بحرية تامة دون أن يدلي بالمعلومات الشخصية الخاصة به، و خصوصا عند الإناث إذ يرون بأن الفاييبوك يعطي نوع من الحرية من حيث التعبير عن مشاعرهن ورغباتهن لأن المجتمع على حسب رأيهن يفرض مجموعة من القيود والضوابط التي لا توجد في المجال الافتراضي.

٤-٤. نتائج الفرضية الثانية

من خلال ما سبق نجد أن:

- الفاييبوك كأداة جديدة للتواصل وإنشاء علاقات اجتماعية بين الأشخاص المنتمين إليه ، قد ساهم في نشر قيم ومعتقدات جديدة ومتنوعة ومعرفة امور لم تكن معروفة من قبل ، وعلى حد قول أحدهم : « أنه كانت أمور نراها غير عادية لكن من خلال الفاييبوك أصبحنا نراها عادية» ويقصد بذلك أن القيم والعادات والتقاليد المتأصلة والمتجذرة والتي كانت مفروضة على

التفكير الثقافي المختلفة وأماط التعبير، أيضا أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على طريقة التواصل من خلال إدخال أشكال جديدة من اللغة.

• عندما تكون ثقافته ضعيفة وقابلة للذوبان في الثقافات الأخرى الأكثر قوة من ثقافة المجتمع، فإن الشباب هم أكثر الفئات تأثرا بالثقافات الأخرى وهم أيضا أسرع الفئات تأثرا، لذلك ينبغي التنبيه والحرص المضاعف على الشباب من إنخراطهم في هذه الثقافة المحتلة للعقول والقلوب .

• يعيش الشباب الجزائري نوع من التناقض في التفكير وفي المعتقدات الفكرية وفي المبادئ والقيم بسبب تلك التغيرات التي شهدها ولا يزال يشهدها العالم بوتيرة سريعة ، التي تمس بالهوية الثقافية بالرغم من عراققتها و قدمها إلا أنها قد تغيرت حتى وإن كان محافظة على تقاليد التسامح والتآخي والتآزر والتلاحم و تقديس الأعياد الدينية و الوطنية وغيرها ، إلا أن الثقافة الغربية له حيز لدى الشباب الجزائري وخصوصا فيما يتعلق باللغة واللباس.

• مواقع التواصل الاجتماعي هي من الوسائل الرقمية الأكثر شعبية لحد الآن إذ تعتبر فضاءات افتراضية تسكنها هويات مختلفة أو منظمات تبني شبكات اجتماعية أو علاقات على أساس روابط وإهتمامات مشتركة لتتصل وتتفاعل فيما بينها. وهذه الأخيرة تؤثر في الشباب الجزائري وقد يتم استغلالها بطريقة سلبية ، و نجد أنها تمس جميع الجوانب المحيطة بالشباب .

• الثقافة هي الخصوصية الإنسانية وهي نسيج من مفاهيم فكرية متداخلة عناصرها من الماضي، والإضافات المتجددة للهوية الثقافية، والرؤى والتطلعات المستقبلية للشباب الجزائري، ومن هنا ندرك أهمية العمق الثقافي، فهو الذي يحدد عناصر الشخصية الوطنية وملامحها، ويرسم صورتها في المستقبل.

• تتنوع الهوية الثقافية داخل الوطن الواحد، فالهوية هي ما يميز مجتمعا عن غيره، رغم وجود تنوع وإختلاف في بعض المكونات الثقافية المحلية، لكن هناك ذاتية عامة تشكل الهوية الوطنية لأي مجتمع، فالكل يختلفون في الجزئيات والوسائل ولكنهم يتفقون على الأهداف العامة لوطنهم الموحد، أما الثقافة تتنوع داخل المجتمع الواحد لأنها تشكل الرؤية الخاصة بكل فئة.

سادسا : خاتمة

وكختام للدراسة نرى أن الشباب الجزائري يعيش نوع من الاختلال والاضطراب في بناء هويته والحفاظ عليها، فيحاول أن يحافظ على هوته وموروثه الثقافي من جهة ويحاول أن يواكب التطورات والتقدم الذي يشمل المجتمع الدولي ، وخصوصا مع ظهور الفضاءات والمجالات الافتراضية أصبح الشباب الجزائري يستخدم الانترنت لأنها آتية و افتراضية وتفاعلية أكثر من المجتمع الواقعي لأنها في مجال مفتوح على جميع الميادين و الاصعدة وليست لها حدود مكانية و تمتاز بسرعة الحصول على المعلومات ، كل هذه الصفات جعلتها مقصدا للشباب الجزائري الذي يقضي معظم وقته امام شاشات الكمبيوتر والهواتف

المجتمع الجزائري قد تغيرت، حتى في فكرة الوطنية وحب الوطن، نجد أن الفيسبوك ينشر صور ومعد بأفكار تمس بالهوية الوطنية للشباب الجزائري وخصوصا فئة المراهقين، فنجد مثلا بعض الصور التعبيرية أو بها كتابات مثلا: « الرقاد وبيع لبلاد » « بلاد ميكي » « راني خليتها لكم... » كلها أمور جديدة لم تكن من قبل.

• من خلال تعبير الشباب على الشبكة يكون محرر من القيود. وهذا التحرر يتحقق على طبقات: أولها، من خلال آليات المجتمع الافتراضي في هذا الفضاء يكون الشباب محررين من سلطة الكبار كسلطة ضابطة فيما يتعلق بالمضامين التي يتبادلونها إذن فهم يدلون بما يريدون وما يكونون حقا بما أنهم لا يخضعون لأي سلطة في هذه الشبكة، ثانيا، ليكون التعبير أكثر حرية يستعمل المستخدم اسم مستعار غير صفاته من خلالها يتمكن من التعبير والتفاعل بدون حرج عن كل ما بداخله بدون أن يكون معروف بهويته الحقيقية. لذلك أصبح التواصل عبر الفيسبوك يتعدى الزمان والمكان إذ أنه أصبح الوسيلة الأكثر رواجاً في تعامل الشباب مع بعضهم البعض فبدل أن يطلب رقم الهاتف أصبح يطلب الفيسبوك أو الحساب Compte من أجل التواصل.

• التعبير عن الآراء والمعتقدات الاجتماعية/السياسية/الجنسية غير المسموح بها في الواقع الاجتماعي» أي أن استخدام الشبكة يكون بدافع التعبير عن الآراء التي يعتبرها المجتمع الحقيقي من الطابوهات، فالصفحات والمجموعات بمساحة التعبير المفتوحة الواسعة وطبيعتها الرقمية التي تتيح السرية تعطي للمستخدم حرية الإفصاح عن مالا تسمح به القيم الاجتماعية والسلطة الضابطة.

• إن الفضاءات الافتراضية و خصوصا الفيسبوك يتيح لمستخدميه كل الأشكال التي أراد أن يظهر بها المستخدم إما مرثيا أو ظاهرا، وبالتالي يمكنه أن يبحر في الفضاء الافتراضي بالهوية التي اختارها لنفسه، ويتكلم باللغة التي يتناولها أصدقائه عبر الموقع ، ويتفاعل ويتأثر بالثقافة والمعتقدات الفكرية التي يميل إليها والتي يختارها كالصفحات والمجموعات التي ينضم ويشترك فيها، وبالتالي فإن الهوية الثقافية التي يشكلها ناتجة عن ذلك الانتماء ومنه نرى أن الفرضية المتعلقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الثقافية للشباب الجزائري قد تحققت.

خامسا : الاستنتاج العام

لعل الخلاصة التي نخرج بها من خلال هذا التحليل هي أن العالم يعيش تغيرات سريعة في جميع الميادين سواء الثقافية أو الاجتماعية أو السياسية ، و بما أن الجزائر هي جزء من هذا العالم فإنها تعيش التغيرات التي تحدث خصوصا على المستوى الثقافي ، ويظهر لنا تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري من خلال مايلي :

• سمحت وسائل التواصل الاجتماعي بالتبادل الثقافي الجماعي والتواصل بين الثقافات، وأدى ظهور منصات التواصل الاجتماعي إلى دمج الثقافات المختلفة وطرق الاتصال معا، ومزج بين أنماط

الوقت أن تولي اهتماما بالتغيرات التي تحدث والتي تمس العرف والتقاليد و تعتبرها طابوهات أن تقوم بكسرها ومناقشتها وأن تكون محل دراسة من قبل المتخصصين في جميع الميادين من أجل الإلمام بالموضوع حول الظاهرة المراد دراستها.

- على العلماء والمفكرين والأدباء والفنانين ورجال الصحافة والإعلام، والمؤسسات التعليمية والتربوية تحمل مسؤولية حفظ الهوية الثقافية من خلال ما يطرحونه من أفكار وقيم، ومضامين متعددة هادفة .

- مراقبة التأثيرات التي قد تحدثها الثقافات الوافدة من الخارج، والتي تستهدف ثقافة الشباب وهويتهم أولاً، وهذا يستدعي قيام الجهات المعنية باتخاذ خطوات عملية ثقافية يكون بإمكانها منع التأثير الذي يستهدف هذه الفئة المهمة من المجتمع الجزائري .

- حماية فئة الشباب من المهددات والمخاطر التكنولوجية، ومن أخطر التأثيرات التي تهدد الهوية الثقافية للمجتمع.

- تعزيز الهوية الثقافية الوطنية أو القومية، حيث تتداخل الهوية العامة بالثقافة الجزئية، لتصير ثقافة كلية للمجتمع الواحد، وهذه الكلية لا تنكر التنوع، بل تحتويه وتنميته وهكذا تجتمع في مفهوم الهوية الثقافة الواحدة ما هو ذاتي وما هو موضوعي، ما هو فردي خاص وما هو مجتمعي ووطني عام .

من أجل التواصل الاجتماعي في الفضاءات الافتراضية ، وهو ما جعل من ثقافتهم ضعيفة مهلهلة قابلة للذوبان في الثقافة الأخرى، ما يعني تشتت الشباب وعدم إيمانهم بالثقافة التي عرفوها وأخذوا منها القيم التي توجه مسارات حياتهم ،يستدعي هذا الأمر الكثيراً من الإستعداد والعمل المنظم والمتخصص من أجل حماية ثقافتنا وخصوصيتنا التي تعني في نهاية المطاف الأمان المجتمعي الذي يحمي شبابنا من تأثيرات الثقافات الوافدة، وبالنتيجة سوف يحصل المجتمع والأمة كلها على حصانة قوية ومضمونة النتائج، ضد الذوبان الثقافي في الثقافات الأخرى وهذا في الحقيقة هو أهم وأكبر هدف ينبغي الإهتمام به والتنبيه الى أخطر مسارين يمكن أن تؤثر فيهما الثقافات الأخرى على الشباب، المسار الأول هو التأثير على طبيعة الفكر الذي يحمله الشباب، والثاني يأتي كنتيجة منطقية للمسار الأول، فعندما يتم التأثير في الفكر وإضعافه وسلبه خصوصيته، فإن هذا الأمر سوف ينعكس بصورة قاطعة على طبيعة السلوك، لأن الأخير هو نتاج حتمي للثوابت الفكرية التي تفرزها طبيعة الثقافة التي تم زرعها في شخصية الشباب.

لذلك نقترح مايلي :

- على الدولة الجزائرية أو الجهات المعنية أن تساهم وتساعد الشباب الجزائري في تحديد وتشكيل هويته وذلك من خلال إستغلال هذا الفضاء الافتراضي ووضع مواقع متخصصة في نشر القيم والعادات والتأكيد على التمسك بالدين وباللغة وفي نفس

التهميش

١. ساميون ديورنغ، الدراسات الثقافية مقدمة نقدية ، ترجمة ممدوح يوسف عمران ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٤٢٥ ، الكويت ٢٠١٥ ، ص ٢٤٠
٢. ٢٨٨ P, ١٩٨٦, Camilleri (C) et Tap (P), Identités Collectives et changements sociaux, Privat, Paris
٣. بذاك شبة ، المحاكاة وازمة الهوية في ظل العولمة الثقافية، أطروحة دكتوراه دولة، ٢٠٠٥-٢٠٠٦، جامعة الجزائر، ص ١٧
٤. عبد العلي الودغيري، اللغة والدين والهوية، الدار البيضاء، مطبعة النجاح الجديدة، ٢٠٠٠، ص ٦٧.
٥. رشيد بلحبيب، الهويات اللغوية في المغرب من التعايش إلى التصادم، ضمن كتاب اللغة والهوية في الوطن العربي، إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة الأولى، بيروت يناير/كانون الثاني ٢٠١٣، ص ٢٤٧، ٢٤٨.
٦. بذاك شبة ، المحاكاة وازمة الهوية في ظل العولمة الثقافية، أطروحة دكتوراه دولة، ٢٠٠٥-٢٠٠٦، جامعة الجزائر، ص ١٧
٧. ثائر رحيم كاظم، العولمة والمواطنة والهوية، بحث في تأثير العولمة على الإنتماء الوطني والمحلي في المجتمعات، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، المجلد الثامن، العدد الأول، جامعة القادسية، العراق، ٢٠٠٩. ص ٢٥٨ .
- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد ٣٩٥، ٢٠١٢/٠١، ص ١٦٠ .
٨. Tiffan A. Pempek, Yevdokiya. Yermolyva, Sandra L, Calvert, College student's social networking experiences on Facebook, in Journal of Applied Developmental Psychology, n ٣٠, ٢٠٠٩, p ٢٣٠
٩. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ، دار هومة ، الجزائر، ٢٠٠٢، ص ١١٩
١٠. عبد الوهاب إبراهيم ، أسس البحث الاجتماعي، مكتبة نهضة الشروق ، القاهرة، ١٩٨٥، ص ٤٠
١١. محمد شفيق ، البحث العلمي ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ٢٠٠١، ص ١٠٨.
١٢. عبد الرحمان البدوي ، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٩٧، ص ٧.
١٣. عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ١٩٩٥، ص ١٢٩.
١٤. <http://www.algerie-focus.com/blog/millions-dutilisateurs-de-facebook-en-algerie-qui-sont-ils-٤٥/٠٣/٢٠١٣/> /المطلع عليه يوم ٢٠١٤/٠٩/١٨ على ٢٢، ٣٧

قائمة المراجع

كتب باللغة العربية:

١. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ، دار هومة ،الجزائر، ٢٠٠٢.
٢. عبد الرحمان البدوي ، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات ،الكويت، ١٩٩٧.
٣. عبد الوهاب إبراهيم ، أسس البحث الاجتماعي ،مكتبة نهضة الشروق ، القاهرة، ١٩٨٥.
٤. عمار بوحوش ،محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ١٩٩٥.
٥. محمد شفيق ، البحث العلمي ، المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ، ٢٠٠١.
٦. مي عبدالله. (2006). نظريات الاتصال. بيروت - لبنان: دار النهضة العربية.

كتب باللغة الأجنبية:

١. Camilleri (C) et Tap (P), Identités Collectives et changements sociaux ,Privat, Paris,1986
٢. Tiffan A. Pempek, Yevdokiya. Yermolyva, Sandra L, Calvert, College student's social networking experiences on Facebook, in Journal of Applied Developmental Psychology, n°30,2009

المجلات والمذكرات :

١. مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد ٣٩٥، ٢٠١٢/٠١
٢. بذاك شبة ، المحاكاة وازمة الهوية في ظل العولمة الثقافية، أطروحة دكتوراه دولة، ٢٠٠٥-٢٠٠٦، جامعة الجزائر.

مواقع الانترنت :

١. <http://www.algerie-focus.com/blog/2013/03/45-millions-dutilisateurs-de-facebook-en-algerie-qui-sont-ils> /المطلع عليه يوم 18/09/2014 على 22.37
٢. www.facebook.com

مكانة الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي في ظل التعليم عن بعد والرقمنة (دراسة ميدانية بجامعة جيجل - الجزائر)

د. توفيق بوخدوني

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل - الجزائر
toufik.boukhouni@yahoo.com

د. سليم صيفور

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل - الجزائر
siffsalim@gmail.com

ملخص

سعت الدولة الجزائرية في العقد الأخير إلى إجراء إصلاحات واسعة كان منطلقها وغايتها هو إحلال نموذج التعليم عن بعد في قطاع التعليم الجامعي بكل مقوماته وأبعاده، وهذا ما تجلّى في محور وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (في إطار سياسة صفر ورقة) المنصبة حول إحلال التعليم عن بعد محل التعليم الكلاسيكي وفي مجال البحث العلمي أنشئت منصات إلكترونية لمتابعة وتقييم ونشر الأبحاث العلمية بشكل إلكتروني، كما خضعت عمليات التسجيل طلبية ومتابعة تعليمهم من السنة الأولى في الجامعة إلى غاية مناقشة أطروحاتهم إلى متابعة عبر منصات إلكترونية كذلك، كل هذا في إطار رقمنة قطاع التعليم العالي بصفة عامة، غير أن رسالة التعليم الجامعي بالخصوص لا يقتصر على الدراسة والبحث العلمي فقط ولكن يسعى أيضاً إلى ترسيخ أسس الهوية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي كأحد أسمى الأهداف المتعلقة بالقطاع التعليم الجامعي، ومن هنا جاءت هذه الورقة البحثية لتحاول الإجابة عن طريق استقصاء اتجاهات هيئة التدريس الجامعي بإحدى الجامعات الرائدة في مجال الرقمنة والتعليم عن بعد حول مكانة الهوية الاجتماعية وسبل الحفاظ عليها في ظل هذا النمط من التعليم والبحث العلمي في الجامعة.

الكلمات المفتاحية

التعليم الجامعي، التعليم عن بعد، الرقمنة، الشباب الجامعي، الهوية الاجتماعية

مقدمة

(الزهراء، ٢٠٢١، صفحة ٢٣) غير أن رسالة التعليم الجامعي بالخصوص لا تقتصر فقط على الدراسة والبحث العلمي، إذ تسعى أيضاً إلى ترسيخ أسس الهوية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي كأحد أسمى الأهداف المتعلقة بالقطاع التعليم الجامعي، إذ يعتبر مفهوم الهوية الاجتماعية الشغل الشاغل للمجتمعات، لأنه يركز على السياق الثقافي الاجتماعي من حيث المنشأ والتكوين، مما زاد التأكيد الحضاري على أهمية تعزيز الهوية في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية بحيث تصب في المجتمع من خلال الشخصية والأدوار التي تؤديها في البيئة الإنسانية، لأن عملية اكتساب الهوية تعد من الوظائف الأساسية للتنشئة الاجتماعية، وتعتبر بمثابة الانتماء إلى ثقافة أي بيئة من بينها الجامعة.

ونظراً لما طرأ ويطرأ على مناحي الحياة اليومية للشباب الجامعي من تغيرات ومستجدات بفعل ونظر التحولات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتي تزداد وتيرتها تسارعاً في العصر الحالي مع التقدم التكنولوجي ورقمنة الجامعة، كل هذا من أجل إعداد الشباب الجامعي للدور الاجتماعي الذي يتولاه في مساره التعليمي والمهني، مما يستوجب فهم طبيعة المستجدات التي تواجهه والتي من ضمنها رقمنة الجامعة وبما يساعد على توفير ظروف نفسية واجتماعية مناسبة لتولي أدواره المستقبلية، وذلك من خلال دراستنا الميدانية على هيئة أعضاء التدريس بإحدى الجامعات الجزائرية الرائدة في مجال تطبيق الرقمنة محاولين بذلك معرفة آرائهم حول مدى محافظة وإبراز مكانة الهوية الاجتماعية

مع التطور الكبير والمتسارع في تقنية المعلومات والاتصالات والاستخدام المتزايد للشبكة العنكبوتية في التعليم في الجزائر، ظهرت الحاجة الماسة إلى إعادة النظر في منظومة التعليم العالي لتتلاءم مع التغيرات التي فرضتها البيئة التكنولوجية، وذلك من خلال التحول من المدخل التقليدي للتعليم إلى المدخل المعاصر بتوظيف مختلف الوسائط التكنولوجية الحديثة والانتزعت في عملية التعليم، وذلك بظهور ما يسمى بالتعليم الإلكتروني أو رقمنة التعليم الجامعي، وهو هدف تسعى إليه مؤسسات التعليم العالي لتبنيه وتجسيده على أرض الواقع لغرض ضمان جودة التعليم العالي، وتلبية احتياجات أكبر شريحة ممكنة من الشباب الجامعي في نفس الزمان والمكان، ومن جهة أخرى لإكسابهم مهارات التعلم الذاتي عوضاً من التركيز فقط على إكسابهم المعلومات، وإتاحة الفرصة أمامهم على تطوير قدراته الفكرية وتحسين مستوى الفهم والاستيعاب، بسبب إمكانية اختيار الوقت والظرف المناسبين لمتابعة أو إعادة متابعة المواد التعليمية المدرجة ضمن البرامج والتكوين الذي يتابعه، وطرح الأسئلة على الأساتذة عن طريق البريد الإلكتروني أو باقي الوسائل الإلكترونية الأخرى.

ورقمنة الجامعة هي عملية تعليمية من خلال طرح فكرة وجود موقع إلكتروني يمكن الاعتماد عليه في خدمة نظام التعليم عن بعد أو التعليم الإلكتروني ككملة للتعليم التقليدي أو كبديل عنه، ليحقق النظام التعليمي أهدافه ورسائله المنوطة به، ومن أجل الوقوف على هذه الشروط ومدى إمكانية تطبيقها في الجامعات الجزائرية،

التعليم عن بعد:

يختلف عن التعليم التقليدي في أنه يقوم على مفهوم عملية التعلم الذاتي وذلك من خلال توظيفه لمختلف الوسائط التكنولوجية المعاصرة في التعليم، بدون وجود المعلم والمتعلم في مكان واحد كما يحدث في التعليم التقليدي.

إن مصطلح التعليم عن بعد مل يعرف بشكل رمسي إلا حديثا و بتحديد عام ١٩٨٢ عندما حاولت هيئة اليونسكو تفسير الهيئة العلمية للتربية بالمراسلة (ICCE) إلى اسم جديد هو هيئة العالمية للتربية من بعد (ICCDE) وبذلك يعد مفهوم التعليم عن بعد مفهوما جديدا ولا يوجد حتى الآن تعريف ثابت ومحدد له، ولذا تعددت مفاهيم التعليم عن بعد وتتداخل فيما بينها ولم تستقر على تعريف محدد وإن كانت جميعها تركز على بعد المسافة بين المعلم والمتعلم وتعدد الوسائل المستخدمة في عملية التعليم. (الرؤوف، ٢٠١٣، صفحة ٥٥)

كما يعرف بأنه: هو برنامج أو دورات تعليمية تعتمد على استخدام الشبكة العنكبوتية وتقنياتها الحديثة من برامج صوت وصورة و قواعد بيانات لتقديم الدروس حيثما كان الطالب وفي أي موقع على خارطة العامل، وفيه تستخدم طرق الاتصال بالانترنت. (زيتون، ٢٠٠٢، صفحة ٣٨٣)

التعريف الإجرائي في دراستنا: هو المعارف التي يتحصل عليها الطالب عن طريق الأنترنت دون التنقل إلى الجامعة.

الرقمنة:

هو ذلك التحول صورة أو إشارة إلى شكل تم فهمه بسهولة من طرف حاسوب رقم مثال الصور البصرة التي ترقمن بواسطة المساحات، والعملية التي تخصص شفرة ثنائية لكل عنصر بصري تم جمع الأصوات ترقمن بواسطة مقياس دورة أو تجمع موجات الأصوات، وتخصص شفرات ثنائية متماثلة. (داب، ٢٠١٦، صفحة ٣٢)

ومعني آخر هي عملية تحويل بيانات إلى شكل رقمي، وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسب الإلكتروني. (يقطين، ٢٠٠٥، صفحة ٠٢)

إجرائيا: هي العملية التي يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي الحالي إلى شكل رقمي سواء كانت هذه المعلومات صور أو بيانات نصية أو ملف صوتي أو أي شكل آخر.

الهوية (Identity):

هي مقدار ما يحققه الفرد من الوعي بالذات والتفرد والاستقلالية، وأنه ذو كيان متميز عن الآخرين، والإحساس بالتكامل الداخلي والتماثل والاستمرارية عبر الزمن، والتمسك بالمثلثات والقيم السائدة في ثقافته. (السيد، ١٩٩٨، صفحة ٤٠٠)

الهوية الاجتماعية (Socio-identity):

جزء من مفهوم الذات لدى الفرد يشتق من معرفته بعضويته في الجماعة واكتسابه المعاني القيمية والوجدانية المتعلقة بهذه العضوية. (أحمد، ٢٠٠٦، صفحة ١٩)

للشباب الجامعي في ظل رقمنة الجامعة، كل هذا من شأنه تحسين الجامعة والارتقاء بها وإعداد شباب جامعي بمؤهلات عالمية، وعليه تطرح السؤال الرئيسي للدراسة:

هل حافظت الجامعة الجزائرية على مكانة وأسس الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي في ظل التعليم عن بعد والرقمنة؟

لتجيب الدراسة على الفرضية الرئيسية:

حافظت الجامعة الجزائرية على مكانة وأسس الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي في ظل التعليم عن بعد والرقمنة؟

أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من خلال تناولها شريحة هامة من المجتمع وهم الشباب الجامعي الذي يدرس في الجامعات الجزائرية، وتتحدد هذه الأهمية من خلال أهميتها النظرية والعملية والمتمثلة في تسليط الضوء على مفهومي الهوية الاجتماعية و رقمنة الجامعة، كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها بأنها ستكون مدخلا لدراسات وأبحاث أخرى تتناول مكانة الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي في ظل رقمنة الجامعة.

أهداف الدراسة

- الكشف عن العلاقة بين مكانة الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي و التعليم عن بعد و رقمنة الجامعة.
- التعرف على مختلف مظاهر الرقمنة في الجامعة الجزائرية.

مفاهيم الدراسة

التعليم العالي:

تختلف تسميات هذه المؤسسات التعليمية، فهناك: الجامعة، الكلية، الأكاديمية، فالجامعة أعلى مؤسسة معروفة في التعليم الجامعي وتطلق أسماء أخرى على الجامعة والمؤسسات التابعة لها، مثل: الكلية، المعهد، الأكاديمية، المدرسة العليا، وهذه الأسماء تسبب اختلاطا في الفهم لأنها تحمل معاني مختلفة من بلد لآخر، فعلى الرغم من أن كلمة كلية تستخدم لتدل على معهد للتعليم العالي، نجد أن دوال تتبع التقاليد البريطانية أو الإسبانية تستخدم كلمة "كلية" للإشارة إلى مدرسة ثانوية خاصة، وهو بالمثل فإن الأكاديمية ربما تدل على معهد عال للتعليم أو مدرسة. (العربية، ١٩٩٩، صفحة ٢٥)

ويقصد بالتعليم الجامعي ذلك التعليم الذي يتم داخل كليات أو معاهد جامعية بعد الحصول على الشهادة الثانوية، وتختلف مدة الدراسة في هذه المؤسسات من سنتين إلى أربع سنوات، وهو آخر مرحلة من مراحل التعليم النظامي، فهو كل أنواع الدراسات، التكوين أو التكوين الموجه التي تتم بعد المرحلة الثانوية على مستوى مؤسسة جامعية أو مؤسسات تعليمية أخرى معترف بها كمؤسسات للتعليم الجامعي من قبل السلطات الرسمية للدولة. (خديجة، ٢٠٢١، صفحة ١٧٠)

الشباب:

مرحلة عمرية لها حدود تقريبية معينة ويلزم هذا التحديد إبراز الخصائص التي تميز هذه المرحلة عن غيرها من المراحل في إطار الثقافة التي يعيش فيها بالمرحلة العمرية من حياة الإنسان التي تقع ما بين الأفراد ويتحدد مفهوم الشباب عموماً ٢٥/١٥ سنة، ولقد أصبح هذا التحديد مقبولاً على المستوى الدولي لاعتبارات نفسية واجتماعية وثقافية مؤداها أن مرحلة الشباب تضم في الواقع فترتين من فترات العمر. (الطراح، ٢٠٠٣، صفحة ٢٠)

الشباب الجامعي:

أ- لغة:

الفتاء والحادثة، شب، يشيب، شبابا، والشباب جمع شبيبة، شبائب، شبائب الشيء، أو له يقال: فلان في شباب النهار والفتى هو من سن البلوغ إلى الثلاثين تقريباً. (منظور، ٢٠٠٣، صفحة ٥٥٧)

ب- اصطلاحاً:

يتمثل في حدوث تحولات واسعة وعميقة وسريعة في ملامح الجسم، وسمات مميزة وهي فترة يجتاز فيها الفرد من مرحلة الطفولة إلى الرشد التي من خلالها يحقق نضجه الجسمي والنفسي والعقلي والانفعالي والاجتماعي. (محمد، ١٩٨٥، ص ١٦)

الطالب الجامعي:

هم المتدربون بالجامعة، فهم جماعة أو شريحة شباب من المثقفين يتمركزون في المؤسسات التعليمية. (وهبي، ١٩٩٦، صفحة ٢٣٨)

وهم المتحصلون على ثقافة أكاديمية من الجامعة تؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظيفي في المجتمع يستطيعون من خلاله تحمل مسؤولية القيادة والبناء والتنمية حيث يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب. (موسى، ٢٠١٧، صفحة ٥٤)

التعريف الإجرائي:

هم مجموعة من الشباب المتكويين في الجامعة في جميع التخصصات، والذين يعتبرون شعاع المستقبل والنهوض به من خلال المعارف المحصل عليها خلال مساهمهم التكويني وفي جميع المستويات.

المحور الأول: رقمنة قطاع التعليم العالي

اعتمدت الحكومة الجزائرية الرقمنة على غرار بلدان العالم في قطاع التعليم العالي والتي لها العديد من الفوائد خاصة على مستوى التحصيل المعرفي للطالب حيث منحتة الفرصة على تجاوز العديد من المشكلات التي كان يعاني منها في العليم التقليدي، لذلك زادت الحاجة إلى التحول الرقمي في الجامعات من أجل لتحقيق مجتمع المعرفة نتيجة الدور الذي يؤديه هذا التحول في تحقيق التحصيل العلمي وإحداث نقلة نوعية في الأهداف التي تسعى الجامعات إلى تحقيقها، معتمدة في ذلك على إدخال التعليم الإلكتروني والذي يتمثل في التعليم عن بعد، فتح منصات التعليم مودول، زووم... إلخ، وفتح موقع بروقرس progres (رقمنة الخدمات للتسجيل ومتابعة التدرج في الدراسة)، كما اعتمدت

أيضاً على رقمنة قطاع البحث العلمي من خلال فتحها منصات (pnr)، ورقمنة الحياة المهنية والمسار المهني لأعضاء هيئات التدريس وباقي الفئات المهنية الأخرى، وهي كمايلي:

١. رقمنة الحياة الجامعية

١.١- التعليم عن بعد

يعرف التعليم عن بعد هو كل نموذج أو شكل أو نظام تعليمي يكون فيه الطالب بعيداً عن جامعاتهم معظم الفترة التي يدرسون فيها. (سعيد، ١٩٨٨، صفحة ٢٢)

ويعرف أيضاً بأنه: طريقة ابتكارية لإيصال بينات التعلم الميسرة والتي تتصف بالتصميم الجيد والتفاعلية والتمركز حول: المتعلم، لأي فرد وفي أي مكان أو زمان عن طريق الانتفاع من الخصائص والمصادر المتوفرة في العديد من التقنيات الرقمية سويماً مع الأنماط الأخرى من المواد التعليمية المناسبة لبيئات التعلم المفتوح والمرن. (العتيبي، ٢٠١٩، صفحة ٢٣٤)

من أجل تحقيق التعليم عن بعد في الجزائر تم تبني مشروع هذا النمط من التعليم، وقصد تخفيف نقائص التأطير، من جهة وأيضاً من أجل تحسين نوعية التكوين، تماشياً مع متطلبات ضمان النوعية، تم إدخال طرائق جديدة للتكوين والتعليم، تتضمن إجراءات بيداغوجية جديدة خلال مسار التكوين لهذا تم إطلاق المشروع الوطني للتعليم عن بعد، والذي يرمي إلى تحقيق أهداف تتوزع على ثلاثة مراحل:

- **المرحلة الأولى:** وهي مرحلة استعمال التكنولوجيا و المحاضرات المرئية على الخصوص، قصد امتصاص الأعداد الكبيرة للمتعلمين، مع تحسين محسوس لمستوى التعليم والتكوين (سياق على المدى القصير).

- **المرحلة الثانية:** تشهد اعتماداً على التكنولوجيات البيداغوجية الحديثة، تعتمد خاصة على (الويب) التعلم عبر الخط أو التعلم الإلكتروني وذلك قصد تحقيق ضمان النوعية (سياق على المدى المتوسط).

- **المرحلة الثالثة:** هي مرحلة التكامل وخلالها يصادق على نظام التعليم عن بعد ويتم نشره عن طريق التعليم "من بعد" بواسطة قناة المعرفة، التي يتعدى مجال استعمالها والاستفادة منها بكثير النطاق الجامعي، حيث تستهدف جمهوراً واسعاً من المتعلمين أشخاص يريدون توسيع معارفهم، أشخاص يحتاجون لأمور متخصصة، أشخاص في العقد الثالث من أعمارهم، مرضى متواجدون في المستشفيات، أشخاص في فترة النقاهة... إلخ.

ويرتكز التعليم عن بعد حالياً على شبكة منصة للمحاضرات المرئية والتعليم الإلكتروني، موزعة على غالبية مؤسسات التكوين، والدخول إلى هذه الشبكة ممكن عن طريق الشبكة الوطنية للبحث (ARN)

فتجربة استخدام الأرضيات ومنصات رقمية في التعليم عن بعد عمال

حيث أن الاعتماد على هذه الوسيلة العصرية التي تسهل عليك إعداد وتنظيم جلسات البث المباشر هو أمر ضروري وجوهري بالنسبة للمتعلمين أو المتربين أو المؤسسات المتعامل معها في حدود معينة.

١,٣- التسجيل ومتابعة التدرج في الدراسة: (موقع بروغرس)
شهدت الساحة الجامعية منذ الدخول الجامعي ٢٠١٧/٢٠١٨ تطورات حاصلة في مختلف المجالات لتؤكد مجددا سعيها الدائم والمستمر للارتقاء بالطالب الجامعي علميا وفكريا وثقافيا، والعمل على إضفاء الصورة البراقة الحقيقية للجامعة الجزائرية كصرح علمي ذو مكانة عالمية محترمة، حيث أن الطالب الجامعي هو العنصر الأهم والأساسي في معادلة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر بمشاركة جميع الأطراف الفاعلة من أساتذة وإدارة وعمال مبداء التعاون التشاركية وفقا لميثاق جامعي جامع هو أساس المضي نحو جامعة جزائرية مرموقة.

إن عصرنة القطاع باستعماله لنظام الرقمنة في عملية التسجيل والذي يهدف بالأساس لتخفيف العبء على الطلبة الجدد وتوفير أفضية معلوماتية رقمية PROGRES لكافة الطلبة المسجلين في المؤسسات الجامعية وتدعو الوزارة الوصية إلى التحكم الجيد في النظام، التسجيل، التحويل لتفادي أجواء التذمر وسط الطلبة مستقبلا.

جاء في إطار الشراكة بين وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والإتحاد الأوروبي المتمثل في برنامج لدعم السياسة القطاعية في مجال التعليم العالي والبحث العلمي، فأعلنت الحكومة الجزائرية والإتحاد الأوروبي بداية البرنامج ESRS_PAPS في سنة ٢٠١٠، حيث يهدف البرنامج إلى تطوير نظام الجامعة وفي ذات الوقت إدراج الشباب في عالم الشغل ولهذا تقرر العمل على ستة محاور أساسية للوصول إلى ذلك وتتمثل في:
(www. papsesrs.progamme/dz. 2018)

• **وحدات نظام الرقمنة: PROGRES** لا يقتصر نظام الرقمنة على عملية تسجيل و توجيه الطلبة الجدد فحسب بل يتعدى ذلك ليمس جميع المجالات المتعلقة بتسيير الجامعة من الموارد البشرية، مجال التكوين والبحث، المجال المالي، مجال البنية التحتية للمؤسسات الجامعية ليصل ويشمل حتى مجال الخدمات الجامعية، وسيتم التركيز على أهم المجالات التي انطلقت الجامعات الجزائرية بتفيذها:

• **مجال التكوين والحياة الطلابية (étudiante vie et formation)**
(FVE) : هذا المجال منظم في عدة مجالات فرعية، كل مجال فرعي ينقسم إلى مجموعة من الوحدات التي تجمع مع استعمالها حيث أن هاته المجالات مترابطة فيما بينها في ما يخص تبادل المعطيات والمعالجة. هذا المجال يضمن الوظائف التالية:

- عروض التكوين - تسيير عملية توفير عروض التكوين - التسيير الإداري للطالب - التسيير البيداغوجي للطالب - تسيير السنوات الأكاديمية - تسيير المهام البيداغوجية للأستاذ - تسيير الإقصاءات وإعادة الإدماج - تسيير التبرعات من خلال متابعتها وتقييم - توجيه عملية التكوين من خلال إعداد التقارير - تسيير العطل الأكاديمية.

بمراسلة الوزارة رقم ٢٨٨ بتاريخ ٢٩ فيفري ٢٠٢٠ المتضمنة تحضير محتوى الدروس، استعمال الموجهة واستعمال التطبيقية ما يغطي شهرا من الدراسة (٠٤ أسابيع أو أكثر) و وضعه على أرضية المؤسسة (Moodle) أو إرساله إلى مركز التعليم الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني، أصبح من الضروري تحضير محاضرات ودروس من طرف الأساتذة ووضعها تحت تصرف الطلبة للاطلاع عليها وتحميلها، للتطرق هنا لبعض المنصات الرقمية المستعملة في الجزائر.

١,٢- منصات التعليم

١,٢,١- المنصة الرقمية موودل: تعتبر المنصة الرقمية "موودل" من أهم الأنظمة الإلكترونية الحديثة المهمة للأساتذة والطلبة، حيث تمكن من تبادل المعلومات والدروس، وهي أحد أنظمة إدارة التعليم الرقمي مفتوح المصدر الذي يساعد المعلم في توفير بيئة تعليمية إلكترونية كما يمكن استخدام النظام على المستوى الفردي أو المؤسسي.

ويعتبر أيضا نظام موودل مجموعة خدمات تفاعلية عبر الخط التي تقدم للمتعلمين إمكانية الولوج إلى المعلومات، الأدوات والموارد لتأهيل التلع الأنترنت، وهي المحيط الافتراضي للتعليم، وهي منصة مفتوحة مجانية وواسعة الاستعمال.

وتجدر الإشارة أن كلمة "Moodle" هي اختصار للكلمات object modular environment learning dynamic oriented والتي تعني أن النظام مبني بتقنيات البرمجة غرضية التوجه ليؤمن بيئة تعليمية ديناميكية، وقد ظهر وطور نظام موودل في استراليا في ١٩٩٩، وقد صمم من قبل مارتين دوغيماس بهدف مساعدة المعلمين في تقديم دورات تعليمية على الأنترنت، مع الحرص على بناء المحتوى بشكل تفاعلي وتعاوني بالإضافة إلى تطوير محتوى هذه الدورات بشكل مستمر حيث تم إطلاق أول نسخة من موودل في ٢٠ أغسطس ٢٠٠٢.

١,٢,٢- المنصة الرقمية زووم "Zoom" لقد اتبعت جل المؤسسات التعليمية من أجل الدراسة والعمل والاجتماع في معظم دول العالم الاستخدام تطبيق زووم Zoom من أجل استمرار حياتها بشكل عادي ظل تفشي فيروس كورونا، مما يجعل له أهمية في استخدامه في مجال التعليم عن بعد.

مفهوم أرضية زووم التطبيق Zoom : هو منصة تستضيف الأحداث واللقاءات والاجتماعات أونلاين، على الهواء مباشرة LIVE، وكذلك تعتبر مفيدة من أجل المحاضرات أونلاين، هي أداة بسيطة وسهلة الاستعمال وغير مكلفة، من خلالها يمكنك الوصول إلى حدود ١٠٠٠ مشارك في الوقت نفسه ومن خلال استخدام البث ذاته.

تعتبر منصة زووم هو عبارة عن منصة مخصصة لمكالمات الفيديو، تستطيع عبرها عقد الاجتماعات والمحاضرات عبر الأنترنت، حيث تكون الإستضافة من قبل أحد المتصلين، ومن ثم يقوم بدعوة الآخرين عن طريق إرسال الرابط المخصص للمكالمة، مع العلم أن الشخص المضيف يملك كافة الصلاحيات، حيث أن زووم البرنامج يمثل حالي العلم أن الشخص الموظف الحل الأمثل للاجتماعات ولقاءات العمل التفاعلية و التي قد تضم ٥٠٠ أو أقل. (Retrieved , university, ٢٨ / ٠٣ / ٢٠٢٣)

• **مجال تسيير الموارد البشرية:** ويتضمن هذا المجال أتمتة الوظائف التالية:

- فرز ملفات الموظفين - مهمة تعيين الموظفين - تحديث المسار المهني للموظفين - تحديث وضعية الموظفين- الموظفين ملفات تجديد. (scientifique, ٢٠١٥, pp. ١٣-١٤)

- **المجال المرجعي référentiel:** يشمل هذا المجال على الوظائف التالية: (d'utilisateu, 2014, p. 07)

-الأشخاص الطبيعيين والمعنويين: من خلال تسيير الهياكل والأفواج وإدارة الأفراد - تحديد الحقوق والإمكانيات - تسيير المناسبات - تسيير الوثائق- تحديد التسميات - قوانين عقود الشراكة - تسيير العقارات من خلال تسيير المواقع والتجهيزات - الإعدادات.

• **مجال تسيير الامتحانات والمراقبة المستمرة:**

- إعداد البيانات المرجعية من خلال توفير الهياكل والبنية التحتية وتعيين المسؤولين عن التسيير البيداغوجي، ربط عروض التكوين وتكييفها مع الهياكل - إعداد عروض التكوين من خلال تعيين المقاييس المكونة للوحدات التعليمية ومكوناتها البيداغوجية، ووضع الوحدات التعليمية في عروض التكوين - تسيير الأفواج البيداغوجية من خلال تعيين المحاضرات في المجموعات وتعيين الطلبة بكل مجموعة تقسيمهم إلى أفواج والتحقق من إعداد الدورات - تسيير المراقبة المستمرة من خلال وضع وإعداد المراقبة المستمرة لكل مجموعة وكل فوج كتابة نقاط المراقبة المستمرة ووضع معدلات المراقبة المستمرة - تسيير الامتحانات من خلال التخطيط لامتحانات الدورات، وضع مخطط الامتحان وذلك بتعيين قاعات الإمتحان والممتحنين والمكلفين بالحراسة، متابعة سير الإمتحانات من خلال استلام أوراق الامتحان والغيابات من جانب الممتحنين والحراس، وفي الأخير يتم وضع نقاط الإمتحانات لكل دورة. (l'enseignement, 2014, p. 08)

• **استعمال الأرضية في عمليات التسجيل:** إضافة إلى كل ما سبق فقد أتاحت الوزارة الأرضية الرقمية من أجل عمليات التسجيل المتعلقة بالطلبة الجدد المتحصلين على شهادة البكالوريا كما أتيح للطلبة الرابط لدفع حقوق التسجيل و تحويل التخصص والجامعة عبر موقع التحويلات الجامعية. <https://progres/webtu>. meser.dz كما يمكن للطلبة أيضا التسجيل في الإيواء والمنحة والنقل الجامعي عبر الأرضية الإلكترونية التسجيلات إلى إضافة، <https://progres.mesrs.dz/webonou> للطلبة المترشحين لمختلف المسابقات والمسارات (ليسانس- ماستر- دكتوراه- تأهيل جامعي- بروفيسوراه- توظيف)، من خلال إطلاق بوابة إلكترونية عبر مختلف الجامعات وذلك بهدف ضمان الشفافية ومحاربة التعامل بملفات المترشحين و التقليل من أوقات معالجتها و ضمان حفظ شامل لمسار الطالب الدراسي الأكاديمي والعلمي والاجتماعي، ويكون التسجيل عبر الموقع التالي بالنسبة لطلبة الماستر. <https://progres.mesrs.dz/webinscription>

كما تم إتاحة رابط يتعلق بالتسجيل في مسابقات الدكتوراه وذلك عبر الرابط التالي: سبق ما إلى بالإضافة <https://progres.mesrs.dz/webdoctorat> استخدمت منصة بروقرس في إيداع ملفات الترقية سواء بالنسبة لملف التأهيل الجامعي أو إيداع ملف الترشح لرتبة أستاذ التعليم العالي وذلك عبر الرابط التالي. <https://progres.mesrs.dz/webgrh>. وآخر ما تم استحداثه في منصة بروقرس هو التسجيل في مسابقة التوظيف للأستاذ مساعد قسم - ب- عوضا عن الطريقة التقليدية المعتمدة في التوظيف وذلك عبر الرابط <https://pogres.mesrs.dz/webrecrutement> يتيح للمتصلين على شهادة الدكتوراه والمجستير إنشاء حساب في منصة بروقرس والمشاركة في مسابقة التوظيف من خلال وضع ملف التوظيف وإدراج المقالات العلمية والمكتبيات الوطنية والدولية إضافة إلى إدراج الخبرة المكتسبة في التعليم أو خارج التعليم العالي ثم ملئ استمارة المعلومات للمشاركة في المسابقة على أساس المعايير الجديدة للتوظيف في الجامعة، كما تم إتاحة رابط متعلق بمشاريع البحث التكويني الجامعي PRFU في <http://www.prfu-mesrs.dz/index.php>

يعد النظام الإعلامي المدمج "بروغرس" الذي اعتمدته وزارة التعليم العالي والبحث العلمي منذ عام ٢٠١٦، من بين أهم الأنظمة التي أدخلتها وزارة التعليم العالي وساهمت مساهمة كبيرة في رقمنة القطاع.

حيث يمكن من خلال هذا النظام تسيير شامل لكل شؤون الجامعة، على غرار تسجيل الطلبة الجدد وتوجيههم وتحويلهم، منح الطلاب حسابات ويطلع على كل أموره البيداغوجية، كما يحفظ هذا النظام حفظا شاملا لمسار الطالب الدراسي، صياغة برامج التوزيع الزمني والحجم الساعي للأساتذة وتسيير عملية المداولات.

٢. رقمنة قطاع البحث العلمي (منصات pnr.prfu.asjp)

٢.١- فرق بحث التكوين الجامعي (PRFU):

نشأة وتطور فرق البحث العلمي في الجزائر كانت بداية البحث العلمي في الجزائر جد صعبة، كونها جاءت بعد الاستقلال مباشرة، حيث كان البحث العلمي يقتصر على محاولات فردية للباحثين، مع غياب الإطار التنظيمي وضعف التمويل، ثم اعتمدت الوزارة البرنامج الأول للبحث العلمي في الفترة (١٩٩٨-٢٠٠٢)، والذي ساهم في خلق ديناميكية جديدة على أنشطة البحث وتحسين هيكلتها من خلال التعبئة المتزايدة للموارد البشرية والمالية.

وفي الفترة (٢٠٠٨- ٢٠١٢) اعتمدت إجراءات جديدة في البحث العلمي أهمها: إدماج البحث العلمي على مستوى الجامعات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إعداد ٧٩٤ مشروع توجهه الوكالة الوطنية لتطوير البحث الجامعي (ANDRU) والوكالة الوطنية للبحث في مجال الصحة (ANDRS) وقراءة ٤٠٠٠ مشروع توجهه اللجنة الوطنية لتقييم وبرمجة البحث العلمي. (CNEPRU)

في الفترة (٢٠١٤-٢٠١٨) تم التركيز على عدة استراتيجيات واضحة فيما يخص البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في الجزائر، وتطوير العلاقة

وأستاذة الجامعات للنشر في مجالات وطنية ودولية معتمدة، لذلك استحدثت اللجنة الوطنية لتأهيل الدوريات العلمية سنة ٢٠١٤ (قرار ٣٩٣ في ٢٠١٤)، التي كلفت بتحديد قائمة المجلات العلمية ذات الاهتمام المعترف به والمقبولة لنشر الأعمال العلمية لطلبة الدكتوراه والأساتذة الباحثين والباحثين الداعمين.

وحرصا من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائرية على الارتقاء بواقع المجلات العلمية الوطنية الأكاديمية التي تنشر من قبل الجامعات، قامت بتبني إنشاء منصة إلكترونية على شبكة الأنترنت لإدارة العلمية وتجاوز مشاكل نظام النشر التقليدي وتسهيل التواصل العلمي بين الباحثين من مختلف أقطار الوطن، و كانت الانطلاقة الفعلية للمنصة سنة ٢٠١٦ حيث بدأ عملها الأولي في استقطاب الرصيد الورقي لمختلف مخابر ومراكز البحث للجامعات الجزائرية وجعله متاح على المنصة دون أي قيود ناهيك عن تهيئتها لتكون أرضية إلكترونية لإدارة وتسيير وترقية عمليات النشر الجامعي بكل حيثياته وتفصيله.

هي عبارة عن منصة إلكترونية للمجلات العلمية الوطنية من إشراف مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST) تهدف إلى تمكين الباحثين الراغبين في نشر أبحاثهم ومقالاتهم العلمية مع اختيار المجلة العلمية المناسبة لاهتماماتهم العلمية والبحثية. (وفا، ٢٠٢٨ نوفمبر ٢٠١٨)

تهدف المنصة بالدرجة الأولى إلى القضاء على عوائق النشر التي لطالما كان يعاني منها الباحث الأكاديمي الجزائري، كمجهولية مصير المقال المرسل، التحيز في عملية النشر من قبل هيئات تحرير المقالات ناهيك عن نقص التواصل بين الباحث وفريق عمل... وغيرها من المشاكل والصعوبات. (رميسة، ٢٠٢٨-٣٠ نوفمبر ٢٠١٨)

ما يمكن القول أنها جاءت كوسيلة لحماية الباحثين من الوقوع في فخ المقالات الوهمية أو الناشرين المفترسين، فهي بمثابة ضمانة لوصول المقال المراد نشره، حيث تعتبر الطرف الثالث بين الباحث والناشر، تتاح المنصة (ASJP) على الموقع التالي: <https://www.asjp.cerist.dz> خدمات المنصة الجزائرية للمجلات العلمية (ASJP) من أبرز الخدمات التي تقدمها المنصة في ما يلي:

- إمكانية فتح حساب في المنصة وتعدد الخيارات كمؤلف أو كمحكم أو كمدير مجلة.
- المقالات الأخيرة المنشورة لعشرة مجلات الأخيرة في المنصة.
- المجلات الجديدة التي تم إدراجها في المنصة.
- تقدم إحصائيات جديدة لحظة بلحظة عن عدد المقالات المنشورة حديثا.
- العشر مقالات الأكثر تحميلا عبر المنصة.
- خدمة البحث البسيط والبحث المتقدم. (الدين، ٢٠٢٨-٣٠ نوفمبر ٢٠١٨)

- دور المنصة الجزائرية للمجلات العلمية (ASJP) في دعم البحث والنشر العلمي: (رميسة، ٢٠٢٨-٣٠ نوفمبر ٢٠١٨)

بين البحث العلمي والقطاعات الاقتصادية والاجتماعية. (فضيلة، ٢٠١٨، الصفحات ٣١٩-٣٤٨)

وفي سنة ٢٠١٨ اعتمدت الوزارة برنامج مشاريع البحث التكويني الجامعي (PRFU) حسب التعليم رقم (٠٢) ٢٠ فيفري ٢٠١٨، تتعلق بإجراءات قبول وتسيير مشاريع البحث التكويني الجامعي، الجزائر، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

مفهوم مشاريع بحث التكوين الجامعي (PRFU) تعرف مشاريع البحث على أنها وثيقة ل خطة عمل متكاملة تحتوي على الجوانب النظرية والمنهجية والإدارية والمالية، وتعكس تصوره المستقبلي للخطوات والمراحل التي سوف يتبعها لضمان تنفيذ العمل البحثي، والحصول على النتائج المطلوبة. (فضيلة، ٢٠١٨، الصفحات ٣١٩-٣٤٨)

وتعتبر مشاريع بحث التكوين الجامعي فرق بحثية تتكون من ثلاثة أعضاء كحد أدنى وستة أعضاء كحد أقصى، من بينهم رئيس المشروع، تتبنى كل فرقة بحثية موضوعا للبحث فيه لمدة أربع سنوات، شرط أن ترتبط هذه المواضيع بتحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والعلمية والتكنولوجية للبلاد، والتكوين في الدكتوراه الذي يتم توطينه في المخبر، والمستجدات العلمية و تمثل مشاريع البحث التكويني الجامعي دعما للتكوين في الدكتوراه في مؤسسات التعليم العالي، وترتكز أهدافها على مناقشات أطروحات الدكتوراه والمنتوج العلمي. (الوزارة، ٢٠ فيفري ٢٠١٨)

٢.٢- المشروع الوطني للبحث: PNR

يشترط هذا المشروع وجود شريك اقتصادي واجتماعي ومؤسسة للتوجيه وكذلك يجب أن يكون تابع للمخبر.

وبعد الموافقة على المشروع تقوم مؤسسة التوطين والتي هي الجامعة بإمضاء عقد مع مؤسسة التوجيه، ويقوم مشروع PNR بدوره بإمضاء عقد آخر مع نفس مؤسسة التوجيه التي يتبع لها.

ومن ضمن مؤسسات التوجيه في الجزائر نجد: CREAD. CDER. ANDRU...CRASC. إلخ.

ثم تقوم الجامعة التي ينتمي إليها مشروع PNR بإمضاء عقود مكافأة نشاطات البحث لفائدة سلك الأساتذة مع رئيس المشروع، وكذلك مع كل عضو تابع له، أي أن كل عضو يُمضي عقدا آخر خاصا به (ليس مشتركا)، وهذا العقد يحتوي على الجانب المالي، وكذلك يحتوي على إذا ما كان المتعاقد (عضوا أو رئيس مشروع) يحمل مسؤولية إضافية كمدير مخبر مثلا وهذا يفرض وثيقة إشهاد منصب يُمضيها مدير المخبر ومدير الجامعة، بعدها ترسل الجامعة نسخة من هذه العقد والوثائق إلى مؤسسات التوجيه المعنية.

٢.٣- المنصة الجزائرية للمجلات العلمية ASJP

يعد تتمين البحث العلمي من أهم الأهداف التي سطرتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالجزائر من خلال تحفيز طلبة الدراسات العليا

للمعهد، غير أنه يمكن تمديد تربص الأستاذ الباحث لسنة أخرى أو تسيّره بدون إشعار أو تعويض مسبق بعد أخذ رأي هيئة التقييم البيداغوجية والعلمية الأعلى مباشرة.

بالإضافة إلى التكوين التحضيري أو ما يعرف بالمرافقة البيداغوجية لشغل مهام وظيفة الأستاذ الباحث، يستفيد هذا الأخير أيضا خلال مساره المهني بعد الترسيم من التكوين المستمر في شكل دورات لتجديد المعارف أو تحسين المستوى في الجانب البيداغوجي أو التعليم عن بعد أو في جانب البحث العلمي، كما يستفيد أيضا من التكوين الإقليمي بالخارج الذي يزيد عن ٢٠ أشهر بشروط محددة قصد إنجاز أطروحة الدكتوراه، ومن تربصات قصيرة المدى لتحسين المستوى بالخارج، ويستفيد أيضا الأستاذ الباحث قسم -أ- من عطلة علمية مدتها سنة لتجديد معارفه للمساهمة في تحسين النظام البيداغوجي والتنمية العلمية الوطنية. (رقم، ٢٠١٤/٠٦/٠٦)

ونظرا للدور الكبير الذي تلعبه الرقمنة في تطوير العملية التعليمية وجودة مخرجاتها بما ينعكس على التنمية المستدامة، عملت الدولة الجزائرية من خلال وزارة التعليم العالي على تبني إستراتيجية رقمية القطاع تنفيذًا لاستراتيجية الجزائر الإلكترونية ٢٠١٣ التي تعتبر خطوة هامة للوصول إلى الحكومة الإلكترونية في جميع القطاعات.

تضمنت الإستراتيجية المذكورة عدة أهداف لتحقيق الحكومة الإلكترونية في الجزائر أهمها:

- عصرنة الإدارة بإدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتقريبها من المواطن.
- إنجاز منشآت الاتصالات ذات التدفق السريع مؤمنة وذات نوعية عالية.
- وضع برنامج يمنح الأولوية للتكوين العالي والتكوين المهني في مجال تكنولوجيا الإعلام.
- التحسيس بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في تحسين معيشة المواطن وفي التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- الاستفادة من التجارب الدولية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- وضع تنظيم مؤسسي منسجم يتمحور حول ثلاثة مستويات: التوجيه، المتابعة، التنسيق.
- كما تضمنت الاستراتيجية المذكورة عدة محاور لها علاقة بالرقمنة أهمها:
- تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية.
- آليات والإجراءات الكفيلة بتمكين المواطنين من الاستفادة من تطوير تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- تطوير الكفاءات البشرية .

يلاحظ على هذه الاستراتيجية أنها وضعت أسس ومتطلبات تحقيق الرقمنة في جميع القطاعات بما فيها قطاع التعليم العالي والبحث

من أهم الأدوار التي جاءت بها المنصة الجزائرية للمجلات (ASJP) في دعم حصر كلا النشر والبحث العلمي في ما يلي:

- وسيلة فعالة للتعريف بالإنتاج العلمي المنشور في المجلات العلمية التي ظلت حبيسة في الشكل الورقي لمدة طويلة.
- أداة مهمة تساهم في إعلام الباحثين والأساتذة بالمجلات العلمية المحكمة لنشر بحوثهم فيها أو الاعتماد عليها من أجل الترقيات العلمية.
- تساهم بشكل كبير في تداول البحوث في سياق ما يعرف بالنشر الأكاديمي الجامعي.
- وسيلة لتخطي مشاكل النشر في الجامعات الجزائرية من خلال توفيرها لإمكانية إرسال الأعمال والبحوث بطريقة مباشرة إلى فريق عمل الة المختارة من طرف الباحث.
- تعتبر مشروع وطني يساهم بشكل كبير في دعم وإثراء المحتوى الرقمي على شبكة الانترنت.

٣. رقمنة الحياة المهنية والمسار المهني لأعضاء هيئات التدريس وباقي الفئات المهنية الأخرى:

من أبرز الخطوات التي قامت بها وزارة التعليم العالي الجزائرية تكوين الأستاذ الجامعي كأحد متطلبات نجاح تجسيد الرقمنة وتحقيق جودة التعليم العالي، يعين المترشح الناجح في المسابقة أو قبول التوظيف على أساس الشهادة بصفة أستاذ مساعد -ب- متربص، ويلزم بإجراء تربص تجريبي مدته سنة، يتخلله تكوين تحضيري أو ما يسمى بالمرافقة البيداغوجية. (المادة ١٣، ٢٠١٦/٠٧/٢٠)

ظهر التكوين التحضيري أو المرافقة البيداغوجية سنة ٢٠١٦ فقط، وقبل هذا التاريخ لم يكون الأستاذ الباحث يخضع لأي تكوين خلال فترة التربص، يتلقى الأستاذ الباحث طبقا للقرار الوزاري ٩٠٠ قبل ممارسة مهامه تكوينًا تحضيريًا يتعلق أساسًا بإكسابه بعض المهارات والمعارف ذات الصلة بمهام التدريس، والتي تتمثل أساسًا في :

- تدريس مبادئ التشريع الجامعي.
- مدخل للتعليمية والبيداغوجيا.
- علم النفس التربوي.
- كفايات تصميم الدروس وإعدادها.
- الاتصال البيداغوجي.
- كفايات تقييم الطلبة.
- التعليم عن بعد.
- استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التدريس.

بعد انتهاء فترة التربص التي مدتها سنة يرسم الأستاذ الباحث في رتبته بقرار أو مقرر صادر عن مدير مؤسسة التعليم العالي بعد أخذ رأي اللجنة العلمية بالنسبة للكلية والمدرسة أو المجلس العلمي بالنسبة

العلمي، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:
(La stratégie. e-Algérie, 2013, p. 08)

• النظام الوطني للتوثيق عبر الخط (Système national de Documentation en ligne) هو نظام أنشأه مركز (CERIST) خاص برقمنة أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير والبحث عنها عبر الخط يدعى اختصارا ب (SNDL)

• البوابة الجزائرية للمجلات العلمية (Algerian scientific journals platform) هي أرضية رقمية تدعى اختصارا ب (ASJP): خاصة بالمجلات العلمية، تنشر فيها الأبحاث العلمية في جميع المجالات، أنشأها مركز البحث عن المعلومة العلمية والتقنية (CERIST) تدار تقنيا من المركز المذكور وعلميا من قبل رؤساء تحرير المجلات.

• الأرضية الرقمية البيداغوجية (E- learning) هي أرضية رقمية بيداغوجية تفاعلية، توضع فيها ملخصات الدروس بمختلف أشكالها، فهي وسيلة تواصل رقمية بين الأساتذة والطلبة تم إنجازها من طرف البرنامج المطور. (Moodle)

• الإيميل المهني Email institutionnel هو بريد إلكتروني يستعمل في التواصل بين المؤسسات الجامعية وبينها وبين الوزارة، وفي التواصل بين الإدارة والأساتذة، ويوضع أيضا تحت تصرف الطلبة للتواصل بين الأساتذة في مجال الأعمال البيداغوجية.

نلاحظ أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي انخرطت في المجهود الوطني الرامي إلى التحول الرقمي والذي، وذلك من خلال رقمنة متصاعدة للقطاع، تشمل جانب التسيير البيداغوجي والتسيير الإداري وجانب البحث العلمي.

إن دور الأستاذ الجامعي المكون تكوينا جيدا في مجال البيداغوجيا والتعليمية وفي كيفية استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالغ الأهمية والأثر على تحقيق الرقمنة وجودة التعليم العالي، ويظهر ذلك في الجوانب التالي :

• تنمية مهارات الأستاذ في الجانب التعليمي والبيداغوجي بما يسهم في جودة التعليم العالي، فالأستاذ في التعليم عن بعد في إطار الرقمنة ينتقل من تلقين المعارف إلى توجيه وتنشيط العملية التعليمية.

• توفير بيئة تعليمية متزامنة وغير متزامنة تعتمد على التعلم الذاتي والتفاعل، وهذا ما يحفز على التكوين والبحث بما ينعكس إيجابا على مخرجات العملية التعليمية ويحقق أهداف التعليم والبحث في إطار الخطة العامة للدولة في التنمية بمختلف أبعادها.

• إثراء وتجديد المقررات الدراسية وإثرائها بصفة دورية وفق متطلبات المعايير العالمية للجودة، ووفق متطلبات المهن والحرف الموجودة في سوق العمل، وهذا ما يسمح للجامعة بتبوء مكانة ضمن تصنيف الجامعات في العالم، وكذا يسمح لها بالافتح على محيطها الاقتصادي والاجتماعي بما يساهم في التنمية بكافة أبعادها.

• استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العملية التعليمية.

• تحسيس الأسرة الجامعية بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين وتجويد العملية التعليمية والبحث العلمي والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

• توفير التجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال باعتبارها من البنى التحتية الضرورية لتجسيد الرقمنة.

• تكنولوجيا الإعلام تطوير الكفاءات البشرية: ويشمل تعليم الإعلام والاتصال كشعبة مستقلة وتعليمها للطلبة في جميع الشعب، وتكوين المورد البشري التابع لقطاع التعليم العالي في المجال المذكور.

• الاستفادة من تجارب الدول الأخرى في مجال الرقمنة، ويكون ذلك بتبادل والخبرات والبعثات العلمية والتكوينية.

• أثمرت جهود وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في مجال الرقمنة العديد من النتائج ساهمت في تطوير التعليم العالي نذكر على سبيل المثال (الدين م، ٢٠٢٠/٠٣/٠١، الصفحات ٢٤٩-٢٥٤)

على مستوى الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال:

اهتمت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بتكنولوجيا الإعلام والاتصال كشعبة، حيث يتم التكوين فيها في كليات العلوم في أغلب جامعات الوطن، كما تدرس أيضا كمادة في أطوار التعليم خاصة في طوري الماجستير والدكتوراه.

بالإضافة إلى ذلك تمتلك الجامعات الموارد البشرية المخصصة لرقمنة التعليم العالي من مهندسين وتقنيين المكلفين بإدارة وتسيير أنظمة المعلومات والبرامج ومختلف الأجهزة والمعدات المختلفة، وكذا لصيانة شبكات الأنترنت والإعلام على مستوى البرامج وأنظمة المعلومات:

عملت الوزارة على إنشاء العديد من البرامج والمنصات الإلكترونية في مجال التعليم العالي والبحث العلمي نذكر منها على سبيل المثال:

• نظام البرقراس (Système progres) هو عبارة عن أرضية رقمية وطنية تتضمن قواعد بيانات رقمية تخص متابعة المسار الدراسي للطلبة الجامعيين في الطور الأول والثاني والثالث، وكذا تسيير الخدمات الجامعية للطلبة فيما يخص الإيواء والمنح، بالإضافة إلى ذلك تسيير المسار المهني والبيداغوجي للأساتذة الجامعيين.

• نظام تسيير المكتبات الجامعية (Système normalisé de gestion de bibliothèque) هو نظام رقمي يدعى اختصارا بسنجاب (syngeb) خاص بتسيير المكتبات الجامعية من إنشاء وتطوير مراكز البحث عن المعلومة العلمية والتقنية (CERIST) ويعمل على شبكات المعلوماتية المحلية والأنترنت.

الجامعي، فيمكن ربط التكوين بالمسار المهني كمحفز لجلب الاهتمام بالدورات التكوينية، فتدرج مثلا كما سبقت الإشارة نتائج التكوين القاعدي في ترسيم الأساتذة الجدد، وفي ترقية الأساتذة إلى مختلف الرتب، وتحتسب مدة الدورات التكوينية كمدة تخفيض للترقية في الرتبة أو الدرجة، كما يمكن أيضا اعتماد معيار المشاركة في الدورات التكوينية للتعين في الناصب العليا الإدارية والبيداغوجية والترشح لعضوية اللجان والمجالس العلمية. (مراد، ٢٠٢١، صفحة ٥٦)

المحور الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية

١. المنهج و الأدوات المستخدمة في الدراسة:

١.١ مجال الدراسة

أ_ الحدود المكانية

تمت هذه الدراسة في القطب الجامعي تاسوست (جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل (الجزائر).

ب _ الحدود الزمنية

أنجز هذا البحث في السنة الجامعية ٢٠٢٢/٢٠٢٣ حيث استغرق الجزء النظري من بداية شهر جانفي إلى بداية شهر فيفري، أما الجانب الميداني فقد استغرق الأسبوع الأول من نفس الشهر إلى منتصف شهر مارس، حيث تمت القيام بإجراء المقابلة مع الزملاء، ثم تفسير وتحليل واستنتاج بياناتها خلال هذه المدة.

ج. الحدود الموضوعية

متغير الدراسة (دراسة استكشافية مع هيئة أعضاء التدريس بالكلية الأربعة حول مكانة الهوية الاجتماعية في ظل رقمنة قطاع الجامعة).

١.٢- **المنهج المستخدم:** اتبعنا في هذه الدراسة منهج البحث الميداني الوصفي و الذي يلجأ إليه عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، و ترجع أسباب اختيارنا لهذا المنهج إلى ثلاثة نقاط أساسية هي:

- أننا بصدد تحليل ووصف ظاهرة موضوع الدراسة طبقا للواقع الموجود.
- هذا المنهج يساعد على توضيح المفاهيم و القضايا التي وردت في الدراسة.
- هذا المنهج يساعد على جمع أكبر قدر من المعلومات عن مجتمع البحث.

١.٣- **أدوات جمع البيانات:** أدوات جمع البيانات هي جملة من التقنيات التي يستعملها الباحث في جمع المعلومات الخاصة بموضوع البحث، حيث أن الأدوات المستخدمة لم توضع عشوائيا بل خضعت إلى طبيعة الموضوع ذاته، فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث، وتمثلت أساسا في:

• إقامة نظام فعال للاتصال بين مكونات العملية التعليمية: الأستاذ، الطالب، الإدارة ويشمل التواصل في إطار العمل البيداغوجي والتعليمي، وفي العمل الإداري بين الإدارة والأساتذة أو بينها وبين الطلبة. (سمير، ٢٠٢٠/٠٣/٠١، الصفحات ١٥١-١٥٦)

• تحقيق مزايا الإدارة الإلكترونية في مجال التعليم، حيث توفر الاقتصاد في الوقت والمال والجهد، فالتعليم يكون متاحا في جميع الأوقات وبأقل التكاليف وسرعة في الحصول على المعلومات والبيانات.

• المساهمة في بناء أنماط جديدة من التعليم على غرار التعليم الإلكتروني، فيمكن بواسطة الرقمنة وضع نظم تعليمية عن بعد لفئات لا تسمح لها ظروف العمل أو البعد في متابعة التعليم الحضوري.

• تحقيق جودة التكوين حيث يساهم الأستاذ المكون في إنجاح عملية التعليم وتخريج دفعات من الكفاءات القادرة على رفع تحدي تنمية البلاد في جميع الميادين، فجودة التكوين أحد الميادين المستهدفة ضمن الاستراتيجية الوطنية للجودة في التعليم العالي حسب ما جاء في المرجع الوطني لضمان الجودة الذي تمت الإشارة إليه سابقا.

فخلاصة القول تكوين الأستاذ الجامعي هو حجر الزاوية في تحقيق مشروع الرقمنة وبلوغ أهداف الجودة في قطاع التعليم العالي، فمهما كان حجم الإمكانيات المرصودة من أموال أو سائل إذا لم يوجد الأستاذ المكون لا تتحقق الرقمنة والجودة، فإن وجدت بعض المظاهر فتبقى مؤشرات شكلية مظهرية ذات تأثير محدود جدا.

أما فيما يتعلق بالمتطلبات ذات الصلة بوسائل العمل، فلا بد من توفير الوسائل الضرورية لتجسيد الرقمنة وتجويد العملية التعليمية، ويمكن أن نذكر منها ما يلي:

- إنشاء مصلحة تقنية في كل كلية أو قسم تضم مجموعة من المهندسين والتقنيين للإشراف التقني على الرقمنة والتعليم عن البعد، والمساهمة في تكوين الأساتذة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- وضع مصلحة مجهزة بأحدث الوسائل والعتاد للتكوين توفير قاعات للإعلام ورقمنة النشاطات البيداغوجية والتعليمية.
- توفير أنترنت عالية الجودة وذات سرعة تدفق مناسبة تتوافق ما حجم الاتصال الذي تجريه الإدارة والأساتذة والطلبة داخل المؤسسات الجامعية.
- إنشاء خلايا تقنية خاصة بالدعم التقني والفني للعملية التعليمية، تسهر على مرافقة الأساتذة في تسجيل الدروس المرئية ونشر مختلف المواد التعليمية على الأرشيف الرقمية.
- أما المتطلبات ذات الصلة بتأثير التكوين على المسار المهني للأستاذ

أ- المقابلة:

تمنع حريتهم وتكبح تصرفاتهم، فأصبح تفاعلهم مع هذه التكنولوجيا الحديثة وخاصة ما تحتويه من رقمنة التعليم الجامعي ومدى تفاعلهم معها، الأمر الذي جعلهم يكتسبون قيم ومنطلقات فكرية دخيلة عما هو متعارف عليه في ظل التعليم التقليدي.

وفي العقدين الماضيين عرفت الجامعة تطورات تكنولوجية ومعلوماتية متلاحقة وسريعة، حيث اتجهت إلى تطوير وتحديث نظامها التعليمي، معتمدة في ذلك على أحدث الابتكارات التكنولوجية، من أجل تقديم نوع فعال من التعليم تستجيب له كل أطراف العملية التعليمية، وتشارك فيه لزيادة كفاءته وفعاليته.

وتعد الجامعة الجزائرية من المؤسسات التي سعت ولا زالت إلى تطبيق مشروع الرقمنة في ظل الاستراتيجيات التي أقرتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تباعا، والتي تهدف من خلالها إلى رقمنة القطاع وإرساء أسس التكنولوجيا الحديثة على مستوى إدارات مؤسسات التعليم العالي من جهة. وعلى مستوى الأداء البيداغوجي والتعليمي من جهة أخرى. هذه العملية تمت عبر تطبيق مجموعة من الأنظمة والخدمات الإلكترونية التي وفرها قطاع التعليم العالي من أجل عصرنة القطاع، حيث تمثلت أهم هذه الخدمات في نظام progres، والذي يهتم بالتسيير البيداغوجي وتسيير الموارد البشرية وتسيير الخدمات الجامعية. إضافة إلى نظام تسيير المكتبات الجامعية "سينجاب"، وكذلك البوابة الجزائرية للمجلات العلمية والبريد الإلكتروني المهني وبرنامجي "سيلابس" و"الموودل"، وهم "أرضيتان رقميتان" للتعليم عن بعد وشبكات التواصل الاجتماعي.

محاور مقابلة:

في ظل السؤال الرئيسي الأول: هل حافظت رقمنة التعليم الجامعي عن الهوية الاجتماعية للطلاب الجزائري؟

بالنسبة للطلبة الجامعيين لجأت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر إلى تعميم الرقمنة من خلال العمل على نظام بروغرس، هذا النظام الشامل الذي انعكس إيجابا من خلال توفيره لقاعدة بيانات متكاملة بين الطلبة وهيئة أعضاء التدريس، هذا النظام المعلوماتي ساهم في تعميم عملية التسجيل الإلكتروني لمختلف الخدمات الجامعية، والقضاء على جميع المشاكل التي كان يعاني منها النظام الجامعي الجزائري قبل إدخال الرقمنة، هذا النظام الذي يشتمل على الخدمات الجامعية من طلبات المنحة والإيواء والنقل، ليتوسع بعدها إلى مجالات أخرى والتي من بينها التسجيل في الماستر والدكتوراه.

إذ صرحت هيئة أعضاء التدريس بدرجة متوسطة بأنها حافظت رقمنة التعليم الجامعي عن الهوية الاجتماعية للطلاب الجزائري:

فهم يصرحون بأنها سهلت عليه أداء الكثير من الخدمات الجامعية، من خلال توفير الوقت والجهد والتنقل، وذلك في بداية مساره الجامعي بدءا بالتسجيل إلكترونيا من المنزل بالجامعة في منصة progres أو في منصات الخدمات الجامعية التي قامت بإنشائها الوزارة الوصية، وكذا في التعلم والدراسة من خلال منصة موودل التي أضفت نوعا من الفعالية

أداة المقابلة من أهم أنواع الاتصال الشفوي المباشر، لأنها تعتمد على المحادثة حول العديد من المعلومات والإجابة على جميع الاستفسارات، والتي لا يمكن الحصول عليها إلا من خلال خطوات أخرى في عملية الاختيار التي تحدث وجها لوجه، وعليه وجب مراعاة مهارات الاتصال بهدف عدم تشويه المعنى المراد والمساهمة في القيام بمقابلة ناجحة من حيث توفير المعلومات الكثيرة والعميقة حول الموضوع المراد دراستها ولا تكون المقابلة مثمرة ألا إذا تم التحضير لها جيدا.

وقد استخدمنا في هذه الدراسة المقابلة نصف مفتوحة ويقوم الباحث بتتبع أجوبة المشاركين وطرح المزيد من الأسئلة للاستيضاح.

ب- أسلوب معالجة البيانات:

وقد استخدم في هذا البحث الأسلوب الكيفي للوصف و تفسيراها للوصول إلى نتائج (تم التعامل مع البيانات بطريقة كيفية محضة). ٤,١ مجتمع الدراسة: يتشكل مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس الجامعي في القطب الجامعي تاسوست والذي يحتوي على ٠٤ كليات والمتمثلة أساسا في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية الآداب واللغات.

١,٥- عينة الدراسة: نظرا لاستحالة المسح الكلي لهيئة أعضاء التدريس، لجئنا إلى طريقة المعاينة أو اختبار عينة ومحاولة جعلها ممثلة قدر الإمكان لمجتمع البحث، في ما أجربنا موضوع الدراسة على اختبار عينة عشوائية بسيطة ممن تتوفر فيهم الخبرة ومدة عمل تتجاوز ٥ سنوات خبرة فعلية في الميدان ودراية بطبيعة السلوكيات الفردية التي يتعاملون معها كل مرة. حيث تم إجراء المقابلة على الأفراد الذين قبلوا التعاون معنا بشكل مباشر، فيما تم التوصل إلى الحجم النهائي الذي اختير للعينة وهو (١٠٠) أستاذ.

المحور الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ظل الفرضية الرئيسية

في ظل الفرضية الرئيسية للدراسة ومؤثراتها: حافظت الجامعة الجزائرية على مكانة وأسس الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي بدرجة كبيرة كما يراه أعضاء هيئة التدريس في ظل التعليم عن بعد والرقمنة.

إن استخدام الرقمنة في قطاع التعليم العالي له آثارا إيجابية في تحسين جودة العملية التعليمية عامة، ودرجة التحصيل العلمي للطلاب الجامعي خاصة، لذا تسعى الدولة الجزائرية على غرار باقي دول العالم لتحقيق ذلك.

ومن خلال الانفتاح على شبكة الأنترنت الذي يعيشه المجتمع نجد فئة الشباب الأكثر استخداما لهذه التكنولوجيا الحديثة وخاصة الطلبة الجامعيين بحكم نظرهم المستقبلية غير قادرين على التكيف الكامل مع المجتمع الواقعي نظرا لما يحتويه هذا المجتمع من قيم وعادات وتقالي

رقمنة الجامعة والتعليم عن بعد، إلا أن

في ظل السؤال الرئيسي الثاني: هل حافظت رقمنة قطاع البحث العلمي والنشر على الهوية الاجتماعية لطالب الدكتوراه و نوعية الأبحاث ؟

اختلفت الآراء وتعددت التفسيرات حول مسألة البحث العلمي في ظل رقمنة الجامعة، إلا أن أكثر من نصف أفراد المبحوثين يرون بأنها حافظت رقمنة قطاع البحث العلمي و النشر على الهوية الاجتماعية لطالب الدكتوراه و نوعية الأبحاث، وبالأخص جودة الأبحاث العلمية لطالب الدكتوراه، وتمكينه من تحسين تكوينه وتطوير مشاريعه، ومتابعته إلى حين مناقشته، وتدعيم قدراته وكفاءاته، والإسهام في جعله يتواصل أكاديميا مع جميع الباحثين في العالم، من خلال خلق هوية إلكترونية له، يعرف من خلالها مهنته العلمية، من أبحاث ومقالات ومشاريع وابتكارات واختراعات علمية، تعود بالفائدة له، وللجامعة التابعة له، ولبلده بصفة عامة، وتساهم في تحسين ترتيب الجامعات على مستوى الوطن، وإبراز تميزها وتميز باحثيها.

فهم يقرون أن النشر العلمي في الجزائر من خلال الرقمنة انتشر بشكل أكثر وأصبح بالإمكان على البحوث أن تتعدى الحواجز الجامعية المحلية إلى جامعات وحدود أخرى، لكن نجد بعض إن جودة الأبحاث تضاءلت في مضمونها وتأثرت بقيمة العولمة وحتى نوع الأبحاث ومواضيعها اتجهت للبحث حول مواضيع نوعا ما سطحية.

و لضمان حفظ شامل لمسار الطالب الدراسي الأكاديمي والعلمي والاجتماعي بالنسبة لهذا الجانب المتعلق بنشر الأبحاث العلمية هناك قفزة نوعية في استخدام مختلف المنصات الرقمية في هذا الشأن كالم منصة الجزائرية للمجلات والأبحاث من جهة والتي تتيح للباحث الاطلاع على مختلف الأبحاث المنشورة على عديد المجلات وسبل النشر فيها، بالإضافة إلى نشر الأبحاث العلمية في مختلف محركات البحث التي توفرها شبكة الأنترنت على غرار google scholar - researchgate مما يساهم في الاطلاع على المعرفة الإنسانية بشكل واسع النطاق، كما تعد أكثر أمانا في المحافظة على محتوى البحوث وكشف السرقات العلمية. وعليه تظهر النتائج أنها حافظت رقمنة قطاع البحث العلمي و النشر على الهوية الاجتماعية لطالب الدكتوراه و نوعية الأبحاث بدرجة متوسطة، لأنها تهدف إلى المساعدة في تأهيل الطلبة للحصول على فرص عمل في المستقبل.

في ظل السؤال الرئيسي الثالث: هل حافظت أو برزت رقمنة الحياة المهنية لأعضاء هيئة التدريس الجامعي و المستخدمين على هويتهم الاجتماعية أم لا ؟

كانت معظم إجابات المبحوثين بالإجابة بنعم، إذ يرون أنه فعلا بأن رقمنة قطاع التعليم العالي الجزائري بأنها حافظت على هويتهم الاجتماعية، فكانت التصريحات كما يلي: يرون أن الرقمنة ضرورة ملحة في حياة الفرد وهي مطلب لمجتمع معرفي يقتضي التعامل مع التكنولوجيا واستخدامها لكن يبقى الإنسان لديه حياة اجتماعية وهوية لا بد أن يحافظ على عن طريق تعزيز الأسس والقيم لدى الفرد

بين الأستاذ والطالب، هذا الأخير الذي واكب هذا التغير التكنولوجي الإيجابي الذي أراح عليه الكثير من العناء، مقارنة بالتعليم في السنوات السابقة، فأصبح الطالب الحالي مواكبا للتغيرات الحاصلة منسجما معها، ومتفاعلا رئيسيا فيها، كما كانت هناك ردودا إيجابية من قبل أغلبية الطلبة حول المنصات المستحدثة من قبل الوزارة، يكفي فقط توفير بنية تكنولوجية جيدة وفقط، مدعومة بمتطلبات عصرية، كما يمكن للطالب متابعة مساره الجامعي أول بأول من خلال هاته المنصات، والتي من بينها مودول فهي وسيلة تواصل رقمية بين الأساتذة والطلبة تم إنجازها من طرف البرنامج المطور (Moodle) وبروغرس الذي هو عبارة عن أرضية رقمية وطنية تتضمن قواعد بيانات رقمية تخص متابعة المسار الدراسي للطلبة الجامعيين في الطور الأول والثاني والثالث، وكذا تسيير الخدمات الجامعية للطلبة فيما يخص الإيواء والمنح.

فمسألة رقمنة التعليم الجامعي وتعميم استخدام بيئات التعليم الرقمي عن بعد في الجامعة الجزائرية لا يزال يلقى العديد من التحديات والصعوبات، حيث أنه وبالرغم من الجهود التي يبذلها قطاع التعليم العالي في هذا المجال إلا أن الواقع شيئا آخر بحيث لا يزال أغلب الأساتذة والطلبة لا يستخدمون هذه الوسائط في التعليم وإذا تم استخدامها فإنه يكون بصفة جزئية وغير مجدية، وهذا يرجع أساسا إلى مسألة المحافظة على الهوية الاجتماعية والخوف من مثل هذه البيئات المتاحة على نطاق واسع وبالتالي فإن الطالب الجامعي لا يزال لحد الساعة لم ينخرط بشكل تلقائي في استخدام مثل هذه البيئات وإذا استخدمها فإنه يحاول أن يحافظ على هويته والدليل على ذلك أن أغلبية الطلبة الذين يحضرون في محاضرات التعليم المتزامن المرئي عن بعد فإن الأغلبية منهم لا يفضلون الظهور على شاشات هذه المنصات بشكل مباشر وهذا مؤشر يدل على وجود نوع من التخوف والإحساس بعدم الراحة والأمان من التواجد المباشر في مثل هذه البيئات الرقمية .

إذ لا يمكن الحديث عن الهوية الاجتماعية في ظل غياب التعليم الرقمي الفعلي لأنه ما هو موجود حاليا لا يمت للعالم الرقمي بصلة ولا دور للطالب الجامعي، حيث أنه لا يوجد تفاعل و تأثير في العملية التعليمية في الجامعة، يمكن الحديث عن الهوية الاجتماعية للطالب عند الحديث عن الإدمان على المواقع الألعاب الإلكترونية و الاجتماعية مثلا. بل تأثر بقيمة العولمة التي تأثر بها حتى قبل رقمنة التعليم الجامعي، فرقمنة التعليم زادت من تداخل في مكانة الهوية وحتى في جودة التعليم الجامعي الذي صار يركز على أمور شكلية لا يمكن القول أنها لم تكن إيجابية في الكثير من جوانبها لكن على الوزارة ألا تغفل على أسس الهوية في مضمون التعليم وجودته. لأن الطالب الجامعي بوصفه فردا من المجتمع تأثر بالعولمة من قبل دخوله للجامعة، وقد ساهمت في ذلك استخداماته العديدة والمكثفة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات. بل وأثرت بطريقة سلبية عليها رغم سهولتها وسهولة وصول المعلومة للطالب الجامعي، أي أنها غيرته من طالب محب للبحث العلمي وطالب يبحث عن المعلومة إلى طالب مستقبل لهذه المعلومة فقط (ينتظر كل ما هو جاهز).

وعليه يتضح لنا جليا أن هناك تضارب في الآراء بين أعضاء هيئة التدريس حول مسألة الحفاظ على الهوية الاجتماعية للطالب الجزائري في ظل



مما تبين لنا من خلال دراستنا الميدانية والتي أجريت مع هيئة أعضاء التدريس بإحدى الجامعات الرائدة في مجال الرقمنة والتعليم عن بعد حول مكانة الهوية الاجتماعية وسبل الحفاظ عليها في ظل هذا النمط من التعليم والبحث العلمي في الجامعة تبين لنا أن الفرضية الرئيسية والمعنونة: "حافظت الجامعة الجزائرية على مكانة وأسس الهوية الاجتماعية للشباب الجامعي بدرجة كبيرة كما يراه أعضاء هيئة التدريس في ظل التعليم عن بعد والرقمنة". بأنها تحققت بدرجة الفوق متوسطة حيث تبين لنا من خلال المقابلة التي أجريت معهم بأنهم يقررون بأن على أن رقمنة الجامعة ساهمت في تحسين العملية التعليمية ونقص من المشاكل التي كان عليها النظام التقليدي وأنها تتميز عن كثير من الوسائل التقليدية، بمساهمتها على الحفاظ على المكانة الاجتماعية للشباب الجامعي الجزائري، و كما ساهمت أيضا في إثراء وتحسين وتطوير المساعدة على التعليم والتعلم.

الخلاصة

وخلاصة القول أن استخدام الرقمنة كداعم للعملية التعليمية من الممارسات المستحسنة في الوسط الجامعي من قبل الهيئة البيداغوجية، حيث أكدت الكثير من الدراسات بأن استخدامها داخل الجامعة له أثر ودور إيجابي على التعليم وعلى عملية التعلم على حد سواء، وعليه فإن استخدامها أضحت من الضروريات في مجال العملية التعليمية للشباب الجامعي، فهي توسع حدود التعلم لديهم حيث يمكن حدوثه في أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت، لتصبح إمكانية الوصول إلى المعلومة أو مصادر التعلم ذات الوسائط المتعددة متاحة بسهولة، بغض النظر عن الموقع التي عليه مما يسمح للطالب مواصلة العمل والبحث ويشجعه على التزود من المعرفة.

إذ يمثل التعليم الإلكتروني فرصة كبيرة للشباب الجامعي الجزائري ولم يطمس هويته بل حافظ على الهوية الاجتماعية له، وذلك من خلال التعلم عن طريق أي مكان تواجد به وبالطريقة التي يريدها والوقت الذي يفضلها، وذلك سينشر مبدأ "أن الشباب الجامعي هو الذي سيقود العملية التعليمية حسب احتياجاته وليس الأستاذ كما هو سائد في الجامعة التقليدية.

و توعيته بحسن استخدام الرقمنة في حياته والحفاظ على الهوية الاجتماعية.

فرقمنة قطاع التعليم الجامعي سهل على الأستاذ الجامعي بعض الأعمال واختصارها بشكل كبير لكنه في بعض الجوانب صعب وعقد جوانب عملية أخرى، وساهمت إلى حد ما في إحلال نوع من الفوضى الإلكترونية بسبب ضعف التحكم في التكنولوجيا مما ساهم على وضوح الهوية الاجتماعية للأستاذ. والرفع من فعالية والكفاءة في أداء المهام، إضافة إلى ذلك سهلت عليهم أداء وظيفتهم الرئيسية ألا وهي التدريس، من خلال إنشاء على سبيل المثال منصة مودول، التي تعتبر أحد أمهات التعلم الحديثة، المنتهجة من قبل وزارة التعليم العالي، فهي تتميز بمزايا عديدة، من بينها توفير المحتوى التعليمي المفتوح بطريقة مرنة يلغي من خلالها الحواجز المكانية والزمانية في التعلم، وتقليل التكاليف، فمنصة مودول تساعد هيئة التدريس على إدارة الأنشطة التعليمية ومتابعتها، وتقديمها، وفي التعليم المستمر للطلبة، بالإضافة إلى منصة progres، يمكن من خلالها الأستاذ صب العلامات، وكذا التسجيل في مختلف النشاطات والتربصات العلمية الخاصة به، من خلال المنصات المصممة لخدمته وتحسين وتطوير مجال عمله.

كما يرون أيضا بأن الأساتذة الجامعيين يهتمون بكل ما يتعلق بالرقمنة من دورات و... إلخ، رغم أنه لا يزال يسير بوتيرة بطيئة نظرا لوجود مقاومة وعدم تقبل من قبل الأساتذة الذين لا يحوزون على مهارات استخدام أجهزة الإعلام الآلي والأجهزة الذكية، وأغلبهم يمتلكون خبرة مهنية طويلة على عكس الأساتذة الجدد نلتمس وجود رغبة في استخدام منصات تسير الحياة المهنية لأطر التدريس على غرار بروغرس أو حتى منصات التعليم عن بعد مودول... إلخ.

وعليه تظهر النتائج بالإضافة إلى ذلك تسير المسار المهني والبيداغوجي للأساتذة الجامعيين. فرقمنة تساهم في تحسين العملية التعليمية، وأنها تتميز عن كثير من الوسائل التقليدية السابقة من خلال المساهمة في إثراء وتحسين وتطوير المساعدة على التعليم والتعلم، والذي يتضمن في تعليم وتعلم موضوعات دراسية مختلفة بواسطة الحاسوب إما بشكل مكمل أو يحل مؤقتا محل هيئة أعضاء التدريس.

النتيجة العامة



قائمة المراجع

١. ابن منظور، (2003)، لسان العرب، 2003، دار الكتب العلمية، إيران.
٢. العتيبي، عبد المجيد بن سلمي الروقي، (2019)، معايير الجودة في أنظمة التعليم الإلكتروني، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، العدد السابع، مصر.
٣. الحمزة منير، صدار نور الدين، (2018)، نحو منصة جزائرية مفتوحة لنشر العلوم: دراسة تقييمية لمنصة الدوريات العلمية الجزائرية ASJP، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة الدولية الثالثة حول النفاذ الحر، مدرسة علوم المعلومات، المركز الوطني للوثيق، الرباط.
٤. بوطيه مراد، (2021)، تكوين الأستاذ الجامعي ضرورة لتحقيق الرقمنة وجودة التعليم العالي، كلية الحقوق والعلوم السياسية بودواو، جامعة بومرداس، الجزائر.
٥. بن السبتي عبد المالك، سدوس رميسة، (2018)، المنصة الجزائرية للمجلات العلمية ASJP بين تطوير البحث العلمي وتجسيد التوجه نحو النفاذ الحر للمعلومات. ورقة عمل مقدمة إلى الندوة الدولية الثالثة حول النفاذ الحر، مدرسة علوم المعلومات، المركز الوطني للوثيق، الرباط.
٦. حذري فضيلة و بطوش كمال، (2018)، أرضيات مشاريع البحث العلمي : نموذجاً أرضية cnepru استثمار تكنولوجيا بمزايا تفاعلية، حوليات جامعة قلمة، العدد 24، للعلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر.
٧. حمايدي مسعودة، سلامي خديجة، (2020)، التعليم الجامعي ودوره في دعم التنمية، مقال منشور في مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 07، جامعة الجلفة، الجزائر.
٨. حبيب فائقة سعيد، (1988)، نظام إداري مقترح لتعليم جامعي في المملكة العربية السعودية في ضوء بعض الخبرات المعاصرة. رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، مصر.
٩. ربحي تبوب فاطمة الزهراء، (2021)، التعليم الإلكتروني آلية لضمان الجودة في التعليم العالي، كلية الحقوق والعلوم السياسية بودواو، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر.
١٠. زايد، أحمد، (2006)، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، مجلة عالم المعرفة، العدد 326، الكويت.
١١. سعيد يقطين، (2005)، من النص إلى النص مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، ط1، مركز الثقافي العربي، بيروت.
١٢. سحر محمد وهبي، (1996)، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
١٣. شلغوم سمير، (2020)، الرقمنة كآلية لضمان جودة العملية التعليمية، مداخلة في الملتقى الوطني المتعلقة، بدور الرقمنة في الجودة في التعليم العالي، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 02.
١٤. عبد الرحمن، محمد السيد، (1998) مقياس موضوعي لرتب الهوية الإيديولوجية والاجتماعية في مرحلتين المراهقة المتأخرة والرشد المبكر، كلية التربية، جامعة الزقازيق، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
١٥. على أحمد الطراح، (2003)، المشكلات الشخصية والمجتمعية للشباب الكويتي- دراسة ميدانية مقارنة-، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 19، العدد 02، الكويت.
١٦. عامر، طارق عبد الرؤوف، (2013)، التعليم عن بعد والتعليم المفتوح، البازوري العلمية للنشر والتوزيع الأردن.
١٧. غزال عبد القادر، بورحلي وفاء، (2018)، المعرفة العلمية في الفضاء الافتراضي عبر المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي: من ضرورات الإتاحة إلى سبل الإغناء: دراسة وصفية تحليلية لإتاحة الدوريات العلمية عبر المواقع الإلكترونية للجامعات الجزائرية. ورقة عمل مقدمة إلى الندوة الدولية الثالثة حول النفاذ الحر، مدرسة علوم المعلومات المركز الوطني للوثيق، الرباط.
١٨. كمال زيتون، (2002)، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصال، عامل الكتب، القاهرة.
١٩. مفتاح محمد داب، (2016)، معجم مصطلحات إدارة المعلومات وإدارة المعرفة، دار المنهج للنشر والتوزيع، جامعة طرابلس، ليبيا.

٢٠. محمد عبد الرزاق إبراهيم، (2017)، وهاني محمد يونس موسى، القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين، كلية التربية، جامعة بنها، مصر.
٢١. مبروك عز الدين، (2020)، الرقمنة من المنظور التقني، مداخلة في الملتقى الوطني المتعلقة بدور الرقمنة في الجودة في التعليم العالي، كلية الحقوق - جامعة الجزائر 02.
٢٢. التعليم رقم (02) 20 فيفري 2018، تتعلق بإجراءات قبول وتسيير مشاريع البحث التكويني الجامعي، الجزائر، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجزائر.
٢٣. الموسوعة العربية العالمية، (1999)، الطبعة الثانية، الجزء 07، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية.
٢٤. المادة 16 و 04 من المرسوم التنفيذي رقم 130 /08 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالباحث الدائم، والقرار رقم 932 المؤرخ في 20/07/2016 يحدد كفاءات تنظيم المرافقة للأستاذ الباحث حديث التوظيف، صادر عن وزير التعليم العالي والبحث العلمي، الجزائر.
٢٥. المادة 14 من المرسوم نفسه، والمادة 00 وما بعدها من المرسوم الرئاسي رقم 14-196 المؤرخ في 06/06/2014، يتضمن تنظيم التكوين وتحسين المستوى في الخارج وتسييرها، الجريدة الرسمية، العدد 42، 2014، الجزائر.
٢٦. cornell university : What's a Zoom Meeting? What's a Zoom Webinar?, it.cornell.edu, Retrieved 28 / 03 /2023, Time 21:30.
٢٧. la recherche scientifique ; guide d'utilisateur,domaine fve;version 1, 2015, p 13_14.
٢٨. ministère de l'enseignement superieur et la recherche scientifique guide d'utilisateur,module du référentiel en commun;version 01, 2014, p 07.
٢٩. stratégie e-Algérie 2013, www.algerianembassy.ru/pdf/e-algerie2013.pdf, p 08.
٣٠. www.papsesrs.programme/dz . 2018.

مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الافتراضية

د. ريم زنانرة

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل- الجزائر
rimazenanra@yahoo.com

د. شريفة العيد

جامعة أبو القاسم سعد الله - الجزائر
cherifa.elaid@univ-alger2.dz

ملخص

شهدت العقود الخمسة الماضية تطورات متسارعة أهمها التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال الجديدة التي أنجبت وسائل الإعلام الجديد وأوصلتنا إلى القرية الكونية التي تحدث عنها مارشل ماكلوهان في نهاية الستينات من القرن الماضي، حيث أكد على حتمية التكنولوجيا التي دخلت كل المجتمعات وغيّرت من مفاهيم الرقابة التقليدية وأضفت الكثير على مفهوم الحريات العام وقد نلتمس العذر لكل من يتساءل عن مدى استخدام المنصات والأشكال الرقمية بوصفها "جديدة" فالتكنولوجيا والشبكات الاجتماعية والإعلامية كلها مفاهيم تتغير وتتطور أحيانا لبعث السرور في نفوسنا كما وصفها الكثير بأنها طفرة في عملية الاتصال والتواصل الاجتماعي أدت إلى خلق مجتمعات موازية للمجتمع الحقيقي الواقعي ألا وهي المجتمعات الافتراضية التي اكتسحت الحياة الفردية، وأصبحت جزءا هاما منها بل أكثر من ذلك أصبحت أكثر أهمية من الجماعة التقليدية وهو الأمر الذي سيتم معالجته من خلال هذه الورقة البحثية التي تهدف إلى البحث في واقع الهوية الافتراضية للشباب في ظل المولود الجديد لتكنولوجيا الاتصال مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية

الهوية، الهوية الافتراضية، مواقع التواصل الاجتماعي، الشباب

المقدمة

لقد قادتنا اختراعات تكنولوجيا الاتصال إلى التواصل الافتراضي الذي يسمح بنسج علاقات اجتماعية واسعة النطاق لها تأثيراتها على مستوى الهوية الشخصية للأفراد وحتى الاجتماعية، وهو الموضوع الذي سيتم البحث فيه خاصة في ظلّ التحديات الراهنة، حيث الانفتاح للأ محدود والمتسارع واللامشروط على الآخر من شأنه أن يؤثر على ملامح هوية المستخدم لهذه الوسائط التي لها من الخلفيات والسياقات ما يتعدى المحلي إلى العالمي فيما يتعلق باللغة والمصطلحات والرموز والإشارات، وحدود الزمان والمكان.

إنّ المستخدم لهذه الوسائط الاتصالية وضع نفسه في خانة المستهلك لمجموعة من الرسائل والمضامين ضمن فضاء يجمع بين عالمين متقاربين ومتباعدين في الحين ذاته بل لا يعدو أن يكون مجرد آلية ساهمت في تكريس منظور هوياتي جديد انصهر فيه الواقعي بالافتراضي، وبذلك وجب التأمل في استعمالات هذه الشبكات ومحاولة كشف أبعادها ومآلاتها في إنتاج رمزية المحتوى الذي يتم إنتاجه وتداوله خلالها.

الإشكالية

بالنظر إلى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الشباب نجد الكثير منهم يستخدمها تحت هويات مجهولة، وليس بشكل صريح

شهدت العقود الخمسة الماضية تطورات متسارعة أهمها التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال الجديدة التي أنجبت وسائل الإعلام الجديد وأوصلتنا إلى القرية الكونية التي تحدث عنها مارشل ماكلوهان في نهاية الستينات من القرن الماضي، حيث أكد على حتمية التكنولوجيا التي دخلت كل المجتمعات وغيّرت من مفاهيم الرقابة التقليدية وأضفت الكثير على مفهوم الحريات العامة، وقد نلتمس العذر لكل من يتساءل عن مدى استخدام المنصات والأشكال الرقمية بوصفها "جديدة" فالتكنولوجيا والشبكات الاجتماعية والإعلامية كلها مفاهيم تتغير وتتطور أحيانا لبعث السرور في نفوسنا وأحيانا أخرى لبث الخوف في نفوسنا، لقد أصبحت إحدى الخبرات الأساسية للبشرية، بل أصبحت عنصرا أساسيا من عناصر التعبير والتواصل، حيث نلاحظ تهافت أفراد المجتمع على استخدام تقنيات الاتصال في علاقاتهم الاجتماعية والأسرية، ولم يبق فضاء حيائي إلا ودخلته، مما زاد من ترابط الأفراد مع هذه التكنولوجيات الاتصالية والتي تعدّ شبكات الأنترنت إحدى أهم منتجاتها التي أخذت في التطور والانتشار، فقد أصبحت المجتمعات العالمية رقمية بامتياز في ظلّ مجتمع شبكي افتراضي سهل من مهمة التواصل بين الأفراد من خلال أوعية اتصالية أسفرت عنها تكنولوجيا الاتصال على شاكلة الهاتف النقال واللوح الإلكتروني وما يصاحبها من وسائط (الفيسبوك، تويتر، الفايبر، فليكر، تمبلر، بلارك، أوركوت، ماي سبيس، ميكسبي، هاي فايف).

النقال تنتج التفاعل ثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم أو هي وسائل التواصل عبر المنصات صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين إيجاد إنتاج المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومصادرها.

كما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميولات، إذ تتيح هذه المواقع التواصل بين المستخدمين في بيئة افتراضية وتسمح لمستخدميها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية (نومار، ٢٠١٤، صفحة ٤٤)

وعموما تصنف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الجيل الثاني "الويب"، وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات، وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على الأشخاص الذين لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتم ومشاركة الصور، والمذكرات والملفات مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل.

ب- الهوية الافتراضية:

قبل التعرّف لمفهوم الهوية الافتراضية لابد من الوقوف عن مفهوم الهوية لغة مشتقة من ضمير "هو" ومعناها صفات الإنسان وحقيقته وأيضاً تستخدم للإشارة والخصائص التي تتميز بها الشخصية الفردية. (مذكور و آخرون، ١٩٧٦، صفحة ٧٥)

وتعرف الهوية بأنها تحديد المميزات الشخصية للفرد من خلال مقارنة حالته بالخصائص الاجتماعية العامة (بدوي، ٢٠١٧، صفحة ١٩٠)

ويعرفها العربي ولد خليفة بأنها: "حيّز يشغله الفرد في بيئة اجتماعية، فهي الإحساس بالانتماء والتعلق بالجماعة، وعليه فالقدرة على إثبات الهوية مرتبطة بالوضعية التي تحتلها الجماعة في المنظومة الاجتماعية ونسق العلاقات الاجتماعية. (ولد خليفة، ٢٠٠٧، صفحة ٩)

ت- مفهوم الهوية الافتراضية:

إنّ مفهوم الهوية الافتراضية فرضية التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصال التي استحدثت الكثير من المفاهيم والممارسات، خاصة ما نتج عنها من استحداث فضاء افتراضي، وعلاقات افتراضية وجماعات افتراضية وكذا هويات افتراضية والتي تطرح إشكالات مفاهيمية خاصة على مستوى الوجود الافتراضي للفرد.

وحسب موسوعة الويب webopedia تعرف الهوية الافتراضية بأنها: "الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين، وحسب هذا التعريف فإنّ الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الأنترنت، فتكون عملية الاتصال تتم بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي: الشخص العادي، الهوية الافتراضية، والأشخاص الآخرين (بايوسف، ٢٠١٣، صفحة ٤٧٠) ث- مفهوم الشباب:

إن ظاهر التستر عن الهوية الحقيقية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من كلا الجنسين وإظهار ذواتهم تحت أقنعة وهويات مستعارة بألعاب وصور وبيانات مغلوطة، يجعلنا في حيرة عمّن يؤطر المحتوى والمضامين في هذه الوسائط، ومع من تبني العلاقات الافتراضية خاصة وأن التخفي في مواقع التواصل يوحي بأنّ هناك خلفيات وراء ذلك من الحرج في استخدام الأسماء والألقاب والصور الشخصية بشكل صريح إلى التمتع بهامش أوفر من الخصوصية والحرية في المشاركة والطرح والنقد، أو وجود دوافع احترازية للبقاء بعيداً عن الأضواء، كل هذا يقودنا إلى طرح التساؤل ما خلفيات تبني الشباب لهوية رمزية افتراضية ضمن فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف البحث

تلخّصت في النقاط التالية:

١. ما هي سمات وخصائص إشباعات الهوية الافتراضات ضمن فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما هي الخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب لهوية افتراضية؟
- التوصل إلى معرفة سمات الهوية الافتراضية والحدود الفاصلة بينها وبين الهوية الحقيقية.
- التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في فضاء المجتمعات الافتراضية وأثرها على العلاقات الحقيقية داخل المجتمع.

تحديد المفاهيم

١- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية): صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في العام ١٩٥٤ من قبل "جون بارنز" الذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن (العود، ٢٠١١-٢٠١٢، صفحة ٣٢)، وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت العالمية (world wicd web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات (الصاعدي، ٢٠١٢، صفحة ٩)

وبتعبير آخر هي مواقع أنترنت تمكن المستخدمين من المشاركة والمساهمة في إنشاء صفحات أو ملفات خاصة بهم تساعد على التواصل، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات مثل: المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة وغيرها.

وتعرف أيضاً بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذا العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كشجيرة فريقت معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسيته في بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص . (الشمايلة و آخرون، ٢٠١٤، صفحة ٨٣)

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات على الأنترنت أو الهاتف



إشباعات الهوية الافتراضية نجد أن هذه السمات والخصائص كامنة في المجتمع الافتراضي نفسه وهي:

- التبادل الفوري للمعلومات، وهي خاصية غير متوفرة في مجتمع الحياة الواقعية، وهذا يتيح للشباب المساهمة الفعالة في العديد من الأنشطة من بيوتهم، مثل التسوق ودفع الفواتير، والبحث عن معلومات محددة. (دغمان، دس، صفحة ٢٠٧)
- مناقشة القضايا ذات الطابع الاجتماعي العام في مضامين تتوافق مع اهتمامات الأفراد.
- تنمية التواصل الاجتماعي للمنطويين والمنعزلين اجتماعيا: حيث يوجد أفراد لديهم مشكل في التواصل يتميزون بالانطوائية وجدوا ضالتهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يحدث داخل هذا الفضاء تفاعل اتصالي مع أشخاص غير معروفين، في الوقت الحقيقي لكن لا يوجد أناس فعليون واتصالات حقيقية كما في الواقع، فيشكل هؤلاء علاقات افتراضية يتشاركون من خلالها اهتماماتهم الفعلية، حيث قدمت مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التواصل والتلاحم بين مجموعة من الأفراد المتباعدين مكانيا والمختلفين زمنيا، هذا من جهة ومن جهة أخرى ومن جهة أخرى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الانقطاع الجزئي عن العالم الواقعي بالتدريج بالنسبة لبعض الأشخاص.
- التمرّد على العادات والتقاليد إذ في المجتمعات الافتراضية لا قانون ولا رقابة، ويستطيع الأفراد تحقيق ميولاتهم ورغباتهم التي لا يستطيعون الوصول إليها في الواقع الحقيقي بفعل القيم والمعايير الاجتماعية التي تحكمهم.
- التفكير بحرية، والتعبير عن كل المواضيع، إذ يشكل الخيال لدى عدد كبير من الناس متعة فائقة قد تفوق تلك التي يحصلون عليها في مجتمعاتهم الواقعية أو الحقيقية، فالتفاعلات المصاحبة للخيال في الفضاء الافتراضي تعزي الناس وتجذبهم بشكل كبير وبخاصة أولئك الذين يبحثون عن التغيير (ساري، ٢٠٠٥، الصفحات ١٣٦-١٣٥)
- الهروب من الواقع، وغالبا ما يكون عند القلوب الجريحة جراء علاقات عاطفية فشلوا فيها على المستوى الشخصي أو الأسري أو الاجتماعي إلى جانب المصابون بالاكئاب والمنبوذون من جماعاتهم الواقعية، العاطلون عن العمل... كل هذه النماذج تبحث عن ملاذ لمشاكلهم وضغوطاتهم في الفضاء الافتراضي منسحبة من الحياة الواقعية وضغوطها.
- متابعة الهويات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك المكونة أصلا في الواقع الحقيقي، وممارسة الألعاب والتسلية والتشارك بالأفكار والحوار، فالتفاعلات في الواقع الحقيقي التي أنتجها أفراد وجماعات متكيفين اجتماعيا استطاعوا بدخولهم مواقع التواصل الاجتماعي خلق أنماط تواصلية جديدة، وبالتالي أوجدوا أنماطا جديدة للعلاقات الاجتماعية الصحية.
- يكون تفاعل الأشخاص في الواقع الافتراضي أكثر نشاطا ومشاركة وأحسن تصرفا عما هو في الواقع الحقيقي، وذلك بخصائص

عرف معجم العلوم الاجتماعية الشباب بأنهم الأفراد بين مرحلتي البلوغ والنضج، ويستعمله بعض العلماء ليشمل المرحلة من العاشرة حتى سنّ الحادية وعشرون، إلا أنّ الفترة التي تنتهي منها مرحلة الشباب غير محددة وقد قيدها البعض إلى سنّ الثلاثين. (جرار، ٢٠١٢، صفحة ٨٧)

وهناك تعريف للشباب على أنها: "مرحلة عمرية محددة من بين مراحل العمر وحالة نفسية، مصاحبة تمرّ بالإنسان وتتميّز بالحيوية وترتبط بالقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية، وتحمل المسؤولية وتعتبر من أهم مراحل الحياة إذ فيها يكتسب الشباب مهاراته الإنسانية، وهي مجموعة المهارات الاجتماعية والبدنية والنفسية اللازمة له، لتدبير شؤون وتنظيم علاقاته بالآخرين. (المهدي، ٢٠٠٢، الصفحات ٢٧٢-٢٧٣)

سمات وخصائص إشباعات الهوية الافتراضية ضمن فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي

- الخلفيات الكامنة وراء تبني الشباب لهويات افتراضية.
- سمات الهوية الافتراضية والحدود الفاصلة بينها وبين الهوية الحقيقية.
- طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل عند الشباب من خلال المجتمعات الافتراضية.

سمات وخصائص إشباعات الهوية الافتراضية للشباب ضمن فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي

شهد العالم خلال سيرورته التاريخية تحولات متسارعة لاسيما في مجال الاتصال والثورة التكنولوجية الكبيرة، حيث قطع الحقل الاتصالي أشواط كبيرة في الانتقال من التواصل الشفهي والرّمزي بين الأفراد إلى التواصل الإلكتروني بفضل بروز الحاسوب وتزويده بالإنترنت الذي مكن من ربط أطراف الكرة الأرضية بعضها ببعض وجعلت من التواصل يتم بطريقة سريعة وسهلة متخطية وجود الأفراد في إطار زمني ومكاني واحد من أجل تحقيق التفاعل، وبالتالي فقد أتاحت التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال العديد من الاستخدامات وأحدثت تغييرات على حياة الأفراد والمجتمعات خاصة خدمة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة من مدونات وشبكات اجتماعية. هذه الأخيرة التي أصبحت تشكّل عصب التواصل اليومي بين الأفراد، حيث نشأت العديد من التجمّعات الافتراضية عبر الشبكة أو الفضاء الإلكتروني، وما هو ملاحظ من خلال هذه التجمّعات نشاط الفئة الشبابية، وتفاعلها عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها، من خلال هويات قد تكون حقيقية للفرد بكل تفاصيلها اللأفت للانتباه هو النشاط في هذه المواقع باستخدام هويات افتراضية يضعها الأفراد وبناءا على اعتبارات معينة لتكون لديهم هويات افتراضية للتواصل مع أصدقائهم الحقيقيين والافتراضيين، وهو لبّ الدراسة الحقيقية التي تبحث في السبب وراء تخفي الشباب وراء هويات افتراضية كاستعمال صورة عامة لمنظر طبيعي أو بناء معين أو علم وطن أو استخدام صورة شخص مشهور أو أنّ المستخدم أنثى ويدخل بهوية ذكر أو العكس، وعند البحث عن سمات وخصائص



المجتمع الافتراضي الذي يركز على التواصل الفكري وليس على المظهر والانطباعات الأولى مثلما هو في المجتمع الحقيقي، كما أنه أكثر تلقائية وصراحة لانعدام تعقيدات الاتصال المباشر الاجتماعية كالقيام ببعض الترتيبات أو العادات والمراسيم أو النفسية كالشعور بالخجل أو الارتباط وغيرها. (بايوسف، ٢٠١٣، صفحة ٤٨٦)

- التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصائح والإرشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع مثل المواضيع ذات الصبغة الطبية. (شقرة، ٢٠١٤، الصفحات ٦٠-٦١)

وسائل التواصل الافتراضي

يتم التواصل الافتراضي بين الأفراد عن طريق عدة وسائل أكثرها استخداماً هي:

أ- لوحة وسائل الإنترنت:

"هو منتدى يستطيع الناس من خلاله مناقشة الأفكار والآراء حول مختلف الموضوعات، كما يستطيع أي مستخدم طرح الموضوع الذي يريده ويعرضه للنقاش والحوار، ويبقى لكل مستخدم حرية الكشف عن هويته الشخصية وصورته الحقيقية أو التخفي باسم مستعار وصورة مصطنعة". (منصوري، ٢٠١٤، صفحة ٢٨)

ب- غرف الدردشة:

بعد وقت قصير من ارتفاع الفائدة من لوحات الرسائل والمنتديات، بدأ الناس يتطلعون إلى وسيلة للتواصل مع المجتمعات المحلية في الوقت الحقيقي وبشكل أسرع، لذا فإن غرف الدردشة فتحت المجال واسعاً لإجراء المحادثات مع أي شخص على الإنترنت وفي الوقت نفسه، يمكن العثور على غرف الدردشة في كل أنواع الموضوعات بحيث يستطيع الناس التحدث مع الآخرين، الذين يتقاسمون الاهتمامات نفسها. (منصوري، ٢٠١٤، صفحة ٢٩)

ت-العوامل الافتراضية:

العوامل الافتراضية هي الأكثر تفاعلية لجميع أشكال المجتمع الافتراضي، حيث يستطيع المستخدم هنا أن يعيشوا تجارب لم يعيشوها في حياتهم الواقعية، فقد يختار المستخدم أن يكون أميراً أو فارساً أو مزارعاً أو حتى حيواناً في مجتمع افتراضي يصنعه هو والمستخدمون، ويختار كل منهم شخصيته وأسلوبه في الحياة، إنها الحياة الثانية التي تعتبر أكثر العوامل الافتراضية شعبية على الإنترنت. (منصوري، ٢٠١٤، الصفحات ٢٩-٣٠)

تمثيلات الهوية الافتراضية

يعتبر الاتصال عبر الوسائط التكنولوجية المتعددة مصدراً لتوليد وتعدد الهويات في بيئات الإنترنت المختلفة، حيث أعادت أشكال الاتصال عبر الإنترنت تشكيل الرابط الاجتماعي بابتكار طرق جديدة لذلك، مما ولد تنشئة اجتماعية مختلطة، سميت بالهوية الافتراضية فالمستخدم الذي ينشط في سياق المتحاورين اجتماعياً في شبكة الإنترنت يعمل على صنع واجهة خاصة به بدون هويته عريها، وفي نفس الوقت ينتج هوية افتراضية متصورة وخيالية من خلال تمثيل النوع، الجنسية، الدين

والوظيفة وهذا يكون من خلال الجمع بين وسائط الحرف والصوت، والصورة والحركة واللون وتجاوز المكان والزمان في حركة الفضاء الافتراضي، وبذلك يمكننا القول أن الفضاء الافتراضي يمنح الإنسان إطاراً واسعاً للتعبير عن ذاته ضمن أطر فرعية، فهناك الإطار الذاتي للشخصية، وهناك إطار الجماعة أو المجتمع الافتراضي الذي ينتمي إليه، والإطار الثقافي الطبيعي الذي ينطلق منه الفرد الافتراضي، إضافة إلى الجانب الأوسع الكوني الجديد الذي يمكن للفرد الافتراضي أن يتحرر من خلاله، وينطلق بكل إمكانياته وطاقاته التمثيلية الرقمية، ولكل هذه الأطر المذكورة خواص تحدّد هوية ما للفرد الافتراضي، فضلاً على أن أي من هذه الأطر يمكن تزيينها وتعديلها من قبل الفرد نفسه أو من قبل اختراق خارجي عن إرادة الفرد المعني. (رحومة، ٢٠٠٨، صفحة ١٣٥)

إنّ التواصل الافتراضي يمكن الفرد من التحرر من ضوابط الألفة والمعايير الاجتماعية الرسمية وعدم الالتزام بمقامات التواصل التقليدية، قد يختزل التعارف في بداياته بين هويتين نكرتين، يكون المقال وصاحبه منسلخين عن المقام لتحسين الهوية باستمرار وفق صياغات غير ثابتة لحاجة في نفس صاحبها. (ليب، ٢٠٠١، صفحة ٢٢)

فنادراً ما يعرض المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي في ملفاتهم الشخصية أسمائهم الحقيقية ومعلوماتهم المكونة لهويتهم الحقيقية بل يلجؤون في تشكيل الهوية الافتراضية التي يعتبرها الباحثون امتداداً تقنياً للهوية الحقيقية إلى بيانات مزيفة، فأتت تواجدهم المستخدم في هذه الفضاءات الرقمية يسجل بيانات ومعلومات رقمية عن نفسه يطلبها نظام تشغيل هذه المواقع من أجل السماح له بالدخول لهذه المنصات الافتراضية وتعدّ هذه الخطوة الأولى للدخول إلى المجتمع الشبكي بديناميكية مختلفة، حيث ينشأ أو يشكل الفرد هويته الشبكية والتي يعرف بها ذاته ويتعرف عليه المستخدمون الآخرون عن طريقها، وهذا ما يمثل أساس التواصل والتفاعل داخل الشبكات، إذن هي بيانات أكثر من اعتبارها هوية.

غير أن كل فاعل افتراضي يحرص دائماً على إبراز مرجعيته وصورته لعالمه الواقعي وبيئته الاجتماعية في حوار قائم بينه وبين من يتفاعل معهم افتراضياً، فالأستاذ والمحامي تطغى على منشوراتهم الافتراضية ما يعيشانه من تخصص في الواقع، كما تبرز ازدواجية الدور بشكل صريح من خلال التخفي باستعارة الاسم والصورة وعدم الكشف عن الهوية الحقيقية في العالم الافتراضي، ويظهر هذا جلياً في تغيير مقاصد التفاعل الاجتماعي بتغيير البيئة الموجود فيها الفاعل الاجتماعي والهروب من الرقابة الاجتماعية الواقعية.

عموماً أتاحَت مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد التعبير عن ذاتهم أو تطلعاتهم بعيداً عن الاحتكاك الواقعي وبعيدا عن المكون المادي للحضور الاجتماعي للأشخاص بطريقة توصلهم إلى رؤية كونية تفوق النقاش المحلي، غير أن طرق تداول الخطاب والمشاركة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي يمكن لها أن تبرز مكانة الفرد مثل الدرجة العلمية أو التخصص أو الخفية الاجتماعية والسياسية للمستخدم، وفي نفس الوقت أصبح تواجد الأفراد في المواقع الافتراضية أو الفضاء الرقمي يعبر عن انتماءاتهم ضمن جماعات تعكس هوياتهم الحقيقية رغم

مختلفة من حين لآخر، ومن وضعية لأخرى، ورغم كون الصور المقدمة غير واقعية في الغالب، إلا أنها تكون هوية يعرف بها المستخدمون في المجتمع الافتراضي في ظل غياب الحضور الجسمي أو الفيزيائي. (بعزيز، ٢٠٠٧-٢٠٠٨، صفحة ٨٢)

المظهر الصوتي: قد يصحب مظهر النص أو مظهر الصورة والرسومات أو يكون مستقلا وحده، بحسب حاجة الاستخدام، وتفضيلات الشخصية أو الخيارات التقنية، ونادرا ما يتمثل الأفراد بالمظهر الصوتي لأنه أمر صعب وقليل الأهمية. (بعزيز، ٢٠٠٧-٢٠٠٨، صفحة ٨٣)

وعموما يمكن التمييز بين ثلاث مظاهر للهوية الافتراضية كما يلي:

أ- الهوية التصريحية *Identité déclarative*: تبرز من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل: الاسم، تاريخ الميلاد، الصورة... الخ، أي أن هذا النمط يعبر عما يصرح به المستخدم من بيانات أولية حول ذاته.

ب- الهوية النشطة *Identité Agissante*: تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثل: إضافة صديق أو الانضمام إلى مجموعات معينة، وهذا النمط يكشف عن مختلف الأفعال التي يقوم بها المستخدم عبر الفيسبوك والتي تعطي بدورها انطباعا حول هويته الاجتماعية تحديدا وحول تفضيلاته ومواقفه أيضا. ت الهوية المحسوبة *Identité Calculée*: تبرز من خلال متغيرات عددها يعدها النظام، وتعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء عدد المجموعات والتواريخ المهمة، وتسمح هذه الأبعاد الثلاثة بالتحليل الكمي لتغيرات ملامح الهوية وسياق تواجدها في الفضاء الرقمي. (بودربالة، ٢٠١٦-٢٠١٧، صفحة ١٥٣)

لقد أحدثت الثورة التكنولوجية نقلة في الحياة الاجتماعية للأفراد مما قدمته من وسائل جعلت العالم قرية صغيرة بعدما جعلت الحضور الفيزيائي والتقارب الجغرافي والتوافق الزمني والتماثل الثقافي أمور لا يشترط توفرها لإقامة العلاقات الاجتماعية الحقيقية بين الأفراد، وهو الأمر الذي يؤثر على شخصية الأفراد مستخدمي هذه المواقع والتي أقرت عديد الدراسات أن أغلبهم من الشباب، حيث تسمح هذه الأخيرة لملايين الشباب من التفاعل والحوار عبرها باستخدام لغات متعددة وخطابات مصورة وأخرى مكتوبة تختص بالأحداث العالمية والمحلية، تمتزج عبرها الأفكار والرؤى والثقافات العالمية دون قيود أو شروط أو عوائق تحد من حرية التواصل، وتطرح مجالا للتساؤل حول الحدود الفاصلة للهوية الافتراضية عن الهوية الحقيقية. حيث ذهب جملة من الباحثين إلى أن امتلاك الشباب لهوية افتراضية يؤثر إيجابا على شخصيتهم، حيث يتشجعون على إخراج وإظهار الذات الداخلية لهم لأن نوع العلاقات القائمة فيها يعبر عنها أساسا عن طريق الفكر، أما الجسد فلا يتدخل في أي حال من الأحوال، فالهوية الشخصية للأفراد في المجتمع الحقيقي قد تتأثر بالعناصر المعيارية الاجتماعية، وكذا بالعناصر الفيزيولوجية، مما يؤدي إلى كبث الذات الحقيقية وتحقيق الأنا الأعلى. (قيدوم، ٢٠٠١-٢٠٠٢، صفحة ٧٢)

كما تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للفرد بأن يضع هويته محل

اختلافات هذه الجماعات الدينية والحضارية، وتشترك جماعات الانتماء الرقمي في الميول والاهتمامات والهوايات أو التخصصات، وتتم من خلال هذه المجموعات عمليات اجتماعية وتوجيهية للمواقف والآراء فتتكون مرجعيات أو خلفيات معرفية ودينية أو سياسية أو رياضية... تقوم بدور وظيفي في تنشيط عملية التفاعل بين الأعضاء وبذلك أضحت شبكات التواصل الاجتماعي عبر الحاسوب نقطة هامة في تشكيل هوية الأشخاص وتغييرها، فكما تقول "توركل" "على شبكة الأنترنت تبني الذات وتبني قواعد التفاعل الاجتماعي، ولا تتلقى تلقائيا، فحين نستخدم شبكة الأنترنت يعني أننا نبتدع ذاتنا على نحو متواصل، فأنت ما تزعم أنك عليه، وهويتك على الحاسوب هي حصيلة حضورك المشتت، ذلك أن هويتك شديدة السيولة والتعدد إلى الدرجة التي تجعل مفهوم الهوية ذا حدود فضفاضة". (عايد، ٢٠١٧، صفحة ٢٠٩)

تظاهرات الهوية الافتراضية للشباب وانعكاساتها على الهوية الحقيقية

تبدو تظاهرات الهوية الافتراضية في الفضاء الافتراضي تعدد انعكاسا مباشرا لتمثلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم أن جزءا مهما من تمثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة وتعتبر عن تطلعات لا تمت بصلة إلى الواقع، لكنها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، وتعتبر الفئات الشبابية أكثر الفئات استخداما للمواقع الافتراضية، وهم الأكثر إساءة لهذا الاستخدام، وبالتالي من الممكن أن يرتبط سوء الاستخدام ببعض الآثار الاجتماعية والنفسية، فهناك أمور مغرية بالنسبة لهذه الفئة لفضاء الساعات الطويلة أمام الجهاز فقد توصلت دراسة عمارة (٢٠٠٥) حول استخدامات شبكة الأنترنت وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي إلى أن معظم أفراد العينة يستخدم الأنترنت لتبادل البريد الإلكتروني والدراسة أكثر من الاستخدامات الأخرى، كما أكدت الدراسة على أن الشباب هم أكثر الأفراد استخداما، وأن أكثر مستخدمي الأنترنت هم الأكثر شعورا بالعزلة الاجتماعية. (زهير، ٢٠١٢، صفحة ١٩٨)

إن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتمظهرون وفقا لنماذج مثلهم أو تلامس جزءا من شخصياتهم وميولاتهم، ويمكن أن نستشف الهوية الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ثلاث أشكال رئيسية.

المظهر الكتابي: أو النص المكتوب، وهو أكثرها استعمالا، وأهمها على الإطلاق، حيث أن نوعية الكتابة وطريقتها وطبيعة الجمل والكلمات المستخدمة والأسلوب الكتابي والرموز المستعملة كلها أمور تحدد شخصية الفرد، وطبيعته، وممكننا حتى من التعرف عليه وعلى سماته الشخصية إلى حد ما.

المظهر الثاني: يكون بالصور والرسومات، وما يصطحبها من ألوان وخطوط وأشكال متنوعة، وصور شخصية، وغيرها، وكل هذه الجزئيات المصاحبة للنص والصوت تلعب دورا كبيرا في بناء شخصية معينة ذات سمات

استكشاف وتجريب أي بإمكانه أن يقدم نفسه كما يشاء وعلى النحو الذي يشاء، وهو السلوك الذي قد يتعدّر عليه في الواقع حتى أنّ بعض العلماء أطلقوا على العوالم الافتراضية مسمّى "ورشات الهوية Identity work"، حيث يستطيع الفرد اكتشاف إمكانياته وقدراته المختلفة. (قيدوم، ٢٠٠٢-٢٠٠١، صفحة ٧٣)

وأشارت الباحثة ربحانة بلوطي في دراستها عن أنّ الهوية الافتراضية مكّنت الفرد من التواصل مع الغير دون التخلّي عن القيم والمبادئ الاجتماعية التي يملكها، وساعدت في تعزيز الأخلاق المحمودّة لديه دون أن يظهر كفاعل خير، بالإضافة إلى الإبقاء على بيانات هويتهم الحقيقية محفوظة في حال التعرّض للاختراق والقرصنة. (بلوطي، ٢٠١٤-٢٠١٥، صفحة ١٩٥).

قائمة المراجع

الكتب

١. إبراهيم مذكور، وآخرون. (1976). معجم الوسيط. (ط2) تركيا: المكتبة الإسلامية للطباعة والتوزيع.
٢. أحمد زهير. (2012). الاتصال الإنساني. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
٣. حلمي خضر ساري. (2005). ثقافة الأنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي. (ط1) الأردن: دار مجدلوي للنشر والتوزيع.
٤. شريف فهمي بدوي. (2017). معجم مصطلحات الكمبيوتر والأنترنت المعلوماتية. القاهرة، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع.
٥. عبد الغني عابد. (2017). جدليات الوعي والتفكيك وإعادة البناء. (ط1) بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
٦. علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. (ط1) عمان-الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
٧. ليلى أحمد جرار. (2012). الفيسبوك والشباب العربي. (ط1) الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
٨. ماهر عودة الشمايلة، و آخرون. (2014). تكنولوجيا الإعلام والاتصال. عمان: دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع.
٩. هالة دغمان. (دس). مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم: العلاقة بين الواقعي والافتراضي.
١٠. نديم منصوري. (2014). سوسيولوجيا الأنترنت. بيروت: منتدى المعارف.
١١. محمد علي رحومة. (2008). علم الاجتماع الآلي. (ط1) الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
١٢. محمد محمود المهدي. (2002). ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب. المكتب الجامعي الحديث.
١٣. محمد العربي ولد خليفة. (2007). المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية -دراسة في مسار الأفكار في علاقتها باللسان والهوية ومتطلبات الحداثة والخصوصية والعولمة والعالمية. الجزائر: منشورات تالة.

الأطروحات رسائل الماجستير

١٤. إبراهيم بعزيز. (2007-2008). منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.
١٥. ریحانة بلوطي. (2014-2015). دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال. الجزائر.
١٦. عبد القادر بودريالة. (2016-2017). مواقع لاتواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجزائري، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك بولاية البليدة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه. الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
١٧. عبد الله ممدوح مبارك الرعود. (2011-2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير. كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
١٨. حسية قيدوم. (2001-2002). الأنترنت واستعمالاتها في الجزائر، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال. الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.
١٩. نومان. (2014). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير غير منشورة. باتنة-الجزائر، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر.

المقالات والمجلات

٢٠. الطاهر لبيب. (2001). الثقافة والمجتمع، تفكك اللغة وتعليق الدلالة الفكر العربي المعاصر. (118-119)، 22.
٢١. سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي. (2012). الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، شبكة الألوكة www.aluka.net . السعودية.
٢٢. مسعودة بايوسف. (2013, 03 04). الهوية الافتراضية، الخصائص والأبعاد. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 470.

اتجاهات الشباب الجزائري نحو المحتوى الرقمي للمؤثرين الاجتماعيين عبر المنصات الرقمية (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك)

د. نبيل شايب

المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال - الجزائر

chaib.nabil@univ-medea.dz

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو المحتوى الرقمي للمؤثرين الاجتماعيين عبر المنصات الاتصالية الرقمية، باعتبارها من التحديات الكبرى التي تهدد خصوصيتها الثقافية فالإحساس الذي لا زال متنامي لدى المجتمعات بالخطر على الوجود الذاتي لأفرادها، هذا الوعي أخذ يولي مسألة الثقافة اهتماما يتعاظم تدريجيا، فالثقافة تعتبر المكون الأساسي لوجدان أي مجتمع وتعتبر عن العمق التاريخي والمتركم في المجتمع لذا فهي تعبر عن الهوية والانتماء الوطني .

وعليه سنركز من خلال هذه المداخلة العلمية على إشكالية التشاكل الدلالي للهوية الثقافية من خلال دراسة ميدانية تحليلية تشمل ١٠٠ مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أمودجا قصد استنتاج دلالات الهوية الثقافية و معانيها لدى الشباب الجامعي الجزائري باعتبار أن العولمة أدت إلى تطبيق ثقافة جديدة بأنساق ثقافية مختلفة مفادها أن للفرد الحرية في اختيار أي الثقافات التي يراها الشباب مناسبة له بهدف إبراز طاقاته واستثمارها في مختلف مجالات الحياة .

الكلمات المفتاحية

الهوية ، الرموز ، الأنساق الثقافية ، الفضاء الافتراضي ، الذات الافتراضية

المقدمة

تشير الدراسات الاتصالية إلى أن الميديا الجديدة أصبحت حلقة اعلامية بديلة أتاحت للشباب فرصة استعراض العديد من أفكارهم ومناقشتها بصناعة محتوى رقمي ، لكن في المقابل كشفت ذات الدراسات التأثير الضمني لتلك المحتويات الرقمية في التأثير على تشكل الهوية الثقافية عبر هذه الفضاءات الاتصالية الرقمية الجديدة ، ففي الهوية الثقافية عبر البيئة الرقمية تشغل جدلية الذات والآخر وتعيد كل جماعة بشرية تأويل ثقافتها من خلال اتصالاتها الثقافية ، وعلى كل كائن جماعي حي يتحول ويتغير من الداخل على ضوء تغير المصادر القيمية والسلوكيات، ومن الخارج بفعل أشكال التأثير الناتج عن علاقة الفرد بالمحيط كما أنها كيان يسير ويتطور وليس معطى جاهز ونهائي وهي تتطور إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار وهي تغني بتجارب أهلها وانتصاراتهم وتطلعاتهم وأيضا باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى.

من هنا يمكن القول، أن الهوية الثقافية والحضارية لأمة ما، هي القدر الثابت والجوهري والمشارك التي تميز حضارة أمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل الشخصية الوطنية أو القومية طابعا تميز به عن الشخصيات الوطنية القومية الأخرى.

أولا : البناء المنهجي و الإجرائي لموضوع الدراسة

الإشكالية

تعد الهوية كيان اجتماعي ، ديناميكي من الناحية الاتصالية، يتشكل بفعل التفاعلات اليومية التي تتم بين الأفراد في مجالات اجتماعية متعددة فهذه التفاعلات تؤدي إلى تأسيس تشكلات و اطر اجتماعية جديدة فالأسرة التي تعتبر إحدى مجالات التفاعل الاجتماعي الكلاسيكية و التي تتميز بدهومة الرابط الاجتماعي كونها الإطار الأولي والقاعدي التي يلعب فيها النموذج الثقافي المتبنى من طرف الأسرة دورا أساسيا في تشكل هذه الهويات الاجتماعية وإعطاء الأفراد تمثلات وتصورات أولية عن واقعهم وفقا لهذا النموذج إلا أن الأسرة ك مجال اجتماعي تفاعلي أصبحت تنافسها مجالات اجتماعية تفاعلية أخرى واقعية و افتراضية . فتتعدد هذه المجالات الاجتماعية وتنوعها والحاملة لنماذج ثقافية مطابقة أو مغايرة أو مناقضة فان ذلك يؤثر بدرجات وأشكال مختلفة على هذه الهويات مما يؤدي إلى تغير طبيعة تفاعلات الأفراد القاعدية في مجالهم الاجتماعي الأسري هذا على مستوى المجالات الاجتماعية الواقعية.

أما في المجالات و الاجتماعية الافتراضية التي تحكمها بدورها نماذج ثقافية افتراضية فان التردد اليومي للأفراد بين المجال الواقعي و الافتراضي أدى بدوره إلى تغيرات على مستوى تصورات الأفراد ، تمثلاتهم وأفعالهم وتفاعلاتهم لذلك أردنا من خلال هذا الملتقى أن نعمق النظر في إشكالية العلاقة بين الهوية والمجالات الاجتماعية الجديدة كجماعة الرفاق ، أبناء الحي و غيرها التي أصبحت مرادفة ومنافسة للمجالات



الهوية الفردية والحقيقية في ظل الاستخدام المتنامي للهويات الافتراضية وانتشارها عبر موقع الفيسبوك.

مجتمع البحث وعينة الدراسة

لعل طبيعة الدراسة و المتغيرات الأساسية للبحث كانت دافعا أساسيا وراء إجراء دراسة استطلاعية حاولنا من خلالها الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة ، عكستها جملة محدّدات تمثلت في:

عينة الدراسة: و عددها ١٠٠ مفردة من مجتمع البحث المتمثل في الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك و التي تتراوح أعمارهم من ١٨ سنة إلى أكثر من ٢٥ سنة من خلال الاعتماد على مؤشر عشري في التقسيم وبذلك وزعت الاستمارة الالكترونية على هذه الفئة وتم اختيارهم بطريقة قصديه .

حدود الدراسة

الإطار الزمني: قمنا بتوزيع ١٠٠ استمارة على المبحوثين واسترجعنا ٨٥ استمارة خلال الفترة الممتد من ١٥ جوان إلى غاية ١٥ أوت ٢٠٢١

الإطار المكاني: قمنا بإجراء هذه الدراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك و بالتحديد فئة الشباب الجزائري المتصفح للواجهات الاتصالية للفيسبوك

منهج الدراسة وأدواتها

إن استخدام واختيار المنهج يختلف باختلاف طبيعة المواضيع والظواهر التي تتناولها العلوم الاجتماعية، فالباحث بحاجة إلى منهج يتبعه في كل مراحل بحثه و المنهج هو عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق ضبط و أهداف وأسئلة وفروض البحث، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث، وكل دراسة علمية تحتاج إلى منهج يوافق البحث يقودها للوصول إلى نتائج معينة لهذا البحث ، فلا بد على الباحث تطبيق منهج في الموضوعات السوسولوجية يتوافق لطبيعة الموضوع والمشكلة المراد دراستها الأهداف التي تستهدف تحقيقها .

وفي هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي (أسلوب المسح بالعينة) الذي يعني طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية ومشكلة اجتماعية، فهو يقوم على وصف الخصائص المختلفة و يستخدم جمع المعلومات حول الموضوع المراد دراسته من استخلاص الدلالات و المعاني المختلفة التي تنطوي عليها البيانات والمعلومات التي أمكن الحصول عليها، وكذلك ربط بعضها واكتشاف العلاقة الموجودة وإعطاء التحليل الملائم لكل ذلك ، لأن الدراسات الوصفية^١ لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق، بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها

الكلاسيكية كالأسرة والعائلة و نبحت في الأثر الذي تركته هذه المجالات على الفرد وهويته وأفعاله وتفاعلاته و في علاقاته بهذه المجالات الاجتماعية الكلاسيكية و الجديدة وبروابطه الاجتماعية بصفة عامة^١ وتعتبر تجليات فوضى صناعة المحتوى الرقمي على الهوية الثقافية من التحديات الكبرى التي تهدد خصوصيتها الثقافية فالإحساس الذي لا زال متنامي لدى المجتمعات بالخطر على الوجود الذاتي لأفرادها بوصفهم ينتمون إلى الأمة كونه حضارات متعددة هذا الوعي أخذ يولي مسألة الثقافة اهتماما يتعاظم تدريجيا فالثقافة تعتبر المكون الأساسي لوجدان أي مجتمع وتعتبر عن العمق التاريخي والمتراكم في المجتمع فالثقافة تعبر عن الهوية والانتماء الوطني وبالتالي فالضرورة ملحة على التواصل الثقافي.^٢

مما سبق نطرح التساؤل التالي : كيف يساهم صناع المحتوى في تشكيل الذات الافتراضية ؟ وكيف تؤثر تجليات فوضى صناعة المحتوى الرقمي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري عبر الواجهات الاتصالية للفيسبوك ؟

تساؤلات الدراسة

١. ما هي خصائص مستخدمي الهوية الافتراضية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟
٢. ماهي الخصوصية التي تمنحها الواجهات الاتصالية للفيسبوك للفرد في التعبير عن ذاته ؟
٣. ما هي أبرز العوامل المحددة لصناعة المحتوى الرقمي ؟
٤. ما علاقة المستخدمين من أفراد العينة بممارسات الهوية الافتراضية عبر الفيسبوك ؟ وكيف ويتم التعبير عن ذواتهم عبر هذه المنابر الالكترونية ؟

أهمية و أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أبعاد العولمة الإعلامية و الاتصالية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري بمختلف شرائحه العمرية خاصة أن هذه الأخيرة تمثل الكيان الشخصي و الروحي للفرد بالموازاة مع العولمة الثقافية التي تتميز باحتكار المعلومات في ظل الشبكة العنكبوتية للمعلومات التي أصبحت وسيلة هامة لها لتلقي و تمرير الدوال الثقافية بما تحمله من معلومات و أفلام و صور وأفكار ثقافية تطيح بمعالم الهوية الثقافية الخاصة بالشعوب و الأفراد خاصة في الفضاءات الافتراضية و مواقع التواصل الاجتماعي على وجه التحديد ، لذلك تكمن أهمية هذه الدراسة من خلال الكشف عن الآثار السلبية لاستخدام الشبكات الاجتماعية لدى الشباب وصناعة المحتويات الرقمية وما انعكاساتها على مستوى العلاقات الاجتماعية الحقيقية، وما مستقبل

١ CUCHE Denys, 1998, La notion de la culture dans les sciences sociales, éd casbah, Alger, p75

٢ محمد حسن يرغني، (٢٠٠٧) الثقافة العربية والعولمة دراسة سوسولوجية لآراء المثقفين العرب، ط١، المؤسسة العربية للنشر، بيروت، ص ٤٢

٣ رشيد زروقي، (٢٠٠٢)، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط١، دار هومة، الجزائر، ص ١١٩

٤ عبد الوهاب إبراهيم، (١٩٨٥)، أسس البحث الاجتماعي، ط١، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة، ص ٤٠

٥ محمد شفيق، (٢٠٠١)، البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث ط٢، الإسكندرية، ص ١٠٨



ثانيا : البناء النظري لموضوع الدراسة

١. الهوية الثقافية الجزائرية ..بين الماضي و الحاضر

بعد استعراضنا لأهم المفاهيم المفتاحية أو المركزية للموضوع، فإنه لا بد من ربط هذه المفاهيم بمفهوم قد لا يقل شأنًا عن المفاهيم الأخرى وهو محددات الهوية الجزائرية، فالمجتمع الجزائري جزء لا يتجزأ من العالم العربي الإسلامي، وبالتالي فإن الهوية الجزائرية بالمفهوم الحضاري تعني الانتماء إلى الأمة العربية الإسلامية بكل مكوناتها.

هذه الهوية الواضحة اجتماعيا والتي تحظى بالقبول النسبي من طرف جميع أفراد المجتمع وكذا مختلف الفاعلين السياسيين داخل المجتمع الجزائري بالإضافة إلى عوامل أخرى مادية أساسا مرتبطة بمستوى التقدم الاقتصادي والحضاري الذي يبلغه المجتمع في مرحلة معينة من مراحل التاريخ غير أن هناك عدة عوامل تاريخية محلية وكونية ساهمت في بلورة ثوابت معينة للهوية الجزائرية تتمثل في ثلاث محددات:

١. الدين الإسلامي.
٢. اللغة العربية
٣. الأصل الأمازيغي^٦

وإذا أقرنا من حيث المبدأ أن لكل مجتمع خصوصيته الثقافية التي تشكل هويته الذاتية ويسعى جاهدا للمحافظة عليها وصيانتها من الاندثار تحت وطأة وهيمنة الخصوصيات الثقافية للمجتمعات الأخرى فالمجتمع الجزائري يعيش داخل فسيفساء من التعدد الثقافي فهو مجتمع عربي إسلامي، أمازيغي، متوسطي، إفريقي عالمي يجمع بين العربيين و المفرنسين، يجمع بين الشاوية والقبائلية والمزابية والتارقية غير أنه رغم هذا التعدد الثقافي فإنها تحيي داخل مجتمع واحد وموحد متضامن ومتماسك تحت لواء العروبة والإسلام^٧

فالمتتبع لواقع الهوية الثقافية الجزائرية يلاحظ كما ذكرنا سابقا أنها متعددة الأبعاد ومتشعبة الأطراف، نلاحظ غلبة التوجه الفرنسي فيها على سبيل المثال لا سبيل الحصر ولهذا يحتدم الصراع بين المعربين والمفرنسين وبالتالي نحن في مواجهة أزمة لغوية وثقافية في الجزائر فعلى الرغم من تنوعه الثقافي إلا أنه قائم في إطار وحدة ثقافية وطنية واحدة « فالقبائلية والشاوية والمزابية والتارقية ... ليست ثقافات منعقدة ومعقدة للتحديث والوحدة والتحول، بل هي واحدة من المكونات الأساسية للهوية الوطنية ولا يحق لأي جهة احتكارها.

ولعل هنا يطرح التساؤل التالي ما هو الثابت والمتغير في الهوية ويمكن

وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدها بالصورة التي عليها كيميا وكيفيا بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها .

والهدف من استخدامنا لهذا المنهج هو وصفنا لظاهرة محل الدراسة ومحاولتنا تسليط الضوء عليها وتوضيحها بشكل دقيق، ، ويتم ذلك باستخدام النسب المئوية الموجودة في الجداول الإحصائية وتحليلها بأسلوب إحصائي يساعد على تحويل المعطيات الكيفية التي تصف الظاهرة وتوضح خصائصها إلى معطيات كمية تعطي وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة^٨.

تحديد المفاهيم و المصطلحات

• الاستخدام

يشير مفهوم الاستخدام عند «برولكس» إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟ كما يحيل مفهوم الاستخدام إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا، كما يتساءل عن علاقة الأفراد بالأشياء التقنية، ومحتوياتها أيضا. كما يشير في النهاية أيضا إلى مسألة استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية يكون قابلا للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وقهلات خصوصية^٩.

ويشير مفهومنا للاستخدام حسب دراستنا إلى علاقة الشباب بموقع الفايبروك من خلال التعامل مع هذا الأخير وفقا لعملية نشر المعلومات الخاصة عن هويته الفردية سواء أن كانت حقيقة أو وهمية، مع الكيفية التي يمكن للفرد بها التعامل مع هذا الموقع في بناء هويته الافتراضية انطلاقا من علاقته بالآخرين.

• الهوية الافتراضية

نقصد بالهوية الافتراضية في دراستنا مجموعة من الصفات والمعايير والأشكال والسمات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تعاملهم مع موقع الفايبروك، وممثلهم لهويتهم نحو أنفسهم ونحو الآخرين، والتفاعل معهم داخل المجتمع الافتراضي.

• الشباب

شكل مفهوم الشباب منذ الأربعينيات صعوبة في تحديده، حيث لاحظ عالم الاجتماع الأمريكي «برسونز توكوت» أن ارتفاع متوسط مدة التعليم أدى إلى تمديد عمر الفئة التي يطلق عليها الشباب، إذ رأى أن التحديد الثقافي للسن هو مكون هام لهوية الشخص، ولإدراكه ذاته، ولحاجاته النفسية وتطلعاته، ولمكانته في المجتمع، وللمعنى النهائي لحياته^{١٠}.

٦ عبد الرحمان البدوي، (١٩٩٧)، مناهج البحث العلمي، ط٣، وكالة المطبوعات، الكويت، ص٧

٧ عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، (١٩٩٥)، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص ١٢٩

٨ عبد الوهاب بوحوش، (٢٠١٠)، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت: محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام ١٥-١٠-١٦ افريل ٢٠١٠، ص٢٨٦.

٩ نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الإمارات والانترنت : مقارنة التمثلات والاستخدامات، المرجع نفسه، ص٢٦٤.

١٠ محمد العربي ولد خليفة، (٢٠٠٣)، المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية، ط١، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر، ص٧٥

١١ عباس الجراي، (١٩٨٨)، مكونات الهوية الثقافية المغربية، في: الهوية الثقافية للمغرب، ط١، السلسلة الجديدة، المغرب، ص١٢

النمطية الاجتماعية المختزنة والتي تحاول وصف الواقع كما هو بتناقضاته مما يجعلها مصدرا موضوعيا مهما للوصف الفينومينولوجي لأي بحث سوسيولوجي، وكذلك تساهم من خلال العملية التفاعلية بين الأفراد في بنية الهوية حسب منظور «أنتوني غيدنز».

لا تستمد الهوية كينونتها من ذاتها فقط، بل من المفارق لها أيضا؛ أي مما ينفصل عنها وليس فقط مما يتصل بها، ومن ثم لا معنى لمطلب الهوية بمعزل عن التميز والاختلاف اللذين يمثلهما الآخر. وكلما بدت الهوية مطلبا داخليا، فإنها بشكل ما تعكس مطلبا خارجيا؛ إن الآخر بحاجة لتمايزنا عنه ليفهم أكثر ذاته وكينونته. ولذلك بقدر ما تتجه الهوية باتجاه التوحد بقدر ما تتجه نحو المزيد من التعدد، فكلما كان سعينا نحو التميز قويا، كان هذا التميز علامة على مزيد من الهويات. ولذلك تعتبر الهوية في ذاتها دعوة مستمرة لمزيد من الهويات. لا معنى لمطلب الهوية بمعزل عن الآخر، وبالقدر نفسه، فالوجود لا يتحقق خارج هذا المطلب، بهذا المعنى تبدو مقولة التضحية بالهوية من أجل الوجود ضد منطق الوجود نفسه .

٥. سيميائية المحتويات الثقافية الرقمية... من التمثيل إلى التأويل
ظهرت مع القرن الجديد ثورة معرفية و تكنولوجية هائلة، جعلت الكتابة الرقمية من أحد أساليب الحياة المعاصرة و وسيلتها في الاتصال والإنتاج والخطاب والتأثير ، و في هذه النقطة بالذات، اتسع حقل الاستغلال الفني لمعطيات الثورة المعرفية و التكنولوجية من خلال توظيف جماليات تكنولوجيات المعلومات على الخطاب اللغوي و البصري ، كون ان الانترنت تعتبر وسيلة اتصال و مكتبة افتراضية متنوعة تؤمن سبل الوصول إلى مصادر المعلومات.

ويقدم الخطاب الرقمي التفاعلي معايير جمالية جديدة وخصائص لم تكن متاحة من قبل في النص الورقي كخاصية تعدد المبدع والتأليف الجماعي للنص الرقمي وتعدد الروابط التي تؤدي بدورها إلى تعدد النصوص حسب اختيارات المتلقين، هذا ما أشار إليه جاكوب نيلسون jakob nielsen عندما أكد في أحد مؤلفاته أن المحتوى الرقمي يمنح للمتلقى سلطة تصور عالم أو كون سردي داخل العالم الافتراضي الذي يهتم بتحويل الممارسة السردية إلى سلطة من التطبيقات النصية حيث يصبح القارئ أو المسرود له في وضع المستكشف لتلك العوالم النصية. في هذا السياق، لابد أن نشير إلى بعض النصوص الرقمية المرفوقة بالصور المتحركة التي تلجأ في بنائها الجمالي إلى عناصر سيميائية مختلفة مثل الموسيقى، الإلقاء الصوتي إلى جانب العلامات اللغوية التي لم تعد حركتها تنمو في شكل خطي تسلسلي ولكنها أصبحت متحركة تنمو بصورة تشعبية في اتجاهات مختلفة^{١٢}

من هنا توالى انشغالات علمية و أبحاث جديدة، أسفرت عن بزوغ مفاهيم جديدة في المحتوى الرقمي تخضت بدورها عن التناول

القول بأن الهوية تتضمن مكونات ثابتة وأخرى قابلة للتغيير، ويعتبر الدين واللغة من الثوابت الراسخة داخل هويتنا الثقافية دون إلغاء اللهجات الأخرى بينما تكون المكونات الأخرى من عادات وقيم وطرق تفكير قابلة للتغيير في الشكل الإيجابي الذي تحدده حركية المجتمع وتفاعله الخارجي. ولعل هذا ما سعت إليه الجزائر حيث جعلت من الثقافة قضية تنموية معتبرة اللغة بمثابة أساس الهوية الثقافية فبدأت بتعريب المدرسة الأساسية والجامعة وتعريب الإدارة وقطاع العدالة والاقتصاد... إلخ^{١٣}

٤. سؤال الذات و تمثلات الهوية في الوسائط الاتصالية الجديدة

يقوم الفضاء الافتراضي بدور هام في تشكيل سؤال الذات وتوليدها وتجميع مجموعات معينة عليها من خلال عمليات تحويل مفاهيمي عديدة منها:

١. Personnalisation: شخصنة المواقف والأحداث

٢. Dramatisation: إضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث.

٣. Fragmentation: تجزئة المواقف والأحداث.

٤. Normalisation: تنميط المواقف والأحداث.

«وهذه الخصائص البنيوية والسمات الأسلوبية الأربعة تتشابه كثيراً مع الخصائص البنيوية والوظيفية للصور النمطية السابق ذكرها، وذلك من حيث كونها جزئية وثابتة وقاصرة عن الاحتواء الكلي للموقف أو التفسير الشامل للقضية والحدث»^{١٤}.

وتعتمد المجتمعات الافتراضية الحديث على معرفة الآخر عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أساسي، حيث تعتبر البوابة الأساسية لمجمل العملية التواصلية مع العالم الافتراضي، ومن ثم يلعب موقع الفيسبوك من خلال الصورة التي يبرزها دورا محوريا في تشكيل صورة الآخر وبالطبع تشكيل الهوية الجماعية للذات أيضا، ولا يقوم الإعلام فقط بالمساهمة في تشكيل هذه الهوية بل ويعكسها من خلال وسائل الإعلام المختلفة خاصة منها وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة والتي تتيح فرصة التوافق «j'aime» والمشاركة الوجدانية والتصورية الجماعية «partager» بين أفراد المجتمع.

ومن أهم الوسائل المستعملة والأشكال التعبيرية في الفصح عن مضامين التصورات المختلفة هي المقولات والنكت والصور الكاريكاتورية المتداولة بين أفراد المجتمع والتي تعتبر من أهم المصادر البحثية الاجتماعية، حيث تعمل هذه النكت كشكل من التواصل الوجداني الترفيهي الخارج عن العقلانية التامة، وتستعمل صورا موجودة في المخيال العام، لتنسج بحبكة مثيرة للتناقضات الموجودة في الواقع، محاولة التعبير عنه بلغة رمزية، وهي بذلك تنطوي على بنية تفسيرية كاشفة لمضمون الصور

١٢ محمد العربي ولد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص ٤٥

١٣ أمين منصور ند، وسائل الإعلام والصور الذهنية والقرار السياسي: التكوين والعلاقات المتبادلة، بدون سنة ودار نشر.

١٤ محمد عابد الجابري، (١٩٩٨)، العولمة والهوية الثقافية، أطروحات دار المستقبل العربي، العدد ٠٢، بيروت، ص ٥٥

سياسية لها علاقة بالمواطنة، حيث الافتراض بأن الهوية تقوم على أساس ثقافي، مبني على فكرة التجانس الاجتماعي، وهو افتراض غير مبرر، ورأي آخر يرى في الحداثة أنها مسئولة عن الربط بين الهوية الثقافية والهوية السياسية، الأمر الذي أدى إلى صراعات اجتماعية في داخل مجتمعاتنا وهذا ربط لا يكون حقيقيا إلا عندما تعبر الهوية السياسية عن الهوية الثقافية التي ينظر إليها على أنها فعل مرتبط بالماضي والمستقبل، بينما الهوية السياسية فعل يقوم في الغالب على معطيات الحاضر.^{١٩}

٧. أنماط الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية في الفضاءات الافتراضية

في الحديث عن إستراتيجية الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل العولمة يمكن أن نقول كيفية التعامل مع العولمة الثقافية وتنبع ضرورات التعامل والمواجهة الإعلامية لظاهرة العولمة بالأساس من الحاجة إلى حماية الهوية الثقافية الجزائرية وصيانة خصوصيتها الذاتية ويتم ذلك من خلال التوجه إلى التطور الحضاري الإنساني ودعم التفاعل الحضاري الثقافي بين الأمم والشعوب ولا بد لهذه الاستراتيجيات أن تكون ممكنة يمكن تطبيقها في ضوء الفرص المتاحة وان تتسم بالنظرة الشاملة^{٢٠} وذلك بتحليل مختلف المتغيرات ومدى تأثيرها بعضا ببعض ويتم الحفاظ على الهوية من خلال مستويين يتمثلان في:

• دوليا

لعل أهم نقطة للبدء في المحافظة على الهوية الثقافية أمام الآخر يمكن إطار التعامل مع قوى العولمة الثقافية وبناء النموذج الثقافي الوطني في المجتمعات العربية من خلال إجراء حوار عام يسفر عن إجماع وطني حول المشروع الثقافي الوطني والدعوة إلى الاندماج في الهوية الوطنية العربية مع الحفاظ على خصوصياتها وهي النقط المحورية التي تسعى من خلالها إلى قوى العولمة إلى تحطيم وحدة البلدان العربية.^{٢١}

إلى جانب ذلك لا بد من إجراء حوار في إطار مفهوم "التقريب" في الوقت الذي يصعب الحديث عن تعامل فعال مع العولمة الثقافية لأنه لا زالت هناك الكثير من التضاربات الثقافية في الوطن العربي إضافة إلى هذا لا بد من التوصل إلى إستراتيجية ثقافية مشتركة بين البلدان العربية والغربية ويمكن ذلك من خلال حوار الحضارات العالمية، فالعوامة تدفع في اتجاه فرض القيم الغربية ومواجهة القيم غير الغربية.

• محليا

إذا تحدثنا عن الإستراتيجية على المستوى المحلي فتعتبر الإستراتيجية النواة لفرض وجودنا الثقافي وإثبات خصوصيتنا الثقافية والهوية الوطنية القومية داخل المجتمع الجزائري ورفع هذه الهوية أمام الآخر

المكثف لمسالة التفاعلية بين القارئ و النص ولعل أول ما يتبادر إلى الذهن عند الحديث عن الهوية الثقافية في الانترنت هو الخصوصية الذاتية والتفرد بصفات وخصائص معينة تعكس هذه الخصوصية وتميز هذه المجتمعات عن بعضها ففي ظل التوجه إلى العالمية نجد أن هناك توجهها جديدا نحو تحديد الهوية فعند تحول الفرد إلى العالمية يحاول أن يؤكد هويته وشخصيته المميزة فالهوية تظهر في كل مكان وتؤكد على محورها في كل المجتمعات التي أصبحت مقسمة إلى مجموعات متعددة وسط كل هذا فهناك دول تختفي في الوقت الذي نجد فيه دول تؤكد على هويتها وتزدهر على المستوى العالمي.^{٢٢}

٦. تمثيلات الهوية الثقافية في البيئة الرقمية

تقوم الهوية على مجموعة من الركائز منها اللغة والدين والمذهب والفكر والعقيدة والعقيلة وحديثا أصبحت الابدولوجيا من ضمنها أيضا، بالإضافة لما يملكه الفرد والمجتمع من الهوية الاقتصادية والعلمية والاجتماعية وما يتضمن من الموروثات التاريخية وتفرضه عليه جغرافية الشكل والنوع المعين من الهوية. في حالات يمكن أن تغطي بعض منها على الآخر وتختلف من بقعة لأخرى ناهيك عن الاختلاف الواسع مع الدول المتقدمة، وكلما كانت الظروف الاقتصادية مسيطرة على الفرد، وهو يهتم بها أكثر من المجالات الأخرى- أي الاهتمام بالهوية الخاصة- يمكن أن تخفف الحداثة من سمك وثقل هوية الفرد سوى كانت اجتماعية أم ثقافية خاصة به، أي تقرب الأفراد رغم الاختلافات الكثيرة في كافة الجوانب من شكل وجوهر الهوية الخاصة بهم، في المجتمعات المتخلفة تبرز الاختلافات الخاصة بالهوية بين مكونات الشعب، وهناك من العوامل المؤثرة على التشدد في الالتزام بالهويات الخاصة ومنها الفقر والبطالة والتخلف في ظل أنظمة قمعية، وهذا ما يؤدي إلى مجابهة كل القيم الحديثة.^{٢٣}

هذا وتعد الهوية في نظر بعض الباحثين والمفكرين من جهة أخرى عائقا ينبغي إزالته للانضمام إلى مسيرة الحداثة، أما بعضهم الآخر يرى أنها الحصن الدفاعي الذي يحمي الثقافة القومية من وحشية القيم الحديثة التي تعتبر دخيلة عن القيم الأصيلة للمجتمع، وبين هذا وذاك يوجد من دعا لهوية مفتوحة ومتجددة، توازن بين الأصيل من القيم والمعاصر منها حسب الضرورة والاحتياج^{٢٤}

ولكن اليوم تأتي العودة القوية لثوابت الهوية الثقافية في الجزائر كما في دول العالم العربي الإسلامي، نتيجة لإخفاق الأيديولوجيات الغربية، في بناء هوية منزوعة الصلة بالعمق الثقافي والتاريخي لهذه المجتمعات، وفشل قيم الحداثة وشعاراتها البراقة في إحداث التنمية والرفاهية المأمولة.^{٢٥} غير أنه يوجد من ينتزع عن الهوية سمتها الاجتماعية الثقافية، فيراها

١٥ فلاح كاظم المحنة، (٢٠٠٢)، العولمة والجدل الدائر حولها، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، ط١، الأردن، ص٧٦

١٦ Jean-Noël Anderruthy، (٢٠٠٧)، web، p٢٥٠، EMI édition، France، révolution et nouveaux services d'internet،

١٧ عباس الجراي، مرجع سبق ذكره، ص٧٥

١٨ بدران بن لحسن، (٢٠٠٧)، العولمة ومنعطف التجديد، مجلة الإحياء، العدد ٢١، باتنة، جامعة الحاج لخضر، ص٥٥

١٩ فريدرك معتوق، (١٩٩٨)، معجم العلوم الاجتماعية، مراجعة: محمد ديس، بيروت، دار أكاديميا للنشر والتوزيع، ص٦٥

٢٠ Emmanuelle Border، (٢٠٠٦)، p١٥، Pascal Vaillant، Le statut du signe iconique entre iconicité et intertextualité، Paris،

وتكمن محاور ونقاط هذه الإستراتيجية في:

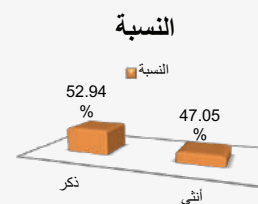
- محاولة المزاجية بين المجتمع الحديث والحياة الشعبية التي خلفها الأجداد ويقصد هنا بالمزاجية هو عدم الانفصام بين النواحي الحياتية والتجارب الموروثة التي لا بد أن تحضر وتحلل وتقدم في ثوب جديد مع الحفاظ على الإبداعية فكل ثقافة محلية خصوصية، ولكن تجتمع كلها في صفات مشتركة تكون السمة الغالبة للهوية الثقافية.
- تحديث ثقافتنا وتطويرها من خلال تبيان وضعية المتحول من الثابت فيها وذلك بإثبات هويتنا في وجه تيارات العولمة الثقافية حتى نتمكن من المحافظة على قوميتنا
- إيجاد رؤية تصور العالم على أنه مجموعة واحدة تتبادل المنافع دون إسقاط الخصوصية التي تميز كل جماعة في موروثها الثقافي.
- رفض العزلة والهيمنة في الوقت نفسه ومحاولة وضع وجودنا الثقافي في المعترك الحياتي من خلال تطويع الثقافة الجديدة مع ثقافتنا حتى تصبح مزيجا من الأصالة والمعاصرة وهنا يمكن المحافظة على هويتنا ومواكبة الآخر.^{٢١}

ثالثا : عرض بيانات الدراسة الميدانية

الجدول رقم (١)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	45	52.94%
أنثى	40	47.05%
المجموع	85	100%



نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة ٥٢,٩٤% تمثل نسبة الذكور و هي النسبة الغالبة ، أما نسبة ٤٧,٠٥% تمثل نسبة الإناث ، ويرجع السبب في ارتفاع مشاركات الذكور بارتفاع نسبة الذكور على شبكة فايسبوك.

الجدول رقم (٢)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة
من ١٨ الى ٢٢	20	23.52%
من ٢٣ إلى ٢٧	49	57.64%
من ٢٨ فما فوق	16	18.82%
المجموع	85	100%

من خلال الجدول (الجدول رقم ٠٢) يمكننا ملاحظة أن الفئة العمرية بين ٢٣-٢٧ سنة تمثل ٥٧,٦٤% من العينة هذا ما يؤكد ما تصرح به إحصائيات الموقع أيضا أن ٩٠% من المسجلين على الشبكة في الجزائر لا يتجاوز عمرهم ٣٥ سنة. كما أن الفئة الشبابية هي الأكثر استعمالا للشبكة.. ثم تأتي الفئة الأقل من ١٨-٢٢ سنة بـ ٢٣,٥٢%. ثم الفئة الثالثة من ٢٨ سنة فما فوق بـ ١٨,٨٢% ونستنتج من هذه النسبة أن أفراد العينة الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي في استخدامهم وتفاعلهم داخل الشبكة.

الجدول رقم (٣)

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

السن	التكرار	النسبة
متوسط	11	12.94%
ثانوي	19	22.35%
جامعي	45	52.94%
دراسات عليا دكتوراه وأكثر	10	11.76%
المجموع	85	100%

من خلال الجدول (الجدول رقم ٠٣) نلاحظ أن ٢٢,٣٥% من أفراد العينة يفوق مستواهم الدراسي المستوى الثانوي، % والدراسات العليا بـ ١١,٧٦% ، مما أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة المثقفة نرى أن لها فكرة وعلى إطلاع حول مواقع الانترنت وحول الفايسبوك عن طريق الاحتكاك بزملاء الدراسة. ثم يأتي المستوى الثانوي بـ ٢٢,٣٥% ثم مستوى التعليم المتوسط بـ ١٢,٩٤%.

٢١ حسن لطيف كاظم الزبيدي ، (٢٠٠٢) ، العولمة والمستقبل الدور الاقتصادي للدولة في العالم الثالث ، دار الكتاب الجامعي ، ط١ ، المغرب ص.٧٥

• أخذ بالاعتبار تعدد الإجابات

من خلال قراءتنا للجدول يتضح ان عدد مرات الدخول إلى الفايسبوك تتمثل في الاتجاه " كل يوم في الأسبوع " بنسبة ٥٠,٥٨ % و هي اكبر نسبة مثلها هذا الاتجاه ليأتي بعد ذلك اتجاه الذين يدخلون إلى حسابهم الالكتروني في الفايسبوك "مرة إلى مرتين في الأسبوع " و تقدر نسبتهم ب ٣٢,٩٤ % مقابل ذلك نجد الذين يدخلون إلى حسابهم مرة إلى مرتين في الشهر يقدر بنسبة ٥,٨٨ % و نسجل في نفس السياق نسبة الذين يدخلون إلى حسابهم بهذا الموقع و تقدر ب ٥,٨٨ % و هي اقل نسبة مقارنة بالاتجاهات الأخرى.

هذا التحليل يدعم لنا ما سبقه فإذا كان أفراد العينة يعاشرون موقع الفايسبوك منذ سنة فما فوق أي منذ مدة تقدر بالسنوات فان دخولهم إلى حسابهم الالكتروني بالموقع يزداد بمعدل كل يوم في الأسبوع مما يفسر لنا ان هناك علاقة وطيدة بين الفايسبوك و المستخدم ، من الذين يتفاعلون في الفايسبوك كانت تجمعهم صداقة قديمة اما في الدراسة أو العمل . وهذا التحليل يدعم ما سبقه الذي أشار إلى أن اغلب أفراد العينة يتفاعلون فايسبوكيين مع جماعة رفاقهم مما يفسر لنا أن الفايسبوك أصبح مجالا يجمع الأصدقاء القدماء والجدد.

الجدول رقم (٦)

يوضح كيفية التمسك بالهوية الثقافية الوطنية في الواجهات الاتصالية للفايسبوك

السن			كيف تحافظ على الهوية الثقافية الوطنية في الفايسبوك ؟	
أقل من ٢٠ سنة	من ٢٠ إلى ٣٠ سنة	أكثر من ٣١ سنة		
١٠	١٠	١٠	التكرار	الحفاظ على العادات و القيم التقليدية
١٠%	٢٠,٤٠%	٦٢,٥%	النسبة	
١٨	٣٩	٥٦	التكرار	مواكبة التطورات الثقافية مع الحفاظ على العادات والتقاليد
٩٠%	٧٩,٥٩%	٣٧,٥%	النسبة	
٢٠	٤٩	١٦	التكرار	المجموع
١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	النسبة	

يمثل هذا الجدول مدى المحافظة على الهوية الثقافية حسب متغير السن، نجد أن النسبة الغالبة هي ٩٠ % والتي تمثل المبحوثين الذين يرون بأن الحفاظ على الهوية الثقافية يتم من خلال مواكبة التطورات

الجدول رقم (٤)

يوضح الفرق بين الإناث و الذكور في مدة استخدام موقع الفيس بوك

إناث	ذكور		إناث
	تكرار	نسبة %	
أقل من ساعة	/	/	٥٥
أقل من ساعة	٥٣	٥٦,٦٦	٧٠
٥-٣ ساعات	٥٧	١٥,٥٥	٥٥
١-٦ ساعات	٢٦	٥٧,٧٧	٧,٥
من ١١ ساعة فأكثر	٥٩	٢٠	٢,٥
المجموع	٤٥	١٠٠%	٤٠
			١٠٠%

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (٤) الإناث هن اقل استخداما للفيس بوك، وذلك لكونهن منشغلين بالواجبات المنزلية و دروسهن الأكاديمية فغالبن طالبات جامعيات.

هذا وتشير نتائج الجدول أن الذكور يستخدمون موقع الفايسبوك لمدة تتراوح بين ٠٦ إلى ١٠ ساعات بنسبة ٥٧,٧٧ بالمائة في حين اعلي نسبة لجنس الإناث سجلنا نسبة ٧٠ بالمائة استخدامهن للفايسبوك لمدة ساعتين وهذا دليل أن الذكور يفضلون هذه الواجهات الاتصالية كمتنفس للهروب من الواقع نظرا لارتفاع المشاكل الاجتماعية على رأسها البطالة وسوء الظروف الاجتماعية في حين أدنى نسبة للاستخدام تعود لنسبة الإناث في استخدامهن للفايسبوك لمدة ١١ ساعة وأكثر بنسبة ضئيلة ٠٢,٥ بالمائة و هذا دليل على انشغالهم بالدراسة كونهن جامعيات إلى جانب تسجيلنا نسبة منخفضة لجنس الذكور فدرت ب ٠٦,٦٦ الذين يفضلون استخدام المواقع لمدة ساعتين فقط.

الجدول رقم (٥)

يوضح عدد مرات الدخول إلى الحساب الالكتروني في الفايسبوك

عدد الدخول الى الحساب	التكرار	النسبة
مرة الى مرتين في اليوم	٥٥	٥,٨٨
كل يوم في الأسبوع	٤٣	٥٠,٥٨
مرة إلى مرتين في الأسبوع	٢٨	٣٢,٩٤
مرة الى مرتين في الشهر	٥٥	٥,٨٨
دون جواب	٥٣	٥٣,٥٢
المجموع	٨٥	١٠٠

الثقافية مع الحفاظ على العادات و التقاليد من ضمنها ٧٩,٥٩٪ ما بين سن ٢٠ و ٣٠ سنة و نسبة ٩٠٪ أقل من ٢٠ سنة و ٣٧,٥٪ أكثر من ٣١ سنة ، أم النسبة الثانية فهي والتي يرى فيها أنه تتم المحافظة على الهوية الثقافية من خلال الحفاظ على العادات والتقاليد والقيم التقليدية، من بينها ٢٠,٤٠٪ بين ٢٠ سنة إلى ٣٠ سنة و ٦٢,٥٪ أكثر من ٣١ سنة ، و ١٠٪ أقل من ٢٠ سنة .

يرجع هذا التفاوت في النسب حسب رأي المبحوثين في أن العادات و التقاليد الجزائرية مقيدة و محافظة وليست مواكبة للتطورات الحاصلة في المجتمع الدولي وخصوصا فئة المبحوثين الذين هم اقل من ٢٠ سنة ، إذ نجد أن المجتمع الجزائري يعيش نمطين متعارضين من الثقافة واحد عربي مسلم والآخر غربي ، واختلطت الثقافتين واندمجت، وتشكلت ثقافة لا هي مسيطرة للتقدم التطور ولا هي محافظة، لذلك نجد تعارض في فكرة الحفاظ على الموروث الثقافي من جهة و خصوصا المبحوثين الذين هم أكبر من سن ٣٠ ، وفكرة مواكبة التطورات الحاصلة مع الحفاظ على الإرث الثقافي.

الجدول رقم (٧)

يوضح رأي المبحوثين في العادات و التقاليد الجزائرية الأصيلة

ما رأيك في القيم والعادات والتقاليد التي تنشر عبر المحتويات الرقمية ؟	التكرار	النسبة
محافظة	65	76.47%
متحررة	20	23.52%
المجموع	85	100%

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة هي ٧٦,٤٧٪ والتي تمثل رأي المبحوثين في أن العادات والتقاليد والمعتقدات الجزائرية محافظة ، بينما ٢٣,٥٢٪ تمثل رأي المبحوثين في أن العادات و التقاليد والمعتقدات الجزائرية متحررة. ويرجع ذلك الفرق في النسب في أن المجتمع الجزائري لا زالت تحكمه العادات والتقاليد والعرف في الحياة الاجتماعية في الزواج مثلا وغيره، لذلك يجد الشباب الجزائري نفسه يعيش نوع من التناقض والصراع الثقافي إذ أن المجتمع يأبي أن يتخلى عن القيم والعادات و التقاليد التي تركها لنا أجدادنا وفي نفس الوقت يتأثر بالعادات والتقاليد الناتجة عن التغيرات الحاصلة على جميع الأصعدة لعل ابرزها الصعيد الاجتماعي و الثقافي ، لذلك يرى معظم المبحوثين أن المجتمع الجزائري هو مجتمع محافظ ومقيد ولا يتميز بالتححر مقارنة لما يحدث في المجتمعات المجاورة .

الجدول رقم (٨)

يوضح اكتساب قيم ومعتقدات جديدة من خلال الانتماء إلى الفايسبوك

هويتك عبر الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية	التكرار	النسبة
نعم	63	74.11
لا	22	25.88
المجموع	85	100

نلاحظ من الجدول أن معظم المبحوثين قد اكتسبوا قيم ومعتقدات جديدة من خلال الانتماء للفايسبوك بنسبة ٦٩,٤١٪، أما نسبة ٣٠,٥٨٪ فتمثل المبحوثين الذين لم يكتسبوا قيم ومعتقدات جديدة من خلال انتمائهم للفايسبوك، ويرجع ذلك في أنه فضاء واسع يسمح بالتعرف على أشخاص من مختلف الثقافات والحضارات ومن مختلف الدول وبالتالي يكسبه ذلك التنوع الثقافي و يساهم كذلك في التعرف على أشخاص مثلهم، إذ أن الشخص في الفايسبوك له الحرية في اختيار الأشخاص وفي اختيار الاسم الذي يريده لذلك يمكننا تفسير هذه النتائج بالحاجات التي أدرجتها نظرية الإشباعات ضمن سبب "التكامل والتفاعل الإجتماعي" من الأسباب الرئيسة التي تدفع الفرد لاستعمال وسائل الإعلام. أولا، استعمال الشبكة لوجود أشخاص يتقاسم معهم المستخدم نفس الاهتمامات قد يعود لرغبته في إشباع حاجة التعاطف الاجتماعي أي احتياجه لفرد آخر يفهم حاجاته وآلامه، ثانيا، نفسرها أيضا بحاجة اكتساب الشعور بالانتماء إلى مجموعة أفراد تشبهه في الاهتمامات والآراء، وأخيرا حاجة المحادثة والتفاعل مع الآخر والأخذ والرد حول مواضيع تهتمه.

الجدول رقم (٩)

يوضح هوية المستخدم على صفحة الفايسبوك

هويتك عبر الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية	التكرار	النسبة
نعم	63	74.11
لا	22	25.88
المجموع	85	100

نلاحظ من خلال الجدول الإجابات الواضحة المتعلقة بهذا السؤال، خاصة وأن الأخير يعتبر من الأسئلة التفخيفية والاختبارية في نفس الوقت، حيث كانت معظم إجابات المبحوثين بأن هويتهم عبر الفايسبوك تحمل معلومات حقيقية ، وبنسبة ٧٤,١١٪، كما نلاحظ أن هناك من أجاب من المبحوثين حول عدم امتلاك هويتهم للمعلومات الحقيقية، ويظهر التقارب هنا نوعا ما في الإجابات، حيث بلغت الإجابة الثانية وبنسبة ٢٥,٨٨٪، ومن هنا نستنتج بأن أغلبية مستخدمي الفايسبوك تحمل هويتهم عبر الفايسبوك معلومات حقيقية مبرر الاختفاء وراء التستر من جهة، كما يتضح من تلك البيانات مدى التقارب بين نسبة الاستعمال الحقيقي للمعلومات وبين الاستعمال الافتراضي، ومن هنا يمكننا أن نفسر هذا التقارب بامتزاج المعلومات بين الحقيقية والخفية، مما يشكل لنا هوية ثالثة تظهر في الهوية الافتراضية.

الجدول رقم (١٠)

يوضح امتلاك المستخدم لأشخاص غير معروفين على الصفحة

لديك أشخاص غير معروفين	التكرار	النسبة
نعم	73	85.88
لا	12	14.11
المجموع	85	100

تشير نتائج بيانات الجدول السابق حول كيفية تفعيل دور وسائط الاتصال الجديدة في ترسيخ الهوية لدى الشباب إلى إجماع تام بين الإناث و الذكور من أفراد العينة ممن لهم حق إجابة هذا السؤال على أن تحسين نوعية المواد الإعلامية الجديدة التي تدافع عن الهوية يعد من أبرز سبل تفعيل دور وسائل الإعلام في ترسيخ الهوية لدى الشباب، يليها إدراك أفراد العينة ٢٥٪ من الإناث و ٢٢,٢٪ من الذكور لضرورة "دعم الحكومات العربية لوسائل الإعلام التي تهدف إلى الحفاظ على الهوية"، كما ذهب ١٥٪ من الإناث و ١١,١٪ من الذكور إلى أهمية "زيادة البرامج التي تحذر الشباب من مخاطر طمس الهوية واندحار روح الوطنية" باعتبارها سبيل أساسي من سبل تفعيل وسائل الإعلام الجزائرية لدورها في ترسيخ الهوية لدى الشباب. ثم يأتي في النهاية اختيار ١٧,٥٪ من الإناث و ٣,٣٪ من الذكور للدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام في "تحذير الشباب بخطورة التعرض لوسائل الإعلام العربية و الأجنبية التي تروج لثقافة العولمة"، وطرح فئة أخرى تذكر بدائل أخرى مثل: تحرير الإعلام الجديد من هيمنة المواد الغربية، العمل على إنتاج برامج عربية ضخمة توازي البرامج العالمية الشهيرة لدعم الثقافة العربية، خلق وسائل إعلامية في الفضاء الافتراضي وبرامج قادرة على جذب الشباب، إعادة صياغة الإعلام الجديد بروح إسلامية عصرية تتفق مع العالمية دون المساس بالأصل.

رابعاً: النتائج و الاستنتاجات العامة

ع تزايد عدد المؤثرين في البيئة الرقمية وتنوع محتوهم أصبح من المهم التساؤل حول طبيعة هذا المحتوى، خاصة أننا أصبحنا في بيئة إعلامية لا مجال فيها للسيطرة عليه، كما من الصعب التنبؤ بالتغيرات التي من الممكن أن تحدث فيها أو التحكم في الرسائل ومضامينها وتأثيراتها.

لدخول إلى المجتمع الرقمي أصبح خياراً لا مفر منه، وشدد على ضرورة تطوير محتوى رقمي هادف للأجيال الحالية، مؤكداً أن صناع المحتوى لديهم مسؤولية لتأدية رسالة نبيلة داخل المجتمع.

وأشار إلى أن الجمهور يستهلك المعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي بطريقة عاطفية ويهتم بالجانب الفردي أكثر من المعلومات التي تهتم المجتمع، علينا أولاً تحديد هوية صانع المحتوى. ثم شروط تجعل من أي شخص صانع محتوى؛ أن يمتلك هاتفاً ذكياً، يمكنه الاتصال بالإنترنت، ولديه فكرة أو شيء يرغب في التعبير عنه من خلال فيديو أو مقطع صوتي، أما المحتوى النصي فبات الأقل توافراً لأنه يتطلب مهارة خاصة.

زيادة المحتوى لا تعني الجودة، بل على العكس من ذلك، سهولة صناعة المحتوى أفسحت المجال للصالح والطالح على حد سواء وسائط التواصل الاجتماعي حلقة إعلامية بديلة بين فئات الشباب أتاحت لهم استعراض العديد من أفكارهم ومناقشتها بصناعة محتوى يفي بالغرض. لذلك أردنا دراسة تأثير صناعات المحتوى على الطلبة باعتبارهم نخبة المجتمع والأكثر تعاملًا بوسائط التواصل، للكشف عن هذه الآثار ومدى تأثير طبيعة المحتوى وقابلية تلقيه من الطلبة الجامعيين. وخلصت هذه الدراسة أن إسهام الطلبة وتداولهم المعلومات

نلاحظ من خلال الجدول بأن معظم إجابات المبحوثين لديهم أشخاص غير معروفين في صفحاتهم عبر الفيسبوك، حيث بلغ بنسبة قدرت بـ ٨٥,٨٨٪، عن الإجابات الثانية والتي تخص المبحوثين الذين لديهم علاقة مع أشخاص معروفين لديهم بلغ بنسبة قدرت ١٤,١١٪، ومن هنا نستنتج بأن جل مستخدمي الفيسبوك لديهم أشخاص غير معروفين حقيقة في صفحاتهم الخاصة، ويمكننا تفسير هذه النتيجة من خلال توافد الكبير من الأشخاص على الصفحات يوميا من جهة، وكذا إضافة الصفحات الجديدة لأشخاص آخرين قصد التعرف، كما طبيعة هذا الفضاء الافتراضي تمنح التداول على كل ماهو جديد من العلاقات بين مستخدمي الفيسبوك، ولعل ما يبرر وجود بعض المستخدمين من لديهم أشخاص معروفين في صفحاتهم، ينطبق الأمر هنا على أولئك الذين تتم علاقاتهم في أطر محدودة ومع أشخاص محددين ترتبطهم الصداقة أو القرابة أو مهنة معينة وغيرها.

الجدول رقم (١١)

يوضح مدى شعور المبحوثين بالتححرر من خلال انتمائهم للفيسبوك

هل ترى أن صناع المحتوى عبر الفيسبوك قد ساهم في :	الجنس	
	ذكر	انثى
التحرر من القيم والعادات والتقاليد التي يفرضها المجتمع	10	31
الابتعاد عن القيم والعادات والتقاليد	35	09
المجموع	45	40
	70%	30%

نلاحظ من الجدول أن النسبة الكبيرة هي التي يرى فيها المبحوثين أن الفيسبوك قد ساهم في الابتعاد عن القيم والعادات والتقاليد التي يتمسك بها المجتمع الجزائري من بينهم ٧٧,٧٪ ذكور و ٢٢,٥٪ إناث أما النسبة التي تليها فهي التي تمثل مدى مساهمة الفيسبوك في التحرر من القيم والعادات والتقاليد التي يفرضها المجتمع من بينهم ٢٢,٢٪ ذكور و ٧٧,٥٪ إناث. ويرجع السبب في أن الفيسبوك يخلق جو من السرية والحرية التامة في التعبير بحيث يستطيع المستخدم لهذا الموقع أن يتواصل مع من يريد بحرية تامة دون أن يدلي بالمعلومات الشخصية الخاصة به، وخصوصا عند الإناث إذ يرون بأن الفيسبوك يعطي نوع من الحرية من حيث التعبير عن مشاعرهن ورغباتهن لأن المجتمع على حسب رأيهن يفرض مجموعة من القيود والضوابط التي لا توجد في المجال الافتراضي.

الجدول رقم (١٢)

سبل تفعيل دور وسائط الاتصال الجديدة في ترسيخ الهوية لدى الشباب

التكرار الإجابة	ذكر	النسبة المئوية	انثى	النسبة المئوية
تحسين نوعية المضامين الإعلامية الجديدة التي تدافع عن الهوية.	15	33.3%	17	42.5%
زيادة البرامج التي تحذر الشباب من مخاطر طمس الهوية وضعف روح الوطنية.	15	33.3%	07	17.5%
دعم الحكومة الجزائرية للمنابر الالكترونية التي تهدف إلى الحفاظ على الهوية.	10	22.2%	10	25%
تحذير الشباب بخطورة التعرض للصفحات التي تروج لثقافة العولمة.	5	11.1%	06	15%

• كشفت لنا نتائج تحليل الاستبيان انه هناك ثلاث مستويات للهوية تتمثل في: الهوية الفردية وهي علي مستوي الفرد، والهوية الجماعية وهي التي تكون علي مستوي الجماعة التي يوجد فيها الفرد، والهوية الوطنية والقومية، وهي التي تشمل المجتمع كله، وهذا معناه أن الهوية الثقافية لأي فرد لا تكون كاملة

• إن أول ما يمكننا أن نلتفت إليه كاستنتاج عام هو التغير الذهني الذي يطرأ على الشخص، وخصوصا في مجال الاتصال الوسائطي، حينما يقوم باستخدام الوسائط التكنولوجية الحديثة، فهو كثيرا ما يبدو مختلفا عن الشخص الواقعي الذي يمثله في المجتمع الواقعي، لأن التعامل الافتراضي مع الآخر عبر الشبكة الافتراضية غالبا ما يتيح للفرد لونا مميزا من التحرر من قيود المواجهة المباشرة، ويجعله قادرا على التعبير عن آرائه المختلفة بعيدا عن القيود الاجتماعية

• تشير بيانات الدراسة ضمينا إلى أن أغلبية مستخدمي الفيسبوك تربطهم علاقات صداقة حميمة ترتبط بالاهتمام وبالصدقة وبالقرابة أكثر من شيء آخر، وما يحدد علاقات الأشخاص داخل هذا الفضاء الافتراضي كل ما يتعلق باهتماماتهم التعريفية في علاقاتهم مع الآخرين، وهذا الأخير يعتبر محددًا أساسيا من محددات العلاقات الافتراضية عبر الفيسبوك، وهذا راجع لطبيعة الوسيط أولا باعتبار أن الفضاء الإلكتروني الافتراضي له خصوصيته، بالإضافة إلى بعض المواصفات الفرد الطبيعية المتعلقة بحب التطلع، وتوسيع من دائرة الأصدقاء، والفضول في اكتساب الأصدقاء والتعرف عليهم، كما لا ننفي بأن الاهتمامات الشخصية لها دور في هذا المجال.

• أكدت العينة المبحوثة ان التغير في الصفحات أو ما يعرف بالبروفایل الشخصي عبر الفيسبوك يبنى على مبدأ الهروب من الحقيقة والتستر على الهوية الشخصية من جهة، وكذا إعطاء للشخصية الواحدة أو بالأحرى للهوية الواحدة عدة شخصيات أو هويات متعددة، باعتبار أنها تختلف عن بعضها في الملامح ولو في محدّد واحد من محددات الهوية الافتراضية، كما لا ننفي دور طبيعة الفضاء الإلكتروني الافتراضي الذي يمنح قابلية التعدد والتنوع والتوسع من دائرة المشاركة في الاستخدامات عبر الفيسبوك.

• كشفت نتائج التحليل الكمي و الكيفي لبيانات الدراسة أن الانترنت تستطيع أن تُقدّم حياة افتراضية ثرية و شيقّة تربط بين أفرادا معزولين عن بعضهم جغرافيا، و لكنها مع ذلك ليست بديلا عن الحياة الفعلية الحقيقية، فالشخصية الافتراضية داخل العالم الإلكتروني ما هي إلا إرادة مجسدة للشخصيات الحقيقية والاعتبارية التي تجسد تصرفاتها وتنقل تعبيراتها الإرادية عبر حواسيبها التي جسدت الشخصية الافتراضية داخل عوالم هذه البيئة التكنولوجية البصرية .

وتصفحهم لمختلف المحتويات الالكترونية مهم، كما أن اغلب مضامينها موجهة للشباب وتستهدفه بدرجة أولى،

• كشفت لنا القراءة الكيفية للبيانات أن الهوية متغيرة و ليست ثابتة و تغيرها يفرضه التغير الاجتماعي و الثقافي خصوصا ونحن نعاني أزمة مصطلح ومعنى (اضطراب اصطلاحي مفاهيمي) فالاقتراب من الواقع هو اقتراب من الأزمة وحلها.

• بينت لنا الدراسة انه هناك نسبة لا يستهان بها من الشباب ليس لديها أية خلفية عن طبيعة المخاطر وسائط الاتصال الجديدة على الهوية وهو مؤثر خطر على أن ثمة قصور كبير في الدور الذي ينبغي أن تلعبه المؤسسات المنوط بها توعية هؤلاء الشباب بالمخاطر التي تحيق بهويتهم و تأتي في مقدمة هذه المؤسسات الأسرة، المسجد، المدرسة...الخ.

• يؤكد المبحوثين من خلال جميع إجاباتهم على انه يوجد تغيير في نمط اللباس وفي اللغة نظرا لتأثرهم الشديد بصناع المحتوى الرقمي بالرغم من الموروث الثقافي الذي يمتاز به المجتمع الجزائري من حيث اللغة (الامازيغية، الشاوية، التارقية....) و من حيث اللباس (التارقي، القبائلي، الشاوي، النابلي....) إلا أن الشباب الجزائري أصبح لا يولي اهتمام بهذا التراث الثقافي عبر الفضاءات الافتراضية نظرا لتغيرات حاصلة في صورة الذات لذلك فالشباب الجزائري يعيش نوع من المعاناة في تحديد وتشكيل هوية ثقافية محافظة ومتحضرة.

• تتحدد الهوية الثقافية الافتراضية في مجموعة من المقومات وهي اللغة الوطنية واللهجات المرتبطة بوجود شعب ما وتطوره ومصيره وكذا العادات والتقاليد والأعراف النابعة من تلك القيم والحاملة لها والعاكسة لمستوى الشعب حامل الهوية الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي.

• نستخلص من خلال تحليل الجداول تحليلًا إحصائيًا أن الميديا الجديدة بقدر ما توفره من فرص افتراضية لعلاقات واقعية و حقيقية، لكنها قد تواجه بعض العقبات الثقافية التي تنشأ من اختلاف العلاقة الافتراضية عن العلاقة الحقيقية فمن خلال تعبير الشباب على الشبكة يكون محرر من القيود. وهذا التحرر يتحقق على طبقات: أولها، من خلال آليات المجتمع الافتراضي في هذا الفضاء يكون الشباب محررين من سلطة الكبار كسلطة ضابطة فيما يتعلق بالمضامين التي يتبادلونها إذن فهم يدلون بما يريدون وما يكونون حقا بما أنهم لا يخضعون لأي سلطة في هذه الشبكة، ثانيا، ليكون التعبير أكثر حرية يستعمل المستخدم اسم مستعار غير صفاته من خلالها يتمكن من التعبير والتفاعل بدون حرج عن كل ما بداخله بدون أن يكون معروف بهويته الحقيقية. لذلك أصبح التواصل عبر الفيسبوك يتعدى الزمان والمكان إذ أنه أصبح الوسيلة الأكثر رواجًا في تعامل الشباب مع بعضهم البعض فبدل أن يطلب رقم الهاتف أصبح يطلب الفيسبوك أو الحساب Compte من أجل التواصل.

خاتمة

حتى قبل ظهور وسائل الإعلام والاتصال، حين كانت الدول والأمم في الماضي تنفتح على ثقافة أمة أخرى فتنهل منها ما يعجبها أو العكس، ويتحقق ذلك بفعل عملية التأثير والتأثر. ومن خلال هذه الدراسة الميدانية يمكن القول أن الهوية الثقافية في فضاء تكنولوجيا الاتصال روح تنبض وتاريخ يبنى وعنوان للذات الافتراضية، فلكل مجتمع هوية تلخص تجارب الذوات الفردية و الجماعية المشكلة له في نضالها المستمر و المتواصل لشق الطريق للتقدم و الرقي في بيئة تكنولوجية بصرية تحمل انساق ثقافية ذات أبعاد دلالية مختلفة

يدرك قارئ المداخلة أن المجال الافتراضي مجالا واسعا يستحق الدراسة المعمقة، فلا يخفى على أحد أن المعارك الثقافية هي أعمق تجربة يمكن لمجتمع أن يخوضها من أجل تجاوز رواسب الماضي وأطر التقليد وآليات الاستلاب الفكري والهيمنة الإيديولوجية كما إنها إرادة إحلال هيمنة محل هيمنة أخرى، لكن على أرضية التحرر. وهذا تنشده كل هوية ثقافية فاعلة ومتفاعلة مع الخاص و العام فالبعد الثقافي هو معيار أولي لتحديد طبيعة مجتمع ما.

و عليه فإن الهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة لدى الشباب الجزائري ليست وليدة اليوم، وإنما مرتبطة بعمليات الانفتاح الثقافي

قائمة المراجع

١. محمد حسن برغثي، (٢٠٠٧) الثقافة العربية والعولمة دراسة سوسيولوجية لآراء المثقفين العرب، ط١، المؤسسة العربية للنشر، بيروت
٢. محمد العربي ولد خليفة، (٢٠٠٣) المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية، ط١، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر
٣. عباس الجراري، (١٩٨٨)، مكونات الهوية الثقافية المغربية، في: الهوية الثقافية للمغرب، ط١، السلسلة الجديدة، المغرب
٤. محمد عابد الجابري، (٢٠١٦)، العولمة ومسألة الهوية بين البحث العلمي و الخطاب الادبيولوجي، مجلة فكر ونقد، عدد ٢٢
٥. محمد حسين أبو العلا، (٢٠٠٤)، ديكتاتورية العولمة قراءة تحليلية في فكر المثقف، مكتبة مديبولي، ط١، القاهرة
٦. محمد عابد الجابري، (١٩٩٨)، العولمة والهوية الثقافية، أطروحات دار المستقبل العربي، العدد ٠٢، بيروت
٧. فلاح كاظم المحنة، (٢٠٠٢)، العولمة والجدل الدائر حولها، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، ط١، الأردن
٨. سليمان إبراهيم العسكري، (٢٠٠١)، الثقافة والإنسان العربي، إطلالة على المشهد الراهن، مجلة العربي، العدد ٥٠٩، الكويت
٩. بدران بن لحسن، (٢٠٠٧)، العولمة ومنعطف التجديد، مجلة الإحياء، العدد ٢١، باتنة، جامعة الحاج لخضر، الجزائر
١٠. فريدرك معتوق، (١٩٩٨)، معجم العلوم الاجتماعية، مراجعة: محمد دبس، بيروت، دار أكاديميا للنشر و التوزيع، الأردن
١١. ابن داود عبد النور، (٢٠٠٩)، المدخل الفلسفي للحدثات تحليلية نظام تظهر العقل العربي قراءة في نصوص ميشال فوكو، ط١، دار الاختلاف، الجزائر
١٢. بدران بن لحسن، (٢٠٠٧)، العولمة ومنعطف التجديد، مجلة الإحياء، العدد ٢١، باتنة، جامعة الحاج لخضر، الجزائر
١٣. حسن لطيف كاظم الزبيدي، (٢٠٠٢)، العولمة والمستقبل الدور الاقتصادي للدولة في العالم الثالث، دار الكتاب الجامعي، ط١، المغرب
١٤. رشيد زرواتي، (٢٠٠٢)، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط١، دار هومة، الجزائر
١٥. عبد الوهاب إبراهيم، (١٩٨٥)، أسس البحث الاجتماعي، ط١، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة
١٦. محمد شفيق، (٢٠٠١)، البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث ط٢، الإسكندرية
١٧. عبد الرحمان البدوي، (١٩٩٧)، مناهج البحث العلمي، ط٣، وكالة المطبوعات، الكويت
١٨. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، (١٩٩٥)، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
١٩. عبد الوهاب بوخنوفة، (٢٠١٠)، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت: محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، مطبوع أشغال الملتقى الدولي حول: الشباب والاتصال والميديا أيام ١٤-١٥-١٦ افريل، الجزائر
٢٠. CUCHE Denys, 1998, La notion de la culture dans les sciences sociales, éd casbah, Algérie
٢١. Emmanuelle Border, (2006), Pascal Vaillant .Le statut du signe iconique entre iconicité et intertextualité. Paris
٢٢. Jean-Noël Anderruthy, (2007), web 2.0 révolution et nouveaux services d'internet , EMI édition, France
٢٣. Peter Dahlgren, (2010) l'espace public et l'internet : structure, espace et communication, réseaux, volume 18

أشكال وتجليات العنف الرمزي من خلال التحديات على الموقع الافتراضي Tik Tok وآثاره النفسية وآليات الحد من هذه الظاهرة (دراسة تحليلية لبعض مقاطع الفيديو للتحديات عبر Tik Tok)

ليبد مختارية

جامعة مصطفى اسطمبولي بمعسكر - الجزائر
1-lebid.mokhtaria@univ-mascara.dz

بلال لبنة

جامعة مصطفى اسطمبولي بمعسكر - الجزائر
1-belal.loubna@univ-mascara.dz

ملخص

العنف الرمزي هو نوع من التصرفات والأقوال والأفعال والحركات والكتابات، التي من شأنها أن تلحق الأذى بالاتزان النفسي أو الجسدي لشخص ما، وأن تعرض عمله وحياته للخطر. فهو يحمل معاني وألفاظ ولغة وصمت كلها دلالات من شأنها أن تنقص من قيمة الآخر، فلغة العنف الرمزي والفاظه يحمل كناية ودلالة تعبر عما يقصده الطرف المعتدي على الضحية ويفهم بينهما فهما، واضحا، كما تشير المعاني والإشارات والإيماءات إلى ذلك القصد، تلك الألفاظ والمعاني المتبادلة يمكن أن نقول عنها قاموسا شعبيا. يتدفق العنف الرمزي بفعالياته الرمزية على مدى سنوات طويلة ومتعاقبة فهو عملية مستمرة تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتلقين والتي طالت جميع فئات الشباب المختلفة عبر كل المجتمعات كما نجد تجلياته عبر الفضاء الرقمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبرز هذه المواقع التي أثارة ضجة كبيرة وذلك بالمتابعة اليومية لما ييثر من خلاله مشاهدات مرغوب فيها وأخرى غير مرغوب فيه. ومختلف التحديات التي تحدث عبر هذا التطبيق والتي انتشرت فيه ظواهر اجتماعية واضطرابات نفسية لذا ركزنا في مداخلتنا هذه على أشكال وتجليات العنف الرمزي من خلال التحديات على الموقع الافتراضي TIK TOK وآثاره النفسية وآليات الحد من هذه الظاهرة (دراسة تحليلية لبعض مقاطع الفيديو للتحديات عبر tik tok)، حيث تطرقنا إلى مفهوم العنف والعنف الرمزي، ثم تطرقنا إلى التعريف بالموقع الافتراضي tik tok وشروط التحدي في tik tok، كما تطرقنا إلى أسبابه وتجليات العنف الرمزي في الموقع الافتراضي، وتحليل المقاطع الفيديو على ضوء بعض النظريات، كذلك تطرقنا إلى مختلف الآثار العنف الرمزي في الموقع الافتراضي، وآليات الحد من هذه الظاهرة.

الكلمات المفتاحية

أشكال، العنف الرمزي، موقع الافتراضي tik tok، آثاره النفسية

الإشكالية

هدفت الدراسة إلى فحص مظاهر تأثير استخدام تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب في ضوء نظرية قيم الاستهلاك على عينة قدرت بـ ٢٨٢ من مستخدمي تطبيق التيك توك على الهواتف الذكية في تايوان تم اختيارهم بطريقة عشوائية متوسط العمر ما بين ٢٢-٢٧ عام وتم التوصل من خلال الدراسة إلى النتائج التالية: كشفت النتائج أن الأهداف السلوكية لاستخدام تطبيق التيك توك لها تأثير واضح على القيم الاجتماعية للشباب مستخدمين التطبيق أظهرت النتائج أن تفاعل الشباب مع المحتوى والتعرض المستمر للتطبيق يؤثران سلباً على القيم الاجتماعية للشباب، أظهرت الدراسة أن مظاهر تأثير التيك توك على القيم الاجتماعية للشباب تمثلت في تغير الجوانب الوظيفية والاجتماعية والوجدانية للشباب نتيجة للاستخدام وفي دراسة أخرى " لنهلة حلمي محمد عبد الكريم" بعنوان أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة السلوكيات التي يكتسبها الطفل نتيجة استخدامه. لتطبيق التيك توك، والتعرف على مخاطره على الأطفال وكيفية حمايتهم من استخدام هذا التطبيق، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، فيما تكونت العينة من ٢٠٠ مفردة من أولياء أمور الأطفال المستخدمين لتطبيق التيك توك في المجتمع المصري. وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن الأطفال يستخدمون تكنولوجيا الاتصال

يعتبر العنف من أحد أنواع الظواهر الاجتماعية السلبية التي لازالت تظهر في مجتمعاتنا، بالرغم من خطورته وتأثيراته السلبية على الأفراد والمجتمع، حيث يختلف هذا الأخير في أشكاله أما عن طريق العنف المباشر والذي يتمثل في العنف اللفظي والجسدي بمختلف أبعاده أو عن طريق عنف خفي غير مرئي يتجلى في جملة من الرموز والدلالات تحمل في طياتها جملة من الهجمات على الضحية والذي عبر عنه بيار بورديو فرض المعاني الذي يمارسه الفاعلون الاجتماعيون من كاهن وقديس وداعية ومدرس ونفساني وغيرهم. (Laouira, ٢٠٠٣, p11) بالرغم من اختلافات أشكال العنف إلا أن التأثير واحد، لكن تتعد أسبابه كونه ظاهر معقدة فسرته عدة نظريات كل حسب توجهه. إن انتشار العنف في وسط المجتمعات اتخذ وسائل أخرى، فمع انتشار استعمال الانترنت وكثرة المواقع الافتراضية أصبح الأفراد يستخدمونها في حياتهم اليومية بشكل كبير نظرا لأهميتها البالغة في تسهيل التواصل بين الأفراد وكذلك توفير خدمات متعددة، لكن الجانب الخفي أو ان أمكننا القول الجانب السلبي لهذه المواقع هو طبيعتها التي تتسم بسرعة الانتشار والتي تمكن من تفشي هذه الظاهرة كونها غير مدركة من قبل الأفراد على أنها عبارات ودلالات تحمل في مضمونها عنف رمزي. حيث بينت دراسة: (Wang, Liao, & Yang ٢٠٢٠) بعنوان تأثيرات استخدام تطبيق التيك توك بين الشباب مظاهر التأثير على القيم الاجتماعية^{١١}.

١,٣ سمات العنف الرمزي

- ان العنف الرمزي يأخذ صورة سلطة تفرض نفسها على نسق من الافراد.
- يأخذ العنف الرمزي صورة خفية حيث يتغلغل تأثيره في وعي ضحاياه بصورة عفوية دون إحساس منهم بإكراهات العنف التقليدي دون ان يشعر الضحية بهذه القوة التي تجعله يخضع لها .
- العنف الرمزي يتخذ عدة اشكال وخصائص من أهمها الترميز.
- يشترك العنف الرمزي مع بقية أنواع العنف في نفس الهدف وهو الحاق الأذى والضرر بالآخرين ويختلف عنهم من حيث أدائه وصورته لأنه خفي وغير واضح تماماً. (عمارة، ٢٠٢٢، ص ٣٥٢-٣٥٣)
- ان العنف الرمزي ليس بعنف مدرك من قبل الافراد ان اردنا ان نفهم اكثر، فطبيعته الخفية والتي تتخذ شكل الترميز هي التي جعلت منه امرا عاديا مقبولا من قبل افراد المجتمع وبالتالي انتهاجه.

١,٤ نظريات العنف

أولاً: نظرية التطهير (التنفيس)

تنطلق هذه النظرية من فرضية ان التعرض للجريمة والعنف في وسائل الاعلام يقلل من حاجة الانسان الى العدوان، وتقوم على فكرة التطهير التي تفترض ان الإحباط والظلم يولد الميل نحو العدوان عند الفرد، ويمكن اشباع هذا الميل بالعدوان المباشر او بمشاهدة الآخرين يرتكبون الجرائم ويقومون بالعدوان. (قيراط، ٢٠٠٦، ص ٢٥٩).

ويرى Feshbach وسنجر Singer ان العنف الذي يقدمه الاعلام يمكن ان يكون ذا وظيفة تطهيرية او تنفيسية اكثر أهمية للطبقات الدنيا في المجتمع عكس الطبقات المتوسطة، اذ ان التنشئة الاجتماعية التي يتمتع بها أطفال الطبقة المتوسطة تزودهم بقدرات تمكنهم من السيطرة على دوافعهم العدوانية، عكس أطفال الطبقة الدنيا، الذين لا يستطيعون السيطرة على ميولهم العدوانية، وهذا ما يجعلهم اكثر اعتمادا على مصدر خارجي ليساهم في الاقلال من احتمال وجود استجابات عدوانية لديهم. (الطرابيشي، ٢٠٠٤، ص ٢٩٤).

ثانياً: النظرية التحليلية

تفسر هذه النظرية ان العنف ما هو الا نتيجة الصراع والتناقض بين غريزة الحياة والموت وتحقيق اللذة ولا يتم ذلك الا عن طريق تعذيب الآخرين والحق الأذى بهم، والتصدي لهم، وتعزو النظرية الفرويدية الحديثة العنف وكل اشكال العدوان على الصراعات الداخلية والمشكلات الانفعالية الى السنوات الأولى من حياة الافراد ويكون ذلك نتيجة فقدان الطفل لمشاعر الحب والحنان والعطف، فالاطفال الذين لا يشعرون بهذه العواطف في السنوات الأولى من العمر يميلون الى الشعور بالعنف والعدوانية والكراهية نحو والديهم والآخرين. (الدوسقي، ٢٠١٦، ص ٣٠).

اذن ترجع هذه النظرية بان العنف مصدره كره الأطفال لوالديهم في المراحل الأولى للطفولة نتيجة عدم اشباعهم للحنان والعطف من قبل ابائهم.

الحديثة بصفة دائمة بنسبة ٦٦٪، وأن أغلبهم يقضون من ٤ إلى ٦ ساعات في استخدامها بنسبة ٥٩ وذلك حسب الوقت المتاح بنسبة ٦٢٪، كما أن أغلبية المبحوثين يوافقون على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي إلى تبني الطفل لقيم جديدة مغايرة للعادات والقيم الاجتماعية بنسبة ٦٨ حلمي محمد عبد الكريم ٢٠٢١. وفي دراسة أجنية لـ Neelam Muhammad Saud Farids Ume Habiba، بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي والانحراف بين الشباب في إسلام آباد باكستان" هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز الانحراف بين حياة الشباب. فاستخدم الباحث المنهج الكمي لاستكشاف هذه الظاهرة، وأجرى المسح باستخدام الاستبانة، وقد بلغ حجم العينة ٣٢٣ شاباً من كلية العلوم الاجتماعية بالجامعة الإسلامية العالمية إسلام آباد باكستان، وفي الأخير توصل إلى مجموعة من النتائج مفادها غالبية المجيبين ٩٨,٣٪ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وقال ٥٦,٦٪ من المشاركين إن التحرش عبر الإنترنت يتم بواسطة هذه المواقع مما يؤثر على كرامة المرأة، وقال ٦٨,٩٪ من الشباب إن تطبيقات الشبكات الاجتماعية تعزز الانحراف بين الشباب وقال ٧٢,٣٪ إن تطبيقات الشبكات الاجتماعية تروج للغة مسيئة. (بخوش، ريمي، ٢٠٢٢: ٢٠٦-٢٠٧)

ومن هنا تبلورت فكرة دراسة العنف الرمزي أشكاله وتجلياته وذلك باختيار تطبيق -تيك توك نموذجاً - من خلال طرح التساؤلات التالية:

- ماهي أشكال وتجليات العنف الرمزي من خلال تحديات تطبيق تيك توك؟
- ما هي آثاره النفسية على الأفراد؟
- ما هي آليات الحد منه؟

١. الإطار النظري للدراسة

١,١ مفهوم العنف

يعرف العنف في اللغة العربية بأنه الخرق بالأمر وقلة الرفق به، وهو عنيف اذا لم يكن رفيقاً في امره، ويقول الرسول صلى الله عليه وسلم " ان الله يعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف". (حسنين، ٢٠٣٣، ص ٣٦١).

ام في اللغة اللاتينية فاصل كلمة عنف هو Vis ويعني حمل القوة ضد شخص اخر او شيء ما. (طه، ٢٠٠٨، ص ١٧).

١,٢ مفهوم العنف الرمزي

يعرفه بيار بورديو بأنه " عنف خفي ناعم غير مرئي، وهو خفي مجهول من قبل ممارسيه وضحاياه في ان واحد، ويتجلى هذا العنف في ممارسات قيمية ووجدانية واخلاقية وثقافية، ويوظف ادواته الرمزية مثل: اللغة، الصورة، الإشارات، الدلالات، المعاني وكثيراً ما يتجلى هذا العنف في ظلال ممارسة رمزية أخلاقية ضد ضحاياه" (bourdieu, 1980, p219)

وفي تعريف اخر " عنف شفاف هادئ يخترق عتبة البصر فلا تقع عليه العين ولا يرى حتى من قبل ضحاياه" (bordieu, ١٩٩٨، ٨-pv)



طريق البث المباشر والتي تحتوي على تحديات يقوم بها المستخدم والهدف منها بلوغ نسبة مشاهدة وتفاعل كبير مع هذه الفيديوهات والبث المباشر للحصول على مبالغ مالية كبيرة، ستركز اكثر في هذا العنصر على بعض التحديات الخاصة بالبث المباشر ماذا تعني وكيف يتم تطبيقها وما هي شروطها:

قبل ذكر أنواع التحديات يجب علينا معرفة كيفية القيام ببث مباشر على تطبيق تيك توك، وهذا ما سنقوم بشرحه في العنصر التالي:

١,٧,١ كيفية الدخول الى بث مباشر في تطبيق تيك توك

أولاً يدخل المستخدم الى تطبيق تيك توك والضغط على علامة انشاء واختيار خاصية البث المباشر، بعدها يتم النقر على ابدأ، لكن هنالك شرط وهو يجب على المستخدم ان يكون لديه ١٠٠٠ متابع ليتمكن من عمل البث المباشر، بعدها يتم الضغط على ايقونة استضافة واختيار إضافة مضيف حيث تظهر قائمة بجميع الأصدقاء الذين هم في بث مباشر أيضاً، يتم اختيار واحد منهم وارسال دعوة اليه، بمجرد ان يقبل الطرف الاخر الدعوة ليظهر هو الاخر في الطرف الثاني من الشاشة، يتم بعدها الضغط على ايقونة مباراة مدتها ٥ دقائق يفوز فيها من يجمع اكبر عدد من النقاط التي يعطيها لهم الجمهور المشاهد للتحدي عن طريق الكبس على الشاشة في طرف احد اللاعبين (كيف؟، ٢٠٢٢).

اما فيما يخص الهدايا الذي يهديها المتابعين لاحد الطرفين هي التي يأخذ منها أموال على حسب نوع الهدية. (ahmed saeed, ٢٠٢٢) ١,٧,٢ اشكال التحديات على تطبيق تيك توك:

تتعدد تحديات تطبيق تيك توك وذلك حسب الخاصية التي يتم تطبيق التحدي بها وذلك اما عن طريق فيديوهات قصيرة او عن طريق البث المباشر والذي سنسلط عليه الضوء في دراستنا.

• **تحدي دلو الثلج ChallengeBucket-Ice:** يتمثل في أن يقوم شخص بسكب وعاء (دلو) من الماء المثلج فوق رأس المتحدي امام المشاهدين.

• **تحدي شفط أكياس القمامة ChallengeVacuumBagBin:** هذا التحدي يستند إلى أن يقوم الشخص بإدخال نفسه داخل كيس قمامة من قدميه حتى رقبته، ثم يتم شفط الهواء من داخل الكيس بواسطة مكنسة كهربائية، وما إن يتم سحب الهواء بشكل شبه كامل يضطر الشخص إلى السقوط والتدحرج وقد يسبب حالة تشبه إلى حد كبير الشلل المؤقت تصيب اطرافه. (مهدي، ٢٠١٩)

• **تحدي أقراص تايد للتنظيف Challenge Pod Tid :** يقضي هذا التحدي مضغ قرص من منظفات تايد Pod Tid وقد قام العديد بهذا التحدي ونشره عبر مقاطع الفيديو، بعد ذوبان الطلاء الخارجي للقرص في الفم تطلق المادة محتويات كيميائية خطيرة وتسبب حروق كيميائية ومشاكل في الكلى والرئة، نظراً لخطورة هذا التحدي قامت شركة يوتيوب بحظر مقاطع الفيديو الخاصة به على منصته.

ثالثاً: نظرية الإحباط (العدوان)

ترتكز هذه النظرية في أن كل الإحباط يزيد من احتمالات رد الفعل العدواني، وكل عدوان يفترض مسبقاً وجود إحباط سابق. فالعدوان من أشهر الاستجابات التي تثار في الموقف الإحباطي ويشمل العدوان البدني، اللفظي، حيث يتجه العدوان غالباً نحو مصدر الإحباط، فإذا ما انسد الطريق أمام العدوانية فمن الممكن أن تتجه هذه العدوانية ضد بديل أو تتجه إلى الداخل لتصبح عدوانية ضد الذات. (كفاقي، ١٩٩٧: ٣٢٥) تتوجه هذه النظرية الى ان الإحباط الذي يعيشه الطفل ناتج عن الفشل فبالتالي تتولد لديه طاقة غضب خاصة اذا رأى اقارنه ناجحين هنا يزداد الغضب مما يؤدي به الى تفرغته عن طريق العنف.

١,٥ تعريف تطبيق تيك توك

هو تطبيق تقني يتيح لمستخدميه انشاء حساب لإعادة صنع نسخة مقصورة لتمثيلات سمعية بصرية مختلفة من الأغاني والمسرحيات والمواقف المشهورة التي يتم تسجيلها سابقاً بالصوت، بحثاً عن الاعجاب عن طريق التويت من بقية المشاهدين المستخدمين لنفس التطبيق. (خراب، ٢٠١٩، ص ٤٥).

عرف (christopher ٢٠١٩): التيك توك بأنه "خدمة مشاركة الفيديوهات التي تسمح للمستخدمين مشاهدة فيديوهات يرفعها مستخدمون آخرون من ابتكارهم" (christopher.٢٠١٩. p ٣)

١,٦ نشأة وتطور منصة تيك توك

تم نشأة تطبيق تيك توك سنة ٢٠١٦ من قبل "تشانغ بهينغ" تحت مسمى "ميوزكلي" والذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين، حيث اقر موقع inews البريطاني بان مستخدم تطبيق "ميوزكلي" انطلقوا لحساباتهم الى التيك توك دون الحاجة الى انشاء حساب جديد لان "اليكس زو" صاحب "ميوزكلي" هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق تيك توك. (عايد، بن ناصر، ٢٠٢٢، ص ٤٠)

تم تغيير شعار التيك توك سنة ٢٠١٩ ليعكس الهدف الحقيقي للتطبيق وهو الفيديوهات الموسيقية. (Gaoji.٢٠١٨. p٣٦)

ويوضح (Ma, ٢٠٢٠) ان التيك توك هي منصة فيديو قصيرة شهيرة نشأت في الصين، وشهدت منذ نشأتها سنة ٢٠١٦ تقدماً ملحوظاً حيث بلغ عدد المستخدمين للتطبيق قرابة نصف مليار مستخدم من جميع انحاء العالم. والتطبيق عبارة عن منصة تدعم العديد من الميزات الخاصة بالفيديو مثل "Duet" (انشاء فيديو ثنائي مع مستخدم آخر) و « React » (التعليق بمقطع فيديو) لتشجيع الخبرات التعاونية بين المستخدمين للتطبيق. (Ma.٢٠٢٠. p٣٨١)

١,٧ تحديات التيك توك

يعتبر تطبيق تيك توك من اكثر التطبيقات رواجاً واستخدماً من قبل المستخدمين وبلغت نسبة تحميله ب حيث اصبح من الرائج استخدام هذا التطبيق لكسب المال منه بطرق يمكن القول عليها غريبة حيث اصبح مختلف فئات المستخدمين يقومون بمقاطع فيديو مسجلة او عن



• **تحدي رذاذ النار Challenge Spray Fire:** انتشر هاشتاغ هذا التحدي على أنستغرام وموضوعه هو أن يقوم المتحدي بسكب سائل أو مادة قابلة للإشتعال وإشعال النار فيها وهي على أجسادهم أمام الكاميرا، هذا التحدي تسبب بحروق بالغة بين المشاركين (Action News, ٢٠١٤).

• **تحدي القرفة Challenge Cinnamon:** فيه يقوم الشخص بتناول ملعقة من القرفة المطحونة، يبدو شيئاً عادياً وسهلاً، إلا أن العديد لم يتمكنوا من ذلك وأصيبوا بنوبات سعال هائلة وتهييج في الرئتين، أما الذين تمكنوا من إبتلاعه كان ٣٠ معظمهم لديهم ردة فعل مماثل مع تشنجات في المعدة ونزيف كبير، وانتهى الأمر في نهاية المطاف لأغلبهم بالمستشفى (Cheng, ٢٠١٩).

• **تحدي الملح والجليد Challenge Ice and Salt:** تضمن هذا التحدي رش الملح على جزء من الجسم (مثل الذراع أو ظهر اليد) ثم وضع مكعب من الثلج على الملح، يذوب الملح الجليد على الجلد، الهدف من التحدي هو تثبيت قطعة الجليد لأطول فترة على الجسم وهي في حالة الذوبان، لكن انتهى الأمر بالعديد من الأشخاص الذين قاموا بهذا التحدي في غرفة الطوارئ مصابين بحروق من الدرجة الثالثة.

١,٨ التأثيرات السلبية لموقع تيك توك

يمكن أن يؤدي استخدام تطبيق التيك توك بين الشباب بشكل مكثف إلى مشكلات نفسية، مثل التششت وضعف القدرة على إدارة الوقت والتعلم، مما يشير إلى الإدمان. ومن الآثار السلبية الأخرى لاستخدام التيك توك بين الشباب هي انخفاض جودة الحياة وحدوث العديد من المشكلات الصحية، بالإضافة إلى ضعف الأداء في العمل وتدهور العلاقات الاجتماعية (Anderson, ٢٠٢٠, p. ٧).

وكذلك يشبه التيك توك منصات الإعلام الاجتماعي الأخرى في احتمالية أيضاً الترويج للمعلومات الخاطئة والشائعات، ويوجد اتجاه عام للعمل نحو تعديل ذلك الجانب السلبي من التطبيق. ويتضمن تطبيق التيك توك تكنولوجيا تسمح بتبديل الوجوه وعمل فيديوهات بوجوه وهمية، وهو ما يسمح بإمكانية الترويج لتلك الشائعات بدون التعرف على هوية مصدرها. (Bergman, ٢٠٢٠, p. ٥٥)

١,٨,١ **تحديات خطيرة:** في التيك توك يمكن للمستخدمين الاشتراك في خمس تحديات مختلفة. وهي التحديات التي حظي بعضها بشهرة واسعة مثل تحدي "In mayfeelingaschallenge" الذي اجتاحت مختلف التواصل الاجتماعي وعرف باسم "كيكي"، بجانب تحدي "ohana" الذي تطلب أداء حركات راقصة على أنغام الأغنية نفسها. وبعد تحدي breakerskull أحد أخطر التحديات الذي لقي شعبية كبيرة على التطبيق على الرغم من خطورته التي تصل إلى حد الوفاة من ناحية وبدايته على سبيل الدعابة بين طالبين في إسبانيا من ناحية أخرى، فموجب ذلك التحدي يحاول شخصان عرقلة الثالث أثناء قفزه وهو ما حذر منه الأطباء، لما قد تنجم عنه إصابات قد تصل إلى ارتجاج المخ وغيرها، وعلى

الرغم من ذلك يجدر القول أن تلك التحديات بشكل عام تمنح التطبيق خصوصية تصنيف إلى جاذبيته وتدفع المستخدمين لإنشاء محتويات ومشاهد جديدة للآخرين.

١,٨,٢ **النبد الاجتماعي:** اقترن القبول المجتمعي إلى حد بعيد بعدد المتابعين، فإذا كان فيلا أو معدوما، شعر المستخدمون بأنهم منبوذون لا يرغب أحد في مصادقتهم وهو ما قد سيفر عن الوحدة والاكتئاب ويدفعهم إلى مقارنة أنفسهم بأصدقائهم، بل وجذب الانتباه بأي طريقة ممكنة ليتحول إلى محاولات بانسة وخرقاء للفت الانتباه، وبعد ارتداء الملابس الضيقة والخفية أحد أسهل الوسائل لزيادة أعداد المعجبين، لتتجاوز مشاهداتها الآلاف.

١,٨,٣ **الحسابات الوهمية:** يتستر كثيرون خلف حسابات وهمية للتنمر والتحرش بالمستخدمين عبر الرسائل والتعليقات، ومع الأخذ في عين الاعتبار أن تحويل الحسابات إلى حسابات مغلقة للأصدقاء فحسبه لا يحول دون ظهور صورة البروفايل أو المعلومات أسفل وهو ما يمكن وهمه بالنظر لطبيعة المستخدمين فيمكن لأي شخص إنشاء حساب على التيك توك بشرط عمره ١٣ عاماً، ومع ذلك تتراجع فعالية الضوابط التي تحول دون تسجيل من قل أعمارهم عن ذلك.

١,٨,٤ **العزلة الاجتماعية:** رغم أن التطبيق يدور حول التواصل الاجتماعي مع الجمهور، إلا أنه في الواقع يميل مستخدميه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الاهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها ويفضلون الشاشة عن تلك .

١,٨,٥ **مضيعة للوقت:** يقضي مستخدموه ساعات طويلة على التطبيق ويستنزفون الكثير من الوقت بالملل بلا نتيجة ورغم أن البعض قد يجني من وراء المال، ولكن ليس الكل، فهناك مخاطرة بأن المتابعين قد يحبون أو لا يحبون وعندما لا تقدم ما يريدون فإنك لا تحصل على أي شيء في المقابل.

١,٨,٦ **العري والدعارة:** رغم أن التطبيق لم يكن قصداً استخدامه بهذه الطريقة إلا أننا نشاهد بعض الفتيات الصغيرات يظهرن أجسامهن أثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان، ويقدمن هذا تحت ضغط متابعة المعجبين ولا يردن أن يخسرن لزيادة نسبة المشاهدة.

١,٨,٧ **مصدر التحرش:** نظراً لأن التطبيق يسمح لك بمشاركة جميع أنحاء العالم، فإن فرص التحرش اللفظي والجسدي موجودة وبعد النقد على الشاشة أمراً طبيعياً، ولكن قد يصادف نفس الأشخاص في الحياة وقد يمثلون تحديداً لهم.

١,٨,٨ **الرجسية:** معظم مستخدمي التطبيقات مهووسون بأنفسهم، وقد تعرف صديقا من مستخدمي TIK TOK وكل ما يطلبونه هو تصوير مقطع فيديو لهم، أثناء قيامهم بكل تلك الأعمال. المجنونة يعتقدون أنها أمام القطارات والسيارات والتعذيب لإظهار النفس. تجعلهم جذابين. ٩. الألم الذاتي وتعذيب النفس: مستخدمو TIK TOK تجاوزوا الآن حد أبناء النفس وأصبحت مقاطع الفيديو الخطرة، والرقص ١٠. الاكتئاب مستخدمو TIK TOK إذا فشلوا في تحقيق لغتهم في القبول ينتج عن ذلك التوتر والضغط والاكتئاب. ١١. النهايات المأساوية والسجن وقد يصل جذب الانتباه المتابعين على المشاهدة الفاضحة التي تؤدي إلى قضايا مخلة بالشرف أو الدعوى إلى الفسق والأمثلة أمام أعين كل الأسرة تخشى على أبنائها من تركهم بمفردهم دون رقابة على هذا التطبيق. (عايد، بن ناصر، ٢٠٢٢: ٤١-٤٣)

١,٩ الانعكاسات النفسية

١,٩,١ **الإدمان:** تلمس ذلك في عدد الفيديوهات والمشاركات والتعليقات المتزايدة باستمرار على التطبيق من الشباب الجزائري سواء ذكور أو إناث، والدالة على حجم الاستغراق والشغف في صنع الفيديوهات ومشاهدتها، فحسب الإحصائيات السالفة الذكر فإن تهافت الشباب المراهقين على التطبيق فاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت في وقت ليس ببعيد المنبر الأول للتواصل والتعبير لدى المستخدمين، ولعل السبب الرئيسي في ذلك هو رحلة البحث المتواصلة لديهم للشهرة التي حققها غيرهم والوصول لما لا إلى العالمية، فتطبيق تيك توك طريق مختصر لها، وهو ما حدث فعلا لدى عينة المستخدمين الهواة الذين أصبحوا من المشاهير في العالم، رغم أن هذه الشهرة ما هي في الحقيقة وفي غالب الحالات إلا تضخيم لشيء لا قيمة له، بل لكلام أو سلوك جريء يسيء لا لثقافتنا المحلية

١,٩,٢ **الاغتراب:** بمعنى شعور الشباب بالانتماء الثقافي للنموذج الجديد في السلوك والاستخدام وحتى السلع التي يتم الترويج لها في التطبيق، فغالبية المستخدمين من الشباب الجزائري يقلدون الأسلوب الأمريكي والأوروبي في التعبير، بطريقة لا تمت بأي صلة للثقافة المحلية أو الشعبية، وذلك فيما يظهر من تقليد في طريقة اللبس والحلاقة والرقص إلى جانب ذلك فإن تطبيق تيك توك يتيح الانتقال خلال المشاهدة أو تصفح الفيديوهات بين ربوع العالم، ما قد يعزز قبول الشباب لنموذج الغرب في الحياة كنموذج راقى ومتطور يعكس الثقافة المحلية التي أصبحت ذات قيم مملوكة تحول دون الازدهار، وبالتالي يشكل هذا التطبيق تحديدا فعليا للخصوصية الثقافية للشباب الجزائري.

١,٩,٣ **الفردانية:** فمن خلال ملاحظة استخدام الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك نلمس استقلالهم في اتخاذ القرار في تحديد نمط الحياة، فالشكل الذي يظهر به فالفيديوهات توشي بغياب المبادئ الأسرية أو أي سلطة ثقافية تملي عليهم الحدود الفكرية والسلوكية والتعبيرية. فغياب تأثير الأسرة كنواة أولية للتربية

والتعليم واضح جدا، وهو ما يلقي بظلاله سلبيا على واقع الحياة الاجتماعية لديهم. الانعكاسات الاجتماعية العزلة الاجتماعية فالشباب الجزائري يجد تطبيق تيك توك كبديل ترفيهي يلهيه عن الواقع المعيش وضغوطاته، وذلك دون قيود أو رقابة أو حدود للمشاهدة، فبمجرد نقرات بسيطة يمكن إعادة صنع فيديوهات تمثيلية مشابهة لمواقف أو أغاني مشهورة ... ومتابعة ردود فعل المستخدمين عليها وتفاعلهم معها، هذه التقنية تجر الشباب تلقائيا نحو العزلة، فبات الهاتف الذي وتطبيقاته بديلا عن العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة أو مع الجماعات الأخرى، أو عبارة أخرى سيطر الفضاء السيبراني على العقل والوجدان.

١,٩,٤ **ضياع القيم الأسرية والتربوية:** أي أن غالبية الشباب الجزائري كما وسبق الإشارة إليه- يظهر في التطبيق تيك توك بمظاهر غريبة جدا عن تقاليدنا وعاداتنا كجزائريين، ما يجعلنا نتساءل هل يعيش هؤلاء الشباب وحدهم... أين الوالدين !!! ليس هذا فحسب بل تجد في بعض الأحيان مشاركة الآباء والأمهات أبناءهم وبناتهم الفيديوهات على المباشر في شكل تمثيل زائف وعابر لعلاقة طيبة ووطيدة بينهم والانفتاح الثقافي على ما هو جديد من تقنيات التواصل والتعبير، دون أي شعور منهم لشكل أولادهم وما يرتدونه في تلك الفيديوهات، فمن الغريب أن تجد بنات بلباس النوم أو لباس ضيق يرقصن على أنغام أغاني الراي العصري "وذكور بلباس ضيق وعاري ويتسريحات شعر غريبة جدا مع أمهاتهم، فبدل أن يستر على نفسه وعليها يسمح بملائين الأشخاص لمشاهدتها !!! والوالدين في رضا تام وكأن القيم والعادات المحلية تملي علينا ذلك. وفي ذات السياق نلمس أيضا اضمحلال الهيبة مؤسسات التربية والتعليم، وهو ما يتحلى في فيديوهات الرقص والغناء داخل الأقسام !!!

١,١٠ الانعكاسات الثقافية

١,١٠,١ **التقليد الأعمى:** فالشباب يظهر في الفيديوهات بمماركات عالمية في اللبس وبنمط معين ذي مرجعية أمريكية أو روبرية فتطبيق تيك توك من الناحية التقنية يملي عليك بعض الحركات لتقوم بها كنوع من التوجيه للنجاح في إعادة التسجيل كما قام به المشاهير، ما يمكن أن نصفه كفخ استدراجي نحو التقليد وليس الإبداع، وبالتالي تنميط السلوك وفق معتقدات وأهداف المبتكرين للتطبيق، فلا ننسى أن نيك توك مخصص أساسا للرقص والغناء بالدرجة الأولى بعدما كان الهدف من التطبيق في بداية اختراعه للتعليم فالهدف الأخير تحقيقه مكلف وطويل المدى، أما الرقص والغناء والعري وسيلة فاعلة لنيل الشهرة وبالتالي حني الأرباح في وقت قياسي.

١,١٠,٢ **تزييف المعايير والقيم الثقافية المحلية:** فغالبية الشباب يظهر بمظهر دخيل وغريب عن الثقافة الشعبية أو المحلية، مظهر معوم يتم الترويج له من حيث السلع كنوع اللباس... والسلوك في تقليد المشاهير حتى وإن كان نوع ذلك السلوك مشينا خالي

الفيديو بحكم الفتاة على الشاب بكسر ١٠ بيضات على راسه وفركها حيث كررت كلمت افرکها على راسك ستة مرات وذلك لتأكيدا على الفعل واستمتاعها بهذا الحكم، في الجهة الأخرى بدا الشاب بالشتيم فيها معبرا على استيائه عن هذا الحكم نلاحظ من خلال هذا المقطع بان تجلى العنف الرمزي في هذه الحالة من خلال العنف اللساني وذلك بتجاهل الآخر، والتعدي عليه واحتقاره، او اهانتته...وينعكس ذلك في الفاظ خاصة ونكت وامثال، ورغم ان هذه التعابير قد تعكس واقعا الا انها ليست قيما لغوية. (عزي، ٢٠٠٩، ص ٨٧).

إضافة الى ذلك لاحظنا قيام الفتاة برفع مطرقة على كتفها مهددتا بها الشاب بقولها "سوف اكسر فمك بالمطرقة" خلال مشاهدتنا لهذا الفيديو لاحظنا تكرار هذا القول لأكثر من ١٠ مرات من طرف الشاب والفتاة وهذه دلالة على استخدام لكليهما العنف في التعبير عن حالتهم النفسية في تلك اللحظة.

يتسم العنف الرمزي الموجود في العالم الافتراضي بنفس التأثير عن طريق الانسياب والتخفي في العقل دون ان يشعر الفرد الضحية بهذه القوة التي تجعله راضيا لها، كونها ترمجه بصورة لا واعية، فيحس بانه يخضع لذاته ولكن الامر بانه يخضع لها، وخاصة انه يصدر من طبقة متمركزة في موقع الهيمنة. (رحماني، ٢٠١٤، ص ٣٠٧).

وهذا ما حدث في التحدي حيث في كل مرة تفوز فيها الفتاة بالتحدي تقوم بالتحكم في الشاب وترضخه لأوامرها كقولها "اجلس على رجلتي" وهذه تعطي دلالة للهيمنة والسيطرة.

وبتعدد الجولات وتعدد الاحكام، تعددت اشكال العنف الرمزي، اما عن طريق إعطاء تحديات تؤذي الآخر جسديا والذي يقوم بها الضحية كوضع معجون الاسنان كله على وجه الخاسر في التحدي، ورش العطر في الفم لعشرة مرات، والاستحمام بالماء البارد، واكل الفلفل الحار بكميات كبيرة، ومن جهة أخرى العنف النفسي الذي يظهر بتعذيب الطرفين في حالة ما اذا خسر احدهما بالاستهزاء به وقول جملة من الكلمات البذيئة التي تقلل من كرامة الطرف الآخر، وخاصة من طرف الشاب والذي تمسه هذه الاهانات في رجولته وامام مشاهدين من مختلف الاعمار والاجناس، وهذا ما لاحظناه خلال مشاهدتنا للفيديو حيث تكررت عدة مصطلحات غير محترمة مثل "سأسلخ جلدك" والتي تكررت لأكثر من ٨ مرات، و كلمة "اكسر راسك" لأكثر من ٥ مرات، اما بالنسبة للكلمة التي تكررت بنسبة كبيرة وهي كلمة "موت" لأكثر من ٥٠ مرة وهذه دلالة على إصرار كل من الفتاة والشاب على استعمال العنف بمختلف اشكاله، لكن الامر الخطير والذي يدعونا الى دق ناقوس الخطر هو تقبل الافراد لمثل هذه الهجمات العنيفة.

تتجلى هذه المظاهر على شكل دلالات ومعاني التي يتضمنها بشكل رمزي وكما أشار اليه بيار بورديو متخفي وانسيابي وراء تلك الدلالات والرموز والمعاني، وبالتالي وراء تلك الممارسات الثقافية والاجتماعية ومنه إضفاء شرعية لممارسة العنف وراء هاته المعاني الرمزية. (ميلودي، ياحي، ٢٠٢٢، ص ٤٠١) وهذا ما لاحظناه في دراستنا هذه وهو أصبح مشاهدة العنف من قبل الافراد اما في مواقع الافتراضية او الواقع المعاش

من الحياة... تغييب الوعي النقدي: أي الاهتمام بالأمور السطحية أو التافهة... والبعد عما هو مفيد ومهم، إذ صار معيار التقدم والرقى بالنسبة للشباب الجزائري في المظهر وليس في الجوهر، وهو ما يبرز لنا في وتعبيراتهم المؤكدة على أن الحياة السخية لا تكون بالمبادئ الأصيلة التي نشأ عليها أجدادنا من تعاليم الدين الإسلامي والثقافة العلمية الراقية ورفع الجهل... فذلك أصبح فلسفة قديمة لا علاقة بالزمن الراهن... بل باقتناء نوع معين من السلع كالماكياج العصري المتنوع والمتجدد باستمرار بالنسبة للإناث... واللباس الفاضح من ماركات معينة (غوتشي، إيدن بارك...) امتلاك هواتف عصرية وبأعلى الألمان، سيارات فاخرة... وغيرها من المظاهر الزائفة. (خراب، ٢٠١٩: ٤٥٥-٤٥٦-٤٥٧)

٢. الأطار التطبيقي للدراسة

سنعرض في الجانب التطبيقي دراسة تحليلية حول موضوع اشكال وتجليات العنف الرمزي من خلال التحديات على الموقع الافتراضي Tik tok، وهذا من خلال تحديد مجتمع دراستنا وكذلك المنهج المستخدم واداة جمع المعلومات.

٢,١ منهج واداة الدراسة

استخدما في دراستنا الحالية المنهج الوصفي وذلك لتلائمه مع موضوع اشكال وتجليات العنف الرمزي من خلال موقع الافتراضي tik tok، وذلك من خلال استخدام تقنية تحليل محتوى التي تساعدنا في هذا الموضوع في تحليل محتوى العنف الرمزي كون هذا الأخير يتسم بمعاني ضمنية غير واضحة أحيانا يتم فهمها من خلال تحليلها وفقا لنظريات معينة.

٢,٢ مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع دراستنا الحالية في فيديوهات قناة على اليوتيوب « Tik Tok Live »، ولتعذرنا على اختيار الكثير من الفيديوهات التي تصب في نفس الموضوع اخترنا فيديو عن طريق العينة القصدية لتلائمه مع موضوع الدراسة وكذلك لحصولك الفيديو على مشاهدات كبيرة.

٢,٣ عرض النتائج ومناقشتها

ان الفيديو الذي بين أيدينا الان هو فيديو منشور على قناة في اليوتيوب لقناة "Tik Tok Live" الذي يبلغ عدد متابعيها ٣٥٣٠ الف متابع تقوم بتقديم محتوى حول تحديات البث المباشر في تطبيق تيك توك وتسجيلها وإعادة نشرها على القناة في تطبيق يوتيوب، نشر هذا الفيديو في ٢٤ ماي سنة ٢٠٢٢ تحت مسمى "Tik Tok تحدي بين معصم والين" وبلغت نسبة مشاهدته ١٠٩٨٥ مشاهدة، تراوحت مدة في ٣٣:٢٤ دقيقة، حيث يعرض هذا الفيديو لتحدي قائم بين شاب وفتاة في بث مباشر على تطبيق تيك توك والهدف منه ربح الجولة من خلال تفاعل المشاهدين عن طريق التكبير على الشاشة في الجهة التي يكون فيها احد اللاعبين، مدة التحدي هي ٥ دقائق لكل جولة الذي يفوز بهذه الجولة يتم التحكم بالطرف الآخر الذي خسر من خلال إعطائه مجموعة من الاحكام التي يجب عليه تنفيذها وبطبيعة الحال الطرف الآخر أي الخاسر يمثل لأوامر الطرف الراجح ويخضع لها. إذا هذا هو التلخيص الذي يحمله الفيديو لكن الشيء الأهم هو تجليات جميع أنواع العنف الرمزي بهذا الفيديو سواء من الشاب او الفتاة حيث بدا

توصيات ومقترحات

امرا عاديا لكثرة رؤيتها وضعف الإحساس لدى الفرد جعله يتقبلها كأنها امر طبيعي يحدث كل يوم.

خاتمة

ان ما توصلنا اليه في دراستنا هذه هو تجليات العنف الرمزي من خلال تحديات التيك توك موجودة بمختلف اشكاله، وذلك من خلال قراءتنا التحليلية لفيدويوهات التيك توك والتي اثبتت لنا هذا الافتراض حيث ان أصبح موقع تيك توك كفضاء حر يسمح للأفراد بالقيام بمثل هذه الظواهر بشكل يتم قبوله من طرف الاخرين، بل وأصبح من السلوكيات التي يتسابق الافراد لفعلها رغبة في جني الأموال والشهرة وتحقيق نسب مشاهدات عالية.

ان استمرار هذه الظاهرة سيسبب في اثار وخيمة على الفرد والاسرة وبالتالي المجتمع ككل، فانتشار ثقافة التحديات عبر تطبيق تيك توك او أي تطبيق اخر بشكل رهيب في وسط الشباب وتعرضهم لهجمات العنف الرمزي بأنواعه تخلق لنا فردا ضعيفا مستهينا في المستقبل، غير متمسك بقيمه ومبادئه وكذلك تقبل هذه الظاهرة على انها شيء عادي بحيث تصبح تنتقل عبر الأجيال.

أصبح من الضروري التصدي لظاهرة العنف الرمزي سواء في الواقع او المواقع الافتراضية، سنقوم باقتراح مجموعة من التوصيات التي قد تقلل من هذه الظاهرة وهي كالتالي:

- تشديد الرقابة على هذه المواقع الافتراضية، بحيث تسلط اشد انواع العقوبات على الافراد الذين يمارسون العنف بكل انواعه.
- نشر ثقافة الوعي بهذه الظاهرة وبآثارها السلبية على الصحة النفسية للأفراد.
- تنظيم حملات تحسيسية كأيام دراسية خاصة عند فئة المراهقين من خلال توضيح خطورة العنف الرمزي وضرورة الابتعاد عن مثل هذه الممارسات.
- سن قوانين تضبط هذه السلوكيات، لردع أي فرد يمارسها على مستوى المواقع الافتراضية.

المراجع

١. بخوش شيما، رتيمة أسماء، (٢٠٢٢)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب التيك توك نموذجاً، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد ١٢، العدد ١.
٢. حسنين، إبراهيم. (٢٠٠٣). ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية، مركز الإسكندرية للكتاب.
٣. خراب، محمد زكريا. (٢٠١٩). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك. المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والراي العام، المجلد ٢، العدد ٢.
٤. الدوسقي، مجدي محمد. (٢٠١٦). مقياس التعامل مع السلوك التنمري. دار جوانا. القاهرة.
٥. رحمان، نعيمة. دهيمي، زينب. الانترنت - العالم الافتراضي - والعنف الرمزي، مجلة علوم الانسان والمجتمع، مجلة تصدر عن جامعة بسكرة، العدد ١١، سبتمبر ٢.
٦. سعيد، احمد. (٢٠٢٢). تحديات التيك توك وطريقة احتساب الهدايا في لايف التيك توك. <https://www.youtube.com/watch?v=9EjqD0AiklQ>.
٧. عبد العظيم حسين. (٢٠٠٨). سيكولوجية العنف العائلي والمدرسي، دار الجامعة الجديدة، القاهرة.
٨. عايد ريان، بن ناصر أسماء، (٢٠٢٢)، تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهق دراسة ميدانية بثنائية هوارى بومدين بلدية بومهرة أحمد ولاية قالمة، مذكرة ماستير منشورة، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
٩. عزي، عبد الرحمن. (٢٠٠٩). الاعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط ١، الدار المتوسطية للنشر، تونس.
١٠. عمار، اسلام عبد الحفيظ محمد. (٢٠٢٢). العنف الرمزي المدرك وعلاقته بالعجز المتعلم لدى طلاب الجامعة. مجلة التربية. العدد ١٩٥، الجزء ٢. القاهرة.
١١. عايد، ريان، بن ناصر، أسماء. (٢٠٢٢). تأثير تطبيق التيك توك على سلوك المراهق - دراسة ميدانية بثنائية هوارى بومدين ولاية قالمة. مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص علم اجتماع اتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥ قالمة.
١٢. كيف؟. (٢٠٢٢). كيف اعمل تحدي على التيك توك كيف لعب جولة. <https://www.youtube.com/watch?v=skdcg1e3PuU>.
١٣. مهدي كريم (٢٠١٩، ٠٩ جوان)، تحدي خطير يجتاح مواقع التواصل.. والخبراء يحذرون [مقال]، متاح على الموقع. <https://www.akhbaralaan.net/entertainment/misc/09/06/2019/>.
١٤. ميلودي، محمد. يحيى، فاطمة الزهراء. (٢٠٢٢). العنف الرمزي في رحاب الفضاء الافتراضي - قراءة تحليلية لبعض المنشورات والتعليقات على موقع فايسبوك -. مجلة الابعاد. جامعة وهران ٠٢ محمد بن احمد. العدد ٠٢، مجلد ٠٩. الجزائر.
١٥. Action News ٤١ (٢٠١٤)، Fire challenge has kids setting themselves on fire [DVD], retrieved from (٣١ July).
١٦. Anderson, K. E. (٢٠٢٠). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok, Library Hi. (٢٠٢٠).
- Tech; ٥ (٤).
١٧. Bergman, R., Frenkel, S. and Zhong, R. (2020), "Major TikTok security flaws found", The Media Influence; 7 (9)
١٨. Bourdieu, Pierre. Revue de l'Université Emir Abdelkader des sciences islamiques, février, n13
١٩. Bourdieu, Pierre. (1980). Le sens pratique, Paris, Minuit.
٢٠. Bourdieu, Pierre. (1998). La Domination masculine, Seuil.
٢١. Christopher, C. (2019) "The TikTok Effect: How TikTok Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music." The International Journal of Arts Education. 8.
٢٢. Gaojie, T. (2018). Study on short video of music from the perspective of interactive ritual chain - taking the "Tik Tok" App as an example," New Media Research, vol. 4.
٢٣. Laouira, Omar. (2003). The Sociological and anthropological Ideas of Pierre
٢٤. Ma, C. M. (2020). TikTok and Social Values in China: How TikTok App Influenced Social Values of Youth According to Some Indicators, Journal of Advanced Research in Social Sciences; 2.
٢٥. Sandy cheng (2019, 15 July), Influence of Social Media Challenges [article], retrieved from <https://strategicsocialmedialab.com/influence-of-social-media-challenges/>

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ممارسة العلاقات العامة الرقمية: محددات انتقاء المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

د. آمال قرساس

جامعة الجزائر ٣

guersas.amel@univ-alger3.dz

مقدمة

جوهر بنيتها المفاهيمية من حيث انها هي الضابط الأخلاقي المنظماتي الذي وجب انعاشه وتحديثه تبعا لهذه المتغيرات وما ينجّر عنها على قيم المجتمع وثوابته و ذلك بالتمحيص في محددات انتقاء المؤثرين ، لتناؤ عن المساهمة في الترويج لحالة المؤثر السيء و دفعه للواجهة وزيادة صيته وتساعد في التقليل من أخطار تقليده غير الواعية في أغلب الأحيان لسلوكياته و تبني أفكاره و آراءه الطائشة لكنها نافذة في عقل الشباب العربي.

من أجل هذا المسعى تعد هذه الورقة وقفة تحليل لواقع هذه الشراكة وتداعياتها على الشباب العربي بما رصدته من أبحاث ودراسات سابقة تناولت مختلف نواحي الموضوع، كما انها تثير النقاش حول المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في ممارسة العلاقات الرقمية ٤,٠ وبخاصة في نشاطاتها مع المؤثرين.

العلاقات العامة ال رقمية ٤,٠ عهد جديد للتسويق والترويج:

غيرت البيئة الرقمية واستحداث مواقع التواصل الاجتماعي من نشاطات العلاقات العامة التقليدية للمنظمات إذ كان الاتجاه لاستخدام هذه الوسائط حتميا باعتبار تغير وسائل الاتصال لدى العملاء وتواجدهم على المنصات الرقمية مما استحدث بيئة جديدة للنشاطات الاتصالية ونسخة جديدة هي العلاقات العامة الرقمية فقد انتقلت من الويب ٢,٠ الى الويب ٤,٠.

تعرف العلاقات العامة الرقمية على انها قيام إدارات العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ أنشطتها والاسهام في تحقيق أهدافها، كما أنها تعرف على أنها إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الانترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الالكتروني والألعاب الالكترونية وخدمات الرسائل النصية ودمج نصوص الجرافيك والصور ومقاطع الفيديو» وتصف الى فئتين (الصالح، ٢٠٢١)

• العلاقات العامة PR١: وتستخدم المواقع الالكترونية والبريد الالكتروني

• العلاقات العامة PR٢ : و تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك و تويتر و اليوتيوب و الانستغرام.

إنما استحدثته مواقع التواصل الاجتماعي من بيئة رقمية مازالت تتطور بابتكار المنصات و التطبيقات ، جعل الشباب العربي عرضة للكثير من التغيرات فرغم تسهيلها لأمور الحياة المادية إلا أن الوقع المعنوي لها عميق بخاصة على الشباب والشباب المراهق، فالذات الإنسانية تشهد في عصرنا، التحول من الكوجيتو الديكاري: « أنا افكر إذن أنا موجود» إلى الأنا الكوجيتية أو الذات الرقمية غير المفكرة التي تعرف تضخم الأنا، حيث تخضع لسلطة التقنية بإعداداتها وصورها و سرديتها وتسارع الزمن فيها، وإنه من المستحدثات أيضا في عالم التواصل الاجتماعي ظاهرة المؤثرين أو الانفلونسر وهم في الغالب شباب ناشط على مختلف المنصات الرقمية يث محتوى معين قد يكون متخصصا أو متعدد و قد يكون إيجابيا تنقيفيا أو تافها ينحدر معه المؤثر إلى الإتيان بسلوكيات وإبداء آراء تشكّل خطرا على متابعيه بخاصة المراهقين منهم والذين يعدّون بالملايين، إنهم القادة الجدد كما وصفهم الباحثون، تبعا لما رصدوه من أثرهم على متابعيهم في تقليدهم واعتبارهم مثلا للنجاح .

تبعا لهذا الرأسمال الحيوي من التأثير والقيادة والعدد المهم من المتابعين تحولت العلاقات العامة الرقمية للمنظمات إلى نشاط الشراكة مع المؤثرين كوسطاء لها لدى الجماهير يروجون لسلعتها أو خدماتها أو حتى لأفكار وشعارات تبناها بحساب عامل الربح والرواج بشكل ناعم والذي أثبت نجاعته ، حيث جاء في احصائيات سوق المؤثرين أن إنفاق دولار واحد ر حبال الشراكة مع الوسيط المؤثر فإنها تسجل معه ربحا قدر أحيانا ب ١٨ دولار ، مما جعل التعاقد وانتعاش سوق المؤثرين تعرف أرقاما غير مسبوقة بلغت معه تعاملاتها في أمريكا وحدها بنحو ٤ ملايين دولار ومجموع عالمي يتجاوز ١٣ مليار دولار لسنة (htt ٢٠٢٢). لكن لهذا التسارع المحموم في التعاقد مع المؤثرين وجه آخر يبدو تقليديا كابحا لطموحات الربح والرواج لدى المنظمات على اختلاف أنواعها، غير أنه أصبح ضروريا مع تكرار فضائح المؤثرين واستنكار الجماهير لسلوكياتهم السيئة أو تصريحاتهم البذيئة والعنصرية أو انكشاف أكاذيبهم أو حتى تطاولهم على المعتقدات والقيم والتقاليد مما يستدعي هنا ميزان المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في ضبط اختياراتها للمؤثرين فهي بالتعاقد معهم تساهم في تكريس المؤثر كقدوة ومثال يحتذى به، إذ تمنحه الرصيد العاطفي للماركة (Youn-Kyung & pauline, ٢٠١٩) لدى جماهيرها مما يزيد مصداقية ترسيخا لقيادته، وهو ما دفع بنا للتفكير في دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في

ولقد رجح الباحثون انه من عوامل ظهور نشاطات العلاقات العامة الرقمية:

- تغير طبيعة المجال العام
- المنافسة بين المنظمات
- زيادة حجم التجمعات البشرية في الفضاء الرقمي
- انتشار الوسائل الرقمية

وقد استوجب هذا النوع من العلاقات العامة الرقمية حسب الباحث Alfelia N. Permatasar وآخرون ان العلاقات العامة الرقمية تستوجب اطلاعا والحصول على مهارات جديدة في التقنيات الرقمية الحديثة (al, ٢٠٢١).

من جهته اعتبر الباحث J.Grunig ان الوسائل الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي ستجعل من ممارسة العلاقات العامة الرقمية اكثر فاعلية بتوفر ميزة التفاعلية التي تمكن من استخدام النموذج المتوازن او التماثلي في الاتصال بين المنظمة و عملاءها (Grunig.e.James, ٢٠٠٩).

كانت العلاقات العامة التقليدية تتخذ في الغالب ومن منظور الكثير من الباحثين أنها لا تتداخل في مفهومها مع التسويق، إلا ان العلاقات العامة و التسويق دخلتا دائرة النقاش الاكاديمي من جديد بتغير الممارسات فالجدل الذي كان قائما حول ما إذا كان ينبغي أن تكون العلاقات العامة تحت مظلة الاتصالات التسويقية أو العكس ، يرى الباحث Brian G.Smith وتبعاً لدراساته في الموضوع أن هذا النقاش غير ذي صلة الآن لأن اللحظة مع مزيد من التكامل بين العلاقات العامة والتسويق (هما في ذلك الإعلان والترويج والمبيعات) ، ويعتبر ان التنسيق بينهما أمر لا مفر منه ، فالبحث في الممارسة الميدانية في المنظمات أوضحت أن نشاطات العلاقات العامة تحتل مكانة سائدة في المزيج التسويقي.

ويرافع الباحث عن ضرورة التكامل بينهما بقوله: «لذا فإن مستقبل العلاقات العامة يكمن في قبول القائمين عليها بهذا التكامل والسعي لإثبات قيمة العلاقات العامة، هذه فرصة للعلاقات العامة لكسب مكانها على طاولة القيادة» ، كما انه يؤكد انه مع تطور أدوار العلاقات العامة هناك حاجة للمزيد من البحث. (G.Smith, ٢٠٠٨).

في نفس السياق يعتبر الباحث محمد البادي أن الادوار تغيرت فخبراء التسويق في الماضي كانوا يعتبرون العلاقات العامة التقليدية عامل مساعد في المزيج التسويقي وليس عاملاً أساسياً منه لكن الفكرة تغيرت خاصة بعدما عرفته الولايات المتحدة الأمريكية من زيادة الوعي بالإنتاج السلعي وآثاره على البيئة والانسان وزيادة الضغط من المنظمات البيئية والحكومة واحتجاجات المستهلكين، كما أن كلفة الإعلان أصبحت باهظة، كل هذا جعل من العلاقات العامة عنصر أساسي في المزيج التسويقي حيث أصبحت تستخدم داخل الخطة التسويقية بغرض التعريف بالشركة ومنتجاتها وخدماتها، بالإضافة إلى تأسيس صورة حسنة عن المنظمة وإيجاد أسواق جديدة، فالعلاقات العامة تملك نشاطات اتصالية عديدة تحقق بها هذه الأغراض كنشر المقالات، المعارض التجارية، المؤتمرات الصحفية، دعوات خاصة للمستهلكين وهو ما يبرر الاتجاه التسويقي للعلاقات العامة (البادي، ٢٠١٤)

وكما توقعت العلاقات العامة في المزيج التسويقي يضيف الباحث Alfelia N. Permatasar تبعاً لهذا التغيير في الادوار ومع تغير البيئة المحيطة بالمنظمة واستحداث الوسائط الرقمية المنظمات أصبح قسم العلاقات العامة في الغالب يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في أنشطته لتكون «أحدث عنصر هجين في المزيج الترويجي» (al, 2021)

لكن التسارع والتغير في البيئة الرقمية لا يتوقف عن التطور ومعها نشاطات العلاقات العامة الرقمية، فمواقع التواصل الاجتماعي أفرزت وسيطاً جديداً لدى جماهيرها، هو المؤثر الرقمي أو «الانفلونسر» والذي كان من مخرجات المجتمع الرقمي والذين أصبحوا نجوماً ومشاهير بقدرتهم على شد الانتباه وصناعة محتوى «جذاب» للجماهير بخاصة الشباب، فمن هو المؤثر؟

أكثر من مؤثرين إنهم قادة

يمثل صناع المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي نوعاً جديداً من النشاط المستقلين الذين يشكلون مواقف الجمهور، من خلال المدونات والتغريدات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

تعرفهم الباحثة Brook Duffy انهم صنف من صناع المحتوى الرقمي يتميزون بطابعهم الخاص حيث يحظون بمتابعة قوية من الجماهير وبشخصيتهم وعلاقات مع الماركات التجارية لبيع خدماتها ومنتجاتها وتحصيل أرباح من وراء ذلك باعتماد طرق ناعمة تأخذ شكل نصائح أو إلهام غير مباشر للجمهور باستخدام المنتج ضمن المحتوى حيث يدمجون الماركة ضمن ترسانة محتوهم المرئي أو المكتوب أو السري محاولين الاقتناع بطرق غير مباشرة (duffy, ٢٠٢٠).

من هنا كان توجه التسويق باعتماد نشاطات علاقات عامة رقمية تعتمد المؤثرين كوسيط مع الجماهير يساهم في تعزيز ثقة هذا الأخير في المنتج والماركة والمؤسسة نفسها وتجدر الإشارة هنا أن الامر ليس بجديد بل يعود الى ثلاثينيات القرن الماضي مع بدايات استعمال المندوب التجاري وبخاصة المرأة حيث كانت تقدم دعوة لصديقاتها والجيران لعرض منتج ما عليهم وكانت الطريقة ناجعة جداً بفضل عامل التوصية بين أفراد المجتمع المحلي.

لكن الدراسات التي تناولت المؤثرين عامة والمؤثرين العرب كشفت أننا أمام مؤثر اجتماعي يتجاوز تأثيره على السلوك الشرائي أو قرار الشراء أو تبني الماركة، إننا أمام قائد يجعل تابعيه يقبلون سلطته عن رضا واختيار، حيث حسب دراسة الباحثة رانيا رمزي حليم والتي عنيت بالبحث حول دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي ، وذلك من خلال الكشف عن أسباب إنتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين الأوساط الشبابية بعينة قدرها ٥٦٢ طالب جامعي في مصر، تبين من نتائج الدراسة أن المؤثرين يحرصون على إظهار صور مثالية عن حياتهم اليومية قد يسبب التعرض لذلك بصفة مستمرة الى الإحباط خاصة لدى المراهقين فلصناع المحتوى أساليب مدروسة وتكتيكات كثيرة للوصول الى المتابعين و رفع نسب المشاهدة حيث يتواصلون مع الاحتياجات النفسية المادية والغريزية لدى متابعيهم أو يتمثلون مشاكل يومية تعني متابعيهم فالدراسات أبانت أن جزءاً من منظومة المؤثرين تدق على وتر الجانب الإنساني الطبيعي المحب

للظهور والراغب في الشهرة والمجد. (رمزي حليم، ٢٠٢٢)

كما توصلت من خلال دراستها أن جوهر التأثير يكمن في عنصرين مهمين يشكلان الأسس الاجتماعية للمؤثرين وهما الثقة والتبادل، حيث يشتمل عنصر الثقة على عدة عناصر هي:

- التشابه: بين المؤثر والجمهور مما يولد الثقة بينهما.
- المصداقية: لما يقدم من معلومات ونصائح.
- التأثير: مدى استجابة أو رفض الجمهور للنصائح.

ويشتمل عنصر التبادل على ما يلي:

- الانغماس: وذلك بإنشاء محتوى جذاب يوفر التفاعل.
- الاستثمار: وهو عودة الفائدة على كليهما.

كما أن التفاعلية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من عوامل التأثير وزيادة المتابعين كما تصفها الباحثة رانيا رمزي حليم: «انه شريان صناع المحتوى هو إمكانية تعليقه وتفاعله مع المتابعين مما يجعله أكثر قرباً منهم على عكس المشاهير الآخرين، حيث تبين أن كل متابع يحب وينتظر أن يرد عليه المؤثر أو يضع له قلب الإعجاب بتعليقه ليشعر بالخصوصية والاهتمام و الانتماء له» (رمزي حليم، ٢٠٢٢)

من جهة أخرى كشفت الدراسة عن دوافع الشباب لمتابعة هؤلاء المؤثرين وهي نوعين:

دوافع منفعية: تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والحصول على المعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها مدونات ومنصات المؤثرين التعليمية والثقافية.

دوافع طقوسية: تستهدف تضيئة الوقت وتحقيق المتعة والاسترخاء والصدقة والألفة مع المؤثر، الهروب من المشاكل وتعكسها مؤثرو الترفيه صانعي محتوى المقالب والفكاهة والتحديات.

في دراسة أخرى للباحثة امانى عبد المقصود حول « دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية» حيث تمت الدراسة على عينة من ١٥٠ فرد من القاهرة باستقصاء الكتروني يمكننا الوقوف على نتائج الدراسة التي تكشف لنا جانباً آخر من نشاطات المؤثرين الاجتماعيين حيث توصلت الباحثة إلى ما يلي (المقصود، ٢٠١٩):

- أن المحتوى الهادف وثقة المتابعين في المؤثر هي من يضمن نجاح هذا الأخير.
- تعد الهواية والجمال والقراءة والثقافة من أهم المحتويات المتابعة.
- المتابعة تدفع البعض للتفكير في أن يصبحوا بدورهم مؤثرين.

أما عن سلبيات المؤثرين التي أبانت عنها الدراسة حسب ترتيب النسب فكانت كما يلي:

- عدم المصداقية

- نشر محتوى بدافع الربح والمال
- بعيد عن الواقع الاجتماعي
- المبالغة والتهويل
- الغرور والتفاخر
- النمطية وعدم التجديد
- عدم التفاعل مع الجمهور
- نشر حياتهم الخاصة
- تعميم الأمور
- تفاهة الموضوعات

أما عن أثر المتابعة لدى عينة البحث فقد جاءت كما يلي حسب ترتيب النسب:

- تساوت النسب بين بناء المعارف واكتساب المعلومات الجديدة مع اكتساب الخبرات الحياتية
- تعلم المهارات
- تكوين وتغيير الاتجاهات
- توجيه السلوكات
- اتخاذ القرارات
- تسويق المنتجات

أما على مستوى المؤثر:

شخصية المؤثر فهو محبوب جدا واجتماعي، مصداقيته وكفاءته اناقته وجماله، أسلوبه الشيق المتميز

تحديثه بلباقة، تواضعه، التجديد في الموضوعات، ذكاءه، قدرته على الاقناع، مهاراته اللغوية، تواصله الدائم.

تطورات المحتوى والوجه الآخر من التأثير

في تطور آخر وجديد مخرجات البيئة الرقمية للمؤثرين وطلبا لسهولة أكثر وشد انتباه متواصل للمتابعين ولأنها أيضا تحقق أرباحا فقد تحول بعض المؤثرين من نشاطهم في بث محتويات عملوا على تعديلها تقنيا وحرصوا فيها على إظهار صورة مثالية عن حياتهم الشخصية، الى تقنية البث الحي لحياتهم اليومية والكشف عن خصوصياتهم بشكل يبدو أنه تلقائي ولفترة قد تمتد لساعات، وفي هذا النوع من التواصل الجديد مع المتابعين والذي لا يخضع إلى تعديلات التقانة من فوتوشوب ومونتاج، قد يقع المؤثر في المحذور - وقد حدث كثيرا - من تصريحات أو آراء أو تعبير غير واعي في الحديث أو خلال مناقشة مواضيع حساسة يجربها إليه المتابعون عبر تفاعل التعليقات، كما أنه قد يكشف جوانب من حياته الخاصة لم يكن ليكشفها في البث المسجل، أو أنه يقع في سجال مع أحد المتابعين يجعله يتوتر وينطق كلاما بذيئا أو سلوكا يتنافى والأخلاق وآداب الحديث، أو أنه يستدرج من طرف مؤثر آخر للدخول في معارك كلامية على المباشر فالمؤثر في النهاية شاب في الغالب يقع تحت ضغط الحفاظ على متابعيه و رفع نسب المشاهدة طول الوقت مما يجعله عرضة للانحراف في سلوكه والتوتر والخروج عن الآداب العامة، في نفس الوقت قد يكون واعيا لمثل هذه الانحرافات بل يقصدها عمدا كما كشفت التجربة في الواقع، حيث يلجئ إلى تكتيكات واستراتيجيات لا

أخلاقية كثيرة منافية للعادات والتقاليد العربية وللدين الإسلامي، يلجئ إليها المؤثرون لصناعة ال Buzz والترند كاتفاقات مسبقة بينهم للدخول في معركة كلامية بالسباب والشتم تضمن ل كليهما شد الانتباه أو خلق قصص درامية خيالية مكذوبة عن حياتهم الشخصية استعظافا للمتابعين وتحريكا لمشاعرهم بما يحقق نسب المشاهدة وزيادة عدد المتابعين.

كما أننا نسجل أن الشهرة التي يصلها المؤثر الاجتماعي تجعله عرضة للتشهير بكل زلاته سواء من طرف منافسيه من المؤثرين أو من الصحافة أو من متابعيه أنفسهم.

إن كل ما ذكرناه سابقا من خصائص المؤثر وطبيعة تأثيره كما تعرضه للانحراف في سلوكه وتحول البعض منهم الى أساليب لا أخلاقية في حصد المشاهدات والمتابعين عدا أنه يتموقع كقائد رأي ومثال نجاح أمام متابعيه من الشباب خاصة، يجعلنا نقارب الأمر عندما يتحول هذا القائد إلى وسيط تلجئ للتعاقد معه ماركة عالمية أو مؤسسة خدمتية لترويج منتجاتها في قفزة أخرى نحو زيادة التأثير.

إن المؤثر الذي تعتمد العلاقات العامة الرقمية كوسيط لدى جماهيرها، ليست بنفس أثر بيئة بدايات عهد الوسيط التقليدي ودعوة المندوبة التجارية لسيدات المجتمع على فنجان شاي لعرض مزايا علب ال tupperware ثم التعويل على مفعول التوصية بين أفراد المجتمع المحلي لرواج المنتج، إنما أمام وسيط رقمي اجتماعي يعتمد على كل إعدادات المونتاج والتقنية الرقمية، وتعقيا على مقولة ماك لوهان إن «الوسيط هو الرسالة» يقول الفيلسوف جون بودريار (Huyssen, 1989) أن هذا معناه أن الرسالة الحقيقية التي تصدرها وسائط التلفزة والإذاعة، تلك التي يجري تفكيك رموزها واستهلاكها بلا وعي وفي العمق، هي ليست المحتوى الصريح للأصوات والصور، بل هي المخطط الإكراهي المرتبط بالجواهر التقني لهذه الوسائط، ماذا و الحال أننا أمام حالة الوسيط الإنسان الشبيه والأقرب لمتابعيه كما ورد في سمات المؤثرين فهو ينقل كل سماته وأفكاره وسلوكاته موهورة على ظهر تقنية المنصات الرقمية، باعتباره قائد ومثال ناجح في عين متابعيه، فالصورة الرقمية بمضامينها يقول الباحث جمال شاوش و التي يستهلكها الشباب يوميا بما تحتويه من مضمون وأشكال وتركيبات وإعدادات أعادت صياغة الذات الإنسانية واستحدثت تجيل الأنا من خلال الظهور والعرض الذاتي لرسم صورة أكثر عالمية وتفاعلية فالأمر لا يتعلق بربط الواقع الإنساني بالجوانب الموضوعية وبالعقل ومبادئ التفكير، بل يرتبط بضمان الوجود في عيون الآخر و بروز الأنا الكوجيتية أي الذات الرقمية غير المفكرة وهي ذات تحركها سلطة الآنية والفورية والظهور وتقديس الجسد وثقافة الايروس وعالم الاسطيقا كما الاهتمام بالغيرية في سياق المشاركة في الصورة عن طريق علامات الاستعراض والتباهي والنقر على الإعجاب». (شاوش و حدوش، ٢٠٢٢)

العلاقات العامة الرقمية ورهان الاتهام بالشراكة

Guilty by association

إن لجوء إدارة العلاقات العامة الرقمية 4.0 بالتعاون مع المؤثرين الاجتماعيين رغم ما ثبت من تحقيقها للأرباح حيث رغم اختلاف النسب المعلنة عنها إلا أنها اتفقت جميعا على أن حملات التسويق

تكسب أكثر من ١٠ دولارات مقابل كل دولار يتم إنفاقه، إلا أنها ليست شراكة تجارية محضة خالصة، فهي تراهن بالتعاون معه على شراكة صورة وسمعة المنظمة بصورة المؤثر الاجتماعي وبثقتها ومصداقيتها لدى الجماهير بثقته ومصداقيته ف«الترويج للمنتجات التجارية ولخدمات المنظمات تتعدى ذلك الى تسويق الأفكار والمعتقدات والسلوكيات التي تؤثر على المنظومة القيمية للمجتمع فذلك هو الأخطر، لان قوة الاقناع والتأثير التي يوفرها المؤثرون قد تجر المراهقين الى الانحراف او تغيير معتقداتهم او ظهور سلوكيات غير مقبولة » (رمزي حليم، ٢٠٢٢)، فالأثر واقع سواء بالسلب أو الايجاب والمراهنة على الوسيط المؤثر الاجتماعي، فيه من الخطر الذي قد يطال صورة المنظمة الشريكة في أي لحظة تماما كما قد يعود عليها من الأرباح.

إن أي خطأ أو قضية يثيرها المؤثر قد تتناولها الصحافة والرأي العام و تجعل مآل صورة و سمعة المؤثر مرتبطة ارتباطا مباشرا بصورة وسمعة المنظمة الشريكة بما اصطلح عليه الباحثين Karim و Belinda Kintu Ben slimane ب « guilty by association » أو الاتهام بالشراكة، و من جهة أخرى يكون تورط المنظمة في تثبيت صورة المؤثر وتعزيز مكانته ومنحه المصداقية والاعتراف به كقدوة بين الشباب بعد أن ربطت صورتها معه، فالمنظمات الربحية أصبحت لا تبيع الماركات بقدر ما تبيع مشاعر للزبون يعكسها المنتج، كالفخامة والتوقع والتحرر والانطلاق والقوة وهي مشاعر استوعبها وتبناها سواء باقتناء المنتج أو التعرض إليه، مما يجعل صفقة التعاقد مع المؤثر تحمل جانبا حساسا بانتقال كل هذا الرصيد العاطفي النفسي للمنتج الذي نال مصداقية خاصة بالنسبة للماركات الكبيرة إلى المؤثر، مما يزيده تأثيرا ومثالية وقدوة ومصداقية وهنا تتبين المسؤولية المعنوية للمنظمة بتسيخها لمكانة المؤثر وزيادة مصداقيته بحسابات عدد متابعيه وشهرته وتعداد الربح من خلاله دون التمحيص في شخصيته وسلوكاته ومواقفه وآراءه ومدى احترامه للدين ولقيم المجتمع ومعتقداته، وهنا يتبين دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في انتقاء وسطائها من المؤثرين في نشاطات علاقاتها العامة الرقمية (Ben slimane & Kintu, ٢٠٢٠).

البعد الجديد للمسؤولية الاجتماعية في العلاقات الرقمية 4.0

في العلاقات العامة التقليدية كان دور المسؤولية الاجتماعية معبرا عن دور ممارسي العلاقات العامة في إقناع الإدارة بأن للمنظمة مسؤولية اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه وهو المستوى الأول من المسؤولية الاجتماعية Corporate Social Responsibility حسب تصنيف الباحثين خيرت عياد و أحمد فاروق، ومع مرور الوقت تطور هذا المفهوم الى المستوى الثاني عرف بصورة الاستجابة الحتمية لاحتياجات جماهيرها الاساسية Corporate Responsive Responsibility حيث استقرت المسؤولية كمبدأ وبقي الاهتمام في كيفية الاستجابة السريعة للاحتياجات، وفي الثمانينيات أضاف عدد من الباحثين مجموعة من قيم وأخلاقيات للمستوى الثاني افرز عن صنف ثالث من المسؤولية الاجتماعية للمنظمات يعتبر على ان هذه الاخيرة أن تكون على استقامة مع المجتمع Corporate Sociale Rectitude بمعنى ان تكون جزءا من ثقافته وتحمل هوية متناغمة لا تتناقض مع هويته، و قد لخص الباحثين Grunig & Vercic هذا التطور ان العلاقات العامة قد تطورت ممارستها من رد الفعل Reactive، إلى الاستعداد للفعل Proactive، إلى

التفاعل Interactive (عياد و فاروق، ٢٠١٧).

في تصنيف اخر لها قسمها الباحثون الى أربع مستويات (B.Carroll، ١٩٧٩):

- **المستوى الأول:** كفاءة الأداء الاقتصادي وتقديم الخدمات بفعالية ونجاح
- **المستوى الثاني:** الالتزام بالقوانين والتشريعات المنظمة في ظلها
- **المستوى الثالث:** اهتمام المنظمة بمسؤولياتها الأخلاقية اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه بمراعاة العدالة والأمانة ومراعاة القيم والأعراف والمساهمة بكل ما يسهم في نمو المجتمع واستقراره
- **المستوى الرابع:** مدى شعور وتقدير المنظمة لمتطلبات بيئتها والعمل على المشاركة فيها كتمويل البرامج الخيرية.

ولو تمحصنا دور المسؤولية الاجتماعية في مرحلة لاحقة من ممارسة العلاقات العامة الرقمية ٢٠٠٠ يفيد الباحثين خيرت عياد وأحمد فاروق أن ظهور الانترنت جعل منها أداة تخدم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات فقد أدركت هذه الأخيرة أهمية هذه الأداة في إبراز مسؤوليتها الاجتماعية بما تم استغلاله عبر المواقع الالكترونية من عناوين وروابط تحيل إلى برامج المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها المنظمات مما مكنها من تحسين صورتها وصيانة سمعتها وحسن إدارتها لها وبناء جسور ثقافية بينها وبين بيئتها.

فماذا عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في عصر العلاقات الرقمية 4.0؟

إن لجوء القائمين بالعلاقات العامة الرقمية الى استخدام وسيط المؤثرين في تمثيل العلاقة بالجمهور و كسب ثقته ومنه الترويج للمنتج أو الخدمة أو الشعار ولرسالة وفلسفة المؤسسة، فإنها بهذا تقدم على خطوة من المفروض أن يحسب حسابها جيدا لاعتبارات كثيرة كشفت عنها التجربة وتداعيات التعامل مع هذا النوع من المؤثرين، فتحت مظلة المسؤولية الاجتماعية يكون للمنظمة دور منوط اتجاه مجتمعتها وإن كانت بعض التعاريف قد أدرجتها تحت مظلة مفهوم التنمية المستدامة بأبعادها الثلاث البيئية والمجتمعية والاقتصادية وبالالتزام بالمنظمات بالمساهمة في تنمية المجتمع وتحسين معيشة السكان بما يخدم المنظمة والمجتمع في آن واحد، حيث جاء في تعريف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها «الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل» (صاولي، بومعراف، و فراس، ٢٠١٨).

لكن المسؤولية الاجتماعية في جوهرها تلزم المنظمات أخلاقيا باحترام معايير وقيم المجتمع فمفهوم كان من منطلقات أخلاقية دينية وأن المساهمة في نميته المجتمع من منظور مفهوم التنمية المستدامة بأبعادها الثلاث يعد قاصرا خاصة و ان المنظمات قفزت على المستوى الثالث منها نحو المستوى الرابع، ففيما حرصت عن قناعة أو تفاديا للضغوطات على تأدية المستويين الأول و الثاني منها حيال جمهورها

الداخلي وحيال القوانين والتشريعات نجدها في الغالب قفزت نحو المستوى الرابع بتقديم أعمال خيرية ومساهمات في تنمية المجتمع بأشكال عدة تصنع لها الحدث وتبرز التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية بشكل علني قد يكون واجهة لتغطية تجاوزاتها كما هو الحال في نشاطات ال Green Washing أو الغسيل الأخضر، حيث تعمل الرعاية المالية ومنح الصكوك المالية للمنظمات الخيرية كواجهة لتغطية نشاطات غير مسؤولة للمنظمات اتجاه البيئة من استنزاف الثروات أو إنتاج مواد غير صديقة للبيئة أو إزالة الغابات لتوفير المادة الأولية و غيرها من الممارسات المفسدة للبيئة، فيما يبقى المستوى الثالث وهو الالتزام بقيم المجتمع ودينه وتقاليده أمر لا يستثار كثيرا لكنه مع نشاطات العلاقات الرقمية ٤٠٠ ووساطة المؤثرين الاجتماعيين بما تحمله من رهانات أصبح هذا المستوى مهما وحيويا وضابطا للممارسة المهنية للعلاقات العامة الرقمية في اختيارها لنوعية المؤثرين الاجتماعيين بالتمحيص الدقيق وبحسابات مجتمعية أبعد من الربح والترويج.

إننا هنا أمام شق من المسؤولية الاجتماعية قلما تنتبه له المنظمات أو تغفله عن قصد فالمؤثرون شباب، متحررون من كل سلطة قد لا يتحري معها إلا قوانين المنصة التي ينشط عليها لكن تأثيره على متابعيه ثابت بالدراسات والنائج التي توصلت اليها كما رأينا مما يستوجب الحذر والتفكير مرتين في انتقاءه كوسيط للمنظمة لدى عملاءها.

استراتيجيات فض الشراكة مع المؤثرين

انه باستخدام الوسيط المؤثر واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم تصبح العلاقات العامة الرقمية تحمل همّ تبيان مسؤوليتها الاجتماعية عبر هذه الوسائط، بقدر ما أصبحت هي نفسها عاملا يشكك في التزامها بهذه الأخيرة حين التعامل مع هذه المنصات فهي تغامر بسمعتها وصورتها في حالة انحراف سلوك المؤثر كما أنها تسهم من جهة اخرى في تثبيته قائدا ومثالا يحتذى به مجتمعا، لكن المنظمات وبالتجربة والمطبات التي عرفت في هذه السوق لم تكتثر إلا للشق الأول من المغامرة و من الخطورة حيث استدركت مواقف وقعت لها أو غيرها ووطرت استراتيجيات صفها الباحثين Kintu و Karin Ben Slimane من خلال تحليلهما لمختلف مقاربات الاستراتيجيات التي تتخذها المماركات العالمية لتسيير التداعيات السلبية التي تقع عليها عندما يقع المؤثر الوسيط في قلب فضيحة اجتماعية أو كيفية تسييرها لما يسمى ب (scandal spillover). حيث تصبح الشركة بحكم التعاقد معه وارتباط صورتها وسمعتها بصورة المؤثر وسمعته "guilty by association" أو متهمة بالشراكة (Kintu و Ben slimane، ٢٠٢٠).

في دراستهما، عكف الباحثين على البحث في حالة المؤثرة الامريكية Olivia Jade و التي تعرف قنواتها اكثر من ٣ ملايين متابع حيث تنشط في محتوى مستحضرات التجميل و غط العيش و قد تعاقدت خلال نشاطها على المنصات مع شركات عالمية أمثال : امازون ، سيفورا ، hp لكن حدث في مارس ٢٠١٩ وأن تورطت في ما سمي ب Operation Varsity Blues scandal حيث قدم أهالي لمسؤولي التوجيه في كبار الجامعات الأمريكية رشواي لتسجيل أبنائهم وظهر أسم المؤثرة على قائمة المتهمين مما كلفها السجن. لمعرفة أثر الفضيحة التي طالت المماركات العالمية المتعاقدة مع المؤثرة، درس الباحثين ١٢ ماركة منها و

من الواضح أن المنظمات نوّعت نشاطاتها بين مستويات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، لكن دون حساسية لنشاط الشراكة مع المؤثرين واستيعاب عمق قرار اختيار المؤثر بل بقيت على مسافة حساب مخاطر انزلاقاتها عليها هي كصورة وسمعة وتطوير استراتيجيات فك الشراكة والتخلص بأقل خسارة وتكاليف، دون تدبر أو الاهتمام بتداعيات اختيارها وأثر ذلك في تثبيت المؤثر كمثال نجاح وبعد منحه رصيدها العاطفي في العلاقة مع الماركة وفي التشهير به أكثر.

إننا لا نقدر هنا من الضروري هنا إضافة مستوى آخر من مستويات الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ففي جوهر المفهوم وموروثه النظري ما يكفي لأن تتحمل المنظمات مسؤوليتها وتعني بعمق أثر خياراتها وقراراتها إزاء شباب الأمة، فالحفاظ على قيم ومعتقدات الأمة فيه من الالتزام من عدم تكريس قدوة مستهترة أو نافهة مسحوبة للاستكثار من المتابعين بكل الطرق والتكتيكات الملتوية والسلوكيات والآراء المنحرفة.

إن إثارة المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من التعاون والذي يستهدف المنظمات والمؤسسات وكل شركة تتعاون مع الوسطاء المؤثرين باعتبارها هي الشخص المعنوي الأكثر تنظيماً والذي من المفترض يحوي كفاءات ضمن ممارسي العلاقات العامة الرقمية عليها المقاربة بين الخطرين حين اللجوء بمثل هذه الشراكات، خطر قد يقع عليها وخطر قد يطلال المجتمع والشباب بخاصة وإن تجتهد في تحرير ميثاق أخلاقيات في هذا الصدد يتصد كل محددات الاختيار ويستشعر الخطر من كل جوانبه.

التي كانت محل نشر وحديث عنها عبر مقالات الصحافة بمجموع ١٢٥ مقال في عينة من الجرائد هي نيويورك تايمز، واشنطن بوست، تايم ماغازين، سي إن إن و سي بي اس، كما قام الباحثين بتحليل ٩٠٨ مقال تعلقت بالماركات المذكورة عبر تويتر، انستغرام و مواقع الماركات نفسها.

ولقد توصل الباحثين الى النتائج التالية:

- تبعاً لضغط جماهيري قوي ابتعدت الكثير من الماركات عن المؤثرة المعنية بفعل فض الشراكة.
- بعض الماركات لم يبدر منها أي رد فعل يذكر.

من ثمّ صنف الباحثين ملاحظتهما الى أربع استراتيجيات:

- **فض الشراكة / تفكك استباقي:** كرد فعل سريع من الماركة المتأثرة حيث تفض الشراكة بسرعة.
- **فض الشراكة / تفكك رد الفعل:** حي تترتب الماركة قليلا قبل اتخاذ القرار.
- **فض الشراكة / تفكك تقليدي:** حيث تلجأ لذلك بعد تراجع الماركات الأخرى وتوالي الضغط عليها.
- **بدون أي تفاعل مع القضية:** حيث لا يصدر أي رد فعل من الشركة المتعاقدة.

كما توصل الباحثين إلى محددات شملت ردّات الفعل:

- **الوقت:** فهو عامل يؤثر على السمعة كلما طال الوقت كلما كانوا عرضة للانتقادات من طرف الصحافة والمجتمع
- **طبيعة التصاريح:** فتصريح الشركة بفض الشراكة من اجل تخفيف تبعات القضية على الشركة يجب ان يكون علنا ويقتضي الكثير من الحكمة وانتقاء الكلمات.
- **عمق الأفعال:** حيث ان جدية الشركة في فض الشراكة تبين من خلال افعالها في هذا الشأن كسحب منتجاتها وكل دعائها التي تحمل صور المؤثر او التصريح علنا باسم المؤثر المعني.

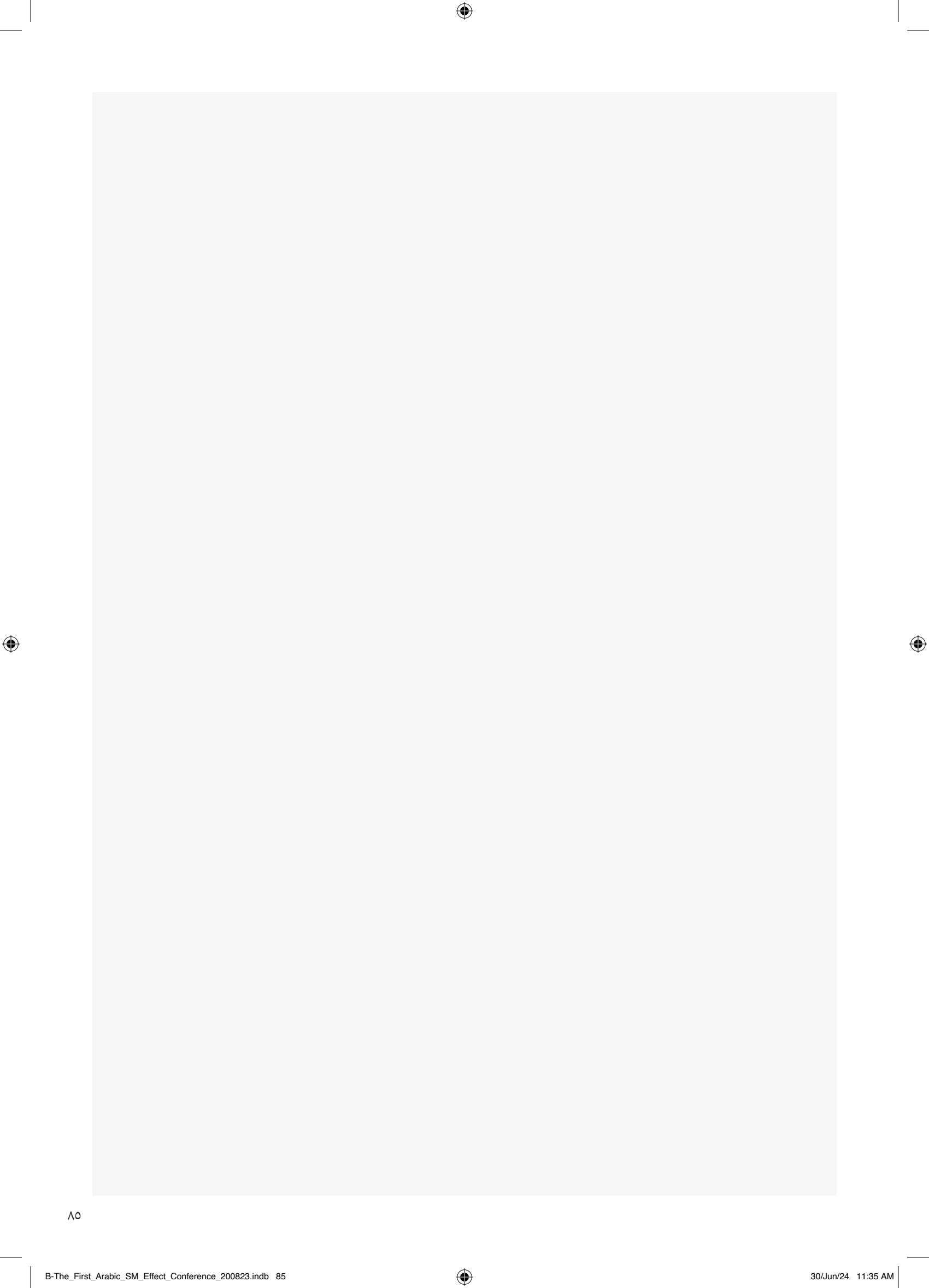
خلص الباحثين أنه على الشركات أن تلتزم خط سير واضح للحماية من تداعيات أي فضيحة يقع فيها المؤثر مع ضبط طريقة سير فض الشراكة بحكمة وفعالية.

تجدر الإشارة ان هناك المنات من القضايا المماثلة ولو اختلفت التفاصيل منها ما عرف بقضية «الطلبة» حيث أن مجموعة من المؤثرين الجزائريين الشباب «ريفكا» و «ستانلي» وغيرهم والذي روجوا لشركة تسفير الطلبة للدراسة بالخارج مقابل مبالغ معتبرة ليتبين أن الشركة محتالة وتعرف القضية مجريات قضائية انتهت بسجن هؤلاء، وقد كان المؤثر «ريفكا» في سابق عهده محط إشادة وزير الثقافة يومها كمثال الشاب الناجح.

لكن ماذا عن الشق الثاني من التداعيات التي تطال المجتمع وبخاصة الشباب؟

قائمة المراجع

١. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://modelesdebusinessplan.com/blogs/infos/marketing-influence-chiffres>
٢. al, A. N. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skill. Jurnal ASPIKOM, 6(2), 373-386
٣. Andreas Huyssen. (1989). In the Shadow of McLuhan: Jean Baudrillard's Theory of Simulation. Assemblage(10), 6-17
٤. Archie B.Carroll. (1979). A Three dimensional Conceptual Model of corporate Performance. The Academy of Management Review, 4(4), 497-505. doi:<https://doi.org/10.2307/257850>
٥. Brian G.Smith. (2008). Representing PR in th Marketing Mix ,A Study on Public Relations Variables in Marketing Mix Modeling. تم الاسترداد من <https://www.semanticscholar.org/paper/Representing-PR-in-the-Marketing-Mix-A-Study-on-in-Smith/92641a7d22e74ce1df4743078d83cec6bc258160>
٦. brook duffy. (july, 2020). Social Media Influencers. The international Encyclopedia of Gender,Media and Communication, 1- 4. doi:DOI: 10.1002/9781119429128.iegmc219
٧. (Grunig.e.James. (2009). Paradigms of Global Public relations in an Age of Ditalisation. Prism, 6(2)
٨. Belinda Kintu. (2020). Companies responses to scandal backlash caused by social media influencers. و Karim Ben slimane. International Journal of Market research, 62(06), 1-7
٩. Sullivane pauline. (2019). Emotional branding speaks to consumers' heart: the case of fashion brands. و kim Youn-Kyung. Fashion and Textiles, 6(2). doi:<https://doi.org/10.1186/s40691-018-0164-y>
١٠. أماني، عبد المقصود. (يناير، ٢٠١٩). دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية. المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال(٢٦)، ١١٠-١٥٧.
١١. جمال شاوش، و نسيم حدوش. (٢٠٢٢). تحولات الصورة في البيئة الرقمية من ايدولوجيا الاستعراض إلى الكوجيتو الرقمي. مجلة الدراسات الاعلامية و الاتصالية، ١٢-٢٧، (٠٣)، ٢٧-١٢.
١٢. حاتم على حيدر الصالحي. (٢٠٢١). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية الاتصالية، ٩(٢)، ٤٧-٧٥.
١٣. خيرت، عياد، و أحمد فاروق. (٢٠١٧). العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي عبر الانترنت (الإصدار ٠٢). الدار المصرية اللبنانية.
١٤. رانيا رمزي حليم. (٢٠٢٢). دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري «دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي». مجلة الدراسات الإنسانية و الأدبية، ٣٦(١)، ٥٩١-٥٥٦.
١٥. محمد محمد البادي. (٢٠١٤). المدخل الاتصالي إلى العلاقات العامة والإعلان (الإصدار ٢). دار الكتب المصرية.
١٦. مراد صاوي، الياس بومعروف، و عبد الرحمان فراس. (٢٠١٨). دور المسؤولية الاجتماعية في القضاء على مشكل البطالة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مجلة البناء الاقتصادي(٠٢)، ١٧-١٠.



استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي في إطار تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية (دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك أمن ولاية قسنطينة - الجزائر)

د. فطيمة أعراب

جامعة أكلي محند أولحاج البويرة - الجزائر

Fatima19arab@gmail.com

كحال مروة وسام

جامعة محمد لمين دباغين سطيف ٢ - الجزائر

wissemanglais2020@gmail.com

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية في كافة مجالات الحياة الاجتماعية الثقافية الاقتصادية و الخدماتية كما فتحت آفاقا جديدة أمام عدة مفاهيم ولعل من أبرزها شبكة الانترنت التي عرفت انتشارا كبيرا و ربطت بين مختلف أجزاء العالم و أصبحت جزءا هاما من حياة المجتمعات العصرية حيث أتاحت بذلك سرعة وسهولة التواصل و التقارب و التعارف بين الأفراد والمجتمعات ومكنت من تبادل وتشارك الأفكار والخبرات فيما بينهم بالتفاعلية والتشاركية والحضور الدائم غير المادي لجماهير كبيرة وقد أدى تزايد عدد المشتركين في تلك المواقع إلى تصاعد تأثيرها و دورها في المجتمع عامة و المؤسسات خاصة.

إن الدور الهام الذي يؤديه الفايسبوك في مختلف مجالات الحياة وممارسته للدور البديل للإعلام التقليدي دفع المؤسسات التي تسعى لتحقيق التميز والنجاح سواء تعلق الأمر بالمؤسسات العالمية الكبرى عموما أو المؤسسات الجزائرية خاصة تستخدمه بشكل أكبر من سابقته.

وبالنظر إلى المزايا التي يوفرها الفايسبوك كقناة إعلامية سواء على نقل الرسائل أو على مستوى تكلفة استخدامه مثل القدرة على الوصول إلى أعداد هائلة من مستخدميه أو الباحثين عن السلع والخدمات بأقل تكلفة ممكنة كلها أشياء دفعت الكثير من المؤسسات الخدمية إلى تطوير أساليبها الاتصالية للاستفادة من هاته الوسيلة لعرض مختلف الأنشطة والخدمات منها الصفحة الرسمية للمؤسسة الخدمية على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بهدف خلق نافذة افتراضية بين المؤسسة وجمهورها الخارجي سعيا منها التقرب إليه بشكل أكبر وهو ما تحاول مديرية أمن ولاية قسنطينة تحقيقه حتى تصل لتحقيق أهدافها من جهة و الترويج لصورتها من جهة أخرى من خلال الإستخدام الدائم والمستمر للصفحة على الفايسبوك.

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يكتسي تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثيرا كبيرا على تطور أساليب اتصال المؤسسة بجمهورها عبر الزمن وتأثيرا كبيرا في شكل وطريقة الاتصال كذلك، وحتى في مضمونه، حيث أتاحت هذه الأساليب إمكانية التواصل عبر شبكة الانترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفايسبوك، تويتر، لينكد، وغيرها، وهو ما ساعد على تعود الجمهور على هذا النوع من الاتصال مما أحدث قفزة نوعية في طريقة تعامل المؤسسة مع هذه الشبكات الاجتماعية وطريقة تشكيل نظام الاتصال للمؤسسة مع جمهورها، حيث أتاحت للمؤسسات وسائل جديدة يمكن

أن تستفيد من خصائصها في عدة جوانب من أهمها الجانب الاتصالي والتسويقي، ففي الجانب الاتصالي أتاحت فرص أكبر للمشاركة في الأفكار والمعلومات، ما يزيد من سرعة التأثير إضافة إلى الجمع بين وسائط متعددة مثل الصورة، الصوت، النص، الموسيقى، وهو ما يزيد من قدرتها على إيصال الرسائل بشكل فعال وأكثر إقناعا، وقدرتها على خلق التفاعل والاستجابة بين الطرفين، وغيرت بشكل جذري من شكل العلاقة بين المؤسسة وجمهورها، تلك العلاقة التي صارت علاقة أكثر شخصية، أما الجانب التسويقي نجد أن هذه المواقع لا تتطلب التكاليف الباهظة بالنظر إلى تكاليف إنشاء صفحة على الفايسبوك، حيث تصبح هذه الصفحات الخاصة بالمؤسسات وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم، فلا يتطلب الأمر من المستخدم لتلك الشبكات -المؤسسة- سوى معلومات حاسوبية لكي يقوم بنقل ونشر ما يريد إلى نقاط مختلفة ودون تكاليف لعدم الحاجة إلى محترفين لتصميم وتنظيم وكتابة المضامين الإعلامية.

لذلك يوجد الكثير من المؤسسات تعتمد على خاصية التنوع في الأساليب الاتصالية حيث تبنت فكرة اتصالية متطورة وأدمجته ضمن سياساتها العامة وعيا منها بضرورته أين عملت على الاستفادة القصوى من تلك المزايا التي تمنحها شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك كالمؤسسات الأمنية على سبيل المثال بالجزائر أصبحت تعتمد على هذه التكنولوجيا خاصة بعد العشرية السوداء بعد أن أضحى المواطن ينظر بعين الريبة للجهاز فتبنت المديرية العامة للأمن الوطني سياسة انفتاح على المجتمع وعلى محيطها الخارجي من أجل تحسين صورة الجهاز من خلال تجسيد مبدأ الشرطة الجوية والتي تعني تقرب الشرطة من المواطن وفتح أبوابها وضمها خدمتها ليلا و نهارا وجعلها الحل الأول الذي يفكر فيه المواطن عند تعرضه لمشكلة من دون تردد أو خوف فهي بذلك قامت بوضع الخط الأخضر تحت تصرف المواطن للاتصال بمراكز الأمن للتبليغ أو الشكوى بالإضافة إلى سجل الملاحظات التي تم وضعها على مستوى قاعات الاستقبال بمراكز الأمن باختلافها والتي يدي فيها المواطن برأيه وملاحظاته بكل حرية واستقلالية ما يجعله شريك حقيقي بالمؤسسة الأمنية وهي كذلك تدخل في إطار تجسيد لتوجهات المؤسسة الأمنية الرامية إلى الاهتمام بمبدأ الإيمان بأن المواطن هو الأساس والشرطة ما هي إلا أداة لتحقيق الأمن فقط. هذا إلى جانب القيام بتنظيم الأبواب المفتوحة والتعريف بهما ومصالح المؤسسة الأمنية باختلافها وبما أن المؤسسة الأمنية اعتمدت على التكنولوجيات الحديثة للاتصال على غرار باقي المؤسسات عمدت على خلق صفحة

ومنه الترويج هو عبارة عن نشاط اتصالي الذي تقوم به المؤسسات يتم في إطار الجهود المبذولة قصد إيصال المنتجات أو السلع أو الخدمات للجمهور المستهدف بهدف إقناعهم بفكرة معينة أو حثهم على فعل الشراء لها.

٢- الصورة الذهنية: توجد تعاريف مختلفة للصورة نورد أهمها في التالي: لقد ورد في تعريف ويبستر: أن صورة المؤسسة هي المفهوم العقلي بين أفراد جماعة معينة وتشير إلى اتجاه الجماعة الأساسي نحو مؤسسة معينة .

كما يعرفها «كولنسين»: مركزا على إدراك المتلقي بأنها الناتج النهائي لعملية تشكيل انطباعات الفرد المتعددة عن المؤسسة والتي تنتج عن تفاعل أفراد أو جمهور المؤسسة الخارجي مع الوسائل الاتصالية، التي توجهها المؤسسة أو المؤسسات المنافسة لها من خلال وسائل الإعلام المختلفة، أو تنتج عن تفاعلهم عن طريق الاتصال الشخصي مع غيرهم من أفراد المجتمع الخارجي للمؤسسة من ذوي الخبرات السابقة مع المؤسسة أو منتجاتها.^٢

٣- مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها: عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عمن في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت.^٤

ثالثا- الإجراءات المنهجية للدراسة

١ - منهج الدراسة: من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه اختيار المنهج الملائم للدراسة، وفي هذا الصدد فقد استخدمنا المنهج الوصفي باعتباره المنهج الذي يمكننا من تحليل البيانات والمعطيات كميًا وكيفيًا وتقديم تفسير للظاهرة محل الدراسة فهو يعتمد على دراسة الظاهرة في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها، أو تعبيراً كميًا فيعطينا وصفاً رقمياً مع بيان مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى من خلال الكشف عن كيفية استخدام المؤسسة الخدماتية الأمنية لموقع الفايسبوك، من خلال ما تنشره من مضامين مختلفة عبر صفحتها على الفايسبوك.

٢ - مجتمع البحث وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع البحث للدراسة التحليلية في منشورات مديرية امن قسنطينة على صفحتها على موقع الفايسبوك. ونظرا لغزارة منشوراتها اخترنا الفترة الزمنية الممتدة من ٠١ فيفري إلى ٢٨ فيفري ٢٠٢٣ والتي بلغ عدد منشوراتها ٢١ منشور تم تحليلها.

على موقع الفايسبوك وهو ما من شأنه استقطاب عدد أكبر من الجماهير والمواطنين والتعرض لها من خلال معرفة نشاطاتها والتعرف عليها عن قرب مع إمكانية التواصل مع المؤسسة الأمنية بشكل فردي واستقلالي. وبهذا تغيرت العادات الاتصالية للجماهير، أين توجهت هذه الأخيرة لإنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي كمنصات هامة وأساسية لعرض أهدافها ونشاطاتها، وخاصة خدماتها كأداة حديثة للاتصال سعيًا منها لتحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها. ومن هذا المنطلق وقع اختيارنا على مديرية الأمن لولاية قسنطينة كونها تستخدم صفحة الفايسبوك كوسيلة للتواصل مع جماهيرها المختلفة من خلال المضامين التي تنشرها على الصفحة الرسمية لها لتروج لصورتها، وتجعل منها صورة جيدة وحسنة لدى محيطها، وهذا ما سيجعلنا نقف عند هذه المؤسسة لدراسة الإشكال التالي: كيف تروج صفحة الفايسبوك لمديرية أمن قسنطينة لدى جمهورها الخارجي؟

وتندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة الفرعية:

١. ما هي المواضيع التي تركز على نشرها في صفحتها على الفايسبوك من أجل الترويج؟
٢. من هو الجمهور المستهدف من الصفحة الرسمية للمؤسسة؟
٣. ما هي القيم التي تعمل على نشرها مديرية أمن قسنطينة من خلال منشوراتها عبر صفحتها في إطار الترويج لصورة المؤسسة؟

ثانيا - تحديد المفاهيم

١ - مفهوم الترويج

لغة: الترويج هو من فعل روج، يروج، ترويجا روج الشيء، جعله منتشرا يكثر الطلب عليه، مثال: روج السلعة/ الدعاية الإعلان...الخ. روج أخبارا أي أشاعها.^١

اصطلاحا: يعرف «كوتلر» الترويج بأنه النشاط الذي يتم في إطار الجهود التسويقية التي تتخذها المنشأة لتوصيل منتجاتها إلى أذهان المستهلكين وإقناعهم بشرائها.^٢

جاء في التعريف لمفهوم الترويج بأنه النشاط الذي يتم في إطار الجهود التسويقية التي تتخذها المنشأة لتوصيل منتجاتها إلى أذهان المستهلكين وإقناعهم بشرائها، فهنا حسب «كوتلر» الترويج هو عبارة عن نشاط يتم في إطار جهود تسويقية بما أنه جزء من عملية التسويق الذي تعتمد المنشآت والمؤسسات بهدف إيصال منتجات مختلفة إلى جمهور المستهلكين أو الجمهور النهائي، وإقناعهم بشرائها وهو الهدف المرجو من العملية التسويقية، فهذا التعريف ربط الترويج بعملية التسويق يكون في شكل أنشطة توجه للجمهور الخارجي.

١ سمير عبد الرزاق العبدلي، وسائل الترويج التجاري، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١١، ط ١، ص ١٩.

٢ سمير عبد الرزاق العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص ١٠.

٣ ليلى أحمد جزار، الفايسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠١٢، ص ٥٤.

٤ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط ١، ٢٠١٣، ص ٢٤.

صنعنا أسبوعاً صناعياً من شهر فيفري حاولنا فيه أن يكون يمثل كل يوم من أيام الأسبوع من هذا الشهر من خلال اعتمادنا على عينة دائرية منتظمة طول الانتظام فيها خمس أيام. كما يوضحه الجدول التالي:

أسابيع	الأسبوع (١)	الأسبوع (٢)	الأسبوع (٣)	الأسبوع (٤)
أيام الأسبوع				
السبت				
الأحد				
الاثنين				
الثلاثاء				
الأربعاء				
الخميس				
الجمعة				

٣ - أدوات جمع البيانات: فيما يخص أدوات البحث فقد اعتمدنا على استمارة تحليل المضمون، وتعتبر هذه الاستمارة أداة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات، والتي يجب أن تكون مصممة بعناية ودقة، بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، واختيرت هذه الأداة دون غيرها لأن طبيعة الموضوع تتطلب جمع المعلومات عن طريقها بحيث تستخدم من أجل وصف موضوعي منظم.

رابعا-الإطار التطبيقي للدراسة الميدانية

البيانات الخاصة بفتات المضمون (ماذا قيل):

جدول رقم (١)

يوضح العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة الرسمية للمؤسسة الأمنية:

العناصر التعريفية	متوفر	غير متوفر
إسم المؤسسة	X	
الشعار	X	
ألوان المؤسسة	X	
الهوية التصويرية	X	

نلاحظ من خلال الجدول أن كل العناصر التعريفية متوفرة على غلاف

الصفحة لأمن ولاية قسنطينة والمتمثلة في اسم المؤسسة، الشعار، ألوان المؤسسة، الهوية التصويرية، وهذا يدل على حرص وتأکید المؤسسة الأمنية على هويتها من خلال تجسيد الاتصال البصري لبناء صورتها، فتمثل هذه العناصر تساعد على شد وجذب انتباه الجمهور الخارجي نحو الصفحة وتعمل على ترسيخها في أذهانهم بشكل جيد. فصورة الغلاف تعتبر جزءاً أساسياً من هوية المؤسسة، فهي تمثل السمعة أو الشخصية أو الصورة الذهنية للصورة المرئية حتى تتشكل في ذهن الجمهور الخارجي من خلال العناصر التي تشكلها وتشكل هويتها التصويرية مما يجعلها تتميز بخاصية منفردة عن باقي الصفحات الأخرى مما يسمح للجمهور الخارجي بالتعرف عليها.

جدول رقم (٢)

يوضح عناصر الصورة المصغرة

الصورة المصغرة	متوفر	غير متوفر
إسم المؤسسة	X	
الشعار	X	
ألوان المؤسسة	X	
الهوية التصويرية	X	

يبين الجدول توفر العناصر التعريفية للصورة المصغرة للصفحة الرسمية لمديرية أمن قسنطينة ما عدا الشعار الذي برز في غلاف الصفحة وغاب في الصورة للمؤسسة، فالشعار يمتاز برمزية عالية تحمل في كونها دلالات تعبيرية مكمل لاسم المؤسسة لتجديد وإثبات هويتها وهذا الرمز الدلالي يمتلك محفزات كونه مثيراً بصرياً ومؤثراً ذهنياً. وحسب تفسيرنا أن السبب الوحيد لعدم توظيف الشعار في الصورة المصغرة، أولاً لكون هذه الصورة صغيرة لا تحتمل معلومات كثيفة مما يجعل المؤسسة تركز فقط على العناصر المهمة كالاسم، اللون، الهوية البصرية، ثانياً نلاحظ أن المؤسسة سبق وأن وظفت شعارها في صورة الغلاف، ولتفادي التكرار الذي قد يؤثر على جودة التصميم ألغت شعارها في الصورة المصغرة واكتشفت بإظهاره في صورة الغلاف.

جدول رقم (٣)

يوضح علامة التوثيق الزرقاء

علامة التوثيق الزرقاء	متوفرة	غير متوفرة
		X

يبين الجدول عدم توفر علامة التوثيق الزرقاء في صفحة مديرية أمن قسنطينة الرسمية وهذا راجع إلى نقص في التأمين للصفحة الذي من

جدول رقم (٦)

يوضح أهداف منشورات الصفحة:

أهداف المنشورات	التكرار	النسبة
التعريف بنشاطات المؤسسة	04	19.04%
إرساء الثقافة الأمنية	03	14.28%
تقديم وتوضيح	00	00
تزويد الجمهور بالمعلومات	13	61.90%
تجسيد مبدأ الإتصال الجوّاري	01	4.76%
نشاطات ومهام شرطية	04	19.04%
زيارات إلى المؤسسات	02	9.52%

بعد تحليل ٨٣ منشور تبين لنا من خلال أهدافها ما يلي:

أن نسبة ٦١٪ من المنشورات هدفها تزويد الجمهور بالمعلومات فهو يحتل المرتبة الأولى، وهذا بغية إشباع حاجات المواطن المعرفية، يليها هدف التعريف بنشاطات المؤسسة بنسبة ١٩٪، وهذا من خلال المهام والفعاليات اليومية التي تقوم بها، وهو يدل أن المديرية تركز أكثر إخبار وإعلام الجمهور بما يدور في محيطها محاولة إيصال المعلومات بكل صدق وشفافية وهذا في إطار التعريف بهويتها وبنفسها لدى الجمهور الخارجي، ثم نلاحظ ضعف هدف إرساء الثقافة الأمنية بنسبة ١٤٪، وكذا أهداف تجسيد مبدأ الاتصال الجوّاري بنسبة ٤٪ يأتي في المرتبة الأخيرة كونه هدفه ضمني لا أكثر. وهذا راجع اهتمام المديرية بأخبار الجمهور بما يحيط بها وله علاقة بها بشكل مباشر حتى تضعه في الصورة، وهذا ما يزيد من نسبة إقبال للجمهور بشكل كبير على الصفحة الرسمية الخاصة بمديرية أمن قسنطينة، في حين ينعدم هدف تقديم توضيحات بنسبة ٠٠٪ نظرا لاهتماماتها بجانب على جانب آخر وهذا لا يعني أنها أهملته بشكل كلي في منشورات الصفحة بالعكس بل كل هدف له أولويته ومكانته حسب ما تنشره لجعل منها مؤسسة ذات اهتمام بالجانب الإتصالي من خلال جعل الصفحة وسيلة للاتصال بين الجماهير.

جدول رقم (٧)

يوضح الجمهور المستهدف من الصفحة:

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
الصحفيون	02	9.52%
موظفو المؤسسة	03	14.28%
مواطني ولاية قسنطينة	16	76.19%

تسعى مديرية أمن ولاية قسنطينة من خلال صفحتها على الفايسبوك إلى استهداف الجمهور من خلال النتائج التي يوضحها الجدول أعلاه أين بلغت نسبة الجمهور الذي تستهدفه الصفحة، وهو الجمهور مواطني ولاية قسنطينة بـ ٧٦٪، وهي نسبة مقارنة بباقي النسبة كونه أن مواطني ولاية قسنطينة هو المقصود بالدرجة الأولى لأن معظم المنشورات التي

يمكن أن يعرضها للقرصنة والإتلاف بشكل مفاجئ وحتى للإغلاق في بعض الأحيان وهذا ما جعل نسبة الإعجاب تكون ضئيلة نوعا ما مقارنة بباقي المؤسسات الأخرى التي تنشط في نفس المجال بالتالي فهذا لا يمنحها أن تمتلك علامة التوثيق الزرقاء لأن من أحد شروط امتلاكها أن تكون الصفحة نشطة ومحدثة باستمرار ويفضل أن يكون عدد معجبيها فوق ٥٠ ألف

جدول رقم (٤)

يوضح معلومات حول الصفحة

معلومات حول الصفحة	متوفرة	غير متوفرة
عنوان المؤسسة	X	
رقم الهاتف	X	
تاريخ التأسيس	X	
وظيفة الصفحة	X	
البريد الإلكتروني	X	
موقع الويب	X	
خدمات المؤسسة	X	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه لمديرية الأمن توظف مجموعة من المعلومات الأساسية على صفحتها والعنوان، رقم الهاتف، وظيفة الصفحة، البريد الإلكتروني، موقع الويب بالإضافة إلى الهدف منها، ما عدا تاريخ التأسيس فلم يتم توظيفه نظرا لعدة اعتبارات، يمكن القول عنها سرية نوعا ما لأنها تدخل في إطار الحفاظ على سرية معلومات تخص المؤسسة بشكل خاص ولا يمكن الإفصاح عنها بأي شكل من الأشكال. ولكن هذا لا يمنعها أن تحقق أكبر قدر من الشفافية والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور حتى يستطيع التعرف عليها والتواصل معها باعتبار أن الصفحة إعلامية إخبارية قد يتعرض لمحتواها أي فرد وتشد وتجذب انتباهه نحو الصفحة فوجود مثل هذه المعلومات على الصفحة هي نقطة إيجابية تبرز المؤسسة الأمنية من خلالها هويتها المؤسساتية، وتخلق تصور فعلي عن مالكي الصفحة لدى الجمهور الخارجي -المواطن القسنطيني-

جدول رقم (٥)

يوضح نشاطات في مجال الأنشطة الاتصالية للمؤسسة:

الأنشطة الاتصالية	التكرار	النسبة
حملات التوعية	00	00
الأبواب المفتوحة	00	00
افتتاح وتدشين	00	00
اتصال جوّاري	06	28.57%
شرطة قسنطينة عبر الصحف	09	42.85%
نشاطات ومهام شرطية	04	19.04%
زيارات إلى المؤسسات	02	9.52%

تعطي أهمية لقيمة على قيمة وفقا لأهدافها العامة حتى تستفيد من أثرها الإيجابي على الترويج لصورتها بشكل جيد.

البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل):

جدول رقم (٩)

يوضح الملاحظات حول الصفحة

الملاحظات	متوفر	غير متوفر
تحديث	X	
عدم تحديث		

يبين الجدول أعلاه من خلال الملاحظات الموجودة حول الصفحة أنها تقوم بالتحديث بشكل دائم ومستمر وذلك يوميا تقريبا، وهذا راجع إلى السياسية المتبعة من طرف المديرية العامة الأمن الوطني وبشكل خاص أمن ولاية قسنطينة وحرصها على توفير وتزويد الجمهور بمختلف المعلومات سعيا منه لتجسيد أهدافها وتحقيق أكبر نسبة من التغطية الأمنية، وهذا في إطار الترويج والتحسين لصورتها أمام جمهورها الخارجي.

جدول رقم (١٠)

يوضح عدد مرات النشر في اليوم

عدد مرات النشر في اليوم	التكرار	النسبة
مرة واحدة	05	6.02%
مرتين	00	00
ثلاث مرات	00	00
أربعة فأكثر	01	1.20%

نلاحظ من خلال الجدول أن أمن ولاية قسنطينة تنشر بمعدل مرة إلى أكثر من أربع مرات في اليوم لكنها تعتمد بدرجة كبيرة ومنظمة تقريبا على تكرار النشر في اليوم بمعدل تكراره ٥ مرات تلتها مرة واحدة بمعدل تكرار ١ مرة. في حين ينعدم عدد النشر من مرتين إلى ثلاث مرات، وعليه يمكن القول إن أمن قسنطينة يعتمد على تحديث النشر في اليوم مرة واحدة، حيث جعل الأمن من صفحته على الفيسبوك فضاء لنشر مواضيعه وكل ما تريد إيصاله لجمهورها بأقل تكلفة وأقل جهد وعلى نطاق واسع بهدف ضمان سيرورتها وديمومتها.

جدول رقم (١١)

يوضح اللغة المستخدمة في المنشورات:

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
عربية	15	71.42%
فرنسية	01	4.76%
ازدواج اللغة (عربية + فرنسية)	05	23.80%

تنشر في الصفحة موجهة إليه بشكل واضح وبارز أين نلتسمه في معظم منشورات شهر فيفري وهذا الاستهداف يمس مختلف شرائح المجتمع القسنطيني على غرار نسبة متتبعين للصفحة هم فئة الرجال بنسبة ٧١٪ أغلبهم من سن ٢٥-٣٤ سنة والنساء بنسبة ٢٧٪ ذوي سن ٢٤-٣٣ سنة، ويعود سبب ارتفاع نسبة مواطني ولاية قسنطينة كونهم الفئة الأكثر تصفحا وتفاعلا مع منشورات الصفحة بشكل يومي فلا يجد صعوبة في تقبل ما تقدمه من معلومات وبيانات (مستهدفين/ تخص ولايتهم وتدخل في اهتماماتهم. وهذا من جهة، أما من جهة أخرى فهي تستهدف في المرتبة الثانية موظفو المؤسسة بنسبة ١٤٪ وهذا بغية خلق اتصال داخلي منظم ومتوازي بين مختلف المصالح داخل المؤسسة، وهذا لزيادة تثقفهم وانتماهم إليها لأن الصورة الداخلية تعكس صورة المؤسسة الخارجية، ليأتي في المرتبة الثالثة الصحفيون بنسبة ٩٪ وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الفارطة لأن معظم حصيرة الأخبار ترسل في شكل بيانات صحفية إلى حساباتهم الشخصي، لكنهم يشكلون قاعدة بيانات موازية ومتبادلة مع صفحة أمن الولاية.

جدول رقم (٨)

يوضح القيم التي تسعى المؤسسة الأمنية إلى تجسيدها عبر صفحاتها:

القيم	التكرار	النسبة
المواطنة	02	9.52%
التشجيع	00	00%
التضامن	03	14.28%
التوعية	07	33.33%
الحماية والأمان	09	42.85%
الحصريّة	00	00

من خلال الجدول الخاص بالتكرار العام للقيم نلاحظ أن المنشورات تنوعت بين مجموعة من القيم تم رصدتها وعددها ٠٦ قيم مما جعل الفروق بينها تبدو متفاوتة إلى حد ما، ولقد تم التركيز على أربعة قيم هي الحماية والأمان بنسبة ٤٢٪ تلتها التوعية بنسبة ٣٣٪ ثم التضامن بنسبة ١٤٪ والمواطنة ٩٪ ونجد أضعف قيم في المحتوى التي كانت نسبتها منعدمة ٠٠٪ هي التشجيع والحصريّة. نلاحظ من خلال النسب أن مديرية أمن ولاية قسنطينة تراهن على قيمة الحماية والأمان من خلال إبراز تواجد عناصرها في كل مكان وزمان.

وفيما يتعلق بالتوعية كثاني قيمة بعد الحماية والأمان وهي نسبة ٤٢٪ من مجموع القيم تؤكد من خلال صفحة المديرية حرصها على توعية المواطن مع ضمان زرع روح التضامن وحب الوطن لدى جميع المواطنين. اهتمت كذلك المديرية بقيمة المواطنة والتضامن حتى تسعى من خلالها إظهار قربها وعلاقتها وكذا تضامنا مع جمهورها، وقد تجسد ذلك في فيديو لزيارة جمعية «راديوز» إلى عائلة الشهيد الواجب الوطني الشرطية «قلور عبد الحكيم» فهي تعتبر شكلا من أشكال التواصل الإنساني تقوم بها المديرية في إطار الترويج لصورتها لدى جمهورها الخارجي. لتأتي في آخر الترتيب قيمة الحصريّة التي كانت نسبتها منعدمة ٠٠٪، وهذا توافقا لشهر فيفري، فهي تهتم بهذه القيمة لكنها

جدول رقم (١٤)

يوضح نوع الصور من حيث ديناميكيته

نوع الصور	التكرار	النسبة
ثابتة	17	80.95%
متحركة	04	19.04%

يوضح الجدول أعلاه نوع الصور من حيث ديناميكيته حيث تم ملاحظة نوع الصور ذات ديناميكية ثابتة بنسبة ٨٠٪ لأن الصفحة في أغلب الأحيان تعتمد على صور فوتوغرافية غير متحركة وبالتالي فهي لا تحتاج إلى تقنية تنسيق ملفات صور (gif) باستثناء الفيديوهات والتي تصنف ضمن الصور المتحركة التي بلغت نسبتها ١٩٪ وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالصور الثابتة.

جدول رقم (١٥)

يوضح الألوان المستخدمة في الصفحة

علامة الشعار	الألوان	التكرار	النسبة
ألوان الشعار	أبيض	30	30%
	أزرق	30	30%
لا علاقة لها بألوان الشعار	أسود	11	11%
	أخضر	29	29%
المجموع	100	100%	

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل الألوان المستخدمة في الصفحة أن الألوان التي لها علاقة بالشعار والمتمثلة في الأبيض والأزرق بلغت نسبتها ٣٠٪ نظرا لأنهما الألوان الأساسية المتعمدة من طرف أمن قسنطينة في صفحاتها على الفايسبوك والتي تتجسد في مجمل شعارات الشرطة الجزائرية. في حين نجد بدرجة أقل إلى استخدامها للون الأسود نظرا لأنه لون حيادي تستخدمه عادة في الكتابة لخلق تنسيق بين الألوان المستخدمة من دون الخروج عن الألوان الأساسية الخاصة بها في الأخير نجد استخدامها للون الأخضر بشكل ضئيل خاصة وبروزه في كتابة الرقم الأخضر على سبيل المثال بنسبة ١٣٪.

جدول رقم (١٦)

يوضح الإستimalات الإقناعية التي تركز عليها المؤسسة الأمنية

الإستimalات الإقناعية	التكرار	النسبة
الإستimalات العقلية	09	42.85%
الإستimalات العاطفية	05	23.80%
الإستimalات التخويفية	07	33.33%

تعد الإستimalات من أهم العناصر التي تراعيها صفحة أمن ولاية قسنطينة من خلال إعداد الرسالة وتقديمها فلا تخلو رسالة من استimalة وتأخذ الأشكال الآتية:

من خلال قراءتنا للجدول والخاص باللغة الموظفة في منشورات أمن ولاية قسنطينة نتضح لنا ثلاثة تصنيفات للغة المستعملة وتشمل لغة عربية، فرنسية، ازدواجية اللغة (عربية + فرنسية). لقد قطفت المؤسسة اللغة العربية في معظم منشوراتها فكانت النسبة ٧١٪، ويعود استعمال اللغة كتمكين الرسالة من الفكرة، كما أن طبيعة المجتمع الجزائري وخصائصه من حيث عدم التجانس في كثير من الأشياء المستوى التعليمي، السن، اللغة، التكوين، وغيرها يفرض على المؤسسة التفكير في خلق نوع من الانسجام في الرسالة، بالإضافة إلى أن استعمال هذه اللغة مرتبط بطبيعة ومكانة اللغة في المجتمع، تليها ازدواجية اللغة (عربية + فرنسية) بنسبة ٢٣٪ نظرا لأن الواقع اللغوي في الجزائر يتسم بالتعددية اللغوية فإن أمن قسنطينة حاولت على ما يبدو الأخذ بهذا المؤثر أي المزج بين العربية والفرنسية.

جدول رقم (١٢)

يوضح أسلوب عرض المنشورات

أسلوب العرض	التكرار	النسبة
نص	06	28.57%
نص + صورة	12	57.14%
نص + فيديو	00	00%
فيديو	03	14.28%

يوضح الجدول أعلاه أسلوب عرض المنشورات على مستوى صفحة الفايسبوك الخاصة بأمن ولاية قسنطينة وذلك بأنها تعتمد على إدراك نص + صورة في منشوراتها بنسبة ٥٧٪ وذلك لزيادة درجة الوضوح لدى الجمهور المستهدف وإيصال وتعميق الفهم لأن الصورة أبلغ، تليها النص بنسبة ٢٨٪ وهذا راجع لزيادة تقديم توضيحات على المنشورات المقدم على الصفحة في حين يبلغ عدد الفيديوهات بنسبة ١٤٪ نظرا لعدم اعتمادها كثيرا في منشوراتها.

جدول رقم (١٣)

يوضح عدد الصور المرافقة للمنشورات

عدد الصور	التكرار	النسبة
صورة واحدة	00	00%
صورتين	05	23.80%
ثلاث صور	07	33.33%
أكثر من ثلاث صور	09	42.85%

نلاحظ من خلال الجدول أن الصفحة ترفق تعتمد على إرفاق أكثر من ٣ صور في غالب منشوراتها خلال شهر فيفري بنسبة ٤٢٪، تليها ثلاث صور بنسبة ٣٣٪، وذلك للإلمام بالموضوع أو المناسبة من كل جانب الجوانب في حين نجد أن المنشورات التي ترفق بصورتين تحتل المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٣٪ وهذا لعدم اعتماد أمن قسنطينة عليها لأن لا تعطي توضيح وتفسير لما ينشر بشكل كافي.

جدول رقم (١٩)

يوضح فئات عدد التعليق للصفحة الرسمية للمؤسسة الأمنية

النسبة	التكرار	فئات التعليقات
61.90%	13	1-20
19.04%	04	20-40
9.52%	02	40-60
4.76%	01	60-80
4.76%	01	80-100
00	00	100 فأكثر

نلاحظ من خلال الجدول الآتي أن عدد التعليقات في صفحة أمن ولاية قسنطينة بلغت نسبة ٦١٪ كأعلى تقدير وذلك ما يفسر استحسان مبادرات ونشاطات التي تقوم بها المؤسسة الأمنية الأمر الذي يجعل الجمهور يقدم على وضع تعليقات تتسم بالإيجابية والمحفزة في غالب الأحيان والابتعاد على التعليقات الساخرة لما في ذلك من طابع الصرامة والجدية للمؤسسة الأمنية، في حين نجد فئة التعليقات التي تشمل من ٢٠ إلى ٤٠ تعليق ضئيلة نوعا ما مقارنة بالفئة السابقة بنسبة ١٩٪.

وهذا راجع إلى أن المنشورات روتينية تشمل في غالبيتها شرطة قسنطينة عبر الصحف وهو الأمر الذي لا يستحق تعليق وإبداء رأي بشكل كبير، في حين ترى أن فئة التعليقات التي تشمل من ٤٠ إلى ١٠٠ تعليق بلغت نسبة من ٤-٩٪ نظرا لأن المنشورات المقدمة لا تحتوي على ما يستدعي التعليق عليها حيث أن الجمهور يكتفي بالاطلاع عليها.

جدول رقم (٢٠)

يوضح من هم الذين استعانت بهم لعرض المواضيع

النسبة	التكرار	من استعانت بهم لعرض المواضيع
80.95%	17	موظفو المؤسسة
00	00	مسؤولون
19.04	04	صحفيون

نلاحظ من خلال الجدول الآتي أن صفحة أمن قسنطينة تستعين في غالب الأحيان لموظفي المؤسسة وهي النسبة العالية بـ ٨٠٪ وهذا راجع إلى كون موظفي المؤسسة أو الجمهور الداخلي لها يمثل الشريك الفعال والرسمي لها من موظفي (شرطيين وأعوان شبيهيين) يساهمون كلهم في صنع منشورات الصفحة ونشاطاتها، فبالإضافة إلى الأعوان والإطارات التي تقوم بمحاربة الجريمة وتطبيق القانون نجد أن موظفي الشرطة يقومون بحملات التوعية والتحسيس التي تشمل مختلف المؤسسات التربوية والتعليمية، كما أن فئة الموظفين تساهم بشكل كبير في مختلف المناسبات الدينية (الأعياد الوطنية) (الاستقلال)، الزيارات، الندوات، ثم نجد فئة الصحافيون بلغت نسبة ١٩٪ وهي نسبة قليلة مقارنة بالتالي سبقتها، ويتم الاعتماد عليها من خلال تبادل المعلومات من خلال

عقلية من خلال مخاطبة الوجدان، وقد بلغت عدد المنشورات التي وظفت فيها أمن قسنطينة الأساليب الإقناعية ٢١ منشور أي ما يقابل إستمارات عقلية بنسبة ٤٢,٨٥٪، إستمارات تخويفية ٢٣٪ وأخيرا إستمارات عاطفية ٢٣٪ واستنادا للجدول يتضح أن صفحة أمن ولاية اعتمدت على الجانب العقلي أكثر في التأثير على المتصفحين بتوظيف بعض الرموز والشعارات من خلال الأنشطة والخدمات التي تقوم بها. لا تعتمد صفحة أمن ولاية قسنطينة على الإستمارات العاطفية بصفة كبيرة ففي مواضيعها نجدها تركز على العقل والتخويف لأن طبيعة نشاطاتها وأهدافها والمتعلقة بتطبيق القوانين والمحافظة على الأمن العام، غير مناسب كثيرا لهذه الاستمالة.

جدول رقم (١٧)

يوضح فئات عدد الإعجاب للصفحة الرسمية للمؤسسة الأمنية

النسبة	التكرار	فئة الإعجابات
61.90%	13	(100-1)
19.04%	04	(200-100)
19.04%	04	200 فأكثر

نلاحظ من خلال الجدول التالي بعض الإحصائيات حول كيفية تفاعل جمهور أمن ولاية قسنطينة مع منشوراتها على الصفحة، فتبين لنا نتائج هذا الجدول أن نسبة الإعجابات بلغت ٦١٪، وذلك راجع إلى منشورات الصفحة تمس حاجيات ومتطلبات الجمهور، في حين بلغت نسبة المعجبين ما بين ١ إلى ١٠٠ معجب. ١٠٠ إلى ٢٠٠ معجب للصفحة ١٩٪ وهي نفس النسبة لـ ٢٠٠ معجب فأكثر وذلك راجع إلى أن غالبية المنشورات روتينية وتفتقد إلى عنصر التشويق والمفاجأة.

جدول رقم (١٨)

يوضح فئات عدد المشاركات للصفحة الرسمية للمؤسسة الأمنية

النسبة	التكرار	فئات المشاركات
76.19%	16	(1-20)
14.28%	03	(20-40)
9.52%	02	40 فأكثر

نلاحظ من خلال الجدول أن فئة المشاركات في الصفحة ما بين ٠١ إلى ٢٠ بلغت نسبة ٧٦٪ نظرا لأن المواضيع المقدمة تهم الجمهور الأمر الذي جعله يشاركها وينشرها على صفحاتهم باختلاف أعمارهم، كما تلاحظ أن فئة المشاركات وإعادة نشر المنشورات الخاصة بأمن ولاية قسنطينة ضئيلة نوعا ما لفئة الممتدة ما بين ٢٠ إلى ٤٠ و ٤٠ فأكثر، وهذا راجع إلى قلة المنشورات شهر فيفري وأغلبية منشوراتها روتينية ولا تستدعي مشاركتها مرة أخرى نظرا لوضوحها الأمر الذي يجعل الجمهور يتعرض لها مرة واحدة تكفيه.

تقديمها على شكل بيانات صحفية، توزع لمختلف الصحف، في المقابل اعتماد أمن ولاية قسنطينة على المقالات التي تنشر يوميا في الصحف حول ما يتعلق بها.

النتائج العامة للدراسة التحليلية

1. أظهرت نتائج تحليل المضمون أن أمن ولاية قسنطينة تهتم بوضع العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة الرسمية لها، لأن هذه العناصر تجعل من المتصفح (الجمهور القسنطيني) يدرك من هي المؤسسة القائمة على هذه الصفحة من جهة ومن جهة أخرى تعمل على تأكيد هوية المؤسسة وترسيخ صورتها في أذهانهم.
2. أظهرت نتائج الصفحة الرسمية لأمن الولاية لا تحتوي على علامة التوثيق الزرقاء بالرغم من أنها صفحة رسمية وحقيقية للمؤسسة.
3. تستخدم مؤسسة الأمن الولائي لقسنطينة صفحتها على الفايسبوك للتعريف بنفسها من خلال توظيف مجموعة من العناصر كالاسم، تاريخ التأسيس، البريد الإلكتروني، موقع الويب، وتسعى من وراء ذلك إلى التعريف بالمؤسسة والترويج لصورتها.
4. بينت نتائج تحليل المضمون أن النص والصورة هو الأسلوب الأكثر توظيفا واستعمالا في منشورات صفحة للمؤسسة، فالمؤسسة تحمل دلالات أبلغ وتدعم النص وتلفت انتباه القارئ والمتصفح كما تهتم بتوظيف النص وحده كأسلوب لعرض محتواها.
5. تهتم مؤسسة أمن قسنطينة باللغة العربية بالدرجة الأولى في عرضها لمنشوراتها كونها اللغة الأكثر رسمية والأكثر مقروئية وبالتالي تكون مفهومة وواضحة مبتعدة عن الغموض لتقوم بذلك تبليغ رسائلها إلى جماهير عريضة وهو الهدف المطلوب منها،
6. يتراوح نشر المؤسسة في اليوم من مرة واحدة إلى أكثر من أربع مرات وهذا راجع إلى نوع المواضيع المنشورة وأهميتها بالنسبة للمؤسسة خاصة في المناسبات التي يتم نشرها بشكل كبير.
7. تنشر المؤسسة أخبارها ونشاطاتها بنسبة كبيرة مقارنة بباقي المواضيع وذلك سعيا منها لتعريف بنفسها ونشاطاتها والترويج لصورتها لدى جمهورها.
8. توظف المؤسسة صفحتها الرسمية على الفايسبوك للتعريف بنشاطاتها، وتعتبر ذلك هدف من أهداف العلاقات العامة لأنها من خلال مشاركتها الاجتماعية وكذا شرطة قسنطينة عبر الصحف، تفعيل الاتصال الجوّاري، زيارات إلى المؤسسات التعليمية... الخ.
9. توظف المؤسسة صفحتها الرسمية لتزويد مواطنيها بالمعلومات الكافية والترويج لأنشطتها التي تنشرها على الصفحة.
10. تعطي الصفحة مجال للجمهور لإبداء رأيه ما يخص سياستها أو تقديم اقتراحات في موضوع معين يعكس استراتيجيتها في الاتصال مع جمهورها عبر الصفحة من خلال التعليقات والرسائل الخاصة المرسله للصفحة لأخذها بعين الاعتبار.
11. ظهر موظفو المؤسسة من بين من استعانت بهم المؤسسة في المنشورات من خلال حضورهم في النشاطات والمعارض وهم يقدمون المعلومات ويقومون بزيارات إلى المؤسسات التعليمية

وغيرها.

12. تنوعت الإستعمالات الإقناعية التي وظفتها مؤسسة الأمن بقسنطينة في صفحاتها بين إستعمالات عقلية وأخرى تخوفية، غير أن العقلية كانت هي الغالبة والأكثر ظهورا وهذا راجع إلى البعد الاجتماعي والإنسانية التي تسعى المؤسسة إلى إظهارها من أجل الحفاظ على الأمن والاستقرار المطلوبين بشدة.

13. تبين من تحليل مضمون المنشورات أن أمن ولاية قسنطينة تركز على ستة قيم والتي جاءت بنسب متفاوتة وهي: الحماية والأمان، التوعية، التضامن، المواطنة، الحضرة، ويرجع هذا التباين إلى:

- طبيعة نشاط المؤسسة، -أهدافها العامة، -استراتيجياتها الاتصال

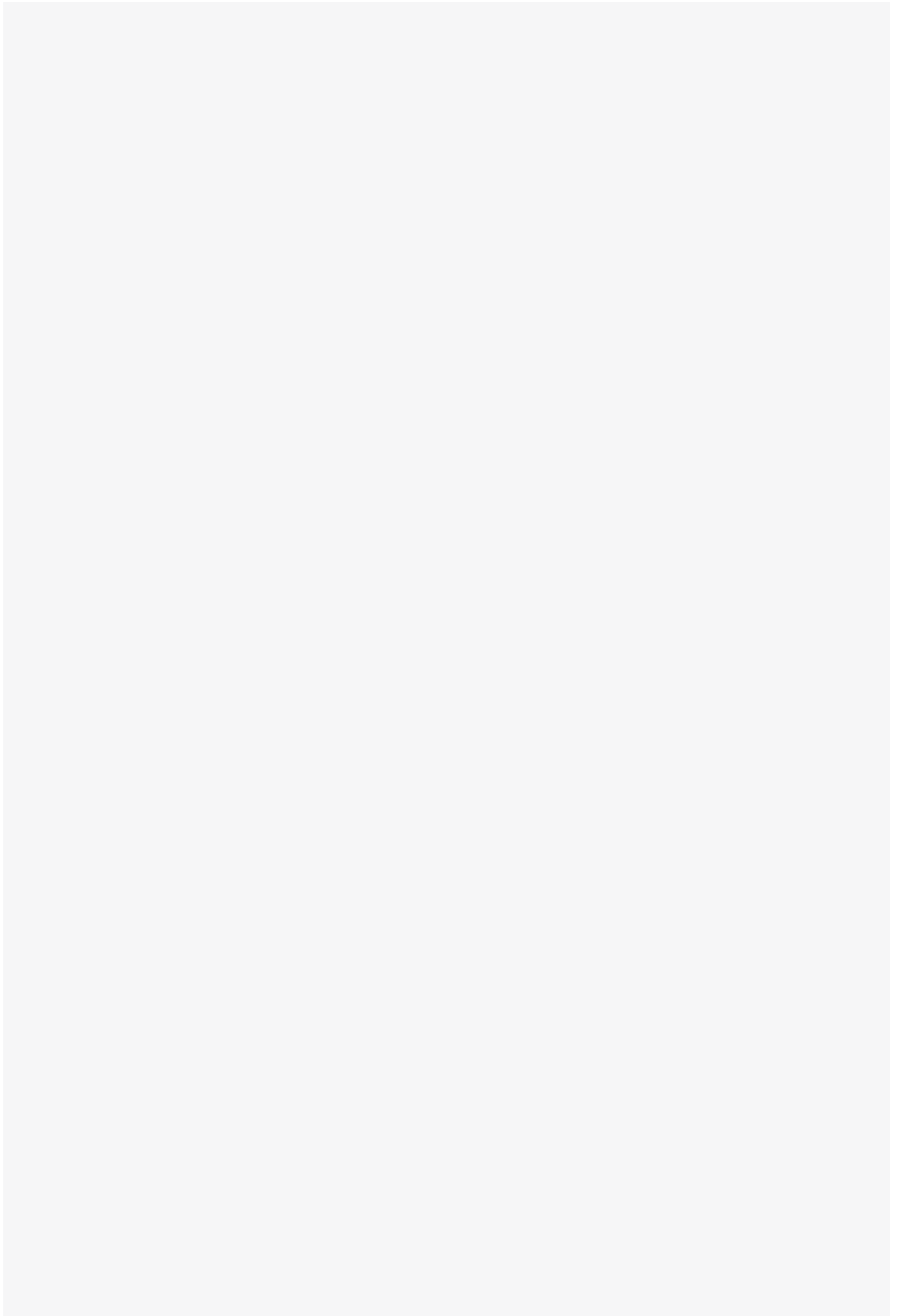
14. مثلت قيمة الحماية والأمان أعلى نسبة في منشورات أمن ولاية قسنطينة على الصفحة وهذا يدل على حرصها لتوفير الأمن والاستقرار لجمهورها من خلال نشر كل ما يتعلق به في إطار الترويج لصورتها الجيدة والحسنة لها عنده.

خاتمة

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن كيفية الترويج لصورة المؤسسات الأمنية، وذلك من خلال البحث في نوع الموضوعات التي تنشرها المؤسسة عبر صفحتها واللغة التي تخاطب بها جماهيرها، بالإضافة إلى القيم التي تسعى إلى إبرازها والاستعمالات التي تعتمد عليها في تحقيق ذلك، حيث توصلنا أن أمن ولاية قسنطينة تستخدم صفحة الفايسبوك كوسيلة إعلامية لتزويد جمهورها بالمعلومات المتعلقة بها كمؤسسة من أنشطة، خدمات، أو المعلومات المتعلقة بمختلف ما تقوم به في محيطها كخرجات، زيارات، حملات بالتالي فهي تسعى إلى التنوع في منشوراتها لذلك يكون في غالب الأحيان يغلب على الصفحة الطابع الرسمي، وهذا لكسب عدد ممكن من الجمهور للصفحة، كل هذا الجهد الذي تبذره المؤسسة نلمس أثره على الجمهور في الجانب المعرفي والسلوكي، فأمن ولاية قسنطينة استطاعت أن تؤثر على جمهورها معرفيا لتروج لصورتها بشكل أكبر، إذ أصبحت هذه الصفحة بمثابة دليل يتوجه له الجمهور المواطن القسنطيني بهدف الحصول على المعلومات التي يراها تلبي رغباته ومتطلباته، كذلك أصبحت واجهة لطرح الانشغالات والاستفسارات، كما أثرت كذلك على سلوكهم إذ أصبح الفايسبوك يغنيهم عناء الحصول على المعلومات أو عناء معرفة ما تقوم به من أنشطة وخدمات، فقد أصبح بالإمكان التعرف على كل هذه الأمور بشكل سهل و مباشر يمكن لأي متصفح أن يراها بكل سهولة في صفحة المؤسسة.

قائمة المراجع

١. إسلام أحمد عثمان، فن العلاقات العامة، دار الجواهر للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة، ٢٠١٥.
٢. خامسة رمضان، استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر، بسكرة.
٣. سمير عبد الرزاق العبدلي، وسائل الترويج التجاري، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١١، ط١.
٤. عبد الله محمد عبد الرحمن، النظرية في علم الاجتماعي، النظرية الكلاسيكية، الهيئة المصرية، العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٦.
٥. ليلى أحمد جرار، الفايستوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠١٢.
٦. محمد حافظ عبده، المزيج الترويجي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩، ط١.
٧. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط١، ٢٠١٣.
٨. Marcidenesi, dictionary of media, and communication Sharpe, New York, 2009.



الهوية المؤسسية والرؤية الاتصالية للعلاقات العامة في السياق الاجتماعي (دراسة نتوغرافية لأشكال التواصل الرقمي في جامعة المسيلة)

د. تقي الدين بلعباس

جامعة محمد بوضياف المسيلة - الجزائر

Taqiyyeddine.belabes@univ-msila.dz

د. فيصل بن مبروك

جامعة محمد بوضياف المسيلة - الجزائر

Faycal.benmabrouk@univ-msila.dz

ملخص

تدرس هذه الورقة البحثية، بنية الشبكات الاجتماعية كهوية مشكلة للأهواط الاتصالية المؤسسية الحديثة للعلاقات العامة في جامعة المسيلة ، هذه البنية التي تأسست على الركائز الاستمولوجية للمنظور الاتصالي البراغماتي المفسر لنظريات المنظمة، سنتطرق لأبعاد الهوية المؤسسية و سياق التواصل والتفاعل في جامعة المسيلة ،من خلال اعتمادنا على النتوغرافيا كتقنية لتحليل المنطلقات الهويةية والأفعال الكلامية والاستخدامات التفاعلية المبنية على السياق الاجتماعي والمهني الجديد من مستويين أساسيين، المستوى اللفظي المبني على أفعال الكلام داخل المنصات ،والمستوى البصري من خلال المجموعات الاتصالية السيميائية معتمدين أيضا على تقنية السميوزيس ،كما سنحاول تفكيك ثلاثية الاتصال والتفاعل والإعلام كبناء بين العلاقات العامة للمؤسسات والجمهور.

الكلمات المفتاحية

الشبكات الاجتماعية، الهوية، المؤسسات، العلاقات العامة، التواصل، السياق، النتوغرافيا، السميوزيس

مقدمة

الحداثة بشكل عام ، وإن كانت بأشكال مختلفة في المجتمعات التقليدية (Beckert, ٢٠١٦ : ٣).

في الآونة الأخيرة أيضًا ، سطر Arjun Appadurai عام ١٩٩٦ الضوء على دور خيالات المستقبل في خلق الذات الحديثة والمشاركة السياسية، وقد عرّف التطوعات والتوجهات المستقبلية على أنها "قدرة ثقافية" حيوية للجهات الفاعلة لاستشعار الاحتمالات الجديدة والتوجه نحوها (Appadurai, ٢٠١٣).

أدى التركيز على "الأقوال والأفعال" إلى إعادة تقييم التخطيط الاستراتيجي كوسيلة كلاسيكية لإدارة المستقبل (Wolf et Floyd,; Wenzel et Krämer, ٢٠١٧). مثل الباحثين في نظرية التنظيم، فإننا نعتبر أن المنهج المزدوج (القول والفعل) يشكل اتجاهًا واعدًا للبحث في كيفية استشراف المنظمات للمستقبل من خلال عدة نقاط نذكرها :

- استكشاف الأبعاد المختلفة التي يصبح فيها المستقبل سائدًا داخل المنظمات ، بالنظر إلى أنه قد تكون هناك ممارسات أو خطابات أو روايات أو وسائط أو مصنوعات يدوية تنتج وتخرج مستقبلاً مختلفاً. فيمكن أن يركز البحث المستقبلي على تحليل متعمق لهذه العناصر لتوسيع فهمنا لتفاعل وأداء أولئك الذين يديرون المستقبل (Wenzel et Krämer, ٢٠١٧ : ١٢).

- إن الويب الاجتماعي أو الويب ٢.٠، بتكرهه على التفاعل والتعبير ، يخلق ظروفًا مواتية للحوار الديمقراطي (Cardon, ٢٠١٠)، بينما يمثل العرض الذاتي الحالي ، الذات الشبكية نقطة تحول تعبري

إن التطور المتسارع الذي غير السياقات المجتمعية منذ بداية عام القرن العشرين ، بحيث أصبحت الأجهزة الرقمية في المجتمع كأحد العوامل المتحكم في السلوكات البشرية، هذا التحول في فواعل التشبيك المجتمعي أطلق عليها الباحثة Proulx بالمرحلة الثانية من التقارب (Proulx, ٢٠١٢)، فعندما يتم الجمع بين استهلاك محتوى الوسائط القديمة كالصحافة والسينما والراديو والتلفزيون تزامنا مع استخدام الأجهزة الجديدة كالهاتف المحمول والكمبيوتر والساعات الذكية، ترتبط حينها لحظة التقارب الثانية بظهور شبكة الويب الاجتماعية ووسائل الإعلام الفردية (Castells, ٢٠٠٦).. في هذا العصر من تسارعية الزمن (Hartmut Rosa)، والابتكار، فإن مسألة معرفة كيفية إدارة المستقبل هي جزء من الرؤى والاستراتيجيات لأي منظمة أو مؤسسة كما يقترح نيكولاس لومان أنه يمكن اعتبار المنظمات والمؤسسات الكبرى من الأنواع المكونة للشركات والإدارات العامة و النوادي الرياضية، فهي بمثابة إجابات هيكلية على السؤال المتعلق بكيفية مواجهة المستقبل (Wenzel et Krämer, ٢٠١٨ : ١).

يُنظر إلى إدارة المستقبل إما على أنه تحدٍ كبير للتخطيط (Bromiley, ٢٠١٧, Rau et Zhang) وحساب للمخاطر المستقبلية، أو كعملية متأصلة في أي منظمة. ويعتبر بعض الباحثين أن تطوير الاستراتيجيات ككل يرتبط ارتباطاً جوهرياً بالمستقبل (Drucker, ١٩٩٢ ; Teece, ٢٠١٤) ، مما يقودنا إلى التقاطع الأكثر إثارة للاهتمام، وذلك بين الهوية الرقمية والابتكار والهوية التنظيمية على أساس التواصل. ففي الواقع ، القدرة على تخيل المستقبل المضاد هي بالطبع خاصية بشرية توجد بشكل مستقل عن الرأسمالية ، والمستقبل المتخيل ضروري لفهم تطور

الأدوار والتسلسلات الهرمية داخل المنظمات وكذلك إعادة هيكلة نشاط المنظمة نفسها.

يقترب الانتقال إلى المجتمع المترابط والتعاوني بتغيرات في هيكل وعمل المنظمات وطرق التواصل باختلاف أنواعها سواءً سياسية، تسويقية وخدمائية، فإن نطاق المجال والممارسات الاتصالية واسع ومعقد " (Gardère et Lakel, ٢٠٠٩ : ٧).

تخترق التقنيات الجديدة جميع مجالات وجودنا من خلال تغيير التواصل بين الأشخاص وكذلك التواصل التقليدي بين المنظمات وجماهيرها. فقد تساهم وسائل الإعلام الجديدة والشبكات الاجتماعية في كفاءة الاتصال المؤسسي الداخلي والخارجي، وخلق قيمة للعلامة التجارية والحفاظ على حوار ثنائي الاتجاه مع الجماهير المستهدفة.

يندرج عملنا ضمن مجال الاهتمامات الحديثة التي يحددها بناء الهوية المؤسسية في عصر الويب للقراءة والكتابة (O'Reilly, ٢٠٠٥) وكذلك من خلال الثقافة التشاركية عبر الإنترنت ويهدف إلى تحليل استراتيجيات الاتصال التنظيمي من منظور الحوار بين منتج المعلومات والجمهور المشارك في بناء ونشر وتقييم المعلومات. في الوقت الحاضر، على الإنترنت وخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أصبح الخطاب الإعلامي المقنع قديمًا، ويحتاج إلى استبداله بخطاب حوارى وإقناعي. (Capriotti, ٢٠١١ : ٣٧١).

٢. الهوية المؤسسية والتواصل العام

تلعب الهوية للأفراد والجماعات والمنظمات دورًا مهمًا في مجتمع اليوم، لا سيما منذ الثورة الرقمية والتحول الجذري للمجتمع والتواصل الاجتماعي. في العلاقات العامة، تلعب الهوية أيضًا دورًا أساسيًا في التكيف الدائم بين الموظفين، كما تسهل عملية التكوين وإعادة التكوين بالإضافة إلى الرؤية الاستراتيجية والاستشرافية.

إن شفافية المؤسسات الإدارية تبني الثقة وتشجع المواطنين على المشاركة في صنع القرار والمشاركة في حوار فعال (Bonsón, Royo et Ratkai, ٢٠١٧).

٢.١- الثالث المعلوماتي والعلائقي للهوية

إن الهدف المعلوماتي والعلائقي المزدوج للمؤسسات مع جمهورها يشكل الثالث المكون من الإعلام والتواصل والتفاعل. بينما توجد بالفعل العديد من الدراسات حول بناء الهوية التنظيمية والاتصال بالجماهير على Facebook والمواقع الإلكترونية.

قام باحثون ألمان سنة ٢٠١٦، بتحليل ١١٦ موقعًا إلكترونيًا وصفحة على فيسبوك لمنظمات ألمانية في مجالات البيئة والصحة، وقد لاحظوا بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في النشاط العام على المنصتين؛ وما تميزت به النتائج يميزهم هو الترابط والتعبئة العامة، بالنظر إلى هيمنة الدراسات التي تركز على عمل المنظمات السياسية على الشبكات الاجتماعية، لذلك من الضروري تركيز البحث على المؤسسات المحلية والوطنية مثل البلديات أو المحافظات أو الوزارات والمديريات المركزية.

(Allard, ٢٠٠٨)، و يستخدم أشكالًا جديدة من الوضوح والخطاب ليس فقط للتواصل السياسي المعتاد على Facebook، ولكن أيضًا للتواصل التنظيمي. (Papacharissi, ٢٠١١)

• إن وجود المنظمات على الإنترنت أمر ثابت تحدده القضايا الإستراتيجية. غالبًا ما يقترب وجود موقع ويب بوجود وسائل التواصل الاجتماعي ويصبح هذا الوجود الرقمي قضية اجتماعية (Charest, Alcantara, Lavigne et Moumouni, ٢٠١٧ : ٢).

أ. أهداف الدراسة

نظرًا لأن هدف بحثنا يستهدف الطريقة التي تتواصل بها جامعة المسيلة عبر الإنترنت لبناء وتعزيز هويتها وسمعتها بالإضافة إلى إعلام الجمهور بأنشطتها والتواصل والتفاعل معه، فقد قمنا بصياغة التساؤلات البحثية التالية:

- ما الأدوات الاتصالية التي تستخدمها جامعة المسيلة لبناء هويتها في البيئة الرقمية؟
- ما الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها جامعة المسيلة لبناء وترسيخ هويتها على البيئة الرقمية؟
- كيف تشكل المحتويات الاتصالية في ثنائية الأقوال والأفعال كدلالات سيميائية في رسائل جامعة المسيلة؟

ب. منهج وتقنيات البحث

- التقنية التنوغرافية Netnography (المنهج الاثنوغرافي الرقمي).
- تقنية السيميوزيس Semiosis (السيميائية الدلالية) من خلال:
 - تحليل المستوى البصري من حيث المجمعات السيميائية.
 - تحليل المستوى اللفظي من حيث أفعال الكلام.

١. الهوية المؤسسية وإشكالية التقنية والتقارب

إن تشكل الهوية المؤسسية قد تعترضها بعض المشاكل التقنية التي قد تجعل من موقع المؤسسة بطنًا نوعًا ما، لأن من المهم للمجتمعات الرقمية في حقبة التقنية ٢.٠، دراسة بناء الهوية المؤسسية ومراقبة آراء الجمهور (الأصدقاء، المتابعين، المشاركين) على صفحات الفيسبوك المؤسسية (الوزارات، والمؤسسات، الإدارات، وما إلى ذلك).

تشير لحظة التقارب الحالية أيضًا إلى انعكاس اتجاه السببية الوجودية، مما يعني أن الأفراد والمنظمات لم يتم تحديدهم تقنيًا (الاحتمية التكنولوجية في السبعينيات والثمانينيات)، لكنهم أصبحوا هم التقنيون في الممارسات الرقمية الجديدة (Tudor et Herteliu, ٢٠١٦)؛ مما جعل هذا هو السبب في أن البحث موجه نحو الطريقة التي "يتصرف بها الأفراد في المجتمع من خلال وسيط التكنولوجيا" (Proulx, ٢٠١٢).

هذا التطور السريع للتقنيات الرقمية الجديدة قد يحدث تغييرات كبيرة داخل المنظمات والمؤسسات، مما قد يشكل مستقبلًا إعادة تحديد

٢,٢- الخطاب المؤسسي وسياق التشكل

إن التعريف الواسع لخطاب الاتصال العام لـ Martial Pasquier، هو جميع أنشطة المؤسسات والمنظمات العامة التي تهدف إلى نقل المعلومات وتبادلها بهدف رئيسي وهو تقديم وشرح القرارات والإجراءات العامة، وتعزيز شرعيتها، والدفاع عن القيم، والمساعدة في الحفاظ على الروابط الاجتماعية.

من وجهة نظر تكنولوجية، تشير خطابات الاتصال العام إلى جهاز يسمح بالاتصال الجماهيري. لذا فإن الترخيص في وسائل الإعلام ضروري سواء كان ذلك عبر الإنترنت أو البث الإذاعي والتلفزيوني أو الصحافة المكتوبة. فوسائل الإعلام تقيم علاقة أحادية الجانب مع جمهورها غير المستجيب، وهو أمر مفارقة يجعل الاتصال دون تبادل. ومن هنا الاهتمام في الآونة الأخيرة بإشراك الجمهور والرد على أسئلتهم أو انتقاداتهم أو اقتراحاتهم. (Burger, ٢٠١٣ : ١٩).

في السنوات الأخيرة، نجحت بعض الدراسات في إنشاء علاقات متبادلة بين المحتوى بما في ذلك الصور ومقاطع الفيديو والتأثير من حيث التقدير ك"الإعجابات". بالإضافة إلى ذلك، تُظهر الدراسة المذكورة أن استخدام الصور والنشر في فترات زمنية "مناسبة" يزيد من عدد التعليقات على المنشورات مصحوبة بروابط نص تشعبي. ومع ذلك، في المجتمع التعبيري "العلائقي"، من المهم تفعيل المعايير والمؤشرات القادرة على زيادة أهمية الصور والهويات الفردية وكذلك التنظيمية. (Sabate, 2014).

٣. البراغمية بين التواصل وأفعال الكلام في المؤسسات

بما أن الكون الاجتماعي هو كون استطرادي، فإن البراغمية أو دراسة استخدام اللغة تهدف إلى التحقيق المنهجي في هذا الكون، وأفعال الكلام التي يتم إجراؤها في سياق معين تشكل لنا عدة إستراتيجيات خطابية. وهو ما نطلق عليه بالكون الثنائي للسميائية والبراغمية - الذي يدرس العلاقات بين العلامات ومستخدميها، وكذا تطور هذه العلاقات والمعايير التي يجب احترامها من أجل الاستخدام الصحيح لهذا السلوك المتعمد الذي تحكمه القواعد التقليدية وهي اللغة. (Searle, ١٩٧٢ : ٥٦).

توفر البراغمية، التي تم تصورها بالمعنى الواسع ك مجال للعمل والتفاعل التواصل، إطاراً متكاملًا لعمل اللغة في السياق، استناداً إلى المبادئ العالمية مثل التعاون والتأدب والعقلانية والاستراتيجيات الخطابية كالكلام والأفعال، وتسلسلات المحادثة، والضمنية. (Rovenca-Frumuani, 2012).

٤. الطريقة وجمع البيانات

في سياق الثورة الرقمية والتغيرات التي أحدثها انفجار الإنترنت، يشكل الموقع أو الصفحة الرسمية للمنظمة على الفيسبوك، عناصر أساسية للتواصل العام وكذلك لإنشاء الهوية المؤسسية وترسيخها.

• مر بحثنا عبر مرحلتين:

أ- المرحلة الأولى، التقنية التنويعية: قمنا بتحليل الوجود الافتراضي للمؤسسات على منصات الويب و الفيسبوك والتي سمحت لنا بتحديد المؤشرات ومعايرة تقنيات الجمع والبحث والتحقق من صحة شبكة التحليل من خلال تقييم وجود المتغيرات وتحليل محتوى مواقع الويب وصفحات Facebook لكليات جامعة المسيلة. كما تضمنت المجموعة المقدمة للتحليل المكون من مواقع الويب والصفحات العامة على Facebook للجامعة بين الفترة من ١٥ أكتوبر ٢٠٢٢ إلى ٢٨ فبراير ٢٠٢٣.

• التنويعية ك مفهوم

وضع Yohan Bernard أن "Netnography هي طريقة مسح نوعي تستخدم الإنترنت كمصدر للبيانات من خلال الاعتماد على مجتمعات المستهلكين الافتراضية. فإنها تحلل بشكل أساسي - ولكن ليس حصراً - أعمال الاتصال لأعضاء مجتمع المستهلك الافتراضي، وتسعى لمنحهم المعنى السياقي. يمكن أن تتخذ هذه الأفعال شكل من أشكال التفاعل كالوسائط الاجتماعية ورسائل البريد الإلكتروني أو رسائل منشورة في منتدى أو ردود متبادلة في محادثة وما إلى ذلك، الهدف هو تسليط الضوء على قضية تسويقية تتعلق بموضوع الاستهلاك الفكري المكون للفعل العلائقي، وليس دراسة المجتمع بنفسه. ومع ذلك، نظراً لأن البيانات التي يتم جمعها تتأثر بشدة بالمجتمع الذي أنشأها، فإن تحليلها يتطلب أيضاً الانتباه إلى الجوانب الاجتماعية والثقافية والهوياتية للمجتمع.

يؤدي استخدام Netnography أحياناً إلى إتقان اللغات والرموز المستخدمة من قبل الأفراد والمجتمعات التي تمت ملاحظتها. حدد، Gregor Jawecki ما يلي: "التنويعية هي الإثنوغرافيا وإما تم تكييفها مع الإنترنت والوسائط الاجتماعية الحديثة. فطريقة معاشية المبحوثين قد اختلفت فعندما لم يكن الإنترنت موجوداً بعد، كان على الباحث المشاركة بنشاط داخل المجموعة نفسها للحصول على المعلومات المطلوبة. اليوم، تتيح له تقنية Netnography مراقبة وتحليل الاتصال عبر الإنترنت دون المشاركة المباشرة.

ب- تقنية السميوزيس الدلالي وتطرقنا فيه لـ :

- تحليل المستوى البصري من حيث المجموعات السميائية.
- تحليل المستوى اللفظي من حيث أفعال الكلام عن طريق تطبيق بعض الأبجديات النثرية والشفرات المكونة لهوية الاتصال ونذكرها كالآتي:

١. شفرة تطور الألغاز : هي دراسة تأثير المنشورات و كيفية جذب المشاركين والفاعلين .

٢. شفرة الأفعال: تتمثل في الأنماط الاتصالية التي سادت السياق الافتراضي على صفحات جامعة المسيلة .

٣. الشفرة الرمزية: تمحورت تفكيك هذه الشفرة بناءً على الإيماءات والإيحاءات الدلالية الحاملة لبعض الرسومات المستخدمة في المنشورات

٤. شفرة المعنى : تكمن في علاقة المنشورات بالدلالات اللسانية

والمعاني السائدة في النسق الاتصالي .

- الشفرة الثقافية: تجسدت في تحليل الهويات والمواريث الثقافية من جانبها الاتصالي.

• السميوزيس كمفهوم:

السميوزيس Semiosis هو مصطلح سيميائي يشير إلى العملية الحركية التي تؤدي إلى إنشاء علامة جديدة ، وذلك بفضل ظهور هذا المفهوم عند بيرس ، الذي اعتبره أساساً للسميائية ، وهو مصطلح نسخه حرفياً من السميوزيات اليونانية ، مما يعني حقيقة التظاهر.

عرّف بيرس semiosis بأنه "العملية التي يعمل بها شيء ما كعلامة". السميوزيس تتعلق بالنشاط الفكري البشري. بحيث لا يمكن تخيل إنتاج المعنى أو استحضاره خارج إطار مسار الاختبار ، لأنه عملية مرتبطة بمخاطر المعنى وإنتاجه وطرق تشغيله وهذا ما جعلنا نعتد على تقنية السميوزيس لتحليل الخطاب البصري والأيقوني للتفاعلات التواصلية الرقمية لجامعة المسيلة في محاولة منا لتحديد خصائص المنشورات التي تحظى بشعبية على صفحات Facebook لجامعة المسيلة (زيادة عدد التعليقات والتوزيعات) ، بدأنا من الأنواع الثلاثة للمنشورات الموجودة في صفحة جامعة المسيلة على Facebook وموقع الويب الخاص بها:

- خطاب دون صور.

- نصوص مع صور.

- الخطابات والبلث المباشر.

- مصفوفة الدراسة :

أهداف الدراسة	أسئلة البحث	منهج وتقنيات التحليل
تحديد كيف تقوم جامعة المسيلة ببناء هويتها عبر الإنترنت وإعلام جمهورها والتواصل والتفاعل معه.	ما الأدوات الاتصالية التي تستخدمها جامعة المسيلة لبناء هويتها في البيئة الرقمية ؟ ما الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها جامعة المسيلة لبناء وترسيخ هويتها على البيئة الرقمية ؟ كيف تتشكل المحتويات الاتصالية في ثنائية الأقوال والأفعال كدلالات سيميائية لرسائل جامعة المسيلة ؟	تحليل السياق. الملاحظة المباشرة. تحليل المنشورات تقنية التنوع الجغرافي. تقنية السميوزيس : تحليل المستوى البصري من حيث المجمعات السيميائية. تحليل المستوى اللفظي من حيث أفعال الكلام.

- مستويات الدراسة: تبنت الدراسة منظوراً متعدد التخصصات قائماً على الأبحاث الأجنبية الحديثة في المجالات التالية:

- الاتصال التنظيمي: المتمثل في المنشورات العلمية والبيداغوجية على مواقع الويب ومنصة الفيسبوك.

- التقنيات الجديدة: المستخدمة في العملية التواصلية بين المؤسسة وجمهورها.

- البراغمية اللغوية: وهي الموارد اللسانية الهوياتية المتعامل بها داخل السياق الاتصالي .

- العلاقات العامة: ودورها كجهاز في التقريب بين المؤسسة ككيان وجمهورها كنسق.

- اتجاهات الدراسة: أدت اتجاهات البحث هذه إلى نتائج ذات صلة تتعلق بالطريقة التي يتم بها بناء الهوية واستخدامها في عمل المنظمات بالإضافة إلى العلاقة المتبادلة بين:

- الهوية: من خلال المنشورات والرسائل المرسخة لهوية المؤسسة الجامعية.

- الصورة الذهنية: الآنية والحالية لدى أذهان الجمهور المتفاعل.

- السمعة: المكونة لجامعة المسيلة افتراضياً من خلال ملاحظة التفاعلات الاتصالية.

٦. سميوزيس المستوى اللفظي والبصري للهوية الاتصالية لجامعة المسيلة:

تطور البحث الإلكتروني في مجال الدراسات المرئية منذ تسعينيات القرن الماضي لمبادئ تحليل الصور والخطابات المرتبطة بالصورة، بحيث تعتبر اللوحات والصور الفوتوغرافية والرسوم التوضيحية أو حتى تسلسلات الفيديو من وجهة نظر السيميائية والأيقونية. ومع ذلك ، فإن هذا التركيز على التمثيلات وقيمتها الخطابية لا يسمح بدراسة المادية المحددة والفورية للهياكل الحضرية، ولا الممارسات الاجتماعية المرتبطة بها. (Mitchell 1994 ، Evans and Hall 1999)

لذلك نقترح أن نأخذ ، كنقطة انطلاق ، تحليلات ميشيل فوكو للخطاب والرؤية ، تحليلات تسمح لنا بتحديد الارتباط المفاهيمي بين البعد البصري للخطاب وعلاقات القوة. كجزء من تأملاته في نظريات الخطاب ، يصف فوكو الخطابات على أنها سلاسل من البيانات التي تشكل حقيقة من حيث أنها "تشكل بشكل منهجي الموضوعات التي تتحدث عنها". (Foucault 1969, p. 67). وبالتالي ، فإن الأبعاد المرئية والمادية للخطاب تلعب دوراً مركزياً جنباً إلى جنب مع البعد المنطقي، "إنه [الخطاب] هو نفس القدر فيما لا يُقال ، أو الذي يتميز بالإيماءات والمواقف وطرق الوجود وأمط السلوك ، الترتيبات المكانية المتشكلة الترتيبات المعمارية والجدولة المرئية أيضاً جزءاً مهماً من دراسته." (Foucault 1994a, p. 123)

٦.١- تحليل المستوى البصري من حيث المجمعات السيميائية:

من خلال تسجيل وملاحظة المؤشرات التفاعلية كعدد المتابعين

العلمية والمهنية والبيداغوجية من أجل تحسين النسق الجامعي العام على كل الأصعدة.

٧. قراءة نقدية لنتائج الدراسة

• يعتبر بناء الهوية عبر الإنترنت عملية إستراتيجية معقدة ، موجهة نحو مشاركة الجمهور وتعبئته في صنع القرار، للحصول على مشاركة المواطنين ، تحتاج السلطات إلى التفاعل معهم ، والرد على التعليقات ، وهو ما يعني أكثر بكثير من مجرد نشر كميات كبيرة من المعلومات ذات الفائدة غير المؤكدة (Haro-de-Rosario et al, ٢٠١٨).

• إن المؤسسات العامة الشفافة والخاضعة للمساءلة هي وحدها التي تولد الثقة وتشجع المواطنين على المشاركة في صنع القرار ، وهو أمر ضروري للحوار الفعال مع المواطنين (Bonsón et Ratkai, ٢٠١٣).

• إذا كانت الشبكات الاجتماعية في التواصل العام تمثل تغييراً نموذجياً من حيث مشاركة المواطنين ، فقد أظهرت الدراسات الحديثة أن العديد من المؤسسات العامة تستخدم الشبكات الاجتماعية كـ "مصدر معلومات أحادي الاتجاه ، لنقل الرسائل ، مما يعني تقليل التفاعل. (Mergel, ٢٠١٣).

• توجد زيادة مستمرة لمنتسبي الفيسبوك Facebook المؤسسي ، الذي بدوره يحتل منصات التواصل الاجتماعي ويحث على التحكم في الممارسات، وحتمية الانتقال من الفيسبوك الى مواقع أخرى والعكس، من خلال الترويج لمنطق جديد - القرب العلائقي - الذي يتضمن التأثيرات والعواطف.

• من خلال مقارنة أهداف عمل المنصتين (الموقع الإلكتروني والفيسبوك لجامعة المسيلة) ، يمكننا أن نؤكد جنباً إلى جنب مع باحثين آخرين أن المواقع توفر معلومات للطلبة وللجمهور المهتم بمجال نشاط الجامعة المعنية، وما لاحظناه هو إكتساح منصة Facebook بشكل حاسم على جميع الشبكات والتفاعلات الاجتماعية لجامعة المسيلة.

• من خلال تحليل التفاعل على صفحات الجامعة على الفيسبوك ، لاحظنا العلاقة بين حجم نشاط الاتصال ونسبة المشاركة. وبعبارة أخرى ، فإن عدداً كبيراً من المنشورات يولد عدداً أكبر من ردود الأفعال أو رجع الصدى. بالإضافة إلى ذلك ، يؤثر نوع المحتوى أيضاً على حجم ردود الفعل، بحيث ترتبط ردود الفعل الأكثر عدداً بالمنشورات الشهيرة (الصور أو مقاطع الفيديو) والتي تقدم محتوى عاطفياً.

• لا تشكل الهوية (للأفراد والجماعات والمنظمات) خارج تبادل الرسائل مع الآخرين، بمعنى آخر خارج ممارسات الاتصال ، التي يهيمن عليها اليوم الرقمي والمرئي ، والبحث عن الاتصال التنظيمي المرتبط بالإدارة الاستراتيجية والعامة. فالعلاقات والشبكات الاجتماعية لا تزال تحدياً كبيراً للتطور الحالي للمنظمات وإدارة المستقبل.

والإعجابات والتوزيعات وكذا التعليقات أثناء عملية البحث، تبين أن جامعة المسيلة قد قطعت أشواطاً كبيرة في التواصل مع جمهورها عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك). بحيث أصبح جُل "الأصدقاء والمتابعين" ناقلين للرسائل العامة من خلال تشاركية المضامين من جهة ، وشركاء الحوار والمتفاعلين من خلال التعليقات (المرتبطة أو غير المرتبطة بنشريات الجامعة) من جهة أخرى.

كما تم تسجيل عدد كبير من ردود الأفعال من خلال المنشورات التي تقدم موضوعات غير غمطية لنشاط الجامعة (مباريات كرة القدم بين فرق الجامعة... الخ) ، والمنشورات التي تغطي الزيارات الميدانية من قبل مدير الجامعة وعمداء الكليات (إضفاء الطابع الشخصي على رواية القصص العلمية والبصرية) وكذلك القضايا ذات الأولوية في الأجندة العامة (تبسيط الإجراءات البيداغوجية ، إطلاق البرامج السنوية والتظاهرات العلمية).

إن التعمق في الهوية الاتصالية لجامعة المسيلة، ينقل التركيز من هوية السمة إلى هوية الإنتاج الديناميكية، لذا من الضروري علمياً تسليط الضوء على الطريقة التي يتم من خلالها تحديث المنظمات والمؤسسات ضمن السياق الجديد لـ الثورة الرقمية ، وحتمية الاحتياجات الثلاثة الأساسية: العرض الذاتي ،التواصل والمشاركة.

٦,٢- تحليل المستوى اللفظي من حيث أفعال الكلام

إن عملية تحليل المستوى اللفظي أو اللساني وما يحمله من أفعال متداخلة ضمن السياق الهوياتي الجزائري صعب جداً من حيث القراءة والإسقاط، فقد قمنا بعملية تطبيق لمعيار وتصنيف الباحث John Searle والمكون من عدة أفعال متداخلة ضمن الموارد اللغوية وهي :

- الأفعال التمثيلية (أو الحازمة).
- الأفعال التوجيهية.
- الأفعال التعبيرية.
- الأفعال الوعدية
- والأفعال التصريحية - وقد سجلنا الوجود الهائل لأفعال الكلام التمثيلية (١٣٩ منشوراً من ١٩٩).

من خلال هذه التصنيفات نرى بأن جامعة المسيلة تستخدم منشورات أفعال الكلام الحازمة أو التمثيلية والتي (تراوحت من ٢ إلى ١٠)، على مستوى الفيسبوك وموقعها الإلكتروني، وكانت أعمال الكلام التوجيهي أقل عدداً من عرض الحقائق "القائمة"؛ أما في المنشورات العشر الأكثر تعليقاً ، تختلف الإجراءات التوجيهية من ٠ إلى ٥ ، ويستفيد أكثر من نصف الطلبة من التوجيه، بحيث تدعو المبادئ التوجيهية الطلبة على التقيد بالنظام الداخلي للجامعة والتوجيه الدائم لهم، كما ترافق الجامعة الطلبة والأساتذة من خلال المنشورات الموجهة لهم والتي تنطوي ضمن الأفعال التعبيرية والمناسباتية والأعياد الوطنية والدينية.

تمثلت الأفعال الوعدية التي نشرت على صفحات الفيسبوك وموقع الجامعة في الرسائل التفاعلية التي تبناها جهاز العلاقات العامة للتواصل مع الطلبة والطاقم الإداري للجامعة من أساتذة وعاملين، بحيث تتمثل هذه الأفعال في مخاطبتهم على ضرورة التحسين من الخدمات

- إن الاهتمام بالبناء المشترك لمعنى الحوار داخل المنظمات الحالية والمستقبلية ، يبدو أنه ضروري لمواصلة استكشاف الاستراتيجيات الرقمية للمؤسسات العامة والخاصة والعودة من خلال التحليلات الطولية المستعرضة (أيقونية ، نصية ، متعددة الوسائط) .

خاتمة

تمثل الشبكات الاجتماعية بلا شك تغييراً نموذجياً في المجتمع المعاصر من خلال المشاركة والمشاركة الفعالة ، لكن الشبكات الاجتماعية لا تنشئ تلقائياً من المشاركة والتفاعل والتواصل ؛ بل يجب أن تهتم المؤسسات أيضاً بزيادة المشاركة والتفاعلية الرقمية ، و يتطلب البحث التنظيمي المعنى بإدارة المستقبل أيضاً "تحمل" التعقيد والغموض لأنه يجب على المرء الانخراط في "الحقائق اليومية للحياة التنظيمية الغنية بالطوارئ والتعددية والظهور والوجود.

١. ALLARD, Laurence (2008), "The impossible politics of communities in the age of digital expressivism", *Cahiers Sens public*, 7-8: 105-126.
٢. APPADURAI, Arjun (1996), *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
٣. APPADURAI, Arjun (2013), *The Future as Cultural Fact: Essays on the Global Condition*, London, Verso.
٤. AUSTIN, John (1962), *How to Do Things with Words*, University of Michigan, Clarendon Press.
٥. BALABAN, Delia Cristina and Ioana IANCU (2009), "The role of PR in the public sector. Case study on PR professionalization at the local level in Romania", *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 27: 22-38.
٦. BALABAN, Delia Cristina, Mirela-Codruta ABRUDAN, Ioana IANCU and Cosmin IRIMIES (2016), "Online communication and PR in Romanian public administration. The case study of public institutions from Transylvania", *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 47: 20-34.
٧. BECKERT, Jens (2016), *Imagined Futures: Expectations and Capitalist Dynamics*, Cambridge, Harvard University Press.
٨. BESSIÈRES, Dominique (2009), "The definition of public communication: from disciplinary issues to changes in organizational paradigms", *Communication & Organization*, 35: 14-28.
٩. BONSON, Enrique and Melinda RATKAI (2013), "A set of metrics to assess stakeholder engagement and social legitimacy on a corporate Facebook page", *Online Information Review*, 37(5): 787-803.
١٠. BONSON, Enrique, Sonia ROYO and Melinda RATKAI (2017), "Facebook practices in Western European municipalities: An empirical analysis of activity and citizens engagement", *Administration and Society*, 49(3): 320-347.
١١. BROMILEY, Philip, Devaki RAU and Yu ZHANG (2017), "Is R&D risky? », *Strategic Management Journal*, 38(4): 876-891.
١٢. BURGER, Marcel (2013), "What is a public communication discourse? », *Cahiers de l'ILSL*, 34: 3-41.
١٣. CANEL, Maria José and Karen SANDERS (2012), "Government communication. An emerging field in political communication research", in Holly A. SEMETKO and Margaret SCAMMELL (eds.), *The Sage Handbook of Political Communication*, London, Sage, p. 85-97.
١٤. CAPRIOTTI, Paul (2011), "Communicating corporate social responsibility through the Internet and social media", in Øyvind IHLEN, Jennifer L. BARTLETT and Steve MAY (eds.), *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*, Hoboken, Wiley-Blackwell , p. 358-379.
١٥. CAPRIOTTI, Paul (2017), "The World Wide Web and the social media as tools of CSR communication", in Sandra DIEHL, Matthias KARMAVIN, Barbara MUELLER, Ralf TERLUTTER and Franzisca WEDER (dir.), *Handbook of Integrated CSR Communication*, New York, Springer, p. 193-211.
١٦. CARDON, Dominique (2010), *Internet democracy: promises and limits*, Paris, Seuil.
١٧. CASTELLS, Manuel (2006), "Emergence of individual mass media", *Le Monde diplomatique*, August. [Online].<http://www.observatoiredemocratie.fr/article-5334721.html>. Page consulted on January 8, 2020.

١٨. CHADWICK, Andrew (2007), "Digital network directories and organizational hybridity", *Political Communication*, 24(3): 283-301.
١٩. CHAREST, Francine, Christophe ALCANTARA, Alain LAVIGNE and Charles MOUMOUNI (dir.) (2017), "Introduction", in *E-reputation and influencers in social media. New challenges for organizations*, Quebec, Presses de l'Université du Québec, p. 1-13.
٢٠. CMECIU, Camelia and Doina CMECIU (2014), "Web 2.0 communication and stakeholder engagement strategies: How Romanian public organizations use Facebook", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 143: 879-883.
٢١. COMAN, Cristina and Mihaela POUN (2010), "The image of the public institutions and new technologies", *Romanian Journal of Journalism & Communication*, 5(4): 45-53.
٢٢. COOREN, François and James R. TAYLOR (1997), "Organization as an effect of mediation: Redefining the link between organization and communication", *Communication Theory*, 7: 219-259.
٢٣. COOREN, François, James R. TAYLOR and Elizabeth J. VAN EVERY (2006), *Communication as Organizing: Empirical and Theoretical Explorations in the Dynamic of Text and Conversation*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
٢٤. CORLEY, Kevin G., Celia V. HARQUAIL, Michael G. PRATT, Mary Ann GLYNN, Marlene FIOL and Mary Jo. HATCH (2006), "Guiding organizational identity through aged adolescence", *Journal of Management Inquiry*, 15: 85-99.
٢٥. COUPLAND, Christine and Andrew D. BROWN (2004), "Constructing organizational identities on the web: A case study of Royal Dutch/Shell", *Journal of Management Studies*, 41(8): 1325-1347.
٢٦. Foucault Michel, 1969, *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard (Bibliothèque des sciences humaines)
٢٧. 1993, *Surveiller et punir. Naissance de la prison* (1975), Paris, Gallimard (Tel no 225).
٢٨. 1994a, « Le discours ne doit pas être pris comme... » (1976), *Dits et écrits, tome III : 1976-1979*, texte no 186, Defert Daniel, Ewald François dir., Paris, Gallimard (Bibliothèque des sciences humaines), p. 123-124.
٢٩. 1994b, « Les mots et les images » (1967), *Dits et écrits, tome I : 1954-1969*, texte no 51, Defert Daniel, Ewald François dir., Paris, Gallimard (Bibliothèque des sciences humaines), p. 620-623.
٣٠. 2005 [1997], « Space, knowledge and power. Interview conducted with Paul Rabinow » (1982). *Rethinking Architecture. A Reader in Cultural Theory*, Leach Neil dir., Londres / New York, Routledge, p. 347-357.

التخفي أثناء التفاعل الافتراضي وتلاشي سلطة البانوبتيكون الرقمي (دراسة لعينة من التفاعلات عبر موقع فيسبوك)

صابر شباط

جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي - الجزائر

chebbat-saber@univ-eloued.dz

د. عبدالرحيم بن بوزيان

جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي - الجزائر

benbouziane-abderrahim@univ-eloued.com

ملخص

لطالما برز مفهوم البانوبتيكون أو المعاقبة وفرض الانضباط بالمراقبة، كموضوع خصب في العديد من الكتابات الفلسفية والدراسات البحثية التي تناولت السلطة التي يخضع لها الأفراد والجماعات داخل المجتمع، وازدادت أهمية الموضوع أكثر فأكثر بعدما بات واحدا من المتغيرات الرئيسية التي لا ينبغي إهمالها في تناول مختلف التفاعلات الاجتماعية في الفضاء العمومي المادي والافتراضي على حدّ سواء.

وتتجلى أكثر فكرة البانوبتيكون في الضوابط التي تُخضع الفرد أثناء تفاعله وسط الجماعة، فيجد نفسه حاملا لسلطة داخلية، تجبره على اصطناع هوية غير هويته الحقيقية، ومحاولا الظهور في الصورة التي تُرضي الجماعة التي يشعر أنها تراقبه. وبظهور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار استخدامها، وتشكل الفضاءات الافتراضية، أثرت العديد من التساؤلات حول الواقع الذي آلت إليه هذه السلطة الغير مرئية.

وعليه جاءت هذه الدراسة لكشف كيف أثرت خاصية التخفي التي أتاحها موقع فيسبوك لمستخدميه المتفاعلين عبر مختلف الحسابات والمجموعات الافتراضية على سلطة البانوبتيكون، التي طالما فرضها عليهم الفضاء العمومي، وذلك من خلال الاعتكاف على دراسة وتحليل عينة من التفاعلات بشأن بعض القضايا البارزة التي غدت الفضاء الافتراضي عبر موقع فيسبوك في الوطن العربي.

الكلمات المفتاحية

التخفي - التفاعل - الافتراضي - اندثار السلطة - البانوبتيكون - فيسبوك

المقدمة

إنّ التفاعل الاجتماعي للإنسان في كلا الفضاءين، لم يكن مجردا بتاتا، أو معزولا عن تأثير مختلف السياقات المحيطة ببيئته التفاعلية، التي أوجدت له دوما سلطة يخضع لها، أو يسعى للتخلص منها كي يتسنى له الظهور والتجلي في شخصيته وهويته الحقيقية، دون تصنع أو تمثيل، وهذا ما يصعب عليه في حالة ما إذا شعر أنّ هناك من يراه ويراقبه، وقد صعب على الأفراد والجماعات التخلص من كافة أشكال هذه السلطات المراقبة له (السلطة السياسية، الجماعة، العشيرة، الهوية الشخصية...) أثناء التفاعل الاجتماعي في الفضاء العام.

لكن مع بروز الفضاء الافتراضي و تحول المواقع إلى واقع، وفي ظلّ الخصائص والخدمات التي أتاحها هذه المواقع لمستخدميها، ومنها إمكانية التخفي وراء أسماء مستعارة، وحسابات مزيفة أو وهمية، بدأت تلاشي الكثير من هذه السلطات والحدود، شيئا فشيئا، أمام تنامي الشعور بالتححرر من قيود وأسوار الرقابة والمراقبة، وهو الأمر الذي أدّى بالكثير من الخبراء إلى الجزم بأنّ الشخصية الحقيقية للفرد هي تلك التي تبرز في الأسماء والحسابات أو الواجهات المصطنعة والمزيفة والعكس بالعكس، أي أنّ الشخصية التي تبرز في الأسماء والواجهات

لا أحد يمكنه اليوم أن ينكر الأهمية الكبيرة التي تكتسبها الدراسات والبحوث المتعلقة بالفضاء الرقمي الذي صنعته مواقع التواصل الاجتماعي، والغوص فيه أكثر من ذي قبل من أجل تشخيصه واكتشاف مختلف الظواهر والمتغيرات المتعلقة به، أو الناتجة عن التفاعل عبر مختلف المنصات المتاحة فيه.

خاصة بعدما ثبت للعالم والخاص أنّ تداعيات هذا العالم قد امتدّت إلى الفضاء الواقعي الذي نعيش فيه، فبات يتشكل منه، يتعلّق به ويتشابك معه، إلى بات الواقع معبأ بالافتراضيات الافتراضية معبأ بالواقع، على حدّ تعبير جيل دولوز (رياح و صغير عباس، ٢٠١٨)، وبالتالي فكثير من الظواهر والمتغيرات البارزة في العالم الافتراضي، ليست وليدة هذا الفضاء، بل إنّها وجدت سلفا في الواقع، وبتنقلات الإنسان المعاصر مستخدم هذه الشبكات بين العالمين، ضمن مجريات الحياة الاجتماعية، انتقلت الواقعي إلى الافتراضي والعكس بالعكس، وعليه فإنّه من غير المنطقي السعي لفهم هذه الظواهر معزل عن واقعها، بل لابدّ من الرجوع إليها فيم قبل تاريخ ميلاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وما قبل التفاعل الافتراضي والمجتمع الرقمي، ومن تمّ محاولة فهمها هناك.

منهج الدراسة

اعتمدنا في دراستنا هذه، على المنهج الوصفي، فدراسة الواقع الافتراضي كفضاء تفاعلي، لا تستدعي تدخّل الباحث في ظواهره سواء بالتعديل أو بالتغيير والإضافة في متغيراتها، بل يكتفي بمعالجة الظاهرة وتشخيصها كما هي، في وضعها الراهن، وتقديم قراءات تحليلية نقدية تتعمّق في تفسير وشرح العلاقات الموجودة بين مختلف متغيراتها وتأثيراتها وتأثيراتها (قراد و شباط ، ٢٠٢٢).

فضلا على أنّ المنهج الوصفي يتضمن دراسة الحقائق الحاضرة المتصلة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث والأوضاع أو أي ظاهرة أخرى وتسجيل الظروف المحيطة بها ومن ثمّ تحليلها وتفسيرها (الدعوي ، ٢٠١٦).

أدوات جمع البيانات

اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة العلمية المبنية على النقد والتحليل من خلال متابعة العديد من التفاعلات المتعلقة بحسابات المستخدمين الذين يتفاعلون بأسماء غير أسمائهم الحقيقية عبر موقع فيسبوك، باعتبارهم جماهير خفية مشكلة لعينة دراستنا.

مجتمع البحث وعينة الدراسة

يتشكّل مجتمع بحثنا من كافة منشورات وتفاعلات الحسابات المزيفة والأسماء المستعارة والوهمية المنشورات في المجموعات الافتراضية عبر موقع فيسبوك ونظرا لاستحالة حصر كافة أفراد مجتمع البحث بسبب اتساعه الكمي، لجأنا إلى معاينة قصيدة تتلاءم وأهداف الدراسة، فركزنا على عينة مشكّلة من ٢٥٦ منشورا وتعليقا بخصوص قضايا ومواضيع ذات صلة، وهي: التعديل الحكومي الأخير في الجزائر، الترشقات اللفظية في الخطابات الدينية بين التيارات والفرق الإسلامية في الوطن العربي (السلفية، الصوفية، الإخوان، الشيعة..)، المحتويات المرئية الساخرة (الشخصيات العامة)، المحتويات العاطفية والرومانسية، الصور المثيرة والإباحية (صور الفنانين والممثلات)، مجموعات التعارف واللقاء بين الشباب والفتيات من أجل العلاقات الحميمة في الوطن العربي والمجموعات الخاصة بالمثلثين ذكورا وإناثا وعددها عشرة (١٠) مجموعات.

أولا: تحديد مفاهيم الدراسة

١. التخفي أثناء التفاعل الافتراضي، "النوايا تسبق الأفعال"

يقصد بالتخفي في قواميس اللغة العربية التستر والتنكر أو التواري عن الأنظار، وهو مصدر الفعل تخفّى (المعاني الجامع، ٢٠١٠)، وتؤدي الكلمة نفس المعنى في اللغة الانجليزية حيث وردت في لفظ "Disguise" أي التنكر والاختفاء وراء قناع أو لباس (Cambridge، ٢٠١٢).

الحقيقية لا بدّ وأن تكون على قدر من الزيف والتصنّع، إنّها تشابه يحاكي الوصف الذي قدمه الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو (١٩٢٦-١٩٨٤) لآلية عمل السلطة وفاعلية المراقبة وفق السجن الدائري الشهير الذي صمّمه الفيلسوف الإنجليزي جيرمي بنتام (١٧٤٨-١٨٣٢)، الذي يهدف إلى ترسيخ وتكريس فكرة المعاقبة بالمراقبة (Ait Lahcen ، ٢٠٢١)، أو إشعار كلّ مسجون أنّه يمكن أن يكون تحت المراقبة في أية لحظة.

لقد أثارت ظاهرة البانوبتيكون الافتراضي حفيظتنا كباحثين في الميدان، كما حركت فينا الفضول البحثي، تماما مثلما فعلت ظاهرة التخفي أو الاختفاء خلف هويات أخرى أو متعدّدة أثناء التفاعل الافتراضي، خاصّة وأنّ هذه الأخيرة قد كرّست بروز ظواهر ومفاهيم أخرى على مستوى الفضاء الافتراضي، لعل أبرزها ظاهرة الجماهير الخفية أو الجماهير الغير المرئية (الخامسة و بن لطرش ليلي ، ٢٠١٨)، وعليه حاولنا تقصي العلاقة الكامنة بينهما، فوجدنا أنّه من الضروري طرح التساؤل الرئيسي التالي:

• هل تساهم خاصية التخفي خلف هويات أخرى أثناء التفاعل عبر موقع فيسبوك في تلاشي سلطة البانوبتيكون الافتراضي؟

هذا التساؤل الرئيسي بدوره يحيلنا إلى طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي السمات البارزة في تفاعلات الجماهير الخفية؟
- ما هي دلالات تلاشي سلطة البانوبتيكون الافتراضي؟
- ماهي الاشباكات التي تحقّقها خاصية التخفي للأفراد ولجماهير الافتراضية؟
- أيهما تمثّل الشخصية الحقيقية لمستخدم فيسبوك، الهوية الخفية أم الهوية المكشوفة؟

أهمية الدراسة وأهدافها

للإجابة عن التساؤلات السابقة وجدنا أنّه من الضروري إجراء هذه الدراسة التي تبرز أهميتها من الأهمية الكبيرة التي يكتسبها موضوع آليات التفاعل الاجتماعي في العالم الافتراضي وتأثيراته وتأثيراته، خاصّة في ظلّ تنامي ظاهرة الجماهير الخفية أو الغير مرئية وما تبعها من تساؤل غياب هوية الفرد، وتلاشي دور المركز والمكانة والسلطة وتحطّم لمختلف القيود والحدود.

ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى الإحاطة بجملة من المفاهيم والمتغيرات المحددة لها كالتخفي، التفاعل الافتراضي، وكذا سلطة البانوبتيكون، ومن بعدها نسعى إلى تفسير العلاقة الكامنة بين تنامي سلطة الجماهير الخفية البارزة في مختلف الحسابات الوهمية والأسماء المستعارة والمزيفة المتفاعلة عبر مختلف منصات موقع فيسبوك الشهير، وبين تراجع سلطة البانوبتيكون الافتراضي التي طالما رافقت كافة أشكال التفاعل الاجتماعي الحاصلة وجها لوجه.

وترتبط خاصية التخفي أثناء التفاعل في الفضاء الرقمي بلجوء المستخدم إلى الظهور في هوية غير هويته الحقيقية، من خلال هوية مستعارة أو تزييف لاسمه، صورته، أو جنسه وعمره، وذلك من أجل تحقيق الإشباع الكافي لحاجاته المتعددة والتي لم يحققها أثناء التفاعل بهويته الحقيقية.

ويرى كثير من الخبراء في المجال أن خاصية التخفي خلف أسماء مستعارة أو وهمية تفسح المجال لبروز السمات والموصفات الحقيقية لشخصية الفرد الطبيعي، لأن الفرد متى ما اختلى بنفسه ونأى بها عن المجتمع سوف يتصرف على طبيعته وحقيقته، دون تصنع أو تمثيل، وعموماً فإن عملية التفاعل والتواصل في الفضاء الرقمي تتم بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي: الشخص أو الفرد على حقيقته، الهوية الافتراضية، والأشخاص الآخرين (بايوسف، ٢٠١٨).

٢. التفاعل الاجتماعي لفهم التفاعل الافتراضي

يرتبط مفهوم التفاعل لغة واصطلاحاً، بالتأثير المتبادل بين مادتين أو جسمين أو عنصرين وأكثر والمؤدي إلى تغير في تركيب العنصرين المتفاعلين، كتفاعل الأكسجين والهيدروجين الذي يعطينا الماء (المنجد في اللغة والإعلام، ٢٠١٤).

وقد وردت الكلمة في قواميس اللغتين الفرنسية والانجليزية "Interaction" بنفس المعنى أي التأثير المتبادل بين ظاهرتين أو العديد من الظواهر (Doingneon , Maurin , & Gatard , ٢٠٠١).

وعليه فالتفاعل الاجتماعي هو كافة أشكال التأثير المتبادل بين وحدة جزئية ممثلة في الفرد مع غيره من عناصر الوحدة الكلية ممثلة في المجموعة أو الجماعة، والذي يتجلى في عدة مظاهر أبرزها اندماج الفرد في الحياة الاجتماعية مما تمليه وخضوعه لما تمليه عليه من نظم وقوانين (بكوش و جلول ، ٢٠٢١).

ويعرفه نبيل عبد الهادي على أنه عملية اجتماعية ديناميكية مستمرة أقطابها الأفراد، وأدواتها الرئيسية المعاني والمفاهيم، ويضيف أن التفاعل باختصار شديد يحدث عندما يتصل فردان أو أكثر وينتج عنه تعديل أو تغيير في السلوك (عبد الهادي ، ٢٠٠٩).

فالتفاعل الاجتماعي يشمل إذاً كافة أشكال التواصل الإنساني بين الأفراد والجماعات ضمن مختلف السياقات الاجتماعية، ويعد أساس نمو الشخصية الاجتماعية للفرد وتشكلها، والوسيلة الرئيسية للتعلم والتكيف، وكذا أداة مهمة لتنظيم المجتمعات والتجمعات الإنسانية وانتقال حضارتها من جيل إلى جيل (بوشلاغم ، ٢٠١٨).

وعليه يمكن القول أن التفاعل الافتراضي: ما هو إلا امتداد للتفاعل الاجتماعي ضمن الفضاء العام، وبالتالي فهو يشمل كافة أشكال التواصل بين المستخدمين أو جماعات المستخدمين ضمن الفضاء الرقمي الذي تشكله مواقع التواصل الاجتماعي، وما ينجم عنه من تأثيرات في سلوكيات ومواقف واتجاهات الفرد والجمهور وكذا في هويات المستخدمين المتفاعلين.

ويبرز ضمن هذا المفهوم أن التفاعل الافتراضي يحدث في ظل وجود مقومين أساسيين وهما: المقوم الاجتماعي والمقوم التكنولوجي أو الرقمي، فهذه التفاعلات تتم ضمن مجتمعات أو تجمعات اجتماعية في البيئة الرقمية (الانترنت) أي في ظروف تكنو-اجتماعية تكفل لهم بناء شبكات من العلاقات الشخصية والجماعية والاجتماعية المتبادلة في الفضاء الافتراضي (العقبي و بركات ، ٢٠١٦).

أما في دراستنا هذه، فيبرز التفاعل الاجتماعي من خلال النقاشات الحاصلة ضمن الفضاء الرقمي الذي تشكله المنصات الافتراضية لموقع فيسبوك، والتي يتنكر أصحابها خلف أسماء مستعارة وحسابات وهمية تخفي هوياتهم الحقيقية.

٣. مفهوم المجتمع الافتراضي "Virtual Communities"

يُعرف لايزر المجتمعات الافتراضية بأنها تجمعات تشكلت من خلال شبكة الأنترنت لا يقطن أفرادها في منطقة جغرافية واحدة، بل موزعون ومنتشرون في أنحاء مختلفة من العالم، تجمع بينها إهتمامات مشتركة متعدّدة ومتنوعة (القرني ، ٢٠١٦).

وبتوسع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أخذت المجتمعات الافتراضية في الانتشار والتبلور أكثر فأكثر، إلى أن باتت اليوم الوسيلة الأمثل التي يتصل بها الأفراد ويتفاعلون مع بعضهم البعض (القرني ، ٢٠١٦، صفحة ١٠).

يرتبط مفهوم المجتمعات الافتراضية في دراستنا هذه بمختلف المجموعات والصفحات التي تتيح لمستخدميها التفاعل فيما بينهم خارج الحدود الزمكانية، وحدود الهوية الشخصية والرقابة المفروضة عليهم أثناء تفاعلهم في الفضاء العام الفيزيائي التقليدي. أما في دراستنا هذه فالمجتمع الافتراضي هو بكل اختصار "المجموعات التفاعلية الافتراضية عبر موقع فيسبوك".

٤. مفهوم البانوبتيكون الافتراضي، من سجن "بنتام" إلى سجن الهوية الحقيقية "VertuelPanopticon"

وردت كلمة "Panopticon" كمفهوم في بعض معاجم اللغة الانجليزية، كلفظ مركب من: Pan وتعني الكل، وOpticon وتعني مراقبة، أي مراقبة الكل، أو المراقبة الشاملة، أو نقل سلطة المراقبة إلى ذهنية الشخص الموضوع تحتها، فيصبح حاملاً لها، وفي هذا الصدد يرى الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو في كتابه "المراقبة والمعاقبة" أن الطريقة التي صمم بها سجن البانوبتيكون كجهاز للانضباط والإكراه، تجعل السجناء حاملين للسلطة بداخلهم (JIANG MARTIN ، ٢٠١٨)، والأساس أن يتيقن السجن أن مراقب طوال الوقت، بينما لا يمكنه التيقن بالوقت الفعلي الذي يكون فيه مراقباً، كما أن شخص من يمارس السلطة ليس مهماً، فأى شخص يستطيع القيام بدور المراقب حتى وإن جاء صدفة، فتتولد عبودية، لا تحتاج إلى القوة لإكراه المسجون على السلوك وفقاً لتعليمات مفروضة عليه، بل تصبح العبودية جزءاً من السلوك الاعتيادي للمسجون (الطاهر ، ٢٠١٦).

ثانياً: نتائج الدراسة

توصلنا في دراستنا هذه إلى أن خاصية التخفي أو التنكر التي أتاحها موقع فيسبوك لمستخدميه، قد مكنتهم فعلاً من التحرر من سجن البانوبتيكون الذي طالما حرّمهم من التعبير عن ذواتهم بالطريقة التي يرغبون فيها، ويمكن تلخيص نتائج هذه الدراسة في العناصر التالية:

١. تزداد شجاعة الفرد في التعبير عن رأيه، مناقشة ونقد المواضيع السياسية كلّما كان متخفياً

بعد متابعتنا لعدّة تفاعلات حول عدّة قضايا ذات أبعاد سياسية في الجزائر وفي الوطن العربي لمسنا فارقاً في حرية التعبير وجرأة في إبداء الرأي والرأي الآخر، بين الأسماء الوهمية والأسماء الحقيقية، وكانت عينتنا في ذلك صفحة أحد الناشطين السياسيين المعارضين، للنظام السياسي، إذ تحظى صفحته بأكثر من مليوني (٠٢) وتحظى منشوراته بعشرات الآلاف من المتابعات والمشاركات والإعجابات، جلّها من قبل حسابات بأسماء وصور غير حقيقية أي تمكّنا من إحصاء ما نسبته ٨٥,٠٨٪، من التعليقات على أحد المنشورات السياسية لذات الشخص، كانت صادرة عن حسابات يتخفى أصحابها خلف أسماء وهمية وهويات غير هوياتهم الحقيقية.

لقد وجد الجمهور السياسي إذاً، في الجزائر كما في العديد من دول الوطن العربي، ومن خلال خاصية التخفي التي أتاحها له هذه المنصات، مجالاً واسعاً للقول والتعبير، بحرية وجرأة كبيرة، طالما افتقدها في ظلّ تجلّي هويته في الفضاء العام سواء الفيزيائي أو الافتراضي.

٢. الجمهور المتخفي أكثر جرأة على التهجّم والتحريض والتراشق اللفظي

يطلق الجمهور الخفي العنان لمشاعره وسلوكياته ونواياه الحقيقية، طالما أن الفضاء المتواجد فيه يضمن له إمكانية البقاء خلف الستار، وهذا ما يفسّر ارتباط الكثير من الخطابات التحريضية والعبارات التهجمية بالحسابات الوهمية والأسماء المستعارة عبر مختلف منصات فيسبوك.

وهذا ما يبرز في خضمّ الأزمة السياسية القائمة بين الجزائر والمغرب، وما رافقها من أزمة إعلامية وكذا أزمة افتراضية أو رقمية حيث قام مغرّضون مجهولون على موقع فيسبوك بإنشاء حسابات وهمية بأسماء مزيفة تشن هجمات تحريضية وتنبئ خطابات مليئة بالعبارات النابية، ممّ أدى إلى تنامي خطاب الكراهة وتزايد حدّة التراشق اللفظي بين الكثير من أبناء الشعبين.

تبرز هذه السمات أيضاً أثناء التفاعل بخصوص بعض الشخصيات أو المسائل الدينية، سواء بين أتباع مختلف المذاهب والتيارات الإسلامية فيم بينها أو بينهم وبين أتباع التيارات الإيديولوجية والفكرية الأخرى، وتصل حدّة التراشق أحياناً إلى التصعيد والمطالبة بالتطهير والتصفية.

كعينة، صاحب حساب يسمّى Moh Med، نشر منشوراً يتهجّم فيه على

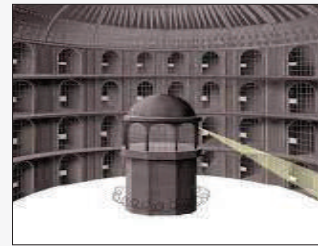


عملية تعود فكرة البانوبتيكون إلى الفيلسوف الإنجليزي "جرمي بنثام" (١٧٤٨-١٨٣٢)، صاب مقولة: "كلّ إنسان هو منحرف محتمل"، الذي وظّف أفكاره التفعية التي تهدف إلى تحقيق سعادة أكبر بأقلّ

التكاليف والأضرار (Laval, ٢٠١٢)، وقام بتصميم سجن على شكل عمارة دائرية تضم مجموعة من الزنازين، بحيث لا يسمح تصميمها بالتواصل بين السجناء، ويتوسط الدائرة فناء به مركز مراقبة، ويسلط الضوء من خارج البرج إلى الزنازين، ولا يمكن للسجناء رؤية إذا كان هناك أحد يراقبهم من داخل برج المراقبة أم لا (Ait Lahcen, ٢٠٢١، الصفحات ٩٨-٩٩).

وينفع هذا التصميم في ترسيخ الشعور بالمراقبة الدائمة لدى السجناء، فحتى لو لم يكن هناك من يراقبهم بالبرج فهم لن يستطيعوا معرفة ذلك؛ ما يجبرهم على التصرف بانضباط وأدب طبقاً للتعليمات، وتجنباً للعقوبات الواردة. وبالتالي فإنّ تصميم سجن البانوبتيكون قد وضّح الدور الكبير الذي يمكن أن يلعبه المعمار في قوة ممارسة السلطة، وحلّ المراقبة محل التعذيب والعنف (الطاهر، ٢٠١٦).

لطالما ارتبطت فكرة البانوبتيكون بالتفاعل الاجتماعي، وبالضبط في خضوع الفرد لسلطة الجماعة أثناء حياته التفاعلية وسعيه إلى إرضائها، وكشبه ودّها ومحاولة ظهوره في الصورة التي ترضيها، وهو ما يجبره على التصنع



والرياء وخلق هوية أو هويات أخرى موازية لهويته الحقيقية لتكون له المحامي الشفيح لدى السلطة التي يخضع لها والتي هي في الغالب غير مرئية.

من هذا المنطلق يمكننا القول أن البانوبتيكون الافتراضي هو الوضع النفسي الذي يحدّ حرية المستخدم أثناء تفاعله في الفضاء الافتراضي، نتيجة بروز هويته الحقيقية لباقي المستخدمين، ويتجلّى هذا القيد في شعوره في استحضاره لرقابة الجماعة الافتراضية التي ينتمي إليها، ممّ يدفعه إلى اتخاذ موقفين اثنين؛ مواصلة التفاعل باسمه الحقيقي واصطناع شخصية وهوية أخرى بحيث ترضي نزعة الجماعة الافتراضية التي ينتمي إليها أو التنكر والتخفي خلف اسم مستعار أو واجهة مصطنعة وإطلاق العنان لشخصيته وهويته وسلوكياته الحقيقية للظهور في المنشورات والتعليقات وفي كافة تفاعلاته الافتراضية.

وعليه يمكننا القول أن منعة أسوار البانوبتيكون الافتراضية صلابته قضائه تزداد أو تنقص بحدود هوية المستخدم، فكلّ ما كانت صورة المستخدم واسمه الحقيقي في الواجهة، كلّما وجد نفسه داخل سجين هويته المعروفة والمراقبة، وكلّما تخفّى وراء صور وأسماء مزيفة كلّ ما وجد نفسه خارج أسوار هذا السجن حرّاً طليقاً، متحرراً من عقوبة المراقبة.

التخفي إرضاء لحاجاته النفسية وتغطية لنقصه من جهة، وحفاظاً على صورته الحقيقية من التشويه نتيجة عتاب وتوبيخ الجماعة التي ينتمي إليها.

٥. الفرد المتخفي أكثر معارضة للآراء والأفكار المتفق عليها

الكثير منّا يبدي موافقة للعديد من المواقف والآراء فقط لأن الجماعة تعتنقها وتبناها، وهنا يصبح الرأي الفردي المنعزل لا أهمية ولا وزن له، وأمام سطوة رأي الجماعة سوف يتحتم على الفرد أن يحتفظ برأي وموقف شخصي خفي لنفسه، وفي المقابل يظهر للجماعة اعتناقه لموقفها، كسبا للرضى والتأييد، هذا النوع من البانوبيتيكون يحكم قضايه علينا كأفراد خلال تفاعلاتنا اليومية ضمن مجالات الفضاء العام الواقعي.

أما في الفضاء الافتراضي فإن هذه السطوة تتضاءل وتندثر أمام خاصية التخفي التي أتاحها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها، إذ يمكن للفرد المتنكر خلف الحسابات الوهمية، أن يبرز آراءه بأريحية، بل ويمكنه أن ينقلب على جماعته ويتهم عليها، ما دام يضمن أن هويته الحقيقية غير مرئية لهذه الجماعة.

٦. الفرد والجمهور المتخفي أكثر تحرراً من الناحية العاطفية

لقد أثبتت العديد من تجارب الواقع والأدبيات البحثية قبل دراستنا هذه، أن الجمهور الخفي هو أكثر الجماهير تحرراً من الناحية العاطفية أو كما يسميه البعض التنفيس العاطفي، حيث يتمكن أفراد المتكبرون من طلق العنان لانفعالاتهم، ويعبرون بقدر كبير من الصراحة والحرية عن مشاعرهم التي ظلت مكبوتة ويوحون بكل ما يخفونه ويستترون عليه (الخامسة و بن لطرش ليلى ، ٢٠١٨، صفحة ٣٩٢) من مشاعر وعواطف اتجاه أشخاص أو مواقف معينة.



خلال متابعتنا لمجموعة التعارف " أكبر تجمع عربي شباب وبنات" التي تضم ٣٦٦٦٣٤ عضواً، وجدنا أن المنشائر الأكثر عاطفية ورومانسية يختفي أصحابها خلف أسماء وصور مصطنعة، فمن بين عشرين منشوراً عن المشاعر الغرامية، وجدنا أن ١٦ منها، أي ما نسبته ٨٠٪، يتنكر أصحابها خلف الأسماء الوهمية، على غرار "مستر إكس" الذي نشر محتوى مرئي، بمثابة سر للآراء، يقول فيه: "الزواج بدون حب، كالإعدام بدون جريمة...!"، وهو المنشور الذي لقي ٧٤٥ إعجاباً و حظي بـ ٧٣ مشاركة، و ١٩١ تعليقا، ولقد شاطره الرأي أكثر من ١١٦ شخصا في التعليقات، وكان غالبيتهم يخفي اسمه وهويته الحقيقية، على غرار "حماد حماد" الذي علّق قائلاً: "بل كالموت بلا دفن".

وفي ذات المجموعة صاحب حساب يسمي

أتباع الشيخ أبو المعز فركوس ممثل التيار السلفي في الجزائر، يقول فيه: "يستيقظ الفراصة الوهابية المداخلة مرتين في السنة؛ عند إخراج زكاة الفطر وعند ذكرى المولد النبوي الشريف"، ليعقب " نور عيوني سيدنا النبي" قائلاً: "هم كائنات عجيبة... فهمهم عقيم... ليس لديهم قلوب ولا عقول..." فيردّ عليه المظلة السوداء: "لا يضّر الأسود نجاح الكلاب أنت مجرد إمعة رويضة أقرع لا تستحق الرد"، وعلى هذا النهج جاءت تعليقات أصحاب الحسابات المزيفة، والتي مثلت نسبة ٦٦,٦٦٪ من العدد الإجمالي للتعليقات، بينما مالت الأسماء الحقيقية إلى التهدة وطلب الهداية للجميع.

ويتراشق أتباع هذه التيارات بأشنع الألفاظ عبر مختلف المنشورات والتعليقات، وتبرز حدة هذا التراشق ما كان أصحاب الحسابات يتخفون وراء أسماء وصور غير أسمائهم الحقيقية ومن أكثر الألفاظ استعمالاً: القبورين وأهل البدع، لوصف الصوفية، المخاذلة و أبو خليطة لوصف السلفيين، والرافضة لوصف الشيعة، والخوارج لوصف الإخوان المسلمين.

٣. الفرد المتخفي يمكنه رؤية المراقب، وبالتالي التخلص من سلطته

تتيح خاصية التخفي للمستخدم أن يستخدم حسابه الوهمي لمراقبة من يراقبه، من خلال التفاعل به وسط نفس الجماعة التي ينتمي إليها وطرح آراء وأفكار أخرى قد تكون مضادة للأفكار التي قد يطرحها باسمه الحقيقي، وبالتالي يخضع هويته الحقيقية لاختبار وتقييم الجماعة ومن تم يعرف من يهتم برأيه ومن يهتم بشخصه، وهو الأمر الذي يمكنه من اتخاذ موقف بشأن الطريقة المناسبة التي سوف يتفاعل بها داخل الجماعة الافتراضية.

٤. الفرد والجمهور المتخفي أكثر جرأة على السخرية والاستهزاء والتنمر

صناعة المحتوى الساخر في الفضاء الافتراضي، عبارة عن فن أو مهارة توليد الأفكار والمنتجات الساخرة، التهكمية، الناقدة لآوضاع الحياة الاجتماعية التي يعيشها الجمهور، وصياغتها في قوالب فنية أو أدبية، في شكل محتويات مرئية: أفلام ولقطات، أفلام قصيرة، حلقات، سلسلات، أشعار، أغاني، مقاطع فكاهية، نصوص، صور، فوتوشوب، تعديلات... وتحويلها إلى موضوعات تناسب جمهورها العريض على مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الويب التي يستخدمها (عطية، زيزاح ، و عطاء الله ، ٢٠٢١)، حيث يمكنه تلقفها، ونشرها ومشاركتها مع عدد لا متناهي من أفراد الجمهور العريض الذي ينتمي إليه، ومن ثم التفاعل، وإبداء الرأي بشأنها، كل هذا في خضم نشاط اشباع الحاجاته والرغبات المتجددة واللامتناهية للجماهير .

لكن ما لفت انتباهنا في هذا الموضوع أن الكثير من المحتويات الساخرة أكثر ارتباطاً بالجماهير الخفية سواء في صناعتها أو في تداولها عبر موقع فيسبوك، خاصة إذا ما كانت هذه السخرية تستهدف شخصية عامة سياسية أو ثقافية أو دينية، أو كانت هذه السخرية تتجاوز حدود المعقول والمقبول في الأدب والفن الساخر، إلى التمييز العنصري، التنمر والتحقير والحط من قيمة الشخص، إذ يلجأ الساخر في هذه الحالة إلى

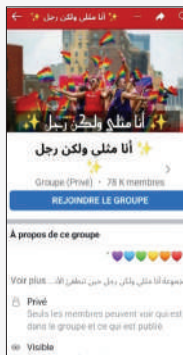
٨. لا يجد الجمهور المتخفي حرجا في المجاهرة بحميمته والدخول في علاقات وحوارات ساخنة مع الجنس الآخر

ويتجلى ذلك من خلال المجموعات والصفحات التي لا تعد ولا تحصى المخصصة للتعرف بين الشباب والفتيات تبادل الأحاديث الساخنة وتحديد المواعيد الغرامية، وطلبات الأرقام الهاتفية و طلبات الدخول في محادثات ساخنة على الخاص.

ومن خلال متابعتنا لصفحة "ملتقى بنات للتعرف والجنس" التي يتابعها أزيد من ٣٠ شخصا، والتي تقوم بنشر عروض لفتيات يرغبن في الدخول في علاقات حميمية افتراضية مقابل دفع مسبق، تماما كما تعرض الباقيات على الأرصدة في الدول الغربية، وفي منشور لهذا الغرض لقي احد العروض ٣٨٤٥ تفاعلا، من قبل الجنسين، فهذه Sawsan من لبنان، تعرض خدماتها، ويعقب عليها Ziden Ar ويطلب منها اللجوء إلى الخاص، نفس الأمر بالنسبة لـ Assia من المغرب، التي تعرض خدماتها هي الأخرى، ويعقب عليها ٦٣ شخصا بطلب الدخول معهم في محادثات على الخاص، وكان المتفاعلون مع هذا المحتوى متنگرين خلف أسماء وصور مستعارة أو مصنعة.

الأمر ذاته تأكد عند دخولنا لمجموعة "انظم للتعرف والصدقة" التي تضم أكثر من ٣١٣ ألف عضوا، من كافة أنحاء العالم العربي، ينشرون فيها وبشكل كثيف رغباتهم في التعرف والتواصل من أجل اللقاءات الحميمة سواء الحقيقية أو الافتراضية (المحادثات المرئية الساخنة عبر ماسنجر أو وتساب).

٩. لا يخجل الجمهور الخفي من التعبير عن ميولاته وانحرافاتة السلوكية "المجاهرة بالمثلية والشذوذ الجنسي"



وجدنا أن خاصية التخفي قد أتاحت الفرصة للمستخدمين إظهار الكثير من رغباتهم وسلوكياتهم الحقيقية، كما أتاحت لهم إبراز انحرافاتهم بأريحية، على غرار المجاهرة بالشذوذ الجنسي والإدمان بشتى أنواعه، ويعجّ موقع فيسبوك بالمجموعات التفاعلية الخاصة بهذه الفئات، التي وجدت في هذا الفضاء البديل الحرية الكبيرة في التعبير عن ميولاتها دون كبت أو خوف، كما وجدنا أن هذه الخاصية قد كشفت الستار عن تفشي مثل هذه الظواهر في الكثير من المجتمعات العربية.

ونظرا لصعوبة حصر كافة المجموعات الافتراضية الخاصة بالمثليين في الوطن العربي، اخترنا منها عينة متمثلة في خمس (٥) مجموعات خاصة بفئة الذكور وقمنا بالدخول إليها ومتابعة منشوراتها والتفاعلات التي تتم فيها، وهذه المجموعات هي: مجموعة "مثلي" وتضم ١١٢٩٥ عضوا، مجموعة "حياة مثلي" وتضم ١٢٠٠ عضوا، مجموعة "مثلي وأفتخر" وتضم ٢٠٦٠ عضوا، مجموعة أنا "مثلي ولي الحق في الحياة" وتضم ٩٤٠٠ عضوا، ومجموعة "أنا مثلي ولكن رجل" وتضم ٧٨٨٠٧ عضوا.

نفسه "خواطر رجل شرقي"، قام بنشر محتوى مرئي لشاب يحتضن فتاة في مشهد رومانسي، مرفقا إياه بالعبرة التالية: "حبيبتى...وكيف لا أشتاق وأنت جزء يسكن أعماقي!".

٧. الجمهور المتخفي يتابع المحتويات الهابطة "العري والإباحية" التي ينتقدها في العلن

من المعروف للعالم والخاص أن المحتويات الهابطة، المبتذلة والإباحية قد باتت سلعة رائجة في الفضاء الافتراضي، وهذا يرجع بطبيعة الحال إلى كثرتها تداولها والتعرض لها، وهذا في واقع الأمر ليس بالجديد على جمهور وسائل الإعلام التي تعدّ المبر الحصري لصناعة وإذاعة هذه المحتويات، فمنذ ظهور الصحافة الورقية، وجد المحتوى الهابط ولاسيما "الإباحية" له طلبا جماهيريا واسعا، ولطالما تميّز جمهور هذه المحتويات بخصائص وسيما معينة من بينها التخفي أثناء التعرض لهذه المحتويات حفاظا على الصورة التي يحاول التمثيل بها في المجال العام.

وبينما ينتقد الجميع المحتويات الهابطة والمشاهد الإباحية في العلن تشهد هذه المحتويات راجا لا مثيل له في الفضاء الرقمي، وشهرة لا يضاهيها فيها أي محتوى، وهنا يحضرني تساؤل منطقي لأحد الكتاب العرب المعاصرين، إذ يقول: "إذا كان الجميع ينتقد التفاهة والمحتويات الهابطة، فمن الذي يسبح في فلكها ؟"، ونحن بدورنا وجدنا لتساؤله المنطقي جوابا منطقي بعد بحثنا وتقصينا للأمر، إنه الجمهور الخفي الذي يختبئ خلف الستار وينأ بنفسه عن أضواء مركز المراقبة البانوبتيكية، فلا يجد هذا الجمهور حرجا في نشر ومتابعة كافة المحتويات المثيرة للشهوات والغرائز ومنها الصور والفيديوهات التي تتضمن مشاهد العري التي يخجل من مشاهدتها بل وحتى الحديث منها في العلن، بل ويتعدى ذلك إلى جرأة المستخدم على التعري وإظهار مفاتن الجسد في الواجهات و"البروفيلات"، ويتعلق الأمر خصوصا بالجنس اللطيف في الوطن العربي، الذي بات لا يجد حرجا في فعل ذلك طالما هناك إمكانية لإخفاء الوجه والاسم.

فمن خلال متابعتنا لصفحة "صبايا" التي تحظى بأكثر من ١٦٠ ألف متابع نشط، والتي تعنى بنشر صور مثيرة تظهر جمال ومفاتن الممثلات والفنانات العربيات والعالميات، وجدنا أن محتوياتها تحظى بتفاعلات كبيرة، تتجلى في كثرة الإعجابات والتعليقات.

وجدنا صورة مثيرة للممثلة السورية "هيا مرعشلي" في جسد شبه عار تماما ووضعية مغرية، يرافقها نصّ قصير: "الفنانة هيا مرعشلي ذات الأصول اللبنانية يظهر دافئ ولطيف"، وقد لقي هذا المحتوى ١٦٦٦ إعجابا، و٢٦٣٥ تعليقا، اكتفينا بمتابعة ١٠٠ منها فوجدنا أن ٨٢ منها يصطنع أصحابها لنفسهم هويات أخرى غير هوياتهم الحقيقية، منهم فحل نساء، وAla k الذي علّق قائلا: "إذا الأصول لبنانية أكيد يكون فيه دفا وعفا"، ولا تخلوا جميع التعليقات عن عبارات التغزل بجسد الفنانة.

خاتمة وتوصيات

يشعر الجمهور المتخفي أنه بتنگره واختبائه خلف الستار وتحرره من قيود الهوية الحقيقية، قد اكتسب شرعية وشفاعة في قول ما يشاء وفعل ما يريد، لذلك نجده أكثر جرأة وشجاعة واندفاعا وهجوما، ليس هذا فقط بل كثيرا ما نجده يسعى إلى الانتقام من الجماعة التي ظلت ترهن شخصيته الحقيقية، فيلجأ إلى إعلان الحرب على ماضيه والسخرية من تقاليده وأعرافه التي يرى أنها كانت تقيده.

وعليه يمكن القول أن خاصية التخفي أثناء التفاعل عبر موقع فيسبوك قد حررت الجمهور من قيود وحدود الهوية الافتراضية المصطنعة، وتلاشت أمامها سلطة البانوبيتيكون الافتراضي، الذي يفرض عليهم نظام المعاقبة بالمراقبة، فزالت بذلك الكثير من مظاهر الزيف، التصنع والرياء الاجتماعي الذي طبع الكثير من السلوكيات، التصرفات والمواقف التي يتخذها الأفراد والجماعات أثناء تواصلهم وتفاعلهم في الفضاء العام.

وفي ختام دراستنا يمكننا تقديم جملة من التوصيات بخصوص موضوع الهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- تكثيف البحوث والدراسات حول العالم الافتراضي في الوطن العربي، قد بات ضرورة ملحة وحتمية أكاديمية لكشف المزيد من المتغيرات والظواهر المتعلقة بهذا العالم بشكل مباشر وغير مباشر.
- ضرورة الاهتمام أكثر بالمجتمعات الافتراضية وتوظيفها في المجالات التعليمية والتوعوية وتحقيق التنمية الاجتماعية.
- ضرورة أخذ الظواهر السلبية والمتغيرات العرضية المرتبطة بالهوية الافتراضية بعين الاعتبار والإسراع في إيجاد حلول لمنع تفشيها في المجتمع وتحولها إلى مشاكل وآفات اجتماعية.

كما قمنا بمعاينة خمس مجموعات أخرى خاصة بفئة الإناث "السحاقيات" في الوطن العربي وهي: مجموعة "سحاق" وتضم ١٤٤٦٥ عضوا، مجموعة "سحاق بنات قصص وصور..." وتضم ٤٤٥٢ عضوا، مجموعة "سحاقيات" وتضم ٦٩٥٢ عضوا، مجموعة "بنات سحاقيات" وتضم ٣٧٣٢ عضوا، مجموعة "سحاق عربي" وتضم ٤٥٢٠ عضوا.

وقد وجدنا أن المثليين من كلا الجنسين قد كسروا كل "الطابوهات" في منشوراتهم وتفاعلاتهم عبر هذه المجموعات التي وجدت كفضاء بديل بامتياز للتعرف فيم بينهم وإشباع رغباتهم دون خوف أو خجل.

كما وجدنا أنه أكبر فضاء تتجلى فيه خاصية التخفي وتبرز فيه الأسماء المستعارة والمصطنعة، إذ لم نتمكن من رصد أي هوية حقيقية بالاسم والصورة لدى كلا الفئتين.



قائمة المراجع

١. JIANG MARTIN, X. (2018). The Virtual Panopticon In China: Surveillance Through The Securitisation Of The Internet. Mapping China Journal(02), p. 68.
٢. Ait Lahcen , L. (2021, Novembre). The Digitalpanopticon: From monitoring as a form of punishment to a form of tracking. Jil-Journal of Human and Social Sciences(80), 99.
٣. Cambridge. (2012). disguise definition . Consulté le 03 18, 2023, sur Cambridge Dictionary : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/anglais/disguise>.
٤. Doingneon , M., Maurin , M., & Gatard , M. (2001). HACHETTE, le Dictionnaire du Français. Paris: SGML.
٥. Laval , C. (2012). Surveillance et Prévenir. La nouvelle société panoptique. Revue de Muss, 02(40), p. 51.
٦. الخامسة , ر.، &بن لطرش ليلي . (2018). العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الاجتماعية دراسة في آليات التفاعل في الفضاء الافتراضي. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، 10(2)، 394.
٧. الدعيمي ، غ. ج. (2016). التلفزيون وصناعة الرأي العام (1. éd.). عمان ، الأردن : أمجد للنشر والتوزيع .
٨. العقبي ، ا.، &بركات ، ن. (2016). نمط العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - بين الحقيقي والافتراضي. مجلة علوم الإنسان والمجتمع(19)، 232 p.
٩. القرني ، ع. أ. (2016، سبتمبر). التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية دراسة مسحية على أساتذة وطلاب التعليم عن بعد بجامعة الملك عبد العزيز. مجلة القراء والمعرفة(179)، 11 p.
١٠. المعاني الجامع. (2010). معنى كلمة تخفي. تاريخ الاسترداد 03 15 2023، من www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/.
١١. المنجد في اللغة والإعلام. (2014). قاموس عربي عربي (Vol. 48). بيروت، لبنان : دار المشرق .
١٢. بايوسف، م. (2018). الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية. الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيو-ثقافية للمجتمع الجزائري، (470 p).
١٣. بكوش ، ا. م.، &جلول ، أ. (2021). التفاعل الاجتماعي ومختلف صورته - مدخل نظري. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 308 p.
١٤. بوشلاغم ، ز. (2018). التفاعل الاجتماعي في الجماعات الافتراضية دور الحضور الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص الإذاعة والتلفزيون. جامعة الجزائر 3.
١٥. رباح ، ر.، &صغير عباس، ف. (2018، ديسمبر). التفاعل الافتراضي نحو مقاربة المفهوم في المجتمعات الافتراضية. مجلة الصورة والاتصال، 7(2)، 121.
١٦. عبد الهادي ، ن. (2009). مقدمة في علم الاجتماع التربوي. عمان ، الأردن : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .
١٧. عطية، ع.، &زيزاح ، س.، &عطاء الله ، ا. (2021، ديسمبر 31). تأثير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي. مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، 05(02 ديسمبر 2021)، 244 p.
١٨. قراد ، ر.، &شباط ، ص. (2022). الاتصال الصحي الافتراضي في الجزائر بين مجانية الخدمة ومصادقية المعلومة - قراءة نقدية لعينة من المنشورات الصحية عبر فيسبوك-. ملتقى وطني حول اساليب الاتصال الصحي في الجزائر، 5. الجزائر: جامعة الجزائر 3.
١٩. محمد الطاهر . (2016، 10 23). من سجون «البانوبتيكون» إلى تقنيات المراقبة الجماعية. تاريخ الاسترداد 03 16 2023، من [Mada: https://www.madamasr.com/ar/2016/10/23/opinion/u](https://www.madamasr.com/ar/2016/10/23/opinion/u)

استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة

د. كريمة لحاج أحمد

جامعة سيدي بلعباس - الجزائر

hadjahmedkarima@yahoo.fr

المقدمة

مامدى أهمية استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة؟

وللإجابة على هذا السؤال نتطرق إلى تحديد المفاهيم التالية :

- مفهوم العلاقات العامة الرقمية
- تحديد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمة .
- تحديد مفهوم الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة.

تعتبر العلاقات العامة وظيفة إدارية لها من التميز ما يساعد على إقامة ودعم خطوط اتصال وفهم متبادل وتعاون مشترك بين أي هيئة أو منظمة و جماهيرها بحيث تساعد العلاقات العامة على حل مشاكل الإدارة وتبقيها على علم بنبض الرأي العام وذلك لأنها تعتمد في رصد اتجاهات جماهيرها على البحوث العلمية وكل الوظائف المتعلقة بنشاط العلاقات العامة من اتصال وتخطيط وتنسيق وتقييم. وقد نجد في التطورات المتلاحقة في التكنولوجيا الحديثة ومن أهمها الأنترنت إلى تغيير ما يمكن أن يطلق عليه اليوم بالمجال العام الذي يعيش فيه الأفراد، حيث أصبح لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم وأفكارهم في قضايا مختلفة، وقد انعكست هذه التطورات على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية للمنظمات على اختلاف أنواعها ونشاطاتها، وعليه أصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية في ضوء التطور الحاصل على مستوى التكنولوجيا الرقمية ومن أهمها الأنترنت. إذ تعد شبكة الأنترنت أكثر قدرة على التأقلم مع مجال العلاقات العامة التي تعتبر بدورها وظيفة إقناعية ولا تخضع لقواعد الصحافة الموضوعية كما أنها قد أضافت بعدا آخر لمجال العلاقات العامة بحيث وفرت له طرقا وقنوات اتصالية ساعدت ممارسي العلاقات العامة في أنشطتهم بالإضافة إلى أنها تمكنت من ضبط الطريقة التي يتم بها توزيع معلومات العلاقات العامة الخاصة بالمنظمة.

أولا : مفهوم العلاقات العامة الرقمية

العلاقات العامة الرقمية هي استخدام وسائل الإعلام المختلفة على

تزايد اهتمام المنظمات المعاصرة بممارسة وظيفة العلاقات العامة، ولم يعد من الممكن إغفال هذه الوظيفة في الهيكل الإداري لأي منظمة، رغم اختلاف درجة الإهتمام بها وإدراك مفهومها الحقيقي بين منظمة وأخرى أو بين دولة وأخرى.

وقد أدت التطورات المتلاحقة في التكنولوجيا الرقمية، ومن أهمها الأنترنت، إلى تغيير ما يمكن أن يطلق عليه بالمجال العام الذي يعيش فيه الأفراد، حيث أصبح لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم في القضايا العامة كما انعكست هذه التطورات على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية للمنظمات المختلفة، وأصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية في ضوء التطور الحاصل في التكنولوجيا الرقمية ، وعليه تأتي أهمية شبكة الأنترنت من تلك التطورات السريعة التي تشهدها سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال أو في مستخدميها .

ولقد أحدث استخدام العلاقات العامة لتطبيقات التكنولوجيا الحديثة ثورة هائلة في عالم العلاقات العامة، بحيث لم يقتصر تأثيرها على تغيير طرق التواصل الموجودة في هذا المجال فحسب، بل ساعدت على تغيير ملامح هذه العلاقات وتطورها.

ومن أهم الاستخدامات الحديثة للأنترنت ، وجود الشبكات الاجتماعية التي أحدثت تقدم في مجال تواصل المنظمة مع جماهيرها، و اعتبار أن هذه الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك، تويتر، لينكدن... وغيرها من المواقع، من أهم الوسائل في بناء المنظمة لصورتها الذهنية وتدعيم العلامة التجارية بين فئات الجمهور المختلفة ، كما يوفر نشر استراتيجيات العلاقات العامة الاجتماعية الرقمية لمتخصص العلاقات العامة ترسانة جديدة ومبتكرة من الوسائل والأدوات التكميلية التي تركز على إنتاج المحتوى الشخصي (المدونات) الذي يضيفي الشرعية على المنظمة .

ولتوضيح هذه الرؤية حول الأهمية التي صارت تعرف بها مواقع التواصل الاجتماعي في حياة إدارة العلاقات العامة والمنظمة ، إرتأينا إلى طرح الاشكالية التالية :

عملية تحسين أداء محركات البحث: هو كل ما تقوم به من جهود ومسايع من أجل ظهور موقع وصفحات وحسابات المنظمة على الصفحة الأولى في محركات البحث ولاسيما محرك البحث جوجل Google.

ومع بداية ظهور الأنترنت كانت هذه العملية دائما ما يتكفل القيام بها الفريق التقني في المنظمة، لكن اليوم ومع اتساع نطاق النظام البيئي الرقمي والدور المحوري الذي تلعبه الأنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعي في مجال الاتصال والعلاقات العامة، أصبحت عملية تحسين أداء محركات البحث على عاتق مسؤولي العلاقات العامة والتسويق والاتصال، ويعد هذا تطورا منطقيا إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن فرق العلاقات العامة والتسويق والاتصال هي التي تقوم بإعداد المحتوى ومن تم فهي أكثر قدرة على تحديد الكلمات المفتاحية الأمثل والقنوات الإعلامية الأنسب لنشر المحتوى وكيف يتم التفاعل معه من قبل الجمهور المستهدف، كما أن إنتاج محتوى تسويقي مميز ونشره بصور مختلفة عبر قنوات إعلامية متعددة، وكله يساعد على دعم تواجد المنظمة رقميا.

ولهذا نجد أن عبارة «العلاقات العامة الرقمية» هي البحث عن قبول المنظمة في الساحة العامة وحاجتها إلى التبادلات مع من يعيشون هناك، فالممارسة المهنية للعلاقة تفرض على المنظمة انعكاسا مستمرا على طبيعة الجماهير التي تطلب منها الدخول معها في علاقات «شراكة»، تعامل، تبادل للمعرفة.... الخ

ولهذا يشتمل تكاثر إمكانيات بث محتوى الفيديو (المباشر) والصوت (البودكاست)، المباشر أو المتأخر، أيضًا على أكواد كلاسيكية من الوسائط السابقة وهكذا نجد من بين الوسائط الاجتماعية الرقمية والمدونات والمجتمعات عبر الأنترنت مثل Reddit والمساحات الموسوعية التي تم إنشاؤها بشكل مشترك مثل Wikipedia ومواقع مشاركة المحتوى عبر الأنترنت وأخيرًا الشبكات الاجتماعية الرقمية. ولتحديد هؤلاء، يؤكد Ellison و Boyd على إنشاء ملف تعريف، عام أو شبه عام، والاتصال بالمستخدمين الآخرين، ولكن أيضًا المشاركة والتنقل في قوائم علاقات المستخدمين الآخرين في النظام الأساسي.

بالنسبة لعالم الاجتماع دومينيك كاردون Dominique Cardon يؤدي هذا المنطق إلى «الانكشاف الذاتي للأسلوب الرئيسي للعلاقة» بحيث يتشارك مستخدمو هذه الأنظمة الأساسية ويختلطون بـ «الأصدقاء» الحقيقيين «الأصدقاء» الأكثر فائدة أو إثارة للاهتمام»، وهو أمر لا يخلو من اهتمام أخصائي العلاقات العامة، ومن المحتمل أن يصبح كل مستخدم عنصرا فعالا في بث و مشاركة المحتوى الذي ينتجه المتصل لإنتاج المحتوى بدوره في خدمة استراتيجية العلاقات العامة الاجتماعية الرقمية^٢.

الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، لصنع ومشاركة محتوى عن المنظمة أو الشخص، والوصول للجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني، أي أنها بناء وإدارة سمعة المنظمة، وهذا لأن تشكيل الصورة الصحيحة للمؤسسة في عقل الناس يعتبر أمر هام جدا لهوية متميزة ورائدة^١.

فالعلاقات العامة الرقمية هي فن دمج العلاقات العامة التقليدية بالمحتوى التسويقي والإعلام الاجتماعي بالإضافة إلى عملية تحسين أداء محركات البحث إذ مع الإمكانيات الهائلة والمتوفرة عبر العلاقات العامة الرقمية أصبح من الممكن تحويل الأخبار إلى حوارات والتي من خلالها يمكننا تجاوز وسائل الإعلام التقليدية والتحدث مباشرة مع الجمهور المستهدف على الأنترنت، بعكس ما كان في السابق حيث كان هدف محترفي العلاقات العامة هو نشر خبر واحد عن منظمته في جريدة أو مطبوعة ما.

و لقد أصبحت عملية نشر الأخبار من خلال العلاقات العامة الرقمية أبعد وأسرع وأكثر تحديدا واستهدافا من أي وقت مضى، فالعلاقات العامة الرقمية تتيح لنا تعزيز مدى انتشار أخبار المنظمات ومشاركتها عبر قنوات إعلامية جديدة عديدة، فالعلاقات العامة الرقمية تمكننا من استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي والمدونات والتعليقات، ليس فقط لنشر الأخبار ولكن لخلق الحوار وتحقيق التواصل وعليه فإن العلاقات العامة الرقمية قائمة على ثلاثة أعمدة^٣:

المحتوى التسويقي: يعرف المحتوى التسويقي بعملية خلق وتوزيع مادة تفاعلية ذات قيمة سواء كانت مقال أو إنفوجرافيك أو فيديو أو صورة إلى آخره، وذلك لجذب واكتساب وإشراك الجمهور المستهدف، والهدف الرئيسي من المحتوى التسويقي هو تحقيق أعلى مستوى ممكن من التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف وذلك من أجل الحفاظ على العملاء وخلق عملاء محتملين جدد.

إعادة توظيف المحتوى عبر الإعلام الاجتماعي: من أحد أهم الطرق للانتقال إلى العلاقات العامة الرقمية ودمج المحتوى التسويقي في برامج الاتصال الخاصة بالمنظمة هو إعادة توظيف المحتوى الذي قامت المنظمة بإعداده من قبل وتحويله إلى مادة تفاعلية جديدة، فالبيان الصحفي مثلا يمكن إعادة نشره كعرض عبر Slide share أو إعادة كتابته كمدونة أو نشره على لينكدن Linkidin في أحد المجموعات ذات الصلة أو تحويله إلى إنفوجرافيك ومن ثم نشره على شبكة البنترست Pinterest أو الفاييسبوك Facebook وهكذا يمكن إطالة زمن صلاحية المحتوى الذي تقدمه المنظمة عبر العلاقات العامة الرقمية مستفيدة من مزايا وسائل الاعلام الاجتماعي المختلفة للوصول إلى أكبر قاعدة ممكنة من الجمهور المستهدف.

١ إسماعيل محمد عامر، العلاقات العامة والتطور الرقمي، الدراسات الإعلامية، ٢٠٢١، ص ٦٠.

٢ فرح سهيل، ثلاثة عوامل للانتقال من العلاقات العامة التقليدية إلى العلاقات العامة الرقمية، موقع إلكتروني.

٣ Andrea Catellani et autres, Les Relations Publiques, Relations Publiques et médias numériques, Ed : Dunod, Paris ٢٠٢٢, P. ١١٣.

الإدارة، خاصة أن إتخاذ القرار الصائب أصبح إحدى التحديات التي تواجه مديري العلاقات العامة والإدارات العليا للمنظمة ، نظرا للتغيرات الهائلة في المجالات الإدارية والتكنولوجية ، خاصة في ظل التوجه نحو عولمة الأجهزة الإدارية^٤.

فمن الضروري توفير المعلومات اللازمة لمن يحتاجها وبالصائص المطلوبة من حيث التوقيت والدقة والصحة والكلفة والوثوقية، وبالتالي فإنه على المنظمة توفير نظام معلومات معين يُمكن مديرو وموظفو المنظمة من الوصول إلى المعلومات التي يحتاجون إليها ، وكل منظمة حسب طبيعة عملها وأنشطتها، وهذا النظام يسمى بنظام المعلومات وهو عبارة عن شبكات مترابطة من المعلومات يتم إعدادها ومعالجتها من أجل استخدامها لمساعدة الموظفين المستفيدين منها لإنجاح أعمالهم. وفي هذا الصدد يُعرّف James O. Hicks نظام المعلومات الإدارية على أنه نظام رسمي يعتمد على جهاز الحاسوب الذي يقوم بدمج المعلومات وتجهيزها لأجل تزويد الإدارة بالمعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات^٥.

كما يعرف نظام المعلومات الإدارية على أنه: «التكوين الهيكلي المتكامل والمتفاعل من الآلات والمعدات والبرامج والقواعد والقوى العاملة، والذي يكفل تحصيل ومعالجة البيانات لأجل توفير المعلومات الضرورية أي توصيلها إلى المستفيدين، تخزينها، تحديثها و استرجاعها» في الوقت المناسب والتكلفة والكمية المناسبة عن البيئة الداخلية للمنظمة، والبيئة الخارجية المحيطة بها، وعلى النحو الذي يسهل مهمة الإجراءات في جميع المستويات في صنع القرارات من خلال إنجاز الوظائف الإدارية وبما يحقق أفضل استخدام ممكن لهذه المعلومات^٦.

٣. نظام معلومات العلاقات العامة

يعتبر نظام معلومات العلاقات العامة أحد الأنظمة الوظيفية الفرعية داخل المنظمة، حيث يهدف إلى تجميع البيانات ومعالجتها وتوفيرها لمديري وموظفي العلاقات العامة، لأجل الاستفادة منها في تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وظائف ونشاطات العلاقات العامة.

إن نظام معلومات العلاقات العامة لا يعمل بشكل منعزل عن الأنظمة الوظيفية الفرعية الأخرى، فهو يعتبر مكملا لها ومتفاعلاً معها ، فمخرجات output نظم المعلومات في التسويق والإشهار والأفراد personnels والأمور المالية، والإنتاج مثلا ، تعتبر مدخلات input لنظام معلومات العلاقات العامة، والعكس صحيح، بحيث تعتبر مخرجات نظام معلومات العلاقات العامة مدخلات لنظام معلومات التسويق والأفراد والإشهار والمالية والإنتاج^٧.

وعليه فإن العلاقات العامة لم تعد لفترة معينة أو محدودة من الجماهير بل هي علاقات موجهة لكل الأفراد الذين يعيشون في الساحة العامة.

إلى جانب هذا فإن العلاقات العامة الإلكترونية أو الرقمية تهدف إلى تنبيه الأفراد بوجود المنظمة في حياة الأعمال، فهي تسعى لجعل المعلومات متاحة، وتسهل الوصول إلى المنظمات أو الأفراد، وهذا من خلال :

١. التنظيمات الالكترونية

إذ مع تطور مفاهيم نظم المعلومات وازدهار تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات في النصف الثاني من القرن ٢٠، ظهرت أنواع متعددة من نظم المعلومات المهنية على الحاسبات وكل منها يسعى إلى تلبية حاجيات معينة في مجال إدارة العلاقات العامة ، وأيضاً في الاسهام بشكل أو بآخر في تحسين فاعلية الأداء التنظيمي للإدارة ، وعلى ذلك ظهر مايسمى بالتنظيمات الالكترونية والتي تأخذ بدورها بالأساليب الحديثة من تكنولوجيا ونظم المعلومات، بحيث يقوم القائم بالعلاقات العامة في المجتمعات والمؤسسات المتقدمة بعمل مجموعات عن طريق هذه التنظيمات وتبسيط الاجراءات لأي من الجماهير الداخلية أو الخارجية، وهذه الاجراءات تكون في الحصول على الوثائق الخاصة بأي موضوع وأيضاً تقديم الخدمات في أسرع وقت ممكن والعمل على تحسين صورة المؤسسة عن طريق الترويج الجيد للمؤسسة وأيضاً توفير الخدمات المعلوماتية على مستوى المحيط الاجتماعي للمؤسسة ، وقد سميت بالتنظيمات الالكترونية لأنها تحتاج إلى العمل في مجموعات أشبه بالتنظيمات الحديثة^٨، ومن أبرزها:

٢. نظم المعلومات الإدارية :

تتألف من مجموعة من العمليات المنتظمة والتي تدعم إدارة العلاقات العامة حديثاً ، فهذه النظم يقوم المسؤول عن إدارة العلاقات العامة باستخدامها في اتخاذ القرارات داخل هذا الجهاز الإداري ، ويستخدمها مدير العلاقات العامة في نظم معلومات التمويل، التنسيق ، كما تقوم بدعم أنشطة اتخاذ القرار الخاص بإدارة العلاقات العامة ، بحيث يواجه المسؤول عن قسم العلاقات العامة العديد من المشاكل المتعلقة بالتخطيط للعمل داخل وخارج المنظمة، ووضع البدائل واختيار أفضل الحلول للاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وينتج عن هذا التنوع في المشاكل تنوع أيضاً في طبيعة وشكل المعلومات التي يحتاجها هذا المسؤول (مسؤول إدارة العلاقات العامة) الأمر الذي يستدعي إنشاء نظم المعلومات عن طريق البرامج الحديثة تقنياً، وهذه المعلومات تكون قادرة على تلبية الاحتياجات المعلوماتية المختلفة على مستوى

٤ محمد مصطفى كمال، العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات ، دار المنهل اللبناني، ط١، لبنان، ٢٠١٢، ص ١٣٤.

٥ محمد مصطفى كمال، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٤.

٦ محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة(مفاهيم وممارسات)، دار زهران للنشر والتوزيع، ط١، الأردن، ٢٠٠٩، ص ٤٦٥.

٧ محمد عبد الحسين آل فرج الطائي، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دط، ص ٤٣.

٨ محفوظ أحمد جودة، المرجع نفسه، ص ٤٦٧.

ثانيا : مفهوم الصورة الذهنية

خلال العقود الأخيرة بدأ التركيز على مفهوم الصورة الذهنية بشكل كبير جدا فأصبحت الصورة مرتبطة بكل جوانب حياة الإنسان فهو يعيش في عالم تحكمه الصور وتهيمن عليه بشكل لم يحدث من قبل في تاريخ البشرية، إلى الحد الذي صار فيه الإنسان يتحرك من خلال الصور الذهنية التي يحملها عن الأشياء ولم تقتصر أهمية الصورة الذهنية على الأفراد وإنما تعدى ذلك إلى المؤسسات أو المنظمات التي أصبحت تسعى جاهدة لبناء صورة ذهنية إيجابية لها في أذهان جماهيرها.

وعليه تسعى المنظمات الحديثة اليوم بكل مكوناتها وسياساتها إلى تعزيز وجودها وضمان استمراريتها، كما تسعى إلى تطوير سمعتها الطيبة لدى الجماهير والحرص دائما على إيجاد صورة ذهنية إيجابية حول سمعتها لدى الآخرين، بهدف تمييز رسالتها الاتصالية وإيجاد القبول لمنتجاتها أو خدماتها سواء كانت هذه المنتجات فكرية أو ثقافية أو سلعية.

و لقد تعددت التعريفات الاصطلاحية للصورة الذهنية ، فقد عرفها علي عوجة بأنها : الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو لجهة معينة أو أي شيء آخر له تأثير على حياة الناس ، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة كما ترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا ينظرون من خلال إلى ما حولهم ويفهمونه ويقدرونه على أساسها^٩.

ويقوم بناء الصورة الذهنية على أساسين هما :

- **عملية الإدراك :** أي الارتباط بالمؤثرات الخارجية وما يتشكل لدى الأفراد من أفكار ومعلومات اتجاه موضوع معين.
- **عملية التفسير:** الارتبط بالتحليل الشخصي للفرد أبتلك المعلومات التي تلقاها والتي تكون منطلقا لبناء صورة ذهنية عن الموضوع.

وفي هذا الصدد يعرف الباحث هوستلي الصورة الذهنية بأنها مجموع المعارف والأفكار والمعتقدات التي يكونها الفرد في الماضي والحاضر والمستقبل ويحتفظ بها وفق نظام معين عن ذاته أو العالم الذي يعيش فيه ، ويقوم الفرد بترتيب هذه المعارف والمعتقدات ويحتفظ بأهم خصائصها وأبرز معالمها لاستحضارها عند الحاجة.

ثالثا : العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي : بين الحوار والتأثير.

لقد تم استخدام مصطلح الشبكة الاجتماعية لأول مرة في عام ١٩٥٤ من قبل عالم الأنثروبولوجيا جون إيه بارنز. كما أن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو أصل الشبكات الاجتماعية الافتراضية و يتم تجميع الشبكات الاجتماعية معًا في منصات تم شراؤها والتحكم فيها بواسطة Google و Apple و Facebook و Amazon و Microsoft و تجسد الشبكات الاجتماعية هذا النهج المتمثل في الانفتاح والمنفعة المتبادلة للممثلين^{١٠} لأن التواصل هو العملية والفعل الذي يقوم به الإنسان من أجل إيصال العديد من الأشياء كالمعلومات والأفكار والرسائل وذلك من خلال نقل الأخبار في مجتمع واحد نتيجة لوجود العديد من العلاقات المشتركة و من خلال مشاركة المعلومات^{١١}.

و الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية يحيلنا إلى الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين ، الأولى هي مرحلة النظام الأول للويب Web ١.٠ والمرحلة الثانية هي النظام الثاني للويب Web 2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية ارتبطت بالمرحلة الثانية^{١٢}.

إن تعبير وسائل الاتصال الاجتماعي تشير إلى الأرضيات الخاصة بالإنترنت التفاعلي ، والذي يشكل محيط الويب الاجتماعي أو شبكة الأنترنت التفاعلي والذي يصطلح عليه أيضا تسمية ويب Web ٢.٠ أو الويب التشاركي وهذا مايسمح بالفعل التساهمي أو التشاركي للمستخدم ، للمحتوى ، مما يجعله يساهم في عملية إنتاج وتسيير المعلومة ، فوسائل التواصل الاجتماعي تشارك بطرق ومداخل جديدة للمعلومة وبطريقة حيوية وغير تقليدية خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة في عالم الاتصال ، مثل : المستخدم- المواطن الذي يساهم وبطريقة مباشرة في الاتصال مع مؤسساته بدون مركزية ولا ضغوطات^{١٣}.

وعليه تفتح وسائل الاتصال الاجتماعي طرق وقنوات اتصالية وتواصلية للمستهلكين ومؤسساتهم، قصد التواصل الحر والغير محكوم بقوانين أو شروط، ومتابعة كل نشاطات المؤسسة على هذه المواقع التواصلية الاجتماعية، ومشاركة المؤسسات في أخذ القرارات وتقديم الاقتراحات. فمما لاشك فيه أن الإعلام الاجتماعي والمتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي والمنتديات والمدونات وغيرها ، قد أصبح أداة مهمة للعلاقات العامة، بحيث أصبح هذه التقنيات الحديثة في شبكة الأنترنت واحدة من أهم الوسائل المستخدمة في مجال العلاقات العامة، بحيث أوجدت هذه القنوات ناشرين جدد حلوا محل وسائل الاتصال التقليدية ، وأصبحوا كلهم متأثرين بآلية مختلفة في إنشاء وجمع ومشاركة

٩ ناهض فاضل زيدان الجوري، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، سلسلة بحوث ، ط١٠، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٦، ص ٢١٤.

١٠ Thierry Libaert, Laurent Sabbah, Les Réseaux Sociaux , Pro en Communication , p٤٤.

١١ صالح سعود ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع : التحديات والفرص ، أبحاث المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي ، جاكارتا، إندونيسيا ، ٢٠١١، ص ١٢-١٥.

١٢ مريم نريمان زومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة لحاج لخضر، باتنة، الجزائر، ٢٠١٢-٢٠١١، ص ٤٧.

١٣ Décembre Université Paul Cézanne, Aix , ٠٩ et ٠١١,٠٨ Josianne Millette, Medias Sociaux et Relations Publiques, entre dialogue et Influence, Centre étude sur les medias, Colloque Medias ٢٠١١ France, P, ٢٠١١, ٣ Marseille.

ما هي الأهداف التي تهدف إلى تحقيقها؟ إنها ليست مسألة إقامة روابط مع جميع الجماهير ولكن تحديد أولئك الذين هم مهمين لتحقيق الأهداف، من الضروري ترتيبها حسب الأولوية.

ما هو المحتوى الذي يجب إنتاجه؟ يلخص بيل غيتس هذه المسألة في أن: «المحتوى ملك» إذا توزيع المحتوى ضروري، سوف تتوقع المنظمة أنه من الممكن الدخول في علاقة مع الجمهور و سوف تساهم في تحسين المراجع الطبيعية (مثل محركات البحث SEO) لإثارة الالتزام بالأهداف والترويج للمنتجات والخدمات.

ما هي الوسائط التي يجب استخدامها؟ يعتمد اختيار وسائط الاتصال، غير المتصلة أو عبر الإنترنت، على الخطوات الثلاث السابقة وأيضاً إنشاء مدونة أو إجراء مقابلة أو تحريك موقف و يرتبط هذا الأمر ارتباطاً وثيقاً باستخدامات الأهداف^{١٦}.

وذلك لأن هذه المؤسسات تعتبر وسائل الإعلام الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من خطتها الإستراتيجية للاتصال، وبالإضافة إلى الاتصال بجمهور المستهلكين فإن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون وسائل الاتصال الاجتماعي للتواصل مع الجماهير الداخلية للمؤسسة، بحيث تستخدم المؤسسات الذكية هذه الوسائل لإشراك الموظفين في استراتيجيات المؤسسة، وبالتالي تعمل على نشر ثقافة المؤسسة أو المنظمة، وربط الموظفين ببعضهم البعض^{١٧}.

أنظمة الويب التفاعلي

نظام الويب ١,٠

يشير Web 1.0 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرتها عدد قليل من الناس لعدد كبير جداً من المستخدمين، تتكون أساساً من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل، ويمكن وصف هذه المرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع: Six degrees الذي ظهر سنة ١٩٩٧ وقد منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وقد أخفق هذا الموقع سنة ٢٠٠٠، وأبرزت ماركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هو خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء^{١٨}.

نظام الويب ٢,٠

هو مصطلح يندرج تحت مفهوم الويب 2.0 والذي يميز مختلف التكنولوجيات التي تلي الصورة أو الشكل الأساسي للويب و يسمح نظام ٢,٠ بتسهيل عملية التبادل بين المستخدمين ومواقع التواصل

المعلومات، كما يسمح للجمهور فيها أيضاً من إنتاج ومشاركة المحتوى، والتعليق عليه وإبداء قبوله أو رفضه له وهذا ما مكن ممارسي العلاقات العامة المتميزين من الشروع في علاقات فاعلة مع الجماهير مباشرة، من خلال المحادثات عبر الأنترنت.

كما نجد أن الإعلام الاجتماعي أو وسائل التواصل الاجتماعي قد أتاحت للمؤسسة اتصالاً متوازناً مع الجمهور وأصحاب المصالح أو المتعاملون مع المؤسسة، هذا ما مكن ممارسي العلاقات العامة من التحدث والحوار مباشرة إلى الجماهير، دون إشراك أي وسيط وتكمن أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية التي تعتبر من الأمور الإستراتيجية للمنظمة في مايلي:

- تنشيط زيادة تكرار الأدوات التقليدية، ونقل الأخبار المنشورة على موقع الشركة على الويب.
- ضمان المراقبة الموضوعية، ومشاركة المقالات، وجذب حركة المرور إلى المواقع المعنية.
- بناء مجتمعات مستهدفة، وإنشاء دفتر عناوين احترافي.

كما تستخدم العلاقات العامة إجراءات مختلفة للجمع بين: العمليات (مؤتمر، سفر، إفطار صحفي، مقابلة، بيان) والمنشورات (بيان صحفي ومجموعة صحفية، موقع إلكتروني، غرفة صحفية افتراضية، وسائل التواصل الاجتماعي مراجعة الصحافة عبر الإنترنت و نظراً لرقمنة المعلومات، فإننا نتحدث عن الصحافة الافتراضية، والمرئيات القابلة للتنزيل عبر مكتبات الصور، ومقاطع الفيديو، ومجموعة الصحافة التفاعلية، والتوقيع الإلكتروني، وتكامل شعارات الشبكات الاجتماعية، الهاشتاج للترويج للعمليات)^{١٩}. لأن العلاقات العامة تتعلق بجميع قطاعات الاتصال، من الاتصال بالعلامة التجارية، والاتصالات المالية، إلى الشؤون العامة والاتصال الداخلي، إنها تستهدف جماهير مختلفة مثل المساهمين والعملاء والموظفين والسلطات العامة أو الشركاء. اعتماداً على تحديات المنظمة في حد ذاتها، وبالتالي سيكون من الضروري إقامة علاقة مع هذه الجماهير^{٢٠}.

وفي هذا الصدد يركز الباحث Thierry Libeart على خمسة أسئلة لبناء خطة العلاقات العامة الرقمية:

ما هي أهداف الاتصال؟ وتعتبر هذه الخطوة حاسمة بحيث ستوجه الأهداف جميع إجراءات الاتصال، إنها تتبع من الأهداف الإستراتيجية للمنظمة ويجب أن تساهم في تحقيقها و ستكون ذكية من خلال كونها محددة وقابلة للقياس، وقابلة للتحقيق، وواقعية (مقارنة بالوسائل المتاحة) ومحددة زمنياً (التقويم).

١٤ RP et Les Relations Presse Thierry Libeart, Laurent Sabbah, Pro en Communication, ٢٠١٠, Paris ١٢ outils et ١٢, Edition : Vuibert, plans d'action métier, ٢٠١٨, p. ٤٦.

١٥ Ibid, p. ٧٨, Thierry Libeart, Le Plan de La Communication, Pro en Communication.

١٦ P. ١٦, Thierry Libeart, Laurent Sabbah, Pro en Communication, Le plan de Relations Publiques, Op.cit.

١٧ حسن نيازكي الصفي، تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية، دراسة ميدانية، في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، جامعة الملك فيصل، دون سنة، ص ٣٠.

١٨ مريم نريمان نومان، مرجع سبق ذكره، ص ٤٨.

مارك زوكربيرج «Mark zekeberg» أن نشر رسالتك وتوجيهها إلى الناس ليست كافية بعد ، فيجب أن تدخل في محادثات وتقيم ارتباطات معهم» لذلك أصبحت ضرورة معرفة استخدام تقنيات الفيسبوك أمر بالغ الأهمية لنجاح أية خطة للعلاقات العامة.^{١٩}

كما نجد أن معظم المؤسسات العالمية الكبرى قد حصدت نجاحات كبيرة بعد استخدامها لتقنيات التواصل الاجتماعي ، ومن بينها الفيسبوك ، خاصة من خلال نشر التعليقات على الصفحة والمشاركة في استطلاعات الرأي العام ومن أجل حصد رضا وقبول أكثر من طرفها.

اليوتيوب : Youtube ظهر في سنة ٢٠٠٥ بكاليفورنيا ، يعتبر ثالث موقع الأكثر زيارة في العالم ، ويعتبر موقع اليوتيوب الأكثر مشاهدة بنسبة تقدر بـ مليار مستخدم في الشهر ، يقدم هذا الموقع إمكانية الفائقة للأشخاص والمؤسسات من أجل الإشهار أو الترويج بصفة غير محدودة لفيدويوهات ، محتويات... وبالتالي تسمح أيضا بمشاهدتها من طرف الملايين من الأشخاص المعنيين.

التويتر : Twitter يمكن التويتر ممارسي العلاقات العامة من متابعة ورصد الأخبار والنتائج ، ومساعدة الخبراء أو إرسال الأخبار إلى الزملاء ، كما يتيح للمنظمات والمؤسسات المشاركة في محادثات عن طريق نشر الكلمة من خلال ربطها بموقع النشرات الإخبارية أو المدونات ، وينظر إلى التويتر على أنه شكل من أشكال الاتصال والعلاقات الشخصية وممارسو العلاقات العامة بحاجة إلى معرفة كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إتباع منهجية مهنية ، لأنها أصبحت أدوات قياسية تؤثر باستمرار على ممارسات وسياسات العلاقات العامة.

Pinterest : ظهر هذا الاختراع في سنة ٢٠١٠ وينتمي إلى عائلة توزيع المحتويات ، و يعتبر Pinterest من أكثر المواقع التي نمت وتطورت بسرعة ، يستخدم هذا الموقع من أجل ماهو مرئي ، وبالتالي خصص لإرسال واستقبال الصور خاصة ، وعليه تستخدمه المؤسسة من أجل الترويج لصورتها انطلاقا من مجموعة من الصور الخاصة بها ، خاصة إذا أرادت أن تطلق ماركة جديدة وهذا من خلال مجموعة من الصور أو الأنفوغرافيا.

يستخدم هذا الموقع انطلاقا من الضغط على زر «pint it» وهذا من أجل تشغيل الرابط الإلكتروني ، وكل محتوى في هذا الموقع سيحتوي على رابط للنص الفائق يتجه إلى الوجهة في ظرف ثانية ، ويتعلق الأمر هنا بالإطلاق أو بالترويج لعملية معينة ، ماركة تجارية ، منتج ، مؤسسة تسويقية ، أما بالنسبة لقسم العلاقات العامة فهو يستخدمه من أجل الترويج لسمعة المؤسسة من خلال صور متعلقة بأحدث المنتجات

الاجتماعي، ويشير الويب ٢,٠ إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة ...) اهتمت هذه التطبيقات بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الأنترنت^{٢٠} ويعتبر نظام الويب ٢,٠ نظاما قد غير قواعد اتصال المؤسسة لدرجة أنه قد قام بثورة فعالة في تغيير طرق الاتصال مابين المؤسسة وجمهورها ، فبعد أن كانت المؤسسة هي من تقوم بصناعة صورتها المبنية على الثقة مع جمهورها عن طريق القائم بالعلاقات العامة نفسه، كما تتحدد الرؤية الإستراتيجية للمنظمة وفق نظام الويب ٢,٠ حسب الباحث ويلسون وهذا من خلال سؤال طرح عليه من طرف مجلة «هافار التجارية» وكان كالتالي: ماذا سيحدث لو لم تكن للمنظمة إستراتيجية لوسائل الإعلام الاجتماعي؟ وكانت إجابته بأنه في غياب إستراتيجية حقيقية، فإن الكثير من الأفراد المنتمين إلى المنظمة سوف يقومون بإجراء تجارب مختلفة بدون تنسيق وبدون وسيلة لتبادل الدروس المستفادة منها في المنظمة، وعليه سوف تكون هناك حالة من «الخلط العام» أو التشويش وهذا ما يحيل إلى عبارة «مجانا للجميع» free for all وبالتالي هذا ما يعرقل عملية النجاح في المنظمة^{٢١}

نظام الويب ٣,٠

إن مصطلح web 3.0 الذي يتداوله المعنيون بتطور البنية التحتية للإنترنت يطلق لتوصيف تطور مختلف حيال استخدام الويب والتفاعل في إطارها على أصعدة مختلفة، على رأسها عملية تحويل www إلى قاعدة بيانات هائلة، وتلك ليست سوى خطوة باتجاه تعظيم قدرة التطبيقات الحاسوبية المختلفة ومنتجات الذكاء الصناعي على الوصول للمحتوى بالغ الوفرة على الأنترنت، والذي تصل وفرته لدرجة السهولة التي تتيح سهولة الوصول لمحتوى ذي خصائص نوعية، هذا بالإضافة لما في ذلك من إمكانيات تسويقية عالية^{٢٢}... فالشبكة العنكبوتية تضم اليوم قدرا من المعلومات والبيانات تجاوز في حجمه إمكانية القياس بالميجابايت أو الجيجابايت، وهو ما جعل المعلومات النفيسة تختبئ بتشفيرها ولغات المتباينة عن حواسيب استخدام مستخدمي الشبكة، ولذلك يرى البعض بأن web 3.0 هي أنترنت خدمات المحتوى وتنظيمه أكثر منها إنترنت بث المحتوى^{٢٣}.

نماذج عن استخدام العلاقات العامة لتقنيات التواصل الاجتماعي

الفيسبوك : يعد الفيسبوك أداة حيوية في مجال العلاقات العامة ، بحيث يمكن للقائم بالعلاقات العامة أن يرسل رسائله بشكل أكثر وضوحا وأن يصل إلى الجمهور المناسب ، فشبكات التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيسبوك هي أدوات للحوار، ولهذا يرى مؤسس الفيسبوك «

١٩ مريم نرجان نومان، المرجع السابق، ص ٤٨ .

٢٠ www.cefro.qc.ca : site électronique ، cefrio، le cas des Organisations de l'expérimentation à une approche intégrée en matière de web publique، et des medias Sociaux .

٢١ هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة (المسائل النظرية و التطبيقية)، دار الألفية للنشر والتوزيع، ط ١، الجزائر، ٢٠١٢، ص ١٢٨.

٢٢ هارون منصر، المرجع نفسه، ص ١٢٨.

٢٣ حسن نيازي مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص ٠٧ .

والخدمات.

افتراض مجموعة مصالح محتملة، ووجود تحريض احتيالي بدعم من جهة معينة... إلخ (وهذا ما يسمح لمواطني المنظمة أو الموظفين بها بالدفاع عن مصالحها المنتمين إليها ومصالحهم، وبالتالي يصحون أطرافاً فاعلة أو فاعلين في المنظمة، وطبيعة هذه الإستراتيجية الاتصالية في المؤسسة تنطلق أيضاً على الاستراتيجيات الاتصالية^{٢٤}.

إضافة إلى هذا النوع من الإستراتيجيات المتبنية من طرف العلاقات العامة في المؤسسات أو المنظمات الحديثة نجد مفهوم جهاز (+visite) أو منبر الزائرين، بحيث نجد أن هناك أيضاً بعض الأجهزة التي لها علاقة بالشبكات، والتي تعتبر أجهزة تقنية تفاعلية كما هو الحال بالنسبة لجهاز منبر الزائرين la tribune des visiteurs وهذا الجهاز التفاعلي موجه تحديداً من أجل ابتكار طرق جديدة في عملية التواصل مع الزبائن الزائرين للمنظمة، ويعتبر اكتشاف هذه الأجهزة بمثابة سيرورة لتجارب تسعى لتقديم تشارك متواصل لمدة زمنية طويلة، كما يسمح للزائر بالغوص أكثر في المنظمة والتعرف على مآثره من نشاطات وسياسات وبرامج، وهنا لا يصبح مجرد زائر يعبر بصورة تلقائية وحرية عن سياسة المنظمة فحسب، وإنما يسمح له بعرض مداخلات علنية في فضاء معارض المنظمة، بشكل أكثر وضوحاً وتلقائية وحرية وهذا الجهاز بالتحديد يسمح بتعديل الحدود الجغرافية والزمانية لوضعية الزيارة في حد ذاتها، وحقيقة سلوكيات الزبائن الزائرين خارج حدود المنظمة من جهة، وتحديد نوعية الاتصالات الموجودة ما بين الزائرين والمنظمة من جهة ثانية^{٢٥} وعليه فإن التطور التكنولوجي والرقمي وظهور نظام الشبكات في حقول المؤسسات اليوم لها علاقة مباشرة وتشارك (مع) و رهانات تهمين منتوجات وخدمات المنظمات، وهذا ماينعكس على العلاقات مع الجماهير، ذلك أن الجماهير تتميز بالتعدد وبالاختلاف، ولهذا لابد من تحولات تطرأ على المنظمات من حيث العلاقة والتكنولوجيا لأن التطورات التكنولوجية تؤدي إلى تشجيع سياسات عرض المنتوجات والخدمات وتبادل العلاقات الفردية ما بين أعضاء المنظمة و، جمهور الزائرين أوزبائن المنظمة، حيث يتبادل كل هؤلاء الأفراد المعلومات الخاصة بها، وهذا النوع من العلاقات هو أكثر انفتاحاً وتطوراً كونه يقود إلى مفهوم «الإستخدام» أو إلى مفهوم الزبون، وهذين المفهومين يحيلنا إلى التفكير في نموذج العلاقة البيداغوجية التقليدية: نقل المعرفة من فرد يعلم إلى فرد لايعلم أو إلى نموذج العلاقة السلعية la relation marchande والتي تقول: قدم خدمة أو سلعة للمستخدم أو الزبون المحتمل، وعليه فإن الزبون لايتأتى إلى المنظمة من أجل استهلاك لسلعة أو لخدمة ما وإنما يأتي إليها من أجل المشاركة في تطبيق معرفة ومقتضيات واتجاهات هذه المنظمة، وذلك كومه يعتبر عنصراً من الجمهور، وبالتالي يضع نفسه في إطار أخذه للمبادرة المؤسسية والإحاطة بكل ما يخص المنظمة أو المؤسسة^{٢٦}.

و إلى جانب التركيز على المدونات والبوابات الالكترونية ومواقع المحادثة الإلكترونية لنشر الأخبار والمنتجات والخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات، علاوة على ذلك، يتم اليوم أيضاً نشر الخطابات العامة والمقابلات الصحفية عبر المواقع المرئية والصوتية الإلكترونية كما أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في حشد الأفراد الذين تتصل اهتماماتهم برؤى وأفكار مشتركة تحت كنف ما يسمى بـ«المجتمعات الإلكترونية» وهذا يصب في مصلحة المعنيين بالعلاقات العامة.

وعليه لابد من التوجيه بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مواكبة الحراك التكنولوجي الذي يشهده قطاع العلاقات العامة، وهنا تزيد الحاجة إلى تنظيم الجلسات التدريبية، والتوعية لتمكين العاملين في إدارة العلاقات العامة، وإكسابهم المهارات التي تمكنهم من استخدام الأدوات الإلكترونية الذكية^{٢٧}.

العلاقات العامة ونظام ٢,٠ داخل المنظمة

بالإضافة إلى تعدد وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة في سير عملية الاتصال التي تحتاجها وظيفة العلاقات العامة في المنظمة، يقوم نظام ٢,٠ بتحويلات تعتبر هي الأخرى جد متميزة وفعالة لنظام العلاقات العامة وإستراتيجيتها داخل وخارج المنظمة، فو يعمل على السير الحسن والتوزيع الجيد للمعطيات ومشاركة الأفراد للمعلومة وبالتالي خلق روح المشاركة في المؤسسة، ولهذا السبب يفضل الكثير من المنظرين تعبير «الويب الاجتماعي» أو الشبكة الاجتماعية وهذا لأنه يقوم بتعيين أجهزة وهمية جديدة لا تنفصل عن تطور الأنترنت كما يسمح بتطور الاستعمالات الأصلية من طرف هذه الأجهزة ووضعها في تصرف ومشاركة المستخدمين في مجال الإنتاج والتوزيع المحترف إلى الشبكة أو النسيج. إن تكنولوجيا ٢,٠ تسهل عملية التواصل بين الأفراد سواء داخل المنظمة أو خارجها وتسمح بإنشاء مساحات واسعة للتواصل والمشاركة للقائمين بالعلاقات العامة أو رجال العلاقات العامة، هذا ما يسمح بخلق أمكنة جديدة للتواصل، وخلق جماهير جديدة ومتنوعة للمنظمة وخلق أيضاً تحديات مستجدة للقائمين بفعل التواصل^{٢٨} وهذا بالفعل ما يتماشى مع مصطلح Lastroturfing والمقصود بالمصطلح هو عبارة عن: إستراتيجية للاتصال تتبعها المؤسسة من أجل إحداث عملية التواصل الفعال القائم على المشاركة والتوزيع الجيد للمعلومة بين العاملين والموظفين بتطبيق نظام ٢,٠ الذي يعتبر من أحدث التقنيات التكنولوجية في توصيل المعلومة وفي أسرع وقت ممكن ولا يمكن القيام بهذه الإستراتيجية إلا عن طريق مجموعة من وسائل الاتصال مثل (الويب، الملفات المطبوعة،

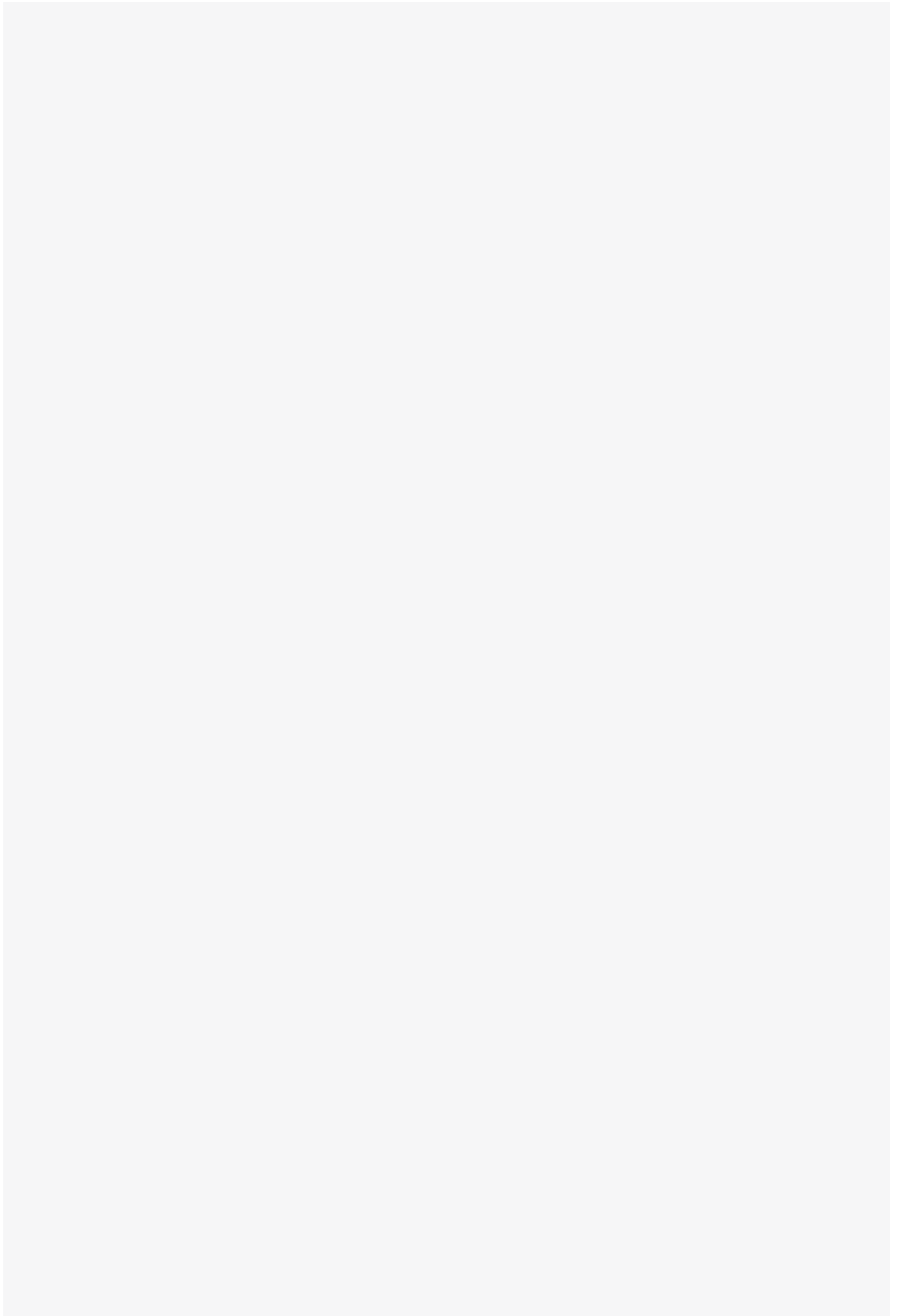
٢٤ حسن نيازي مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص ٠٨.

٢٥ Sophie Boulay, quelles considérations pour l'éthique dans l'usage des technologies d'information et de communication en relation publiques ? Analyse de cas d'astroturfing et réflexion critique, Renista international de relations publiques, N° ١١, vol ١١, ٢٠١٢, pp ٢٠٣, ٢٠٤.

٢٦ Sophie Boulay, Ibid, p ٢٦.

٢٧ Joëlle le Marc, Roland Topollian, le rôle des technologies dans les relations entre institutions et les publics, peut-on (vraiment) innover en matière de communication, les institutions culturelles et le numérique ? Ecole du Louvre, ICHIM, Paris, ٢٠٠٣, ٢٠٠٣, Septembre ١٢/٠٣, ٢٠٠٨.

٢٨ Joëlle le Marc, Roland Topollian, Ibid, pp ٥٠, ٥٧.



وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة الرقمية

عبدالصمد المعزة

جامعة محمد الخامس الرباط - المغرب
abdessamadelmaaza@gmail.com

ملخص

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي فضاءات افتراضية تحقق أهدافا نفسية واجتماعية للأفراد حيث أنها تخلق مجالات للتفاعل والتبادل الاجتماعي وتعالج مجموعة من المشاكل النفسية والاجتماعية التي كانت ظاهرة من قبل والتي كانت تؤدي بالأفراد إلى العزلة والإقصاء الاجتماعي، لذلك فبفضل هذه الوسائل أصبح منظور الاندماج أقرب من منظور الإقصاء والعزلة.

إن مفهوم العلاقات الاجتماعية اتخذ بعدا افتراضيا من خلال تواجد الأفراد والوضعيات الاجتماعية الغير قائمة على التواصل وجهها لوجه، وبالتالي طرح مجالا جديدا للتفكير في مستقبل العلاقات الاجتماعية وفي معنى الثقة والخصوصية في أطراف الحوار والنقاش والتبادل الاجتماعي.

إضافة إلى ما سبق، تحاول هذه الورقة تقديم خصائص ومميزات التواصل وأشكال العلاقات العامة عبر فضاءات ومجالات وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة العلاقات بين شخصية وعلاقات الصداقة.

الكلمات المفتاحية

الإنترنت- العلاقات العامة- وسائل التواصل الاجتماعي

تقديم عام

شخصي يتوفر على العديد من المعطيات والمعلومات الشخصية بالفرد ثم البحث عن أصدقاء عبر هذه المواقع.

خلق تواجد الذوات الرقمية الكثير من المطارحات العلمية خاصة من حيث البعد الدال على الوسيلة البديلة، أي هل بالفعل يمكن الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها وسائل بديلة يمكن أن تلعب أدوارا مهمة في خلق وبناء علاقات اجتماعية سليمة وتطويرها فيما بعد في الحياة المباشرة، أم أن العلاقات العامة وجهها لوجه تعتبر الأنسب في خلق وتطوير الذات النفسية والاجتماعية، وذلك من خلال الكثير من الخصائص التي تظهر في هذه المواقع والتي تمس كرامة الأفراد ودواهم النفسية والاجتماعية حيث يصبح الحديث عن معنى الثقة أمرا صعبا في هذه الوسائط، أي أن هذه الذوات المتصلة في هذه المواقع تصبح ذواتا تملئها الكثير من الشكوك والنيات والأفكار المسبقة التي تعمل على خلق أشكال من العلاقات المحكومة بالزوال في ظل عالم مليء بالأخطار على المستوى النفسي والاجتماعي.

أخيرا، ما هي أهم الخصائص التي تحكم التبادلات والحوارات وأشكال التواصل في هذه المواقع الاجتماعية وكيف تعمل على خلق أشكال من العلاقات خاصة علاقات الصداقة.

بظهور العصر الرقمي ظهرت معه أشكالا جديدة من التفاعلات الاجتماعية التي غيرت مفاهيم نفسية اجتماعية وأدت إلى خلق أنواعا جديدة من الذوات أصبح يطلق عليها "الذوات الرقمية Digital selves" أي الذوات التي تتفاعل وتتبادل في الوسائط الرقمية ومن خلال فضاء الإنترنت وبفضل طرق التواصل الاجتماعي وشروط هذه الفضاءات التي أصبحت لها محددات نفسية واجتماعية تختلف عن المحددات المتعلقة بالتواصل المباشر وجهها لوجه، حيث تتميز هذه المجالات بخصائص التواصل الغير اللمسي والمباشر ولكن من خلال وسائل وآليات الإرسال من خلال الرسائل والإيماءات والتفاعل من خلال التعليقات وعلامات الإعجاب وغير ذلك من الأساليب المخصصة لهذا النوع من التواصل، حيث أن مفهوم العلاقات الاجتماعية اتخذت بعدا عالميا وتجاوزت مفاهيم الثقافة الموحدة والتقاليد والحدود الاجتماعية التي تنشأ في بيئة اجتماعية معينة ووفق نوع من التنشئة الاجتماعية الخاضعة لسلطة الأب ومحددات التقاليد والأعراف المجتمعية، ولكن أصبحت هذه العلاقات تتميز بالحرية في اختيار الأصدقاء التي تجمعهم أهدافا ومصالحا مشتركة إضافة إلى اختيار الشريك في الحياة، زيادة على ذلك، أصبحت هذه المواقع تؤسس لتكريس تجاوز مفهوم الجنسانية واختيار الجنس المثلي أو الغيري، حيث يعتبر الشرط الأساسي في هذه المواقع هو الاتصال بالإنترنت أي البقاء متصلا وإنشاء حساب وخلق ملف

العلاقات العامة الرقمية في وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات

وجها لوجه

في هذا الجزء من هذه الورقة العلمية سوف نركز على نقطة تحليلية نهدف من خلالها تسليط الضوء على أشكال ومميزات العلاقات العامة في الوسائط الرقمية وفي وسائل التواصل الاجتماعي وبين العلاقات وجها لوجه، حيث سوف نحاول ذكر أهم خصائص التواصل الاجتماعي في البيئة المباشرة وجها لوجه ثم سوف نعالج أهم أشكال التواصل الاجتماعي في البيئة الرقمية وخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي.

١. خصائص العلاقات العامة في البيئة الاجتماعية وجها لوجه

في هذا النوع من العلاقات يمكن القول بأنه يتم من خلال سيرورة بنائية ترتبط منذ البداية بأشكال العلاقة بين الأم والرضيع، وهي علاقة تتحدث عنها ميد Mead بأنها علاقة تفاعلية تنتج بين الأم والطفل حيث يتم تمرير العديد من الخصائص والمقومات النفسية والاجتماعية التي سوف تساهم في تكوين وتشكيل شخصية الفرد وتجعله قادرا على خلق علاقات إجتماعية سليمة في المستقبل، Mead ١٩٣٤ حيث تنتج عن هذه العلاقات استبدال قيم ومعايير الجماعة حيث يصبح هذا الفرد قادرا على أداء أدوار اجتماعية من خلال مفهوم "الأخر المعمم Generelised other" حسب تعبير ميد Mead، وبالتالي يمكن القول وفق هذه النظرية بأن الذوات تعرف شكلا من الاستعداد القبلي لعملية التواصل كما أنها كذلك تعرف إعدادا اجتماعيا وتربويا من خلال سيرورة التنشئة الاجتماعية لجعل هذا النوع من التواصل ممكنا، وبالتالي يصبح التواصل وجها لوجه ممكنا من خلال محتوى الرسائل الاتصالية والمخزون الكامن من المفردات والتعابير والرموز القافية التي تجعل هذا التواصل ممكنا، لذلك فإن التفاعلات الاتصالية في البيئة المباشرة ومن خلال التواصل وجها لوجه ينتج عنه إحساس الذات بالاستقلالية في عملية التواصل.

٢. خصائص العلاقات العامة في وسائل التواصل الاجتماعي

إذا كان التواصل في البيئات الاجتماعية هو تواصل اجتماعيا أي تشكيل اجتماعي لأفراد وذوات في إطار علاقات إجتماعية ووفق سيرورات إجتماعية ومن خلال مخزون ثقافي ومعايير وتقاليده إجتماعية فإن مفهوم التواصل الرقمي يعتبر تواصلا فرديا، وبالتالي فنحن نتحدث عن "الفردية الشبكية"، أي مشاريع وعلاقات ذاتية التوجيه، (Wellman et al. ٢٠٠٦) فيما أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا لا يتجزأ من الممارسات العادية اليومية، (Baym ٢٠١٠)، فإن الأفراد أصبحوا قادرين على خلق علاقات اجتماعية غير خاضعة لقواعد وقوانين اجتماعية ولكن تمتاز بالحرية في الاختيار وخاصة اختيار الصديق أو الشريك، حيث تنشأ العلاقة من خلال ملفات شخصية فيها معلومات ومعطيات حول الأفراد إضافة إلى محتوى من الروتين اليومي، كما يتم تقييم أهمية الأفراد من خلال عدد ومعدل الإعجاب والمشاركة التي يقدمها باقي الأفراد حول المعطيات والمعلومات التي يقوم الفرد بعرضها في هذه المواقع، لذلك يمكن القول بأن هذه الشخصية المعروضة في هذه الوسائط هي شخصية مصطنعة تميل إلى انتزاع نوع من الإعجاب من طرف الآخرين، لذلك يتم خلق علاقات من خلال مبدأ التشابه والقرب والانتماءات

والأنشطة المشتركة، ويعتبر اختيار الشريك في الحياة من أهم متطلبات الأفراد في هذه المواقع خاصة لأن هذه المواقع تتميز بالوفرة في عرض عدد كبير من الأشخاص وفق خاصية التنوع والتعدد في الأنشطة والميول ووفق عدد كبير من الشروط والمتطلبات، لذلك فإن هذه المواقع بحكم شروطها في الاستخدام أدت إلى أشكال كثيرة من الانحرافات في اختيار الشريك حيث أصبحت مواضيع مختلفة كالمثلية مطلبا من طرف الكثير من مستخدمي هذه المواقع، حيث يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تتوفر على ثقافة غنية من المثلية والميل إلى المغايرة التقليدية (Pascoe ٢٠٠٧)، حيث تعتبر هذه الظاهرة من أهم أشكال الانفلاتات والانحرافات التي نتج عن سوء استخدام هذه المواقع إضافة إلى انحرافات أخرى تخص صعوبة حماية الخصوصية الفردية ومشكل النصب والاحتيال من خلال هذه المواقع، إذن هذا المعطى يقودنا إلى الحديث عن نوع العلاقة التي تتم في هذه المواقع وهي يمكن الحديث عنها باعتبارها علاقة نقية خالصة يمكن الوثوق بها، أم أنها علاقة تتصف بالعديد من الشكوك والظنون وسوء الفهم وبالتالي تصبح علاقة محكوم عليها بالزوال أو تقود إلى انحرافات مجتمعية تؤدي إلى خلق مشاكل في الشارع العام.

خصائص علاقات الصداقة في مواقع التواصل الاجتماعي وأشكال

الانحرافات داخل هذه المواقع

في هذا الجزء من الورقة العلمية سوف نتحدث عن أهم الخصائص التي تحكم علاقات الصداقة في مواقع التواصل الاجتماعي، ثم سوف نتحدث عن أهم أشكال الانحرافات التي أدى إليها سوء استخدام هذه المواقع والتي سوف نذكر من بينها ظاهرة المثلية.

١. خصائص علاقات الصداقة في مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحنا في الوسائط الرقمية نتحدث عن المواطن الرقمي digital native أي مواطن يتمتع بالعديد من الحقوق وله فرص كثيرة في الاندماج الاجتماعي حيث أنه لا يحده مجال فيزيقي معين، وبعيد عن الفكرة الطوباوية القائلة بأن هذه الوسائط قد أدت بالروابط إلى توجيهها من روابط قوية إلى روابط ضعيفة (Granovetter, ١٩٧٣)، لأن العلاقات التي تتم في هذه الوسائط لا تتميز بالتفاعل المقترن بالوجود المشترك، فإن هذه الفكرة تم تجاوزها لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بديلا وأدت إلى خلق علاقات وأصبحت تتحكم في الأبعاد النفسية والاجتماعية للأفراد، لان الكثير من اللقاءات تمت في مواقع التواصل الاجتماعي واتخذت فيما بعد شكل الصداقة التي تطورت خارج نطاق الانترنت، (chan and cheng ٢٠٠٤)

سمح الانترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بخلق علاقات صداقة كثيرة، لأنها أدت إلى تجاوز العوائق النفسية والميعقات المرتبطة بالخلج والانتواء إلى الانسيابية والبحث عن أشخاص وفق معايير وشروط معينة، إن هذه الوسائط سمحت بخلق علاقات مبنية على عنصرين أساسيين وهما عنصر التشابه والتقارب وعنصر التكامل، فأما بالنسبة للعنصر الأول فإن هذه المواقع سمحت للأفراد بإيجاد أشخاص تجمع بينهم عناصر القرب أي خصائص مشتركة تكون بداية التواصل والحوار

أشكال من الترابطات الاجتماعية بين الأفراد حيث ألغت كل أشكال الحدود بين الحضور الغياب، (Wajcman ٢٠٠٨) حيث أصبحت هذه المواقع قادرة على المساهمة في خلق علاقات إجتماعية، لكنها في نفس الوقت ظهرت معها أشكال جديدة من الانحرافات المجتمعية.

خلاصة

يمكن القول عموماً بأن الثورة التكنولوجية التي ساهمت في تطوير أشكال التطبيقات عبر الانترنت أدت إلى إنشاء مواقع تواصل إجتماعية كالفيديو والتويت... وهي مواقع تميزت بالعديد من الخصائص التي ساهمت في ترابط الأفراد والجماعات وخلق أشكال من التفاعل والتبادل الاجتماعي، حيث أنها ساهمت في خلق علاقات مبنية على التشابه والتقارب والتكامل وساهمت في نسج علاقات تستمر خارج الفضاء الرقمي، لأن شروط التواصل داخل هذه المواقع يعتبر تواصلاً حراً ويتميز بالتعدد والوفرة في إيجاد شريك للحياة، غير أن هذه المواقع ساهمت كذلك في ظهور أشكال من سوء استخدام هذه المواقع كالمثلية التي تعتبر من أبرز الظواهر والمستجدات في هذه المواقع وكذلك مشكل الجريمة السيبرانية.

وخلق علاقات الترابط الاجتماعي، حيث تشير المعطيات التي يتم نشرها في الملفات الشخصية إلى بدايات فعلية في خلق علاقات بين الأفراد الذين تجمع بينهم علاقات التشابه، أما فيما يخص البعد الثاني الدال على التكامل فإن الملفات الشخصية تشير إلى بعض النقط والخصائص التي يتمتع بها الأشخاص والتي تكون بدايات فعلية للتواصل فمثلاً يبحث التلميذ على أساتذة لشرح دروس معينة وهي عكس العلاقة المبنية على التشابه التي فيها حرية أكبر وتفاعل أكثر في الحوار داخل هذه الوسائط.

٢. أشكال الانحرافات داخل مواقع التواصل الاجتماعي

هناك نوع من الانحراف الدال على أشكال سوء استخدام هذه المواقع والذي نذكر من بينه نوعين أساسيين أولهما المثلية باعتبارها ظاهرة أدت مواقع التواصل الاجتماعي على ذيوها وانتشارها، ثم السرقة السيبرنتيقية التي تعتبر من أهم أشكال الانحراف داخل هذه المواقع وهي مرتبطة بأشكال السطو على الخصوصية الفردية للأفراد والجماعات.

يعتبر موضوع المثلية من أهم أشكال سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة وأن الظاهرة تجد مكاناً لها ضمن فئة من المراهقين والشباب الذين يعملون على نشر وذيوها هذه الظاهرة، وكمحاوله لتعريف هذه الظاهرة يمكن القول بأن المثلية تصنف كواحدة من الفئات الرئيسية الثلاث من الميول الجنسي ضمن التواصل الجنسي بين البشر، مع فئة مزدوجي الميول الجنسية، وهو مصطلح وضعه كل من "فرويد" و "والهم فليس" ويقصد به بأن لكل فرد ميولاً نحو جنسه وآخر نحو جنس آخر. (محمد بورباب، ٢٠٢٠ ص ٢٤)

وبعيد عن المحددات البيولوجية التي تحدد وجود هذه الظاهرة إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على ذيوها هذه الظاهرة في صفوف الشباب وذلك في إطار تمرير صور ومعلومات ومعطيات حول الظاهرة مما تتسبب في أشكال من الانحرافات التي تصبح وخيمة على الفرد والمجتمع.

فيما يخص الشكل الثاني من الانحراف نذكر السرقة السيبرنتيقية وهي محاولة للسرقة وأخذ ممتلكات الآخرين بفضل أساليب النصب والاحتيال سواء من خلال عملية الإقناع بشراء متنوع معين وقد يكون كذلك من خلال تشفير خصوصية الفرد وتحويل أمواله إلى أموال الغير، وكمحاوله لتعريف الجريمة السيبرنتيقية فيمكن القول بأنها تعني ممارسة الجريمة من خلال الوسيط الإلكتروني أي الانترنت وذلك من خلال السرقة أو تحويل أموال أو اختلاسات أو أعمال تخالف القانون، وتمتاز هذه الأخيرة بكونها تختلف عن الجريمة العادية بالسرعة والدقة وتكسير مفهوم الزمان والمكان، فالسيبرانية تعني "أي شيء مرتبط بثقافة الحواسيب أو تقنية المعلومات أو الواقع الافتراضي". (الروضاني، ١٤٣٩ هجرية).

وفي الختام يمكن القول بأنه رغم الأهمية الكبيرة التي يحظى بها التواصل البصري للمسي في تطوير أشكال العلاقات، (urry ٢٠٠٢) فإن الوسائط الإعلامية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي قامت بخلق

قائمة المراجع

١. محمد بورباب. هل المثلية أمر جيني أن أنه عادة مكتسبة؟ وأثر ذلك في قرار القانون الجنائي, (مجلة إعجاز الدولية للبحث والتأمل العلمي. ISSN ,2421 9843 (العدد الخامس) فبراير 2020.
٢. وليد أحمد الروضاني, مالفرق بين أمن المعلومات والأمن السيبراني, صحيفة الجزيرة الإلكترونية, مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر, العدد 1439, 16631 هجرية.
٣. Chan, D,K,S and cheng, G,H,L 2004 a comparision of Offline and Online Friendship Qualities at Different Stages of Relationaship Development, Journal of Social and personal Relationaship, 21: 305-320.
٤. Granovetter, M 1973 The Strength of weak Ties, American Journal of Sociology 78: 1360-1380.
٥. Mead 1934 Mind Self and Society : from the Standpoint of a Social Behaviourist, Chicago, University of chicago Press.
٦. Pascoe, C,J 2007 Dude You are a fag: Masculinity and sexuality in high school, Berkeley: university of California Press.
٧. Personal Connection in the digital age, Cambridge: Polity. 2010Baym.
٨. Urry,J 2002 Mobility and Proximity, Sociology 36: 255-274
٩. Wajcman, J 2008 Life in the Fast Lane ? Towards a Sociology of Technology and Time, Britsh Journal of Sociology 59 : 59-77
١٠. Wellman et al. 2006 Connected Lives: the project in P, Purcell ed Networked Neighbourhoods, London : Springer 161-216

توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية لصناعة الصورة الذهنية للمؤسسات الناشئة

مشتة أكرام

جامعة صالح بوبيدر قسنطينة ٣ - الجزائر

ikram.mechta@univ-constantine3.dz

ملخص

تعد العلاقات العامة الرقمية إحدى أهم القنوات الاتصالية في عالمنا اليوم فهي تساهم بشكل فعال في كسب ثقة و تعاطف جماهير المؤسسات كما تساعد في التفوق على منافسيها بالاستناد إلى صورتها الذهنية، هذه الأخيرة التي تعد من أبرز أهداف العلاقات العامة في المؤسسات و خاصة منها المؤسسات الناشئة التي تسعى إلى صناعة صورة جيدة لدى جماهيرها، ولقد تعاظم دور العلاقات العامة في صناعة الصورة الذهنية لارتباطه ببيئة الانترنت من خلال توظيف مختلف وسائل التواصل الاجتماعي التي تضمن نقل وتناقل المعلومات التي من خلالها يستطيع الجمهور التعرف على حقائق وأخبار المؤسسة كما تساعد على خلق جسر التواصل مع جماهيرها وبناء صورة ذهنية طيبة لديه، و في هذا السياق جاءت إشكاليه الدراسة التي تتمحور حول أهمية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية لصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة الناشئة وعليه تم طرح تساؤل التالي: كيف توظف المؤسسات الناشئة وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية في صناعة صورتها الذهنية؟ واعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة المقابلة مع عينة من أصحاب المؤسسات الناشئة.

الكلمات المفتاحية

العلاقات العامة الرقمية، وسائل التواصل الاجتماعي، الصورة الذهنية، المؤسسات الناشئة

الإشكالية

الوسائل التكنولوجية لتواصل مع جماهير المؤسسة المتباعدة و المتنوعة و كذلك لحماية المؤسسة من اخطار هذا الفضاء الافتراضي الذي يتميز بالسرعة في انتقال المعلومات التي تحتل الصدق أو الكذب مما قد يضر بصورة المؤسسة و هو ما دفع القائمين على العلاقات العامة الى تسخير كافة الوسائل الاتصالية المتاحة لصناعة صورة حسنة لدى الجماهير و العمل على محافظة عليها، وهنا تبرز أهمية علاقات العامة الرقمية التي أثرت على أنماط التواصل التقليدية مع الجمهور من خلال تطوير أساليب التفاعل والتواصل معه لتعزيز العلاقات أكثر و حماية صورة المؤسسة في محيطها، وهو ما زاد من درجة الاهتمام بها كوظيفة إدارية خاصة في أوساط المؤسسات الناشئة الحديثة تكنولوجيا فهي قد تفتح آفاق جديدة لها من خلال تطوير وسائل التواصل بينها و بين بيئتها المحيطة مما قد يساعد في كسب حصص سوقية أكبر.

وتأسيسا لما سبق يمكن القول بأن وظيفة العلاقات العامة الرقمية تعتبر إحدى أهم الوظائف التي أعطتها المنظمات مؤخرا اهتماما واسعا خاصة منها تلك المنظمات الناشئة التي تبحث عن مكان لها وسط اشتداد المنافسة السوقية من خلال صناعة صورة حسنة لها لكسب ولاء الجمهور على المدى الطويل بالاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا السياق جاءت إشكالية الدراسة التي تتمحور حول توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة للصناعة الصورة الذهنية من خلال طرح التساؤل التالي: كيف توظف المؤسسات الناشئة وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق برامج العلاقات العامة

لقد أدى الانفتاح الكبير على الأسواق الوطنية والعالمية واشتداد المنافسة عليها من جهة، والاستخدام المفرط لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الذي فرضته البيئة الرقمية من جهة أخرى الى زيادة اهتمام المؤسسات بهذه التكنولوجيا وما توفره من وسائل تواصل، والعمل على توظيفها للاستفادة من خدماتها الاتصالية والتسويقية لتضمن بذلك إيصال رسائلها لجماهيرها المختلفة، على اعتبار انها قنوات تفتح مجال التواصل الحوارى المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية.

فالمؤسسات على اختلاف أنواعها مجبرة اليوم على التعريف بنشاطاتها وخدماتها لجمهورها حتى تضمن استمراريتها في سياق المنافسة في سوق الاعمال، وهنا تأتي فكرة العلاقات العامة التي تقوم أساسا على مبدأ التعريف بالمؤسسة وبناء علاقاتها مع جماهيرها من منطلق الحوار المتبادل بين المؤسسة والجمهور والسهر على بناء صورة حسنة للمؤسسة لديه.

و في المقابل فرض التطور الكبير الذي يشهده العالم اليوم في وسائل التواصل الاجتماعي على ممارسي العلاقات العامة ضرورة مواكبة هذه التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال التي فتحت المجال امام وظيفة العلاقات العامة لممارسات جديدة سهلت عليها عملها من خلال الوصول الى الجمهور و التفاعل معه و كذلك التعرف على رغباته و احتياجاته و الرد على انشغالاته بطريقة سهلة و سريعة و هو ما جعل القائمين على هذه الوظيفة يحولون توجهاتهم نحو هذه

- ما هو مفهوم العلاقات العامة الرقمية وأهميتها للمنظمات؟
- وهو مفهوم الصورة الذهنية وأهميتها للمنظمات؟
- ما هي وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة للصناعة الصورة الذهنية المؤسسة؟
- فيما تكمن أهمية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كوسائل اتصالية لتحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية لصناعة الصورة الذهنية؟

أهمية الدراسة

- تظهر أهمية الدراسة من أهمية وظيفة العلاقات العامة ودورها الفعال في المؤسسات الذي يساهم بشكل كبير في الحفاظ على وجودها استمراريته.
- الكشف عن الدور البارز والمهم الذي فرضته وسائل التواصل الاجتماعي داخل المؤسسات والذي يسمح للجمهور بالتواصل والتفاعل مع المؤسسات دون وسائط.
- تسليط الضوء على الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي الذي فرض على المؤسسات ضرورة التوجه الى الاعتماد عليها والبحث في طرق توظيفها بطريقه تساهم في تحقيق اهداف العلاقات العامة وخاصة منها ما يتعلق بصورتها.
- تفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسات الناشئة من خلال رصد ألياتها التي تساهم في تحسين صورة وسمعة المؤسسة ومواجهه التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة.

أهداف الدراسة

- التعرف على الاليات والاستراتيجيات التي تتبعها ادارة العلاقات العامة الرقمية لتحقيق برامج صناعة الصورة الذهنية للمؤسسات.
- رسم مفهوم كل من العلاقات العمر الرقمية والصورة الذهنية وأهمية كلاهما بالنسبة للمنظمة.
- الوصول الى الفهم الدقيقي لوظيفة العلاقات العامة الرقمية وأهمية توظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي في صناعه الصورة الذهنية للمؤسسات الناشئة.
- التعرف على كيفية صناعة صورة المؤسسة الإلكترونية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها برامج علاقات العامة.

ضبط المفاهيم

• وسائل التواصل الاجتماعي

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي (بالإنجليزية: Social Media) بأنها التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر

أو الهواتف المحمولة (١) كما تُشير وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً إلى أيّة أداة اتصال عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى ونشره عبر نطاق واسع، (٢) ومن الجدير بالذكر أنّ محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يتمّ إنشاؤه من قبل عددٍ كبير من المستخدمين يصل إلى بضعة ملايين، وذلك على عكس المحتوى الذي يتوافر عبر وسائل التواصل التقليدية والذي يتمّ إنشاؤه من قبل بضعة أشخاص فقط. (٣)

يشير مصطلح وسائل الإعلام الاجتماعية إلى استخدام تكنولوجيات الإنترنت والتقنيات المتنقلة (الهاتف) لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي. عرّف أندرياس كابلان ومايكل هانلين وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها «مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية والتكنولوجيا من الويب ٢، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون.» (٤) وسائل الإعلام الاجتماعية هي وسائل إعلام للتواصل الاجتماعي كمجموعة شاملة وراء التواصل الاجتماعي.

يقصد بوسائل التواصل الاجتماعي بأنها مواقع وتطبيقات مصممة لتسهيل عملية تواصل بين البشر في جميع أنحاء العالم، وذلك عبر التفاعل من خلال إما عبر منشورات أو محادثات أو المكالمات الصوتية والمرئية. تهدف وسائل التواصل الاجتماعي لبناء وتسهيل التواصل بين المجتمعات في جميع أنحاء العالم، وذلك عبر مشاركة الأشخاص اهتماماتهم ونشاطاتهم وآراءهم عبر تلك التطبيقات.

كما أدت القدرة على مشاركة المحتوى من صور ومنشورات وأحداث إلى تغيير الطريقة التي نعيش بها، وأضافت طرقاً جديدة تساعد في تسهيل الكثير من أعمالنا، حتى أن معظم الشركات ضخمة، تملك حسابات على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي. (٥)

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعية بأنها عبارة عن تكنولوجيا يتم استخدامها عبر شبكة الإنترنت العالمية وباستخدام أنواع متعددة من الأجهزة؛ كالمبيوترات، والأجهزة اللوحية، أو حتى الهواتف الذكية، وتُتيح هذه الوسائل لمستخدميها إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين كالعائلة والأصدقاء وذلك من خلال ما يتم مشاركته عبر هذه الوسائل كالصور والمدونات والفيديوهات، وغيرها من الأمور الأخرى التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي كالألعاب مثلاً، ولا يقتصر استخدام هذه الوسائل على الاستخدام الفردي والشخصي، حيث تقوم الشركات باستخدام هذه الوسائل بهدف التوصل إلى العملاء والتفاعل معهم، ووضع الإعلانات عبر هذه الوسائل أو حتى تقديم خدمات الدعم المختلفة، فهذه الوسائل قائمة على مبدأ تبادل الأفكار والمعلومات و بناء المجتمعات الافتراضية. (٦)

وبناءً على التعاريف السابقة يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مواقع الكترونية أو برامج تم تطويرها من أجل تحقيق التواصل بين أبناء المجتمعات بأعلى كفاءة وبكافة الأساليب الممكنة.

• مفهوم العلاقات العامة الرقمية

إذا نظرنا الى مفهوم العلاقات العامة سنجد أنه يتكون من شقين الأول العلاقات العامة الثاني الرقمية ويمكن القول ان العلاقات العامة اي الشق الاول من تعريف أصبح واضحاً معروفة على نطاق واسع بعد ان مرت بالعديد من التطورات من ظهورها في العشرينيات القرن الماضي، حيث يعرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها 'الجهود المخططة والمبذولة لإقامته استمرار فهم متبادل بين المنظمة وجماهيرها'^(٧)

فيما عرفها 'جورج وهانت' أحد أبرز علماء العلاقات العمل بأنها ادارة الاتصال بين المنظمات وجماهيرها وتتضمن عملية ادارة الاتصال قسمين فرعيين الاول قسم الاتصال الداخلي وهو القسم المسؤول عن بناء الاتصال الداخلي بين الموظفين والحفاظ عليه بهدف ضمان مناخ وظيفي جيده والقسم الاخر ادارة الاتصال الخارجي وهو مسؤول عن بناء استمرارية التواصل الدائمة مع البيئة الخارجية للمنظمة^(٨)

أما الشق الثاني في التعريف الرقمية فتشير الى 'الأكواد التي تقرأها الوسائل والنظم الرقمية مثل مواقع الويب والاتصال عبر الحساب والهواتف النقالة ومنصات التواصل الاجتماعي وغيرها من المستحدثات الجديدة التي يتم عبرها تبادل معلوماته وتمييزها معالجتها'^(٩)

وإذا كانت العلاقات العامة هي فن وعلم ادارة الاتصال بين المنظمة وجماهيرها لتحقيق الفهم المتبادل، والرقمية تعني الوسائل الحديثة القائمة على النظم الرقمية المستخدمة في عملية الاتصال بين المنظمة وجمهورها فان العلاقات العامة الرقمية تشير الى التكامل العلاقات العامة والوسائل الرقمية لتحقيق اهداف العلاقات العامة.

وتسمى أيضا العلاقات العامة عبر الأنترنت أو العلاقات العامة الإلكترونية كمصطلح حديث مقارنة مع العلاقات العامة التقليدية، وغالبا ما يتم التخطيط الإستراتيجي لاستخدام أدوات وتقنيات وسائل الإعلام الجديد القائمة على استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، من أجل بناء وصيانة اتصالات ثنائية الاتجاه بين المؤسسة وعامة الجمهور، وتقدم العلاقات العامة الرقمية إسهاما كبيرا في إدارة الأزمة عبر الشبكة العنكبوتية عندما تتأثر وسائل الإعلام وسمعة المؤسسة عبر الأنترنت.^(١٠)

كما تعرف بأنها 'قيام ادار العلاقات العامة بتوظيف تقنيه الاتصال الحديثة لتنفيذ انشطتها والاسهام بتحقيق اهدافها'(١١) هذا وتعتبر العلاقات العمل الرقمية من أحدث المفاهيم في ادارة صورة وسمعة المنظمات وتعرف بانها 'ممارسه العلاقات العامة من خلال تقنيات الاتصال المعلومات الجديدة كالحاسبات وشبكات الانترنت والهواتف والنقالة وانظمه تكنولوجيا المعلومات الأخرى' وعرفها اخرون بأنها 'ممارسه الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة عبر الفضاء الالكتروني وشبكة المعلومات الدولية www. واستخدام شبكة الانترنت والإكسترنات في بناء اتصال ثنائي الاتجاه وفعال مع مختلف الجماهير التي تستطيع الوصول للشبكة'

ومنه فالعلاقات العامة الرقمية وإن تعددت وكثرت تعريفاتها فهي وفق

تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة، قيام الإدارة المعنية "العلاقات العامة"، بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقي أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.^(١٢) فالعلاقات العامة الرقمية تشترك مع العلاقات العامة التقليدية في المفهوم والمبادئ والأهداف، إلا أنها تختلف عنها في الممارسة، وذلك باعتمادها على تطبيقات الاتصال الإلكتروني، بهدف تحقي الحوار والتفاعل والفهم، المتبادل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.^(١٣)

ورغم كثرة تعريفات العلاقات العامة الإلكترونية وتنوعها إلا أنها اتفقت في النقاط التالية:

- هي اعتماد العالقات العامة على الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه في التواصل وجمهور المؤسسة.
- هي استخدام شبكة الأنترنت والوسائط الرقمية الأخرى في أنشطة العالقات العامة.
- هي توظيف العلاقات العامة للتكنولوجيات الحديثة لتحقيق الاتصال الفعال القائم على الاتصال الحواري من أجل خلق صورة حسنة للمؤسسة لدى جمهورها.
- هي العلاقة التفاعلية القائمة على إدارة الحوار في اتجاهين بين المؤسسة والجمهور/بين الجمهور والمؤسسة.
- العلاقات العامة الإلكترونية تهتم بالتواصل ثنائي الاتجاه بين المؤسسة وجمهوره.
- هي عملية الاتصال والتواصل من خلال الاعتماد على تقنيات الاتصال الحديثة للتواصل وجمهور المؤسسة.
- وبناءً على ما سبق يمكننا أن نعرف العلاقات العامة الرقمية في هذه الدراسة بأنها مجموع أنشطته العلاقات العامة المخططة والمقصودة وممارستها عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة.

• الصورة الذهنية

أصبح للصورة الذهنية أهمية كبيرة في جميع الميادين والمجالات على اختلاف أنواعها، إذ أصبحت الأساس الذي من خلاله يتم قياس مستوى جدية المؤسسة وجودتها في تعاملها مع جماهيرها الداخلية والخارجية من خلال بناء انطباع حسن حول المنتج والعامة أو المؤسسة وترسيخها في أذهانه

يعرفها معجم ويبستر "تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة نحو شخص أو شيء معين أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية، كما أنها قد تكون تجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة وهي أيضا استرجاع لما اختزنه الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الانسان".^(١٤)

يعرف علي عوجة الصورة الذهنية بأنها: الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب، أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة، أو منظمة محلية،

حديثه التنشئة القائمة على الأفكار الإبداعية والفنية لأجل تسيير حياة المواطن وتقديم حلول لاحتياجاته، تعتمد على الوسائل الإلكترونية لتقديم منتجاتها وخدماتها والتعريف بعلاماتها التجارية.

١. العلاقات العامة وأهميتها بالنسبة للمنظمات

١.١ استخدامات العلاقات العامة الرقمية

لللاقات العامة الرقمية استخدامات رئيسية في المؤسسات والمنشآت ومن أبرزها: (٢٠)

- تصميم موقع المنظمة الإلكتروني ليمثل أداة جوهرية وحيوية للاتصال بجمهور المؤسسة والعالم الخارجي بشكل عام.
- استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والاخبار والاستفادة منها في اعداد نشرات المؤسسة ومطوياتها ومطبوعاتها.
- استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخلي بين اعضاء المؤسسة واتصال ادارة المنظمة واجهزتها المختصة بالجمهور الخارجي المستحدث.
- اجراء البحوث عن طريق المقابلات عبر شبكة الانترنت بواسطة البريد الإلكتروني، او التصويت في موقع المؤسسة او مجموعات الحوار في المنتديات او عبر التخابط المكتوب والاتصال التلفزيوني وكل ذلك يتم بأقل التكاليف.
- التعرف الى صورة المؤسسة عن طريق ما تنشره وسائل الاعلام والمنافسين والمستخدمون.
- تصفح مواقع المؤسسة المنافسة والمماثلة في انشطتها والتعرف الى أنشطتها.
- الاستفادة من نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والصور.

١.٢ وظائف العلاقات العامة الرقمية

وتتمثل هذه الوظائف فيما يأتي: (٢١)

- الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الانترنت، للاتصال بالجمهور الداخلي في المؤسسة من العاملين، والموظفين، والإداريين والمسؤولين، لتوفير المعلومات والاخبار للمعلنين.
- الاتصال الخارجي بالجمهور العام، والمتخصصين، والمندوبين، والمراسلين ووسائل الاعلام والمؤسسة العامة والخاصة وارسال المعلومات والاخبار عبر البريد الإلكتروني.
- العلاقات العامة الرقمية وسيلة اتصال تفاعلي عن طريق مشاركة القراء عبر غرف الحوار، وغيرها من الوسائل.
- تعد العلاقات العامة الرقمية كأداة اتصالية تسويقية للخدمات والمعلومات التعليمية والتجارية والثقافية والسياحية والاقتصادية.

أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، بغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمن خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها وهذه الانطباعات التي يحملها الأفراد، إما أن تكون:

سلبية (معارضة): تسعى للتأثير عليها بأساليب مختلفة لتغييرها.

إيجابية (مؤيدة): تسعى لتعزيزها والحفاظ على استمراريتها.

محايدة (ما بين مؤيد ومعارض): سهلة التأثير. (١٥)

ويرى جفكينز أن مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة يعني الانطباع الصحيح والحقيقة أنها الانطباع الذي تكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحا أو غير صحيح لأنه كما يكون الانطباع صحيحا إذا كونه معلومات صادقة ودقيقة، يمكن أن يكون غير صحيح إذا كونه معلومات مضللة أو مغرضة. (١٦)

وبناءً على ما سبق يكمن تعريف الصورة الذهنية للمؤسسة بأنها الانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد نتيجة الاتصال الحواري بين المؤسسة وجمهورها بالاعتماد على الوسائل الاتصالية التقليدية منها والحديثة، هذه الأخيرة التي أتاحت إمكانية التفاعل معه ومعرفة رأيه لبناء عالقة ثقة وتواصل دائم بينهما.

• المؤسسات الناشئة:

المؤسسات الناشئة أو بالأحرى مؤسسات الدوت- كوم هو مصطلح يستخدم لتحديد الشركات حديثه النشأة والتي نشأت من فكره رياديه ابداعيه وامامها احتمالات كبرى للنمو والازدهار بسرعة. (١٧)

المؤسسات الناشئة هي كيان بشري ر صممت لخلق منتج جديد او خدمة جديدة في ظل حالة عدم تأكد شديدة. (١٨) كما عرفها paul graham بول غراهم مؤسس حاضنات الاعمال y combinator انها شركة صممت لتنمو بسرعة. (١٩)

من خلال ما تقدم من تعريف يمكن القول بان المؤسسات الناشئة أو المؤسسات الحديثة تكنولوجيا هي المؤسسات التي انتقلت من التعامل الشخصي الى التعامل الإلكتروني في تقديم منتجاتها وخدماتها ومعاملاتها والتعريف بعلامتها التجارية لأجل تسيير حياة المواطن والعمل على ايجاد حلول لاحتياجاته، بهدف الحصول على صورة ذهنية جيدة لدى جماهيرها تنطلق بفكرة يطرحها صاحب المشروع توضع لها مجموعة من الخطط القبلية والبعديّة يختار لها ممول او كما يطلق عليه حاضنات الاعمال يتم تحديد الوسيلة الإعلامية المناسبة لظهور من خلالها وتعريف بها والترويج لها مع الاخذ بعين الاعتبار توقيت ظهورها.

وبناءً على ما سبق يكمن تعريف المؤسسات الناشئة بأنها المؤسسات

جذب الجماهير المستهدفة وكسب ثقتهم ودعمهم لبناء سمعه طيبة لها فان اهتمت المؤسسة ذلك فان الجمهور سيبنى انطباعاته تجاه المؤسسة على ما يتم تغذيته من مصادر أخرى قد تحمل الخطأ أو الصواب و من أهم نقاط الصورة الذهنية للمؤسسة ما يلي:^(٢٣)

- زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة.
- جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسات وزيادة التمويل ببرامجها وانشطتها.
- استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسات.
- توليد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة في نفوس اعضاء المؤسسين والعاملين.
- زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الاعلام بالمؤسسة ودورها في خدمات المجتمع.
- جذب شركات الرعاية المختلف لنشاطات المؤسسة.

٢,٢ أهداف العلاقات العامة في تشكيل وتحسين الصورة الذهنية:

- نشر صورة ايجابية عن الشركة ليرغب المستثمرين والأفراد في أن يكونوا جزءا منها وذلك عبر وسائل الاعلام الالكتروني.
- تحسين صورة المؤسسة وحياتها من الازمات وخلق الوعي العام عن المؤسسة وما تقدمه عبر التأثير على الجمهور المستهدف من خلال اماكن تواجدهم مثل المدونات والمنشآت ومجالات الإلكترونيات والمواقع الإخبارية والمواقع التواصل الاجتماعي واماكن المناقشات
- تعمل على بناء وتنمية مصداقية الشركة عند جمهورها باعتبار العلاقات العامة الرقمية حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور والمؤسسات الأخرى حيث تستهدف وتؤثر على الجمهور ذو التواجد الالكتروني الكبير فهي تسعى لجعل المعلومات متاحة.
- تقرب الشركة من الجمهور المستهدف وتجعلها متواجدة في عالم الاعمال، وتختص بنقل اخبار المؤسسة للعالم وتجعل من السهل الوصول اليها.
- مراقبه وإدارة حماية سمعة المنظمة حيث تدير وجودها عبر منصات التواصل الاجتماعي وتجعل التركيز على صورة الهوية التي ترغب الشركة المؤسسة أو الفرد في تنصيبها.^(٢٤)

٣. الجانب التطبيقي

٣,١ الإجراءات المنهجية

• منهج الدراسة

إن اختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة المبحوثة والمجال الذي تنتمي إليه، وكذا الإمكانيات المتاحة لدى الباحث، و نظرا لطبيعة دراستنا التي تهدف إلى التعرف كيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية لصناعة الصورة الذهنية للمؤسسات الناشئة، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد أساسا على وصف الظاهرة و تحليلها مع تحديد خصائصها،

• تعد العلاقات العامة الرقمية كمركز لتقديم المعلومات العامة عن طريق تحول جهاز العلاقات العامة الى مزود للخدمات العلمية.

• تعد العلاقات العامة الرقمية كإنتاج الكتروني للمواد الاعلامية، وتوزيعها بشكل يعبر عن المؤسسة وتوجهاتها، ويساهم في تحسين صورتها.

١,٣ فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لوظيفة العلاقات العامة

تحقق شبكة الانترنت وما طرحته من وسائل تواصل اجتماعي لوظيفة العلاقات العامة الفوائد التالية:^(٢٣)

- **الاتصال الدائم:** تتيح شبكة الانترنت لمنظمة الاعمال الاتصال دائما بالمتلقين لمدة ٢٤ ساعة باليوم لسبعة ايام الأسبوع ولكافة ايام السنة
- **الاستجابة الفورية:** تستطيع منظمة الاعمال ان تستجيب بشكل فوري لما يظهر من موضوعات وحالات وتطورات في العمل في اتجاهات الجماهير نحو منظمة الاعمال ذات العلاقة
- **الانتشار على مستوى العالم:** ينتشر المتلقون لشبكة الانترنت على المستوى العالمي وبالتالي تستطيع منظمة الاعمال الوصول الى الجماهير اينما كانوا في العالم
- **رجع الصدى:** لأن شبكة الانترنت تبادلية تستطيع منظمة الاعمال ان تحصل على رجع صدى فوري من المتلقين، الامر الذي يتيح لها ان تعرف ما يريده المتلقون منها وأراءهم ووجهات نظرهم بشكل سريع وأني
- **الاتصال ذو اتجاهين:** أحد هدف ادارات العلاقات العامة الرئيسية هو تحقيق الاتصال الثنائي الاتجاه بين منظمة الاعمال والجماهير ذات العلاقة، فهذا الاتصال الثنائي يتيح بناء العلاقات تبادليه مفيدة بين المنظمة وجماهيرها هذا الامر تتيحه شبكات الانترنت التي من خلالها يمكن إقامة اتصال ثنائي وبالتالي اتاحة الفرصة للمتلقين للتفاعل مع منظمة الاعمال من جهة وللتنظمات للتفاعل مع جماهيرهم من جهة اخرى وهو امر يندر ان يكون متاحا باستخدام الوسائل تقليدية
- **انخفاض التكلفة:** يعتبر استخدام العلاقات العامة للشبكة الالكترونية ذو جدوى اقتصادية عالية وذو كلفة منخفضة اذ لا يتطلب هذا الاستخدام الورق او القرطاسية او تحمل كلفة الطباعة.

٢. أهمية الصورة الذهنية بالنسبة للمنظمات

٢,١ أهمية الصورة الذهنية بالنسبة للمنظمات

إن أهميه الصورة الذهنية للمؤسسات بشكل عام تشكل عاملا مهما وحيويا في تسويق اهداف المؤسسة واداء رسالتها اذ أنها من أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات أو مدا قدرتها على البقاء بالاعتماد على التسويق والتمويل من خلال جذب أفراد المجتمع والتسويق لخدماتها ومنتجاتها نشاطاتها وبرامجها خاصة في ظل التنافس بين المؤسسات على

يوظف قسم العلاقات العامة عدة أليات ووسائل تواصل مع جمهور المؤسسة للتسويق لصورة المؤسسة وعلاماتها التجارية وفقا لسياسة اتصالية مبنية على الواقع التكنولوجي الجديد، ومن أبرز هذه الوسائل والتقنيات التي تساعد مسؤولي العلاقات العامة في تحقيق برامج صناعة الصورة الذهنية حسب النتائج المتوصل اليها من عينة الدراسة هي:

• شبكات التواصل الاجتماعي

توظف المؤسسات محل الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي لصناعة صورتها الذهنية في أوساط بيئتها وتعمل على ادارتها عن طريق صناعة محتوى يعرف بالمؤسسة وخدماتها لمختلف شرائح المجتمع بشكل عام، وفي نفس الوقت نجدها تحقق لهذه المؤسسات الناشئة جملة من الخدمات التي اختصرها مسؤولي هذه الشركات في النقاط التالية:

- توضيح كيفية عمل المؤسسة وطبيعة منتجاتها.
- تقديم المعلومات الصحيحة والانية عن المؤسسة للجمهور.
- بناء وصيانة صورة المؤسسة.
- اجراء بحوث الراي العام بطريقة سهلة وسريعة وبأقل تكلفة مقارنة بالسابق مما يسمح بالتطلع على راي الجمهور والعمل على تلبية رغباته وحل انشغالاته.
- اظهار المؤسسة في صورة مؤسسة حديثة من خلال مواكبة التطورات التكنولوجية والتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي.
- القدرة على الوصول الى فئات جديدة من الجمهور.
- الرد على الاشاعات وتصحيح المفاهيم والمغالطات التي تنتشر عن المؤسسة.

• الموقع الالكتروني

يعتبر اصحاب المؤسسات الناشئة الموقع الالكتروني بمثابة واجهة المؤسسة الرقمية، فهو يمثل موقع المؤسسة الحقيقي الى موقع افتراضي يعبر عنها ويعتبر الناطق الرسمي باسمها بحيث يتم توظيفه من أجل:

- توفير معلومات عامة تعريفية عن المؤسسة (تأسيسها، موقعها، مكوناتها، هيكلها التنظيمي، الفاعلين، خرائط...)
- توفير معلومات آنية ومنتجدة (نشاطاتها، مشاريعها، تطلعات مستقبلية...)
- توفير معلومات خاصة (أوقات الأزمات...)
- تقديم قوائم الاتصال (المسؤولين عناوينهم، أرقام الهواتف، البريد الالكتروني...)
- قواعد البيانات وأدوات النشر المتعلقة بخلية الازمة.
- نماذج ملفات جاهزة لتحليل والاستعمال.
- الملفات الصحفية.
- يوفر مساحات للتعليق التفاعلي ومراسلة المؤسسة.

وهو بذلك يعتبر واجهة رقمية للمؤسسة يعبر عن هويتها ويروج لها من خلال عرض هوية بصرية تعبر عن كل العناصر السيميولوجية والبصرية التي تمثل المؤسسة وترسخ صورتها في أذهان جمهورها.

و ظهورها و عوامل و مراحلها لهذا قد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه " عبارة عن أسلوب من أساليب التحليل المرتكزة على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية و بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (٣٥)

• مجتمع البحث وعينة الدراسة

يقصد بمجتمع البحث " جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث" (٣٦) لحصر عملية الاتصال والعوامل المتعددة التي تحدد سلبيات وإيجابيات تلك العملية والتي هي في واقع الامر عملية اجتماعية، ويتكون مجتمع بحثنا من جميع المؤسسات الناشئة في الجزائر والتي تنطبق عليهم صفات المؤسسات الناشئة التي تم ذكرها مسبقا.

و بالنسبة للعينة المناسبة لدراستنا فهي العينة 'القصدية' وهي إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية حيث يستخدم هذا الاسلوب في حال مجتمعات البحث غير مضبوطة الابعاد و التي يصعب تطيرها بدقة للتمكن من اختيار عينة عشوائية ، و وفقا لذلك يقوم الباحث باختيار مجموعة من الوحدات حسب سمات محددة بما يخدم اهداف الدراسة ، و يستبعد من لا تتوفر فيهم هذه السمات، و من هذا المنطلق وقع اختيارنا على مجموعة من المؤسسات الناشئة في الجزائر و حرصنا في اختيارها أن يختلف أفرادها في نشاطاتهم، و بناء عليه تم اختيار ٥ مؤسسات في مجال الاتصالات و الاشهارات، الاعلام الالي والبرمجيات، مجال التعليم، مجال النقل والتوصيل.

• أداة جمع البيانات

وفقا لاحتياجات الدراسة ولتحقيق أهدافها ولجمع المعلومات والبيانات اللازمة لذلك، تم الاعتماد على أداة المقابلة كأداة رئيسية لجمع البيانات حول توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة الرقمية لصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة الناشئة.

وبناء على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ارتأينا تقسيم استمارة المقابلة إلى المحاور التالية:

- **المحور الأول:** اهم وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة الرقمية للصناعة الصورة.

- **المحور الثاني:** أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الصورة الذهنية.

هذا وقد تم جمع المادة العلمية من المواقع الرسمية لمؤسسات محل الدراسة إلى جانب المقابلات مع مدراء المؤسسات والقائمين على ادارة العلاقات العامة بها في وسائل الاعلام بالإضافة إلى الاشهارات المعتمدة لهذه المؤسسات على مواقع التواصل الاجتماعي.

٣,٢ نتائج الدراسة

• **المحور الأول:** وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة لصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة:

• المدونات في العلاقات الرقمية

يجد مسؤولي العلاقات العامة للمؤسسات الناشئة في هذه الوسيلة حقلا للنقاش وتبادل الآراء حول المؤسسة وقضاياها والمواضيع الخاصة بها مع جمهورها وهو ما يسمح بمعرفة توجهاتهم وطلباتهم وأرائهم حولها فهي تسمح بخلق علاقات تفاعلية بين المؤسسة وجمهورها، من جانب آخر تعتبر أداة فعالة لنشر ثقافة وصورة المؤسسة والترويج لخدماتها ومنتجاتها.

• القوائم البريدية الإلكترونية والرسائل الاخبارية

يستخدم القائمون بالعلاقات العامة في المؤسسات الناشئة أيضا تقنية القوائم البريدية mailing list كألية لتعميم الرسائل الإلكترونية على جمهور المؤسسة المشتركين في خدمات المؤسسة الإلكترونية، تصلهم رسائل إخبارية تمكنهم من التعرف على كل الاخبار والمعلومات الجديدة عن المؤسسة وخدماتها، ويتم ارسال رسائل مماثلة لجمهور محتمل يطلب منه الاشتراك والتسجيل في خدمة الرسائل الإلكترونية حتى تصلهم معلومات عن خدمات المؤسسة وعروضها بشكل دوري. هذا ز يمكن الاستفادة من هذه الآلية في توزيع استطلاعات الرأي متعلقة بمواضيع تهتم المؤسسة وتساعدها في التعرف على اتجاهات الجمهور، كما وتعتبر أداة مهمة لقياس مدى نجاح حملات العلاقات العامة.

• انشاء مجلة الكترونية للمؤسسة

يرجع الخيار الى مسؤولي العلاقات العامة بالمؤسسة الناشئة حول ما إذا كانت المؤسسة بحاجة الى انشاء مجلة إخبارية الكترونية أم لا من أجل نشر أخبار المؤسسة، فهي أصبحت بديل للرسائل الإخبارية الصحفية أو المجلة الداخلية للمؤسسة.

المحور الثاني: أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لصناعة الصورة الذهنية:

أجمع أفراد العينة على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح أمر ضروري وبالغ الأهمية خاصة من أجل صناعة هوية وصورة حسنة بالأخص لأنها مؤسسات ناشئة وتسعى للسيطرة على أكبر حصة سوقية ممكنة. ويمكن تلخيص هذه الأهمية حسبهم في النقاط التالية:

- تقوية وتعزيز العلاقات مع الزبائن من خلال التفاعل والتواصل المستمر الذي تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي هي تيسر عملية إدارة العلاقة مع الزبائن.
- وسيلة لتقديم المعلومات الصحيحة لجمهور بسرعة وبأقل تكلفة ممكنة
- فرصة للترويج لصورة المؤسسة والتسويق لخدماتها بأقل جهد ووقت وتكلفة.
- تصحيح الاشاعات والمعلومات الخاطئة المنتشرة عن المؤسسة في هذا الفضاء الافتراضي وهو ما قد يساعد على تفادي الازمات قبل وقوعها.
- وسيلة جيدة لإقامة بحوث العلاقات العامة للوقوف على آراء الجمهور وانطباعاته عن المؤسسة، وفرصة لتقييم برامج وخدمات

العلاقات العامة.

- فرصة للدخول لأسواق أكبر وتوسيع نطاق أعمال المنظمة ودعم علاقاتها.
- فرصة لممارسة المسؤولية الاجتماعية وإظهار المؤسسة في 'صورة مؤسسة إنسانية اجتماعية'.

نتائج عامة

- من خلال ما تم عرضه في هذه الورقة البحثية حول استخدام الوسائط الرقمية عامة في تعزيز العلاقات العامة بالمؤسسات الناشئة لصناعة صورتها الذهنية توصلنا إلى عدة نتائج نلخصها في النقاط التالية:
- أصبحت للعلاقات العامة في الوقت الحالي مكانة بارزة خاصة في أوساط المؤسسات الناشئة نتيجة التطور الكبير الذي تشهده اليوم وسائل التواصل الاجتماعي في العالم والذي زاد من أهمية الجمهور وأهمية كسب ثقته بالنسبة للمؤسسة.
- أحدث التقدم التكنولوجي نقلة في مجال العلاقات العامة من حيث وتيرة الاتصال وألياته وقنواته من أجل التعريف بالمؤسسات وصناعة صورتها وبناء هويتها.
- تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم وأكثر أدوات العلاقات العامة استخداما في المؤسسات الحديثة أو ما يعرف بمؤسسات الدوت-كوم.
- تتحدد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للعلاقات العامة لصناعة الصورة الذهنية في تحقيق عدة نقاط نذكر منها: وسيلة اتصال سريعة ومتزامنة لنقل و تبادل المعلومات مع الجمهور، التعرف على آراء الجمهور، التعريف بالمؤسسة، نشر المعلومات اللازمة عن المؤسسة و الرد على الاشاعات.
- أصبح يعبر استخدام المؤسسات لوسائل التواصل الاجتماعي عن مواكبة المؤسسة للتطور وهو ما يعكس صورة إيجابية وحسنة على أساس أنها مؤسسة تسعى لتوظيف كل أساليب وأليات التواصل مع جمهورها.

خلاصة

بناءً على ما سبق، يمكننا القول أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر أحد أهم استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية التي تتبعها المؤسسة الناشئة لصناعة صورتها الذهنية فمنصات التواصل الاجتماعي تعد منصات تفاعلية لا غنى عنها، للتواصل مع الجماهير و التعريف بالمؤسسة و عرض خدماتها ومحتوياتها، و التفاعل مع الزبائن و مناقشة قضايا معينة، كل ذلك يعد قيمة مضافة للمنظمة.

لذلك يمكننا القول أن التطبيقات الحديثة في العلاقات العامة في عصر الرقمنة تعطي للمؤسسات بصفة عامة فرصة للتفاعل مع جمهور المؤسسة بمختلف أنواعه الداخلي و الخارجي بطرق جديدة تعزز و تقوي العلاقات فيما بينهم مما يساهم في تلميع صورتها الذهنية وعاملتها.

١. Socialmedia.dictionary.ca, bridg.org. retrieved01-04-2023.edited.
٢. MATTHW HUDSON; what is social media? www.thebalancesmb.com, Retrieved01-04-2023.
٣. Computer Hope (8-2-2020), "Social network", www.computerhope.com, Retrieved 01-04-2023.
٤. Kaplan, andreas M. (2010) "users of the word, unite! The challenges and opportunities of social media" businesshorizon.53 Retrieved 01-04-2023
٥. Socialmedia.Surhttps://whatis.techtarget.com/definition/social-media retrieved 01-04-2023.
٦. MAYA DOLLARHIDE (20-2-2019), "Social Media Definition", www.investopedia.com, Retrieved01-04-2023.
٧. Cutlip , , S. M. Cutlip A. H. & Broom , G. M., (2000). Effective public relations. Eight editions. Prentice Hall International. Inc.
٨. Petrovic, M. Amalia (2014). E- Public Relations: Impact and Efficiency. A case study. Procédai - Social and Behavioral Sciences. Vol. 141, 79 –84
٩. عبد الحميد، محمد، المدونات الاعلام البديل، ط١، عالم الكتب، القاهرة.
١٠. لخياط عبد العزيز بن سعيد، العلاقات العامة الرقمية: مفهومها، أدوارها، تحديثها، ورقة علمية مقدمة إلى الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان المنعقد بتاريخ ٩/٨ أبريل، ٢٠١٥، الرياض، ص٤
١١. الخياط عبد العزيز بن سعيد، العلاقات العامة الرقمية: مفهومها، أدوارها، تحديثها، ورقة بحثية مقدمة الى ملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان المنعقد بتاريخ ٨،٩ أبريل، ٢٠١٥، الرياض.
١٢. وليدة، حدادي، العالقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي - الواقع والتحديات، مجلة العلوم الاجتماعية - جامعة الأغواط، المجلد ٠٧، العدد ٣٠ ماي، ٢٠١٨، مجال الصفحات ٩٩ إلى ١١٣ ص ١٠١.
١٣. ريان مبارك، ممارسة العالقات العامة عبر شبكات الاجتماعية: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لموبيليس على موقع فايسبوك، مجلة تاريخ العلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد ٤ العدد ٨، جوان، ٢٠١٧، مجال الصفحات ٧٦ إلى ٧٧، ص٨٩.
١٤. فهد نون عبد العزيز العسكر. الصورة الذهنية: محاولة لفهم واقع الناس والأشياء. دار طوي للنشر والتوزيع. الرياض، ص ٢٥.
١٥. فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١١، ص٢٧٢.
١٦. علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب نشر - توزيع-طباعة، القاهرة، ٢٠٠٣، ص٨.
١٧. بورنان، م، ع، الإستراتيجيات المستخدمة في دعم المؤسسات الناشئة حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة، مجلة الدفاتر الاقتصادية ، العدد ٢٠٢٠، ص٧٤.
١٨. بروال، ح، جهاد، ه، التعليم المقاولاتي و حتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة الصغيرة و المتوسطة في احقيق التنمية المستدامة:دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الريادة و الاعمال، العدد ٢٠١٧، ص٢٠.
١٩. طبي، ب، لعمري، خ، إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر و اليات دعمها: التمويل براس مال المخاطر كنموذج شركة asicom et sofiancr، مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، العدد ٣، ٢٠٢٠، ص٥٠٤.
٢٠. د.محمود محمد خلوف، العلاقات العامة في العصر الرقمي، ط١، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١٩، ص٣٦-٣٧.
٢١. د.محمود محمد خلوف، العلاقات العامة في العصر الرقمي، ط١، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١٩، ص٣٥-٣٦.
٢٢. د.محمد ناجي الجوهر، المواد الإعلامية التقليدية و الالكترونية في العلاقات العامة، ط٢ دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ٢٠١٧، ص٢٠٤-٢٠٥
٢٣. حامد مجيد الشطري، الاعلان التلفزيوني ودور في تكوين الصورة الذهنية، دار أسامة للتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٣، ص١١٦.
٢٤. جميلة قادم، العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات الحديثة: قراءة تحليلية في ظل البيئة الافتراضية، جامعة الجزائر ٣، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد ٦، العدد ١، جوان ٢٠٢٢، ص١٦٠-١٦١.
٢٥. مبيضن، حمد عبيدا ، محمد اونصار ، عقلة، منهجية البحث العلمي، ط٢، دار وائل للطباعة و النشر، عمان ص٤٦.
٢٦. حسين، سمير محمد، بحوث الاعلام،عالم الكتب، القاهرة، ص٢٩٢.

استخدام إذاعات الإف إم في السودان لشبكات التواصل الاجتماعي

دراسة حالة إذاعة هلا 96 FM

د. آدم أحمد عجيل

جامعة أم درمان الأهلية - السودان

almentionss@hotmail.com

ملخص

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال وأسهمت في نشر المحتوى الإعلامي على أوسع نطاق، والإذاعة المسموعة حالياً تسعى إلى التكيف مع هذه التطورات التكنولوجية الحديثة لتصل إلى أكبر قدر من المتلقين، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام إذاعات الإف إم في السودان لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث استخدامها في جمع المعلومات ونشر محتوى برامجها وأماط هذا الاستخدام، وتنبع أهمية الدراسة من التأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي على كل أشكال العمل الإعلامي وكذلك المنافسة الكبيرة بين كافة الوسائل الإعلامية خاصة الإذاعات المسموعة من أجل الحصول على المعلومات ونشر المحتوى على أوسع نطاق، تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها إذاعات الإف إم خاصة إذاعة هلا 96، كما تهدف إلى الكشف عن ما إذا كان استخدام وتوظيف هذه الوسائل يُسهم في زيادة نشر المحتوى وربط الإذاعة بجمهورها، ستتبع الدراسة منهج المسح الاجتماعي من خلال المسح الشامل لمجتمع الدراسة وستكون المقابلة المقننة هي أداة البحث الرئيسة، خرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها: أن استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل يُسهم في زيادة نشر محتوى برامج الإذاعة، ويؤدي إلى زيادة التواصل بين الإذاعة وجمهورها، كما أن إذاعة هلا تمتلك منصة إعلامية رقمية متكاملة كأول محطة إذاعية إف إم في السودان تمتلك مثل هذه المنصة، ومن توصيات الدراسة: ضرورة الاهتمام بإنتاج محتوى أكثر للبودكاست لأنه يمثل مستقبل الإذاعات المسموعة الرقمية، توصي الدراسة أيضاً بالحرص على التطوير والتحديث المستمر لمنصة الإذاعة الإعلامية تقنياً وخدمياً ومواكبة كافة التطورات التي تحدث في مجال شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية

إذاعات الإف إم - إذاعة هلا - شبكات التواصل الاجتماعي - بودكاست - إذاعة رقمية

المقدمة

الدراسة في هذا السؤال: إلى أي مدى تستخدم إذاعة هلا fm شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ونشر المحتوى؟

أسئلة الدراسة

- ما مدى استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام إذاعة هلا والعاملين فيها لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- إلى أي مدى أسهم استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر محتوى برامجها؟
- ما الإشباع المتحققة من استخدام العاملين بإذاعة هلا 96 FM لشبكات التواصل الاجتماعي
- ما أثر استخدام العاملين بإذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني؟

أهمية الدراسة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الأشياء التي أحدثت نقلة نوعية كبيرة في حياة المجتمع ومع انتشار شبكة الإنترنت والفناء الإلكتروني أصبح التواصل والتقارب وتبادل الآراء سمة هذا العصر، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة عالمية واسعة الانتشار والاستخدام لما تتميز به من خصائص عديدة غيرت بها حياة الأفراد ودخلت في الجانب المهني للمؤسسات المختلفة والمؤسسات الإعلامية بصفة خاصة كالإذاعة المسموعة. ومن المعروف أن المحطات الإذاعية كافة أصبحت تستخدم هذه الشبكات في نشر محتوى برامجها للجمهور وكذلك للبقاء على تواصل دائم معه، الأمر الذي يحتم دراسة تأثير استخدامها على الجوانب التقنية والمهنية لهذه الوسائل.

مشكلة الدراسة

بظهور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الاتصال وتطور تطبيقاتها وتأثيرها على كافة وسائل الاتصال الأخرى تولدت مخاوف كبيرة من تأثير هذه الشبكات على وسائل الإعلام التقليدية بصفه عامة وعلى وسائل الإعلام المسموعة على وجه الخصوص، تتمثل مشكلة

السودان.

إذاعة هلا ٩٦ FM

هلا ٩٦ إف إم محطة إذاعية تبث برامجها من مدينة الخرطوم بخارطة برامجية متنوعة بين البرامج اليومية والأسبوعية.

شبكات التواصل الاجتماعي

هي عبارة عن وسائل اتصال تسعى لتحقيق الانجذاب الاجتماعي والتواصل التفاعلي بين الأفراد باستخدام أعلى وأدق تكنولوجيات الإعلام والاتصال، إذ تركز على قواعد إلكترونية وتكنولوجية بهدف تحويل عملية الاتصال إلى حوار تفاعلي^٢. وارتبط ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بظهور الجيل الثاني من الواب ٢.٠ WEB الذي أحدث ثورة فعلية في عالم الإنترنت وشكل ما أصبح يعرف بالعالم الافتراضي^٣.

أولاً: الإطار النظري للدراسة

إذاعة هلا إف إم

انطلقت «هلا ٩٦ إف إم» في النصف الثاني من مارس العام ٢٠١٤م، وفي ٢٠١٧ كان الميلاد الذي تجدد ثانية بمنصات التواصل التي نقلت الصورة مع الصوت كأول إذاعة رقمية مرئية في السودان عبر البث المباشر بمنصتها الرقمية الأولى من نوعها في السودان ومواقع التواصل الاجتماعي. تخدم إذاعة «هلا ٩٦ إف إم» في مجالات عديدة مختلفة تتعلق بالإعلام والإعلان، وأهمها:

- الإعلام المسموع عبر الموجة القصيرة FM 96.
- الإعلام المرئي عبر البث المباشر على المنصة الإعلامية الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- الإعلام المقروء عبر الموقع الإلكتروني.
- صناعة المحتوى عبر متخصصين وإدارة إبداعية.
- الدعاية والإعلان عبر القسم الهندسي وقسم الانتاج الفني^٤.

وفق إستراتيجية عمل متكاملة بأحدث الأساليب والتقنيات لتحقيق التميز والريادة في جودة الصوت والصورة مع المحتوى الإبداعي والخلق الجدير بالمتابعة. وكان ذلك مع العمل الدؤوب على التطوير المستمر بالاستعانة بالخبرات المحلية الوطنية والكفاءات العالمية في المجال بشراكات ذكية وفرت التدريب والتأهيل اللازم ، ليكون الميلاد الثالث بتدشين موقع هلا «٩٦ إف إم» الإلكتروني بشعار (سماحة السمع والشوف) الموقع المتنوع بين الإخباري اليومي، مع مكتبة رقمية ذات تنوع عالي في قوالب وأنواع المحتوى بين البودكاست والمقالات الساخنة والإنفوغرافكس، مع خدمة البث المباشر للإذاعة إف إم ٩٦.

تنبع أهمية الدراسة من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي والدور الإعلامي المهم الذي تقوم به، إذ أصبحت تشكل مصدرا للمعلومات والأخبار والاتصال بالنسبة للمؤسسات الإعلامية وللإعلاميين وتأثيرها على كل أشكال العمل الإعلامي وكذلك المنافسة الكبيرة بين كافة الوسائل الإعلامية خاصة الإذاعات المسموعة من أجل الحصول على المعلومات ونشر المحتوى على أوسع نطاق وتيسيرها لعملية الوصول إلى المستمعين.

أهداف الدراسة

- الكشف عن ما إذا كان استخدام وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي يساهم في زيادة نشر المحتوى وربط الإذاعة بجمهورها.
- التعرف على أهم الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها إذاعات ال FM خاصة إذاعة هلا ٩٦ FM.
- التعرف على أسباب ودوافع استخدام العاملين بإذاعة هلا ٩٦ FM لشبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة أثر استخدام العاملين بإذاعة هلا ٩٦ FM لشبكات التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني.

منهج الدراسة وأدواتها

سيعتمد الباحث على أسلوب المسح الشامل وهو الأسلوب الذي يدرس فيه الباحث جميع مفردات أو عناصر المجتمع المراد بحثه ويستخد للتحصول على معلومات تفصيلية عن جميع مفردات المجتمع على عكس نظام العينات والذي يدرس فيه الباحث بعض مفردات المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي، وانطلاقاً من طبيعة الدراسة فإن الباحث سيعتمد على أداة المقابلة المقتنة كأداة للدراسة.

مجتمع الدراسة

تم تحديد مجتمع الدراسة في العاملين بإذاعة هلا وينطبق وصف العاملين على كل الإعلاميين العاملين بإذاعة هلا ٩٦.

مصطلحات الدراسة

استخدام

هو الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة في استخدام ممارسة الفعل على التكنولوجيا والتي تدخل في سياق ممارسة ما (استهلاك، اتصال، تسليّة)^٥.

إذاعات ال FM

هي طريقة للبث الإذاعي عالي الدقة يوفر صوت أكثر دقة ووضوح من تقنيات البث الأخرى مثل ال AM وتستخدم على نطاق واسع في

١ الصادق الحامي - المسألة النظرية لمفهوم الإعلام، مجلة إذاعات الدول العربية، العدد ٢٠٠٥، ١٦

٢ نهلة حفيظي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية: دراسة تحليلية مسحية لاستخدامات وتأثيرات الانترنت في الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، الجزائر، ٢٠١١

٣ ٢٠١٢، ص: ٤٨

٤ هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد ٢٠، سبتمبر ٢٠١٥، ص: ٢٢٤

٥ <https://mobile.facebook.com/hala96fm/about?lst>

٥ نفس المصدر السابق

برامج إذاعة هلا إف إم

البرمجة العامة برمجة موزعة على كل أيام الأسبوع^٦

اسم البرنامج نبذه عن البرنامج

شاي وقهوة	برنامج خدمي لخدمة المجتمع يعرض كل ما يدور في البلد كأسعار المواد الغذائية - حالات الطقس .. إلخ.
هلا وهن	برنامج يهتم بفئة المرأة باعتبارها أهم أركان المجتمع وكل ما يهمها من الأسرة والتربية الصحيحة وخلافه.
كلام جرائد	يعرض أقوال الصحف اليومية مع تعليقات عليها دون تحوير لهذه التعليقات.
زمن إضافي	برنامج رياضي يهتم بكل الأنشطة الرياضية ويقدمها للمستمع.
سودان جديد	برنامج سياسي حوارى يتطرق للراهن السياسي في البلد ويناقشه من كل الزوايا.
المحطة الجاية	برنامج اجتماعي يتعرض لقضايا تهم الناس ويقدمها في قالب اجتماعي.
كرسي النص	برنامج منوع يقدمه عدد من المذيعين يقسم لموضوعات سياسية ودراما اجتماعية وتعليم وغيرها من الموضوعات من منظور الشباب.

البرمجة الأسبوعية تعرض هذه البرامج في عطلة نهاية الأسبوع أيام الجمعة والسبت^٧

اسم البرنامج نبذه عن البرنامج

جنة القرب	برنامج ديني يبث صباح كل جمعة ويقدمه أحد الشيوخ.
حلاوة وشقاوة	برنامج للأطفال يقدمه مجموعة من المذيعين الأطفال ويستضيف فئة الأطفال.
الجمعة الجامعة	برنامج منوع يستضيف مجموعة من الضيوف داخل الاستديو لمناقشة موضوعات مختلفة.
كفارة وسلامتك	برنامج طبي بحث يستضيف متخصصين في الحقل الطبي ويستقبل الأسئلة من الجمهور للرد عليها.
ساعتين ونصف وخمسة	برنامج ترفيهي بحث يتطرق لموضوعات حساسة في المجتمع ويقدمها في قالب كوميدى.
صباح هلا	برنامج يستعرض كل ما قدم من برامج في إذاعة هلا من الخميس للسبت عطلة نهاية الأسبوع.

ستايل

برنامج يقدم الموضة وكل ما يتعلق بها.

إفادة وتوقيع

برنامج حوارى يستضيف فئات عديدة من المجتمع ويناقش قضايا تهم المجتمع لمحاولة إيجاد حلول لها.^٨

ملحوظة: هناك برمجة خاصة بالمناسبات العامة كالأعياد والمناسبات الدينية والاحتفالات وخلافه.

شبكات التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات مثل CLASSMTES.COM عام ١٩٩٥ للربط بين زملاء الدراسة وموقع SIXDEGREES.COM عام ١٩٩٧ وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام ١٩٩٥ و ٢٠٠١،^٩

لقد شهدت شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة، وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات، وتحقيق مختلف الإشباع، حيث يمكن تقسيم الشبكات التواصل الاجتماعي إلى شبكات Online وتطبيقاتها مثل الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب، والمدونات، شبكات الدردشة والبريد الإلكتروني، فهي بالنسبة للإعلان تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث^{١٠}.

وأصبحت شبكات الإعلام الجديد اليوم تلعب دوراً كبيراً على الشبكة العنكبوتية، بل أصبحت تتعدى الفضاء الافتراضي لتدخل للواقع اليومي للملايين في كل أنحاء العالم، وذلك نظراً لانتشار الشبكات الاجتماعية التي دخلت على كل المجالات، لتتجه نحو التخصص^{١١}.

ونعيش اليوم عصر وسائل التواصل الاجتماعي، وإن الفيسبوك وتويتر وجوجل ولينكدان، جميعها أمثلة على التحول السريع في حياة الناس، التفاعلات والهوايات والنقاشات والآراء، ساحة جديدة يختلط فيها العام بالخاص، وإلى مشاع اجتماعي رقمي واسع، ويجري هذا التحول على نطاق واسع وغير مسبوق، لك أن تعرف أنه في الفيسبوك وحده، تجري إضافة مليون صورة يومياً، وكذلك تضاف مليون تغريدة إلى تويتر، وأربعة مليارات مشاهدة فيديو يومياً على يوتيوب^{١٢}.

^٦ <https://hala96.com>

^٧ محمد هاشم محمد - مدير قسم مواقع التواصل الاجتماعي بإذاعة هلا - مقابلة شخصية - إذاعة هلا يوم السبت 1/4/2023 الساعة الثامنة مساءً.

^٨ علي محمد نور - معد ومذيع بإذاعة هلا - مقابلة شخصية - إذاعة هلا يوم السبت ٢٠٢٣/٤/١ الساعة التاسعة مساءً.

^٩ ماهر عودة الشمايلة وآخرون - تكنولوجيا الإعلام والاتصال - دار الإعمار العلمي - ط١ - عمان، الأردن - ٢٠١٥ ص: ٢١٠

^{١٠} ممدوح رضا الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٦، ص١٦٧

^{١١} أحمد سمير عبد الهادي زيد، إعلام الشباب والبث الواحد، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ط١، ٢٠١٧، ص١٧

^{١٢} السير ديفيد أوماند وآخرون، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط١، ٢٠١٤، ص٩.

تم إجراء اختبار قبلي على عينة من مجتمع الدراسة قدرها (٢٠٪) للتأكد من وضوح الأسئلة، وبناءً على آراء المحكمين ونتيجة الاختبار تمت إعادة ترتيب بعض الأسئلة وإضافة أخرى، وللتأكد من ثبات الاستمارة تم إعادة تطبيق استمارة المقابلة على (٢٠٪) من مجتمع الدراسة وحصلت على معامل ثبات عالي بلغ (٨٧٪).

أساليب المعالجة الإحصائية

تم التعامل إحصائياً مع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية STATISTICAL (SPSS) (PACKAGE FOR SOCIAL SCIENCE)، كما تمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية وذلك على النحو التالي:

١. معامل ألفا كرونباخ للتأكد من درجة ثبات المقياس.
٢. استخراج الجداول التكرارية البسيطة التي تحتوي على العدد والنسبة المئوية لإجابات المبحوثين.
٣. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
٤. مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة الموافقة على كل عبارة.

تحليل نتائج المقابلات المقننة

جدول (١)

يوضح التوزيع التكراري

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
59%	13	ذكر
41%	9	أنثى
100%	22	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن مجتمع البحث شمل الجنسين وكانت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور ٥٩ ٪ من النسبة الكلية، في حين بلغت نسبة الإناث ٤١ ٪ من النسبة الكلية، وهي نسب متقاربة تؤكد أن مجتمع الدراسة كان شاملاً من حيث النوع.

جدول (٢)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث الفئة العمرية

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
25 - 15	0	0%
35 - 26	10	45.5%

قسم مواقع التواصل الاجتماعي

بدأ قسم السوشيال ميديا بإذاعة هلا مع بداية الإذاعة في مارس ٢٠١٤، لكن لم تكن هناك رؤية في ذلك الوقت لمدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي حيث كان يستخدم فقط للترويج لبرامج الإذاعة، لكن مع تحول الإذاعة إلى إذاعة رقمية ومرئية تطور القسم وأصبح هناك محتوى كبير من برامج الإذاعة يثبت على شبكات التواصل الاجتماعي لتتمكن الإذاعة من الحفاظ على جمهورها وتتفاعل معه، يقوم القسم الآن بدراسة وتحليل التفاعل مع المحتوى المعروض ومعرفة الفئات التي تتابع الإذاعة ونسبة الذكور والإناث، حيث تمكن هذه البيانات الإذاعة من معالجة أي قصور^{١٣}.

المنصة الإعلامية لإذاعة هلا

تمتلك إذاعة هلا منصة إعلامية متكاملة تحتوي على الأخبار والاعمدة الصحفية والبودكاست وبرنامج الإذاعة التي تبث مباشر على شبكات التواصل الاجتماعي، وتعد هذه المنصة أول منصة لإذاعة FM متكاملة في السودان، وتعد إذاعة هلا من الإذاعات التي تستوفي شروط إذاعة FM وإذاعة مرئية وبودكاست في نفس الوقت، ومن خطط الإذاعة المستقبلية التي تسعى لتحقيقها العمل على تطوير تطبيق هلا على منصات التواصل الاجتماعي^{١٤}.

ثانياً: الدراسة الميدانية

نوع الدراسة ومنهجها

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي استخدام إذاعات الإف إم لشبكات التواصل الاجتماعي، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الميداني بهدف جمع المعلومات والحقائق الخاصة باستخدام إذاعات الإف إم لشبكات التواصل الاجتماعي.

مجتمع وعينة الدراسة

تحدد مجتمع الدراسة من العاملين بإذاعة هلا والبالغ عددهم (٢٢) وهم الإعلاميين العاملين بالإذاعة بعد حذف الطاقم الإداري والمالي وموظفي المستقبل، حيث لجأ الباحث إلى أسلوب المسح الشامل، نظراً لمحدودية مجتمع البحث المنحصر في العاملين بالإذاعة مما يتيح للباحث إمكانية الوصول إليهم، إضافة إلى أن عدم تشتت مجتمع الدراسة ووجودهم في مقر الإذاعة سمح للباحث الوصول لهم جميعاً.

أداة الدراسة

جمع الباحث البيانات الميدانية عن طريق استمارة المقابلة المقننة واشتملت الاستمارة على (٩) محاور يحتوى كل محور على عدد من الفقرات، وتم ملء الاستمارات خلال شهر مارس ٢٠٢٣.

الصدق والثبات

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة المقابلة على مجموعة من المحكمين المتخصصين وذلك لقياس صدقها والتأكد من صلاحيتها، كما

١٣ محمد هاشم محمد - مصدر سابق.

١٤ نفس المصدر السابق.

العاملين بإذاعة هلا بنسبة ٤٢,٢% لكل فئة، ويرجع ذلك لسبب مهم وهو أن معظم مذيعي إذاعة هلا هم معدي برامج في نفس الوقت، أي يعدون برامجهم ويقدمونها، وبلغت نسبة من يعملون في قسمي مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق ٧,٨% من النسبة الكلية لعدد المبحوثين.

جدول (٥)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث درجة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
استخدمها دائماً	22	100%
استخدمها أحياناً	0	0%
أستخدمها أحياناً	0	0%
لا أستخدمها مطلقاً	0	0%
المجموع	22	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن كل مجتمع الدراسة يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بصورة دائمة وبنسبة ١٠٠٪، مما يعطي مؤشر ممتاز للباحث لمعرفة استخدام مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي داخل إذاعة هلا FM.

جدول (٦)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث عدد ساعات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	0	0%
من ساعة إلى ساعتان	1	4.2%
ساعتان إلى ثلاث ساعات	7	31.8%
من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات	11	50%
أكثر من خمس ساعات	3	13.6%
المجموع	22	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن ٥٠% من مجتمع البحث يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من ثلاث إلى خمس ساعات يومياً، في حين أن ٣١% منهم يستخدمونها من ساعتان إلى ثلاث يومياً، وبلغت نسبة من يستخدمها لأكثر من خمس ساعات يومياً ١٣,٦%، في حين كانت نسبة من يستخدمونها من ساعة إلى ساعتان ٤,٢%، وهو مؤشر جيد يبين أن مجتمع الدراسة يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بكثرة.

45.5%	10	45 - 36
9%	2	55 - 46
0%	0	55 فأكثر
100%	22	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن الفئتين العمريتين من ٣٦-٣٥ ومن ٣٦-٤٥ كانت هي الفئات الأكبر بين العدد الكلي للمبحوثين بنسبة ٤٥,٥% من النسبة الكلية، ثم تليهما الفئة من ٤٦-٥٥ بنسبة ٩% من النسبة الكلية، ولم يكن أي مبحث ضمن الفئات الأخرى، مما يؤكد أن معظم العاملين في إذاعة هلا هم من فئة الشباب.

جدول (٣)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث المستوى الدراسي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	0	0%
دبلوم وسيط	2	9%
جامعي	17	77.3%
فوق الجامعي	3	13.7%
المجموع	٢٢	١٠٠%

يتضح من الجدول أعلاه أن مجتمع الدراسة متنوع من حيث المؤهل العلمي، حيث بلغت نسبة الذين مستواهم الأكاديمي جامعي ٧٧,٣%، وكانت نسبة من يحمل مؤهل فوق الجامعي ١٣,٧%، بينما كانت نسبة من كان مستواهم التعليمي دبلوم وسيط ٩% النسبة الكلية. تؤكد هذه النسبة أن معظم العاملين بإذاعة هلا هم من أصحاب المؤهلات العلمية.

جدول (٤)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث طبيعة الوظيفة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مذيع	١٦	٤٢,٢%
معد برامج	١٦	٤٢,٢%
قسم وسائل التواصل الاجتماعي	٣	٧,٨%
قسم التسويق	٣	٧,٨%
المجموع	٣٨	١٠٠%

ملحوظة: المجموع هنا لا يساوي عدد المبحوثين لأنه يمكن للمبحوث اختيار أكثر من إجابة.

يتضح من خلال الجدول أعلاه تساوي نسبة فئتي المذيعين والمعديين

جدول (٧)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث درجة ثقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أثق بدرجة كبيرة	5	22.8%
أثق بدرجة متوسطة	15	68.2%
أثق بدرجة قليلة	2	9%
لا أثق مطلقاً	0	0%
المجموع	22	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن ٦٨٪ من مجتمع الدراسة يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، في حين أن ٢٢,٨٪ من نسبة المبحوثين يثقون فيها بدرجة عالية، و ٩٪ فقط من عدد المبحوثين يثق فيها بدرجة قليلة، في حين لم يجب أي مبحث بلا أثق مطلقاً.

جدول (٨)

يوضح التوزيع التكراري لأفراد مجتمع الدراسة من حيث المجموعات التي يشتركون فيها على شبكات التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مجموعات الأخبار	16	23.1%
مجموعات اجتماعية	13	18.8%
مجموعات سياسية	15	21.8%
مجموعات ثقافية	10	14.5%
مجموعات رياضية	10	14.5%
مجموعات ترفيهية	5	7.3%
المجموع	69	100%

ملحوظة: المجموع هنا لا يساوي عدد المبحوثين لأنه يمكن للمبحث اختيار أكثر من إجابة. يتضح من خلال الجدول أعلاه عند سؤال المبحوثين عن المجموعات التي يشتركون فيها على شبكات التواصل الاجتماعي كانت مجموعات الأخبار بنسبة ٢٣,١٪ ثم المجموعات السياسية بنسبة ٢١,٨٪ تليها المجموعات الاجتماعية بنسبة ١٨,٨٪، ثم المجموعات الثقافية والرياضية بنسبة متساوية بلغت ١٤,٥٪، وجاءت المجموعات الترفيهية في آخر القائمة بنسبة ٧,٣٪. وهذا يؤكد أن مجتمع الدراسة يشترك في معظم المجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٩)

استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي:

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق مطلقاً		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق مطلقاً		الفئات الفقرات
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
1	.0000	1.0000	%0	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	22	يُسهم في زيادة نشر محتوى برامج الإذاعة
3	.50965	1.5455	%0	0	0%	0	0%	0	54.6%	12	45.4%	10	التقاط بعض الأفكار لصناعة برامج جديدة
1	.0000	1.0000	%0	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	22	يؤدي إلى زيادة التواصل بين الإذاعة وجمهورها
2	.29424	1.0909	%0	0	0%	0	0%	0	9%	2	91%	20	يؤدي إلى معرفة مدى رضا جمهور الإذاعة على لبرامج المقدمة
4	.97590	2.0000	%0	0	9%	2	18.2%	4	36.4%	8	36.4%	8	مشاركة مستمعي الإذاعة في صناعة المحتوى من خلال تعليقاتهم الخاصة بمحتوى البرامج

كشفت الدراسة الميدانية، وكما هو موضح في الجدول أعلاه والمتعلق استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي تصدر كل من فقرتي «يُسهم في زيادة نشر محتوى برامج الإذاعة» و «يؤدي إلى زيادة التواصل بين الإذاعة وجمهورها» لفقرات هذا الجدول في المرتبة الأولى لكل منهما وبمتوسط حسابي (١,٠٠٠٠)، وجاءت في المرتبة الثانية فقرة «يؤدي إلى معرفة مدى رضا جمهور الإذاعة على لبرامج المقدمة» بمتوسط حسابي (١,٠٩٠٩)، ثم فقرة «التقاط بعض الأفكار لصناعة برامج جديدة» في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (١,٥٤٥٥) وجاءت في المرتبة الرابعة فقرة «مشاركة مستمعي الإذاعة في صناعة المحتوى من خلال تعليقاتهم الخاصة بمحتوى البرامج» بمتوسط حسابي (٢,٠٠٠٠).

يتضح من ذلك أن استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي يسهم في نشر محتوى البرامج ويمكن الإذاعة من التواصل الدائم مع جمهورها،

كما يؤدي إلى صناعة الأفكار الجديدة ويمكن المستمعين من المشاركة في صناعة محتوى البرامج من خلال التفاعل مع الإذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (١٠)

أسباب ودوافع استخدام مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي بالإذاعة:

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق مطلقاً		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق مطلقاً		الفئات الفقرات
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
8	1.3556	1.13643	4.5%	1	36.4%	8	27.3%	6	18.2%	4	13.6%	3	الحصول على الأخبار وإعادة نشرها
6	.84771	1.6364	0%	0	18.2%	4	31.8%	7	27.3%	6	22.7%	5	تبادل الآراء مع زملاء المهنة
1	.29424	1.0909	0%	0	5%	0	10%	0	9%	2	90.8%	20	مشاركة محتوى البرامج التي تقدمها الإذاعة مع الجمهور
4	.45584	1.2727	0%	0	0%	0	0%	0	27.3%	6	72.7%	16	مناقشة المحتوى المنشور مع الجمهور
7	1.25874	2.8182	9%	2	22.7%	5	27.3%	6	22.7%	5	18.2%	4	توطيد العلاقات مع زملاء المهنة
2	.39477	1.1818	0%	0	0%	0	0%	0	18.2%	4	81.8%	18	المساعدة على أداء مهام العمل الإذاعي وتحسين صورة الإذاعة
3	.55048	1.2727	0%	0	0%	0	4.6%	1	18.2%	4	77.2%	17	زيادة المعرفة بالمجتمع الذي تخاطبه الإذاعة
5	.73266	1.8182	0%	0	0%	0	18.2%	4	45.4%	10	36.4%	8	تقديم البيئة الإذاعية وإظهار كواليس الإذاعة للجمهور

كشفت الدراسة الميدانية، وكما هو موضح في الجدول أعلاه والمتعلق بأسباب ودوافع استخدام مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي بالإذاعة أن فقرة «يسهم في زيادة نشر محتوى برامج الإذاعة» جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (١,٠٩٠٩) وفي المرتبة الثانية فقرة «المساعدة على أداء مهام العمل الإذاعي وتحسين صورة الإذاعة» بمتوسط حسابي (١,١٨١٨)، وجاءت في المرتبة الثالثة فقرة «زيادة المعرفة بالمجتمع الذي تخاطبه الإذاعة» بمتوسط حسابي (١,٢٧٢٧)، ثم فقرة «مناقشة المحتوى المنشور مع الجمهور» في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (١,٢٧٢٧) وجاءت في المرتبة الخامسة فقرة «تقديم البيئة الإذاعية وإظهار كواليس الإذاعة للجمهور» بمتوسط حسابي (١,٨١٨٢). ثم في المرتبة السادسة فقرة «» بمتوسط حسابي (١,٦٣٦٤) وجاءت فقرة «توطيد العلاقات مع زملاء المهنة» في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢,٨١٨٢) وأخيراً في المرتبة الثامنة والأخيرة فقرة «الحصول على الأخبار وإعادة نشرها» بمتوسط حسابي (١,٣٦٤٣).

يتضح من ذلك أن دوافع استخدام مجتمع الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي بإذاعة هلا متنوعة إلا أن مشاركة محتوى البرامج التي تقدمها الإذاعة مع الجمهور وكذلك المساعدة على أداء مهام العمل الإذاعي وتحسين صورة الإذاعة ومناقشة برامجها مع الجمهور ومعرفة مجتمع الإذاعة كانت من أبرز دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالإذاعة.

جدول (١١)

الاشباع التي يحققها مجتمع الدراسة من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق مطلقاً		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق مطلقاً		الفئات الفقرات
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
2	.29424	1.0909	0%	0	0%	0	0%	0	9.2%	2	90.8%	20	البقاء على تواصل مستمر مع جمهور الإذاعة
4	.63109	1.7273	0%	0	0%	0	9.2%	2	54.4%	12	36.4%	8	متابعة مواقع الإذاعات الأخرى على شبكات التواصل الاجتماعي
3	.46756	1.1364	0%	0	0%	0	4.6%	1	4.6%	1	90.8%	20	لتزويد جمهور الإذاعة بالأخبار الفورية والعاجلة
1	1.218	1.0000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	22	معرفة آراء الجمهور حول برامج الإذاعة
2	.29424	1.0909	0%	0	0%	0	0%	0	9.2%	2	90.8%	20	لاستقطاب مزيد من المستمعين

يتضح من خلال الجدول أعلاه وعند سؤال المبحوثين عن الاشباعات التي يحصلون عليها من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أن فقرة «معرفة آراء الجمهور حول برامج الإذاعة» جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسائي (١,٠٠٠) في حين جاءت فقرتي «البقاء على تواصل مستمر مع جمهور الإذاعة» و «لاستقطاب مزيد من المستمعين» في المرتبة الثانية بمتوسط حسائي (١,٠٩٩) ثم فقرة «لتزويد جمهور الإذاعة بالأخبار الفورية والعاجلة» ثالثة بمتوسط حسائي (١,١٣٦) وجاءت فقرة «متابعة مواقع الإذاعات الأخرى على شبكات التواصل الاجتماعي» في المرتبة الرابعة بمتوسط حسائي (١,٧٢٧).

يتضح من ذلك أن غالبية المبحوثين ترى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تحقق الاشباع الكافي لهم وذلك من خلال معرفة آراء الجمهور حول برامج الإذاعة والتواصل معهم واستقطابهم لمتابعة برامجها، كما أنها تسمح لهم بتزويد الجمهور بالأخبار العاجلة ومتابعة المحطات النظرية.

جدول (١٢)

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء المهني للعاملين بإذاعة هلا:

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسائي	لا أوافق مطلقاً		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق مطلقاً		الفئات الفقرات
			النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
2	.29424	1.0909	%0	0	0%	0	0%	0	13.7%	3	86.3%	19	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من مشاركة أعمالهم مع الجمهور والحصول على الآراء والتعليقات لتحسين وتجويد المنتج الإعلامي
3	.35125	1.1364	%0	0	0%	0	0%	0	22.7%	5	%77.3	17	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من تحسين التغطية لمختلف الأحداث والمواضيع
1	.42893	1.2273	%0	0	0%	0	0%	0	9%	2	90.8%	20	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من تعزيز عملية جمع الأخبار
5	.35125	1.1364	%0	0	0%	0	0%	0	45.4%	10	54.6%	12	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من العثور على قصص صحفية جديدة
2	.29424	1.0909	%0	0	0%	0	0%	0	13.7%	3	86.3%	19	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من سرعة وسهولة البحث عن المعلومات
6	.94089	1.8636	%0	0	9%	2	9%	2	40.9%	9	40.9%	9	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من متابعة نشاطات الزملاء الإعلاميين وتبادل الخبرات مما يساهم في تحسين الأداء المهني
4	.80043	1.4545	%0	0	4.6%	1	4.6%	1	%18.1	4	72.7%	16	يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من العثور على ضيوف للمشاركة في برامج الإذاعة

يتضح من خلال الجدول أعلاه وعند سؤال المبحوثين عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء المهني للعاملين بإذاعة هلا أن فقرة «استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من تعزيز عملية جمع الأخبار» جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسائي بلغ (١,٢٢٧) في حين جاءت فقرتي «يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من سرعة وسهولة البحث عن المعلومات» و «يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من تحسين التغطية لمختلف الأحداث والمواضيع» ثالثة بمتوسط حسائي (١,١٣٦) وجاءت فقرة «يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من العثور على ضيوف للمشاركة في برامج الإذاعة» في المرتبة الرابعة بمتوسط حسائي (١,٤٥٤) وأخيراً فقرة «يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من العثور على قصص صحفية جديدة» في المرتبة الخامسة بمتوسط حسائي (١,١٣٦) وأخيراً فقرة «يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من متابعة نشاطات الزملاء الإعلاميين وتبادل الخبرات مما يساهم في تحسين الأداء المهني» في المرتبة السادسة بمتوسط حسائي (١,٨٦٦).

وتشير النتائج هنا حسب تكرارات الإجابة بأوافق مطلقاً وأوافق أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل العاملين بإذاعة هلا أدى إلى تحسين أدائهم المهني من خلال تعزيز جمع الأخبار وسرعة الوصول للمعلومة، كما أن مشاركة المحتوى مع الجمهور يساهم في تجويده عند استصحاب آراء الجمهور حول هذا المحتوى، كما يساهم استخدام الشبكات الاجتماعية في تبادل الخبرات مع زملاء المهنة الآخرين.

جدول (١٣)

يبين أهم الشبكات الاجتماعية التي تستخدم في إذاعة هلا من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الشبكات	التكرار	النسبة
١	فيسبوك	12	54.6%
٢	تويتر	4	18.4%
٣	يوتيوب	2	9%
٤	واتساب	0	0%
٥	انستغرام	2	9%
٦	فيسبوك ماسنجر	0	0%
٧	تلغرام	0	0%
٨	لنكد إن	2	9%
٩	سناپ شات	0	0%
١٠	تك توك	0	0%

يتضح من خال الجدول أعلاه ومن وجهة نظر مجتمع الدراسة أن موقع الفيسبوك يعد أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام بإذاعة هلا وبنسبة ٥٤,٥٪، وحل تويتر ثانياً بنسبة ١٨,٤٪، في حين جاء كل من يوتيوب وانستغرام ولنكد إن في المرتبة الثالثة بنسبة ٩٪.

ثالثاً: عرض النتائج ومناقشتها

عرض النتائج

١. بينت الدراسة أن كل العاملين في إذاعة هلا ٩٦ أف أم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ولساعات طويلة على مدار اليوم.
٢. أكدت الدراسة أن معظم العاملين بإذاعة هلا يشتركون في مجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي، منها الإخباري والاجتماعي والثقافي والرياضي والسياسي والترفيهي.
٣. اتضح من خلال الدراسة أن استخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل يُسهم في زيادة نشر محتوى برامج الإذاعة، ويؤدي إلى زيادة التواصل بين الإذاعة وجمهورها.
٤. اتضح من خلال الدراسة أن دوافع استخدام العاملين بهلا لشبكات التواصل الاجتماعي هو مشاركة محتوى البرامج التي تقدمها الإذاعة مع الجمهور في المقام الأول، ومن ثم المساعدة على أداء مهام العمل الإذاعي وتحسين صورة الإذاعة.
٥. أكدت الدراسة أن الاشباع التي يحققها مجتمع الدراسة من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في معرفة آراء الجمهور حول برامج الإذاعة، وكذلك البقاء على تواصل دائم مع الجمهور واستقطابهم للاستماع لبرامج الإذاعة.
٦. بينت الدراسة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثر بصورة إيجابية على الأداء المهني للعاملين بإذاعة هلا.

٧. يوجد قسم كامل لمواقع التواصل الاجتماعي بإذاعة هلا يقوم بنشر محتوى البرامج ويرصد ويتابع ردود الأفعال مع جمهور الإذاعة.

٨. بينت الدراسة أن إذاعة هلا تمتلك منصة إعلامية رقمية متكاملة كأول محطة إذاعية FM في السودان تمتلك مثل هذه المنصة.

٩. أكدت الدراسة أن قسم السوشيال ميديا بالإذاعة يقوم بتحليل البيانات الواردة على منصات الإذاعة ومعرفة أكثر الفئات التي تتابع الإذاعة ونسب الذكور والإناث وذلك لمعالجة المشكلات والقصور.

١٠. اتضح من خلال الدراسة أن موقع الفيسبوك هو أكثر المواقع التي تستخدمها إذاعة هلا في نشر محتوى البرامج، يليه موقع تويتر الذي تستخدمه الإذاعة في جمع بعض الإحصاءات والآراء.

مناقشة النتائج

أولاً السؤال المتعلق باستخدام إذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي

بناءً على تفريغ فقرات هذا السؤال والاستنتاجات المرتبطة بها تبين أن استخدام الإذاعة لشبكات التواصل الاجتماعي فعال بشكل كبير، واتضح ذلك من خلال إجابات المبحوثين حيث أن معظمهم كانت إجاباتهم بأوافق مطلقاً وأوافق على فقرات هذا السؤال، وكانت الإجابة بلا أوافق ومحايد بنسبة قليلة في حين لم يجب أي مبحوث بلا أوافق مطلقاً، وهذا يؤكد أهمية استخدام الإذاعة لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً السؤال المتعلق بأسباب ودوافع استخدام العاملين بإذاعة هلا لشبكات التواصل الاجتماعي

عند تفريغ فقرات هذا السؤال اتضح أن هناك تباين في إجابات المبحوثين على بعض الأسئلة، لكن ترى نسبة كبيرة منهم أن دوافع الاستخدام تتمثل في مشاركة محتوى البرامج مع الجمهور وكذلك مناقشة المحتوى مع الجمهور والمساعدة على أداء مهام العمل الإذاعي بالإضافة إلى زيادة المعرفة بالمجتمع الذي تخاطبه الإذاعة، وكانت إجابات المبحوثين على هذه الفقرات في معظمها بأوافق مطلقاً وأوافق.

ثالثاً السؤال المتعلق بالاشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

عند تفريغ فقرات هذا السؤال تبين أن كل الفقرات كانت الإجابات عليها بموافقة فالبقاء على تواصل مستمر مع الجمهور، ومعرفة آراء الجمهور حول البرامج، وكذلك استقطاب المزيد من الجمهور للإذاعة، وتزويد الجمهور بالأخبار العاجلة كلها اشباعا يحققها العاملين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

رابعاً السؤال المتعلق أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء المهني للعاملين بإذاعة هلا

بناءً على تفريغ فقرات هذا السؤال تبين أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر بصورة إيجابية وكبيرة على الأداء المهني للعاملين بإذاعة هلا.

التوصيات

١. يوصي الباحث بتدريب وتطوير مهارات العاملين بإذاعة هلا على استخدام منصات التواصل الاجتماعي كمنصة إعلامية مهمة يؤدي استخدامها إلى تعزيز الصورة الذهنية للجمهور نحو الإذاعة وبرامجها.
٢. ضرورة التعجيل بتطوير تطبيق هلا على منصات التواصل الاجتماعي لأهميته في تعزيز استخدام إذاعة هلا لهذه المنصات في نشر المحتوى والتواصل مع الجمهور.
٣. ضرورة الاهتمام بإنتاج محتوى أكثر للبودكاست لأنه يمثل مستقبل الإذاعات المسموعة الرقمية.
٤. ضرورة المحافظة على تواصل دائم مع جمهور الإذاعة على منصات التواصل الاجتماعي، مما يسهم في استمرار علاقة الجمهور مع الإذاعة واستقطاب جمهور أكثر.
٥. الحرص على التطوير والتحديث المستمر لمنصة الإذاعة الإعلامية تقنياً وخدميًا ومواكبة كافة التطورات التي تحدث في مجال شبكات التواصل الاجتماعي.
٦. الاهتمام بمتابعة ومعرفة محتوى إذاعات الإف إم المنافسة والاستفادة منها في تحسين جودة الأداء وتقديم الجديد والمختلف.
٧. إذا كانت هذه الدراسة أجريت فقط على إذاعة هلا نوصي أن تجري مزيد من الدراسات خاصة الدراسات المقارنة لمعرفة أثر استخدام إذاعات الإف إم في السودان لشبكات التواصل الاجتماعي.

المصادر والمراجع

١. الصادق الحمامي - المسألة النظرية لمفهوم الإعلام، مجلة إذاعات الدول العربية، العدد ٣، ٢٠٠٥.
٢. نهلة حفيظي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية: دراسة تحليلية مسحية لاستخدامات وتأثيرات الانترنت في الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، الجزائر، ٢٠١٢/٢٠١١.
٣. هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد ٢٠، سبتمبر ٢٠١٥.
٤. <https://mobile.facebook.com/hala96fm/about?lsl>
٥. <https://hala96.com>
٦. محمد هاشم محمد - مدير قسم مواقع التواصل الاجتماعي بإذاعة هلا - مقابلة شخصية - إذاعة هلا يوم السبت ٢٠٢٣/٤/١ الساعة الثامنة مساءً.
٧. علي محمد نور - معد ومذيع بإذاعة هلا - مقابلة شخصية - إذاعة هلا يوم السبت ٢٠٢٣/٤/١ الساعة التاسعة مساءً.
٨. ماهر عودة الشمايلة وآخرون - تكنولوجيا الإعلام والاتصال - دار الإعصار العلمي - ط ١ - عمان، الأردن - ٢٠١٥.
٩. ممدوح رضا الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٦.
١٠. أحمد سمير عبد الهادي زيد، إعلام الشباب والبلث الوافد، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ط ١، ٢٠١٧.
١١. السير ديفيد أوماند وآخرون، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط ١، ٢٠١٤.

البودكاست الاستقصائي وتشكيل الرأي العام أثناء الأزمات (أزمة كورونا أمودجا)

د. بو خلفه خديجة

جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر

Boukhalfakhadidja1@gmail.com

ملخص

تتناول هذه الورقة البحثية موضوع موسوم ب: البودكاست الاستقصائي وتشكيل الرأي العام أثناء الأزمات، أزمة فيروس كورونا أمودجا، حيث ينصب الاهتمام اليوم بتجربة البودكاست كمنصة جديدة في صناعة المحتوى الرقمي لتجاوز النقاش العشوائي للمستخدم في المنصات الاجتماعية والتدفق الإخباري عبر الوسائل التقليدية وصولاً إلى تكوين اتجاهات وتشكيل آراء حول قضايا تهم الجمهور أثناء وبعد الأزمات.

وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف على دور البودكاست الاستقصائي كتقنية جديدة في تشكيل الرأي العام حول التفكيح ضد فيروس كورونا، وإبراز تحديات التدوين الصوتي في إعادة صياغة مفهوم التوثيق الاستقصائي الصحفي في ذهن المتلقي من أجل تحقيق مبدأ التوعية والتحسيس بمخاطر الأزمات خاصة في فترة جائحة كوفيد ١٩ بالعالم والوطن العربي عامة والجزائر خاصة، بالإضافة إلى التعرف على مدى مساهمة البودكاست الاستقصائي في تشكيل الوعي الاجتماعي والصحي لدى الفرد الجزائري خاصة شريحة الشباب.

الكلمات المفتاحية

التدوين الصوتي؛ البودكاست الاستقصائي؛ الرأي العام؛ الأزمات؛ فيروس كورونا

الإشكالية

المرض وتنوير الرأي العام بالمعلومات والاحصائيات حيث كان للبودكاست الاستقصائي تجربة ودور في التوعية الصحية بضرورة التفكيح والتحسيس بمخاطر الأزمة أثناء وبعد الجائحة من أجل تحقيق ما يعرف بالوعي الصحي والاجتماعي للأفراد وتزويدهم بالمعلومات. وهذا يقودنا لطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تتم المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا من خلال البودكاست الاستقصائي لتشكيل رأي عام حولها؟

التساؤلات الفرعية

- ما هي أهم المواضيع المعالجة في البودكاست الاستقصائي للوصول لتشكيل رأي عام؟
- ما هي اتجاهات المعالجة في البودكاست الاستقصائي مجال الدراسة؟
- ما طبيعة اللغة الموظفة في البودكاست الاستقصائي عينة الدراسة؟
- ما هي القوالب الفنية المعتمدة في البودكاست الاستقصائي محل الدراسة؟

أهمية الدراسة

- أهمية الموضوع كونه يركز على الإعلام الجديد والتدوين الصوتي وما أفرزه من تحولات عميقة في العالم اليوم وفي مجتمعاتنا خاصة.

أفرزت ثورة المعلومات التي يعيشها العالم اليوم انتشارا واسعا لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في عدة مناحي الحياة الانسانية حيث رافق انتشارها عدة تغييرات وعلى رأسها ظهور جملة من المفاهيم الجديدة متمثلة في الإعلام الجديد بحكم التفاعل بين التقنية والجمهور على أساس الحاجات والرغبات، وفي ظل سيطرة البيئة الاتصالية الرقمية الحديثة والاعتماد المتزايد على المنصات الاجتماعية في صناعة المضامين والمحتويات الرقمية تحاول التقنيات الجديدة معالجة عدة قضايا تهم المجتمع كالقضايا السياسية والاجتماعية والصحية والاقتصادية لإبداء الآراء حيالها بكل حرية من خلال مبدأ النقاش.

ومن جهة أخرى تحاول وسائل الإعلام التقليدية مواكبة التقنيات التكنولوجية التي تستحوذ على دائرة اهتمام الجمهور، ومن هذه التقنيات والتطبيقات الصوتية والمرئية نجد التدوين الصوتي تحت مسمى البودكاست كبديل لوسائل الاتصال الجماهيرية وكمنصة لتحري والاستقصاء المعمق القائم على الدقة والموضوعية في انتاج المادة الإعلامية الاستقصائية ومناقشة الآراء المختلفة حيث تتجاوز بذلك التدفق الإخباري المعتاد عبر الإعلام التقليدي و النقاش العشوائي للقضايا الجادة والآنية التي تهم الرأي العام خاصة أثناء وبعد الأزمات للوصول لتكوين آراء حولها.

وفي سياق متصل، فرضت جائحة كورونا في العالم عامة والوطن العربي خاصة عدة إجراءات وتحديات لتعزيز المرافق الصحية للسيطرة على

- أهمية القضايا الصحية لما تحدثه من تغييرات سلوكية وفكرية خاصة بالمواضيع التي تخص أزمة كورونا.
- أهمية البودكاست الاستقصائي كنوع جديد للنقاش الجاد وتكوين آراء حول الأزمات ضمن ما يعرف بالاتصال الأزمة.

أهداف الدراسة

- الكشف على دور البودكاست الاستقصائي كتقنية جديدة في تشكيل الرأي العام حول تلقيح ضد فيروس كورونا.
- إبراز تحديات التدوين الصوتي في إعادة صياغة مفهوم التوثيق الاستقصائي للصحفي في ذهن المتلقي من أجل تحقيق مبدأ التوعية والتحسيس بمخاطر الأزمات خاصة في فترة جائحة كوفيد ١٩.
- التعرف على مدى مساهمة البودكاست الاستقصائي في تشكيل الوعي الاجتماعي والصحي لدى الأفراد خاصة شريحة الشباب.

مفاهيم الدراسة

الإعلام الجديد:

الأشكال والخدمات الإعلامية الجديدة كافة التي تعتمد على وسائط البث الرقمية، التفاعلية والوسائط المتعددة، وأن نشأتها ونموه وانتشاره مرتبط بشبكات المعلومات الدولية (الانترنت) والتطورات التقنية المتواصلة في البث عبر الشبكة وفي البث الرقمي بوجه عام (راضي، ٢٠١٧، صفحة ٧٥).

البودكاست:

هي ملفات الصوتية من نوع أم بي ثري MP3 مع إضافة برمجية خاصة للجمع وقراءة عناوين مثل برنامج RSS أو برنامج Atom للبحث عن ملفات البث الجديدة وتنزيلها تلقائياً مما يطلق عليه تكنولوجيا الدفع ويطلق على الملفات اسم بودكاست Podcast وهي ليست أغاني أو موسيقى فقط كما بدأت أولاً بل تشمل برامج إذاعية، الغناء، الشعر والدراما والرياضة والتعليق على الأحداث السياسية والأخبار (صادق، ٢٠٠٨، صفحة ٢٢٨).

البودكاست الاستقصائي:

هو تقنية صوتية تعتمد على استخدام الرواية الصوتية في التحقيقات الاستقصائية ومج البيانات والأدلة فيها مثل القصص المتعلقة بالجريمة والقصص الانسانية مع مشاركة الجمهور في إبداء وجهات نظرهم في الموضوع المطار.

الرأي العام:

يعرفه السيد محمد خيرى هو نتيجة تفاعل الآراء التي تصل إليها جماعة ما في موضوع من الموضوعات، ويكون مثال صراع واهتمام، وإن هذا الرأي ينبع بعد تداول الآراء المختلفة سواء المؤيدة أو المعارضة متسقا مع اتجاهات وقيم الجماعات، وهو يختلف عن رأي كل فرد بمفرده، كما أنه ليس عملية جمع أو تقريب بين الآراء فهو نتاج تفاعل بين الآراء المختلفة (علي، ٢٠٠٨، الصفحات ٣١١ - ٣١٢).

الأزمات:

الأزمة هي العملية التي تتضمن خمس مراحل أساسية، هي اكتشاف إشارات الإنذار المبكر والاستعداد والتأهب للوقاية من الأزمة واحتواء الخطر والتقليل من الآثار السلبية، وزيادة الإيجابيات، واستعادة النشاط وفي النهاية التعلم واكتساب الخبرة، ومنه فالأزمة حقيقة من حقائق الحياة الثابتة، وتحظى التحديات الداخلية والخارجية باهتمام الأنظمة الحاكمة التي تعمل جاهدة على إدارة الأزمات التي تنشأ عن التهديدات والتحديات إدارة ناجحة تنتهي إلى تجنبها أو حلها أو التخفيف من نتائجها (هويدي، ١٩٩٣، صفحة ٥٧).

كوفيد ١٩:

يعد فيروس كورونا Coronavirus أحد الفيروسات الشائعة التي تسبب عدوى الجهاز التنفسي العلوي، والجيوب الأنفية، والتهابات الحلق، اكتشف المرض في ديسمبر ٢٠١٩ في مدينة ووهان وسط الصين، وأطلق عليه اسم ٢٠١٩-nCoV حيث صنفته منظمة الصحة العالمية في ١١ مارس ٢٠٢٠ جائحة (بوعموشة، ٢٠٢٠، الصفحات ١٢٥ - ١٢٦).

منهج الدراسة

اعتمدت الورقة البحثية على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف تجربة البودكاست الاستقصائي ودوره في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات خاصة أزمة فيروس كورونا كميًا وكيفيًا.

حيث يعتبر المنهج الوصفي من المناهج الأكثر ملاءمة للدراسات الوصفية من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة، والتي تحدد نوع البيانات ومصدرها، وطرق الحصول عليها (الحמיד، ١٩٩٣، الصفحات ١٢١-١٢٨)، ولقد تم الاستعانة به في دراستنا لأنه المنهج الأنسب لتسجيل وتفسير مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة، والوضع الراهن لنظام أو جماعة أو فئة، ويقوم على تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها، حيث يهدف إلى الوصول إلى البيانات يمكن تصنيفها وتعميمها.

أما من ناحية أدوات جمع البيانات فقد تم الاعتماد على الملاحظة البسيطة وأداة تحليل المضمون لاستنتاج الرسائل داخل النصوص والأطر الزمانية والمكانية للنص والقوالب الفنية المعتمدة، وكذا معرفة الاتجاهات والمواضيع المعالجة ضمن البودكاست الاستقصائي.

مجتمع البحث وعينته

تمثل مجتمع الأصلي في بودكاست الجزيرة كمجتمع أساسي، وذلك بهدف التعرف على المواضيع المعالجة والقوالب الفنية واللغة المستخدمة، وكذا اتجاهات الطرح وسمات الخطاب المستخدم.

ومن هنا تم تحليل عدة حلقات من بودكاست بعد أمس التي يتم انتاجه داخل الجزيرة باستخدام العينة العشوائية البسيطة التي قوامها ٠٦ حلقات والمعالجة لموضوع فيروس كورونا ضمن قالب البودكاست الاستقصائي، كما هي مبينة في الجدول الآتي:

اسم الحلقة	المدة الزمنية	تاريخ بث الحلقة
كورونا متى الخلاص	21 د	31/ 07/ 2021
عام دراسي جديد ... في زمن الكوفيد	20 د	25/08/2021
أطفالنا وكورونا	23 د	18/09/2021
كورونا فرج قريب	19 د	26/10/2021
هل تتفكك التجارة العالمية؟	21 د	4/04/2022
هل تصمد العولمة أمام أزمة سلاسل التوريد؟	18 د	22/12/2022

ملاحظة

توجد حلقات بودكاست عالجت موضوع فيروس كورونا ولم يتم نشرها على المنصة حيث أكدت ذلك الباحثة سميرة اليعقوبي في دراسة أجرتها حول البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى أن البرامج المقدمة يتم إنتاجها بالتعاقد الخارجي مع شركات خارجية، وهي برامج يتم الاطلاع عليها بعد انتاجها لتقديم ملاحظات دورية قبل السماح بنشرها على المنصة.

بطاقة تقنية عن البودكاست بعد أمس

يعتبر من البرامج التي تبثها بودكاست الجزيرة، وهو بودكاست يومي يزود المستمع بما يحتاجه لمعرفة عن القضايا الراهنة بطريقة حكاية تجمع بين الإثراء والتشويق، تقدمه الصحفية خديجة بن قنة وتستضيف في كل واحدة من حلقاته ضيفا يلقي الضوء على زاوية مختلفة وجديدة. ومنه فبودكاست بعد أمس يهتم بمتابعة الأحداث السياسية التي يغلب عليها الطابع التحليلي حيث يعتمد أكثر على المحتوى الحوارى القائم على المقابلة الصحفية مع المتخصصين والمحللين المعنيين بالقضية المطروحة لتشكيل رأي عام حولها.

سيرورة سيناريو حلقة بودكاست بعد أمس: (اليعقوبي، ٢٠٢٠،

الصفحات ١٦-١٧)

تعد عملية صناعة أو كتابة حلقة بودكاست محورا أساسيا في نجاح المضمون، حيث تعزز هذه العملية الامكانيات والفرص، حيث يركز بودكاست بعد أمس في انتاجه على ثبات مستوى المحتوى بصورة يومية و مناسبة في تغطية الأحداث والقضايا الآتية.

وتتم عملية صناعة محتوى بودكاست بعد امس على جملة من الاجراءات الانتاجية متمثلة في المراحل الآتية:

- الانتقاء الذاتي للموضوعات المقترحة وجدولة الموضوعات وفق جدول أعمال وهي عملية جمع الأخبار والبحث عن المعلومات ووضعها في خارطة النشر وفق سياقاتها المهمة بالنسبة للمتلقين

و آنتيتها لتنتهي هذه المرحلة بتوزيع المهام على المنتجين المختصين بإعداد المحتوى وفقا لاهتماماتهم وخلفياتهم المعرفية ومستوى ارتباط هذه القضايا بهم.

- البحث المبدئي الاستطلاعي: حيث يركز على تعزيز الفهم العام للقضية والشعور بالاندماج التام معها وبالتالي القدرة على وضع معايير عامة للموضوع من حيث أسبابه وتداعياته والفاعلون فيه والنتائج المترتبة.

- الاجتماع التحريري المصغر واختيار الضيف.

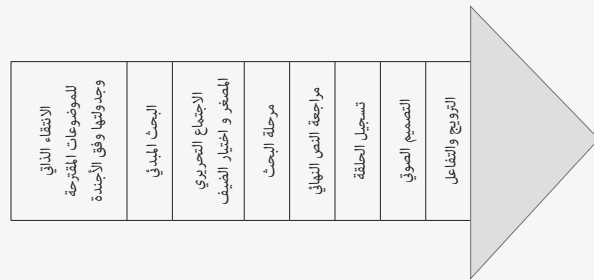
- مرحلة التعمق في البحث واستحضار التساؤل الجوهرى للبرنامج ممثلا مرجعية لعملية البحث اللازمة حول الموضوع.

- تسجيل الحلقة انطلاقا من سكريبت البودكاست باعتباره الدليل الموضح لمسار العمل والمبين للمراحل الأساسية في الحلقة.

- التصميم الصوتي: حيث يعزز التصميم الصوتي من جودة البودكاست من حيث تقنية الصوت عبر التحكم في مساحتها في العمل وبالتالي إخراج الحلقة من قالبها الجامد إلى قالب أكثر حيوية وتشويقا من حيث المؤثرات الصوتية المتزامنة مع الأفكار المقدمة.

- الترويج والتفاعل عبر المنصات الاجتماعية وتطبيقات البودكاست لتحقيق الانتشار الواسع وجذب الجمهور للمتابعة.

مخطط يوضح سيرورة سيناريو حلقة بودكاست بعد أمس



المصدر: (سميرة اليعقوبي، ٢٠٢٠، ص ١٦)

البودكاست الاستقصائي والرأي العام

يقول عالم الاجتماع ألبرت الباندورا Albert bandoura: "أن الافراد في المجتمعات يلجؤون إلى مختلف الوسائل المتاحة لديهم لتحقيق أهدافهم فان الإنسان كائن اجتماعي يعيش ضمن مجموعات من الأفراد يتفاعل معها ويؤثر فيها ويتأثر بها"، ومن هذه الوسائل المتاحة الذي يلجأ إليها الإنسان لتحقيق أهدافه هي الإعلام الجديد وتطبيقاته المتنوعة التي أصبح لها اليوم اثر مهم في تشكيل الرأي العام إزاء الموضوعات المثارة للنقاش في ظل التطورات لتكنولوجيا المتسارعة كما بدا المدونون بالتعبير عن آراءهم السياسية والاجتماعية بواسطة مدوناتهم لاسيما

الشخصيات المشهورة في المجتمع، ويتاح للمستخدمين التفاعل مع المنشورات وبذلك تتحول المدونة إلى فضاء المفتوح لعرض الآراء المتعددة (دعمي، ٢٠١٦، الصفحات ٧٩-٨٥).

لقد منع التطور التكنولوجي الفرصة للناشطين في مخاطبة الرأي العام عن طريق نشر الأفلام والتحدث لهم بوقت مفتوح وبطريقة هادئة، وبات إنشاء قنوات تلفزيونية خاصة على اليوتيوب شائعاً لدى الجماهير لتعبير عن رأيهم عبر هذه القناة، حيث يقول خبير الإعلام الأمريكي بيول ليفسون Poul binson: "إننا نطلق كلمة الإعلام الجديد على وسائل التواصل الاجتماعي لأن الفرد عن طريقها ينتج المضمون ويتمتع به، وهو لا ينشر ويفكر فقط بل يستجيب للمضمون الذي ينتجه الآخرين ويتفاعل معه (حكيم، ٢٠١٤، صفحة ٦٨).

فقد أسهمت الثورة التكنولوجية بنشر، جيل جديد من الشباب يعي ما حوله، ويسهم في النقاش والحوار عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بشأن الموضوعات المتنوعة، إذ استهوت التطبيقات الإعلام الجديد الشباب، وقدمت لهم مضمونا متنوعا، جذابا، ومنحتهم الفرصة للتعبير عن أنفسهم عن طريق نشر التعليقات على الأحداث والمشاركة فيها، بواسطة الصور وبث الفيديوها التي تتصل بالقضايا عامة وخاصة، واسهم التطور الكبير والمتسارع في التقنية الرقمية في إتاحة خدمة القناة التلفزيونية للشباب في تطبيق اليوتيوب للتعبير عن أنفسهم بشكل مستمر وتحميل الأفلام الحية، ليتم عرضها إذ اعتمدت على تقنية تمكن المستخدم من استعمال هاتفه الجوال في التعرض للمضمون تلك القنوات التلفزيونية والتي يمكن لأي منا إنشاؤها بدقة معدودة (دعمي، ٢٠١٦، صفحة ١٦٦).

وقد أسهم الإعلام الجديد في بروز جيل من المحللين السياسيين وكتاب شباب وفنانين في حقولهم فنية متعددة لم تتح لهم الفرصة لظهور وتحقيق الشهرة لولا استخدامهم الإعلام الجديد، فالنشر لا يكلف سوى جهاز موبايل مع اشتراك الانترنت، ومن ثم يبدأ بتواصل مع المضامين التي تبث من المستخدمين آخرين على تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي.

الجانب التطبيقي

١. فئات المضمون: ماذا قيل؟

- فئة الموضوع المعالج في البودكاست الاستقصائي:

المواضيع	التكرار	النسبة المئوية
سياسي	02	20 %
صحي	06	60 %
اجتماعي	01	10 %
اقتصادي	01	10 %
المجموع	10	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على منصة بودكاست جزيرة

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المواضيع الصحية احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٦٠ % في البودكاست الاستقصائي مجال الدراسة وتلتها المواضيع السياسية بنسبة ٢٠ % لتستحوذ المواضيع الاجتماعية والاقتصادية النسبة قدرت ب: ١٠ %، ومنه فمضمون بودكاست بعد أمس يمزج بين المحتوى السياسي في تتبع أزمة كوفيد ١٩ حيث يقدم المحتوى الاقتصادي قراءة ترتبط بتأثيرات الجانب السياسي في الاقتصاد بالنظر لأزمة كورونا من واقع اقتصادي أما الاجتماعي فيظهر من خلال أنسنة قضية فيروس كورونا وتعاطي معها من ناحية تحليلية معمقة أكثر منها إخبارية لفسح المجال للجمهور لفهم المرض وتداعياته وتبني اتجاهات حوله.

• فئة الشخصيات الفاعلة في البودكاست الاستقصائي

الشخصيات الفاعلة	التكرار	النسبة المئوية
أخصائيين نفسانيين	01	10 %
مختص في الطب	01 (علي، 2008)	10 %
محلل اقتصادي	01	10 %
الصحفيين	06	60 %
الباحثين	01	10 %
المجموع	10	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على منصة بودكاست جزيرة

من خلال الجدول أعلاه يتوضح أن الشخصيات الفاعلة في بودكاست بعد أمس عينة الدراسة تمثلت في الصحفي بنسبة ٦٠ % وهذا راجع لطبيعة البرنامج بودكاست جزيرة الذي يمثل خدمة صحفية جديدة بالخروج عن الإطار الإخباري والتركيز على المواضيع الراهنة في سياق روائي للتحري عن خفايا القضية المدروسة وتوجيه الرأي العام، وكذا مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة، أما بالنسبة للشخصيات الأخرى مثل: المتخصصين النفسانيين وهذا راجع لطبيعة الموضوع وزاوية الطرح على سبيل المثال: حلقة أطفالنا وكورونا التي ركزت على شريحة الأطفال من خلال تبيان كون الطفل أقل تعرضاً لكوفيد ١٩ لكنه بالمقابل قد يكون أكثر تأثراً نفسياً وتربوياً وسلوكياً في الحجر المنزلي وهذا ما أكدته الأستاذة شفاء عبيد أخصائية في علم النفس.

• فئة اتجاه المعالجة في البودكاست الاستقصائي

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	11	44 %
سلبي	12	48 %
محايد	02	08 %
المجموع	25	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على منصة بودكاست جزيرة

من خلال الجدول أعلاه تصدرت فئة الاتجاه السلبي و الإيجابي المراتب الأولى بنسبة ٤٨%

و ٤٤% على التوالي، وهذا راجع لطبيعة المحتوى المطروح الذي يعالج قضية صحية تهم الجمهور في العالم والوطن العربي حيث يكمن الجانب السلبي في تداعيات القضية والإحصائيات و الوضعية الاجتماعية والصحية التي عاشتها البلاد بسبب تفشي المرض، أما الجانب الإيجابي فيكمن في زاوية المعالجة للموضوع لفتح المجال للجمهور للحصول على المعلومات حول القضية كونها قضية ملموسة ومهمة حيث يقول القارئون على برنامج بعد أمس حسب الباحثة سمية اليعقوبي: إن البودكاست يهدف إلى التعريف بالقضايا الراهنة بالأسلوب الحكائي الذي يمزج بين العمق و الاثراء في المحتوى والمتعة والتشويق مع الحفاظ على الروح الإيجابية.

٢. فئات الشكل: كيف قيل؟

• فئة اللغة المستخدمة في البودكاست الاستقصائي

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	20	59 %
العامية	10	29 %
الأجنبية	04	12 %
المجموع	34	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على منصة بودكاست جزيرة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك تقارب في نسب استخدام اللغات لكن البودكاست عينة الدراسة يركز أكثر على اللغة العربية وهذا راجع لطبيعة الجمهور المستمع واستهدافه لكافة شرائح المجتمع، وهذا ما يؤكد الفريد سريلف مدير صحيفة نيويورك تايمز في قوله: أحب أن أكتب بنفس الأسلوب الذي يتكلمون به لكي يفهموا أسلوبي جيداً لا بد أن تصل للمواطن العادي، أما بالنسبة للغة الأجنبية فاستخدمت حسب السياق والموقف الاتصالي كأحد الدعائم لتوضيح القضية من خلال تدخلات بعض الشخصيات مثل: حلقة كورونا فرج قريب وربط الاتصال مع رئيس برنامج الطوارئ الصحية بمنظمة الصحة العالمية الدكتور مايكل راين لتقديم توضيحات وإحصائيات حول كوفيد١٩.

• فئة القوالب الفنية الموظفة في البودكاست الاستقصائي:

القوالب الفنية	التكرار	النسبة المئوية
المعرفي والحواري	17	47 %
السردى	13	36 %
الحديث المباشر	06	17 %
المجموع	36	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على منصة بودكاست جزيرة

من خلال الجدول نلاحظ أن القالب المعرفي والحواري احتل المرتبة الأولى بنسبة ٤٧% تلاه القالب السردى بنسبة قدرت ب: ٣٦% وهذا راجع لطبيعة القضية المطروحة والأسلوب الاستقصائي التي يعتمد عليه البودكاست مجال الدراسة في عرض وجهات نظر الضيوف وبالتالي فالقالب المعرفي و الحواري يساعد أكثر على توظيف الصراع وكيفية إبراز الحقائق والإجابة على التساؤلات التي قد ترد في ذهن المتلقي المستمع للبودكاست.

• فئة المعززات اللفظية والصوتية في البودكاست الاستقصائي

المعززات اللفظية والصوتية	التكرار	النسبة المئوية
موسيقى هادئة	17	35 %
مؤثرات صوتية	21	44 %
الأمثال العربية	10	21 %
المجموع	48	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على منصة بودكاست جزيرة

احتلت المؤثرات الصوتية أعلى نسبة قدرت ب: ٤٤ % ثم تلتها الموسيقى الهادئة بنسبة ٣٥% وهذا راجع لمنح البودكاست الصوتي محل الدراسة بعد جمالي لتقريب الصورة لذهن المتلقي وأنسنة المضمون والشعور بالتنقل في الأحداث والأفكار خاصة كون المستمع يعتمد على الخيال أثناء التعرض والاستماع للبودكاست عينة الدراسة، وبالتالي تساعد المعززات اللفظية والصوتية على الحفاظ على الإيقاع لمواصلة الاستماع للحلقة حتى نهاية وعدم الشعور بالملل، فالموسيقى الهادئة التي ترافق الكلام تحافظ على الذوق الفني للمستمع.

نتائج الدراسة

• يساعد البودكاست الاستقصائي على تشكيل آراء ووجهات نظر أثناء الأزمات وبعدها خاصة الأزمات الصحية من خلال أنسنة المحتوى المقدم بالاعتماد على قصص الخبراء والمختصين وكذا الجمهور من خلال توفير معلومات أكثر عمقا حول القضايا بالاعتماد على الامكانيات التكنولوجية.

• مضمون بودكاست بعد أمس يمزج بين المحتوى الصحي و السياسي في تتبع أزمة كوفيد ١٩ حيث يقدم المحتوى الاقتصادي قراءة ترتبط بتأثيرات الجانب السياسي في الاقتصاد بالنظر لأزمة كورونا من واقع اقتصادي أما الاجتماعي فيظهر من خلال أنسنة قضية فيروس كورونا وتعاطي معها من ناحية تحليلية معمقة أكثر منها إخبارية لفسح المجال للجمهور لفهم المرض وتداعياته وتبني اتجاهات حوله.

• طريقة طرح المواضيع في البودكاست الاستقصائي تختلف عن المعالجة الإخبارية في وسائل الإعلام التقليدية من خلال التركيز على زوايا طرح تبين البعد المعلوماتي والمعرفي وإعطاء القضية جانب إنساني أكثر منه إخباري يعتمد على سرد معلومات بطريقة آنية

خاتمة

ومنه نستنتج أن البودكاست الاستقصائي تجربة جديدة في الوطن العربي حيث يتميز هذا الأخير بتحرره من قيود النشر وسرعة الوصول إليه، وكذا سهولة تلقي مضامينه، وهذا يفتح المجال أمام الأنواع الاستقصائية من أجل توثيق استقصائي صوتي بتكلفة مادية وزمنية أقل، لكن البودكاست الاستقصائي اليوم يواجه تحديات على مستوى مفهومه حيث أن الهوية البصرية في التوثيق الاستقصائي المرئي بمثابة عامل جذب لدى الجمهور، وبالتالي فالبودكاست الاستقصائي ليس بثأ موسيقيا أو إذاعيا بل بنيته الصوت.

أما من الناحية المواضيع المعالجة فقد استطاع البودكاست طرح عدة قضايا صحية وسياسية واقتصادية تهم الجمهور مواكبا الأحداث الحاصلة في العالم والوطن العربي بقالب معرفي حوارى يتجاوز الإخبار للوصول إلى تشكيل آراء وتبني اتجاهات بالعمق المطلوب لمواجهة تركيز الإعلام التقليدي على السطحية في تناول القضايا ضمن أجندات معينة من أجل تزويد الجمهور في الوطن العربي خاصة بالثقافة والتحرري المطلوبين تجاه الأزمات خاصة أزمة كوفيد19 لتكوين رأي عام وتحقيق الوعي الصحي والاجتماعي في العالم والوطن العربي من خلال الحصول على المعلومات الكافية لإشباع حاجات الجمهور عبر البودكاست الاستقصائي.

وسريعة، فالبودكاست الاستقصائي يبحث على ما وراء الخبر مما يفتح المجال للجمهور بتشكيل رأي عام حيال القضية المطروحة خاصة فيروس كورونا مجال الدراسة لتحقيق ما يعرف بالوعي الصحي والاجتماعي.

- يساهم البودكاست الاستقصائي في التعمق اليومي للمواضيع الصحية مجال الدراسة وفق بنية سردية تحليلية تهتم بتغطية كافة وجهات النظر وتقديم الشخصيات الفاعلة بقالب جديد يختلف عن القوالب المقدمة في الإعلام التقليدي.
- تساهم المعززات اللفظية والصوتية في البودكاست الاستقصائي مجال الدراسة في ضمان انسجام المتلقي مع المحتوى لإخراج الحلقة من قالبها الجامد إلى قالب ديناميكي ومشوق لفهم القضية المطروحة والانسجام معها خاصة وأن المحتوى السمعي يجعل المتلقي يتعايش مع القضية من أجل تحقيق الاندماج النفسي حول الموضوع المثار ومواصلة الاستماع حتى نهاية الحلقة.
- يساعد البودكاست الاستقصائي على التعريف بالقضايا الراهنة كوفيد 19 بأسلوب حكائي الذي يمزج بين العمق والإثراء في المحتوى والمتعة والتشويق مع الحفاظ على الاتجاه والروح الإيجابية.
- يستخدم البودكاست الاستقصائي مجال الدراسة اللغة العربية وهذا راجع لطبيعة جمهوره المستهدف مع استخدام اللغة الأجنبية في بعض الوحدات في الحلقة نظرا لطبيعة القضية كوفيد19 والسياق الزماني والمكاني من خلال تقديم جملة من تدخلات الاتصالية لشخصيات أجنبية حول الإحصائيات وطرق التوعية.

قائمة المراجع

١. أمين هويدي. (1993). فن إدارة الأزمات العربية في ظل النظام العالمي الحالي. المستقبل العربي.
٢. سباب حكيم. (2014). الإعلام الآلي والقانون. عمان: دار وائل للنشر.
٣. سعد الله محمد علي. (2008). مدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
٤. سمية اليعقوبي. (2020). البودكاست: متطلبات العمل وخصائص المحتوى دراسة حالة بودكاست الجزيرة.
٥. عباس مصطفى صادق. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. دارالشروق للنشر والتوزيع.
٦. غالب كاظم جواد دهمي. (2016). الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
٧. محمد عبد الحميد. (1993). دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . القاهرة: عالم الكتب.
٨. نعيم بوعموشة. (2020). فيروس كورونا (كوفيد 19) في الجزائر دراسة تحليلية. (مجلة التمكين الاجتماعي).
٩. وسام فاضل، مهند حميد التميمي راضي. (2017). الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة . الإمارات العربية : دار الكتاب الجامعي.

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بناء أجندة البرامج التلفزيونية في قناة BBC عربي (دراسة تحليلية لبرنامج "ترندينغ Trending")

د. نوال بومشطة

جامعة أم البواقي - الجزائر

naouelboumechta@gmail.com

ملخص

تهدف الدراسة إلى البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بناء أجندة البرامج التلفزيونية، حيث أصبح المحتوى الذي ينشر عبر هذه المواقع له أهمية في تحديد مضامين البرامج التلفزيونية، واختارت الدراسة برنامج "ترندينغ" على قناة BBC عربية كنموذج.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأداة تحليل المحتوى على عينة من أعداد برنامج "ترندينغ"، التي تم بثها في الفترة ٠١ نوفمبر-٣١ ديسمبر ٢٠٢٢، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن الميديا الجديدة فرضت على وسائل الإعلام التقليدية صورا جديدة للإنتاج، وأصبح المتلقي عنصرا فاعلا وصانعا للمضامين الإعلامية في معظم القنوات التلفزيونية.

الكلمات المفتاحية

البرامج التلفزيونية-الأجندة-قناة BBC-مواقع التواصل الاجتماعي.

١. الإشكالية

هذا التحول عرفته الكثير من القنوات التلفزيونية العربية وأيضا الأجنبية الموجهة للمنطقة العربية، التي أصبحت توظف منشورات المنصات الاجتماعية لإنتاج مضامين لها أهدافها وتأثيراتها على المتلقي، ومن بين هذه القنوات قناة بي بي سي عربي، التي تنتج برامج ذات طابع إخباري، حيث انتقلت من صناعة البرامج الإخبارية في شكلها التقليدي إلى برامج تعتمد على آراء ومواقف وتوجهات الجمهور من رواد مواقع التواصل الاجتماعي، لتحاول في ذلك المزاجية بين المضامين الإعلامية التقليدية وتطورات البيئة الإعلامية الجديدة، وهي في ذلك توظف أجندة معينة ولها أولوياتها التي تتناسب مع سياستها الإعلامية، خاصة وأنها قناة بريطانية موجهة للمنطقة العربية.

ومن بين البرامج التي تنتجها قناة BBC العربية، برنامج "ترندينغ" (Trending)، وهو برنامج يومي مباشر تفاعلي يبث كل أيام الأسبوع ما عدا السبت والأحد، كما يمكن متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويتضمن القصص الأكثر تداولاً عبر منصات التواصل الاجتماعي وهو ما أثار لنا إشكالية ترتيب أولويات هذا البرنامج واختياره للمواضيع التي يتناولها وطريقة معالجتها خاصة وأن القناة محل الدراسة هي قناة أجنبية موجهة للمنطقة العربية، وسيكون لها أجندة معينة في إنتاج هذا البرنامج وهنا نطرح التساؤل الآتي:

• كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على ترتيب أولويات برنامج "ترندينغ" على قناة BBC العربية ؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

تطورت صناعة الإعلام اليوم في ظل ما يشهده العالم من تطورات تكنولوجية وتقنية عديدة، أصبحت لها الأثر البالغ في إنتاج مختلف المضامين، فمن الانترنت إلى الوسائط المتعددة وصولا إلى شبكات التواصل الاجتماعي، تسعى وسائل الإعلام التقليدية إلى تطوير مضامينها بما يتناسب مع خصوصية هذا الزمن.

إن أبرز ما تنتجه وسائل الإعلام هو الأخبار التي أصبحت اليوم صناعة بحد ذاتها، تتحكم فيها عوامل سياسية، اقتصادية، اجتماعية وحتى ثقافية، وتدخل فيها أيضا الجانب التكنولوجي، الذي يمثل الأساس في هذه الصناعة، نظرا لدوره الفعال في بناء وإنتاج مختلف المضامين.

وفي هذا الإطار تحول إنتاج الأخبار في هذه القناة من الطابع الكلاسيكي إلى طابع متطور يواكب متغيرات العصر والتحولات الكبيرة التي صنعتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فإلى جانب النشرات الإخبارية العادية هناك برامج إخبارية مضمونها يتمثل في منشورات وتغريدات على مختلف شبكات ومنصات التواصل الاجتماعية يصنعها الجمهور بأرائهم ومواقفهم الخاصة تجاه القضايا والمواضيع التي تميز الساحة الدولية، الإقليمية والمحلية، في صناعة الأخبار وإعطائه فرصة لتقديم آرائه.

و تتسابق القنوات الفضائية نحو إنتاج مضامين إعلامية تتماشى وخصوصية الوقت الحالي، وتحاول أيضا الحفاظ على جمهورها، ومكانتها في البيئة الإعلامية الجديدة، حيث غيرت من شكل ومضمون برامجها وأصبحت تعتمد على ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة هذه المضامين وذلك من أجل استقطاب أكبر عدد من الجمهور.

٤,١ شبكات التواصل الاجتماعي

تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها "المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت". (المقدادي، ٢٠١٣، ص٢٤)

والشبكات الاجتماعية هي "شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر". (كاظم، ٢٠١٥، ص٢٣١).

وعليه فإن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية تسمح للمستخدمين بالتواصل مع بعضهم عن طريق إنشاء صفحات وحسابات شخصية يستطيعون من خلالها نشر مضامين متعلقة بهم.

٤,٢ البرامج التلفزيونية الإخبارية

يستخدم البرنامج في الإذاعة والتلفزيون للإشارة إلى شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت، ويقدم في مواعيد محددة ثابتة يوميا أو أسبوعيا أو شهريا، يعرض مادة فنية أو ثقافية أو علمية باستخدام الفنون الإذاعية من سرد وتعليق ومقابلات وحوار. (واكد، ٢٠١٠-٢٠١١، ص٣٦).

البرامج التلفزيونية تحتاج إلى عمل جماعي تتضافر فيه جهود كل العاملين في القطاع من أجل وضع خطة برمجية تتماشى مع السياسة الإعلامية للإذاعة وكذا الاحتياجات المختلفة للجمهور.

وتسعى البرامج الإخبارية إلى الحصول على بعض التصريحات للمسؤولين وأصحاب القرار لتدعيم المعلومات الخاصة بالأخبار اليومية، وتقديم شروح وتفسيرات لكل ما يدور من وقائع.

وعادة ما تأخذ البرامج الإخبارية شكل البرامج الحوارية أو الحوار التلفزيوني، الذي عادة يستضيف مجموعة من الشخصيات التي لها علاقة بالحدث أو التي تقدم آراءها وتفسيرها لما يحدث حولنا.

٤,٣ الفضائيات الإخبارية

هي "محطات تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال، حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الواحدة من القمر الصناعي، ويمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عديدة عبر أجهزة الاستقبال والأطباق اللاقطة، والفضائيات الإخبارية هي نمط من أنماط التلفزيون الذي يكرس جل وقته للأخبار والتعليق عليها والبرامج الإخبارية ويستخدم الأقمار الصناعية للوصول إلى مشاهديه." (شرقي، ٢٠٠٩-٢٠١٠، ص١٣).

• ما هي المواضيع التي يتناولها برنامج "ترندينغ" بقناة بي بي سي عربي؟

• ماذا عن الانتماء الجغرافي لهذه المواضيع؟

• ما هي الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال تناول هذه المواضيع؟

• ما هو اتجاه البرنامج نحو المواضيع التي يقدمها؟

• ما هي شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها البرنامج في بناء مضمونه؟

• ما هي ردود أفعال مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي حول المواضيع المطروحة في البرنامج.

• من هم الأشخاص الفاعلون في المواضيع المنتقاة من مواقع التواصل الاجتماعي؟

• ما هي الوسائط التي يعتمد عليها البرنامج في تقديم مختلف المواضيع؟

٢. أهمية الدراسة

تكمّن أهمية الدراسة في كونها تبحث في مضامين البرامج التلفزيونية في ظل التطورات التي تعرفها البيئة الإعلامية الجديدة، والثورة التي أحدثتها مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي في مجال المضامين الإعلامية، حيث أصبحت العديد من البرامج التلفزيونية تعتمد على منشورات وتغريدات مواقع التواصل الاجتماعي، وأوجدت صورة جديدة للمنتج الإعلامي، فكان لزاما على القنوات الفضائية مسايرة هذه التطورات والتحولات للمحافظة على جمهورها ومكانتها في الساحة الإعلامية.

٣. أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

• معرفة المواضيع التي يتناولها برنامج "ترندينغ" على قناة بي بي سي عربي.

• الكشف عن الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.

• معرفة الانتماء الجغرافي للمواضيع التي يتناولها.

• معرفة اتجاه البرنامج نحو المواضيع التي يتناولها.

• تبيان مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها البرنامج.

• معرفة رد فعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول المواضيع التي يتناولها البرنامج

• معرفة الأشخاص الفاعلون في المواضيع التي يتناولها البرنامج.

• معرفة الوسائط التي يعتمد عليها البرنامج في تقديم مضمونه.

٤. مفاهيم الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على المفاهيم الآتية:

٥. منهج الدراسة

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف الظاهرة ورسم صورة عامة عن المشكلة المدروسة، وفي هذه الدراسة نسعى إلى وصف وتحليل أعيان من برنامج بي بي سي ترندينغ التي تعتمد في إنتاجها على شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي .

أما المنهج الذي تعتمد عليه الدراسة هو المنهج المسحي ، وهو المنهج الذي يسمح لنا بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بما يحقق الأهداف المسطرة، وتم الاعتماد على هذا المنهج بهدف جمع الملاحظات والمعلومات التي تمكننا من تحديد أولويات برنامج "ترندينغ" في المواضيع التي يتناولها.

٦. أدوات جمع البيانات

تعتمد الدراسة على استمارة تحليل المضمون التي تساعدنا في التحليل الدقيق والمنظم لمحتوى نشرات الأخبار، ويتم بناء استمارة تحليل المضمون على أساس فئات التحليل التي نستخدمها في جمع البيانات الخاصة بالشكل والمضمون.

• **الموضوع:** تعد من أهم فئات تحليل المحتوى، ومن أكثر الفئات استخداماً في بحوث الإعلام والاتصال، تجيب عن سؤال رئيسي هو حول ماذا يدور المحتوى، وتم تقسيمها إلى الفئات الفرعية الآتية: سياسية- اجتماعية- اقتصادية- ثقافية وفنية- إنسانية.

• **الانتماء الجغرافي:** ونقصد به المنطقة الجغرافية التي ينتمي لها الموضوع الذي يتناوله البرنامج، باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تنشر مواضيع من مختلف دول العالم، كذلك لمعرفة أولويات القناة في اختيار المواضيع الأكثر تداولاً، وتنقسم إلى: أوروبا-أمريكا- إفريقيا-آسيا-المنطقة العربية.

• **الأهداف:** لكل وسيلة إعلامية أهداف متعددة، وهذه الفئة تشير إلى الأهداف التي تركز عليها المواضيع التي يتناولها البرنامج وهي مهمة في معرفة الغرض الذي تريده القناة من خلال هذا المحتوى، وتتمثل الفئات الفرعية في ما يلي: الإخبار والإعلام- إثارة الرأي العام- التسلية والترفيه- التعليم والتثقيف.

• **الاتجاه:** ويعني اتجاه البرنامج نحو القضايا التي يتناولها وتنقسم عادة إلى: مؤيد-محايد-معارض.

• **شبكات التواصل الاجتماعي:** هذه الفئة تشير إلى شبكات التواصل التي يعتمد عليها البرنامج في إنتاج المحتوى، وتنقسم إلى: فيسبوك- تويتر-انستغرام-اليوتيوب-مدونات .

• **ردود فعل رواد شبكات التواصل الاجتماعي:** هذه الفئة تهدف إلى استخراج أنواع رد الفعل الذي يبداه رواد ومستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن آرائهم وتعليقاتهم حول الأحداث الجارية، وتنقسم إلى: الرضا - الغضب -الرفض- التنديد والاحتجاج-التعاطف.

• **الأشخاص الفاعلون:** وتشير إلى الأشخاص الذين شاركوا في صنع المحتوى الذي اعتمد عليه البرنامج والخاص بمنشورات مواقع التواصل الاجتماعي، وتنقسم إلى: شخص عادي- مسؤول -ناشط حقوقي -ناشط سياسي -عضو بجمعية خيرية- شخصيات فنية.

• **الوسائط:** تشير إلى الوسائط التي تم توظيفها في مختلف المواضيع التي يتناولها البرنامج وتنقسم إلى: الفيديو -الصورة الشخصية- صورة عامة-صورة تغريدات-روابط انترنت.

< اختبار الصدق والثبات

إن اعتماد أي أداة لجمع البيانات يفرض علينا قياس مدى صدقها وثباتها للحصول على معلومات صحيحة، وهنا نقدم بعض الدلالات لصلاحيّة الأداة للقياس ، وهنا قمنا بمشاهدة برنامج بي بي سي ترندينغ الذي يبث من الاثنين إلى الجمعة من كل أسبوع، ومعرفة المواضيع التي تقدمها وبأي أسلوب، وبناء على ذلك قمنا بتصميم استمارة تحليل المضمون ودليلها، وتم تجريبيها على أربعة أعداد من هذا البرنامج.

< وحدات التحليل

تعتمد عملية التحليل على وحدة الموضوع، وتتمثل في المواضيع التي تناولها البرنامج والقضايا التي أثارها وذلك لاستخراج أكبر عدد من البيانات.

٧. مجتمع البحث وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع البحث في أعداد برنامج " بي بي سي ترندينغ" التي تم بثها خلال الفترة بين ٠١ نوفمبر-٣١ ديسمبر ٢٠٢٢، وقد تم تحديد هذه الفترة لأنها الفترة التي تم العثور على الأرشيف الخاص بها على موقع قناة بي بي سي عربي، وبلغ عددها ٤٥ عدداً، وما أنه يصعب تحليل كل هذه الأعداد، اعتمدنا على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة لاختيار ١٢ عدداً، حيث تم ترقيمها وتحديد طول الفئة بـ ٤، وحصلنا على الأعداد الموضحة في الجدول الآتي:

جدول رقم (١)

يوضح بيانات مفردات العينة

الرقم	تاريخ بث النشرة
٠١	01-11-2022
٠٢	05-11-2022
٠٣	11-11-2022
٠٤	17-11-2022
٠٥	23-11-2022
٠٦	29-11-2022
٠٧	03-12-2022
٠٨	09-12-2022
٠٩	15-12-2022
١٠	21-12-2022
١١	27-12-2022
١٢	31-12-2022

< تعريف برنامج بي بي سي ترندينج

برامج الترندينج هي برامج تلفزيونية أساسها الأخبار ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي، والتركيز على ما هو متداول عبر مختلف المنصات، حيث يكون مستخدموها هم الفاعلون وصناع المحتوى في هذه البرامج، ويتم اختيار المضمون بناء على توجه الوسيلة الإعلامية.

وبرنامج بي بي سي ترندينج هو برنامج تلفزيوني يبث عبر قناة بي بي سي عربي، كل أيام الأسبوع ما عدا السبت والأحد، على الساعة الثالثة مساء بتوقيت غرينيتش، وقد انطلق بثه منذ أكثر من سنتين، يحاول قدر الإمكان تقصي أهم القصص التي تشغل المستخدمين العرب في مواقع التواصل الاجتماعي.

٨. نظرية الدراسة

تعتمد الدراسة على نظرية حارس البوابة، هذه النظرية التي تشير إلى أن المادة الإعلامية من صدورها من المرسل وحتى وصولها إلى المستقبل تمر بنقاط يتم فيها اتخاذ القرارات التي يتضح من خلالها ما يجب بثه وما يجب حذفه، ولكن هذه النظرية ومع ظهور الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، لم تعد لها القوة كما في السابق باعتبار أن المستقبل أصبح هو الآخر مرسل، ولكن عندما يتعلق الأمر بوسيلة إعلامية مثل التلفزيون الذي أصبح يوظف هذه المواقع فإن الأمر يختلف، وهو ما جعلنا نوظف هذه النظرية لمعرفة مدى ارتباطها بإنتاج البرامج الإخبارية في القنوات الأجنبية الموجهة للمنطقة العربية والتي تعتمد على إنتاج مضامينها على مواقع التواصل الاجتماعي.

٨.١ تعريف النظرية

انبثقت هذه النظرية من الدراسات والأبحاث التي أجراها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كورت لوين" الذي استحدث فكرة تدفق المعلومات مفترضاً أن ذلك التدفق غير متساو وغير كامل في جميع الأحوال، فالتدفق الإعلامي حسب لوين يمر بسلسلة من البوابات التي يسيطر عليها أفراد أو مؤسسات أطلق عليهم لوين حراس البوابة، وهم الذين يسمحون بمرور بعض المعلومات ويحجبون أخرى (مراد، ٢٠١١، ص ١٢٢).

ويقول لوين: "أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ القرارات إما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر لوسائل الإعلام ازدادت المواقع التي يصبح فيها متاحاً لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لهذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح نفوذهم كبيراً في انتقال المعلومات" (شعبان، ٢٠٠٢، ص ٧٩).

٨.٢ ركائز النظرية

تركز فكرة لوين على ما يلي: (مناف، ٢٠١١، ص ١٦٥، ١٦٦).

- هناك في كل حلقة بطول السلسلة فرداً ما يتمتع بالحق في أن يقرر الرسالة التي تلقاها سينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت الرسالة ستصل إلى الحلقة الثانية بالشكل نفسه الذي جاء به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات.
- حراسة البوابة يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال.
- يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال البوابة وكيف سيمر حتى يصل إلى النهاية وإلى الوسيلة ومنها إلى الجماهير.
- هناك مجموعة من حراس البوابات يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات.
- يتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم.
- من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر.
- نجد بعض المعلومات التي تخرج من نهايتها لا تشبه المعلومات التي دخلتها في البداية إلا في نواحي قليلة.
- من الواضح أن حارس البوابة الذي يقول نعم أو لا على الرسائل التي تصله على طول السلسلة يلعب دوراً هاماً في الاتصال الاجتماعي.
- إن توظيف النظرية في هذه الدراسة يكمن في الاستفادة من أسسها في البحث عن الأولويات التي تضعها قناة BBC عربية في بناء واختيار مضامين برنامج ترندينج.

٩. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات الكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت والمشاركة مع الأصدقاء. (عامر، ٢٠١٥، ص ١٩٧).

وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص عديدة منها:

- **المشاركة والانفتاح:** تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، وتقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات.
- **الترابط:** مواقع التواصل هي شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع. (المقادي، ٢٠١٣، ص ٢٧).
- **المحادثة والتواصل:** من خلال إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم اهتمامات مشتركة (الديهي، ٢٠١٥، ص ٤٤٧).

وبصورة عامة، لكل برنامج أربعة أبعاد على الأقل وهي: (علاوي وحلو، ٢٠١٥، ص ٢٧، ٢٨).

- الهدف من البرنامج الذي يتراوح بين الإعلام والترفيه والتثقيف والتعليم وغيره.
- الشكل الذي يتراوح بين الدراما والمنوعات والبرنامج التسجيلي أو الوثائقي والحديث والتعليق إلى غير ذلك من الأشكال.
- المضمون أو محتوى البرنامج وما يحمله من قيم ومعلومات وأفكار.
- الجمهور المستهدف، حيث أن البرامج تستهدف التأثير في قطاعات مختلفة من الجمهور.

• **اللاتزامية:** حيث تسمح بإرسال واستقبال الرسائل والمواد في وقت يناسب الفرد، حيث لا تتطلب استخدام المشاركين للنظام في آن واحد.

• **تحكم المستخدم:** حيث يمكن للمستخدم اختيار التوقيت والمحتوى وتسلسل عملية الاتصال من خلال القدرة على التصفح وسهولة الحصول على المعلومة، وبالتالي يتم التبادل غير المقيد كما يريده المستخدم. (عقيلة، ٢٠١٥، ص ٦٠، ٦١).

• **التفاعلية:** وهي قدرة مواقع التواصل على إحداث التفاعل بين الشخصين وكأنهما يتحدثان وجهًا لوجه، وتسمح لهما بالنقاش والتبادل في سياقات معينة. (الديهي، ٢٠١٥، ص ٤٣٤).

١٠. القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية

هناك منافسة شديدة من قبل الفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية على كسب هذا الجمهور العربي، وتقوم هذه الأخيرة بالتركيز على الأحداث في المنطقة العربية وتطرحها للمناقشة من وجهة نظر غربية وأجنبية، وتعتبر هذه القنوات الأجنبية بمثابة وسيط يربط الدول الغربية بالجمهور العربي كما أنها أحسن نموذج عن العولمة الإخبارية والبت الوافد من الشمال إلى دول الجنوب خاصة في غياب الإعلام الإخباري العربي الموجه للآخر.

١٢. الإطار التطبيقي للدراسة

١٢.١ تفرغ وتحليل البيانات

بعد تصميم استمارة المحتوى، نطبقها على مفردات عينة الدراسة، لنحصل على الجداول الآتية:

جدول رقم (٢)

يبين المواضيع التي يتناولها برنامج ترندينغ

الموضوع	التكرار	النسبة
سياسية	05	6.94
اجتماعية	27	37.5
إنسانية	18	25
اقتصادية	12	16.68
ثقافية وفنية	10	13.88
المجموع	72	100

يتضح من خلال هذا الجدول أن المواضيع الاجتماعية تمثل أكبر نسبة من المواضيع التي تناولها برنامج ترندينغ حيث ظهرت بنسبة ٣٧,٥ ٪، تليها المواضيع الإنسانية بنسبة ٢٥ ٪، وظهرت المواضيع السياسية بأقل نسبة وهي ٦,٩٤ ٪، ومنه نجد أن هذا البرنامج يركز بشكل كبير على المواضيع الاجتماعية والإنسانية فهي مرتبطة مباشرة بحياة الإنسان وبيئته، وهي مواضيع تثير اهتمام المواطن ونشر رد فعله وآرائه عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد أن المواضيع الأخرى جاءت نسبتها ضعيفة وهذا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد متنفساً للأفراد للتعبير عن أوضاعهم الاجتماعية وما يواجهونه من مشكلات في حياتهم اليومية.

وتعتبر هذه القنوات منبرا لحكوماتها التي تدعمها مميزات ضخمة مقابل التعبير عن مواقفها وخدمة مصالحها في المنطقة، كما يكشف تعدد هذه الفضائيات صراعاً بين الدول الكبرى والإقليمية على وعي شعوب المنطقة والتحكم في استقرار الحكومات ومحاولة لبسط النفوذ وأحياناً تعميق الإحساس بالفجوة المعرفية بين الدول الغنية من جهة وبين واقع الشعوب العربية من جهة أخرى. (بوجفجوف، ٢٠١٦، ص ١٠).

١١. إنتاج البرامج التلفزيونية

يعتبر إنتاج البرامج التلفزيونية أساس ديمومة مسيرة البث التلفزيوني، لأنها تغطي فترات بثها التي قد تستمر على مدار أربع وعشرين ساعة، لذا وجب العمل على التخطيط والتنسيق والتنفيذ إنتاج برامج متنوعة تلبي رغبات المستمع حسب تنوع ميوله. (فرحان، ٢٠١١، ص ٦٨).

عملية إعداد البرامج تحتاج إلى معرفة ودراية بشؤون ما يحيط وما يهم تطلعات الجمهور المستهدف، لذلك يتطلب من معدي البرامج متابعة ورصد المشكلات والاهتمامات لوضع الحلول اللازمة، من خلال طرح الآراء والمقترحات من ذوي الاختصاص، في شكل برامج إذاعية وبصيص وأساليب متنوعة، لجذب اهتمام الجمهور. (فرحان، ٢٠١١، ص ٥٢)

البرامج التلفزيونية تحتاج إلى عمل جماعي تتضافر فيه جهود كل العاملين في القطاع من أجل وضع خطة برمجية تتماشى مع السياسة الإعلامية للإذاعة وكذا الاحتياجات المختلفة للجمهور.

جدول رقم (٣)

يبين الانتماء الجغرافي للمواضيع التي يتناولها برنامج ترندينغ

الانتماء الجغرافي	التكرار	النسبة
أمريكا	15	16.66
أوروبا	12	20.83
آسيا	06	8.33
المنطقة العربية	32	44.44
إفريقيا	07	9.72
المجموع	72	100

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة تعود إلى المواضيع الخاصة بالمنطقة العربية، بنسبة ٤٤,٤٤٪، تليها أوروبا ٢٠,٨٣٪ وأقل نسبة تعود إلى آسيا بـ ٨,٣٣٪، ويمكن تفسير ذلك أن قناة بي بي سي عربي وباعتبارها قناة أجنبية ناطقة بالعربية، فهي حتما تهتم بالأخبار والأحداث التي تجري بها، ومن جهة أخرى قد يكون ذلك ضمن أولوياتها واستهدافها للجمهور العربي عموماً، كذلك تهتم القناة بالمواضيع التي تميز المنطقة الأوروبية، باعتبار أن قناة بي بي سي قناة بريطانية، وأوروبا من القارات التي يتواجد بها أعداد كبيرة من المهاجرين العرب، وعليه نتائج هذا الجدول تعكس اهتمامات القناة وسياساتها في اختيار المواضيع وتغطية الأحداث.

جدول رقم (٤)

يبين الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها برنامج ترندينغ

الهدف	التكرار	النسبة
الإخبار والإعلام	35	48.61
إثارة الرأي العام	25	34.72
الترفيه والتسلية	05	6.94
التثقيف والتعليم	07	9.72
المجموع	72	100

يتبين من خلال هذا الجدول أن أكثر الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها برنامج ترندينغ، هي الإعلام والإخبار والتي ظهرت بنسبة ٤٨,٦١٪، يليها هدف إثارة الرأي العام بنسبة ٣٤,٧٢٪، أما الأهداف الأخرى فقد جاءت بنسب ضعيفة، ومنه نجد أن برنامج ترندينغ يهدف إلى الإخبار وإثارة الرأي العام من خلال تقديم قصص إخبارية يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، ومنه نجد أن توجه هذا البرنامج هو إخباري ويتوافق مع الاتجاه العام للقناة وهو أنها قناة إخبارية، كذلك نجد أن القناة تنتقي من ما هو متداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي المواضيع ذات الطابع الإخباري من أجل نقل آراء وتوجهات الجمهور ومستخدمي هذه المواقع وجعلها ذات طابع رسمي من خلال بثها عبر التلفزيون.

جدول رقم (٥)

يبين اتجاه برنامج ترندينغ نحو المواضيع التي يتناولها

الاتجاه	التكرار	النسبة
مؤيد	11	15.27
محايد	55	76.38
معارض	06	8.35
المجموع	72	100

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن اتجاه البرنامج نحو المواضيع التي يتناولها هو اتجاه محايد في الغالب، حيث ظهر بنسبة ٧٦,٦٨٪، في حين الاتجاه المعارض يظهر بنسبة أقل تمثل ٨,٣٥٪، ويمكن تفسير ذلك أن قناة البي بي سي معروفة باتجاهها المحايد ومعالجتها لمختلف المواضيع بشكل محايد، رغم أنها قناة أجنبية موجهة للمنطقة العربية، إلا أن اتجاهها العام محايد ودور البرنامج عرض القصص الإخبارية الأكثر تداولاً في مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن الاتجاه المؤيد أو المعارض يخص غالباً القضايا ذات البعد الإنساني والتي تقتضي اتخاذ موقف معين.

جدول رقم (٦)

يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها برنامج ترندينغ

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
فيسبوك	07	5.30
تويتر	47	35.60
انستغرام	02	1.52
يوتيوب	56	42.43
مدونات	20	15.15
المجموع	132	

يتضح من خلال الجدول أن أكثر المواقع الاجتماعي التي يعتمد عليها برنامج ترندينغ في اختيار المواضيع الخاصة به هي موقع اليوتيوب بنسبة ٤٢,٤٣٪ يليها موقع تويتر بنسبة ٣٥,٦٠٪، في حين جاء موقع انستغرام وفيسبوك بنسبة أقل تمثل ٥,٣٠٪ و ١,٥٢٪، على التوالي، ونفس ذلك أن اليوتيوب عادة ينشر فيديوهات تخص أوضاعاً معينة، وصناعة المضامين في هذا الموقع أصبحت متاحة لدى الجميع، كما أن الموقع يعتمد على الصوت والصورة وهو ما يعطي أكثر مصداقية للمضمون، كذلك موقع تويتر من مواقع التدوين المصغر ولا يكتب فيه إلا من له أفكار يريد نشرها، كذلك يعد تويتر من أكثر المواقع استخداماً في دول المشرق العربي وبعض الدول الأخرى، لأن مستخدميه عادة يكونون من النخبة، في حين نجد أن الفيسبوك من المواقع الأكثر شعبية واستخداماً ممن طرف كل الفئات بغض النظر عن مضمونه، وعادة منشوراته تخص الحياة الشخصية للأفراد، وكذا الانستغرام الذي يعتمد على الصورة بشكل كبير ويخص أيضاً الحياة الشخصية لمستخدميه.

أو تداولها، وهو أيضا ما لمسناه من خلال جدول رقم ٢ الذي يبين أن أبرز المواضيع التي يتناولها البرنامج هي مواضيع اجتماعية وإنسانية.

الجدول رقم (٩)

يبين الوسائط التي يعتمد عليها البرنامج في تقديمه للبرنامج

الوسائط	التكرار	النسبة
الفيديو	56	37.08
صورة شخصية	35	23.17
صور لتغريدات	30	19.86
صور عامة	25	16.55
روابط انترنت	05	3.31
المجموع	151	100

يتضح من خلال هذا الجدول أن أكثر الوسائط المستخدمة في البرنامج هي الفيديو بنسبة ٣٧,٠٨٪، تليها الصور الشخصية بنسبة ٢٣,١٧٪، وصور التغريدات بنسبة ١٩,٣٦٪، وذلك يعود إلى أن البرنامج يعتمد بشكل كبير على موقع اليوتيوب وهو موقع يقدم فيديوهات فقط، إضافة إلى صور شخصيات أو تغريدات لأشخاص يكتبون تعليقاتهم عن ما يتداول من مواضيع، وذلك للتأكيد على صحة المعلومة وقراءتها مباشرة للمتلقي دون أي تغيير، كذلك الصورة الشخصية تعزز قول الشخصية وتوضح أنها شخصية حقيقية وليست وهمية، وبالتالي تضي مصادقية على المضمون.

١٢,٢ نتائج الدراسة

من خلال ما تقدم من تحليل وتفسير للبيانات نستخلص النتائج الآتية:

- أغلب المواضيع التي يتناولها برنامج بي بي سي ترندنج هي مواضيع اجتماعية وإنسانية مرتبطة بالحياة اليومية للمواطن.
- معظم المواضيع تخص المنطقة العربية، ذلك أن قناة بي بي سي عربي هي قناة أجنبية موجهة للمنطقة العربية.
- يهدف البرنامج بالدرجة الأولى إلى الإخبار والإعلام وبناء الرأي العام حول القضايا التي يتناولها.
- اتجاه البرنامج نحو القضايا التي يتناولها هو اتجاه محايد في الغالب.
- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها البرنامج هي موقع اليوتيوب وتويتر.
- أغلب ردود الأفعال لأصحاب منشورات وتدوينات المواضيع التي يتضمنها البرنامج هي ردود أفعال سلبية.
- معظم الأشخاص الفاعلين في هذه المواضيع هم أشخاص عاديون وناشطون حقوقيون.

الجدول رقم (٧)

يبين ردود فعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

رد الفعل	التكرار	النسبة
الرضا	10	7.57
الغضب	47	35.60
الرفض	20	15.15
التنديد والاحتجاج	40	30.30
التعاطف	15	11.38
المجموع	132	100

هذا الجدول يبين ردود فعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاه المواضيع التي ينشرونها، حيث نجد أن الغضب جاء بنسبة كبيرة تصل ٣٥,٦٠٪، يليها التنديد والاحتجاج بنسبة ٣٠,٣٠٪، وكانت أقل نسبة للتعاطف و الرضا بنسبة ١١,٣٨٪، و ٧,٥٧٪ على التوالي، ومنه نجد أن ردود الفعل السلبية جاءت بنسبة كبيرة في حين الإيجابية بنسبة أقل، وهذا ربما ما جعل البرنامج يتجه إلى اختيار المواضيع التي تعبر عن غضب واحتجاج بسبب ظروف معينة، لأن ذلك يعكس صعوبة الأوضاع التي يعيشونها، كذلك إعادة بث هذه المواضيع والتعليقات الخاصة بها عبر التلفزيون يوسع من انتشارها وبالتالي خلق رأي عام حولها.

الجدول رقم (٨)

يبين الأشخاص الفاعلون في المواضيع التي يتناولها البرنامج

الأشخاص الفاعلون	التكرار	النسبة
مسؤول	10	7.57
شخص عادي	43	32.57
ناشط حقوقي	35	26.54
ناشط سياسي	22	16.66
شخصيات فنية	07	5.30
عضو بجمعية خيرية	15	11.36
المجموع	132	100

من خلال هذا الجدول يتبين أن أكثر المواضيع التي تم استخدامها عبر هذا البرنامج قام بنشرها أشخاص عاديون عبر مواقع التواصل بنسبة ٣٢,٥٧٪، يليه الناشطون الحقوقيون بنسبة ٢٦,٥٤٪، وأقل نسبة كانت بالنسبة للشخصيات الفنية بنسبة ٥,٣٠٪، ومنه نجد أن البرنامج يعتمد بشكل كبير على الأشخاص العاديين مما يقودنا إلى الحديث عن صحافة المواطن ودور المواطن في صناعة الإعلام، وهي بذلك ترى أن المواطن العادي هو الأكثر قدرة على التعبير عن وضعيته وظروفه التي يعيش فيها، كذلك الناشطون الحقوقيون ظهرت بنسبة معتبرة وبهذا يعتمد عليه البرنامج في ما يتعلق بردود الأفعال حول القضايا التي يتم نشرها

الخاتمة

يمكننا القول أن الميديا الجديدة فرضت على وسائل الإعلام التقليدية صورا جديدة للإنتاج خاصة التلفزيون، وأصبح المتلقي عنصرا فاعلا وصانعا للمضامين الإعلامية في معظم القنوات التلفزيونية، حيث ظهر مؤخرا ما يعرف ببرامج ترندينغ التي تتناول المواضيع والقضايا الأكثر تداولاً في مواقع التواصل الاجتماعي، والتعليقات الواردة عليها، ومن خلال هذه الدراسة التي تناولت بتحليل برنامج بي بي سي ترندينغ نستنتج أن هذا الشكل الجديد يهتم بالمواضيع الأكثر قرباً من المتلقي والخاصة بحياته الاجتماعية، وركز على المنطقة العربية باعتبار القناة أجنبية ناطقة بالعربية، وأبانت الدراسة الاتجاه المحايد لهذه القناة تجاه ما تعرضه محافظة على التوجه العام لشبكة ال بي بي سي التي تعرف منذ نشأتها بالموضوعية والحيادية إلى حد كبير، لتبقى مثل هذه البرامج تحتاج إلى المراقبة والانتقاء الأمثل لمنشورات مواقع التواصل الاجتماعي حتى لا تقع القنوات التلفزيونية في فخ الإشاعة والتشهير والقذف الذي قد يحملها عواقب وخيمة.

قائمة المراجع

١. بوجفجوف الزهرة (٢٠١٦). الفضائيات الإخبارية العربية وقيم العولمة. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية. العدد ١٦. الصفحات ١٤-٣.
٢. الديهي، محي الدين إسماعيل محمد الديهي (٢٠١٥). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. مكتبة الوفاء القانونية. مصر.
٣. شرقي، إسماعيل (٢٠٠٩-٢٠١٠). جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الإخبارية-دراسة في العادات والأعماط-. مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الحاج لخضر. باتنة.
٤. شعبان، خضير (٢٠٠٢)، مصطلحات في الإعلام والاتصال. دار اللسان العربي. الجزائر.
٥. عامر، فتحي حسين (٢٠١٥). وسائل الإعلام من الإشارة إلى الفيسبوك وتأثيرها على المجتمع. نيو بوك. القاهرة.
٦. عقيله، عبد المحسن حامد أحم (٢٠١٥). الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. المكتبة العصرية. مصر.
٧. علاوي، طالب عبد المجيد وحلو، حيدر أحمد حلو (٢٠١٥). صناعة الأخبار في القنوات الفضائية العربية المتخصصة. دار أسامة. الأردن.
٨. فرحان، طالب (٢٠١١)، صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني. دار النفائس. الأردن.
٩. كاظم، فاضل محسن (٢٠١٥). دور وسائل التواصل الاجتماعي في التبادل الإخباري بين طلبة الجامعات العمانية، الملتقى الدولي حول شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة-دروس من العالم العربي-. معهد الصحافة وعلوم الإخبار. تونس.
١٠. كامل خورشيد مراد (٢٠١١). الاتصال الجماهيري والإعلام. دار المسيرة. الأردن.
١١. المقدادي، خالد غسان يوسف (٢٠١٣). ثورة الشبكات الاجتماعية. دار النفائس. الأردن.
١٢. مناف، علاء هاشم (٢٠١١). فلسفة الإعلام والاتصال. دار صفاء. الأردن.
١٣. واكد، نعيمة (٢٠١٠-٢٠١١). البرمجة التلفزيونية وتحديات التكنولوجيا الحديثة-دراسة وصفية تحليلية للبرمجة بالتلفزيون الجزائري-. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر ٣. الجزائر.

الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينة من قطاع غزة)

فارس سلمان أبو شيحة

جامعة عبد الحميد بن باديس - الجزائر

Fares000050@gmail.com

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، بالإضافة إلى معرفة مدى تعرض ودوافع الشباب الفلسطيني لتلك الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدم تم توظيف جمهور وسائل الإعلام. واعتمد الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم جميع بيانات الدراسة باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، وقام الباحث بتوزيع عينة صحيفة الاستقصاء على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٠٠) مفردة من فئة الشباب الفلسطيني المقيمين في قطاع غزة.

كلمات مفتاحية

شبكات التواصل الاجتماعي، الأخبار الكاذبة، الشباب الفلسطيني، الوعي السياسي

مقدمة

الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الملاحظة والاستبيان، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية المنتظمة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مدينة أم البواقي بدولة الجزائر، بلغ حجمها ٨٣ مفردة، واستندت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. أغلب الشباب الجزائري لا يتقبلون الأخبار الزائفة التي تصلهم، ويكون رد فعلهم عند تلقي الخبر بأن يتأكدوا منه وفي وسائل إعلامية أخرى.
- ب. يتلقى أغلبية الشباب الجزائري الأخبار الزائفة من الصفحات والحسابات الشخصية.
- ت. تؤثر الأخبار الزائفة على الشباب الجزائري بسهولة، وهو ما يساهم في التأثير على الوعي السياسي لديهم.

تزايدت نشر الأخبار الكاذبة بشكل ملحوظ مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت العنصر المهم والأكثر متابعة وفعالية من قبل الجمهور في التزود بالمعلومات والأخبار على مدار الوقت.

لكن الحصول على الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، أصبحت محل شك لدى الجمهور، من خلال اكتشاف العديد من تلك الأخبار بعدم مصداقيتها في ظل بيئة رقمية تمتاز بالذكاء الاصطناعي والسرعة والمرونة في نقل المعلومات.

وأصبح نشر الأخبار الكاذبة وتداولها تشكل خطراً متزايداً على مستوى الوعي السياسي لدى الشباب داخل المجتمع الفلسطيني.

وفي هذه الورقة البحثية سنتعرف على الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها ودوافع تعرضهم ومدى انعكاس ذلك على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

الدراسات السابقة

١. دراسة رانيا، منال (٢٠٢٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الأخبار الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، بالإضافة إلى معرفة دوافع وانعكاسات تعرض الشباب الجزائري للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث

٢. دراسة السويدي، العموش (٢٠٢٢):

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي من وجه نظر الشباب الجامعي في المجتمع الإماراتي، وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وتم جمع بيانات



السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في الأمور الآتية:

١. انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل خداع الشباب كونه الفئة الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي.
٢. دور شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الأفكار متجاوز الحدود الزمانية والمكانية، مع إمكانية التواصل والتفاعل والسرعة في توصيل المعلومة.
٣. تأثير الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني بالأخبار الكاذبة المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
٤. الأوضاع السياسية التي تشهدها فلسطين، وكيفية تناول شبكات التواصل الاجتماعي لتلك الأخبار.
٥. قلة الدراسات التي تناولت مدى تأثير الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، وذلك من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

١. معرفة عادات استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي.
٢. التعرف على أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في قطاع غزة.
٣. التعرف على مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
٤. فهم دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي.
٥. معرفة مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي.

تساؤلات الدراسة

تجيب الورقة البحثية على التساؤل الرئيسي المتمثل في ما هو تأثير الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني؟ ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما هي عادات استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي؟

الدراسة باستخدام أداة الاستبيان، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة، من طلاب وطالبات الجامعيين في المجتمع الإماراتي، بلغ حجمها ٣١٣ مفردة، واستندت هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. تعد وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر نشرًا للشائعات، هي (الواتس أب) بنسبة ٥٦,٢٪.
- ب. أكثر الوسائط التي تساهم في تصديق الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، هي مقاطع الفيديو بنسبة ٦٠,١٪.
- ت. الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي، هي الشائعات الاجتماعية بنسبة ٤٨,٢٪.

٣. دراسة مكايي وآخرون (٢٠٢١)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، إلى جانب رصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكله، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الاستبيان، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة، من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب العربي في أربع دول عربية، وهي: (مصر، السعودية، الإمارات، تونس)، بلغ حجمها ٣٩٢ مفردة، واستندت على نظرية مدخل التربية الإعلامية الرقمية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. وضوح تأثير سلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتحيزاتهم الشخصية وكثافة استخدامهم على شدة العلاقة بين مستوى امتلاكهم مهارة الوصول للموارد المنشورة عبر الوسائل، ومدى اتخاذهم قرار تداول المحتوى الزائف.
- ب. وجود تأثيرات متباينة لمُغريات تحديد الاحتياجات من المحتوى والتعرض الانتقائي واكتشاف طبيعته، على العلاقة بين مستوى امتلاك مهارة الوصول للموارد المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى اتخاذ قرار تداول المحتوى الزائف عبر هذه الوسائل.
- ت. وجود علاقة ارتباطية دالة بين مستوى امتلاك مهارة بناء المحتوى الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى استخدام أساليب التداول بالتصحيح أو بالاستثمار أو بالسخرية في إعادة نشر المحتوى الزائف.

مشكلة الدراسة

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على الأخبار الكاذبة المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك مدى تأثير تلك الأخبار على الوعي



0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
3.8	15	اعدادي	
21.3	85	ثانوية عامة	
75.0	300	جامعي	المحافظة
19.7	79	الشمال	
26.0	104	غزة	
19.7	79	الوسطى	
18.8	75	خانيونس	
15.8	63	رفح	المجموع
100	400		

نظرية الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، في إطار بناء فروضها وتحديد المشكلات والأهداف والتساؤلات.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش بداخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف. (المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ص ٨٨)

ويعتبر هذا المنظور وهو اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام والذي اهتم بها ميليفن ديفلير وبول روكيتش. (عبد الحميد، نظريات الاعلام اتجاهات التأثير، ٢٠٠٤)

الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام (حجاب، نظريات الاتصال، ص ٣٢١):

• الفهم: وينقسم إلى قسمين وهما:

- الفهم الذاتي:** وهو فهم الفرد للقيم والعادات والمعتقدات الاجتماعية التي تسهم في ثقل خبراته الشخصية.
- الفهم الاجتماعي:** ويتمثل في فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش بداخله ويوضح مؤسساته المتنوعة.

• التوجيه: ويقوم على قسمين وهما:

- التوجيه السلوكي:** ويعني فهم الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكي من المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع.
- التوجيه التفاعلي:** ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع.

٢. ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في قطاع غزة؟
٣. ما مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
٤. ما هي دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. ما هي انعكاسات الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي؟

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها. (المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ص ١٦٢)

واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدمت أسلوب جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداة صحيفة الاستقصاء (الاستبيان) في جمع المعلومات للدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة

أ. **مجتمع الدراسة:** ويقصد بمجتمع الدراسة: " كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة". (الطويس، مجتمع الدراسة والعينات، ص ٣)، ويتكون مجتمع الدراسة من جميع فئة الشباب الفلسطيني المقيمين في قطاع غزة.

ب. **عينة الدراسة:** نظراً لصعوبة إجراء الدراسة الشاملة لجميع أفراد عينة الدراسة، تم اختيار العينة العشوائية البسيطة، وهي العينة التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه، نفس الفرصة بأن تكون ممثلة في هذه العينة، كما وتستخدم عندما يكون المجتمع الإحصائي متجانساً. (أبو زاهر، العينات الإحصائية، ٢٠١٧)

وفيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق السمات العامة

جدول (١)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغيراتها

المتغير	التصنيف	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	135	33.7
	أنثى	265	66.3
العمر	من ١٨ - أقل من ٢٢	102	25.5
	من ٢٢ - أقل من ٢٧	130	32.5
	من ٢٧ سنة فما فوق	168	42.0

• **التسلية:** وتنقسم التسلية إلى نوعين وهما (الحديدي، نظريات الاتصال: اتجاهات حديثة في دراسة الجمهور، ص ١٧٦):

أ. **تسلية الفرد:** ويعني رغبة الفرد في الترفيه والراحة والهدوء والبعد عن ضغوطات الحياة اليومية ومشاكلها.

ب. **التسلية الاجتماعية:** ويعني رغبة الفرد في الترفيه من خلال التفاعل مع الآخرين.

تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام

ويرصد ميليفن ديفيلر وبول روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاثة فئات أساسية. (صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، ص ٣١)

أولاً: الآثار المعرفية: وتتمثل في العديد من المجالات منها، الغموض ومشكلة نقص في المعلومات، وتكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة، وترتيب الأولويات في القضايا البارزة، واتساع المعتقدات والقيم. ثانياً: الآثار الوجدانية: وترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العطف، وتتمثل ذلك في الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعترا ب.

ثالثاً: الآثار السلوكية: وتنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفق ميليفن ديفيلر وبول روكيتش في سلوكين أساسين وهما التنشيط والخمول.

مصطلحات الدراسة:

تعد مرحلة تحديد مصطلحات الدراسة، إحدى الخطوات المهمة في البحوث والدراسات العلمية، حتى يتسنى لقارئ هذه الدراسة فهم ما ترمي إليه بعض المفاهيم ومعانيها المستخدمة، وهي على النحو الآتي:

١. **الأخبار الكاذبة:** وهي الأخبار التي تقوم تشويه أحداث أو اختلاقها أو تلفيقها، وبناء قصص وتقارير عليها من أجل استقطاب الرأي العام بناء على الخداع والكاذب. (دويتشه فيله، الأخبار الكاذبة، ٢٠٢٢)

٢. **شبكات التواصل الاجتماعي:** وهي مواقع الويب التي تُتيح للأشخاص الذين يتشاركون الاهتمامات نفسها الاجتماع معاً، ومشاركة المعلومات، والصور، والفيديوهات، كما ويقوم عمل هذه الشبكات على استخدام برامج التواصل الاجتماعي القائمة على الإنترنت من أجل إجراء اتصالات مع الأصدقاء، والعائلة، والزلاء، كما تُستخدم هذه الشبكات لأغراض اجتماعية، أو تجارية، أو كليهما. (موقع موضوع، مفهوم الشبكات الاجتماعية، ٢٠١٨)

٣. **التأثير:** وهي ردود الفعل الشخصية الإيجابية أو السلبية أو المشاعر التي تمر بها، حيث أنه غالباً ما يستخدم مفهوم التأثير كمصطلح

شامل للإشارة إلى التقييمات والحالات المزاجية والعواطف، حيث تؤثر الألوان مثلاً في الطريقة التي نرى بها العالم وكيف نشعر تجاه الأشخاص والأشياء والأحداث كما أن لها تأثيراً مهماً على تفاعلاتنا الاجتماعية وسلوكياتنا وصنع القرار ومعالجة المعلومات. (موقع إي عربي، مفهوم التأثير في علم النفس الاجتماعي، ٢٠٢١)

٤. **الوعي السياسي:** وهي مجموع الأفكار والمعلومات التي لدى الفرد، والتي تتعلق بمجتمعه أو بالمجتمع الخارجي، وتدور حول الموضوعات السياسية المختلفة، وأن هذه المعلومات والمعارف تكتسب من خلال الثقافة السياسية التي تنتقل للفرد وعبر عملية التنشئة السياسية بواسطة المؤسسات الاجتماعية المختلفة. (موصلي، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، ٢٠٢٠)

٥. **الشباب:** هم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥-٢٤ عاماً. (الجمعية العامة للأمم المتحدة، ١٩٨١).

الصدق والثبات

١- صدق الاستبانة

أ. **الصدق من وجهة نظر المحكمين "الصدق الظاهري":** قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (٧) محكمين، مختصين في مجال الصحافة والإعلام، وبناءً على آراء المحكمين تم تعديل وحذف وإضافة ما يلزم على فقرات صحيفة الاستقصاء، حيث اعتمد الباحث نسبة اتفاق بين المحكمين (٨٠٪) لاعتماد فقرات الاستبانة، ووفق هذه الملاحظات أُخرجت الاستبانة بصورتها النهائية مختلفة عن الصورة الأولية، وبذلك خرجت صحيفة الاستقصاء في صورته النهائية.

ب. **صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة:** يقصد بصدق الاتساق الداخلي، مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، حيث أسفرت النتيجة أن معاملات الارتباط دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، حيث إن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من (٠,٠٥).

٢- **ثبات فقرات الاستبانة:** استخدم الباحث لقياس ثبات الاستبانة طريقة ألفا كرونباخ حيث بلغت قيمته (٠,٨٥)، وقد بينت أن معامل الثبات مرتفع مما يدفع الباحث على استخدام صحيفة الاستقصاء بكل طمأنينة ويمكن تطبيقها بثقة.

مناقشة نتائج الدراسة

يستعرض هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث على عينة الدراسة والتي بلغت (٤٠٠) مبحوثاً، وذلك من خلال استعراض أسئلة الدراسة وإجاباتها ومناقشتها والتعليق عليها. نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

7	23.8	95	انستغرام
2	45.5	182	واتس أب
4	38.8	155	يوتيوب
5	20	80	تلجرام
6	27.5	110	تيك توك
8	10	40	لينكد إن
المجموع			1079

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يتضح من نتائج الجدول أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة في التصفح هي "فيسبوك" التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (70,5%)، في حين جاءت "واتس أب" في المرتبة الثانية بنسبة (45,5%)، بينما جاءت "لينكد إن" في المرتبة الأخيرة بنسبة (10%). ويرى الباحث بأن موقع الفيس بوك، تصدر أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في قطاع غزة، نظراً لأنها الأكثر شعبية ومتابعة من قبل الجمهور.

٤. ما أنسب الفترات لديك لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (٤)

أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي

أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
صباحاً	9	2.2
وقت الظهيرة	14	3.4
مساءً	47	11.8
ليلاً	63	15.8
لا يوجد وقت محدد	267	66.8
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه أن أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في وقت غير محدد بنسبة (66,8%)، بينما ما نسبته (15,8%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي ليلاً، وأن ما نسبته (11,8%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي مساءً، يليه ما نسبته (3,4%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي وقت الظهيرة، ثم ما نسبته (2,2%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي صباحاً.

ويعزو الباحث بأن عدم وجود وقت محدد من قبل الشباب الفلسطيني كأنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي، لأنها تلك الفئة تتصفح شبكات التواصل على مدار الوقت.

١. إلى أي حد تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (١)

طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
دائماً	280	70
غالباً	100	25
أحياناً	20	5
نادراً	0	0
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (١) السابق أن الشباب الفلسطيني دائماً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (70%)، وأن ما نسبته (25%) غالباً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأحياناً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (5%).

٢. ما عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (٢)

الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالساعة

الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالساعة	ك	%*
أقل من ساعة	0	0
من ساعة إلى أقل من ساعتين	20	5
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	59	14.7
ثلاث ساعات فأكثر	321	80.3
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه أن ما نسبته (80,3%) من المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً عدد ساعات متابعتهم ثلاث ساعات فأكثر، بينما ما نسبته (14,7%) عدد ساعات متابعتهم من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (5%) عدد ساعات متابعتهم من ساعة إلى أقل من ساعتين.

٣. ما أبرز المواقع التي تعتمد عليها في التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (٣)

أبرز المواقع التي تعتمد عليها في التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%*	الترتيب
الفيس بوك	282	70.5	1
تويتر	135	33.8	3

٥. أين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بكثرة؟

جدول (٥)

مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي

مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
المنزل	220	55.0
المقهى	16	4.0
الجامعة	0	0
مكان العمل	34	8.5
حسب الظروف	130	32.5
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه الذي يبين مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي أن أعلى نسبة كانت في المنزل بنسبة (٦٦,٨٪)، بينما ما نسبته (٣٢,٥٪) مكان تصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي حسب الظروف، وأن ما نسبته (٨,٥٪) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي في مكان العمل، ثم ما نسبته (٤٪) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي في المقهى.

٦. ما نوع الأخبار التي تشد انتباهك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (٦)

نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي

نوع الأخبار	ك	%*	الترتيب
سياسية	66	16.6	5
اقتصادية	95	23.8	4
ثقافية	120	30	3
رياضية	245	61.2	2
اجتماعية	275	68.8	1
فنية	42	10.6	6
المجموع	1079		

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يتضح من نتائج الجدول أن نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي "اجتماعية" التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٨,٨٪)، في حين جاءت الأخبار "الرياضية" في المرتبة الثانية بنسبة (٦١,٢٪)، بينما جاءت الأخبار "الفنية" في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٠,٦٪).

ويرى الباحث بأن نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل هي المواضيع الاجتماعية، نظراً لأنها تستخدم العواطف

الإنسانية، وتسلب الضوء على المواضيع الأكثر قرباً ومعاناة من قبل الجمهور.

٧. لماذا تفضل شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟

جدول (٧)

سبب تفضيل الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

موافقة بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدرجة	الترتيب
ك	150	99	86	40	25	400	3.77	1.227	0.75	كثيرة
%	37.5	24.8	21.5	10.0	6.2	100				5
الإلمام بكل المستجدات في وقت قصير										
ك	141	129	85	26	19	400	3.87	1.113	0.77	كثيرة
%	35.3	32.3	21.3	6.4	4.7	100				2
توفر أخبار شاملة وجديدة										
ك	132	112	107	32	17	400	3.78	1.119	0.76	كثيرة
%	33.0	28.0	26.8	8.0	4.2	100				4
تنوع المحتوى										
ك	146	120	88	32	14	400	3.88	1.099	0.78	كثيرة
%	36.5	30.0	22.0	8.0	3.5	100				1
تتيح الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان										
ك	111	112	82	61	34	400	3.51	1.274	0.70	كثيرة
%	27.8	28.0	20.5	15.3	8.2	100				6
التواصل مع الآخرين										
ك	132	125	93	34	16	400	3.81	1.108	0.76	كثيرة
%	33.0	31.3	23.3	8.4	4.0	100				3
الاستفادة من آراء الآخرين										

يوضح الجدول سبب تفضيل الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حيث جاءت الفقرة " تتيح الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٨٨) ووزن نسبي (٧٨٪)، تلتها الفقرة " توفر أخبار شاملة وجديدة " حيث شغلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٨٧) ووزن نسبي (٧٧٪)، ثم "الاستفادة من آراء الآخرين" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٣,٨١) ووزن نسبي (٧٦٪)، ثم الحصول على "تنوع المحتوى" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣,٧٨) ووزن نسبي (٧٦٪)، ثم "الإلمام بكل المستجدات في وقت قصير" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٣,٧٧) ووزن نسبي (٧٥٪)، وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فقرة "التواصل مع الآخرين" بمتوسط حسابي (٣,٥١) ووزن نسبي (٧٠٪).

يتضح من الجدول (9) أعلاه أن أفراد العينة لا يتقبلون الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة إجاباتهم (89%)، وأن ما نسبته (11%) يتقبلون الأخبار الزائفة.

ويرى الباحث بأن الشباب الفلسطيني في قطاع غزة لا يتقبلون الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، نظراً لمعرفتهم عواقب تقبل الأخبار الكاذبة ومدى تأثيرها على المجتمع.

١٠. هل تعيد نشر الأخبار الكاذبة المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (١٠)

نشر الأخبار الكاذبة المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

نشر الأخبار الكاذبة	ك	%
نعم	36	9
لا	364	91
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (10) السابق أن أغلب الشباب الفلسطيني لا يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة إجاباتهم (91%)، وأن ما نسبته (9%) يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة رانيا ومنال (2022)، بأن أغلب الشباب الفلسطيني لا يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 91.3%.

١١. ما دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (١١)

دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي

دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة	ك	%*	الترتيب
تأخير إصدار البيانات من الجهات الرسمية تجاه الأحداث والقضايا المثارة	157	39.3	4
انخفاض نسبة الوعي لدى الشباب	6	1.5	6
تراجع دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق	227	56.8	2
توفير البيئة الخصبة لترويج الأخبار الكاذبة في أوقات الأزمات	199	49.8	3
سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	285	71.3	1
ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل	85	21.3	5

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

ويعزو الباحث بأن النسبة الكبيرة في الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان، كأبرز أسباب تفضيل الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، كونها الأكثر سرعة وانتشاراً ومتابعة من قبل الجمهور.

٨. ما الذي يدفعك/ك إلى متابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (٨)

دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي

دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار	ك	%*	الترتيب
الاطلاع على المستجدات	252	63.0	2
معرفة الأخبار المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	273	68.3	1
الترفيه والتسلية	235	58.8	3
تكوين صداقات جديدة	227	56.8	4
التنقيس عن الذات	191	47.8	5
الهروب من مشكلات وضغوط الحياة	46	11.5	6

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يوضح الجدول (٨) أعلاه دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الفقرة "معرفة الأخبار المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٨,٣%)، تلتها الفقرة "الاطلاع على المستجدات" حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (٦٣%)، ثم "الترفيه والتسلية" بالمرتبة الثالثة بنسبة (٥٨,٨%) ثم "تكوين صداقات جديدة" بالمرتبة الرابعة بنسبة (٥٦,٨%)، ثم "التنقيس عن الذات" بالمرتبة الخامسة بنسبة (٤٧,٨%) وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فقرة "الهروب من مشكلات وضغوط الحياة" بنسبة (١١,٥%).

وتختلف هذه النتائج مع دراسة رانيا ومنال (٢٠٢٢)، التي أظهرت بأن معرفة الأخبار المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة ٨٣,١٣%.

٩. أتقبل الأخبار الكاذبة التي تصلني/ تصلك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (٩)

مدى تقبل الأخبار الكاذبة التي تصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مدى تقبل الأخبار الكاذبة	ك	%
نعم	44	11
لا	356	89
المجموع	400	100

١٣. هل تؤثر الأخبار الكاذبة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (13)

مدى تأثير الأخبار الكاذبة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

مدى تأثير الأخبار الكاذبة	ك	%
نعم	333	83.2
لا	67	16.8
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (١٣) أعلاه أن أفراد العينة يتأثرون بالأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة إجاباتهم (٨٣,٢٪)، وأن ما نسبته (١٦,٨٪) لا يتأثرون بالأخبار الكاذبة. ويرى الباحث بأن الشباب الفلسطيني يرون بأن الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي يتأثرون بها، كونها تستخدم الأسلوب المضلل الذي جذب القراء لها.

١٤. هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني؟

جدول (١٤)

مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي

مساهمة الأخبار الكاذبة في التأثير على الوعي السياسي	ك	%
نعم	350	87.5
لا	50	12.5
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (١٤) السابق أن أغلب الشباب الفلسطيني يرون أن مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي السياسي بنسبة (٨٧,٥٪)، وأن ما نسبته (١٢,٥٪) من مساهمة الأخبار الكاذبة لا تؤثر على الوعي السياسي.

وستقوم الدراسة باستثناء الذين كانت أجابتهم بـ "لا" والبالغ عددهم (٥٠) في الإجابة عن السؤال التالي لمعرفة كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

ويعزو الباحث بأن أغلب الشباب الفلسطيني يرون بأن مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي السياسي بنسبة كبيرة، نظراً لأنها تساهم في تشكيل وعي سياسي مزيف من خلال نشر المعلومات المضللة.

يوضح الجدول (١١) أعلاه دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الفقرة " سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي " في المرتبة الأولى بنسبة (٧١,٣٪)، تلتها الفقرة " تراجع دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق " حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (٥٦,٨٪)، ثم " توفير البيئة الخصبة لترويج الأخبار الكاذبة في أوقات الأزمات " بالمرتبة الثالثة بنسبة (٤٩,٨٪) ثم " تأخير إصدار البيانات من الجهات الرسمية تجاه الأحداث والقضايا المثارة " بالمرتبة الرابعة بنسبة (٣٩,٣٪)، ثم " ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل " بالمرتبة الخامسة بنسبة (٢١,٣٪) وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فقرة " انخفاض نسبة الوعي لدى الشباب " بنسبة (١,٥٪).

ويعزو الباحث بأن سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كأبرز دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة، نظراً لأن شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدام ومتابعة وتفاعل من قبل الجمهور.

١٢. مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (١٢)

مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة	ك	%
مرتفع التعرض	148	37.0
أنتعرض دائماً	72	18.0
متوسط التعرض	96	24.0
أنتعرض أحياناً	68	17.0
منخفض التعرض	10	2.5
نادراً	6	1.5
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه الذي يبين مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة أن أعلى نسبة كانت مرتفع التعرض بنسبة (37٪)، بينما ما نسبته (24٪) مدى تعرضهم للأخبار الكاذبة متوسط التعرض، وأن ما نسبته (18٪) يتعرضون دائماً للأخبار الكاذبة، ثم ما نسبته (17٪) أحياناً ما يتعرضون للأخبار الكاذبة، وأن ما نسبته (2.5٪) مدى تعرضهم للأخبار الكاذبة منخفض التعرض، وأن ما نسبته (1.5٪) نادراً يتعرضون للأخبار الكاذبة.

ويرى الباحث بأن مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة جاء مرتفع التعرض في المرتبة الأولى، نظراً لسهولة نشر الأخبار من قبل الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

متوسط	58	14.5
ضعيف	9	2.2
ضعيف جداً	20	5.0
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه الذي يبين مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي أن أعلى نسبة كانت كبير جداً بنسبة (٤١,٨٪)، بينما ما نسبته (٣٦,٥٪) مدى انعكاسهم للأخبار الكاذبة كان كبيراً، وأن ما نسبته (١٤,٥٪) جاء متوسطاً، ثم ما نسبته (٢,٢٪) أتي ضعيفاً، وأن ما نسبته (٥٪) ضعيف جداً.

ويعزو الباحث بأن مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي جاء بدرجة كبيرة جداً في المرتبة الأولى، نظراً لأنها تقوم على تزويد الجمهور بالمعلومات المضللة مما يؤدي إلى بناء وعي سياسي مزيف.

١٧. ما مقترحاتك لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني؟

جدول (١٧)

أهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني

أهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي	ك	%	الترتيب
عقد الندوات وورش العمل للحد من مخاطر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني	56	14.0	3
الاعتماد على المصادر الموثوقة في استقصاء الأخبار	86	21.5	2
تعزيز دور الإعلام الرسمي في توعية الشباب نحو مخاطر نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	44	11.0	4
عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها	214	53.5	1
المجموع	400		

يوضح الجدول (١٧) أعلاه أهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، حيث جاءت الفقرة "عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها" في المرتبة الأولى بنسبة (٥٣,٥٪)، تلتها الفقرة "الاعتماد على المصادر الموثوقة في استقصاء الأخبار" حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (٢١,٥٪)، ثم "عقد الندوات وورش العمل للحد من مخاطر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني" بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٤٪)، وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي الرابعة فقرة "تعزيز دور الإعلام الرسمي في توعية الشباب نحو مخاطر نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة (١١٪).

١٥. ما تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني

جدول (١٥)

كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني

كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني	ك	%*	الترتيب
تشكيل وعي سياسي مبني على الكذب والتزييف	215	61.4	1
التأثير على مصداقية الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي	198	56.6	2
التأثير على نفسية المتلقي وإثارة السخط لدى الرأي العام وغضبه	95	27.1	6
التشكيك في كل محتوى منشور على شبكات التواصل الاجتماعي	158	45.1	4
زيادة عدد المتابعين عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الأخبار	132	37.7	5
اكتساب شهرة لأصحاب الأخبار الكاذبة سواء الشخصية والعامة	175	50.0	3
تشكيل نخبة سياسية مؤثرة على الوعي لدى الشباب الفلسطيني	74	21.1	7

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 350

يوضح الجدول (١٥) أعلاه كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، حيث جاءت الفقرة "تشكيل وعي سياسي مبني على الكذب والتزييف" في المرتبة الأولى بنسبة (٦١,٤٪)، تلتها الفقرة "التأثير على مصداقية الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي" حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (٥٦,٦٪)، ثم "اكتساب شهرة لأصحاب الأخبار الكاذبة سواء الشخصية والعامة" بالمرتبة الثالثة بنسبة (٥٠٪)، ثم "التشكيك في كل محتوى منشور على شبكات التواصل الاجتماعي" بالمرتبة الرابعة بنسبة (٤٥,١٪)، ثم "زيادة عدد المتابعين عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الأخبار" بالمرتبة الخامسة بنسبة (٣٧,٧٪)، ثم "التأثير على نفسية المتلقي وإثارة السخط لدى الرأي العام وغضبه" بالمرتبة السادسة بنسبة (٢٧,١٪)، وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السابعة فقرة "تشكيل نخبة سياسية مؤثرة على الوعي لدى الشباب الفلسطيني" بنسبة (٢١,١٪).

ويرى الباحث بأن تشكيل وعي سياسي مبني على الكذب والتزييف، الأبرز في كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، كونها تستخدم المعلومات المضللة والمزيفة في مخاطبة الجمهور.

١٦. ما مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي؟

جدول (١٦)

مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على الوعي السياسي

مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على الوعي السياسي	ك	%
كبير جداً	167	41.8
كبير	146	36.5

ويرى الباحث بأن عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها، جاءت كأهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب، لأن التسرع دون مصداقية أو مصدر للرجوع إليه تساهم في نشر الشائعات.

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى للمتغيرات الديموغرافية النوع الاجتماعي، العمر، المستوى التعليمي، المحافظة.

ولاختبار هذا الفرض قسمه الباحث إلى عدد من الفروض الفرعية، على هذا النحو:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

للتحقق من هذا الفرض تم استخدام اختبار "T" للعينتين المستقلتين لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني كل من الذكور والإناث، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول ٥,٣٥

نتائج اختبار "T" للعينتين مستقلتين - النوع الاجتماعي

المتغير	النوع الاجتماعي		قيمة اختبار T	القيمة الاحتمالية Sig
	ذكور	إناث		
مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني	التكرار	135	265	0.398
	المتوسطات	1.04	1.04	
	الانحراف المعياري	0.190	0.200	

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 398 تساوي 1.6479

من النتائج الموضحة في جدول (٥,٣٥) تبين أن القيمة الاحتمالية Sig المقابلة لاختبار "T" للعينتين مستقلتين "أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير العمر.

وللتعرف على ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير العمر، تم استخدام اختبار "التباين الأحادي - ذو الاتجاه الواحد" وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي.

جدول ٥,٣٦

نتائج اختبار "تحليل التباين" - العمر

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة اختبار	القيمة الاحتمالية Sig
مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني	بين المجموعات	0.199	2	0.100	2.609	0.075
	داخل المجموعات	15.161	397	0.038		
	المجموع	15.360	399			

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 2,397 تساوي 3.02

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن القيمة الاحتمالية Sig المقابلة لاختبار "التباين الأحادي - ذو الاتجاه الواحد" أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير العمر.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة السويدي والعموش (2022)، التي أظهرت بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر والجنس ونوع الجامعة.

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

وللتعرف على ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير المستوى التعليمي، تم استخدام اختبار "التباين الأحادي - ذو الاتجاه

الواحد " وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي.

جدول 5.36

نتائج اختبار "تحليل التباين" - المستوى التعليمي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة اختبار F	القيمة الاحتمالية Sig
مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني	بين المجموعات	0.060	2	0.030	0.784	0.457
	داخل المجموعات	15.300	397	0.039		
	المجموع	15.360	399			

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 2,397 تساوي 3.02

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن القيمة الاحتمالية Sig المقابلة لاختبار "التباين الأحادي - ذو الاتجاه الواحد" أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير المحافظة.

4. وللتعرف على ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير المحافظة تم استخدام اختبار "التباين الأحادي - ذو الاتجاه الواحد" وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي.

جدول 5.37

نتائج اختبار "تحليل التباين" - المحافظة

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة اختبار F	القيمة الاحتمالية Sig
مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني	بين المجموعات	0.056	4	0.014	0.361	0.837
	داخل المجموعات	15.304	395	0.039		
	المجموع	15.360	399			

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 4,395 تساوي 2.395

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن القيمة الاحتمالية Sig المقابلة لاختبار "التباين الأحادي - ذو الاتجاه الواحد" أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني تعزى لمتغير المحافظة.

المطلب الثاني: أهم النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة الميدانية

1. أظهرت الدراسة بأن الشباب الفلسطيني دائماً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 70%.
2. بينت الدراسة بأن المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً، يزيد عن ثلاثة ساعات فأكثر يقضونها في المرتبة الأولى بنسبة 80,3%.
3. جاءت أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في التصفح هو موقع الفيس بوك في المرتبة الأولى بنسبة 70,5%، ويليه الواتساب في المرتبة الثانية بنسبة 70,5%، بينما في المرتبة الأخيرة جاء موقع لينكد إن بنسبة 10%.
4. أظهرت الدراسة بأن أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في وقت غير محدد حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 66,8%.
5. أوضحت الدراسة بأن مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي هو المنزل في المرتبة الأولى بنسبة 66,8%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة المقهى بنسبة 4%.
6. بينت الدراسة بأن نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 68,8%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفنية بنسبة 10,6%.
7. حظي تفضيل الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في إتاحة الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان في المرتبة الأولى بنسبة 78%.
8. تمثلت دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في معرفة الأخبار المنتشرة عبر تلك الشبكات في المرتبة الأولى بنسبة 68,3%.
9. إن الشباب الفلسطيني الذين لا يتقبلون الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 89%، مقابل 11% يتقبلون الأخبار الزائفة.
10. إن أغلب الشباب الفلسطيني الذي لا يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 91%، مقابل 9% يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة.
11. بينت بأن دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر

توصيات الدراسة

١. تعزيز دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق بشفافية ونزاهة على الدوام، للحد من تداول الأخبار الكاذبة من قبل الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
٢. ضرورة معالجة النخبة السياسية والجهات المعنية بذلك، التأثير الكبير للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، كونهم الفئة الأهم داخل المجتمع الفلسطيني.
٣. إطلاق حملات التوعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات والجمعيات المختصة بهذا الشأن، في إطار التقليل من مخاطر نشر الأخبار الكاذبة والاعتماد على المصادر الرسمية ذات العلاقة.
١٢. بينت الدراسة بأن مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة، مرتفع التعرض في المرتبة الأولى بنسبة ٣٧٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت نادرة التعرض بنسبة ١,٥٪.
١٣. أظهرت بأن الشباب الفلسطيني الذين يتأثرون بالأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٣,٢٪، مقابل ١٦,٨٪ لا يتأثرون بالأخبار الكاذبة.
١٤. إن أغلب الشباب الفلسطيني يرون بأن مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي السياسي بنسبة ٨٧٪، مقابل ١٢,٥٪ لا يرون ذلك.
١٥. جاء تشكيل الوعي السياسي المبني على الكذب والتزييف في كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني في المرتبة الأولى بنسبة ٦١,٤٪.
١٦. بينت الدراسة بأن مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي جاءت بدرجة كبيرة جداً في المرتبة الأولى بنسبة ٤١,٨٪.
١٧. جاء عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها، كأهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني في المرتبة الأولى بنسبة ٥٣,٥٪.

المراجع

١. أبو زاهر، كامل. (٢٠١٧). العينات الاحصائية، محاضرات علمية، الجامعة الإسلامية، غزة.
٢. حجاب، محمد. (٢٠١٠). نظريات الاتصال. ط١. القاهرة: دار فجر للنشر والتوزيع، ص٣٢١.
٣. الحديدي، فضل. (٢٠٠٩). نظريات الاعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام. ط١. مصر: مكتبة نانسى دمياط، ص١٧٦.
٤. رانيا، ذيب، منال، طلبة. (٢٠٢٢). الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي. (رسالة ماجستير منشورة). جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.
٥. السويدي، سعاد، العموش، أحمد. (٢٠٢٢). استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي من وجهة نظر الشباب الجامعي في مجتمع الإمارات. ورقة علمية منشورة. مجلة الآداب، (١٤١)، ص٤٨٨.
٦. صلوي، عبد الحافظ. نظريات التأثيرات الإعلامية. محاضرات في مناهج البحث الإعلامي. تاريخ الاطلاع (٢٠٢٣/٢/١٨)، رابط الموقع: <https://3zuhADw/bit.ly>.
٧. الطويهي، زياد. (٢٠٠١). مجتمع الدراسة والعيّنات. مديرية تربية لواء البتراء. العراق، ص٣.
٨. عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٤). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط٢. القاهرة: عالم الكتب للتوزيع والنشر.
٩. المشهداني، شهد. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي. ط١. العين: دار الكتاب الجامعي.
١٠. مكاوي، ممدوح، جوده، هيثم، أحمد، إسلام. (٢٠٢١). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية. ورقة علمية منشورة. مجلة البحوث الإعلامية، (٥٦)، ص(٥٢٨-٥٨٤).
١١. موصلي، أماني. (٢٠٢٠). دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين الفيس بوك أمودجا: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال. (رسالة ماجستير منشورة). جامعة جيجل، الجزائر، ص١٦.
١٢. موقع الأمم المتحدة. ما هم الشباب تاريخ الاطلاع (٢٠٢٣/٢/٢٠)، رابط الموقع: 3EiOOZi/bit.ly.
١٣. موقع إي عربي. (٢٠٢١، ١ يوليو). مفهوم التأثير في علم النفس الاجتماعي. تاريخ الاطلاع (٢٠٢٣/٢/٢١)، رابط الموقع: 3YIBC8c/bit.ly.
١٤. موقع دويتشه فيله. (٢٠٢٢، ١ أيلول). الأخبار الكاذبة. تاريخ الاطلاع (٢٠٢٣/٢/١٩)، رابط الموقع: 3ZS7rF/bit.ly.
١٥. موقع موضوع. (٢٠١٨، ١٨ أكتوبر). مفهوم الشبكات الاجتماعية. تاريخ الاطلاع (٢٠٢٣/٢/٢٣)، رابط الموقع: 2K0VIAR/bit.ly.

المحتوى الثقافي العربي من خلال البوكتيوب (دراسة وصفية لقناة دوباميكافين)

د. شهباز زياد

جامعة قسنطينة ٣ - الجزائر

chehinez.ziad@univ-constantine3.dz

ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى البحث في طبيعة المحتوى الثقافي العربي للبوكتيوب المنشور عبر قناة دوباميكافين، من خلال تحليل الفيديوها الأربعة التي تجاوزت نسب مشاهدتها ٣ مليون بالاعتماد على تحليل المحتوى النوعي الذي يستقر المضامين كفيها. وقد توصلت الدراسة إلى أن قناة دوباميكافين تشرح وتلخص وتراجع الكتب وتعرضها بطريقة متميزة، هادفة، جذابة وممتعة، وبأسلوب احترافي استفاد من خصوصيات الوسيط الرقمي وبأداء يجمع بين قوة التعبير السردى والأسلوب المشوق والمميز.

مقدمة

بناء على ما سبق تسعى هذه الورقة البحثية لاستجلاء طبيعة المحتويات الثقافية العربية التي يعرضها البوكتيوبر السعودي ناصر العقيل عبر قناته على اليوتيوب دوباميكافين.

وقد تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

١. فيما يتمثل الطرح الموضوعاتي الثقافي المنشور بقناة دوباميكافين؟
٢. كيف ساهمت اللغة التعبيرية في زيادة فعالية الرسالة المنشورة عبر قناة دوباميكافين؟
٣. كيف ساهمت الرؤية الإخراجية في إبراز المضامين الثقافية المنشورة بقناة دوباميكافين؟
٤. كيف دعمت الأصوات والموسيقى المضامين الثقافية المنشورة بقناة دوباميكافين؟

تحديد المفاهيم

البوكتيوب: هو مراجعة كتاب بتنسيق فيديو عن طريق الإنتاج الرقمي الذي يتم عبر اليوتيوب. (Pereira)

ويشير البوكتيوب إلى مجتمع محدد داخل اليوتيوب ينشئ محتوى أدبي، فهو فضاء مخصص للحديث عن الكتب وأي نوع من المحتوى المتعلق بالأدب. هناك العديد من الأقسام داخل البوكتيوب، وأنواع مختلفة من مقاطع الفيديو التي تروج للقراءة وتخلق نقاشا متعلقا بالكتب، وتطور مجتمعا أدبيا به مناقشات ومجموعة متنوعة من الآراء. (González, ٢٠١٩, p. ١١)

كما يشير البوكتيوبين Booktubing إلى القنوات التي ينتجها المستخدمون، الذين تتراوح أعمارهم عادة بين ١٥ و ٢٥ سنة، ويتحدثون من خلالها عن

انتشر في السنوات الأخيرة بالعالم العربي شكل جديد من أشكال التدوين الإلكتروني المرئي يطلق عليه "البوكتيوب"، الذي برز لدى فئة من الشباب المهتم بالقراءة وتحليل الكتب ونقدها وغيرها من النشاطات ذات الصلة، منتجا بذلك مجتمعا افتراضيا يتشارك نفس الاهتمامات بالمحتويات ذات الطابع الثقافي عموما.

ويرجع ظهور أول قناة رقمية نقدية للكتب إلى الدول الأنجلوسكسونية والإسبانية سنة ٢٠٠٦، في حين استعمل مصطلح "البوكتيوب" لأول مرة سنة ٢٠١١ من خلال موقع (booktube : une autre façon de parler du livre) ليتوالى بعدها انتشار هذا النوع من المدونات الإلكترونية في بقية وسائل التواصل الاجتماعي على غرار التويتر ليصبح ظاهرة تحظى باهتمام واسع من قبل الشباب الصانع والمحترف من جهة والمتلقي المهتم بهذا المجال من جانب آخر.

وقد ظهرت مجموعة من القنوات لبوكتيوبر شباب من دول عربية مختلفة، تفاوتت نسب متابعتهم واختلفت جنسياتهم وتوحدت اهتماماتهم في زمن نقص فيه الإقبال على الكتاب والقراءة، وازداد الارتباط بمواقع التواصل التي أضحت منصات تنشر الكثير من المحتويات غير الهادفة.

تعد قناة دوباميكافين للبوكتيوبر السعودي ناصر العقيل من أكثر قنوات البوكتيوب في العالم العربي متابعه بـ ٣,٢٨ مليون متابع، ومحتوى يعرض ملخصات مطولة لكتب وتجارب شخصية تقدم الكثير من الفوائد. وعليه ترتبط أهمية هذا الموضوع بأهمية الوسيط، الذي أنتج مؤثري قراءة للوسائط المتعددة تراعي خصوصية المتلقي، وتطرح رؤية جديدة لشكل آخر من التدوين المرئي المؤثر في الشباب العربي، بحثا عن مجتمع قارئ من خلال مضامين تساهم في زيادة التوجهات القرائية من خلال البوكتيوب.

الأعمال الأدبية ويراجعونها، وتكون غالباً من روايات الشباب، كما تكون عادة نغمة وأسلوب مقاطع الفيديو غير رسمية، وتتضمن مراجعات للكتب، وجلسات أسئلة وأجوبة مع الآخرين، أو قراءة بصوت عالي. (Mora & Gomez, ٢٠١٧, p. ٦٢)

وعليه يقصد بالبوكتيوب قناة دوياميكافين الموجودة باليوتيوب والتي تتضمن ملخصات وشروحات ومراجعات للكتب، وتحاول تقديم فائدة الكتب دون قرائتها.

البوكتيوبرز: يعد مصطلح حديث نسبياً وغير مألوف على مسامح الجمهور العربي، ويعني باختصار مدوني فيديو مهتمين بتقديم محتوى خاص بقراءاتهم وتحليلاتهم للكتب، وترشيحات الأفضل منها للمتابعين المهتمين بالقراءة. (العميرة، ٢٠١٩)

ويقصد به البوكتيوبر السعودي ناصر العقيل صاحب قناة دوياميكافين التي تعرض ملخصات ومراجعات وتفسيرات للكتب.

المحتوى الثقافي: سيتم الاكتفاء بتعريف عالم الانترنتولوجيا البريطاني إدوارد بارنات تايلور للثقافة والتي يرى أنها: "الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات وكل القدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع". (كوش، ٢٠٠٧، صفحة ٣١)

أما المحتوى الثقافي فيقصد به المضمون الذي يقدمه البوكتيوبر ناصر العقيل عبر قناته المتخصصة في شرح وتلخيص ومراجعة الكتب التي قرأها.

الدراسات السابقة

بعد إجراء بحث معمق عن الأدبيات المرتبطة بالموضوع، تم التوصل إلى عدد من الدراسات الأجنبية المشابهة إلا أنه لم يتم العثور -في حدود اطلاع الباحثة- على دراسات عربية مرتبطة بهذه الظاهرة الجديدة في العالم العربي عدا مجموعة من المقالات غير الأكاديمية التي تكتفي بالحديث عن البوكتيوب بصورة عامة تفتقر إلى العمق والجدية اللازمة، كما لاحظت الباحثة ثراء التراث الأدبي الناطق باللغة الإسبانية والتي يبحث في خصوصيات البوكتيوب من زوايا مختلفة إلا أنه تعذر إدراج الكثير منها -لأسباب لغوية-.

الدراسة الأولى: موسومة بـ "اتجاهات القراءة والتعلم غير الرسمي على اليوتيوب: البوكتيوب" وقد نشرت سنة ٢٠١٩. (Vizcaino-Verdú, Contreras-Pulido, & Guzmán-Franco, 2019, p. 93)

يركز البحث على شكل من أشكال التعبير الأدبي الذي يقوده مجتمع البوكتيوب الجديد، والذي تم تكريسه للتوصية بالكتب والترويج للقراءة عبر مدونة الفيديو. ويسمح هذا الجانب الذي انتشر عن الكتب في المنصة، بتعميق ممارسات الشباب الجديدة خارج الفصل الدراسي

والتي تشير إلى الترويج للكتب والتعبير النقدي حول الجوانب المتعلقة بالمحتوى والأشكال والأنواع والمؤلفين في سياق تدعمه بيئة وسائل الإعلام. ومن أجل التعمق في الأسباب التي تجعل الشباب يقرؤون حالياً، قامت هذه الدراسة بمراجعة الأدبيات بدءاً من مفهوم محو الأمية عبر الوسائط لتقييم الكفاءات السردية والجمالية وتطبيق تحليل المحتوى ودراسة الحالة التي تجمع قناتين من المكتبات الإسبانية ذات المجتمع والتأثير العالي: خافيير رويسكاس وFly like a Butterfly. أظهرت النتائج مساحة التقارب المرتبطة برأي الأقران الذي يشجع على القراءة والكتابة، والقدرة على تفسير السياق الأدبي ووصفه ومقارنته والتفكير فيه.

الدراسة الثانية: معنونة بـ "أن تقرأ: الفرص التعليمية للبوكتيوب" (Dubroc, ٢٠٢١)

تستخدم هذه الدراسة البحثية النوعية الاستفسار السردية ونظرية استجابة قارئ المعاملات ومجتمعات المعرفة المترابطة كأطر نظرية لفحص البوكتيوبز أولاً كقراء لفهم كيف ولماذا يقرؤون ومشاركاتهم في مجتمع البوكتيوب ثانياً، كما تفحص هذه الدراسة كيفية تعامل البوكتيوبز مع البوكتيوب كمجتمع للقراءة والجوانب الفنية لإنشاء المحتوى. وقد أظهرت النتائج أن البوكتيوبز أسسوا هوياتهم كقراء من التجارب المبكرة مع الأدب، كما أن البوكتيوبز رعاية محو الأمية لمشاهديهم: يشجعون القراءة والاستجابة لمختلف أشكال الأدب، وبعد البوكتيوب موقع لمختلف القراء الذين يقرؤون مجموعة مختلفة الأشكال والأنواع. ويرتبط البوكتيوبز ببعضهم البعض ومشاهديهم من خلال القراءة الشبكية أثناء اتصالاتهم عبر منصات التواصل الاجتماعي. وأخيراً كما هو الحال مع أي مجتمع، هناك تدابير مضادة تعالج الصراعات داخل المجتمع ضمن الأدب، يدافع البوكتيوبز عن الأنواع الأدبية خارج الكتب الأكثر مبيعاً ورواجاً.

الدراسة الثالثة: معنونة بـ "تجمع الأدب كحدث ثقافي: مشاركة البوكتيوب" (Ünlü & Yasar, ٢٠٢٢, pp. ٦٣٧-٦٣٨)

حللت هذه الدراسة الميل إلى المشاركة في أنشطة القراءة التي تنظمها نوادي الكتاب عبر الإنترنت. ارتكز البحث على قنوات البوكتيوب التركية ومتابعيها. وقد تم اختيار عينة من قنوات البوكتيوب: Ayse Mine's Book و Ümit Karabacak, Kitap Dünyam. كما أجري البحث على عينة من ٥٤٩ متابع لقنوات البوكتيوب. استخدمت الدراسة مقابلات شبه منظمة مع البوكتيوبز واستبياناً مع متابعي قناة البوكتيوب كأسلوب لجمع البيانات، كما تم تحليل البيانات المحصل عليها من تقنيات جمع البيانات السابقة باستخدام طريقة تحليل المحتوى الإصدار ٢٠٢٠، ٢٠٢٢ من برنامج Maxqda. وقد اتضح من النتائج المتوصل إليها اختلاف دوافع تعرض المتابعين للبوكتيوبز الذين ينتجون محتوى عبر قناة البوكتيوب في جوانب مختلفة. كما أن العامل الرئيس للمشاركة في قنوات البوكتيوبز هو المنفعة الاجتماعية، وإنشاء أرشيف شخصي من محتويات الفيديوها والمساهمة في التطوير الشخصي، أما بالنسبة للمتابعين فالهدف هو التعرف على الأدب، والقيام بالواجبات المنزلية/البحث واكتساب عادات القراءة. وكنيجة لذلك؛ هناك اختلافات في دوافع مالكي قنوات البوكتيوب ومشاهدي قناة البوكتيوب للمشاركة

في هذه القنوات.

وجود حوالي ٧٢ فيديو (من جوان ٢٠٢٠ إلى فيفري ٢٠٢٣)، ليتم اختيار ٤ فيديوهات بطريقة قصدية تبعا لنسب مشاهدتها التي تجاوزت ٣ مليون كما هو موضح بالجدول الآتي:

الجدول (١)

يبين مدونة الفيديوهات الخاضعة للتحليل

عنوان مدونة فيديو اليوتيوب	عدد المشاهدات	الرقم	التاريخ	العدد
كيف تغير حياتك وتنجح في أصعب الظروف -العادة الأولى	3.4 مليون	272 ألف	18 جويلية 2020	2155
كيف تبدأ طريقك نحو الرأى -الأب الغني والأب الفقر- الجزء الأول	4.7 مليون	302 ألف	8 شباط 2021	2522
معركة الاهتمام ضد الانصياف-الجزء الأول	5.7 مليون	432 ألف	12 جوان 2021	2655
كيف ترمج عقلك الباطن -شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن	5.7 مليون	472 ألف	31 اوت 2021	3121

المصدر: من إعداد الباحثة

وقد تم الاستعانة بتحليل المحتوى الكيفي الذي يمكن "اعتباره منهجا (طريقة/أداة/ أسلوبا) علميا تطبيقيا يستخدم لاستخلاص استنتاجات حول المحتوى في أنواع مختلفة من الاتصالات مثل المقالات والمقابلات وأجوبة الأسئلة المفتوحة في الاستمارات والملاحظات والعروض السمعية البصرية والإلكترونية" (دليو، ٢٠٢٢، صفحة ١٧٠) بالارتكاز على فئات بحثية تستدعي الخوض في خصوصيات اليوتيوب محل الدراسة وتستقرأ أبعاده بطريقة سردية.

استند التحليل -بناءً على تساؤلات الدراسة- على وحدة الفكرة الناقلة للرسالة، وعلى مجموعة من الفئات المستمدة من طبيعة الوسيط الرقمي والموضوع ذي الخصوصية المضمونية والشكلية المتمثلة في:

الطرح الموضوعاتي الثقافي: الذي تطرق لمجموعة من المؤشرات المفصلية في عملية الربط بين المضمون وتمرير الرسائل الإيجابية عموما طبيعة المحتويات، نوع اليوتيوب الموظف، التوجيه والنصائح والإعلان....

اللغة التعبيرية: حيث يتم التطرق للغة اللفظية والبصرية والجسدية المتناولة بالفيديوهات محل الدراسة.

الرؤية الإخراجية: بالبحث عن مساهمة العناصر الإخراجية في طرح المضمون الثقافي المتعلق باليوتيوب: اللقطات، الروايات التصويرية، حركات الكاميرا، خصوصيات المكان، والمونتاج.

الأصوات والموسيقى: بالبحث عن نوع الأصوات والمؤثرات الصوتية الموظفة، إضافة إلى نمط الموسيقى المستخدم والذي من شأنه إضفاء بعد جمالي وديناميكي على العمل يساهم في تمرير الرسالة وتحقيق الأثر المرغوب.

الدراسة الرابعة: موسومة بـ "تقييم مقاطع مختارة من اليوتيوب لاستخراج ميزات "مناسبة للفيديو" (Singh, Khajuria, & Rana, ٢٠٢٢, p. ٢٢٤)

تم تحليل ١٠٠ مقطع فيديو من اليوتيوب لاستخراج الميزات التي يمكن أن تجعل الفيديو أكثر جاذبية، وقد استخدمت الدراسة "البحث بالكلمات المفتاحية" في شريط البحث على اليوتيوب، ليتم بعدها فرز المحتوى حسب "عدد المشاهدات" لتحليل الفيديو الأكثر شيوعا. وقد أسفر البحث عن ميزات "مناسبة للفيديو"؛ حيث يجب أن يكون طول الفيديو المعتدل ١٠-١٥ دقيقة (٣٢ من مقاطع الفيديو قيد التحليل)، كما يحب المستخدم مشاهدة مقاطع الفيديو التي تحتوي على مكبر صوت واحد (٧٨)، إضافة إلى ذلك فإن توفر الكثير من التسميات التوضيحية يزيد من عدد المشاهدات حيث تحتوي ٦٤ من مقاطع الفيديو المشهورة على اللغة الإنجليزية كتسمية توضيحية.

الدراسة الخامسة: موسومة بـ "الأنواع السمعية البصرية في إنتاجات اليوتيوبرز: تحليل كمي" (Tomasena, ٢٠٢٢, p. ٢)

تقدم هذه الدراسة تحليلا كميا لأكثر الأنواع شيوعا بين إنتاجات اليوتيوبرز الناطقة بالإسبانية. وتستهدف تحديد أكثر الأشكال الخطابية هيمنة في إنتاجها وتداعيات هذه الأنواع السمعية البصرية على جمهورها من خلال المؤشرات الكمية للشعبية (المشاهدات، الإعجابات/ عدم الإعجاب/ التعليقات). تحدد الدراسة وجود الأنواع السمعية البصرية في عينة عشوائية من مقاطع الفيديو المنشورة سنة ٢٠١٧ (n = ٣٦٨) باستخدام الأساليب الرقمية، من خلال النص المعلوماتي YouTube Data Tools للحصول على المعلومات عن مقاطع الفيديو (العنوان والوصف وعدد المشاهدات والتعليقات والإعجاب وعدم الإعجاب). تشير الأدلة إلى أن اليوتيوبرز قادرون على استخدام مجموعة متنوعة من الأنواع السمعية البصرية التي تأتي من مستخدمي اليوتيوب الآخرين (مثل مدونات الفيديو أو التحديات أو الاستراحة أو عمليات الشراء أو فتح الصناديق) ومن وسائل الإعلام الأخرى (المراجعات والتصنيفات والقوائم والمقابلات). وأبرز ما ظهر في مجموعة الدراسة: الاستعراض والقائمة والختام التي تناسب وظيفة التوصية التقليدية؛ ومع ذلك فإن الأكثر شعبية بين جمهورهم من حيث المشاهدات والتعليقات والإعجابات هي تلك التي يختار فيها اليوتيوبر موضوعا العديد من الكتب مثل القوائم أو التصنيفات أو الاختتمات، وهذا ما يعزز القيمة التنظيمية لعملهم كوسطاء قراءة.

مدونة التحليل وأداتها

تم اختيار قناة دوباميكافين لليوتيوبر السعودي ناصر العقيل بطريقة قصدية نظرا لعدد متابعي قناته على اليوتيوب الذي بلغ ٣,٢٨ مليون متابع، متجاوزا بقية اليوتيوبرز العرب.

وبعد عملية البحث في مجموع ما تم نشره منذ انطلاقة القناة تبين

تحليل المحتوى الثقافي المنشور بقناة "دوباميكافين"

١. بطاقة تعريفية بقناة دوباميكافين:

دوباميكافين اسم مركب من Caffeine و Dupamine، ابتكره صاحب القناة "ناصر العقيل السرور" السعودي؛ والدوبامين هرمون يفرز في الجسد عندما يتم صاحبه إنجاز ما، ويشعره بالسعادة، والكافيين مادة نحصل عليها عندما نتناول القهوة. وتبعاً للبوكتيوبر فمحتوى القناة سيعطيك نشوة هرمونها الخاص. والدوباميكافين مخصص لمدمني القهوة والموسيقى والكتاب وهي الجملة التي يرددها صانع المحتوى في فيديوهات. (دوباميكافين Dupamcaffeine، بلا تاريخ)

٢. التحليل الكيفي

• الطرح الموضوعاتي الثقافي

يتميز الطرح الموضوعاتي العام لبوكتيوبر قناة دوباميكافين بانتقائية مضامينية تعرض كتب ذات صلة بالتنمية البشرية التي تبحث في خصوصيات تستقطب المتلقي وتثير انتباهه، فالبوكتيوبر ناصر العقيل يحرص من خلال قراءاته أن يستهدف المتلقي القارئ وغيره بمواضيع غير متخصصة أي ليست ببعيد أدبي أو درامي محض بل تتعرض لما يمكن أن يفيد الشخص في حياته بالمزاوجة بين الجانبين العاطفي والعقلي وبعدين علمي وسيكولوجي، وهو ما تعكسه عناوين الكتب محل البحث "العادات السبع للناس الأكثر فعالية" لستيفن كوفي، "الأب الغني والأب الفقير" لروبرت كيوساكي، "فن اللامبالاة" لمارك مانسون، و"قوة عقلك الباطن" لجوزيف ميرفي.

كما أن نسب متابعة البوكتيوبر على اليوتيوب ونسب مشاهدات الفيديوهات تؤكد على خاصيتي الثقافة التشاركية والمرح كميزتين إيجابيتين كفلتين باستقطاب متابعين يصحون جزءاً من البوكتيوبر. فالثقافة التشاركية تعتبر ثقافة سائدة على البوكتيوبر لأن المشاركة صميم إجراءات البوكتيوبر إذ يشاركون في عالم الكتاب الافتراضي، فدون ما يقومون به لن يكون البوكتيوبر موجوداً، ودون تصرفات وردود المشاهدين لن يكون البوكتيوبر أنفسهم موجودين. (Berndsen, 2021, p. 41)

وتندرج الفيديوهات محل الدراسة في إطار Booktalk وهو "نوع خاص من مراجعة الكتب حيث يناقش منشئ المحتوى الكتاب بأكمله" (Dubroc, 2021, p. 41) و Re-telling إعادة السرد الذي يعيد فيه البوكتيوبر شفها سرد قصة أو جزء من قصة واردة في كتاب. (Tomasena, 2022, p. 5)

إلا أن ناصر العقيل لا يهدف من خلال حديثه عن الكتاب إلى إقناع المتلقي بقراءته بقدر ما يسعى إلى تقديم رؤية عن الكتاب (عاماً أو جزء منه) تغني عن قراءته وهو ما يؤكد البوكتيوبر في فيديوهات: "أنا أقرأ كتاب وأعطيك فائدته، فإذا حاب تأخذ فائدة القراءة دون ما تقرأ فاشترك في القناة".

عادة ما تستمر المراجعات أقل من ١٠ دقائق ويتم سردها بطريقة

غير رسمية، بإيقاع سريع وديناميكي، وهو بعيد كل البعد عن الطرق التقليدية لأداء النقد الأدبي. مراجعة مقاطع الفيديو على البوكتيوبر مصممة وفقاً لاتفاقياتها الخاصة: الجزء الأول يقدم لمحة عامة قصيرة عن الحبكة العامة للكتاب وقد يتضمن قراءة الملخص الموجود على ظهر الكتاب؛ ويتضمن الجزء الثاني ملخصاً أكثر تفصيلاً للكتاب، عادة مع المفسدين، وآراء المراجع. (TOLSTOPYAT, 2018, p. 92)

إلا أن مدة الفيديوهات المعروضة بقناة دوباميكافين محل الدراسة تتراوح بين ٣١ و ٥٣ دقيقة، وتتقيد بالهيكل العام المشار إليه أعلاه مقدمة تقدم نظرة مركزة عن ما سيعرض من الكتاب (مقدمته أو باب منه أو الكتاب عموماً) بطريقة تشويقية مؤثرة تدفع لمواصلة متابعة الفيديو، في حين يفسر ويشرح الجزء الآخر الكتاب بنوع من التفصيل المقرون بالاستشهادات والخبرة الشخصية التي يحرص ناصر العقيل على عرضها لدعم محتواه وجعله أقرب وأيسر للفهم.

تعالج المضامين المعروضة خصوصيات وأجزاء من الكتب بطريقة سردية قصصية تحمل في طياتها تجارب وحجج واستشهادات يتحول من خلالها البوكتيوبر في مقاطع كثيرة إلى صاحب الرسالة لا شارح لها فقط نتيجة انغماسه الفكري والفعل في التفسير ومحاولة التأثير في المتلقي على غرار ما قدمه في فيديو "كيف تغير حياتك وتنجح في أصعب الظروف - العادة الأولى" حيث وظف التناس بالاستشهاد بالآية القرآنية من سورة العلق "اقرأ وربك الأكرم" ومن سورة النساء: "يوصيكم الله في أولادكم للذكر مثل حظ الأنثيين" بفيديو "كيف ترمج عقلك الباطن- شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن"، كما استخدم بالفيديو الأول اقتباسات من كتب أخرى تؤدي المعنى المراد بإدراج أفكار توضيحية تدعيمية (كتاب الأب الغني والفقير، كتاب السر) أو شخصيات معروفة بقصص واقعية ذات بعد هادف (لس براون) أو يستشهد بمقطع من الكتاب نفسه ويستخدم أسلوب التفضيل ويدعو المتلقي لقراءة هذا المقطع لأهميته حسب البوكتيوبر الذي يقرأه مباشرة من الكتاب ويعرضه بطريقة سردية تمثيلية تحاكي المشهد (الحواري) وتعيد تجسيده.

ولضمان إيصال الرسالة استعان البوكتيوبر بفيلم "فوكس" "never lose" للممثل الأمريكي "ويل سميث" ليفسر حبكة الفيلم في علاقتها باستخدام العقل الباطن - "كيف ترمج عقلك الباطن- شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن" (وقد وضع تنويه أسفل الشاشة باللون الأصفر "قد تختلف الأحداث قليلاً بسبب ذاكرتي الكاذبة" ليخرج نفسه من دائرة التعليقات السلبية في حال ما إذا أخطأ في سرد الأحداث) لإبراز قوة التكرار مع إدراج لقطات صورية من مشاهد الفيلم التي تحاكي الفكرة المقدمة مرفوقة بسرد قصصي للأحداث من البوكتيوبر نفسه.

ومن منطلق الفكرة السابقة يلاحظ أن ناصر العقيل يعرض الأفكار والكتب بطريقة المحاكاة القائمة على إعادة التجسيد حيث يجعل المتلقي مركز في ما يقدمه لأنه يأخذ دور المحفز والنصح الموجه (الاعتماد على الجانب المجرد وعلى المثال الواقعي). كما يحرص على تقديم تجربته الشخصية كمثال حي حاول من خلاله التشجيع على العمل والبحث عن ما يمكن أن ينتج ويفيد باستعمال الهاتف والأنترنت أو تقديم مثال من حياته الشخصية المرتبطة بطلاق والديه لشرح مقولة

مارك مانسون "محاولة تجنب المعاناة هي شكل من أشكال المعاناة...". كما اعتمد في فيديو "كيف تبدأ طريقك نحو الثراء - الأب الغني والأب الفقير - الجزء الأول" (ملخص عن مقدمة كتاب روبرت كيوساكي) على الأسلوب القصصي المستمد من الكتاب نفسه، وقد كرر البوكتيوبر في العديد من المقاطع اسم المؤلف للربط بالكتاب وما جاء فيه بأسلوب تشويقي جذاب.

دعم البوكتيوبر شرحه للكتب بإحصائيات تثبت استخدامات الفرد لعقله الباطن - على سبيل المثال - بالاستناد على تفسيرات علمية والتزويد بمعلومات ثقافية علمية تعليمية تهيأ وتكون للمتلقي مادة تسمح له باستيعاب مضمون الكتاب وهو ما ترجم في تدوينه "كيف ترمج عقلك الباطن - شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن"

ولإضفاء طابع الفكاهة والمرح على المضمون لإخراجه من دائرة الجد، أدرج البوكتيوبر لقطة من مسرحية دعما لما قاله: "الموضوع ذا يا صديقي المتابع مش لعب عيال لمؤأخزى" ليظهر المقطع الذي يقول فيه عادل إمام: "قتل قتل ولا لعب عيال لمؤأخزى" ويحييه الممثل الآخر: "قتل قتل طبعا" بطريقة كوميدية تضيف خفة الظل أثناء تفسير قوة العقل الباطن بالفيديو الذي حصد على ٥,٨ مليون مشاهدة.

استخدم البوكتيوبر أسلوب السؤال والجواب في التقديم؛ حيث طرح سؤال قد يتبادر للمتلقي ويجب عنه بطريقته الخاصة لتعتمد رؤية صانع المحتوى عموما على فكرة التفاعل مع الجمهور بطريقة تعليمية، إذ من المعروف أن طريقة السؤال والجواب في التلقين تنعش الذاكرة وتجعل المضمون أكثر فهما ورغم أنها من الأساليب التقليدية في التعليم إلا أنها فعالة بالنسبة لصناع المحتوى الرقمي الذين كثيرا ما يلجأون إليها لكسر الحاجز والرتابة والملل التي قد يقع فيها البوكتيوبر ومن أمثلة ذلك: "ليش ماسويتها أنت يا ناصر إذا تشوفها زينة؟ مين قالك يا صديقي المتابع الكلام هذا أنا ما سويتها لا، سويت اللي أحسن منها...، "من تعتقد أقوى اللي يتحكم في ٥ % من تصرفاتك ولا اللي يتحكم في ٩٥ % من تصرفاتك؟ الجواب جدا بديهي صديقي المتابع العقل الباطن...". تتميز مضامين البوكتيوبر بإدراج القهوة أو الشاي وغيرها من المشروعات التي يحملها الصانع في مقاطع من التدوينه أو يدعو المتلقي لإعدادها لمتابعة الفيديو لإحداث قرينة لفظية وظيفية بين اسم القناة (المرتبط بالقهوة) وما يتم نشره، نظرا لعلاقة هذا النوع من المشروعات بفكرة الاسترخاء والهدوء والقراءة أو الاستماع.

ينقل البوكتيوبر إلى جانب شرحه للمحتوى شعوره عند قراءته لكتاب مثل ما نشره بفيديو "معركة الاهتمام ضد اللامبالاة- الجزء الأول" الذي أرفقه بنظرة تقييمية تعكس النوع الاستعراضي للبوكتيوب Review الذي يعتبر تلخيص وتعليق وتقييم لفواصل وعيوب كتاب أمام الكاميرا" (Tomasena, ٢٠٢٢, p. ٥) إلا أنه أبرز الرؤية الإيجابية للمؤلف والكتاب.

عرضت التدوينات الإعلان كمصدر هام من مصادر الدخل للبوكتيوبر، وقد تم الترويج لقهوة "برازيل" وستاربوكس (بطريقة غير مباشرة)، ومنصة Storytel التي تقدم الكتب الصوتية، وقد أخذت مدة زمنية

طويلة نوعا ما تجاوزت ٣ د تخللتها "تجربتي الشخصية" التي تقدم ملخص كتاب فن اللامبالاة)، كما تم رعاية فيديو "كيف ترمج عقلك الباطن - شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن" من قبل منصة "ينفع". مرر ناصر العقيل العديد من النصائح والتوجيهات كما سبق وأن أشرنا، إلا أنه لفت الانتباه في فيديو "كيف ترمج عقلك الباطن- شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن" إلى خطورة شبكة "نتفليكس" (الأفلام والمسلسلات التي من إنتاج الشركة) التي تكرر رسائل خطيرة مرتبطة بالشعر الجنسي والشذوذ الجنسي والتي تتحول مع الوقت إلى أمر طبيعي، ما يعكس طبيعة المحتوى الإيجابي التوجيهي.

الملاحظ أن البوكتيوبر يقسم عموما حديثه عن الكتب إلى جزئين كبيرين؛ حيث يخص الجزء الأول لشرح الفكرة على غرار العقل الباطن، العادة التي تغير الحياة، الأب الغني والفقير، اللامبالاة، يركز الجزء الآخر على الحل إن صح التعبير: كيفية استخدام العقل الباطن، كيفية تطبيق العادة (ولو أنها كانت متضمنة في سياق الحديث إجمالا)...

حرص البوكتيوبر على التذكير بالضغط على الإعجاب والمتابعة في آخر الفيديوهات أو أثناء العرض التقديمي للكتاب كأسلوب ترويجي كثيرا ما يستخدمه صناع المحتوى لرفع عدد المشاركين بالقنوات ولزيادة نسب الإعجاب والمشاهدة من خلال خاصية المشاركة وطلب المتابعة على وسائل التواصل الاجتماعي التي يضع روابطها بصندوق الوصف.

استخدام أسلوب الحديث التفاعلي المباشر مع المتلقي بتوظيف مصطلحات على غرار "صديقي المتابع" أثناء الحديث أو طرح أسئلة على غرار "هل أنت من الناس الي يفضلوا الكتب التقليدية ولا الكتب السمعية؟"، "وأنت يا صديقي المتابع إذا كام فيه موقف مر عليك وتعاملت معه بمنتهى البرود اكتبه لي في التعليقات".

الاستعانة بلقطة لا تتجاوز ٣ ثا لرجل ينظر من نافذة طائرة (يبدو أنه جالس بقسم vip أو طائرة خاصة) في سياق حديثه عن مواجهة خوفه من الطائرة، ولقطة أخرى لطفل خجول جدا مكتبة حامل كتاب ومتوققع على نفسه وخلفه مجموعة من الأطفال الذين يشيرون إليه ويضحكون (مدة لا تتجاوز ٣ ثا) لتقديم صورة عن الشخصية الضعيفة، كما تم وضع لقطة متداخلة مع صورة البوكتيوبر الذي يتحدث عن فكرة عقاب والدته في حالة ما إذا تطرق لطابو (مرتبط بشرح الحمل الكاذب للمرأة)، بالإضافة إلى توظيف مقطع من حصة Dr Phil لتقديم نموذج حي لمرأة كانت جد مقتنعة بحملها ليظهر حملها الكاذب وجاء هذا الاستخدام لدعم البوكتيوبر لكلامه بنماذج وأمثلة واقعية، كما وضع صورة لحقائب يد معروضة بواجهة محل في خضم سرد قصة لجوزيف مير في ذات صلة بها.

نشر البوكتيوبر في نهاية فيديو "كيف ترمج عقلك الباطن- شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن"، مقطعاً صغيراً وهو يغني أغنية لكاظم الساهر ليظهر ذوقه الفني وصوته المقبول والجميل على السمع من جانب آخر، يعد خطوة يمكن أن تكون استراتيجية تحاكي الاختلاف في الطرح لجعل المحتوى المقدم متنوع وكاسر للجمود.

• اللغة التعبيرية

تنوعت اللغة اللفظية للبوكتيوبر ناصر العقيل؛ حيث وظف اللغة العربية واللهجة الخليجية (السعودية) بصورة كبيرة إلى جانب بعض الاستخدامات للغة الإنجليزية لشرح ومراجعة الكتب وتمرير الرسائل بالطريقة التي يجدها الأنسب، ويعتبر الاعتماد على اللهجة السعودية أمر طبيعي، فالإنسان ابن بيئته وعليه يستعين في الغالب على لغته ولهجته للتواصل، وبما أن ناصر العقيل يسعى للوصول إلى المتلقي الخليجي والعربي فقد حاول استخدام أسلوب لغوي بسيط ومفهوم للمشاهد مهما كانت جنسيته العربية.

وقد استخدم مصطلحات معروفة وذات طابع مرح على غرار: "تي تي مثل ما روحتي جيتي" في خضم تفسير العلاقة بين العقل الباطن والواعي، "لكن الخلطة بيطة بالصلصة..."، كما استخدم في العديد من المواضع مقولات وأمثال على غرار "أزيدك من الشعر بيت"... ومقولات أخرى خليجية "شوف يا طويل العمر"، كما وظف مصطلحات علمية حاول شرحها في سياق تفسيره للكتب.

كما قدم البوكتيوبر شروحات لمصطلحات باللغتين العربية والإنجليزية مثال: "كلمة make money تعني يصنع make money تعني يكسب المال ويحصل أو يربح أو يكسب..". وقد جاءت ملفوظة ومكتوبة أو عرض معاني معجمية لمصطلحات عربية ويمكن الاستدلال بشرح فيزيولوجية وكلمة مبادرة.

لم يكتفي البوكتيوبر باللغة اللفظية فقط بل وظف اللغة المكتوبة للتأكيد على ما قيل وجعل المشاهد ينتبه أكثر ويبقى على صلة مباشرة بالمحتوى المنشور، وجاءت الكتابات بأحجام مختلفة وفي مواقع متنوعة من الشاشة: أسفل يمين أو يسار الصورة أو وسط الصورة أو أسفل وسطها أو تكتب على الجانبين معا أو بالجزئين العلويين كمؤثر بصري داعم يعمل عمل البوربوينت الذي يقدم ملخصات مركزة بمصطلحات مفتاحية دقيقة معبرة، كما اختلفت أنماط كتاباتها بين نوع الخط الألي واليدوي بطريقة تجذب الانتباه باللون الأصفر أو الأبيض وفي حالات أخرى الأحمر أو الأزرق.

وقد وظف اللغة العربية إجمالاً والإنجليزية كلغة مكتوبة على الشاشة كـ conscious, subconscious...أو الظاهرة على أغلفة الكتب محل المناقشة، ووضع الترجمة أسفل فيديو المقطع المأخوذ من حصة Dr Phil. ظهرت أيضا الكتابة على قميص البوكتيوبر ومثلت أساساً في: علامة Levis (مكتوبة باللون الأبيض على مستطيل أحمر وقميص أسود)، دوبياميكافين (مكتوبة باللون الأبيض على قميص أسود)، قهوة قهوة (مكتوبة باللون الأبيض على قميص أسود) ولم يكن اختيار هذه الكلمات اعتباطياً بل ارتبط بطبيعة القناة الثقافية وباسمها المقرون بمعاني السعادة التي يفرزها هرمون الدوبامين الذي ذكر في أكثر من فيديو والذي ينتج عن إفرازه سعادة تضيء الإيجابية التي تسعى محتويات البوكتيوبر إجمالاً إلى نشرها.

الحديث عن اللغة يقودنا مباشرة إلى عناوين الفيديوهات ذات الطبيعة

التساؤلية عموماً والتي تهدف إلى جذب المتلقي وجعله يبحث عن الإجابة بمتابعة المحتوى المعروض وفي نفس الوقت تبحث في خصوصية الكتاب والهدف منه "كيف تغير حياتك وتنجح في أصعب الظروف- العادة الأولى، كيف تبدأ طريقك نحو الثراء- الأب الغني والأب الفقير- الجزء الأول، كيف ترمج عقلك الباطن- شرح كامل لكتاب قوة عقلك الباطن" والملاحظ أن هذه العناوين التساؤلية كيفية أي تبحث عن الطريقة فهي تعليمية لا تكتفي بشرح الكتاب وتلخيصه بل تسعى إلى الوصول إلى فائدته مباشرة. خلافاً للعناوين السابقة برز عنوان تدوين اللامبالاة مغايراً "معركة الاهتمام ضد اللامبالاة- الجزء الأول" بالجمع بين النقيضين لإبراز الفكرة العامة التي يدور حولها الكتاب ولتبيان مواطن الصراع بين الاهتمام واللامبالاة.

عملت لغة جسد البوكتيوبر على تمرير أفضل للرسالة؛ إذ تميزت بقوة التعبير المقرونة بالموقف، حيث لم يكتفي باللغة اللفظية بل عمل من خلال تعابير وجهه ولغة جسده عموماً على إبراز خصوصيات المحتوى المعبر عنه، ويمكن القول أن ناصر العقيل يستخدم لغة جسده بشكل كبير ما ساهم في إضفاء صبغة خاصة على ما يقدمه مكنته من جذب المشاهد بأسلوبه الشيق والجذاب على غرار غمزة العين، استخدام اليدين في الشرح والإيماء بالوجه وغيرها من الحركات الدلالية الطريفة والجادة. كما لعب أدائه الصوتي دوراً كبيراً في عرض لافت بتوظيف واسع للنبرات العالية والمنخفضة والمرتفعة مع الضغط على حروف أو كلمات والتخفيف للتأكيد على المعنى للحفاظ على طبيعة المضمون الثقافي بأسلوب مميز في الإلقاء بالارتكاز على خصوصية صناعة المحتوى والوسيط.

• الرؤية الإخراجية

يتميز البوكتيوب عموماً باستخدام ضيق للقطات وزوايا التصوير وحركات الكاميرا، من منطلق ثبات الكاميرا في مكان واحد مقابل البوكتيوبر، إلا أن الفيديوهات محل الدراسة لم تخلو من عناصر شكلية إخراجية ساهمت في تقديم عرض مميز وجذاب.

تتموضع كاميرا البوكتيوبر إجمالاً في مكان عالي نوعاً ما يصور من خلاله البوكتيوبر والمكان الذي لا يرتبط بالكتب أو المكتبة بل بغرفته الهادئة والمظلمة (الاكتفاء بإنارة الأراجورث الثلاث) والتي تعكس جواً كثيراً ما يظهر في الأفلام -غرفة بورق حائطي وصور أنيمات معلقة بالحائط المقابل بالإضافة إلى جهاز حاسوب يحمل شعار قناة الدوباميكافين وشاشة تلفاز (في آخر فيديو) وسرير وستار مع اختلافات مرتبطة بعدم تواجد بعض الأشياء بين الفيديوهات - وهو ما يعكس شخصية ناصر العقيل التي تحب الانغماس باللون الأسود كما يظهر من لون لباسه وقبعته لتغلب اللقطات القريبة والمتوسطة المناسبة لهذا النوع من الفيديوهات.

برزت الزاوية العادية والعلوية نوعاً ما بشكل أكبر أين يظهر البوكتيوبر وهو يرفع وجهه للحديث مع الكاميرا في لقطات بعيدة وأخرى قريبة (في تصوير البوكتيوبر نفسه) حتى يتمكن المشاهد من متابعته ولجعل الفيديو جذاب ومثير للانتباه بعيداً عن الملل والركود. أما الكاميرا

التوصل للنتائج الآتية:

١. تتميز مضامين قناة دواميكافين بخصوصية الطرح الموضوعاتي الذي يستند على شرح كتب التنمية البشرية، وتندرج في إطار Review، Booktalk و Re-telling التي تفسر وتراجع الكتاب بطريقة تشويقية تجمع بين البعدين التعليمي والتقني الهادف والتوجيهي الناصح في أحيان أخرى بالارتكان إلى التجارب الشخصية للبوكتيوبر والأمثلة الواقعية في تمرير الرسالة التي تقوم على الحجاج والاستشهادات المهيكلية في قالب قصصي وتوظيف مدروس لتقنية السؤال والجواب.
٢. إن توظيف تقنيات السرد على غرار التفاعل دعم المحتوى وجعله أكثر اندماجا مع سمات الوسيط الرقمي.
٣. حرص البوكتيوبر على الاستعانة بالأدوات اليوتيوبية والرقمية اللازمة لجعل المحتوى ذو بعد تأثيري واحترافي من خلال استعمال الملخص في بداية الفيديوهاات والنصائح والتوجيهات التي تؤكد جدية المضمون الهادف.
٤. عملت اللغة التعبيرية على تقوية المعنى وإيصال الرسالة ذات الصبغة التعليمية التثقيفية بشكل فعال، إذ ترافقت اللغة اللفظية والبصرية والجسدية لدعم الصورة في تمرير الرسالة ذات البعد الإيجابي المحفز، بالاعتماد على اللهجة الخليجية (السعودية) أساسا واللغة العربية والإنجليزية- في بعض اللقطات-، وعلى لغة مكتوبة باللغة العربية والانجليزية مرفوقة بتأكيد لغوي صوري غالبا - باللغة العربية والإنجليزية أيضا-، كما عملت لغة الجسد على إبراز مختلف المواقف والمشاعر قوية التعبير عن الرسالة صوتا وصورة.
٥. أكدت الرؤية الإخراجية احترافية البوكتيوبر "ناصر العقيل" وتمكنه من التقنيات خاصة التركيبية الكفيلة بإخراج المحتوى في صورة إبداعية تستهدف جذب العين والسمع بطريقة مميزة تستفيد من خصوصيات الوسيط والمنصة التي تتيح العمل بأريحية.
٦. اعتمد البوكتيوبر على اللقطات القريبة والحزامية والمتوسطة بكاميرا ثابتة ومن زاوية عادية إلى فوقية نوعا ما لإظهار خصوصيات المكان المتعلق بغرفة تعكس الديكور الحديث والهادئ بعيدا عن الكتب كما هو معهود عموما عند بقية البوكتيوبرز، وبالأستفادة من تقنيات المونتاج بالعمل على المؤثرات البصرية اللغوية أساسا الكفيلة بإخراج المحتوى الثقافي في صورة مميزة وجذابة.
٧. عملت الأصوات والمؤثرات الصوتية على إضفاء بعد جمالي أضاف اللمسة الخاصة على المحتوى الثقافي المعروف بالبوكتيوبر، كما ساهمت الموسيقى المختارة المتنوعة مع المحتوى في إبراز النظرة العميقة بالتوازي مع طبيعة المضمون السردى بطريقة فنية ممتعة ومشوقة.

بعد عملية البحث لاحظت الباحثة أنه من الضروري الالتفات إلى نقاط مهمة تستدعي الدراسة يمكن تلخيصها في الآتي:

فتميزت بثباتها نظرا لخصوصية هذا النوع من البوكتيوبر الذي يرتبط بمكان واحد لا يستدعي الحركة كما أن الصانع يحاول أن يركز دائرة الاهتمام بالمحتوى المميز في الطرح والعرض.

وقد تم توظيف بعض الصور الأيقونية لبعض الخصوصيات على غرار أغلفة الكتب وبعض العلامات التجارية على غرار ستاربوكس Oral B، وhead&shoulders، سنسوداين، كريست، كولغيت، ماكدونلدز...أو وضع صور مؤلفي الكتب أو بعض الشخصيات الأخرى.

كما دعم "ناصر العقيل" عمله باستخدام مميز للمونتاج، فرغم ثبات الكاميرا إلا أنه حاول كسر الرتابة والجمود، بالظهور في لقطات مختلفة قريبة وأخرى بعيدة من زوايا مختلفة، ووظف المونتاج أيضا في الجينيريك أو الفاصل المرتبط بالقناة في بداية الفيديو وفي نهايته ووسطه (في آخر فيديو) أين تظهر صورة مشوشة وسطها رمز القناة (رأس به سماعات أذن)، إلى جانب ذلك استخدم المزج كتقنية بصرية تمزج بين لقطتين وقد تم استعمالها خاصة عند إدراج مشاهد من فيلم "never lose"، لكنه في العموم وظف التركيب العادي بين اللقطات واستعمل أيضا لقطة لا تتجاوز ٣ ثواني بشاشة سوداء تفصل بين قسمين مختلفين في الفكرة ومتكاملين في نفس الوقت.

• الأصوات والموسيقى

اعتمد البوكتيوبر بشكل عام على أدائه الصوتي أساسا الذي اتسم بالقوة ذات الصبغة السردية المراعية لعلامات الوقف والنغمات الصوتية الممزوجة بالانفعالات المعبرة عن المضمون والتي تحت على المتابعة وترفع من عنصر التشويق.

الملاحظ أن استخدام الأصوات رافقه احترافية في الصناعة العامة لشكل فيديوهاات البوكتيوبر، وقد ساعدتها المؤثرات الصوتية في بعض المشاهد البارزة، كما ارتبطت بعلامات النقر على زر المتابعة والإعجاب، أين ساهمت في تعزيز المحتوى المرئي والمسموع بإضفاء طابع قصصي تشويقي مميز، وجعله تفاعلي ومسلي وملهم بعناصر الجذب.

"تخدم الأصوات والموسيقى مجموعة متنوعة من الوظائف النفسية العامة والخاصة؛ من زيادة الاهتمام إلى تقديم التعليقات" (Ajiwe & Akpomie, ٢٠١١, p. ٧٧٣). عملت الموسيقى الموظفة على تأكيد عنصر التشويق الذي كثيرا ما يظهر في الأفلام والمسلسلات حيث جاءت متوافقة مع عنصر السرد القصصي حيث كانت عموما هادئة كما تم توظيف موسيقى تعتمد على آلة الكمان التي ترافق بداية ونهاية الفيديو، وموسيقى الغموض والتشويق والحماس المصاحبة للمضمون السردى.

خاتمة

يتميز المحتوى الثقافي للبوكتيوبر المنشور من خلال قناة دواميكافين بتميز في تناول الكتب وعرضها ما يفسر نسب متابعة القناة العالية، ما جعل البوكتيوبر اسما معروفا في هذا المجال في العالم العربي. وقد تم

- ضرورة الالتفات لهذا النوع من صناعة المحتوى الهادف لأهميتها في تكوين جيل قارئ في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي.
- إجراء دراسات معمقة تستخدم مناهج كيفية أخرى على غرار المنهج السيميولوجي الكفيل باستجلاء طبيعة مضامين البوكتيوب المروج لها بالعالم العربي وما تحمله من رموز ودلالات.
- إجراء دراسات ميدانية تبحث عن تأثيرات البوكتيوب على المتلقي العربي.
- إجراء دراسات مكملية تستخدم المقابلات مع البوكتيوبرز العرب كأدوات بحثية.
- إجراء دراسات مقارنة بين البوكتيوب بالعالم العربي والعالم الغربي خاصة الإسباني للوقوف على خصوصيته ومدى احترافيته.

المراجع

١. دنيس كوش. (2007). مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية (الإصدار 1). (منير السعيداني، المترجمون) لبنان: المنظمة العربية للترجمة .
٢. دوباميكافين Dupamicafeine . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 29 3, 2023، من <https://www.youtube.com/@Dupamicafeine/about>
٣. فضيل دليو. (2022). البحوث الكيفية - الأسس والمناهج - (الإصدار 1). الجزائر: ألفا للوثائق.
٤. مريم علي العميرة. (2019, 8 22). ماذا تعرف عن الـ"بوكتيوبرز" العرب؟ تدوين مرئي من نوع آخر يؤثر في الشباب العربي. تاريخ الاسترداد 24 03, 2023، من VICE عربية: <https://www.vice.com/ar/article/bjw8nm/%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%80%D8%A8%D9%88%D9%83%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D8%9F>
٥. Ajiwe, U., & Akpomie, M. (2011). The potentials of music and sound effects in video films: Acritique of andy amenechi's egg of life. In *The Humani-ties & Sustainable Development*. Nigeria: Rex Charles & Patrick Ltd.
٦. Berndsen, J. (2021). "Reading isn't lonely at all An analysis of BookTube's community features and cultures. BA Thesis. Tilburg University.
٧. Dubroc, A. (2021). To Be Read: The Educational Opportunities of BookTube. partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy . Louisiana State University .
٨. González, M. (2019). "BookTube: a tool to promote reading. An education proposal.". Master Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de. Universidad De Granada.
٩. Mora, R., & Gomez, T. (2017). Booktubing: Reader Response Meets 21st Century Literacies. *The ALAN Review*, 44(3).
١٠. Pereira, J. (s.d.). Le « booktube » comme moyen numérique de développer diverses compétences et de donner envie de lire aux élèves. Consulté le 03 23, 2023, sur <https://sites.ac-nancy-metz.fr/jane/wp-content/uploads/Booktube.pdf>
١١. Singh, P., Khajuria, R., & Rana, P. (2022). Assessing Selected Book-tube Videos to extract "fit for Video" Features. *Journal of Advances in Library and Information Science*, 11(2).
١٢. TOLSTOPYAT, N. (2018). BookTube, Book Clubs and the Brave New World of Publishing. *SATURA*, 1.
١٣. Tomasena, J. (2022). Audiovisual genres in BookTubers' productions: a quantitative analysis. *BiD*(49).
١٤. Ünlü, S., & Yasar, L. (2022). Literature Gathering as a Cultural Event: Booktube Participation. *folklor/edebiyat*(111).
١٥. Vizcaíno-Verdú, A., Contreras-Pulido, P., & Guzmán-Franco, M.-D. (2019). Reading and informal learning trends on YouTube: The booktuber. *Comunicar*(59).

سريان المعلومة عبر الفضاءات الرقمية

دراسة مسحية على عينة من مستخدمي صفحة NIGHT TECH 1001 على الفيسبوك

د. أيوب رقاني

جامعة قسنطينة ٣ صالح بونيدر

ayoub.regani@univ-constantine3.dz

عابد سليم

جامعة 08 ماي ١٩٤٥ قالمة

Abed.salim@univ-guelma.dz

ملخص

هدفت الدراسة للتعرف على رغبات المستخدم ضمن الفضاء السيبراني في الحصول على المعلومات من البيئة الرقمية، وكذا استطاعت هذه الفضاءات التواصلية في تحقيق الحاجة عبر توفير المعلومات اللازمة والمساعدة في حل المشاكل التي تواجه المستخدم، وقدرتها كذلك لأن تكون مصدرا لنشر الوعي المعلوماتي. وكل هذا سيتم الخوض فيه من خلال نظرية «إلتماس المعلومات لدونيهيو» عبر إجراء دراسة على عينة من مستخدمي صفحة الفيسبوك NIGHT TECH 1001 المتخصصة في مجال المعرفة والتكنولوجيا، بالاعتماد على المنهج الوصفي والاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المستخدمين.

الكلمات المفتاحية

المعلومات، طلب المعلومات - الفضاءات الرقمية التواصلية - نظرية إلتماس المعلومات لدونيهيو - صفحة الفيسبوك NIGHT TECH 1001.

مقدمة

وبالطرق والقوالب التي يرونها مناسبة لذلك ومشاركتها مع غيرهم.

وقد لوحظ على المستوى المحلي في السنوات الأخير توجه المجتمع الجزائري لمواكبة العصرنة والتطورات التكنولوجية والتقنيات الالكترونية الحديثة نحو استخدام هذه الشبكة في نشر الوعي المعلوماتي، وقد جاءت صفحة «night Tech ١٠٠١» الجزائرية بفكرة نشر المعلومات كمحاولة لتوفير مصدر معلوماتي للمستخدمين وحل مشكلاتهم في المجال التكنولوجي، والتي تم إنشائها من طرف مجموعة من الشبان الجزائريين في أواخر شهر أكتوبر سنة ٢٠١٨ تحت شعار «الكثير من التقنية بأعين جزائرية».

من هنا جاءت فكرة إجراء دراسة على مستخدمي صفحة «night Tech ١٠٠١» كمنصة رقمية تواصلية تشاركية، للتعرف على كيفية سريان المعلومات عبرها إلى الجماهير المستخدمة، وقدرتها على تلبية الاحتياجات المعلوماتية للمستخدمين، والمساعدة في حل مشكلاتهم، وإمكانية أن تكون الصفحة مصدر لنشر الوعي المعلوماتي، وهذا من خلال طرح التساؤل الرئيس الآتي:

كيف ساهمت صفحة الفيسبوك «Night Tech 1001» في نشر الوعي المعلوماتي لدى مستخدميها؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما مستوى الحاجات والرغبات التي حققتها صفحة Night Tech 1001 لمستخدميها للحصول على المعلومات؟

شكلت ثورة التكنولوجيا وما أدت إليه من فيض هائل في المعلومات ومصادرها إلى مشكلة صعوبة السيطرة عليها، ولعل التقدم المذهل في تقنيات الاتصالات واعتماد الكثير من الأفراد عليها في مختلف نواحي حياتهم عزز مكانة هذه الأخيرة، حتى أصبح الوعي بالمعلومات وقيمتها قضية بذاتها، ما استدعى ضرورة الحث على التسليح بالخبرات والمهارات لتأسيس فكر معلوماتي يجعلهم مؤهلين قادرين على تحديد احتياجاتهم المعلوماتية، والوصول لمصادرها واستثمارها الاستثمار الأمثل سعيا لاكتساب مهارات التعلم الذاتي.

وبتجسيد مفهوم الوعي المعلوماتي في البيئة الرقمية، الذي شكل تميز لمن يمتلك مهارتها وضعفا لمن لا يمتلكها، ليصبح مقياس تقدم المجتمعات في هذا العصر، وتبرز أهمية الوعي المعلوماتي في الدور الذي لعبه في تمكين الأفراد من حل المشكلات التقنية التي تواجههم والإلمام بالمتغيرات الأساسية المختلفة لبناء أحكام موضوعية عن كافة ما يواجهون من قضايا ومشكلات وتيسير وصولهم إلى ما يحتاجونه في حياتهم وأعمالهم. ومن أبرز الوسائل التي ساهمت في نشر وتدقيق المعلومات بين المستخدمين، نذكر مواقع المنصات الرقمية، ومواقع التواصل الاجتماعي الذي بلغ عدد مستخدميها في الجزائر ٢٣,٩٥ مليون شخص بنسبة ٥٢,٩% من العدد الإجمالي للسكان، في حين بلغ مستخدمي موقع فايسبوك ٢٠,٨ مليون سنة ٢٠٢٣ (kemp, ٢٠٢٣)، وهو شبكة اجتماعية يستطيع من خلالها المستخدم الانضمام إلى صفحات مختلفة وذلك للاتصال بالآخرين والتواصل معهم من أجل الحفاظ على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع منذ البداية، بحيث أصبح منبرا مجانيا يمكن من خلاله طرح المضامين التي يريدونها،

• هل ساعدت الصفحة محل الدراسة في حل مشكلات مستخدميها؟

• ما مدى اعتماد مستخدمي صفحة Night Tech 1001 كمصدر للمعلومات؟

• ماهي درجة تفاعل وتقييم المستخدمين لصفحة Night Tech 1001؟

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من كونها تدرس موضوع يتسم بالجديّة والحدّاثيّة، من خلال تسليط الضوء على الفضاءات الرقمية التواصلية كأداة حديثة لنشر وتوفير المعلومات، وتنمية الوعي بها، كألية ديناميكية للمساعدة في حل المشكلات على اختلافاتها المعرفية، التقنية، المهنية، التي تواجه مستخدمي هذه الفضاءات السيبرانية على اعتبارها مصدر معلوماتي.

تحديد المفاهيم

المعلومات: تشير هذه اللفظة إلى «جملة البيانات والدلالات والمعارف والمضامين التي تتصل بالشيء أو الموضوع، وتساعد المهتمين بالتعرف عليه والعلم به» (اللحام، ٢٠١٦، صفحة ٢٥٠)، بالتالي المعلومات هي مجموعة من البيانات المعالجة والتي تخدم هدف معين وتساعد ملتزم المعلومات في تحقيق المعرفة له في مواجهة مشكلاته، وتعدد أشكالها بين رسمية كالكتب والتقارير، وغير الرسمية مثل: الحصول على معلومات من عند الأصدقاء وغيرها، ونقصد بالمعلومات في موضوع دراستنا هي تلك المعلومة التي توفرها صفحة Night Tech 1001 لمساعدة مستخدميها على تلبية احتياجاتهم وحل مشاكلهم واعتبار الصفحة كمصدر للتماس المعلومات.

الوعي المعلوماتي: «هو كل ما استخدم لوصف المهارات المطلوبة للتعليم مدى الحياة، وحل المشكلات في العصر الرقمي، وتتعلق هذه المهارات بكل من إدراك المعلومة المطلوبة وتطوير استراتيجية البحث وتعريف وإتاحة مصادر المعلومات المسترجعة ثم استخدامها بكفاءة» (إبراهيم، ٢٠١٠، صفحة ٣٠٤)، وتم استخدام هذا المصطلح للإشارة إلى المستخدم متلقى المعلومة في العصر الرقمي حيث أصبح الوعي المعلوماتي مهارة ينبغي اكتسابها في ظل الانفجار المعلوماتي لتحسين تعامله مع المعلومة. ونشير هنا ضمن موضوع الدراسة للوعي المعلوماتي الخاص بمستخدمي صفحة Night Tech 1001.

الفضاءات الرقمية: وهي عبارة عن مساحة محدودة، توجد في العالم الافتراضي حيث يتواصل الأفراد عبرها لتبادل مختلف المعلومات وتحقيق احتياجاتهم (YAHOUI, 2021, p. 31)، يتضح من خلال المفهوم أن شبكة الانترنت تتيح عبر شبكتها فضاء وحيز ومجال خاص بمؤسسه كقناة اتصالية تسمح لمستخدميها بتبادل المعلومات والبيانات بوسائط متعددة، والفضاء الرقمي المدروس هو موقع فايسبوك متمثل في مستخدمي صفحة Night Tech 1001.

صفحة Night Tech 1001: أنشأت الصفحة في أواخر شهر أكتوبر عام ٢٠١٨، ويصل عدد جماهيرها إلى ١,١ مليون معجب، أسست من

طرف اربعة شبان شغوفين كانوا في السابق طلبة جامعيين لديهم تخصصات مختلفة (هندسة معمارية، رياضيات وإعلام آلي) هم من أعمار ٢٥-٢٩، أسمائهم (أنيس، ناصر، صالح، عبد الحق) من الجزائر وفي مختلف ولاياتها: الجزائر العاصمة، جيجل، بجاية وميلة (حمدي، ٢٠٢١). هي صفحة جزائرية تقنية تهتم بتقديم محتوى مفيد في المجال التقني، تجد فيها كل شيء حول التكنولوجيا وأحدث التطور التي وصلت إليها، كما تهتم كثير بتقديم مواضيع ذات صلة بالإعلام الآلي والحوسيب، كما تقدم أيضا استفسارات، نصائح وتوجيهات وتطبيقات تقنية خاصة بالصلاة، القرآن، تصليح الهواتف، تصليح التلفزيون، التحميل، نشر كتب وغيرها.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى (٢٠١٩): للباحثة رجاء هاني، والموسومة بـ «دور الفيس بوك في نشر الوعي الاجتماعي عند الشباب على مجموعة ناس الخير بسكرة ٠٧ أمموزجا» وهي دراسة منشورة في مقال علمي ضمن مجلة علوم الإنسان والمجتمع التابعة لجامعة محمد خيضر بسكرة / الجزائر. تمحورت مشكلة الدراسة حول الدور الذي يمارسه الفيسبوك في نشر الوعي الاجتماعي عند الشباب، معتمدة على منهج المسح الاجتماعي، باستخدام استمارة الاستبيان الإلكتروني موزعة على عينة قدرها ١٠٠ مفردة، وقد خلصت الدراسة أن الفيسبوك كان له أثر كبير في الانتماء إلى المجموعة، كما له الدور في تنمية وعيهم الاجتماعي الذي أتاح لهم المشاركة الفعالة في أوضاع مجتمعتهم ومشكلاته فيحلونها ويحددون موقفهم منها.

الدراسة الثانية (٢٠٢٠): للباحثة أسماء مسعد عبد المجيد والموسومة بـ «دور الصفحات الحكومية على الفيسبوك اتجاه أزمة انتشار فيروس كورونا كوفيد في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصري» ورقة بحثية مقدمة في شكل مقال ضمن مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر القاهرة، إرتكزت الدراسة حول محاولة التعرف على نوعية وطبيعة المعلومات التي يلتمسها المواطن المصري المستخدم لموقع الفيسبوك من الصفحات الحكومية عن وباء كورونا، لزيادة معرفته عن المرض وكيفية الوقاية منه، وكيفية عرض المعلومات الخاصة بالمرض في تصميمات جرافيكية منشورة على صفحة وزارة الصحة والسكان الرسمية، بالاعتماد على المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وباستخدام استمارة تحليل المضمون، والاعتماد على نظرية إلتماس المعلومات كإطار نظري، خلصت الدراسة إلى أن التصميمات في صفحة وزارة الصحة لاقت تفاعلا أكبر مما لو كان العرض في شكل مرسل أو مجرد منشور دون مادة تجذب العين، ووجدت زيادة في نسبة المعلومات التي يلتمسها المبحوثين حول الفيروس رغم فقر المعلومات على الصفحات الحكومية والتي ظهرت كمصدر رئيسي في التماس المبحوثين المصريين للمعلومات حول المرض، كما وجدت علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل التماس العينة لمعلومات عن فيروس كورونا وبين مستوى معرفتهم عن المرض والإجراءات الوقائية.

براديجم الدراسة (نظرية إلتماس المعلومات)

ركزت نظرية طلب المعلومات لرائدها «دونيهيو» على دراسة سلوك متلقي الرسالة الاتصالية، كما أشارت كذلك الى مجموعة من الأفكار

أداة الدراسة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على استمارة إلكترونية تم تصميمها وفق مجموعة من المحاور الرئيسية، حسب إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والتي كانت كالتالي:

- محور البيانات الشخصية.
- الحاجات التي حققتها صفحة Night Tech 1001 لمستخدميها للحصول على المعلومات.
- اعتماد مستخدمي صفحة Night Tech 1001 كمصدر للمعلومات.
- درجة تفاعل وتقييم المستخدمين لصفحة Night Tech 1001.

عرض النتائج ومناقشتها

الجدول (١)

يمثل البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

النوع	المتوسط	النسبة المئوية (%)
ذكر	1532	66.20
أنثى	783	33.80
المجموع	2315	100
إبتدائي	0	0
متوسط	30	1.30
ثانوي	395	17.10
جامعي	1888	81.60
المجموع	2315	100
أقل من 18	106	4.60
(18-24)	1198	51.70
(25-30)	677	29.20
أكثر من 30	334	14.50
المجموع	2315	100

ما يثير الانتباه في الجدول أعلاه توافق هذه النتائج مع نتائج «بحوث الدول العربية التي تؤكد أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث في شبكات التواصل الاجتماعي (بخوش، ٢٠١٣-٢٠١٤، صفحة ١٢٢)، وهو ما يتطابق مع نتائج الجدول ٠١ ففئة الذكور هي الأكثر اهتماما بالمجال التكنولوجي وكل ما يتعلق بالأمور التقنية مقارنة بفئة الإناث والتي هي أقل اهتماما يمثل هذه الصفحات ذات نفس المواضيع.

ونلاحظ كذلك من خلال هذه النتائج أن الفئة العمرية التي حازت على أكبر نسبة هي فئة الشباب، ولعل هذا لكون هذه الأخيرة تحديدا الأكثر متابعة لكل ما يستجد في الجانب التكنولوجي وهذا عائد إلى شغفهم

التي تتقاطع ابستمولوجيا مع موضوع دراستنا والتي نعرضها في التقاط التالية:

- افتراض وجود حوافز أو جهات تؤدي الى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما.
- وجود موقفين يؤثران في البحث عن المعلومات: الوقت المتاح وتوفر المعلومات.
- فكرة استراتيجية البحث المجازف: استعمال مصدر او عدة مصادر أساسية للمعلومات أو الأخذ بالأسلوب الأسهل والأكثر أمانا.
- أنواع مصادر المعلومات: الرسمية وغير الرسمية.

- تحديد نقطة الاكتفاء بطلب المعلومات: الشعور بكفاية المعلومات المساعدة في اتخاذ القرار وتقييم النتائج التي بدورها تدعم استراتيجية المعلومات المستخدمة في وقت لاحق. (العبدالله، ٢٠٠٦، صفحة ٢٧٦، ٢٧٧)، كما أفضت النظرية إلى مجموعة من النتائج تم التطرق لها وربطها بالجانب التحليلي للدراسة، أما الأفكار الأساسية المذكورة أعلاه قد خصص لها عنصر نتائج في ضوء النظرية المتبناة.

نوع الدراسة ومنهجها

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد تم اختيار منهج المسح الاجتماعي من خلال محاولة التعرف على سريان المعلومات عبر الفضاءات الرقمية التواصلية والتشاركية، وتحديد مدى مساهمة صفحة الفايسبوك «night Tech 1001» في ذلك، من خلال الدراسة المسحية لجمهورها.

مجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع البحث في كل المتابعين لصفحة الفايسبوك «night 1001» Tech، ويقدر عددهم بـ «١,١ مليون» مستخدم حسب آخر إطلاع لنا على الصفحة بتاريخ ٢٠٢٣-٢٠٢١. وبما أن الباحثين في هذه الدراسة سيتعاملان مع مفردات بشرية تنشط عبر الشبكة بطريقة رقمية، مجهولة الخصائص والمعلومات (النوع، السن، الإقامة...)، وبعدد كبير جدا مما يصعب الوصول إلى جميع المفردات أو تحصيلها بعينها، فتم الاعتماد على أسلوب المعاينة.

ثم إن خصوصية هذه المجتمعات في البيئة الرقمية صعبت عملية تحديد نوع العينة المناسبة لهذه الدراسة، وباعتبار مفردات العينة مجهولة الخصائص فقد وقع الاختيار على عينة كرة الثلجية، التي تعتبر من أنواع المعاينة غير الاحتمالية، التي «تعزز بنواة أولى من أفراد مجتمع البحث ثم تتسع لتشمل أكبر عدد ممكن من المفردات.» (أنجرس، ٢٠٠٦، صفحة ٣١٤)

وانطلاقا من هذه الأخيرة، تم تصميم استمارة إلكترونية عبر «Google Forms»، وتقديم طلب لمسير الصفحة لوضعها كمنشور عبر الصفحة «night Tech 1001»، وتحصلنا على عينة قدرها ٢٣١٥ مفردة قامت بالإجابة على الاستبيان الإلكتروني.

الثلاثة المدروسة ألا وهي: نوع المبحوثين، الفئة العمرية، والمستوى التعليمي، حيث هذه الأخيرة وجدناها حقا تؤثر على تشكيل الوعي المعلوماتي وطلبه وهذا من خلال أن: الذكور أكثر نشاطا في الالتماس بنسبة ٦٦,٢٪ من الاناث بنسبة ٣٣,٨٪ المستخدمين للصفحة، وفئة الشباب هي الأكثر التماسا ومطلبا للمعلومات من صفحة «Night Tech 1001» بنسبة ٥١,٧٪. وأخيرا المستوى التعليمي، إذ يزيد نشاط الالتماس المعلوماتي كلما زاد المستوى التعليمي والمعرفي للمستخدم، ويمثل المستوى الجامعي لمستخدمين الصفحة بنسبة ٨١,٦٪.

الجدول (٢)

يبين سبب انضمام المستخدمين للصفحة

سبب انضمام المستخدمين للصفحة	(ك)	(%)
زيادة رصيدك لمعرفي	2015	87
الصفحة تهتم بنشر بكل ماهو جديد	1715	74
التفاعل مع الأفراد	211	9.1
تنوع المضامين المنشورة	1001	47.6
الانضمام وحسب	35	1.5
المجموع	5077	/

يمكن تفسير السبب الأول الذي دفع بالمستخدمين للاشتراك في الصفحة هو الزيادة في الرصيد الثقافي والمعلوماتي، فالمستخدم يسعى دائما لاكتساب العديد من المعارف في المجالات الفكرية المختلفة، وتشكل جميعها معا الثقافة الخاصة بكل مستخدم من خلال المعلومات التي تنشرها الصفحة، اذا كلما تعلم أشياء جديدة منها ساهم ذلك في نمو وتطور ثقافته، أيضا نشر الصفحة لكل ما هو جديد في المجال التقني والتكنولوجي من أهم الأسباب لمتابعتها، فهي تهتم بنشر مستجدات أخبار العلوم التكنولوجية حول العالم في مجال الهواتف الذكية، والأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والأمن الالكتروني والبرمجيات...

وهذا ما يحتاجه المستخدم المعاصر، فهذه التكنولوجيا فرضت نفسها على المجتمع وأصبحت حتمية فرضها الواقع، ونرى أيضا من خلال نتائج الجدول أن هناك مستخدمين يفضلون متابعتها لتنوع مضامينها المنشورة فهي لا تركز على جانب واحد بل تشمل جميع ما يتعلق بالتكنولوجيا، مما يستمتع بمتابعتها واشباع غاياته ورغباته المطلوبة، ومن هنا نتوصل الى القول بأن أسباب اشتراك المستخدمين في الصفحة هي أسباب علمية ثقافية وإعلامية أكثر منها أسباب اجتماعية تواصلية.

لمواكبة كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا وأحدث مستجداتها والتطلع على أخبارها سواء كانت محلية أو دولية، إضافة إلى كونها أكثر الفئات تأثرا بالمحيط حيث يأترون على زملائهم وأقرانهم بتجربة كل جديد ومشاركتهم لها، إضافة إلى أن استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي عموما والصفحات بشكل خاص يتطلب مهارات معينة خاصة باستخدام الهواتف الذكية والحواسيب والألواح الرقمية وغيرها... كما نرى أن الفئة العمرية التي تتراوح ما بين ٢٥ و٣٠ سنة وأكثر من ٣٠ سنة هي أقل اهتماما بمثل هذه الصفحات، كون هذه الفئة معظمها لديها انشغالات خاصة قد تتعلق بالعمل وشتى ميادين الحياة وقد تكون لها اهتمامات أخرى عديدة.

كما نجد متغير آخر متعلق بالمستوى التعليمي والتي كانت أكبر حصة من نصيب الجامعيين، وقلة من الثانويين وشعب انعدام فيما يخص كل من المستوى الابتدائي والمتوسط، هذا ما يفسر أن أغلب المستخدمين متعلمين.

من خلال التحليل لاحظنا أن هذه المتغيرات الثلاثة (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي)، لها علاقة بالتحصيل المعلوماتي عبر الصفحة، وبالتحديد طلب المعلومات، وفي هذا الصدد نعود إلى أحد أقدم النظريات الاتصالية ألا وهي «نظرية التماس المعلومات»، information seeking حيث ركزت هذه النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، وبالتالي فإن هذه النظرية تستهدف متلقي الاتصال بدلا من القائم بالاتصال أو الرسالة الإعلامية. وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها: «أن العرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة». ولاحظ «دونيهيو وتبتون» أن هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض إليها، وكذلك استخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات الحالية، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين، أو البحث عنها لمجرد الترفيه والتسلية، أو بسبب الحاجة للتنوع، أو بسبب سمات شخصية. (المكاوي و حسن السيد، ١٩٩٨، صفحة ٣٣٩)

وقد خلصت النظرية الى مجموعة من النتائج نأتي على ذكر اهم نتيجة والمرتبطة بالجدول أعلاه وهي أن هناك وجود متغيرات عديدة تتصل بسلوك التماس المعلومات وتؤثر عليه كالتعليم والنوع ومستوى المعرفة. (علي حسن، ٢٠١٢، صفحة ٧٠٨)

نلاحظ أن النتيجة الأخيرة التي توصلت إليها النظرية تتقاطع من نتيجة دراستنا من خلال المتغيرات

الجدول (٣)

يمثل أشكال الإشباع الإعلامية التي تحققها الصفحة للمستخدمين

أشكال الإشباع الإعلامية	(ك)	(%)
التعرف على أحدث الأخبار الدولية	1657	75
التعرف على أحدث الاخبار المحلية	1793	81.1
الحصول على الاخبار التكنولوجية ومقارنتها بما هو موجود في صفحات أخرى	690	31.2
مشاركة المعلومات مع الغير	670	30.5
المجموع	4814	/

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها بأن مستخدمي الصفحة يهدفون من الاشتراك إلى معرفة كل ما هو جديد عن التكنولوجيا والمعلومات، والتعرف على الأحداث الجارية وغيرها، فالصفحة تنشر العديد من التطبيقات والبرامج التعليمية التقنية، كالأبرامج الخاصة بإصلاح الهواتف والحاسوب، تطبيقات ومواقع لتعليم تعديل الصور باحترافية وتعديل الصور المتحركة مثل الفوتوشوب..الخ. فهي إذا تهدف بشكل كبير لتغطية مستجدات أخبار التكنولوجيا الحديثة.

الجدول (٤)

يمثل الإشباعات المعرفية التي تحققها الصفحة لدى المستخدمين

أشكال الإشباعات المعرفية	(ك)	(%)
إشباع الفضول والحصول على مكتسبات جديدة	1515	66.5
زيادة الوعي المعلوماتي	2022	88.6
حل المشاكل التي تواجهها في الجانب التقني	1689	74
المجموع	5229	/

من خلال نتائج الجدول فإننا نلاحظ أن نسبة زيادة الوعي المعلوماتي هي أكبر نسبة، وبالتالي فالمستخدم يبحث عن وعي معلوماتي لإشباع حاجاته المعرفية، ويرجع ذلك إلى طابع الصفحة فهي تنشر كم هائل من المعلومات المختلفة، فالوعي بالمعلومات يمكن المستخدمين من حل المشكلات التي تواجههم والامام بالمتغيرات والتطورات الجارية على جميع الأصعدة، وتيسير وصولهم إلى ما يحتاجونه من معلومات في حياتهم وأعمالهم العلمية والمهنية، فالاستثمار الحقيقي للمستقبل يبدأ بغرس مهارات الوعي المعلوماتي والتعامل به مدى الحياة، وهذا ما يؤكد المستخدمين فهي تحقق لهم حاجتهم في حل المشاكل التي تواجههم في الجانب التقني، فهي تقدم حلول عن طريق التفاعل مع المنشورات أو وضع استفسارات لمناقشتها مع مستخدميها، الارشادات، النصائح التقنية وغيرها.

الجدول (٥)

يبين الإشباعات المهارية التي تحققها الصفحة لدى المستخدمين

أشكال الإشباعات المهارية	(ك)	(%)
المساهمة في تطوير المهارات الرقمية	1522	70
تقييم المعلومات بدقة وعقلانية وكفاءة	887	40.8
تطوير الحس النقدي	614	28.2
بناء زاد معرفي من المعلومات التي تحتاجها في الحياة اليومية	1687	77.6
المجموع	4710	/

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن أغلب إجابات المستخدمين حققت لهم الصفحة الإشباع الذي يتمثل في بناء الزاد المعرفي من المعلومات التي قد يحتاجون لها في حياتهم اليومية هذا ما له علاقة بنتائج الجدول رقم (٥٢) أن أكبر نسبة لسبب انضمام المبحوثين للصفحة هو «زيادة الرصيد الثقافي والمعلوماتي»، كذلك فيما يخص «تطوير المهارات الرقمية»، كما بينت نتائج الجدول أن الصفحة ساهمت في تحقيق إشباع تطوير تقييم المعلومات بدقة وعقلانية وتطوير الحس النقدي وهذا ما يفسر أن الصفحة لعبت دورا في نشر وعي معلوماتي بحثي والذي يساهم في نقد الأشياء وتحليل المعلومات.

الجدول (٦)

يمثل المستخدمين الذي واجههم مشكل في المجال التكنولوجي وتوجهوا لصفحة Night Tech 1001 للاستفسار عن الحل

الخيارات	(ك)	(%)
نعم	١٣٢٢	٥٧,١
لا	٩٩٣	٤٢,٩
المجموع	٢٣١٥	١٠٠

ما نستخلصه أن معظم المستخدمين قد يستعينوا بالصفحة لحل مشاكلهم التي لها علاقة بالمجال التكنولوجي، إما في مجال الحاسوب وإعداداته، الهواتف الذكية، أو حول أجهزة معينة وغيرها من المجالات كما هو مبين في الجدول الموالي رقم (٧)، هذا ما يجعل للمستخدمين وعي معلوماتي وتقني، هذا الأخير الذي قد يساهم في تفادي الوقوع في المشاكل والتصرف معها بعقلانية، والاعتماد على أنفسهم مستقبلا في مواجهة مثل هذه المشاكل ولتفادي الوقوع فيها. أما بالنسبة للمستخدمين الذين كانت إجاباتهم على أساس أنهم لم يعتمدوا على الصفحة في حل مشاكلهم، فهذا يوضح أن هذه الفئة قد تعتمد على طرق ووسائل أخرى للاستفسار وإيجاد الحلول.

36.6	780	التأثير للأصدقاء على المنشور
45	962	التعليق على المنشورات
8.3	178	تداول المنشور عبر صفحات أخرى
80.7	1727	ترك إعجاب
/	3949	المجموع

من خلال هذا نلاحظ أن أكبر نسبة كانت لصالح التفاعل عن طريق ترك الإعجاب، مما نفهم أنهم معجبون بمضامين الصفحة، في المقابل جاءت نسبة التعليق على منشورات الصفحة هي نسبة مرتفعة نوعاً ما حيث تمثلت بـ ٤٥٪، هذا دليل على أنهم يتبادلون المعلومات والآراء والأفكار مع أشخاص آخرين أم مع مسيرين الصفحة، كذلك هناك نسبة ٣٥٪ من المستخدمين يقومون بالتأثير للأصدقاء لمنشورات الصفحة هذا راجع لرغبتهم لمشاركة الغير بمعلومات مفيدة وكذا لأهمية المنشور، كذلك بالنسبة لمشاركة المنشور على الجدار الخاص هذا ما يجعل الصفحة تنتشر بين مستخدمي الفيس بوك، وانتشار معلوماتها بين الأفراد مما يؤدي إلى نشر وزيادة الوعي المعرفي والمعلوماتي لديهم.

الجدول (١٠)

يبين مدى حفظ المستخدمين لمنشورات الصفحة لديهم

الخيارات	(ك)	(%)
نعم	2065	89
لا	250	11
المجموع	2315	100

نلاحظ من خلال النتائج المبينة أن أغلب المستخدمين يقومون بحفظ المنشورات لديهم، هذا دليل لأهمية المنشور لدى المستخدم، كما يبين أن المستخدمين قد لا يتصفحوا المنشور لحظة وصوله لهم، وإنما هناك احتمالية تصفحه في وقت لاحق وهذا ما سنتحقق منه من خلال نتائج الجدول الموالي جدول رقم ١١.

الجدول (١١)

يبين مدى رجوع المستخدمين لتصفح المنشور المحفوظ لديهم

الخيارات	(ك)	(%)
نعم	1811	85.8
لا	299	14.2
المجموع	2315	100

نستخلص من نتائج الجدول أن معظم المستخدمين يرجعون لتصفح المنشور بعد حفظه وذلك في وقت لاحق، هذا يبين أن المستخدمين قد يحتاجوا لاسترجاع المعلومات التي تم حفظها لديهم خاصة في المنشورات التي تهتم بحلول المشاكل

الجدول (٧)

يبين مختلف المجالات التي قدمت الصفحة حلول لها لمشاكل المستخدمين

المجالات	(ك)	(%)
الحواسيب	585	43.1
الهواتف الذكية	865	63.7
الأجهزة الكهرو منزلية	52	3.8
التطبيقات الالكترونية	747	55
المجموع	2249	/

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول أن أغلب نسبة هي المرتبطة بالحلول التي تتعلق بمشاكل الهواتف الذكية، هذا راجع إلى أن الأفراد تواجههم مشاكل في هواتفهم الخاصة: (البطاريات والشاشات أو الإعدادات، الفيروسات، التطبيقات، الألعاب...) وما يتضح أن الصفحة قد تتكفل بمثل هذه المشاكل وتقدم مساعدات وحلول لها. كذلك يتضح من خلال النتائج أن صفحة «night Tech ١٠٠١» اهتمت أيضاً بتقديم حلول تعلقة بمشاكل الحواسيب، هذه المشاكل التي غالباً ما تواجه أي حاسوب، كمشاكل أنظمة التشغيل أو مشاكل الأقراص الصلبة، مشاكل تتعلق بالشاشة، مشاكل التوقف التلقائي للجهاز... هذا يبين لنا أن الصفحة ملمة وممكنة من المعلومات التي تقدمها.

الجدول (٨)

يبين مدى مساعدة حلول الصفحة لمختلف مشاكل المستخدمين

الخيارات	(ك)	(%)
نعم	1656	95.1
لا	86	4.9
المجموع	2315	100

يتضح لنا أن الحلول التي تقدمها الصفحة لمشاكل المستخدمين التي تواجههم هي حلول ساعدتهم فعلاً في حل مشاكلهم المختلفة ضمن العديد من المجالات التكنولوجية كما هو مبين في الجدول السابق، وهذا دليل على اعتماد المستخدمين الصفحة كوسيلة للاستعانة بها أثناء الوقوع في المشاكل، كما هو برهان أيضاً على أن الصفحة هي عبارة عن مصدر معلوماتي مهم بما أنها توجه المستخدمين في كل ما يتعلق بمجال التكنولوجيا.

الجدول (٩)

يبين أشكال تفاعل المستخدمين مع منشورات الصفحة

أشكال تفاعل المستخدمين	(ك)	(%)
مشاركة المنشور على جدارك الخاص	300	14

التقنية والتكنولوجية وذلك قد يكون لحظة مواجهة المستخدمين لمثل تلك المشاكل المطروحة للحصول على الحل.

الجدول (١٢)

يبين مدى رضى المستخدمين على معلومات الصفحة

الخيارات	(ك)	(%)
نعم	2293	99
لا	22	01
المجموع	2315	100

من خلال نتائج الجدول نستخلص أن معظم المستخدمين راضين عن المعلومات التي تقدمها الصفحة هذا راجع إلى مصداقية معلوماتها كما هو موضح لنا في نتائج الجدول رقم ١٣ إضافة على ذلك أن الصفحة تشبع رغبات المستخدمين بتنوع مضامينها ومواكبتها لكل ما هو جديد، إضافة إلى المساعدات والحلول التي تقترحها لمشاكل المستخدمين.

الجدول (١٣)

يبين مدى مصداقية المعلومات التي تنشرها الصفحة

الخيارات	(ك)	(%)
نعم	2292	99
لا	23	01
المجموع	2315	100

يمثل الجدول أعلاه مدى مصداقية صفحة Night Tech ١٠٠١ من حيث المعلومات التي تنشرها، كما نلاحظ من حيث النتائج أن تقريبا كل المبحوثين كانت إجاباتهم بنعم أي أن للصفحة مصداقية بنسبة ٩٩٪ ونسبة ضئيلة جدا أجابت العكس وهي ٠١٪. وعلى هذا الأساس نستنتج أن لصفحة Night Tech 1001 مصداقية واضحة من حيث المضامين وصحة المعلومات التي تنشرها، هذا يؤدي أساسا إلى رضى المستخدمين على ما تنشره وحصولها على عدد كبير من المتابعين يتفاعلون معها باستمرار وهذا ما زاد الصفحة انتشارا في موقع الفيس بوك.

الجدول (١٤)

يبين تقييم المستخدمين لجودة المعلومات التي تقدمها الصفحة

جودة المعلومات	(ك)	(%)
ضعيف	11	0.5
متوسط	97	4.2
جيد	1087	47
جيد جدا	1261	54
المجموع	2315	100

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن الأغلبية أجمعت على أن جودة معلومات الصفحة إما جيدة جدا أو جيدة وهذا دليل على أن للصفحة مستوى محترم من حيث المضمون المقدم، ويمكن تفسير هذا بالرجوع مختلف البيانات السابقة التي أفادت بأن مستخدمي صفحة يعتبرونها كمصدر أساسي للمعلومات وساعدتهم في حل مختلف مشاكلهم وإشباع رغباتهم سواء كانت إعلامية أو معرفية أو مهنية، كل هذه العوامل مفسرة لهذا الجدول.

خاتمة

وفي الأخير خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة نعرضها كما يلي:

تفوقت نسبة الذكور المستخدمين لصفحة «night Tech ١٠٠١» مقارنة بنسبة الإناث المستخدمين، حيث ٥١٪ من مستخدمي الصفحة من فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ و ٢٤ سنة و ٨١٪ من مستخدمي الصفحة لديهم مستوى جامعي. كشفت نتائج الدراسة أن ٧١,٩٠٪ من إجابات المبحوثين تثير اهتماماتهم بالموضوعات التي تهتم بأخبار التكنولوجيا الحديثة ٨٧٪ من إجابات المبحوثين كانت إجاباتهم أن سبب انضمامهم للصفحة هو «زيادة الرصيد الثقافي والمعلوماتي».

خلصت الدراسة إلا أن الإشباعات الإعلامية التي حققتها صفحة night Tech ١٠٠١ هي التعرف على أحدث الأخبار المحلية، وعن الإشباعات المعرفية المحققة من الصفحة فقد جاء في إجابات المبحوثين أن أكبر إشباع معرفي هو زيادة الوعي المعلوماتي، ثم يليه حل المشاكل التي يواجهونها في الجانب التقني، ثم إشباع الفضول والحصول على مكتسبات جديدة. أما بالنسبة للإشباعات المهارية التي حققتها الصفحة لدى المستخدمين، جاءت في المرتبة الأولى «بناء زاد معرفي»، ثم «المساهمة في تطوير المهارات الرقمية»، تليها «تقديم المعلومات بدقة وعقلانية»، وأخيرا «تطوير الحس النقدي».

أكثر من نصف العينة واجههم مشكل في المجال التكنولوجي وتوجهوا للصفحة للاستفسار عن الحل، حيث ٩٥,١٠٪ من المبحوثين أكدوا على أن الصفحة تقوم بتقديم حلول لمختلف مشاكلهم التكنولوجية. كما أنهم يتفاعلون معها بطرق مختلفة وأبرزها «ترك إعجابات».

توصلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يقومون بحفظ منشورات الصفحة لديهم لتصفحها لاحقا من أجل الاستفادة منها في المستقبل. غالبية من المبحوثين أكدوا على رضاهم على معلومات الصفحة وأكدوا أن لها مصداقية من حيث المعلومات المنشورة، حيث بينت الدراسة بأن أغلب أفراد العينة يقيمون جودة المعلومات المقدمة على أنها «جيد جدا» بالدرجة الأولى، «جيد» بالدرجة الثانية، و«متوسط» بالدرجة الثالثة، و«ضعيف» بالدرجة الأخيرة.

أما عن النتائج في ضوء النظرية فكانت كما يلي

- خلصت الدراسة إلى وجود مستويات لتحفيز إلتماس المعلومات في

الفضاءات الرقمية هي:

- البحث المجازف يكون في البيئة الرقمية نتيجة خبرة متلقي الرسالة في التماس معلومة من مصدر معين ويكون فعّال في حل المشاكل، فلما يحدث مشكل آخر للمتلقي يجازف في البحث في المصدر المعتمد سابقا لأنه أسهل وأكثر أمان.
- توفر الفضاءات الرقمية مصادر معلومات رسمية وغير رسمية، فالأولى تتمثل في الشخصيات الخبيرة، المقالات العلمية...، وغير الرسمية تتمثل في آراء الأصدقاء، وتجارب الآخرين...

١. الحافز كمشكل تكنولوجي في الحياة اليومية يتطلب بحث عن معلومات لإيجاد حل لها.

٢. تحفيز مصدر المعلومة من خلال بناء تصور للمشكال الي قد تواجه المتلقي مستقبلا.

٣. تحفيز ذاتي لاكتساب مهارات ومعارف جديدة تساهم في الاندماج الاجتماعي وتحقيق مكانة في المجتمع.

- أشارت النظرية الى موقفين يؤثران في البحث عن المعلومات وهما الوقت المتاح والمعلومات المتوفرة، وبإسقاط هاذين الموقفين على الجانب الرقمي التواصل التشاركي الذي يتيح الفرصة للوصول ال المعلومات بسهولة وسرعة من جهة، ومن جهة أخرى إتاحة المعلومات بكم هائل نتيجة الانفجار المعلوماتي.

قائمة المراجع

١. digital 2023 Algeria: <https://cutt.us/KSkEB> من الاسترداد simon kemp. (13 2, 2023). datareportal
٢. YAHYOUNI, Y. E. (2021). Econome des plateformes numériques. france: l'harmattan
٣. أنيس حمدي. (2021, 03 24). معلومات حول صفحة قايسبوك . (الباحث، المحاور)
٤. إيمان بخوش. (2013-2014). الاستخدامات الثقافية للإعلام الجديد في الجزائر «الشبكة الاجتماعية الفاسبوك نموذجاً» (مذكرة ماجستير). قسنطينة، الإعلام الثقافي، الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر.
٥. حسن عماد المكاوي ، و ليلى حسن السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: دار المصرية اللبنانية.
٦. مصطفى على اللحام. (2016). المدخل إلى علم المكتبات ومصادر المعلومات. الأردن: دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.
٧. معد عاصي علي حسن. (2012). أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي. مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية (العدد 2).
٨. مها أحمد إبراهيم. (2010). الوعي المعلوماتي ضرورة ملحة في القرن الحادي والعشرين: دراسة نظرية وإطالة. بحوث علم المكتبات والمعلومات، 291.
٩. مورييس أنجرس. (2006). منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. الجزائر: دار القصة.
١٠. مي العبدالله. (2006). نظريات الاتصال. بيروت - لبنان: دار النهضة العربية.

طبيعة الصورة التي تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي عن المرأة (تحليل محتوى مجموعة من الصفحات على موقع فيسبوك)

د. نجمة عليوش

جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ - الجزائر

aliouchend@gmail.com

ملخص

أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي في عالمنا المعاصر نفوذ كبير على حياة الأفراد، كتوجيه أرائهم وإعادة صياغة البناء المعرفي والقيمي لديهم، بل نستطيع القول أنها (وسائل التواصل الاجتماعي) بمثابة البديل للأسرة وللمؤسسات التنشئة الاجتماعية في التنشئة والتربية، من خلال التأثير الذي تمارسه على المستخدمين، ما يساهم في تغيير أفكارهم وقناعاتهم أو تشويهاها في جانبها السلبي.

وفي هذه الورقة البحثية اخترنا التركيز على الكيفية التي يتم بها تناول كل ما يتعلق بالمرأة في وسائل التواصل الاجتماعي، ضمن المجتمع الجزائري المعاصر كإطار مكاني وزماني، واضعين فرضية مفادها أن الفيسبوك يعكس صورة سلبية عن المرأة، وللتحقق من هذه الفرضية اتبعنا منهج تحليل المضمون وتطبيقه على مجموعة من الصفحات الجزائرية على موقع فيسبوك، وتوصلت دراستنا إلى تأكيد صدق الفرضية.

الكلمات المفتاحية

صورة المرأة؛ وسائل التواصل الاجتماعي؛ فيسبوك؛ المجتمع الجزائري المعاصر

مفاهيم الدراسة

تعريف مفهوم الصورة الذهنية: يعرفها الدكتور علي عوجة، بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية، التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات، إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه (...)، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان...^١

وسائل التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية، التي تسمح للمشاركة بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني، مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.^٢

موقع فيسبوك: هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض، عن طريق استخدام أدوات الموقع، وتكوين روابط وصداقات جديدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية، أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات، بالمرور من خلاله وفتح آفاق لتعريف المجتمع بهويتهم.^٣

الإشكالية

لا تزال المرأة العربية بالعموم والجزائرية بالخصوص تعاني جراء الكثير من الأفكار والتصورات اللاإنسانية، التي صاغت العقل العربي وتغلغلت في اللاوعي لديه، لتصبح بمثابة بديهيات واعتلت مرتبة المقولات الكبرى في النظامين الفكري والقيمي لديه، هذه التصورات التي ترى المرأة كمخلوق ناقص يتلخص وجوده في خدمة الرجل المخلوق الأسمى، الذي حجر عليها ثقافيا ولغويا وحتى جسديا، ما انعكس على واقعها المعيش، وجعلها تصارع من أجل إثبات عكس الصورة المصاغة عنها، وتتجاوز هذه الصورة السلبية عن المرأة الواقع المعيشي الحقيقي إلى الواقع الافتراضي غير وسائل المواقع الاجتماعي وتعكس الصورة نفسها، ويتمثل هدفنا الرئيسي من هذه الورقة البحثية، في التعرف على طبيعة الصورة التي تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي عن المرأة الجزائرية، انطلاقا من الفرضية القائلة: أن وسائل التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) تعكس صورة سلبية عن المرأة الجزائرية.

١ شفيقة مهري : صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد-دراسة استطلاعية تحليلية لعبئة من الفيديوهاوت بموقع يوتيوب- حوايات جامعة الجزائر، المجلد ٣٥، العدد ١، ٢٠٢٠، ص ٧٤٩.

٢ خليدة مهريّة: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية-دراسة ميدانية على عينة من طلبة المركز الجامعي غمراس- مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع المجلد ٦، العدد ١، ٢٠٢٢، ص ٢٤-٢٥.

٣ فاطمة يحيوي وخديجة فور: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية-الغيس بوك والتوتير نموذجاً- دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة-٣ مجلة آفاق لعلم الاجتماع المجلد ٩، العدد ١، ٢٠١٩، ص ١٠٩.

طبيعة الثقافة في المجتمع الجزائري

قبل التطرق لمسألة واقع المرأة الجزائرية، علينا أولاً العروج على ملامح الثقافة الجزائرية المعاصرة ونظامها القيمي، ليساعدنا على فهم منابع التصورات المصاغة حولها، وننطلق في محاولتنا هذه الهادفة إلى التعرف على النظام الثقافي في المجتمع الجزائري من موجهات أساسية، تتمثل في خلاصة القراءة التاريخية لتشكيل المجتمع الجزائري، والملاحظات المتأتية من الواقع المجتمعي للجزائريين، بالإضافة إلى الاعتماد على أبرز الأطروحات والأدبيات التي تناولت الموضوع نفسه.

لتكون معالم طرحنا واضحة، علينا أولاً توضيح مقصدنا من مصطلح «نظام القيم» ومصطلح «المجتمع»، لأنهما بمثابة الموجّه لما نرمز التطرق إليه في هذا العنصر، ففي ما يخص مصطلح نظام القيم فإننا نتبنى مفهوم محمد عابد الجابري الذي يُعرفه بأنه: «مجموعة معايير للسلوك الاجتماعي، والتدبير السياسي، ومحددات لرؤية العالم، وهو عبارة عن سلم تُرتب فيه القيم في الضمير الفردي والجماعي من أقواها إلى أضعفها، ومن ثم يغدو هذا السلم مرجعاً للحكم على الشيء وتقويم السلوك (...)»، هذا السلم الذي يتشكل من خلال التجربة الاجتماعية للجماعات والأمم^٤، أما مصطلح «المجتمع» فتعددت واختلفت مدلولاته حسب المقاربات المعرفية والفلسفية باختلاف الاتجاهات والمفكرين الذين تطرقوا للمصطلح، ومن بينهم المفكر الجزائري مالك بن نبي، الذي تعرض إلى ماهية المجتمع في كتابه «القضايا الكبرى»، وقدم بين ثنياه منظوره للمجتمع وخصائصه وعناصر تشكله، فيُعرف المجتمع بأنه^٥ «تجمع أفراد ذوي عادات متحدة، يعيشون في ظل قوانين واحدة، ولهم فيما بينهم مصالح مشتركة، وهو تنظيم ذو طابع إنساني يتم طبقاً لنظام معين، هذا النظام الذي يقوم على ثلاثة عناصر هي:

- حركة يتسم بها المجتمع الإنساني.
- وإنتاج لأسباب هذه الحركة.
- وتحديد لاتجاهها.

وسنتبنى في طرحنا حول المجتمع الرؤية التي قدمها بن نبي حوله، وسنحاول القيام بعملية إسقاط هذا التعريف على المجتمع الجزائري.

ومثل كل المجتمعات الإنسانية تشكل المجتمع الجزائري عبر مراحل تاريخية متعاقبة، عرف خلالها أحداثاً وتحولات جعلت منه ما هو عليه اليوم، وتشكلت شخصيته بفعل مجموعة من العناصر الثقافية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية والجغرافية أيضاً بتأثيرات محلية وأخرى وافدة، وإذا ما تتبعنا بؤادر تشكل المجتمع الجزائري، فإننا سنجد أنه كلما كان هناك تبلور لملامح هذا التشكل تدخلت عوامل

أبطأت من حركته أو أوقفتها تماماً، ونرى أنها تتجلى في عامل واحد وهو الحركات الاستعمارية التي توالى على الجزائر، بداية من العهد الفينيقي، ثم الرومان، والوندال، وبيزنطة، والوجود العربي الإسلامي، والعثمانيون، وأخيراً الاحتلال الفرنسي، فكل منها ساهم في منع تشكل المجتمع الأصلي بمكوناته النقية، كما تركت بصماتها الثقافية بفضل التفاعل الحاصل من جهة أخرى، وخلال التاريخ الاجتماعي والثقافي للجزائر لم يتسن للمجتمع بمفهوم مالك بن نبي الظهور، فإذا أسقطنا الشطر الأول من هذا التعريف وهو أنه «تجمع أفراد ذوي عادات متحدة، يعيشون في ظل قوانين واحدة، ولهم فيما بينهم مصالح مشتركة»، فإنها تصدق على بعض الفترات من هذا التاريخ حسب رأينا، من بينها مثلاً حقبة الوجود الفينيقي التي عرفت تقبلاً وتجانساً بين السكان الأصليين للجزائر (الأمازيغ) والوافد الفينيقي، وربما يعود سبب هذا التقبل إلى «كون الفينيقيين لم يدخلوا كغزاة بهدف النهب واستعباد أهلها، بل كانت التجارة هي دافعهم»^٦، وعندما استشرع السكان الأصليين من غاياتهم غير الحربية فتحوا الأبواب أمامهم، فاتسمت بالاستقرار وتقبل الآخر، وكانت شبكة العلاقات الاجتماعية على قدر كبير من التناغم، إلا أن هذا لم يستمر بفعل التهديد الروماني الذي أنهى الوجود الفينيقي، ونعتقد أنه لو لم يظهر الرومان في المشهد التاريخي للجزائر لحقق الأمازيغ مع الفينيقيين نهضة كبيرة وهذا ما كانوا بصدد القيام به ومن الشواهد التي تؤكد التأثير الفينيقي على الأمازيغ «أن لغتهم عاشت بعد سقوط قرطاجنة قروناً ولم تقض عليها، أو تذهب بأغلبيتها لغات الأمم التي جاءت بعد القرطاجين»^٧، فتدلنا كتب التاريخ على أنهم حققوا انجازات في مختلف مجالات الحياة، بمعنى أن مفهوم مالك بن نبي في شطره الأول ينطبق عليهم، أما فيما يخص عناصر النظام المجتمعي فكان هناك وجود للعناصر الثلاثة إلا أن السبب الرئيسي وراء عدم اكتمال البناء المجتمعي يعود إلى تفكك العلاقات الاجتماعية بين المكونين الفينيقي والأمازيغي خاصة بعد الصراع بين الفينيقيين والرومان وكنال القوى الاستعمارية التوسعية اتبع الرومان أسلوب «فرق تسد» فبشوا الكراهية بين الفينيقيين والأمازيغ وهذا من بين الأسباب التي أدت إلى أفول مجتمع في طور الاكتمال، ولناخذ العهد العثماني في الجزائر كمثال آخر الذي تميز حسب المؤرخين لهذه المرحلة بالركود الثقافي، والعلمي، والاجتماعي، فلم يعرف الجزائريون آنذاك نهضة وتقدم في هذه المجالات، وبالرغم من تشاركهم لعادات وقيم واحدة وتماسك شبكة العلاقات الاجتماعية، إلا أنهم لم يعملوا على التغيير والتقدم نحو الأفضل، فلم تكن هناك حركة وفعالية إنتاجية وهذا يُسقط عنهم مُسمى المجتمع.

أما إذا أسقطنا مفهوم المجتمع عند مالك بن نبي على المجتمع الجزائري المعاصر، فسنجد أنه ينطبق عليه جزئياً، فهو يشمل على جميع العناصر المكونة للمجتمع المتمثلة في:^٨

٤ محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي (دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ط ١، ٢٠٠١، ص ٥٦.

٥ مالك بن نبي: ميلاد مجتمع (شبكة العلاقات الاجتماعية)، الجزء الأول، ترجمة عبد الصبور شاهين، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط ٢، ١٩٨٦، ص ١٧٧.

٦ مبارك بن محمد الميلي: تاريخ الجزائر في القديم والحديث، الجزء الأول، المؤسسة الوطنية للكتاب، (د.د.ن)، (ط.د)، (د.س)، ص ١٣٣-١٣٤.

٧ المرجع نفسه، ص ١٦٧.

٨ عناصر المجتمع وأنواعه، <http://almerja.net> ٢٠٢١/١٨/٢٦، ص ٢٦.

• **البيئة الطبيعية:** وهي الإطار البيئي الذي يحدد المجتمع، وتشمل كل ما في البيئة من المناخ، والتربة، والغابات، والتضاريس، والثروات الطبيعية.

• **السكان:** هم الأفراد والجماعات البشرية المكونة للمجتمع.

• **العلاقات الاجتماعية:** وهي العمليات والتفاعلات الناتجة عن تفاعل الأفراد في البيئتين الطبيعية والاجتماعية.

• **النظم والمؤسسات الاجتماعية:** تتمثل في المؤسسات الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والثقافية التي تخدم أفراد المجتمع.

• **البيئة الاجتماعية:** وهي المناخ الذي يعيش في ظله أفراد المجتمع وتشمل المؤسسات الاجتماعية المختلفة، والجماعات، والهيئات، والتنظيمات، والمشاريع المختلفة.

وجميع هذه العناصر التركيبية موجودة في المجتمع الجزائري المعاصر، أما فيما يخص العناصر التي أشار إليها بن نبي فتتخللها نوع من الضابطة، وعدم وجود رؤية واضحة على مستوى السياسات والواقع المجتمعي، فيما نجد أن العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري تتسم بنوع من الترابط، والقوة، والانسجام، تعمل القيم الوطنية والدينية حصرا على تقويتها واستمراريتها، ولكن هذه القيم بحد ذاتها تعرف زعزعة لمكانتها على سلم نظام القيم في المجتمع الجزائري، وقد بدأ يصيبها التفكك، ولأنها تمثل قيما محورية في الهوية الجزائرية فإن أية محاولة استهداف لهذه القيم ستؤدي إلى تفكك العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري.

وبما أن المجتمع الجزائري شكلته عناصر ثقافية متعددة، فإن ذلك انعكس على نظامه القيمي وخاصة الثقافة العربية الإسلامية، التي تتجلى قيمها في اللغة والدين وبعض العادات والتقاليد، وهناك وجود للثقافة الفرنسية في بعض عناصرها تركت بصماتها على الشخصية الجزائرية، نتيجة الفترة الاستعمارية الطويلة من بينها اللغة الفرنسية، التي تتغلغل مفرداتها في لسان المواطن العادي، أما التأثير العثماني فله فيتجلى في طرق التفكير والتعبّد، خاصة أن انتشار الإيمان بالخرافات، والدروشة، والتصوف كانت بداياته إبان العهد العثماني في الجزائر، ولا تزال هذه القيم توجه تفكير الفرد الجزائري، وهذا ما نلمسه في بعض الظواهر الاجتماعية كالترك ببعض مظاهر الطبيعة وممارسات السحر والشعوذة.

وهناك قيم جديدة تم إدخالها إلى سلم القيم في المجتمع الجزائري فرضتها التحولات المعاصرة، كقيم المواطنة والولاء للدولة، فأصبح الوطن (النظام السياسي) هو مقياس الفعل ومحدد القيمة، فإذا كان الفعل فيه خدمة ومنفعة للوطن (النخبة الحاكمة) فهو قيمة إيجابية، أما إذا كان فيه ضرر له فيتم رفضه واعتباره قيمة سلبية، مما خلق فردا

جزائريا منكفئا على ذاته رافضا للانفتاح على الآخر أو تقبل الاختلاف، والواقع يدلنا على هذه الفرضية، فهو يريد فقط أن يتعامل مع من يشبهه ويشترك معه في سمات مشتركة، ضمن دائرة تقبل تتضمن الإسلام، واللغة العربية، ورموز الثورة التحريرية، حتى المكون الأمازيغي بجميع عناصره لا يعتبر عند بعض الجزائريين _ لكي لا نقول الأغلبية منهم _ لا يعتبرونه مكونا أصيلا من مكونات الثقافة الجزائرية، فهناك عدم تقبل حتى لمن يختلف عنه في لون البشرة، والدين، والمذهب، ولا نذهب هنا إلى القول بأن رفض الاختلاف وعدم تقبل الآخر هي سمة متأصلة في شخصية الفرد الجزائري، إنما هي نتيجة البيئة الاجتماعية والتعبئة السياسية والإعلامية، التي تبنت التوجه الأحادي في تحديد معالم الهوية الجزائرية، وهي في حقيقتها تقييد للفعل الإنساني، ومحاولة صناعة إنسان سلبي يحمل الكره والحقد لكل من يختلف معه، وهذا ما يتناقض مع سنة الله في خلقه التي تدعو إلى التعارف بين الأمم المختلفة وبناء العلاقات الإنسانية على أساس من الود والاحترام للآخر، يقول الله تعالى في سورة الحجرات الآية ١٣ ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾.

صورة المرأة في المجتمع الجزائري

تشكل المجتمع الجزائري من عناصر ثقافية متعددة، ما انعكس على نظامه القيمي وخاصة الثقافة العربية الإسلامية، التي تتمثل قيمها في اللغة والدين وبعض العادات والتقاليد، وهناك وجود للثقافة الفرنسية في بعض عناصرها تركت بصماتها على الشخصية الجزائرية نتيجة الفترة الاستعمارية الطويلة من بينها اللغة الفرنسية، التي تتغلغل مفرداتها في لسان المواطن العادي، أما التأثير العثماني فيتجلى في طرق التفكير والتعبّد، خاصة أن انتشار الإيمان بالخرافات، والدروشة والتصوف التي تركزت أكثر إبان العهد العثماني في الجزائر، ساهمت فيها عوامل كثيرة من بينها إهمال الاشتغال بالعلوم المادية، والتصوير المشوه والمغالط لحقيقة الإسلام، مع اختلاطه ببعض التصورات والخرافات الوثنية، ولا تزال هذه القيم توجه تفكير الفرد الجزائري، وهذا ما نلمسه في بعض الظواهر الاجتماعية كالترك ببعض مظاهر الطبيعة، والأولياء، وممارسات السحر والشعوذة وهناك قيم جديدة تم إدخالها إلى سلم القيم في المجتمع الجزائري فرضتها التحولات المعاصرة كقيم المواطنة والولاء للدولة.

وبالرغم من التحولات التي عرفها المجتمع الجزائري منذ الاستقلال على جميع الأصعدة، والسير نحو الانفتاح والتجديد، إلا أن المرأة بقيت على حالها، بل عرفت نكوصا إلى الخلف حيث «رجعت إلى وظيفتها الأساسية التي يفرضها عليها المجتمع، وهي الزوجة المطيعة والطفلة المستسلمة وآلة الإنجاب، فعملية تحررها في تلك الفترة كانت مرحلية فقط، فكل الأوصياء طرحوا السلاح بعد الثورة (...) وحملوه من جديد للدفاع عن الشرف»، ونحن نتفق مع الباحثة، بل نرى أن المرأة الجزائرية

بدلاً منها، كما تركزت فكرة أنها عورة وفتنة للرجل، لهذا وجب عليها التزام المنزل وارتداء الحجاب، لأنها تُعوي الرجال وتُفسد إيمانهم، وهي ناقصة عقل ودين فلا يؤخذ برأيها وشهادتها، وبالموازاة لهذه الصورة المُعطاة عن المرأة كانت هناك صورة معاكسة عن الرجل، فهو الكامل عقلاً ودينًا، الأنسب للولاية والحكم، ذو الرأي السديد والعقل.

وعلى هذا الأساس تم وضع المرأة تحت وصاية الرجل، وكأنها كائن قاصر غير عاقل، أو أنها لا تمتلك المؤهلات والقدرات التي تجعلها مسؤولة عن نفسها في كل شيء، هذه الوصاية التي شرعت له ممارسة العنف ضد المرأة في حالات كثيرة، فيما أن المرأة كائن بلا عقل، ولا تفرق بين الخطأ والصواب إلى درجة أنهم شبهوها بالشيطان، فمن حق الرجل إذا توجيهاً وتعديلاً سلوكياتها، من خلال أساليب عديدة من بينها الضرب، وهم في هذا يستدلون بآيات قرآنية من بينها الآية ٣٤ من سورة النساء يقول الله تعالى ﴿الرجال قوامون على النساء، بما فضل الله بعضهم على بعض، وبما أنفقوا من أموالهم فالصالحات قانتات حافظات للغيب بما حفظ الله، واللاتي تخافون نشوزهن فعظوهن واهجروهن في المضاجع، واضربوهن فإن أطعنكم فلا تبغوا عليهن سبيلاً﴾.

فُسرّت هذه الآية ضمن إطار ضيق ومطلق، فما تم فهمه منها هو أن للرجل الحق في ضرب المرأة، دون الأخذ بعين الاعتبار أسباب التنزيل التي تعتبر شرطاً أساسياً في تفسير الآيات القرآنية، وكما أشرنا سابقاً فإن هذا له خلفيات تتعلق بالبيئة الثقافية والاجتماعية التي تم فيها تفسير الآيات القرآنية المتعلقة بالمرأة، ووضعها الذي ترسخ عبر الأزمنة وساهم في تشكيل العقل الإسلامي، خاصة فيما يتعلق بالمرأة التي كانت ولا تزال في منزلة أقل من الرجل، فإن تعرضت المرأة إلى العنف من طرف زوجها، أو والدها، أو أخيها فإن المجتمع الجزائري سيعتبرها هي المخطئة قبل حتى أن يعرف الأسباب، ويعطي كل الحق للرجل، وإن اشتكت عليه لمصالح الأمن فهي ارتكبت جريمة بالنسبة لهم، ليتخذ العنف ضدها مشروعية ذات أساس ديني ومجتمعي معاً.

فالمرأة العربية والجزائرية خصوصاً تتمثل في العقل العربي على نماذج محددة لا تحيد عنها ولا يُسمح لها أن تتجاوزهم وإن تحدثت وتمردت على هذه الصور السلبية وكأنها خرجت على أصلها وطبيعتها التي خلقها الله عليها أما الضمير المجهول الذي يأتي هذا فنقص به الرجل كواضع للثقافة المهيمنة في المجتمع العربي والجزائري

الدراسة الميدانية

المنهج المستخدم

نبتغي من وراء دراستنا هذه، التعرف على طبيعة الصورة التي تعكسها مواقع التواصل الاجتماعي عن المرأة الجزائرية، ولكي نتمكن من الوصول إلى النتائج المرجوة اتبعنا منهجاً علمياً، يمكننا من ذلك ألا

كان وضعها أفضل قبل الاستقلال، وخاصة في فترة الثورة التحريرية، لأن المجتمع كان ينظر إليها كشريك للرجل في تحرير الوطن ومسؤولة مثله، ولم يكن يتم التفرقة بينها وبينه، إلا أن وضعها تدهور خاصة في الفترة التي شهدت فيها الجزائر صعود التيار الإسلامي السلفي، وسيطرته على العقول، من خلال الخطاب الشعبوي المتكئ على العاطفة لاستمالة الشعب الجزائري، وفي هذا عرف نجاحاً كبيراً وتمكن من بناء شعبية كبيرة تجلت في اكتساحه للانتخابات التشريعية سنة ١٩٩١، ولم يكن تأثيره سياسياً فقط، بل استطاع التأثير على وضع المرأة آنذاك من قبيل انتشار ما يسمى «بالحجاب الشرعي»، حيث تم فرضه على الكثير من النساء ومنعهن من التعليم، وبالإجمال رضخت المرأة الجزائرية للإسلام السلفي، وبالرغم من اكتسابها لحقها في التعليم وخروجها للعمل المنحصر في «قطاعات التعليم والصحة والعدالة» فقد أدى النظام التعليمي بالمرأة إلى تركيز اهتمامها فقط على القطاعات التي تساهم في إعادة الإنتاج الاجتماعي^{١٠}، وبالرغم من تبوئها للمناصب المهمة، إلا أنها لم تستطع إلى يومنا هذا إحداث تغيير في الصورة النمطية التي يحملها عنها المجتمع.

هذه الصورة التي تغلغلت في المخيال الشعبي وشكلت بعد ذلك البناء الفوقي للمجتمع الجزائري وتصوراته عن المرأة في أدوارها، وحقوقها، وواجباتها، وحتى في ماهيتها، حيث تم رسم الصورة التي يجب أن تكون عليها المتمثلة في ثلاث صور أولها: ربة منزل تعتني بكل شؤون المنزل كالتنظيف، والطبخ، والاعتناء بشؤون كافة أفراد الأسرة الآخرين، ثانيها: جسد لتفريغ الطاقة الجنسية للرجل، ثالثها: آلة للتفريغ أو لإنجاب الأطفال، هذا هو الإطار الذي يرى من خلاله المجتمع الجزائري دور المرأة عموماً، ولهذه الرؤية أصول ثقافية ودينية صاغت هذا التصور حول المرأة، وإذا ما أخذنا الدين أو بعبارة أدق الفهم الشعبي لتعاليم الدين الإسلامي، المتوارث عبر العصور والحقب التاريخية، فسيصلنا على الصورة التي يجب أن تكون عليها المرأة، وفقاً للتفسيرات القرآنية وأصول الفقه، حتى أنه تم تخصيص جزء منه تحت مسمى فقه المرأة وهي عبارة عن أحكام فقهية تشرع لكل ما يتعلق بشؤون المرأة الصغيرة والكبيرة منها.

كما استمدت الصورة الحالية عن المرأة من القرآن سواء في كيفية تعاملها مع زوجها، ولباسها، والحدود التي يجب أن تقف عندها، ومجموعة من الممنوعات التي لا يجب عليها فعلها، لكننا لا نقول أن القرآن لم يعط للمرأة المسلمة قيمتها أو أنه انتقص منها، وإنما هي تلك التفسيرات والأحكام الفقهية المتعلقة بالمرأة، صاغت عقول في عصور ماضية ضمن أطر ثقافية واجتماعية لها خصوصيتها، حتى أن المفكر الإسلامي محمد شحرور وكثيرون غيره يفترضون أن هذه الأحكام تم صياغتها ووضعها في العصر العباسي ولم تستند إلى القرآن.

فتم تشكيل العقل الإسلامي عن المرأة حول أنها كائن ضعيف، فكان أن أُعطي للرجل الولاية عليها والحق في التفكير عنها، واتخاذ القرارات

١٠ مجموعة مؤلفين: المرأة العربية من العنف والتمييز إلى المشاركة السياسية مركز دراسات الوحدة العربية بيروت ط ١، ٢٠١٤، ص ١٤٧.

عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها

اعتمدنا في تحليلنا لمضمون صفحات عينة الدراسة حول صورة المرأة، على البحث ضمن ثلاثة فئات: أولها فئة المادة، ثانيها فئة اتجاه الاتصال، ثالثها فئة القيم، وتم على أساس هذه الفئات التركيز على جوانب محددة من المنشورات التي تمحور موضوعها حول المرأة: فئة المادة: تم تقديم وطرح موضوع المرأة في قوالب معينة لم تخرج عنها، وهي قالب الفكاهة، الاستهزاء، والتوعية، ففي الفكاهة يتم تقديم المرأة كشخصية تبعث على الضحك والتسلية، بسبب عدم اهتمامها بمظهرها الخارجي، أو لأنها تضع نفسها في مواقف محرجة، أما قالب الاستهزاء فيتعرض فيه إلى التقليل من آراء المرأة، الداعية إلى التحرر من قيود المجتمع والتصورات المكونة عنها، كما تسخر بعض المنشورات من المرأة العاملة، التي تعطي أولوية لعملها وحياتها الخاصة على بيتها وزوجها وأولادها، كما يتم تقديمها بشكل فيه استهزاء من خلال منشورات تظهرها على أنها تهتم وتنشغل بالأمور السخيفة وليست ذات قيمة، كالسوق، وتغيير ديكور المنزل، وهوسها بالزواج وإيجاد رجل، كما يتم تقديمها بالصورة نفسها عندما تهتم بتطوير نفسها وقدراتها، ويقدمون أفكارها على أنها خروج عن الأدوار الأساسية والأولية للمرأة التي خلقت لأجلها حسبهم، وهي أن تكون زوجة، أم، وربة منزل، أما قالب التوعية فلا يعني أن هذه الصفحات تقدم صورة المرأة للمستخدمين بغرض توعيتهم، بغاية الرفع من شأنها وإعلاء قيمتها في المجتمع، وإما هي صورة تقدم المرأة على نموذج واحد ويطالبون الفتيات والنساء الجزائريات إتباع هذا النموذج، وإلا يتم اعتبارهن سيئات وخارجات عن العرف والدين، ويتجلى هذا النموذج في معايير دينية وأخلاقية محددة، وهي أن تلتزم بارتداء نوع من اللباس دون غيره، وتحدث هنا عما يسمى بالحجاب الشرعي، إذ تم نشر العديد من المنشورات في هذه الصفحات الأربع، حول فتيات ارتدين الحجاب الشرعي في جامعات مختلفة من ولايات جزائرية، مع إرفاق المنشور بعبارة ثناء ومدح لهن، وتضمن لما قمن به، أو من خلال منشورات عن فتيات أجنبيات أسلمن وارتدين الحجاب الشرعي، وتقديمهن كقدوة أو مثال ليحتذي بهن الفتيات الجزائريات، أما الفئة العمرية الموجه إليها هذه المنشورات فهي فئة الفتيات الشابات، أي اللواتي تقع أعمارهن ضمن مرحلة الشباب، فهي إذن الفئة الموجه إليها الخطاب، وعليه فإن أكثر المواد أو المواضيع المعالجة من طرف هذه الصفحات الأربع حول المرأة هي: اللباس، الأخلاق، طاعة الرجل، التضحية.

فئة اتجاه الاتصال: تعكس لنا طبيعة المنشورات حول المرأة الأفكار والاتجاهات التي يتبناها المسؤولون عن إدارة هذه الصفحات، والتصورات التي يحملونها عنها، فهم يرونها كائن خطأ بطبيعته يحتاج إلى التوجيه والتهذيب، وهذا يظهر في بعض المنشورات التي تنتقد سلوكيات المرأة، والأحداث التي تكون هي محورها أو الفاعلة

وهو منهج تحليل المضمون، لأن دراستنا تتمحور حول معرفة الصورة التي يطرحها موقع فيسبوك عن المرأة الجزائرية، وبالتالي فإن تحليل المضمون هو أنسب منهج يمكننا من فهم طبيعة هذه الصورة.

عينة الدراسة

تتمثل عينة دراستنا في أربعة صفحات جزائرية على موقع فيسبوك، والتي تم اختيارهم بطريقة قصدية والمتمثلة في الصفحات الآتية:

- **صفحة Top conversation:** يبلغ عدد متابعيها والمعجبين بها حوالي مليون وسبعمائة وثلاثة وعشرون متابع.
- **صفحة Diamant noir:** يبلغ عدد متابعيها حوالي مليونين وثلاثمائة ألف متابع.
- **صفحة Université Dz:** يتابعها أكثر من مليون وسبعمائة ألف متابع.
- **صفحة Noire:** يتابعها حوالي مليونين وأربعمائة ألف متابع.

ويعود اختيارنا لهذه الصفحات بالذات لأسباب مختلفة، من بينها أنها صفحات تهتم بجميع المجالات الحياتية للمجتمع الجزائري، وهذا ما يسمح لنا بفهم طبيعة الإيدولوجيا التي تميز كل صفحة، وبالتالي ربطها بموضوع دراستنا المتعلق بصورة المرأة التي تظهر من خلالها، ويتمثل السبب الثاني في أننا بحثنا على أكثر الصفحات من هذا النوع، لديها متابعون يتجاوز عددهم المليون، فكلما كان عدد المتابعين أكبر كان للمنشورات تأثيرا مضاعفا، بفعل إبداء الإعجاب ومشاركة المنشورات من طرف المتابعين وبالتالي انتشار الفكر المراد إيصالها، أما السبب الآخر فيتعلق بأنه وبعد اطلاعا على كم هائل من الصفحات الجزائرية على موقع فيسبوك، وجدنا أن هذه الصفحات الأربعة تتعرض عبر منشوراتها إلى المرأة وقضايا تتعلق بها بشكل كبير، أما في ما يخص اختيارنا لموقع فيسبوك ف يرجع لكونه أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجزائريون، إذ بلغ عدد مستخدميها حوالي ٢٥ مليون مستخدم، حسب تقرير رقمي عن موقع Datareportal لسنة ٢٠٢٢، مقارنة بموقع انستغرام بحوالي ٨ مليون، وتويتر بحوالي ٨٩١ ألف مستخدم^{١١}، وبالتالي فإن فيسبوك هو أكثر المواقع استخداما من طرف الجزائريين.

المجال الزمني لتطبيق أداة تحليل المحتوى

بدأنا تحليل محتوى الصفحات الأربعة من مطلع شهر جانفي ٢٠٢٣ إلى غاية شهر فيفري، وتوصلنا إلى نتائج حولها، إلا أننا استأنفنا تحليل محتوى الصفحات إلى غاية شهر مارس، لنجمع معطيات وبيانات أكثر حول الصورة التي تطرحها هذه الصفحات حول المرأة، ونتأكد من النتائج الأولية المتحصل عليها.

١١ نادية شريف: تقرير رقمي يكشف عدد مستخدمي شبكات التواصل والانترنت في الجزائر، <http://www.echoroukonline.com>

/٢٤,٠٥,٢٠٢٣/١٩h١٧/com

حيث توصلنا إلى أن المرأة الجزائرية تتعرض للعنف من طرف الرجل بجميع أشكاله باسم الدين.

نتائج للدراسة

توصلت الدراسة الراهنة إلى عدد من النتائج، حول طبيعة الصورة التي يعكسها موقع فيسبوك عن المرأة الجزائرية المعاصرة، من خلال تحليل مضمون أربعة صفحات جزائرية ناشطة على موقع فيسبوك، التي زودتنا بمجموعة من المعطيات ساعدتنا للوصول للنتائج الآتية:

- يطرح موقع فيسبوك مسألة المرأة ضمن قطبين، أحدهما إيجابي والمتمثل في رؤية الدين (الفقه الإسلامي) للمرأة، والآخر سلبي وهو المخالف للرؤية الأولى، والذي يراها كإنسانة تمتلك حق الوجود والتعبير عن نفسها ومساوية للرجل، لتبنى الصفحات الفيسبوكية عينة الدراسة الاتجاه الأول، فيما تعمل على شيطنة الاتجاه الثاني.
- تهيمن الرؤية الذكورية المتعصبة على صناعة المحتوى المتعلق بالمرأة الجزائرية، من خلال إظهارها بصورة دونية، مقارنة بتعظيم الرجل وإظهاره بصورة مثالية لا تشوبها شائبة.
- هناك اتجاه إيجابي من طرف المستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك للصورة السلبية عن المرأة، والتي نستدل عليها من خلال عدد الإعجابات بالمنشورات المسيئة للمرأة، والتعليقات الموافقة على مضمون هذه المنشورات.

خاتمة

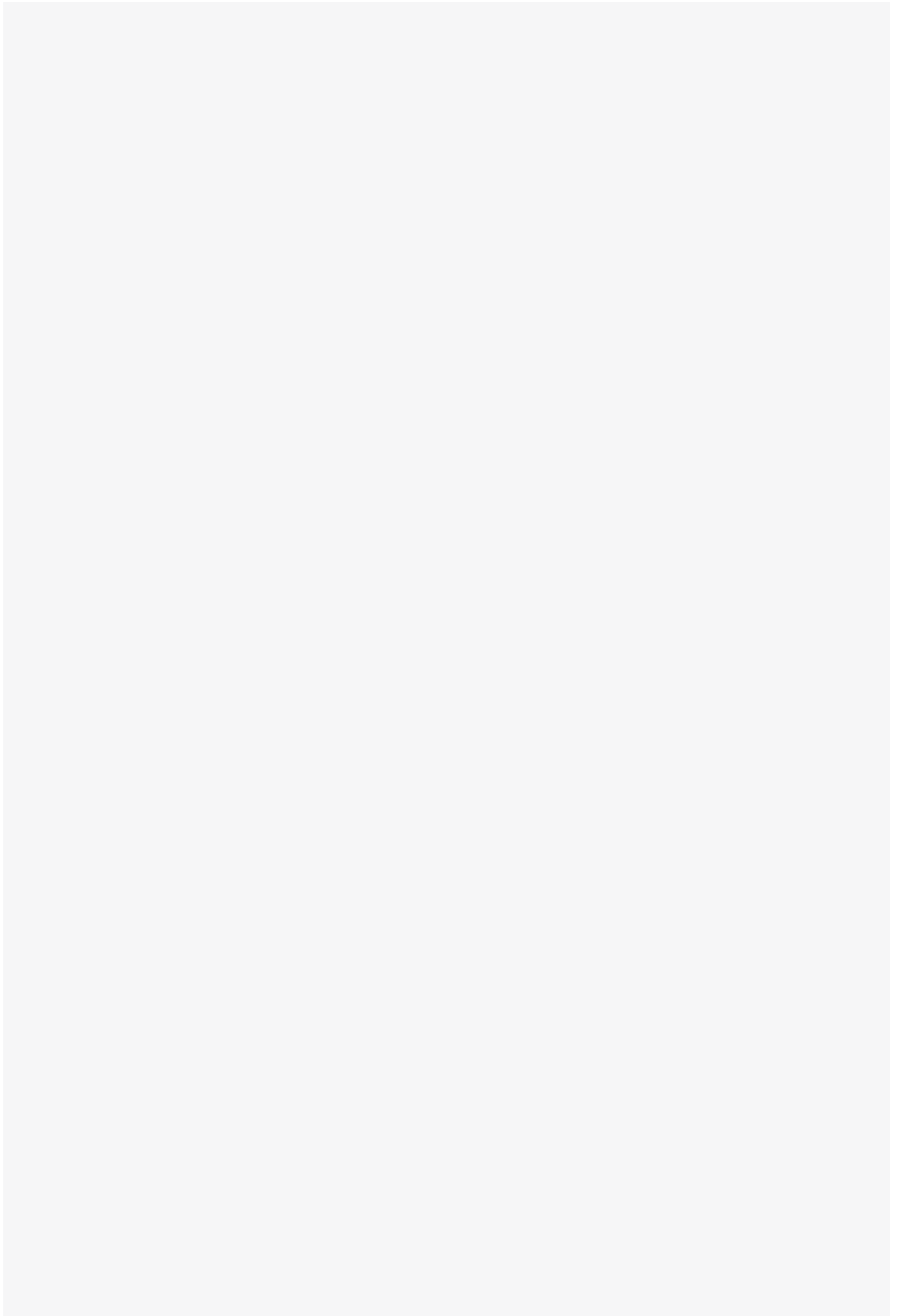
إن مسألة المرأة ووضعها داخل المجتمعات العربية من أكثر المسائل التي لا تزال محل النقاش والجدال، وبالرغم مما عرفته هذه المجتمعات من تحول على مستوى أنماط التفكير والانفتاح في مختلف المجالات، غير أن المرأة العربية والجزائرية بالخصوص، بقيت على الصورة السلبية التي شكلها عاملين اثنين وهما السلطة الذكورية والفقه الإسلامي البشري، هذه الصورة التي يتم تكريسها بشكل له تأثير كبير لدى الشباب الجزائري المعاصر، لإبقاء وضع المرأة في صورته الرجعية والتقليدية السلبية.

فيها، فيتم تقديمها بصورة المخبطة والمتهممة حتى وان لم يكن لها يد في الموضوع، فهي سبب جميع المشاكل التي يعاني منها المجتمع الجزائري، كما تحمل منشورات أخرى مضامين تؤكد أن القائمين على هذه الصفحات يتبنون الموقف الذي يرى أن مكان المرأة هو البيت، ولا يحق لها الخروج منه، لأن مهامها محدودة بالاعتناء بالمنزل والعائلة، أما خروجها من البيت وعملها أو ظهورها على وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، فيعتبرونه مخالفًا للدين والتقاليد، وبالتالي فإنهم لا يريدون للمرأة الجزائرية أن تخرج عن الصورة النمطية والتقليدية المتوارثة، التي شكلتها الثقافة الذكورية المهيمنة، أما التصور الآخر الذي يحمله صانعو محتوى هذه الصفحات عن المرأة، هو أنها كائن أقل من الرجل في كل شيء، وهو أفضل منها، فهي شخص قليل الذكاء أو متعذر، تقيس الأمور بعواطفها، ولا تمتلك القدرة على إدارة حياتها بحكمة. فئة القيم: من خلال تحليل مضمون الصفحات الأربعة عينة الدراسة، خلصنا إلى أن هناك مجموعة من القيم المراد ترسيخها لدى الجيل الحالي من الشباب خاصة حول المرأة، والمتمثلة أولاً في تقديمها على أنها كائن ناقص عقلاً ودينًا، كتأكيد وتصديق للحديث الضعيف الذي يتضمن القول نفسه، ثانياً يقدمون المرأة على أنها عورة تثير الفتنة والغرائز، وبالتالي ضرورة بقائها في البيت وارتدائها الحجاب الشرعي مع النقاب لحماية المجتمع من شرها، هذا المجتمع الذي يتمثل في الرجال من تقع على عاتقهم مسؤولية حمايتها من الانحراف والخطأ، كون الرجل كائن عاقل يتصف باتخاذ القرارات الحكيمة والراجحة والمعصوم عن الخطأ، ثالثاً تقديمها على ثلاثة صورة يمنع عليها الخروج عنها وهي: ربة منزل حتى لا نقول خادمة، وجسد لتفريغ الطاقة الجنسية للرجل، وأداة لإنجاب الأطفال، كل هذه القيم تقدم المرأة الجزائرية للمجتمع على أنها عبدة أو جارية، تحت رحمة الرجل ولا تراها كإنسانة مثلها كالرجل.

ومن خلال البيانات والمعطيات المتأتية من تطبيقنا لمنهج تحليل المضمون، لأربعة صفحات على موقع فيسبوك، توصلنا إلى أن الصورة التي تعكسها الصفحات عينة الدراسة عن المرأة الجزائرية ذات طبيعة سلبية، وعليه تم إثبات صدق الفرضية، وبالتالي فإن ما يعكسه الفيسبوك من صورة سلبية عن المرأة الجزائرية يدل على وجود الصورة نفسها على مستوى الواقع الاجتماعي المعيش وهذا ما أكدته نتائج دراسة أخرى قمنا بها بعنوان « الواقع الوجودي للمرأة المعاصرة داخل الأسرة العربية: بين سلطتي الذكوري والديني (المرأة الجزائرية أمودجا)،

قائمة المراجع

١. القران الكريم
٢. مالك بن نبي: ميلاد مجتمع (شبكة العلاقات الاجتماعية)، الجزء الأول، ترجمة عبد الصبور شاهين، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط٣، ١٩٨٦.
٣. مبارك بن محمد الميلي: تاريخ الجزائر في القديم والحديث، الجزء الأول، المؤسسة الوطنية للكتاب، (د.د.ن)، (د.ط)، (د.س).
٤. مجموعة مؤلفين: المرأة العربية من العنف والتمييز إلى المشاركة السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت. ط١، ٢٠١٤.
٥. محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي (دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ط١، ٢٠٠١.
٦. خليدة مهريّة: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية-دراسة ميدانية على عينة من طلبة المركز الجامعي قمنراست-، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، المجلد ٦، العدد ١، ٢٠٢٢.
٧. فاطمة يحيوي وخديجة فور: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية «الفييس بوك والتويتز نموذجاً»، دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة ٢، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد ٦، العدد ١، ٢٠١٩.
٨. شفيقة مهري: صورة المرأة العربية عبر الإعلام الجديد-دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من الفيديوهات بموقع يوتيوب-، حوليات جامعة الجزائر ١، المجلد ٣٥، العدد ١، ٢٠٢٠.
٩. نواره نافع: مكانة المرأة في المجتمع الجزائري، مجلة دراسات اجتماعية. المجلد ٥، العدد ١، ٢٠١٣.
١٠. عناصر المجتمع وأنواعه، <http://almerja.net>، ٢٦، ٢٠٢١/١٨h٠٣
١١. نادية شريف: تقرير رقمي يكشف عدد مستخدمي شبكات التواصل والانترنت في الجزائر، <http://www.echoroukonline.com>، ٢٤، ٢٠٢٣/١٩h١٧



دور العناصر التيبوغرافية والجغرافية في إبراز شكل المنصات الرقمية الحكومية بمملكة البحرين وزارة الإسكان نموذجاً (دراسة تحليلية في ضوء نظرية الامتياز)

صالح يوسف صالح محمد

الجامعة الأهلية - مملكة البحرين

Saleh795@hotmail.com

ملخص

جاءت هذه الدراسة في عام ٢٠٢٢ وقد استهدفت التعرف على العناصر التيبوغرافية ورصد العناصر الجغرافية المستخدمة في منصة وزارة الإسكان بمملكة البحرين، إضافة إلى الوقوف على العوامل المؤثرة في تصميم وإخراج المنصة، وكشف كفاءة تقنية الوزارة من خلال استعراض العناصر التيبوغرافية والجغرافية. وقد تم استخدام منهج تحليل المضمون من خلال تطبيق استمارة تحليل المضمون من إعداد الباحث على منصة وزارة الإسكان، حيث تكونت عينة الدراسة (٢٥) عنصراً توبوغرافياً، و(٣٠) عنصراً جغرافياً تضمنت: صور، فيديوهات، أنفوجراف، رسوم وأشكال بيانية، مخططات، وغيرها.

تبلورت الكلمات المفتاحية في ٣ عناصر هي "التيبوغراف، الجرافيك، المنصة الرقمية"، وقد توصلت النتائج إلى أن حجم خط العنوان المتوسط هو الأكثر استخداماً في المنصة بنسبة (٦٤٪)، وأن غالبية العناصر الجغرافية تتضمن روابط داخلية شكلت نسبة (٩٠،٠٪)، كما أن الوظيفة التوضيحية والإرشادية كانت الأكثر بروزاً في العناصر الجغرافية بنسبة (٥٠٪)، وجاءت بعدها الوظيفة الإخبارية بنسبة (٤٠٪). فيما من أهم توصيات الدراسة زيادة الاهتمام بالعناصر الجغرافية على منصة وزارة الإسكان خصوصاً الأنفوجراف التفاعلي لما له من دور في لفت انتباه زائري المنصة، وتدريب القائمين على منصة وزارة الإسكان في كيفية توظيف العناصر التوبوغرافية والجغرافية لخدمة الأهداف التي تسعى وزارة الإسكان لتحقيقها من خلال المنصة.

مقدمة

باستخدام أداة تحليل المضمون. وقد استهدفت الدراسة التعرف على العناصر التيبوغرافية المستخدمة في منصة وزارة الإسكان الرقمية، ورصد العناصر الجغرافية المستخدمة في منصة الوزارة في الفترة من (١ ديسمبر ٢٠٢١ حتى ١ فبراير ٢٠٢٢)، كذلك الوقوف على العوامل المؤثرة في تصميم وإخراج المنصة الرقمية، وكشف كفاءة تقنية الوزارة من خلال استعراض العناصر التيبوغرافية والجغرافية.

مشكلة البحث

تهتم وزارات مملكة البحرين في الوقت الحالي بأهمية تطوير المواد الإعلامية المنشورة في المنصات الرقمية لجذب انتباه الجمهور وتسويق الخدمات المختلفة، حيث إنها تمثل الواجهة الخاصة بها والتي يتعرف الجمهور من خلالها على المؤسسة. وقد لاحظ الباحث من خلال دراسته الاستطلاعية أن المؤسسات الإعلامية وأقسام وإدارات العلاقات العامة لا تعطي الاهتمام الكافي بمجال الرقمنة والشكلية الإعلامية، حيث يعد عنصر الشكل للمنصة الرقمية وخاصة «التيبوغراف والجغرافيك» عاملاً مهماً ومؤثراً في جذب الجمهور لأهم ما تقدمه المؤسسة له من معلومات وخدمات ورسائل إعلامية، كما تعتبر من الوسائل التي تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة عبر التوظيف الفني لها وما تحمله عناصره من دلالات مرئية وسيكولوجية على المتلقي. وعلى ضوء ذلك، فإن مشكلة البحث تكمن في كيفية توظيف العناصر

تؤدي وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تشكيل ملامح الرأي العام والتأثير في أفكار الجمهور واتجاهاتهم المختلفة، لذا ظهر الاهتمام في الآونة الأخيرة في جميع المخرجات المقدمة للجمهور، وخاصة العناصر الشكلية لوسائل الإعلام الحديثة لاسيما فيما يخص العناصر "التيبوغرافية" والعناصر "الجغرافية" عبر المواقع والمنصات الرقمية. وتعد المنصات الرقمية وسيلة اتصالية فعالية للتواصل مع عدد كبير من الجماهير، لذا فإن القائم بالاتصال يركز على جميع أبعاد المحتوى والشكل المبدئي فيها، إذ أن الشخصية الإخراجية لتلك المنصات تساهم بمدى ابتكارها وفنها على جذب اهتمام الجمهور بالمنتج المقدم إليهم من الشكل البارز للمنصة ومن خلال المميزات المستخدمة، سواء كانت تيبوغراف "متن، عناوين، حروف، بياض"، أو جرافيك "صور، رسوم، ألوان، خلفيات..".

وفي الإطار المنهجي لهذه الدراسة يتعرض الباحث لدراسة المنصات الرقمية بالوزارات الحكومية البحرينية، بالتطبيق على منصة وزارة الإسكان، كوسيلة إعلامية هامة خاصة لأقسام وإدارات العلاقات العامة والإعلام بمملكة البحرين، حيث تكمن الأهمية من هذه الدراسة في ندرة الدراسات المتعلقة في هذا الشأن، وخاصة عدم وجود دراسة خاصة - حسب اطلاع الباحث - حول منصة وزارة الإسكان، وبالتحديد فيما يتعلق بالشكل لاسيما عناصر التيبوغراف والجغرافيك، معتمداً على المنهج الوصفي من خلال عينة عشوائية بسيطة لعناصر البحث في المنصة الرقمية، وعبر استعراض ٥٥ نموذجاً مختلفاً يتم تحليلهم

الطباعة العربية، وذلك عن طريق استنباط أسس ومعايير محددة تحكم صناعتها. وأوصى بنشر وتعميم ثقافة التصميم التي تعرف بالقيم الجمالية والوظيفية لخطوط الطباعة العربية، مع سن النظم والقوانين اللازمة لحماية الحقوق الأدبية والمادية لمصممي ومطوري ومنتجي الخطوط الطباعية العربية.^٢

٣. دراسة الزحلف ٢٠١٧،

والتي استهدفت التعرف على أثر وسائل الإنترنت على المصممين الجرافيكين في الأردن، وقد اعتمد الباحث على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٠٠ مفردة، كما اعتمد على أداة الاستبيان للوصول إلى نتائج الدراسة. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن تعدد وسائل الإنترنت كوسيلة تعليمية مهمة يمكن التعلم والاستفادة منها، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً عن وجود أثر لبرامج الجرافيك في رفع مهارة المصمم الجرافيكي من خلال عرض تصميماتهم الإبداعية والمبتكرة، كما كشفت النتائج عن أن هناك بعض الوسائل قد تكون درجة الحماية بها قليلة أو معدومة بحيث يمكن بعض المستخدمين من الوصول إلى التصميم دون موافقة المصمم. وأوصى الباحث بضرورة البحث والدراسة وتعميق الوعي بأثر وسائل الإنترنت على مصممي الجرافيك، وبيان دورها في رفع كفاءة ومهارة المصمم الجرافيكي.^٣

٤. دراسة بيلارد ٢٠١٦،

والتي استهدفت التعرف على تحديد المشاكل الأساسية في التيبوغراف المستخدم في الخطاب السياسي. كما ناقشت تأثير التيبوغراف على التواصل وتوصيل الفكر السياسي مدعمة بأمثلة من حملات السياسة حديثة من أرض الواقع، وذلك عبر استخدام عينة عشوائية من خلال المنهج الوصفي، وأداتي الاستبيان وتحليل المضمون. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن التيبوغراف يمثل حالة هامة في التأثير على الجمهور، وكل جمهور له خصوصيته وأسلوب يجب استخدامه معه مناصلاً عن غيره. وأوصى الباحث بإجراء دراسات تستطيع الإجابة عن تساؤلات واستفسارات لم تتم الإجابة عنها، وذلك لمعالجتها في الدراسات المستقبلية.^٤

٥. دراسة أوزكال ٢٠١٤،

والتي استهدفت التعرف على أثر العادات والتقاليد في مدى تقبل المجتمع للتيبوغراف. وقد قامت منهجية الدراسة على المنهج التحليلي المقارن، حيث قام الباحث بدراسة أثر التيبوغراف في تصميم الإعلانات ومناقشة هدف التصميم الأساسي. وتوصل الباحث إلى أن التيبوغراف المناسب لديه القدرة على أن يكون أداة فعالة للتدخل لحل مشاكل العادات والتقاليد التي تواجه المصمم في تصميم الحملات الإعلامية. كما جاءت توصيات الباحث باستخدام التيبوغراف بطريقة صحيحة بسبب دورها في زيادة

التيبوغرافية والجرافيكية لإبراز شكل المنصات الرقمية الحكومية، لا سيما من خلال منصة وزارة الإسكان الحديثة التي دشنت بشكلها الحديث في يونيو عام ٢٠٢٠. ويتحدد الموقف المشكل في هذه الدراسة في صيغة التساؤل التالي: ما دور العناصر التيبوغرافية والجرافيكية في إبراز شكل منصة وزارة الإسكان الرقمية، ومدى كفاءتها التقنية لتحقيق أهداف الوزارة الاتصالية لا سيما على صعيد جمهورها الخارجي؟

الدراسات السابقة

في ضوء الدراسات السابقة لاحظ الباحث غزارة الأبحاث المتعلقة بتوظيف عناصر التيبوغراف والجرافيك لكن في مجال الإعلام التقليدي وبالأخص في المواد المطبوعة وليس على صعيد المواقع والمنصات الرقمية، ومن هنا تكمن أهمية الدراسة المتمثلة في الندرة، إلا أنه تم الاستفادة بشكل كبير من فلسفة توظيف تلك العناصر وإمكانية تطبيقها على المستوى الرقمي.

١. دراسة عبد الهادي ٢٠٢٠،

والتي استهدفت التعرف على مدى فاعلية التقنية الحديثة في إبراز شكل الصحف السودانية، وقياس أثر العلاقة المرتبطة بين توظيف عناصر التيبوغراف والجرافيك والأداء الصحفي، وإلى أي مدى استطاعت الصحف السودانية من توظيف تقنيات التصميم الصحفي العملية والنظرية. واستخدم الباحث المنهجين التاريخي والوصفي، كما استخدم أسلوب المقارنة، معتمداً على أدوات الملاحظة واستمارة تحليل المضمون. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن هناك ضعف واضح في الاهتمام بتدريب الموظفين من الناحية التقنية، وأن الصحف لا تتبع منهجاً فنياً ثابتاً لإبراز شكل إخراجي علمي يوظف العناصر التيبوغراف والجرافيك لعمل «ماكيت» للصفحات. وأوصى الباحث بضرورة توفير إمكانيات تقنية لازمة للمصمم الصحفي وخاصة التكنولوجيا عبر آليات تدريب مدروسة وفق ضوابط، وتوفير الدعم من الدولة.^١

٢. دراسة الصديق ٢٠١٧،

والتي استهدفت التعرف على قيم الجمال فضلاً عن وظيفة خطوط الطباعة العربية بغية تطوير أداء التيبوغراف في الأجهزة الإلكترونية، بالإضافة إلى الكشف عن أبرز القيم الجمالية في الخط العربي وكيفية المحافظة عليها. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي «التحليلي» لمناسبتها طبيعة المشكلة، وذلك بتحليل عينات الدراسة التي بلغ حجمها نحو ١٥ خطأ طباعياً عربياً، من خلال استخدام أداتي الملاحظة والمقابلة الشخصية. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن الأداء التيبوغرافي العربي لا يمكن أن يتطور إلا عبر الارتقاء بالقيم الجمالية والوظيفية في خطوط

١ معزة عبد الهادي، «توظيف تقنيات التصميم الصحفي في تطوير الممارسة الصحفية، دراسة تطبيقية بين صحيفتي الرأي العام السودانية والرأية القطرية»، رسالة دكتوراة، جامعة السودان، الخرطوم، ٢٠٢٠.

٢ خالد الصديق، «الارتقاء بالقيم الجمالية والوظيفية في خطوط الطباعة العربية ودوره في تطوير الأداء التيبوغرافي»، رسالة دكتوراة، جامعة السودان، الخرطوم، ٢٠١٧.

٣ لندا الزحلف، «أثر وسائل الإنترنت على مصممي الجرافيك في الأردن»، رسالة ماجستير، دراسة تحليلية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، ٢٠١٧.

٤ Billard, Thomas J, "Fonts of Potential: Areas for Typographic Research in Political Communication" International Journal of Communication 10, 2016

الوعي وتقبل المجتمع لها في مواضيع اجتماعية حساسة ومهمة.^٥

٦. دراسة عبد الغني، ومصرك، ورملي ٢٠١٤،

والتي استهدفت التعرف على تحديد الجوانب الفيزيائية (الملموسة) الإيجابية التي تساعد على حفظ الشعارات وتذكرها. وأجرى الباحث دراسته على عينة مكونة من طلاب الفن والتصميم من ثلاث جامعات ماليزية مختلفة. وقامت الدراسة على المنهج التحليلي النوعي، حيث قام الباحث بجمع أنواع مختلفة من التيبوغراف من دراسات سابقة مختلفة وإعلانات مختلفة، ثم تحليلها وتقسيمها إلى ست مجموعات هـ ي: الأحرف الصغيرة، والأحرف الكبيرة، ووزن الخط، وتباين الحرف، والحجم، ووضع الحرف. وتوصل الباحث إلى أن استخدام التيبوغراف المناسب لديه تأثير على الدماغ والسيكولوجيا لدى المستهلكين في تذكر الشعارات والهوية البصرية للشركة. ويوصي الباحث بالنظر إلى جوانب أخرى من التيبوغراف غير الست المذكورة سابقاً وبنطاق أكبر، لمعرفة الجوانب الأخرى التي تؤثر على الجمهور في تذكر الشعارات للشركات وهويتها البصرية.^٦

٧. دراسة علي ٢٠١٣،

والتي استهدفت التعرف على الوصول إلى تصميم جيد ومؤثر للتيبوغراف الحركي، والتأكيد على أهميته في إيصال الأفكار بشكل غير تقليدي، وأيضاً الارتقاء بالتيبوغراف الرقمي العربي وتطويره لمواكبة التطورات السريعة التي تحصل في عالم التكنولوجيا الرقمية وعالم الاتصالات الحديثة. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن التيبوغراف المتحرك له القدرة على حمل وتوصيل والتعبير عن فكرة الإعلان أكثر من الكتابة التقليدية الساكنة. كذلك اختلاف منطق وأسلوب الحركة حسب شكل الحرف المستخدم، وذلك يكون من خلال الشكل البنائي والخصائص المعبرة به، هذا بالإضافة إلى إنشاء وتطوير التيبوغراف العربي، يفضل أن يستند إلى قواعد الخطوط العربية الأصلية كالنسخ والثلث والكوفي وغيرها، لتدراً عنها فوضى التصميم.^٧

٨. دراسة يلدرم ٢٠١٢،

والتي استهدفت التعرف على الطرق والنظريات المتخصصة بتصميم الخط. وقد حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤل: ما الأثر الذي تلعبه الأيدولوجيا حضارياً واجتماعياً بالتواصل في المجتمعات أو نتيجة لأفكار المصمم وميوله؟ وتتمحور النتائج حول حيادية الخطوط باعتبارها أكثر من مجرد طريقة للتواصل، وقد توصلت الدراسة إلى ٤ أشكال لعائلات الخطوط: الشكل،

المحتوى، التركيب، سياق الكلام، وترتيبها للتواصل مع الجمهور بطرق مختلفة.^٨

٩. دراسة وولنبرغ ٢٠١٢،

والتي استهدفت التعرف على رصد تطوير شكل تصميم مجلة موجه الروح وذلك لاكتشاف الذات والاتصال مع الطبيعة من قبل متصفح المجلات بأستراليا، حيث إن تصفح الأستراليين للمجلات يسمح لهم بفهم الديموغرافية للقارئ ومعالجتها. وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق أداة استمارة تحليل المضمون لعينة من المجلات المتمثلة بـ: (Soulwave) ومجلة (Monster Children) ومجلة (BeachCulture)، واعتمدت الدراسة على نظرية انتشار وتبني المبتكرات.^٩ وتوصلت الدراسة إلى ضرورة وجود خبرة في تحرير وتصميم المجلة، حيث إن الموضوعات المنشورة تخضع لأسلوب موحد وقوانين تحد من الإبداع وتحد من خلق خبرة في التصميم.

١٠. دراسة غوثري ٢٠٠٩،

والتي استهدفت التعرف على مدى تأثير التيبوغراف وأنواع عائلات الخطوط على الاستجابة الشعورية لدى الجمهور. وقامت هذه الدراسة على قياس ردود «الأفعال العاطفية» على عينة عشوائية التغير لأنواع الخطوط في الإعلانات، وحسب موضوع الإعلان، حيث قام الباحث بعرض مجموعة من التصاميم للإعلانات المختلفة، وتغيير نوع الخط في كل إعلان، ثم قام بقياس الاستجابة العاطفية لديهم. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن تغيير نوع الخط لوحده في الإعلان لا يقوم بتأثير ملحوظ على الاستجابة العاطفية والشعورية لدى المستهلك.^{١٠}

١١. دراسة لو أماندا ٢٠٠٩،

والتي استهدفت التعرف على تأثير التيبوغراف المجرد على العاطفة في الموسيقى، وكيفية تأثير دمج عائلات الخطوط (Ty) (peface) والتيبوغراف على إنتاج تأثيرات حسية، وقد حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤل: هل من الممكن تحسين الخ صائص الشعورية إذا تم جمع هذه الجوانب معاً؟ وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أهمية الربط بين الدراسات السيكلوجية والتأثير الذي ينتجه التيبوغراف من ناحية المنطق المنظوري (المري)، مما يساهم على فهم العلاقة بين أشكال التيبوغراف وسيكولوجية المشاعر.^{١١}

٥ Ozkal Ozlem, "Letters against letters: Typography as a means for Design Activism", YaQar University in Qemir-Turkey, May 2014

٦ Ab. Gani. M. Abdullahm, M. Masrek, M., and Ramli, "Typography and Its Significant to Memorizing a Logo", International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 4, No. 3, May 2014.

٧ علي إبراهيم، «مؤثرات الحركة للحروف في الوسائط الرقمية»، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية، مصر، ٢٠١٣.

٨ Yildirim. Alpert, "Typography and Ideology: Typeface Design as a Statement", A Master's Thesis Department of Graphic Design at Ihsan Dogramaci Bilkent University, 2012

٩ Wollenberg, «The stylistically adaptive publication designer: questions of variation, contradiction and convention in magazine layout», Master's Theses. University of Florida, 2012

١٠ Guthrie. K. L. (2009) "Emotional response to typography: The role of typographic variations in emotional response to advertising", Master's Theses. University of Florida. USA, 2009

١١ Lu Amanda Meng-Hsuan, "The Exploration of Static Typography for Expressing: The Emotive Qualities of Music", degree of Master of Computer Graphic Design, University of Waikato

والأدوات المستخدمة. كما تم الاطلاع على طبيعة الاستثمارات وفئات تحليل الشكل لمختلف الدراسات، والاستفادة من تحديد العينة الزمنية والمكانية المحددة التي تحتاجها المنصات الرقمية. بالإضافة إلى معرفة الجوانب الفنية المستخدمة لدى مصممي الدول العربية والأجنبية. كذلك تم الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة المشكلة، وتحديد الأهداف، والتساؤلات، بالإضافة إلى مقارنة هذه النتائج مع نتائج هذه الدراسة، ومناقشتها على ضوء نتائج الدراسات السابقة. كما أثار الباحث دراسته عبر الاطلاع على دراسات أجنبية لها سياسة مختلفة في طرح رؤيتها الوصفية، والاستفادة منها في هذه الدراسة لا سيما من حيث تفسير الجوانب الفنية. فضلاً عن إمكانية صياغة البحث بدءاً مما انتهت إليه الدراسات السابقة، وعدم تكرار بعض الخطوات، للحصول على نتائج أكثر ثراءً وجدة.

أهمية الدراسة

لعل ندرة الدراسات التي تناولت تصميم المنصات الرقمية الوزارية الحكومية كوسيلة اتصالية هامة لأقسام العلاقات العامة والإعلام بمملكة البحرين تأتي في أعلى سلم الأهمية، فضلاً عن عدم وجود أي دراسة تسلط الضوء على منصة وزارة الإسكان الحديثة «حسب استطلاع الباحث واتصاله بالوزارة». كذلك إمكانية الاستفادة من المؤسسات البحثية من التطور التكنولوجي الكبير لبرامج التصميم بالتطبيق على منصة وزارة الإسكان والتي مثلت بيئة خصبة لتطوير إخراج المنصات الرقمية وظهورها بالشكل المناسب الذي يعبر عن طبيعة عمل المؤسسة ورسالتها في المجتمع. إضافة إلى إمكانية الاستفادة من المؤسسات والوزارات والبحرينية من النتائج التطبيقية التي سوف توصل إليها الدراسة، والتي يمكن أن تسهم في تطوير إخراج وتصميم المنصات الرقمية الجديدة.

أهداف الدراسة

- التعرف على العناصر التيبوغرافية (الخطوط، الأرضيات، الأطر، الصور المصاحبة، الرسوم المصاحبة، المسافات بين كلمات..) المستخدمة في منصة وزارة الإسكان الرقمية.
- رصد العناصر الجرافيكية (صور، فيديوهات، رسوم بيانية، خرائط، أنفوجراف..) المستخدمة في منصة الوزارة.
- الوقوف على العوامل المؤثرة في تصميم وإخراج المنصة الرقمية.
- بيان العناصر الفنية للتعبير عن استراتيجية الوزارة.
- معرفة كفاءة تقنية الوزارة من خلال استعراض العناصر التيبوغرافية والجرافيكية.

مفاهيم الدراسة

- التيبوغراف: فن وأسلوب ترتيب اللغة المكتوبة لجعلها مرئية

والتي استهدفت التعرف على الأساليب المناسبة في استخدام التيبوغراف في تصميم عناوين الأفلام واختيار التأثيرات المتحركة المناسبة لها من ناحية أثرها مع تطور التيبوغرافي والوسائل التكنولوجية. واستخدم الباحث التحليل النوعي، حيث جمع عينة من الأفلام وصنفها حسب أنواعها المختلفة وصنف الخطوط حسب أنواعها كذلك، ثم قام بدراسة وتحليل ما إذا كان للتيبوغراف أثر في نجاح الإعلان والفيلم وإيصال فكرة الفيلم للمشاهدين. وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن فن تصميم العنوان المتسلسل للأفلام يستفيد ويفيد ويعزز ويطور فن تصميم التيبوغراف.^{١٢}

التعليق على الدراسات السابقة

من حيث المنهج والأسلوب، فقد انتهجت الدراسات السابقة المنهج الوصفي والعديد منها اعتمد على أسلوب المسح وتحليل المضمون، وهو ما يتسق مع دراسة البحث. وبالنسبة للأداة فقد اعتمدت العديد من الدراسات كدراسة «عبد الهادي، الزحلف، الصديق، وعلي..» على أداة تحليل المضمون «فئات الشكل، وكيف قيل»، فيما ذهبت بعض الدراسات لدراسة المضمون المتعلق بالرسائل الإعلامية والإخبارية وغيرها، واستخدام أكثر من أداة وأكثر من منهج كدراسة «وولنبرغ، وغوثري».

بالنسبة لمجتمع البحث فيتمثل مجتمع هذه الدراسة في المنصات الرقمية للوزارات البحرينية، وهو ما يختلف مع بعض الدراسات السابقة التي ركزت على الصحف أو المجلات الإلكترونية، كدراسة «علي، وولنبرغ». كما أن بعض الدراسات اهتمت بمفهوم وسمات الإخراج من حيث المضمون، في حين تهتم هذه الدراسة بالجانب الفني والشكل الإخراجي كدراسة عبد الهادي ٢٠٢٠. أما بالنسبة للعينة، فقد اعتمدت معظم الدراسات السابقة على العينة العشوائية كدراسة «الزحلف»، وهو ما يتشابه مع هذه الدراسة. فيما اقتصرت الدراسات السابقة على المواقع والمجلات والصحف العربية والأجنبية، ولم يكن هناك دراسات بحرينية تتناول نفس مضمون هذه الدراسة حسب استطلاع الباحث.

تركزت معظم الدراسات السابقة حول الإعلام والمضامين، وليس هناك أي دراسة في مملكة البحرين عن الشكل الإخراجي لمنصة وزارة الإسكان الرقمية التي تم تدشينها في عام ٢٠٢٠. كما خرجت الدراسات السابقة التي أجريت في الدول العربية بنتائج متشابهة في معظمها، أما الدراسات الأجنبية خرجت بتحليلات عصرية مغايرة للدراسات العربية، حيث ربطت الشخصية الإخراجية للمصممين بالجانب النفسي كما في دراسة غوثري «٢٠٠٩»، وتداخل الجانب المعنوي كالموسيقى كما في دراسة «لو أماندا ٢٠٠٩».

الاستفادة من الدراسات السابقة

من خلال الدراسات السابقة تعرف الباحث على أهم المناهج والأساليب

وسهلة القراءة وجاذبة.

• **الجغرافيك:** أساليب متنوعة لإنشاء وجمع الرموز والصور أو الكلمات لتمثيل مرئي للأفكار والرسائل.

• **المنصة الرقمية:** هي بيئة تفاعلية تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة عبر الويب، كما تجمع بين مميزات أنظمة المحتوى وبين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.^{١٣}

نوع ومنهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، من خلال وصف وتحليل أساليب إخراج وتصميم المنصة الرقمية لوزارة الإسكان البحرينية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، من خلال تحليل الشكل الذي يعتمد على أسس آليات تحليل المضمون. والمنهج الوصفي هو «طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها». وصياغة البحث العلمي من خلاله يكمن في: «تحديد المشكلة وصياغتها، وضع الفروض المحتملة، جمع البيانات والمعلومات، تحليل البيانات وتفسيرها، كتابة النتائج والاستنتاجات والتوصيات».^{١٤}

مجتمع وعينة الدراسة

المجتمع هو جميع عناصر المحتوى التيبوغرافي والجغرافي في المنصة الرقمية لوزارة الإسكان البحرينية. أما العينة فتتمثل في عينة مختارة عشوائياً من عناصر المحتوى التيبوغرافي والجغرافي في منصة وزارة الإسكان الرقمية، ويشرف عليها قسم تقنية المعلومات بالتعاون مع قسم الإعلام والعلاقات العامة بالوزارة، وهي القناة الاتصالية الكبرى بالوزارة من حيث المعلومات والخدمات المتوفرة للمنتفعين من الخدمات الإسكانية مقارنةً بقنوات الوزارة الاتصالية الأخرى لاسيما منصات التواصل الاجتماعي. وتم اختيار العينة العشوائية البسيطة بالتطبيق على ٥٥ نموذجاً مختلفاً من التيبوغراف والجغرافيك، حيث كان التطبيق على عناصر «التيبوغراف: المتن، العنواين، الخطوط، الحروف، والبياض»، وعناصر الجغرافيك: «الصور، الرسوم، الفيديوهات، الخرائط، الأنفوغراف» عبر استعراض ٢٥ نموذجاً للتيبوغراف، و ٣٠ نموذجاً للجغرافيك، ومناقشة طرق توظيفه في المنصة الرقمية.

ويعتقد الباحث بأن عدد هذه النماذج كافية، لتوقعه بتشابه وتكرار النتائج، لاسيما وأنه من خلال البحث الاستطلاعي لاحظ أن هناك أسلوب موحد لإخراج جميع عناصر التيبوغراف والجغرافيك مثل نوع وحجم الخط، الألوان المختارة، شكل الوسائط المتعددة، وغيرها.. ومن أسباب استخدام عينة العشوائية البسيطة، أنها تحتاج إلى جهد أقل من طريقة الحصر الشامل، وأن بعض أجزائها يسهل عملية الوصول

إلى معلومات أكثر تفصيلاً ودقةً، كما أن بعض العينات تكفي للخروج بنتائج بارزة لتشابه العناصر من حيث الرؤية والتنفيذ، فضلاً عن عدم إمكانية إجراء حصر كامل لمجتمع الدراسة، فهو جزء من كل.

أداة الدراسة

اعتمد الباحث على «استمارة تحليل المضمون» من خلال استخدام فئات من العناصر التيبوغرافية والجغرافية لتحليل المنصة الرقمية، حيث هدفت استمارة تحليل المضمون إلى تحليل عدد من العناصر التيبوغرافية (الخطوط، الأرضيات، الأطر، الصور المصاحبة، الرسوم المصاحبة، المسافات بين كلمات)، ورصد العوامل الجغرافية (صور، فيديوهات، رسوم بيانية، خرائط، أنفوجراف...) المستخدمة في المنصة الرقمية لوزارة الإسكان. وقد تم بناء الاستمارة من خلال الرجوع إلى عدد من الدراسات السابقة التي تناولت العناصر التيبوغرافية والجغرافية، إضافة إلى تصفح منصة وزارة الإسكان الرقمية، حيث تم بناء استمارة تحليل المضمون لتشمل الفئات الآتية:

فئات التحليل

• **العناصر التيبوغرافية:** وتشمل العناصر الآتية:

- حجم خط العنوان: ويشمل ثلاث أحجام: صغير، متوسط، كبير.
- حجم خط المتن: ويشمل ثلاث أحجام: صغير، متوسط، كبير.
- شكل خط العنوان: والذي يكون إما بخط مائل أو بخط عادي.
- شكل خط المتن: والذي يكون إما بخط مائل أو بخط عادي.
- لون خط العنوان: والذي يكون إما بخط عادي (أبيض وأسود) أو ملون.
- لون خط المتن: والذي يكون إما بخط عادي (أبيض وأسود) أو ملون.
- نمط خط العنوان: والذي يكون إما بخط عادي أو غامق (بولد).
- نمط خط المتن: والذي يكون إما بخط عادي أو غامق (بولد).
- أرضية العنوان: والذي يتضمن ثلاث فئات: بيضاء، فاتحة، داكنة.
- أرضية المتن: والذي يتضمن ثلاث فئات: بيضاء، فاتحة، داكنة.
- استخدام الإطار: يشير إلى مدى استخدام إطار خارجي يحيط بمحتوى المادة على المنصة الرقمية.
- الصور المصاحبة: يشير إلى مدى استخدام صور مصاحبة لمحتوى المادة على المنصة الرقمية.
- وجود عنوان للصورة المصاحبة: يشير إلى مدى وجود عنوان للصور المصاحبة لمحتوى المادة.
- الرسوم المصاحبة: يشير إلى مدى استخدام رسوم مصاحبة لمحتوى المادة على المنصة الرقمية.
- وجود عنوان للرسوم المصاحبة: يشير إلى مدى وجود عنوان للرسوم المصاحبة لمحتوى المادة.
- المسافات بين كلمات العنوان: والذي يتضمن ثلاث فئات: قليلة، عادية، كبيرة.

^{١٣} لندا الزحلف، «أثر وسائل الإنترنت على مصممي الجغرافيك في الأردن»، رسالة ماجستير، دراسة تحليلية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، ٢٠١٧، ص ٢٢.

^{١٤} زينب الأفوح، «طرق وأساليب البحث العلمي»، ط ١، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ٢٠١٤، ص ٥٨.

جدول (١)

قيم ثبات هلوستي لفئات العناصر التيبوغرافية

العناصر التيبوغرافية	ص ١	ص ٢	نسبة ثبات هولوستي
حجم خط العنوان	15	15	100%
حجم خط المتن	15	14	96.6%
شكل خط العنوان	15	15	100%
شكل خط المتن	13	15	92.9%
لون خط العنوان	15	15	100%
لون خط المتن	15	15	100%
نمط خط العنوان	15	15	100%
نمط خط المتن	15	15	100%
أرضية العنوان	15	14	96.6%
أرضية المتن	15	14	96.6%
استخدام الإطار	15	15	100%
الصور المصاحبة	15	15	100%
وجود عنوان للصورة المصاحبة	15	15	100%
الرسوم المصاحبة	15	15	100%
وجود عنوان للرسوم المصاحب	14	15	96.6%
العناوين الفرعية	15	14	96.6%
المسافات بين كلمات العنوان	15	13	92.9%
المسافات بين كلمات المتن	14	15	96.6%
المسافات بين الأسطر	13	15	92.9%

جدول (٢)

قيم ثبات هلوستي لفئات العناصر الجرافيكية

العناصر الجرافيكية	ص ١	ص ٢	نسبة ثبات هولوستي
الصور	10	9	94.7%
فيديو	10	10	100%
أنفوجراف	10	10	100%
رسوم وأشكال بيانية	9	10	94.7%
مخطط	10	10	100%
الروابط	9	10	94.7%
الوظيفة	10	10	100%

المسافات بين كلمات المتن: والذي يتضمن ثلاث فئات: قليلة، عادية، كبيرة.

العناصر الجرافيكية: ويتضمن الأنواع الآتية:

- الصور: الشكل أو التمثيل المرئي لشيء أو شخص ما على المنصة الرقمية والذي يتضمن الفئات الفرعية الآتية:
- نمط الصورة: ويشير إلى النمط الذي يتم عرض الصورة من خلاله والذي يكون إما ثبات أو متحرك.
- حجم الصورة: والذي يكون إما صغير، أو متوسط، أو كبير.
- نوع الصورة: إما صور شخصية لأشخاص معينين، أو صور موضوعية لها صلة بالموضوع المعروض.
- شكل الصورة: والذي يكون إما مستطيل، أو مربع، أو دائري.
- الفيديو: التمثيل المرئي المتحرك لشيء أو شخص ما على المنصة الرقمية للوزارة.
- الأنفوجراف: صور ورسوم بيانية ونصوص يتم عرضها لتفسير موضوع معين بشكل مبسط يستوعبه أي شخص.
- الرسوم والأشكال بيانية: تمثيل رسومي للبيانات، يستخدم في تقديم الحقائق في شكل تصويري أسهل في الفهم.
- الخرائط العادية: صورة هيئة لمنطقة في أرض البحرين أو جزء منها يتم عرضها بشكل ثنائي الأبعاد.
- خرائط 3D: صورة هيئة لمنطقة في أرض البحرين أو جزء منها يتم عرضها بشكل ثلاثي الأبعاد.
- الروابط: عنصر جرافيكي يقود لعنصر جرافيكي آخر، أو يقود لمستند آخر، أو لقسم معين في مستند آخر.
- الوظيفة: هدف يسعى العنصر الجرافيكي لإصاله للمتصفح، ويتضمن فئات «إخبارية، تسويقية، توضيحية، إرشادية، تعليمية، أخرى».

مجالات الدراسة

المجال المكاني: منصة وزارة الإسكان الرقمية على الإنترنت.

- المجال الزمني: من الفترة الزمنية الممتدة من ١ فبراير ٢٠٢٢ إلى ١ أبريل ٢٠٢١.

إجراءات الصدق والثبات

عرض الباحث أداة التحليل على محكمين أكاديميين في المجال الإعلامي، للاستفادة من خبرتهم، وقد أخذ ملاحظاتهم بعين الاعتبار، بعد اتفاق المحكمين على أن الأداة تصلح لقياس ما ذهبوا لقياسه. أما بالنسبة للثبات فقد تم التحقق من مؤشرات ثبات استمارة تحليل المضمون من خلال تحليل عينة من العناصر التيبوغرافية والجرافيكية مكونة من (١٥) عنصراً من العناصر التيبوغرافية، و(١٠) عناصر من العناصر الجرافيكية من منصة وزارة الإسكان الرقمية، ثم إعادة تحليلها من قبل الباحث وباحث آخر، ثم حساب معاملات الثبات بين التحليلين بتطبيق معادلة «هولوستي» كما هو موضح:

العدد	البند
60,652	عدد زوار المنصة الرقمية لوزارة الإسكان عام ٢٠٢١
54,376	عدد المستخدمين الجدد
231,681	عدد الصفحات التي تم الاطلاع عليها

الإحصائيات المتعلقة بطلبات الإسكان في الربع الأخير من عام ٢٠٢١ م
«خلال فترة البحث»:

العدد	اسم الخدمة
117	تمويل البناء
66	تمويل الترميم
82	تمويل الشراء
152	شقة تمليك
144	قسمة سكنية
805	مزايا
1526	وحدة سكنية
2892	المجموع

اتسمت المنصة بالتوظيف الحدائي للعناصر التيبوغرافية والجغرافية، حيث استخدمت الخطوط البيضاء «وهي الخطوط الضعيفة التي لا تفضل السُّمك»، كما اعتمدت على الخلفيات المصورة كفواصل لموضوعاتها. واعتمدت أيضاً على بعض الألوان التي تمثل هويتها وهي «الأزرق والأبيض، والأسود»، وهناك خيار باللون «الذهبي» يمكن أن يختاره المتصفح. كما تضم المنصة بنطاً معيناً وخط سائد هو CAIRO وينتمي لمجموعة GSS العصرية، وإن أحجامها تختلف حسب موقعها، فالنوافذ الرئيسية حجم معين يكبر الشرح والتفاصيل، والأبواب الفرعية لها حجم معين يصغر عن حجم النوافذ الرئيسية.

وتتميز المنصة الرقمية بزخم العنصر الجرافيكي فيها عبر وجود الصور الثابتة، الصور المتحركة GIF، المرئيات «الفيديو» والجريكس، بالإضافة إلى وجود روابط داخلية وخارجية لمواد مصورة أبرزها الروابط الخارجية التي تنقل المستخدم لصفحة الوزارة على منصة «يوتيوب» الاجتماعية. كما برز العنصر الجرافيكي لمنصة وزارة الإسكان عبر الخرائط الهندسية للمشاريع السكنية المختلفة، وأيضاً عن طريق الخرائط التوضيحية ذات الأبعاد الثلاثية أو ما تعرف بال 3D للمرافق والخدمات اللازمة

يتضح من نتائج ثبات هولستي لفئات العناصر التيبوغرافية الموضحة في الجدول السابق، أن الثبات بين المصححين جاءت عالية وتزيد عن (٩٠٪)، حيث تراوحت القيم ما بين (٩٤,٧٪) إلى (١٠٠٪).

الإطار المعرفي

يسلط البحث الضوء على المنصات الرقمية كوسيلة اتصالية للمؤسسات الإعلامية وأقسام العلاقات العامة والإعلام في مملكة البحرين، حيث تتسم المنصات الرقمية بمجموعة من الخصائص التي أتاحها الإنترنت من الفورية والالتزامية والتفاعلية، مما يفيد في معرفة قياس الأثر ورجع الصدى، أي التعرف على اعتراضات وانطباعات الجمهور المستهلك بشكل مباشر، وتأثير ذلك في كيفية صياغة استراتيجية ورؤية المؤسسة. فضلاً عن سلاسة نقل المعلومات والإحصاءات اللازمة عن المنظمة بجانب سرعة التفاعل ونقل البيانات الرسمية في مواجهة الأزمات التي تتعرض لها المنظمة بشكل آني وسريع.^{١٥}

ولأن وزارة الإسكان البحرينية تسعى للتطور في المجال الرقمي، فقد أنتجت منصة رقمية لخدمة الجمهور عبر تقديم خدمة ذات جودة وفعالية، كما حرصت على تطوير قنوات التواصل لديها مع المواطنين في إطار التحول الرقمي الذي تعمل عليه حكومة مملكة البحرين، وذلك على صعيد استثمار التكنولوجيا والتقنية بالنسبة للمعلومات والاتصالات في مجال «التنمية المستدامة». وفي الجانب الآخر من أجل تقليل الوثائق والمستندات الحكومية المقدمة بالطريقة اليدوية عبر الربط الرقمي بين جهات الحكومة ذات العلاقة من أجل الوصول إلى هدف التكامل الإلكتروني وتقليل التداول الورقي بين مؤسسات ووزارات الحكومة، حيث تستقبل الوزارة نحو ٤٥ ألف معاملة سنوياً.^{١٦}

وتُعد منصة وزارة الإسكان في حلتها الجديدة التي تم تدشينها في يونيو عام ٢٠٢٠م منصة رقمية شاملة تُعرض بلغتين عربية وإنجليزية، تتميز بتعدد الأبواب والأقسام، كما تتسم بالتفاعلية من خلال وجود نافذة مخصصة للردشة المباشرة، فضلاً عن وجود خاصية التسجيل المبصرة والأمانة والتي تحفظ بيانات المستفيد وتختصر عليه الكثير من الوقت. وبشأن أبرز إحصائيات المنصة الرقمية لوزارة الإسكان، فقد زار منصة وزارة الإسكان الرقمية خلال عام ٢٠٢١ نحو ٢٢٩,٠٠٣ زائر. فيما بلغ عدد المستخدمين الجدد حوالي ٢٢٠,٩٩٥ مستخدم، وقد اطلعوا على ما يقارب ١,٠٨٨,٧١٢ صفحة إلكترونية تضم حزمة من الخدمات والتسهيلات للمراجعين أصحاب الطلبات الإسكانية الحالية والجديدة.^{١٧}

الإحصائيات المتعلقة بعدد الزوار في الربع الأخير من عام ٢٠٢١ م
«خلال فترة البحث»:

١٥ أحمد رضوان، مرجع سابق، ص ١٩٩.

١٦ ن ف / ع ع، المرجع السابق. متاح: ٢ يونيو ٢٠٢٠م.
الرابط: <https://www.bna.bh/news?cms=q8FmFJgiscL2fwIzON1%2BDnrmChs8j9eeJKAkR4dAsmc%3D>

١٧ م ع، «٦٩ ألف زائر للخدمات الإلكترونية الإسكانية»، مدينة عيسى، وكالة أنباء البحرين، متاح: ٢ مايو ٢٠٢١م.
الرابط: <https://www.bna.bh/news?cms=q8FmFJgiscL2fwIzON1%2BDgz8FB3T2oF3yweoqkruAXE%3D>
+ مقابلة شخصية، «سارة الجبران، محلل نظم آلي أول - قسم تقنية المعلومات بوزارة الإسكان»، ٢٥ يناير ٢٠٢٢م.

شكل منصة وزارة الإسكان، وهذا ما ركزت عليه تماماً أهداف الدراسة وتساؤلاتها التي ترصد كافة عناصر الإبراز الشكلية لمنصة الوزارة، والتعرف على دورها في إبراز الشكل العام لها، لتخرج باتجاه متوازن يخدم سياسات وأهداف قسم العلاقات العامة والإعلام بوزارة الإسكان.

الإطار التطبيقي (نتائج البحث)

المحور الأول: نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية: قام الباحث باختيار عينة عشوائية من منصة وزارة الإسكان الرقمية على الإنترنت مكونة من (٢٥) عنصراً توبوغرافياً، ثم تم تطبيق فئات استمارة تحليل العناصر التيبوغرافية عليها، حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

١. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب حجم خط العنوان:

جدول (٣)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب حجم خط العنوان

فئة التحليل	العدد	النسبة %
صغير	8	32%
متوسط	12	48%
كبير	5	20%
المجموع	25	100%

٢. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب حجم خط المتن:

جدول (٤)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب حجم خط المتن

فئة التحليل	العدد	النسبة %
صغير	2	8%
متوسط	16	64%
كبير	7	28%
المجموع	25	100%

٣. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب شكل خط المتن:

جدول (٥)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب شكل خط العنوان

فئة التحليل	العدد	النسبة %
مائل	0	0%
عادي	25	100%
المجموع	25	100%

بالمدين الإسكانية، فضلاً عن وجود خرائط المواقع الجغرافية لتلك المدن لاسيما المدن الجديدة، والتي تم إخراجها بالاستعانة بـ GOOGLE MAP. ولعل من أهم البرامج المستخدمة لتوظيف العناصر التيبوغرافية والجرافيكية في منصة وزارة الإسكان هي «الفوتوشوب، البريمير، إن دزاین، برو كريت للخط والرسم، فاينال كات، أليستريت، تطبيقات أدوبي XD، دريم ويفر، وورد برس، وغيرها...»^{١٨}.

التيبوغراف - حسب تعريف الباحث - هو «فن يحوّل الحروف إلى نتاج ملفت بصورة جاذبة، ولا يغفل عملية يسر القراءة، مراعيًا المسافة والبياض وأذواق الجمهور المستهدف». وتكمن أهمية عناصر التيبوغراف في الوصول إلى مرحلة «يسر القراءة» بالنسبة للجمهور، وبالتالي جذبهم للاطلاع على المضامين والتفاعل معها. أما تعريف الجرافيك - حسب الباحث - «فهو طريقة تعزز المضامين بشكل مرئي وذلك من خلال الخطوط، والرسومات، والصور، والألوان، وغيرها، هادفةً جذب الجمهور وإيصال المحتوى بشكل مبدع وملفت»، وهو مترجم للعديد من الرسائل والمضامين بصورة تعطي المزيد من الحقائق والإيضاح، ولا سيما أن المنصات الرقمية تتسم بالإيجاز في المحتوى من خلال المرئيات والبصريات المعبرة والشارحة، والتي تعطي المستخدم الفرصة للتفاعل والاتصال الأمثل ليتخذ سلوك ما يخدم رغبته..

وقد أصبح المستخدم اليوم يتجه بشكل كبير للمنصات التفاعلية التي تقدم خدمات أو منتجات بصورة مبتكرة تتميز بسهولة الوصول والانقرائية والمصدقية التي تأتي من كم المدعّمات للمحتوى عبر الفنون البصرية «رسم بياني، جداول، صور، فيديو، وغيرها...» ومن هنا تكمن أهميته وخاصة من حيث التأثير، والذي يضم مجموعة من أنواع التأثيرات على المستخدم..

ويكمن تأثير الجرافيك على سلوك المستخدم من خلال تعزيز وتوجيه المستخدم عبر لفت الانتباه إلى المكان الذي يتجه إليه، ومن أين يبدأ، عن طريق التوجيه البصري اللاشعوري. أما تأثيره على إرشاد المستخدم فهو يأتي عن طريق دفعه لاتخاذ إجراءات محددة، مثل أن يكون هدف التصميم هو التبرع بالدم كمثال، فهنا، كل عناصر التصميم تقود المستخدم إلى التبرع..

في المقابل، اعتمد الباحث في هذه الدراسة على «نظرية الامتياز» التي تفترض الحاجة إلى اتجاهين متوازنين في الاتصال، بحيث تسعى اتصالات المؤسسات الإعلامية وأقسام العلاقات العامة إلى تحقيق منفعة متبادلة بين المنظمة وجمهورها وفقاً لعوامل عدة تختلف من بلد لآخر، ومن منظمة لأخرى.^{١٩} هذه النظرية تخدم بشكل كبير هذه الدراسة من خلال الاتصال المتماثل فيها، وعبر النموذج المتوازن فيها وعلاقات التأثير القائمة بين عناصر التيبوغراف والجرافيك، وتأثيرها المتبادل على إبراز

١٨ الإسكان، المنصة الرقمية لوزارة الإسكان، متاح: ١ فبراير ٢٠٢٢م.

الرابط: <https://www.housing.gov.bh>

+ مقابلة شخصية، «سارة الجبران، محلل نظم آلي أول - قسم تقنية المعلومات بوزارة الإسكان»، ٢٥ يناير ٢٠٢٢م.

١٩ لاريسا، جورنغ وآخرون، «نظرية الامتياز ونماذج العلاقات العامة»، ترجمة: مفوض العنزي، ع ٤، مجلة العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧، ص ٢٧٧ - ٢٧٩.

٤. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب شكل خط المتن:

جدول (٦)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب شكل خط المتن

النسبة %	العدد	فئة التحليل
0%	0	مائل
100%	25	عادي
100%	25	المجموع

٥. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب نمط خط العنوان:

جدول (٧)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب لون خط العنوان

النسبة %	العدد	فئة التحليل
92%	23	اسود
4%	1	ابيض
4%	1	ملون
100%	25	المجموع

٦. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب لون خط المتن:

جدول (٨)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب لون خط المتن

النسبة %	العدد	فئة التحليل
92%	23	اسود
0%	0	ابيض
8%	2	ملون
100%	25	المجموع

٧. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب نمط خط العنوان:

جدول (٩)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب نمط خط العنوان

النسبة %	العدد	فئة التحليل
4%	1	عادي
96%	24	بولد
100%	25	المجموع

٨. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب نمط خط المتن:

جدول (١٠)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب نمط خط المتن

النسبة %	العدد	فئة التحليل
96%	24	عادي
4%	1	بولد
100%	25	المجموع

٩. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب أرضية عناوين العناصر التيبوغرافية:

جدول (١١)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب أرضية عناوين العناصر التيبوغرافية

النسبة %	العدد	فئة التحليل
76%	19	بيضاء
12%	3	فاتحة
12%	3	داكنة
100%	25	المجموع

١٠. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب أرضية المتن:

جدول (١٢)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب أرضية المتن

النسبة %	العدد	فئة التحليل
88%	22	بيضاء
12%	3	فاتحة
0%	0	داكنة
100%	25	المجموع

١١. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب استخدام الإطار:

جدول (١٣)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب استخدام الإطار

النسبة %	العدد	فئة التحليل
12%	3	نعم
88%	22	لا
100%	25	المجموع

١٢. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب الصور المصاحبة:

جدول (١٤)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب الصور المصاحبة

النسبة %	العدد	فئة التحليل
40%	10	نعم
60%	15	لا
92%	23	المجموع

١٣. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب وجود عنوان للصورة المصاحبة:

جدول (١٥)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب وجود عنوان للصورة المصاحبة

النسبة %	العدد	فئة التحليل
60%	6	نعم
40%	4	لا
100%	10	المجموع

١٤. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب الرسوم المصاحبة:

جدول (١٩)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب الرسوم المصاحبة

فئة التحليل	العدد	النسبة %
نعم	13	52%
لا	12	48%
المجموع	25	100%

١٥. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب وجود عنوان للرسوم المصاحبة:

جدول (١٦)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب وجود عنوان للرسوم المصاحبة

فئة التحليل	العدد	النسبة %
نعم	7	53.8%
لا	6	46.2%
المجموع	13	100%

١٦. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب العناوين الفرعية:

جدول (١٧)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب العناوين الفرعية

فئة التحليل	العدد	النسبة %
لا يوجد	12	48%
عنوان واحد	1	4%
أكثر من عنوان	12	48%
المجموع	25	100%

١٧. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب المسافات بين كلمات العنوان:

جدول (١٨)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب المسافات بين كلمات العنوان

فئة التحليل	العدد	النسبة %
قليلة	6	24%
عادية	17	68%
كبيرة	2	8%
المجموع	25	100%

١٨. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب المسافات بين كلمات المتن:

جدول (١٩)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب المسافات بين كلمات المتن

فئة التحليل	العدد	النسبة %
قليلة	3	12%
عادية	20	80%
كبيرة	2	8%
المجموع	25	100%

١٩. تحليل العناصر التيبوغرافية حسب المسافات بين الأسطر:

جدول (٢٠)

نتائج تحليل العناصر التيبوغرافية حسب المسافات بين الأسطر

فئة التحليل	العدد	النسبة %
قليلة	5	20%
عادية	13	52%
كبيرة	7	28%

المحور الثاني: نتائج تحليل العناصر الجرافيكية: قام الباحث باختيار عينة عشوائية من منصة وزارة الإسكان الرقمية مكونة من (٣٠) عنصراً جرافيكياً، ثم تم تطبيق فئات استمارة تحليل العناصر الجرافيكية عليها، حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

١. تحليل العناصر الجرافيكية حسب نوع العنصر:

جدول (٢١)

توزيع عينة الدراسة من العناصر الجرافيكية حسب نوع العنصر

العناصر الجرافيكية	العدد	النسبة %
صور	6	20.0%
فيديو	6	20.0%
أنفوجراف	8	26.7%
رسوم وأشكال بيانية	4	13.3%
مخططات	6	20.0%
المجموع	30	100.0%
المجموع	13	100%

٢. تحليل الصور كعناصر جرافيكية حسب اللون والحجم والنوع والشخصيات:

جدول (٢٢)

نتائج تحليل الصور كعناصر جرافيكية حسب اللون والحجم والنوع والشخصيات

فئة التحليل الرئيسية	فئة التحليل الفرعية	العدد	النسبة %
لون الصورة	أبيض وأسود	1	16.7%
	ملونة	5	83.3%
	المجموع	6	100.0%
حجم الصورة	صغير	2	33.3%
	متوسط	4	66.7%
	كبير	0	0.0%
	المجموع	6	100.0%
نوع الصورة	شخصية	4	66.7%
	موضوعية	2	33.3%
	المجموع	6	100.0%
الشخصيات في الصورة	رسمية	2	33.3%
	عامة	4	66.7%
	المجموع	6	100.0%

٣. تحليل الفيديوها كعناصر جرافيكية حسب اللون والحجم والنوع والشخصيات:

جدول (٢٣)

نتائج تحليل الفيديوها كعناصر جرافيكية حسب اللون والحجم والنوع والشخصيات

مدة الفيديو	العدد	النسبة%
أقل من دقيقتين	4	66.6%
٢-٣ دقائق	1	16.7%
أكثر من ٣ دقائق	1	16.7%
المجموع	6	100.0%

٤. تحليل الأنفوجراف كعناصر جرافيكية حسب اللون:

جدول (٢٤)

نتائج تحليل الأنفوجراف كعناصر جرافيكية حسب اللون

لون الأنفوجراف	العدد	النسبة%
ملون	8	100%
أبيض وأسود	0	0.0%
المجموع	8	100%

٥. تحليل الرسوم والأشكال البيانية كعناصر جرافيكية حسب اللون:

جدول (٢٥)

نتائج تحليل الرسوم والأشكال البيانية كعناصر جرافيكية حسب اللون

لون الرسوم والأشكال البيانية	العدد	النسبة%
ملون	4	100.0%
أبيض وأسود	0	0.0%
المجموع	4	100.0%

٦. تحليل المخططات كعناصر جرافيكية حسب اللون:

جدول (٢٦)

نتائج تحليل المخططات كعناصر جرافيكية حسب اللون

لون المخططات	العدد	النسبة%
ملون	4	66.7%
أبيض وأسود	2	33.3%
المجموع	6	100.0%

٧. تحليل العناصر الجرافيكية حسب نوع الروابط التي تتضمنها:

جدول (٢٧)

نتائج تحليل العناصر الجرافيكية حسب نوع الروابط التي تتضمنها

نوع الروابط	العدد	النسبة%
روابط داخلية	27	90.0%
روابط خارجية	3	10.0%
لا يوجد	0	0.0%
المجموع	30	100.0%
المجموع	6	100.0%

٨. تحليل العناصر الجرافيكية حسب نوع الوظيفة:

جدول (٢٨)

نتائج تحليل العناصر الجرافيكية حسب نوع الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة%
الإخبارية	12	40.0%
التسويقية	2	6.7%
التوضيحية والإرشادية	15	50.0%
الترفيهية	1	3.3%
المجموع	30	100.0%

النتائج

وقد توصلت النتائج إلى أن حجم خط العنوان المتوسط هو الأكثر استخداماً في المنصة بنسبة (٦٤٪) من عينة العناوين، وأن جميع الخطوط المستخدمة في عناوين ومتن العناصر التيبوغرافية كان من النوع العادي بنسبة (١٠٠٪)، ولم يتم استخدام الخط المائل في أي متن أو عنوان، كما تبين أن لون خط عناوين ومتن العناصر التيبوغرافية الأسود شكل بنسبة (٩٢٪)، وتبين أن نمط خط العنوان "البولد" شكل بنسبة (٩٦٪)، كما شكل نمط خط المتن بنسبة (٩٦٪) من عينة العناصر التيبوغرافية التي تم تحليلها.

كما بيّنت النتائج أن أرضية العنوان البيضاء كانت الأكثر استخداماً على منصة وزارة الإسكان الرقمية بنسبة (٧٦٪)، وأن المسافة العادية بين أسطر المتن هي الأكثر استخداماً في المنصة بنسبة (٥٢٪)، وتبين أن غالبية الصور على المنصة هي صور ملونة، وأن غالبية هذه الصور هي بحجم متوسط، كما أن غالبية الشخصيات في الصور على المنصة هي شخصيات عامة بنسبة (٦٦,٧٪).

وتبين كذلك من النتائج المتعلقة بمدة الفيديوها بمنصة وزارة الإسكان الرقمية، أن غالبية الفيديوها على المنصة مدتها قصيرة، وتبين أن غالبية العناصر الجرافيكية بمنصة وزارة الإسكان الرقمية تتضمن روابط داخلية شكلت بنسبة (٩٠,٠٪)، في حين كانت هنالك (٣) عناصر جرافيكية تضمنت روابط خارجية وهي جميعها روابط لفيديوها على منصة الـ "يوتيوب". وتوصلت النتائج أيضاً إلى أن الوظيفة التوضيحية والإرشادية كانت الأكثر بروزاً في العناصر الجرافيكية بمنصة وزارة الإسكان الرقمية بنسبة (٥٠٪)، وجاءت بعدها الوظيفة الإخبارية بنسبة (٤٠٪)، وجاء التركيز على باقي الوظائف بدرجة قليلة كالوظيفة التسويقية التي تكررت مرتين، والوظيفة الترفيهية التي تكررت مرة واحدة.

وبالنسبة لنظرية الدراسة، أوضحت النتائج في المجمل طبيعة الاتصال الثنائي المتوازن والمتوازن بالنسبة للمتغيرات "عناصر التيبوغراف والجرافيك من جهة، وشكل منصة وزارة الإسكان من جهة أخرى"، على نحو (مؤثر، ومتأثر)، وهي الآلية الاتصالية التي تقوم عليها نظرية هذه الدراسة وهي "نظرية الامتياز"، وعبر ما طرحته من آلية "النموذج المتوازن"، وعلاقات التأثير القائمة بين عناصر التيبوغراف والجرافيك،

وتأثيرها على إبراز شكل منصة وزارة الإسكان.

التوصيات

- زيادة الاهتمام بالعناصر الجرافيكية على منصة وزارة الإسكان خصوصاً "الأنفوجراف التفاعلي" لما له من دور في لفت انتباه زائري المنصة من خلال توظيفه للتصميم والألوان والصور واستخدامها في شرح العديد من الجوانب التي تريد المنصة إيصالها إلى المتصفح.
- الاستفادة الوزارات الأخرى من إيجابيات منصة وزارة الإسكان الرقمية من خلال العمل على إنشاء منصات مشابهة.
- تدريب القائمين على منصة وزارة الإسكان الرقمية في كيفية توظيف العناصر التوبوغرافية والجرافيكية لخدمة الأهداف التي تسعى وزارة الإسكان لتحقيقها من خلال المنصة.
- توظيف تقني في قسم العلاقات العامة والإعلام لزيادة الفعالية عبر المنصة الرقمية لوزارة الإسكان بدلاً من الاعتماد على جهود موظفي قسم تقنية المعلومات.
- تحديث كتب ومراجع وزارة الإسكان وتضمينها الخطط والرؤى الحديثة بما يعكس الخبرة البحرينية في تقديم الخدمات الإسكانية، لتكون مصادر قوية يستفاد منها في الإطار النظري للباحثين الذين يقومون بأبحاث تتعلق بوزارة الإسكان.
- ضرورة التكامل بين المنصة الرقمية ومنصاتها الاجتماعية الأخرى من "إنستغرام، يوتيوب، تويتر.."، من أجل تنمية الفاعلية الرقمية وزيادة كفاءة وظائفها.
- ترويج المنصة الرقمية عبر منصة «الإنستغرام» التابعة للوزارة، حيث تتسم هذه المنصة بالحيوية والتفاعل الكبير بين الجمهور الذي يصل عدد المتابعين منهم لحساب الوزارة إلى نحو ٩٦ ألف متابع.^{٢٠}

^{٢٠} إنستغرام، حساب وزارة الإسكان، متاح: ٣٠ مارس ٢٠٢٢ م.
الرابط: https://instagram.com/moh_bah?utm_medium=copy_link

قائمة المراجع

١. إبراهيم إمام، "فن الإخراج الصحفي"، ط2، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1977.
٢. أحمد رضوان، "دراسات في العلاقات العامة والإعلان"، ط1، القاهرة، دار العالم العربي، 2010.
٣. أحمد موسى، "المدخل إلى الاتصال الجماهيري"، ط1، مصر، المكتبة العصرية، 2009.
٤. أشرف صالح وشريف اللبان، "الإخراج الصحفي"، ط1، مصر، دار النهضة العربية، 2001.
٥. حذيفة مازن ومزهر شعبان، "التعليم الإلكتروني التفاعلي"، ط1، الأردن، مركز الكتاب الأكاديمي، 2015.
٦. زينب الأشوح، "طرق وأساليب البحث العلمي"، ط1، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014.
٧. سعيد الغريب، "مدخل إلى الإخراج الصحفي"، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001.
٨. شاكر عبد الحميد، "عصر الصورة.. السلبيات والإيجابيات"، ط2، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 2016.
٩. عباس مصطفى، "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، ط1، رام الله، دار الشروق، 2008.
١٠. عبد الفتاح دويدار، "سيكولوجية الاتصال والإعلام"، ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.
١١. فهد الغفيلي، "الإعلام الرقمي.. أشكاله ووظائفه"، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2017.
١٢. فهمي العدوي، "مفاهيم جديدة في العلاقات العامة"، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
١٣. محمد الحيزان، "البحوث الإعلامية: أسسها، مجالاتها، أساليبها"، ط1، الرياض، 2004.
١٤. محمد المحمودي، "مناهج البحث العلمي"، ط3، اليمن، دار الكتب، 2019.
١٥. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة، مؤسسة عالم الكتاب، 2004.
١٦. محمد وليد، "محتوى الاتصال في العلاقات العامة النوعية"، ط1، الأردن، دار أمجد للنشر، 2017.
١٧. نهلة أبو رشيد، "الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكتروني"، ط1، دمشق، "الجامعة السورية"، 2020.
١٨. وزارة الإسكان، "السياسة الوطنية للإسكان"، ط1، المنامة، المطبعة الحكومية، 2019.
١٩. وزارة الإسكان، "مدن مستدامة من أجل مستقبل أكثر إشراقاً"، ط1، المنامة، المطبعة الحكومية، 2018.
٢٠. وزارة الإسكان والزراعة، وحدة التوثيق، "القوانين والتشريعات المنظمة للإسكان والعمران بدولة البحرين"، ط1، المنامة، المطبعة الحكومية، 2001.
٢١. أشرف العيسوي، "وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة"، دراسة ميدانية، مركز ترندز للبحوث والاستشارات، موقع ترندز الإلكتروني، 2020. الرابط: <https://trendsresearch.org>.
٢٢. حنان الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية"، رسالة ماجستير، جدة، جامعة الملك عبد العزيز، 2013.
٢٣. علي إبراهيم، "مؤثرات الحركة للحروف العربية في وسائط الاتصال الرقمية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2013.
٢٤. فؤاد سليم، العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية دراسة مقارنة بين الصحف اليومية المصرية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1981.
٢٥. فاطمة الزهراء محمد، "التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على نشر الشائعات"، رسالة ماجستير، مصر، جامعة جنوب الوادي، 2016.
٢٦. فتحى إبراهيم، "الشخصية الإخراجية لتصميم الصحف"، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، 2013.
٢٧. لندا الزحلف، "أثر وسائل الإنترنت على مصممي الجرافيك في الأردن"، رسالة ماجستير، دراسة تحليلية تقويمية، جامعة الشرق الأوسط، 2017.
٢٨. محمد الحلواني، "الوكالات والعلامات التجارية"، دراسة تحليلية، صوت الإعلام الإلكتروني، متاح: 25 أغسطس 2020. الرابط: <https://www.e3lam.com/478500>.
٢٩. محمود عبد الرؤوف، "توظيف العناصر التيبوغرافية والجرافيكية في الصحف المصرية"، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 5201.

٣٠. معزة عبد الهادي، "توظيف تقنيات التصميم الصحفي في تطوير الممارسة الصحفية، دراسة تطبيقية بين صحيفتي الرأي العام السودانية والراية القطرية"، رسالة دكتوراة، جامعة السودان، الخرطوم، 2020.
٣١. ندية القاضي، "دراسة مقارنة بين مجلتي الأهرام الرياضي المصرية والصقر الرياضي القطرية خلال عامي 2002 - 2003"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية الآداب، 2005.
٣٢. أن بالعربي، الرابط: <https://anbilarabi.com/%D9%85%D8%A7%D9>.
٣٣. خمسرات الرقمي، الرابط: <https://blog.khamsat.com/typography-design>.
٣٤. شورت كات، الرابط: <https://shortcutadv.com>.
٣٥. معرفة، الرابط: <https://www.marefa.org>.
٣٦. واي باك مشين، الرابط: <https://www.noormags.ir>.
٣٧. وزارة الإسكان، المنصة الرقمية، الرابط: <https://www.housing.gov.bh>.
٣٨. وكالة أنباء البحرين، الرابط: <https://www.bna.bh>.
٣٩. إنستغرام، حساب وزارة الإسكان، الرابط: https://instagram.com/moh_bah.
٤٠. تويتر، حساب وزارة الإسكان، الرابط: https://twitter.com/mohousing_bh?s=11.
٤١. يوتيوب، حساب وزارة الإسكان، الرابط: MOHousing BH - YouTube.
٤٢. Billard, Thomas J, "Fonts of Potential: Areas for Typographic Research in Political Communication" International Journal of Communication 10, 2016.
٤٣. Ozkal Ozlem, "Letters against letters: Typography as a means for Design Activism", This paper was presented at the 5T Design & Resistance Conference, organized by Yağar University in İzmir-Turkey, May 2014.
٤٤. Yildirim, Alpert" Typography and Ideology: Typeface Design as a Statement", A Master's Thesis Department of Graphic Design at Ihsan Dogramaci Bilkent University, 2012.
٤٥. Yu, Li. "Typography in film title sequence design", Graduate Thesis and Dissertations at Iowa State University, 2008.

المقابلات الشخصية:

- o سارة الجبران، محلل نظم آلي أول - قسم تقنية المعلومات بوزارة الإسكان.
- o عبد الله فؤاد، مصمم المنصة الرقمية لأكاديمية "كينغ" الرياضية.

أثر الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي

بولعاط عبدالسلام

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02 - الجزائر

ab.boulaat@unev-setif2.dz

قورة ندير

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02 - الجزائر

na.goura@unev-setif2.dz

ملخص

تتلخص دراستنا التي جاءت تحت عنوان أثر الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، للسنة الجامعية ٢٠٢٠/٢٠٢١ تحديد أهداف معينة للدراسة التي تتمثل في تحليل أثر موقع الفايسبوك في نشر وتعزيز مستوى الوعي السياسي لدى الطلاب الجامعيين، والتعرف على رأيهم حول المضامين والقضايا السياسية التي يقدمها الفايسبوك، كما تهدف إلى معرفة مدى مساهمة الفايسبوك في إثراء النقاشات السياسية المتعلقة بالقضايا الداخلية والخارجية، حيث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي وهذا النوع من المناهج يندرج ضمن الدراسات الوصفية في علم الاجتماع وهي دراسات تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين مختلفة، كما أنه وقع اختيارنا على الاستبيان والملاحظة كأدوات رئيسية للتحليل.

واستخلصنا أن موقع الفايسبوك له تأثير في تشكيل الوعي السياسي لهذه الفئة بداية بالحصول على المعلومة السياسية التي تمكنه معرفة وفهم وإدراك واقعه السياسي وتجعله عضوا فاعلا في صناعة القرار السياسي من خلال المضامين والمحتوى السياسي الذي يقدمه الفايسبوك، كما تبين أن للموقع دور في تحفيز اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية المثارة على الساحة الافتراضية الخاصة بهذا الموقع، وذلك من خلال الشعارات والمنشورات والصور والفيديوهات التي يقوم الجمهور بنشرها وتداولها عبر هذا الموقع. كما أن للفايسبوك تأثير واضح على وعي المضامين السياسية من خلال الصفحات الفايسبوكية المنتشرة، والأفكار المتداولة عبره، كما ساهمت النقاشات في فهم الواقع السياسي للطلاب الجامعيين.

مقدمة

السياسي لهذه الفئة بداية بالحصول على المعلومة السياسية التي تمكنه من معرفة وفهم إدراك واقعه السياسي و تجعله عضوا فعالا في صناعة القرار السياسي من خلال المضامين والمحتوى السياسي الذي يقدمه الفايسبوك، خاصة وأن تشكيل الوعي السياسي يعد المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية؛ حيث يفترض أن هذه المضامين تساعد على تنمية وتكوين و تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين. وعليه سيتم إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تاسوست والية جيجل، وهذا لمعرفة مدى مساهمة الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

في خضم ما تقدم يمكن صياغة وحصر إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يساهم الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين بجامعة تاسوست كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية؟

وتندرج تحت هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

١. التساؤلات الفرعية

- إلى أي مدى يؤثر موقع الفايسبوك على اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية؟

بعد أن تطور وبسط استعمال الأنترنت، وبعد أن برزت هذه الشبكة كأحد أهم وأبرز الوسائل والأدوات القادرة على ربط كافة أنحاء العالم وبقائه وسكانه ببعضها البعض، ما جعل العالم كأنه قرية صغيرة، ظهرت ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي التي حولت العالم من قرية صغيرة إلى شارع صغير.

يشير مصطلح التواصل الاجتماعي إلى استعمال التكنولوجيا في عملية تحويل الاتصالات من مجرد اتصالات عادية إلى تفاعل على كافة المستويات والصعد، وقد تم تعريفها على أنها التطبيقات التي تعتمد في عملها على وجود شبكة الأنترنت ومن أهمها نجد الفيسبوك وتويتر... الخ.

ولما كان الوعي السياسي أحد المستويات التي لامستها هذه الشبكات الاجتماعية في عملية التعبئة وتشكيل الرأي العام وإعادة صياغته، وأصبح للفرد دور في إنتاج المعلومات وإعادة صياغة الرسائل الإعلامية، وفي هذا التوجه يبدو الأثر الذي قد يؤديه الفيسبوك في عملية تشكيل الوعي السياسي، وخاصة لدى الطلبة الجامعيين عن طريق تزويدهم بمختلف المعلومات والأحداث السياسية التي تظهر في الساحة.

ومن هذا ارتأينا أن تتمحور دراستنا حول أثر الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين واعتبارا أن الطلبة الجامعيين يمثلون شريحة مهمة في المجتمع بحكم أنهم سيتولون قيادة العمل السياسي، كان واجب على موقع الفايسبوك أن يقوم بدور تشكيل الوعي

• الآراء المطروحة عبر فضاء الفايسبوك توجه الطالب الجامعي نحو الفعل الانتخابي (المقاطعة /المشاركة).

• طرح بدائل جديدة عبر الفايسبوك يزيد من التعبئة الحزبية.

• القضايا الراهنة المطروحة بالفاسبوك تساهم في فهم مواقف الأحزاب تجاه قرارات السلطة.

• الواقع المرزي المعبر عنه عبر صفحات الفايسبوك يؤدي إلى الاحتجاجات الشعبية.

٣. أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال الجوانب التالية:

- تقديم إضافة في تبيان تأثير الفايسبوك على الوعي السياسي لدى شريحة مهمة من المجتمع ألا وهي طلبة الجامعة.
- تناول الدراسة لمتغير الوعي السياسي من المنظور السوسيو إعلامي والتأثيرات الفايسبوكية على ذلك.
- تكمن أهمية دراسة هذا الموضوع في معرفة طبيعة المضامين السياسية التي يقدمها الفايسبوك، فهي تؤثر على أداء الطلبة وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم. ومن ثم تساعد على تكوين ثقافة الفرد لكونها وسيلة لها تأثير على الجماهير.

٤. أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر موقع الفايسبوك في نشر وتعزيز مستوى الوعي السياسي لدى
- الطلاب الجامعيين، عبر دراسة ميدانية لعينة من الطلبة في جامعة تاسوست. وهذا في ظل الاستخدام الكبير لهذا الموقع من طرف الجماهير الجزائرية.
- كما تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على رأي الطالب الجامعي حول المضامين والقضايا السياسية التي يقدمها الفايسبوك.
- مدى مساهمة الفايسبوك في إثراء النقاشات السياسية المتعلقة بالقضايا الداخلية والخارجية.
- إثراء المكتبة الجامعية بدراسة قد تفتح المجال للتوسع في البحث بها.

٥. الدراسات السابقة:

٥.١. الدراسات الأجنبية

أ. دراسة «ريتا سافرانيك» «Rita Safrenek»

تناولت دراسة «ريتا سافرانيك» «Rita Safrenek» الدور الناشئ لوسائل الإعلام الاجتماعي في التغيير السياسي وتغيير الأنظمة The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change بعنوان

• ما مدى تأثير محتويات الفايسبوك على وعي المضامين السياسية لدى الطالب الجامعي؟

• إلى أي مدى تساهم النقاشات السياسية على موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي؟

٢. الفرضيات

أ. الفرضية الرئيسية

• يساهم الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي.

ب. الفرضيات الفرعية

- لموقع الفايسبوك تأثير على اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية.
- هذين المتغيرين يتفرع عن كل واحد منهما أربعة مؤشرات مربوطين بشبكة من العالقات وهي كالتالي:
- الشعارات في موقع الفايسبوك دور في توجيه الطالب الجامعي للمشاركة في الانتخابات.
- للمنشورات عبر موقع الفايسبوك مساهمة في توعية الطالب الجامعي على المشاركة في الحراك.
- المجموعات الشخصية عبر موقع الفايسبوك تزيد من التعبئة الجماهيرية حول قضية سياسية.
- للمعلومات المطروحة عبر موقع الفايسبوك دور في كشف بعض قضايا الفساد.
- لمحتويات الفايسبوك تأثير واضح على وعي المضامين السياسية لدى الطالب الجامعي.
- هذين المتغيرين يتفرع عن كل واحد منهما أربعة مؤشرات مربوطين بشبكة من العالقات وهي كالتالي:
- تساهم الشعارات السياسية المنشورة عبر موقع الفايسبوك في معرفة توجه الأحزاب السياسية.
- تساهم الصور والفيديوهات المنشورة في موقع الفايسبوك في إنتاج فكر ذو طابع سياسي.
- الصفحات الفايسبوكية تساهم في نشر الأخبار حول الحملات الانتخابية.
- الأفكار المتناولة عبر موقع الفايسبوك لها عالقة بتوجيه الطلبة نحو انتماء سياسي معين.
- تساهم النقاشات عبر الفايسبوك بشكل واضح في فهم الواقع السياسي لدى للطالب.
- هذين المتغيرين يتفرع عن كل واحد منهما أربعة مؤشرات مربوطين بشبكة من العالقات وهي كالتالي:

جديدة وأدوات جديدة للحركات الاجتماعية للرد على الأوضاع في بلدانهم.

٤. إن وسائل الإعلام الاجتماعية تعزز الروابط الوطنية بين الأفراد والجماعات.

٥.٢ الدراسات العربية

أ- الدكتور عبد الرزاق الدليمي ٢٠١٣ تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي «دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق».

هي دراسة قدمت استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، وتهدف إلى التعرف على دور الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الوعي السياسي لفئة مهمة وهي فئة الشباب الجامعي، وقمت عينة الدراسة على طلبة جامعات عراقية حكومية كانت مناطقها تشهد بداية الحراك الشعبي.

منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والذي حاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت، معتمداً على بيانات أولية وعينة بـ ٤٣٠ فرداً.

نتائج الدراسة

إن مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر تساهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر ويوتيوب في التأثير على السلوكات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

أظهرت النتائج أنها نسبته ٥٩ % من أفراد العينة هم مقتنعين بأن الأحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سبباً للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي، فيما كانت نسبة ٤١ % لأفراد العينة لم تتأثر باشتراكها في مواقع التواصل الاجتماعي في الأحداث التي جرت في الدول العربية.

ب- الدكتور شدان يعقوب خليل أبو يعقوب سنة ٢٠١٥ تحت عنوان أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية.

تهدف هذه الدراسة على الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبت جامعة النجاح الوطنية كونها من أكبر الجامعات في الضفة.

منهج الدراسة

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي من خلال

وسائل الإعلام الاجتماعي ودورها في الاضطرابات السياسية التي حدثت في الفلبين وإيران وتونس ومصر ومنتقدي ثورة «تويت»، وخلص إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي ليست العصا السحرية عندما يتعلق الأمر بالتغيير السياسي وإطاحة الحكومات القائمة، وليس لاستخدام أدوات الإعلام الاجتماعي (الرسائل النصية، والرسائل الإلكترونية وتبادل الصور ومواقع التواصل الاجتماعي... إلخ) أي نتيجة حتمية، ولذلك فإن محاولات إبراز تأثيراتها في العمل السياسي كثيراً ما تتحول إلى مغالطات في الواقع. تكمن القدرة الحقيقية لوسائل الإعلام الاجتماعي في دعمها للمجتمع المدني والعمل الاجتماعي العام، الذي سيحدث تغييرات تستغرق سنوات وعقوداً وليس أسابيع أو شهوراً.

ب. دراسة مجموعه أساتذة من جامعة واشنطن ٢٠١١ وعنوانها فتح الأنظمة الحاكمة المغلقة وما هو دور وسائل الاتصال الاجتماعي أثناء الربيع العربي ٢٠١١

تناولت الدراسة الأسباب المتعددة في حدوث الربيع العربي، وأن واحد من هذه الأسباب هي القوة التي تمتلكها مواقع التواصل الاجتماعي في دفع الإنسان إلى أن يجابه القمع السياسي الذي كان متواجداً في تلك الحكومات.

هدف الدراسة

إن استخدام التقنيات الرقمية شجعت على خلق جو المطالبة بالديمقراطية ونشر الأفكار عن الحرية والثورة لعدد من الجهلاء من الناس الذين هم غرباء عن الثورة، ومن المثير للاهتمام أنه لا يوجد موقع سياسي مصري واحد ربط مصادر الأخبار الإقليمية مثل قناة الجزيرة العربية قبل الثورة وما يحدث داخل الساحة الداخلية آنذاك.

منهج الدراسة وعينته

شمل البحث خلف خرائط للمواقع السياسية المصرية الهامة ومن ثم دراسة الأحداث السياسية في العالم، والتدوين التونسي وتحليل أكثر من ثلاث ملايين تغريدة على أساس الكلمات الرقمية، إضافة إلى تتبع البلدان لآلاف من الأفراد الذين يغردون خلال الثورات.

نتائج الدراسة

١. لعبت وسائل الإعلام الاجتماعية دوراً مركزياً في تشكيل المناقشات السياسية في عالم الربيع العربي، حيث تبين الأدلة لدينا أن وسائل الإعلام الاجتماعية كانت تستخدم بشكل كبير لإجراء محادثات سياسية من قبل مجموعة سكانية رئيسية في الثورة، وهم من فئات متعددة كالشباب في المناطق الحضرية والأفراد الذين يمتلكون تعليماً جيداً، وقد استخدم هؤلاء الأفراد الفيسبوك وتويتر للضغط على حكوماتهم.

٢. لعبت وسائل الإعلام الاجتماعية دوراً مركزياً في تشكيل المناقشات السياسية في الربيع العربي.

٣. إن الفيسبوك وتويتر ويوتيوب لديها عدة أنواع من التأثير على الأنظمة المحلية، حيث أن وسائل الإعلام الاجتماعية توفر فرصاً

جميع البيانات والمعلومات اللازمة.

على تشكيل الوعي السياسي للشباب الجزائري.

نتائج الدراسة

منهج الدراسة

- إن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرا أوليا بالنسبة لطلبة جامعة النجاح الوطنية للحصول على المعلومات.
- وفرت مواقع التواصل الاجتماعي مجالا رحبا لكافة المستخدمين بممارسة حرية التعبير والرأي في كافة القضايا المجتمعية، بعيدا عن احتكار المعلومات.
- لوحظ فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث في الدرجة الكلية للوعي السياسي، والفروق كانت لصالح الذكور وهذا يدل على أن الذكور لديهم مستوى وعي سياسي أكثر من الإناث.
- مواقع التواصل الاجتماعي ليست منفصلة عن باقي وسائل الإعلام التقليدية بل هي وسيلة مكتملة لها، تخطت الحدود الجغرافية التي لا يمكن الوصول إليها من خلال الإعلام التقليدي.

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي واستعانت بالاستبيان بقسم طلبة علوم الإعلام بمدينة مستغانم.

نتائج الدراسة

تمحورت الدراسة في متغيرين هما: الإعلام الجديد والسياسة ومعرفة العلاقة بينهما، كما درست أيضا فئة الطلبة وكيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية. وقد اتضح أن أغلب الطلبة يترددون على صفحات الأحزاب، كما أنهم يعتبرون أن الأحزاب السياسية تعزز الوعي السياسي من خلال مؤشر الانتماء عبر المشاركة السياسية والهوية.

6. رأي وتعليق على الدراسات السابقة

إن العدي من الدراسات أكدت على طرح الإعلام الجديد ووسائط الاتصال الاجتماعي لقضايا سياسية على أنها أصبحت منبرًا بديلا لنقد الحكومات، بل وأصبحت مواقع التواصل همزة وصل بين الجمهور والحكومات وتهيئة مطالب التغيير، وأن الآراء والوعي الجماهيري أصبحت تشكل الوسائط الاجتماعية، وهذا ما أشارت إليه دراسات كل من «ريتا سافرانيك» ٢٠١٤ و«عبد الرزاق الديلمي» ٢٠١١ و«الدكتور مالك شعباني» ٢٠١٨.

إن معظم الدراسات، سواء العربية أو الجزائرية، حاولت التعرف على أهمية مواقع التواصل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب خاصة فئة الطلبة الجامعيين، والتي ساعدت على خلق المعرفة السياسية وتشكيل الآراء السياسية من خلال مواقع فيسبوك، تويتر، ويوتيوب. ومن أهم الدراسات التي أشارت لذلك «دراسة مجموعة الأساتذة من جامعه واشنطن ٢٠١١»، «عيسى عبيد سنة ٢٠١٥»، و«عبد الرزاق الديلمي ٢٠١٣».

تبين من خلال الدراسة مكانة وأهمية مواقع التواصل كالفيسبوك مقارنة بالإعلام التقليدي، والتي تلعب كوسيل أكثر انتشارا وأسهل استعمالا بين الشباب في مختلف النقاشات المعرفية والسياسية والاجتماعية، وهو ما أشارت إليه دراسات «ريتا سافرانيك ٢٠١٤»، «وشدان يعقوب خليل أبو يعقوب سنة ٢٠١٥».

ولقد استفدنا من الدراسة السابقة في بناء أداة بحثنا المستخدمة (الاستبيان)، كما استفدنا من نتائج الدراسة في ربط الحقائق وبرهنة نتائج الدراسة.

كما أن دراسات كل من «ريتا سافرانيك ٢٠١٤» و«دراسة مجموعة أساتذة واشنطن»، و«دراسة شدان يعقوب»، و«الديلمي» و«عبد نورية» كانت ملائمة لموضوع الدراسة الحالية، وذلك لوجود تقاطعات وتشابهات مع عناصر الدراسة من خلال استخدام مواقع التواصل، وأيضا

٥.٣. الدراسة الجزائرية

أ. الدكتور مالك شعباني ٢٠١٨ تحت عنوان: «وسائل الإعلام والوعي السياسي في المجتمع الجزائري».

لقد عالج الدكتور وسائل الإعلام الجزائرية وتأثيراتها، والوعي السياسي بأبعادها المعرفية والوجدانية والعاطفية والسلوكية، وكان الهدف من الدراسة معرفة الأسباب الكامنة وراء متابعة المواطن الجزائري لوسائل الإعلام الجزائرية، وحجم ومقدار ثقة المواطن الجزائري في المضامين السياسية لوسائل الإعلام.

منهج الدراسة

تبني الباحث المنهج الوصفي التحليلي كما قام بجمع بيانات ومعلومات حول مجتمع إحصائي حدوده من المجتمع السكيكيدي حوالي ١١٧٤.

نتائج الدراسة

- توجد علاقة ارتباط بين حجم الثقة بوسائل الإعلام الجزائرية ومستوى الوعي السياسي للمبحوثين.
- توجد علاقة دالة إحصائية بين أسباب ودوافع ومتابعة وسائل الإعلام ومستوى الوعي السياسي للمواطن الجزائري.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي بأبعاده الثلاث لدى المبحوثين، تعزى بمعدل متابعتهم لوسائل الإعلام الجزائرية.

ب. دراسة الدكتور عيسى عبيد نورية جامعة مستغانم ٢٠١٥ جاءت هذه الدراسة تحت عنوان الأحزاب السياسية والإعلام الجديد، وكان الهدف منها معرفة تأثير وسائط التواصل الاجتماعي

في الفئة المقترحة وهي فئة الشباب والطلبة جزء منهم، وتوفر الوعي السياسي مع وجود بعض الهوامش التي لا علاقة لها بموضوع الدراسة لعدم تطابق جميع عناصرها مع عناصر الدراسة الحالية.

الجانب النظري

١- الفايسبوك

تعريف الفايسبوك:

الفايسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزئين «FACE» و «BOOK» وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد مؤسس الموقع. (حسن قميحة، ٢٠١٧) ويقصد به أنه موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً، وتدير شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة، لها مستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافتهم إلى قائمة أصدقائهم.

يعد الفايسبوك من أحد مكونات شبكات المعلومات الدولية، إضافة إلى أنه يشكل قطعة متميزة له طبيعته الخاصة في المجتمع الافتراضي. (محمد شرف، ٢٠٠٩) ويعرف الفايسبوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية بأنه موقع الشبكات الاجتماعية أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين كالشركات أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع والتواصل مع الآخرين. (علي لبنه، ٢٠٠٩)

٢- الآثار الإيجابية والسلبية لموقع الفايسبوك

٢.١. الآثار الإيجابية للفايسبوك

- تساعد مستخدميه على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة من خلال الاطلاع على المؤتمرات والندوات.
- تحقيق التفاعلية والمرونة لمستخدميها، فهي تجعل المستخدم لها متلقياً وملقياً.
- يساهم في تنمية الوعي لمستخدميها بقضايا المجتمع المختلفة. (الديسي عبد الكريم، ٢٠١٣)
- تنمي لدى مستخدميها روح المبادرة والحوار واتساع الأفق مما يساعدهم على تبادل الآراء والمقترحات.
- الشبكات الاجتماعية اليوم أصبحت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع الآراء فئات مجتمعية معينة، مثل استطلاع آراء الشباب عبر الفايسبوك وتويتر وغيره. (السويدي، ٢٠١٣)

٢.٢. الآثار السلبية للفايسبوك

- بالرغم من أهمية الفايسبوك إلا أنه سلاح ذو حدين وله عديد المآخذ منها:
- بث الأفكار الهدامة وزرع بذور الفتنة والفرقة في المجتمع، وجمع

الشباب حول ما يهدم ولا يفيد، كما أنها تكون مرتعا للإشاعة المعلومة المضللة.

- هي موطن لنشأة الأفكار الشاذة والغريبة واطلاق الشائعات، إلا أنها تعبر عن رأي الشارع بجميع الأحداث الجديدة، نجد صدامها أول بأول على الفايسبوك في مجموعات مختلفة، بعضها متصارعة، وهي لا تعبر بالضرورة على الواقع الحقيقي. (أمنية السيد، ٢٠٠٩)

- باتت مواقع التواصل الاجتماعي والفايسبوك منها اليوم تسيطر على أوقات أفراد الأسرة، فكان لها وقع خطير على العلاقات الاجتماعي والأسرية وصلة الأرحام فصارت الشغل الشاغل. (قنيطه أحمد، ٢٠١١)

- إن كثير من الكلام يحول من اللسان إلى الأصابع، فصارت تتحدث أكثر من الألسنة باستخدام وسائل التواصل، فالبيوت الحية أهلها صارت خاوية صامتة، فأدت في كثير من الأحداث إلى العقوق.

- إن الجلوس لساعات طويلة يقتل الوقت ويسبب العزلة الاجتماعية، مكتفياً بالتواصل الافتراضي حتى يكاد ينعدم التواصل والصلة الحقيقية. (بشري الراوي، ٢٠١٢)

٣- ماهية الوعي السياسي

١.٣. المفهوم

يعتبر الوعي السياسي أحد فروع الوعي الشامل والمتكامل الذي يعد مستوى من مستويات الوعي، وهو عندما يكون الفرد واعياً بالأمور والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مجتمعه، وعندما يعي مدى مشاركة السياسة وعلاقة مجتمعه بالمجتمعات الأخرى، ولتفعيل هذا الوعي ولكي يكون حاضراً بشكل فعال ومؤثر يجب على المؤسسات التعليمية والتثقيفية في المجتمع أن تحرك كوامن الوعي داخل من تضمهم في جوانبها. (الزايات السيد، ٢٠٠٢)

الوعي السياسي وانطلاقاً من ذلك فإن الوعي يعرف بأنه إدراك الفرد وفهمه لواقع مجتمعه السياسي ومعرفته المشكلات القائمة، والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار على المستوى الوطني والعالمي. والوعي السياسي هو حالة من اليقظة الفكرية يتمكن من خلالها الإنسان من رصد الأحداث وتحليل وتشخيص أبعادها وأثارها. كما يعرف بأنه غط الأفكار والقيم والاتجاهات التي تحدد من خلالها الأوضاع القائمة، ويتجلى معها الشعور بالوجود الاجتماعي لطبقة أو حركة اجتماعية متميزة، ومدى مواكبة موقعها السياسي لمقتضيات التغيير وتلبية أهدافها في السيطرة على المجتمع. (الحورش، ٢٠٠٢)

والوعي السياسي معرض للتغيير والتبديل وفقاً للواقع السياسي الديناميكي كونه يجري في حركة دائمة ومستديمة، ففي كل فترة زمنية نجد أفكار ومشاريع تطرح على شعوب العالم وتؤثر على وعيهم السياسي، وهذا ما نجده في الفترة الراهنة حيث المفاهيم (الحرية، حقوق الإنسان، الديمقراطية، الإصلاح السياسي في الشرق الأوسط) وكل ذلك عبر مشاريع طرحها الدول العظمى. (الهيثي، ٢٠٠٨)

٢,٣. أهمية الوعي السياسي

وأبرز النقاط نلخصها فيما يأتي :

• إن الوعي السياسي يساعد على القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد أهم المشاكل وأخطر الأزمات، إذ يعد الاستبداد السبب الرئيسي وراء التخلف في المجالات الأخرى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية... إلخ. وهي من الأزمات الموجودة في العالم الثالث، وأن أفضل طريقة للتخلص من الاستبداد والقمع هي عن طريق معرفة الشعب.

• ماله وما عليه، أي لحقوقه وواجباته وليس معرفة ما عليه فقط دون التفكير فيما له، وأن الشعوب المتقدمة قد تغيرت وتطورت نتيجة لنمو الوعي السياسي لديهم، إذ تحولت الدول الأكثر عداوة في الشرق إلى حلفاء في مسائل الحرية والديمقراطية، وغيرها من المسائل المتعلقة بحريات الأفراد والجماعات. (عبد الكريم بكار، ٢٠٠٠)

• يساعد الوعي السياسي على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات، كل هذا يكون له الإسهام في تطور المجتمع ونهضته، وأن النهضة الحضارية والفكرية لا يمكن تحقيقها دون الربط بين الوعي التاريخي والوعي بالأمور التي يمر بها الأفراد. (غليان، ١٩٨٧)

• أن الوعي السياسي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية علمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة، حيث يساعد الوعي السياسي المحيط الذي يعيش فيه على تحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة، بحيث يعطي الواقع مشهداً علمياً وأكاديمياً، يخدم الدارسين في هذا المجال، وأهمية الوعي السياسي هي إعادة ترتيب وصياغة الأفكار والمعتقدات التي سادت في حياة الشعوب في البلدان المختلفة خلال العقود الماضية، وما تزال عن طريق نشر المعرفة وثقافة الحوار وقبول الآخر. (نعيم إبراهيم الظاهر، ٢٠١٥)

• يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمنه، وكذلك رؤيته للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية. (محمد الحورش، ٢٠١٢)

• عن طريق الوعي السياسي يحدد دور الدولة ومؤسساتها في التعامل مع القضايا التي تحدث داخل المجتمع، وأن الوعي السياسي موجود لدى الأفراد غالباً ما يقيد حركة الدولة، ولا تسمح لها بأن يعمل بشكل مطلق في الساحة الداخلية وعلى المستوى الدولي. (عبد الكريم بكار، ٢٠١٧)

الجانب التطبيقي

١- منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهو منهج قائم

على مجموعة من الإجراءات البحثية التي تعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لاستخلاص التعرف على تأثيرات الفاسبوك على الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين بجامعة تاسوست قسم علم الاجتماع. من خلال توزيع ٧٠ استمارة استبيان على عينة الدراسة.

من طلاب جامعة تاسوست ولاية جيجل منهم ٢٦ ذكر بنسبة ٣٧,١% وأنثى بنسبة ٦٢,٩% وتم اختيارهم بطريقة عشوائية وهذه تعد نسبة مقبولة تفي لمتطلبات البحث العلمي.

٢. أدوات جمع البيانات

أ. الملاحظة

وقد استخدمنا الملاحظة في دراستنا هذه من أجل جمع المعلومات لتشخيص ظاهرة الوعي السياسي، كما اعتمدنا عليها للتعرف على استعمالات الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة وتطبيقاتها المختلفة، وتفسيرها هذه الظواهر وتحليلها.

ويمكن القول أن الملاحظة أفادتنا أيضاً في جمع المعلومات التي تتصل بالسلوك الفعلي للأفراد، في بعض المواقف الواقعية وشرح بعض الغموض.

ب. الاستبيان

وقد اختيرت استمارة الاستبيان لطبيعة الدراسة التي نحن بصدد القيام بها، والتي تخص أثر الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين.

فقد تم إعداد استبيان تضمن عدة محاور، وبعد إعداده في صورته الأولى تم عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال العلوم الاجتماعية، الأستاذ بليط عبد الله، الأستاذ شربال مصطفى، الأستاذ عادل شيهب، الأستاذة جيسكا نورثي من بريطانيا، وقد أسفر التحكيم عن تعديل صياغة بعض الأسئلة، وحذف أسئلة وإضافة أخرى، وتعديل ترتيب بعض الأسئلة وبعد إجراء التعديلات الملائمة تم القيام بدراسة تجريبية التي تعد إحدى الوسائل الهامة لقياس مدى صلاحية وفعالية الاستبيان، ويتجلى ذلك من خلال كونها تتيح التعرف على ما يلي:

- مدى فهم أفراد العينة للأسئلة والألفاظ المستخدمة.
- مدى تجاوب المبحوثين مع كل سؤال.
- نوع الإجابات المحتملة للأسئلة المطروحة.
- مدى ملائمة الصياغة.

حيث تم توزيع ٢٠ استمارة على عينة مقصودة من مجتمع البحث، وتمثلت في مجموعة من الطلبة الجامعيين، وبناء على هذه التجربة فقد تم تسجيل مجموعة من الملاحظات:

- صعوبة فهم بعض الأسئلة من طرف المبحوثين.
- عدم الإجابة على بعض الأسئلة.
- احتواء الاستبيان على عدد من الأسئلة المكررة لاكتشاف مدى صدقية آراء المبحوثين أثبتت فعاليته للتأكد من صلاحية الاستبيان.

أن أغلب الطلبة قاموا بمشاهدة الفيديوهات الخاصة بالحراك بنسبة ٧٨.٦٪ و مدى تأثرهم بها بنسبة ٦٢.٩٪ ، و هذا راجع لانخراطهم في مجموعات سياسية عبر الموقع بنسبة ٨٤.٣٪، نظرا لاهتمامهم بالقضايا السياسية الداخلية و الخارجية بنسبة ٤٤.٣٪، و قد أظهرت النتائج أن معظم الطلبة يتابعون أخبار تورط بعض الساسة و الشخصيات في نهب المال العام بنسبة ٦٠٪، كما تبين أن جل المبحوثين يعتبرون الأخبار و الفيديوهات المنشورة عبر الموقع ذات مصداقية بنسبة ٥٥.٧٪، فأغلبهم يؤكدون وجود معلومات مسربة عبره كشفت قضايا فساد بنسبة ٨١.٤٪. وبتحليلنا للجدول رقم ١٣ والذي يخص اطلاع الطلبة على مضمون اللاتفات عبر الفايسبوك ومدى دفعهم للمشاركة في الحراك تبين أن أغلب الطلبة عبروا عن ذلك بالسلب بنسبة ٥٥.٧٪

من خلال ما سبق وبتحليلنا الجيد لمؤشرات هذين المتغيرين وربطها مع بعضها وبالرجوع إلى تحليل الجداول السابقة نستطيع القول أن الفرضية الفرعية التي تنص على: تأثير الفايسبوك على اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية في معظمها تحققت و هذا بنسبة ٦٣٪، و هو ما تم التحقق منه.

ب. مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الفرعية الثانية:

لمحتويات الفايسبوك تأثير واضح على وعي المضامين السياسية لدى الطالب الجامعي.

أكدت النتائج المتحصل عليها صدق الفرضية، حيث تساهم الصور والفيديوهات عبر الفايسبوك في بلورة الفكر السياسي لدى الطلبة، إذ نلاحظ اهتمام هذه الفئة بالحراك وما رافقه من نشاط حكومي في بدايات تلك الفترة، ويظهر اهتمام الطالب الجامعي كذلك بالمشاركة في الاستحقاقات الانتخابية، حيث أبان الاستطلاع أن معظم الطلبة لديهم اهتمام بالمشاركة في المجالس الانتخابية البلدية، وهذا ظهر جليا في تفاعلاتهم عبر الأخبار المنشورة في الفايسبوك.

إلا أنه هناك استثناء مما يخص العمل الحزبي على صفحات الفايسبوك، إذ نرى عدم اهتمام الطلبة بالرموز المتبناة من طرف الأحزاب ونشاطاتهم، وهذا راجع إلى أن الواقع السياسي للأحزاب لا يعبر عن توجه الحزب.

ج. مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الفرعية الثالثة:

تساهم النقاشات عبر الفايسبوك في تشكيل واضح في فهم الواقع السياسي.

أقرت النتائج المتحصل عليها على صدق الفرضية صدق النظرية، حيث كان للنقاشات عبر الفايسبوك انعكاس واضح في الواقع السياسي حاليا، من خلال فكر المقاطعة الانتخابية لدى فئة كبيرة من الطلاب، وبرز الموقف بوضوح في العزوف عن العمل الحزبي نتيجة الآراء التي خرجت بها الأحزاب حول الإضرابات والاحتجاجات، والتي كانت في خدمة السلطة وقد ظهرت جليا تلك الهوة الموجودة بين مطالب الأحزاب ومطالب أفراد الشعب، ولقد أظهر الاستطلاع أن الاحتجاجات وخروج الشعب لم يكن للأفراد تأثير لها، بل ساهمت الصفحات الفايسبوكية في

وبناء على نتائج الدراسة التجريبية تم إعادة صياغة أسئلة الاستبيان في شكله النهائي، من خلال تعديل بعضها وإضافة أخرى، وهو ما يضمن الوصول إلى نتائج دقيقة، فأساس الدراسة الإمبريقية تعتمد على مدى صلاحية وقوة الاستبيان من حيث المحتوى وطبيعة الأسئلة وصياغتها. ولأن الهدف من الدراسة الكشف عن أثر الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، اعتمدنا طرح الأسئلة على محورين محاور رئيسية:

- المحور الأول: البيانات الشخصية: ضم سبعة أسئلة.
- المحور الثاني: أسئلة حول موقع الفايسبوك وتشكل الوعي السياسي مقسم إلى ٣١ سؤال.

٣. مجالات الدراسة:

المجال المكاني: القطب الجامعي تاسوست ولاية جيجل.
المجال الزمني: من شهر جانفي ٢٠٢١ إلى غاية شهر أفريل ٢٠٢١.
المجال البشري: طلبة جامعة تاسوست، تحديدا قسم علم الاجتماع ومن كلا الجنسين.

٤. مجتمع الدراسة:

يضم مجتمع الدراسة في القطب الجامعي تاسوست بولاية جيجل ٦٢٦ مفردة، وبعد تحديد مجتمع الدراسة قمنا بإستخدام عينة عشوائية بسيطة وهي طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة تاسوست، حيث يتم إستخدام هذا النوع من العينات إذا كان مجتمع الدراسة الدراسة معروفا ويمكن الوصول إليه وأن يكون هناك تجانس بين أفراد المجتمع الأصلي.

وهذا ما يتوافق مع ميدان بحثنا الذي فيه مجتمع البحث معروف، وهم الطلبة الجامعيين وهناك تجانس بينهم، وعلى هذا الأساس فقد اخترنا ٧٠ مفردة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة تاسوست، ولقد تم حصر هذا العدد ومع ضيق الوقت فقد تقرر أخذ عينة عشوائية بسيطة مكونة من ٧٠ طالب، وهذا راجع إلى:

- الظروف الزمنية: نظرا لضيق الوقت.
- ظروف الحجر الصحي ونظام الدفقات في الدراسة بالجامعة.
- كون موضوع الدراسة في مجال تخصصهم.

٦- نتائج الدراسة

أ. مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الفرعية الاولى:

لموقع الفايسبوك تأثير على اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية.

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجداول التي سبق وأن حللنا نتائجها يمكن القول أن الطالب الجامعي يهتم بالقضايا السياسية المطروحة عبر موقع الفايسبوك، فأغلب المبحوثين يقومون بتصفح الشعارات الخاصة بالسياسة بنسبة ٥٢.٩٪ و كان لهم مشاركة في الحراك بنسبة ٥٨.٦٪ و اطلعهم على مضمون الشعارات عبر الموقع بنسبة ٥٤.٣٪ ، كما

- نشر الأخبار وحشد الجماهير في المطالبة بالتغيير وحل المشاكل، وهذا ما يدل على إدراك الأفراد للواقع السياسي برؤية حقيقية عبر الفيسبوك وليس كما تصوّره الأحزاب.
٤. طرح المعلومات حول الفساد عبر موقع الفيسبوك تسهل على الدولة ما لحقة المتورطين وكشف خيوط الجريمة.
٥. للشعارات السياسية المنشورة عبر موقع الفيسبوك دور في معرفة توجه الأحزاب السياسية.

٦- النتائج العامة:

٦. يساهم الفيسبوك عبر تقنية الفيديو والصورة في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي
٧. للصفحات الفيسبوكية دور في نشر الأخبار حول الحملات الانتخابية.
٨. الأفكار المتناولة عبر الفيسبوك توجه الطلبة نحو الانتماءات السياسية.
٩. المناقشات المطروحة حول الواقع السياسي عبر الفيسبوك تساهم في فهم الواقع
١٠. لآراء المطروحة عبر موقع الفيسبوك تأثير في توجيه الطالب نحو الفعل الانتخابي.
- توصلت الدراسة محل البحث إلى عدد من النتائج التي استطاع الباحث من خلالها الإجابة على تساؤلات وفرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها، وكانت الدراسة قد انطلقت من ثالث فرضيات وعدد من الأسئلة المرتبطة بها، التي تمثلت في مجملها أن للفيسبوك تأثير على اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية، كما أن لمحتويات الفيسبوك تأثير واضح على وعي المضامين السياسية، ومساهمة النقاشات المثارة عبره بشكل واضح في فهم الواقع السياسي للطالب الجامعي، وفقاً لاختلافهم من حيث النوع والعمر ومحل الإقامة والمستوى التعليمي، ومن خلال كل ما سبق قمنا بتلخيص النتائج الإجمالية للدراسة بالربط بين الجانب التطبيقي والنظري:

١. يتم تشكل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي من خلال ما يوفره الفيسبوك من إشعارات توجهه إلى المشاركة في الانتخابات
٢. وضع منشورات عبر موقع الفيسبوك لطالب الجامعي تنمي لديه حب المشاركة في الحراك.
٣. إنشاء المجموعات الشخصية عبر موقع الفيسبوك له دور في تعبئة الطالب الجامعي حول القضايا السياسية.
١١. البدائل المطروحة عبر الفيسبوك تساهم في التعبئة الحزبية.
١٢. القضايا الراهنة المطروحة عبر الفيسبوك في المجال السياسي تساهم في فهم مواقف الأحزاب تجاه قرارات السلطة
١٣. الواقع المعاش والمعبر عنه عبر صفحات الفيسبوك من استياء ورفض يؤدي إلى الخروج إلى الشارع والقيام بالاحتجاجات.

قائمة المراجع

١. أمينة السيد، هبة عبد العال (٢٠٠٩). الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الإحصائي والمكتبة، دار شوقي، مصر، ص ٣٦.
٢. برهان غليلان (١٩٨٧). اغتيال العقل محنة الثقافة العربية بين السلفية والتبعية، مكتبة مديولي، القاهرة، ط ٢، ص ٣٤٢.
٣. بشري الراوي (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، جامعة بغداد، العراق، كلية الإعلام، ص ١٠٢.
٤. حسان أحمد قميحة (٢٠١٧). الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، ط ١، ص ٥٨.
٥. الحورش محمد عبد الله (٢٠٠٢). الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني دراسة ميدانية (دراسة حالة لأمانة العاصمة صنعاء)، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ص ١٠.
٦. الديسي عبد الكريم وآخرون (٢٠١٣). وسائل الإعلام أدوات وتعبير وتغيير، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط ١، ص ٣٣٠.
٧. الزايات السيد (٢٠٠٢). التنمية السياسية دراسة في الاجتماع السياسي البنية والاهداف، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص ٢٢١.
٨. عبد الكريم بكار (٢٠٠٠). تجديد الوعي، دار القلم، دمشق، سوريا، ص ٢١٦.
٩. عبد الله بن علي الفرد (٢٠١٠). الوعي السياسي في الإسلام، دار طريق النشر الرياض (السعودية)، ط ١، ص ٦٨-٦٧.
١٠. علي لبله (٢٠٠٩). تأثير الفيسبوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، جامعة عين الشمس، القاهرة، ص ٢٣.
١١. قنيطرة أحمد أحمد بكر (٢٠١١). الآثار السلبية لاستخدام الأنترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة السالمية، رسالة ماجستير، الجامعة السالمية، غزة، ص ١٩-١٨.
١٢. محمد شرف (٢٠٠٩). وسائل الإعلام في المنادى إلى الأنترنت، دار الفكر العربي مصر، ٢٠٠٩، ص ٢٨٨-٢٨٧.
١٣. محمد عبد الله محمد الحورش (٢٠١٢). الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني (ماجستير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ص ٤٩.
١٤. نعيم إبراهيم الظاهر (٢٠١٥). مدخل إلى العلوم السياسية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، ط ١، ص ١٨١.
١٥. هادي نعمان الهيثي (٢٠٠٨). إشكالية المستقبل في الوعي السياسي، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، ط ٢، ص ١٠١.

دور الشباب في غرس العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

د. دندان أسماء

جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر -الجزائر
a.dendane@univ-mascara.dz

د. موساوي فاطيمة

جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر -الجزائر
fatima.moussaoui020@gmail.com

مقدمة

- يعتبر العمل التطوعي في الآونة الأخيرة سلوكا حضاريا ترتقي به المجتمعات وتتقدم؛ باعتباره ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل المجموعات البشرية؛ ولكنه يختلف في حجمه وشكله واتجاهاته ودوافعه من مجتمع إلى آخر؛ فلقد تطور العمل التطوعي من مجرد عمل خيري فردي إلى عمل مؤسسي شباتي تشرف عليه مؤسسات خاصة تتمثل في الجمعيات الخيرية والتي هي بدورها لم تعد تقتصر على العمل التطوعي الكلاسيكي المتعارف عليه سابقا فقط؛ وإنما تعداه إلى ما يسمى بالعمل التطوعي الافتراضي أو الإلكتروني الذي يتميز بقلّة تكاليفه وسرعة انتشاره بين فئات المجتمع.
- عوامل تعزيز ثقافة العمل التطوعي من خلال الفيسبوك.
- دور الجمعيات الخيرية في تنمية ثقافة العمل التطوعي.

٢- تحديد مفاهيم الدراسة:

اشتملت هذه الدراسة على عدد من المفاهيم وهي على النحو التالي:

- الدور الاجتماعي:**
يعرفه رالف لينتون بأنه: «جملة المهام والواجبات والحقوق وكذا السلوك المرتقب من الفرد أو المنظمة في موقع اجتماعي معين». (عبد الله بوصنورة، ٢٠١٠/٢٠١١: ٢٤)
- الشباب:**
«يعرف هذا المفهوم حسب فرد ميلسون بأنه: مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواء في مستقبله المهني أو مستقبله العائلي». (مجلة المري، ٢٠١٦: ٥٤)
- الثقافة:**
يعرفها تايلور بأنها: «ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات أو أي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع». (محمد السويدي، ١٩٩١: ٥٠)

* العمل التطوعي:

يعرف بأنه: «نشاط اجتماعي يقوم به الأفراد من خلال إحدى الجمعيات الخيرية دون انتظار عائد؛ وذلك بهدف إشباع حاجات المجتمع والمساهمة في تدعيم مسيرة التنمية». (محمد خيرة وآخرون، ٢٠٢٠: ٣٣)

* مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف حسب قاموس ODLI بأنها: «خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين». (سلطان مسفر وآخرون، ٢٠١١: ٠٩)

* الفيسبوك:

وهما أن العمل التطوعي يتطلب قدرات ومهارات عالية لتحقيق أهدافه اتجه الشباب باعتباره أكثر فئات المجتمع حيوية ونشاطا وإصرارا على التغيير والتجديد والنهوض بالمجتمع إلى استحداث منصات اجتماعية تختص بالعمل التطوعي على موقع الفيسبوك للتواصل مع فئات واسعة من أفراد المجتمع؛ باعتباره من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها تداولاً بين مختلف فئات المجتمع. وبذلك انتقل الشباب للتسويق لثقافة العمل التطوعي من الطرق الاتصالية التقليدية إلى الطرق الاتصالية الحديثة التي تساهم في الترويج لهذا العمل بطريقة مباشرة وسريعة وأقل جهد وتكلفة. وهذا ما جعلهم أكثر قدرة على مساعدة مجتمعهم لمواجهة مشاكله المختلفة عبر الكثير من النشاطات التطوعية والتوعوية والخيرية.

١- سؤال الإشكالية

تأتي محاولتنا في هذه المداخلة من أجل التعرف على التساؤل التالي:

كيف يساهم الشباب في غرس ثقافة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإلمام بهذا الموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا ورقتنا البحثية إلى العناصر التالية:

- أهمية العمل التطوعي الإلكتروني.
- خصائص العمل التطوعي الإلكتروني.
- نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المجتمع الافتراضي وثقافة العمل التطوعي.
- الفيسبوك وثقافة العمل التطوعي.

٥- نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي

من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي نجد ما يلي:

٥.١- «الفيسبوك»:

يعد أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن ١٠ سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداماً على مستوى العالم. وهو موقع يساعد على تكوين العلاقات بين المستخدمين ويمكنهم من تبادل المعلومات والأفكار...، أسس الموقع مارك زكر بيريح وأطلقه في الرابع من فبراير ٢٠٠٤ حين كان طالبا في جامعة هارفرد وكان الموقع في البداية مخصص للطلبة في هذه الجامعة فقط؛ لكن تم تطويره لاحقا ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام في الاشتراك في الموقع ومن ثم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية.

٥.٢- التويتر:

أسس الموقع في ولاية كاليفورنيا في ٢٠٠٦ على يد جاك درزي وبيز ستون وايفان وليام، تقوم فكرته على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تتكون من ١٤٠ حرفا كحد أقصى. ويعد التويتر الرابع في الاستخدام من بين مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ يتجاوز عدد مستخدميه في العام ٢٠٠ مليون مستخدم في نهاية آذار سنة ٢٠١١.

٥.٣- اليوتيوب:

بدأ الموقع في الظهور على شبكة الإنترنت في ١٥ فبراير ٢٠٠٥ بواسطة ثلاثة موظفين من شركة باي بال وبعد من أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين، تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مادية. (بلال بوترة وأخرون، ٢٠١٧: ٧٢، ٧٤)

٦- المجتمع الافتراضي وثقافة العمل التطوعي

«يشير مصطلح المجتمع الافتراضي إلى مساحات تفاعلية على شبكة الانترنت يتفاعل من خلالها جميع الأفراد سواء من خلال تصميم صفحات شخصية أو صفحات لمجموعات أو مؤسسات أو لجمعيات ويتناقشون حول موضوعات وقضايا متنوعة بغض النظر عما إذا كانت تربطهم علاقات حقيقية أم افتراضية، فهي ترتبط بالاهتمامات المشتركة بين الأفراد؛ لأنها تسمح للأفراد بالبحث عن نفس الأشخاص الذين يشتركون في نفس الاهتمامات بحرية، وذلك من منطلق أن المجتمع الافتراضي يقوم على تجانس الاهتمامات. وبذلك نكون قد انتقلنا من المجتمعات الواقعية إلى المجتمعات الافتراضية... وبات التطوع من الأنشطة المهمة داخل المجتمع وخاصة مع وجود الأزمات التي تصيب البشرية وخير دليل على أهميته ظهور الجمعيات التطوعية لذا ظهر اتجاه حديث بين الباحثين لإمكانية الاستفادة من المجتمعات الافتراضية في خدمة الأنشطة التطوعية خاصة وأنها توفر مساحة حرة لجميع أفراد المجتمع لتبادل المعلومات ومناقشة الموضوعات والقضايا المختلفة، ولم يكن التطوع بعيدا عن تلك النقاشات الإلكترونية وتنوعت الاستجابات لتلك النقاشات. وقد كان لأنشطة التطوع نصيبا من تلك الاستخدامات؛ إذ بادرت مؤسساتها لإنشاء صفحات لها على تلك المواقع استطاعت كل منها أن تكون من خلالها مجتمعا إلكترونيا يتابع أخبارها ويتفاعل

يعرف بأنه: «موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام ٢٠٠٤ ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles. وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.» (إيمان حنين شين، ٢٠١٥: ٢٣)

٣- أهمية العمل التطوعي الإلكتروني

تتمثل أهميته فيما يلي:

- «يكمل ويدعم العمل التطوعي الميداني من خلال تقديم المعلومة المصورة وتبادلها مع النشطاء من كل الشرائح والفئات وبكميات كبيرة وفي كل مكان فهو يكمل النقائص التي قد تعيق المتطوع في الميدان.
- يعتبر وسيلة سريعة ودقيقة في التواصل مع المؤسسات الأهلية المتنوعة التي تنشط في مجال ميادين العمل التطوعي المختلفة.
- يساعد في بروز مجالات جديدة في العمل التطوعي.
- يعد وسيلة للتواصل مع جميع شرائح المجتمع.
- يساعد على صقل المواهب ويستثمر في طاقات الشباب وتطويرها.
- يعزز التواصل بين المؤسسات الثقافية والبحثية حيث يلعب دورا كبيرا في تطوير البحث العلمي.
- يساهم في تنوع وتبادل الخبرات والآراء بين المتطوعين الإلكترونيين على مستوى عالمي.
- يحول الطاقات وقت الفراغ إلى طاقات نافعة.
- يدلل صعوبات وعقبات الزمان والمكان.
- (بوزغاية بابة، ٢٠٢٢: ٢٩٧)

٤- خصائص العمل التطوعي الإلكتروني

تتمثل خصائصه فيما يلي:

- «التطوع الإلكتروني لا يتطلب أوقات إضافية لممارسة العمل التطوعي.
- لا يحتاج الفعل التطوعي إلى بذل جهد كبير بسبب إمكانية تأديته في أي مكان.
- يتناسب مع بعض الحالات الإنسانية التي تمنع من محبي التطوع من التطوع التقليدي كذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن والنساء...
- يعد مكتملا وليس بديلا عن التطوع الميداني وعاملا مساعدا له في استكمال مهماته.
- يخفض تكاليف الإعداد لبرامج العمل التطوعي وأنشطته.
- العمل التطوعي عبر وسائل التطوع الإلكتروني لا يتحمل أكثر من طاقة تحمله وقدرته في مجال العطاء والتطوع.» (بوزغاية بابة، ٢٠٢٢: ٢٩٧)

٨- عوامل تعزيز ثقافة العمل التطوعي من خلال الفايسبوك:

«يعتبر امتلاك منصة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك أحد أفضل الطرق لترويج نشاطات وخدمات وفعاليات الجمعيات التي تقدمها وترعاها خصوصا الجمعيات التي لا تملك ميزانيات إعلانية كبيرة وبغية تحقيق أعلى فائدة ممكنة ولتفعيل العمل التطوعي ينبغي القيام بما يلي:

- التفاعل مع الجمهور.
- القيام بحملات إعلانية تسويقية توعوية حسب النشاط وفعالية الجمعية.
- الاهتمام بالتصميم المشوق والبسيط للرسائل التي تمررها الجمعية.
- متابعة كل ما يكتب ضد الجمعية والرد فورا مع إبراز الانجازات التي تحقق بصورة مستمرة.
- التحدث عن قصص نجاح الجمعية في حلها أو انجازات اجتماعية أو خدماتية تعزز بها.
- المصادقية والاستمرارية وعدم الانقطاع ولو برسائل متكررة.» (عبد الله بوصنبورة، ٢٠١١/٢٠١٠: ٤٣)

٩- دور الجمعيات الخيرية في تنمية ثقافة العمل التطوعي:

«تتبع أهمية العمل التطوعي في التنمية الاجتماعية من كونه يمثل جهودا أهلية تقوم بدافع ذاتي ولا اعتبارات دينية واجتماعية وإنسانية بالمساهمة في التنمية الاجتماعية جنبا إلى جنب مع الخدمات الحكومية في مجالات الرعاية والتنمية في مشاركة بناءة تضيف على الخدمة الاجتماعية رونقا خاصا وتكسبها بعدا تنمويا واجتماعيا له دلالاته وخصائصه، فمشاركة المواطنين للدولة وخدمتهم للآخرين وشعورهم مع من هم بحاجة إلى خدمات وبحاجة إلى تكييف اجتماعي سليم ومد يد العون لهم، يبتغون من ورائه الثواب من الله عز وجل فإنه يحقق لديهم حاجات اجتماعية ونفسية ويكسبهم عادات حميدة، كما أنه من جانب آخر يكسب المستفيدين من هذه الخدمات شعورا بالطمأنينة وأنهم إضافة إلى رعاية الدولة يحظون برعاية إخوانهم الذين يشعرون بشعورهم ويحرصون على تلبية احتياجاتهم وإشباعهم لئلا يشعرون بأي نقص قد يؤدي إلى إحباط أو غير ذلك من آثار سلبية.

والعمل التطوعي يعتبر رافدا من روافد التنمية الاجتماعية تدعمه وتشجعه وتنظمه الدولة حتى يحقق الأهداف المرجوة والتي يمكن انجازها بالآتي:

- تنمية الشعور بالواجب لدى المواطنين.
- مساعدة المتطوعين على تحقيق واجب ديني واجتماعي وإنساني.
- تحقيق التعاون بين الدولة والمواطنين لرعاية الفئات المحتاجة بالمجتمع.
- إكساب القائمين على الجمعيات الخيرية مهارات جديدة في إدارة وتنظيم العمل التطوعي من خلال الممارسة الفعلية والمرور

معها، وهو الأمر الذي لم يكن قاصرا على الهيئات ذات الطابع المؤسسي فحسب بل اتجه العديد من المستخدمين المهتمين عبر حساباتهم الشخصية ليتكون بالنهاية طيف واسع من المجتمعات الافتراضية التي يجمعها كلها السعي لتنمية المجتمع ومساعدة الآخرين. وبالنسبة لمفهوم التطوع فقد تعددت وجهات النظر حول هذا المفهوم وصيغت بأشكال متنوعة في الشكل ومتفقة في الجوهر، فيعني التطوع حسب عبد الحليم رضا بأنه المواطن الذي يعطي وقتا وجهدا بناءا على اختياره الحر ومحض إرادته لإحدى منظمات الرعاية الاجتماعية وبدون أن يحصل أو يتوقع أن يحصل على عائد مادي نظير جهده التطوعي...» (أحمد محمد أبو العلا الشريف، ٢٠٢١: ١٦، ١٧)

«ولقد بات العمل التطوعي والتفاعل المجتمعي يمثل سلوكا حضاريا رفيعا يدل على مدى رقي المجتمع ومدى تمتع أفراداه بقيم التكافل والتعاون ومقدرتهم على العطاء والبذل، وقد يحدث التباسا لدى الكثيرين حول مفهوم التطوع الذي يراه بعضهم مجرد انصراف العمل التطوعي نحو الفئات الخاصة والمعوقين والمكفوفين والمرضى، وإن كان هذا من مقاصده النبيلة إلا أن التطوع لا يقتصر على خدمة هذه الشرائح فحسب؛ إذ يشمل التطوع المجتمع وإنسانيته ثقافيا واقتصاديا وتربويا وبذلك فإن المفهوم الواسع للتطوع يأتي من فهم وإدراك احتياجات المجتمع. واعتمادا على تعريف التطوع نظر الباحثون إلى المتطوع على أنه الشخص الذي يضحى عن طوعية واختيار بالوقت والجهد والمال والمعلومات في سبيل أداء خدمة عامة يستفيد منها الآخرون دون انتظار مقابل، وفي حالة حصوله على مقابل بهدف تشجيعه على التطوع وتحفيزه على الاستمرار، فلا بد ألا يوازي هذا المقابل بالجهد المبذول، في حين تعرف ثقافة التطوع بأنها مجموعة من القيم والمعتقدات والاتجاهات والمعرفة التي تشكل وعي الإنسان وسلوكه إزاء الآخرين وإزاء المجتمع ككل؛ لكي يخصص الوقت والجهد دون توقع عائد مادي لتحقيق منفعة للمجتمع ككل أو لبعض الفئات المحتاجة المهمشة وذلك بشكل إرادي وبدون إجبار.» (أحمد محمد أبو العلا الشريف، ٢٠٢١: ١٧، ١٨)

٧- الفايسبوك وثقافة العمل التطوعي

يتم تنمية ثقافة العمل التطوعي عن طريق الفايسبوك من خلال ما يلي:

- «المشاركة بخبر أو صورة الفعاليات أو الخدمات التي تفرزها الجمعيات لجذب انتباه واهتمام الناس.
- وضع الأخبار والإشارة إلى أي نشاط متعلق بالجمعية.
- الرد على جميع التعليقات التي تتحدث عن نشاط الجمعية.
- وضع الصورة مع الخبر.» (أحمد كردي، ٢٠١١: ٤٤)
- «اختيار الوقت المناسب للنشر.
- استقبال الشكاوي والحالات المحتاجة إلكترونيا ودراستها وتحليلها.
- الاستفادة من التقنية كنشاط يساهم في تطوير وتنمية المجتمع.
- جمع وتوصيل وتخزين واسترجاع وتحليل المعلومات الخاصة بالعمل الخيري.» (عبد الله بوصنبورة، ٢٠١١/٢٠١٠: ٤٢)

قبل الموافقة عليها لضمان نجاحها واستمراريتها وغيرها من مجالات الاستثمار المأمونة.

ت- البرامج التدريبية: وتتمثل هذه البرامج في الحاسب الآلي ومشاكل الخياطة وتعليم الخياطة...

خامسا: في مجال الخدمة الاجتماعية:

أ- تحويل الحالات من متلقية إلى منتجة.

ب- الاهتمام بالتوعية الاجتماعية بين فئات المجتمع من خلال برامج توجه للشباب في المدارس والعاملين في جهات عملهم بالإضافة إلى البرامج التي تقيمها الجمعيات في مقراتها.

ت- التركيز على الجوانب الاجتماعية والطلاق وانحراف الأحداث وغيرها. (ليزا كيفورك سلوكجيان، ٢٠١٦: ٤٩، ٥٠)

الخاتمة

إن ما يمكن تأكيده في ختام هذه المداخلة أن مواقع التواصل الاجتماعي على وجه العموم وللايسبوك على وجه الخصوص دورا فعالا في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي في مختلف المجتمعات العربية أو الغربية بين أوساط الشباب باختلاف معطياتهم السوسيو مهنية كالجنس والسن والمستوى التعليمي والثقافي وطبيعة العمل...؛ فلقد نجح الفاييسبوك بشكل كبير في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي إلكترونيا أكثر من الواقع الاجتماعي؛ نظرا لأنه يعد من المنصات الاجتماعية الأكثر تفاعلية واستخداما والتي له القدرة على التأثير والاقناع وكذلك سرعة الاتصال والتواصل.

فالفايسبوك يساهم بدرجة كبيرة في توضيح أهمية الكثير من الموضوعات والقضايا المجتمعية والتي نجد من بينها موضوع العمل التطوعي؛ حيث ساهم الفاييسبوك من خلال مختلف منشوراته التي تعرض عبر مختلف الصفحات حول العمل التطوعي في نشر قيمة العمل التطوعي ودوره في خدمة المجتمع وتنميته. كما حفز الشباب على وجه الخصوص للانضمام إلى فرق العمل التطوعي والجمعيات الخيرية بمختلف تخصصاتها ومجالاتها والمشاركة في مختلف الحملات التوعوية والتضامنية والتبرعية سواء الكترونيا أو ميدانيا...، يضاف إلى ذلك ساهم في تعزيز روح التعاون والتضامن والتبرع والتكافل والعطاء والعمل وتقدير المساعدات المادية والمعنوية... بين أفراد المجتمع.

ومن خلال ذلك نستطيع القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد عاملا أساسيا مساعدا في نشر ثقافة العمل التطوعي بشكل سريع بين أفراد المجتمع بشتى الطرق، وأصبحت ممارسة ونشر مضامينه ورسائله من خلال هاته المواقع أكثر سهولة ومرونة من جهة. ومن جهة أخرى ساهمت في الربط بين العمل التطوعي الافتراضي والميداني؛ وذلك من خلال تنظيم حملات تطوعية الكترونية ثم تطبيقها على أرض الواقع.

بتجارب متنوعة واكتساب المهارة ورسم خطط العمل والإشراف على التنفيذ.

• المحافظة على تماسك المجتمع وتربطه ووقاية الأفراد من الانحرافات الناجمة عن الحاجة. (ليزا كيفورك سلوكجيان، ٢٠١٦: ٤٨، ٤٩)

ولذلك تم وضع خطط لمساعدة الجمعيات الخيرية للارتقاء ومتابعة عملها في المجالات التالية:

«أولا: في مجال تنمية الموارد البشرية:

لقد حرص القائمين على الجمعيات الخيرية بإعداد برامج تأهيلية تكون خاصة بالعمل الخيري بالإضافة إلى الدورات العامة في المجالات الاجتماعية والإدارية والمالية واستحداث أساليب جديدة لاستقطاب القدرات المتميزة للعمل الخيري وتهيئة الظروف المناسبة لاستمراريتهم، ويوجد في الجمعيات التخصصية متعاونون ومشاركون على درجة عالية من التأهيل الأكاديمي يقدمون خدماتهم ويكرسون جهودهم لخدمة المستفيدين من هذه الجمعيات، وإيجاد قاعدة معلومات في كل جمعية لتسجيل المعلومات عن المتطوعين والتركيز على مشاركتهم وإيجاد السبل التي تشجعهم على المشاركة.

ثانيا: في مجال التنظيم المالي والإداري:

إعادة النظر فيما هو قائم من لوائح وإجراءات داخلية تواكب التوسع القائم واستخدام التقنية الحديثة في أعمال الجمعيات مثل استخدام الحاسب الآلي في الاحتفاظ بجميع البيانات عن المستفيدين من حيث الاسم وموقع السكن ونوع الحالة والمساعدة المقدمة نقدية أو عينية وتاريخ استلامهم والتاريخ اللاحق لاستلام المساعدة التالية...» (ليزا كيفورك سلوكجيان، ٢٠١٦: ٤٩)

«ثالثا: في مجال الأنشطة والبرامج:

تقوم الجمعيات بتبني أنشطة وبرامج مختلفة تهدف إلى تأهيل المحتاجين وتدريبهم وسد حاجاتهم، ومن هذه الأنشطة (رعاية وكفالة الأيتام، رعاية العجزة، برامج تأهيل ورعاية المعاقين، التركيز على البرامج التدريبية واستحداث برامج جديدة يحتاجها سوق العمل مع إعطاء أولوية فيها للفئات المحتاجة.

رابعاً: في مجال الموارد المالية:

تقوم معظم الجمعيات في الوقت الحاضر بتنويع مصادرها المالية، فهي لا تعتمد على الإعانات المقدمة فقط بل تعتمد على إيجاد مورد ثابت لها للصرف على الأنشطة التي تمارسها ومن هذه الموارد:

أ- الأوقاف: يقوم بعض المحسنين بوقف ما لديهم من عقار ليحول ريعه للجمعيات الخيرية.

ب- الاستثمار: ويتمثل الاستثمار في إقامة المراكز الطبية والصيديليات أو الأبنية السكنية أو المدارس والتي يتم دراسة جدواها الاقتصادية

على مدار السنة وليس فقط في المواسم والمناسبات كما نلاحظه حاليا في جل المجتمعات.

- سن قوانين وتشريعات صارمة من قبل الدولة لمحاربة الأفراد الذين يستغلون الأعمال التطوعية لمصالحهم الشخصية.

ولترسيخ ثقافة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب خلصت دراستنا إلى جملة من التوصيات وهي كالآتي:

- العمل على مساعدة الشباب الذين يقومون بحملات تطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء من قبل الدولة أو أفراد المجتمع.
- العمل على الاهتمام بهذه المواقع التواصلية من قبل الدولة على وجه الخصوص وتسخيرها في تعزيز العمل التطوعي؛ وذلك من خلال إنشاء صفحات فايسبوكية رسمية تقوم بتقديم المساعدات والتبرعات للمحتاجين مع ضرورة التنسيق بينها وبين الصفحات الحرة.
- استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في غرس ثقافة العمل التطوعي

قائمة المراجع

١. محمد السويدي، (١٩٩١). مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط١، الجزائر.
٢. أحمد كردي، (٢٠١١). مهارات إدارة العمل الخيري، مؤسسة الهادي للطباعة والنشر، دط، مصر.
٣. سلطان مسفر وآخرون، (٢٠١١). الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الأولكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية: المدينة المنورة.
٤. مجلة المري، العدد ١٩ الصادرة بتاريخ ٢٠١٦، منشورات المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب.
٥. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٧ الصادرة بتاريخ ديسمبر ٢٠٢١، الجزء الأول، أحمد محمد أبو العلا الشريف، دور المجتمع الافتراضي في ترويج ثقافة التطوع لدى الشباب الجامعي بالصعيد: دراسة ميدانية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي.
٦. مجلة الإعلام والمجتمع، العدد الثاني أكتوبر ٢٠١٧، بوترة بلال وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني: جمعية ناس الخير بعنابة أمودجا.
٧. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الصادرة بتاريخ ٢٠٢٢، بوزغاية باية وآخرون، دور الفايستوك في دعم العمل التطوعي لدى الجمعيات الخيرية في الجزائر على ضوء نظرية رأس المال الاجتماعي.
٨. عبد الله بوصنيرة، (٢٠١١/٢٠١٠). الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، (أطروحة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه)، الجزائر.
٩. إيمان حنين شين، (٢٠١٥). لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي: الفايستوك أمودجا، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير)، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
١٠. ليزا كيفورقي سلوكجيان، (٢٠١٦). دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع: دراسة ميدانية في مدينة حلب، (أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في السكان)، الجمهورية العربية السورية: جامعة حلب.

الفلوغ السياحي: الوعاء الرقمي الجديد للموروث الثقافي

(قراءة في مضامين قناة صانع المحتوى الجزائري خبيب عبر اليوتيوب)

د. إيمان قرقوري

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة - الجزائر

imen.guergouri@univ-constantine3.dz

ملخص

أضحت منصات التشبيك الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال في العالم الحديث، خصوصاً بعد أن برزت تأثيراتها على الحياة الاجتماعية الاقتصادية، السياسية وحتى الثقافية، فهي لا تستهدف الأفراد فحسب بل كل المجتمع، حيث أصبحت دعامة قادرة على النهوض بقطاعاته المختلفة على غرار قطاع السياحة حيث شهدت السنوات الأخيرة بروز ظاهرة التدوين المرئي الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية التي تستقطب الشباب وتدفعهم للترويج للسياحة المحلية، عن طريق الغور في مغامرات السفر واستكشاف المناطق المختلفة والتعرض لموروثاتها الثقافية المتنوعة وهو ما شهدته الجزائر هذا البلد الذي كثيراً ما يتم وصفه «بالبلد لقارة» نظراً للزخم الثقافي الذي يحمله وتنوع تراثه الثقافي المادي وغير المادي، فاستعان الشباب الصانع للمحتوى السياحي بالدعامات التكنولوجية المتنوعة لإبراز هذا الموروث على اعتباره جزءاً لا يتجزأ عن هوية الأماكن التي يصورونها وهم بذلك يحافظون على ملامح الهوية الجزائرية ويبرزونها للعالم قاطبة. وهو ما تسعى هذه الورقة البحثية للوقوف عليه، حيث يروم هذا البحث لإبراز أهمية التدوين الرقمي السمعي البصري عبر موقع اليوتيوب أو ما يعرف «بالفلوغ» وتحديدًا الفلوج السياحي وتبيان مدى قدرته على القيام بالموروث الثقافي والحفاظ عليه باعتباره دعامة جديدة تسخر قوة التكنولوجيا للنهوض بقطاع السياحة والحفاظ على الهوية الجزائرية، ولعل من أبرز الناشطين في هذا المجال اليوتيوبر الجزائري «خبيب» وهو صانع المحتوى الهادف الذي يحاول من خلال قناته أن يجعل المشاهد يتعرف على مناطق سياحية داخل الجزائر وخارجها ويتعرف على تراثها وعادات وتقاليد بلادها. وهو ما سنسلط عليه الضوء من خلال هذا البحث.

الكلمات المفتاحية

الفلوج السياحي - الموروث الثقافي - اليوتيوب

مقدمة

للقيام باقتصاد البلاد والتركيز على قطاع المحروقات دواءً عن القطاعات الأخرى التي يمكنها أن تفعل ماكينه الدخل القومي وتزيد من حركية المجتمع. (عيجولي، ٢٠٢١، صفحة ٣٩٤)

ظهرت مؤخرًا حركات شبابية تسعى للقيام بقطاع السياحة الجزائرية من خلال تفعيل النظم التكنولوجية بدعائها المختلفة على غرار مواقع التواصل الاجتماعي هذه المنصات التي فتحت آفاق واسعة منفتحة على العالم وخلقت فرصًا كبيرة للقيام بمقاصد السياحة، ومن أشهرها موقع اليوتيوب هذا الذي يعد من أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا بالجزائر حسب ما أكدته الإحصائيات الصادرة عن موقع global stats لسنة ٢٠٢٢ حيث بلغ معدل استخدامه ٤٦,٣٥٪ (زيادة، ٢٠٢٣، صفحة ٣١٠)، ولعل من أبرز خدماته ما يعرف بالتدوين السمعي البصري أو «الفلوغ» وهي تدوينه يصنعها الناشطون من خلال تجوالهم

تعتبر السياحة أحد أهم القطاعات التي تعول عليها العديد من الدول للقيام باقتصادها الوطني وهي ركيزة لاقتصادات البعض الآخر، فهي من أكثر الصناعات نموًا باعتبارها مصدرًا للعملة الصعبة ومجالاً خصبا لتشغيل اليد العاملة وزيادة الدخل الوطني، وبالرغم من هذه الأهمية الكبيرة إلا أن هذا القطاع لا يزال متأخرًا في الجزائر، هذا البلد المسمى «بالبلد لقارة» نظرًا للمقومات السياحية الطبيعية الهائلة التي حباها الله بها، حيث تزخر بتنوع إقليمي يضم الساحل والسهل والصحراء، وتنوع حضاري تمتزج فيه الصبغة العربية الإسلامية والأمازيغية الأصيلة وكذا روافد الحضارات النوميديّة والفينيقية والرومانية والفندالية والعثمانية، هذا الزخم الكبير أنتج تراثًا ثقافيًا هائلًا تظهر فيه التراكبات التاريخية والانتروبولوجية التي مرت بها الجزائر، وهو ما أكسبها وزنًا تاريخيًا وحضاريًا يحمل أصداً محلية وعالمية ونتيجة لمميزاتها الحضارية والجغرافية، غير أن ما نلاحظه هو ضعف الاستفادة من هذه المقومات

إنشاء ونشر المحتويات، وهي وسيلة اتصال رائجة تحاكي الوثائقيات. (زياد، ٢٠٢٣، صفحة ٣١٢)

والمقصود بالمدونات المرئية في هذه الدراسة تلك الفيديوهات المنشورة عبر قناة صانع المحتوى الجزائري «خبيب» والتي تطرق فيها للسياحة الداخلية الحاملة لرموز الموروث الثقافي المادي وغير المادي.

٢,٢ - الموروث الثقافي

ويشمل كل ما خلده الإنسان من شواهد روحية أو مادية في تراثه الفكري، وروقه الإنساني، فهو الحصيلة الفكرية والاجتماعية والمادية للأسلاف، أو مفهوم آخر فإن «الموروث الثقافي والاجتماعي والمادي، المكتوب والشفوي، الرسمي والشعبي، اللغوي وغير اللغوي، الذي ينتقل من الماضي للحاضر يعيش في ذاكرة الشعوب و يجسد في أشكال الحياة المختلفة (التصرفات والتعبير طريقة التفكير)، قد تطرأ عليه تغييرات لكنها تبقى نسبية. (هنشيري، ٢٠١٧، صفحة ٩٨)

وعليه فالموروث الثقافي المقصود في هذه الدراسة هو تلك الأشكال والعناصر الثقافية و الفكرية والاجتماعية السائدة في المجتمع الجزائري، والمتداولة بين أفرادها والتي تحمل التواصل الحضاري بين الأجيال الماضية والحاضرة، والتي تطرق إليها صانع المحتوى خبيب عبر فيديواته التي تناولت موضوع السياحة الداخلية الجزائرية.

٣. قراءة في مضامين المدونات

٣,١ - تحديد مدونة التحليل

اختارت الباحثة قناة صانع المحتوى الجزائري «خبيب كواس» كنموذج للدراسة وهو مختص في إنتاج المحتوى الوثائقي الذي يصور جمال الطبيعة في الجزائر وتراثها العريق، ويسعى بذلك للترويج للسياحة الداخلية، وجاء اختيار هذه المدونة بطريقة قصدية تعود أساساً لشعبية اليوتيوب وارتفاع عدد متابعيه إلى ١,٦٨ مليون متابع ليصبح الأول في صناعة المحتوى السياحي الجزائري (كواس، ٢٠٢٣).

كما وقع اختيارها قصدًا لمجموع المدونات المحللة حيث اختارت المدونات التي تناولت موضوع السياحة الداخلية بعد ٢٠٢٠ والتي كانت فيها نسبة التفاعل كبيرة، ويرجع ذلك إلى زيادة شهرة صانع المحتوى خبيب بعد مشاركته لفعاليات كأس العرب المقام بقطر، فأطلق الناشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حملة دعم واسعة لصاحب المحتوى الهادف الذي تمكن في ظرف وجيز أن ينافس أكبر القنوات التلفزيونية بفيديوات ذات جودة عالية ومحتوى احترافي راقى. (جاوحدو، ٢٠٢٢، صفحة ٢٦٩) فتحصل على جائزة أفضل صانع محتوى في الجزائر في ذات السنة.

وعليه قدر عدد التدوينات الخادمة لهدف الدراسة والتي تناولت موضوع السياحة الداخلية ولقيت رواجاً كبيراً بين جمهور المتابعين بـ ٤ تدوينات تمثلت في:

وترحالهم يحاولون من خلالها نقل صورة حية عن أماكن تواجدهم ونشاطاتهم، ويعد الفلوج السياحي أحد أبرز أشكاله وأكثرها شعبية وشهرة، حيث يحاول صناع المحتوى من خلاله نقل صورة حية عن عادات وتقاليد البلاد التي يزورونها بشقيها المادي وغير المادي مرزبن التفاصيل الجمالية للمناطق من خلال التصوير والتحرير والتعليق الإبداعي، وقد أكدت هذه الوسائل نجاعتها عالمياً بعد ارتفاع مستويات السواح جراء وسائل التشبيك الاجتماعي ونشاط صناع التدوين المرئي. (الجزائرية، ٢٠٢٣)

ومن بين أبرز صناع المحتوى السياحي الجزائري «خبيب كواس» رحالة من مدينة قسنطينة، ذاع صيته بفضل المحتوى الهادف الذي يقدمه عبر اليوتيوب تحديداً، هدفه تعريف الناس بثقافات الشعوب المتنوعة، تحت شعار: «سافر فهناك الكثير في انتظارك». (شريف، ٢٠٢١)، يسعى خبيب من خلال فيديواته التعريف بثقافة البلد الذي يزوره وكذا إبراز خصوصيته التاريخية وعادات سكانه ومن بين فيديواته نجد تلك التي روجت للسياحة الجزائرية الداخلية، وهي ما تسعى هذه الدراسة لقراءته حيث سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الوقوف على أكثر فيديوات خبيب مشاهدة والمتعلقة بالسياحة الداخلية عبر قنواته باليوتيوب، والتي تتناول موضوع الموروث الثقافي بشقيه المادي وغير المادي واستقراء مدى نجاعتها في القيام بقطاع السياحة الداخلية الجزائرية.

وعليه كيف تمكن صانع المحتوى الجزائري خبيب عبر التدوينات المرئية باليوتيوب أن يعكس تفاصيل الموروث الثقافي الجزائري؟

١. أهداف الدراسة وأهميتها

تسعى هذه الدراسة لمعرفة مدى قدرة تقنية الفلوج كأسلوب ترويجي عبر منصة اليوتيوب للقيام بقطاع السياحة الداخلية الجزائرية وكذا الأساليب التي يعتمدها صناع المحتوى المرئي عبر ذات المنصة للتعريف بالموروث الثقافي المادي وغير المادي للمنطقة.

أما أهميتها فهي تتعلق بأهمية الوسائط الجديدة وكيفية توظيفها لصناعة المحتويات الهادفة عبر الفضاء الرقمي، وكذا ارتباطها بأهمية مجال السياحة على اعتباره مورداً اقتصادياً تعتمد عليه العديد من الدول كمصدر للدخل القومي، وعليه فهي تعنى بكيفية استغلال التكنولوجيا بأبعادها الجديدة لترويض هذا القطاع وتفعيله عبر تقنية المدونات الفيديوية تحديداً هذه التي أصبحت الرائجة في وقتنا الراهن وبينت مدى نجاعتها ومقدرتها على تغيير سلوكيات المتلقين ودفعهم للاهتمام بالسياحة الداخلية.

٢. تحديد المفاهيم

٢,١ - المدونة المرئية (vlog)

وهي اختصار لكلمة video blog وهي مدونة رقمية تعتمد أساساً على الفيديو كوسيلة لنقل المضامين، وتعرف على أنها أحد أنواع التلفزيون على شبكة الانترنت، تختلف عن الأشكال الفيديوية الأخرى حيث تقوم على أسلوب البث عبر الانترنت الذي يتيح للجميع إمكانية

الجدول رقم (١)

يبين مدونة الفيديو المختارة للتحليل

عنوان المدونة التي تناولت السياحة الداخلية:	الإعجابات	المشاهدات
Lalgerie comme vous ne lavez jamais vu	53 ألف	814 ألف
معلومات اتحدك تعرفها عن مدينة القالة	41 ألف	555 ألف
أقوى عشر أماكن يجب زيارتها في وهران Oran's Top 10	77 ألف	مليون
الأكصحرأونا جنة -أقوى التمرور في الجزائر	30 ألف	310 ألف

المصدر: إعداد شخصي

٢,٣ - القراءة التحليلية للمدونات

٢,٣,١ - التعريف بصانع المحتوى

خبيب كواس معروف في الفضاء الرقمي بـ KHOUBAI وهو رحالة ومصور ومنتج أفلام وثائقية جزائري من مواليد مدينة قسنطينة، ذاع صيته بفضل المحتوى الهادف الذي يقدمه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، درس علم الاقتصاد بالجامعة ثم بدأ يفكر في التحرر من قيود الحياة وتجربة حياة السفر والمغامرة، وبدأ يفكر في التدوين الرقمي وصناعة المحتوى، شارك في أضخم مسابقة المؤثرين في الوطن العربي «سديم» وتوج بجائزة أفضل مدون انستغرام سنة ٢٠١٩ وأفضل صانع محتوى سياحي جزائري ٢٠٢٢، ويعد «خبيب» من بين الناشطين المهتمين باللغات الأجنبية وتحديدًا الإنجليزية حيث يسعى للتعريف بتراث بلاده وثقافته أينما حلّ، وهو ما يشعره حسب تصريحاته سابقًا بالمسؤولية اتجاه وطنه، خصوصًا وأن الكثيرون لا يعرفون عن الجزائر إلا القليل. (جاوحدو، ٢٠٢٢، الصفحات ٢٦٩-٢٧٠)

٢,٣,٢ - موضوعات التدوينات

اعتمد صانع المحتوى على الأسلوب السردى في طرحه لجميع مواضيع تدويناته، حيث تضمنت الفلوج الأول زيارته لمدينتي قسنطينة وعنابة الواقعتين في شمال شرق الجزائر، حاول من خلالها اليوتوبر الوقوف على أهم معالم المدينتين الأولى وهي مسقط رأسه (قسنطينة)، بكل ما تحمله من معالم أثرية ومناظر خلابة ومقومات طبيعية تجعلها تحفة فنية فريدة من نوعها وخلفية تاريخية تداولت عليها الحضارات التي مرت على الجزائر، ومدينة أخرى من أجمل المدن الساحلية الجزائرية والتي تبعد عن الأولى بحوالي ٢٠٠ كلم تطل على البحر الأبيض وتحمل من الموروثات الثقافية والتاريخية ما يجعلها وجهة سياحية مميزة.

كما تطرق في مدونته اللاحقة إلى مدينة شرقية ساحلية أخرى ضمن سلسلة من الفيديوهاات التتابعية سماها «معلومات اتحدك ان تعرفها عن مدينة القالة»، احتوت على كم كبير من المعلومات حول المنطقة وقد تزامن صدور هذه السلسلة بعد حادثة الحرائق التي ألمت بالمنطقة، فأراد صانع المحتوى أن يساعد على إعادة البريق للقالة المعروفة بجمالها الساحر والواقعة على الحدود الشرقية للبلاد من خلال إلقاء الضوء على معالمها والبعدين التاريخي والثقافي الذي تحمله، من خلال التطرق لموروثاتها اللامادية من أكلات شعبية ولهجة خاصة وغيرها. وكذا تعريف المشاهد ببعض شواطئها السرية غير المأهولة والتي لا يعرفها إلا سكان المنطقة والمميزة بطبيعتها الخلابة.

أما الفلوج الموالي فأخذنا اليوتوبر من خلاله إلى غرب الجزائر وتحديدًا مدينة وهران، التي تعد من أكبر وأعرق المدن الجزائرية، تزامنت زيارته للمنطقة مع تظاهرة ألعاب البحر الأبيض المتوسط التي أقيمت بالمنطقة حاول عبر التدونة المعنونة بـ top١٠ أن يعطي للمتلقي أفكارًا حول أهم المناطق التي يمكن زيارتها في المدينة، وتزويده بكم كبير ومختصر من المعلومات نظرًا لغنى المنطقة بالمعالم الحضارية والموروث التاريخي والثقافي.

أما الفلوج الأخير فكان حول صحراء الجزائر وتحديدًا واحة بريزينة الواقعة في ولاية البيض، وجاء هذا الفيديو ضمن سلسلة مغامرة قام بها اليوتوبر بعد اصطحابه لشخص من المارة ليرافقه في رحلته، حاول من خلال الفيديو ان يعرف بالمنطقة ومورها التي تتعدى ٣٥ نوع وتقاليد أهلها وأساطيرها والتعريف بموروثاتها الحضارية.

اعتمد اليوتوبر في فيديوهااته على الأسلوب السردى المشوق وطريقة التصوير الاحترافي والموسيقى التصويرية الداعمة للغة التعبيرية وكذا الغرافيك والترجمة أسفل الفيديو حتى يضمن إثارة المشاهد ووصول مدوناته لأكبر قدر من جماهير.

٢,٣,٣ - الموروث الثقافي من خلال التدوينات المختارة

يعد الموروث الثقافي الجزائري غنيا من حيث العناصر نظرا للإمكانات المادية واللامادية التي تزخر بها البلاد، والتي تؤهلها لتكون وجهة سياحية بامتياز، وتمكنها من النهوض بهذا القطاع خصوصًا إذا ما تضافرت الجهود لتطوير الأنماط السياحية المتنوعة التي تميزها كالسياحة الصحراوية والساحلية والجبلية (منجالية، ٢٠١٧، صفحة ٠٤)، وسنحاول في هذا العنصر التطرق لمكونات الموروث الثقافي الجزائري التي تضمنتها تدوينات صانع المحتوى «خبيب» عبر قنواته في موقع اليوتيوب، من خلال تحديد الموروثات المادية وغير المادية.

٢,٣,٣,١ الموروث المادي

ويقصد به كل ما يصنعه الإنسان في حياته العامة وينتجه من أشياء ملموسة، وهي ذات طابع تقليدي تتضمن المهارات والوصفات التي يتناقلها الأجيال كبناء البيوت وصناعة الملابس وإعداد الطعام وغيرها. (هنشيري، ٢٠١٧، صفحة ٩٩)

وعليه ظهرت تمثيلات الموروثات المادية في التدوينات محل الدراسة في:

• المعالم الأثرية والهندسة المعمارية

صور خبيب من خلال فلولج مدينتي قسنطينة وعنابة أهم المعالم الأثرية والعمارة الذي يميز المدينتين فمدينة قسنطينة والتي تسمى بمدينة «الصخر العتيق» أو «الجسور المعلقة» حيث تضم ٧ جسور معلقة شيدها المستعمر قديماً منها ما يزيد عمرها عن القرن ونصف قرن، أضافت إليها الحكومة الجزائرية «الجسر العملاق» وهو آخر الجسور، تضم المدينة العديد من العمران الأثري على غرار «ضريح ماسينيسا» و«نصب الأموات» وهو قوس يتربع على أعلى المدينة و«المسرح الجهوي» الذي شيده المستعمر والذي لا يزال على حاله، وكذا العديد من المساجد القديمة «كالجامع الكبير» والحديثة كمسجد «الأمر عبد القادر» الذي يعد وجهة دينية وعلمية فهو الجامعة الإسلامية للمنطقة، والعديد من الزوايا التي كانت قبلة تعليمية قبل استحداث المدارس، مدينة قسنطينة تعد مهبطاً للعديد من حضارات ومعقلات للعلم والعلماء فهي موطن العلامة «ابن باديس» الذي شيد العديد من المدارس وواجه المستعمر بقلمه وعلمه. وكذلك مدينة عنابة التي تسمى بمدينة «هيون الأثرية» توافدت عليها العديد من الحضارات الفينيقية واليونانية والرومانية ثم العربية الإسلامية، وتعتبر من أقدم مدن شمال إفريقيا، التي تتميز بطبيعتها الساحرة المطلّة على البحر وبنيتها الأثري الذي خلفه المستعمر وكنيسة «سان اوغستان» التي تتواجد في مرتفع في مدينة عنابة ويمكن مشاهدتها من جميع الجهات. استطاع اليوتوبير من خلال تدوينته حول «أفضل ١٠ أماكن في مدينة وهران» أن يبرز معالم المنطقة المعمارية من خلال التطرق لأشهر شوارعها ببنائاتها القديمة وواجهتها البحرية المطلّة على الميناء وكذا مسرحها الجهوي الذي شيده المستعمر الفرنسي والذي لا يزال يحافظ على شكله الأصلي ليحكي قصة الحقبة الزمنية التي مرت بها الجزائر.

إضافة إلى أقدم مساجدها التي تحمل الطابع الأندلسي بحجارتها الأصلية ومسجد «عبد الحميد ابن باديس» الذي يحمل الطابع الإسلامي والهندسة العربية، وكاتدرائية وهران التي تم تحويلها إلى مكتبة يمكن للزوار الاستمتاع بالكتب الموجودة في جو تاريخي مهيب يضم آثار الكنيسة القديمة وتفاصيلها من ألوان الزجاج، الكراسي، الثريات... وكاتدرائية «سانتاكروز» التي تعد معلماً تاريخياً خلفه الإسبان ومقصداً سياحياً يقع في مرتفع المدينة ويعطي للزائر نظرة بانورامية للمدينة، وكذا قلعة «سانتاكروز» التي شُيِّدَتْ بقلعة موجودة بمنطقة أخرى في الجزائر، وهي «للا قورايا» مدينة بجاية والتي كان الهدف منها مراقبة جميع التحركات بالمدن وحمايتها، كما تطرق إلى أبوابها الأربعة والتي تعد من الآثار وهي المداخل المؤدية للمدينة من حدودها الأربعة، والتي تحمل نفس الأسماء القديمة بوابة «كناستيل، بوابة تلمسان، باب سانتون وباب اسبانيول». من بين المعالم الأثرية التي عرضها «خبيب» عبر تدوينته الخاصة بمدينة وهران «مسرح بيت الثيران أو ما يعرف ب la casa de toros وهي حلبة تم تشييدها وقت المستعمر الفرنسي، تحمل الطابع الروماني والإغريقي القديم بهندسته المميزة التي تراعي أسلوب انتشار الصوت دون مكبرات.

مدينة القالة هي الأخرى معقل للآثار والمعالم التي تروي تعاقب الحضارات الفينيقية والبيزنطية والعثمانية على الجزائر حيث تتواجد بها حفريات وصخور منقوشة فسرها العلماء بأنها «الكتابة الليبية البونية».

وهي كتابة السكان الأصليين لشمال إفريقيا قبل مجيء الرومان تروي حكايات قديمة، فمدينة القالة كانت من بين المدن التي اتخذها الفينيقيون مركزاً للتواصل التجاري في شمال إفريقيا، تضم البنية الأثرية كدار الحاكم والكنيسة التي تعد مرشداً للبحارة في تلك الفترة (القرن ١٦)، وكذا طواحين القمح التي كان يخزن فيها القمح ويطحن استعداداً للمبادلات التجارية مع أوروبا. إضافة للمدارس والكتليات والمساجد التي تعكس المستوى الحضاري للمنطقة في القرن ١٧.

من بين المعالم الأثرية التي تطرق إليها خبيب عبر تدويناته هو قصر «مباركة» الواقع في مدينة المنيعية وهو قصر خاص «بأميرة من بني هلال» يتميز بشكله الهندسي الفريد والذي يحتوي على بابين كبيرين أحدهما خاص بالجنود والآخر بالفلاحين كما يضم مركز شؤون الإمارة، وقاعة الاجتماعات، ومركز الحراسة التي تعكس بساطة أهل المنطقة وثقافتهم.

• الأزياء واللباس والحلي التقليدي

يعتبر اللباس التقليدي الأصل من المقومات الثقافية، التي تبرز مدى تمسك الفرد الجزائري بهويته وتراثه الضارب في عمق الحضارة. ولعل التنوع الثقافي الجزائري من شرقه إلى غربه، ومن شماله إلى جنوبه يعكس أصالة تراثه وثروة التقاليد والتنوع الحضاري في الأزياء التقليدية لكل شبر من المناطق الوطنية التي تروي كسوتها رمزية قومية لكل شبر من ربوع الوطن، حاضراً أصبحت هذه الأزياء ترتدى في المواسم والحفلات والأعراس تزين بها النسوة والرجال كل بزيه المخصص، فجد في فلولج قسنطينة الحديث عن التراث القسنطيني عبر «القندورة القسنطيني» وهي رداء من قماش القطيفة مطرز بخيوط الذهب، ترتديه المرأة مع ذهبية تميز أهل المنطقة منها «المحزمة» و«الرديف أو الخلخال»، وفي غرب الجزائر نجد «البلوze الوهراني» و«الشدة التلمسانية» الذي يعد من أرقى الملابس في الغرب الجزائري، وأدرج ضمن اتفاقية حماية التراث الثقافي اللامادي التي وضعتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة «يونسكو» عام ٢٠٠٣ وصادقت عليها الجزائر عام ٢٠٠٦، إضافة إلى الزي القبائلي الذي ينتشر عادة في منطقة جرجرة الجبلية فيسمى «الجبة القبائلية» أو «ثاقندوث نلقبايل»، وهو عبارة عن فستان ملون يرمز إلى الحياة. يزين بالأساور الفضية، والحزام الذي يربط خصر المرأة، والفوط التي ترتديها المرأة فوق الفستان، وغطاء للرأس، وهو مصنوع من الحرير. والملحفة الشاوية الذي ترتديه النساء في منطقة «الأوراس» شرقي البلاد، وهو مكون من جزأين؛ علوي وسفلي، يربط بينهما حزام من الصوف، وتزينه النساء بحلي من الفضة والخلخال (زيماموش، ٢٠٢٢)، أما أهل الصحراء فخصوصية المنطقة ومناخها الحار يلزمهم على ارتداء البسة فضفاضة وهي جزء من تقاليد البلاد وثقافة سكانها، وعادة ما تكون ملابس خفيفة زاهية يسمى ثوب المرأة «بالمحفة» وهو رداء يستترها من أعلى رأسها إلى أسفل قدمها، ورداء الرجل يسمى «بالدرعة» المصحوب بالشاش وهو خمار يلف على الرأس منه ما يغطي الوجه مثل رجال التوارق ومنهم من يكتفي بغطاء الرأس. (والعرب، ٢٠٠٩)

وعلى الرغم مما يمثله الزي التقليدي بتنوعه وتراثه من خصوصيات سوسيوثقافية وتاريخية جعلت منه قيمة مقدسة، إلا أن رياح العصرية مسته وهو ما رفع من كلفته ولم يعد في متناول الجميع، خصوصاً وأن

هذه الأزياء تعد جزءاً من تقاليد الأعراس حيث ترتديها العروس في الاحتفال وتسمى «بتصديرة العروس» التي تتباهى بها أمام معزيمها.

• المطبخ جزء من التراث

يعد المطبخ جزء لا يتجزأ من ثقافة المجتمع فهو انعكاس له، حيث تختلف أنواع ونكهات الطعام تبعاً للثقافة التي بدورها تأثرت بالبيئات الاجتماعية والجغرافية والتاريخية، وهو حال المطبخ الجزائري حيث تنوع الأكلات الجزائرية الشعبية حسب المناسبات وتتعلق بتقاليد وعادات المنطقة، إذ تختلف من مدينة لأخرى وهو ما يزيد من ثراء المطبخ وتنوعه.

فجدد المطبخ القسنطيني في تدوينته الأولى يشتهر بأكلة «الشخشوخة» وذات الطبق يصنع في عدة مناطق جزائرية لكن بمكونات وطريقة تحضير مغايرة، يجهز في المناسبات الخاصة وهو مرتبط بالأفراح، أما في مدينة وهران فانتشر بالأكلات الشعبية وتحديداً أكلة «الكارانتিকা» والتي تعد جزءاً من تقاليد المنطقة تحاكي أصالة الشعب البسيط، فهي في متناول الجميع نظراً لسعرها الرمزي، في حين تشتهر مدينة القالة بالسمك وجميع الطبخات المرتبطة بهذا المكون الموجود بكثرة في المنطقة على اعتبار أنها مدينة ساحلية متميزة، أما جنوب الجزائر فيشتهر بأكلة «الزفطي» وهي طبق يصنع بكونات خاصة أساسها الفلفل الحار وهو مرتبط بعادات أهل المنطقة وتقاليدهم.

٢,٣,٣,٢ - الموروث غير المادي

ويضم مجموع التصورات والممارسات والتمثيلات وأشكال التعبير والمهارات غير الملموسة كالأدب واللغة والموسيقى والغناء والحكايات والأساطير والرقص وهي تعبر عن هوية الوطنية وتعكس مدى استمرارية وتجذر الثقافة. (هنشيري، ٢٠١٧، صفحة ١٠١)

• لغة ولهجات المناطق المصورة

تعتبر اللغة من بين أهم الركائز التي تقوم عليها هوية المجتمعات، إذ تتعدى كونها أداة تعبيرية أو وسيلة تواصلية إلى اعتبارها جزءاً من السيادة القومية والوطنية، فثقافة الأمة تنبع من معاجمها وتراكيب نصوصها، فما من صراع بشري إلا وصاحبه صراع لغوي وما من حضارة إنسانية إلا وصاحبها لغة، وهو ما أدركه خبراء الحروب خصوصاً بعد الدراسات الأنتروبولوجية المهتمة بالبعد الكولونيالي لتحديد سبل النجاح في التوسع الاستعماري، فكل الدول المستعمرة تهتم بلغات مستعمراتها بغية طمس هويتها وضد معالمها على غرار الإستعمار الفرنسي للجزائر. (العبد، ٢٠١٧-٢٠١٨، صفحة ٢٧٢) وتعد اللغة عنصراً من عناصر التوريث الثقافي واللهجة جزءاً من هوية الشعوب، والملاحظ على الجزائر تنوع لهجات سكانها، وكثيراً من الأحيان تحيل اللهجة إلى الانتماء الجغرافي للفرد، وهي تمثل تراثه الموروث من أجداده والذي لا يستطيع الانسلاخ عنه، لأن اللهجة تعتبر أحد العناصر الأساسية للموروث وليس فقط وسيلة لنقل عناصر الموروث الثقافي، أو وعاء يخزن بداخله المجتمع تراثه (هنشيري، ٢٠١٧، صفحة ١٠٧) حيث نجد سكان مدينة القالة تقترب لهجتهم من سكان تونس في حين سكان وهران الواقعة غرب الجزائر لهجتهم أقرب للمغربية، في حين تتميز لغة الوسط بلحن يميز

لهجة سكانها وكذلك سكان الجنوب فالملاحظ تغيرهم لبعض الحروف أثناء نطقها كنطق القاف مكان الغين ويسمون «بالعرب القحاح»، وكل اللهجات الجزائرية تمتزج بكلمات فرنسية نظراً للخلفية التاريخية التي تميز البلاد ومخلفات المستعمر الفرنسي.

• الموسيقى والفولكلور الثقافي

تندرج الموسيقى ضمن الموروثات اللامادية التي تعكس ثقافة البلاد وإرثها الحضاري، وتنوع الموسيقى في الجزائر بين الموسيقى الغنائية والآلات الموسيقية إلى الرقص والمسرح والإيماء والشعر الغنائي، وتشمل العديد من أشكال التعبير الثقافي التي تنعكس فيها روح الإبداع البشري، وتظهر الموسيقى الجزائرية في سياقات متنوعة منها المقدس أو الكلاسيكي أو الشعبي، حيث تروي تاريخ المجتمع المحلي فنجد الموسيقى الأندلسية أو «المالوف» الذي يميز منطقة قسنطينة وعنابة كما ظهر في فلوج المدينتين، «الطابع لشعبي» الذي تشتهر به العاصمة و«الراي» في المناطق الغربية من البلاد و«القناوة والشعر الملحون» في الصحراء، كما تنوع الطوابع الموسيقية وتختلف باختلاف المناسبات، فاحتفالات الزواج لها موسيقاها الخاصة، وكذلك هو الحال بالنسبة للأعياد والمناسبات الاجتماعية الأخرى.

أما الرقص فهو يتعدى وصفه بحركات الجسم المنتظمة المؤداة على إيقاع الموسيقى وخطوات وإيماءات تعبر عن شعور ومزاج معين إلى كونه جزءاً من التراث اللامادي للبلاد، حيث تنوع طبوع الرقص الجزائري من منطقة إلى أخرى ومن رقصات فردية إلى أخرى جماعية فولكلورية، كرقصة العلالي غرب البلاد أو رقصة الرجل التارقي في الصحراء، أو رقصات الشاوية المصاحبة لطلقات البارود وتستخدم فيها الأحصنة، وتتميز بين الرقصات نسائية والرجالية، كل منها يعكس إرثاً ثقافياً يميز سكان المنطقة وتقاليدها، وهو ما حاول اليوتوبر أن يتطرق إليه في فيديوهات مدينتي قسنطينة وهران وبوسعادة.

• حكايات أهل المنطقة

من بين الحكايات التي تطرق إليها «خبيب» في فلوغ مدينة القالة هو أصل تسميتها التي كانت في الأساس «مرسى الخرز»، وقام التجار الفرنسيين القادمين من أجل المرجان الذي تشتهر به المنطقة بتغيير اسمها إلى القالة نسبة إلى le calle أو المكان الذي ترسو فيه السفن، كما تطرق لأصل تسمية مدينة «بريزينة» والتي تعود حسب أهل المنطق إلى كلمتين مركبتين «البر - الزين» والسبب في تسميته يعود إلى أسطورة المرأة الجميلة التي كانت تسكن تلك المنطقة، وكان يقال أن جمال وإبل تلك المنطقة كانت قوية يمكن للمسلمين أن يركبوها لأداء مناسك الحج، من بين الحكايات والأساطير التي تروى في الصحراء تلك التي جرت وقائعها في جبال الغور حول امرأة تجعى «مباركة بنت خص» تميزت بحنكتها وذكايتها فبعد أن رفضت الزواج بالسلطان بغزو منطقته فلجأت لجبال الغور المعروفة بصعوبة ووعورة المكوث فيها، وبحكم معرفتها الجيدة للمنطقة تمكنت من الاختباء فيها وبناء صور حولها، فتم حصارها هي وأهلها وظلت دون مؤونة ولكن لذكايتها قامت بإطعام مواشيتها كل الشعر الذي تملك وقامت بغسل الاوبار في الجبال ففضن الغازون أنها تملك من المؤونة (ماء وشعير) ما يمكنها من الاختباء

لفترة طويلة ففكوا حصار المنطقة، وتوجهت بعدها إلى مدينة المنية.

خاتمة وتوصيات

يكشف الجديد عن كل منطقة يزورها، لذا وجب استغلال التكنولوجيا بأوجهها قاطبة للقيام بهذا القطاع واستغلاله بالشكل الأمثل، كما وجب تشجيع الشباب الصانع للمحتوى السياحي على تكثيف المضامين المتعلقة بالسياحة الداخلية، وتكوين الإطارات في هذا المجال وتفعيل دور المختصين من المؤرخين والعاملين في مجال السياحة لإعطاء صورة حضارية وسوسيوكثافية عن المدن الجزائرية لتوضيح الصورة الحقيقية للجزائر في أعين العالم.

شكلت الثقافة الجزائرية تركيباً من مكونات التراث وإنجازات الحاضر، وهي ظاهرة تكشف عن الطابع الدينامي للثقافات، فالثقافة تتشكل من مكونات ماضية وأخرى حاضرة، والموروث الثقافي الجزائري زاخر بمكوناته المادية وغير المادية المتنوعة من منطقة لأخرى نظراً لشساعة الجزائر، ولها من المقومات ما يؤهلها لأن تكون وجهة سياحية بامتياز، فطبيعياً نجد فيها السواحل، الهضاب والسهول والصحراء كما أن أطلسها زاخر بالمتاحف الطبيعية، وتاريخياً لها إرث حضاري ضارب في أعماق التاريخ، ولها من الموروثات الثقافية التي تجعل السائح

قائمة المراجع

١. العيد. (2018-2017). البعد الثقافي للعلومة وأثره على هوية الشباب الجامعي الجزائري. رسالة دكتوراه علوم تخصص علم اجتماع التربية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة محمد لمين دباغين، سطيف.
٢. ايمان هنشيري. (2017). الموروث الثقافي الجزائري الواقع والافاق. حوليات التراث(17).
٣. حمزة عيجولي. (2021). الموروث الثقافي ودوره في التنمية السياحية وحركة المجتمع "مدينة بوسعادة أمودجا". ابحاث ودراسات التنمية، 02.
٤. خبيب كواس. (2023, 04 01). khoubaï. تم الاسترداد من https://www.youtube.com/results?search_query=%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A9%8A%D8%A8+%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A
٥. راضية بن جاوحدو. (2022). صناعة المحتوى الهادف في الفضاء الرقمي الجزائري عرض لبعض النماذج الجادة والناجحة. رقملة للدراسات الاعلامية والاتصالية، 01.
٦. شهيناز زياد. (2023). الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر عبر منصة اليوتيوب من خلال الفلوج دراة تحليلية لفيدويوهات خبيب سنة 2022. المعيار، 27(03).
٧. فتيحة زياموش. (2022, 02 08). أزياء تقليدية. تم الاسترداد من العربي الجديد: <https://www.alaraby.co.uk/>
٨. منتدي الجلفة لكل الجزائريين والعرب. (2009, 10 02). تم الاسترداد من <https://www.djelfa.info/vb/showthread.php?t=193711>
٩. منجالية، ا. (2017). الامكانيات والمقومات السياحية في الجزائر. مجلة دراسات وأبحاث، 26.
١٠. نادية شريف. (2021, 12 24). الشروق اونلاين. تم الاسترداد من المؤثر خبيب كواس: <https://www.echoroukonline.com>
١١. وكالة الانباء الجزائرية. (2023, 01 31). قسنطينة: ارتفاع معتبر لعدد السياح الأجانب خلال سنة 2022. تم الاسترداد من <https://www.aps.dz/ar/regions/138700-2022#:~:text=>

المحتوى السياسي الساخر على شبكات التواصل الاجتماعي: بين فعالية الخطاب وتحديات الصناعة

د. العربي بوعمامة

جامعة عبد الحميد بن باديس - الجزائر

larbisc@gmail.com

سفيان غنيو

جامعة عبد الحميد بن باديس - الجزائر

soufyane gheniou.etu@univ-mosta.dz

ملخص

هدفت الدراسة إلى تقديم لمحة عن المحتوى السياسي الساخر على شبكات التواصل الاجتماعي والبحث في فعالية واستراتيجيات إنشاء محتوى سياسي ساخر وفعال، مع مراعاة التحديات التي تواجه صناعه، كما وتسعى الدراسة لمعرفة دوره في تشكيل الخطاب وتعزيز التفكير النقدي ومنه تفعيل الفضاء العمومي الافتراضي، وقد استعنا في هذه الورقة البحثية بمقاربة التحليل السيميولوجي «لرولان بارث R.Barth كونها المقاربة الأكثر شمولاً وعمقاً لفهم الصورة الكاريكاتيرية، باعتبارها شكل من أشكال المحتوى السياسي الساخر، واستنطاق علاماتها ومدلولاتها، علاوة على ذلك اعتمادنا على أداة تحليل المضمون، لفهم بنية البرامج السمعية البصرية الساخرة والبحث في طبيعتها وتفكيك رسائلها خاصة كونها برامج مثيرة للجدل سواء من حيث مضمونها، أو من حيث تركيبها، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن: المحتوى السياسي الساخر وسيلة فعالة لجذب انتباه الناس وتشجيعهم على التفاعل والمشاركة، كما يساعد في تعزيز التفكير النقدي عن طريق الكشف عن التناقضات السياسية وازدواجية الخطاب السياسي الدولي في تعاطيه مع القضايا والأحداث السياسية، فيما أوضحت النتائج أيضاً أن صناعة المحتوى السياسي الساخر في عالمنا العربي يواجه العديد من التحديات والرهانات منها تحديات متعلقة بالمضمون وغياب الخبرة، ومنها المتعلقة بالجانب المادي كالتمويل ومشكلة التقنية خاصة بالنسبة للمنتجين الصغار أو المستقلين.

الكلمات المفتاحية

المحتوى الرقمي، السخرية السياسية، البرامج السياسية الساخرة، الخطاب

١.١ - الإشكالية

وسيلة فعالة لجذب الجمهور والتشجيع على التفكير النقدي والمشاركة السياسية، في حين يرى آخرون أنه يشكل تهديداً للديمقراطية والاستقرار الاجتماعي.

وفي هذه الدراسة العلمية، سنحاول التقرب من ظاهرة صناعة المحتوى السياسي الساخر والبحث في فعاليته، والكشف عن موضوعاته وأشكاله في الفضاءات الرقمية، كما سنركز على أهم التحديات التي تواجه صناع المحتوى السياسي الساخر خاصة في عالمنا العربي، وتكمن أهمية الدراسة في كونها تقدم تحليلاً للمحتوى السياسي الساخر والمتمثل أساساً في بعض الصور الكاريكاتيرية، وبرامج سمعية بصرية ساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي.

وانطلاقاً مما سبق سنحاول في هذه الدراسة بشقها المنهجي والتحليلي الإجابة على التساؤل التالي: ما مدى فعالية المحتوى السياسي الساخر عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي استراتيجيات وتقنيات إنتاج المحتويات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟

لقد أتاح ظهور وسائل التواصل الاجتماعي أساليب جديدة في التواصل والتفاعل بين الأفراد ومن أبرزها القدرة على مشاركة ونشر المعلومات بسرعة وسهولة، وفي السنوات الأخيرة أصبح المحتوى السياسي الساخر مُطْماً شائعاً للحوار داخل المجتمعات الافتراضية، متحولاً بذلك إلى ظاهرة رقمية تدرج ضمن فنيات الخطاب وأمطاطه، فلا تكاد تخلو منصة رقمية من المحتويات الساخرة، سواء كانت نصوص، منشورات، صور كاريكاتيرية، أو مقاطع فيديو، أو رسوم متحركة، أو ميمات رقمية Memes متموقعة في حقول ومجالات متعددة، سياسية كانت أو اجتماعية.

فالمتتبع للمحتوى الرقمي الساخر خاصة السياسي في عالمنا العربي، سيلاحظ نوعاً من الحركية والديناميكية في طبيعته، خاصة بعد موجة الحراك والغليان السياسي الذي شهدته المنطقة العربية أوما أطلق عليه بـ «ثورات الربيع العربي» التي كانت أحد الأسباب الحقيقية لظهوره وانتشاره، وقد تجلّى ذلك في العديد من الخطابات المعارضة والرافضة للواقع الاجتماعي والسياسي المعاش، المتسمة بروح الدعابة والضحك والكوميديا، والتي لجأ إليها الشباب بغية التعبير عن آراءهم وأفكارهم وتوجهاتهم السياسية، ونقد هياكل السلطة والمطالبة بالتغيير، مستثمرين في هامش الحرية التي تتمتع به البيئة الافتراضية، وقد أشاد بعض علماء الاتصال السياسي بالمحتوى السياسي الساخر باعتباره

السخرية السياسية: تعتبر فن من الفنون الشعبية التي لعبت دورا هاما في المجتمعات، حيث تتخذ أشكالا متعددة في الثقافة الشعبية تركز على إلقاء الضوء على القضايا السياسية المعقدة التي تؤثر على حياة الناس، بطريقة نقدية ساخرة كالسخرية من الحكومات، والشخصيات السياسية وغيرهم من أصحاب السلطة. (Townsend, McDonald, & Esders, 2008, p. 02)

المحتوى الساخر: يقوم المحتوى الساخر عبر الشبكات الاجتماعية، على استخدام النصوص والكلمات والفيديوهات، لتقديم معاني هزلية مخالفة للحقيقة، تحمل في طياتها دلالات توحى بوجود خطأ ما أي يعتمد على المعاني الكامنة التي لا تظهر بشكل مباشر. (رفعت، ٢٠٠٨)

صناعة المحتوى الساخر: يمكن تعريفها إجرائيا بكونها: مجموعة معقدة من العمليات والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء وتوزيع محتوى ساخر عالي الجودة يجذب الجمهور المستهدف، ويحقق إيرادات ويحافظ على معايير اجتماعية وأخلاقية.

المحتوى السياسي الساخر: نوع من المحتوى الرقمي الذي يستخدم الفكاهة والسخرية للنقد والتعليق على القضايا والشخصيات والأحداث السياسية، وغالبًا ما تستخدم السخرية الافتراضية كأداة للكشف عن العيوب والتناقضات في الأنظمة السياسية وتسلط الضوء على السخافة في بعض المواقف أو الأفعال السياسية.

شبكات التواصل الاجتماعي: مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت والتي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ٢.٠، تتيح التواصل بين الأفراد داخل بيئة المجتمع الافتراضي، تجمعهم روابط اهتمام أو شبكات الانتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر، مثل إرسال رسالة أو الاطلاع على ملفات شخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وقد صنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع ٢.٠ لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها. (BOYD & ELLISON, 2017)

عرفها الأستاذ إبراهيم بعزیز (٢٠١١) بكونها: «مواقع تستعمل من قبل الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل أن ينشأ صفحته الخاصة، وينشر سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص وينشر تسجيلات الفيديو».

٣. منهج وأدوات الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث والدراسات الوصفية، التي تهتم بدراسة الظواهر الإعلامية في وقتنا الراهن، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ويعد من أكثر المناهج استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات، يعتمد عليه الباحثون في الحصول على البيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والذي يؤثر في كافة الأنشطة. (السمراي و قندلجي، ٢٠٠٩، ص ١٨٧)

• ماهي التحديات التي تواجه صناع المحتوى السياسي الساخر في الفضاءات الرقمية؟

• ماهي الأبعاد الدلالية والرمزية التي تحملها الصورة الكاريكاتيرية على تطبيق الفايس بوك Facebook؟

• كيف تعاطت البرامج السياسية الساخرة «السلط الإخباري» وبرنامج «الليلة مع نديم» مع القضايا والأحداث السياسية في الوطن العربي؟

• كيف تفاعل جمهور ومتابعي البرامج السياسية الساخرة مع المحتويات التي تقدمه؟

• ماهي المواقف والاتجاهات التي تشكلها برامج محل التحليل؟

١.٢ - أهداف الدراسة

• تسعى الدراسة إلى تقديم لمحة عن صناعة المحتوى الساخر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

• الكشف عن استراتيجيات وتقنيات إنتاج المحتويات الساخرة على شبكات التواصل الاجتماعي.

• معرفة دور المحتوى السياسي الساخر في تشكيل الخطاب وتعزيز التفكير النقدي.

• البحث في فعالية المحتوى السياسي الساخر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

• معرفة التحديات والرهانات التي تواجه صناع المحتوى الساخر في الفضاءات الرقمية.

٢. تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

المحتوى الرقمي المحتوى أو المنتج الرقمي: كلاهما يشيران لنفس المعنى، لكن يكمن الاختلاف في الاستخدام فقط، فالمنتج الرقمي مصطلح يستخدم في الأدبيات الأكاديمية، بينما المحتوى الرقمي مصطلح شائع ومتداول تطبيقيا، فهو مصطلح يصف الاستخدام المحدد للعروض الرقمية، ويعتبر المحتوى الرقمي والمنتجات الرقمية كأشياء مبنية على (Bit وتوزع عبر الشبكات الإلكترونية على سبيل المثال: الأخبار، الجرائد والمجلات الإلكترونية، مقاطع الفيديوهات، النصوص، الأفلام الصور التسجيلات الصوتية وغيرها من المحتويات. (Koiso-Kanttila, ٢٠٠٤) مفهوم السخرية Satire : جاءت السخرية في قاموس The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms بمعنى: أسلوب تعبيري يكشف أوجه القصور لدى الأفراد والمؤسسات، والمجتمعات أو للآذراء و التهكم، غالبا ما تكون السخرية عنصر عرضيا في الأعمال الأدبية، قد لا تكون ساخرة تماما خاصة في الكوميديا، كما تختلف نبرتها من التسلية المتسامحة كما وظفها الشاعر الروماني «هوراس Horace»، إلى السخبط المرير كما عند الكاتب «جوناثان سويفت Baldick». (Jonathan Swift, ١٩٩٦)

ما حيال قضية معينة وتنقسم إلى عدة فئات وهي: الاتجاه المؤيد، الاتجاه المعارض، الاتجاه المحايد.

*** فئة الأهداف:** تبحث هذه الفئة حول الغرض والغاية من وراء بث وعرض البرامج ثم القضايا المطروحة، سواء كان الهدف منها الإخبار والإعلام وتقديم معلومات، أو التعريف بقضية، أو شخصية، أو النقد والهجاء، أو التغير والتوجيه... إلخ.

أما فيما يخص وحدات التحليل، فلقد اعتمدنا على وحدتين: وحدة الفكرة، ووحدة الزمن.

٤. مجتمع البحث وعينة الدراسة

نظرا لطبيعة واستحالة تطبيق الدراسة على كل المضامين الساخرة على الشبكات التواصل الاجتماعي ارتأينا إلى رصد برنامجين سياسيين ساخرين على منصة YouTube متمثلان في "السليط الإخباري" عبر قناة AJ+ وبرنامج "الليلة مع نديم" عبر قناة "Sky News" يتراوح عدد حلقات التحليل بثماني حلقات، بالإضافة إلى صورة كاريكاتيرية للرسام "علاء اللقطة" عبر موقع الفيسبوك Facebook تم اختيارهم بأسلوب العينة القصدية Purposive sample.

المحور الثاني:

المحتوى السياسي الساخر في الفضاء الافتراضي

١. استراتيجيات صناعة المحتوى الساخر في البيئة الرقمية الجديدة

قد يعتقد البعض أن عملية صناعة المحتوى الساخر في الفضاء الرقمي عملية سهلة لا تتطلب منك سوى امتلاك أجهزة إلكترونية، وشبكة الأنترنت، وحساب على الشبكة، بل العكس تماما المحتوى الساخر يعد عملية معقدة تتطلب العديد من الاستراتيجيات والمهارات، التي يجب على صناع المحتوى الساخر ضرورة مراعاتها والتقيد بها نذكر منها:

١,١- الرسالة والتقنية: يجب على صانع المحتوى فهم طريقة عمل هذه المنصات، أو الشبكات والاطلاع المعمق حول بنية الفضاء الرقمي وطريقة عمله، بالإضافة لذلك على صانع المحتوى الساخر إدراك وفهم المناخ الثقافي والسياسي الحالي، فضلاً عن إتقان الأسلوب الساخر وتقنيات السخرية وغيرها من الأساليب المشابهة كما يجب على صانع المحتوى الساخر الحرص على تحديد مواضيع مهمة ومبتكرة وهادفة فالرسالة تلعب الدور المحوري والأساسي وتعد بمثابة الخطوة الرئيسية الأولى في صناعة المحتوى.

١,٢- تحديد الجمهور المستهدف: إن فهم الجمهور المستهدف للمحتوى الساخر الخاص بك أمر بالغ الأهمية سيساعدك هذا على تخصيص المحتوى الخاص بك وفقاً لتفضيلاتهم وجعله أكثر ارتباطاً وفعالية.

١,٣- الارتباط والاطلاع: يجب على صانع المحتوى الساخر الاطلاع الدائم على الأحداث الجارية والمواضيع الشائعة غالباً ما يتم استخدام السخرية للتعليق على أحداث اليوم وانتقادها، لذا فإن الفهم الجيد لما يحدث

أ. **مقاربة رولان بارث:** هناك عدة مقاربات تحليلية للصورة تختص كل واحدة منها بأدوات تحليلية متميزة، إلا أن مقاربة «رولان بارث» تبقى الأكثر شمولية في التحليل نظراً لما تسمح به من تشكيل نظام الدلالة وفحص المعاني التي تتضمنها الصورة، حيث تركز هذه المقاربة على الاستدلال من مداخل الصورة ومخارجها وآليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة، فهي مقاربة تحدد العوامل الإدراكية التي تحيل بها الصورة. (يخلف، ٢٠١٢، ص ١٣٤)

ويقسم (Barthes, ١٩٦٤) قراءة الصورة إلى مستويين التعيين والتضمن Dénotation et connotation ويعتبران من المصطلحات السيميائية الشائعة في الدرس النقدي الحديث، كون كل نظام سيميائي يحتوي على صعيدين مختلفين صعيد التعيين وصعيد التضمن، ويعرف «هيلمسليف Hjelmslev» والتضمن في كتابه «مركب دال /علاقة دال /مدلول» أو في «théorie de langage» باعتباره «مركب دال (علاقة دال /مدلول) أو في كل نظام من أنظمة التعبير والتواصل والتضمن كنظام ثان من الفهم الإيديولوجي، والتاريخي، والاجتماعي. (توسان، ١٩٩٤، ص ٤٢)

المستوى التعييني: هو القراءة السطحية الأولية للرسالة وبعبارة أخرى هو ذلك الانطباع الأول لمستقبل الصورة، بمعنى أننا في بادئ الأمر نتعرف على الأشكال والخطوط والألوان المشكلة للرسالة والمتمثلة لدليل ما يظهر عليه بأنها البسيطة، فهو ما يمثل ما تعرضه الصورة مع الواقع بين الدال والمدلول». (بلخيري، ٢٠١٢، ص ٥٢)

وتعنى القراءة التعيينية بمكونات الصورة ومختلف أجزائها الظاهرية.

المستوى التضمني: يعرفه «رولان بارث» وضع يأتي من أجل مضاعفة الوضع الأول في المستوى التعييني الذي له مدلوله. (بلخيري، ٢٠١٦، ص ١٥٥)

فالتضمن هو القراءة المعقدة للرسالة وما وراءها، لاستنتاج الرموز ومختلف الدلالات والإيحاءات التي تحملها.

ب. تحليل المحتوى: يعد تحليل المضمون من الأدوات البحثية المستخدمة في عملية جمع المعلومات في الدراسات الإعلامية، ولمقتضيات وأهداف الدراسة وتركيبها توجب علينا الأخذ بفئات الشكل (كيف قيل؟) والمتمثلة في:

*** فئة الزمن:** تهتم في قياس الحجم الزمني المستغرق في معالجة القضايا المطروحة ما يفسر لنا اهتمام القائم بالاتصال وتوجهاته

*** فئة التفاعلية:** تنظر هذه الفئة في المجال التفاعلي بين المضمون والجمهور المشاهد ومن مؤشراتنا: التعليق، الإعجاب، المشاهدة.

أما فئات المضمون (ماذا قيل؟) فكانت على النحو الآتي:

*** فئة المواضيع:** وهي الفئة التي تعنى بطبيعة المواضيع والقضايا التي يتناولها برنامج محل الدراسة خلال فترة الدراسة، ويهتم بها.

*** فئة المواقف:** يستعين الباحث بهذه الفئة لمعرفة ردود أفعال مضمون

في العالم أمر ضروري.

١,٤- استخدم السخرية: السخرية أداة قوية في إنشاء المحتوى ساخر تعد بمثابة روح المحتوى ووسيلة جذب وتشويق.

١,٥- عنصر التشويق والجذب: تأكد من أن المحتوى الخاص بك جذاب بصرياً ويسهل مشاركته على منصات الوسائط الاجتماعية.

١,٦- حدود السخرية: وتعد من بين التحديات التي تواجه صانع المحتوى الساخر، لذلك يجب مراعاة حدود السخرية والمعايير الأخلاقية وذوق الجماهير يجب تجنب المحتوى المسيء أو المؤذي، وضرورة الالتزام بمبادئ أخلاقية والاطلاع على القوانين المتعلقة بالنشر الإلكتروني بالإضافة إلى أن تكون ناقدًا وهادفًا.

- المطالعة ودراسة أدبيات السخرية والكتابة الساخرة لإنشاء محتوى ساخر فعال، من المهم أن يكون لديك فهم عميق لتاريخ وتطور الهجاء.

- ادرس الأعمال الهجائية الكلاسيكية، مثل "اقتراح متواضع" لجوناثان سويتف، والبخلاء للجاحظ وغيرها من الأعمال للتعرف على العوامل التي تجعل السخرية فعالة وكيفية تطورها بمرور الوقت.

- استخدم عناصر الوسائط المتعددة: توفر الأنظمة الأساسية الرقمية مجموعة كبيرة من الفرص لدمج عناصر الوسائط المتعددة في المحتوى الساخر الخاص بك، مثل الصور ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة.

- يجب أن يتسم الفيلم بروح الدعابة، ولكن ليس بشكل مفرط في العدوانية أو لثيم الروح.

- ضع في اعتبارك استخدام السخرية لخلق تأثير كوميدي.

٢. التحديات والرهانات التي صناع المحتوى السياسي الساخر عبر شبكات التواصل الاجتماعي

قد تواجه صناع المحتوى الساخر العديد من التحديات والصعوبات في الفضاء الرقمي ومن بينها مايلي:

٢,١- المحتوى الساخر satirical content والأخبار المزيفة Fake News: قبل بداية الحديث عن الخلط المفاهيمي لا بد من تحديد مفهوم الأخبار الكاذبة Fake News ويقصد بها: "قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار حقيقية منتشرة على الإنترنت أو تستخدم وسائط أخرى، وعادة ما يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية أو على سبيل المزاح، فغالبا يصعب تحديد ما هو خطأ أو ما هو غير صحيح. (Molina, Sundar, Thai, & Dongwon , ٢٠٢١)

فيعد الخلط المفاهيمي والوظيفي بين المحتوى الساخر والأخبار الكاذبة من بين أكثر المشاكل والتحديات التي يقع فيها صناع المحتوى الساخر خاصة على المستوى الإدراكي والفهم للمصطلحين عند الجمهور، فالأغلبية ينظر للسخرية باعتبارها أخبار كاذبة فيساء فهمها والتفاعل معها، وهذا بحد ذاته إشكالية تحتاج الدراسة والتحليل، فسوء التفرة بينهما

قد يوقع صاحب المحتوى الساخر في دائرة التضليل والتلاعب والمساءلة من جهة، ومن جهة أخرى نفور الجمهور المتلقي وضرب مصداقية ناشئ المحتوى الساخر والتشكيك في طبيعة المضمون الساخر" بمجرد تحويل الأخبار والتعليق عليها بطريقة كوميدية قد يراها البعض أنها كاذبة وخاطئة. (Amarasingam, ٢٠١٤)

فعلى سبيل الذكر: نجد وسائل الإعلام هي الأخرى تخلق بين المحتوى الساخر والأخبار المزيفة، كما وجدنا العديد من الدراسات التي تناولت هذه الإشكالية فدلّل The Guardian Guide to Fake News صنفها على أنها أخبار كاذبة. (Bedard & Schoenthaler, ٢٠١٨)

٢,٢- ضمان ولاء الجمهور: من بين المشاكل التي تواجه "صناعة المحتوى" مشكلة اللغة وإرضاء الجمهور التي باتت تعتبر تحدياً وعائق كبير يواجه صناع المحتوى الساخر، فغايتهم بالدرجة الأولى هي ترضية الجماهير وإقناعهم بفحوى الرسالة ومن تم تعزيز ضمان ولاء المشاهدين والمتابعين (ZHAO, ٢٠١٦)

٢,٣- تشبع السوق: في ظل وجود الكثير من المحتوى المتاح عبر الإنترنت، قد يكون من الصعب على المحتوى الساخر أن يبرز بين مجموعة كبيرة من المحتويات الأخرى، لاسيما في ظل المنافسة الشديدة والكم الهائل من المحتويات وصانعي المحتوى الساخر بذاته.

٢,٤- سطوة الرقابة: قد يتم التضييق على صناع المحتوى الساخر في البيئة الرقمية باعتبار المحتوى الساخر يتضمن على تجاوزات أخلاقية أو يحمل خطابات عدائية تدعو للعنف وخطاب الكراهية مما قد يؤدي إلى رقابة من قبل المنصات، أو اتخاذ إجراءات قانونية من قبل أولئك الذين يشعرون بأنهم مستهدفون، حيث تتمتع منصات الوسائط الاجتماعية ومحركات البحث بقدر كبير من السلطة على المحتوى الذي يتم عرضه ومشاركته، إذ يمكن الإبلاغ عن المحتوى الساخر الذي يعتبر مثيراً للجدل أو مسيئاً ومن تم إزالته، مما يحد من تأثيره المحتمل ومدى وصوله علاوة على ذلك، ففي بعض البلدان يخضع المحتوى الساخر لإجراءات ومساوئ قانونية مما يشكل خطراً على المبدعين والناشرين.

٢,٥- خوارزميات الوسائط الاجتماعية: تستخدم منصات الوسائط الاجتماعية خوارزميات معقدة لتحديد المحتوى الذي يراه المستخدمون في حواسيبهم أو منصاتهم، هذا يمكن أن يجعل من الصعب على المحتوى الساخر أن يكتسب الزخم، حيث تميل الخوارزميات إلى إعطاء الأولوية للمحتوى السائد والشائع على المزيد من المواد المتخصصة أو المثيرة.

ومن بين التحديات الأخرى التي تواجه صناع المحتوى الساخر في عالمنا العربي على سبيل المثال نجد:

- الحاجة الماسة إلى أعمال الصيانة ودورية وشاملة وفنيين متخصصين في إنشاء المحتوى الساخر. (عودة الشمالة، ٢٠١٤)
- ارتفاع أسعار عملية الإنتاج ومكوناته المالية وارتفاع تكاليف إنتاجها، بالإضافة لقلّة البرمجيات المناسبة.
- عدم كفاءة المبادرات الحكومية على المستوى الوطني والإقليمي، التي تعنى بصناعة المحتوى الرقمي العربي بشكل عام والمحتوى

الساحر بشكل خاص.

• تأخير انتشار البنية التحتية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في أغلب البلدان العربية. (عباس و ابن السبتي، ٢٠٢١)

• غياب تطبيق التشريعات والقوانين التنفيذية كقوانين حماية حقوق الملكية الفكرية وغيرها. (متولي، ٢٠١١)

المحور الثالث:

نتائج الدراسة التحليلية

أولاً: نتائج التحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتيرية للرسام علاء اللقطة

الجانب التقني:

• مرسل الصورة: الرسام الكاريكاتيري "علاء اللقطة" صفحته الرسمية على الفيسبوك Facebook يحظى بمتابعة كبيرة قدرت بـ ١١٠,٦٢٠ متابع followers وهو طبيب وفنان ورسام كاريكاتوري فلسطيني (١٩٧٢) اشتهر برسوماته الوطنية التي تعكس الواقع العربي والفلسطيني، فاز "علاء اللقطة" بفضل هذه الرسومات بالمركز الثاني في جائزة الكاريكاتور العربي سنة ٢٠١٣.

• تاريخ الصورة: نشرت الصورة على الصفحة يوم ٢٠٢٢/٠٣/٠١.

• عنوان الصورة: أرفقت الصورة بالتعليق التالي "ارهابي terrorist"

• نوع الصورة: هي صورة كاريكاتورية تحمل توقيع صاحبها.

• رابط الصورة: www.facebook.com/alaalagta/posts



القراءة التعيينية: تميزت في الصورة أربع أيقونات بصرية موزعة على فضاءين، تتمثل الأيقونة الأولى في طائرتين حربيتين الطائرة الأولى من جهة يمين الصورة تحمل العلم

الروسي أما الطائرة الثانية من يسار الصورة تحمل علم الكيان الصهيوني، كلاهما يقذفان صواريخ، أما الأيقونة الثانية تبرز في رجلين مقابلين للطائرتين، فيما تمثلت الأيقونة الثالثة في أيادي تطل من الجهة السفلية، اليد اليمنى في الفضاء الأول تحمل صاروخ، بينما اليد الثانية ترسم علامة إشارة موجهة للرجل الفلسطيني الذي يضع أمامه صاروخ أرضي موجه نحو السماء، مرفقة بأيقونة لسانية مكتوبة عليها كلمة باللغة العربية "إرهابي وباللغة الإنجليزية أيضا terrorist" من حيث الألوان برز اللون الأزرق السماوي، برز اللون الأزرق في اليدين أسفل الصورة، فيما برز اللون الأخضر في بدلة الرجل المقابل أو أسفل الطائرة الروسية يحمل في عنقه وشاح أحمر، بينما في الفضاء الثاني المقابلة لطائرة الكيان الصهيوني يظهر رجل يرتدي سروال بني، وقميص أبيض يضع وشاح أبيض مزركش بالأسود، بينما ظهر اللون البني في أرضية الصورة.

الرسالة الألسنية: رفقت الصورة بدليل لغوي بلساني عربي ولسان أجنبي يحمل كلمة "إرهابي" Terrorist وُضعت في وسط الصورة، في فضاء المتعلق بفلسطين مختزلة نظرة الرأي العام الدولي للمقاومة الفلسطينية العادلة في استرجاع حقه المسلوب.

القراءة التضمينية: ضمنا أتت الصورة محملة بالعديد من المعاني والدلالات الخفية فهي تعبر عن الوضع الذي تعيشه كل من دولتي أوكرانيا وفلسطين إثر الاحتلال الذي تعرضت له كلا البلدين أو الشعبين، فما بين سطور حروف هذه الصورة الصارخة معاناة للإنسان الأوكراني بهجوم بوتين عليه بالصواريخ، ويظهر أن هناك يد تتمثل في أوروبا والرأي العام الدولي تقدمان الدعم المادي والمعنوي لهذا الإنسان، فالدخول الغزو الروسي لأوكرانيا، خلف وراء آلاف القتلى والجرحى ودمار واسع، وسط تنديد غربي واسع بالغزو الروسي وبرزت مؤخرًا حملات دعم "كييف" بالسلاح والعتاد وفتح الباب للمتطوعين لقتال الجيش الروسي من قبل بعض الدول، فيما لا يزال الاحتلال الإسرائيلي مستمرا في عدوانه على الشعب الفلسطيني، وسط صمت دولي هذا من جهة، كما تعد القضية الفلسطينية قضية عادلة لكن المقاومة الفلسطينية تم وصمها بالإرهاب، وحق الشعب الفلسطيني على أرضه تعتبر انتهاك لحقوق الإنسان ومنافي لمبادئ الإنسانية.

حوصلة تقييم الصورة: تأسيساً على ما سبق يمكن القول أن: الرسام الكاريكاتيري وظف العديد من العناصر التشكيلية منها الصورية واللغوية واللونية من أجل تقديم موضوع سياسي محض يلخص لنا قضية شائكة أي قضية فلسطين في صورة مرفقة بقضية سياسية أخرى جديدة من حيث سياقها الزمني وأحداثها، وقد وضع لنا حقيقة ازدواجية التي يتعامل بها الإعلام الغربي والمجتمع الدولي، حيث برز زخم عالمي واضح وقوي ضد العدوان الروسي على أوكرانيا، فيما يتعاطى ذات المجتمع بإهمال كبير مع حق الشعب الفلسطيني في وقف عدوان الاحتلال الإسرائيلي، فمن الناحية الفنية والشكلية نلاحظ أن الرسام "علاء اللقطة" وفق في استخدام الألوان والعناصر الأيقونية وطريقة توزيعها في فضاء الصورة حيث شكل للمتلقي خطاب صوري يلامس الأوتار العاطفية والعقلية لدى المتلقي، فهي تثير فيه الإحساس بالحزن، الغضب، التساؤل، كما لا ننسى أن الصورة تتضمن عناصر جذب المتلقي من خلال بساطة الصورة وتوفرها على الدليل الألسني الذي يقلص من مجال التأويل المفتوح.

ثانياً: تحليل محتوى البرامج السياسية الساخرة على موقع اليوتيوب

١. فئات الشكل (كيف قيل؟): هي الفئات التي تهتم بشكل المحتوى الإعلامي ومظهره الخارجي.

جدول رقم (١)

يمثل فئة المدة الزمنية لبرامج وتوزيعات عينة الدراسة

فئة المدة الزمنية						
برنامج السليط الإخباري				برنامج الليلة مع نديم		
ج.ع	عنوان الحلقة	تاريخ الحلقة	المدة	ج.ع	عنوان الحلقة	تاريخ الحلقة
٠١	هل تفاهة الأخبار تعتبر الهاء عن غلاء الأسعار وما هو صوت ياسمين عز الشتوي	19/01/2023	٢٢:١٨	٠٥	لهذه الأسباب ترامب لن يترشح لرئاسة الوم أ	10/01/2023
٠٢	ماهي الأسباب التي تجعلنا نحسد البرص المصري	02/02/2023	٢٧:٣٩	٠٦	إيران تبرئ إسرائيل من هجمات أصفهان	01/02/2023
٠٣	لماذا لا تصل المساعدات إلى سوريا كما تصل إلى تركيا	08/02/2023	١١:١٥	٠٧	بليكن في مصر وإعلام الإخوان يكشف خلفيات الزيارة	02/03/2023
٠٤	ماذا توقع من المصالحة السعودية الإيرانية؟ وماذا أزعج الوم أ	16/03/2023	١٩:٥٤	٠٨	ماهي أبرز الآثار السياسية لزلزال تركيا وسوريا	07/02/2023
٠٤	٣ أشهر	80.26		٠٤	٣ أشهر	
المجموع				٠٨		

يوضح الجدول رقم (٠١) توزع عينة الدراسة وحجمها الزمني، المحصور بثلاثة أشهر بداية من شهر جانفي، لغاية شهر مارس، تزامنا مع مجموعة من المستجدات والأحداث السياسية في عالمنا العربي خاصة منطقة الشرق الأوسط، كما نلاحظ من خلال عناوين المحتوى الإعلامي تعدد القضايا المطروحة، ويتراوح متوسط المدة المستغرقة ١٥د، وهي مناسبة لهذا النوع من البرامج السياسية الساخرة.

جدول رقم (٢)

يمثل فئة التفاعلية في برنامجين محل الدراسة

فئة التفاعلية				
برنامج السليط الإخباري		برنامج الليلة مع نديم		
المشاهدة	الرتبة	المشاهدة	الرتبة	
1195314	الأولى	447554	الثانية	
التفاعل	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
الإعجاب	50000	91.91%	14600	91.73%
التعليقات	4400	08.09%	1316	08.27%
المجموع	54400	100%	15916	100%

في هذا الجدول الخاص بفئة التفاعلية ومشاركة الجمهور، حيث يتبين لنا كون البرامج محل الدراسة صنعت لنفسها فضاء عام للمناقشة القضايا السياسية، محتلة بذلك مكانة بين مختلف الشرائح والفئات الاجتماعية، برز ذلك في نسبة المشاهدة التي تتجاوز المليون مشاهدة أحيانا، وهذه الأرقام لأبأس به مقارنة بالبرامج المشابهة لها، فما يمكن ملاحظته أن جمهور البرامج الساخرة "بقت محافظة على جماهيريتها منذ الحراك والغليان السياسي التي شهدته المنطقة العربية منذ بدايته ٢٠١١ ما يؤكد كونها برنامج تفاعلية، كسرت وغيرت من الطابع الكلاسيكي للبرامج الحوارية السياسية السائدة، فرضت نفسها كفن جديد يضاف إلى فنون البرامج المتلفزة المعاصرة.

٢. فئات المضمون (كيف قيل؟): تهتم بمحتوى المادة الإعلامية، وسنركز هنا عن فئة المواضيع، فئة المواقف، وفئة الأهداف، كونها الفئات التي تخدم إشكالية الدراسة.

جدول رقم (٣)

يمثل فئة المواضيع

فئة المواضيع					
برنامج السليط الإخباري			برنامج الليلة مع نديم		
المواضيع	تكرار	نسبة%	المواضيع	تكرار	نسبة%
القضية الفلسطينية	30	43%	النظام السياسي الإيراني	30	60%
المساعدات بين تركيا وسوريا المساعدات بين تركيا وسوريا	16	23%	تداعيات زلزال تركيا وسوريا	08	16%
المصالحة السعودية الإيرانية	14	20%	الواقع الاجتماعي والسياسي في الشرق الأوسط	07	14%
الحقوق المدنية والسياسية	10	14%	العلاقات الدولية	05	10%
المجموع	70	100%		50	100%

من خلال استقراء نتائج الجدول نلاحظ أن البرنامجين يركزان عن القضايا والموضوعات السياسية بشكل أساسي، فموضوع القضية الفلسطينية كان من اهتمامات وأولويات برنامج "السليل الإخباري" محتل بذلك المرتبة الأولى بنسبة ٤٣٪، فيما حضرت القضايا الإنسانية المتعلقة بزلزال تركيا وسوريا والمساعدات الإنسانية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٣٪ كما نلاحظ أن برنامج السليل الإخباري مهتم بملف العلاقات الدولية، حيث حضر ملف المصالحة السعودية الإيرانية بنسبة ٢٠٪ كما لم يغفل البرنامج واقع الحقوق السياسية والمدنية للمواطن العربي بلغت نسبتها ١٤٪ ما يفسر شمولية البرنامج وجراته في طرح قضايا سياسية معقدة لاسيما ملف القضية الفلسطينية، والعلاقات الدبلوماسية بين المملكة السعودية وإيران باعتباره موضوع آني لم تتضح معالمه سوى بروز حالة تقارب دبلوماسي، أما بالنسبة لبرنامج "الليلة مع نديم" فقد سلط الضوء على النظام السياسي الإيراني وما يحدث داخل إيراني بنسبة ٦٠٪ فيعد الشأن الإيراني من اهتمامات البرنامج وأولوياته محتل بذلك المرتبة الأولى، بينما جاء موضوع الزلزال التركي السوري في المرتبة الثانية بنسبة ١٦٪ كما وركز البرنامج أيضا بنسبة ١٤٪ عن الواقع الاجتماعي والسياسي في منطقة الشرق الأوسط خاصة سوريا العراق، لبنان وما تعيشه هذه البلدان من تدهور الحالات الاجتماعية وصعوبة الحياة الاجتماعية، والتوترات السياسية، بالإضافة لذلك فقد عالج برنامج "الليلة مع نديم" طبيعة العلاقات الدولية والتغيرات الجيوسياسية في منطقة الشرق الأوسط بنسبة ١٠٪ وعليه من خلال استقراء معطيات الجدول أعلاه يمكن القول أن: كلا البرامج محل الدراسة تهتم بشأن السياسي خاصة القضايا المتعلقة بالشرق الأوسط فكلاهما يرتبطان بالواقع السياسي والاجتماعي العربي والدولي، يطرحان قضايا معقدة وساخرة، رغم أن هوية البرامج هي السخرية والدعابة، لكن لم يكن الأسلوب الساخر يشكل رهان في تناول قضايا سياسية حساسة ومركبة كالقضية الفلسطينية، والعلاقات الدولية.

جدول رقم (٤)

يمثل فئة المواقف

فئة المواقف				
برنامج السليل الإخباري		برنامج الليلة مع نديم		
الموقف	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
مؤيد	10	36%	07	30%
معارض	15	53%	12	53%
محايد	03	11%	04	17%
المجموع	28	100%	23	100%

يبين الجدول أعلاه موقف البرامج محل التحليل نحو القضايا السياسية التي تم عرضها سابقا والموضحة الجدول، حيث وجدنا أن الموقف المعارض في كلا البرنامجين جاء في المرتبة الأولى، حيث كانت نسبتها متساوية قدرت بـ ٥٣٪ أما الموقف المؤيد في المرتبة الثانية، ففي برنامج "السليل الإخباري" نجد نسبته ٣٦٪ بينما برنامج "الليلة مع نديم" بلغ ٣٠٪ فيما جاء الموقف المحايد في كلا البرنامجين المرتبة

الثالثة، فكانت نسبة الحياد ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى قدرت بـ ١١٪ أما برنامج "الليلة مع نديم" بلغت نسبتها ١٧٪ ما يفسر حقيقة البرامج السياسية الساخرة كونها برامج ذات الاتجاه المعارض تتخذ من السخرية والدعابة والمحاكاة أسلوبا للنقد والتعليق رافضة للواقع الاجتماعي والسياسي الذي تعيشه غالبية الشعوب العربية، والمتحدثة باسمه، تجلى ذلك في عدة حلقات، فعلى سبيل المثال نجد تصريحات مقدم البرنامج "نيكولاس خوري" كالآتي: (المواطن للأسف محدود الدخل مغسول الدماغ، مسكين الشعب اليمني، مسكين الشعب السوري شو ذنبهم) فيما قدم تعاطفه مع الشعوب العربية، ورفضه التام للحروب والصراعات التي تحدث في المنطقة، والتدخلات الروسية الأمريكية في سوريا، كما عارض بشدة بأسلوبه الساخر سياسة التمييز في تقديم المساعدات الإنسانية للمتضررين من الزلزال الذي ضرب سوريا وتركيا ويقول "نيكولاس خوري" مقدم البرنامج: نعم أنا ضد كل هذا ويقول أن سياسة بشار الأسد وإجراءاته التعسفية التي تقف ضد الامدادات الدولية للمتضررين" كما قال: ألا يجب ترك الخلافات والصراعات على جانب من أجل العمل الإنساني" أما بالنسبة لنديم مقدم البرنامج فعرض صور ومقاطع فيديو حول حالة من القمع والاضطهاد الذي يتعرض له المتظاهرين في إيران والرافضين لسياسة الخامنئي وغير هذا سخر من السياسة الخارجية الإيرانية وازدواجية الخطاب في تعاملها، كما سخر من ردة فعلها على مقتل قائد الحرس الثوري "قاسم سليماني" واكتفاءها برمي الاتهامات والخطابات الكلامية والوعود والتهديد، واصفا إياها بالعنتريات، وشماعة إيران معروفة وفي المقابل دافع على الصحافيين والمعتقلين، كما دعم المرأة وحقوقها، لاسيما حقوق الطفل في إيران.

جدول رقم (٥)

يمثل فئة الأهداف

فئة الأهداف					
برنامج السليل الإخباري			برنامج الليلة مع نديم		
الأهداف	تكرار	نسبة %	الأهداف	تكرار	نسبة %
دعم القضية الفلسطينية	20	31%	نقد الأنظمة السياسية	25	37%
نشر الوعي السياسي	18	28%	نشر الوعي السياسي	17	26%
الدفاع عن الحقوق المدنية و السياسية	17	26%	الدفاع عن الحقوق المدنية والسياسية	15	22%
التسلية والترفيه والتنفيس	10	15%	الدعاية وتحسين صورة	10	15%
المجموع	65	100%		67	100%

يوضح الجدول أعلاه الأهداف التي يسعى إليها البرنامجين الساخرين "السلطان الإخباري" وبرنامج "الليلة مع نديم" بلوغها وتحقيقها خلال الفترة الدراسة، حيث يتبين لنا أن البرنامج محل الدراسة يركز أكثر على نقد الأنظمة السياسية العربية قدرت النسبة بـ ٣٧٪ يليها في المرتبة الثانية الهدف المتمثل في دعم القضية الفلسطينية بلغت نسبتها ٣١٪ بينما جاء هدف التوعية السياسية ورفع وعي الجمهور بأوضاعهم في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٨٪ فيما يخص الدفاع عم الحريات المدنية والسياسية جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت ٢٢٪ بينما سعى البرنامج إلى محاولة التخفيف من آلام المواطن ومعاناته من خلال التطرق إلى بعض القضايا والمواضيع السياسية بطريقة هزلية ساخرة تجعل المشاهد يضحك قدرت نسبتها ١٥٪ كما وبرز هدف آخر في برنامج الليلة مع نديم وهو تحسين صورة وتجلي ذلك في تقديم صور حسنة عن المملكة السعودية وافتتاحها الثقافي والسياسي الذي تشهده مؤخرًا حيث جاء بنسبة ١٥٪، استنادًا إلى الدلالات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه نتلخص لنا أهم الأهداف التي يسعى القائم بالاتصال تحقيقها، أين ركز نقده بشكل بارز على الأنظمة السياسية العربية وسياساتهم التي وصفها في عدة من مرات بالفاشلة والقمعية والمستبدة في عدة مرات بداية من النظام السياسي المصري، خاصة الرئيس المصري "عبد الفتاح السيسي" كما تعرض إلى النظام السوري وعلى رأسهم بشار الأسد، حيث خصص لكل نظام سياسي نقداً لاذعاً كما سخر من عجز دول المحور إيران، لبنان، سوريا، العراق على طريقة تعاطيهم مع الأزمة المالية وانخفاض الليرة، بعدها انتقل إلى أزمة السيولة في لبنان والفشل الذريع في تسير الأزمة المالية والاقتصادية، كما وجه "نيكولاس خوري" هو الآخر نقداً الشديداً لـ "بشار الأسد" إثر منعه للإمدادات الخيرية للمتضررين من الزلزال، واصف إياه بالسلوك اللاإنساني، علاوة على ذلك سعت برامج محل التحليل إلى محاولة التخفيف من حدة الآلام التي يعيشها الشعب العربي أثر الظروف السياسية والاجتماعية التي يعيشها نتيجة الحروب والصراعات السياسية في الشرق الأوسط وغيرها، تجلت ملامح ذلك من خلال مواساة المواطن وإحساسه بأهميته وتضايف جهوده من جهة، ومن جهة أخرى شحن برنامج "السلطان الإخباري" أغلبية حلقاته بالصور الهزلية ومقاطع فيديو مضحكة في كل حلقة، كما لا يخفى على أحد أن البرامج مليء بالمواقف الكوميديّة المضحكة والهزلية على غرار النكت والطرائف والموسيقى وغيرها، عكس برنامج "الليلة مع نديم" الذي اتسم بالنقد الجاد في غالبية الحلقات، أما بخصوص التوعية السياسية كانت حاضرة في كلا البرنامجين حملاً في طياتهما العديد من الأخبار والقضايا والمعلومات الآنية والجديدة.

خاتمة

من خلال نتائج الدراسة السيمولوجية للصورة الكاريكاتيرية للرسم الفلسطيني "علاء النقطة" ونتائج تحليل مضمون البرنامجين الساخرين، يمكن القول أن المحتوى السياسي الساخر يساهم بشكل كبير وفعال في تفعيل الفضاءات العمومية الافتراضية وتعزيز الخطاب السياسي وتشكيل المواقف إزاء مختلف القضايا والأحداث السياسية، وكختام سنحاول تقديم أبرز النتائج العامة المتوصل إليها على النحو الآتي:

- تبين نتائج الدراسة أن الرسم الكاريكاتيري يعد شكلاً من أشكال

المحتوى الرقمي الساخر وأداة فعالة للنقد والتعليق على مختلف القضايا السياسية بطريقة رمزية تعفيه غالباً من المتابعة والمساءلة القانونية.

- تجلت مظاهر السخرية في برامج محل الدراسة من خلال التهكم، التحقير والتصغير والدعابة والمحاكاة مختلف الشخصيات السياسية، ومحاكاة مقدمي الإعلام المصري التابع للإخوان من أجل إضفاء نوع من الترفيه والتشويق والطرفة.

- رسم البرنامج الساخر "الليلة مع نديم" صورة كاريكاتيرية ساخرة للمرشد الأعلى "علي خامنئي" واصفاً إياه بالتلون والازدواجية في سياسته الداخلية والخارجية.

- عمد القائم بالاتصال إلى تقديم صورة المرشد الأعلى الإيراني "علي خامنئي" باعتباره ذلك الآخر العدو وتجسيده في شخصية دكتاتورية متسلطة تقف وراء معاناة الشعب الإيراني.

- أظهرت نتائج الدراسة أن البرامج السياسية الساخرة برامج مناسبة للممارسة الدعاية وتحسين صورة، كتقديم صورة إيجابية للمملكة السعودية باعتبارها دولة تتمتع بالعقلانية والرشد والتسامح والانفتاح على الآخر.

- توصلت نتائج التحليل أن المحتوى السياسي الساخر على وسائل التواصل الاجتماعي يتميز بقدرته على جذب الجماهير وإعلامها بالقضايا السياسية المعقدة، وتفعيل الفضاءات الافتراضية العمومية.

- كشفت نتائج التحليل أن المحتوى السياسي الساخر وسيلة فعالة لجذب انتباه الناس وتشجيعهم على التفاعل مع المحتوى السياسي، ويساعد في تعزيز التفكير النقدي عن طريق الكشف عن التناقضات السياسية، وازدواجية الخطاب السياسي الدولي في تعاطيه مع القضية والأحداث السياسية.

- خلصت نتائج التحليل أن التعرض للبرامج السياسية الساخرة على وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتبطاً إيجابياً بالمعرفة السياسية والفعالية في الخطاب السياسي.

- بينت نتائج الدراسة أن صناعة المحتوى السياسي الساخر في عالمنا العربي يواجه العديد من التحديات والرهانات من بينها تحديات متعلقة بالمضمون وغياب الخبرة، ومنها المتعلقة بالجانب المادي كالتمول ومشكلة التقنية، خاصة بالنسبة للمنتجين الصغار أو المستقلين.

- كشفت نتائج الدراسة أن إنتاج المحتوى الساخر السياسي على وسائل التواصل الاجتماعي يخضع غالباً للرقابة والقمع، فقد تتعرض منصات وسائل التواصل الاجتماعي لضغوط متزايدة لإزالة المحتوى الذي يعتبر مسيئاً أو مثيراً للجدل، ويتعرض المحتوى الساخر في كثير من الأحيان لهذه الجهود، وهذا يمكن أن يحد من حرية التعبير ويقيّد القدرة على استخدام المحتوى الساخر كوسيلة لمحاسبة السلطة.

قائمة المراجع

١. Molina, M., Sundar, S., Thai, L., & Dongwon, L. (2021). Fake news” is not simply false information: A concept explication and taxonomy of online content. *American behavioral scientist*, 65(2), 1-33.
٢. Amarasingam, A. (2014). *The Stewart/Colbert effect: Essays on the real impacts of fake news*. London: McFarland.
٣. Baldick, C. (1996). *The concise Oxford dictionary of literary terms*. Oxford University Press.
٤. Bedard, M., & Schoenthaler, C. (2018). Satire or Fake News: Social Media Consumers’ Socio-Demographics Decide. In *Companion proceedings of the the web conference*, (pp. 613-619). France.
٥. BOYD, D., & ELLISON, N. (2017). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(01), 214.
٦. Koiso-Kanttila, N. (2004). Digital content marketing: a literature synthesis. *Journal of marketing management*, 20(1-2), 45-65.
٧. Poell, T. (2020). Three challenges for media studies in the age of platforms. *Television & new media*, 21(6), 650-657.
٨. Townsend, K., McDonald, P., & Esders, L. (2008). How political satirical cartoons illustrate Australia's WorkChoices debate. *Australian Review of Public Affairs*, 9(1), 02.
٩. ZHAO, E. (2016). Online Entertainment| Professionalization of Amateur Production in Online Screen Entertainment in China: Hopes, Frustrations and Uncertainties. *International Journal of Communication*, 10, 5446.

قائمة المراجع

١٠. ابراهيم بعزیز . (٢٠١١). دور وسائل الإعلام الجديدة في تحويل المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن. مجلة الإذاعات العربية (٠٩)، ٥٦.
١١. إيمان السمرائي، عمار قندلجي. (٢٠٠٩). البحث العلمي الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري.
١٢. رضوان بلخيري. (٢٠١٢). سيميولوجية الصورة بين النظرية والتطبيق (ط١). الجزائر: دار قرطبة.
١٣. رضوان بلخيري. (٢٠١٦). سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري إلى التطبيقي (ط١). الجزائر: جسور.
١٤. عودة الشمايلة، م. (٢٠١٤). الإعلام الرقمي الجديد (ط١). عمان: الاعصار العلمي.
١٥. فتحي عباس، و عبد المالك ابن السبتي. (٢٠٢١). صناعة المحتوى المعلوماتي الرقمي الأكاديمي العربي: عوامل ضعفه وسبل تطويره. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، ١٠ (٠٢)، صفحة ٢١٦.
١٦. محمد مصطفى رفعت. (٢٠٠٨). الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية (ط١). القاهرة، مصر: العربي.
١٧. ناريمان اسماعيل متولي. (٢٠١١). اللغة العربية ومشكلات إثراء المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت. مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٧ (٠٢)، ص ١٠.

اتجاهات النخب الإعلامية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ "المساواة بين الجنسين" نموذجاً (دراسة ميدانية على النخبة الإعلامية في مملكة البحرين)

باقر صادق زين الدين
الجامعة الاهلية - مملكة البحرين

د. زهير ضيف
الجامعة الاهلية - مملكة البحرين
zdhaif@ahlia.edu.bh

ملخص

هدفت الدراسة إلى استشراف اتجاهات النخبة الإعلامية في مملكة البحرين لكونهم يمثلون قادة للرأي العام وهم أيضاً بمثابة مرآة تعكس اتجاه الرأي العام بشأن معالجة الوسائل الإعلامية لمختلف القضايا، إزاء نشر أهداف التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب التعرف على أهم وأبرز مواقع التواصل الاجتماعي المؤثرة في نشر التوعية بأهداف التنمية المستدامة من وجهة نظر النخبة الإعلامية، والاسترشاد بأهم الملاحظات التي تسهم في نشر أهداف التنمية المستدامة باستثمار مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن قياس التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية لتعرض النخبة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما استهدفت الدراسة التعرف على دلالة العلاقة الارتباطية بين ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي بشأن المساواة بين الجنسين وأهداف التنمية المستدامة، وقياس مدى مساندة مواقع التواصل الاجتماعي لجهود وتوجهات الدولة في تعزيز الوعي بالمساواة بين الجنسين ضمن أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ والكشف عن مدى اتساق محتوى رسائل مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، لدراسة مشكلة الدراسة وتحليل أبعادها وأهميتها وأثرها وبلغت عينة الدراسة (٢٠٠) مفردة من مجتمع النخبة الإعلامية أعتد الباحثان على استخلاص المفردات من العينة المتاحة في مملكة البحرين ، واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة للبحث كي تسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أسئلتها بما يتناسب مع قياس فرضياتها بعد التحقق من مؤشرات صدقها وثباتها.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أكثر المصادر التي تعتمد عليها عينة النخب الإعلامية للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة هي "مواقع التواصل الاجتماعي" ويعتمد عليها ما نسبته (٦٣,٥٪) منهم، كما يوجد العديد من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة النخب الإعلامية للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة، وكانت أكثر المصادر التي تعتمد عليها من تطبيقات التواصل الاجتماعي هو "انستغرام" ويعتمد عليه ما نسبته (٦٤,٥٪) منهم، تلاها في المرتبة الثانية "واتس آب" ويعتمد عليه ما نسبته (٥٤,٠٪) من عينة النخب، وجاء "تويتر" في المرتبة الثالثة ويعتمد عليه ما نسبته (٤٨,٥٪) منهم.

الكلمات المفتاحية

التنمية المستدامة، مواقع التواصل الاجتماعي، المساواة بين الجنسين، النخب الإعلامية

المقدمة

حلقة أخرى للاتصال أو ما بات يعرف لاحقاً بالاتصال على مرحلتين يمر من مصادر المعلومات إلى النخب وصولاً إلى الجماهير، وبالرغم من عدم وجود اتفاق بين علماء الاجتماع والسياسة على تاريخ ونشأة مفهوم النخبة إلا أنهم يجمعون على أن ظهور النخبة ضارب في القدم، وهو ما يؤكد أن ظاهرة النخبة ظاهرة ارتبطت بالإنسان منذ بدء الخليقة وان اختلفت صورها ونوعية النخبة نفسها فهي مرتبطة بسياق زمني وسياق مكاني يحددان نوعها ودورها.

تؤدي وسائل الاعلام دوراً كبيراً منذ أن نشأ التواصل الانساني مع بدء الخليقة وتطور معها على امتداد الحقب الزمنية إذ بدأ بعصر الإشارات والعلامات ومر بمراحل عديدة تسلسل فيها بشكل مضطرب نحو التطور، فمن عصر التخاطب واللغة إلى عصر الكتابة ومن ثم إلى عصر الطباعة مروراً بعصر الاتصال الجماهيري وصولاً إلى عصر الاتصال التفاعلي الذي نعيشه اليوم ويمثله أدواته مواقع التواصل الاجتماعي.

ويرى علماء الاجتماع ظهور وتطور عوامل مؤثرة برزت في المجتمعات الإنسانية مع تطور التواصل الانساني وهي النخب المجتمعية التي تمثل

مشكلة الدراسة

تضطلع وسائل الإعلام بدور كبير ومؤثر في دعم مفاهيم المجتمع وبناء بعضها وتشكيل الرأي العام وصياغة الواقع فضلاً عن تشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد أو المجتمع بما يساهم في توجيه المجتمع وأفراده في بعض الأحيان وفقاً لأجندة مدروسة في مضامين الرسائل التي تستهدف الجمهور.

وللإعلام دور في تأثيره على الأفراد والمجتمع، فهو يعد من مقومات ورموز السيادة الوطنية، كما يمثل أداة فاعلة ومنظومة متكاملة لترسيخ بناء الدولة وتعزيز الثوابت الوطنية وتسويق المشاريع والأهداف بصورة مستدامة والتي يتمحور بعضها بشكل خاص على المستوى المحلي والآخر على المستوى الإقليمي أو العالمي.

ونحن نعيش اليوم في عالم آفاقه لا حدود لها في شتى المجالات لاسيما مجال الإعلام الذي نشأ مع ظهور المجتمعات الإنسانية وتطور بصورة متزامنة مع مراحل التطور الإنساني التي شهدت طفرة كبيرة ظهرت معها وسائل جديدة كوسائل الإعلام الجديد ومنها منصات مواقع التواصل الاجتماعي، التفاعلية والتزامن الفوري من وهو السمة البارزة فيما وصلت إليه وسائل الإعلام والاتصال اليوم بفضل التطور التكنولوجي الكبير.

وبلا شك أن هذه الوسائل ظهرت كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي الذي فرض بصماته في كل شيء دون استثناء فأحاطتنا من كل جانب واختلف مدى وطريقة تأثيرها وصارت المعلومة تسعى بين أيدينا في الهواتف والأجهزة الذكية بعد أن كنا نسعى وراء الوسائل التقليدية لاستقائها، وباتت هذه الوسائل أداة مهمة وفاعلة لا يمكن إغفال تأثيرها بل يتم استثمارها على مختلف المستويات للتواصل مع قادة الرأي والجمهور.

وقد وضعت مملكة البحرين عدد من المبادرات الوطنية تنسجم وتتوافق مع أهداف التنمية المستدامة قبل وبعد الألفية لا سيما هدف "المساواة بين الجنسين" كما أقرت المملكة خطة وطنية لإدماج أهداف التنمية المستدامة ضمن الخطط الحكومية وشجعت وسائل الإعلام لتبسيط الضوء للتوعية بهذه الأهداف، واتجهت لاستخدام كافة الوسائل المؤثرة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي في المجتمع، وتنحصر مشكلة البحث في التعرف على اتجاهات النخب الإعلامية في مملكة البحرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية بأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ إزاء "المساواة بين الجنسين".

الدراسات السابقة

هدفت دراسة ريماء الباكر (٢٠٢١) (١) إلى التعرف على دور الصحافة البحرينية في ترتيب أولويات النخبة البحرينية تجاه قضايا الطاقة المتجددة، تكونت عينة الدراسة من الصحف اليومية البحرينية المطبوعة باللغة العربية، وأظهرت نتائج الدراسة أن أكثر قضايا الطاقة المتجددة التي ركزت عليها الصحفيتين هي قضايا الطاقة الشمسية. تمحورت دراسة أسامة بن غازي زين المديني (٢٠٢٠) (٢) حول كشف

وتوصيف الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي السعودي، وهدفت إلى التعرف على اتجاهات طلاب الجامعات نحو تناول وسائل التواصل الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة، وهي تشترك مع دراسة الباحثين في متغيرين رئيسيين، وقد خلصت الدراسة إلى تأكيد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم حول قضايا التنمية المستدامة في وسائل التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في تكوين خلفية عن قضايا التنمية المستدامة.

استهدفت دراسة ماهيتاب جمال (٢٠٢٠) (٣) رصد طرق الحصول على المعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر ٢٠٣٠ عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها بالنسبة إلى طلاب كليات الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من بينها: أن درجة إدراك طلاب كليات الإعلام لأهمية تلك الاستراتيجية بين أفراد المجتمع المصري وصلت إلى ٤٠٪ فقط أي أقل من نصف العينة، من جهة أخرى جاءت المدركات بشأن التغطية الإعلامية لهذه الاستراتيجية بوسائل الإعلام التقليدية متحيزة لتقتصر على تأييدها فقط، وهو ما كان له تأثير على إدراك العوامل المؤثرة على تقييم مصداقية مصادر المعلومات بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشأن تلك الاستراتيجية وسلطة دراسة محمد أحمد محمد سالم (٢٠١٨) (٤) الضوء على وجهة نظر النخبة البحرينية بمختلف أنواعها السياسية والاقتصادية والأكاديمية والحقوقية والإعلامية في مملكة البحرين على انتشار الشائعات في المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لأنماط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بانتشار الشائعات، كما تبين أن نسبة حملة المؤهلات الجامعية هم النسبة الأكبر من مجتمع النخبة البحرينية، وهدفت دراسة فيصل علي أحمد عجاج (٢٠١٨) (٥) إلى التعرف على المحتوى الاتصالي في تغريدات الإعلاميين الخليجيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد سمات وأهداف المحتوى الاتصالي للإعلاميين الخليجيين في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد مدى اتساق محتوى الرسائل الاتصالية للإعلاميين الخليجيين مع المعايير المهنية للإعلاميين، جاءت دراسة Dominique A. Potvin, Emily Burdfield-Steel, Jacqueline M. Potvin, Stephen M. Heap بعنوان (التنوع يولد التنوع: منظور عالمي بشأن المساواة بين الجنسين في قيادة المجتمع العلمي) (٢٠١٨) (٦) وهدفت هذه الدراسة إلى بحث موضوع المساواة بين الجنسين في المجتمع العلمي إذ تشير الأبحاث إلى أن عدم المساواة بين الجنسين لا يزال يشكل قضية رئيسية في العلوم الأكاديمية، ومع ذلك قد تعمل المجتمعات الأكاديمية كأسلوب لا يُقدَّر بفعالية من أجل تعزيز القيادة النسائية.

دراسة Young, Carrie & McComas, Katherine بعنوان (دور وسائل الإعلام في تعزيز التنمية المستدامة في زامبيا) (٢٠١٦) (٧) هدفت الدراسة إلى بحث تأثير وسائل الإعلام في تعزيز الزراعة المستدامة في زامبيا مقارنة مع التواصل المباشر وانتقال المعلومات على مرحلتين، إذ إن الضغوط المزدوجة لتغير المناخ والنمو السكاني في أفريقيا تجعل من تعزيز التنمية المستدامة أحد أهم محاور المبادرات التي تأمل في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس من خلال الابتكارات المناسبة.



من خلال الدراسات التي أطلع عليها الباحثان تم بلورة مشكلة البحث لتحقيق أكبر قدر من الاستفادة من جهود الباحثين السابقين وبما يتوافق والأغراض العلمية التي تسعى لتحقيقها الدراسة الحالية ، وقد تحقق ذلك من خلال الوقوف على الإجراءات المنهجية التي جرى اعتمادها ، إضافة الى المصادر والأدوات العلمية التي تم استخدامها في البحوث والدراسات السابقة والتي عمقت مستوى الوعي المعرفي مع رؤية وأهداف التنمية المستدامة الوطنية ومدى انسجامها في تحقيق المساواة بين الجنسين ، وعلاقة ذلك بوسائل الإعلام والاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي والقائمين عليها والفاعلين فيها ، والأهداف الانسانية التي تقوم عليها التنمية المستدامة .

أهمية الدراسة

تتناول هذه الدراسة أحد أهم المؤثرات الأساسية في توجيه الرأي العام وتنوير قادة الرأي والأفراد والمجتمعات وهي مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها، وتتمثل أهمية الدراسة في التالي:

١. لما تشكله النخب الإعلامية من دور يعكس اتجاه الرأي العام بشأن معالجة مختلف الوسائل الإعلامية لمختلف القضايا.
٢. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامل مؤثر في توصيل الرسالة لمختلف فئات الجمهور.
٣. تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور مهم في تشكيل الوعي، وسمعة التفاعلية الفورية أكسبتها قيمة مضافة مقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية.
٤. مع تزايد صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي من الضروري الالتفات للتأثير الذي يمكن أن يحدثه هذا المحتوى على التنمية المستدامة للجنسين .

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. الكشف عن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى باهتمام النخب الإعلامية في مملكة البحرين لنشر أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.
٢. تحديد أولويات النخب الإعلامية في مملكة البحرين إزاء المساواة بين الجنسين في مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي "المساواة بين الجنسين" في إطار التنمية المستدامة.
٤. الكشف عن مدى الاتساق بين أهداف التنمية المستدامة وصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي لتحقيق هدف "المساواة بين الجنسين".

تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الرئيسية التالية:

١. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر اهتماماً بموضوع التنمية المستدامة ٢٠٣٠ من وجهة نظر النخبة الإعلامية؟

وتعرضت دراسة زهير حسين ضيف ٢٠١٧ (٨) إلى قياس درجة تعرض النخب الخليجية لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الاشباع المتحققة من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت الدراسة في أبرز بأن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى النخب هي "الواتس آب" بنسبة ٩٢,٢٪ تلتها البريد الإلكتروني وفي المرتبة الثالثة من الوسائل هي "يوتيوب" ويأتي "تويتر" في المرتبة الرابعة، وهذه الدراسة مقارنة لدراسة الباحثين وهي من حيث المتغيرات.

تناولت الدراسة بوحفص بوزيد وفضيل عبد الكريم (٢٠١٧) (٩) موضوع التنمية المستدامة كأحد أهم القضايا التي أثار الاهتمام في القرنين العشرين والحادي والعشرين، في محاولة للإجابة على البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة ممثلاً في معرفة مدى تحقق هدف المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة ، إضافة الى هدف القضاء على الجوع والفقر المدقع للسكان في الجزائر ، وهدفت دراسة رضا أمين (٢٠١٧) (١٠) إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن التنمية المستدامة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج الاستقرائي في الإجابة على تساؤلات الدراسة، ووظفت الأسلوب الكمي والكيفي لتلبية أهداف البحث، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من مستخدمي تطبيقات الإعلام الجديد في مملكة البحرين، تناولت دراسة مهري شفيقة (٢٠١٦) (١١) الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك كوسيلة هامة وفعالة في إحداث عملية التنمية المستدامة، وباعتبار مجال الإعلام البيئي مجالاً ناشئاً وفتياً لاهتمام في وسائل الإعلام العربية، تم تسليط الضوء على الإعلام البيئي الإلكتروني عبر دراسة استكشافية للإعلام الجديد "تحديداً عبر موقع فيسبوك، وكان محور الاهتمام في هذه الدراسة يركز على موضوع البيئة والتوعية البيئية.

دراسة Lowe Morna, Colleen بعنوان (تعزيز المساواة بين الجنسين من خلال وسائل الإعلام: دراسة حالة في جنوب أفريقيا) ٢٠١٢ (١٢) هذه الدراسة بحثت وضع تصورات لبعض القضايا الرئيسية المتعلقة بكل من مستوى ظهور النساء والرجال في وسائل الاعلام، وبعض الاستراتيجيات لمعالجة هذه المشكلات، والاطلاع على تجربة منظمة جنوب أفريقيا التي تعمل على تعزيز المساواة بين الجنسين في وعبر وسائل الإعلام، ومن خلال اقتراح بعض التدابير التي قد تتخذها هيئات مثل الأمم المتحدة لضمان التوازن بين الجنسين في وسائل الإعلام عبر مضامين العديد من البيانات والإعلانات التي لديها.

دراسة Widestedt, Kristina (قضايا المساواة بين الجنسين والتنوع في سياسة بث الأخبار) ٢٠٠٨ (١٣) هدفت هذه الدراسة إلى بحث العلاقة بين الاهتمامات المتعلقة بالتنوع ومخاوف المساواة بين الجنسين في شركات البث من السويد والمملكة المتحدة والولايات المتحدة، وذلك عن طريق تحليلات وثائق سياسة الشركة أو المؤسسة التي يمكن الوصول إليها من خلال الموقع الإلكتروني، كما تناقش الدراسة محتويات السياسات وتعريفاتها للتنوع في سياق المساواة بين الجنسين والتعددية الثقافية، وتشير نتائج الدراسة إلى وجود اختلافات وطنية في تعريفات وتطبيقات التنوع.



مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموع المفردات التي يستهدف البحث دراستها لتحقيق أهداف الدراسة، وهو يمثل الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إليه لضخامته، ولهذا يتم التركيز على المجتمع المتاح Accessible Population الذي يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه (١٦)

وقد حدد الباحثان مجتمع هذه الدراسة في النخبة الإعلامية البحرينية وهو مجتمع يتسم بالانفتاح وتعدد الثقافات ويضم الإعلاميين في مختلف وسائل الإعلام وأجهزة العلاقات العامة والأكاديميين المعنيين والممارسين للعمل الإعلامي.

عينة الدراسة

العينة هي جزء من المجتمع يتم اختيارها بإتباع طريقة عملية تمثل الخصائص المهمة للمجتمع الذي تطبق عليه الدراسة (١٧)، إذ أن العينة لا تكون ذات قيمة إلا لكونها تمثل جميع خصائص المجتمع الذي تم اختيارها منه، ومن ثم ينبغي اختيار العينة بدقة حتى تكون النتائج معبرة عن حال المجتمع الأصلي.

وبعد اختيار عينة الدراسة من الخطوات المنهجية المهمة في أي بحث علمي للوصول إلى نتائج دقيقة، وقد اعتمد الباحث في اختيار عينة الدراسة على العينة المتاحة، والعينات المتاحة غالباً ما تتكون من تلك المجموعة من المفردات التي يمكن للباحث الوصول إليها بسهولة (١٨). ومن خلال دراسة العينة يتم التوصل إلى نتائج ومن ثم تعميمها على مجتمع الدراسة.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: الرسائل الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ وتحديد هدف "المساواة بين الجنسين"

الحدود البشرية: النخب الإعلامية في مملكة البحرين
الحدود الجغرافية: مملكة البحرين

مفاهيم ومصطلحات الدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت ومكان، وظهرت هذه الشبكات في العالم الافتراضي "الانترنت" لتغير في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبير واحتجاج (١٩).

التنمية المستدامة: عرّف التقرير الصادر عن اللجنة العالمية للبيئة والتنمية التابعة لمنظمة الأمم المتحدة في العام ١٩٧٨ التنمية المستدامة بأنها "التنمية التي تستجيب لحاجيات الحاضر دون أن تُعرض للخطر قدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها". (٢٠)

٢. ما هي أولويات النخب الإعلامية في البحرين في اختيار مواقع التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومة بشأن أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ إزاء هدف "المساواة بين الجنسين" ؟

٣. هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة؟

٤. هل تتسق صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠؟

فروض الدراسة

١. مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة.

٢. هناك علاقة ارتباطية بين ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي بشأن المساواة بين الجنسين وأهداف التنمية المستدامة.

٣. مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز الوعي بالمساواة بين الجنسين ضمن أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.

نوع ومنهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وما أنها تستهدف المجال الإنساني، فإن المنهج الوصفي هو الشائع استخدامه في هذا المجال، ويهدف إلى وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها، كما تسعى إلى تشخيص الظاهرة لمعرفة العلاقات القائمة بينها وبين المتغيرات أو العوامل التي ترتبط بها (١٤).

أداة الدراسة

اعتمد الباحثان في جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة على صحيفة الاستبيان، وهي وسيلة لاستقراء أفراد المجتمع من خلال العينة واستيضاحهم عما يلمون به من معرفة عن الموضوع الذي يتعلق بهم أو يتعلق بهم علاقة به، وذلك وفقاً لتبيان ما لم نعرفه ليكون حاضراً من خلال البرهنة ومشاهدة الآخرين أصحاب العلاقة، فالاستبيان وسيلة استيضاح لمعرفة سبيل مجتمع الدراسة. (١٥)

وشملت صحيفة الاستبيان ثلاثة محاور أساسية، وكل محور ضم عدداً من الأسئلة:

المحور الأول: سمات المبحوثين الديموغرافية: الجنس، الفئة العمرية، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المهنة.

المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، وتتضمن أسئلة في مقياسين، الأول تركزت فيه الأسئلة حول تعرض المبحوثين إلى مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها اعتماداً لديهم، والثاني ركز على التأثيرات المعرفية حول موضوع "المساواة بين الجنسين".

المحور الثالث: أهداف التنمية المستدامة للألفية الجديدة ٢٠٣٠ وتحديد الهدف الخامس حول اتساق صناعة المحتوى و(المساواة بين الجنسين).

أما أهداف التنمية المستدامة، والمعروفة كذلك باسم الأهداف العالمية، هي دعوة عالمية للعمل من أجل القضاء على الفقر وحماية كوكب الأرض وضمان تمتع جميع الناس بالسلام والازدهار.(٢١)

المساواة بين الجنسين

المساواة: "من فعل ساوٍ أي مائل وعادل، ويقال ساوٍ فلان قرنه و به في العلم وغيره: لحق به، وساوى هذا بذاك رفعه حتى بلغ قدره ومبلغه، وساوى بينهما جعلهما يتماثلان ويتعادلان (٢٢).

الجنس: ونعني به الأصل والنوع (وفي اصطلاح المنطقيين) : ما يدل على كثيرين مختلفين بالأنواع، فهو أعم من النوع، فالحيوان جنس، والإنسان نوع و(في علم الإحياء): أحد شطري الأحياء المتعضية، مميزاً بالذكورة أو الأنوثة، ف"ذكر" نوع من الأنواع وبخاصة النوع البشري، جنس يناظره جنس الإناث (٢٣).

النخبة الإعلامية

يعرف قاموس علم الاجتماع السياسي النخبة بأنها جماعة من الأشخاص، يستغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين. والصفوة أيضاً هي جماعة من الأفراد معروفة اجتماعياً، وذات خصائص لها قيمة محددة كالمقدرة العقلية، أو القوة الأخلاقية التي تؤدي إلى درجة عالية من الهيبة والنفوذ ويعرف "باريتو" النخبة بأنها تتكون من أعضاء متميزين في المجتمع، لهم صفات خاصة تمنحهم القوة والسلطة، وطبقاً لهذا المفهوم فليس من الضروري أن يكون الإنتماء إلى النخبة وراثياً لأن الأبناء لا يحملون صفات الآباء في جميع الأحوال، ولهذا تحل صفوة جديدة محل النخبة القديمة تأتي من مختلف فئات المجتمع، وهذا ما يضيف نوعاً من التوازن في النسق الاجتماعي. (٢٤)

نتائج الدراسة الميدانية

يعرض الباحثان في هذه الدراسة عملية التحليل الإحصائي للبيانات التي تمكنا من جمعها من أفراد العينة الذين يمثلون مجتمع النخبة الإعلامية في مملكة البحرين، وقام الباحثان بإجراء عمليات التحليل الإحصائي بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS الرزمة الإحصائية للبيانات الاجتماعية.

عرض خصائص عينة الدراسة

قام الباحثان باستهداف العينة المتاحة من مجتمع البحث، وتمثل عينة الدراسة في النخبة الإعلامية البحرينية والتي تضم الصحفيين والإعلاميين العاملين بوزارة الإعلام بمختلف إداراتها إلى جانب الإعلاميين في أجهزة الإعلام والعلاقات العامة والأكاديميين الممارسين للعمل الإعلامي في مؤسسات المملكة المختلفة، وحصل الباحثان على ٢٠٠ استجابة من المبحوثين من خلال تطبيق الاستبيان الإلكتروني Google Forms.

- توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

جدول (١)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة
أقل من بكالوريوس	27	13.5%
بكالوريوس	97	48.5%
ماجستير	62	31.0%
دكتوراه	14	7.0%
المجموع	200	% 100

يوضح الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، ويتضح من نتائجه أن (٩٧) مفردة من عينة الدراسة يحملون مؤهل بكالوريوس بنسبة بلغت (٤٨,٥%) وكانت أعلى نسبة، وأن (٦٢) مفردة من عينة الدراسة يحملون مؤهل ماجستير بنسبة بلغت (٣١,٠%)، وهنالك (٢٧) مفردة من عينة الدراسة يحملون مؤهل أقل من بكالوريوس بنسبة بلغت (١٣,٥%)، و(١٤) مفردة يحملون مؤهل دكتوراه بنسبة بلغت (٧,٠%).

- توزيع العينة حسب متغير جهة العمل

جدول (٢)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير جهة العمل

جهة العمل	العدد	النسبة
قطاع حكومي	90	45.0%
قطاع خاص	71	35.5%
متقاعد	39	19.5%
المجموع	200	100%

يتبين من نتائج الجدول أن (٤٥,٠%) من العينة يعملون في القطاع الحكومي، و(٣٥,٥%) من عينة الدراسة يعملون في القطاع الخاص، في حين بلغت نسبة المتقاعدين (١٩,٥%).

توزيع العينة حسب متغير مجال التخصص

يتضح من نتائج جدول توزيع عينة الدراسة حسب متغير مجال التخصص أن (٥٤) فرداً من عينة الدراسة يعملون في "الصحافة" بنسبة (٢٧,٠%)، وشكلوا أعلى نسبة وأن (٤٢) فرداً من العينة يعملون في "التعليم والتدريب الأكاديمي" بنسبة (٢١,٠%)، وهنالك (٣٣) فرداً يعملون في "العلاقات العامة" بنسبة (١٦,٥%)، كما يلاحظ وجود (٢٤) فرداً من عينة الدراسة يعملون في "الإعلام والنشر الإلكتروني" بنسبة (١٢,٠%). والشكل التالي يوضح ذلك:

المحلية" ويعتمد عليها ما نسبته (١٩,٠%) من العينة، تبعها في المرتبة الخامسة "قنوات التلفزيون الدولية" ويعتمد عليها ما نسبته (١٧,٥%) من عينة النخب الإعلامية، تلاها في المرتبة السادسة "الإذاعة" ويعتمد عليها ما نسبته (١٦,٥%) منهم، وجاءت الصحف المطبوعة الدولية (الأجنبية) في المرتبة السابعة بنسبة (١٦,٠%).

وهذه الإحصائيات تبين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للمعلومات بشكل عام للجمهور وبصورة خاصة للنخبة لا سيما فيما يتعلق بالتنمية المستدامة، وهو ما يعزز كونه مصدراً هاماً في هذا العصر لاستقاء المعلومات، وكذلك لا زالت الصحف المطبوعة المحلية تمثل مصدراً هاماً للمعلومات برغم تراجع مقروئيتها بشكل عام وفقاً لما تبينه المؤشرات التي تعلن عنها الصحف ذاتها.

٢. متوسط تعرض العينة اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٥)

التكرارات والنسب المئوية لمتوسط تعرض العينة اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

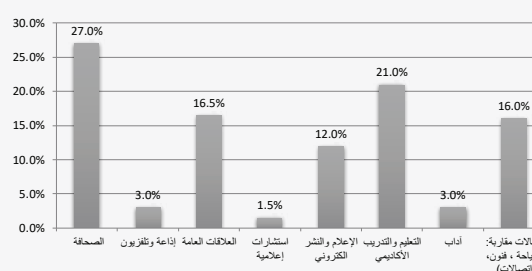
الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	أقل من ساعة في اليوم	79	39.5%
٢	من ساعة إلى أقل من ساعتين في اليوم	70	35.0%
٣	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم	30	15.0%
٤	ثلاث ساعات فأكثر في اليوم	21	10.5%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (٣٩,٥%) من عينة النخب الإعلامية تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة في اليوم، وما نسبته (٣٥,٠%) من العينة تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ساعتين في اليوم، كما أن (١٥,٠%) من العينة تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات في اليوم، وأقل نسبة من عينة النخب الإعلامية وبلغت (١٠,٥%) تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ثلاث ساعات فأكثر في اليوم.

هذه النتائج تبين أن مُط تعرض النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن عامة الجمهور بحكم طبيعة عملهم ونوعية الأنشطة التي يضطلعون بها إذ تبين الإحصائيات بحسب العينة أن المعدل العام يتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات وهو معدل متواضع إذا ما قورن بفئة الشباب والعامة لكنه مؤثر بذات الوقت.

٣. مدى اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:



شكل (١) توزيع عينة الدراسة حسب متغير مجال التخصص

ثانياً: المؤشرات التحليلية للدراسة الميدانية

تم التوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

١. المصدر الرئيس الذي تعتمد عليه العينة للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤)

التكرارات والنسب المئوية للمصدر الرئيس الذي تعتمد عليه العينة للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	الصحف المطبوعة المحلية	91	45.5%
٢	الصحف المطبوعة الدولية (الأجنبية)	32	16.0%
٣	الصحف المطبوعة العربية	27	13.5%
٤	المجلات	13	6.5%
٥	الإذاعة	33	16.5%
٦	قنوات التلفزيون المحلية	38	19.0%
٧	قنوات التلفزيون العربية	27	13.5%
٨	قنوات التلفزيون الدولية	35	17.5%
٩	الصحف الإلكترونية	99	49.5%
١٠	مواقع التواصل الاجتماعي	127	63.5%
١١	وثائق وبيانات اجتماعات الأمم المتحدة	12	6.0%
١٢	الانترنت	6	3.0%

يتبين من الجدول السابق وجود العديد من المصادر التي تعتمد عليها عينة النخب الإعلامية للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة، وكانت أكثر المصادر التي تعتمد عليها هي "مواقع التواصل الاجتماعي" ويعتمد عليها ما نسبته (٦٣,٥%) منهم، تلاها في المرتبة الثانية "الصحف الإلكترونية" ويعتمد عليها ما نسبته (٤٩,٥%) من عينة النخب، وجاءت "الصحف المطبوعة المحلية" في المرتبة الثالثة ويعتمد عليها ما نسبته (٤٥,٥%) منهم، ثم في المرتبة الرابعة "قنوات التلفزيون

جدول (٦)

التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	أعتمد عليها بدرجة كبيرة	53	26.5%
٢	أعتمد عليها بدرجة متوسطة	81	40.5%
٣	أعتمد عليها بدرجة قليلة	49	24.5%
٤	لا أعتمد عليها	17	8.5%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن مستوى اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة جاء بدرجة كبيرة ما نسبته (٢٦,٥٪) منهم، وبدرجة متوسطة لدى ما نسبته (٤٠,٥٪) منهم، كذلك يتبين أن (٢٤,٥٪) من العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة بدرجة قليلة، في حين أن (٨,٥٪) من عينة الدراسة لا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة.

كما أشارت النتائج في جدول سابق لمعدل أقل لتعرض النخبة لمواقع التواصل الاجتماعي، يبين الجدول الحالي تناسب مع تلك النسبة للتعرض إذ أن نسبة الإعتماد بدرجة متوسطة على مواقع التواصل الاجتماعي تبين أن هناك مصادر منافسة لا زالت تحوز على اقبال النخبة عليها كالصحف المحلية المطبوعة.

٤. مواقع التواصل الاجتماعي التي تستقي منها العينة معلوماتها عن أهداف التنمية المستدامة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٧)

التكرارات والنسب المئوية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تستقي منها العينة معلوماتها عن أهداف التنمية المستدامة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	واتس آب	108	54.0%
٢	انستغرام	129	64.5%
٣	فيس بوك	40	20.0%
٤	سناپ شات	13	6.5%
٥	تويتر	97	48.5%
٦	المدونات	18	9.0%
٧	مصدر آخر (جوجل، يوتيوب، المواقع الرسمية)	6	3.0%

يتبين من الجدول السابق وجود العديد من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة النخب الإعلامية للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة، وكانت أكثر المصادر التي تعتمد عليها من تطبيقات التواصل الاجتماعي هو "انستغرام" ويعتمد عليه ما نسبته (٦٤,٥٪) منهم، تلاها في المرتبة الثانية "واتس آب" ويعتمد عليه ما نسبته (٥٤,٠٪) من عينة النخب، وجاء "تويتر" في المرتبة الثالثة ويعتمد عليه ما نسبته (٤٨,٥٪) منهم، ثم في المرتبة الرابعة "فيس بوك" ويعتمد عليه ما نسبته (٢٠,٠٪) من العينة، تبعها في المرتبة الخامسة "المدونات" ويعتمد عليها ما نسبته (٩,٠٪) من عينة النخب الإعلامية، تلاها في المرتبة السادسة "سناپ شات" ويعتمد عليه ما نسبته (٦,٥٪) منهم، وجاءت المصادر الأخرى (جوجل، يوتيوب، المواقع الرسمية) في المرتبة السابعة بنسبة (٣,٠٪).

هذه الاحصائيات تبين جانباً مختلفاً قليلاً يختص بالنخب الإعلامية عما ذهبت إليه إحصائيات أجرتها خدمة Hootsuite بالتعاون مع We Are Social ونشرتها صحيفة "الوطن" البحرينية عن عامة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في مملكة البحرين، حيث وصل عدد المستخدمين النشطين شهرياً إلى فيس بوك مليون مستخدم، ووصل عدد المستخدمين النشطين لتطبيق السناپ شات ٨٢٥ ألف مستخدم، وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً على موقع الإنستغرام ٧٠٠ ألف مستخدم وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً على موقع تويتر ٥٨١,٥ ألف مستخدم، وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً على موقع لك أند ٣٢٠ ألف مستخدم.

حيث جاء اهتمام النخبة الإعلامية بمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مختلف عن العامة في الترتيب، إذ حل في المرتبة الأولى تطبيق الانستغرام وتلاه تطبيق الواتس آب ثم تويتر كأبرز الوسائل التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية في استقاء معلوماتها عن أهداف التنمية المستدامة، وهو يكشف تبيان أنماط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين النخبة وعامة الجمهور.

٥. أبرز أنماط تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٨)

التكرارات والنسب المئوية لأبرز أنماط تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	استعراض المواضيع والآراء والتعليقات	85	42.5%
٢	المساهمة في نشر الموضوعات	29	14.5%
٣	التصفح والمتابعة فقط	76	38.0%
٤	التعليق على الموضوعات	10	5.0%
	المجموع	200	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن أبرز أنماط تعرض العينة لمواقع التواصل

جدول (١٠)

التكرارات والنسب المئوية لدرجة ثقة العينة بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	أثق بها بدرجة كبيرة	10	5.8%
٢	أثق بها بدرجة متوسطة	58	33.7%
٣	أثق بها بدرجة قليلة	89	51.8%
٤	لا أثق بها	15	8.7%
	المجموع	172	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن درجة ثقة عينة النخب الإعلامية بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة جاءت بدرجة كبيرة لدى ما نسبته (٥٨٪)، وبدرجة متوسطة لدى ما نسبته (٣٣,٧٪)، كذلك يتبين أن (٥١,٨٪) من العينة يثقون بدرجة قليلة بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة ، في حين أن (٨,٧٪) من عينة الدراسة لا يولون مواقع التواصل الاجتماعي الثقة كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة.

تري عينة النخب الإعلامية كما تظهر النتائج أن مستوى الثقة بالمعلومات الواردة عن التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي قليل نسبياً، إذ وضعنا في الحسبان وجود وسائل أخرى تعتمد عليها النخبة، وهو ما يستدعي تعزيز نشر مواقع التواصل الاجتماعي لأهداف التنمية المستدامة وربطها بالوسائل التقليدية المعتمدة كالحف المحلية ومواقع وبيانات الأمم المتحدة بشأن هذه الأهداف وهناك عدة طرق منها ما يعرف بـ"أضف هذا" (AddThis) وهي تقنية ابتكرتها الشركة التكنولوجية AddThis لتوفير مجموعة كبيرة من أدوات المشاركة الاجتماعية والمحتوى المصمم للمساعدة على زيادة التفاعل على المواقع الإلكترونية وكسب المزيد من المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي مثل أزرار المشاركة المتجاوبة وأزرار التتبع المخصصة وإضافات المحتوى الموصى بها من المواقع الإلكترونية التقليدية إلى مواقع التواصل الاجتماعي كأزرع مساندة وامتداد لها.

ويرى الباحثان إلى جانب ذلك أنه من الضروري وضع دليل استرشادي خاص باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نشر أهداف التنمية المستدامة بما يساهم بالاستفادة من إمكانياتها التفاعلية وقدرتها على الوصول إلى شريحة واسعة.

٨. أهداف الأمم المتحدة في خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ عبر مواقع التواصل الاجتماعي: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الاجتماعي هي "استعراض المواضيع والآراء والتعليقات" بنسبة (٤٢,٥٪)، تلاها "التصفح والمتابعة" بنسبة (٣٨,٠٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة "المساهمة في نشر الموضوعات" بنسبة (١٤,٥٪)، ثم "التعليق على الموضوعات" بنسبة (٥,٠٪).

تعكس النتائج جانباً من ممارسات النخبة الإعلامية إزاء التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي إذ تبين اهتمام النخبة الإعلامية بشكل كبير لمتابعة المواضيع المنشورة والأصداء المتعلقة بها من خلال متابعة ردود الأفعال من التعليقات والتفاعل، في حين أن التفاعل بالنشر والتعليق كان بنسبة مختلفة عن المتابعة بالتصفح نظراً لاختلاف وظائف النخب وطبيعة عملها.

٦. مستوى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أهداف التنمية المستدامة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٩)

التكرارات والنسب المئوية لمستوى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أهداف التنمية المستدامة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	تهتم بدرجة كبيرة	32	16.0%
٢	تهتم بدرجة متوسطة	65	32.5%
٣	تهتم بدرجة قليلة	75	37.5%
٤	لا تهتم (انتقل للسؤال الثامن)	28	14.0%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أهداف التنمية المستدامة جاء بدرجة كبيرة بنسبة (١٦,٠٪)، وبدرجة متوسطة بنسبة (٣٢,٥٪)، كذلك يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بنشر أهداف التنمية المستدامة بدرجة قليلة بنسبة (٣٧,٥٪)، في حين أن (١٤,٠٪) من عينة الدراسة أكدوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تهتم بنشر أهداف التنمية المستدامة.

تري النخبة الإعلامية أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بدرجة قليلة إلى متوسطة بنشر أهداف التنمية المستدامة وهو ما يستدعي الانتباه لهذا الجانب بتعزيز استثمار هذه الوسائل لنشر أهداف التنمية المستدامة وصولاً إلى أكبر شريحة ممكنة.

٧. درجة ثقة العينة بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية (ن=١٧٢)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١١)

التكرارات والنسب المئوية لأهداف الأمم المتحدة ضمن خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الاستجابة	النسبة	التكرار
١	الهدف ١: القضاء على الفقر	50.0%	100
٢	الهدف ٢: القضاء التام على الجوع	12.0%	24
٣	الهدف ٣: الصحة الجيدة والرفاه لجميع الأعمار	39.5%	79
٤	الهدف ٤: التعليم الجيد	40.5%	81
٥	الهدف ٥: المساواة بين الجنسين	46.0%	92
٦	الهدف ٦: المياه النظيفة والنظافة الصحية	11.5%	23
٧	الهدف ٧: طاقة نظيفة وبأسعار معقولة	9.5%	19
٨	الهدف ٨: العمل اللائق ونمو الاقتصاد	23.0%	46
٩	الهدف ٩: الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية	14.5%	29
١٠	الهدف ١٠: الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها	0%	0
١١	الهدف ١١: مدن ومجتمعات محلية مستدامة	12.0%	24
١٢	الهدف ١٢: ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة	10.0%	20
١٣	الهدف ١٣: اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره	11.0%	22
١٤	الهدف ١٤: حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام	7.0%	14
١٥	الهدف ١٥: محاربة التصحر	6.0%	12
١٦	الهدف ١٦: السلام والعدل والمؤسسات القوية	19.0%	38
١٧	الهدف ١٧: عقد الشراكات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة	18.0%	36

تتصدر الأهداف المرتبطة بالناس (الهدف ١ - القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان، الهدف ٢ - القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة، الهدف ٣ - ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار، الهدف ٤ - ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع، الهدف ٥ - تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات) كأكثر الأهداف انتشاراً لكونها من الأهداف التي أعلنت عنها الأمم المتحدة قبل الألفية وظلت بارزة أيضاً في أهداف ما بعد الألفية الجديدة بعناوين متشابهة، فمثلاً جاء تصدر هدف "القضاء على الفقر" كأكثر الأهداف انتشاراً لكونه من أوائل الأهداف التي أعلنت عنها الأمم المتحدة قبل الألفية وكان بعنوان "القضاء على الفقر المدقع والجوع" الذي انقسم لهدفين فيما بعد الألفية ٢٠٣٠، فيما يلاحظ انعدام الاهتمام بالهدف ١٠ "الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها" وهو من ضمن محور الإزدهار، نظراً للتشابه الحاصل بينه وبين الأهداف المندرجة تحت محور الناس كالمساواة بين الجنسين وحقوق التعليم والرعاية الصحية للجميع.

ويعود انتشار أهداف التنمية المستدامة وتصدر بعضها لتشابهها في تفرعاتها وامتدادها على مراحل مشروع الأهداف الإنمائية للأمم المتحدة التي سبقت الألفية وجاءت ما بعدها.

٩. مدى تناول موضوعات المساواة بين الجنسين بفرصة كافية في مواقع التواصل الاجتماعي

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٢)

التكرارات والنسب المئوية لمدى تناول موضوعات المساواة بين الجنسين بفرصة كافية في مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	نعم	66	33.0%
٢	إلى حد ما	89	44.5%
٣	لا أدري	12	6.0%
٤	لا	33	16.5%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن (٣٣,٠%) من عينة الدراسة أكدوا على أن موضوعات المساواة بين الجنسين يتم تناولها بفرصة كافية في مواقع التواصل الاجتماعي، وأن (٤٤,٥%) منهم قالوا أن موضوعات المساواة بين الجنسين يتم تناولها إلى حدٍ ما بفرصة كافية في مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن (١٦,٥%) من العينة أكدوا على أن موضوعات المساواة بين الجنسين لا يتم تناولها بفرصة كافية في مواقع التواصل الاجتماعي، وباقي العينة ونسبتهم (٦,٠%) عبروا عن عدم درايتهم بالموضوع.

يتبين من الجدول السابق أن أهداف الأمم المتحدة ضمن خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ الأكثر انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة النخب الإعلامية هي "الهدف ١: القضاء على الفقر" بنسبة (٥٠,٠%)، تلاه في المرتبة الثانية "الهدف ٥: المساواة بين الجنسين" بنسبة (٤٦,٠%)، وجاء في المرتبة الثالثة "الهدف ٤: التعليم الجيد" بنسبة (٤٠,٥%)، ثم في المرتبة الرابعة "الهدف ٣: الصحة الجيدة والرفاه لجميع الأعمار" بنسبة (٣٩,٥%)، تبعه في المرتبة الخامسة "الهدف ٨: العمل اللائق ونمو الاقتصاد" بنسبة (٢٣,٠%)، وفي المرتبة السادسة "الهدف ١٦: السلام والعدل والمؤسسات القوية" بنسبة (١٩,٠%)، وجاء الهدف ١٧: عقد الشراكات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في المرتبة السابعة بنسبة (١٨,٠%). في حين نجد عدم اهتمام بالهدف ١٠ "الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها".

جدول (١٤)

التكرارات والنسب المئوية لمدى نجاح القائمين على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة في البحرين في استثمار مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمساواة بين الجنسين

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	نعم	33	16.5%
٢	إلى حد ما	78	39.0%
٣	لا أدري	18	9.0%
٤	لا	71	35.5%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن (١٦,٥٪) من عينة الدراسة أكدوا على أن القائمين على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة في البحرين نجحوا في استثمار مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمساواة بين الجنسين، وأن (٣٩,٠٪) منهم قالوا أن القائمين على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة في البحرين نجحوا إلى حدٍ ما في استثمار مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمساواة بين الجنسين، في حين أن (٣٥,٥٪) من العينة أشاروا أن القائمين على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة في البحرين لم ينجحوا في استثمار مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمساواة بين الجنسين، وباقي العينة ونسبتهم (٩,٠٪) عبروا عن عدم درايتهم بالموضوع.

تؤكد النتائج على أن الجهات القائمة على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة في البحرين بحاجة لأن تعمل بشكل أكبر على استثمار مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمساواة بين الجنسين، إذ تبين النسب الإحصائية متفاوتة في مدى الاستفادة من هذه الوسائل بالرغم من القدرات الفائقة لها وانتشار استخدامها في أوساط المجتمع لا سيما في أوساط النخب.

١٢. مدى اتساق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي بشأن هدف المساواة بين الجنسين مع وسائل الإعلام التقليدية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٥)

التكرارات والنسب المئوية لمدى اتساق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي بشأن هدف المساواة بين الجنسين مع وسائل الإعلام التقليدية

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	يتسق بدرجة كبيرة	26	13.0%
٢	يتسق بدرجة متوسطة	92	46.0%
٣	يتسق بدرجة قليلة	59	29.5%
٤	لا يوجد اتساق	23	11.5%
	المجموع	200	100.0%

هناك وعي بأهمية تناول الموضوعات المتعلقة بالمساواة بين الجنسين كأحد الأهداف الهامة للتنمية المستدامة، وأحد الملفات التي تحظى باهتمام على الصعيد الوطني، حيث يأتي انعكاساً لما تبذله المملكة في هذا الملف الذي تجاوزت فيه مراحل التمكين التقليدية وكسب الحقوق وأصبحت شريكاً رئيسياً في التنمية بمختلف أبعادها انطلاقاً من حرص المملكة على استمرار جهودها التنموية المتسقة مع أجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠، وبشكل قائم على أسس العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص.

١٠. مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٣)

التكرارات والنسب المئوية لمدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	تسهم بدرجة كبيرة	56	28.0%
٢	تسهم بدرجة متوسطة	76	38.0%
٣	تسهم بدرجة قليلة	56	28.0%
٤	لا تساهم	12	6.0%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين جاءت بدرجة كبيرة بنسبة (٢٨٪)، وبدرجة متوسطة بنسبة (٣٨٪)، كذلك يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بدرجة قليلة في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين بنسبة (٢٨,٠٪)، في حين أن (٦,٠٪) من عينة الدراسة أكدوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين.

بالرغم من أن موضوعات المساواة بين الجنسين قد نالت مساحة مناسبة في مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها لا زالت بحاجة إلى تسليط الضوء بشكل أكبر على هذه الموضوعات واستثمار مواقع التواصل الاجتماعي بالشكل الأمثل.

١١. مدى نجاح القائمين على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة في البحرين في استثمار مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمساواة بين الجنسين

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ التي وضعتها الأمم المتحدة إلى عدم وجود منهجية محددة وواضحة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إزاء المساواة بين الجنسين، وهو مؤشر يسترعي الانتباه لأهمية وجود ربط واتساق في المحتوى الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي إزاء أهداف التنمية المستدامة من خلال ابتكار دليل يساهم في تركيز الرسائل وتعزيز اتساقها وفعاليتها.

١٤. مدى تأثير رسائل مواقع التواصل الاجتماعي في كسر الحواجز التقليدية للترويج لهدف المساواة بين الجنسين

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٧)

التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير رسائل مواقع التواصل الاجتماعي في كسر الحواجز التقليدية للترويج لهدف المساواة بين الجنسين

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	أثرت بدرجة كبيرة	47	23.5%
٢	أثرت بدرجة متوسطة	88	44.0%
٣	أثرت بدرجة قليلة	47	23.5%
٤	لم تؤثر	18	9.0%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن رسائل مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بدرجة كبيرة في كسر الحواجز التقليدية للترويج لهدف المساواة بين الجنسين بنسبة (٢٣,٥٪) من وجهة نظر عينة النخب الإعلامية، وأثرت بدرجة متوسطة بنسبة (٤٤٪)، كذلك يتبين أن رسائل مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بدرجة قليلة في كسر الحواجز التقليدية للترويج لهدف المساواة بين الجنسين بنسبة (٢٣,٥٪)، في حين أن (٩٪) من عينة الدراسة أكدوا أن رسائل مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر في كسر الحواجز التقليدية للترويج لهدف المساواة بين الجنسين.

ترى عينة النخب الإعلامية أن رسائل مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بدرجة متوسطة المعدل في كسر الحواجز التقليدية للترويج لهدف المساواة بين الجنسين وهي نسبة لا يستهان بها ومن الممكن أن يتم تطوير محتوى هذه الرسائل لرفع مستوى تأثيرها.

جاء اهتمام النخبة الإعلامية بمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مختلف عن عامة الجمهور في ترتيب استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ حل في المرتبة الأولى لها تطبيق الانستغرام وتلاه تطبيق الواتس آب ثم تويتر كأبرز الوسائل التي تعتمد عليها النخبة الإعلامية في استقاء معلوماتها عن أهداف التنمية المستدامة، وهو يكشف تبيان أنماط الاستخدام والتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بين النخبة وعامة الجمهور.

تظهر نتائج الجدول السابق أن اتساق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي بشأن هدف المساواة بين الجنسين مع وسائل الإعلام التقليدية جاء بدرجة كبيرة بنسبة (١٣٪) من وجهة نظر عينة النخب الإعلامية، وبدرجة متوسطة بنسبة (٤٦٪)، كذلك يتبين أن اتساق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي بشأن هدف المساواة بين الجنسين مع وسائل الإعلام التقليدية جاء بدرجة قليلة بنسبة (٢٩,٥٪)، في حين أن (١١,٥٪) من عينة الدراسة أكدوا عدم اتساق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي بشأن هدف المساواة بين الجنسين مع وسائل الإعلام التقليدية.

كشفت النتائج الإحصائية للجدول عن وجود حاجة لتجسير فجوة الاتساق في المحتوى بين ما يطرح من مواضيع خاصة بأهداف التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي وبين ما تطرحه وسائل الإعلام التقليدية لتعزيز فاعلية التوعية بهذه الأهداف.

١٣. مدى اتساق محتوى رسائل مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ التي وضعتها الأمم المتحدة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٦)

التكرارات والنسب المئوية لمدى اتساق محتوى رسائل مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ التي وضعتها الأمم المتحدة

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	يتسق بدرجة كبيرة	24	12.0%
٢	يتسق بدرجة متوسطة	85	42.5%
٣	يتسق بدرجة قليلة	66	33.0%
٤	لا يوجد اتساق	25	12.5%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن اتساق محتوى رسائل مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ التي وضعتها الأمم المتحدة جاء بدرجة كبيرة بنسبة (١٢٪) من وجهة نظر عينة النخب الإعلامية، وبدرجة متوسطة بنسبة (٤٢,٥٪)، كذلك يتبين أن اتساق محتوى رسائل مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ التي وضعتها الأمم المتحدة جاء بدرجة قليلة بنسبة (٣٣,٠٪)، في حين أن (١٢,٥٪) من عينة الدراسة أكدوا عدم اتساق محتوى رسائل مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص المساواة بين الجنسين مع أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠ التي وضعتها الأمم المتحدة.

هناك حاجة لأن يتم التوسع في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجهات المعنية بنشر التوعية بأهداف التنمية المستدامة لا سيما المساواة بين الجنسين، إذ يعزى وجود الاختلاف في اتساق محتوى رسائل

١٥. مدى تأثير المجلس الأعلى للمرأة في التوعية بالمساواة بين الجنسين في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة به

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٨)

التكرارات والنسب المئوية لمدى تأثير المجلس الأعلى للمرأة في التوعية بالمساواة بين الجنسين في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة به

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة
١	تؤثر بدرجة كبيرة	54	27.0%
٢	تؤثر بدرجة متوسطة	73	36.5%
٣	تؤثر بدرجة قليلة	45	22.5%
٤	لا تؤثر	28	14.0%
	المجموع	200	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن المجلس الأعلى للمرأة ساهم بدرجة كبيرة في التوعية بالمساواة بين الجنسين في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة به بنسبة (٢٧٪) من وجهة نظر عينة النخب الإعلامية، كما ساهم المجلس الأعلى للمرأة بدرجة متوسطة بنسبة (٣٦,٥٪)، كذلك يتبين أن المجلس الأعلى للمرأة ساهم بدرجة قليلة في التوعية بالمساواة بين الجنسين في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة به بنسبة (٢٢,٥٪)، في حين أن (١٤٪) من عينة الدراسة أكدوا أن المجلس الأعلى للمرأة لم يساهم في التوعية بالمساواة بين الجنسين في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة به.

يبدل المجلس الأعلى للمرأة جهوداً مساندة وداعمة للتوجهات الحكومية في المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة، وقد أشرف على تشكيل لجان تكافؤ الفرص في عدد من الجهات الحكومية تهدف إلى إدماج احتياجات المرأة في جميع مجالات العمل وتعمل هذه اللجان على تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص بين جميع الموظفين والمستفيدين والخدمات المقدمة من قبل تلك الجهات، إلا أن هذه الجهود المبذولة تحتاج للمزيد من تسليط الضوء عليها من خلال الاستخدام الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي.

١٦. التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية للتأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

الترتيب	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
١	توفر لي مساحة لتبادل الآراء والأفكار بشأن أهداف التنمية المستدامة	3.995	0.848	79.9%
٢	تساعدني على أداء دوري كإعلامي بشكل أفضل في التوعية بأهداف التنمية المستدامة	3.990	0.773	79.8%
٣	تساهم في زيادة الوعي العام لدي بالمساواة بين الجنسين كأحد أهداف التنمية المستدامة	3.940	0.831	78.8%
٤	تساعدني على ترتيب أولوياتي واهتماماتي إزاء أهداف التنمية المستدامة	3.905	0.824	78.1%
٥	تعزز معرفتي بأهداف التنمية المستدامة	3.880	0.860	77.6%
٦	تحفزني للاستزادة عن أهداف التنمية المستدامة	3.835	0.895	76.7%
٧	تساهم في تشكيل اتجاهاتي نحو قضايا التنمية المستدامة	3.820	0.901	76.4%
٨	تساهم في تغيير آرائي وقناعاتي نحو أهداف التنمية المستدامة	3.740	1.028	74.8%
	المحور ككل	3.889	0.705	77.8%

يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة على العبارات المتعلقة بالتأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة. وتشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (٣,٨٨٩)، بأهمية نسبية (٧٧,٨٪)، والذي يشير إلى التأثيرات المعرفية المرتفعة المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة.

وتشير النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لمكونات التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة تراوحت بين (٣,٩٩٥-٣,٧٤٠). وقد جاءت في المرتبة الأولى "توفر لي مساحة لتبادل الآراء والأفكار بشأن أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٩٥) وأهمية نسبية (٧٩,٩٪)، تلاها في المرتبة الثانية "تساعدني على أداء دوري كإعلامي بشكل أفضل في التوعية بأهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٩٩٠) وأهمية نسبية (٧٩,٨٪)، وفي المرتبة الثالثة "تساهم في زيادة الوعي العام لدي بالمساواة بين الجنسين كأحد أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٩٤٠) وأهمية نسبية (٧٨,٨٪)، ثم في المرتبة الرابعة "تساعدني على ترتيب أولوياتي واهتماماتي إزاء أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٩٠٥) وأهمية نسبية (٧٨,١٪).

وجاءت "تعزز معرفتي بأهداف التنمية المستدامة" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٣,٨٨٠) وأهمية نسبية (٧٧,٦٪).

كما تشير النتائج إلى أن أقل التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة كانت العبارة "تساهم في تغيير آرائنا" وفناعتنا نحو أهداف التنمية المستدامة" التي جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٧٤٠)، وأهمية نسبية (٧٤,٨٪).

تظهر النتائج أن النخبة الإعلامية ترى وجود حاجة لتعزيز واستثمار مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نشر التوعية بأهداف التنمية الاجتماعية وهو ما يستدعي الانتباه لهذا الجانب من قبل القائمين على نشر أهداف التنمية المستدامة لتعزيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أهداف التنمية المستدامة.

١٧. التأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية للتأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

الترتيب	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
١	تعزز شعوري بالمسؤولية المجتمعية تجاه تحقيق أهداف التنمية المستدامة	3.945	0.816	78.9%	1
٢	تعزز لدي الشعور الجمعي بأهمية التنمية المستدامة	3.900	0.839	78.0%	2
٣	ترفع الروح المعنوية لدي تجاه المشاركة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة	3.885	0.809	77.7%	3
٤	تعزز شعوري بالأمان والاطمئنان تجاه أهداف التنمية الاجتماعية	3.865	0.735	77.3%	4
٥	تثير شعور الخوف والقلق لدي من أهداف التنمية المستدامة	3.595	1.028	71.9%	5
المحور ككل		3.838	0.652	76.8%	

يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة على العبارات المتعلقة بالتأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة. وتشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (٣,٨٣٨) بأهمية نسبية (٧٦,٨٪)، والذي يشير إلى التأثيرات الوجدانية المرتفعة المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر

للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة.

وتشير النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لمكونات التأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة تراوحت بين (٣,٩٤٥-٣,٥٩٥). وقد جاءت في المرتبة الأولى "تعزز شعوري بالمسؤولية المجتمعية تجاه تحقيق أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٤٥) وأهمية نسبية (٧٨,٩٪)، تلاها في المرتبة الثانية "تعزز لدي الشعور الجمعي بأهمية التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٩٠٠) وأهمية نسبية (٧٨,٠٪)، وفي المرتبة الثالثة "ترفع الروح المعنوية لدي تجاه المشاركة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٨٨٥) وأهمية نسبية (٧٧,٧٪)، ثم في المرتبة الرابعة "تعزز شعوري بالأمان والاطمئنان تجاه أهداف التنمية الاجتماعية" بمتوسط حسابي (٣,٨٦٥) وأهمية نسبية (٧٧,٣٪).

كما تشير النتائج إلى أن أقل التأثيرات المعرفية الوجدانية السلوكية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة كانت الفقرة "تثير شعور الخوف والقلق لدي من أهداف التنمية المستدامة" التي جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٥٩٥)، وأهمية نسبية (٧١,٩٪).

١٨. التأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية للتأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة

الترتيب	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
١	تساهم في خلق سلوك إيجابي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة	4.005	0.719	80.1%	1
٢	تدفعني لمشاركة المحتوى مع شبكة علاقاتي في مواقع التواصل الاجتماعي	3.980	0.763	79.6%	2
٣	تدفعني لتبادل الأفكار والخوض في نقاشات عن أهداف التنمية المستدامة	3.975	0.760	79.5%	3
٤	تساهم في تشيبي للمشاركة في الأحداث والفعاليات المتعلقة بالتنمية المستدامة	3.920	0.759	78.4%	4
٥	تدفعني إلى العزوف عن المشاركة في الأحداث والفعاليات المتعلقة بالتنمية المستدامة	3.215	1.129	64.3%	5
المحور ككل		3.819	0.595	76.4%	

جدول (٢٢)

دلالة العلاقة الارتباطية بين إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين واهتمامها بنشر أهداف التنمية المستدامة

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.30(**)	200	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند ($\alpha = 0.05$)

** الارتباط دال إحصائياً عند ($\alpha = 0.01$)

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين واهتمامها بنشر أهداف التنمية المستدامة (قيمة معامل الارتباط = 0.30)، فكلما زاد إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين زاد اهتمامها بنشر أهداف التنمية المستدامة، وهذه النتيجة تشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساند جهود وتوجهات الدولة ووسائل الإعلام في تعزيز الوعي بالمساواة بين الجنسين ضمن أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة ومستوى ثقافتهم بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٣)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة ومستوى ثقافتهم بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.60(**)	200	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند ($\alpha = 0.05$)

** الارتباط دال إحصائياً عند ($\alpha = 0.01$)

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة ومستوى ثقافتهم بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة (قيمة معامل الارتباط = 0.60)، فكلما زاد اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة، زادت ثقافتهم بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة، وهذه النتيجة تشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة.

يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة على العبارات المتعلقة بالتأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة. وتشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام بلغ (٣,٨١٩) بأهمية نسبية (٧٦,٤٪)، والذي يشير إلى التأثيرات السلوكية المرتفعة المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة.

وتشير النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لمكونات التأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة تراوحت بين (٣,٢١٥-٤,٠٠٥). وقد جاءت في المرتبة الأولى "تساهم في خلق سلوك إيجابي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٠٥) وأهمية نسبية (٨٠,١٪)، تلاها في المرتبة الثانية "تدفعني لمشاركة المحتوى مع شبكة علاقاتي في مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (٣,٩٨٠) وأهمية نسبية (٧٩,٦٪)، وفي المرتبة الثالثة "تدفعني لتبادل الأفكار والخوض في نقاشات عن أهداف التنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٩٧٥) وأهمية نسبية (٧٩,٥٪)، ثم في المرتبة الرابعة "تساهم في تنشيطي للمشاركة في الأحداث والفعاليات المتعلقة بالتنمية المستدامة" بمتوسط حسابي (٣,٩٢٠) وأهمية نسبية (٧٨,٤٪).

كما تشير النتائج إلى أن أقل التأثيرات المعرفية الوجدانية السلوكية المترتبة على اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة كانت العبارة "تدفعني إلى العزوف عن المشاركة في الأحداث والفعاليات المتعلقة بالتنمية المستدامة" التي جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٢١٥)، وأهمية نسبية (٦٤,٣٪).

تتسق النتائج التي بينتها التحليلات الإحصائية مع ما ذهبت إليه بعض فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، إذ تفترض النظرية وجود علاقة شاملة متكاملة بين وسائل الاتصال والجمهور، وتؤكد وجود أنواع مختلفة من التأثيرات التي تقوم بها وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي على النخب الإعلامية بسبب اعتمادهم على هذه الوسائل، وهذه التأثيرات تشمل التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية، وهي ما أشارت إليه النتائج أعلاه لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي إزاء أهداف التنمية المستدامة.

المحور الثالث: نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين واهتمامها بنشر أهداف التنمية المستدامة.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

رابعاً: النتائج العامة للدراسة

١. تبين الدراسة أن نسبة (٦٣,٥٪) من العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة وهي الأعلى من بين المصادر التي تعتمد عليها العينة.
٢. أشارت الدراسة إلى أن ما نسبته (٣٩,٥٪) من عينة النخب الإعلامية تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة في اليوم، في حين أن أقل نسبة من عينة النخب الإعلامية (١٠,٥٪) تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ثلاث ساعات فأكثر في اليوم.
٣. أظهرت الدراسة أن مستوى اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة جاء بدرجة متوسطة لدى ما نسبته (٤٠,٥٪) منهم.
٤. بينت الدراسة أن تطبيق "انستغرام" من أكثر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الذي تعتمد عليه عينة النخب الإعلامية للحصول على معلومات حول أهداف التنمية المستدامة بنسبة (٦٤,٥٪).
٥. كشفت الدراسة أن أبرز أنماط تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي هي "استعراض المواضيع والآراء والتعليقات" بنسبة (٤٢,٥٪)، تلاها "التصفح والمتابعة" بنسبة (٣٨,٠٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة "المساهمة في نشر الموضوعات" بنسبة (١٤,٥٪).
٦. أشارت الدراسة إلى أن النخب الإعلامية البحرينية ترى بأن اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بنشر أهداف التنمية المستدامة جاء بدرجة قليلة بنسبة (٣٧,٥٪) ولكن هناك أيضاً نسبة اهتمام بدرجة متوسطة (٣٢,٥٪) بنشر أهداف التنمية المستدامة.
٧. كشفت الدراسة أن درجة ثقة عينة النخب الإعلامية بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة جاءت بدرجة متوسطة لدى ما نسبته (٣٣,٧٪) منهم، في حين أن (٥١,٨٪) من العينة يثقون بدرجة قليلة بالمعلومات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي حول التنمية المستدامة.
٨. تبين الدراسة أن أهداف الأمم المتحدة ضمن خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ الأكثر انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة النخب الإعلامية هي "الهدف ١: القضاء على الفقر" بنسبة (٥٠,٠٪)، تلاه في المرتبة الثانية "الهدف ٥: المساواة بين الجنسين" بنسبة (٤٦,٠٪).
٩. أظهرت الدراسة أن ما نسبته (٤٤,٥٪) من العينة يرون بأن موضوعات المساواة بين الجنسين يتم تناولها إلى حدٍ ما بفرصة كافية في مواقع التواصل الاجتماعي.
١٠. تبين الدراسة أن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية المساواة بين الجنسين جاءت بدرجة متوسطة بنسبة (٣٨٪).

توصيات الدراسة

يوصي الباحثان بما يلي:

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٤)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد

التأثيرات	قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
التأثيرات المعرفية	0.29(**)	200	0.01
التأثيرات الوجدانية	0.25(**)	200	0.01
التأثيرات السلوكية	0.30(**)	200	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند ($\alpha = 0.05$)
 ** الارتباط دال إحصائياً عند ($\alpha = 0.01$)

يتبين من الجدول السابق النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة والتأثيرات المعرفية المترتبة على هذا الاعتماد (قيمة معامل الارتباط = ٠,٢٩)، وهذه النتيجة تشير إلى أن اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة يزيد من التأثيرات المعرفية عليهم.
- وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة والتأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد (قيمة معامل الارتباط = ٠,٢٥)، وهذه النتيجة تشير إلى أن اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة يزيد من التأثيرات الوجدانية عليهم.
- وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد (قيمة معامل الارتباط = ٠,٣٠)، وهذه النتيجة تشير إلى أن اعتماد النخب الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أهداف التنمية المستدامة يزيد من التأثيرات السلوكية عليهم.

١. الالتفات إلى أهمية هذه الوسائل في التأثير وإيصال الرسائل المرجوة، حيث أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تحظى بمتابعة بدرجة مهمة من قبل جمهور النخبة والجمهور العام.
٢. أن تقوم الجهات القائمة على تنفيذ أجندة التنمية المستدامة باستثمار مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز نشر أهداف التنمية المستدامة.
٣. استثمار حسابات وقنوات الصحف المحلية في مواقع التواصل الاجتماعي لنشر أهداف التنمية المستدامة، لأن تلك الصحف لا تزال من ضمن أهم المصادر التي يعتمد عليها النخبة في استقاء معلوماتهم.
٤. ابتكار دليل خاص لمواقع التواصل الاجتماعي لنشر أهداف التنمية المستدامة لتتسق مع خطة التوعية بهذه الأهداف.
٥. توفير خدمة اتاحة نشر المواد التوعوية من المواقع الرسمية ومختلف الوسائل والأذرع الإعلامية إلى مواقع التواصل الاجتماعي.
٦. الاستعانة بنتائج الإحصائيات والبحوث التي تكشف أهم وأكثر ما يتم الاعتماد عليه في نشر الرسائل لإحداث أكبر قدر من التأثير، نظراً لتفاوت متابعة وسائل وأدوات التواصل الاجتماعي من منطقة إلى أخرى.
٧. دراسة أمثاط استخدام النخب والجمهور المستهدف لمواقع التواصل الاجتماعي لتحديد الوسيلة وطريقة ووقت عرض الرسالة الخاصة بأهداف التنمية المستدامة.
٨. تعزيز مصداقية نشر مواقع التواصل الاجتماعي لأهداف التنمية المستدامة بربطها بالوسائل التقليدية المعتمدة كالصحف المحلية ومواقع وبيانات الأمم المتحدة بشأن أهداف التنمية المستدامة.

قائمة المراجع

١. الباكر، ريم "دور الصحافة في ترتيب أولويات النخبة البحرينية تجاه قضايا التنمية المستدامة الطاقة المتجددة نموذجاً". المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 26، يونيو 2021، ص ص 159 - 172.
٢. المدني، أسامة بن غازي زين "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبدالعزيز" المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 23، مايو 2020، ص ص 11 - 68.
٣. ماهيتاب جمال، "سلوك التماس طلاب كليات الإعلام للمعلومات المتعلقة باستراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030 عبر شبكات التواصل الاجتماعي و دوره في بناء توقعاتهم نحو مستقبل الدولة المصرية؟" المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال. ع. 31 (تشرين الأو، المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال، المجلد 2020، العدد 31 - الرقم المسلسل للعدد 31، ديسمبر 2020، ص ص 640-684
٤. محمد أحمد محمد سام، وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع من وجهة نظر النخبة، دراسة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، 2018.
٥. فيصل علي احمد سام عجاج، محتوى الرسائل الاتصالية للإعلاميين الخليجيين في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمعايير المهنية: توير نموذجاً، رسالة ماجستير، مملكة البحرين، 2018.
٦. Dominique A. Potvin , Emily Burdfield-Steel, Jacqueline M. Potvin, Stephen M. Heap; Diversity (6) begets diversity: A global perspective on gender equality in scientific society leadership, PLOS ONE | <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197280> May 30, 2018
٧. Media's Young, Carrie & McComas, Katherine Role in Enhancing Sustainable Development in Zambia , Mass Com-(7) munication & Society. Vol. 19 Issue 5, Sep-Oct 2016, p626-649
٨. زهير حسين ضيف، دوافع استخدام النخب الثقافية والسياسية الخليجية لشبكات التواصل الاجتماعي والشباعات المتحركة، مجلة دراسات الطفولة "نفسية طبية إعلامية"، العدد 76 جامعة عين شمس، يوليو - سبتمبر 2017.
٩. بوحفص بوزيد . فضيل عبد الكريم 2017 (واقع وآفاق تحقيق المساواة بين الجنسين والقضاء على الفقر المدقع و الجوع في البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة لدى سكان الجزائر) مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، المجلد 9، العدد 29، الصفحة 41-52 ، الجزائر ، 2017.
١٠. رضا عبد الواحد أمين، اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على الجمهور البحريني، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، العدد 17 جامعة الأهرام الكندية، أبريل / يونيو 2017.
١١. مهري شفيقة، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الآداب و العلوم الإجتماعية المجلد 13، العدد 23، الصفحة 199-217، الجزائر، 2016.
١٢. Lowe Morna, Colleen; Promoting Gender Equality In And Through The Media: A Southern African Case Study, Global Media Journal: Indian Edition, Vol. 3 Issue 1, p1-23. Jun2012
١٣. Widestedt, Kristina; Issues of Gender Equality and Diversity in Broadcast News Policy, NORDICOM Review, Vol. (13) 29 Issue 1, p45-62, Jun2008
١٤. عبدالله عامر الهماي، أسلوب البحث الإعلامي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ليبيا، 1988، ص154.
١٥. محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (دروس نظرية وتطبيقات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017 ، ص 201.
١٦. محمد محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص130.
١٧. عبدالله عامر الهماي، أسلوب البحث الإعلامي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ليبيا، 1988، ص154 .
١٨. سامي طابع، بحوث الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001 ص 307.
١٩. محمد المنصور، تأثير التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير متاحة على الانترنت بموقع الاكاديمية العربية في الدمام، ص 25.

٢٠. تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، مستقبلنا المشتركة، ترجمة محمد كامل عارف، سلسلة عالم المعرفة عدد 142، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1989م.
٢١. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في الدول العربية
٢٢. <http://www.arabstates.undp.org/content/rbas/ar/home/sustainable-development-goals.html>
٢٣. المعجم الوسيط، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطابع دار المعارف بمصر 1973م.
٢٤. ابن منظور: لسان العرب، حرف النون، مادة نخب، الجزء الرابع عشر، دار صادر، بيروت، لبنان، طبعة 2003م.
٢٥. شعبان الاسود 2001، علم الاجتماع السياسي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2011، ص 54.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الثقافي للشباب بالسودان يوتيوب نموذجاً (دراسة وصفية تحليلية في الفترة من مارس ٢٠٢٢ - مارس ٢٠٢٣م)

د. محمد سعيد عمر حاج الطيب
جامعة أبو القاسم سعد الله - الجزائر
mohamed.seid1983@gmail.com

د. شذى الزين محمود الحسين
جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل- الجزائر
shazaelzainmahmmoud@gmail.com

ملخص

هدفت دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الثقافي للشباب بالسودان اليوتيوب نموذجاً إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة محتوى ثقافي يعبر عن الشباب السوداني وينمي ثقافتهم ، لاحظ الدارسان تعرض الشباب السوداني عبر وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) إلى محتويات ثقافية تهدد الأمن الفكري والثقافي للشباب السوداني ، وبالتالي يصبح السؤال الرئيس لهذه الدراسة ، كيف يمكن أن تصنع وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) رسائل ثقافية تعبر عن رؤى وطموحات الشباب السوداني تنمي من وعيه الثقافي؟ وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، من خلال أدوات الملاحظة والإستبانة ، بالتطبيق على عينة عشوائية من شباب ولاية الخرطوم بالسودان، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إكساب الشباب المعلومات والمعارف كما لها دور في غرس القيم والأفكار ، كما أكدت الدراسة ان من اكثر المحتويات التي يتابعها الشباب السوداني العلمية تليها الثقافية. واوصت الدراسة بتوظيف اليوتيوب في بث ونشر الثقافة السودانية بقوالب درامية جذبة، يجب توعية الشباب وتحصينهم ضد الثقافات التي تتعارض مع قيم المجتمع السوداني..

الكلمات المفتاحية

الإعلام الرقمي - الثقافة - الوعي - الإختراق - الفكر - الأمن - تعزيز

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

١. التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة محتوى ثقافي يعبر عن الشباب السوداني وينمي ثقافتهم.
٢. توضيح مدى قدرة المحتوى الثقافي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على تلبية إحتياجات الشباب السوداني ومن ثم نشرها للآخرين .
٣. الوقوف على معوقات الإنفتاح الثقافي للشباب السوداني وما يتعرض له من إختراق فكري ثقافي.

تساؤلات الدراسة

تنطلق هذه الدراسة من عدة تساؤلات على النحو التالي :

١. إلى أي مدى إستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تصنع محتوى ثقافي عن رؤى وأفكار الشباب السوداني؟
٢. كيفية صناعة محتوى ثقافي عبر وسائل التواصل الاجتماعي يلبي طموحات الشباب وينمي ثقافتهم ؟
٣. ما معوقات الإنفتاح الثقافي للشباب السوداني وما يواجهه من إختراق فكري ؟

المقدمة

تعد وسائل التواصل الاجتماعي، من الوسائل التي تؤدي دورا مهما في صناعة الثقافة لدى كل فئات المجتمع ، مما أمتازت به من مزايا وأصبحت هي الشكل المسيطر في هذا الوقت لا سيما على فئات الشباب وتحول كل المجتمع من خلالها من متلقي للرسالة الإعلامية الى صناع للمحتوى الإعلامي وفق رؤاهم الشخصية وما يودون أن يعبروا عنه . مشكلة الدراسة :

لاحظ الدارسان تعرض الشباب السوداني عبر وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) إلى محتويات ثقافية تهدد الأمن الفكري والثقافي للشباب السوداني ، وبالتالي يصبح السؤال الرئيس لهذه الدراسة ، كيف يمكن أن تصنع وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) رسائل ثقافية تعبر عن رؤى وطموحات الشباب السوداني وتعزز من وعيه الثقافي؟

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تتعرض لشكل الجديد للإعلام من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وتقديمها للمحتوى الثقافي الذي يعبر عن الشباب السوداني بصورة جلية بإعتبارهم حاضرون ومستقبل الأمة.

منهج الدراسة

سوف تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال أدوات الملاحظة و الإستبانة.

الإطار المكاني: السودان - الخرطوم.

الإطار الزمني: الفترة من مارس ٢٠٢٢ حتى مارس ٢٠٢٣ م

مجتمع الدراسة: الشباب السوداني بولاية الخرطوم عن طريق عينة عشوائية من شباب ولاية الخرطوم لمعرفة تأثير المحتوى الثقافي عبر منصة اليوتيوب على ثقافتهم.

طرق جمع المعلومات

الإطار النظري والمفاهيمي أستندنا بالرجوع للكتب والمراجع والرسائل الجامعية وأوراق العمل وشبكة الإنترنت وإعتمدنا على تصميم صحيفة إستبانة وتوزيعها على عينة المبحوثين وهي عينة عشوائية غير منتظمة عن طريق توزيع إستمارة على قوئل فورم وتحليلها عن طريق البرمج الإحصائي SPSS الملاحظة الشخصية منكون الباحثين من الأكاديمين والمتخصصين في مجال الاتصال الثقافي.

مصطلحات الدراسة

وسائل التواصل الإجتماعي : هي وسائل اتصال إلكترونية تسمح للمشارك بإنشاء مواقع خاصة به، ومن ثم ربطه من خلال نظام إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها^١.

صناعة المحتوى: هو المساهمة في نشر معلومات في سياقات محددة عن طريق وسائط الإعلام الرقمي للجمهور.

المحتوى الثقافي: هو عملية إكتشاف أفكار لموضوعات ثقافية وأدبية تثير إهتمام الجمهور وصيتها في محتوى مرئي أو مكتوب.

الشباب السوداني: يقصد بهم الفئة العمرية بين عامي ١٥-٤٠ سنة.

الدراسات السابقة

قام الباحثان بالرجوع الى العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة على النحو الاتي :

الدراسة الأولى بعنوان:

واقع الشباب في القرن ٢١ من العالم الافتراضي الى تشكيل الوعي^١

تهدف الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام الجديد وخاصة وسائل

التواصل الاجتماعي في مشاركة الشباب السياسية والمجتمعية، وبيان دور التنشئة السياسية في ترسيخ القيم السياسية لدى الشباب وخاصة طلبة الجامعات، وتم استخدام المنهج الوصفي .

وكشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق نسبية ذات دلالة إيجابية بين تعرض طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الأخرى يوميا، فجاء التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بنسبة ٨٥,٧٥% من عينة الدراسة، كما أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة المشاركة السياسية وانضمام الطلاب للأحزاب السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير بنسبة ٦٥%.

الدراسة الثانية بعنوان:

أثر التقنيات الحديثة على الشباب المسلم في فلسطين ، مواقع التواصل الاجتماعي^٢

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى الأثر الإيجابي والسلبي للتقنيات الحديثة على فئة الشباب المسلم في المجتمع الفلسطيني، استخدمت الدراسة المنهج الاستقرائي الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى ان التقنيات الحديثة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي من بالغ الأثر بنوعيه الإيجابي والسلبي على فئة الشباب المسلم في فلسطين، ومدى انتشارها واستحوادها على المرتبة الأولى من فكر الشباب واهتماماتهم، وأقر الشباب بانجذابهم نحو الآثار الإيجابية وتبنيهاا وابتعادهم عن تلك السلبية ووعيهم بها. وأظهرت الدراسة ما لقدرة تلك التقنيات على النهوض بالشباب المسلم في فلسطين في كافة المجالات وأهمها مجال التعليم والدعوة والتربية إذا ما أحسن استغلالها، وتم توظيفها بالاتجاه السليم ضمن إطار من الرقابة والتخطيط.

الدراسة الثالثة بعنوان:

أثر استخدام موقع الفايسبوك على الشباب الجزائري^٣

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام موقع الفايسبوك على الشباب الجزائري من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك من شباب مدينة أم البواقي، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج في ضوء كل من الأهداف، النظرية و الدراسات السابقة

بالنسبة للعادات وأمطاط استخدام الشباب الجزائري لموقع الفايسبوك فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ أكثر من ثلاث سنوات لأكثر من ساعتين ليلا من منازلهم باستخدام جهاز الحاسوب مفضلين

١ منال فهمي البطران، واقع الشباب في القرن ٢١ من العالم الافتراضي الى تشكيل الوعي، القاهرة ، ٢٠١٨ .

٢ رجا داود محمد شختور ، أثر التقنيات الحديثة على الشباب المسلم في فلسطين ، مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً، رسالة ماجستير ، فلسطين، ٢٠١٤م

٣ نور الهدى إيمان بن قسمة ، أثر استخدام موقع الفايسبوك على الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك بمدينة أم البواقي ، رسالة مكملة لنيل الماجستير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ٢٠١٥ م

خدمة الدردشة و التعليقات أما بالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الشباب الجزائري لموقع الفايسبوك تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء بحيث يلبي الموقع حاجة التعبير عن آرائهم ومواقفهم بكل حرية و كانت المواضيع التي تجذبهم أكثر على الموقع المواضيع الثقافية.

الدراسة الرابعة بعنوان:

عادات وأتماط مشاهدة الطلبة السعوديين للفيديوهات في شبكات التواصل الإجتماعي^٤

هدفت الدراسة الى التعرف على عادات وأتماط مشاهدة الطلبة للفيديوهات في شبكات التواصل الإجتماعي باعتبارها من أكثر الوسائط الرقمية تداولاً بين الطلاب والطالبات وما أسفر عن هذا التعرض من تغيير في أنماط التفكير والممارسة العملية والحياتية لهم ، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، وتم التوصل إلى أن طلاب وطالبات جامعة جازان دائماً يشاهدون الفيديوهات في شبكات التواصل الاجتماعي ، وأن أعلى نسبة لأفراد العينة المبحوثة في دافعهم لمشاهدة الفيديوهات (٤٠,٥ ٪) التعليم والتثقيف ، ثم الترفيه والتسلية بنسبة (٢٧,٥ ٪) ، ولقضاء وقت الفراغ بنسبة (١٦,٥) ، وأخيراً للمشاهدة فقط بنسبة (١٥,٥ ٪)

الدراسة الخامسة بعنوان:

وظيفة العلاقات العامة في التوعية الثقافية بالسودان دراسة تطبيقية على العاقات العامة بوزارة الثقافة والشباب والرياضة^٥

هدفت الدراسة الى الكشف عن اساليب ممارسة العلاقات العامة بوزارة الثقافة والشباب والرياضة لانشطتها التي تهدف الى التوعية المواطنين السودانيين ثقافياً وروحياً لتحسينهم ضد الاختراق الثقافي وتأكيدهم الإهتمام بثقافتنا وارثنا الحضاري بإع تبار ان الثقافة هي التي تميز الشعوب والمجتمعات ،ومعرفة اراء بعض الشباب حول الاختراق الثقافي وحتمهم على التمسك بالقيم السودانية الأصيلة ،وذلك من خلال اتباع المنهج الوصفي عن طريق اسلوب المسح ،ومن اهم النتائج للدراسة انه في عصر الفضاء المفتوح تزداد الحاجة للتوعية الثقافية للتحسين ضد الاختراق الثقافي وأن الفضائيات الأجنبية اسهمت بفعالية في حدوث الاختراق الثقافي وتليها شبكة الانترنت ،وتوصي الدراسة بأهمية وجود إعلام سوداني فاعل في التصدي للاختراق الثقافي.

علاقة الدراسات السابقة بدراستنا الحالية

من الملاحظ بصورة جلية ان معظم الدراسات التي تركز على مواقع التواصل الإجتماعي تهتم بموقع الفيس بوك أكثر من اي موقع اخر من

مواقع التواصل الإجتماعي وهذا ما دفعنا لأن نركز في دراستنا الحالية على موقع اليوتيوب بما يمتاز به اليوتيوب من مزايا تستحق الوقوف عليه وعلى الإمكانيات الجبارة التي يقدمها عدا دراسات قليلة ركزت على اليوتيوب ، ويندر وجود دراسات تركز على موقع اليوتيوب بكونه من المواقع التي تهتم بالصورة والصوت مما يدعو الى الإجهاد الى الأهتمام بالبحوث في مجال مواقع التواصل الإجتماعي عدا الفيس بوك ويمكن أن يعزى هذا الأمر الى سهولة إجراء البحوث على موقع الفيس بوك أكثر من غيره من المواقع ،إضافة الى ان كل الدراسات السابقة وحتى دراستنا الحالية استخدمت المنهج الوصفي التحليلي بأعتبره أكثر المناهج التي تتماشى مع هذه الدراسات الإعلامية

الإعلام الرقمي والمحتوى الثقافي

إن عصر المعلومات افرز نمطا اعلاميا جديدا يختلف في تأثيراته الاعلامية والسياسية والثقافية والتربوية لأن وسائله الحديثة بلغت غايات بعيدة في عمق الاثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الاعلام وجعلت منه محورا أساسيا في منظومة المجتمع^٦. لقد بات الاعلام الجديد مختلف وسائله لغة العصر، وبات الناس مختلف فئاتهم يستخدمونه، لأنه الاسرع والاسهل لتلقي المعلومات، لا سيما في ظل ثورة الاتصالات والوسائل التقنية التي جعلت من وسيلة لإيصال الأفكار والثقافات والترويج لها، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي لا تخضع كثيرا للرقابة، كما اصبح الاعلام الجديد في متناول الجميع، وبات بإمكان أي شخص يحمل هاتف ذكي موصل بالانترنت ان يكون اعلامي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي كسرت كل الحواجز والقيود واطلق عليه السلطة الخامسة، لقوة تأثيره في الرأي العام والحكومات.^٧

حيث سهل الاعلام الرقمي موضوع التعبير عن الذات والحوار بين الحضارات، وتقبل احترام الرأي الآخر، من خلال توفير فرص التفاعل والمداخلات والتواصل بين الاعلامي والجمهور بطرق مختلفة، و أتاح فرصة للشباب أن يكونوا اعلاميين وصانعي محتوى ومؤثرين. ان الاعلام الرقمي يتطور بشكل سريع ومتواصل ولا يمكن الاستغناء عنه، ومن خلال استخدام الانترنت أصبح العالم يتطور بشكل سريع.

سمات الاعلام الرقمي

يتميز الإعلام الرقمي عن الإعلام التقليدي بالسمات التالية:

١. التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.
٢. الشبوع والانتشار: اي سرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى اكبر عدد من المتلقين في المجتمع المحلي او الدولي، وفي اسرع وقت

٤ محمد سعيد عمر و طه عبد الرحيم طه و محمد مغدي جابر السلمي ، عادات وأتماط مشاهدة الطلبة السعوديين للفيديوهات في شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة علمية منشورة ،مجلة كلية الإعلام جامعة ام درمان الإسلامية ٢٠٢٢م

٥ شذى الزين محمود محمد ، وظيفة العلاقات العامة في التوعية الثقافية بالسودان دراسة تطبيقية على العاقات العامة بوزارة الثقافة والشباب والرياضة ، رسالة ماجستير جامعة ام درمان الإسلامية، ٢٠١٠م

٦ احمد عبد الغفار بسيوني، الإعلام الرقمي الجديد، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠١٨، ص ٨-٦

٧ حسنين شفيق، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ١٤

لقد أصبح المستخدمون يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم افتراضي يوازي عالمهم الفيزيائي الأمر الذي دفعهم إلى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية والتقليل من العلاقات الاجتماعية التقليدية، والاستئناس أكثر بنظيرتها الافتراضية.^٨

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية عام ١٩٩٥م حيث ظهر موقع Classmates.Com ثم تلاه موقع Six degree وأُعيدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الاصدقاء ولكن تم إغلاقها لأنها لم تحقق العوائد المالية المرجوة منها، وبعد عدة سنوات تم إنشاء العديد من المواقع التي إنتشرت بشكل واسع في كافة أرجاء العالم وجمعت الملايين من المستخدمين وقد أحدثت تلك الشبكات تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات.^٩

ان مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، اذ عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، واطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الافراد والجماعات على شبكة المعلومات العملاقة.

كما يطلق عليه عدة تسميات (الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الاعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية) وتسمى ايضاً مواقع التشبيك الاجتماعي، وهي المواقع التي تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من متدربين عليها من انحاء العالم، ويطلق عليها (social networking sites)، وتعتمد تلك المواقع على الاستفادة من تفاعلية شبكة الانترنت كوسيلة اتصال، اذ تسمح هذه المواقع لأعضائها أن يقدموا انفسهم، ويعبروا عن آرائهم وافكارهم للآخرين. كما وتصنف هذه المواقع ضمن الجيل الثاني، وسميت اجتماعية لأنها أنت من مفهوم بناء المجتمعات)، بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التواصل مع اشخاص لديهم اهتمامات مشتركة ومشاركة صوره ومذكراته وملفاته مع العائلة أو الأصدقاء أو زملاء العمل.

والشبكات الاجتماعية تعد من المفاهيم المرتبطة بالمجتمع الافتراضي والتي ذاع صيتها بشكل يستدعي الانتباه، اذ زاد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي منذ ان أصبح الانترنت بتفاعلاته جزءاً من الحياة اليومية للملايين من البشر.

كما وتعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية، فالتفاعلات تنم عن خلفية السياق العالمي، وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي.^{١٠}

واقل تكاليف والنقل الفوري للحدث ومتابعة آخر التطورات الجارية مع امكانية التحديث المستمر لحظة بلحظة.

٣. تفتيت الاتصال: وتعني ان الرسالة الاتصالية من الممكن ان تتوجه إلى فرد واحد والى جماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة كما كان في السابق، كما وتعني درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من متبوع الرسالة إلى مستقبليها.^{١١}

مواقع التواصل الاجتماعي

عندما يرتبط مجموعة من الأفراد في تنظيم ما من خلال شبكة الكمبيوتر، يمكن القول أن هؤلاء الأفراد يمثلون شبكة اجتماعية، وهذه الشبكة من الأفراد تحكمها علاقات اجتماعية وعلاقات عمل مشترك قائم على تبادل المعلومات بشكل منتظم.^{١٢}

فالشبكات الاجتماعية تقوم بجمع اعداد كبيرة من الناس بناء على اتجاهاتهم والتي هي في الغالب تكون معلنة عبر هذه المواقع في صفحات متخصصة لبياناتهم، والتي تساعد بالتالي على تواصل جيد مع الآخرين عبر هذه الشبكات مستعينين في ذلك بالعديد من الوسائل ومنها رسائل البريد الالكتروني والتدوين على صفحاتهم والمشاركة بالصور والفيديو.

ويستطيع المستخدم من خلال الشبكات الاجتماعية الالتقاء بالاصدقاء أو التعرف على اصدقاء جدد من خلال الدردشة او ارسال الرسائل، كما يستطيع عرض الصور والفيديو وتبادل التعليقات عليها، والدعوة الى المناسبات والاحتفالات، او خلق صفحات حول الموضوعات التي يرغب بها.

ومن اشهر انواع الشبكات الاجتماعية فيس بوك وتويتر وماي سبيس ولينك دان وغيرها.

اثر المجتمع الافتراضي على المجتمع الواقعي

معروف أن الرغبة في التواصل مع الغير هي نزعة متأصلة لدى الانسان، ومهما قيل عن حوار الانسان والآلة والإبحار في محيطات الانترنت، فليس هناك ما هو اروع للانسان من أن يقيم حواراً مع انسان غيره على الطرف الآخر، يشاركه اهتماماته وهمومه، ويتبادل معه معارفه وخبراته، ولقد اقترب اليوم الذي لن يبقى فيه شيء يصعب على الانسان ان يشارك فيه غيره وذلك بفضل التكنولوجيا، ومن الطبيعي أن تنمو الرغبة في التواصل مع ما نشهده في زماننا هذا من ظاهرة الغتراب والانكفاء على الذات وانقطاع الصلة مع جار السكن، وربما هذا ما يفسر لنا سرعة انتشار المجتمعات الافتراضية على الانترنت.

٨ محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، القاهرة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٨، ص ٣٠-٣٨.

٩ حسنين شفيق، الإعلام الجديد، مرجع سابق ص ٥٦

١٠ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٠

١١ فهد بن عبدالعزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي، أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٧، ص ٣٣

١٢ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير على الأمن القومي والإجتماعي، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٦، ص ٣٦

موقع اليوتيوب Youtube

الفيديو وبشكل مجاني، ويتنوع بين مقاطع الأفلام والموسيقى والفيديو المنتج من الهواة).

واليوتيوب هو (أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مواقع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال اعطاء قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع).

وهناك من يعرفه بأنه: (شركة إعلامية خاصة بجمهور الإنترنت تسمح لهم بمشاهدة مقاطع الفيديو والمشاركة فيها عبر شبكة المعلومات الدولية دون مقابل).

(ماهر الشمايله وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٣٣)^{١٥}

مميزات اليوتيوب

يعد موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة، وأهمها:

١. **عام مجاني:** فمن خلال الموقع يستطيع المستخدم تحميل وتنزيل ما يشاء من أفلام سواء أكانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط.
٢. **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر خدمة ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني MP3، وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم.
٣. **سهل المشاهدة:** فبمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حياً أو مباشرة من الموقع، كما وتستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل:
٤. **سهل البحث:** موقع يوتيوب يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته. ٥. سهل الإستعمال من قبل العامة: الموقع سهل الإستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع.

أصبح اليوتيوب أداة للترويج: فأفلام الموقع المجانية هي خير وسيلة

يعد موقع يوتيوب الموقع الثالث الأكثر استخداماً، وهو موقع خاص بمقاطع الفيديو، ويتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه، ويزوره الملايين يوميا، ويعد اليوتيوب من أهم أدوات الإعلام الرقمي الرقمي.

ويشهد الموقع اقبالاً كبيرة من الشباب والمراهقين خصوصاً، ومن كلا الجنسين، ويعد موقعاً غير ربحية، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبة كبيرة لمؤسسية، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، سواء أكانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي والتي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت، كما لم يعد الموقع حكراً على مؤسسات إعلامية أو قنوات تلفزيونية فضائية، أو أشخاصاً مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتداءً من كبار القادة والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية، لما يقوم به الموقع من خدمات مميزة خصوصاً دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة، وأصبح جزءاً لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس، كما وأضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة.

وبالنظر لحجم الحضور الكبير الذي يتمتع به يوتيوب حول العالم، فقد تم استخدامه في العديد من المجالات ولا سيما السياسية منها، إذ سمح الموقع للعديد من الشركات والمؤسسات والمنظمات الكبيرة والشخصيات المشهورة والفنانين.^{١٦}

اليوتيوب: هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً دوره في الأحداث الأخيرة التي حدثت في أنحاء مختلفة من العالم.

ويعرف اليوتيوب بأنه موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، ويعد من شبكات التواصل الاجتماعي المهمة.

كما أنه موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل أو تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل مجاني، كما يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها، إلى جانب أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

وتعرفه موسوعة ويكيبيديا، بأنه: (موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع

^{١٦} ودبيع العززي، الإعلام الجديد... مفاهيم ونظريات، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٢١- ٥١

الباحثين - الذين يبدأون بها عند الخامسة عشرة - يصلون بنهايتها إلى حدود الثلاثين، ويراها آخرون تستعصي على التحديد، حيث تختلف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى ثقافة».

وهناك رأي آخر يميل إلى تقسيم فترة الشباب Youth إلى مرحلتين: مرحلة الشباب الأولى أو مرحلة الفتوة وتمتد من بداية الحلم حتى سن الرشد الذي يحدده القانون المدني بسن الواحد والعشرين التي فيها يتحمل الفرد مسؤولياته المدنية. والمرحلة الثانية وهي مرحلة الرشد، وتمتد من سن الواحدة والعشرين حتى الثلاثين. وبهذا تطابق مرحلة الفتوة أو مرحلة الشباب الأولى الفترة التي يعينها كتاب الغرب بمصطلح المراهقة Adolescence.

هذا وقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الشباب وتباينت تبعاً للزاوية التي يتم النظر منها إلى الشباب.^{١٧}

والشباب هو مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواء مستقبله المهني أو مستقبله العائلي، يعتبر الشباب مرحلة انتقالية من الطفولة إلى البلوغ، عندها يصبح الشباب، من خلال عملية تغير جسمي ونفسي واجتماعي كثيف، موضع اعتراف تدريجي كبالغين ويدركون أنفسهم بوصفهم هذا، ولذلك فإنها مرحلة الحياة أكثر منها سن، وعادة ما يميز المحللون بين تعريف بيولوجي لمفهوم الشباب، يركز على أطوار النمو العضوي والجسماني، واتجاه سيكولوجي يركز على نمو الشخصية والجوانب النفسية، واتجاه سوسيولوجي يتناولهم كظاهرة أو كحقيقة اجتماعية تنسم بخصائص معينة من فئات المجتمع.

وعند البحث في أدوار ومساهمات الشباب فإنه عادة ما يتم تحديد مرحلة الشباب بفترة زمنية معينة يختلف تحديد نقطة بدايتها من مجتمع إلى آخر بحسب الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة في كل مجتمع.^{١٨}

من أهم العوامل التي ساعدت على تغير الشباب وافكارهم وعاداتهم وخاصة الشباب المصري التغيرات التكنولوجية ومدى تكيفهم الثقافي معها، وليس صحيحاً ان التطورات التكنولوجية هي المصدر الأساسي للتغير، ومعنى اخر فإن العوامل الثقافية والاجتماعية أحيانا تعمل على إحداث التغير بشكل مباشر ولا تحتاج إلى التعبير عن نفسها من

لترويج افكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من عامة الناس، اذ انه لا يكلف شيئاً مثل الحملات الترويجية العادية، وفي ذات الوقت يستطيع العالم اجمع مشاهدته مجاناً من خلال الموقع. ٧. الرقابة: الموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرية بمجموعة خاصة من المشتركين او العامة، وكل ذلك يظهر بمحركات بحث قوئل وميزة البث المباشر لاحتاج بواسطة هذه الميزة ان تنزل الفيلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم ستمكن من مشاهدته ومن أي جهاز.^{١٩}

يحتوي الموقع على المقاطع الأحداث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلاً، وللمقاطع الفيديوية أنواع، فهناك الفن والكوميديا والرسوم المتحركة والعلوم والتكنولوجيا.

احصائيات عن موقع يوتيوب

يعد موقع يوتيوب واحدة من اسرع المواقع حضوراً على شبكة الإنترنت، فخلال سنة واحدة تقريباً كان ترتيبه العالمي خامساً.^{٢٠}

أصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تؤدي وسائل الإعلام مصدراً رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فهو - الإعلام - بقدرته على إثارة الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي يأخذ صورة مباشرة، وإيضاً بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة.

ويمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساسي للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الثقافي وخاصة الشباب، أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية، وسياسية، وأيديولوجية إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته، فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول.^{٢١}

وقد اختلفت آراء العلماء حول تحديد ما المقصود بالشباب، وتحديد السن الذي تبدأ به وتنتهي عنده تلك المرحلة العمرية المهمة، فهناك من يحددون بدايتها بسن الثالثة عشرة ويطلقون عليها حتى سن الواحدة والعشرين على الأقل في مرحلة المراهقة، وهناك من يحددها بالرابعة عشرة ويحدد فترتها الأولى بنهاية الثامنة عشرة، ويصل بفترتها الثانية أو المتأخرة إلى سن السابعة والعشرين أو ما بعدها بل أن بعض

١٤ محمد عهدي فضلي، الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، القاهرة، مؤسسة اخبار اليوم، ٢٠٠٩، ص ٢٧٣

١٥ خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية لمهاية مواقع التواصل الاجتماعي، عمان، دار النقاش للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٥٢

١٦ نائل حسين حمد، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠١٥، ص ٣

١٧ أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص رؤية إنسانية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٢-٢٠

١٨ أحمد محمد موسى، المرجع السابق، ص ١٥

خلال التكنولوجيا، وتلعب العديد من العناصر مثل القيم الاجتماعية والإيديولوجيات والحروب والظغوط والتوترات والقادة الملهمين (الكارزميين)، دورها في أوقات مختلفة ولدرجات مختلفة.^{١٩}

ولا تحدث التغيرات التكنولوجية بمعزل عن المجتمع الكلي من خلال الأفراد الأذكياء الذين لديهم أفكار لامعة وذكية، لذا فالتغير الاجتماعي والموسع يفرض متطلبات أكثر على الشعوب مقارنة بالتغير التدريجي أو التغير في جانب واحد من خبرتهم الاجتماعية، ويمكن القول إن التغير الاجتماعي يحدث في معظم المجتمعات ويؤثر على حياة معظم الأفراد، والشباب يعتبرون أكثر الأفراد تأثراً بالتغير الاجتماعي في المجتمع، وفي ظل الظروف الحديثة نجد أن التغير الاجتماعي السريع يرتبط بالوقائع الأخرى التي تؤثر على حياة الشباب مثل التغيرات التكنولوجية والإعلام والتحضر واسلوب الحكم القائم على الجدارة والمكافأة، وفي أوقات التغير الاجتماعي السريع يوجد نوع من الاغتراب والذي يأخذ عدة أشكال بما في ذلك ثقافة الشباب ومشاركة الشباب تعني إفساح المجال أمامهم لتشخيص واقعهم وتحديد قضاياهم واتخاذ القرارات التي تتعلق عليها مصيرهم، وارتبط مفهوم المشاركة في أذهان كثيرين بالسياسة، وساعد على ذلك شيوع تعبير المشاركة السياسية، وحتى عندما نتحدث عن المشاركة الشعبية، يسود اعتقاد بأن المقصود بها هو مشاركة الشعب في أمور السياسة والحكم دون غيرها.^{٢٠}

شهد العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي تقدماً تكنولوجيا هائلاً في مجال الاتصال وتقنياته. حيث تطور بشكل متسارع وملفت للانتباه وأصبح له تأثير ملحوظ على الحياة البشرية بأسرها وامتدت التقنيات الحديثة إلى كافة الأنشطة والمجالات، وقد أثر ذلك في البناء الاجتماعي للمجتمعات الإنسانية بشكل عام. ولعل من أبرز ما أفرزته هذه التقنيات ثورة الأنترنت التي أصبحت في متناول شريحة كبيرة من المجتمعات عبر العالم مما جعلها ذات قدرات عالية تحمل في طياتها كل عناصر التفوق على غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، ولهذا فرضت نفسها بقوة على الإنسان المعاصر حيث شاع استخدامها. وهي بذلك تترك بصماتها في المجتمع من خلال ما يظهر من تحولات سوسيوثقافية على ملامح حياتنا اليومية ومن خلال التنامي والتزايد السريع في أعداد مستخدمي شبكات الأنترنت والمستهلكين لمضامينها الثقافية والاجتماعية، وذلك في ظل إتاحة هذه الخدمة في المنازل والمؤسسات والمراكز الثقافية لا سيما في حالة غياب القوانين والضوابط الاجتماعية وعدم وجود معوقات أمام الاندفاع في استخدامها، وهذا ما جعل لمستخدمي الأنترنت إطاراً جديداً للتفاعلات الاجتماعية وخروجها عن طبيعة الجماعات الاجتماعية التقليدية، هذه التفاعلات هي التي من شأنها أن تؤدي إلى تشكيل أو إعادة تشكيل الهوية.

ومع تطور وسائل الاتصال وثورة المعلومات لم يعد الإعلام المعاصر مجرد

أداة لتوصيل المعرفة أو نقل الأخبار أو مجرد وسيلة للترويح والتسلية، بل أصبح أداة فاعلة في تشكيل العقل والسلوك البشري، وقد باتت تكنولوجيا الاتصال من الأسس والركائز لمشروع عولمة فكرية وثقافية وأصبحت هناك شركات عالمية تتنافس لتقديم سلعتها الثقافية إلى المستهلك في إخراج مثير يضع المشاهد تحت وطأة إغراء لا يقاوم، حيث يتم تكريس منظومة جديدة من القيم والمعايير مخالفة لمعايير وقيم مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

فالهويات الوطنية للشعوب باتت مهددة بالاندثار بسبب شيوع الهوية العالمية، خصوصاً في ظل المتغيرات العالمية الراهنة وهيجان أخطبوط العولمة الذي بات يخرب ويدمر كل ما هو أصيل ليحل محله الجديد والغريب الذي قد يؤدي إلى ذوبان الهويات الوطنية في هوية عالمية واحدة ينشأ وسطها الإنسان الكوني الإنسان المعلوم ويرجع البعض التغيرات التي تطال ثقافة الأفراد إلى جملة آليات تشكل في مجموعها عوامل انتشار العولمة مثل التقنية العالية الدقة، الفضائيات الأنترنت، الهجرة أسواق المال... غير أن الخطورة لا تكمن الإعلام الجديد يخلق هويات بديلة الافتراضي يحاصر الحقيقي في الانفتاح المعلن على ثقافة الآخر، وإنما في الانغماس في هذه الثقافة والانبهار بها إلى درجة تفضيلها على ثقافة مجتمعهم، مما يخلق حالة من التناقض البنيوي داخل النسيج الاجتماعي في المجتمع الواحد بفعل ضعف الانسجام بين ثقافة الأفراد وثقافة المجتمع.

ولاشك أن هذا هو أحد أهم أهداف العولمة بمنظوماتها المختلفة التي ترمي على المدى البعيد إلى تشكيل سلوك الإنسان وتغيير عاداته وقولبة أفكاره، بما يستجيب لمتطلبات النموذج الاجتماعي الغربي بكل ما يتضمنه ذلك من اغتراب الإنسان العربي المسلم عن ذاته الثقافية واستلابه من أصالته الحضارية.^{٢١}

واقع المحتوى الثقافي السوداني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي في السودان في الخمس سنوات الأخيرة تزايداً في أعداد المستخدمين ساهمت في زيادة الوعي الثقافي بين الشباب ونشر الثقافة السودانية من خلال الأدباء والمدونين لكن هذا المحتوى ضعيف في محركات البحث على الأنترنت، وإثراء المحتوى الثقافي على الأنترنت زيادة اهتمام الدولة بالمحتوى الثقافي ونشره وكذلك تفعيل دور وسائل الإعلام الوطنية بنشر وتوثيق التراث الثقافي^{٢٢}

الدراسة الميدانية:

بناءً على طبيعة هذا البحث وأهدافه وتساؤلاته، استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وهو وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة كمية أو نوعية أو رقمية، ويتكون المجتمع الأساسي

١٩

٢٠ منى محمود عليوة، المشاركة السياسية، موسوعة الشباب السياسية، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠٠٠، د.ط، ص ٧

٢١ فاطمة الزهراء تتيو، الإغم الجديد يخلق هويات بديلة: الافتراضي يحاصر الحقيقي، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، الجزائر، ٢٠٢٠، ص ٩٣

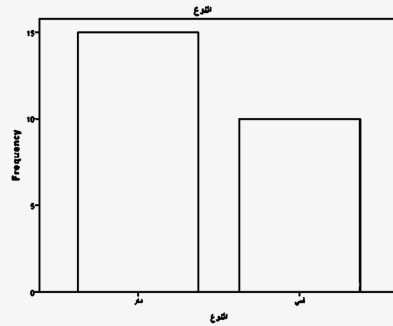
٢٢ حسن عثمان حسون، إثراء المحتوى السوداني على الأنترنت، مقال على موقع الجزيرة نت، ٢٠١٧م

تحليل البيانات الأساسية

١. النوع

شكل رقم (١)

توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع



جدول رقم (٥)

توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع

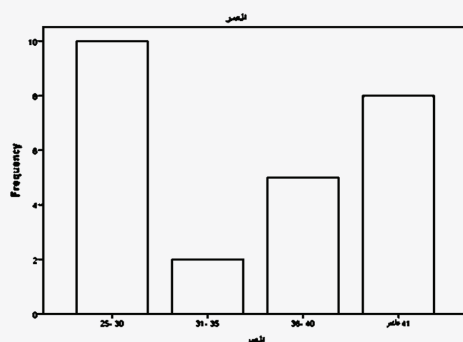
النوع	التكرارات	النسبة
ذكر	15	60.0%
أنثى	10	40.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول رقم (٥) وشكل رقم (١) توزيع مجتمع البحث حسب متغير النوع، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة من الذكور حيث بلغت نسبتهم (٦٠,٠%) بينما بلغت نسبة الإناث (٤٠,٠%)، من إجمالي العينة المبحوثة.

٢. العمر

شكل رقم (٢)

توزيع أفراد العينة حسب العمر



للبحث من شباب ولاية الخرطوم العينة من خلال عينة عشوائية من أفراد مجتمع البحث، وقد تم توزيع عدد (٢٥) استبانة، وتم استرجاع (٢٥) استبانة سليمة تم استخدامها في التحليل بنسبة استرجاع بلغت (١٠٠%) وهي تعتبر نسبة عالية جداً تمثل عينة البحث ومعقولة لتعميم نتائج البحث ببيانها كالتالي:-

اختبار صدق وثبات أداة البحث:

يعني استقرار المقياس وعدم انتقاضه مع نفسه أي أنه يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، ولقياس صدق الاستبانة تم توزيعها على عدد من المحكمين.

طريقة ألفا كرونباخ:

للتأكد من ثبات الأداة تم حساب معامل الاتساق الداخلي للاستبانة بواسطة معادلة ألفا كرونباخ وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (٣)

يوضح نتيجة اختبار ألفا كرونباخ

Reliability Statistics		
Alpha Cronbach's	Alpha Cronbach's Based on Standardized Items	N of Items
.329	.345	23

جدول رقم (٤)

يوضح نتيجة اختبار ألفا كرونباخ لكل محور

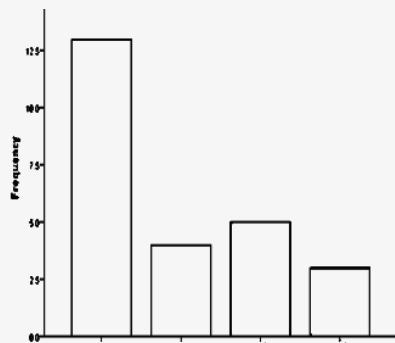
Reliability Statistics			
المحور	Alpha Cronbach's	Alpha Cronbach's Based on Standardized Items	N of Items
المحور الأول	-.125	-.125	4
المحور الثاني	.384	.369	4
المحور الثالث	-.304	-.292	4
المحور الرابع	.635	.667	4

جامعي (٢٨,٠٪)، بينما بلغت نسبة الذين مستواهم التعليمي ثانوي (٠٠٪) من إجمالي العينة المبحوثة.

٤. التخصص العلمي

شكل رقم (٤)

توزيع أفراد العينة وفقاً للتخصص العلمي



جدول رقم (٨)

توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي

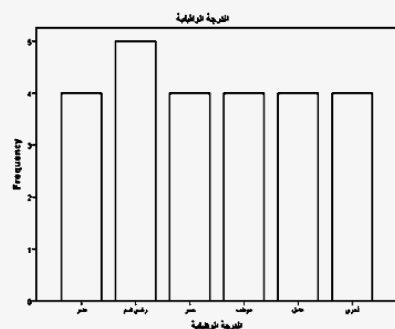
التخصص العلمي	التكرارات	النسبة
إعلام	13	52.0%
تربية	4	16.0%
آداب	5	20.0%
أخرى	3	12.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (٨) وشكل رقم (٤) توزيع مجتمع البحث حسب التخصص العلمي، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة تخصصهم (إعلام) حيث بلغت نسبتهم (٥٢,٠٪)، يليهم من تخصصهم (آداب) وبلغت نسبتهم (٢٠,٠٪)، ثم (تربية) بنسبة (١٦,٠٪)، وبلغت نسبة (أخرى) (١٢,٠٪)، من إجمالي العينة المبحوثة.

٥. الدرجة الوظيفية

شكل رقم (٥)

توزيع أفراد العينة حسب الدرجة الوظيفية



جدول رقم (٦)

توزيع أفراد العينة حسب العمر

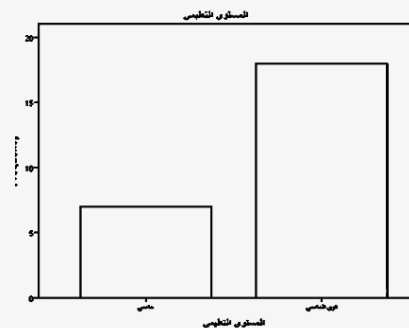
العمر	التكرارات	النسبة
30 - 25	10	40.0%
35 - 31	2	08.0%
40 - 36	5	20.0%
41 فأكثر	8	32.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول رقم (٦) وشكل رقم (٢) توزيع مجتمع البحث حسب متغير العمر، حيث يتبين أن أفراد العينة الذين أعمارهم (٢٥ - ٣٠) بلغت نسبتهم (٤٠,٠٪)، بينما بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (٣١ - ٤٠) (٣٥,٠٪)، وما بين (٤١ - ٤٠) بلغت نسبتهم (٢٠,٠٪)، وبلغت نسبة الذين أعمارهم (٤١ فأكثر) بلغت نسبتهم (٣٢,٠٪)، من إجمالي العينة المبحوثة مما يدل على جودة العينة وتباين أعمار أفرادها وقدرتهم على فهم عبارات الاستبانة والإجابة عليها.

٣. المستوى التعليمي

شكل رقم (٣)

المستوى التعليمي لأفراد العينة



جدول رقم (٧)

المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية (%)
ثانوي	0	00.0%
جامعي	7	28.0%
فوق الجامعي	18	72.0%
المجموع	25	100%

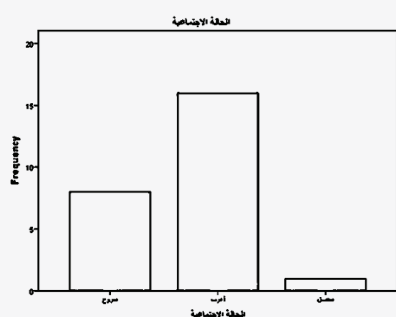
يبين جدول رقم (٧) وشكل رقم (٣) توزيع مجتمع البحث حسب متغير المستوى التعليمي، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة مستواهم التعليمي فوق الجامعي حيث بلغت نسبتهم (٧٢,٠٪)، يليهم الذين مستواهم

يبين جدول (١٠) وشكل رقم (٦) توزيع مجتمع البحث حسب الخبرة الوظيفية، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة خبرتهم (١ - ٥ سنة) حيث بلغت نسبتهم (٤٤,٠%)، يليهم أفراد العينة الذين سنوات خبرتهم (١٦ فأكثر) حيث بلغت نسبتهم (٢٨,٠%)، ثم الذين سنوات خبرتهم (١١ - ١٥) حيث بلغت نسبتهم (٢٤,٠%)، ويليه (٦ - ١٠) وبلغت نسبتهم (١٨,٢%) من إجمالي العينة المبحوثة.

٧. الحالة الاجتماعية

شكل رقم (٧)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



جدول رقم (١١)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية (%)
متزوج	8	32.0%
أعزب	16	64.0%
أرمل	0	00.0%
منفصل	1	04.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (١١) وشكل رقم (٧) توزيع مجتمع البحث حسب الحالة الاجتماعية، حيث تبين أن أفراد العينة الذين حالتهم الاجتماعية (أعزب) يمثلون الغالبية حيث بلغت نسبتهم (٦٤,٠%)، يليهم (متزوج) بنسبة (٣٢,٠%)، ثم (منفصل) بنسبة (٤,٠%)، بينما بلغت نسبة (أرمل) (٠,٠%) من إجمالي العينة المبحوثة.

تحليل البيانات الموضوعية

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الأول (عادات وأنماط مشاهدة الشباب السوداني لموقع اليوتيوب):

١ / التوزيع التكراري للعبارات

لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات المحور الأول تم استخدام النسب والتكرارات وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٩)

توزيع أفراد العينة حسب الدرجة الوظيفية

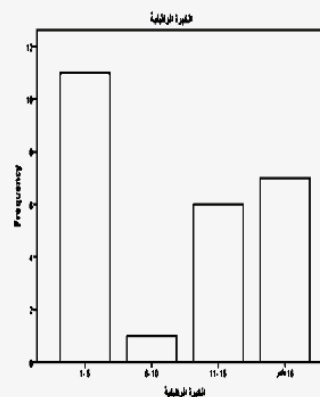
الدرجة الوظيفية	التكرارات	النسبة
مدير	4	16.0%
رئيس قسم	5	20.0%
خبير	4	16.0%
موظف	4	16.0%
عامل	4	16.0%
أخرى	4	16.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (٩) وشكل رقم (٥) توزيع مجتمع البحث حسب الدرجة الوظيفية، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة درجتهم الوظيفية (رئيس قسم) حيث بلغت نسبتهم (٢٠,٠%)، وبلغت نسبة كل من (مدير، خبير، موظف، عامل، أخرى) (١٦,٠%) من إجمالي العينة المبحوثة.

٦. الخبرة الوظيفية

شكل رقم (٦)

توزيع أفراد العينة حسب الخبرة الوظيفية



جدول رقم (١٠)

توزيع أفراد العينة حسب الخبرة الوظيفية

الخبرة الوظيفية	التكرارات	النسبة المئوية (%)
١ - 5	11	44.0%
١0 - 6	1	04.0%
15 - 11	6	24.0%
16 فأكثر	7	28.0%
المجموع	25	100%

جدول رقم (١٢)

الساعات التي تستغرقها في مشاهدة الفيديوهات على موقع اليوتيوب

الساعات	التكرارات	النسبة المئوية (%)
من 1-3	21	84.0%
من 4-6	3	12.0%
من 7 ساعات فأكثر	1	04.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (١٢) الساعات التي يستغرقها المبحوثين في مشاهدة الفيديوهات على موقع اليوتيوب، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة يستغرقون من (١-٣) ساعات في مشاهدة الفيديوهات على موقع اليوتيوب بنسبة (٨٤,٠٪)، يليهم من يستغرقوا (٤-٦) بنسبة (١٢,٠٪)، ثم (٧ ساعات فأكثر) بنسبة (٤,٠٪) من إجمالي العينة المبحوثة، وهذا يوضح أن معظم المبحوثين يستغرقون من ساعة إلى ثلاث ساعات في مشاهدة محتوى اليوتيوب .

جدول رقم (١٣)

أكثر المحتويات التي تتابعها على موقع اليوتيوب

المحتويات	التكرارات	النسبة
ثقافية	8	32.0%
علمية	9	36.0%
ترفيهية	8	32.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (١٣) أكثر المحتويات التي يتابعها المبحوثين على موقع اليوتيوب، حيث تبين أن غالبية المحتويات التي يتابعها أفراد العينة (علمية) بنسبة (٣٦,٠٪)، تليها محتويات (ثقافية) و(ترفيهية) بنسبة (٣٢,٠٪) من إجمالي العينة المبحوثة.

جدول رقم (١٤)

أثناء مشاهدتي لمحتوى اليوتيوب

أثناء المشاهدة	التكرارات	النسبة
أتابع كل المحتويات الثقافية	5	20.0%
أنتقي ما يتناسب مع ثقافي	18	72.0%
أنشر ثقافتي مع الآخرين	0	00.0%
أرد على المحتوى الثقافي الهابط بمحتوى جيد	2	08.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (١٤) أن غالبية أفراد العينة أثناء المشاهدة يقومون بانتقاء ما يتناسب مع ثقافتهم بنسبة (٧٢,٠٪)، يليهم الذين يتابعون كل المحتويات الثقافية بنسبة (٢٠,٠٪)، ثم من يردون على المحتوى الثقافي الهابط بمحتوى جيد بنسبة (٨,٠٪)، بينما بلغت نسبة من ينشرون ثقافتهم مع الآخرين (٠,٠٪) من إجمالي العينة المبحوثة ، مما يؤكد وعي الشباب بهويتهم الثقافية وينتقون ما يتناسب مع ثقافتهم وقيمهم.

جدول رقم (١٥)

تفاعل مع فيديوهات اليوتيوب من خلال

التفاعل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
الإعجاب	21	84.0%
التعليق	0	00.0%
المشاركة	4	16.0%
المجموع	25	100%

يبين جدول (١٥) كيفية تفاعل المبحوثين مع فيديوهات اليوتيوب، حيث تبين أن غالبية أفراد العينة يتفاعلون بالإعجاب بنسبة (٨٤,٠٪)، يليهم الذين يتفاعلون بالمشاركة بنسبة (١٦,٠٪)، بينما بلغت نسبة التفاعل بالتعليق (٠,٠٪) من إجمالي العينة المبحوثة، مما يدل على ان الشباب يكتفون بالتفاعل مع المحتوى الجيد بالإعجاب فقط.

٢/ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الأول تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (١٦)

يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الأول

الساعات التي تستغرقها في مشاهدة الفيديوهات على موقع اليوتيوب.	قيمة (T)	المتوسط الحسابي	مربع كاي (Chi-s)	الانحراف المعياري	درجة الحرية (Sig)	المدى (Ran)
الساعات التي تستغرقها في مشاهدة الفيديوهات على موقع اليوتيوب.	12.0	1.20	29.120a	500.	000.	2
أكثر المحتويات التي تتابعها على موقع اليوتيوب.	12.2	2.00	00.080a	816.	961.	2
أثناء مشاهدتي لمحتوى اليوتيوب.	13.3	1.96	17.360a	735.	000.	3
تفاعل مع فيديوهات اليوتيوب من خلال.	08.8	1.32	11.560b	748.	001.	2
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة المعنوية	11.6	1.62	000	700	240	.

١. أعلى نسبة موافقة وموافقة بشدة كانت للعبارة الأولى بنسبة (٩٦,٠%) حيث بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (٤,٠%) والذين لم يبدوا إجابات محددة (٠,٠%). وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إكساب الشباب المعلومات والمعارف ولها دور في غرس القيم والأفكار.

٢. أقل نسبة موافقة وموافقة بشدة للعبارة الثالثة (١٦,٠%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (٣٦,٠%)، أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (٤٨,٠%) وهذه النتيجة تدل على أن بعض المبحوثين يوافقون أن المحتويات الثقافية التي تُبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تتناسب مع الثقافة والهوية السودانية.

٣. ويتضح من خلال نتائج التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة أن غالبية أفراد عينة البحث يوافقون على العبارات التي تقيس المحور الثاني (مواقع التواصل الاجتماعي) والبالغ عددها (٤ عبارات)، ونسبة موافقة إجمالية لجميع العبارات بلغت (٦٥,٠%).

٢ / المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الثاني تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (١٨)

يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الثاني

أسئلة المحور الثاني	قيمة	المتوسط الحسابي	مربع سي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	المدى
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب المعلومات والمعارف.	10.9	1.56	09.920a	712.	007.	3
لوسائل التواصل الاجتماعي دور مهم في غرس القيم والأفكار.	10.6	1.88	12.280c	881.	006.	3
المحتويات الثقافية التي تُبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتناسب مع الثقافة والهوية السودانية.	16.7	3.16	18.400d	943.	001.	4
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السودانية.	12.7	2.24	06.840c	879.	077.	3
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة الحرية	12.7	2.21	000	854.	023.	.

من خلال الجدول رقم (١٨) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الثاني

من خلال الجدول رقم (١٦) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الأول ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (١,٦٢) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (١,٠٠) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (١٦) الخاص بالفرضية الأولى، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (عادات وأمط مشاهدة الشباب السوداني لموقع اليوتيوب).

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الثاني (مواقع التواصل الاجتماعي):

١ / التوزيع التكراري للعبارات

لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات المحور الثاني تم استخدام النسب والتكرارات وكانت النتائج كما يلي: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

جدول رقم (١٧)

التوزيع التكراري لعبارات المحور الثاني

العبارات	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب المعلومات والمعارف.	13	52.0%	11	44.0%	0	00%	1	04.0%	00%
لوسائل التواصل الاجتماعي دور مهم في غرس القيم والأفكار.	9	36.0%	12	48.0%	2	08.0%	2	08.0%	00%
المحتويات الثقافية التي تُبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتناسب مع الثقافة والهوية السودانية.	2	08.0%	2	08.0%	12	48.0%	8	32.0%	04.0%
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السودانية.	5	20.0%	11	44.0%	7	28.0%	2	08.0%	00%
إجمالي العبارات	29	29.0%	36	36.0%	21	21.0%	13	13.0%	01.0%

يتضح من الجدول (١٧) ما يلي:

ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (٢,٢١) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (١,٠٠) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (١٨) الخاص بالفرضية الثانية، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (مواقع التواصل الاجتماعي).

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الثالث (اليوتيوب والمحتوى الثقافي):

١/ التوزيع التكراري للعبارات:

لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات المحور الثالث تم استخدام النسب والتكرارات وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (١٩)

التوزيع التكراري لعبارات المحور الثالث

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
محتوى رسائل اليوتيوب أثر على الوعي الثقافي للشباب السوداني.	7	28.0%	13	52.0%	4	16.0%	1	4.0%	0	00%
	4	16.0%	9	36.0%	6	24.0%	6	24.0%	0	00%
	2	8.0%	8	32.0%	8	32.0%	6	24.0%	1	4.0%
	3	12.0%	10	40.0%	8	32.0%	4	16.0%	0	00%
إجمالي العبارات	16	16.0%	40	40.0%	26	26.0%	17	17.0%	1	1.0%

يتضح من الجدول (١٩) ما يلي:

١. أعلى نسبة موافقة وموافقة بشدة كانت للعبارة الأولى بنسبة (٨٠,٠%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (٠٤,٠%)، ونسبة أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة (١٦,٠%). وهذا أهمية اليوتيوب وتأثيره على الوعي الثقافي للشباب السوداني.

٢. أقل نسبة موافقة وموافقة بشدة للعبارة الثالثة بنسبة (٤٠,٠%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (٢٨,٠%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (٣٢,٠%). وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن المواد الثقافية من أكثر المحتويات التي يتعرض لها الشباب السوداني على موقع اليوتيوب.

٣. ويتضح من خلال نتائج التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة أن غالبية أفراد عينة البحث يوافقون على العبارات التي تقيس المحور الثالث (اليوتيوب والمحتوى الثقافي) والبالغ عددها (٤ عبارات)، وبنسبة موافقة إجمالية لجميع العبارات بلغت (٥٦%).

٢/ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الثالث تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (٢٠)

يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الثالث

أسئلة المحور الثالث	قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	مربع كاي (Chi-S)	الانحراف المعياري (Std.)	درجة الحرية (Sig)	النتيجة (Rank)
محتوى رسائل اليوتيوب أثر على الوعي الثقافي للشباب السوداني.	12.4	1.96	12.600c	790.	006.	3
عزز تعرض الشباب السوداني لليوتيوب من عزلتهم عن مجتمعهم وقضاياهم.	12.2	2.56	02.040c	1.044	564.	3
المواد الثقافية من أكثر المحتويات التي يتعرض لها الشباب السوداني على موقع اليوتيوب.	13.8	2.84	08.800d	1.028	066.	4
المحتوى الثقافي عبر اليوتيوب يُعبر عن ثقافات وافدة تتعارض مع الثقافة السودانية.	13.7	2.52	05.240c	918.	155.	3
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة المعنوية	13.0	2.47	000	945.	1.98	.

من خلال الجدول رقم (٢٠) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الثالث ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (٢,٤٧) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (١,٠٠) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (٢٠) الخاص بالفرضية الثالثة، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (اليوتوب والمحتوى الثقافي).

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الرابع (اليوتوب وتعزيز الوعي الثقافي)

١/ التوزيع التكراري للعبارات

لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات المحور الرابع تم استخدام النسب والتكرارات وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٢١)

التوزيع التكراري لعبارات المحور الرابع

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد		لا أوافق	لا أوافق بشدة
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
استفاد الشباب السوداني من اليوتوب في صناعة محتوى يعزز الوعي بالثقافة السودانية.	6	24.0%	9	36.0%	6	24.0%
ما يُقدّم من فيديوهات على اليوتوب يُعبر عن ثقافات وأفكار الشباب السوداني.	5	20.0%	5	20.0%	7	28.0%
تعدد اللهجات السودانية سبباً في عدم الوعي بالثقافة السودانية.	2	8.0%	4	16.0%	11	44.0%
يُعزز اليوتوب الوعي الثقافي للشباب من خلال توثيق المواد الثقافية وأرشفتها.	4	16.0%	15	60.0%	5	20.0%
إجمالي العبارات	17	17.0%	33	33.0%	24	24.0%
					23	23.0%
					3	3.0%

يتضح من الجدول (٢١) ما يلي:

- أعلى نسبة موافقة وموافقة بشدة كانت للعبارة الرابعة بنسبة (٧٦,٠%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (٠٤,٠%)، ونسبة أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة (٢٠,٠%). وهذا يؤكد دور اليوتوب في تعزيز الوعي الثقافي للشباب من خلال توثيق المواد الثقافية وأرشفتها.
- أقل نسبة موافقة وموافقة بشدة للعبارة الثالثة بنسبة (٢٤,٠%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (٥٢,٠%)، أما أفراد العينة الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (٢٤,٠%). وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة لا يوافقون على أن تعدد اللهجات السودانية سبباً في عدم الوعي بالثقافة السودانية.

- ويتضح من خلال نتائج التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة أن غالبية أفراد عينة البحث يوافقون على العبارات التي تقيس المحور الرابع (اليوتوب وتعزيز الوعي الثقافي) والبالغ عددها (٤ عبارات)، ونسبة موافقة إجمالية لجميع العبارات بلغت (٥٠%).

٢/ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الرابع تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (٢٢)

يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الرابع

السؤال المحور الرابع	قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	مربع كاي (Chi-S)	الانحراف المعياري (Std. Dev.)	درجة الحرية (Sig.)	البي (Ram)
استفاد الشباب السوداني من اليوتوب في صناعة محتوى يعزز الوعي بالثقافة السودانية.	11.2	2.32	02.040c	1.030	564.	3
ما يُقدّم من فيديوهات على اليوتوب يُعبر عن ثقافات وأفكار الشباب السوداني.	11.5	2.76	04.800d	1.200	308.	4
تعدد اللهجات السودانية سبباً في عدم الوعي بالثقافة السودانية.	14.9	3.28	11.200d	1.100	024.	4
يُعزز اليوتوب الوعي الثقافي للشباب من خلال توثيق المواد الثقافية وأرشفتها.	14.6	2.12	17.720c	726.	001.	3
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة المعنوية	13.0	2.62	000	1.014	224.	.

توصيات الدراسة

١. ضرورة توظيف اليوتيوب في بث ونشر الثقافة السودانية بقوالب درامية جاذبة..
٢. يجب توعية الشباب وتحصينهم ضد الثقافات التي تتعارض مع قيم المجتمع السوداني.

من خلال الجدول رقم (٢٢) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الرابع ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (٢,٦٢) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (١,٠٠) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقايير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (٢٢) الخاص بالفرضية الرابعة، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (اليوتيوب وتعزيز الوعي الثقافي).

نتائج الدراسة

١. أثبتت الدراسة أن معظم المبحوثين يستغرقون من ساعة إلى ثلاث ساعات في مشاهدة محتوى اليوتيوب.
٢. كشفت الدراسة أن من أكثر المحتويات التي يتابعها الشباب على اليوتيوب العلمية وتليها الثقافية.
٣. أبانت الدراسة وعي الشباب بهويتهم الثقافية وإنتقائهم للمحتوى المناسب لثقافتهم وقيمهم.
٤. وضحت الدراسة أن الشباب يكتفون بالتفاعل مع المحتوى الجيد بالإعجاب فقط.
٥. أكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إكساب الشباب المعلومات والمعارف ولها دور في غرس القيم والأفكار.
٦. بينت الدراسة أن لليوتيوب تأثير إيجابي على الوعي الثقافي للشباب السوداني.
٧. أكدت الدراسة أن لليوتيوب دور مهم في تعزيز الوعي الثقافي للشباب من خلال توثيق المواد الثقافية وأرشفتها.
٨. أبانت الدراسة أن تعدد اللهجات السودانية ليست سبباً لعدم إنتشار بالثقافة السودانية.
٩. توصلت الدراسة إلى عدم وجود استراتيجية واضحة للثقافة والفنون في السودان لنشر وتوثيق الثقافة السودانية لتوعية الشباب ثقافياً.
١٠. إدارة التنوع الثقافي في السودان لإثراء الثقافة وبثها من خلال وسائل الإعلام بقوالب متنوعة.

قائمة المراجع

١. منال فهمي البطران، واقع الشباب في القرن 21 من العالم الافتراضي الى تشكيل الوعي، القاهرة، 2018، القاهرة.
٢. رحاب داود محمد شختور ، أثر التقنيات الحديثة على الشباب المسلم في فلسطين ، مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً، رسالة ماجستير ، فلسطين، 2014م
٣. دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك بمدينة أم البواقي ، رسالة مكملة لنيل الماجستير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015 م
٤. محمد سعيد عمر، و طه عبد الرحيم طه ، و محمد مغدي جابر السلمي ، عادات وأنماط مشاهدة الطلبة السعوديين للفيديوهات في شبكات التواصل الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية جامعة جازان اغوذجا، ورقة علمية منشورة، بمجلة كلية الإعلام جامعة ام درمان الإسلامية، 2022 م
٥. شذى الزين محمود محمد ،وظيفة العلاقات العامة في التوعية الثقافية بالسودان دراسة تطبيقية على العاقات العامة بوزارة الثقافة والشباب والرياضة، رسالة ماجستير جامعة ام درمان الاسلامية 2010م
٦. احمد عبد الغفار بسيوني، الإعلام الرقمي الجديد، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2018
٧. حسنين شفيق، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011
٨. محمد فتحي عبد الهادي، مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، القاهرة المصرية العامة للكتاب، 2008
٩. حسنين شفيق، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011
١٠. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الألكترونية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، (2011)
١١. فهد بن عبدالعزيز الغفيلي ، الإعلام الرقمي، أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2017م
١٢. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير على الأمن القومي والإجتماعي، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، 2016
١٣. وديع العززي، الإعلام الجديد... مفاهيم و نظريات، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2015م
١٤. ماهر الشمايله وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015،
١٥. محمد عهدي فضلي، الصحافة الألكترونية الواقع والمستقبل، القاهرة، مؤسسة اخبار اليوم، 2009م
١٦. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية لماهية مواقع التواصل الإجتماعي، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2015م
١٧. نائل حسين حمد، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية :2015م
١٨. أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص "رؤية إنسانية"، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2009م
١٩. داليا بهاء محمد إسماعيل، الشباب والدور والتوجهات، القاهرة: مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات، 2010م
٢٠. منى محمود عليوة، المشاركة السياسية، موسوعة الشباب السياسية، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، 2000م
٢١. فاطمة الزهراء تنبو، الإعم الجديد يخلق هويات بديلة: الافتراضي يحاصر الحقيقي، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقه، الجزائر ، 2020م
٢٢. حسن عثمان حسون، إثراء المحتوى السوداني على الانترنت، مقال على موقع الجزيرة نت، 2017م

تسويق المحتوى الثقافي عبر الوسائط الجديدة (دراسة مسحية لصفحة وزارة الثقافة الجزائرية على الفيس بوك)

اسمهان عداون

جامعة الجزائر

doctorat.ismahanadouan@gmail.com

د. نبيل ماضي

جامعة الجبالي بونعامة - الجزائر

nmadi@univ-dbk.dz

ملخص

مع بروز الثورة الصناعية الرابعة والتطور التكنولوجي الرهيب الذي أحدثته الشبكة العنكبوتية في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، حيث أصبحت تسعى هذه الأخيرة الى تقديم نموذجاً حياً عن الواقع الحقيقي بفضل التطور التقني الكبير لمختلف الوسائل والأساليب الاتصالية في هذه البيئة الجديدة، والتي طرحت العلاقة الأساسية بين الواقع الحقيقي التقليدي والواقع الافتراضي الرقمي، ومدى مساهمتها في حل المشكلات الاجتماعية، وتقديم الواقع الحقيقي الجديد للأفراد والجماعات بصورة مختلفة ومميزة بعيداً عن النمطية التقليدية التي كانت سائدة، من خلال تسويق المحتويات الرقمية الجديدة المختلفة من صور وفيديوهات واعمال وكتب ومقالات ومنشورات ومنتجات وافكار متنوعة في كافة المجالات .

حيث سلطنا الضوء في هذه الورقة البحثية وفق دراسة مسحية وصفية لتبيان واقع المحتويات الرقمية وتسويقها في مختلف المواقع الالكترونية بفضل ما اتاحته الشبكة العنكبوتية (الأنترنت) وتطبيقاتها المتعددة، حيث ركزنا أكثر في هذا الموضوع على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) كوسيلة لنقل وعرض ونشر المحتوى الرقمي خاصة ما تعلق بالجانب التسويقي لمختلف التظاهرات الثقافية، وبشكل خاص الجانب الترويجي للموروث الثقافي الجزائري والتعريف به عبر الوسائط الجديدة.

الكلمات المفتاحية

التسويق الرقمي، المحتوى الرقمي، الوسائط الجديدة، الفيس بوك، صفحة وزارة الثقافة والفنون الجزائرية

المقدمة

ويندرج ضمن هذا الإشكال مجموعة من الأسئلة الفرعية :

- ما المقصود بالتسويق الرقمي ؟
- ماهي أهم خصائص التسويق الرقمي ؟
- ما هي اهداف التسويق الرقمي ؟
- ما المقصود بالمحتوى الرقمي ؟
- ما المقصود بالوسائط الجديدة ؟

أولاً: الجانب المنهجي للدراسة

أسباب اختيار الدراسة

- الرغبة في معرفة صناعة المحتويات الرقمية وتسويقها على شبكة الانترنت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الفيس بوك على وجه الخصوص .
- معرفة المجالات والخصائص المختلفة والمتعددة للمحتوى الرقمي في البيئة الرقمية .
- معرفة مدى نجاح العملية الترويجية والتسويقية للبرامج والمنتجات الرقمية الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة ما تناولته صفحة الرسمية لوزارة الثقافة الجزائرية .

شهد عالمنا اليوم العديد من التغيرات المتسارعة نتيجة بروز مستحدثات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مختلف المجالات بشكل رهيب ، الذي أحدثته الشبكة العنكبوتية وتطبيقاتها، حيث سدت ذلك الفراغ أو الفجوة في الواقع الحقيقي، وفهم هذه المتغيرات من خلال دمج الواقع الفعلي أو الحقيقي مع الواقع الافتراضي الرقمي بمختلف الأشكال والأساليب، وذلك بتوظيف أحدث الوسائل التكنولوجية والتطبيقات التقنية لفهم أو تبيان العلاقة الأساسية والارتباطية بين الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي الرقمي في جميع الميادين السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية وغيرها . حيث تشكل الوسائط الجديدة المفهوم الأبرز في صناعة المحتوى الرقمي لمختلف المؤسسات والهيئات وذلك لتعدد الموضوعات والأفكار حسب تنوع مجالاتها في الحياة العامة، ولعل الشيء المهم في هذه الدراسة هو فهم العلاقة بين المحتوى الرقمي وصناعته في ظل التطور الرهيب للأساليب والوسائل الرقمية التي ساعدت في صناعة هذه المحتويات الرقمية المتنوعة.

وعلى ضوء هذا التقديم يمكن طرح الإشكال التالي :

- ما مدى تسويق المحتوى الثقافي الرقمي لترويج الموروث الثقافي الإسلامي بالجزائر عبر الفيس بوك ؟

تحديد المفاهيم

١. **التسويق الرقمي**: يعد مفهوم التسويق الرقمي من المفاهيم الجديدة والمبتكرة في عالم التسويق لارتباطه مباشرة بالتقنيات الحديثة التي أتاحها الانترنت وتطبيقاتها (حميد القاضي، ص ٣٣٧).

٢. **المحتوى الرقمي**: ويقصد المحتوى الرقمي بأنه المحتوى الموجود على شبكة الانترنت متمثلا في الكم الهائل من المعلومات التي يحتاجها الفرد في حقول المعرفة المختلفة من العلوم الانسانية والتطبيقية وغيرها (مصطفى، ٢٠١٦، ص ٦).

٣. **الوسائط الجديدة: MULTIMEDIA** وتتكون الكلمة من مقطعين الاول: MULTI ويعني المتعددة والثاني: MEDIA ويعني وسائل أو وسائط والتي تعني في مجملها الوسائط المتعددة مثل: الصورة، الصوت، مقطع فيديو بصورة متناسقة ومتكاملة (خاتم يوسف، ٢٠٠٦، ص ١١).

٤. **الفييس بوك** : يعد واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها ، والذي أطلقه "مارك زوكربيرغ" عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الامريكية عام ٢٠٠٤، وأعطاه اسم FACEBOOK ومعناه "كتاب الوجوه" (السعدي، ٢٠١٦، ص ١٦٣).

٥. **صفحة وزارة الثقافة الجزائرية** : وهي الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة والفنون الجزائرية حيث تهتم بالتعريف ونقل مختلف الموضوعات المتعلقة بالثقافة ومجالاتها المتعددة في سبيل خدمة المجتمع للتطلع الى غد افضل ،من خلال نشر الوعي الثقافي والتعريف بموروث الثقافة الجزائرية والعربية والإسلامية ، كما تهتم بالنشاطات المتنوعة عبر كامل اقطار الوطن العربي والإسلامي (SAbqpress.dz).

نوع الدراسة والمنهج المستخدم: تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية والتي تعتمد في مجملها على كشف الحقيقة والوصول الى نتائج مرضية ، والمنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج المسح الوصفي الذي يتناسب مع طبيعتها واهدافها ويعرف المنهج المسحي على انه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي اليه من خلال جرد المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الاساسية (صابر ،خفاجة ،٢٠٠٢، ص ٨٩).

الجانب النظري للدراسة

أولا :التسويق الرقمي

يعرف التسويق الرقمي بأنه مجموعة من الوسائل التقنية المستعملة لتسويق السلع والخدمات ،والافكار والمنتجات المختلفة في شكل صور ،صوت ،فيديوهات وغيرها الى المستهلكين للتعريف بها بواسطة وسائل اعلامية وشبكات رقمية على شبكة الانترنت من اجل بيعها وشراؤها (opiver.a. ١٩٩٦.٩٩٦p).

خصائص التسويق الرقمي

١-القدرة على المخاطبة : التكنولوجيا المتاحة عبر الانترنت جعلت من

الممكن إعطاء المعلومات لزوار الشبكة في المنتجات التي يحتاجونها ويرغبون فيها قبل قيامهم بعملية الشراء ، وهذه العملية المتمثلة بقدرة السوق على تحديد الزبائن ،فتساعد الشبكة العنكبوتية على تحديد مفهوم التسويق الرقمي من خلال التعامل مع الزبائن رقميا (philip.٢٠٠١.٣٠٣ p).

٢-التفاعلية: وهي الخاصية المتاحة في التسويق الرقمي والتي تمنح الزبائن حرية تحديد حاجاتهم ورغباتهم بشكل مباشر مع المتجر الافتراضي على الشبكة (أمين، عبد العزيز، ص ٣٧٣).

٣- الرقابة : وتعني قدرة الزبائن على تنظيم المعلومات ويمكن القول أن المضمون الاساسي للرقابة بالنسبة للمتسوقين الرقميين هو جذب الزبائن وإثارة اهتمامهم والحفاظ عليهم (بشير العلاق، ٢٠٠٣، ص ٥٩).

٤- امكانية الوصول :وهي مقدار المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت ،حيث يمكن للزبائن الوصول الى عمق المعلومات عن المنتجات المنافسة بالتفصيل قبل اتخاذهم قرار الشراء في ظل تعدد وكثرة العلامات التجارية المنافسة التي تجذب المستهلكين (بيان هاني حرب ،٢٠٠٧، ص ٤١).

٥-الرقمية: وهي القدرة التعبيرية عن المنتج وهنا تعني استخدام الانترنت في الترويج والتوزيع والبيع الرقمي بهذه الخصائص والمميزات بعيدا عن الاشياء المادية للمنتج في حد ذاته ،أو بمعنى اخر هو القدرة التأثيرية التي يخلقها الموقع في الشبكة على الزبائن لقبول خصائص ومميزات المنتج عبر نتائج رقمية (محمد طاهر ،٢٠٠٥، ص ٧٥).

٣-أهداف التسويق الرقمي

- تخفيض تكلفة المنتجات بسبب الإستغناء عن الإعلان في الوسائل المسموعة والمرئية التقليدية.
- سهولة الوصول الى المستهلك في أي مكان على مستوى العالم .
- زيادة القدرة على التفاوض الشرائي في ظل وجود المنافسة الكبيرة من المنتجات وتنوعها .
- عدم وجود تكاليف ونفقات غير ضرورية لإنشاء متاجر تقليدية .
- تحسين مستوى الاداء العام للمؤسسات والاستفادة من خبرة المؤسسات الأخرى.
- السهولة في تنشيط عمليتي التوزيع والترويج للمنتج.

٤-تعريف التسويق الثقافي

يعد التسويق في القطاع الثقافي من المفاهيم الحديثة التي يتطلب تطبيقها جهدا استثنائيا من المؤسسات الثقافية كالوزارات والمديريات والنوادي الثقافية لأن ما يجري من احداث ومهرجانات ثقافية متنوعة يتطلب تسويقها بشكل جيد وطرق ناجعة تضمن الدعم المادي والمعنوي لأنشطتها وفعاليتها الثقافية الدورية ،كما ان التسويق في القطاع الثقافي يفترض أن يكون مبنيا على تعاون المنظمات الإنتاجية والخدماتية ،حيث أن مشاركتها في دعم الأنشطة الثقافية تكسبها صفة الشركات الراعية (ابي سعيد ،منذر خضر ،٢٠٢١، ص ٢٥).

ثانيا: المحتوى الرقمي

١-تعريف المحتوى الرقمي

(زيتون كمال عبد الحميد، ٢٠٠٢، ص ٢٤٢). ويتطلب تنفيذ البرمجيات الحاسوبية التي تستخدم الوسائط الجديدة معالجة سريعة وصفة تخزينية عالية (الفار إبراهيم، ٢٠٠٠، ص ٢١٠).

خصائص الوسائط الجديدة (سمير شياخي، ٢٠١٠، ص ٤٤٧، ٤٤٨):

التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال تأثراً في ادوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها .

اللاتزامية: وتعني امكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم ان يستخدموا النظام في الوقت نفسه .

قابلية التحرك او الحركية : تتجه وسائل الاتصال الجديدة الى صغر الحجم مع امكانية الاستفادة منها في الاتصال من اي مكان اخر في أثناء تحرك مستخدمها .

الشيوع او الانتشار : ويعني به الإنتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال الجديدة حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول الى ضرورة .
الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية ، وذهاباً من أقصى مكان في الأرض الى أدناه .

الجانب التطبيقي للدراسة :

يعتبر هذا الجزء من الورقة البحثية بمثابة عرض وصفي تحليلي لطريقة تسويق المحتويات الثقافية الرقمية عبر الوسائط الجديدة المتعلقة أساساً بمختلف المواضيع الخاصة بترويج المنشآت الثقافية والمدن الجزائرية التي توجد بها مختلف الآثار التاريخية التي تعبر عن مدى شساعتها وتنوع الطبوع الثقافية والمسارح الإسلامية من مساجد الى دور الثقافة الى المكتبات العمومية وغيرها من الأنشطة المتنوعة، حيث استطاعت الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة والفنون نشر العديد من الصور والفيديوهات والمقالات والمنشورات والروابط الالكترونية بشكل يومي حول مختلف المناطق السياحية والأثرية في الجزائر وذلك للترويج للسياحة الثقافية في الجزائر خاصة وان الدولة تولي اهتماماً كبيراً لها للحفاظ على الموروث الثقافي الاسلامي و رمزيته، على اعتبار الإمتداد التاريخي للحضارة الإسلامية، وتعدد ثقافتها وتنوعها وفق استراتيجية تسويقية محكمة للتعريف بمختلف الإمكانات المادية والبشرية التي تعول عليها الجزائر لاحتضان واستضافة مختلف التظاهرات والمهرجانات الثقافية الوطنية والدولية، حيث عرضت هذه الصفحة محتويات رقمية متنوعة حول البرنامج الترويجي والتسويقي للموروث الثقافي الاسلامي ونشر الوعي لدى الشباب الجزائري والعربي والاسلامي بصفة عامة من خلال مجموعة من المعطيات والتصورات والعروض المختلفة والسياسات المتبعة من قبل الدولة الجزائرية للحفاظ على الأمة الإسلامية ومكتسباتها وأمنها واستقرارها. وبرز الاهتمام بهذا الموضوع

يعرف المحتوى الرقمي بأنه محتوى الكتروني يتضمن كل ما هو موجود ومتاح على شبكة الانترنت وما تحويه من مواد مختلفة من فيديوهات، مقالات، صور، كتب، مجلات، محاضرات، منتجات، سلع، الدراسات الرقمية، والاخبار، الروابط المتفاعلة والتي تستخدم في عرض المحتوى الرقمي من خلال المواقع الالكترونية والوسائل الالكترونية الحديثة، ووسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال (ناهد، ٢٠١٧، ص ٢١٣).

٢-انواع المحتوى الرقمي

تتنوع اشكال المحتوى الرقمي لتأتي بصور متعددة منها (ميساء، ٢٠١٩، ف ٣):

١. النصوص المكتوبة: وتتمثل في المدونات والمقالات وصف المنتجات .
٢. محتوى الصور: حيث تعتبر الصور من بين أسهل وأسرع الوسائل لتوصيل الرسالة المقصودة للمتلقي لما لها من تأثير في صناعة المحتوى .
٣. محتوى الفيديو: تعتبر كوسائل تعليمية للمنتجات المطروحة أو المعروضة للبيع على شبكة الانترنت .
٤. الكتب الالكترونية: وتعتبر هي النسخ الالكترونية من الكتب التقليدية او الشكل الورقي .

٣-خصائص المحتوى الرقمي :

- يتضمن وسائط متعددة تفاعلية تدعم عملية التسويق والتعليم والترويج ...الخ.
- يوفر المزيد من الروابط التشعبية والمصادر الخارجية التي تثرى جميع الجوانب المتعلقة بعملية التسويق للمحتوى الرقمي .
- غير مكلف مادياً مقارنة بالمحتوى التقليدي (الورقي) .
- سهولة تحديثه وتطويره في أي وقت .
- سهولة الوصول إليه في أي وقت وأي مكان .

٣-اهمية المحتوى الرقمي

- يساهم في تطوير فرص العمل للشباب .
- يساهم في خلق سوق هامة لتسويق برمجيات وتطبيقات المحتوى الرقمي .
- يوفر الوقت والجهد.
- يحقق تفاعلية أكثر (مصطفى، ٢٠١٦، ص ٧).

ثالثا: الوسائط الجديدة

تعريف الوسائط الجديدة: تعرف بأنها شكل من أشكال الايصال مع الكمبيوتر بجمع عدة بيانات بأشكال متنوعة، مكتوبة ومرئية ومنطوقة ومرسومة ومصورة ومتحركة (قنديل احمد ابراهيم، ٢٠٠١، ص ٣٠)، حيث ان استخدام الكمبيوتر في عرض ودمج النصوص و الرسومات والصور بروابط وادوات تسمح للمستخدم الاقتصاد والتفاعل والابتكار والاتصال

من خلال مجموعة من المعطيات أهمها :

التسويق السياسي للثقافة :

عرضت الصفحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد فايس بوك مختلف الجوانب السياسية المرتبطة بالترويج السياسي للثقافة الجزائرية من خلال مجموعة من الاجراءات التي قامت بها الدولة الجزائرية للتنسيق بين مختلف الادارات لمعرفة كل كبيرة وصغيرة حول النشاط الدبلوماسي غير المسبوق في تسويق صورة حقيقية عن واقع الثقافة في الجزائر خصوصا في السنوات الاخيرة والتطور الملحوظ على مستوى الهياكل والمنشآت الثقافية والأثرية المتنوعة عبر كامل التراب الوطني من مساجد كبرى على غرار السرح الإسلامي الذي يعد منارة الثقافة الجزائرية و الحضارة الاسلامية ممثلة في مسجد الجزائر الأعظم وفضاءه العلمي والفكري والسياحي وثالث أكبر مسجد في العالم ،وقاعات ثقافية مختلفة ،ودور السينما ،ومكتبات للمطالعة ،والتعريف بالثقافة الجزائرية كجزء من الثقافة العربية والاسلامية ،بالإضافة الى المواقع الأثرية ذات التصنيف العالمي ،والمؤسسات الفندقية المتنوعة كنوع من السياسة التسويقية عبر الوسائط الجديدة .

كما كان لدور السياسة الدبلوماسية العامة للدولة ممثلة في وزيرة الثقافة والفنون في خلق نوع من الديناميكية الحقيقية في لم الشمل العربي والأفريقي والإسلامي في مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك في صور التعاون والتعايش وتقرير مصير الشعوب ،وتحقيق السلم والأمن الدوليين في اطار المواثيق والمعاهدات الدولية ،والعلاقات المشتركة بين الشعوب وتنميتها في ظل تنوع الطاقات الشبابية وأفكارها ومهاراتها .

التسويق الاجتماعي للثقافة : من المؤكد أن الدولة الجزائرية تولي اهتماما واسعا لجمع مختلف شرائح المجتمع العربي والإسلامي بصفة عامة حول طبيعة العلاقة بين الأنظمة السياسية كجزء من الأنظمة الاجتماعية التي تهتم بقضايا المجتمعات وتحولاتها وفق المستجدات الدولية ،خاصة القضايا المجتمعية التي تهم المجتمع العربي بصفة عامة والشباب بصفة خاصة ،من خلال التعبير عن مواقفه وآراءه وأفكاره ونشاطاته المختلفة كنوع من التسويق الاجتماعي ،واعطاءه نظرة شاملة حول مكوناته العامة ،حيث استطاعت هذه الصفحة ان تنقل كل كبيرة وصغيرة عن الواقع الجزائري والعربي والإسلامي والتسويق له رقميا ،والتعريف بمختلف الأوضاع الاجتماعية التي يعاني منها الشباب العربي من خلال الأنشطة المتنوعة التي يقوم بها في مختلف المهرجانات والتظاهرات الثقافية لتمرير رسائل الحب والتعاون ،والإهتمام ،المعانة ،المشاكل الاجتماعية وغيرها ، كنوع من التسويق الاجتماعي والثقافي .

التسويق السياحي للثقافة : لقد ابرزت التغيرات التكنولوجية الحديثة والتطور التقني لوسائل الاعلام والاتصال حول طبيعة المحتويات الرقمية عبر الوسائط الجديدة في تسويق المنتجات السياحية في الجزائر لمختلف المواقع الأثرية والتاريخية والإسلامية في الترويج للسياحة الثقافية الإسلامية وأماكن تواجدها ،فعرض العديد من المحتويات الرقمية من صور وفيديوهات لمختلف المرافق الثقافية السياحية التي تزخر بها بلادنا من فنادق مطاعم غرار عناية عاصمة الشرق الجزائري (القلعة الحفصية) سوق أهراس (مدينة الأسود)،قسنطينة مدينة (الجسور المعلقة)،وهران الباهية ،مدينة الورود البليدة ،الجزائر العاصمة

(القصبة) ،تلمسان الحضارة الزيانية ،المسيلة (قلعة بني حماد) وغيرها في ربوع الوطن ،وكذا التعريف بمختلف الطبعات الثقافية من ازياء ولهجات وثقافات متنوعة من أكل تقليدي لكل منطقة وطريقة العيش فيها كنوع من التسويق السياحي للموروث الثقافي في الجزائر .

التسويق الثقافي للثقافة :ان المحتويات الثقافية التي عرضت على مستوى الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة الجزائرية بمختلف الوسائل والصيغ وتنوعها توحى بوجود تسويق ثقافي كبير لمختلف الأنشطة الثقافية في الجزائر التي تعبر عن الواقع المجتمعي العام ،وذلك من خلال بناء استراتيجية جديدة للحفاظ على الموروث الثقافي والتعريف به في مختلف المحافل الدولية ،وتفعيل التشاركية العربية والاسلامية ،وفهم طبيعة الثقافة الجزائرية والاهتمام بها كجزء من الثقافة الإسلامية .

كما كان تركيز الصفحة على مختلف محتوياتها الرقمية بشكل كبير على النشاطات اليومية والدورية لوزارة الثقافة ،والفنون وربطها مع مختلف المواضيع التي تتناسب مع الطابع الفكري الإسلامي حول مقومات الأمة الاسلامية وعلاقة الشعوب ببعضها البعض ،وذلك بإبراز نقاط التكامل والتقاطع حول القضايا ذات الاهتمام المشترك من خلال بعض المقترحات لتحقيق الاهداف العامة والتي من بينها :

- الاهتمام بمختلف المؤسسات والمرافق الثقافية وصيانتها من أجل تقديم الخدمات المجتمعية في اطار ما يسمى بالسياحة الثقافية ،من خلال نشر الفكر الثقافي الإسلامي والتعريف بالحضارة الاسلامية خاصة في المغرب العربي .
- رفع مستوى الأداء الثقافي وتسويقه من خلال إنجاز البحوث والأشرطة الوثائقية التعليمية والتي تهدف بالأساس الى المعرفة الحقيقية لمقومات الأمة الإسلامية وتفعيلها في اطار التبادل الثقافي بين الشعوب .
- نشر الوعي المجتمعي بضرورة الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري باعتباره مصنفا عالميا خاصة ما تعلق بالمناطق الأثرية ،الأحياء الشعبية ،المأكولات الشعبية وغيرها .
- استغلال كافة الامكانيات المادية والبشرية والوسائل التكنولوجية الحديثة للربط بين المواطن والثقافة كجزء لا يتجزأ من الحياة الاجتماعية للأفراد .
- تفعيل البرامج الثقافية في الجزائر وربطها مع البرامج العامة للشعوب العربية والاسلامية ،وذلك لخلق التشاركية وتبادل الخبرات بين الشباب ونشاطاتهم الثقافية المختلفة .
- نشر الوعي الفكري والثقافي حول القضايا الراهنة المتعلقة بالانتماء الثقافي والحضري بين مختلف الشعوب الإسلامية .
- ساهمت الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة والفنون بالتعرف على مختلف التظاهرات الثقافية التي تساهم في اكتشاف المواهب في مجالات متعددة منها -الإنشاد الديني والوطني-وصقلها وتكوينها.

• الاهتمام بالفنانين وخاصة الشباب من خلال سن مجموعة القوانين المتعلقة بالفنان والمثقف في اطار السياسة العامة للإنتاج السينمائي، والتعريف بمختلف الأعمال الجزائرية التي تشارك كل سنة في المحافل الدولية، وجعل قطاع الثقافة رافدا أساسيا من روافد الاقتصاد الوطني .

• نشر الفكر الاسلامي تحت شعار الحوار و التعايش بين مختلف الشعوب الإسلامية في اطار التنسيق بين المجلس الاسلامي الاعلى و وزارة الثقافة، ونشر القيم الحضارية من خلال تبادل الافكار المتعلقة بغرس قيم المواطنة بين الشعوب العربية والاسلامية كالتعاون والمساعدة، تقوية العلاقات الاجتماعية، وتنمية الروابط التاريخية الاسلامية، واعطاء صورة حسنة عن العالم الاسلامي، كل هذه المحتويات نشطت صورا حية عن تطور قطاع الثقافة في الجزائر بشكل كبير ساهم في إعطاء صورة اخرى عن الجزائر دوليا وقاريا .

خاتمة

من خلال ما سبق يمكن القول بأن الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة استطاعت وبشكل يومي طيلة تحليلنا لمختلف المحتويات الرقمية من صور، فيديوهات، مقالات، منشورات، اراء، افكار، نقاشات، وغيرها أن تعطي صورا واضحة ومتكاملة عن مدى إهتمام الجزائر بالمووروث الثقافي الإسلامي، وتنمية العلاقات الاجتماعية بين مختلف المجتمعات العربية والاسلامية من خلال عرض مختلف أشكال التعاون والتضامن والتعايش والسلم والأمن بين شباب الدول الاسلامية في صور تركيا وسوريا مع الزلازل والقضية الفلسطينية وحق تقرير المصير عبر مختلف الوسائط الجديدة لتسويق مثل هذه المحتويات الرقمية في ظل التطور التكنولوجي الكبير في الوقت الحالي وتوسع دائرة استخدامه .

الشيء الملفت في هذه الورقة البحثية هو تعرفنا على تقنية التسويق الرقمي عبر الوسائط الجديدة لمختلف المحتويات عن قرب وذلك من خلال أخذ فكرة ولو بسيطة عنه وكيفية استخداماته في هذا الفضاء الالكتروني.

قائمة المراجع

١. مصطفى الاعصر ،مركز هردو،المحتوى الرقمي العربي ،المحتوى الرقمي الغربي،٢٠١٦.
٢. ناهد فهمي عبد المقصود ،واقع توظيف وحدات التعليم الرقمية في تطوير المحتوى ،مجلة تطوير الاداء ،٢٠١٧.
٣. ميساء ماهو المحتوى الرقمي ،
٤. حاتم يوسف ابو زائدة ،فاعلية برنامج الوسائط المتعددة لتنمية المفاهيم والوعي الصحي ،رسالة ماجستير في المناهج وطرق التدريس الجامعة الاسلامية ،٢٠٠٦.
٥. قنديل احمد ابراهيم ،تأثير التدريس بالوسائط المتعددة ،مجلة الدراسات في المناهج وطرق التدريس ،العدد٧٢،جامعة طنطا ،٢٠٠١.
٦. الفار ابراهيم الوكيل ،الوسائط المتعددة التفاعلية ،الدلة لتكنولوجيا الحاسبات ،طنطا،٢٠٠٠.
٧. العلاق بشير ،الانترنت في التسويق ،دار المناهج ،الاردن ،٢٠٠٣.
٨. بيان هاني حرب ،مبادئ التسويق ،مؤسسة الورق ،الاردن،٢٠٠٧.
٩. محمد الطاهر نصير ،التسويق الالكتروني ،دار الحامد للنشر والتوزيع ،الاردن،٢٠٠٥.
١٠. امين عبد العزيز حسن ،استراتيجيات التسويق في القرن ٢١م،دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ،القاهرة .
١١. حميد القاضي الصميدعي ،نبيل العلاق ،التسويق ومفاهيمه ،ط١،دار الطبعة العربية للنشر والتوزيع .
١٢. السعدي مؤيد ،نصيف جاسم ،فلسفة التواصل في موقع فيس بوك ،ط١،الفا للوثائق ،الجزائر ،٢٠١٦.
١٣. صابر فاطمة الزهراء ،خفاجة ميرفت علي ،اسس البحث العلمي ،ط١،دار المعرفة الجامعية القاهرة ،٢٠٠٢.
١٤. ابي سعيد احمد الديوه جي ،منذر خضر يعقوب المهندي ،التسويق الرياضي ،كلية الادارة والاقتصاد ،الرمال للنشر والتوزيع ،الاردن ،٢٠٢١.
١٥. ماهر عودة الشمايلة وآخرون ،الاعلام الرقمي الجديد ،دار الاعصار للنشر والتوزيع ،ط١، ٢٠١٥.
١٦. Opver .a denis L.internet Loris.maison de liver.toulouse.France.1996.
١٧. philip kolter.dvbors.marketing managment.edition d organization.2001.
١٨. Sabq press.dz.

وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الزخم الثقافي وتشكيل الوعي السياسي

نوار بن حنيش

جامعة وهران - الجزائر

Nozah79@gmail.com

مقدمة

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات^١. وهذا ما يتيح لعدد أكبر من المشاركين التواصل مع بعضهم في كل زمان ومكان من أجل ربط علاقات صداقة وتبادل الأفكار، وبالتالي التعرف على الآخر وأهم ما يميزه من توجهات ومعتقدات، فشبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن قنوات مفتوحة على كافة المجتمعات بمختلف شرائحها من خلال آليات تقنية يمكن التحكم فيها بواسطة أجهزة حديثة بالحواسب والهواتف الذكية... الخ.

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

• **اصطلاحاً:** تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها أو مجموعة مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

• **إجرائياً:** وتعرف إجرائياً على أنها مواقع (فيسبوك، تويتر) التي يتفاعل معها طلبة الجامعة بشكل مستمر سواء لمتابعة الأحداث والأخبار أو للتواصل مع الجامعة أو الطلبة^٢.

ويعرفها نصر بأنها مواقع تستهدف الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الانترنت، والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة، وهي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية.

أما غربي فقد عرفها بأنها ظاهرة رمزية يتعامل الفرد عن طريقها مع المحتوى من خلال رمزية النص والصورة والفيديو، ويطلق عليها الإعلام الاجتماعي^٣.

شبكات التواصل الدور والأهمية

ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى العالم الاجتماعي "جون بارنز" joan barnes في عام ١٩٥٤، فالشبكات الاجتماعية بشكلها

إن ما يشهده العالم وبالخصوص في هذه الحقبة من تطور رهيب في مجال التكنولوجيا أثر بشكل كبير على صيرورة المعلومة وإمكانية التعاطي معها لاستقاء ما يميز العالم من حركية على كل المستويات، وقد ساهمت الوسائل والتقنيات التي أفرزتها التكنولوجيا في مطلع القرن العشرين في تشكيل بنى اجتماعية تتواصل فيما بينها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الشبكات التي صارت على قدر كبير من الأهمية من حيث تزجيه العقل البشري والمساهمة في بلورة فكر معين تحت تأثير ما تنتجه مختلف قنوات التواصل الاجتماعي عبر مواقع أضحت في يومنا هذا الملاذ الرئيس لمختلف شرائح المجتمعات وتؤثر وتتأثر بها.

ولما كان الفرد في يومنا هذا في أمس الحاجة إلى التعبير والتنفيس، والبحث الغريزي عن ما هو جديد، وما يحاط به من أحداث ومستجدات سواء على الساحة المحلية أو الدولية، كان لزاماً عليه خوض غمار هذه الثورة التكنولوجية التي اقتحمت البيوت والمدارس والجامعات وشتى المؤسسات الاقتصادية والثقافية والتعاطي معها واستغلالها في بث أفكاره وتجديدها من خلال المناقشة والحوار والدراسة والمشاركة الفعالة في إبداء الرأي والتمرد على بعض الآراء التي تتعارض ومصلحه.

لقد أثبتت التجارب اليومية بأنه لا منأى لمجتمعات اليوم عن مسايرة واستثمار سبل ومواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاطلاع على ما خفي عنه من زخم ثقافي لباقي شعوب العالم، عبر ما يث من مقتطفات ومقاطع فيديو، أو من خلال حوارات مع أصدقاء من شتى بقاع العالم، ناهيك عن التنوير السياسي الذي يشكل وعيه ويحرضه على التغيير والبحث عن ما هو أفضل من خلال متابعة الحصص السياسية أخبار العالم وعلاقاتها الدبلوماسية، والمشاركة في الحياة السياسية والشأن الداخلي الذي يهتم بقضايا الشعوب.

مفاهيم وتعريف

مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي

لقد عرف العالم شبكات التواصل الاجتماعي بعد تطور الجيل الثاني للانترنت عام ٢٠٠٤، وظهور شبكات تواصل اجتماعية جماهيرية مثل ماي سبيس وفيسبوك ويوتيوب، وتعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي كما تتعدد المفاهيم المرتبطة بها، وفيما يلي عرض لعدد من التعريفات الخاصة بها.

بها شبكات التواصل الاجتماعي، برزت الحاجة إلى تحليل ودراسة عوامل استقطاب وتأثر السياب الجامعي، ولاسيما الجانب الكبير منه في الاعتماد على ما تناولته الشبكات والصحف على الشبكة العنكبوتية، وعلى ما يتم تداوله من خلال شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، يوتيوب، تويتر، وتأثيرها على المواطن. ° إن هذا الانتشار الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي واكتساحها لجل الدول والمجتمعات، بل لا تكاد أسرة من الأسر تخلو من استعمالها في مقاصد شتى سواء ربط أواصر الصداقة أو اهتمامات الشغل ومتطلبات السوق العصرية التي أضحت في حاجة إلى تقنيات أكبر من أجل عرض المنتج وتسويقه بسرعة قياسية وتكلفة أقل من خلال الدعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقس ذلك على مختلف القطاعات وباقي المجالات التي صارت تتأثر إلى حد بعيد بوسائل التواصل الاجتماعي، وهذه الأخيرة صارت من أبرز الوسائل التي تلعب دورا هاما في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية.

دور وأهداف شبكات التواصل الاجتماعي

الهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء والأفكار والتقدم بمقترحات وحلول للمشكلات التي تواجه المشاركين في الحوار، فهي عبارة عن شبكات الكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة، للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات، في عصر يـُـوج بالتغيرات العالمية المعاصرة، عصر العولمة المعلوماتية الذي أثر تأثيرا كبيرا في المجتمعات الإنسانية وثقافتها وأنساقها القيمة السائدة.

لقد برز دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الأفراد بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع، كما أنها تلعب دورا مهما في خلق التماسك بين جميع أفراد المجتمع في المواقف السياسية المهمة.

كما لعبت دورا مهما في صنع صحوحة حرية التعبير التي دخلت في الجسم السياسي والاجتماعي، وخلقت ساحة مفتوحة للمطالب الشعبية المستمرة بالإصلاحات المجتمعية، وكسرت القبضة الخانقة على وسائل الإعلام من قبل الدولة. ° ومن خلال ما سبق يتجلى لنا الدور الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا في الآونة الراهنة مع ازدياد الاهتمام بوسائل التكنولوجيا ودورها الفعال في خدمة المجتمعات والرقى بها، وقد أضحت هذه الوسيلة بمثابة الشريان الذي يربط بين الأفراد، مما يتيح لهم معرفة الحالات والوضعية واستقصاء المعلومات من الآخر مهما كان موطنه والرقعة الجغرافية التي يتواجد فيها، ناهيك عما تلعبه من بعث الحركية والدفع بعجلة التنمية من خلال تنمية العقل البشري عبر اطلاعه على أهم وأحدث ما توصل إليه العلم والتكنولوجيا في لحظات وجيزة عبر تصفح صفحات الويب ومواقع التواصل الاجتماعي.

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

- **شبكات التنمية الاجتماعية:** هي عبارة عن تجمعات الأشخاص خلال مجموعات محددة تشبه تجمعات قروية أو ريفية مشتركة

التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الانترنت المبنية على تطبيقات Applications التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية لبن البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساسا على تمثيل، حيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي Profile وكذلك خدمات أخرى متعددة تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.

كان أول موقع للتواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة على شبكة الانترنت في شكل تجمعات وهو موقع theglobe.com عام ١٩٩٤، وتلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاه موقع tripod عام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات وأفكار شخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، إذ قامت بعض التجمعات بربط بعض الأفراد من خلال عناوين بريدهم الالكتروني وأهمها موقع class mates.com عام ١٩٩٥ الذي يهتم بربط الاتصال بين الأفراد والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة الأصدقاء، كما ظهرت عام ١٩٩٩ نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساسا على الثقة والصداقة، حيث شملت التحديات سلطة التحكم في المضمون والاتصال. وخلال الفترة ما بين ٢٠٠٢ - ٢٠٠٤ بلغت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع friendster عام ٢٠٠٣ ثم تلاه موقع myspace الأكثر شعبية بينهم، ثم برز موقع facebook الذي أنشأه "مارك زوكربيرج" Mark Zuckerberg عام ٢٠٠٤ وأصبح بسرعة أهم المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة، وبهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للانترنت. ٤

أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

برزت في الآونة الأخيرة شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد أصبح بعضها من أكثر الشبكات زيارة في العالم، حتى أنها أصبحت تغطي على ما كان يعرف في علم الاجتماع (المكان الثالث)، أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل أو المدرسة أو الجامعة)، لقد أصبح واضحا أن المكان الثالث مكانا افتراضيا بامتياز. إن انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل مؤسسات عديدة عملت على تشكيل الاتجاهات بشكل عام، ومن هذه المؤسسات التي عملت على تشكيل هذه الاتجاهات السياسية لدى الفرد سابقا (الأسرة، المدرسة، الجامعة، المؤسسات الدينية، المؤسسات الإعلامية...) (الخ) ولكن مع ظهور العنصر القوي في تغيير هذه الاتجاهات والمقصود



ومع غيرهم في عالم افتراضي يتقاسمون فيه اهتماماتهم ويتبادلون أفكارهم وآرائهم.^{١٠}

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

- **التشاركية والتفاعلية:** من خلال إثراء الصفحات في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة بالشخص المستخدم (أذواق، ملابس، رياضة...) أو ما تعلق بموطنه من خلال نشر صور وخرائط عن مدينته أو أصدقائه أو بعض المعالم الأثرية والتي يرغب في إيصالها إلى الآخر.
- **الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الدائم الحضور حيث يمكن الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات أو أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون.
- **المشاركة:** تعمل وسائل التواصل الاجتماعية على تشجيع المساهمات وردود الأفعال من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد حواجز أمام الوصول أو الاستفادة من المحتوى.
- **المحادثة:** تتميز من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- **المجتمع:** ربط مجتمعات العالم اجمع في مجتمع واحد بسرعة رهبة حول مصالح واهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية والاقتصادية ...
- **الترابط:** تتميز بكونها شبكات اجتماعية مترابطة ببعضها البعض عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، مما يسهل عملية انتقال المعلومة.^{١١}

أهم مواقع التواصل الاجتماعي

- **انستغرام:** تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أطلق في أكتوبر ٢٠١٠ ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية. ومع نهاية عام ٢٠١٠ تجاوز عدد المشاركين في الموقع ٤٠٠ مليون شخص.
- **التويتر:** شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين من الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على الاتصال بأصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة، وتسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى ١٤٠ حرفا يمكن قراءتها

في صفات أساسية، وتهتم تلك الشبكات بالأشخاص الذين يشتركون في صفات مميزة كأماكن عمل، مدارس، جامعات، كليات) وهؤلاء الأشخاص متوفرون بكثرة على شبكة الانترنت، ويتطلعون للقاء أشخاص جدد لتحقيق أهدافهم.

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** وهي شبكات تستخدم لتشكيل علاقات جديدة، وتنظم تلك الشبكات عددا كبيرا من أسماء المستخدمين غير المعروفة مثل موقع linkedin^{١٢}

مواقع التواصل الاجتماعي

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

يعرفها "محمد عواد" بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (الفرد الواحد) باسم العقدة بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم.

ويعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

وتعريف إجرائي تعد وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي وجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي تقترحها البرامج.^{١٣}

كما يعرف مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على أنه منصة يعمل بها العضو ويطورها ويسعى لمشاركة جميع الأصدقاء في هذا التطور وتقوم على التفاعل والتشارك بين الأعضاء، كما أنها منظومة من الشبكات والمواقع الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات.^{١٤}

تعريف الفيسبوك

- **لغة:** هو موقع الشبكات الاجتماعية يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزوا مكانتهم عبر أدوات مواقع التواصل الاجتماعي مع أشخاص آخرين ضمن نطاق الموقع.
- **اصطلاحا:** هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فايسبوك كملكية خاصة بها، فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى شبكات تنظمها المدين أو جهات العمل أو المدرسة أو إقليم وذلك من أجل أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية.
- **إجرائيا:** هو موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه بالتواصل بينهم



من طرف مستخدمي الموقع، كما يمكن للمستخدمين مشاركة أنواع أخرى من المحتويات مثل الصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى الروابط بمواقع الويب الأخرى.

• **جوجل بليس:** شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل، وتقدم خدمات مثل الدوائر، مكالمات الفيديو، المنتديات، مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل صدى جوجل، الملف الشخصي. وتتيح الدوائر للمستخدمين القيام بعملية تقسيم الأصدقاء والأقارب في حلقات وفقاً لتصنيفاتهم، فعلى سبيل المثال يمكن وضع أشخاص تنوي مقابلتهم في حلقة معاً، بينما يتم وضع الأقارب والأهل في حلقة خاصة بهم.^{١٢}

• **اليوتوب:** جاءت فكرة الموقع لإتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي يقوم بتحميلها المستخدمين حيث يستطيع كل شخص أن يقوم بنشر أو تحميل ما يريد في نطاق ما هو مسموح به على الموقع، إضافة إلى إعادة نشر ما ينشره الأصدقاء المستخدمين والبحث عن المحتوى بحسب الكلمة أو الفئة أو الشخص، ويرتبط اليوتوب بعدة شبكات تطبيقات للتدوين، ليكون بذلك من أهم وأقوى مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت تجاوز عدد مستخدميه مليار مستخدم.^{١٣}

شبكات التواصل الاجتماعي والزخم الثقافي

مفهوم الثقافة

تستخدم كلمة الثقافة في هذا العصر لتدل على رقي فكري وأدبي واجتماعي للجماعات والأفراد، كما تستخدم أيضاً لتدل على الذوق المتميز في الفن والعلوم الإنسانية بما يعرف بالثقافة ذات المستوى العالي. والثقافة تدل أيضاً على انكباب الإنسان بصورة منهجية على تنمية ملكاته الفطرية بدراسة الآداب والعلوم والفنون وكذلك من خلال الملاحظة والتفكير، ومن الممكن النظر إلى المجال الذي تمارس فيه هذه الفعالية فمن الممكن الحديث عن ثقافة الذكاء وثقافة الحكم، وثقافة السياسة...

وتعتبر الثقافة المعبر الحقيقي لما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم والتصورات كما يتم رسم القيم والسلوك، وقد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني من خلال ما يقدمه الإنسان من إبداع وإنتاج في مختلف المجالات، فالثقافة هي المنظومة المتعددة والمتشعبة تتضمن اللغات والمعتقدات والمعارف والفنون والقيم والأعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية والمهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين، في حين تعرف الثقافة بأنها المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية والتربوية فتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأماط حياتهم.^{١٤}

تعريف الثقافة

• **لغة:** تعني كلمة "ثقافة" أي "قوم" الشيء فقال العرب ثقافة الرمح

أي قومته، أي جعلته على أحسن صورة، والثقافة كلمة عريقة في اللغة العربية فهي تعني صقل النفس والمنطق والفطنة. وفي قاموس المحيط: ثقف ثقفا وثقافة، صار حاذقاً خفيفاً، فطنا، وثقفه ثقفا سواه تعني تثقيف الإنسان أي تسويته فكراً ووجداناً وتقويمه سلوكاً ومعاملة.^{١٥} وتعني سرعة الإدراك، والفطنة الحاذقة، وهي مجموعة ما توصل إليه الإنسان في الحقول العامة من الأدب والفكر والفن.

• **اصطلاحاً:** عرفها مالك بن نبي بأنها مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته لا شعورياً، وفي المعجم الفلسفي هي كل ما فيه استنارة للذهن والتهديب للذوق وتنمية لملكة النقد والحكم لدى الفرد أو المجتمع وتشمل المعارف والمعتقدات والفن والأخلاق.^{١٦} كما تعد البيئة التي يحيا فيها الإنسان والتي تنتقل من جيل لآخر وتتضمن الأماط الظاهرة والباطنية من السلوك المكتسب عن طريق الرموز، وتتكون ثقافة أي مجتمع مع إيديولوجياته وأفكاره ومعتقداته ودياناته ولغته وفنونه وقيمه وعاداته وتقاليدته وقوانينه وسلوكيات أفرادها وغير ذلك من وسائل حياته.^{١٧}

• **إجرائياً:** نقصد بالثقافة الدين والعقيدة واللغة والقيم والأخلاق، العادات والتقاليد والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكياتهم.

الوعي الثقافي

تتأثر حياة الإنسان بثقافته ووعيه، والتي غالباً ما يكتسبها من خلال وسائل الإعلام فكلما كان أكثر ثقافة ووعياً كانت حياته أرقى وأفضل، فالثقافة لها تأثير كبير على حياة الإنسان في مختلف المجالات فهي ليست أمراً ترفياً كمالياً، إذ أن الإنسان تنطلق ممارسته ومواقفه من قناعاته وأفكاره، وقد أعطى التطور التكنولوجي الذي تحقق في النصف الثاني من القرن العشرين قفزة قوية في مجال التواصل الاجتماعي الإلكتروني خصوصاً التي تقوم بنشر كم هائل من المعلومات التي تساهم في تنمية الوعي الثقافي.^{١٨} وبالتالي تعد شبكات التواصل الاجتماعي بمصابة المنهل والمنبع الذي يستقي منه الإنسان مختلف التفافات كونها نافذة مفتوحة على العالم وما ينتج من ثقافات تعكس عادات وتقاليد المجتمعات، فموقع اليوتوب مثلاً يحيلنا صورة وصوتا على الإرث الثقافي والتراث المادي واللامادي الذي يميز مجتمع دون آخر، ومن خلاله يمكننا معرفة ثقافات الشعوب المجاورة وشعوب العالم، فنتفاعل معها ونستقي منها المعلومات وشتى المعارف، ونكون زخماً معرفياً يزخر بالفنون والآداب والمعرفة، إذ هناك العديد من الحصص والمكتبيات والندوات الفكرية والفنية تطرق مواضيع ثقافية تساهم في تثمين وترصيع والحمولة الفكرية للمتلقى.

خدمات شبكات مواقع التواصل الاجتماعي

• **الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء:** وذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

كما يعرف الوعي السياسي على أنه إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به ومعرفة المواطن بحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وكذلك قدرة هذا المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس وقائع منفصلة أو أحداث متباعدة.^{٢٣}

ويذهب البعض إلى تعريف الوعي السياسي بأنه العملية التي يستطيع الإنسان عن طريقها معرفة العالم وتغييراته، ودوره في العملية السياسية، ومشاركته في التصويت في الانتخابات واتجاهاته السياسية، واندماجه للأحزاب السياسية وكيفية الاعتماد على كل المتغيرات في تقويم الواقع السياسي لمجتمعه والتعرف على ما ينبغي دعمه أو تغييره في هذا الواقع، ويتحقق الوعي السياسي الفعال من خلال التنشئة السياسية للأفراد، الثقافة السياسية المشاركة، التجنيد السياسي والتعبئة السياسية، التطوير السياسي والتوعية للأفراد.^{٢٤}

مستويات الوعي السياسي

المستوى النظري: يقصد به مستوى الأفكار والإيديولوجيات التي يحتويها موضوع الوعي من قيم ثقافية ومعايير وعواطف فقد تعددت الاتجاهات الفكرية التي تناولت الوعي السياسي وكان نتاجا لذلك تعدد الرؤى حوله، حيث تتعرض كل إيديولوجية للوعي السياسي وفق تراثها وأهدافها الفكرية.

مرحلة المعرفة والإدراك: وهي مرحلة الاستكشاف، ويكون الفرد على مستوى الإدراك وفهم الحقائق بشكل مباشر، كما تعتبر هذه المرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقائها.

- مرحلة الاهتمام السياسي: والذي يشكل لدى الناس من خلال ممارستهم لنشاطاتهم اليومية، وكذا حياتهم الطبيعية في الواقع الاجتماعي والسياسي المميز لمكان عيشهم، ويشمل هذا الوعي على المعايير والتصورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم.

مرحلة الانضمام السياسي: يتطلب الوعي السياسي أن يكون الفرد منتما فكريا أو دينيا إلى مجموعة معينة أو مؤسسة أو تكوين سياسي، والانضمام إلى هذه المؤسسات قد يوجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد.

مستوى الممارسة: تتجه لما يكتسبه الفرد من معارف وخبرات تنعكس من خلال علاقاته مع البيئة المحيطة وينتقل من مرحلة اكتساب المعرفة إلى مرحلة الممارسة، وينتقل ذلك من خلال مشاركة الفرد في العملية السياسية، التي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطالب ورغبات الفرد.^{٢٥}

شبكات التواصل الاجتماعي والتنشئة السياسية

يلعب الانفتاح الثقافي من خلال وسائل الإعلام دورا بارزا في عملية

الممارسات السياسية: إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

تكوين العديد من الأصدقاء: لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاء وفقا للمعايير التي يختارها هو.

التسلية والممارسات (الهوايات): أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت مسرور عبر مواقع الألعاب والتسلية.^{٢٦}

لقد أضحت شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل التي يصعب الاستغناء عنها لما تقدمه من خدمات على كافة الأصعدة، فضلا عن تشكيل فرق صداقة لغرض التعارف وتبادل الآراء والأفكار والفائدة العلمية كنادي تعليم اللغات والخدمات عبر المواقع، نجد أيضا برامج الترفيه كالعاب الفيديو وحتى الدردشة التي مفادها تخفيف حدة الضغط والتوتر من خلال التنفيس ومحاورة الآخر دون عقدة أو مركب نقص كون الوسيلة افتراضية تحمل من السرية ما يكمن الآخر البوح بما لا يستطيع في الواقع.

شبكات التواصل الاجتماعي والوعي السياسي

تعريف الوعي

• لغة: وعى الوعي: حفظ القلب الشيء: وعى الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه: حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ منه وأفهم.

• اصطلاحا: يعرف الوعي على أنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك في الاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن تكون له مشاركته فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويقوم بتحليلها والحكم عليها وأن يحدد موقفه من تلك المشكلات، وأن يعمل على تطويرها وتغييرها.^{٢٧}

• إجرائيا: هو حالة من التنبه واليقظة في الشعور والعقل لمواقف النقص والغفلة على مستوى الذات والآخرين والمحيط المعاش والعلاقات وكل ما يتعلق بالمعارف الراهنة والمستقبلية بتكوين آراء واتجاهات نحو الدعاية.^{٢٨}

تعريف الوعي السياسي

يعرف الوعي السياسي على أنه الحالة التي يمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في آن واحد.

أما إجرائيا فيعرف بأنه مستوى وعي الفرد بالأحداث والتطورات السياسية على المستوى المحلي والعربي والعالمي.^{٢٩}

خاتمة

مما سبق يتبين بأن الإنسان يحس بإنسانيته عندما يكون عنصراً فعالاً في المجتمع، يقدم اقتراحات وآراء وحلول لمختلف القضايا والأزمات، وهذا لا يتأتى له إلا من خلال وسائط تساعد على إبداء رأيه بكل سهولة مثلما هو الشأن بالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي التي تعد حلقة وصل بين المؤثر والمتلقي من خلال عملية التأثير والتأثر في شتى المجالات وبالأخص الحقل الثقافي والسياسي الذين يعدان من أبرز المرتكزات في بناء العقل البشري، وبالتالي الدفع به نحو بناء مجتمع راقى تسوده العدالة والأمن والاستقرار، ومن أبرز النتائج التي كلل بها بحثنا هذا نجد ما يلي:

- إن العصر الذي نعيشه في الراهن هو صعر التكنولوجيا والرقمنة بامتياز، وبالتالي لا مفر من ضرورة توظيفها في شتى المجالات.
- بما أن الإنسان اجتماعي بطبعه ويميل إلى النقاش والمحاورة وربط العلاقات، فإن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بقدر كبير في تحقيق ما يصبو إليه.
- إن شبكات التواصل الاجتماعي بكل ما تتيحه من وسائط كانت فضاء رحباً وواسعاً للمشارك لبت أفكاره والتعبير عنها بكل سهولة ومرونة وإيصالها لأبعد الحدود.
- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائل التي يلجأ إليها المشترك لشحن معارفه وإثراء رصيده الثقافي وتشكيل الوعي السياسي من خلال المتابعة والمشاركة والمناقشة.

التنشئة السياسية للفرد، وذلك لوجود قواعد قانونية مشتركة في الكثير من الثقافات العالمية، فالاطلاع على مبادئ الديمقراطية لدى الغير يشكل حافزاً للمشاركة السياسية لدى بعض الأفراد في بيئتهم المحلية، والقيام بمقارنتها ونقدها في ضوء هذا الاطلاع، ويسهم هذا الانفتاح بتقبل الحياة السياسية وتفعيلها ومراعاتها في الممارسات والمواقف الشخصية للأفراد... وتبرز أهمية الإعلام في التنشئة السياسية من المكانة التي أصبح يحتلها الإعلام كقوة لما تملكه من تأثير على توجهات الأفراد ومواقفهم السياسية، والتأثير على أذواقهم وغط حياتهم.^{٣٦} وغالباً ما نرى معظم شرائح المجتمع على الحصة ذات المواضيع السياسية سواء محلية كانت أو دولية من أجل الاطلاع على مستجدات وأحداث العالم بما فيها من أزمات وتوتر في العلاقات بين الدول من جهة، وما تنتجه الصراعات الداخلية وصراع الأجنحة والمصالح من جهة أخرى، كل هذا وذاك يجعل المشترك محل متابعة وبين مؤيد ومعارض من خلال ما يستقيه من مختلف المواقع، وخاصة ما يبث على اليوتيوب الذي أصبح نافذة بطل منها المواطن على المشاكل والأزمات التي تهدد أنه واستقراره، فنجدته يندمج تارة ويعلق ويناقش تارة أخرى، ثم ينسلخ نحو أفكار واتجاهات يصنعها له المؤثرون السياسيون، مما يؤثر على إيديولوجياته، ويجعله يتخذ موقفاً إزاء ما يحدث من حوله.

شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير

"أنا أنصّل إذا أنا موجود" هذه المقولة أصبحت النسخة الجديدة لنوع جديد من الإنسان لم يعد الأساس عنده هو الاستقلال الشخصي بل تعددية العلاقات وتشابكها وإن كانت افتراضية.

لقد أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خيرات تقنية أو تكاليف مادية، يرى البعض أنها ستؤدي إلى بزوغ فكر كوكبي يعمل على تغيير العالم.^{٣٧} ومدام الإنسان في رحلة بحث لا متناهية عن فضاءات تتيح له التعبير عن آرائه وأفكاره، فإن الملاذ المناسب الطي يمنحه هذا النطاق هو شبكات التواصل الاجتماعي، فنجدته دون عناء يتحاور ويناقش ويبيدي رأيه للآخر من خلال الدردشة والمشاركة في المنتديات والمليتيات والحصص واللقاءات التي تبث عبر تلك المواقع.

قائمة المراجع

١. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، مج ٣، ١٢ع، جامعة شندى السودان، ٢٠٢٢/١٢/٠١، ص ٥٥٨
٢. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، مجلة دراسات العلوم التربوية، مج ٤٥، ع ٤، ملحق ٣، ٢٠١٨، ص ٦٢٨
٣. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، م س، ص ٥٥٨
٤. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المقاتلية "الفيس بوك" كأموذج، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الماستر- تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة الشهيد حامة لخضر، الوادي، الجزائر، ٢٠١٩ - ٢٠٢٠، ص ٣٧
٥. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، م س، ص ٥٥٩
٦. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، م ن، ص ٥٥٨-٥٥٩
٧. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، م س، ص ٦٢٩
٨. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المقاتلية "الفيس بوك" كأموذج، م س، ص ٢٠
٩. ابتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وأحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص ٣٥
١٠. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المقاتلية "الفيس بوك" كأموذج، م س، ص ٢١
١١. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المقاتلية "الفيس بوك" كأموذج، م ن، ص ٣٧ - ٣٩
١٢. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المقاتلية "الفيس بوك" كأموذج، م ن، ص ٤١ - ٤٢
١٣. ابتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وأحداث التغيير في دول الحراك العربي، م س، ص ٣٧
١٤. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، م س، ص ٥٦١
١٥. بلعري سعاد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمي موقع الفيس بوك بجامعة مستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، ٢٠١٤ - ٢٠١٥، ص ٢٧
١٦. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة المقاتلية "الفيس بوك" كأموذج، م س، ص ٢٢
١٧. إسماعيل عبد الفتاح الكافي، معجم المصطلحات عصر العولمة، ظ ١، دار الثقافية، مصر، ٢٠٠٤، ص ٦٧
١٨. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، م س، ص ٥٦٠
١٩. مريم نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير، جامعة الحاد لخضر، الوادي، الجزائر، ٢٠١٢، ص ٦٨ - ٧٦
٢٠. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، مجلة دراسات العلوم التربوية، مج ٤٥، ع ٤، ملحق ٣، ٢٠١٨، ص ٦٢٩
٢١. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، مج ٣، ١٢ع، جامعة شندى السودان، ٢٠٢٢/١٢/٠١، ص ٥٦٠
٢٢. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، م س، ص ٦٢٩
٢٣. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، م ن، ص ٦٢٩
٢٤. ابتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وأحداث التغيير في دول الحراك العربي، م س، ص ٣٨
٢٥. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، م س، ص ٦٣٠ - ٦٣١

٢٦. عبد السلام فهد العوامرة، بكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، م ن، ص ٦٣٠

٢٧. المعز أبكر أحمد عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى طلاب جامعة شندى، م س، ص ٥٦٠

المحتوى الرقمي لقادة الرأي الجدد: تعزيز أم تقييد لمعايير الضبط الاجتماعي؟ (دراسة سوسيوقافية لظاهرة البث المباشر للمؤثرين الاجتماعيين عبر مواقع الفيسبوك)

د. يحيوي مباركة

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر
mebarkayahiaoui@gmail.com

د. إغالون نورة

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر
ighalloun@gmail.com

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة أثر المحتوى الرقمي للمؤثرين الاجتماعيين على المنظومة القيمية والذوق العام للمجتمع الجزائري، وكذلك تهتم بالدور الذي يقوم به قادة الرأي الجدد بوصفهم نماذج قدوة للكثير من الأفراد الذين يتابعونهم نظرا لما يقدمونه من ثقافات موازية بغض النظر عن صحتها أو انحرافها خاصة في ظل انحسار أدوار مؤسسات التنشئة مع الانتشار والاستخدام الواسع للتطبيقات الإعلامية الرقمية الجديدة حتى أصبحنا نعاني اليوم من إدمان على صناعة المحتوى الرقمي الأمر الذي كان له تأثيره على المجتمع بصفة عامة والضبط الاجتماعي بصفة خاصة .

الكلمات المفتاحية

المحتوى الرقمي، قادة الرأي الجدد، الضبط الاجتماعي، المنظومة القيمية، مواقع التواصل الاجتماعي.

المقدمة

الذي يشكل الإطار المرجعي لتنظيم سلوكيات الأفراد وتحقيق التماسك والتطابق مع قواعد المجتمعات المختلفة، وهو ما يفرض تفعيل الحاسة النقدية تجاه المضامين الرقمية التي يقدمها قادة الرأي الجدد تجنباً للسقوط في المظاهر الاستهلاكية والهبوط في الذوق العام والانحراف الخلقي على حساب المبادئ الأخلاقية السليمة.

اشكالية الدراسة وتساؤلاتها

استفحلت وتنامت خلال السنوات الأخيرة ظاهرة صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لدرجة أنها أصبحت بمثابة مهنة يمتثلها الكثير من الأشخاص الذين وجدوا في هذه الصناعة مجالاً لتحقيق الأرباح المالية من جهة والشهرة من جهة أخرى، فلا تكاد صفحاتنا الشخصية عبر منصات الفيديو الجديدة تخلو ممن يتم وصفهم بالمؤثرين الاجتماعيين الذين يقومون بعرض حياتهم الخاصة أو مغامراتهم كمحتوى لهم يثبته إما عبر تقنية البث المباشر أو تقنية التدوين عبر الفيديو (vlog)، حيث يحظى هؤلاء المؤثرون بقاعدة شعبية نتيجة عدد الأفراد الذين يتابعونهم ويشتركون في صفحاتهم والتي قد تتجاوز في الكثير من الأحيان عتبة المليون إلى أكثر من ذلك، حيث أصبح يشكل المحتوى الذي يقدمه قادة الرأي الجدد ادمانا رقمياً لدى الكثير ممن يتابعونهم نتيجة التعرض الدائم لهم، وهو ما الأمر الذي سينعكس لا محالة على مستوياتهم المعرفية والسلوكية وحتى على اتجاهاتهم ومواقفهم الخاصة، باعتبار أن أي صناعة مهما كان نوعها مفيدة أو ضارة سيكون لها الأثر الواضح على أفراد المجتمع أيا كانت انتماءاتهم أو خلفياتهم أو لغاتهم سواء على المدى القصير أو الطويل، حيث أصبح اليوم المؤثرون الاجتماعيون يمتلكون سلطة الترويج لعملية التربية

لقد ساهمت التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي عرفتها البشرية خلال العقود الأخيرة في مجال الاتصال، في ظهور تطبيقات إعلامية رقمية جديدة ساهمت في إعادة تشكيل المجتمع ونسقه الاتصالي، حيث أصبحنا اليوم نتحدث عن المجتمع الرقمي الذي تشكل فيه أضرار الآلة وسيلة أساسية للتواصل بين أفرادهم وموجب ذلك انتقالنا من مرحلة الاتصال المباشر المواجهي إلى مرحلة الاتصال الوسيط ومن الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي والافتراضي المعزز، هذه التغيرات الجديدة التي ظهرت في إطار الحداثة الإعلامية لم تقتصر فقط على الوسائل وإنما مست أيضاً الأطراف الفاعلة في صناعة المحتوى، فبعدما كانت هذه الصناعة الحساسة مقتصرة في وقت سابق من الزمن على النخبة بكل أطرافها والمختصين الاتصاليين والإعلاميين، أصبح اليوم كل فرد في المجتمع مهما كانت صفته ومركزه الاجتماعي بإمكانه أن يقدم مضمونا رقمياً بالاعتماد على وسائل الاتصال الخاصة كالهاتف وجهاز المحمول وهو ما نتج عنه ظهور ما يسمى بالمؤثرين الاجتماعيين أو قادة الرأي الجدد الذين يتمتعون بقاعدة شعبية نتيجة الشهرة الكبيرة التي يحضون بها بسبب امتلاكهم لصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة كالفيسبوك، الانستغرام، التيك توك وغيرها من المنصات، حيث استغل هؤلاء الفاعلون الجدد الحرية وهامش الربح الذي توفره لهم المنصات السابقة الذكر في بث محتوهم وأفكارهم وثقافتهم من خلال استعراض حياتهم الخاصة أمام الجمهور العام عبر خاصية البث المباشر لسويغات من الزمن.

وباعتبار أن كل محتوى مهما كان نوعه أو صاحبه سيكون له الأثر القيمي والمعرفي والثقافي والسلوكي لدى أفراد المجتمع، سواء كان هذا الأثر إيجابياً أو سلبياً يساهم في تعزيز أو تقييد معايير الضبط الاجتماعي

٣. رصد الدور الذي يقوم به قادة الرأي الجدد بوصفهم نماذج قدوة للكثير من الأفراد الذين يتابعونهم نظرا لما يقدمونه من ثقافات موازية بغض النظر عن صحتها أو انحرافها.

أولاً: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

١- صناعة المحتوى: هي عملية توليد لأفكار عن موضوعات تناسب جمهور معين، ثم عرض تلك الأفكار في شكل محتوى مكتوب أو مرئي، والذي يستطيع أن يحصل عليه هذا الجمهور عن طريق صفحة على الويب أو فيديو أو انفوجرافيك وغيرها من الصور.

ونقصد بصناعة المحتوى في سياق هذه الدراسة بأنها تلك المضامين التي يشرها وينشرها المؤثرون الاجتماعيون عبر صفحاتهم الاجتماعية والتي يستهدفون بها الأفراد الذين يتابعونهم، حيث تتنوع هذه المضامين ما بين الروتينية اليومية، الطبخ والسفر، الموضة والتجميل والتي تحمل بين طياتها قيما وسلوكيات متعددة.

٢- المؤثرون الاجتماعيون: هم أشخاص ينشطون على شبكة الانترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيديو، الانستغرام، اليوتيوب، السناپ شات أو المدونات الشخصية، ولديهم عدد كبير من المشتركين الذين يقومون بمتابعة صفحاتهم، ويؤثرون عليهم من خلال المحتوى الذي يشاركونه معهم، وينعكس هذا التأثير على أفكار وسلوكيات المتابعين. وينظر إلى المؤثرين الاجتماعيين من منظور نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين لكاتز ولازار سفيلد على أنهم قادة الرأي الجدد، فهم يقومون بنفس دور قادة الرأي التقليديين من ناحية التأثير على الجمهور الذي يتوجهون إليه، إلا أن الاختلاف يكمن في الوسائل المستخدمة التي تعطي كل منهما خصائصه الاتصالية^٢.

٣- الضبط الاجتماعي: تعرفه العمودي بأنه عبارة عن مجموعة من القواعد والآداب التي يسعى النظام التربوي إلى تنشئة الأفراد عليها من أجل توفير الكفاءة الشخصية والفاعلية الاجتماعية مما يعين على تحقيق مقاصد الجماعة.

ويعرف أيضا بأنه العمليات والإجراءات المقصودة وغير المقصودة التي تقوم بها وسائل الضبط في مجتمع ما لمراقبة سلوك أفراد وحمايتهم من الانحراف، والتأكد من أنهم يسرون وفق المعايير التي تحقق مقاصد ذلك المجتمع^٣.

وقد صنف لانديز وسائل الضبط الاجتماعي إلى قسمين: الوسائل الضرورية لإيجاد النظام الاجتماعي وتشمل القيم، المعايير، الأعراف والعادات. ووسائل تدعيم النظام الاجتماعي كالأُسرة، الدين والمدرسة

الموازية لتلك التربية التي تقوم بها المدارس والأسر ودور العبادة، من خلال نشر جملة من الثقافات والقيم والسلوكيات التي قد تتوافق أو تتعارض مع معايير الضبط الاجتماعي القائمة على تربية الذوق وترقية المدارك وإعلاء الغرائز، خاصة عندما تقتزن صناعة المحتوى بالمال التجاري أين تسقط جميع المبادئ ويصبح المحتوى سلعة يتم تركيبها وصناعتها وفق قوانين السوق، هو ما يعني السقوط في مستنقع الثقافة الجماهيرية المبتدلة والمنمطة. وانطلاقاً من هذا تنطلق هذه الدراسة من السؤال الرئيسي التالي:

ما هو أثر المحتوى الرقمي الذي يبثه المؤثرون الاجتماعيون عبر خاصية البث المباشر بموقع الفيسبوك على معايير الضبط الاجتماعي؟

ومن الإشكالية السابقة تتفرع الأسئلة التالية:

١. ما هي القيم التي ينشرها المؤثرون الاجتماعيون عبر صفحاتهم؟
٢. ما هي مستويات تأثير المحتوى الخاص بقادة الرأي الجدد على جمهورهم الرقمي؟
٣. هل يتوافق المحتوى الرقمي مع المنظومة القيمية والذوق العام للمجتمع الجزائري؟

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من أهمية المكانة التي يحظى بها المؤثرون الاجتماعيون بوصفهم قادة جدد للرأي، نظرا لقدراتهم التأثيرية على الجمهور الذي يتابعهم، حيث أصبح من المهم الوقوف على الأبعاد التأثيرية للمحتوى الرقمي لهؤلاء المؤثرين، خاصة في ظل انتشار المنطق التجاري بينهم لغايات تحقيق الأرباح وبيع المنتجات، فالسلوك الاجتماعي والأخلاقي للجمهور الرقمي أصبح يتأثر بالأشخاص الذين يعتبرهم نماذجاً رقمية للاقتداء، وهو ما أصبح لزاماً الوقوف على طبيعة القيم والسلوكيات التي تحتويها المضامين الرقمية لقادة الرأي الجدد وذلك لإخضاعها للتقييم وتمحيص لمعرفة مدى توافقها أو تعارضها مع معايير الضبط الاجتماعي الخاصة بالمجتمع الجزائري.

أهداف الدراسة

١. التعرف على تأثير المحتوى الرقمي للمؤثرين الاجتماعيين على عملية الضبط الاجتماعي.
٢. رصد القيم التي ينشرها المؤثرين الاجتماعيين عبر صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

١ مصطفى سليمان، الدليل الشامل لصناعة المحتوى، ٢٠٢١، تم استرجاعه على: www.noor-book.com/book/internal_download/٥٤٢٥٠٣٢٤١١٢٧٩٣٨٧

٢ Delia BALABAN, Maria MUSTATEA, users' Perspective on the credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany, Romanian journal of Communication and Public Relations, Vol ٢١, no ١, (٤٦) ٢٠١٩, p33.

٣ ريماء آل عيدان وآخرون، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عملية الضبط الاجتماعي، ط ١، مركز رؤية للدراسات الاجتماعية، الرياض، ٢٠١٤، ص ٣٥.

والاقتصاد والعلم والتكنولوجيا^٤.

ونقص بالضبط الاجتماعي في سياق هذه الدراسة بأنه تلك المنظومة المتكاملة من القيم والعادات والأعراف التي توجه سلوكيات الجمهور الرقمي أثناء متابعتهم للمؤثرين الاجتماعيين، والتي بموجبها يتقبلون أو يرفضون المحتوى الرقمي الذي يعرض عليهم.

ثانيا : كيف يهندس المؤثرون الاجتماعيون أفكار وتصرفات

جمهورهم الرقمي؟

١- قادة الرأي الجدد يتعلمون من «ايفان بافلوف»

حتى نفهم آلية تغير السلوك الانساني وإحلال محله سلوكيات وقيم جديدة لابد في البداية من التطرق إلى نظريات التعلم السلوكية وعلى رأسها نظرية التعلم الشرطي لصاحبها الروسي ايفان بافلوف ، حيث ظهرت في العقد الثاني من القرن العشرين الاتجاهات السلوكية في علم النفس واعتقد الكثير من العلماء أن نماذج السلوك عند الانسان تتشابه في كثير منها عند الحيوان في العلاقة بالمثيرات الخارجية، وهكذا بدأت التجارب على الحيوانات وظهرت نظريات التعلم السلوكي ومن بينها نظرية بافلوف^٥.

وخلاصة النظرية أن العالم الروسي ايفان بافلوف أجرى تجاربه الشهيرة على الكلاب لاختبار درجة استجابتها للمثيرات الخارجية، فقام بإجراء مزمنة بين مثير حقيقي هو الطعام، وبين مثير آخر محايد شرطي وهو صوت الجرس، ليتحقق من رد فعل الكلب وهو جريان اللعاب، ثم أثبت أن المثير الإضافي بمفرده قادر على تحفيز رد الفعل نفسه لدى الكلاب^٦.

وما يمكن الإشارة إليه في هذا الصدد أن خلاصة ما استفاده المؤثرون الاجتماعيون من نظريات التعلم الشرطي، هو تحديد الطرق الرئيسية التي يستجيب بها الأفراد المتابعون تجاه مثيراتهم وهي:

١-١- تداعي المعاني: وهو ما يعني أن الربط بين مثيرين، أحدهما حقيقي والآخر إضافي يؤدي إلى إمكان استثارة نفسها ردود الأفعال بمجرد التلويع بالمثير الإضافي. فربما يكون استخدام الصور السلبية كمثير إضافي مع شخص أو مجموعة من الناس بصورة متكررة، أحد التطبيقات الأكثر تداولاً في مجال التأثير الاجتماعي لنظرية التعلم الشرطي^٧.

وهو الأسلوب الذي نلاحظ استخدامه كثيراً من قبل المؤثرين الاجتماعيين خاصة في فترة الملاسقات و الحرب الكلامية أو ما يسمى بـ «الكلاش»، حيث يسعى كل مؤثر من خلال ساعات البث المباشر إلى تصوير نده

الآخر في ذهن الجمهور الذي يتابعه على أنه الأسوأ أخلاقياً من خلال التطرق إلى الأخطاء التي ارتكبوها في حياتهم الشخصية البعيدة كل البعد عن حياتهم الافتراضية.

٢-١- التعزيز أو التدعيم: يتعلم الانسان أن يستجيب للمثير الإضافي بصورة إيجابية كلما كان المثير الطبيعي أو التحفيزي يبعث بدرجة أكبر على الرضا والسعادة، أو يستثير الغرائز بقوة، بينما يتجنب الاستجابة إذا كان ذلك المثير يبعث على النفور أو الخوف.

ونجد أن الإعلانات التي يسوق لها المؤثرون الاجتماعيون تلعب على هذه القاعدة، فعندما يربط أحد المؤثرين زيادة كثافة شعره وتوقفه عن التساقط نتيجة استخدامه لأحد منتجات زيوت الشعر معبرا عن الفعالية الكبيرة وجودة هذه المنتجات، فإن الجمهور الرقمي الذي يتابعه وخاصة أولئك الذين يعانون من مشاكل الشعر فإنهم يجدون أنفسهم مدفوعين لشراء تلك المنتجات بعينها، وهو بذلك يرمجون خارطة السلوكية لمتابعيهم دون أن يشعروا.

٣-١- المحاكاة: يميل الأفراد إلى تصديق ما يكون مصحوباً بمثال عملي أو تجربة شخصية، فهو يكتسب سلوكيات معينة بطريقة أسرع من خلال محاكاته للآخرين، خاصة لو كان هؤلاء من ذوي الشهرة أو التأثير^٨.

ونجد أن المؤثرين الاجتماعيين يعملون بهذا الأسلوب كثيراً حيث يستغلون شهرتهم للترويج عن سلوك أو موقف معين، حيث يظهرون وهم يمارسون ذلك العمل المستهدف بالترويج من أجل دفع الناس لمحاكاته، مثلاً اقتناء وامتلاك آخر نسخ الهواتف والسيارات، أو شراء ملابسهم من محلات التابعة للماركات العالمية وغيرها من الأمور التي تملأ أذهان المتابعين وتدفعهم لمحاكاة مؤثريهم المفضلين.

ثالثاً: المحتوى الرقمي «للانفلونسرز» وأثره على البنية الثقافية

للجمهور الرقمي

لكل مجتمع من المجتمعات ثقافته الخاصة وتورث هذه الثقافة للأفراد عبر الأسرة ، فالأسرة العربية لها ثقافتها المنبثقة من حضارتها العربية الإسلامية ، والأسرة الجزائرية كنظام اجتماعي ما هي إلا إحدى تجليات هذه الثقافة الموروثة عبر الأجيال، ودور الأسرة هو الحفاظ على المكونات الثقافية الأصيلة للأسرة الجزائرية وتوريثها للأبناء، ومواجهة التيارات الثقافية الوافدة وتحصين الهوية الثقافية من الاختراق والاحتواء من ثقافات أخرى خارجية. ولا شك أنه في ظل الثورة الاتصالية التي يعيشها العالم الآن أصبح الإعلام الاجتماعي ظاهرة واسعة الانتشار

٤ نفس المرجع السابق، ص ٢٦.

٥ نجات أحمد الزليطي، نظريات التعلم وتطبيقاتها التربوية، المجلة الجامعة، المجلد ٠٣، العدد ١٨، ٢٠١٦، ص ٣٣.

٦ أحمد فهمي، هندسة الجمهور، مركز البيان للبحوث والدراسات، ط ١، الرياض، ٢٠١٥، ص ٥١.

٧ أبو حطب فؤاد وآخرون، علم النفس التربوي، مكتبة الأجلو المصرية، ط ١، ١٩٩٢، ص ١٧٠.

٨ أحمد فهمي، هندسة الجمهور، مركز البيان للبحوث والدراسات، ط ١، الرياض، ٢٠١٥، ص ٥٣.

تولد ثقافات هجينة:

لقد أتاح المؤثرون الاجتماعيون من خلال عرض حياتهم الخاصة ومط عيشهم في البلدان الأجنبية الفرصة أمام متابعيهم للتعرف على ثقافة الآخر ، ولكن يبقى التخوف قائماً من الغزو الفكري الذي ولد حالة ثقافية مشوشة عند الأفراد نتيجة التناقض بين الثقافة السائدة في الأسرة العربية والتي هي جزء أصيل من عملية التنشئة الاجتماعية والثقافة الغربية الوافدة، وأصبحت الثقافة المهيمنة على عقول الناشئة هي ثقافة هجينة مزيجية، وأصبح المجتمع الافتراضي هو الذي يفرض ثقافته على الأفراد لأن ما يجمعهم هو الاهتمام المشترك وليست الهوية الجمعية للمجتمع أو الانتماء إليها.

نشوء ظاهرة الاغتراب

إن انتشار المحتوى الرقمي وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر أكثر جاذبية للمتابعين أفرزت حالة من الاغتراب عند أفراد الأسرة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة حيث يشعر الفرد أنه غريب في وسط عالم جديد له ثقافته التقنية الرقمية والتي يتعامل معها بكل سهولة، في حين ما زال الفرد الجزائري الذي يستورد هذه الثقافة عاجزاً عن مسايرتها، ومن هنا إما أن تنشأ أفكار متطرفة تدعو للتمسك بكل ما هو قديم في ثقافتها وتحارب الثقافة الوافدة أو تتولد أفكار باتجاه الانجرار خلف هذه الثقافة الوافدة وفي الحالتين تنشأ ظاهرة الاغتراب.

رابعاً: أثر المحتوى الرقمي للمؤثرين على المنظومة الفكرية

والقيمية للأسرة الجزائرية

من التحديات التي تواجه الأسرة الجزائرية اختراق بنيتها الفكرية والقيمية من خلال انتشار محتوى المؤثرين الاجتماعيين الذي وصل إليها في عقر دارها، والتأثير على معتقداتها وقيمها الاجتماعية والأخلاقية والدينية ، وهذا يتطلب تحصين الأسرة ضد الأفكار الدخيلة والأفكار السيئة التي تشكك في المعتقد، وفي نفس الوقت تحصين الأبناء ضد الغلو والتطرف، ولا يتأتى هذا التحصين إلا من خلال بناء شخصية الأبناء بناء صحيحاً من خلال الحوار والإقناع وبناء منظومة قيمية و تذويتها في نفوس الأبناء. لا شك أن محتوى وسائل الاتصال الالكتروني ومنها محتوى قادة الرأي الجدد قد أدخل على الأسرة الجزائرية ثقافات وأنماط سلوكية جديدة تختلف في بنيتها وأهدافها عن أهداف تربية الفرد داخل الأسرة الجزائرية، فالتربية في الأسرة تهدف إلى أنسنة الفرد من خلال اكتساب أنماط السلوك المضبوطة بمعايير الأخلاق وتنمية أفكاره وتنظيم سلوكه وعواطفه وإعداده بما يتفق مع القيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية.

ومن تأثيرات محتوى المؤثرين الاجتماعيين على البنية الفكرية والقيمية

ومؤثرة على طريقة تفكير الأفراد وتحديثهم مع الآخرين، وهذا ما جعل صانعي المحتوى الرقمي أو قادة الرأي الجدد يقودون العالم الجديد ويصوغون ثقافته ويضعون سياساته بأدواتهم الاتصالية التي أصبحت وسيلة للسيطرة على العالم وفرض ثقافة العولمة وقيمها، ومن الطبيعي في ظل هذه الهيمنة أن يتأثر الأفراد بثقافة مغايرة لثقافتهم^٩.

تتمثل مخاطر محتوى المؤثرين الاجتماعيين على معيار الأعراف والعادات فيما يلي:

الهجمة الثقافية على ثقافة الأسرة الجزائرية

إن أغلب المؤثرين الاجتماعيين الذين يوجهون محتواهم إلى الجمهور الرقمي الجزائري، يقطنون ويعيشون خارج الجزائر، فمنهم من هاجر إلى أوروبا واستقر بأحد بلدانها على غرار فرنسا، ألمانيا، السويد ومنهم من كانت وجهته أمريكا الشمالية والبعض الآخر استقر بتركيا وغيرها من البلدان العالم، حيث تبنى هؤلاء المؤثرون الثقافة الغربية وبدأوا بتصديرها عبر المنصات الاجتماعية إلى متابعيهم.

وفي الواقع نجد أن الثقافة الغربية قد بدأت تتغلغل في أوساط اليافعين والشباب عبر منصات التواصل الاجتماعي وهذا قد يؤدي إلى عملية ذوبان ثقافي بحيث تلجأ الناشئة الجزائرية إلى رفض ثقافتها الأصيلة والتشبث بثقافة الغرب والاعتزاز بها.

انعدام التكافؤ في نشر الثقافات المختلفة

إنَّ ما يهدد البنية الثقافية للأسرة الجزائرية هو انعدام التكافؤ في نشر الثقافات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، ثقافة النظام العالمي الجديد، ثقافة العولمة التي تتسرب إلى الأسرة العربية من خلال وسائل التواصل الرقمي بحيث أصبحت الأسرة الجزائرية متلقية لثقافة موجهة أصلاً لإلغاء الآخر وفي نفس الوقت ثقافة قائمة على السطحية والاستهلاك وتعظيم شأن الاقتصاد والربح على حساب كرامة الإنسان.

محاكاة وتقليد ثقافة الآخرين

ثمّة مخاطر ناتجة عن قادة الرأي الجدد تواجه الأسرة الجزائرية في بنيتها الثقافية ، خاصة الأطفال والشباب فمن خلال اشتراكهم في صفحات المؤثرين الاجتماعيين فهم يميلون إلى محاكاتهم والتأثر بثقافتهم المغايرة لثقافتهم الأصيلة ويظهر ذلك من خلال تقليد الملبس والمأكّل إضافة إلى احتمالية وقوع الأطفال تحت تأثير ثقافة المؤثرين الاجتماعيين كثقافة العنف والابتزاز والتهديد وتشويه صورة الآخر وغير ذلك .

٩ عبادة، نورالهدى، شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، الجزائر، ٢٠١٦ ص ٩٨.

* إشاعة فكر التعصب والعنف

ولا يغيب عن الذهن أن الإعلام الجديد قد ساهم في إشاعة الفكر المتعصب دينياً ومذهبياً وعرقياً ونشر ثقافة العنف، ونشر الأفكار المغايرة والمناقضة للتربية القويمة، فالأسرة الجزائرية أصبحت في ظل الفضاء الإلكتروني المفتوح تعاني من الإحباط والشعور بالفشل بسبب تضالٍ وانحسار دورها فهي عاجزة عن توفير الأمن الفكري لأبنائها حيث تولدت هوة ساحقة بين الآباء والأبناء في أماط التفكير وأساليب وقواعد السلوك الأخلاقي نتيجة التناقض بين ما يتلقاه الأبناء من أفكار وافدة تمجد التعصب وتبث ثقافة العنف والاستقواء وأفكار أصيلة يحتفظ بها الآباء وغير قادرين على زرعها في أبنائهم^{١٠}.

* إحلال قيم سلبية في منظومة قيم الأسرة الجزائرية

لقد ساعد الإعلام الجديد على انفتاح المجتمعات الإنسانية على بعضها البعض مما أدى إلى تبادل الثقافات والتأثر بها ونتيجة لذلك فإن الكثير من القيم الأصيلة المتوارثة في المجتمعات قد تم إسقاطها واستبدالها بقيم سلبية وافدة ويتم تداولها بالرغم من عدم انسجامها مع قيم الأسرة الجزائرية وهذا الوضع خلق حالة من التناقضات.

بين القيم المحلية السائدة والقيم العالمية الوافدة، حيث استبدلت القيم الروحية بالقيم المادية، والأصيلة بالدخيلة، وأصبح للأسر والمجتمعات صبغة قيمة وثقافية جديدة وفرض عليها أماط اجتماعية وثقافية جديدة بحيث أصبح أي فرد في الأسرة لا يمكنه العيش دون أدواته الاتصالية كالهاتف النقال أو الحاسوب الشخصي مما أدى إلى العزلة والإدمان لساعات طويلة على هذه الأجهزة .

فالمؤثرون الاجتماعيون يشدون بالوجهة الظاهرية والحسن الخارجي، ويعظمون كل جديد لمجرد أنه جديد، ويحقرون كل قديم لمجرد أنه قديم، ويرسخون فيما تجارية، فالسيارة القديمة مضحكة ومستهلكة والملابس المستعملة أضحوكة ولا بد من تغيير طرازها على آخر وأحدثها، ولا بأس من أن يلبس الجميع طرازاً واحداً ولونا واحداً مما أدى ذلك إلى النمطية والتشابه الممل، وإلا أصبح من يشذ عن ذلك متخلفاً ومنتسباً إلى العصر الحجري.

إن إلغاء القيم في المجتمع وإحلال قيم بديلة من ثقافات أخرى يشكل خطراً على المجتمع، لأن القيم الاجتماعية والأخلاقية والدينية هي التي توحد طاقات الأسرة والمجتمع، وهي المعيار الضابط والمنظم لأفكار ومشاعر وجهود وطاقات.

إن التغير القيمي والفكري الذي أحدثه المحتوى الرقمي على الأسرة الجزائرية قد طال عناصر السلوك الاجتماعي للأفراد ومنها السلوك الفطري للإنسان القائم على فطرة الخير والمحبة ، وأصبح السلوك الإنساني في أغلبه مكتسباً فردياً أو جماعياً، وقد أدى المحتوى الرقمي إلى تبدل في الخصائص الثقافية والقيمية للأسرة، فالقيم الاجتماعية المرتبطة بالحب والمودة والتواصل والتراحم والتعاون بين الناس بدأت تنحسر وتبديل من صورتها الحقيقية إلى صورة افتراضية فالتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد ذلك اللقاء المباشر الودي الحميمي الذي يعطي الراحة النفسية ويفرغ الشحنات العاطفية والانفعالية.

ولكن يبقى السؤال كيف تحمي الأسرة الجزائرية من تداعيات المحتوى الرقمي؟

لا شك أن الأسرة هي المسؤولة في الحفاظ على بنيتها الفكرية والقيمية من خلال التصدي للتأثيرات السلبية لمحتويات الاتصال الرقمي، ولذلك يجب أن تشكل الأسرة الحاضنة المناسبة لتنشئة الأبناء تنشئة أسرية سليمة من خلال غرس الأسس العقائدية في الأبناء من خلال التمسك بالقيم الدينية دون غلو أو تفريط.

وعلى الأسرة أن تواجه الاختراق الفكري لقادة الرأي الجدد من خلال تنمية تفكير أبنائهم وتوجيههم نحو التفكير المنطقي والتفكير النقدي القائم على الاستدلال والحجة وهذا يساعدهم على عدم القبول بالأفكار الدخيلة كمسلمات.

وعلى الأسرة أن تشجع ثقافة الحوار الهادئ داخلها والقائم على قبول الرأي والرأي الآخر والإقناع بالحجة ومساعدة الأبناء في اتخاذ القرار الصائب وحل المشكلات التي تواجههم.

خامساً: المؤثرون الاجتماعيون والتأثير الاقتصادي الاستهلاكي

نموذج مصداقية المصدر: يعد الهدف الرئيسي لأي إعلان هو اقناع المستهلكين أو العملاء بالخدمة أو المنتج، وذلك في محاولة جادة لتغيير أو تعديل اتجاهاتهم نحو بعض المنتجات والعلامات التجارية، وفي هذا الشأن فإن مصداقية الإعلان تلعب دوراً هاماً في اقناع الجمهور المستهدف بمنتجات شركة معينة وأسباب تفضيلها عن منافسيها^{١١}.

ويرى نموذج هفلاند Haveland أن الرسالة تعتمد على فعاليتها على خبرة المصدر ومصداقيته، كما يرى أن المصادر التي تتسم بالخبرة والثقة والمصداقية تكون مقنعة، كما أن المصدر الذي يتمتع بخبرة وثقة عالية لديه القدرة على تغيير الاتجاهات بعكس المصدر الأقل خبرة ومصداقية، كما أن المعلومات المقدمة من مصدر موثوق كالمؤثرين الاجتماعيين يمكن

١٠ حمود، عاصي، أحمد، سهاد، أثر الثقافة الموجهة على أمن وهوية المجتمع، مجلة الفراهيدي، العدد ٢٣، بغداد العراق، ٢٠١٥، ص ٦٣

١١ مروي حامد، مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية لدى المستهلك المصري، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ١٦، ٢٠١٨، ص ٦٦.

أن تؤثر على معتقدات المستهلكين، وآرائهم واتجاهاتهم، وسلوكياتهم. بالإضافة إلى ذلك، المؤثرون الذين يتم النظر إليهم كخبراء يكونون أكثر اقناعاً وقادرين على التأثير في النية الشرائية للمستهلكين .

نموذج جاذبية المصدر: يؤكد هذا النموذج على أن فعالية الرسالة تعتمد على معرفة المصدر والإعجاب به وتشابهه وجاذبيته للمتابعين بشكل عام، تشير جاذبية المصدر إلى المظهر الشكلي للشخصية المؤثرة والإعجاب به وتشابهه مع المتلقي، وبالتالي إلى القيمة الاجتماعية المدركة للمصدر. وتعد جاذبية المؤثرين الاجتماعيين لها تأثير كبير في زيادة معدل قبول الإعلانات، حيث أن المؤثرين ذوي المظاهر المذهلة قادرين على جذب انتباه المتابعين^{١٢}.

خاتمة

من خلال ما تم عرضه سابقاً في سياق هذه الورقة البحثية، نستنتج أن المؤثرين الاجتماعيين لم يعدوا فقط مجرد أشخاص عاديين دفعتهم رغبتهم في الشهرة أو الربح السريع إلى عرض حياتهم الخاصة أمام الجمهور العام، ولكن أصبح للمحتوى الذي يقدمونه أبعاداً خفية تسري في عقول وسلوكيات الأفراد الذين يتابعونهم، فأصبح لهؤلاء الفاعلين الجدد سلطة رقمية في تكوين الاتجاهات والمواقف وتحدد بطريقة أو بأخرى طريقة تفكيرنا ونمط معين من الثقافة التي تدفع المتابعين إلى تبنيها خاصة فيما يتعلق بالثقافة الاستهلاكية ، حيث يتجلى دور المحتوى الرقمي للمؤثرين الاجتماعيين في عملية الضبط الاجتماعي من خلال قيامه بتوحيد الناس على ثقافة واحدة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً، حيث تصبح مع مرور الوقت عرفاً، وتصبح جزءاً من ثقافة المجتمع، حيث أصبح المؤثرون الاجتماعيون هم من يحددون للناس ما يصلح وما لا يصلح من خلال الإعلان عن آراء معينة والتكثيف على أخرى، فيخلق ذلك عند الناس ما يشبه العرف الذي يقبل ويتبع ويحذر من مخالفته.

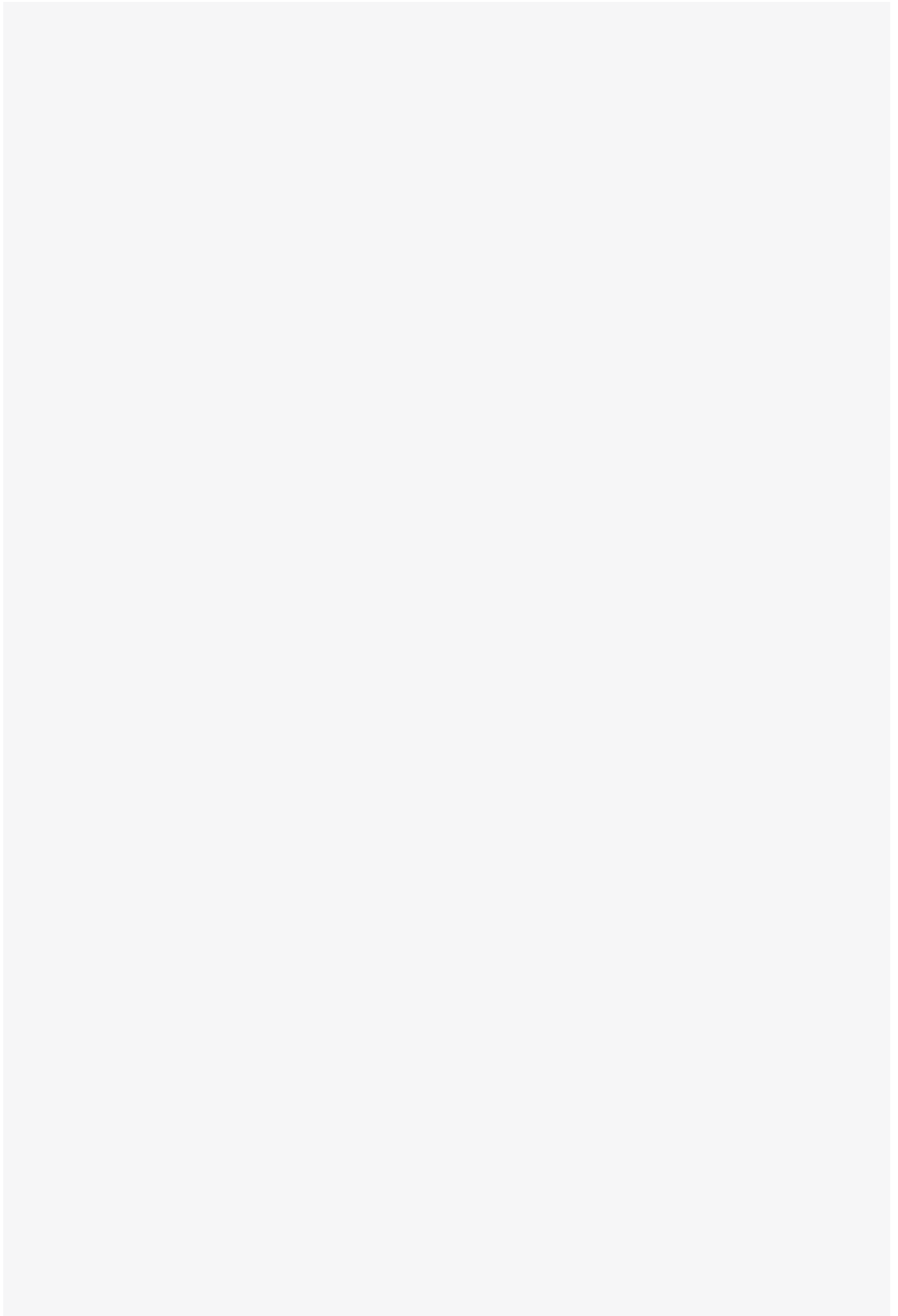
ويشير فريدريك هاردسون إلى أن تقدم الأمم يعتمد أولاً وقبل كل شيء على تقدم شعبها، وذلك يتم عن طريق بناء الأفراد أو بناء مال بشري وتحسين الصحة العقلية والجسمانية لرجالها^{١٣}، وانطلاقاً من هذا يجب على المتابعين مهما كان جنسهم وأعمارهم ومستوياتهم الثقافية التحلي بالثقافة الاتصالية الرقمية والتي بموجبها يستطيع الأفراد غلبة المضامين التي تندفق عليه يومياً حفاظاً على صحتهم العقلية وعلى مبادئهم السليمة التي تتوافق مع المنظومة القيمية للأسرة والدين والمجتمع، كما أصبح أيضاً من الضروري تفعيل برامج التربية الإعلامية من أجل نشر الوعي الإعلامي بمخاطر المتابعة العمياء للمضامين الرقمية مهما كان نوعها أو صاحبها.

١٢ مروي حامد، نفس المرجع السابق.

١٣ الدسوقي عبده إبراهيم، التلفزيون والتنمية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط١، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠٤، ص ١١٧

قائمة المراجع

١. أبو حطب فؤاد وآخرون، علم النفس التربوي، مكتبة الأنجلو المصرية، ط١، ١٩٩٢.
٢. أحمد فهمي، هندسة الجمهور، مركز البيان للبحوث والدراسات، ط١، الرياض، ٢٠١٥.
٣. الدسوقي عبده ابراهيم، التلفزيون والتنمية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط١، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠٤.
٤. رجا آل عيدان وآخرون ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عملية الضبط الاجتماعي، ط١، مركز رؤية للدراسات الاجتماعية، الرياض، ٢٠١٤.
٥. مصطفى سليمان، الدليل الشامل لصناعة المحتوى، ٢٠٢١، تم استرجاعه على: www.noor-book.com/book/internal_8042503eeb1a1c2793a7/download
٦. حمود، عاصي، أحمد، سهاد، أثر الثقافة الموجهة على أمن وهوية المجتمع، مجلة الفراهيدي، العدد ٢٣، بغداد العراق، ٢٠١٥.
٧. مروي حامد، مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالانوايا الشرائية لدى المستهلك المصري، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ١٦، ٢٠١٨.
٨. نجاة أحمد الزليطي، نظريات التعلم وتطبيقاتها التربوية، المجلة الجامعة، المجلد ٠٣، العدد ١٨، ٢٠١٦.
٩. Delia BALABAN, Maria MUSTATEA , users' Perspective on the credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany , Romanian journal of Communication and Public Relations, Vol 21 ,no 1 (46) ,2019 .
١٠. عبادة نورالهدى، شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، الجزائر، ٢٠١٦.



عوامل انجذاب الجمهور للمحتويات الرقمية الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من متابعي المحتويات الثقافية في الجزائر)

رانية زيتلي

جامعة محمد ملين دباغين سطيف ٢ - الجزائر

zetiliranian1994@gmail.com

ملخص

حاولت هذه الدراسة الوصفية تسليط الضوء على اهم العناصر والعوامل التي يركز عليها الجمهور في انتقائهم للمحتويات الثقافية الرقمية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وما يدفعهم الى الاستمرار في متابعتها ومن اجل ذلك تم اعتماد استبيان الكترونية لجمع البيانات من عينة قصدية لمتابعي بعض المحتويات الثقافية وعددهم ١٠٠ مبحوث. وخلصت الدراسة الى ان المبحوثين ينجذبون الى المحتويات الثقافية بناء على نوعية المواضيع المقدمة، والفائدة المحققة ويفضلون تعدد اشكال النشر بين نصوص، صور وفيديوهات. ويتمحور تركيزهم على طريقة التقديم، جودة التصوير والتسجيل الصوتي، طريقة التقديم والشخصية الصانعة للمحتوى. ويفضل المبحوثون متابعة المحتويات عبر الفايسبوك، يوتيوب وانستغرام. كما لاحظنا ان انجذابهم يعود الى القوالب التي يتبناها صناع المحتوى في تقديمهم..

الكلمات المفتاحية

المحتوى الرقمي، المحتوى الثقافي، مواقع التواصل الاجتماعي، عوامل انجذاب

إشكالية الدراسة

فهناك بعض الحسابات والصفحات لديها متابعات مليونيه وفي تزايد وهو ما دفعنا الى السعي للتعرف على ما يجذب الجمهور الى متابعة هذه المضامين والاستمرار في مشاهدتها دون الاتجاه الى المحتويات الأخرى لذلك نطرح التساؤل الآتي:

ماهي عوامل انجذاب الجمهور للمحتويات الرقمية الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي؟

غيرت الثورة الصناعية الثالثة العالم بفضل دمجها بين التكنولوجيات والمعلومات مما خلق ممارسات ومفاهيم جديدة لم تكن موجودة من قبل، ومن بينها صناعة المحتوى الرقمي والذي تزامن ظهورها في الغرب مع ظهور الانترنت وانتشرت لتصل الى العالم العربي في بداية التسعينيات الا ان الاهتمام الفعلي بها بدأ منذ سنة ٢٠٠٣ (عباس و عبد المالك، ٢٠٢١، صفحة ٢٠٨) وبدأت صناعة المحتوى بشكل بسيط حيث اتجه الافراد والمؤسسات الى انشاء حسابات، صفحات وقنوات لهم يثون عبرها محتويات مختلفة.

تساؤلات الدراسة

١. ما هي أبرز العوامل الشكلية التي تجذب الجمهور لمتابعة المحتويات الثقافية الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما هي أبرز العوامل الواجب توفرها في المضمون لجذب الجمهور لمتابعة المحتويات الثقافية الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما الأسباب التي تدفع الافراد الى متابعة المحتويات الثقافية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة من خلال سعيها الى استكشاف اهم العوامل التي تدفع الافراد الى متابعة المحتويات الثقافية في الفضاء الرقمي سواء كانت

ومع تزايد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والذين بلغ عددهم حوالي ٤,٤٨ مليار شخص سنة ٢٠٢١ بما تقدر نسبته ب ٥٦,٨٪ من سكان العالم (رماح، ٢٠٢١) ازداد الاهتمام بالتوجه الى صناعة المحتويات على اختلافها الا ان المحتويات الثقافية والاهتمام بها وتشجيعها من طرف الهيئات لم يكن كبير وانتشارها ولم تحظ بنفس الاهتمام الذي حظيت به المحتويات التي وصفها بعض الدراسات ب "السطحية والتافهة" حتى أصبحت لها مهرجانات وتكريمات خاصة من فئة أحسن صناع محتوى على مختلف الأصعدة سواء العربي او العالمي، ولوحظ ان اغلب من تم التصويت لهم وتكريمهم هم صناع محتوى ترفيهي، كوميدي او عرض للحياة اليومية والتي أصبحت طاغية في مواقع التواصل الاجتماعي في غياب شبه تام للمحتويات الثقافية.

الا ان الجمهور بدأ منذ فترة بسيطة يهتم بها وبدأ عدد متابعيها يرتفع

من ناحية الشكل او من ناحية المضمون او هما معا وذلك نظرا لوجود كم هائل من المحتويات المختلفة المجالات. كما تتجلى كذلك من خلال تركيزها على المحتويات الثقافية واستكشافها لعوامل نجاحها وبالتالي تطويرها وتمييزها بخصائص تميزها عن غيرها من المحتويات، فضلا عن كون انتشارها يسهم في رفع المستوى الثقافي والمعرفي للجمهور.

اهداف الدراسة:

- التعرف على اهم العناصر التي تلفت انتباه الجمهور وتجذبهم الى متابعة المحتويات الثقافية الرقمية.
- رصد اهم المحتويات الثقافية التي تجذب الجمهور.
- الوقوف على الطرق والأساليب التي ينتهجها صناع المحتوى الثقافي الرقمي لدفع الافراد الى متابعة المضامين.
- التعرف على اهم العناصر التي يجب توفرها في المحتويات الثقافية الرقمية.

الدراسات السابقة

١. دراسة (abou & gerzic, ٢٠١٧) هدفت الدراسة الى توصيف تعامل الشركات مع عملية انشاء المحتوى وتسويقه عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية انشائها للمحتوى واحتياجهم الى التعاون مع صانعي المحتوى لتحسين جودته، واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي ودراسة حالات متعددة من خلال اجراء مقابلات نصف مقننة مع سبع شركات الناشطة في المجال، توصلت الدراسة الى ما يلي: ان المؤسسات تعتمد في انشائها المحتوى على تقييم التأثيرات، تقديم قيمة للجمهور، التخطيط على المدى الطويل، التصميم الملفت، صياغة الرسائل بشكل مدروس وواضح للجمهور إضافة الى اختيار القنوات المناسبة، وأشار الى ضرورة التعاون بين المؤسسات وصناع المحتوى وكذا الموظفين لتلبية احتياجات الجمهور.

٢. دراسة (صالح، ٢٠٢١). سعت الباحثة الى التعرف على اهم عوامل الجذب التي تؤثر على الافراد وتدفعهم الى تقبل المحتويات، والوقوف على الصفات التي تجذب الجمهور لشخصيات المؤثرين. لذلك اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي والعينة العشوائية البسيطة كان عدد المبحوثين ٤٠٠ مفردة وزعت عليهم استمارة الكترونية. توصلت الباحثة الى ان: المبحوثين يفضلون المحتويات الإخبارية السياسية والمعلومات الثقافية العلمية، ويعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مصدر للمعلومات. وان من اهم عوامل الجذب: شخصية المؤثرين وتفكيرهم وطريقة كلامهم المقننة إضافة الى العفوية والبساطة التي أعطت انطباع المصدقية، كذلك نوع المحتوى هو أحد عوامل الجذب كونه يمثل توجه المبحوثين واهتماماتهم ووضحت الباحثة ان المبحوثين انتقائيون في استخدامهم لمواقع التواصل فهم يختارون ما يلائمهم ويحقق لهم منفعة.

٣. دراسة (يومشقة ، ٢٠٢٢). هدفت الدراسة الى التعرف على الإبعاد الاتصالية لحملة القضاء على المحتويات التافهة واعتمدت

في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي وتحليل المحتوى لعينة من التغريدات المرافقة لحملة وخلصت الدراسة الى ان الجملة دعت الى التعريف بخطورة المحتويات على القيم والأخلاق، وان التفاعل مع الحملة كان من طرف الذكور بنسبة أكبر وانه تم اعتماد اللغة العربية ضمانا لوصول الرسالة الى أكبر عدد ممكن من الافراد.

المنهج

تبنت هذه الدراسة الوصفية منهج المسح بالعينة، على اعتبار ان هناك العديد من المحتويات والمضامين الثقافية المتاحة في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية، وكذا ان عدد متابعي هذه المحتويات الامر الذي يجعل مسح كل منهما بشكل كامل وعليه فهو المنهج الأنسب للبحث.

العينة

تم اعتماد العينة القصدية، لمجموعة من الافراد المتابعين لمختلف المحتويات الثقافية الرقمية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي. قدر حجم العينة ب ١٠٠ مفردة.

أدوات جمع البيانات

اخترنا الاستبيان الالكتروني كونه الأنسب للدراسة وللمبحوثين، تم توزيع الاستبيان في عدد من المجموعات والصفحات والحسابات في مواقع التواصل. تضمن الاستبيان الى أسئلة عن البيانات العامة، اسئلة متعلقة بالعوامل الشكلية وأخرى بالمضمون وتفاعل الجمهور مع هذه المحتويات واسبابه.

الإطار النظري

١. تعريف المحتوى الرقمي

يعرف على انه عبارة عن اعمال فكرية إبداعية يتم نشرها اما في شكل صور، نصوص، ملفات مرئية او صوتية، وتكون متاحة لجميع الافراد دون قيود. (مقناي، ٢٠١٩، صفحة ٧)

او هو مجموعة المضامين التي يقدمها صانع المحتوى او المدون للجمهور تلبية لرغباتهم واشباعا لحاجاتهم، وفقا لأسس معينة، يتم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتكون هذه المحتويات اما عبارة عن صورة، فيديو، تصميم فني والهدف منه هو التأثير في المتابعين. (عبد اللطيف، ٢٠٢٢، صفحة ٦٣٦)

٢. صناعة المحتوى

يمكن تعريفها على انها عملية خلق لأفكار في موضوعات معينة تناسب الجمهور والتي يتم بعد ذلك عرضها في شكل محتوى اما مرئي، مسموع، او مكتوب ويكون متاحا للجمهور سواء في مواقع الكترونية او وسائل التواصل الاجتماعي. (نور، ٢٠٢٠)

يشير البعض الى صناعة المحتوى بمصطلح انشاء المحتوى ويقصد به

انتاج المضامين والرسائل في سياقات محددة ليتم نشرها عبر وسائط الاعلام الرقمي بهدف افادة الجمهور. (بن جاحدو، ٢٠٢٢، صفحة ٢٦٦)

٣. أنواع المحتوى الرقمي

يتميز المحتوى الرقمي بسهولة الوصول اليه في أي زمان ومكان وذلك لأنه مجاني، كما ان تحديثه وتطويره يكون بشكل مستمر إضافة الى كونه ينمو ويتغير بشكل سريع، كما ان للمحتوى الرقمي عدة أنواع يمكن تلخيصها كما يلي:

- المحتوى الرقمي الحكومي: يتمثل هذا المحتوى في المواقع والصفحات التابعة لهيئات حكومية والأجهزة التابعة لها، والتميزة بالطابع الرسمي ويتم من خلالها توفير المعلومات المتعلقة بها من خدمات، أنشطة وغيرها.

- المحتوى الرقمي الإعلامي: تعود هذه المحتويات الى جهات تجارية علمية او حكومية، هدفها توفير أسرع تغطية إخبارية ممكنة، لكن من الممكن تأثرها بتوجهات سياسية وفكرية معينة ومن أمثلتها مواقع وصفحات الجرائد الالكترونية والفضائيات الإخبارية.

- المحتوى الرقمي التجاري (الخدمي الترويجي والاستهلاكي): يتضمن هذا النوع العلاقات العامة، التسويق، الاشهار وكل ما له علاقة بالسلع والمنتجات، او ما يسمى بمواقع التجارة الالكترونية والاعمال ومن أمثلتها مواقع وصفحات المؤسسات الاقتصادية، الخدمية، البورصات وغيرها حيث يتم نشر الإعلانات والترويج للخدمات والسلع التي تقدمها.

- المحتوى الرقمي التربوي والثقافي (الأكاديمي، التعليمي): يضم هذا النوع المواقع والصفحات التابعة اما لمؤسسات حكومية او منظمات دولية، مؤسسات تعليمية او اكااديمية، والتي تنشر بيانات، إحصاءات او حقائق. كما يمكن ان ينشر هذا المحتوى افراد اين ينشرون عبر المنتديات، او مدونات ومواقع او حتى صفحات تختص في موضوع معين.

- المحتوى الرقمي الشخصي (مواقع، منتديات، منشورات شخصية): تتعلق بما يقدمه اشخاص بأنفسهم دون ان يكونوا منتمين الى هيئة او مؤسسة معينة.

- المحتوى الرقمي البحثي والتقني: يتمثل هذا النوع في تكنولوجيا المعلومات وكل ما له علاقة بالحواسيب من عتاد، برمجيات، استخدامات ومقدمي خدمات المعلومات يتكون المحتوى التقني من مواقع تقنية، منتديات البرمجة والاتصالات والحاسوب إضافة الى المؤسسات المهتمة بالمجال. اما المحتوى البحثي فيتعلق بمواقع الأدلة ومحركات البحث. (بوكرزازة و غزال، ٢٠١٠، الصفحات ٣٤-٣٧)

- وتجدر الإشارة الى انه يمكن تصنيف المحتويات الرقمية تبعا لطبيعة المضمون المقدم ومثال ذلك: محتوى سياحي، محتوى طبي، محتوى تكنولوجياي، محتوى اخباري...

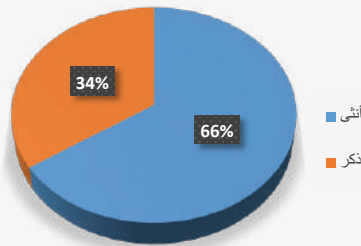
٤. مقومات ومتطلبات صناعة المحتوى الرقمي

- وجود منظومة قانونية منظمة لصناعة المحتوى الرقمي وكذا حماية الملكية الفكرية.
- وجود الكفاءات والافراد القادرين على انشاء محتويات مميزة.
- توفر العتاد والبرمجيات المساعدة.
- توفر أساليب تحفيز وتسويق للمحتويات المنتجة. (محمد، ٢٠١٩، صفحة ٥٢٤)

عرض وتحليل النتائج

الشكل (١)

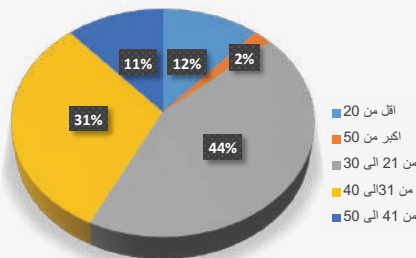
توزيع المبحوثين من حيث النوع



يوضح الشكل أعلاه ان ٦٦% من المتابعين للمحتويات الثقافية هن من الاناث في حين ان نسبة ٣٤% فقط من الذكور يتابعون هذه النوعية من المحتويات، ويمكن ارجاع اهتمام الاناث بالثقافة الى ان لهن أدوار اجتماعية تتطلب منهن مستوى من الثقافة والوعي فالبعض منهن أمهات وعاملات والمهات ببعض المعلومات في مختلف المجالات يمكن ان يساعدهن في أداء مهامهن وتسيير الأمور الموكلة اليهن. وهو ما اشارت اليه فاديا كيوان المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية ضمن ندوة "المرأة العربية والثقافة المجتمعية: نحو رؤية جديدة لصورة وادوار النساء" حيث صرحت ان النساء الواعيات والناشطات اجتماعيا يكتسبن الثقافة ويمكن ان يساهمن في نشرها بشكل أكبر في المجتمع" (منظمة المرأة العربية، ٢٠٢٣).

الشكل (٢)

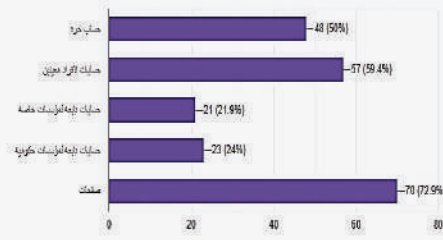
يوضح توزيع المبحوثين حسب الفئات العمرية



يبرز الرسم البياني ان الفئة العمرية الأكثر متابعة للمحتويات الرقمية هي من ٢١ الى ٣٠ سنة بنسبة ٤٤% تليها الفئة العمرية من ٣١ الى ٤٠ سنة بنسبة ٣١% الامر الذي يمكن ارجاعه الى ان هذه الفئات تسعى الى

الشكل (٥)

شكل يوضح نوعية الحسابات التي يتابعها المبحوثون



يبرز الشكل (٤) ان المستجوبين يميلون أكثر الى المعلومات العامة حيث تمثلت نسبتهم في ٦٤٪ لكونها معلومات تكون في الغالب بسيطة وخفيفة، غير متعمقة هدفها إعطاء لمحة عن موضوع معين، يسهل على متلقيها متابعتها بلا حاجة الى تركيز عالي وترسخها في الذهن سريع. اما المعلومات الدينية فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة ٢٦٪ وهي دلالة على ان المبحوثين يتوجهون الى هذه المحتويات للتحقق في الدين نظرا لأهميته بالنسبة إليهم، ثم نقله الى البيئة المحيطة بهم.

اما تعلم اللغات فقد بلغت نسبتها ٥٧٪ وكانت اللغة الأكثر تكرارا هي اللغة الإنجليزية لكونها اللغة المتداولة بشكل كبير حول العالم ولكون المبحوثين يحتاجونها في البحوث التي يقومون بها، وأحيانا يحتاجونها في الحياة اليومية من خلال تعاملاتهم المختلفة. اما المحتويات الثقافية الأخرى فقد كانت نسبها متقاربة مثل الطب، الاقتصاد والتجارة، السياحة، التكنولوجيا، السياسة والاخبار وغيرها ويرجع هذا التقارب الى ان اهتمامات المستجوبين تختلف في هذه المواضيع حسب البيئة التي يعيشون بها، وحسب مجال دراستهم وعملهم لذلك نجد فروقات في هذه المواضيع.

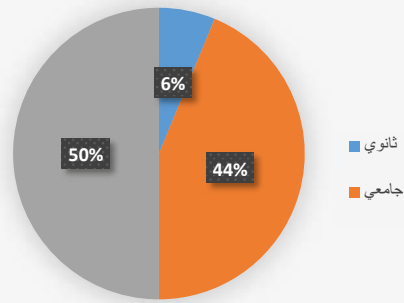
ومن امثلة المحتويات التي يتابعها المبحوثون

- في مجال السياحة: خبيب كواس، رجا ليستا وجو خطاب، الخيميائي.
- في مجال الدين: الدكتور مصطفى أبو السعد، حمزة بوديب، مصطفى حسني، younes Adimi، راتب النابلسي، اياد القنيبي، تعلم دينك بالدارجة.
- في مجال الطب: سامي بوقصعة، عبد الله الشريف، احمد عزت، dr.moujib errahmane. medecin en France
- في مجال الاقتصاد والتجارة: عبد الرحيم عبد اللاوي، زواوي هشام، dz inventors.
- في مجال الثقافة العامة: هل تعلم، ثقّف نفسك، صفحات "علايك" بفروعها وصفحات ١٠٠١ بفروعها.
- في مجال اللغات: Rich, English corner, Z American English: English.
- في المجال العلمي: صفحات الملتقيات والندوات، المكتبة الرقمية، ا ر ف ف، اما في الاخبار والسياسة فيتابعون بعض الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية على غرار الجزيرة، France ٢٤. بالإضافة

تطوير نفسها وصقل مهاراتها لعدة اعتبارات منها دخول البعض منهم محيط الجامعة، والبعض الآخر مجال العمل وبالتالي يتجهون الى تحسين مهاراتهم وزيادة مستواهم الثقافي، كذلك ان هذه المرحلة العمرية تتميز بالحيوية والنشاط كما تتميز بالاحتكاك الكبير في المجتمع بالتالي يحتاجون الى مستوى معرفي يخلوهم الدخول في نقاشات ذات مستوى خاصة مع الانفتاح الموجود والذي سهله الفضاءات الرقمية. إضافة الى ان هذه الفئات في اغلبها لديهم أطفال بالتالي يسعون الى التثقف أكثر حتى يتمكنوا من افادة أطفالهم. اما الفئة العمرية اقل من ٢٠ فنسبتها ١٢٪ ويمكن ارجاع ذلك الى انهم يفضلون المحتويات الخفيفة الترفيهية والألعاب الالكترونية أكثر من المحتويات الثقافية وهذه النسبة الضئيلة تدل على انهم في طريق الاستكشاف وانهم متواجدون في بيئة تشجع على الثقافة لذلك توجهوا الى المضامين الثقافية. اما فئة من ٤١ الى ٥٠ والتي كانت نسبتها ١١٪ وفئة أكبر من ٥٠ ذات النسبة ٢٪ فيمكن تحليلها ان هؤلاء الافراد لا يتعاملون مع التكنولوجيا بشكل كبير ويتجهون الى وسائل الاعلام التقليدية لاستقاء المعلومات المختلفة.

الشكل (٣)

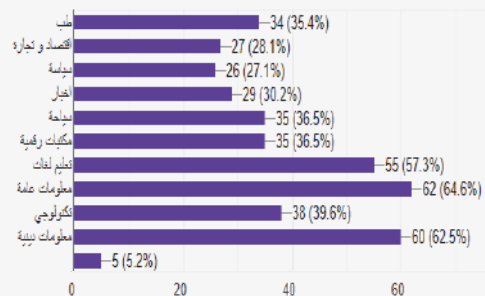
يبين المستوى التعليمي للمبحوثين



توضح الدائرة النسبية انحصار المستوى التعليمي للمبحوثين في ٣ فئات رئيسية اعلاها نسبة فئة الدراسات العليا بنسبة ٥٠٪، اما نسبة ٤٤ ٪ فكانت للمستوى الجامعي ودلالة هذه النسب تأكيد احتياج الفئات العمرية السابقة الذكر الى المحتويات الثقافية كونهم يحتاجون المعلومات والبيانات في بعض الدراسات التي يقومون بها في إطار البحوث الجامعية، الملتقيات، الندوات وغيرها. في حين ان المستوى التعليمي الثانوي وبالرغم من ان نسبته ٦٪ فقط الا انها تدل على الوعي بأهمية المحتويات الثقافية للفرد ودورها في بناء المجتمع ومدى احتياجه الى هذه النوعية من المحتويات خاصة مع الانتشار الكبير للمحتويات الترفيهية والمحتويات الهابطة "كما تشير اليها المدرسة النقدية".

الشكل (٤)

شكل يوضح فئات المحتويات الثقافية التي يتابعها المبحوثون



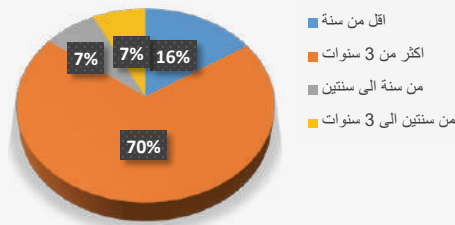
الى بعض الصفحات والحسابات التي تعنى بتخصصاتهم التقنية والعلمية، وبعض صفحات الوزارات.

ولاحظنا من خلال زيارة هذه المحتويات تنوع القوالب التي يتم بها تقديم المعلومات ووجدنا بعضها يقدم بها المحتوى فمنها ما يقدم في قالب خطاب عقلي بنوع من الجدية وبصفة مباشرة، ومنها ما يقدم في قالب القصة ومنها ما يقدم في قالب شبيه بالألعاب وبعضها في شكل مغامرات للاستكشاف، وأخرى تقدم في شكل أسئلة واجابات.

اما بالنسبة للشكل (٥) فهو توضيحي لنوعية الحسابات التي يتابعها المبحوثون حيث نجد انهم يتجهون الى متابعة صفحات أكثر حيث بلغت نسبتهم ٧٢,٩٪، ثم تلتها نسبة متابعتهم لحسابات افراد معينين بنسبة ٥٩٪، فيما يتابعون حسابات حرة بنسبة ٥٠٪، وحسابات تابعة لمؤسسات سواء حكومية او لشركات خاصة بحوالي ٢٣٪. وبالقراءة في هذه الأرقام نجد ان المبحوثين يهتمون بالموضوع ونوعية المعلومة بغض النظر عن الصفحة او الفرد الذي يديرها. ومتابعتهم لأفراد معينين يشير الى ان تأثرهم بهم متوسط وراجع الى طبيعة الموضوع المقدم ونوعية المعلومات. اما فيما يتعلق بحسابات او صفحات الهيئات الحكومية والمؤسسات الخاصة فان النسب القليلة لها راجع الى انها لا تنشر الكثير من المعلومات التي تفيد الافراد الا فيما يتعلق بالمكتبات.

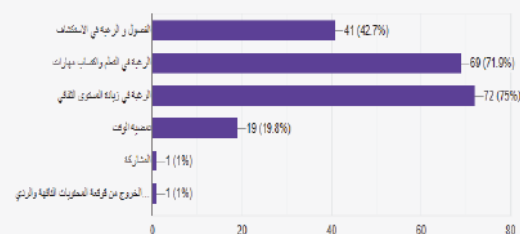
الشكل (٦)

يبين مدة متابعة المبحوثين للمحتويات الثقافية



الشكل (٧)

يوضح هدف المبحوثين من متابعة المحتويات الثقافية

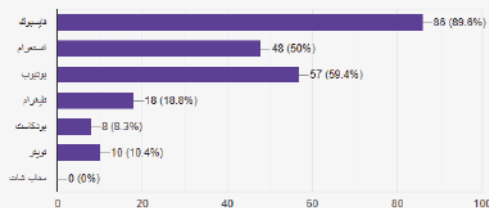


أبرزت الدائرة النسبية ان ٧٠٪ من المستجوبين يتابعون المحتويات الثقافية منذ ما يزيد عن ٣ سنوات و٧٪ لكل من المتابعين لمدة من سنة الى سنتين ومن سنتين الى ٣ سنوات الامر الذي يحمل عدة دلالات أهمها: انهم مهتمون جدا بالمضامين التي يتابعونها ويبحثون عن تحسين مستواهم فعليا، ان المحتويات التي يتابعونها ترتقي الى

المستوى المطلوب وتحقق لهم الفائدة والهدف الذي يتابعون من اجله، فضلا عن انها تمتلك عوامل جذب قوية جعلت المبحوثين يتابعونها لفترة طويلة دون ان يلغوا اشتراكاتهم او يمتنعوا عن متابعتها. اما نسبة ١٦٪ منهم والذين تابعوا المحتويات الثقافية لمدة اقل من سنة فيمكن القول اما انهم متابعون جدد تعرفوا على الصفحات او الحسابات منذ فترة وجيزة. اما المخطط فقد بين ان هدف المبحوثين ليس من اجل تضييع الوقت فقط وانما من اجل زيادة مستواهم الثقافي، واكتساب مهارات جديدة إضافة الى رغبتهم في استكشاف مواضيع جديدة وتفاذي المحتويات النافذة التي لا تقدم أي فائدة لهم الامر الذي يدل على وعيهم بالمنفعة التي تقدمها المحتويات الثقافية واهمية استثمار الوقت ومسايرة التحولات الحاصلة في العالم والتي تتطلب مستوى من الاطلاع والتحكم في بعض المهارات.

الشكل (٨)

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع المبحوثون عبرها المحتويات الثقافية



تبرز الاعمدة البيانية أعلاه ان أكثر منصة تواصل اجتماعي يتابع افراد العينة من خلالها المحتويات الثقافية الرقمية هي فايسبوك بنسبة ٨٩,٦٪، ويمكن تبرير ذلك بأن الفايسبوك يعد اول موقع تواصل اجتماعي تعامل معه الافراد وتعودوا عليه، إضافة الى ان له عدة مميزات منها التنوع الكبير في اشكال المنشورات الممكن اختيارها حيث نجد منشورات في شكل نصوص فقط او صور او فيديوهات او منشورات تضم مزيج منها.

فهو موقع لا يركز على شكل معين ويقدم تنوع يناسب كل الفئات كما يسمح بالنقاشات والتواصل أكثر من غيره. وتلاه موقع يوتيوب بنسبة ٥٩٪ والذي يتميز بتركيزه على الفيديوهات المختلفة الطول التي تسمح للأفراد بتعلم مهارات كاملة، كما يسمح بإمكانية تخزينها في الموقع والعودة اليها دون حاجة الى انترنت، إضافة الى سهولة البحث عبره.

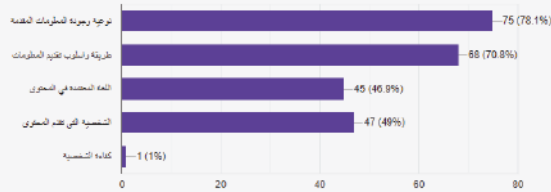
اما الانستغرام الذي يركز على الصورة بشكل أساسي ويعد موقع تجاري بالدرجة الاولى فقد كانت نسبته ٥٩٪ ولعل الافراد يفضلون الموقعين السابقين لما فيهما من مرونة وطابع اجتماعي أكثر. ويلجأ افراد العينة الى تلغرام لما يمنحه من فائدة خاصة في المجال العلمي من ناحية المكتبات الرقمية التي تتيح الكتب الالكترونية عبره ويسهل عليهم تحميلها لذلك كانت نسبته ١٨٪. ولعل النسب المرتفعة لهذه المواقع عن الأخرى راجع الى انها تتعمق في المعلومات وتقدمها في اشكال عرض مختلفة.

اما بالنسبة لبودكاست وتويتر لان البودكاست غير شائع الاستعمال اما تويتر فلا يستخدمونه الا للاطلاع على الاخبار بشكل عام.

الموجودة في المحتوى، المؤثرات المرافقة من أصوات وموسيقى و وقت النشر والتي لم تبلغ حتى نسبة ٣٠٪، كونها تمثل بالنسبة لهم أمور ثانوية لا تضيف الكثير ويمكن التخلي عن بعضها وتغييرها.

الشكل (١١)

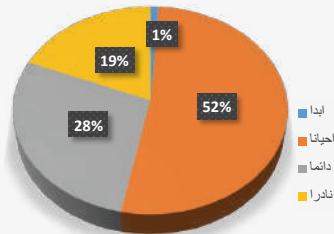
يوضح عناصر لفت انتباه المبحوثين للمحتويات الثقافية من ناحية المضمون



أظهر الشكل أعلاه ان ما يجذب الافراد الى المحتويات الثقافية من ناحية المضمون هو نوعية وجودة المعلومة المقدمة والتي بلغت نسبتها ٧٨٪ وطريقة وأسلوب التقديم بنسبة ٧٠٪ أي ان تركيز المبحوثين ينصب على القيمة العلمية للمحتوى وكيفية التدرج في التقديم بين المقدمات والنتائج وترباط الأفكار في العرض دون وجود تناقضات، كما يركزون أحيانا على صانع المحتوى من ناحية شخصيته، كفاءته، واللغة التي يقدم بها المحتوى مما يؤكد على ان متابعتهم لهذه المحتويات مبني اساسا على قيمة المعلومة ومدى استفادتهم منها.

الشكل (١٢)

يوضح مدى تفاعل المبحوثين مع المحتويات الثقافية

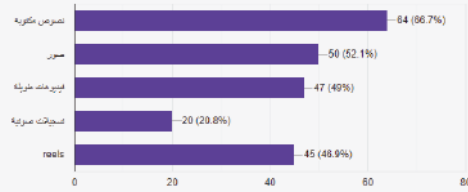


يتفاعل المبحوثون مع المحتويات الثقافية التي يتابعونها بالإعجاب، التعليق والمشاركة أحيانا بنسبة ٥٢٪ ودائما بنسبة ٢٨٪ ونادرا ب ١٩٪ ويعود تفاعلهم لعدة أسباب اوردوها كما يلي:

- للدلالة على انهم استفادوا من المحتوى واثقوا المهارة المقدمة فيه او أدركوا المعلومة المقدمة.
- دعم المحتوى ليصل الى أكبر عدد من المستخدمين وتعميم الفائدة لأنها تستحق الظهور والانتشار في إطار دعم ما هو جيد (كون هذه المواقع تقدم المحتويات الأكثر تفاعلا كمقترح)
- مكافئة مقدم المحتوى وتشجيعه على الاستمرار (يجب دعمه بمقابل ما يقدمه).
- التفاعل يختلف حيث انهم في بعض الأحيان يستفسرون عن المراجع المعتمدة وأحيانا أخرى يفتحون نقاشات وي طرحون أسئلة ويقدمون آرائهم.

الشكل (٩)

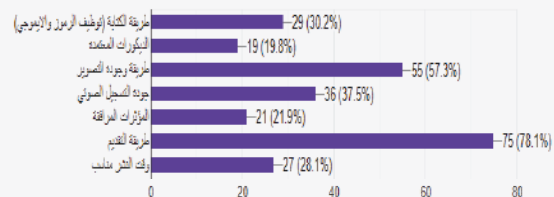
يبين شكل المحتويات الثقافية الرقمية المفضلة لدى المبحوثين



يشير الشكل البياني الى تفضيل افراد العينة لمتابعة المحتويات الثقافية عبر مواقع التواصل في شكل نصوص مكتوبة وتتضمن بعض الرموز التعبيرية وهو ما تؤكد به نسبة ٦٦,٧٪ ويمكن ان يعود ذلك الى ان النصوص المكتوبة تساعدهم على التركيز بشكل كبير في المعلومة المقدمة وقراءتها بتأني بهدف التأكد منها وادراكها، كذلك انه من السهل نسخ ولصق المعلومات في حالة كتابتها في منشور، واخذ جزئيات منها سواء لتوظيفها او للبحث عنها في محركات البحث خاصة إذا ما كانت الكتابة بأسلوب رصين ومشوق يحفز على القراءة. يليها تفضيل الصور بنسبة ٥٢٪ والتي تكون في الغالب مرفقة بكتابة بسيطة في شكل منشور او تكون الكتابة في الصورة نفسها وعادة ما تكون الصور معبرة عن الموضوع او توضيحا له او حتى دليل على صحته كما انها تعد محفزا جاذبا على للأفراد للاطلاع عليها. كما يفضل المبحوثون الفيديوهات الطويلة بنسبة ٤٩٪ خاصة في المحتويات السياحية، التكنولوجية والدينية لأنها تعتبر بمثابة حصص تتطلب وقتا طويلا الى حد ما بهدف تقديم الموضوع بشكل جيد. اما reels فقد كانت نسبتها ٤٦,٩٪ وتفضيلها كان في مجال الطب، اللغات، والاقتصاد لان المبحوثين يفضلون معلومات قصيرة سريعة دون اطباب. وكان للتسجيلات الصوتية النسبة الأقل كونها تشبه الإذاعة التقليدية ولا تسمح بالتركيز في المعلومات بصفة كبيرة كما ان ما يلفت الانتباه فيها قليل جدا.

الشكل (١٠)

يوضح عناصر لفت انتباه المبحوثين للمحتويات الثقافية من ناحية الشكل



أظهر الشكل أعلاه ان غالبية المستجوبين ينجذبون الى المحتويات الثقافية الرقمية لعدة أسباب أهمها طريقة تقديم المعلومة وطريقة المقدم بنسبة ٧٨٪، طريقة وجودة التصوير بنسبة ٥٧٪، جودة التسجيل الصوتي، طريقة الكتابة ب ٣٠٪، أي يركزون على العناصر التي تضمن لهم الاستقبال الاولي السليم للمعلومات والمواضيع التي يتابعونها، لذلك يميلون الى المحتويات المكتوبة او المصورة او المسجلة بطريقة احترفة اكثر، وتجدر الإشارة الى ان البعض أشار الى ان عنوان المحتوى مهم لديهم خاصة من ناحية الصياغة واختيار الكلمات المكونة له بأن تكون دالة فعليا على الموضوع المتناول. فيما لا يهتم سوى القليل منهم الديكورات

• التفاعل كدلالة للإعجاب بالمحتوى والشكر للإفادة وإثبات التقارب الموجود في وجهات النظر.

والسبب وراء تفاعلهم معها هو انهم يجدونها مميزة عن غيرها من المحتويات الأخرى في:

• انها محتويات هادفة منها الارشادي، التوعوي، التعليمي، التعريفي وحتى التحفيزي.

• انها تسعى لتنمية تفكير الافراد وتطوير مهاراتهم وفتح مداركهم.

• انها محتويات مفيدة، جديدة، ممتعة، هادفة وغير مضيعة للوقت.

• تتميز المحتويات الثقافية بالموضوعية والصدق في النقل والشفافية من دون تشويه او تحريف للواقع والحقائق إضافة الى البعد عن السطحية.

• محتويات تدفع الافراد الى حب التعلم والاستكشاف إضافة الى تميزها بالجودة من مختلف الجوانب.

• انها تساهم في زرع الاخلاق الحسنة والتصرفات السليمة وتساعد في صقل شخصية الفرد.

• انها محتويات نظيفة اسلوبها راقي فضلا عن احترامها الذوق العام، ويمكن مشاركتها مع الاسرة والأصدقاء.

• انها تتضمن نوع من الخطاب العقلي وتقنيات جذب وإقناع مبنية على معلومات ونقاشات بطريقة محترفة تساعد في ترسيخ ما تقدمه.

الا انهم أشاروا الى عدة نقاط يمكن تحسينها في هذه المحتويات والتي نذكرها في الآتي:

• تحسين جودة التصوير والتسجيل في بعض المحتويات وتقليل الموسيقى.

• تنويع قوالب النشر، طريقة التقديم، والأساليب المعتمدة حتى يتحمس الجمهور للمتابعة (اعتماد التسلية حيناً والحوار حيناً آخر).

• النشر المتتالي لإبقاء الأفراد في ترقب الجديد.

• تنويع المواضيع المطروحة وتقديم المراجع المعتمدة.

• تسليط الضوء على أفكار جديدة وعلى الواقع والتعمق في الطرح.

• تطوير مقدي المحتوى لأنفسهم خاصة فيما يتعلق بالنقاش.

• تبسيط اللغة لتعم الفائدة.

• عدم اطالة المقدمات وتقديم المعلومات المفيدة مباشرة.

نتائج الدراسة

• يتميز المبحوثون المتابعون للمحتويات الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة من الوعي واغلبهم لديه مستوى جامعي او من طور الدراسات العليا، وينتمون الى الفئتين العمريتين من ٢١ الى ٣٠

سنة ومن ٣١ الى ٤٠ سنة.

• صنف الجمهور المواضيع التي تجذبه بالترتيب الآتي: المعلومات العامة، الدين، تعلم اللغات، الطب ثم المجالات الأخرى من اقتصاد، سياسة واخبار، تكنولوجيا وغيرها.

• يتجه الافراد الى متابعة الصفحات والحسابات التابعة لأشخاص أكثر من متابعتهم للصفحات الحكومية او التابعة لمؤسسات خاصة.

• تتوافق اتجاهات الجمهور واهدافهم مع ما تقدمه المحتويات الثقافية التي يتابعونها من حيث اشباع رغبتهم في التعلم والاكتساب وقضية الوقت بما هو مفيد لذلك استمر ٧٠٪ منهم بمتابعتها لمدة تجاوزت ٣ سنوات.

• يتابع المبحوثون المحتويات الثقافية عبر عدة مواقع للتواصل الاجتماعي أهمها الفايسبوك بنسبة ٨٩,٦٪ يوتيوب ب ٥٩٪، انستغرام ب ٥٠٪، اما تلغرام وبودكاست وتويتر فيتابعون عبرها بصفة قليلة جدا.

• رتب المبحوثون شكل المحتويات التي يرغبون بمتابعتها كالتالي: نصوص مكتوبة ٦٦٪، صور ٥٢٪، فيديوهات طويلة ٤٩٪، reel ٤٧٪، وتسجيلات صوتية بنسبة ٢٠٪.

• صنف المبحوثون العناصر الشكلية التي تلفت انتباههم في المحتويات كما يلي: طريقة التقديم والعرض الاول ٧٨٪، جودة التصوير ٥٧٪، جودة التسجيل الصوتي ٣٧٪، طريقة الكتابة ٣٠٪، وأشاروا ان العناوين بالصياغة الجيدة الدالة على المضمون تجذبهم كبير لأنها تسهل عليهم البحث، اما الديكورات والمؤثرات الصوتية ووقت النشر فلا يهتمون بها بدرجة كبيرة ولا تتعدى نسبتها ٣٠٪.

• يركز المبحوثون من ناحية المضمون على نوعية وجودة المعلومات المقدمة، طريقة التقديم، والشخصية الصانعة للمحتوى في بعض الأحيان إضافة الى اهتمامهم باللغة.

• يجذب المبحوثون الى المحتويات الثقافية من ناحية القوالب المعتمدة في تقديم المعلومات سواء كانت في شكل خطاب عقلي مباشر، قالب قصصي سردي، قالب خفيف فيه نوع من الترفيه، أسلوب الألعاب وأسلوب الأسئلة والاجابات.

• يتفاعل الافراد مع المحتويات الثقافية بهدف دعمها والمساعدة في انتشارها وهذا التفاعل نتيجة لتمييزها بالصدق، الشفافية في النقل وحجم الفائدة التي تقدمها إضافة الى احترامها المعايير الأخلاقية والذوق العام.

خاتمة

ان التوجه الى الاهتمام بالمحتويات الثقافية الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي أصبح ضرورة مؤكدة، ووجب على مختلف الهيئات الحكومية والخاصة دعمها بمختلف الطرق الممكنة سواء بالتسهيلات او بالإشارة اليها من خلال مشاركتها وحتى تقديم مساعدات بالمعدات لتحسينها والمساهمة في انتشارها على نطاق أوسع، بين الكم الهائل من مضامين التسلية والترفيه والمضامين التي لا فائدة منها، على اعتبارها مضامين ذات منفعة تهدف الى التوعية، التثقيف واكساب مهارات مختلفة. وتساهم

في تثقيف الافراد تحسين مستواهم وسلوكياتهم، وبالتالي المساهمة في
تحسين المجتمع والمحيط. ومن التوصيات التي يمكن تقديمها:

- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي وتقنياته والبحث عن هيئات ومؤسسات داعمة.
 - وضع شعارات وعلامات تسهل التعرف على الصفحة والحساب.
- الأسباب التي تجعل المحتويات السطحية تنتشر أسرع من المحتويات الثقافية، وكذا الأسباب التي تجعل الجمهور يتجه الى متابعة المحتويات السطحية دون المحتويات الثقافية.

قائمة المراجع

1. abou, o., & gerzic, a. (2017). content creation activities related to content marketing through social media: aqualitative study in a b2b context. linnaeus university,school of business and economics,department of marketing
2. اسمى نوري صالح. (٢٠٢١). عناصر الجذب في المحتوى الإعلامي للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على سلوكيات المجتمع العراقي. مجلة مداد الآداب (٢٢).
3. الدقلموني رماح. (٢٠٢١). وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وارقام. تم الاسترداد من www.aljazeera.net
4. بن جاحدو، ر. (٢٠٢٢). صناعة المحتوى الهادف في الفضاء الرقمي الجزائري عرض لبعض النماذج الجادة والناجحة. مجلة رقمنة للدراسات الاعلامية والاتصالية، ٢ (١).
5. صبرينة مقناني. (٢٠١٩). المحتوى الرقمي التعليمي الجزائري ودوره في دعم مجتمع المعرفة. cybrarians journal (٥٦).
6. فاطمة محمد احمد محمد. (٢٠١٩). المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والافادة. مجلة كلية الاداب جامعة سوهاج (٥١).
7. فتحي عباس ، و بن السبتي عبد المالك. (٢٠٢١). صناعة المحتوى المعلوماتي الرقمي الاكاديمي العربي: عوامل ضعفه ةسبل تطويره. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، ١٠ (٢).
8. كمال بوكرازة ، و عبد الرزاق غزال. (٢٠١٠). المحتوى الرقمي العربي على الانترنت دراسة في الاستخدامات والاشباعا. مجلة RIST، ١٨ (٢).
9. محمد نور. (٢٠٢٠). صناعة المحتوى الرقمي. تم الاسترداد من مدونة صناعة المحتوى الرقمي: <http://www.alrabVon.com>
10. منظمة المرأة العربية . (٢٠٢٣, ٠٢ ٠٥). المرأة العربية والثقافة المجتمعية: نحو رؤية جديدة لصورة وادوار النساء. تم الاسترداد من منظمة المرأة العربية(منظمة حكومية تعمل في اطار جامعة الدول العربية): www.arabwomenorg.org
11. مي محمود عبد اللطيف. (٢٠٢٢). ثقة الجمهور في صناع المحتوى وعلاقتها بتسويق العلامات التجارية. المجلة المصرية لبحوث الراي العام، ١١ (٤).
12. نوال بومشقة . (٢٠٢٢). حملات مقاطعة صناع المحتوى التافه عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة وصفية تحليلية لمضمون هاشتاغ ديزابوني التفاهة على تويتر. مجلة رقمنة للدراسات الاعلامية والاتصالية، ٢ (١).

التمايز الثقافي وتلاقح الأفكار عبر السوشل ميديا

سارة سكيو

جامعة باتنة ١ - الجزائر

sarah.sekkiou@univ-batna.dz

ملخص

تروم هذه الدراسة نحو تجلية القناع الإيجابي والسلبي لمواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأرضيات الرقمية التي سمحت ببناء علاقات جديدة بين مختلف المجتمعات وساهمت في كسر الحواجز الجغرافية والفكرية، إذ سنخرج في ورقتنا البحثية على مبدأ التنوع الثقافي الذي يختلف من بيئة اجتماعية إلى أخرى، أين سنحاول تحديد الدور الفعال الذي ساهمت فيه هذه التطبيقات التفاعلية كالإنستغرام والفيسبوك والتيك توك.. في جعل الأفكار الإبداعية متبادلة بما يخدم الشباب من جهة وبما يثبطهم ويعرقلهم من ناحية أخرى خاصة الأخلاقية، فتلاقح الأفكار الرئيسي في هذه المواقع أساسه نقل ثقافة الآخر الغربي الذي تعود على مثل هذه الجسور التفاعلية إلى العالم العربي وفي اللحظة ذاتها التعريف بالثقافة العربية كل هذا وأكثر سنحاول إنارته عبر تقديم نماذج مختارة في دراستنا.

مقدمة

جديدة في الاتصال الإنساني، إذ أنها أتاحت ربما للمرة الأولى في التاريخ البشري التواصل اللحظي والتفاعلي بين الأفراد المرتبطين بشبكة الإنترنت من خلال جماعات مصنفة ذات اهتمامات مشتركة دون وسيط، كما كان الحال قبلها في وسائل الإعلام التقليدية، والواقع أن الشبكات الاجتماعية في تعريفها البسيط هي مواقع أسسها أفراد وتبنتها فيما بعد شركات كبرى، تستهدف جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الويب، والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة^١ فجوهر الكلام هنا هو تسهيل عملية التجمع الفكري والثقافي، وتسهيل عملية التواصل لتبادل الخبرات ومعرفة الآخر بشكل بسيط بعيدا عن كل تلك التخوم المعروفة، ووجود تمايز ثقافي وإيديولوجي ملحوظ صار نقطة تماس بين مستخدمي هذه المنصات الاجتماعية حتى يتسنى لكل فرد حرية التعبير عما يشكل هويته الخاصة بعيدا عن أية قيود سواء سياسية أو مادية، والحقيقة أنه «تعد الشبكات الاجتماعية موردا جديدا هاما لتنظيم وتنفيذ ونجاح الحركات الاجتماعية والمشاركة المعبرة لأعضائها، حيث تعطي لهم الفرصة للتعبير عن حياتهم الاجتماعية، كما تعد القناة التي يجتمع من خلالها الأفراد للانضمام إلى الاحتجاج، فهي شبكات غير رسمية تساعد الأفراد على خلق هوية بارزة، فالشبكات الاجتماعية هي القناة التي تساهم في التنشئة الاجتماعية، وهناك ارتباط إيجابي بين وسائل الإعلام الاجتماعية وسلوك الاحتجاج، وقد يرجع ذلك إلى: تعزيز الشبكات الاجتماعية على الانترنت الهوية الجماعية والشخصية للأفراد لبناء سلوك ما. كما كانت هذه المواقع بمثابة مراكز للمعلومات ونشر أنشطة الأفراد وعواطفهم للآخرين، وخاصة الأفراد المشتركة في نفس الاهتمامات والمصالح، أيضا تسمح للأفراد بإنشاء مجموعات شخصية لتبادل محتوى

كثيرة هي صور التقدم والتطور التكنولوجي الذي يعيشه أفراد اليوم، وحينما نذكر مفردات التكنولوجيا فغالبا نذهب بالتفكير إلى فئة محددة وهي فئة الشباب، أين لهم الدور والسبق في الاقبال على العالم الرقمي وتسخير الأجهزة الحديثة لإنجاح عملية التواصل، واستغلال فرص جديدة لتمازج الحضارات خاصة التي تساعد في بناء مشتركات مفيدة بين شباب العالم العربي والغربي، أين وبفضل منصات التواصل الاجتماعي استطاعت هذه الفئة أن تبدد الكثير من المغالطات الثقافية وتستخدم هذه الأرضيات الاجتماعية للتواصل وتقبل الآخر وثقافته كما هي، دون قيود أو تخوم عن طريقة الترجمة وتثبيت عدة امتيازات في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي نحو الفيس بوك والانستغرام ومثل ذلك، لهذا نساء لنا ما تعريف هذه المواقع الاجتماعية؟ وما هي صفاتها الإيجابية وسلباتها؟ وهل هنالك مثاقفة ناجحة عبرها؟ وللإجابة عن هذه الأسئلة استخدمنا المنهج الوصفي حتى نصف الخصائص والتجارب المتاحة، معتمدين على مجموعة من المصادر والمراجع لثمين البحث المذكورة في قائمة المصادر والمراجع آخر البحث.

المنصات الاجتماعية وفعالية الترجمة

يعيش العالم اليوم بشقيه الشرقي والغربي حالات جديدة من التطور الفعلي، الذي يخص الإنسان ككائن حي قبل أن يتعلق الأمر بتوجهاته وعرقه، ولابد من أن نصرح بحقيقة أن ما يعيشه الأفراد اليوم من تنوع فكري وتبادل في الأفكار والتقاليد ومختلف الفنون التعبيرية، فضل كبير فيه يعود إلى انتشار الشبكات الاجتماعية، إذ تمثل هذه الأخيرة التي انتشرت وتزايد عددها وعدد مستخدميها على شبكة الويب، ثورة

١ ايناس السعيد إبراهيم: السوشل ميديا وآثارها على المجتمع، العربي للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٩، ص ٨٩.

الوسائط مثل: اشربة الفيديو، والملفات الصوتية، والمعلومات، ورسد أنشطة أصدقائهم»^٢ والتواصل السمعى البصرى له نعاة وفعالية مهمة فى جعل تقاوح الأفكار ممكنا وسرىعا خاصة وان معظم مستخدمى هذه الشبكات الاجتماعية هم من فئة الشباب، الذين يتمتعون بحرية التصرف فى هذه الحقبة أكثر مما عهد به الأجيال السابقة، وهذا الذى يجعلنا نتحدث عن اتساع رقعة التبادل الأيولوجى الذى يحدث بين كل فينة وأخرى، قصد بناء علاقات لها قابلية التأثير والتأثر.

نلاحظ أنه «لا تكمن قوة تحليلات الشبكات الاجتماعية فى جدولة الأشخاص وتحديد من يتحدث لمن، بل تكمن قوتها الحقيقية فى التعرف على العقد والعلاقات التى تتحكم فى سلوكيات كل عقدة فى الشبكة الاجتماعية، والتعرف أيضا على الأشخاص المؤثرين فى الشبكات الاجتماعية المعروضة على شبكات التواصل الاجتماعى، والذى من شأنه لأن يلقي الضوء على مناطق أكثر تركيزا فى إبحائك وتحقيقاتك بجانب تسخير كل جهودك وتركيزك على أشخاص معينين فى وسائل التواصل الاجتماعى»^٣ وهنا حجر الأساس فى تهافت الشباب على هذه الشبكات، لأنها لا تعترف بأسبقية التأثير والتأثر ممن وعلى من، ولا تعترف بقوة الحدود الجغرافية لمنطقة دون أخرى، بل على العكس تماما تحطمت وتبددت هذه الحواجز بفضل خصوصية التواصل المتاحة، فالتأثير فى هذا العالم الافتراضى هو «تغيير وجهة نظر ومنظور الفرد أو الجماعة عن العالم المحيط بهم وعلاقتهم بهذا العالم، والشخص المؤثر المحورى فى وسائل التواصل الاجتماعى هو عقدة تتسبب المحتويات التى ينشرها والسلوكيات التى يقوم بها فى التأثير على سلوكيات الآخرين فى الشبكة، وعندما يتحدث هذا الشخص فكل من فى شبكته وحتى من هم خارج شبكته يستمعون إليه وبعدها يستجيبون»^٤ ولابد من أن نفهم حقيقة وجود اختلاف فى البيئة التى ينتج فيها منشور معين وتؤثر هذه البيئة بشكل مباشر على أفكار المدون وبطبيعة الحال على قدرة المتلقى فى استقبال المعلومة المنشورة، فصحيح كل واحد من الأفراد المتصلين بالشبكة العنكبوتية فى استطاعته أن يلج عالم التواصل الافتراضى بطريقة سهلة من خلال جهازه الالكترونى، بيد أن هذا الاتصال لا ينفى حقيقة عدم توافق الشخصيات التى تتواصل فيما بينها، هذا الذى يحدث بلبله واسعة فى طريقة رسن المعلومات واستقبالها.

عالمنا اليوم صار عالما ديجيتالى أكثر مما ألفه عليه سابقا، خاصة مع انتشار المواقع الاجتماعية التى ببساطة هى منظومة من الشبكات الالكترونية التى تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعى إلكترونى مع أعضاء آخرين لديهم

نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية... وانتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير فى أنحاء العالم مما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أبناءه بعضهم ببعض. وحقا مواقع الشبكات الاجتماعية هى صفحات الويب التى يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين فى هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التى تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعضا والحقيقة أن ما يجعل هذه المواقع ذات فعالية وبعد إدمانى بشكل لا شعورى هو ذكاء مؤسسيها، فى جعلها تثير فضول المستخدم، ولمس ومعالجة مكانه السيكلوجية التى تتعدد أطيافها من شخص على آخر، لكن ما يتفق عليه كل شخص منهم بغض النظر عن جنسيته أو ميولاته وافكاره هو واقع أن الفطرة الإنسانية تجعله يبحث عن الاهتمام والبحث عن تحقيق الذات خاصة عندما يحضر الآخر، وما زاد العملية من نجاح هو إضافة لمسة الترجمة فى مختلف هذه الأرصيات الرقمية، فصارت معرفة لغة الآخر جد يسيرة وسهلة، وهذا الذى جعل التنوع الثقافى والانفتاح على الفكرى المتبادل يصير واقعا فى حاضرتنا اليوم، وهذا أساس الترجمة، فحين نترجم فإننا نترجم لشخص لا يعرف اللغة المترجم عنها، وعادة ما يجهل ثقافتها (سواء كان النص المترجم مكتوبا أو سمعيا بصريا)، فالمترجم لا يقوم بهذه العملية (الترجمة) لنفسه (هناك استثناءات نادرة فى هذه الحالة)، وإنما يتوجه لمتلقى هو فى حاجة إليه كوسيط لغوى وثقافى، ومن أساسيات الترجمة وجود البنود الأربعة التالية:

١. إن الأساس فى الترجمة هو الاختلاف بين اللغات والثقافات.
٢. الترجمة ذات غاية اتصالية.
٣. الترجمة موجهة لمتلقى، يحتاجها لجهله باللغة وبالثقافة التى ينسب إليها النص الأصلى.
٤. ترتبط الترجمة بالغاية الكامنة وراءها، وهذه الأخيرة تختلف حسب كل حالة^٥ وقد صارت هذه البنود الأربعة تتحقق وبشكل آنى عبر مواقع التواصل الاجتماعى، بل تجاوزت الترجمة الحدود التقليدية التى عرفت بها، وصار تداول الأفكار بشكل حر ليس له حدود لغوية خاصة وأن النصوص المكتوبة اليوم صارت من العهد القديم، واصبح الرواد اليوم يهتمون بترجمة النصوص البصرية ويتفاعلون معها كل حسب لغته، بل وللأمانة حسب ما انتبهنا إليه من منظورنا وتجربتنا هو حضور ترجمة النصوص إلى اللغة الإنجليزية بشكل مبهر، لأنها تمثل ثقافة^٦ العولمة والفكر

٢ المرجع السابق، ص ٩١.

٣ ravi gupta: وسائل التواصل الاجتماعى وتأثيرها على المجتمع، تر: عاصم سيد عبد الفتاح، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د.ط، ٢٠١٧، ص ١٦٩.

٤ المرجع السابق، ص ١٦٩.

٥ ينظر: وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، د.ط، ٢٠١٠، ص ٦.

٦ ينظر: أمبارو أورنادو ألبير، الترجمة ونظرياتها، تر: على إبراهيم المنوفى، المركز القومى للترجمة، د.ط، ٢٠٠٧، ص ٣٥.

٧ إذا كان مفهوم الثقافة أو، على الأقل، فكرتها يفرض نفسه فإن البحث النسقى فى كيفية اشتغال الثقافة عامة أو الثقافات، تخصيصا، لم يتم بطريقة متماثلة الأهمية فى كل البلدان التى ازدهرت فيها الإثنولوجيا. كانت الولايات المتحدة هى التى لقي فيها المفهوم أفضل قبول له، وضمن الإثنوبولوجيا شمال الأمريكية شهد تعميقه النظرى الأبعد أثرا. فى هذا السياق العلمى الخاص كان البحث فى مسألة الثقافة أو الثقافات تراكميا، حقا، ولم يشهد تراجعا بالمرة. ويصح ذلك إلى الحد الذى بات معه الحديث عن الإثنوبولوجيا الأمريكية أو عن الإثنوبولوجيا الثقافية يعنى الشئ نفسه. بلغ التركيز العلمى للثقافة فى الولايات المتحدة حدا جعل الكلمة تتبنى سريعا معناها الإثنوبولوجى فى الاختصاصات المجاورة، وخاصة منها علمى النفس والاجتماع. دينيس كوتش: مفهوم الثقافة فى العلوم الاجتماعية، تر: منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ١، ٢٠٠٧، ص ٥٣.

التحرري.

التواصل وفتح باب التعارف وتجاوزت النطاق الجامعي كما استهل به مع مؤسس هذا الموقع، فنقطة الانعطاف المهمة التي كان يطمح إليها مارك زكريج كانت أساسا هدفها تسهيل بناء علاقات اجتماعية جديدة بين الشباب الجامعي، حتى يتسنى لهم تخطي وكسر الحواجز الروتينية التي في العادة تحول بين معرفة الآخر، والموقع شبائي بامتياز لخصائصه المتعددة التي تضم اهتمامات الشباب وتغريهم لتمضية وقت أطول وهم يستخدمونه، من ذلك القدرة على التمتع بحساب شخصي يوثق أهم المعلومات التي يريد المستخدم أن يعرف بها كصوره له ومعرفة مجال دراسته وما يفعله في الحياة بشكل عام.

ومجانية الموقع وسهولة استخدامه سمحت بخلق عدة فرص جديدة للمبادلة الفكرية والثقافية سواء بين أفراد المجتمع الواحد أو بين القطبين الشرقي والغربي، هذا من خلال تسهيل عملية المتابعة «والتعارف عليه في الوقت الراهن أن المتابعة تشمل مختلف أشكال تلاقي وتعامل ثقافة مع ثقافة أخرى، ولكن في ظل فوضى المصطلحات التي يعرفها عالمنا العربي، أصبح مصطلح المتابعة يتداخل في المفهوم مع غيره من المصطلحات الحديثة. وإذا ما دققنا أكثر في هذه المفاهيم، وعلاقتها بالترجمة وجدنا أن التعريف القديم للترجمة قد أصبح بحاجة إلى إنعاش لا شك فيه، كما أصبحت رقعته هي الأخرى بحاجة إلى تحديث يصح مساره، لتصبح الترجمة عندئذ أداة رفض للهيمنة تتجاوز ثنائيي المركز والهامش إلى ثنائيات ثقافية همها المتابعة أكثر منه أي شيء آخر»^{١١} ولتركز في ثنائية المركز/الهامش التي أبعادها عديدة، لكن أهم ما يحوم حولها - في سياق حديثنا عن مواقع التواصل الاجتماعي - هو أنه فعليا تضمحل تلك الفروقات التي تكون بين الأشخاص في العالم الحقيقي وتختفي في عالم الميتافيرس الذي تصبح فيه قدرات الأفراد المستخدمين تقريبا واحدة، فالكل له خاصية التعليق على المنشورات مثلا، أو مشاركة صور وخواطر ومثل ذلك، وكل هذا وأكثر جعل الحياة الاجتماعية في العالم بأسره تتأثر بهذا الموقع (Facebook) ومن ذلك نذكر^{١٢}:

- وجد مجتمع الشباب في الفيس بوك نافذة مطلعة على العالم وساحة للتعبير وإبداء الرأي وفي التواصل ومشاركة أصدقاؤك تفاصيل حياتهم كان له أقوى الأسباب بارتباط مستخدمي الانترنت بالفيس بوك.
- الماس يسعون دائما لإقامة علاقات جديدة والتواصل مع العلاقات القديمة فجاء الفيس بوك كحل سحري ذلك في العالم الافتراضي الذي اكتسب بالزمن أهميته ودوره.

ليس خفيا أن الشباب العربي اليوم صار متمسكا بهذه المواقع الاجتماعية حبا في معرفة أخبار الآخر الغربي، وللتعرف على أنساقه الثقافية وطريقته في التفكير، وما نعتبه إيجابيا - في سياق الحديث - هو بلوغ نفس الشباب العربي مرتبة مهمة من الوعي بالقدر الكافي لنشروهم بدورهم معالم الثقافة العربية العريقة، ويبدوا نظرة الإفرنجيين السلبية للعرب تماما كما نجده كان حاضرا في الأعمال الأدبية نحو أدب الرحلة أين نسّم الكثير من المصادقية في تصوير الحقائق وجعل القارئ يتخيل مشاهد الرحلة كأنه عاشها بالضبط، تمام الأمر في جيلنا اليوم لكن مع إمكانيات أكبر بصرية وسمعية تحقق التفاعل الثقافي الذي أكيد هو أساسه الترجمة بين الشرق والغرب، «لقد عملت كل الأمم جميعا، منذ القدم على التواصل مع الآخر، للاستفادة من علومه ومعارفه، مما ساهم في تقدم البشرية وتطورها، وهذا التواصل لا يمكن أن يكون أحادي الاتجاه من أمة إلى أخرى، بل هو متعدد الاتجاهات يشكل شبكة معرفية بين الأمم وينتج عنها تأثير وتأثير بين المجتمعات، وقد لعبت الترجمة وما تزال دورا عظيما في حوار الثقافات والحضارات وتلاقحها. وهي عامل رئيس لنهوض الحضارات. فبواسطتها يطلع الناس في بلدانهم لأصليّة على حياة البلدان الأخرى، وتاريخها، وحضارتها وحصيلتها من المعارف والعلوم والفكر. فتنتقل هذه العلوم والمعارف من بلد إلى آخر ومن ثقافة إلى أخرى، ويحدث حوار تفهم من خلاله ثقافة ما ثقافة أخرى، فيحدث التبادل والاختناء ويتم النهوض والتطور، وقد يجلب هذا تفاهم شعوب الحضارتين، فيحدث الوثام والسلام، ويبعد شر الانعزال والتعصب والحرب»^{١٣} وهذا هو الإنجاز الذي تصبو إليه مواقع التواصل الاجتماعية/شبكات التواصل الاجتماعية، التي تزيل ما تحجبه الحدود الجغرافية والاختلافات السياسية، فهذه السوشل ميديا* ليست حكرا على مجتمع دون غيره، بل هي فضاءات مفتوحة للجميع، ومن أشهر هذه المواقع الاجتماعية هو موقع الفيس بوك (Facebook) الذي وجدنا عدة تعريفات مهمة له من أهمها التعريف الذي عهد به نحو حقيقة أنه موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة «فيس بوك» محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها؛ والمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو وجهة العمل أو المدرسة أو الإقليم. وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم... ومصطلح فيس بوك (Facebook) كما معروف في أوروبا وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة الشائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية^{١٤} وقد تطورت فكرة

٨ لواتي فاطمة: الترجمة وحوار الثقافات، مجلة جسور المعرفة، المجلد ٢، العدد ٨، ٢٠١٦، ص ١٣٧.

٩ * هناك عدد من أصناف الشبكات الاجتماعية نذكر منها:

النوع الأكثر شهرة وهو الشخصية: وهذا النوع يعتمد على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدم هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط، أما النوع الثاني وهو العام: هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض. كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ص ٩.

١٠ ينظر: المرجع نفسه، ص ١٣.

١١ سارة بوزرور: الترجمة والمتابعة، مجلة البدر، المجلد ٩، العدد ٧، ٢٠١٧، ص ٢٠٩.

١٢ وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ص ٣٣.

التجربة الثقافية في الفيس بوك والانستغرام

يتطور العالم ومعه يتطور مفهوم الرقمنة وطرق الافراد في التعبير عن اختلاجاته واحتياجاتهم العصرية، لذلك كثيرة هي استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي التي اليوم نجد أشهرها موقع الفيسبوك (Facebook)، الانستغرام (Instagram)*^{١٥}، التيك توك (tik took)، وقد ذاع سيط هذه التطبيقات الثلاثة في أيامنا هذه لأنها تتيح للشباب خصائصا جد مهمة تلبي احتياجاتهم وتجعلهم يطمحون ويتنافسون في نشر أعمالهم-الإيجابية طبعاً-فهي موسومة بما يلي^{١٦}:

- **شاملة:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلال الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.

- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم-التلفاز والصحف الورقية- وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

- **تعدد الاستعمالات:** مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث عمله وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وافراد المجتمع للتواصل وهكذا.

- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

- **اقتصادية في الجهد والوقت والمال،** في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى.

ومن المميزات التي نراها جديرة بالذكر هو عدم وجود أية قيود ومنية او رسوم مادية تعيق عملية التواصل؛ أي بمعنى أن المستخدم يمكنه الولوج إلى هذه المنصات في أي وقت يريد ويملكه متابعة الأحداث التي تجري في كل أنحاء الكرة الأرضية ويعلق برأيه الخاص ليعبر عن منظوره الخاص حول ما يحيط به، ليتك اثر إيجابيا طيبا يفيد به غيره كنشر العلم وخدمة المشاركات الإنسانية، ولنوضح «أن الدين لا يتقاطع مع العلم، والنتيجة إن الإسلام لا يتقاطع مع العلم وإنما يهدف إلى استثمار فرص التطور العلمي والتكنولوجي في خدمة الإنسان لينال بها

- ساهم الفيس بوك كثيرا وتلقائيا إلى عملية النشر الالكتروني فأني مستخدم للأنترنت يجد نفسه في الفيس بوك قد ازدادت معدل كتابته وبالتالي قراءته.

- تطور سرعة الكتابة على الكيبورد والموبايل

- المشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر انضمام لمجموعة معينة قد تمثل أنت وأصدقائك نسبة مقدرة في قياس قبول الراي العام لتلك الفكرة

- الفيس بوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط، وتكثر على صفحاته عددا هائلا من المجموعات الدعوية والقروبات^{١٢} الثقافية والإعلامية.

فكبسة زر تنتشر بسرعة هائلة الأخبار ويصبح تفاعل الشباب سهلا مما يحقق فعل المثاقفة في العديد من المجالات التي من أهمها مثلا ما يعرف بالمثاقفة الأدبية والمثاقفة الفكرية «ويتطلب فهم المثاقفة الأدبية فهم حقيقة الأدب، لأن الغاية من الأدب هو فهم الإنسان وفهم علاقته بالكون الذي يعيش فيه، وما تتضمنه هذه العلاقة الكبيرة من علاقات كثيرة أخرى، أهمها علاقته ببيئته الطبيعية والاجتماعية. ويمكننا القول إن الأدب مدخل إلى فهم الإنسان، ومن هنا كانت مسؤولية الكاتب عما يكتب، ومسؤولية المترجم عما يترجم وعن اختيار الأثر الذي يستحق الترجمة، ومختصر القول إن الطابع العام «للمثاقفة الأدبية» هو الطابع الإنساني، أما فكريا قد يكون الأدب دعائيا مضللا، وهذا يوجب على المترجم، وهو يختار الأثر الذي يترجمه، أن يتحلى بفكر نقدي، وتلك هي المثاقفة الفكرية في إحدى صورها، من هنا تبدو ضرورة الفكر بوصفه رقيبا على الأدب، سواء من حيث الكتابة أو من حيث الترجمة. كما أن المثاقفة الفكرية في الواقع متممة للمثاقفتين الأدبية والعلمية على حد سواء وموجهة لهما»^{١٣} ليس هنالك بون شاسع بين الثقافتين، ولكن جوهر الثقافتين في العالم الافتراضي يتعلق باكتشاف بؤر ابداع جديدة، وتنوير العقول الشبابية التي تنتج وتستقبل هذه الآثار الأدبية التي فعلا صارت تنتشر بشكل فعال، لأن الأدب ما هو إلا محاكاة جمالية للواقع وتعبير عنه وفق طريقة منمقة وترنيمية، يعالج بها المشاكل الاجتماعية التي لطالما وجد الشباب وخاصة العربي صعوبة في التعبير عنها، ولكنها مع مجانية استخدام المنصات الاجتماعية صارت هنالك إمكانيات تتناسب طرديا واحتياجات شبابا العصر الحالي الذي أصبح يضع بصمته في كل المواضيع التي تتعلق به.

١٢ * يتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء. تصنف المجموعات على أساس الإقليم. زمان العمل، والجامعة، والمدرسة، أو الاهتمام وإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها. وداخل المجموعات هناك مساحة للتداول، والتعليقات. إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة. بدءا من الأحداث القومية أو المحلية حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء. ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورته الشخصية، إلى جانب وجود مدونات (Blogs) مرتبطة بالموقع... ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين المستخدمين. المرجع نفسه، ص١٤.

١٤ سارة بوزرور: الترجمة والمثاقفة، ص٢٤٤.

١٥ * الذي يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية. كانت بداية الانستغرام عام ٢٠١٠م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على النقاط الصور وإضافة فلاتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص٦٦.

١٦ المرجع نفسه، ص٦٧.

السعادة والرفاه والاستقرار فكم هو جميل أن تستثمر مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها لإيصال الناس إلى الهدف المنشود الذي خلقهم الله تعالى من أجله»^{١٧} وقد لاحظنا بالفعل عند تصفح المواقع الاجتماعية وجود بوادر حثيثة من خيرة شباب المجتمع العربي التي تسعى لنشر العلم وتصحيح المعلومات للمساعدة في عملية التثقيف وبث الوعي في مختلف القضايا.

هنالك عدة امتيازات يقدمها كل موقع اجتماعي وينفرد بها لتمييزه دون بقية المنصات، فمثلا نجد عدة مميزات في الانستغرام مت أبرزها التشبيك الاجتماعي ويتضح من خلال ربط مستخدمي انستغرام بمتابعيهم عبر خدمة البث الحي والتفاعل المباشر مع الجماهير، فلا عن إمكانية تقاسم الفيديوهات والصور المأخوذة عبر انستغرام مع باقي الشبكات الاجتماعية مما يكرس مبدأ الربط الشبكي ولا محدودية التواصل...ايضا إطلاق الحملات الإعلامية أين اشتهرت منصة انستغرام باحتضانها لعدد ضخم من الحملات الإعلامية على مر السنين كالحملات الانتخابية أو حملات المقاطعة...، الجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة إذ تسهل شبكة الانستغرام الربط بين ذوي مراكز الاهتمام المشتركة فخورزميات هذه الشبكة تقترح محتويات الصفحات على المستخدمين وفق اهتماماتهم وكلمات البحث المفتاحية الخاصة بهم، وبالتالي تسهل عليهم إيجاد كل من يشاركونهم نفس التوجه، الاهتمام أو الطموح مما يزيد من معدل بقائهم عبر الشبكة وإقبالهم عليها^{١٨} ومع كثرة صناع المحتوى الذين ينشرون يومياتهم وهواياتهم لحظة بلحظة أصبح رواد الانستغرام يبحثون ويتابعون أكثر من يشبههم ولو محاكاة، وقد لاحظنا استقبال الشباب العربي لما يسمى بثقافة السيلفي^{١٩} *selfie التي صاروا يتسابقون في نشرها والابداع في إضافة اللمسات والتعديلات عليها.

وهذه الخاصية جعلت الشباب يعيش نوعا من الانشطار النفسي أساسه السعي نحو عيش ما يراه يصدر من اقرانه ويحاول عبثا ان يعيشه هو أيضا بدوره، فلاحظ أنه يعيش مستخدم الانستغرام في سباق دائم لكسب إعجاب الآخرين. حيث نجد أن عدد الإعجاب (LIKE) ونسبة المشاهدة وعدد المتابعين صارت مقاييسا لمعرفة مدى تقبل المجتمع الافتراضي للمستخدم ومدى نجاحه في الحياة الافتراضية. والأمر هنا في غاية التعقيد، فمشاعر الجماهير متغيرة وغير ثابتة مما يعجزهم اليوم قد لا يناسبهم غدا، مما يجعل المستخدم في صراع دائم بين ما يريد تقديمه وما يتقبله الآخرون وهو أمر صعب المنال وليس هذا وحسب فنحن نستشعر وجود تصدع هويتي إذ يستخدم مستخدم انستغرام على بناء كيانه الخاص عبر الفضاء الافتراضي من خلال طموحاته وأفكاره ونمط معيشته للجماهير، إلا أن واقع هذا المستخدم قد يكون

مخالفا تماما لما يقدمه عبر حسابه في الانستغرام، فيعيش حالة من الازدواجية التي تغذيها الرغبة في الظهور بصورة أحلى امام الآخرين وإثارة اهتمامهم من خلال عرض تفاصيل حياة مثالية يتمناها الجميع وتقديم صور ملتقطة بطريقة تخفي كل العيوب فيظهر الشخص بشكل مثير للإعجاب^{٢٠} ولا عجب في أن يناع الشباب ويحتال عليهم بمثل هذه الصور الحياتية المزيفة، لأن المستخدمين في الانستغرام بارعون في تزييف الواقع وطرح اللقطات التي تبدو جيدة بما يكفي لتثير اهتمام الآخرين حتى ينشدوا منهم الإعجاب.

الذي مع الوقت يتحول إلى متابعة لكل حيثيات حياتهم التي تعكس كل شيء إلا الحقيقة -بطبيعة الحال هذا واقع معظم المستخدمين- فلا يعقل أن تكون حياة أي فرد مثالية لهذه الدرجة مهما بلغ الأسباب، مما يجعل الفئة الواعية من الشباب تستطيع نقد جيد الشيء من رديئه ومعرفة الدجالين من المؤثرين الجيدين، فمن «خلال مواقع التواصل الاجتماعي يكشف الأفراد من خلال وسائل الإعلام عبر تطور النظرة إلى النفس ومحاولة التأثير على الآخرين من خلال المشاهدة، والذاكرة، والاستماع سواء كان ذلك حقيقي أو غير حقيقي من خلال محاولة التخييل في توجهات الآخرين، والإعلام الجديد من الوسائل الجاذبة للجمهور وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتنفيذ الآراء المضادة وإظهار جوانبها المتعددة من خلال الاستشهاد بالمعلومات، والأحداث، والوقائع، والأرقام، وبناء النتائج على المقدمات إذا لم يعتمد المرسل البعد عن الحقيقة والمصادقية»^{٢١} فمن الجيد والايجابي أن هنالك فئة متميزة تنشر الوعي وحقائق الأمور بعيدا عن كل المبالغات والتضليل، أيضا ما يحسب لهذه المواقع الاجتماعية بشكل عام هو استمالتها لباطن الفرد المستخدم أي وجدانيا تؤثر على عقله وتثير في نفس اللحظة فيه مشاعرا جديدة، نحو ما يمكن تمثيله بنقل الأخبار وإضافة مقاطع صوتية مؤثرة تزيد من حدة تأثير المستخدم ليتفاعل فكريا وعاطفيا مع المعلومة التي يتلقاها، وأحيانا كثيرة تكون هذه المقاطع الصوتية هي أول ما يجذب انتباه المستخدم وتجعله من حيث لا يدرك يتقبل المعلومة التي يشاهدها ويستقبلها لان انطباعه عنها يختلف تماما عن الانطباع الذي كان سيأخذه لو تلقى المعلومة من مكان آخر كوسائل الإعلام القديمة مثلا كالتلفاز ونحو ذلك، وهنا نسلم ما يعرف بمصطلح التحديث (Modernization) حيث أن «تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي ل=اتجاه لنقل حياة الأفراد والمجتمعات من نمط تقليدي إلى نمط جديد تزداد فيه مساهمة الافراد، وبما أن المجتمع يكبر ويزداد الإقبال والقدرة على تكوين الآراء بما يعني ازدياد الطلب على وسائل الإعلام وازدياد دورها ولاغية المشاركة فيها، مع حضور التقمص الوجداني (Empathy) في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

١٧ ميشم الفريجي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية، أخلاقية، تربوية، دار المحجة البيضاء، بيروت، ط ١، ٢٠١٤، ص ٨٥.

١٨ ينظر: وداد سميشي، صورة الذات عبر شبكة الانستغرام، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجلد ٤، العدد ٢٠٢١، ص ١٠٥.

١٩ * نلاحظ خلال السنوات القليلة المنصرمة، تنامي ثقافة السيلفي عبر العالم وبين مختلف شرائح المجتمع ولأن منصة انستغرام تشجع على التقاط الصور وتقاسمها مع الآخرين نجد أن مستخدميها لا يترددون في عرض صورهم اليومية المفضلة لأغلب نشاطاتهم اليومية أو المناسبات، قد يفسر تفشي ظاهرة السيلفي إلى رغبة الجماهير في تخليد كل لحظات حياتهم بشتى تفاصيلها وتقاسم الأفراح والأسفار مع الآخرين. وفي المقابل نلاحظ أن إفراط المستخدم في مشاركة صور وفيديوهات تفصيلية ليومياته دون هدف واضح هو إهدار لجهده ولوقت الجماهير ففي أغلب الأحيان، الآخرين لا يهمهم معرفة ماذا أكل المستخدم أو متى استيقظ أو كيف يغسل وجهه صباحا. وبالتالي فالمبالغة في أخذ الصور وعرضها دون حدود لا يؤدي إلى تكريس ثقافة التفاهة والسطحية. المرجع نفسه، ص ١٠٦.

٢٠ ينظر: المرجع نفسه، ص ١٠٦.

٢١ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص ١٠٢.

منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصاد على تقديم المقرر، واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجل فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي^{٢٥} إننا عندما نتحدث عن الشباب نخص كل الفئات العمرية الشابة، حاضرا ومستقبلا، وليس بدعا أن نشيد بنجاح مواقع التوال الاجتماعي في نشر المعلومات العلمية وتسهيل الأمور البيداغوجية، حتى على سبيل المثال صرنا نرى الكثير من المؤسسات التعليمية كالمؤسسات والثانويات وحتى الجامعات تنشر عبر موقع الفيسبوك الكثير من المعلومات المفيدة لتسهيل عملية الخدمات وتسهيل التواصل منشتر توقيت الدراسة ومعدل الطلبة ومثل ذلك..

ومع نجاعة كل هذه الإيجابيات والخدمات التي تتيحها المنصات الاجتماعية، غير ان هذا لا يغطي حقيقة وجود الكثير من السلبيات التي تحوم حول هذا الموضوع بالذات، الذي أصبح حديث الساعة في المجتمعات اليوم، فمثلا «الفيس بوك» حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر. فإلى الجانب المضيء للمجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ أعمال مفيدة وتحقيق الكثير من الأهداف هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميها منها إضاعة الوقت، فبمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره. فالفيس بوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى. فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعات يقضون أكثر من ١٠ ساعات في تصفح الفيس بوك فقط^{٢٦} وهذه كارثة تحتسب ضد وقت مهم يهدر من حياة الشباب اليوم خاصة في عالمنا العربي، الذي صار دون ان يدرك مهووسا ومدمنا على هذا الموقع الذي حقيقة مثلما فيه أخبار مفيدة فيه الكثير من المغالطات والتزييف ذلك راجع لعدة عوامل منها نقل المعلومات دون تهميش او مصدرها الأصلي، وكثرة وعديدة هي هذه السلبيات من بينها نذكر ما نراه يؤثر بشكل دامج في تربية مجتمعا العربي نحو:^{٢٧}

- انشغال الزوج عن زوجته، وعدم إحساسها بوجود وعاطفته بل ربما يقصر في حقوق المنزل وليس في حقوق زوجته فقط
- غياب الاب عن أولاده ورعايتهم والاهتمام بهم مما يولد فراغا لدى الأولاد يسبب لهم المشاكل الحقيقية في بناء شخصيتهم وفشلهم في تحديات الحياة
- عدم رعاية الوالدين والاهتمام بهم لانشغال أولادهم مع الانترنت

يتصور الفرد نفسه في مواقف وظروف الآخرين، وتسهل وسائل الإعلام الجديد هذه العملية حينما تقدم النماذج والأفكار التي تدفع الأفراد لتقمصها ما يزيد في مستوى الطموح والرغبة في تحقيق الذات، وتحول وسائل الإعلام عملية التقمص إلى مهارة يومية وبعيدة ما يدفع المجتمع نحو الحركة وطلب التغيير^{٢٨} الحضور إذن بفعالية الذات وتضخيمها امام الآخر هو أساس الحرية التي تتيحها منصة الانستغرام وبقية المواقع الاجتماعية للمستخدم، وهي حرية ذو حدين طبعا ولا بد من تسييرها حسب المصالح العامة بعيدا عن الغاية الشخصية، فشاننا ام ابينا ظهرت مصطلحات جديدة تتعلق بالتركيبية الاجتماعية مع انتشار هذه المواقع، نحو خاصية تسيير المجتمع لنفسه (Interpreting the Society to it) إذ اتاحت تطبيقات مواقع الاتصال الاجتماعي تحقيق هذا المفهوم بشكل واسع من خلال إتاحة المجال للمجتمع للتعبير العلني المباشر وغير المباشر عن معتقداته من خلال المواقف الشعبية والتصورات حول الذات والآخرين، ويعتقد أن هذه المهمة لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر فائدة واقل مصداقية لأنها تنقل صورة أكثر انطباعية عن التغييرات الاجتماعية بمختلف مستوياتها، وهنا تظهر الجاذبية الإعلامية (Media Attractiveness) في قوة وسائل الإعلام الجديد في لفت الانتباه وجذب الجمهور نحوها، وترتبط الجاذبية بالقائم بالاتصال، والوسيلة، والمحتوى، والأساليب التي تقدم الرسائل الإعلامية، من خلالها ولكل وسيلة بحد ذاتها جاذبية خاصة بها مع قدرة الوسيلة على إثارة الخيال والحواس وإتاحة المشاركة^{٢٩} فضضية التفاعل جوهر وبؤرة جذب هذه المنصات للمنصات، صف على هذا فانك القدرة على مشاركة انفعالات ويوميات المستخدمين وفق خصوصية خاصة يمكن التحكم فيها دون أي شك يصنع الاقبال الإيجابي للشباب المتفاعل، فمن هذه الإيجابيات نجد ما يخص الاستخدامات الشخصية «وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم واماكنهم ومستوياتهم العلمية»^{٣٠} والعناية الشخصية تقريبا هي منبع التواصل واساس استمراره من عدمه، وشباب اليوم العربي حبه للتواصل ومواكبة الأحداث في مختلف أمصار العالم فيتعرف على مختلف الذهنات وينمي قدراته في التعارف وفتح باب التعاون الثقافي، وهنالك أيضا ما يعرف بالاستخدامات التعليمية أين «تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الالكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في

٢٢ المرجع السابق، ص ١٠٢.

٢٣ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص ١٠٠.

٢٤ المرجع نفسه، ص ٦٨.

٢٥ المرجع نفسه، ص ٦٨.

٢٦ وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ص ٢٣.

٢٧ ميشم الفريجي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية، أخلاقية، تربوية، ص ٨٥.

ومواقع التواصل الاجتماعي..

- غياب روح اللفة والمحبة والحوار بين الأقارب والأرحام حال التزاور فيما بينهم لانشغال الأكثر منهم بجوه الخاص مع الفيس بوك وأخواته
- وغير ذلك من المشاكل التي يجمعها ضياع الحقوق الاجتماعية لأفراد العائلة الواحدة وبين الأقارب والجيران..

وهذه أبسط السبلات التي من الممكن ملاحظتها تصدر من هذه المواقع الاجتماعية، التي هي ببساطة سلاح ذو حدين، ولا بد من استخدامها بمنطق عقلي فهي وسيلة للتواصل لا الغاية منه، وحتى التواصل إن لم يحقق شروطا معينة الإفادة والاستفادة فلا جدوى منه، ليصير دون توفر هاتين الخاصيتين مضيعة للوقت وبؤرة لعدة مشاكل منها العاطفية كالتعلق والنفسية كالاضطراب والهوس وقس على ذلك، لهذا ختاماً لهذه الورقة البحثية نصل إلى صفوة القول التي

تشكل زبدة محتوانا وهي أن السوشل ميديا اليوم تحتل مكانة لا يمكن انكارها في إنجاح عملية المثاقفة، خاصة تحصيل تناقح إيجابي بين الأفكار الغربية والشرقية التي صار الشباب يعيش في كنفها، ولا مفر له منها، فعند تصفحهم هذه المواقع سيتأثرون سواء أرادوا أم لا بقوة الثقافة الغربية، التي تنتشر أفكارها ضمن أنساق خفية شملت كل المجالات التي تتوفر في هذه المنصات الاجتماعية سواء التعليمية أو الأدبية أو الترفيهية، فيستقبلون كما هائلا من المعلومات الجديدة والتي لا تلبث لساعات وتتغير فيحل محلها الجديد، فالتمايز الثقافي الذي يتشكل أساسا من اختلاف الحضارات صار ينظر له من أبعاد جديدة أكثر إفادة وتكون مسخرة لخدمة القضايا الإنسانية الكبرى والمشتريات الفعلية هذا ما لاحظناه قد تتباين أساليب طرحه وفق خلفية كل مستخدم، لكن الجوهر ثابت وهو تسهيل عملية التواصل والتسهيل من فكرة تقبل الجديد المختلف وصناعة مجتمعات رقمية أفرادها من مختلف أقطاب العالم.

قائمة المراجع

١. أمبارو أورتادو ألبير، الترجمة ونظرياتها، تر: علي إبراهيم المنوفي، المركز القومي للترجمة، د.ط، 2007.
٢. ايناس السعيد إبراهيم: السوشل ميديا وآثارها على المجتمع، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2019.
٣. ravi gupta: وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، تر: عاصم سيد عبد الفتاح، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د.ط، 2017.
٤. دينيس كوتش: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، تر: منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، 2007.
٥. سارة بوزرزور: الترجمة والمناقشة، مجلة البدر، المجلد9، العدد7، 2017.
٦. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
٧. لواتي فاطمة: الترجمة وحوار الثقافات، مجلة جسور المعرفة، المجلد2، العدد8، 2016.
٨. ميثم الفريجي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية، أخلاقية، تربوية، دار المحجة البيضاء، بيروت، ط1، 2014.
٩. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، د.ط، 2010.
١٠. وداد سميشي، صورة الذات عبر شبكة الانستغرام، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجلد4، العدد2، 2021.

تأثير الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة الجامعات (دراسة حالة لطلبة جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ سكيكدة الجزائرية)

عبدالرؤوف لزغد

جامعة علي لونيسي البلدية ٠٢ - الجزائر

lezghed.assma@gmail.com

أسماء لزغد

جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر

lezghed.assma@gmail.com

ملخص

يشهد العالم اليوم تزايد استخدام وسائط الإنترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي مدعوماً بالاستخدام المتزايد للأجهزة المحمولة، وخاصة الهواتف الذكية وهذا منذ العقود الأخير وخاصة منذ جائحة كورونا كوفيد ١٩ إذ أصبحت الرقمة أحد التأثيرات الثقافية المنتشرة بسبب إدخال الإنترنت والتغيرات التكنولوجية الحاصلة والتي تعتبر مواقع الاتصال الجماعية التي تدعم الأجهزة المختلفة من أجل البساطة والراحة... في خضم هذا تتجاوز الثقافة الرقمية المعروفة أيضاً باسم الثقافة الإلكترونية بأنها استخدام الأدوات الرقمية لمواكبة التطورات الحاصلة تهدف دراستنا إلى معرفة كيف يشكل "عالمنا الرقمي" من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وفي الظروف التكنولوجية الطرق التي يرغب بها الطلبة في المشاركة بها وكيف تشكل هذه الرغبات لاحقاً مساحات للتعليم الأكاديمي. لتكوين بذلك ثقافة رقمية في المجال الأكاديمي جراء التحولات الرقمية السالفة الذكر من خلال تقييم في المجالات الثلاثة الأكاديمي والاجتماعي والأخلاقي حيث قمنا بتوزيع استبانة على طلبة جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ سكيكدة الجزائر لعينة مقدرة ب ٣٨٤ استرجعنا منها ٢٨٩ صالحة للدراسة بتطبيق spss وكشفت النتائج أن الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال المجالات الثلاثة الأكاديمي والاجتماعي والأخلاقي له تأثير كبير على سلوك طلبة جامعة محل الدراسة: كما أنه قد لا يتم تعميم النتائج على مجتمع الطلاب بأكمله لأن النتائج خاصة بالمستجيبين المحددين فقط لذلك تعتبر دراستنا سبيل للدراسات المستقبلية..

الكلمات المفتاحية

الثقافة الرقمية، مواقع التواصل الاجتماعي، سلوك الطلبة

مقدمة

كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض بشكل أسهل وأسرع مما كان ممكناً في الماضي. ومن خلال هذا التفاعل يتم نشر الأفكار والمعلومات والتجارب الشخصية التي يتم مشاركتها على نطاق واسع، وبالتالي تشكل هذه الثقافة الرقمية تأثيراً كبيراً على الأفراد والمجتمعات.

وتشمل الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من المفاهيم والممارسات الحديثة، مثل مشاركة المحتوى الرقمي والتفاعل مع الآخرين عبر الإنترنت، والتعلم الإلكتروني والتدريب والتعليم عن بعد، والتسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية، والعمل الحر والشبكات الاجتماعية للأعمال. ومن خلال هذه الظاهرة، تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مساحة تفاعلية واسعة يمكن من خلالها إيصال الرسائل والأفكار والمنتجات إلى جماهير كبيرة من الناس. وبالتالي، أصبحت تلك المواقع والتطبيقات وسائل مهمة لتبادل الأفكار والتجارب والثقافات المختلفة بين الناس.

تعد الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الموضوعات الهامة في عصرنا الحالي، حيث تتأثر الكثير من الناس بما ينشر على هذه المواقع وتتغير مفاهيمهم وتصوراتهم بسببها. وتعني الثقافة الرقمية استخدام التكنولوجيا الرقمية ووسائل الاتصال الحديثة في الحياة اليومية، وتشمل العديد من الممارسات والعادات التي يقوم بها الأفراد عبر الإنترنت.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز مصادر الثقافة الرقمية، حيث يستخدمها ملايين الأشخاص حول العالم للتواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، وللحصول على المعلومات والأخبار، وللترفيه والتسلية. وتتضمن هذه المواقع مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام وسناب شات ويوتيوب، والتي تشكل جزءاً كبيراً من حياة المستخدمين اليومية. وتتأثر الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف العوامل، بما في ذلك العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يؤثر الحوار العام على هذه المواقع على توجهات الناس وتصوراتهم وآرائهم في العديد من المواضيع المختلفة. كما يمكن للشركات والإعلانات والحملات السياسية استخدام هذه المواقع للتأثير على الناس وتشكيل آرائهم ومفاهيمهم.

إشكالية الدراسة

من خلال ما تم ذكره يطرح تساؤل دراستنا:

ما مدى تأثير الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة جامعات الجزائر؟

تساؤلات الدراسة:

- ما المقصود بالثقافة الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام الثقافة الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الآثار الناجمة عن استخدام طلبة جامعات الجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة الرقمية في المسيرة الدراسية؟

فرضيات الدراسة

1. مستويات تقييم المجال الأكاديمي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لسلوك طلبة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر عالي
2. مستويات تقييم المجال الاجتماعي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لسلوك طلبة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر عالي
3. مستويات تقييم المجال الأخلاقي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لسلوك طلبة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر عالي

I. الإطار النظري للدراسة

أولاً: ماهية الثقافة الرقمية

تعتبر الثقافة عموماً بأنها المخزون المعرفي ومستودع قيم المجتمع وأعرافه وأحكامه السائدة التي يتأثر بها أفراد المجتمع بمختلف فئاتهم المتعلم والكهل والطفل والمرأة والرجل بدرجات متفاوتة وفق استيعاب كل منهم (أمال محمود أبو عامر، ٢٠١٩، صفحة ١٩٦) إذا يتم الحكم على الثقافة بشكل عام من خلال حقيقة المعرفة. وفي حين تعرف الثقافة الرقمية بأنها:

- مختلف المفاهيم الحديثة التي تم استخدامها في علم الاجتماع والتي تعني امتلاك الفرد للسلوكيات والأنماط المعرفية التي تمكنه من التفاعل مع العصر الرقمي (مصطفى و رحاب، ٢٠٢٢)
- كما تعرف أيضاً على أنها مصطلح يوضح كيف يتم تشكيل التفاعل بين الأفراد وتكنولوجيا المعلومات والإنترنت وكيفية استخدامهم لها في حياتهم الشخصية والعملية حيث تمكنهم من أداء المهام المطلوبة (مصطفى و رحاب، ٢٠٢٢، صفحة ٣٦)
- الثقافة الرقمية هي مفهوم يصف كيف تعمل التكنولوجيا والإنترنت على تشكيل الطريقة التي نتفاعل بها كبشر.
- تعرف كذلك على أنها الطريقة التي نتصرف بها ونفكر بها

وتتواصل بها داخل المجتمع. الثقافة الرقمية فهي نتاج التكنولوجيا المقنعة التي لا نهاية لها من حولنا ونتيجة للابتكار التكنولوجي. إنها قابلة للتطبيق على مواضيع متعددة ولكنها تنحصر في موضوع واحد شامل: العلاقة بين البشر والتكنولوجيا. (ppc، ٢٠١٩)

- تشير الثقافة العادات الثقافية الجديدة الناتجة عن تطوير ونشر التقنيات الرقمية وخاصة الإنترنت والويب (universalis، ٢٠٢٠)
- وهي "مجموعة من التقنيات والممارسات المادية والفكرية وأساليب التفكير والقيم التي تتطور على الإنترنت واستخدام الكمبيوتر في جميع مجالات النشاط البشري. (wikipedia، ٢٠٢٣)

ثانياً: خصائص الثقافة الرقمية

يمكن ذكر أهم الخصائص للثقافة الرقمية فيما يلي: (عوني بلال، ٢٠٢٢، صفحة ٢٢):

- ثقافة مكتسبة: تعني سلوكاً متعلماً ليس موجوداً في الاستعدادات البيولوجية للكائن الإنساني ولا بشيء مادي يمكن توارثه دون تعلم ويقتصر دور المنهج أو المجتمع على تهيئة الظروف للفرد تهيئة الظروف المناسبة للفرد لتعلم الثقافة
- ثقافة اجتماعية: ان تشكيل ملامح شخصية الفرد وأبعادها والأنماط السلوكية للجماعة والانتماء الاجتماعي هي نتاج ثقافي لما يتعلمه الفرد من ممارسة الحياة في الإطار الاجتماعي فالفرد الواحد لا يصنع ثقافة وارتباط الثقافة بالجماعة تجعلها نسبية تختلف قيمها من جماعة لأخرى
- ثقافة متكاملة: أي يوجد قدر من الاتساق والانسجام بين عناصر الثقافة المختلفة الأمر الذي يسمح بتكوين نمط متماسك مترابط يعمل على امتصاص المتغيرات المختلفة داخل المجتمع
- الثقافة انتقالية تراكمية: تنتقل من جيل إلى آخر عن طريق التعلم ومن خلال هذا الانتقال يتم إضافة عناصر جديدة وحذف أخرى
- ثقافة متطورة ومتغيرة: فهي في نمو مستمر وتغير دائم تبعاً لحركة ديناميكية الحياة وتغيراتها المستمرة.

ثالثاً: أهمية الثقافة الرقمية بالنسبة للمؤسسات

تكمن أهمية تبني الثقافة الرقمية بالنسبة للمؤسسات كون ان هناك العديد من الأسباب التي تجعل الثقافة الرقمية مهمة وبشكل مركزي لأنها تدعم التحول الرقمي. وبالتالي فهي: (Bray, Jack، ٢٠٢٢)

- تؤثر على ثقافة المؤسسة تماماً مثل نماذج الأعمال وكسر التسلسل الهرمي وتسريع العمل
- يمكن السماح للموظفين بإصدار أحكامهم الخاصة
- يمكن من اتخاذ قرارات أسرع؛
- يشجع الابتكار
- تمكّن الثقافة الرقمية المؤسسات من تعزيز مكان العمل الذي يحفز الموظفين على تجربة أشياء جديدة مع تعزيز التعلم

- بالنسبة إلى Frédéric Cavazza، المتخصص الفرنسي في مواقع التواصل الاجتماعي، "هي مجموعة من الخدمات التي تسمح بتطوير المحادثات والتفاعلات الاجتماعية على الإنترنت أو في حالة الهاتف المحمول" (Haenlein M, Kaplan; A, M)، ٢٠١٠، صفحة ٧٤)

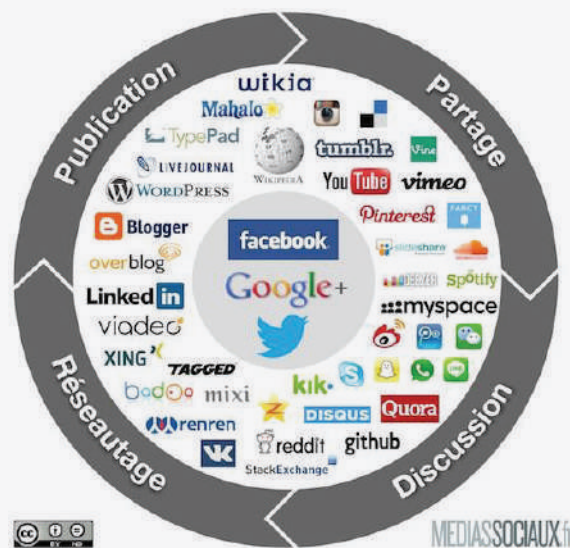
في هذين التعريفين الأخيرين، من الواضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على الخدمات والتطبيقات عبر الإنترنت وعلى التقنيات المشتقة من الويب ٢.٠. وهكذا، أتاح هذا الأخير ظهور منصات وسائط اجتماعية استجابة للتفاعلات بين المستهلكين على أساس المصالح المشتركة

- مواقع التواصل الاجتماعي هي بيئة الإنترنت حيث يجتمع الأشخاص ذوو الاهتمامات المشتركة لمشاركة أفكارهم وتعليقاتهم وأفكارهم (Weber, L)، ٢٠٠٧، صفحة ٤؛
- يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي كذلك على أنها "خدمات مستندة إلى الويب تتيح للأفراد إنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام ضمن نظام مقيد وتوضيح قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشاركونهم في الاتصال وعرض قائمة الاتصالات الخاصة بهم واجتيازها. وتلك التي صنعها الآخرون داخل النظام" (Boyd, D.M., Ellison, N.B)، ٢٠٠٧، صفحة ٢١١)

سادسا: بانوراما مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الآن جزءًا من الحياة اليومية لمستخدمي الإنترنت والعلامات التجارية والمنظمات ومواقع الإعلام (صحفيون والمشاهير والشخصيات السياسية، إلخ). نظرًا لازدهارها في أيامها الأولى، إذ غيرت منصات مثل Wikipédia أو Twitter تمامًا الطريقة التي نستهلك بها المعلومات ونتفاعل معها. يوجد أدناه أحدث إصدار من بانوراما الوسائط الاجتماعية التي أنتجها Frédéric Cavazza متخصص في مواقع التواصل الاجتماعي. يصنف هذا الإصدار مواقع التواصل الاجتماعي حول أربعة محاور: النشر والمشاركة والمناقشة والتواصل:

Panorama des médias sociaux 2013



والتعليم؛

- يجذب مواهب العصر الجديد ويحتفظ بالقوى العاملة الحالي
- تسمح بمكان عمل تعاوني وتشاركي ومستقل.
- كما أنه يزيد من مشاركة الموظفين، مما يسمح لهم بالتعبير عن آرائهم للمساعدة في إحداث التأثير.

رابعاً: أهمية الثقافة الرقمية بالنسبة للمتعلمين:

ويمكن ذكر أهمية الثقافة الرقمية وخاصة لفائدة المتعلمين فيما يلي (العتار، عبد الرحمان، و خلف الديب، ٢٠٢١، صفحة ٤٤١):

- تساعد على التفاعل والتواصل والتعاون بين جميع الافراد في المؤسسات التعليمية مستخدمين أدوات وتطبيقات الرقمية الحديثة
- تساعد المتعلمين على الوصول الى المعلومات وتحليلها وتقييمها مما يسهل بعدها اتخاذ القرار المناسب في تلك المعلومات
- تساعد على الاطلاع للخبرات التعليمية في العديد من الدول المتقدمة والاستفادة منها
- تمكن المتعلمين من استخدام اختيار تطبيقات مناسبة لاستخدامها بكفاءة عملية في العملية التعليمية
- تيسر على المعلمين انشاء محتوى رقمي وتحريره من اجل تحسين ودمج المعلومات مما يساعد في البناء المعرفي للطلاب
- تمكن الافراد من حماية شخصهم واجهزتهم من الاختراقات غير القانونية
- بناء علاقة شاملة بين الجامعة والمنزل والمجتمع مع مراعاة فرص المشاركة والتمكين عبر الانترنت
- توفير مجموعة واسعة من الأدوات والموارد الرقمية غير المتاحة في البيئة التعليمية التقليدية
- تنمي مفهوم الحياة الاجتماعية وتساعد في عملية التكيف مع البيئة المحيطة واكتساب السلوكيات التي ترسخ علاقات اجتماعية سليمة واكتساب القواعد الأساسية التي تنظم تلك العلاقات

خامساً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

أدى وصول الإنترنت وعالمه الافتراضي وتقنياته إلى تغيير طريقة حياتنا تمامًا: نقضي المزيد من الوقت خلف الشاشة للبحث عن المعلومات ومشاركتها وتوزيع إبداعاتنا والتواصل مع عائلتنا أو أصدقائنا أو الغرباء في المجتمعات التي تشترك في نفس مراكز الاهتمام (اللاعب، رياضة، تقنية، هوايات، دراسات، مهنة، إلخ). نقوم بذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. هذه كلها أنشطة رقمية تدمج التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي وإنشاء المحتوى.

- يعرف أندرياس كابلان ومايكل هائلين، أستاذان من ESCP Europe، مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة من التطبيقات عبر الإنترنت التي تستند إلى أيديولوجية وتقنية Web ٢.٠ ويمكن من إنشاء وتبادل المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة المستخدمين" (Haenlein M, Kaplan; A, M)، ٢٠١٠، صفحة ٧٢)

سابعاً: الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي

في الآونة الأخيرة، كان هناك نقاش حول التأثير السلبي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الناس، وخاصة المراهقين والمجتمعات الطلابية في جميع أنحاء العالم. في هذا الصدد، لاقت وسائل الإعلام الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي انتقادات، وهناك العديد من وجهات النظر فيما يتعلق بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في سياق الطلبة، فقد زادت شعبية تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير خلال العقد الماضي (Malita, I., ٢٠١١، صفحة ٧٤٧) وعادةً ما يكون سبب هذه الزيادة السريعة هو أن المراهقين وطلاب الكليات والجامعات يستخدمون تطبيقات الوسائط الاجتماعية للوصول عالمياً، مثل Facebook و Twitter، ومؤخراً بروز التيك توك والفيديوهات القصيرة فقد أصبحت في مجتمعنا للجميع هذه الأيام (Stathopoulou, A.; Siamagka, N.-T.; Christodoulides, G. A., ٢٠١٩) حيث أصبح يعتمد الطلاب بشكل متزايد على المعلومات والبيانات التي يمكن الوصول إليها بسهولة على مواقع الشبكات الاجتماعية مما يؤدي إلى انخفاض مهارات التعلم والقدرات البحثية لدى الطلاب في مواقف معينة حيث إن تفاعلهم مع هذه المواقع يقلل من تركيزهم، مما يجعلهم يخصصون وقتاً أقل لدراساتهم ويؤدي إلى تراجع في أدائهم الأكاديمي (Hoffmann, C.; Bubltz, W., ٢٠١٧)، ونظراً لأن الطلاب يقضون وقتاً أطول على مواقع التواصل الاجتماعي، فإنهم يقضون وقتاً أقل في التواصل الاجتماعي وجهاً لوجه أو شخصياً مع أشخاص آخرين، وتقل هذه العادات من مهارات الاتصال لديهم بشكل مباشر مما قد يؤدي تضيق وقت الطلاب إلى تفويتهم للمواعيد النهائية في بعض الأحيان نتيجة لذلك، قد لا يتمكن الطلاب من التواصل والتواصل الاجتماعي بشكل فعال بشكل شخصي، ومن المعروف جيداً أن مهارات الاتصال القوية هي مفتاح النجاح، علاوة على ذلك، يؤثر الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي لساعات طويلة على الصحة العقلية والبدنية للطلاب مما يؤخرون واجباتهم ويفشلون في الراحة بشكل صحيح؛ بدلاً من ذلك، يستهلكون كميات كبيرة من الشاي أو القهوة ليظلوا يقظين ونشطين. نمط الحياة هذا له آثار سلبية على صحة الطلاب العقلية والجسدية. بالإضافة إلى ذلك، فإن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً غير صحي، لأنه يمكن الطلاب من تجنب إقامة روابط وجهاً لوجه مع الناس وهنا الآباء مسؤولون عن مراقبة استخدام أطفالهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ويجب أن يكونوا يقظين بشأن ما إذا كان أطفالهم يستخدمون الإنترنت لفترة مناسبة من الوقت (Ceranoglu, T.A., ٢٠١٨). في النهاية، المعلمون والأقران مسؤولون أيضاً عن مساعدة الطلاب على فهم الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الصحة، ويجب عليهم توعية الطلاب بما يمكن أن يخسروه في العالم الحقيقي عندما يقضون وقتاً طويلاً على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تعتبر الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي هذه والتي تفوق الآثار الإيجابية. وبالتالي، تسببت هذه المواقع في ضرر محتمل للمجتمع. ويصبح الطلاب ضحايا للشبكات الاجتماعية أكثر من أي شخص آخر. قد يكون هذا لتجنب الملل أثناء الدراسة أو البحث عن المواد الدراسية الخاصة بهم على الإنترنت مما يصرف انتباههم عن عملهم (Bozoglan, B., ٢٠١٧) كما تعرضت منصات التواصل الاجتماعي لانتقادات لأنها

كشفت عن السلبية وتأجيلها، الأمر الذي له تأثير سلبي على الطلاب. على سبيل المثال تم تصنيف منصات الوسائط الاجتماعية التالية من الأكثر إلى الأقل سلبية بناءً على تقييمات المستخدمين: Twitter و Facebook و Snapchat و Instagram. وصف المستخدمون Instagram، على وجه الخصوص، بأنه له تأثير سلبي على الأشخاص من خلال التسبب في الضغط والتوتر. وفقاً لستيفن ستروغاتز من جامعة كورنيل، فإن الشبكات عبر الإنترنت يمكن أن تجعل من الصعب على الناس التعرف على التواصل الهادف من التفاعلات أو الاتصالات المتنوعة الأخرى التي تم إنشاؤها عبر الشبكات الاجتماعية القائمة على الويب (Murthy, D.; Gross, A.J., ٢٠١٨).

II. علاقة الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة

تؤثر الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الطلبة بشكل كبير. فعلى سبيل المثال يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات والأفكار مع بعضهم البعض، ويتلقون من خلالها التغذية الراجعة والتوجيهات من المعلمين والأقران. ومن خلال هذا التفاعل، يمكن للطلبة تطوير مهارات التواصل والتعاون والابتكار، كما يمكن أن تؤدي هذه الثقافة الرقمية إلى اتخاذ سلوكيات غير ملائمة مثل الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وتواجه المدارس والجامعات التحدي الذي يتمثل في كيفية التعامل مع هذا النوع من الثقافة الرقمية، حيث أنه من الصعب إيجاد توازن بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتحكم في استخدامها. ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر سلباً على سلوك الطلاب إذا تم استخدامها بشكل غير صحيح. فقد يؤدي استخدام هذه المواقع بشكل مفرط إلى انحراف الطلاب عن المواد الدراسية وتأخرهم في الإنجازات الأكاديمية، وقد يزيد من التشتت في الانتباه وتقليل التركيز على المهام الأكاديمية. إذا كانوا يقضون وقتاً طويلاً في استخدامها على حساب الدراسة والمهام الأكاديمية الأخرى.

ومن الجانب الاجتماعي، يمكن أن يؤدي الاستخدام الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي إلى انعزال الطلاب وعدم قدرتهم على التفاعل الاجتماعي الواقعي مع الآخرين، وبالتالي يمكن أن يؤثر على قدراتهم على التواصل والتعاون مع الآخرين.

ومن ناحية أخرى، يمكن أن تؤثر الثقافة الرقمية على سلوك الطلبة بشكل سلبي إذا لم يتم استخدامها بشكل صحيح أيضاً، حيث يمكن أن تؤدي إلى انحراف الطلبة في الجانب الأخلاقي والاعتماد على الإنترنت والمصادر غير الموثوقة والانغماس في المواقع الإباحية وتكوين علاقات عاطفية وتبادل الصور والمكالمات بالفيديو مما تصل الأمور إلى الخطورة ولذلك، يجب على المعلمين والمدرسين والأهل العمل على توعية الطلبة بأهمية الاستخدام المناسب لمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تحقيق التوازن بين الاستخدام الأكاديمي والترفيهي والأخلاقي بشكل صحيح وفعال. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تشجيع الطلبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأنشطة الأكاديمية والتعاون مع بعضهم

البعض، بالإضافة إلى توفير الإرشادات اللازمة للتحكم في استخدامهم لتلك المواقع وتجنب الإدمان وتحديد الأوقات المناسبة لاستخدامها وتقليل الاستخدام الزائد، والتحكم في محتوى الرسائل والمشاركات والتعليقات لتجنب أية أضرار أو سلبيات تؤثر على سلوك الطلاب وأنماط تفكيرهم. أخلاقيا واجتماعيا وأكاديميا.

III. الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: منهجية الدراسة الميدانية

اعتمدنا في دراستنا على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات قصد تقييم تأثير الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة جامعات الجزائر، إذ أن من خلال هذه الاستبانة سنحاول إثبات أو نفي الفرضية التي سبق التطرق إليها في المقدمة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة: يعرف المجتمع على أنه " جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة، وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة أو البحث من قبل الباحث" ٢٥، ويتمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعات الجزائر - الجزائر

عينة الدراسة: تعرف العينة على أنها " مجموعة جزئية من مجتمع البحث وتمثلة لعناصر المجتمع أفضل تمثيل بحيث يمكن تعميم نتائج البحث على المجتمع بأكمله" ٢٦، واعتمدنا في دراستنا على عينة عشوائية، حيث تم توزيع ٣٨٤ استبانة على طلبة جامعة ٢٠ أوت ١٩٥٥ ولاية سكيكدة - الجزائر عن طريق google Forms واستعدنا ٣٠٦ استبانة منها ٢٨٩ صالحة للدراسة

ثالثاً: أداة الدراسة

تم إعداد قائمة استبيان تم صياغتها في مجموعة من عبارات تتكون من ١٢ فقرة تم إدراجهم تحت المجال الأكاديمي والمجال الاجتماعي والمجال الأخلاقي.

- اختبار ألفا كرو نباخ: لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة؛

- معامل الارتباط بيرسون لقياس درجة الارتباط: حيث يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد استخدم لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة؛

كما تم الاعتماد على مقياس تحليل فقرات الاستبيان بناء على متوسطات إجابات أفراد العينة في الوكالة على النحو التالي:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	2	3	4	5
[1 - 1.80]	[1.80 - 2.60]	[2.60 - 3.40]	[3.40 - 4.20]	[4.20 - 5]

لتحديد طول خلايا الفئات لمقياس ليكارت الخماسي المستخدمة في المحور، تم حساب المدى الفرق بين أكبر قيمة و هي ٥ و أصغر قيمة و هي ١ أي ٥-١=٤ ثم قسمة المدى على عدد الفئات ٤ / ٥ = ٠,٨٠ وبعد ذلك يضاف إلى الحد الأدنى للقياس فيصبح كالتالي:

جدول رقم (٢)

درجة توزيع قيم المتوسط الحسابي

قيم المتوسط الحسابي	مقياس لكارث الخماسي	درجة التقدير
[1,00 ، 1,80]	غير موافق بشدة	منخفضة جدا
[1,80 ، 2,60]	غير موافق	منخفضة
[2,60 ، 3,40]	محايد	متوسط
[3,40 ، 4,20]	موافق	عالية
[4,20 ، 5,00]	موافق بشدة	عالية جدا

رابعا: الخصائص السيكومترية (الصدق والثبات) لأداة الدراسة

يقصد بصدق الاستبيان أن تقيس فقرات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقد تم بالتأكد من صدق الاستبيان

- **صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة:** يعتبر الصدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يتم قياسه بمعامل الارتباط بيرسون بين درجة كل محور والدرجة الكلية لفقرات الاستبيان والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم (٣)

صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان

محاور الإستبيان	معامل الارتباط	النتيجة
تأثير الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة جامعات الجزائر	0,623**	يوجد ارتباط معنوي (دال)
المجال الأكاديمي	0,734**	يوجد ارتباط معنوي (دال)
المجال الاجتماعي	0,897**	يوجد ارتباط معنوي (دال)
المجال الأخلاقي		
عند مستوى معنوية ٠,٠٥		** عند مستوى معنوية ٠,٠١ *

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على مخرجات spss .v25

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه نجد أن معاملات الارتباط لكل المحاور من الاستبيان والمعدل الكلي لدرجاته دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0,01 ومنه فهو دال عند مستوى معنوية 0,05، حيث تراوحت بين 0.969 كأعلى قيمة و0,623 كأدنى قيمة أي تعتبر عبارات المحور صادقة ومتسقة داخليا، لما وضعت لقياسه.

• ثبات أداة الدراسة

يقصد بالثبات أو الاعتمادية reliability " مقدرة المقياس المستخدم على توليد نتائج مطابقة أو متقاربة نسبيا في كل مرة يتم استخدامه فيها"، ويعرف ؛ أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، ومن أكثر المقاييس استخداما في هذا المجال معامل Cronbach's Alpha والذي يتسم بدرجة عالية من الدقة في تحديد درجة اعتمادية المقياس، والقاعدة هنا أن معامل ألفا كرونباخ المنخفض يعكس ضعف العبارة الموضوعة لقياس الخاصية موضوع الدراسة والعكس صحيح، ومن المتفق عليه أنه إذا كانت معامل الارتباط أكبر من 0,6 يعد كافيا ومقبولا، والجدول الموالي يوضح معاملات ألفا كرونباخ لمحاور وأبعاد الدراسة :

جدول رقم (٤)

توضيح قيمة معامل Cronbach's Alpha لمحاور أداة الدراسة

عنوان المجال	معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha	عدد الفقرات
المجال الأكاديمي	0,765	4
المجال الاجتماعي	0,850	4
المجال الاخلاقي	0,842	4
جميع المحاور مجتمعة	0.875	12

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على مخرجات SPSS V 25

من خلال الجدول أعلاه نجد أن معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من 0,6 في جميع محاور الاستبيان مما يدل على ثبات أداة الدراسة، ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

خامسا: عرض ومناقشة النتائج

١. مستويات تقييم المجال الأكاديمي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لسلوك طلبة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر

جدول رقم (٥)

نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات على المجال الأكاديمي

العبارة	تحليل الوصفي			الانحراف المعياري	الوزن النسبي للمتوسط الحسابي (%)	ترتيب تقييم أهمية العبارة في البعد	تقييم العلم لأفراد العينة نحو كل عبارة
	Mean (x)	الخطأ المعياري بالمتوسط (Std Error Mean)	Std. Deviation				
١ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعدك في الحصول على معلومات حول المقررات الدراسية	3.43	0.057	1.096	68.50	03	درجة عالية	

٢ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعدك في البحث العلمي	3.53	0.055	1.047	70.68	04	درجة عالية	
٣ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من التفاعل والالتقاء بين مدرسيك وزملائك في الجامعة	3.56	0.057	1.094	71.28	02	درجة عالية	
٤ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أنت تتابع كل ما يطرح من الإعلانات والمنشورات الجامعية	3.89	0.054	1.026	77.71	01	درجة عالية	
الكليل للبعد	٣٦,١٣٣	٠,٠٤٣٤٠	٠,٨١١٤٩	٧٣,٠٠٤		عالية	

من خلال الجدول أعلاه نجد آراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق مستويات تقييم المجال الأكاديمي فان المتوسط حسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات البعد بلغ: 3.6022، وبانحراف معياري قدره: 0.8314، وهو يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للبعد، كما أن مقدار الخطأ المعياري الموجود في المتوسط الحسابي (Std. Error Mean=0.04340) وهي قيمة منخفضة وبالتالي فالمتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة أي موافقون بنسبة 72.04 % على أن مستوى تقييم المجال الأكاديمي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيره على سلوك طلبة جامعة سكيكدة - الجزائر هو بدرجة عالية.

٢. مستويات تقييم المجال الاجتماعي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة سلوك طلبة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر

جدول رقم (٦)

نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات على المجال الاجتماعي

العبارة	تحليل الوصفي			الانحراف المعياري	الوزن النسبي للمتوسط الحسابي (%)	ترتيب تقييم أهمية العبارة في البعد	تقييم العلم لأفراد العينة نحو كل عبارة
	Mean (x)	الخطأ المعياري بالمتوسط (Std Error Mean)	Std. Deviation				
١ تشعر بالقلق وعدم الاستقرار عند ابتعادك أو انقطاعك عن وسائل التواصل الاجتماعي	3.52	0.056	1.066	70.46	01	درجة عالية	
٢ تشعر أن تفاعل مع أفراد اسرتك قل منذ بدأت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي	3.33	0.057	1.086	66.65	04	درجة متوسطة	
٣ تشكو منك اسرتك بسبب الوقت الطويل الذي تقضيه مع مواقع التواصل الاجتماعي	3.62	0.057	1.090	72.32	02	درجة عالية	

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الخروج وتبادل الزيارات مع الأصدقاء والأقارب (صلة الرحم)	3.38	0.061	1.163	67.68	03	درجة متوسطة
الكلبي للبعد	٢٤٣٣٩	٠٠٤١١٢	٠٨٨٣٥٣	٦٩١٧٨		درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 26 وبيانات الاستبيان

مواقع التواصل الاجتماعي سهلت انتقال قيم وأفكار غير مقبولة أخلاقيا ودينيا إلى المجتمع الجزائري	3.88	0.051	0.983	77.66	01	درجة عالية
الكلبي للبعد	3٠7623	0.04528	0.86751	75.25		درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 26 وبيانات الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن آراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بمستويات تقييم المجال الاجتماعي بالمؤسسات محل الدراسة: فإن المتوسط حسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات البعد بلغ: 3.4639 ، وبانحراف معياري قدره: 0.8835، وهو يشير إلى تقارب آراء الأفراد ومركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للبعد، كما أن مقدار الخطأ المعياري الموجود في المتوسط الحسابي (Std. Er- 0.04612) وهي قيمة منخفضة وبالتالي فالمتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة أي موافقون بنسبة 69.28 % على أن مستوى تقييم المجال الاجتماعي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على سلوك طلبة جامعة سكيكدة - الجزائر هو بدرجة عالية.

٣. مستويات تقييم المجال الأخلاقي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة سلوك طلبة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة - الجزائر

جدول رقم (٧)

نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات على المجال الأخلاقي

البيان	تحليل الوصفي		النسبة المئوية للمتوسط الحسابي (٪)	ترتيب تقسيم أهمية العبارة في البعد	تقسيم العام لأفراد العينة نحو كل عبارة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
Mean (x)	الخطأ المعياري بالمتوسط (Std Error Mean)	Std. Deviation			
١	3.78	0.055	1.048	75.69	04
الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الوصول للمواقع الإيجابية					درجة عالية
٢	3.79	0.054	1.041	75.86	02
الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو تكوين صداقات مع الجنس الآخر والتخلص من الفراغ العاطفي					درجة عالية
٣	3.59	0.058	1.117	71.77	04
مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الأخلاق والمبادئ الإسلامية لدى الأجيال الجديدة					درجة عالية

التعليق على الجدول أعلاه من نجد آراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بمستويات تقييم المجال الأخلاقي بالمؤسسات محل الدراسة: فإن المتوسط حسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات البعد بلغ: 3.7623 ، وبانحراف معياري قدره: 0.8675، وهو يشير إلى تقارب آراء الأفراد ومركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للبعد، كما أن مقدار الخطأ المعياري الموجود في المتوسط الحسابي (Std. Er- 0.04528) وهي قيمة منخفضة وبالتالي فالمتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة أي موافقون بنسبة 75.25 % على أن مستوى تقييم المجال الأخلاقي للثقافة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على سلوك طلبة جامعة سكيكدة - الجزائر هو بدرجة عالية.

خاتمة

بناءً على ما تم ذكره في هذه الدراسة، يمكن القول إن الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها أثر كبير على سلوك الطلاب من حيث المجال الأكاديمي والاجتماعي والثقافي.

فمن جانب المجال الأكاديمي، فإن الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون مصدراً غنياً للمعلومات والمصادر التعليمية، ويمكن أن تساعد الطلاب في الوصول إلى معلومات مفيدة ومتنوعة بشكل أسرع وأكثر فعالية. ومن الناحية الأخرى، قد يؤدي الاستخدام الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي إلى تشتيت الانتباه وتأخر الطلاب في الإنجازات الأكاديمية. ومن جهة أخرى، يجب الانتباه إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل غير صحيح يمكن أن يؤثر على سلوك الطلاب سلباً، فقد يؤدي استخدام هذه المواقع بشكل مفرط إلى انحراف الطلاب عن المواد الدراسية وتأخرهم في الإنجازات الأكاديمية، كما يمكن أن يؤدي إلى انزعاجهم عن المجتمع وتقليل قدراتهم على التواصل والتعاون مع الآخرين.

ومن جانب المجال الاجتماعي، فإن الثقافة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تساعد الطلاب في التواصل مع الأصدقاء والزملاء بشكل أسرع وأكثر فعالية، ولكن يجب الانتباه إلى أن الاستخدام الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى انعزال الطلاب وتقليل قدراتهم على التواصل الواقعي مع الآخرين.

وفي المجال الأخلاقي. وتشير النتائج إلى أن الاستخدام المفرط لهذه المواقع يمكن أن يؤدي إلى تراجع قيم الأخلاق والسلوكيات السلبية،

محتوى الرسائل والمشاركات والتعليقات لتجنب أية أضرار أو سلبيات تؤثر على سلوك الطلاب وأنماط تفكيرهم. ومن المهم أيضًا تشجيع الطلاب على استخدام المواقع الإلكترونية الأكاديمية والثقافية لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من الإنترنت والتقدم في دروسهم وتطوير ثقافتهم؛ والحفاظ على الأخلاق الإسلامية القيمة في وسط المجتمع والأعراف والتقاليد للمجتمع العربي عموماً والجزائري خاصة.

ويجب أن نذكر بأن هذا الموضوع يحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة للتعرف على تأثير الثقافة الرقمية على سلوك الطلاب، وتحديد الأدوات والممارسات الفعالة لتعزيز الأخلاق والقيم الإنسانية في عالم الرقمي.

مثل الغش والتلاعب ونشر المعلومات الخاطئة والتحرّض على العنف. وعليه، ينبغي على المجتمع التربوي والأسري والاجتماعي توعية الطلاب بأهمية الأخلاق والقيم الإنسانية وتحفيزهم على اعتمادها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعلات الرقمية. كما يجب علينا التركيز على توفير التوجيه والإرشاد اللازم للطلاب لتحديد الأخلاق السليمة والسلوكيات الإيجابية عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

وفي النهاية، يجب علينا جميعاً العمل معاً لتحقيق الاستخدام السليم لمواقع التواصل الاجتماعي وتحفيز الطلاب على تبني سلوكيات أخلاقية إيجابية واجتماعية حسنة وأكاديمية ممتازة عند استخدامها وتحديد الأوقات المناسبة لاستخدامها وتقليل الاستخدام الزائد، والتحكم في

قائمة المراجع

١. Boyd, D.M., Ellison, N.B. (2007). Social network sites: definition history, and scholarship. J. Comp. Mediated Commun, 13(1), 210-230.
٢. Bozoglan, B. (2017). Psychological, Social, and Cultural Aspects of Internet Addiction;. IGI Global: Hershey, PA, USA.
٣. Bray, Jack. (2022, mau 18). What is Digital Culture? Récupéré sur gds: <https://gdsgroup.com/insights/it/what-is-digital-culture/>
٤. Ceranoglu, T.A. (2018). Inattention to Problematic Media Use Habits: Interaction Between Digital Media Use and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder. Child Adolesc. Psychiatr. Clin. North Am, 27, 183-191.
٥. Haenlein M, Kaplan, A, M;. (2010). Users of the world, unite! The challenges and. Business Horizons, 53(1).
٦. Hoffmann, C.; Bublitz, W. (2017). Pragmatics of Social Media. De Gruyter.
٧. Malita, L. (2011). Social media time management tools and tips. . Procedia Comput. Sci, 3, 747-753.
٨. Murthy, D.; Gross, A.J. (2018). Social media processes in disasters: Implications of emergent technology use. Soc. Sci. Res, 63, 356-370.
٩. ppc. (2019, sept). Le digital pour tous. Consulté le mars 25, 2023, sur <https://ledigitalpourtous.fr/2019/09/04/la-culture-digitale/>:<https://ledigitalpourtous.fr/2019/09/04/la-culture-digitale/>
١٠. Stathopoulou, A.; Siamagka, N.-T.; Christodoulides, G. A. (2019). multi-stakeholder view of social media as a supporting tool in higher education: An educator-student perspective. Eur. Manag.
١١. universalis. (2020). universalis.fr. Récupéré sur CULTURE NUMÉRIQUE: <https://www.universalis.fr/encyclopedia/culture-numerique/>
١٢. Weber, L. (2007). Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business. New Jersey: Wiley.
١٣. wikipedia. (2023). Récupéré sur https://fr.wikipedia.org/wiki/Culture_num%C3%A9rique#cite_note-2
١٤. العطار, ب., عبد الرحمان, ع., & خلف الديب, ع. (2021). نموذج مقترح لمهارات الثقافة الرقمية في ضوء احتياجات الطلاب المعلمين بكلية التربية جامعة الأزهر. التربية. 40(191), 433-453.
١٥. أمال محمود أبو عامر. (2019). مستوى الثقافة الرقمية لدى عينة من الآباء والأمهات في محافظات قطاع غزة. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية, 27(6), 193-215.
١٦. عوني بلال. (2022). شكلة الثقافة الرقمية وإشكالية بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر. مجلة أبحاث كمية ونوعية في العلوم الاقتصادية والإدارية, 14(1), 19-38.
١٧. مصطفى, ك., & رحاب. (2022). دور الثقافة الرقمية في تحقيق الاستدامة الاجتماعية وسد الفجوة الرقمية: دراسة تحليلية للمفاهيم في ظل تداعيات كوفيد-19. -المجلة الدولية للسياسات العامة في مصر, 1(1), 49-26.

علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتطرف الفكري لدى الشباب العربي

فاطمة دحماني

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - الجزائر

fatima.dahmani@univ-msila.dz

ملخص

هدفت هذه الورقة العلمية الى ابراز تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب في انتشار ظاهرة التطرف الفكري التي لا يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات لا يتحدث فيه الناس عن التطرف وأسبابه وطرق معالجته، نظرا لا انتشاره في العالم العربي اذ أصبح محل اهتمام العديد من المفكرين والإعلاميين والاجتماعيين والنفسانيين نظرا لما تطرحه من مخاطر على الفرد والمجتمع وزعزعة الثقة بقيمه وعقيدته بسبب دور مواقع التواصل الاجتماعي التي ساعدت وبشكل كبير في زيادة هذه الظاهرة لذلك فقد أصبحت المجابهة أمرا ملحا على الجميع.

مقدمة

وعلى أيديهم تتحقق أهدافه وطموحاته في عالم متطور تسوده تحولات وتحديات سريعة ومتباينة، وبالتالي فظاهرة التطرف الفكري والبعد عن الاعتدال في التفكير أصبحت قضية يومية تمتد جسورها في التكوين البنيوي للأفكار والمثلث العقائدية المقبولة في المجتمعات العربية، وهذا ما يؤدي الى انتشار الفتن والصراعات وتعدد المذاهب والاتجاهات الفكرية التي من شأنها ان تضعف قوة الامة وعزتها ويهدد كيانها ويفقدها امنها واستقرارها. وانطلاقا من ذلك تم طرح التساؤل التالي:

ما علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتطرف الفكري لدى الشباب العربي؟

وللإجابة على هذا التساؤل تم تفكيك موضوع البحث إلى النقاط التالية:

- محاولة تحديد مفهوم التطرف الفكري.
- محاولة معرفة علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتطرف الفكري.
- تحديد ورصد أهم الآليات والطرق للحد من هذه الظاهرة الا وهي ظاهرة التطرف الفكري في المجتمعات.

عرفت ثورة الجيل الثاني للأنترنت بمختلف وسائلها التي تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي اليوم حركة ديناميكية من التطور والانتشار بين آلاف المستخدمين لها خاصة فئة الشباب والمراهقين، حيث أصبحت قادرة على اختراق الحواجز المكانية والزمنية والوصول الى جميع البشر في كل بقاع الأرض، اذ أعطت تلك المواقع فرص كبيرة للتعبير عن الرأي وساهمت في نشر مبادئ الديمقراطية والحرية، فقد صارت أداة للتنظيم والتعبير والتحفيز وأداة أساسية لتشكيل الرأي العام وتعبئته وركنا هاما في تكوين الشباب الفكري، حيث أصبح بمقدور الشباب اليوم البحث عن أي شيء وكل شيء في فضاء الانترنت و التعمق في أي قضية تثير اهتمامهم خاصة أنه في بعض الأحيان تتسم سلوكياتهم وافكارهم بالسرعة وعدم التروي ونقص الخبرة في اتخاذ القرارات بشأن ما يتلقونه من مضامين إعلامية مختلفة، فالشباب العربي كثيرا ما يجد نفسه مضطرا دون أن يشعر للإدلاء بتفاصيل مهمة عن حياته وحياة أفراد أسرهم و الأفراد المحيطين بهم ومعلومات كثيرة عن حياتهم اليومية التي تشكل قدرا كافيا لأي جهة ترغب في معرفة أدق التفاصيل عن عالم الشباب العربي، الأمر الذي يتم استغلاله من طرف العديد من الجهات الأجنبية والجماعات الإرهابية المتطرفة فكريا في الاستفادة من تلك المعلومات والحوارات لمعرفة ما يدور من حركات فكرية تمكنهم من توجيهها بالطريقة التي تخدم مصالحهم لبت افكارهم بطرق مدروسة بشكل دقيق لإقناع هؤلاء الشباب بذلك الفكر المتطرف سواء من خلال الدين او المبادئ التي يروجون لها او الافكار المتطرفة التي تتسم بالعنف في منهجها وتستغل اندفاع وطاقت الشباب ورغبتهم في الوصول للأفضل وعدم المامهم بتلك الافكار ومعرفتهم لهويتها في تضليلهم واجتذابهم للإيمان بها ومن ثم جعلهم عناصر فاعلة في تنفيذ عملياتهم الارهابية كل في وطن، ولعل ما يزيد من خطورة هذه الظاهرة أن من يتورطون فيها هم الشباب الذين يعدون ثروة المجتمع وأمله، والأساس الذي يبنى عليه التقدم في جميع المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية،

١. التطرف الفكري: مفهومه وخصائصه وأسبابه.

١,١ مفهومه

التي يراها بدلا من نسبيتها (سلطاني و حفيان، ٢٠٢٢، صفحة ١٣٤٣).

- البعد عن الإبداع والخوف من التجديد الفكري المثمر، ومعاداة كل دعوات التجديد البناء والميل على التقليد والرضا بالقديم ولو كان غير صالح في ذاته.
- التطرف الفكري في معناه قريب من الصرامة العقلية التي طرحها بعض المفكرين، في انها ترتبط بالروح لمغلقة بغض النظر عن المضامين سواء كانت أيديولوجية أو دينية أو طبقية، وترتكز غالبا على ثنائية الضدية الحادة. (سلطاني و حفيان، ٢٠٢٢، صفحة ١٣٤٤).
- انه تطرف على مستوى الفكر لذلك يمثل منبع جميع التطرفات، فهو يستحوذ على عقل الفرد فلا يستطيع في ضوئه استعمال عقله وفقا للمنهجية السليمة، والطرق المنطقية، لذلك كان هذا التطرف خطيرا، يقول البخاري جملة: "إن الأهم ليس محاربة الإرهاب بل العمل كذلك، وفي الوقت نفسه على عدم صنع الإرهابيين".
- هو فكر قائم على مبدأ الإلغاء وعدم الاعتراف بآراء الآخرين والبعد عن الحوار والميل إلى الانكفاء على النفس واتهام الداعين إلى الحوار بالخروج عن الصواب.

١,٣ مظاهر التطرف الفكري

تتمثل مظاهر التطرف الفكري في النقاط التالية:

- الافراط في التدين لإثبات الذات وإظهارها بأنها مميزة عن الآخرين والذي من شأنه أن يؤدي بعض الأحيان إلى التفريط الذي يؤدي الكفر والإلحاد فلا يبقى للإنسان فضيلة في نفسه وقد يلجأ أحيانا للهروب من الواقع ويتعاطى المخدرات كعلاج لهذا الواقع المرير. (الطنطاوي، ٢٠١٦، صفحة ٠٩)
- التعصب حيث يتم التمسك بالرأي بشك متطرف ورفض أي نقا أو حوار حول الرأي المختلف.
- الإقناع العنيف باستخدام القوة والتهديد لإجبار الآخرين على قبول وجهة نظر معينة. ويعتبر هذا المظهر من أخطر مظاهر التطرف حيث يمكن أن يؤدي إلى الإضرار بالأفراد والمجتمع ككل.
- الانعزال حيث يتم فرض فكرة التفرد والانعزالية والانفصال عن المجتمع.
- التشبث بالأفكار السلبية إذ يؤمن المتطرفون بأفكار ومعتقدات سلبية تجاه الآخرين وتحد من قدرتهم على التعايش والتفاعل مع مجتمعهم ومحيطهم.

١,٤ أسباب التطرف الفكري

يعتبر التطرف الفكري من التحديات الكبرى التي تواجهها المجتمعات الحديثة لذلك فانه توجد العديد من الأسباب التي تؤدي للتطرف

المعنى اللغوي للتطرف الفكري: التطرف هو مجاوزة الغلو في الدين ، وهو التصلب فيه والتشدد حتى مجاوزة الحد فهو مجاوزة الاعتدال في الأمر. والطرف بالتحريك: الناحية من النواحي ، وتطرف الشيء صار طرفا ، وطرف كل شيء منتهاه ، وأصله في الحسيات كالتطرف في الوقوف والجلوس ثم انتقل إلى المعنويات كالتطرف في الدين أو الفكر أو السلوك. وعلى هذا فالغلو والتشدد والتطرف مجاوزة حد الاعتدال ، والنأي عن التوسط في الأمور والنصوص الشرعية الواردة في الكتاب والسنة تؤكد النهي عن ذلك وتحذر من الوقوع في هاويته وأن البون شاسع والفرق واضح بين المظاهر الفكرية والسلوكية بين الشخص المتدين والمتطرف. (حسن م، ٢٠١٥، صفحة ٢٦٤) كما ان التطرف هو مصطلح يستخدم للدلالة على كل ما يناقض الاعتدال إفراطا وتفریطا، و يعني في أبسط أشكاله الغلو والزيادة في الشيء دون حاجة أو ضرورة وهو الابتعاد عن القصد والعدل، وعليه فالتطرف هو أسلوب استجابة يتمثل في الخروج عن القواعد الفكرية والقيم والمعايير والأساليب السلوكية السائدة في المجتمع ومعبرا عنه بالسلبية أو الانسحاب بتبني قيم ومعايير مختلفة قد يصل الدفاع نها الى خد استخدام العنف والاصطدام بالمجتمع. (الطنطاوي، ٢٠١٦، صفحة ٠٧) المعنى الاصطلاحي: هو مجموعة الأفكار التي تتسم بالغلو، ويدين بها بعضهم مع ما فيها من خروج عن القواعد الفكرية أو الثقافية التي يقبلها المجتمع ولا يأبها الشرع. (حسن، ب.س، صفحة ٠٦)،

- من ناحية الاجتماعية يعرف التطرف الفكري على انه البعد عن الخط السوي للمجتمع سواء كان هذا البعد يمينيا أو يساريا سلبا أو إيجابا. (حمزة، ٢٠١٢، صفحة ٠٥)
- ويعد التطرف الفكري من الظواهر الخطرة التي تهدد أمن الفرد والمجتمع بعمومه، والواقع أن تطرف بعض الشباب في آرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم نحو بعض القضايا الاجتماعية والسياسية والدينية ظاهرة تحتل موقعها في كل المجتمعات منذ أقدم العصور، ولكنها أخذت بعدا جديدا في المجتمعات الحديثة عندما أنتج التطرف ظواهر كالعنف والإرهاب والعدوان على الأبرياء والممتلكات، وفوضى الأمن في المجتمع. (المعاينة و الزغبى، ٢٠٢٠، صفحة ٠٣) التطرف الفكري هو أيضا انحراف حيث تحرف المبادئ الدينية، بل وتعطي قيمة عكسية مثل: أن القتل مباح والسروقة مباحة والاعتداء مباح بدعوى أنه يخدم غرض وفكر التطرف، وتطرف الإرهاب هو انحراف سلوكي تدميري فيه أقصى قدر من محو الآخر دون وجود واقعية بديلة لتغيير ناجح لما أراد تغييره. (الطنطاوي، ٢٠١٦، صفحة ٠٧)

١,٢ خصائص التطرف الفكري

يتسم التطرف الفكري بمجموعة من السمات نذكر منها ما يلي:

- الاتصاف بأحادية الرؤية، لأنه فكر منغلق على نفسه يعتقد بأحادية المداخلات بدلا من تعدديتها، ويعتقد بإطلاقه الحقيقة

الفكري، إلا أنه يرى البعض أن ظاهرة التطرف الفكري تنشأ في العادة نتيجة أربعة أسباب أساسية وهي :

١. الفقر والأمية و البطالة، هذه الثلاثية تدفع الشخص الى الانسياق وراء تأويلات وآراء مغلوطة، كما يعتبر الفقر من أبرز الأسباب التي تؤدي للتطرف، حيث تزيد هذه الظروف من الاحتياجات الأساسية للأفراد وتخلق بيئة من اليأس والعدمية التي يمكن أن تؤدي الى الانخراط في مجموعات متطرفة توفر لهم الرفاهية والاستقرار المالي.

٢. عدم الرضا عن الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في المجتمع وخاصة في المناطق التي تعاني من الصراعات والخروب والاضطرابات الأمنية.

٣. التأثيرات الإعلامية حيث يعد الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي من الأسباب المهمة في انتشار التطرف الفكري حيث يستغل بعض المتطرفين هذه الوسائل لترويج أفكارهم والتأثير على أكثر الفئات المهمة في المجتمع الا وهي فئة المراهقين والشباب بتقديم وعود زائفة لحل مشاكلهم..

٤. الآثار السلبية للموروثات والعادات الاجتماعية والقيم الثقافية التي أنتجت تشوهات ثقافيتين واجتماعية تزي نعرات الاستعلاء ضد المختلف وتشعل نيران الطائفيين العرقية والمذهبية.

٥. غياب دور الأسرة والمدرسة في التربية، اذ تحتاج المدرسة اليوم جذب الشباب نحوها وغرس الفضائل الفكرية والروحية والحركية لا سيما ان هذا الدور الغائب للمؤسسات التعليمية ساهم في تكريس التطرف، وبالتالي فالمعلمون هم المعنيون الأول بالأمر بشكل مباشر وغير مباشر لأن المدرسة تقدم القيم والمهارات الحياتية للناشئة ثم تهتم بالعلم والعقل ونقل المعلومات ونقدها وتطويرها. (بكار، ١٤٣٠هـ، صفحة ٦٤)

٦. الخطابات الدينية المتعصبة التي تستند الى تأويلات وتفسيرات خطأ، مخالفة لصحيح الإسلام وجافية لروح الديانات كلها والنابعة من الحفاظ على القيم الروحية النبيلة التي تعتمد على المحبة والرحمة والتسامح ونبذ التعصب والكراهية. (حسن م، ٢٠١٥، الصفحات ٢٦٧-٢٦٩)

٧. الجهل بالإسلام مع الفهم الخاطئ له وتسرع الشباب في توجيه المجتمع، وكذا عجز المؤسسات الدينية الرسمية عن تأدية دورها التربوي والاجتماعي في الحفاظ على المكتسبات والهوية الوطنية. (محمد و الكندري، ٢٠٠٩، صفحة ٢٤)

٨. الفراغ الروحي الذي يحيط بالشباب لأن عدم وجود ما يشبع رغبات الشباب خاصة إذا وافق ذلك بطالة وعدم وتوافر سبل الرزق وكسب العيش، كفيل بضياهم وربما انحرا فهم مما يسهل توجيههم واستغلا لهم من أي إنسان كان حسب رغبته وخططه وربما كان هذا الفراغ سبباً للجريمة والافساد في الأرض.

٢. أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار التطرف الفكري

إن الاستخدام الكبير لوسائل الاتصال الجديدة من قبل العديد من

الناس خاصة فئة الشباب أصبح من الظواهر التي يرى الإنسان العادي انعكاساتها مع كل من يتعامل مع هذه الشرائح، فاستخدام الانترنت أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق والأقارب وأصبح هم الفرد قضاء ساعات طويلة في استكشاف مواقع الانترنت المتعددة مما يعني تغييرا في منظومة القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا مهما في ثقافتنا، فقد أصبح الشباب يعيشون في بيئة افتراضية جديدة تزخر بمتغيرات جديدة تختلف عما هو موجود في الواقع مما نتج عنه العديد من السلوكيات الجديدة التي جاءت بها الوسائط الجديدة. فالمتتبع للتطورات الحاصلة في مجال استخدام الوسائط المتعددة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي يدرك أن هذه الأخيرة لا تكتث بانتقادنا وتفنيدينا لسلبياتها ومخاطرها، ولا تراعي لما هو موجود من قيم وعادات وتقاليد وثقافات سائدة في المجتمعات، فقد أصبح الشاب يعيش في عالم مفتوح بدون رقيب ولا حسيب لما يحدث فيه معرضا لكل ما هو مفيد وغير مفيد يث عبر هذه الوسائط الاتصالية الإعلامية الجديدة مما يجعله يعيش في حالة من الاغتراب والعزلة داخل مجتمعه و أسرته ولا يفرق بين العالم الذي يعيشه وبين العالم الذي تصوره له هذه التكنولوجيات (دحماني، ٢٠٢٢)، فقد توصلت بعض الدراسات العلمية الى أن معظم معلومات الفرد بات يتحصل عليها من وسائل الإعلام، وأصبح من المستحيل الاعتماد على الوسائل التربوي القديمة في التربية والتوجيه، دون الاعتماد على آليات الإعلام الجديد؛ حيث فرضت التقنيات المعاصرة وثورة المعلومات نفسها على النشء والشباب فأصبح كل منهم اليوم أسيرا لهذه الوسائل تحاصره في كل مكان. فعلى الرغم من الدور الهام والمؤثر للإعلام في توجيهات الرأي العام واتجاهاته، وصياغة مواقفه وسلوكياته من خلال الأخبار والمعلومات التي تزود بها وسائل الإعلام المختلفة، إلا أن لها دور سلبي يقوم به الإعلام في تنمية فكرة التطرف والمساعدة على زرع العنف وتنمية فكر التطرف بشكل مباشر وغير مباشر. وذلك كم خلال مايلي:

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية اليوم مظهرا من مظاهر الإعلام الرقمي التي أصبحت مصدرا رئيسيا لجمع وتحليل وانتقاء المعلومات وإعادة نشرها بين المستخدمين، حيث أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية تعتمد على مستجدات هذه الوسائط وتزود منها بمعلومات دقيقة وذات مصداقية مباشرة من قلب الأحداث وعن طريق المواطن الذي اصبح المراسل الموهبة للعديد من الوسائل الإعلامية، وهنا بالرجوع لأكبر مثال عاشته الدول العربية خلال السنوات الأخيرة بما يعرف بالربيع العربي والتقلبات السياسية التي كانت الوسائل الإعلامية خاصة الحكومية منها سببا فيها، لذا لابد من عدم إغفال تأثير هذه الشبكات في المجتمع على كافة الشرائح العمرية خاصة فئة الشباب الذي يعد شريان حياة المجتمعات وسبب تطورها وازدهارها ورفقيها، فهو رأس المال لكافة الأمم وعدتها وعتادها حاضرا ومستقبل وهو ثروة الأمة التي تفوق ثروة مواردها كلها وهو أمل الأمة وعماد قوتها لذا على الأمة الاهتمام بالشباب ومعرفة اتجاهاته و ميولاته ومشكلاته. لذلك يشكل التفكير في مشكلات الشباب ومحاولة إيجاد الصيغة الملائمة لتوجيهه اجتماعيا وتربويا وأخلاقيا محاولة قديمة دعا اليها الفلاسفة من عهد سقراط والكتاب وعلماء النفس والمصلحون ورجال الإعلام الأمر الذي يعكس الاهتمام الجدي لهذه الشريحة عبر

المراحل التاريخية. ومن مظاهر اختراق الاعلام الرقمي (الشبكات الاجتماعية) لهوية الشباب العربي نجد ما يلي:

- التهديد والتحرش عبر الانترنت: يعتمد استخدام التكنولوجيا الرقمية للتهديد عبر الانترنت وذلك من خلال اشاعة معلومات كاذبة، محرجة أو عداوية تتعلق بأشخاص آخرين وهذا من أكبر المخاطر المنتشرة على الانترنت بالنسبة للمراهقين وهو خطر من ند الى ند.
- الخصوصية اذ يمكن للمعلومات الشخصية التي يتم جمعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن تتسرب وتعرض للاستغلال، إضافة للتعرض للعنف الرقمي اذ يمكن للمستخدمين ان يواجهوا العنف كالتممر والإساءة وما يترتب علة ذلك من انتشار الرذيلة والجريمة والعنف في المجتمعات الإسلامية وقتل أوقات الشباب بتضييعها في أنفه الأمور وبما يعود عليهم بالضرر البالغ في الصحة النفسية للشباب وفي دينهم وأخلاقهم وسلوكهم وحركتهم في الحياة والذي يؤثر بدوره على.

- العزلة والوحدة اذ توصلت دراسة نشرت في المجلة الأمريكية للطب الوقائي العام الماضي، والتي استطلعت آراء ٧,٠٠٠ شخص ممن تتراوح أعمارهم بين ١٩ و ٣٢ عاما، إلى أن الأشخاص الذين يقضون وقتا أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي، يصبحون أكثر عرضة مرتين للشكوى من العزلة الاجتماعية، والتي يمكن أن تتضمن نقصا في الشعور بالانتماء الاجتماعي، وتراجعا في التواصل مع الآخرين، وفي الانخراط في علاقات اجتماعية أخرى.
- اختراق ذاتية الشباب المسلم وتأهيله لعملية التبعية الحضارية وذلك من خلال تفاقم ظاهرة الغزو الثقافي ونشر أفكار وسلوكيات من شأنها تحطيم الولاء للقيم التراثية والدينية الأصلية والولاء للوطن والأمة واحلال أفكار وولاءات جديدة محلها بطرح بدائل هجينة منمقة بصورة مبهرة تجلب الأنظار ومن ثمة القلوب والعقول.
- فرض ثقافة القوى المالكة للإعلام الرقمي من خلال التهوين من قيمة الثقافة الوطنية باعتبارها ثقافة متخلفة لا تواكب متطلبات العصر، وفرض بدلها ثقافة أخرى باستخدام أقوى أساليب الجذب والإيهام وهي ثقافة القوى المالكة لمراكز الإعلام والاتصال.

- التشويش على منظومة القيم فبسبب الانفتاح الإعلامي الذي يشهده العالم أدى الى انتشار ثقافات تحمل من السلبيات أكثر مما تحمله من الإيجابيات، فقد اتسمت الكثير من الرسائل الإعلامية بالعشوائية واللامسؤولية بسبب غياب التوازن والطرح الموضوعي والقيمي في الرسالة الإعلامية، وكذا التركيز على البرامج الحوارية التي تيسر سبل الانحراف والتطرف الفكري لزعزعة الثقة بالمخزون الفكري السليم لدى الشباب. (سليمان، ٢٠١٩، الصفحات ٤١-٤٦)

وخير دليل على مخاطر الاعلام الجديد أشار تقرير نشرته صحيفة الحقيقة الدولية وتحديدا ما قاله "جيرالد نبرو" الأستاذ في كلية علم النفس بجامعة بر وفانس الفرنسية، وصاحب كتاب مخاطر الإنترنت:

(إن هذه الشبكة -الفييس بوك- يديرها مختصون نفسيون إسرائيليون مجندون لاستقطاب شباب العالم الثالث وخصوصا في دول الصراع العربي الإسرائيلي، ويشير التقرير إلى أن الشباب العربي كثيرا ما يجد نفسه مضطرا دون أن يشعر للإدلاء بتفاصيل مهمة عن حياته وحياة أفراد أسرتهن ومعلومات عن وظيفته، وأصدقائه والمحيطين به، وصور شخصية له ومعلومات يومية تشكل قدرا لا بأس به لأي جهة ترغب في معرفة أدق التفاصيل عن عالم الشباب العربي، وهذا يمكن جهات أجنبية من الاستفادة من تلك المعلومات والحوارات لمعرفة ما يدور من حركات فكرية تمكنهم من توجيهها بالطريقة التي تخدم مصالحهم وهذا هو صلب قضية الاختراق الفكري الذي يتعرض له الشباب المسلم من خلال الإعلام الرقمي خاصة الشبكات الاجتماعية (بدوي، ٢٠١٩، صفحة ١٧٠)، فعلى الرغم من الدور الهام والمؤثر للإعلام في توجيهات الرأي العام واتجاهاته، وصياغة مواقف وسلوكياته من خلال الأخبار والمعلومات التي تزود بها وسائل الإعلام المختلفة، إلا أن لها دور سلبي يقوم به الإعلام في تنمية فكرة التطرف والمساعدة علة زرع العنف وتنمية فكر التطرف بشكل مباشر وغير مباشر. وذلك كم خلال مايلي:

١. الحرية المغلوطة: من خلال ما تبثه بعض الصحف ووسائل الإعلام من أخبار وصور ومقالات تنمي هذا الفكر.
٢. التهويل والتضخيم: تلعب مختلف وسائل الإعلام ومختلف المنصات الاجتماعية سياسية التهويل والتضخيم بغرض الربح المادي في ظل المنافسة الشرسة لتحقيق الإثارة الصحفية والإقبال الجماهيري .
٣. ظهور أصحاب الفكر المتطرف عبر وسائل الإعلام من خلال استضافتهم في مختلف القنوات التلفزيونية واعطائهم الحرية في التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم التي قد تكون في بعض الاحيان متطرفة.
٤. الافتقار الى الخبراء والمختصين في مجال محاربة الفكر المتطرف لإقناع المشاهد بحقيقة التطرف وعدم الانسياق وراء التضخم الإعلامي الذي يؤدي في كثير من الأحيان الى نتائج سلبية. (قشطي، ٢٠١٩، الصفحات ٥٣-٥٥)

وعليه فالانحراف أو التطرف الفكري أصبحت آفة تمتد آثارها في جميع الأمم فمن أكبر التحديات اليوم مسألة نحن والآخر وكيف نتعايش، وقد امتحنت الكثير من الدول في الآونة الأخيرة بالأحداث الإرهابية التي أدت الى تصاعد الصدمات وتنامي العنف في داخل الدول فهو قضية يومية حياتية تمتد جسورها في التكوين البنيوي للأفكار والمثل العقائدية المقبولة في المجتمع فالفكر المتطرف شأنه شأن أي نسق معرفي اجتماعي يتأثر ويؤثر في غيره من الظواهر مرتبطة لحد كبير بالظروف التاريخية والسياسية والدينية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها من ظروف يتعرض لها المجتمع، والتطرف الفكري كفتنة لا يرتبط بزمان أو بلد أو دين بعينه، بل ينتشر حيث تنتشر قيم الفوضى ومظاهر الضعف، وخطورته تكون أعظم حين يتعلق الأمر بفئة الشباب، لأنه يساهم في ضياعهم وانحرافهم وجعلهم يكرهون بناء اوطانهم وحمائيتهم ويصبحون أداة للتحريب والتدمير لمنشآته إضافة الى الإخلال بنعمة الأمن على مستوى

بلده أو غيرها من البلدان الأخرى، فلقد أضر التطرف الفكري بالمجتمعات الإسلامية وأدى إلى نشوب الإرهاب، وأصبحت مشكلة التطرف في عصرنا خطراً يحدق بالأمة الإسلامية خصوصاً وأمم العالم على وجه العموم، وعليه فإن الوقاية من التشدد الفكري صارت مطلب عالمي وحضاري لا يكون إلا بالوعي بالحريات المنضبطة بالقوانين العقلية والقيم الروحية، وتعاون جميع المؤسسات وفق المسؤولية الاجتماعية.

٣. آليات الحد من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر التطرف الفكري

أصبح من الضروري من أجل مستقبل أبنائنا ومستقبل الأجيال الناشئة والصاعدة أن تتكاتف الجهود المجتمعية وأن تعمل على الالتحام بجذور واقعية بمشكلات الشباب وتقديم حلول واقعية وخدمات ملموسة تستند إلى الوقاية من مشكلات متوقعة، سببها الفقر والبطالة وانخفاض المستوى التعليمي من أجل درء ذلك الخطر الداهم الذي يورق الحكومات في أمنها وأمان شعوبها، وأن تحاول وضع آليات فعالة وبرامج قصيرة وطويلة المدى لمعالجة مشكلة التطرف الفكري، والبحث عن أسبابه الحقيقية، والقضاء على جذوره من جهة، ولتنشئة الشباب وفق سلوك اجتماعي سليم، وتحصينهم بالمبادئ والقيم الدينية والأخلاقية، وتنمية شعورهم بالانتماء والولاء، وصقل شخصيتهم الإنسانية وتأهيلها وتعويدها على الالتزام بالوسطية والاعتدال والسلوك الاجتماعي المسؤول. وهذا العمل لا يمكن أن ينجح إلا إذا تعاونت على تحقيقه الأسرة والمدرسة والمسجد وأجهزة وسائل العالم، وكافة الجهات الرسمية والأهلية التي تعمل في ميدان البناء التربوي والاجتماعي. وهذا هو صمام الأمان لوقاية المجتمع من الانحراف الفكري وكافة الجرائم التي تتصاعد نسب معادلتها عام بعد عام. (حسن م، ٢٠١٥، الصفحات ٢٦٢-٢٦٣) ولتفادي ظاهرة التطرف الفكري يجب اتباع ما يلي:

- تقديم صورة حقيقية للاعتدال من خلال نشر ثقافة الحوار والتسامح والانفتاح على الرأي والرأي الآخر. وتقديم الصورة السلبية للإرهاب مع كشف خفايا التنظيمات الإرهابية ومساراتها الفكرية وآليات عملها واستغلالها للجهل الديني أو الحقد المجتمعي الذي يمكن أن يشعر به بعض شبابنا العربي لأسباب متعددة.
- الاستفادة من حلقات تحفيظ القرآن بالمساجد في التعريف بمخاطر الإرهاب وموقف الإسلام الراض للغلو والتطرف وما يترتب على الأعمال الإرهابية من مفسد واضرار بمصالح الأمة ومخالفة مثل هذه الأعمال لمقاصد الشريعة في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.
- إعادة صياغة المناهج المدرسية لتساهم في التربية على مفاهيم الاعتدال الفكري بحيث يجب أن تنصبغ بصيغة الإسلام الصحيح والا تتعارض معه لبعث روح العزة والأخوة الإسلامية.
- أن تعمل وسائل الإعلام على ترتيب ثقافة التنمية والوحدة على أجندتها بدلا من ثقافة الكراهية والعنف والتطرف، ووقف الحملات المبنية على التحريض وتلفيق الأكاذيب.

- ترسيخ مبدأ الحوار والتفاعل الفكري للتعرف على اتجاهات الشباب الفكرية والثقافية ومناقشة هذه الاتجاهات والتحاو فيها وكشف اتجاهات الفكر المستورد المتطرف، العمل على تعديل الاتجاهات السلبية للشباب نحو المجتمع.

- يستطيع أفراد المجتمع المدني المساهمة بالدراسات والمقالات والتحقيقات في منابر وسائل الإعلام لتعزيز جهود محاربة التطرف ونشر ثقافة الحوار والتسامح.

- التأكيد على أهمية غرس وتعزيز الوازع الديني في النشء والشباب لمجابهة هذا الغزو والهجوم الشر من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، لأن انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي لها آثار كارثية في خلخلة فكر المجتمع وقيمه ونسيجه وإعاقة حركة نهوض الأمة وتقدمها وتنميتها البشرية.

- ضرورة توظيف التربية الإعلامية كمقرر دراسي في مختلف مراحل العملية التعليمية للتنبيه بمخاطر الغزو الفكري والثقافي والتدريب على التحليل النقدي للخطابات والرموز التي تستعملها وسائل الإعلام، وتقديم أفضل المهارات لحل المشكلات التي تواجه مجتمع التواصل الاجتماعي الافتراضي.

- التركيز على توعية الشباب بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها المختلفة الإيجابية والسلبية على الأمن الفكري لديهم من خلال عقد الندوات والمؤتمرات التي توضح ذلك.

- يجب استخدام وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي بشكل إيجابي لتقديم رسائل مؤثرة وصحيحة للجمهور ومكافحة الأخبار المغلوطة والتضليلية التي تروج للتطرف الفكري.

الخاتمة

وختاماً لما سبق التطرق اليه من نقاط بحثية أعلاه نخلص بالقول أننا نعيش في عصر يصعب فيه السيطرة على الأفكار والقناعات أو إعادة توجيهها انه بفضل الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي اليوم وبغض التي أصبحت ان تشكل تهديدا للأمن والاستقرار العام على المجتمعات وتعرض مختلف شرائحه للخطر خاصة شريحة الشباب لانها أصبحت تساهم في نشر المعلومات والأخبار الكاذبة والأفكار المتطرفة التي عرفت رواجاً كبيراً في مختلف المناطق العربية، لذلك فإن مكافحة هذه الظاهر تتطلب جهوداً مشتركة من جميع الأطراف بدءاً من الأفراد والمجتمعات المحلية وحتى الحكومات والمؤسسات الدولية تحمل مسؤوليتها في تنظيم هذه المواقع وإزالة المحتوى الضار والمتطرف من جهة، و يتطلب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة سليمة ومسؤولة والتحلي بالحذر والحكمة والتفكير النقدي عند استخدامها وعدم الانسياق وراء الأفكار المتطرفة من جهة أخرى، وكل هذا في رأيينا لا بد من العمل على تشكيل فريق من الخبراء الدوليين العرب في مختلف المجالات لبحث سبل التوعية الإعلامية المشتركة ضد التطرف الفكري وتعزيز الجهود للقضاء عليه .

المراجع

١. أحمد محمد علي سليمان. (ديسمبر، ٢٠١٩). التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد. مجلة جامعو الوصل للدراسات الاسلامية والعربية، الصفحات ٤١١-٤٨٢.
٢. الرائد محمد حمزة. (٢٠١٢). مكافحة الارهاب والتطرف وأسلوب المراجعة الفكرية. مصر: جمهورية مصر العربية وزارة الداخلية.
٣. حمزة المعاينة، و مخلص الزغبى. (أيلول، ٢٠٢٠). الإرهاب والتطرف الفكري-المفهوم، الدافع، سبل المواجهة-. المجلة العربية للنشر العلمي، الصفحات ١-٣٢.
٤. رمضان عبد الحميد محمد الطنطاوي. (يوليو، ٢٠١٦). أسباب ظاهرة التطرف لدى طلاب الجامعة وأساليب الحد منها من وجهة نظرهم -دراسة ميدانية-. مجلة كلية التربية، الصفحات ١-٤٥.
٥. عبد الرحمن عبد الله بدوي. (يوليو، ٢٠١٩). آليات الحد من الآثار السلبية لوسائل الإعلام الجديدة في نشر التطرف الفكري بين طلاب الخدمة الاجتماعية من منظور اجتماعي. مجلة كلية التربية، الصفحات ١٦٥-٢١٤.
٦. عبد القادر سلطاني، و محمد حفيان. (جانفي، ٢٠٢٢). الأخلاق الصوفية وأثرها في الوقاية من التطرف الفكري. مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع (المجلد ١٧، عدد خاص).
٧. عبد الكريم بكار. (١٤٣٠هـ). المناعة الفكرية (المجلد ٠٢). الرياض: مؤسسى الإعلام اليوم.
٨. فاطمة دحماني. (٢٠٢٢، ٣١، ١٢). مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، الصفحات ٣٢٦-٣٤١.
٩. محمد حسن حسن. (٢٠١٥). التربية الوقائية للمؤسسا التربوية في مواجهة الطرف الفكري. مجلة دراسات في التعليم الجامعي.
١٠. محمد النصر حسن. (٢٠١٥). التربية الوقائية للمؤسسات التربوية في مواجهة الطرف الفكري. مجلة دراسات في التعليم الجامعي (مجلد ٣١، عدد ٣١)، الصفحات ٢٤٣-٢٩٨.
١١. ملك بدر محمد، و لطيفة حسين الكندري. (٢٠٠٩). دور المعلم في وقاية الناشئة من التطرف الفكري. مجلة كلية التربية.
١٢. نادي محمود حسن. (ب.س). التطرف الفكري وسبل مواجهته -دراسة من منظور الكتاب والسنة-. مجلة أبحاث وواقائع المؤتمر العام، الصفحات ١-٢١.
١٣. نبيلة عبد الفتاح حسين قشطي. (٢٠١٩، ٠١، ٠٢). دور الإعلام في الوقاية من التطرف. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، الصفحات ٤٤-٥٧.

تأثير المحتويات الكترونية في منصة اليوتيوب وانعكاساتها المستقبلية على تربية الأطفال في مملكة البحرين (دراسة ميدانية)

د. حورية الديري

الجامعة الأهلية - مملكة البحرين

hyusuf@ahlia.edu.bh

مروة جميل

الجامعة الأهلية - مملكة البحرين

marwajameel29@gmail.com

ملخص

تهدف الدراسة إلى رصد تأثير المحتويات الكترونية في منصة اليوتيوب على تربية الأطفال البحرينيين، وتبعاً للخصائص الديموجرافية للمجتمع ذاته، فقد هدفت الدراسة بالدرجة الأولى إلى رصد استجابات ووجهات نظر فئة الشباب البحريني المتمثلة في كل من: الآباء، الأمهات، مربى رياض الأطفال، المعلمين بالمرحلة الابتدائية، أطباء الأطفال والعائلة بالإضافة لفئة الشباب غير المتزوجين الذين يتعاملون بشكل مباشر مع الأطفال سواء في المحيط العائلي أو على المستوى المهني، وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان للوقوف على التأثيرات والانعكاسات التي تحدثها المحتويات الكترونية بشكل خاص في تنشئة الأطفال.

الكلمات المفتاحية

المحتويات الكترونية - منصة اليوتيوب - الانعكاسات المستقبلية

مقدمة

من مكانة في عملية الإشراف والتوجيه المستمر، خاصة مع الاقبال المتزايد من قبل الأطفال على متابعة المحتويات الكترونية التي تعرض من خلال منصة اليوتيوب، باعتبارها من المنصات الأكثر تفضيلاً لدى الأطفال.

لذا تحاول الباحثان من خلال الدراسة الحالية تسليط الضوء على واقع الأطفال في مملكة البحرين من خلال تعرضهم لقناة اليوتيوب، وهي دراسة تهدف إلى رصد تأثير المحتويات الكترونية (المسلسلات/ الأفلام/ البرامج/ الأناشيد/ ألعاب الفيديو) لمنصة يوتيوب على الأطفال البحرينيين.

وتسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: ما تأثير المحتويات الكترونية في منصة اليوتيوب؟ وما هي انعكاساتها المستقبلية على تربية الأطفال في مملكة البحرين؟

أسئلة الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما المحتويات الكترونية التي يتعرض لها الأطفال في مملكة البحرين على منصة اليوتيوب؟
- ما متوسط الساعات التي يقضيها الطفل على منصة اليوتيوب؟
- ما دور أفراد الأسرة في عملية الإشراف على المحتويات الكترونية التي يتعرض لها الطفل من خلال منصة اليوتيوب ؟
- ما تأثير المحتويات الكترونية التي تعرض في منصة اليوتيوب على القيم والسلوكيات الاجتماعية للطفل؟

أحدثت تكنولوجيا المعلومات وشبكات الإنترنت تطوراً هائلاً في حياة المجتمعات، وقد حقق الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي نهضة معلوماتية ومعرفية واسعة، ساهمت من خلال ما تقدمه من محتويات في تغيير العديد من المفاهيم وتنمية المعارف وتعزيز الانفتاح العالمي على العديد من الثقافات.

وإيماناً من دور الأسرة في التربية وتنمية القيم والسلوكيات لدى الأبناء، فقد بات من الصعب السيطرة على المحتويات الإلكترونية التي يتعرض لها الأبناء في ظل التحول الرقمي، وتوافر الأجهزة الإلكترونية وشبكات الإنترنت. لذا فإن الحديث عن الدوافع والسلوكيات الناتجة عن المعارف والمفاهيم التي تنقلها المنصات الإلكترونية وتأثيراتها على الأطفال وما تحدثه من انعكاسات مستقبلية، يعتبر العامل الأساس في تنمية الشباب وإعدادهم للمستقبل، لذلك جاءت هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على الخبرات المتراكمة التي يتعرض لها الأبناء في سنواتهم المبكرة، ودور عملية الغرس الثقافي في اكساب الأطفال ثقافة متنوعة من خلال التطبيق والمحاكاة والنمذجة الواعية وغير الواعية.

مشكلة الدراسة

بعد التنوع الرقمي الذي تقدمه المنصات الإلكترونية مجالاً محفزاً للأطفال، وفضاءً واسعاً أبعدهم عن القنوات التلفزيونية بشكل واضح، وقد بات من الصعب تحديد المحتوى أو اختياره في ظل التوافر والانتشار الواسع للأجهزة والشبكات العنكبوتية، وذلك بدءاً من المنزل والمدرسة والمرافق المجتمعية.

ويبقى التحدي كبيراً ومستمرًا، ولا غرو في أن يجتهد الآباء والمربون كل

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع تم استخدام أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة عشوائية بسيطة من الجمهور البحريني مكونة من ٢٣٣ مبحوث لرصد استجاباتهم ووجهات نظرهم المتعلقة بتأثير المحتويات الكترونية لمنصة اليوتيوب على الأطفال البحرينيين. واشتملت المحتويات الكترونية التي تتمحور حولها الدراسة على: مسلسلات كرتونية، أفلام كرتونية، برامج كرتونية، فيديوهات أناشيد تم توظيف الرسوم المتحركة فيها، بالإضافة فيديوهات إعلانية لألعاب الفيديو والتي تم صنعها باستخدام تقنيات الرسوم المتحركة كالتقنية الثنائية والثلاثية الأبعاد. وتبعاً للخصائص الديموجرافية لمجتمع مملكة البحرين، فقد هدفت الدراسة بالدرجة الأولى لرصد استجابات ووجهات نظر فئة الشباب البحريني المتمثلة في كل من: الآباء، الأمهات، مربي رياض الأطفال، معلمي المرحلة الابتدائية، أطباء الأطفال والعائلة بالإضافة لفئة الشباب غير المتزوجين الذين يتعاملون بشكل مباشر مع الأطفال في المحيط العائلي، إلى جانب ذلك، اعتمد الاستبيان على رصد استجابات ووجهات نظر فئة الأجداد والجدات البحرينيين كونهم عنصر فعال في تربية الأطفال في ظل انخراط الأمهات في ميادين سوق العمل مما يضطرهم لإبقاء الأطفال لعدة ساعات في اليوم مع فئة الأجداد والجدات.

حدود الدراسة

تتركز الدراسة بالحدود الآتية:

- الحدود المكانية: مملكة البحرين
- الحدود الزمانية: مارس - إبريل ٢٠٢٣.
- الحدود الموضوعية: دراسة تأثير المحتويات الكترونية في منصة اليوتيوب وانعكاساتها المستقبلية على تربية الأطفال في مملكة البحرين

نتائج الدراسة

تم استخدام أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة عشوائية بسيطة من الجمهور البحريني مكونة من ٢٣٣ مبحوث لرصد استجاباتهم ووجهات نظرهم المتعلقة بتأثير المحتويات الكترونية لمنصة اليوتيوب على الأطفال البحرينيين. واشتملت المحتويات الكترونية التي تتمحور حولها الدراسة على: مسلسلات كرتونية، أفلام كرتونية، برامج كرتونية، فيديوهات أناشيد تم توظيف الرسوم المتحركة فيها، بالإضافة فيديوهات إعلانية لألعاب الفيديو والتي تم صنعها باستخدام تقنيات الرسوم المتحركة كالتقنية الثنائية والثلاثية الأبعاد. وتبعاً للخصائص الديموجرافية لمجتمع مملكة البحرين، فقد هدفت الدراسة بالدرجة الأولى لرصد استجابات ووجهات نظر فئة الشباب البحريني المتمثلة في كل من: الآباء، الأمهات، مربي رياض الأطفال، معلمي المرحلة الابتدائية، أطباء الأطفال والعائلة بالإضافة لفئة الشباب غير المتزوجين الذين يتعاملون بشكل مباشر مع الأطفال في المحيط العائلي، إلى جانب ذلك، اعتمد الاستبيان على رصد استجابات ووجهات نظر فئة الأجداد والجدات البحرينيين كونهم عنصر فعال في تربية الأطفال في ظل انخراط الأمهات في ميادين سوق العمل مما يضطرهم لإبقاء الأطفال لعدة ساعات في اليوم مع فئة الأجداد والجدات.

- ما مدى توافق المحتويات الكترونية التي تعرض في منصة اليوتيوب مع توجهات الأسرة الاجتماعية والدينية؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى رصد أثر المحتويات الكترونية على منصة يوتيوب وانعكاساتها المستقبلية على الأطفال في مملكة البحرين، وتسعى إلى تحقيق الآتي:

- التعرف على المحتويات الكترونية التي يتعرض لها الأطفال في مملكة البحرين على منصة اليوتيوب.
- الكشف عن متوسط الساعات التي يقضيها الطفل على منصة اليوتيوب.
- التعرف على دور أفراد الأسرة في عملية الإشراف على المحتويات الكترونية التي يتعرض لها الطفل من خلال منصة اليوتيوب .
- التعرف على تأثير المحتويات الكترونية التي تعرض في منصة اليوتيوب على القيم والسلوكيات الاجتماعية للطفل.
- الكشف عن مدى توافق المحتويات الكترونية التي تعرض في منصة اليوتيوب مع توجهات الأسرة الاجتماعية والدينية.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي يعد من الموضوعات الحديثة التي تتم معالجتها في مملكة البحرين، وهذا الموضوع يتصف بالأصالة والجدة في الطرح، كما تنبع أهمية هذه الدراسة من الأمور الآتية:

١. الحاجة لمعرفة دور الشباب في عملية التوجيه الإيجابي في المنصات الرقمية.
٢. الحاجة لتسليط الضوء على التأثيرات الإيجابية والسلبية للتعرض للمنصات الرقمية.
٣. الحاجة لدراسات حديثة تتناول منصات اليوتيوب وتأثير المحتويات الكترونية على ثقافة وسلوك الطفل من جانب ومدى توافقها مع التوجهات الأسرية.

أدوات الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على الاستبيان أداة رئيسية في جمع البيانات، ولتسهيل عملية الحصول على الاستجابات فقد تم النشر الإلكتروني، مما ساعد على الحصول على نتائج تمثل شريحة واسعة من المستجيبين.

منهج الدراسة

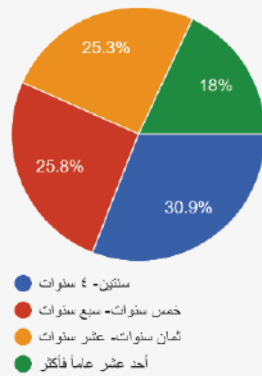
تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يركز على رصد الظاهرة محل البحث، والعمل على تفسيرها وتحليلها داخل إطارها المجتمعي، للخروج بالنتائج التي ترصد الواقع، واقتراح التوصيات الملائمة.

وبناءً على المعطيات المذكورة أعلاه، يكون مجموع عدد الشباب الذين يتعاملون مع فئة الأطفال باختلاف حالاتهم الاجتماعية هو ١٩١ مبحوثاً، أي يبلغ ٨١,٩٧٪ من النسبة الكلية للعيينة العشوائية التي تم رصدها من خلال أداة الأستبيان، مما يؤكد أن نسبة كبيرة من فئة الشباب البحريني في المجتمع من الإناث والذكور يتعاملون بشكل كبير مع الأطفال باختلاف أعمارهم، أي أنهم موجودين في محيط الطفل ويمكن أن يؤثر في التربية الإعلامية الكرتونية للأطفال سواء كانوا أولياء أمور هؤلاء الأطفال، أم من أقاربهم أو من فئة صناع المحتوى الكرتوني أو أصحاب الوظائف التربوية والتعليمية كالمعلمين وإداريي المؤسسات التعليمية ورياض الأطفال وكتاب أدب الأطفال.

مبحوثين عينة الدراسة ومتوسط أعمار الأطفال الذين يتعاملون معهم

يضح من خلال الشكل التالي أن مبحوثي عينة الدراسة المكون عددهم ٢٣٣ مبحوث باختلاف أعمارهم (جيل الشباب والكبار) يتعاملون مع فئة الأطفال من مختلف الأعمار.

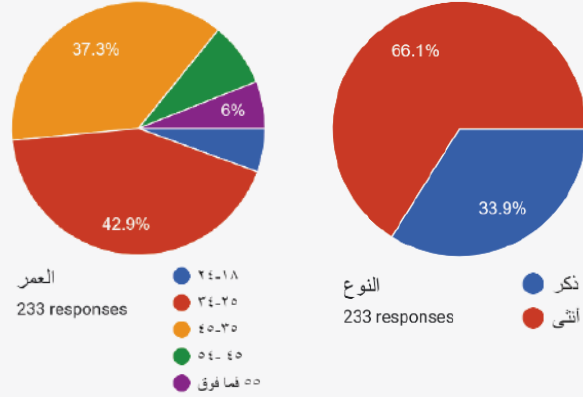
متوسط أعمار الأبناء الذين تتعامل معهم
233 responses



الشباب البحريني ومتوسط أعمار الأطفال الذين يتعاملون معهم ويستخدمون منصة اليوتيوب لمشاهدة المحتويات الكرتونية المختلفة :

تبين نتائج الاستبانة أن فئة الشباب البحريني في عينة الدراسة سواء كانوا آباء وأمّهات أم ليس لديهم أبناء يتعاملون مع فئات عمرية مختلفة من الأطفال، حيث تبين أن ٦٣ من المبحوثين الشباب يتعاملون مع فئة الأطفال من عمر سنتين - ٤ سنوات، أي بنسبة ٢٧,٠٤٪ من العينة الكلية للدراسة، كما أن ٥٦ من المبحوثين الشباب يتعاملون مع فئة الأطفال من عمر خمس سنوات إلى سبع سنوات، أي بنسبة ٢٤,٠٣٪ من العينة الكلية للدراسة، في حين أن ٤٧ من المبحوثين الشباب يتعاملون مع فئة الأطفال من عمر ثمان سنوات - عشر سنوات، أي بنسبة ٢٠,١٧٪ من العينة الكلية للدراسة، في المقابل ٢٥ من المبحوثين الشباب يتعاملون مع فئة الأطفال من عمر أحد عشر عاماً فما فوق (إلى أقل من ١٨ عام)، أي بنسبة ١٠,٧٣٪ من العينة الكلية للدراسة. وبناءً على البيانات أعلاه، فإن مجموع عدد المبحوثين الشباب في عينة

وقد شارك في الاستبانة ١٥٤ من الإناث (بنسبة ٦٦,١٪) و٧٩ من الذكور (بنسبة ٣٣,٩٪)، وتراوحت أعمار المبحوثين من فئة الشباب من ١٨ عام إلى ٤٥ عام، حيث رصدت استجابات ووجهات نظر ٢٠٠ مبحوث من الشباب والشابات البحرينيين، أي ما يعادل ٨٥,٨٪ من عينة الدراسة. (الشكل ١ و ٢).



الشباب البحريني في عينة الدراسة والمؤهل الدراسي

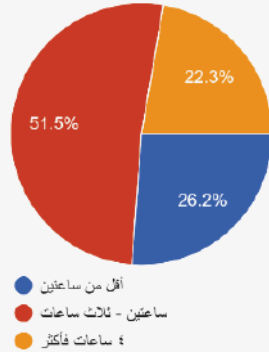
وتبين من خلال نتائج الاستبانة أن غالبية الشباب في العينة العشوائية للدراسة هم من الأشخاص الحاصلين على مؤهل أكاديمي جامعي، حيث أن عدد الشباب والشابات الجامعيين الحاصلين سواء على درجة الدبلوم أو البكالوريوس أو كلاهما بلغ ١٣١ مبحوثاً، بنسبة ٥٦,٢٢٪ من عينة الدراسة في حين أن عدد الشباب من عينة الدراسة الحاصلين على الشهادات العليا سواء درجة الماجستير أو درجة الدكتوراه أو كلاهما من الذكور والإناث قد بلغ ٥٩ مبحوث بنسبة ٢٥,٣٢٪ من عينة الدراسة، أي أن مجموع عدد الشباب والشابات الجامعيين من عينة الدراسة بلغ ١٩٠ مبحوثاً، بنسبة ٨١,٥٥٪ من عينة الدراسة. في المقابل بلغ عدد الشباب والشابات في العينة الحاصلين على شهادة أكاديمية أقل من دبلوم ١٠ مبحوثين، بنسبة ٤,٢٩٪ فقط من عينة الدراسة.

الشباب البحريني وفئة الاطفال

توضح أداة الاستبيان أن هناك فئات عديدة من الشباب الذين يتعاملون مع الأطفال بمختلف أعمارهم، وتحتل فئة الشباب المتزوجين ممن لديهم أبناء سواء الآباء والأمهات النسبة الأكبر من عينة الدراسة، حيث يبلغ عددهم ١١٥ مبحوثاً، أي أنهم يشكلون نسبة ٤٩,٣٦٪ من النسبة الكلية للعيينة. تليها فئة الشباب ممن ليس لديهم أبناء بعد، ولكنهم يتعاملون بشكل مباشر مع فئة الأطفال سواء في محيط العائلة (كأقارب للطفل) أم على المستوى المهني، في حال كانوا يمتحنون أحد الوظائف المتعلقة بصناعة المحتوى الكرتوني أو الوظائف التربوية والتعليمية كوظيفة المعلم وإداريي المؤسسات التعليمية ورياض الأطفال وكتاب أدب الأطفال. حيث بلغ عدد فئة هؤلاء الشباب من عينة الدراسة ٦٧ مبحوثاً، بنسبة ٢٨,٧٦٪ من العينة الكلية للدراسة. بينما بلغ عدد الآباء والأمهات المطلقين الذين لديهم أبناء ٧ مبحوثين فقط، أي بنسبة ٣٪ فقط من العينة الكلية للدراسة. فيما تم رصد حالتين فقط للآباء والأمهات الأرمال الذين لديهم أبناء، حيث سجلوا نسبة قليلة جداً من عينة الدراسة بلغت ٠,٨٦٪ فقط من العينة الكلية.

الساعات اليومية لتعرض الأطفال لهذا المحتوى للمنصة، فإن تراكمية المتوسط تزداد كذلك، فالتالي فإن التأثير التراكمي للمحتويات الكترونية للمنصة يزداد مع الوقت سواء كان التأثير إيجابى أم سلبى على الأطفال.

متوسط الساعات اليومية لتعرض الأطفال للمحتويات الكترونية لمنصة يوتيوب
233 responses



استجابات ووجهات نظر المبحوثين نحو تأثير المحتويات الكترونية للأطفال المعروضة على منصة اليوتيوب (نتائج جدول الاستبيان):

- بينت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين كانوا محايدين في تصنيف المحتويات الكترونية للمنصة بشكل مطلق كمحتويات مفيدة أو غير مفيدة، وقد يعود هذا الامر لتنوع المحتويات الكترونية في المنصة بين المفيد وغير المفيد، أو لقلة خبرتهم بالمحتوى الموجود بشكل كاف.
- في المقابل، أجمع ٢٢٢ مبحوثاً من عينة الدراسة العشوائية المكونة من ٢٣٣ مستجيب، بأن سلوكيات الأطفال تتغير بتغير المحتوى الكتروني الذي يشاهدونه عبر منصة اليوتيوب.
- كذلك أجمع ١٧٦ مبحوثاً أن مشاهد العنف سواء اللفظي أم التصويري كثيرة في المحتويات الكترونية المعروضة في المنصة، بينما كان ٤٧ مبحوثاً فقط من المحايدين و ١١ مبحوثاً من المعارضين للعبارة.
- أيضاً اجمع ٢١٣ من مبحوثي الدراسة أن الأطفال يتأثرون سلباً بمشاهد العنف في المحتويات الكترونية المعروضة على منصة اليوتيوب.
- إلى جانب ذلك، رأى ٢١٦ مبحوثاً أن الأطفال يقلدون فقط لغة جسد شخصياتهم الكترونية المفضلة، في حين أن ٢١٤ من المبحوثين يؤمنون أن الأطفال يقلدون شخصياتهم الكترونية المفضلة بالمجمل. وهذا ما يؤكد إن الشخصيات الكترونية التي يشاهدها الطفل في المحتويات الكترونية ويتأثر بها يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على سلوكياته (تقليد صوت الشخصية الكترونية، الطلب من والديه أن يرتدي ثياب الشخصية الكترونية) فضلاً عن تقليد الطفل للغة جسد شخصياته الكترونية المفضلة.

- كذلك كان هناك إجماع من قبل ١١١ مبحوثاً من العينة الكلية للدراسة على أن الأطفال يكتسبون مفردات لغوية سلبية من المحتويات الكترونية المعروضة على منصة اليوتيوب. بينما ٣٩ من

الدراسة الذين يتعاملون مع الأطفال باختلاف أعمارهم هو ١٩١ مبحوثاً، أي بنسبة ٨١,٩٧% من العينة الكلية للدراسة.

والجدير بالذكر أن ١٨٤ من أصل ١٩١ من المبحوثين الشباب أوضحوا من خلال أسئلة الاستبيان أنهم يتعاملون مع أطفال بحرينيين يعتمدون على منصة اليوتيوب لمشاهدة المحتويات الكترونية المختلفة، (أي بنسبة ٧٨,٩٧%). وهي نسبة عالية تشير لإمكانية إشراك الشباب في المجتمع البحرينى في عملية الإشراف وتنقيح المحتويات الكترونية السلبية التي يتعرض لها الأطفال على منصة اليوتيوب عبر حث وتوجيه وترغيب الشباب للأطفال نحو الإقبال على مشاهدة المحتويات الكترونية الإيجابية في المنصة.

متوسط الساعات اليومية لتعرض الأطفال للمحتويات الكترونية لمنصة اليوتيوب:

بشكل عام بينت نتائج الاستبيان أن متوسط الساعات اليومية التي يتعرض فيها الأطفال البحرينيين للمحتويات الكترونية لمنصة اليوتيوب متفاوتة، وتم اعتبار أعلى متوسط ساعات يومية يتعرض فيها الطفل البحرينى للمحتويات الكترونية عبر المنصة هو من ساعتين إلى ٣ ساعات، إذ بلغت عدد المبحوثين الذين اختاروا هذا المتوسط للإجابة عن هذا السؤال في الاستبيان ١٢٠ مبحوثاً، أي بنسبة ٥١,٥% من الإجابات عن هذا السؤال حسب الشكل البياني التالي. في حين ٦١ من مبحوثي الدراسة، أي بنسبة ٢٦,٢% من العينة الكلية للدراسة قد بينوا من خلال إجاباتهم عن هذا السؤال في الاستبيان أن متوسط الساعات اليومية التي يتعرض فيها الأطفال للمحتويات الكترونية عبر منصة اليوتيوب هو أقل من ساعتين. في المقابل فإن ٥٢ من مبحوثي الدراسة، أي بنسبة ٢٢,٣% من العينة الكلية للدراسة قد بينوا من خلال إجاباتهم على هذا السؤال في الاستبيان أن متوسط الساعات اليومية التي يتعرض فيها الأطفال للمحتويات الكترونية عبر منصة اليوتيوب هو ٤ ساعات فأكثر.

ووفقاً لذلك، يمكن استخلاص أن متوسط تعرض الأطفال البحرينيين للمحتويات الكترونية عبر منصة اليوتيوب هو متوسط يمتاز بطبيعته التراكمية اليومية التي يمكن قياسها كمتوسط ساعات أسبوعي أو شهري أو حتى سنوي، حيث سنذكر من خلال حساب (افتراضى) لتراكمية متوسط الساعات اليومية لتعرض الطفل للمحتويات الكترونية عبر منصة اليوتيوب على المستوى الأسبوعي أو الشهري أو السنوي:

تراكمية تعرض الأطفال للمحتويات الكترونية عبر المنصة	أقل من ساعتين يومياً (للطفل الواحد)	ساعتين - ثلاث ساعات يومياً (للطفل الواحد)	٤ ساعات فأكثر يومياً (للطفل الواحد)
المتوسط الأسبوعي	$7 \times 1 = 7$ ٧ ساعات أسبوعياً	$7 \times 2 = 14$ ١٤ ساعة أسبوعياً	$7 \times 4 = 28$ ٢٨ ساعة أسبوعياً
المتوسط الشهري	$30 \times 1 = 30$ ٣٠ ساعة شهرياً	$30 \times 2 = 60$ ٦٠ ساعة شهرياً	$30 \times 4 = 120$ ١٢٠ ساعة شهرياً
المتوسط السنوي	$360 \times 1 = 360$ ٣٦٥ ساعة سنوياً	$360 \times 2 = 720$ ٧٣٠ ساعة سنوياً	$360 \times 4 = 1440$ ١٤٦٠ ساعة سنوياً

ومن خلال الجدول أعلاه، يمكن إدراك أن المتوسط اليومي لساعات التعرض للمحتويات الكترونية من قبل الأطفال عبر المنصة يمكن أن يتضاعف بشكل كبير أسبوعياً وشهرياً وسنوياً، وأنه كلما زاد متوسط

المبحوثين كانوا في حالة حياد و١٢ مبحوث لم يوافق على العبارة. التوصيات

- بالإضافة لذلك، يعتقد ١٨٩ مبحوثاً أن الأطفال البحرينيين يتعلمون عادات اجتماعية سلبية من المحتويات الإلكترونية التي يتعرضون لها عبر منصة اليوتيوب، بينما ٣٧ مبحوثاً كانوا من المحايدين للعبارة و١٢ مبحوثاً كانوا من المعارضين للعبارة. في المقابل، يعتقد ١٤٦ مبحوثاً فقط أن الأطفال يكتسبون عادات اجتماعية إيجابية من خلال المحتويات الإلكترونية المعروضة على منصة اليوتيوب.
- والجدير بالذكر أن ١٧٩ من مبحوثي الدراسة يعتقدون أن الأطفال الذين يستخدمون منصة اليوتيوب لمشاهدة المحتويات الإلكترونية يكتسبون مهارات معرفية متعددة، بينما ٤٦ مبحوثاً كانوا من المحايدين و٩٠ مبحوثين كانوا من المعارضين للعبارة.
- هناك تقارب نسبي بين عدد المبحوثين الذين يعتقدون أن المحتويات الإلكترونية لمنصة اليوتيوب تتناسب أو لا تتناسب مع أعمار الأطفال الذين يتعاملون معهم (سواء أبناءهم أو في محيط العائلة أو على المستوى المهني)، حيث يعتقد ٨٨ مبحوثاً أن الأطفال يشاهدون محتويات إلكترونية لا تتناسب مع أعمارهم، في حين أن ٨٥ مبحوثاً يرون أن الأطفال الذين يشاهدون المحتويات الإلكترونية تتناسب مع أعمارهم. وقد يكون وعي المبحوثين هو السبب في هذا التقارب، إذ وعلى الرغم من اختلاف المؤهل الدراسي للمبحوثين إلا أنهم على وعي بوجود محتويات إلكترونية إيجابية ومحتويات إلكترونية سلبية (لذلك كانوا محايدين في الحكم على المحتوى الإلكتروني للمنصة بأنه سلبي بشكل مطلق أم إيجابي بشكل مطلق كذلك).
- أجاب المبحوثون بتفاوت على ما إذا كان الأطفال يشاهدون محتويات إلكترونية على المنصة تتوافق مع توجيهات أسرهم اجتماعياً ودينياً، إذ أن ٧٤ من المبحوثين أجابوا بأنهم يتفقون مع العبارة، بينما ٩٠ من المبحوثين لم يتفقوا على العبارة بينما ٧٢ كانوا محايدين.
- بينما أجاب ١٠٥ من المبحوثين أن الأطفال لا يشاهدون محتويات إلكترونية باللغة العربية أغلب الوقت. في المقابل أجمع ١٥٧ من المبحوثين أن الأطفال يشاهدون محتويات إلكترونية باللغات الأجنبية أغلب الوقت. وبمقارنة هذه المحصلة مع متوسط الساعات اليومية لتعرض الأطفال للمحتويات الإلكترونية لمنصة يوتيوب وفرضية متوسط تراكمية ساعات تعرض الأطفال للمحتويات الإلكترونية لمنصة يوتيوب أسبوعياً وشهرياً وسنوياً، يمكننا أن نستخلص أن الأطفال من الممكن أن يتأثرون بالمحتويات اللغوية والثقافية في المحتويات الإلكترونية التي يشاهدونها فضلاً عن إمكانية تأثرهم بالمحتوى نفسه إن كان محتوى سلبي أو محتوى عنيف. وإن تراكمية المشاهدة قد المحتويات السلبية في المحتويات الإلكترونية عادة وسلوك بنبهه الطفل ويؤثر على شخصيته وقيمه وسلوكياته الاجتماعية (نظرية الغرس الثقافي) + (نظرية ترتيب الأولويات).
- مجموع عدد الشباب الذين يتعاملون مع فئة الأطفال باختلاف حالاتهم الاجتماعية هو ١٩١ مبحوثاً، أي يبلغ ٨١,٩٧٪ من النسبة الكلية للعينة العشوائية التي تم رصدها من خلال أداة الاستبيان، مما يؤكد أن نسبة كبيرة من فئة الشباب البحريني في المجتمع من الإناث والذكور يتعاملون بشكل كبير مع الأطفال باختلاف أعمارهم، أي أنهم موجودين في محيط الطفل ويمكن أن يؤثر في التربية الإعلامية الإلكترونية للأطفال سواء كانوا أولياء أمور هؤلاء الأطفال، أم من أقاربهم أو من فئة صناع المحتوى الإلكتروني أو أصحاب الوظائف التربوية والتعليمية كالمعلمين وإداريي المؤسسات التعليمية ورياض الأطفال وكتاب أدب الأطفال.
- بالعودة لمحور الشباب البحريني ومتوسط أعمار الأطفال الذين يتعاملون معهم ويستخدمون منصة اليوتيوب لمشاهدة المحتويات الإلكترونية المختلفة، فقد أوضح ١٨٤ من أصل ١٩١ من المبحوثين الشباب أنهم يتعاملون مع أطفال بحرينيين يعتمدون على منصة اليوتيوب لمشاهدة المحتويات الإلكترونية المختلفة، (أي بنسبة ٧٨,٩٧٪). وحيث أن هذه النسبة عالية، فإنه من الممكن إشراك الشباب في المجتمع البحريني في عملية الإشراف group supervision) إلى جانب الإشراف الأبوي (Parents Supervision) على الأطفال أثناء مشاهدتهم للمحتويات الإلكترونية السلبية المختلفة على منصة اليوتيوب من خلال حث وتوجيه وترغيب الشباب للأطفال نحو الإقبال على مشاهدة المحتويات الإلكترونية الإيجابية في المنصة.
- تفعيل الإعلام الموجه للطفل: زيادة إنتاج المحتويات الإلكترونية العربية والبحرينية على وجه الخصوص (بلغة عربية بسيطة تتناسب مع المستوى اللغوي للمشاهد الصغير في عصرنا الحالي) ويكون إنتاجها ذي جودة عالية لينافس المحتويات الأجنبية لترغيب الطفل البحريني على مشاهدتها، وغرس القيم السوية للأطفال من خلال المحتوى الإلكتروني (نظرية الغرس الثقافي ونظرية ترتيب الأولويات).
- إعداد المزيد من الدراسات والبحوث لرصد تأثير المحتويات الإلكترونية على الأطفال والناشئة في مملكة البحرين والخليج وتوعية الجمهور بأبرز المستجدات في هذا الشأن وإشراكهم ضمن جلسات Focusing Groups لإستنباط الحلول العلمية العملية القابلة للتطبيق للحد من تأثير المحتويات الإلكترونية على الأطفال والناشئة.
- بحث سبل التعاون مع وزارات التربية والتعليم في جميع دول الوطن العربي لإعداد مقررات دراسية لتعليم التربية الإعلامية للأطفال والناشئة في الوطن العربي، بحيث يتم تحديثها بشكل دوري لتواكبه المستجدات الإعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي

قائمة المراجع

١. بن سولة نور الدين، الملقنى العلمي الموسوم بـ التحولات الاجتماعية في البيئة الرقمية ، جامعة مصطفى اسطمبولي، معسكر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار المثقف للنشر والتوزيع، الجزائر، 2022
٢. الديهي، محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2015.
٣. سيد علي إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التحديات المفروضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الطبعة الأولى ، مصر، 2020.
٤. غالب كاظم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة - ووسائل متجددة، دار أمجد، الطبعة الأولى، الأردن، 2017
٥. نهاد فتحي سليمان حجازي، الألعاب الإلكترونية وتأثيرها على الأطفال، دار العلوم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2018
٦. حميد، ن (2019)، تأثير الرسوم المتحركة على التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر الأولياء دراسة على عينة من آباء وأمهات أطفال ولاية الوادي (مذكرة لنيل شهادة الماستر)، تم الاسترجاع من
٧. <http://dspace.univ-eloued.dz/handle/123456789/8909>
٨. نادة، ت (2017)، القيم و السلوكيات الاجتماعية في الرسوم المتحركة المعربة دراسة تحليلية لعينة من حلقات "سبونج بوب" (مذكرة لنيل شهادة الماستر)، تم الاسترجاع من
٩. <https://dspace.univouargla.dz/jspui/handle/123456789/14452>
١٠. حليلة، ز (2016)، تأثير الرسوم المتحركة على تنشئة الطفل (مذكرة لنيل شهادة الماستر)، تم الاسترجاع من
١١. <https://dspace.univouargla.dz/jspui/handle/123456789/11288>
١٢. English Resources
١٣. Ghilzai, S., Alam, R., Ahmed, Z, Shaukat, A, Noor, S. (2017), Impact of Cartoon Programs on Children's Language & Behavior, Siena Journals 2017 (2), 104 – 126.
١٤. Habib, K, (2015), Cartoons Effect in Changing Children Mental Response & Behavior, Open Journal of Social Sciences 2015 (3), Pp 16
١٥. Hassan, A, (2013), Cartoon Network and its Impact on Behavior of School Going Children: A Case Study of Bahawalpur, Pakistan. International Journal of Management, Economics & Social Science (IJMESS) 2013 (2), PP 6-11
١٦. Onuora, C, Obasi, N, Ezeah, G, Gever, V. (2021), Effect of Dramatized Health Messages: Modelling Predictors of the Impact of COVID- 19 You Tube Animated Cartoons on Health Behaviour of Social Media Users in Nigeria. International Sociology 2021 (36). PP 124 – 140.
١٧. Rai R, Waskel B, Sakalle S et al, (2016) Effects of cartoon programs on behavioural, habitual and communicative changes in children. International Journal of Community Medicine and Public Health 3(6): 1375–1378.
١٨. Sopekan, S, Alade, S, Ignatius, I, Unhechukwu, M, (2020, Parents Perceptions of Influence of Violent Cartoons on Primary School Pupils' Social Behaviors, Educational Planning 2020 (27), PP 41 – 50.

شبكات التواصل الاجتماعي والشباب في المجتمعات العربية في ظل التغير الاجتماعي (الآثار والحلول)

د. محمد ذيب

جامعة الوادي - الجزائر

dhibmohammed@yahoo.com

فتحي بوخاري

جامعة الوادي - الجزائر

fethiboukhari@gmail.com

ملخص

تهذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على آثار استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب العربي، من خلال رؤية تحليلية سوسيولوجية في الآثار المترتبة عن شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية استخدام وإستعمال هذه المواقع من طرف الشباب العربي، وقراءة في الحلول الممكنة لتثمين إيجابياتها والحد من سلبياتها. ولأن هذه الشبكات ميزة من مميزات الثورة التكنولوجية المعاصرة في ظل التغير الاجتماعي الحاصل في جميع القطاعات والمجالات، فقد أصبح المجتمع بكل شرائحه لا سيما فئة الشباب لا يمكن الإستغناء عنها في كل مكان وفي كل زمان، ولأنه أصبح من الضروري في هذا الوقت مساهمة التقدم التكنولوجي ومصاحبة التغير الاجتماعي والتكيف مع هذه الثورة التكنولوجية الرقمية للحفاظ على الأفكار الفكرية والقدرات الذهنية حتى يتحلى الشباب بالقوة وحفاظا عن ثقافته الأمنية والدينية والأمنية، مع محاولة الحفاظ للرقى بالمجتمعات وتماسك أفرادها والتي تمثل شريحة الشباب الذي يعتبر المحور والبنية الأساسية لتركيب المجتمع وفي هذا السياق نطرح التساؤل التالي : كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تغير أفكار الشباب العربي في ظل التغير الاجتماعي الراهن؟

الكلمات المفتاحية

شبكات التواصل الاجتماعي، الشباب، المجتمع، التغير الاجتماعي.

مقدمة

شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع العربي من تغير الأفكار والسلوكيات وتغير في الاتجاهات والامن الفكري لدى الشباب العربي وفي هذا السياق نطرح التساؤل التالي: كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تغير أفكار الشباب العربي في ظل التغير الاجتماعي الراهن؟

أهداف الدراسة

- التعرف على التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي شبكات التواصل الاجتماعي في إطار ما يثبت تعدد تغير ثوابت التغير الاجتماعي من خلال التغير الحاصل في الافكار والسلوك لدى الشباب.
- إيجاد الحلول الممكنة لتثمين الإيجابيات والحد من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- وصف استخدامات الشباب شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتغير الاجتماعي لديهم.

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في حد ذاتها وما تمتاز به من خصائص إتصالية، تعليمية، تربوية وترفيهية، والتي تعتمد على الإعلام الآلي الذي أصبح أداة فعالة وفي غاية الأهمية سواء

تعد التطورات العلمية الحديثة التي عرفها الإنسان إنعكاسا إيجابيا حتى على عملية الاتصال، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليها الإنسان في عملية التواصل وذلك من خلال ظهور الفضاء الأزرق أو ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، وهذا من أجل تبادل المعارف والمعلومات ومختلف الأنشطة التي يقوم بها الإنسان بطريقة سهلة .

تعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى المنتجات التكنولوجية، التي توسّع انتشارها في العالم كله مجسدا، فالظاهرة الإتصالية دخلت مرحلة مهمة جدا حيث أدى ذلك لإنتاج فضاء إفتراضي مستحدث موازي في تركيبته للعالم الواقعي بكل مظاهر الحياة الاجتماعية داخل هذا الفضاء الإلكتروني، وقد بينت الدراسات والأبحاث بأن هناك ما يقارب ٢٠٠ موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية ويعتبر عاملا من عوامل التغير الاجتماعي حيث يعتبر موضوع التغير الاجتماعي من المواضيع المهمة في حياة المجتمعات التي تعيش جميعها ظاهرة التغير المتنامية في حياتها بحيث تشكل ظاهرة إجتماعية وعامة على مختلف المجالات فالتغير صفة ملازمة منذ القديم حتى في عصرنا الحالي فهو يتميز بصفة الإستمرارية بمختلف مجتمعاتها، حيث قامت العديد من الدراسات المختصة من أجل فهم التغير وتوجيهه وجهة إيجابية بهدف تنمية المجتمع ورفع هيبته رغم عمليته معقدة التركيب ومتداخلة العوامل، مختلفة باختلاف الثقافة والأوضاع الاجتماعية التي تعيشها المجتمعات، وبالتالي دراسة العلاقة بين عامل التكنولوجيا التي تمثلها

تمتد على فترات زمنية متعاقبة يتم خلالها حدوث إختلافات أو تعديلات معينة في العلاقات الإنسانية، أو في المؤسسات أو التنظيمات أو في الأدوار الاجتماعية، "كما عرفه وميلز على أنه" التحول الذي يطرأ على الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها الأفراد وكل ما يطرأ على النظم الاجتماعية وقواعد الضبط الاجتماعي الذي يتضمنه البناء الاجتماعي في مدة معينة من الزمن"^١.

ومن خلال ما سبق نقول أن التغير الاجتماعي هو حالة التبدل من الحالة (أ) إلى الحالة (ب) في مختلف الأدوار والحالات، ويعد التغير الاجتماعي الذي يطرأ على المجتمعات مؤشراً من المؤشرات التي تدل على التحول من حالة إلى أخرى.

كما عرف الدكتور رفعت بشر التغير بأنه تغير بنائي يصيب المجتمع في تركيب سكانه، وعلاقات أفرادهِ وفي نظمه ومؤسساته وظواهره الاجتماعية كذلك يؤدي إلى تغيرات في القيم الاجتماعية المعايير والاتجاهات وأماط السلوك المختلفة، والتي إتفق على تسميتها بثقافة المجتمع^٢.

ويعرف إجرائياً: هو التبدل والتحول على مستوى الأفكار والاتجاهات والسلوك الذي يحدث كنتيجة لاستخدام الانترنت عامة و شبكة التواصل الاجتماعي خاصة عند الشباب.

٣. الشباب:

إن مرحلة الشباب هي ليست فقط مرحلة زمنية في الحياة العمرية للإنسان وإنما هي مجموعة من الخصائص والمواصفات الاجتماعية النفسية فهي عبارة عن تغيير كمي ونوعي جذري في ملامح الشخصية وهي مرحلة تغيير سريع، وفترة تضطرب فيها الشخصية ويرتفع فيها مستوى توترها، بحيث تصبح معرفته الانفجاريات والاختلالات في علاقتها مع أعضاء الاسرة والأصدقاء والمدرسة وغيرهم^٣.

ويرى بورديو بأن هناك اتجاه عام في علم الاجتماع يعتبر الحدود بين الاعمار هي الشرائح العمرية حدود أساسية، فنحن لا نعرف أين تنتهي مرحلة الشباب لتبدأ الشيخوخة^٤.

ويعرف إجرائياً: الشباب هي المرحلة العمرية التي تلي مرحلة الطفولة وفيها ينضج العقل والتفكير السليم لدى الفرد ويصبح يميز اعماله ويدرك الضوابط الاجتماعية داخل مجتمعه مثل الثقافة والعرف والقانون.

في المجالات العلمية والمهنية، كما أن التركيز على جانب الإستخدام لهذه التقنية من طرف الشباب مهم جداً باعتبارها الشريحة الأكثر إستخداماً لها هذا من جهة ومن جهة أخرى أن هذه الفئة تعتبر نواة المجتمع ومستقبله ومعالجة الموضوع بشكل علمي ومنهجي.

أولاً. رؤية في مفاهيم ومصطلحات الدراسة

١. شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم إهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء، وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الأنترنت^٥.

وعطفاً على ذلك نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي ميزة من مميزات التقدم التكنولوجي الذي يجب مسايرته من خلال ما تقدمه من خدمات عديدة وتطبيقات عديدة من أجل مساعدة الفرد على تخطي كل الصعوبات سواء في حياته العلمية أو الاجتماعية المهنية.

وتعرف بأنها: "خدمة متوفرة عبر الأنترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أنحاء العالم ومشاركتهم وتشبيكهم في موقع إلكتروني واحد، يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الأخبار والمحادثة الفورية ومشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو والصوتيات"^٦.

ومن خلال هذا التعريف نقول أن لشبكات التواصل الاجتماعي عدة أهداف كبيرة وهي جعل العالم قرية صغيرة يمكن للفرد التجول فيه دون جهد أو عناء وبأقل تكلفة ممكنة، مما تتيح له فرصة التواصل والعمل على هذه التقنية من أجل حياة جد رفاهية.

وتعرف إجرائياً: هي أرضية وغرف إلكترونية مشتركة عالمياً تعمل وفق شبكة الأنترنت، تتيح لمستخدميها التفاعل الافتراضي ونقل الأفكار والآراء والثقافات في شتى المجالات فيما بينهم من خلال مجموعة من التطبيقات بما يساهم في تأثير أحد الجهات في الجهات المتفاعلة الأخرى.

٢. التغير الاجتماعي:

في تعريف الدكتور حسين الخوالي " بأنه تلك العملية المستمرة والتي

١ حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٥، ص ٨٤.

٢ عبد المولى السيد وآخرون: شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، المجلد ٧، العدد ١٥، ٢٠١١، ص ١٩٢.

٣ أحمد زيدان : التغير الاجتماعي، مكتبة الانجلو المصرية ٢٠٠٦، ص ٢٠.

٤ أحمد زيدان: مرجع سابق، ص ١٩.

٥ زهير حطب وآخرون: السلطة الابوية والشباب، معهد الانماء العربي، لبنان، ١٩٨١ ص ٢٩.

٦ عطا الله يعقوبي: التدوين والسلوك الاجرامي لدى الشباب، رسالة ماجستير علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، ٢٠٠٦.

٤. المجتمع:

تجمع مغلق دائم ضخم كثيف بدرجة أو بأخرى مستقل في أرضه وفي غذائه. ينطوي على علاقات خارجية تنشط وتنعكس في مظهره العام درجة عالية من التنظيم، على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وكذا السياسي^٧.

ثانياً: التغير الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب العربي... أية علاقة؟

١. شبكات التواصل الاجتماعي

يمكن إرجاع نشأتها إلى أواخر التسعينيات وبالتحديد عام ١٩٩٧ ويعتبر موقع (sixdergrees.com) أول هذه المواقع ظهوراً وذلك من خلال إتاحة الفرصة لمستخدميه بوضع ملفات شخصية على الموقع، إضافة إلى موقع (classmates.com) على يد مبدع راندي كواتراند وبعدها توالت مواقع التواصل الاجتماعي بالظهور ولعل من أبرز هذه المواقع موقع (facebook.com) حيث مكن هذا الموقع مستخدميه من فتح ملفات شخصية وإرسال الرسائل لمجموعة من الأصدقاء والذي شهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، حيث كان في بدايته مجتمعا إفتراضيا وما لبث أن إزداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية، لذلك لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا وفعالا في تحقيق المسؤولية الاجتماعية إذا ما أحسن إستثمارها وإستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، فقد إستطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ لذا يمكن أن تعد التواصل الاجتماعي عبر هذه المواقع بمختلف فروعها موضة يستخدمها الشباب فقط وتتغير مع مرور الزمن^٨.

٢. نماذجها:

يجد المستخدم نوع من الحرية في إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنظر إلى أنواعها والنماذج المتوفرة للمستخدمين ونذكر من بينها - على سبيل المثال وليس الحصر:-

- **تويتر (twitter):** هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي، وأخذ إسمه من مصطلح تويتر بمعنى (تغريد) وإتخذ من العصفورة رمزا له، أما من الناحية العلمية فهو خدمة مصغرة تسمح لمستخدميه إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرف للرسالة الواحدة وذلك بإستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في اليوم. أ وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة، ورغم أنه ظهر في أوائل ٢٠٠٦ كمشروع تطوير بحثي إلا أنه انتشر فيما بعد كخدمة جديدة

خاصة عام ٢٠٠٧ وفي شهر أفريل من نفس السنة قامت شركة بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter^٩.

- **الفيس بوك** أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية على الأنترنت، ويقدم الموقع خدمات تفاعلية لمستخدميه مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، وتبادل الفيديو والصور، ومشاركة الملفات، وهو موقع مفتوح لكل من يرغب بالتسجيل من جميع أنحاء العالم بشكل مجاني، وقد أحدث هذا الموقع هزة في الكثير من الأوساط السياسية والاجتماعية والأمنية وخاصة الإعلامية لما يتميز به من نقل وتداول الأخبار والمعلومات والآراء^{١٠}.

٣. وسائل الإعلام والاتصال والتغير الاجتماعي

إهتمت الكثير من الأبحاث والدراسات بفحص العلاقة بين وسائل الإعلام الجماهيرية وتكنولوجيا الإتصال الحديثة وعمليات التغير الاجتماعي والثقافي، ذلك بالنظر إلى قوة هذه الوسائل وأهميتها المتزايدة، في مختلف مجالات الحياة، وتأثيراتها الظاهرة والكامنة على الفرد والمجتمع، وأغلب الأبحاث التي في عام ١٨٦٠ إستعرض الباحث جوزيف كلاير ربط الإتصال بالجماهير وخرج بعدة تعميمات منها:

- أن وسائل الإعلام ليست عادة السبب الكافي أو الضروري لإحداث التأثير في الجماهير ولكنها تعمل مع ومن خلال بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة.
- أن طبيعة العناصر الوسيطة تجعلها تعمل على وسائل الإتصال عنصرا مساعدا وليست السبب الوحيد في تدعيم أو تقوية الاتجاهات الموجودة.
- في الأحوال الخاصة التي تساعد وسائل الإتصال فيها على إحداث التغير تسود حالتين:

- أن العوامل الوسيطة لا تعمل وبذلك يصبح تأثير الإتصال فيها مباشرا.
- العوامل الوسيطة التي تميل عادة إلى تدعيم وتقوية الاتجاهات الموجودة تساعد هي نفسها على إحداث التغير.

وفي سياق تحليل العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع أشار مارشال ماكلوهان الذي أعطى في أعماله دورا رئيسا للوسائل في عملية الاتصال بل وحتى في تنظيم المجتمع كله، ولقد ركز في تحليلها على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الإتصال المسيطرة في كل مرحلة تاريخية معينة.

وبشكل عام، هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام، من حيث :

٧ شويش زهية: مجتمع القصور، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، جامعة منثوري، قسنطينة الجزائر ٢٠٠٥/٢٠٠٦، ص ٣١.

٨ خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، ٢٠٠٥، ص ٥٥.

٩ محمد حسن : التعريف بالمواقع الاجتماعية، الموقع الأول في العالم، على الموقع الإلكتروني التالي : www.abaarpress.com بتاريخ ١٥،٠٣،٢٠٢٠.

١٠ حارث عبود، مزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط ١، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٥، ص ١٤٠.

- أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه.
- أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

فإذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة إستخدامها والهدف من ذلك الإستخدام، وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي يحتمل أن تغير وجه المجتمع كله شأنه في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها بصرف النظر عن مضمونها، التي إنتقدت بشدة عدة مرات أعيد لها الإعتبار مأكلوها في مساهماته وبجدية في السبعينات، لقد كان يرى بأن المواصفات الأساسية لوسيلة الإتصال المسيطرة بإمكانها أن تدلنا على كيفية التفكير وكيفية تنظيم المعلومات^{١١}.

ويبقى من أشهر من كتب عن أهمية وسائل الإتصال هو الباحث الأمريكي الكندي مارشال مأكلوها صاحب العبارة المشهورة "الوسيلة هي الرسالة" التي تشير إلى أن طبيعة الرسالة - مفردات، تراكيب، أسلوبا، أدوات مساعدة- تتأثر بنوع الوسيلة، فالخبر في الجريدة يختلف عنه نسبيا في الإذاعة ويختلف عنه أيضا في التلفزيون، وإنطلاقا من هذه الحقيقة - الرسالة هي الوسيلة -، يحاول مأكلوها أن يبين أنه في هذا المجتمع المشتت والمنقسم، أن تأثيرات الرسائل لا تفهم إلا من خلال الوسائل التي تحملها أو تقودها، وأن أي تكنولوجيا جديدة تؤدي إلى تغيرات على مستوى التصورات، هذا الشعار يعطينا مأكلوها مثال بالكهرباء، فالكهرباء لا يحتوي على رسالة إلا أنه يتحول إلى رسالة بعد إلتقائه بوسيلة، تساعد على إنارة مستشفى مثلا، وفي هذا السياق يرى مأكلوها بأن الرسالة لا تكون موجودة إلا من خلال الوسيلة فالمعلومة لا تكون معروفة إلا من خلال بثها عبر التلفزيون، أو نشرها على صفحات الجرائد، أو مناقشتها وبثها من خلال الراديو، كما أن هذه التكنولوجيا أو التقنية الجديدة تساهم في نشر الرسائل وإظهارها، فإنها تساهم كذلك في تفسير التحولات التي تحدث في المجتمع وفي طبيعة العلاقات الإجتماعية، ومن ثم تقوم الفكرة الرئيسة لمأكلوها على أساس أن الوسيلة التي تنقل المضمون الإعلامي تؤثر في المستقبلين تأثيرا لا شعوريا يغير سلوكهم، و«الوسيلة» هي «الرسالة» تعني بالإضافة إلى ذلك أن لكل وسيلة جمهورا من الناس يفوق حبه لها إهتمامه بمضمونها^{١٢}.

وإهتمامه في دراسته على النظام الإتصالي المتبنى من طرف مأكلوها ولقد ركز على كل مجتمع لأنه يرى بأن الخصائص الأساسية للوسيلة المسيطرة في هذا النظام تدل على كيفية التفكير أن مضمون وتنظيم المعلومات على مستوى المجتمع برمته، ويقول مارشال مأكلوها وسائل الإعلام يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران على ما تقوله تلك الرسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر

مما يشكلها مضمون الإتصال، فحينما ينظر مأكلوها إلى التاريخ يأخذ موقفا نستطيع أن نسميه «الحتمية التكنولوجية» فمأكلوها يؤمن بأن الاختراعات، التكنولوجية الهامة هي التي تأثر تأثيرا أساسيا على المجتمعات^{١٣}.

من خلال سرد العلاقة بين وسائل الاعلام والتغير الإجتماعي نقول أن الوسيلة الإعلامية لها دور كبير في إحداث التغير الإجتماعي، خاصة إذا ماتحدثنا عن الإعلام الجديد الذي تمثله وسائل الإتصال التكنولوجية الحديثة وخاصة شبكات التواصل الإجتماعي الفيسبوك الذي يتمتع بخاصية المرونة وكسر الحدود الجغرافية وكذلك الإفتتاح على الآخر، كما يسهل الحصول على المعلومة بشكل سريع جدا وبأقل تكلفة وجهد ممكن، من هنا نقول أن لوسائل الإعلام والتغير الإجتماعي ذات علاقة متلازمة ومترابطة فمن جهة مواكبة العصرنة والتقدم التكنولوجي ومن جهة أخرى الحفاظ والإستقرار على الثوابت العامة كالدين، العادات والتقاليد وغيرها.

يعتبر الشباب أحد شرائح المجتمع المهمة والتي تعتبر القلب النابض له من خلال ما تقدمه من خدمات وإصلاحات للمجتمع، وإرتبط بوسائل الإتصال والتكنولوجيا الحديثة وعلى رأسها شبكات التواصل الإجتماعي التي تعتبر ميزة من مميزات الثورة الحديثة، حيث تعد ميدانا خصبا من أجل الدردشة والتواصل فيما بينهم، وإستعمالهم له في البحث العلمي وإجراءاته، والإطلاع على ما يجري حول العالم، فهو متنفس لهم وإشباع لرغباتهم وميولاتهم، فهو فضاء مجاني سهل التواصل ويحمل العديد من التطبيقات والخدمات كالدرشة، ومشاركة الفيديو والصور وتحميلها، لربط هذه العلاقات وفتح مجالات للنقاش بشكل موسع حول مواضيع مختلفة وبلغات مختلفة وبأساليب عديدة عن طريق تعليقاتهم ورفع الصور أو المخطوطات وغيرها، ويتداولون الأفكار وفتح النقاشات والحوار، كما أنهم يتأثرون بكل الصفحات الأجنبية التي تدعو للموضة والإفتتاح وتساهم هذه الشبكات في تشكيل رأي عام حول قضايا الموضة والإفتتاح الهائل والسلبى مما يهدد أمن أفكارهم وعدم حماية عقول الطلبة من سلبيات الفيسبوك وسوء إستخدامه، فقد أصبح إستعمال هذه التقنية الحديثة من طرف الشاب العربي أمرا حتميا لديهم من أجل متابعة الأخبار والدردشة والتفاعل مع الأصدقاء والولوج للصفحات لأجل الإطلاع على كل ما هو جديد كالموضة كاللباس وقصات الشعر وهذه الأمور كلها ينبغي التدقيق فيها من خلال الإستخدام الجيد لهذه التقنية، وقدرة الإشتغال عليها من طرف الشباب العربي. هذا فإن مجتمعنا العربي يمتاز بعدة خصوصيات التي تحكمها العادات والتقاليد وعلى رأسها القيم التي تعتبر نواة كيان المجتمعات ومن هذه القيم: القيم الأخلاقية والتي تعتبر المكون الرئيسي للشباب العربي في كيانه لأن الأمم أخلاق وتبنى بأخلاقها، ولهذا السبب فإن شبكات التواصل الاجتماعي لا تفرق بين ما هو أخلاقي أو غير أخلاقي، فهنا هو المسؤول عن تصرفاته وإستخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل

١١ احمد عبدلي: مادة الصحافة والتغير الاجتماعي، مطبوعة بيداغوجية، تخصص صحافة، قسم الدعوة وعلوم الاعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، ٢٠١٤/٢٠١٣، ص ٣٩.

١٢ احمد عبدلي: مرجع سابق.

١٣ احمد عبدلي: مرجع سابق.

وتجارية وجمالية ترفيهية، بين الأفراد عبر الكون كله وبسرعة فائقة تتوسع دائرة إنفتاحهم على ثقافة الآخر^{١٥}. وعليه تكون المعلومات هنا مستخدمة من أجل التواصل البشري فضلا عن كونها سلعة يستفاد منها في الأنشطة الاقتصادية والسياسية وعنصرنا نقديا بذات الوقت، لنقد الأحداث والأشخاص والأحرى بنا أن نشير إلى إتصالات الأفراد هنا يتم عبر تقنيات إلكترونية يفضلونها على الاتصال المباشر وجها لوجه في معظم أوقات حياتهم، وحتى الحكومة تتصل بمواطنيها وتعرفهم على سياساتها ومواقفها حول المواضيع التي تهتم بها أكثر من اعتمادها على التنظيمات الرسمية الوسيطة بينها وبين المواطنين مثل الأحزاب السياسية والبرلمان ووكالات الأخبار وذلك راجع إلى سرعة إتصالها بهم وكذا الحال بالنسبة لرجال الأعمال والأساتذة في المؤسسات التعليمية والتربوية، هذا النوع من الإفرازات يحصل بسبب ثورة المعلومات والتطورات التكنولوجية.

٣. ظهور مجتمع معلوماتي:

ينشأ هذا النوع من المجتمعات بسبب الأزمة الديمغرافية والتدمير البيئي المتطرف والتقنيات الحديثة المتطورة، وتآزم علاقة الشمال بالجنوب وهذا ما حصل في العالم الصناعي الغربي الذي يستخدم أفرادهم ثقافة إلكترونية تسير وجودهم، وعلاقاتهم وإتصالاتهم وتكتف ثقافتهم وتحررهم من طغيان وهيمنة الزمان والمكان، تقرب من تواصلهم مهما تباعدوا جغرافيا وتجعل في تحقيق طلباتهم بسرعة فائقة وفي وقت وجيز، ويتصف هذا المجتمع بالصفات التالية، يكون الحاسوب مسيطرا على أذهانهم ومعتمدا على قوته الإنتاجية للمعلومة (شبكة وبنوك للمعلومات) وأبرز مشاكل هذه المجتمعات الاجتماعية فهي غزو خصوصيات الناس وانتشار الإرهاب وكثرة الجرائم الإلكترونية ومن الصفات الأخرى في هذا النوع من المجتمعات هي أن معرفة استخدام الحاسوب بين الأفراد يعني إمتلاك موهبة تمنح مالكيها نفوذا وإعتبارا وتميزا عاليا، كما كانت الأرض والمال يمثلان مصدر للنفوذ والعزة والقوة عند أفراد المجتمعات التقليدية والريفية، وبالتالي فإن كل تغير واقع في مجتمع ما يحمل في طياته مجموعة من الإفرازات في عديد الميادين والمجالات بجوانبه السلبية والإيجابية^{١٦}.

أي أن ظهور المجتمع المعلوماتي الشبكي، هو أحد إفرازات التغير الاجتماعي وأن أسباب وجوده هو من أجل السيطرة والنفوذ على الطرف الآخر، كذلك دليل على تطور وتقدم الدول نحو الأمام ومن أجل التنمية المستدامة في مجال المعلوماتية والتكنولوجية.

ومن خلال ما تقدم ذكره من آثار مرتبطة عن شبكات التواصل الاجتماعي في ظل التغير الاجتماعي والاستخدام الهائل لهذه الشبكات الاجتماعية التغير يمكننا التوضيح أكثر مثال حي من مستويات التغير الاجتماعي وكيف يحدث هذا التغير في وجود شبكات التواصل الاجتماعي - تغير

صحيح، فهناك صفحات تبث مضامين غير أخلاقية التي تمس بعبادتنا وتقاليدنا وتتنافى مع تعاليم ديننا الإسلامي، فهذه الشبكات قوة ضاربة لأخلاق شبابنا، وعليه يجب استخدام هذه الشبكات فيما هو إيجابي ويخدم شباب مجتمعا العربي في تكوينه العلمي والمعرفي والأخلاقي، هذا من خلال تكتيف الدراسات حول هذا الموضوع والاهتمام بفئة الشباب وحثهم وتحفيزهم على الاستعمال الإيجابي من خلال الحملات التكوينية التحسيسية وعلى كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المسؤولية في إخراج أو إنتاج فرد صالح، يخدم المصلحة العامة ويكون مصدر رقي وتطور للمجتمع.

ثالثا: التغير الفكري والسلوكي لدى الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي في ظل مؤشرات التغير الاجتماعي- قراءة في الآثار-

١. الإستهلاك المظهري:

فبعد أن تصل عملية التغير إلى نهاية مرحلتها لتبدأ مرحلة جديدة يصيب المجتمع حالة من الرفاهية والرخاء والذي يجعل أفرادهم يعيشون عيشة مترفة يتنعمون بنعيم التغير الذي جلب لهم المال الوفير يستخدمونه لإرتقاء مستوى عيشهم فينقلهم من الضروريات إلى الكماليات، أي يذهبوا لإقتناء السلع النفسية والملابس الفاخرة والعطور الغالية وبناء المنازل الفخمة والأثاث والسيارات الفخمة ليستمتعوا بجمالية ورونق الحياة التي جاء بها التغير لهم، وأبناء هذا المجتمع يكونون في الغالب عالية وعبيء على المجتمعات المنتجة ويكون مجتمعهم منحطا في وجوده خالي من الإبداع الخلاق غير قادر على الإسهام في بناء تغير لنفسه بل يستقبل المؤثرات الخارجية فيستجيب لها لأنه يصير كارها للعمل اليدوي والإنتاج المثمر، هذا النوع من المجتمعات غالبا ما يكون مصدر تغيره أحد مصادر الطاقة أو الحرب أو التكنولوجيا^{١٧}.

بمعنى أن هذا الإستهلاك الافتراضي الذي يجسد واقعا من شراء مقتنيات كالملابس، وجلب الموضة للفرد شاب أو شابة مثل قصات الشعر الغربية والسرورال الممزق الذي تلبسه فتاة أو شاب على حد سواء حيث أننا أصبحنا لا نفرق في هذا الزمن المتغير الولد من البنت، وهذا يعتبر تغير اجتماعي سلبي.

٢. بروز ثقافة إلكترونية:

يظهر هذا النوع من الثقافة في مجتمع معلوماتي إذ تتبلور ثقافة إلكترونية داخل ثقافة الأسرة عملا على إرتقاء تفاعلها مع ثقافات اجتماعية أخرى خارج حدود مجتمعها فتتناول شتى المواضيع والإهتمام، مثل الموسيقى والطعام والأزياء وتتبادل المعلومات معها لترفع من نمط عيشها وإشراك أفرادها في عالم الأخبار المعاصرة ذات رؤى متباينة ومتعارضة وإزاء ذلك يتم إنشاء قواعد أساسية لمعايير وقيم وسياسة

١٤ معن خليل العمر: التغير الاجتماعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٤، ص ٢٦٥.

١٥ معن خليل العمر: مرجع سابق، ص ٢٦٧.

١٦ معن خليل العمر: مرجع سابق، ص ٢٦٧.

الأفكار والسلوكيات والأمن الفكري-

إلى السلب وتظهر السلوكيات غير السوية وتصبح مهددة للأمن الفكري داخل وسط الشباب تتشكل العلاقة بين مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك والأمن الفكري في ثلاثة عناصر هي^{١٨} :

التهديدات: وكلها تنحصر في بث المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة وإثارة الإشاعات والبلبل.

نقاط ضعف البشرية: التي تسبب في الممارسة الخاطئة في إستخدامات الفيسبوك.

مصادر التهديد: كونها جماعات معادية وذات نوايا خبيثة وجماعات التطرف الفكري ومثيرة للفتن عبر الفيسبوك.

وتظهر ممارسات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك التي تهدد الأمن الفكري لديهم في مايلي^{١٩} :

- الترويج للمعلومات الخاطئة دون التثبت في مصداقيتها والتأكد من مصادرها.
- الثقة فيما ينشر عبر هذه الشبكات من أخبار وآراء.
- عدم المحافظة على الخصوصية ونظام الحماية.
- عدم المعرفة بشروط إتفاقيات الإستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- عدم فرض الرقابة على مستخدمي هذه الشبكات.

وعطفا على ما سبق تتضح العلاقة الجوهرية بين إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والأمن الفكري، في سوء الإستخدام وعدم التعامل بالشكل الصحيح لهذه الوسيلة يشكل تهديدا واضحا لأمن أفكار الشباب والتأثير على تفكيرهم، وعدم التمييز وغربة كل ما ينشر على الصفحات الفيسبوكية يهدد الفكر الأمني له ويدخله في دوامة ومتاهات التأثير السلبي وبالتالي عدم الإستفادة من هذه التقنيات الحديثة حماية الأفكار والتسويق لها عبر الفضاء الأزرق وبالتالي تصبح مصدرا مهددا لكان وإستقرار المجتمع بصفة عامة وحياة الشباب بصفة خاصة. الخاتمة.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم مزايا وأحد محاور التكنولوجيا الحديثة، وكذا عاملا هائلا يؤثر في التغيير الاجتماعي، ومن خلال القراءة في التراث النظري والدراسات والأبحاث العلمية في ميدان الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية بيّنت مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، التي غزت العالم بحيث سهلت عملية التواصل الاجتماعي، وهو ما أدى إلى ذوبان الحدود الجغرافية بين الدول إلى درجة أن أصبح العالم مجرد

يعدّ التغيير الاجتماعي من أهم المصطلحات التي إهتم بها علماء الاجتماع كونه عنصرا مؤثرا في تركيبة المجتمعات في تطورها وتنميتها وكذا تدهورها، ولأن الشباب ركيزة فعالة في المجتمع ومستقبل تطوره وإستمرار تنميته، وعليه يمكن شرح العلاقة بينهما حيث الشباب يتأثر بالتغيير الاجتماعي الهائل والعامل التكنولوجي الكبير الذي يحوله نحو العولمة والتجديد ومنهم من يقوم بالجمع بينهما من أجل مساهمة الواقع وعيش الحقائق المفروضة عليه، فالطالب الجامعي دائما يحاول التكيف مع مجريات التغيير الاجتماعي الحاصل ويحاول دائما مساهمة التقدم التكنولوجي وكل ما يحمله من تغيرات محترما خصوصية المجتمع الذي ينتمي إليه ومتماشيا مع عاداته وتقاليده وهذا ما نبهت عليه في دراستنا الحالية على العلاقة المتبادلة بين التغيير الاجتماعي وإفرازات الثورة التكنولوجية وتأثيراتها من خلال ما يأتي:

• **الأفكار والسلوك :** تساهم وسائل الإعلام المختلفة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السلوك لدى العديد من مستخدميها من جيل الشباب وهذا من خلال مشاهدة العنف عبرها والتي تتضمنها مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب كمشاهدة فيلم أكشن أو مباريات في المصارعة أو الدردشة المكتوبة أو الصور الخليعة عبر الفيسبوك أو السكايب أو التويتر وغيرها من مواقع الدردشة، التي تستثيرهم وتدفعهم للميول للعنصرية أي محاكاة وتقليد ما يعرض من مشاهد عنيفة، أي أن التعرض لحافز أو مثير عدواني من شأنه أن يزيد من الإثارة السيكولوجية والعاطفية للفرد، هذه الإثارة بدورها سوف تزيد من احتمالات قيام الفرد بسلوك عدواني تغير بسبب محاكاة مضامين الفيسبوك ذلك يزيد من احتمالات الإستجابة العدوانية والإتجاه الى تغير سلوكيات الإيجابية الى السلبية^{١٧}.

ومما سبق نقول أن إستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب يبرز مكبوتاته ويريد إشباع رغباته من خلالها التي يعد المتنفس الوحيد لإثبات الذات، يصبح الشاب مقلدا لكل مضامين الفيسبوك سواء الإيجابية أو السلبية منها وتطرقنا إلى نموذج السلوك العنيف كونه يمس تغير السلوك حالة الشباب بشكل مباشر من خلال إستخدامه لهذه الشبكات.

٣.الأمن الفكري وشبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي..أية حماية؟

يرى العديد من الباحثين والدارسين لشبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تأثيرات سلبية على الأفراد حيث يؤثر الإستخدام الخاطيء وسوء التعامل معها على الأفكار والسلوكيات والقيم فتتغير من الإيجاب

١٧ رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الازبكية، ٢٠٠٨، ص ١٣.

١٨ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري: أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والأمن الفكري- دراسة ميدانية وصفية على طلاب وطالبات الجامعات السعودية-، ٢٠١٠، ص ٢٩٣.

١٩ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري: مرجع سابق، ص ٣٩٩.

مقترحات الدراسة

• تكاتف كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومؤسسات المجتمع المدني من أجل الحفاظ على الفئات الهشة ومنها الشباب غير المتيقنين بمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي.

• تكثيف الحملات التحسيسية بهدف الحفاظ على تماسك الثقافة الأخلاقية التي تمثلنا وتمثل كل فرد من مجتمعنا.

• فرض الرقابة القانونية وحجب المواقع التي تمس بالآداب العامة والأخلاق للشباب.

• توجيه الشباب نحو فضاءات ترفيهية وتعليمية للقضاء على الروتين اليومي واستغلال وقت فراغهم بما هو نافع لهم.

• تكثيف الدراسات في هذا مجال من أجل تعزيز وتشجيع المزايا التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، والتقليل من مخاطرها أو الحد منها.

قريبة صغيرة مرتبطة ببعضها البعض، حتى أن هذه الشبكات أصبحت تجد قبولا كبيرا بين مرتديها مختلف أطباقيهم ومستوياتهم الثقافية من البسيط إلى طلاب الجامعات والباحثين والعلماء وبين فئة المراهقين والشباب وحتى المتقدمين في السن.

فمن خلال الإحتكاك بالواقع والملاحظات المستمرة ومن خلال الطرح النظري والدراسات السابقة والإلمام بمعظم الجوانب النظرية والمعرفية، يمكن القول أن لشبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك لها تأثيرات كبيرة مما تؤثر على السلوكيات لدى الشباب العربي، وتغير الأفكار والاتجاهات وحماية الأمن الفكري لديهم، وإذا ما كان الإستخدام سلبي يكون هناك مساس بالمتغيرات السابقة الذكر، فينتج عنها أزمات في القيم وترهلات في سلوكيات الشباب، وبالتالي فقدان درجة الأمن الفكري لديهم، مما يجعل هذه الفئة تتأثر وتكون فئة هشة تؤثر على تطور المجتمع وتكون عائق في تنميته، فعلى المهتمين بمثل هذه المواضيع خاصة مؤسسات التنشئة الاجتماعية والمؤسسات التعليمية النظر في إعادة الإهتمام بالعنصر البشري ومنهم فئة الشباب مستقبل ونواة المجتمع، وعليه تم وضع بعض المقترحات في مايلي:

المراجع

١. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٥.
٢. عبد المولى السيد وآخرون: شبكة التواصل الإجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، المجلد ٧، العدد ١٥، ٢٠١١.
٣. أحمد زيدان : التغير الإجتماعي، مكتبة الانجلو المصرية ٢٠٠٦.
٤. زهير حطب وآخرون: السلطة الابوية والشباب، معهد الانماء العربي، لبنان، ١٩٨١.
٥. عطا الله يعقوبي: التدين والسلوك الاجرامي لدى الشباب، رسالة ماجستير علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، ٢٠٠٦.
٦. شويش زهية: مجتمع القصور، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، جامعة منثوري، قسنطينة الجزائر ٢٠٠٦/٢٠٠٥.
٧. خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، ٢٠٠٥.
٨. محمد حسن : التعريف بالمواقع الاجتماعية، الموقع الأول في العالم، على الموقع الالكتروني التالي : www.abaarpress.com بتاريخ ٢٠٢٠، ١٥، ٠٣.
٩. حارث عبود، مزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط١، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٥.
١٠. احمد عبدلي: مادة الصحافة والتغير الاجتماعي، مطبوعة بيداغوجية، تخصص صحافة، قسم الدعوة وعلوم الاعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، ٢٠١٣/٢٠١٤.
١١. معن خليل العمر: التغير الاجتماعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٤.
١٢. رضا عبد الواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الإعلام الالكتروني، منتدى سور الازبكية، ٢٠٠٨.
١٣. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري: اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والامن الفكري- دراسة ميدانية وصفية على طلاب وطالبات الجامعات السعودية-، ٢٠١٠.

الشباب العربي بين الإقبال على وسائل التواصل الاجتماعي وسؤال الخصوصية الرقمية

زكريا حلوي

الكلية المتعددة التخصصات بالناظور - المغرب

zakariaehaloui@gmail.com

مقدمة

لتحقيق أغراض وأهداف غير أخلاقية، وتضع الفرد أمام مشكل انتهاك خصوصيته.

وبناء على ما سبق، يمكننا القول أن الحرية الشخصية المكفولة للشباب العربي في التعبير عن آرائهم وحقوقهم في الحصول على المعلومة وتبادلها وتقاسمها مع معارفهم، تضعهم أمام تهديد يمس حياتهم الخاصة، لا سيما في ظل وجود فوضى مشاركة العديد من الناس في الولوج لمنصات التواصل الاجتماعي، وسهولة نقل الأخبار والمعطيات الشخصية للآخرين، وبثها وتقاسمها مع ملايين المستخدمين عبر العالم، في ظل غياب مبادئ أخلاقية وإنسانية تحكم سلوكياتهم وتفاعلاتهم.

وقد أثارَت مسألة حماية الحق في الخصوصية الرقمية وقُدسية البيانات الشخصية اهتمام مختلف الحقوقيين والباحثين في علم السياسة، وعلم النفس، وباقي العلوم الإنسانية والاجتماعية، لهذا نسعى في هذه الدراسة إلى الإجابة عن الإشكالية الآتية: إلى أي حد يمكن الحديث عن حفظ الخصوصية الرقمية لمستخدمي وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي من الشباب العربي في ظل المواثيق والتشريعات الدولية والإقليمية؟ كما يمكن طرح التساؤلات التالية: ما مدى إقبال الشباب العربي على مواقع التواصل الاجتماعي؟ أين تكمن أهمية هذه المواقع؟ ماهي أبرز المخاطر والتحديات التي تفرزها هذه المواقع على الشباب العربي؟ فيما تتجلى مظاهر انتهاك الخصوصية الرقمية للشباب؟ ماهي أهم الجهود المبذولة لحماية هذه الخصوصية؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة سنعتمد على المنهج الوصفي التحليلي للبحث في أهم تجليات انتهاك الخصوصية الرقمية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وما يشكله هذا الأمر من خطر على الحياة الخاصة للشباب

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مكونا من المكونات الأساسية في المشهد المعاصر بكل ما لها من تأثيرات وانعكاسات على مستوى الشعوب والدول، وعلى نمط الحياة وأساليب التواصل والتعبير عن الرأي والمشاركة في الأحداث المحلية والدولية. إذ لا يمكن إنكار تأثيراتها المختلفة وما تفرزه من انعكاسات اجتماعية ونفسية، وما تثيره من قضايا الخصوصية والحماية الشخصية ونشر للشائعات والأخبار الكاذبة^١، وتأثيرها في الاستقرار الاجتماعي والأمني والتطور السياسي في جل دول العالم.

ولكون الشباب^٢ هم ركيزة المجتمع وعماده وعلى أكتافهم تبنى الأمم وتقوم، وبسواعدهم ترتقي الشعوب وتزدهر، ومن خلال عطائهم تتبوأ المجتمعات مراكز السامية بين أمم الأرض^٣، فقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة دورا كبيرا في تعزيز أساليب التواصل بينهم، خاصة مع ظهور منصات رقمية جديدة وجذابة من قبيل «فيس بوك» و«تويتر» و«انستغرام» و«يوتيوب»، حيث تغيرت وسائل إيجاد المعلومات واستخدامها وتبادلها على نحو جذري، فشبكات التواصل الاجتماعي النشطة عبرت الحدود الدولية، وامتدت عبر القارات، وفتحت المجال أمام الشباب للوصول إلى المعلومات من مصادرها المباشرة في جميع أنحاء العالم في زمن سريع وبتكلفة أقل.

وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي بما تتيحه من حرية التعبير للشباب وإمكانية تبادل المعلومات الشخصية والصور والرسائل بينهم، وتقاسم مختلف اللحظات، وتوثيقها، ونشرها في الصفحات الشخصية أو مشاركتها مع الأصدقاء والمعارف المقربين وحتى الافتراضيين منهم، فإنها في المقابل تضع هذه المعطيات الشخصية أمام خطر القرصنة والاختراق، وضعف حمايتها وسلامتها من السرقة والاستغلال والتخريب، واستعمالها

١ عير ياسين، «تحليل مضمون سرديات التطرف والإرهاب على مواقع التواصل الاجتماعي»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢، ص ٢٦٠.

٢ عرفت منظمة الأمم المتحدة الشباب بكونه الفئة العمرية التي يتراوح عمرها ما بين ١٥ سنة و٢٤ سنة، وأنهم يشكلون حوالي ١٨٪ من مجموع سكان العالم.

٣ فريد امعضشو، «موقف الشباب المغربي من الأداء الحكومي»، ضمن كتاب جماعي: اللائحة في جدل العلاقة بين الشباب والسلطة، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى، ٢٠٢٣، ص ١٧.

٤ تعرف الخصوصية بأنها رسم الحدود التي تنظم قدرة المجتمع على التدخل في حياة الفرد عبر حماية بعض بياناته الشخصية، بشكل يمنع انتشار المعلومات المتعلقة به، وعليه هناك اعتداء على الخصوصية سواء تعلق الأمر بكشف أسرار خاصة أو بنشر معلومات أو التصد لتحرّكات الفرد. كما عرف القانون رقم ٩٠٠٨ المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي في المادة الأولى منه المقصود بمعطيات ذات طابع شخصي بأنها «كل معلومة كيفما كان نوعها بغض النظر عن دعامتها، بما في ذلك الصوت والصورة، والمتعلقة بشخص ذاتي معرف أو قابل للتعرف عليه والمسمى بعده بالشخص المعني»، وتحتفل مجموعة البنك الدولي في ١٨ يناير من كل سنة باليوم العالمي للخصوصية.

العربي، والبحث في التشريعات والمواثيق الدولية والإقليمية عن آليات حماية هذه الخصوصية.

أولاً: إقبال الشباب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تجاوز تأثير وسائل التواصل الاجتماعي حدود المساحة الجغرافية الواحدة إلى شساعة الفضاء المفتوح للعالم الافتراضي، في ظل تزايد عدد منصات التواصل واتساع عدد مستخدميها، إذ استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي منذ إنشائها الوصول إلى حوالي ٧,٧ مليار شخص في العالم، وتضاعفت قاعدة المستخدمين ثلاث مرات تقريباً خلال العقد الأخير من ٩٧٠ مليوناً سنة ٢٠١٠ إلى أزيد من ٤,٤٨ مليار مستخدم إلى غاية يوليو ٢٠٢١^٥.

ويوجد لدى منصة «فيسبوك» حوالي ٢,٩ مليار حساب نشيط شهرياً، وتعد المنصة الأكثر انتشاراً حيث تسيطر في ١٥٦ دولة من أصل ١٦٧، أي بنسبة ٩٣% من إجمالي عدد الدول، في حين يسيطر برنامج «وي تشات» للتواصل الاجتماعي في الصين على ١,٢ مليار مستخدم نشط شهرياً، ويوجد ١٠٠ مليار حساب نشط شهرياً على موقع «فكونتاكتي» للتواصل الاجتماعي في روسيا.

وحسب أرقام صادرة عن مؤسسات «داتا ريبورتال»، و«ستيتس برو»، و«برودباند سيرش» المتخصصة في نشر الإحصائيات الرقمية في العالم، فإنه إلى حدود شهر يونيو ٢٠٢١ وصل المتوسط الشهري لاستخدام الفرد على وسائل التواصل الاجتماعي إلى ٦,٦، ويصل المستخدمون على أساس شهري في منصات مثل «فيسبوك» إلى ٦٥.٨٦% يومياً من إجمالي المستخدمين، وإلى ٥٦.٨% من إجمالي عدد سكان العالم، و٩٣.٣٣% من أصل ٤,٤٨ مليار مستخدم للإنترنت على مستوى العالم، و٨٥% من إجمالي مستخدمي الهواتف النقالة على وسائل التواصل الاجتماعي^٦.

وعلى صعيد التطبيقات، يعد الواتساب التطبيق الأكثر استخداماً بإجمالي ملياري مستخدم في ٣٧ دولة من بين ٦١ دولة، في حين يسيطر «الفيسبوك» في ٧ دول أهمها الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، و«المسنجر» التابع للتطبيق «الفيسبوك» في ١٣ دولة بما فيها أستراليا وأوروبا الشرقية. وتشير بيانات سنة ٢٠١٥ إلى وصول عدد التغريدات التي يتم نشرها من قبل مستخدمي منصة «تويتر» وحدها إلى أزيد من ٥٠٠ مليون تدوينة يومياً^٧، ومضي العالم حالياً أكثر من ١٠ مليارات ساعة يومياً في استخدام وسائل التواصل، وهذا يعادل نحو ١,٢ مليون سنة من عمر الوجود البشري^٨.

ووصل استعمال وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي إلى ٢٧٤

مليون مستخدم حتى يونيو ٢٠٢١، موزعين بين ١٨٨ مليوناً في موقع «فيسبوك»، منهم ٤٠ مليوناً في مصر، ٢٨ مليوناً في الجزائر، ٢٥ مليوناً في العراق، ١٩ مليوناً في السعودية، ١٧ مليوناً في المغرب، ١٠ ملايين في السودان، ٨,٨ مليون في الإمارات، ٨ ملايين في تونس، ٧,٥ مليون في سوريا، ٦ ملايين في الأردن، ٣ ملايين في الكويت، ٢,٥ مليون في لبنان، ٢,٤ مليون في ليبيا، ٢,١ مليون في قطر، مليونان في اليمن، ١,٨ مليون في سلطنة عمان، ١,٢ مليون في البحرين، ١,١ مليون في موريتانيا، مليون مستخدم في فلسطين، ٩٠٠ ألف في جيبوتي، ٤٠٠ ألف في الصومال و٣٠٠ ألف في جزر القمر.

ويضم العالم العربي ٤٤ مليوناً في «إنستغرام»، و٤٢ مليون مستخدم لـ «تويتر»، بواقع ١٥ مليون في السعودية، و٨ ملايين مستخدم، ثم الإمارات ٥,٥ مليون، فالكويت بمليون مستخدم، وتضم البحرين ٨٠٠ ألف مستخدم لتويتر، و٧٥٠ ألفاً في الأردن، و٥٠٠ ألف في الجزائر، و٤٩٠ ألفاً في المغرب، و٢٨٠ ألفاً في العراق، و٢٥٠ ألفاً في السودان، و٢٣٠ ألفاً في سلطنة عمان^٩.

ثانياً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

استطاع التفوق التكنولوجي في مجال الاتصال والانترنت إكساب مواقع التواصل الاجتماعي شعبية كبرى، وجعلها تفرض هيمنتها في عالم التواصل الشبكي، حيث أصبحت الأرضية الأساسية للتواصل في العالم بأسره، نظراً لما تتميز به من خصائص عديدة، أهمها تعزيز التفاعلية وإلغاء عوائق الزمان والمكان، والدمج بين التفاعلية والإعلام والتواصل إلى درجة أصبحت فيه مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات والمحرك الأساسي للأحداث، ومنظومة إعلامية واتصالية متكاملة الجوانب^{١٠}.

أ. مصدر لتلقي المعلومات والأخبار

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في توفير العديد من المعلومات وتبادلها، وتقاسم الخبرات والتجارب بين مستخدميها، حيث أصبحت تتيح إمكانية الاستفادة من مصادر المعلومات الإلكترونية، وأضحت مصدراً يستخدم في الأبحاث والدراسات، وآلية للبحث عن مصطلح علمي أو معلومة والتحقق من صحتها، بل تتيح حتى إمكانية الحصول على رسومات بيانية وإحصائيات، وتوفر العديد من أدوات وتقنيات البحث السريعة عن المعلومات والمعطيات والوثائق بشكل منظم من خلال الحواسيب والهواتف الشخصية على مدار الساعة. كما تعد مصدراً لتلقي الأخبار والمستجدات السياسية والاقتصادية

٥ Brian Dean, «Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022?», www.backlinko.com, Posted on 10 October 2021

٦ Ibid

٧ ويليام مارسيلينو وآخرون، «رصد وسائل التواصل الاجتماعي عبر تحليلات وزارة الدفاع الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل دعماً لعمليات المعلومات»، مؤسسة تراند، كاليفورنيا، ٢٠١٧، ص ١٠.

٨ رماح الدلقموني، «وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام»، www.aljazeera.net، منشور بتاريخ ١٦ أكتوبر ٢٠٢١.

٩ محمد البحري، «٢٧٤ مليون عربي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي»، موقع المصري اليوم، www.almasryalyoum.com، منشور بتاريخ ٤ يونيو ٢٠٢١.

١٠ ليلى برغوت، «الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي: بين الانتهاك والكشف الإرادي»، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد ٥، العدد الأول، يناير ٢٠٢٢، ص ٥٩٣.

والدينية والاجتماعية والرياضية والفنية...، فالغالبية العظمى من الشباب لم تعد تستقي المعلومات من الإعلام المرئي أو المطبوع، إذ تم تجاوز عصر البث المركزي الذي تقوم فيه جهة محددة مثل الراديو أو التلفزيون أو الصحف بإعطاء المعلومات والأخبار للجمهور^{١١}، وأصبح شباب اليوم يعتمدون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات في وقت سريع جدا.

وحسب تحقيق نشرته «ذا سولت ليك تريبيون» في فبراير ٢٠١٩، فإن الأميركيين يتجهون للإنترنت لمعرفة الأخبار مقابل انخفاض قراء الصحف الورقية، وأن ٦٤٪ من جمهور الشباب يلجؤون إلى شبكات التواصل لتلقي المعلومات، كما تفيد دراسة أجريت حول شبان تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٤ سنة ٢٠١٥ مع معهد الصحافة الأميركية ومركز «أسوشيتد برس» لأبحاث الشؤون العامة، أن ٨٨٪ من المشاركين المسجلين على «فيسبوك» يتلقون معلوماتهم من هذه المنصة^{١٢}.

إضافة إلى ما سبق، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية للشباب أصحاب الأعمال التجارية، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، ضف على ذلك سهولة الانضمام إليها والاشتراك فيها، كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات، وسهولة ربط الأعمال بالعملاء، وربط أصحاب العمل بطلبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها^{١٣}.

ب. فضاء افتراضي للتواصل والترفيه

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته الشخصية أو العملية، فهي تقوم على فكرة الجذب وإشباع الفضول، كما تسهل الجمع بين الصداقات الواقعية والافتراضية، وتوفر فرصة ربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى، كما توفر إمكانية البحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن انقطعت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات في لم شمل عائلات فقدت أحد أبنائها أو أفرادها من خلال البحث عنهم في صفحات التواصل الاجتماعي.

كما تعد منصات التواصل الاجتماعي فضاء هاما يمكن من خلاله تكوين دائرة من العلاقات بين الشباب، وإنتاج محتوى شخصي والإسهام به ونشره في المنصة والتفاعل معه، فقد وفرت وسائل التواصل الاجتماعي

مساحة واسعة للأفراد للتعبير بغض النظر عن المحتوى المراد مشاركته، وتقاسمه مع ملايين الشباب الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة في مجالات مختلفة (رياضية، فنية، اجتماعية...)، حيث تتيح لمستخدميها مشاركة الرسائل والصور وتبادل مقاطع الفيديو وتقاسم أهم اللحظات، وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم، فشكلت متنفسا لهم للتعبير والترفيه والتواصل.

وتشهد شبكات التواصل الاجتماعي مثل «فيسبوك» و«تويتر» و«انستغرام» إقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من لدن الشباب، لما تحققه من تفاعل اجتماعي يشير إلى العمليات الإدراكية والوجدانية والانفعالية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، وفضاء واسعا للترفيه والتعبير بكل حرية، بحيث يتبادل مستخدمو هذه المواقع رسائل كثيرة فيما بينهم في موقف اجتماعي محدد زمنيا ومكانيا، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر، مما يسمح بتوصيل رسالة الفرد إلى عدد كبير من الأشخاص والحصول على رد فعل مباشر وسريع^{١٤}.

ج. فضاء عام للتعبير وأداة قوية للديمقراطية

انتجت مواقع التواصل الاجتماعي ديناميكية تواصلية وتفاعلية جديدتين بين الشباب، تذوب فيها الانتماءات القديمة وتخفتي المراتب ليحل محلها أداء شبكي الطابع، فقد أحدثت هذه الوسائط الجديدة انقلابا على مستوى التفاعل والتواصل السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وأوجدت ممارسات إتصالية جديدة، واختفت الحدود الفاصلة بين المرسل والمستقبل، وأصبح الشباب العربي متفاعلا ومنتجا للرسالة السياسية التي يتلقاها بعدما كان دوره سلبيا متمثلا في تلقي الرسالة دون ردة فعل منه، وهو ما أطلق عليه خبراء وعلماء الاتصال "بظاهرة المواطن الالكتروني"، أو "ظاهرة الديمقراطية الالكترونية"^{١٥}.

وأمام عجز الوسائط السياسية والمدنية عن تدبير الاحتقان الاجتماعي انبثقت بشكل متدرج شرعية الفضاء الرقمي، حيث تحولت مواقع التواصل الاجتماعي لفضاءات متوغلة تتجاوز بنى الدولة والمجتمع السياسي بكامله لتجسد بشكل أكثر حدة عمق فقدان الشباب العربي الثقة بالأداء الوظيفي للوسائط السياسية التقليدية، وشكلت عودة قوية للشباب إلى الفضاء الافتراضي من أجل استعادة الساحات وإسماع صوتهم والتعبير عن آرائهم^{١٦}.

كما تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشباب العربي إمكانية تكوين مجموعات افتراضية تفاعلية جعلوها بديلا عن الفضاء السياسي

١١ عير ياسين، «تحليل مضمون سرديات التطرف والإرهاب على مواقع التواصل الاجتماعي»، مرجع سابق، ص ٢٥٦.

١٢ جمال نون، غسان مراد، «الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحويلات»، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، نوفمبر ٢٠١٩، ص ٩-٤.

١٣ أحمد عمي الدروي، «مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية»، المجلة العربية للنشر العلمي، الأردن، العدد الأول، يناير ٢٠١٨، ص ٦.

١٤ غسان مراد، دهاء شبكات التواصل الاجتماعي وخبايا الذكاء الاصطناعي، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت ٢٠١٩، ص ١٩-٣٦.

١٥ Jimmie Manning, "Definition and classes of social media", In: K. Harvey(Ed), Encyclopedia of social media and politics, Thousand Oaks, CA, January 2014, P 1158.

١٦ جمال نون، غسان مراد، «الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحويلات»، مرجع سابق، ص ٩.

١٧ محمد سعيدي، «حين يصنع الناس العاديون التغيير القوة الهائلة والصامتة لحراك المقاطعة»، ضمن كتاب جماعي: اللائقة في جدل العلاقة بين الشباب والسلطة، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى، ٢٠٢٣، ص ٩.

الحالة المزاجية باستمرار عن طريق مشاركة مشاعرهم وأفكارهم وجميع الأحداث التي يمرون بها يوميا مع متابعيهم ومعجبيهم من رواد منصات التواصل الاجتماعي.

وكما ارتفع عدد متبعي الفرد على صفحته في مواقع التواصل الاجتماعي وزادت نسبة الإعجابات بمنشوراته، إلا وزادت شهوة حب الظهور والبروز للعلن والتباهي أمام الآخرين، وتعززت الثقة والرضا عن النفس، حيث يقيمون أنفسهم حسب عدد الإعجابات التي ينالونها ونسبة الأرباح المادية التي يكسبونها من خلالها، بغض النظر عن المحتوى الذي يقومون بنشره، فيصبحون أسرى لعدد المتابعين الذين يتفاعلون مع ما ينشرونه على صفحاتهم.

ويعمل رواد مواقع التواصل الاجتماعي في مجموعة من المحطات على تحقيق سبق في إيصال المعلومات والأخبار، فعصر الإنترنت وما يتميز به من سرعة في نشر الأخبار بشكل مجاني من خلال أجهزة الهواتف الذكية والحواسيب، جعل العديد من الشباب يمارسون الوظيفة الإخبارية، ويحرصون على نيل سبق في صفحاتهم بغض النظر عن صحة الخبر أو المعلومة ومدى دقتها ومصداقيتها، حيث يقوم الفرد بدور الصحافي الأصلي في كشف الحقائق والإخبار عنها.

كما نجد من بين الأسباب التي تدفع الفرد إلى مشاركة المعلومات والمعطيات الشخصية، هو تقمصه لشخصية افتراضية يتقاسم من خلالها ما لا يستطيع تقاسمه عبر شخصيته الواقعية، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعية للفرد إمكانية إنشاء عدة حسابات مجانية عبر «فيسبوك» و«تويتر» و«انستغرام» و«سناپ شات» وغيرها، وإيجاد أرضية مشتركة مع الآخرين عبر الإنترنت مما جعل العالم يبدو أكثر ترابطا وفي متناول اليد^{٢٢}.

لكن الشيء غير الطبيعي أن يكون للفرد أكثر من شخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن تتمتع كل شخصية بسلوكيات مختلفة حسب نوع الحساب أو البريد الإلكتروني الذي تملك أو حسب نوع الأصدقاء والمتابعين في كل حساب، مما يولد انقساماً حقيقياً في الشخصية الواحدة، فتحدث عما يسمى «الشخصية الافتراضية»، وهي شخصية خاصة لها سلوك معين، يتعامل بها الشخص في إحدى حساباته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لا يعرفها إلا هو صاحب الشخصية، وتتصف بسلوكيات مغايرة تماماً عن شخصيته الحقيقية^{٢٣}.

الحقيقي (الأحزاب، النقابات، المنظمات، الجمعيات...)، فهي تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم العربي يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الهواتف والحواسيب، ويتبادلون المعارف ويكنون صداقات، ويجمع بينهم اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات لكن ليس عن قرب^{١٨}.

وتبرز أهمية هذه المواقع الاجتماعية في مختلف الحالات والمواقف الكبرى والحيوية، لاسيما في فترة الانتخابات^{١٩}، فتتكون لدى الشباب ثقافة سياسية حول مجمل القضايا التي تتعلق بتحركات ونشاطات الحكام، ومن الجانب الآخر تنقل مواقع التواصل الاجتماعي آراء الشباب وتوجهاتهم ومطالبهم إلى الحكام في شكل تدوينات، تعاليق على تدوينات السياسيين، صور، فيديوهات، هاشتاك... إلخ.

تحيل مواقع التواصل الاجتماعي على عالم افتراضي تواصلي يكون فيه جميع مستخدمي هذه المواقع سواسية، لأن الشبكات لا تعير اهتماما للمراتب^{٢٠} وتشكل وعدا كبيرا بالمساواة وجنة للتعبير بحرية دون هيئة رقابة، بل وغوذاً أعلى للديمقراطية التشاركية^{٢١}، فمواقع التواصل الاجتماعي وفرت ساحة جديدة للشباب العربي تسمح بظهور أشكال جديدة للممارسة الديمقراطية سواء في عمليات اتخاذ القرارات أو متابعة ما ينجم عنها من نتائج إيجابية أو سلبية.

ثالثاً: أسباب مشاركة المعلومات الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي

تختلف أسباب ودوافع إقبال الكثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على إشراكنا في حياتهم الخاصة وتقاسم الصور والفيديوهات والمعلومات الشخصية معنا، فمنهم من يبحث عن التباهي وحسب الظهور والتميز، وآخر يبحث عن الإعجاب الذي يحقق الربح المادي، ومنهم من تدفعه تحديات وصعوبات الواقع إلى تقمص شخصية افتراضية يعبر من خلالها عن مكوناته الداخلية.

ويتنافس مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على جمع أكبر عدد من الإعجابات (اللايك) على الصور والفيديوهات والمنشورات التي يضعونها، وهو ما يعتبره الكثيرون مقياساً للنجاح والشهرة وتعزيز الثقة بالنفس وتحقيق الربح المادي من ورائها، حيث يعمل العديد من رواد «فايسبوك» و«تويتر» و«يوتوب» على إنشاء صفحات خاصة بهم، وإغراقها بصورهم الشخصية والفيديوهات التي توثق أهم لحظات حياتهم للحصول على المزيد من الإعجابات، كما يحرصون على تحديث

١٨ See: Rhingold Howard, The Virtual Community, Home steading on the electronic frontier, Addison-wesley publishing, 1993

١٩ فاز باراك أوباما سنة ٢٠٠٨ بالانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، بعد حملة استغل فيها وسائل التواصل بشكل جيد، وكان لها دور أساسي في فوزه بالانتخابات، حيث لجأ أوباما، إلى «كريس هوجس» أحد مؤسسي موقع فيسبوك، والذي تمكّن من جمع نصف مليون ناشط أصبحوا فيما بعد «مبعوثين» على الويب، وشكلوا جزءاً فاعلاً في الحملة. انظر: Brian Stelter, "The Facebooker Who Friendened Obama", www.nytimes.com, Posted on 7 July 2008 -

٢٠ Dominique Piolet et Francis Pisani, Comment le web change le monde: L'alchimie des multitudes, France: Société, Sciences humaines, 2008, P36

٢١ Benjamin Loveluck, "Internet, vers la démocratie radicale?" Le Débat, no. 152, Septembre-Octobre 2008, PP150-166

٢٢ انظر «وسائل التواصل الاجتماعي والإيجابيات والسلبيات»، www.aljazeera.net، منشور بتاريخ ٧ مارس ٢٠٢٣.

٢٣ حسام جبر، «الشخصية الافتراضية أسلوب الهروب من الواقع»، www.aljazeera.net منشور بتاريخ ٢٠١٦/٩/٩.

رابعاً: مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب العربي

إذا كانت الوسائل الحديثة للتواصل الاجتماعي تتميز بمجموعة من الإيجابيات التي يستفيد منها الشباب العربي، فإنها في المقابل لا تخلو من المخاطر والتحديات، إذ أنها تؤثر بشكل كبير على ثقافة الشباب، وتنشئ جيلاً ذا مستوى ثقافي ضعيف، يعتمد على معلومات سريعة وغير صحيحة في الكثير من الأحيان، فسرعة المعلومات وانفعالات وحساس الشباب تغلب على الجانب العقلاي لديهم، فهذه الوسائل لا تعبر فقط عن الواقع كما هو، بل في كثير من الأحيان تعيد إنتاجه أو تحريفه أو تبني عالماً آخر خاص بروادها ومستخدميه^{٢٤}. وبما أنها تتميز بالسرعة والاختصار فإن الثقافة التي يحملها الشباب المستخدم لها لا يمكن أن تكون إلا سريعة ومختصرة، فلا يوجد وقت للتفكير والتعمق في القضايا ودراساتها والتحقق منها^{٢٥}.

كما قد تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على تشكل وعي وثقافة سياسية محرفة لدى الشباب العربي وتنتج ثقافة مضادة، وتؤثر في القيم والسلوك، فهي تخلو من الاحتكاك المباشر بين المخاطب والمتلقي وتعتمد على اللقاء الافتراضي وليس المباشر والواقعي، مما يجعل المرسل يقول ما يشاء دون قيود أو ضوابط قيمة ودينية، فساهم ذلك في تشكيل وعي جديد محرف وتشكيل الواقع وتمثله بشكل مغاير^{٢٦}، تمثلاً لافتراضيا وليس واقعياً.

والخطر في الأمر هو تطوير الجماعات الإرهابية لقدراتهم في استخدام وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي مثل «الفيس بوك» و«تويتر» و«يوتيوب» و«إنستغرام» لتحقيق أهدافهم، بداية من الدعاية والترويج للفكر المتطرف، مروراً بعمليات استهداف واستقطاب وتجنيد الشباب وتدريبهم على صنع المتفجرات واستخدام الأسلحة، فضلاً عن الاتصال والتخطيط للهجمات الإرهابية^{٢٧}.

فقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي إحدى أكثر أدوات التجنيد فاعلية في استقطاب الشباب سواء في شكل مجموعات أو ذئاب منفردة، في فترة زمنية أقصر كثيراً مما كانت تستغرقه عملياته التجنيد التقليدية، حيث يلجأ القائمون على عملية التجنيد من خلال هذه المنصات إلى استخدام مواد تفاعلية تمكنهم من الوصول إلى عدد لا بأس به من المتعاطفين والراغبين في الانضمام للجماعات الإرهابية سنوياً^{٢٨}.

كما أن هذا المجتمع الافتراضي التي تخلقه وسائل التواصل يتميز بمجموعة من الخصائص التي من شأنها تغيير بعض القيم وتؤدي إلى

انهيار الهوية الموحدة^{٢٩}، فهو مجتمع افتراضي لا يتحدد بالجغرافيا، بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع بين شباب تعارفوا إلكترونياً. كما يهدد وحدة وتماسك الجماعة والأسرة، فشباب اليوم أصبحوا غير مرتبطين بأسرهم الطبيعية، وإنما صنعوا لأنفسهم أسراً خاصة افتراضية، لا يرى أعضاؤها بعضهم البعض واقعياً، بل ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص.

وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تشكل فضاء واسعاً للتعبير عن آراء الشباب وأفكارهم، فإنها في المقابل تشكل مساحة مفتوحة للتمرد

والثورة على كل شيء، بداية من التمرد على الخجل والانطواء، وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية، مما يقود إلى تحطيم بعض القيم الدينية والمجتمعية كالصدق والأمانة والنزاهة، حيث يتم مأسسة الكذب بدءاً من الكذب في الأسماء المستعارة والصور المزيفة التي يضعها روادها على صفحاتهم. كما يلجأ العديد من الشباب إلى استخدام لغة تواصل خاصة بهم أثناء ولوجهم لمنصات التواصل الاجتماعي نظراً لوجود الشعور بالاعتزاز لديهم، فيدفعهم ذلك للتمرد على النظام الاجتماعي وتكوين عالمهم الخاص بعيداً عن قيود الأسرة والمجتمع^{٣٠}.

كما أن من مساوئ مواقع التواصل الاجتماعي مساهمتها في تعداد متابعة ونشر الإشاعات بين الشباب، فيتحوّل القلق الشخصي للشباب إلى قلق مجتمعي، باعتبار أن الإشاعة تخاطب الجموع وتؤثر فيهم في وقت واحد، فقد أصبحنا نرى نوعاً جديداً من الشائعات لم تكن موجودة قديماً في الكتب أو التعريفات، وهي الشائعات الإحصائية التي لا تخاطب أي عقل أو منطق ولا تحتوي على أي شيء من الحقيقة، ولكنها كاشفة لحجم الارتباط بالشائعات والأكاذيب بشكل عام، ويتم من خلالها فرز وتصنيف الشباب إلى اهتمامات، فنرى شائعات تمس الأمور الدينية، وأخرى تمس الجانب المادي للشباب^{٣١}، وشائعات تمس الشباب المهتمين بالشؤون السياسية والاقتصادية وغيرها من المجالات.

خامساً: مظاهر انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي

أصبح من المعتاد أن تطالعنا الصحف والمواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي بأخبار تتعلق باختراقات إلكترونية للأنظمة البنكية أو شبكات معلومات خاصة بمؤسسات كبرى أو تغيير وتشويه محتوى بعض المواقع على الإنترنت، بالإضافة إلى سرقة حسابات البريد الإلكتروني

٢٤ شهيرة بن عبد الله، «الحرب في وسائل الإعلام: آليات بناء المعنى وإنتاج المعرفة»، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد ٤٢٩، نوفمبر ٢٠١٤، ص ٩٥-١٠٨.

٢٥ عكاشة بن المصطفى، «تحولات القيم لدى الشباب: نحو أنسنة القيم الدينية»، ضمن كتاب جماعي: اللائحة في جدل العلاقة بين الشباب والسلطة، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى، ٢٠٢٣، ص ٦٠.

٢٦ نفس المرجع، ص ٥٩.

٢٧ عبد الله بن عبد العزيز بن فهد العجلان، الإرهاب الإلكتروني في عصر المعلومات بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول «حماية أمن المعلومات والخصوصية في قانون الإنترنت»، القاهرة ٤-٢ يونيو ٢٠٠٨، ص ١٩-١٦.

٢٨ محمود سلامة، «تجنيد الأطفال في عصر من منصات التواصل الاجتماعي»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢، ص ٢٨٢.

٢٩ للمزيد من التفاصيل انظر: بهاء الدين، محمد مزيد، «المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية» ضمن كتاب الوجوه نموذجاً، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٢.

٣٠ عكاشة بن المصطفى، «تحولات القيم لدى الشباب: نحو أنسنة القيم الدينية»، مرجع سابق، ص ٥٩.

٣١ نور الشيخ، «الواقع الافتراضي وتعزيز الإرهاب العابر للحدود»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢، ص ٢٩٤.

تقوم هذه الجهات بتتبع رسائل الأشخاص المتبادلة عن طريق البريد الإلكتروني، ومراقبة تحركاتهم وعملياتهم البنكية وأماكن تنقلهم، والخطر في الأمر هو وجود إمكانية وقوع هذه المعلومات والبيانات في أيدي غير مختصة أو مرتبطة بأجهزة الأمن نظرا لاعتماد هذه الأجهزة على عملاء مدنيين أو مؤقتين أو الاستعانة بشركات أمنية خاصة^{٣٥}.

سادسا: حماية الخصوصية في التشريعات الدولية والوطنية

نصت مختلف الديانات السماوية على الحق في حماية خصوصية الناس وحياتهم الشخصية، فقد أكد الدين الإسلامي على وجوب حفظ «الحرمة»، فالمسلم ملزم بأن يعظم حرمة أخيه ويصونها بهدف تحقيق أمن الفرد والجماعة^{٣٦}. كما أشار الفقه الفرنسي إلى مسألة الخصوصية فيما يتعلق بالحياة الخاصة كالعلاقة بالأبناء والزوجة والعائلة والصورة والذمة المالية والخلوات وغيرها^{٣٧}، وأكدت مختلف المواثيق الدولية والإقليمية على ضرورة حماية الخصوصية وعدم الاعتداء عليها.

أ- حماية الخصوصية في المواثيق الدولية والإقليمية

نصت المادة ١٢ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لسنة ١٩٤٨ على أنه «لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا لحملات تمس شرفه وسمعته، ولكل شخص الحق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات». وأكد العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية لسنة ١٩٦٦ في المادة ١٧ منه على أنه «لا يجوز تعريض أي شخص على نحو تعسفي أو غير قانوني، لتدخل في خصوصياته أو شؤون أسرته، أو مراسلاته، ولا لأي حملات غير قانونية تمس شرفه أو سمعته، من حق كل شخص أن يحميه القانون من مثل هذا التدخل أو المساس»^{٣٨}.

كما أكد التعليق العام رقم ١٦ الصادر عن اللجنة الدولية لحقوق الإنسان على مكانة المعطيات الشخصية في الخصوصية، حيث أعطت الحق للأفراد في التأكد من المعلومات التي يحتفظ بها عنهم وأغراض حفظها والجهة التي تحتفظ بها. وأكدت اللجنة على أنه يلزم ضمان هذا الحق في مواجهة جميع التدخلات والاعتداءات سواء أكانت صادرة عن سلطات الدولة أم عن أشخاص^{٣٩}.

ونصت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم ١٦٧/٦٨ الصادر في دجنبر ٢٠١٣ على ضرورة حماية الحق في الخصوصية وتعزيزه في سياق

وصفحات التواصل الاجتماعي وبيانات بطاقات الائتمان وصور وملفات شخصية لرواد مواقع التواصل الاجتماعي^{٣٢}.

وتحمل مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من المضاعفات التي تمس خصوصية مستخدميها وروادها، إذ تتعرض البيانات الشخصية للأفراد للسرقة ولعمليات الانتهاك والقرصنة والاختراق بشكل دائم، حيث تتم سرقة بيانات الحسابات الشخصية عن طريق رسائل البريد الإلكتروني الاحتيالية أو من خلال قرصنة وتشفير تلك البيانات بطرق مختلفة ومتطورة باستمرار، فالتطور التقني والتكنولوجي أفرز عصابات متخصصة في اختراق حسابات مستخدمي الإنترنت والهواتف الذكية عن بعد، واستخدمها في عمليات غير قانونية وغير أخلاقية.

وإضافة إلى عمليات السرقة أو الانتهاك التي يتعرض لها مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي، قد يعتمد بعض المجرمين على تدمير وتخريب البيانات الشخصية لضحاياهم أو تعديلها بشكل غير مصرح به^{٣٣}، أو العبث بها باستخدام برامج تخريبية وإلحاق الضرر بأجهزة المستخدمين وهواتفهم، وفي بعض الحالات يقوم الجاني بابتزاز واستغلال الضحية وطلب الأموال منه مقابل استرداد ملفاته وبياناته المسروقة، أو يقوم ببيعها لشركات الدعاية والتسويق التجاري لتحقيق أرباح مادية من خلال ترويجها^{٣٤}، أو استغلالها للدعاية السياسية في بعض الحملات والمحطات السياسية دون إذن مسبق من صاحبها الأصلي.

وقد يستغل بعض ضعاف النفوس تقربهم من أحد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال بعث طلب الصداقة وتبادل الرسائل معه بنية سرقة معلومات لها علاقة بأحد حساباته الإلكترونية والبنكية بهدف سرقة أموال منه، كما قد ينتحل الجاني شخصية معينة (مدير أو موظف بشركة معينة أو بنك أو ضابط أمن) لأخذ معلومات شخصية أو مهنية من الضحية ليخترق أحد حساباته البنكية أو الشخصية، أو سرقة صوره وبياناته المتعلقة بالعمل للوصول للمعلومات السرية أو الأموال أو الأملاك والاستحواذ عليها.

كما يأخذ انتهاك الحق في الخصوصية طرقا عديدة تحت مسمى مقتضيات حماية الأمن القومي وحماية الصحة العامة أو الحفاظ على النظام العام داخل البلد، بحيث تقوم جهات أمنية بالتجسس على حسابات بعض الأشخاص في مواقع التواصل الاجتماعي واختراقها وجمع وتخزين بياناتهم الرقمية دون الحصول على إذن مسبق، كما

٣٢ عادل عبد المنعم، «أمن المعلومات والأمن القومي»، السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، عدد ٢١٣، المجلد ٥٣، يوليو/أغسطس ٢٠١٨، ص ٢٠٢.

٣٣ نفس المرجع، ص ٢٠٦-٢٠٧.

٣٤ محمد بسيوني، «مواقع التواصل الاجتماعي... تهديد جديد للأمن القومي»، السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، عدد ٢١٤، المجلد ٥٣، أكتوبر ٢٠١٨، ص ٣٢٨.

٣٥ خالد خليف، «الحق في الخصوصية الرقمية في مواجهة مقتضيات حماية الأمن الوطني»، مجلة مصداقية، الجزائر، المجلد ١، العدد الثاني، يونيو ٢٠٢٠، ص ١٧٧.

٣٦ ابن عباس رضي الله عنهما، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم خطب الناس يوم النحر فقال: «يا أيها الناس أي يوم هذا؟»، قالوا: يوم حرام، قال: «فأي بلد هذا؟»، قالوا: بلد حرام، قال: «فأي شهر هذا؟»، قالوا: شهر حرام، قال: «فإن دماءكم وأموالكم وأعراضكم عليكم حرام، كحرمة يومكم هذا، في بلدكم هذا، في شهركم هذا»، فأعادها مرارا، ثم رفع رأسه فقال: «اللهم هل بلغت، اللهم هل بلغت». -انظر كتاب صحيح البخاري: الخطبة أيام منى ١٧٦ / ٢ رقم ١٧٣٩.

٣٧ حسام الدين الأهواني، الحق في احترام الحياة الخاصة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٧٨، ص ٢٣.
See: www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html

٣٨ See: www.ohchr.org/ar/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-right

٣٩ See: www.hrlibrary.umn.edu/arabic/hrc-gc16.html



كرامته ولا يجوز أن يعترض أحد لتدخل اعتباطي أو تعسفي في حياته الخاصة أو شؤون أسرته أو منزله أو مراسلاته، ولا أن يعترض الاعتداءات غير مشروعة على شرفه أو سمعته، ولكل إنسان الحق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الاعتداءات»^{٤٣}، كما أكدت المادة الرابعة من الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب المصادق عليه في يونيو ١٩٨١ على أنه «لا يجوز انتهاك حرمة الإنسان، ومن حقه احترام حياته وسلامة شخصه البدنية والمعنوية، ولا يجوز حرمانه من هذا الحق تعسفا»^{٤٤}.

ب- حماية الخصوصية في التشريع المغربي

أكد دستور المملكة المغربية لسنة ٢٠١١ على ضرورة حماية الحياة الخاصة للأفراد وحرمة المنازل وسرية المراسلات حيث نص على أنه «لكل شخص الحق في حماية حياته الخاصة، لا تنتهك حرمة المنزل، ولا يمكن القيام بأي تفتيش إلا وفق الشروط والإجراءات التي ينص عليها القانون، لا تنتهك سرية الاتصالات الشخصية كيفما كان شكلها، ولا يمكن الترخيص بالاطلاع على مضمونها أو نشرها، كلاً أو بعضاً، أو باستعمالها ضد أي كان، إلا بأمر قضائي، ووفق الشروط والكيفيات التي ينص عليها القانون»^{٤٥}.

كما حرص المشرع على إصدار القانون رقم ٠٨-٠٩ المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي^{٤٦}، بهدف عدم المساس بالحقوق الجماعية أو الحياة الخاصة للأفراد، وتعزيز الحماية الخاصة والبيانات الشخصية للمواطن المغربي خصوصاً في مجال التكنولوجيا والمعلومات، حيث عمل من خلال هذا القانون على تنظيم آليات التشفير والتوقيع الإلكتروني وتحديد القيمة القانونية للوثائق والالتزامات الإلكترونية، ومنع معالجة المعطيات الشخصية لأي فرد دون الحصول على موافقته ورضاه^{٤٧}.

وفرض المشرع المغربي على المسؤول عن معالجة البيانات الشخصية احترام مبدأ التناسب دون الإفراط في المعطيات، وألزمه بضرورة التحقق من جودة المعطيات وصحتها، واحترام مدة حفظ المعطيات لتحقيق الغاية من المعالجة التي جمعت من أجلها، والتزامه بالسري المهني، ووضع عقوبات إدارية وجنائية في حالة عدم احترام الإجراءات السابقة

المراقبة الداخلية والخارجية للاتصالات الرقمية و/أو اعتراضها وجمع البيانات الشخصية، بما في ذلك على نطاق جماعي، وطلبت الجمعية العامة من المفوضة السامية لحقوق الإنسان إعداد تقرير عن الحق في الخصوصية في العصر الرقمي بالتشاور والتنسيق مع مختلف الجهات المعنية داخل منظمة الأمم المتحدة وخارجها^{٤٨}.

وأصدرت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بتاريخ ٢٣ سبتمبر ١٩٨٠ مجموعة من التوصيات تتعلق بالمبادئ التوجيهية بشأن حماية الحياة الخاصة ونقل وتدقيق البيانات المعالجة آلياً أو غير آلياً، تطبق على القطاع العام والخاص. كما أكدت المنظمة العالمية للتجارة من خلال الفصل ١٤ من الاتفاقية المؤرخة في ١٥ أبريل ١٩٩٤ المحدثة للمنظمة^{٤٩} على ضرورة حماية حقوق وحريات الأشخاص عالمياً، على اعتبار أن تبادل المعطيات الشخصية بفضل التطور الحاصل في التجارة الإلكترونية لا يبرر الاعتداء على الخصوصية.

وعلى مستوى الاتفاقيات الإقليمية، أكدت المادة الثامنة من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان المصادق عليها بروما في ٤ نونبر ١٩٥٠ على أنه «لكل إنسان حق احترام حياته الخاصة والعائلية ومسكنه ومراسلاته، ولا يجوز للسلطة العامة أن تتعرض لممارسة هذا الحق إلا وفقاً للقانون وبما تمليه الضرورة في مجتمع ديمقراطي لصالح الأمن القومي وسلامة الجمهور أو الرخاء الاقتصادي للمجتمع، أو حفظ النظام ومنع الجريمة أو حماية الصحة العامة والآداب، أو حماية حقوق الآخرين وحرياتهم»^{٥٠}.

وتضمنت الاتفاقية رقم ١٠٨ المتعلقة بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه المعالجة الآلية للمعطيات ذات الطابع الشخصي، الموقعة بستراسبورغ في ٢٨ يناير ١٩٨١، مجموعة من المبادئ الأساسية الخاصة بحماية المعطيات أهمها التزام كل دولة طرف بالتنصيص في قوانينها الداخلية على التدابير الضرورية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي سواء من الناحية الموضوعية أو الإجرائية، وإدراج التدابير الأمنية ضمن قوانينها، حماية للهوية والحقوق والحريات الفردية والجماعية والحياة الخاصة من كل ما من شأنه أن يمس بها عبر استخدام المعلومات.

ونصت المادة ١١ من الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان المصادق عليها في نونبر ١٩٦٩ على أنه «لكل إنسان الحق في أن يحترم شرفه وتضامن

٤٠ www.un.org/ar/ga/resolutions.shtml/16/See.

٤١ جاء في الفصل ١٤ من الاتفاقية المؤرخة في ١٥ أبريل ١٩٩٤ المحدثة للمنظمة العالمية للتجارة ما يلي: «تحت التحفظ على ألا تكون هذه الضوابط مطبقة بشكل يؤدي إلى اعتبارها وسيلة للتمييز التحكيمي أو غير المبرر بين الدول التي توجد فيها ظروف مماثلة، وإلى أي تقليص يدعو أن الأمر يتعلق بتجارة الخدمات، فإن كل مقتضى من هذه الاتفاقية لا يمكن تأويله على أنه يمنع أي دولة عضو من تبني أو تطبيق الإجراءات الضرورية لضمان احترام القوانين والأنظمة التي لا تتعارض معها، ومن ضمنها تلك المتعلقة بحماية الحياة الخاصة للأشخاص تجاه معالجة ونشر المعطيات الشخصية، وبمعالجة الطابع السري للملفات والحسابات الشخصية». للمزيد من التفاصيل انظر: www.wto.org.

٤٢ انظر نص الاتفاقية على الرابط: www.echr.coe.int/documents/convention_ara.pdf.

٤٣ انظر نص الاتفاقية على الرابط: html.www.hrlibrary.umn.edu/arab/am2.

٤٤ انظر نص الميثاق على الرابط: html.www.hrlibrary.umn.edu/arab/a005.

٤٥ الفصل ٢٤ من دستور ٢٨ رجب ١٤٣٣ (فاتح يوليو ٢٠١١) الصادر الأمر بتنفيذه الظهير الشريف رقم ١،١١،٩١ بتاريخ ٢٧ من شعبان ١٤٣٣ (٢٩ يوليو ٢٠١١)، ج.ر. عدد ٥٩٦٤ مكرر بتاريخ ٢٨ شعبان ١٤٣٣ (٣٠ يوليو ٢٠١١)، ص ٣٠١.

٤٦ ظهير شريف رقم ١،٠٩،١٥ صادر في ٢٢ من صفر ١٤٣٠ (١٨ فبراير ٢٠٠٩) بتنفيذ القانون رقم ٠٨-٠٩ المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، جريدة رسمية عدد ٥٧١١ بتاريخ ٢٧ صفر ١٤٣٠ (٢٣ فبراير ٢٠٠٩).

٤٧ انظر على المادتين ٦ و٧ من القانون ٠٩،٠٨ المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.



٤٨. كما نص على إحداث اللجنة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية لدى رئيس الحكومة، من أجل العمل على تنفيذ مقتضيات القانون ٠٩-٠٨ والتأكد من مدى التقيد بمقتضياته.

سابعاً: القيود الموضوعة على الحق في الخصوصية الرقمية

إذا كانت المواثيق الدولية والإقليمية قد نصت على حماية الحق في الخصوصية وأكدت على صيانتها وعدم انتهاكها، فإنها في المقابل وضعت مجموعة من الحدود والضوابط المختلفة التي تقيد هذا الحق وتجعله غير مطلق بشكل تام، وأسست قيوداً على حرية التعبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة عندما يتعلق ذلك بأمنها القومي، وأمن الدولة الداخلي والخارجي، ومنع الجرائم، أو تعلق الأمر بحفظ النظام العام والصحة العامة، أو ضمان الرخاء وتحريك عجلة الاقتصاد.

فالدول وحكوماتها تسعى لاحترام وضمان حقوق الأفراد في التمتع بخصوصيتهم الرقمية من جهة، غير أنها تضع برامج الرقابة على الحياة الرقمية والتعرض لخصوصية الأفراد وانتهاكها لأسباب تربطها بحماية الأمن القومي للدولة، فتقوم بمراقبة وتعقب رسائل الأشخاص واتصالاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ورصد تحركاتهم عبر الإنترنت وتسجيل ذلك رقمياً^{٤٩}، بل من الممكن جمع معلومات أخرى من مثل أوقات الوجود بالمنزل، وتقدير عدد ونوعية الأجهزة المستخدمة، ومستوى المعيشة، والكثير من المعلومات عن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي^{٥٠}.

فعلى سبيل الذكر، أخضعت المادة ١٩ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الحق في الخصوصية والحق في التعبير لبعض القيود التي تحفظ للدولة أمنها القومي^{٥١}، نفس القيود وضعتها المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان التي أكدت على أنه يجوز إخضاع الحقوق والحريات الشخصية لشكليات إجرائية، وشروط، وقيود، وعقوبات محددة في القانون حسبما تقتضيه الضرورة في مجتمع ديمقراطي، لصالح الأمن القومي، وسلامة الأراضي، وأمن الجماهير وحفظ النظام ومنع الجريمة، وحماية الصحة والآداب، واحترام حقوق الآخرين، ومنع إفشاء الأسرار، أو تدعيم السلطة وحياد القضاء^{٥٢}.

وعلى مستوى التشريع المغربي وضعت المادة الثانية من القانون رقم ٠٨،٠٩ المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي قيوداً للحد من تطبيق مقتضيات هذا القانون في مجموعة من الحالات، أهمها

المعطيات ذات الطابع الشخصي المحصل عليها، والمعالجة لمصلحة الدفاع الوطني والأمن الداخلي أو الخارجي للدولة، ولا يطبق على المعطيات ذات الطابع الشخصي المحصل عليها والمعالجة لأغراض الوقاية من الجرائم والجرح وزجرها إلا وفق الشروط المحددة بالقانون أو النظام الذي تحدث بموجبه الملفات المعنية. كما أكدت نفس المادة على عدم تطبيق هذا القانون عندما يتعلق الأمر بالمعطيات ذات الطابع الشخصي المحصل عليها تطبيقاً لنص تشريعي خاص^{٥٣}.

وأكدت المادة الرابعة من القانون رقم ٠٨،٠٩ على أنه لا يمكن إطلاع الأعيان على المعطيات ذات الطابع الشخصي الخاضعة للمعالجة إلا من أجل إنجاز الغايات المرتبطة مباشرة بوظائف المفوت والمفوت إليه ومع مراعاة الرضى المسبق للشخص المعني. غير أن ذات المادة قيدت هذا الرضى وجعلته غير مطلوب إذا كانت المعالجة ضرورية في مجموعة من الحالات أهمها، احترام التزام قانوني يخضع له الشخص المعني أو المسؤول عن المعالجة، ولتنفيذ مهمة تدخل ضمن الصالح العام أو لإنجاز مصلحة مشروعة يتوخاها المسؤول عن المعالجة أو المرسل إليه مع مراعاة عدم تجاهل مصلحة الشخص المعني أو حقوقه وحرياته الأساسية^{٥٤}.

كما وقعت الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي تحت ضغط هائل من قبل حكومات بلدان مختلفة أو منظمات دولية وغيرها من منظمات الاستخبارات في العالم لإزالة ورصد الأنشطة الإرهابية في منصاتهما، ومراقبة مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وإزالة الحسابات أو المواد المسيئة بشكل أكثر فعالية^{٥٥}. غير أن هذه الشركات تصطدم غالباً بالصعوبات الإجرائية المرتبطة بخصوصية المحتوى الذي سيكون فيما بعد محل شك من المستخدمين، وبطبيعة الرقابة المفروضة عليه، وصلاحيات السلطات الأمنية في الاطلاع عليه وتخزينه، لا سيما أن موثوقية الاستخدام ستكون أقل، حال تضرر المستخدمين من تلك الإجراءات^{٥٦}.

يتضح مما سبق، بأن حماية الحق في الخصوصية لمستخدمي ورواد مواقع التواصل الاجتماعي قد يصطدم في كثير من الأحيان بقيود وضوابط تفرضها ظروف حماية الأمن القومي للدولة من التهديدات والمخاطر المحتملة، رغم أن هذه الضوابط والقيود تتعارض في كثير من الأحيان مع القوانين والتشريعات المنظمة لحرية الرأي والتعبير، وحقوق المواطنين وحرياتهم.

٤٨ انظر على التوالي المواد ٨، ٢٣، ٢٧، ٥٥، ٦٤ من القانون ٠٩،٠٨ المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

٤٩ خالد خليف، «الحق في الخصوصية الرقمية في مواجهة مقتضيات حماية الأمن الوطني»، مرجع سابق، ص ١٧٦.

٥٠ عادل عبد المنعم، «أمن المعلومات والأمن القومي»، مرجع سابق، ص ٢٠٣.

٥١ تنص المادة ١٩ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية على أنه «... تستتبع ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة ٢ من هذه المادة واجبات ومسؤوليات خاصة. وعلى ذلك يجوز إخضاعها لبعض القيود ولكن شريطة أن تكون محددة بنص القانون وأن تكون ضرورية: (أ) لاحترام حقوق الآخرين أو سمعتهم، (ب) لحماية الأمن القومي أو النظام العام أو الصحة العامة أو الآداب العامة».

٥٢ انظر المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان الصادرة في ٤ نوفمبر ١٩٥٠.

٥٣ انظر المادة ٢ من القانون رقم ٠٨،٠٩ المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

٥٤ للمزيد من التفاصيل انظر المادة ٤ من القانون رقم ٠٨،٠٩ المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

٥٥ Montoya, J.W and Hofstetter, F.(2014). ISIL's Utilization of Multimedia to Fulfil Their Quest of Creating a New Islamic State

٥٦ حسين عبد الرازي، «سياقات وإشكاليات الإرهاب والتطرف في أوروبا عبر وسائل التواصل الاجتماعي»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢، ص ٣٧٨.

خاتمة

للتطبيقات خاصة التطبيقات البنكية، ويفضل الاعتماد على بصمة اليد أو الوجه لإتمام عمليات الشراء والدفع عبر الإنترنت، وتحميل التطبيقات من مصادر موثوقة، وتجنب استخدام شبكة (Wifi) العامة قدر الإمكان، لصعوبة التأكد من مدى أمنها، وتفعيل التحديث التلقائي (mise a jour) للحصول على التحديثات التي تسد ثغرات الأمان باستمرار.

وعند استعمال الحاسوب الشخصي ينبغي الاعتماد على جدار الحماية، واستخدام برامج مكافحة الفيروسات الموثوقة للحماية من الفيروسات والبرامج الضارة مما يساهم في تجنب أي اختراق للبيانات الشخصية في البيئة الرقمية، والحرص على عدم فتح رسائل البريد الإلكتروني مجهولة المصدر، والعمل على إخفاء وحفظ البيانات الشخصية داخل ملف في شكل صورة محمية بكلمة مرور قوية، لتضليل الراغبين في سرقة هذه المعلومات ومنعهم من الوصول إليها.

بالرغم مما توفره وسائل التواصل الاجتماعي من خدمات وامتيازات للشباب العربي، وتعزيز تفاعلهم مع بعضهم البعض، فإنها في المقابل تضعهم أمام خطر عدم حفظ وأمن خصوصية بياناتهم الشخصية، وضعف حمايتها وسلامتها من السرقة والاستغلال والتخريب، أو استخدامها كوسيلة تهديد وابتزاز للحصول على مكاسب من روائها، أو اختراقها من قبل أجهزة الدولة بدعوى حفظ الأمن القومي وتحقيق المصلحة العليا للبلد.

لذلك ينبغي على الشباب العربي توخي الحذر عند ولوج منصات التواصل الاجتماعي، إذ يمكنهم اتباع مجموعة من التوصيات والإرشادات التي تساعدهم على حماية خصوصية بياناتهم، أهمها استخدام كلمة مرور قوية أو بصمة اليد أو الوجه لقفل شاشة الهاتف، حيث يمنع هذا الخيار الآخرين من الوصول إلى جميع بيانات الجهاز، واستخدام قفل

قائمة المراجع باللغة العربية

١. أحمد عمي الدروي، «مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية»، المجلة العربية للنشر العلمي، الأردن، العدد الأول، يناير ٢٠١٨.
٢. برنامج العمل العالمي للشباب حتى ٢٠٠٠، قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة في الدورة الخمسون، في ١٣ مارس ١٩٩٦.
٣. بهاء الدين، محمد مزيد، «المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية» ضمن كتاب الوجوه نموذجاً، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٢.
٤. جمال نون، غسان مراد، «الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحول»، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، نوفمبر ٢٠١٩.
٥. حسام الدين الأهواني، الحق في احترام الحياة الخاصة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٧٨.
٦. حسام جبر، «الشخصية الافتراضية أسلوب الهروب من الواقع»، www.aljazeera.net
٧. «وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات»، www.aljazeera.net.
٨. حسين عبد الرازي، «سياقات وإشكاليات الإرهاب والتطرف في أوروبا عبر وسائل التواصل الاجتماعي»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢.
٩. خالد خليف، «الحق في الخصوصية الرقمية في مواجهة مقتضيات حماية الأمن الوطني»، مجلة مصداقية، الجزائر، المجلد ١، العدد الثاني، يونيو ٢٠٢٠.
١٠. دستور ٢٨ رجب ١٤٣٢ (فاتح يوليو ٢٠١١) الصادر الأمر بتنفيذه الظهير الشريف رقم ١،١١،٩١ بتاريخ ٢٧ من شعبان ١٤٣٢ (٢٩ يوليو ٢٠١١)، ج.ر، عدد ٥٩٦٤ مكرر بتاريخ ٢٨ شعبان ١٤٣٢ (٣٠ يوليو ٢٠١١).
١١. رماح الدلقموني، «وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام»، www.aljazeera.net.
١٢. شهيرة بن عبد الله، «الحرب في وسائل الإعلام: آليات بناء المعنى وإنتاج المعرفة»، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد ٤٢٩، نوفمبر ٢٠١٤.
١٣. ظهير شريف رقم ١،٠٩،١٥ صادر في ٢٢ من صفر ١٤٣٠ (١٨ فبراير ٢٠٠٩) بتنفيذ القانون رقم ٠٨-٠٩ المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، جريدة رسمية عدد ٥٧١١ بتاريخ ٢٧ صفر ١٤٣٠ (٢٣ فبراير ٢٠٠٩).
١٤. عادل عبد المنعم، «أمن المعلومات والأمن القومي»، السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، عدد ٢١٣، المجلد ٥٣، يوليو ٢٠١٨.
١٥. عبد الله بن عبد العزيز بن فهد العجلان، الإرهاب الإلكتروني في عصر المعلومات بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول حول «حماية أمن المعلومات والخصوصية في قانون الإنترنت»، القاهرة ٢-٤ يونيو ٢٠٠٨.
١٦. غير ياسين، «تحليل مضمون سرديات التطرف والإرهاب على مواقع التواصل الاجتماعي»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢.
١٧. عكاشة بن المصطفى، «تحولات القيم لدى الشباب: نحو أنسنة القيم الدينية»، ضمن كتاب جماعي: الثقة في جدل العلاقة بين الشباب والسلطة، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى، ٢٠٢٣.
١٨. غسان مراد، دهاء شبكات التواصل الاجتماعي وخبايا الذكاء الاصطناعي، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت ٢٠١٩.

١٩. فريد امعشوشو، «موقف الشباب المغربي من الأداء الحكومي»، ضمن كتاب جماعي: اللائقة في جدل العلاقة بين الشباب والسلطة، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى، ٢٠٢٣.
٢٠. ليلى برغوت، «الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي: بين الانتهاك والكشف الإرادي»، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد ٥، العدد الأول، يناير ٢٠٢٢.
٢١. محمد البحيري، «٢٧٤ مليون عربي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي»، www.almasryalyoum.com.
٢٢. محمد بسيوني، «مواقع التواصل الاجتماعي... تهديد جديد للأمن القومي»، السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، عدد ٢١٤، المجلد ٥٣، أكتوبر ٢٠١٨.
٢٣. محمد سعيدي، «حين يصنع الناس العاديون التغيير القوة الهائلة والصامتة لحراك المقاطعة»، ضمن كتاب جماعي: اللائقة في جدل العلاقة بين الشباب والسلطة، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى، ٢٠٢٣.
٢٤. محمود سلامة، «تجنيد الأطفال في عصر من منصات التواصل الاجتماعي»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢.
٢٥. نور الشيخ، «الواقع الافتراضي وتعزيز الإرهاب العابر للحدود»، مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد ٢٢٨، المجلد ٥٧، أبريل ٢٠٢٢.
٢٦. ويليام مارسيلينو وآخرون، «رصد وسائل التواصل الاجتماعي عبر تحليلات وزارة الدفاع الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل دعماً لعمليات المعلومات»، مؤسسة تراند، كاليفورنيا، ٢٠١٧.

المراجع باللغة الأجنبية

١. Benjamin Loveluck, "Internet, vers la démocratie radicale?" Le Débat, no. 152, Septembre-Octobre 2008.
2. Brian Dean, «Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022?», www.backlinko.com.
3. Brian Stelter, "The Facebooker Who Friendened Obama", www.nytimes.com, Posted on 7 July 2008.
4. Dominique Piotet et Francis Pisani, Comment le web change le monde: L'alchimie des multitudes, France: Société, Sciences humaines, 2008.
5. Jimmie Manning, «Definition and classes of social media», In; K. Harvey (Ed), Encyclopedia of social media and politics, Thousand Oaks, CA, January 2014.
6. Montoya, J.W and Hofstetter, F. (2014). ISIL's Utilization of Multimedia to Fulfil Their Quest of Creating a New Islamic State.
7. Rhingold Howard, The Virtual Community, Home steading on the electronic frontier, Addison-wesley publishing, 1993.
8. www.hrlibrary.umn.edu/arab/am2.html
9. www.echr.coe.int/documents/convention_ara.pdf
10. www.hrlibrary.umn.edu/arab/a005.html
11. www.hrlibrary.umn.edu/arabic/hrc-gc16.html
12. www.ohchr.org/ar/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-right.
13. www.un.org/ar/ga/68/resolutions.shtml.
14. www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html

دور وسائل التواصل الاجتماعي في اكتشاف المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي وتوجيهها

أشواق عيادي

جامعة عمار ثليجي الأغواط - الجزائر

محمد قطاف

جامعة عمار ثليجي الأغواط - الجزائر

نسيم دولاش

جامعة عمار ثليجي الأغواط - الجزائر

ملخص

خلال السنوات الأخيرة زاد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير ووفقا لتقرير صادر عن Research Now تظهر أحدث الأرقام أنه يوجد حوالي ٣,٩٦ مليار مستخدم لها في جميع أنحاء العالم في عام ٢٠٢٢، وتعد هذه المواقع نوافذ مشرعة على الإبداع و منبرا للعديد من المواهب التي لطالما بحثت لنفسها عن نوافذ تطل من خلالها لتنهل بكل إبداعاتها في شتى المجالات، إذ نلاحظ أن نشاط الشباب أصبح كثيفا من خلال هذه المواقع بتفاعلاتهم في المجتمعات الافتراضية، حيث أنهم يستخدمونها أساسا لنشر محتويات ومضامين تعكس رغباتهم وتعبر عن طموحاتهم قصد إشباع رغبتهم وتلبية ما يملكون من إمكانيات فكرية، طاقات إيجابية ومواهب متعددة منها: الغناء، الطبخ، التنمية البشرية، الرقص، التعليم التسويق، الرياضة.....وهذه الأخيرة تعد من المجالات التي لاقت استحسانا و إبداعا من طرف الشباب الموهوبين رياضيا في الوطن العربي على هذه المنصات.

حيث يلجأ عدد من الشباب العربي الرياضي لمشاركة مواهبهم على منصات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك و الأنستقرام، التويت، اليوتيوب، التيك توك من خلال مشاركة مقاطع فيديو مع المتابعين تظهر فيها مهاراتهم و قدراتهم في رياضة ما، والتي بدورها تساعدهم على إيصال إبداعهم لأكثر فئة من المجتمع لتشجيعهم وفتح المجال لهم لإبراز موهبتهم الحقيقية التي تستحق الدعم و حاجة لتسليط الضوء عليها، وتوصيل مهاراتهم في رياضة معينة إلى الفئات المعنية للإعانة بها و توجيهها إلى نواحي رياضية متخصصة، وهذا ما يسمح للرياضيين الموهوبين من رفع مستواهم و مواصلة مشوارهم لتقديم الأفضل، إذ أن التوجيه والاستغلال الجيد للمواهب الرياضية الشابة يعتبر المحرك الأساسي للنهوض بالحركة الرياضية العربية إلى افاق أوسع، وعلى هذا الأساس جاء بحثنا هذا للتعرف على الدور الجلي التي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في المساعدة على اكتشاف المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي و توجيهها.

الكلمات المفتاحية

وسائل التواصل الاجتماعي، المواهب الرياضية، التوجيه.

مقدمة

و ثقافات العالم بأسره، فنجد أن جميع فئات المجتمع و القطاعات قد تأثرت بها واستفادت من المزايا والفرص التي وفرتها، ونأخذ على سبيل المثال القطاع الرياضي فقد ساهمت هذه المواقع في الكشف عن العديد من المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي، حيث يلجأ عدد من الموهوبين الشباب على منصات التواصل لمشاركة مقاطع فيديو لنقل مواهبهم على صفحاتهم الخاصة لإيصال إبداعاتهم لأكثر فئة من المجتمع وتم دعمهم و فتح المجال للمواهب التي تستحق من أجل توجيهها و الاعتناء بها للوصول إلى المستويات العليا، ومن المعلوم أن توجيه المواهب الرياضية الشابة و صقلها يزيد من رغبتهم و ثقتهم بأنفسهم و رفع مستواهم و يزيد من فرصهم في تحقيق أفضل النتائج ومواصلة مشوارهم في الحاضر والمستقبل.

١- أهداف الدراسة

- معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في اكتشاف المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي.
- الكشف عن المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي عن طريق

لقد أصبح التواصل السريع بين الناس في شتى أرجاء العالم سمة العصر الحالي، مما أحدث تغييرات في نمط الحياة عند بني البشر، وازداد التواصل و زاد دوره مع انتشار ما يسمى بوسائل الإعلام ووسائله بشكل يصعب علينا محاصرتها وتتبعها، ومن بين الوسائل التي تشيع وتنتشر في مجتمعاتنا العربية الشبكات العنكبوتية وما اتاحته من مواقع عديدة، أشهرها وسائل التواصل الاجتماعي التي صارت فضاءات واسعة جدا لتبادل المعلومات، وازدياد الإقبال عليها من قبل الأفراد صغار وكبار متعلمين أو غير متعلمين رجالا أو نساء، حتى تشكلت في سمائنا مجتمعات وأمم برمتها، يعيشون في غرفة واحدة ويتلقون أفكارا عديدة، ولكن أكبر نسبة تعتمد عليها هي فئة الشباب وذلك من خلال استخدامها في شتى المجالات والبحوث فهي تساهم بدرجة كبيرة في تغيير اتجاهاتهم سواء إيجابيا أو سلبيا وتنمية ميولهم نحو مواضيع معينة، فهي أصبحت جزء من حياتهم لا يستطيعون التخلي عنها.

حيث وجد مجتمع الشباب العربي مثلا في مواقع التواصل الاجتماعي نافذة على العالم و ساحة للتغيير و إبداء الرأي في التواصل ومشاركة الأصدقاء تفاصيل حياتهم وإبراز مواهبهم و الاطلاع على افكار و لغات

مواقع التواصل الاجتماعي.

- إبراز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في اكتشاف المواهب الرياضية واستغلالها جيدا عن طريق توجيهها في النطاق السليم.
- معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكتشاف المواهب الرياضية في الوطن العربي.
- التعرف على المزايا التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للمواهب الرياضية.
- معرفة الانعكاسات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على المواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي.

٢- أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من منطلق حداثة الموضوع و أهميته الكبيرة بالنسبة للمجال الرياضي فالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي جلي في اكتشاف المواهب الرياضية الشابة قصد توجيهها للاهتمام و الاعتناء بها وفتح المجال لهم لظهور مواهبهم الحقيقية، مما يسمح لهم بإكمال مشوارهم و تقديم الافضل للمجال الرياضي في الوطن العربي.

٣- تحديد المصطلحات و المفاهيم:

المواهب الرياضية

الموهبة مصطلح يدل على مستوى عال من الأداء الذي يصل إليه الفرد في مجال ما ويخضع لعوامل وراثية، يجب أن يحدث دون تدريب عليه، فالموهبة غير مكتسبة.

و قد استخدمه «غليفورد» للدلالة على الأفراد الذين يمتلكون قدرات ابتكارية عالية بينما استخدمه آخرون للدلالة على تفوق بعض الأفراد في قدرات معينة، ويتميز عن الأشخاص الآخرين ويخص هذه القدرات: القدرات الرياضية، الموسيقية، الذهنية والفنية... الخ، و يرى «لانج ويلكوم» أن المواهب هي القدرات الخاصة ذات الأصل التكويني لا ترتبط بالذكاء.

أما «عمر أبو المجد و جمال اسماعيل النمكي» بأن المواهب أو التلميذ الموهوب رياضيا بأنه ذلك الطفل الذي تتوفر لديه الاستعدادات والقدرة الخاصة التي تساعده على جعل أدائه متفوقا متميزا عن الأطفال العاديين من نفس سنه».

وتشير باربارا كلارك Barbara Clark في تعريفها للموهبة على أنها قدرة فطرية أو استعداد موروث في مجال واحد أو أكثر من مجالات الاستعدادات العقلية والإبداعية والاجتماعية والانفعالية والفنية ، وهي أشبه بمادة خام تحتاج إلى اكتشاف وصقل حتى يمكن أن تبلغ أقصى مدى لها.

مواقع التواصل الاجتماعي

يعرف كل من Kaplan و Haenlein ٢٠١٠ وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من التطبيقات المستندة على الانترنت و التي تأسست

بناءا على تكنولوجياات الجيل الثاني من الويب web ٢.٠ ، بحيث أنها تسمح بإنشاء و تبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدم.

و يعرفها Oreilly بأنها عبارة عن عدد من التطبيقات الواسعة الاستخدام على شبكة الانترنت و التي تشترك في مجموعة من الخصائص ابرزها القدرة على التفاعل، التشارك، امكانية نشر الخدمة خارج نطاق الموقع و غيرها.

او هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع الافتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، ويجري كل ذلك بخدمات التواصل المباشر.

التوجيه

يعرفه «سعد جلال» بأنه: «مجموعة الخدمات التي تهدف الى مساعدة الفرد على أن يفهم نفسه و يفهم مشاكله و ان يشغل امكاناته الذاتية من قدرات و مهارات و استعدادات و ميول لحل مشاكله حلا علميا يؤدي على تكيفه مع نفسه و مجتمعه».

و يضيف «طه» بأنه: «عملية تربوية تتمثل في مساعدة الفرد على معرفة نفسه و معرفة قدراته الذاتية حتى يمكنه بذلك اختيار ما يناسبه من تخصص رياضي يمكن أن يتفوق فيه»، فالتوجيه الرياضي هو الذي يهتم بمساعدة الفرد الموهوب في اختيار نوع الرياضة التي تناسبه اي تلك التي تتفق مع كم و كيف ما يوجد لديه من قدرات و استعدادات و ميول و اهتمامات و كذلك من ظروف اجتماعية و ما لديه من دافعية و حماس.

٣- بعض المؤتمرات و الدراسات المشابهة :

دراسة بغدادي حميم(٢٠١٧):

بعنوان «دور الإعلام الرياضي في تطوير اتجاهات التلاميذ المراهقين نحو الممارسة الرياضية»، وقد هدفت الدراسة الى الوقوف على واقع الإعلام الرياضي في الوسائل الإعلامية المخصصة له ودوره في تشكيل اتجاهات التلاميذ نحو الممارسة الرياضية، وتمثلت عينتها في ١١٠ تلميذ، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي واستخدم أداة الاستبيان في جمع البيانات ومن أبرز نتائجها:

- للأعلام الرياضي دور في تشكيل اتجاهات التلاميذ نحو الممارسة الرياضية كخبرة اجتماعية.
- للأعلام الرياضي دور في تشكيل اتجاهات التلاميذ المراهقين نحو ممارسة النشاط البدني للصحة واللياقة.
- للأعلام الرياضي دور في تشكيل اتجاهات التلاميذ المراهقين نحو ممارسة النشاط الرياضي كخبرة توتر مخاطرة لم تتحقق.
- للأعلام الرياضي دور في تشكيل اتجاهات التلاميذ المراهقين نحو ممارسة النشاط البدني لخفض التوتر.

- للأعلام الرياضي دور في تشكيل اتجاهات التلاميذ المراهقين نحو ممارسة النشاط البدني كخبرة للتفوق الرياضي.

دراسة «فايد الحسين» و«شوتري عماد الدين» (٢٠٢١):

بعنوان «وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في تنمية اتجاهات الطلبة نحو الممارسة الرياضية» مذكرة ماستر، الجزائر، وقد هدفت الدراسة الى معرفة الدور الفعال التي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية اتجاهات الطلبة نحو الممارسة الرياضية، و تمثلت عينتها في طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة -الجزائر- واعتمد الباحث على المنهج الوصفي و اعتمد على الدراسات السابقة كنوع من انواع أدوات جمع البيانات و من ابرز نتائجها:

- تعد وسائل التواصل الاجتماعي أفضل وسيلة في نشر الممارسة الرياضية.
- اكتساب الطلبة بدرجة عالية بالمعرفة الجيدة بطريقة اللعب من الممارسات الرياضية.
- من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على تجنب من الممارسات الرياضية الخاطئة.

دراسة «محمد شوكت مصطفى سمحة» (٢٠١٤):

بعنوان: دور الشركات الراعية للأنشطة الرياضية في تطوير الحركة الرياضية» رسالة ماجستير، فلسطين، وقد هدفت الدراسة الى معرفة دور الشركات الراعية للأنشطة الرياضية في تطوير الحركة الرياضية في الضفة الغربية من جهة نظر العاملين في المجال الرياضي و كذا تحديد أهمية الرعاية في تسويق الشركات الراعية، واشتملت العينة على ٢١٤ من اداريين، مدربين، حكام، اعلاميين رياضيين، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي و استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، ومن ابرز نتائجها ما يلي:

- العاملون في المجال الرياضي يرون ضرورة توفير الرعاية الرياضية لما لها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والفنية والدعاية والاعلان.
- لا يوجد اختلاف في وجهات النظر العاملين في المجال الرياضي سواء ان كانوا اداريين أو مدربين أو حكام أو اعلاميين حول الرعاية الرياضية.
- قلة الشركات الراعية في الضفة الغربية و ذلك لعدم الاستقرار الأمني و السياسي.

المؤتمر العلمي العربي السادس (٢٦-٢٨/٠٧/٢٠٠٩):

تحت شعار: رعاية الموهوبين... ضرورة حتمية لمستقبل عربي أفضل، عمان، الأردن، أيام ٢٦-٢٨ جويلية ٢٠٠٩ تبنى رعاية هذا المؤتمر رئيس الوزراء السيد نادر الذهبي الأفخم، وبتنظيم من المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين وبالتعاون مع شركة «واجهة الأردن للتعليم والتبادل الثقافي»، وبحضور وزير التربية والتعليم ووزير التعليم العالي والبحث العلمي، ومشاركة أكثر من ٢٤٠ مندوبا من ١٦ دولة عربية من القيادات التربوية وأساتذة الجامعات ومدراء مدارس مرموقة

وعدد من الأكاديميين والمهتمين والمسؤولين عن برامج تعليم الموهوبين والمتفوقين ورعايتهم، فضلا عن مشاركة علماء عرب وخبراء أجانب في مجال رعاية الموهوبين والمبدعين من الولايات المتحدة الأمريكية، وقد عقدت على هامش أعمال المؤتمر ورشتان تدريبيتان حول «تنمية الذكاء الانفعالي لدى الطلبة الموهوبين والمبدعين في المرحلة الأساسية» و«تطوير قدرات الطلبة في الكفاءات والخبرات وما بعدها»، كما عقدت ندوة حوارية متخصصة تحت عنوان «التعليم العربي العام والجامعي: مخرجاته وسيناريوهات إصلاحه للتميز والإبداع» أدارها الدكتور خالد الجبر، وشارك فيها الدكتور فتحي جروان - رئيس المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين، والأستاذ الدكتور منير نايفة (أستاذ الفيزياء في جامعة إلينوي بإيربانا بالولايات المتحدة الأمريكية)، والأستاذ الدكتور عمر هارون الخليفة (أستاذ التربية في جامعة الخرطوم بالسودان)، والدكتورة ليلى السبعان (أستاذة الأدب العربي في جامعة الكويت)، كما أقيم على هامش المؤتمر معرضا للكتب المختصة ومعرضاً للمواد التعليمية والوسائل التكنولوجية المستخدمة في التعليم بعمامة وتعليم الموهوبين بشكل خاص.

٤- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج أهمية الشبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين خاصة وان هناك حقيقة علمية وهي ان الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له ان يعيش منعزلا عن أخيه الإنسان وقد أثبتت العديد من الدراسات والبحوث العلمية ان الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن ان تقوم أساسا دون تواصل إنساني مع محيط الاجتماعي ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن ان يعيش بمفرده.

٥- وظائف وسائل التواصل الاجتماعي

ان للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في:

الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

وهو الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن رغم من تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات.

الاستخدامات التعليمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دور في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعلم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له،

والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير مدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

الاستخدامات الإخبارية:

أتاحت شبكة الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن المصادر الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصداقية لما قد يضاف إليها من مبالغيات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تشويبه بغرض التأثير على الرأي العام.

الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وأنشأ الكثير من الدعاة على صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل الأنظمة التي تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف.

٦- الخصائص الأساسية لوسائل التواصل الاجتماعي

تدعم بشكل كبير الأفكار الأساسية التي تركز عليها نظرية الاعتماد، فالخصائص التي تدعم نظرية الاعتماد على وسائل التواصل هي:

التفاعلية:

عملية الاتصال تعتمد على تبادل الأدوار والخطاب في اتجاهين، وهذه الخاصية التي تمتاز بها وسائل التواصل الاجتماعي تدعم فكر الجمهور النشط.

الانتقائية:

وهي قدرة المستخدم على اختيار المضامين التي تقدمها عروض الوكالات السياحية من بين قائمة كبيرة من البدائل وفقا لرغباتهم وحاجاتهم.

التزامية:

هي القدرة على استقبال القراءة الرسائل الإلكترونية في أي وقت يناسبهم.

وبالإضافة إلى الخصائص السابقة هناك مجموعة من خصائص وسمات أخرى مثل:

تؤمن وتوكل وسائل التواصل الاجتماعي قواعد ومنصات تفاعلية على شبكات الأنترنت عالميا من خلال المشاركة مستخدميها في التعليق على المحتوى.

- وسائل التواصل الاجتماعي هي أداة تسويقية جديدة للمنتجات والبضائع والأفكار التي تسمح بالتعرف على حاجات الزبائن والتوقعات المستقبلية.

- تسمح للمستخدمين بالعثور على أشخاص لهم مصالح مشتركة

وتجمع الناس الذين يمكن ان يصبحوا أصدقاء أو ان يكونوا زبائن وعملاء عبر شبكة الأنترنت.

- وسيلة منخفضة التكلفة مما يجعل المتسوقون يعتمدون عليه بشكل عام.

٧- أهم مواقع التواصل الاجتماعي

في عالم البرمجة باستطاعة أي مبرمج أو فريق عمل تأسيس تطبيقهم وموقعهم الاجتماعي ونشره ولكن هل قد يستمر أو يلقى اهتمام المستخدمين في هذا السوق يعتبر المحيط صعبا المنافسة فيه اذا لم يكن لديك ميزة تنافسية فريدة وأموال ضخمة تساعدك على النمو ولهذا الكثير من تطبيقات التواصل الاجتماعي تنشأ كل يوم وما تلبث ان تختفي من السوق، ولكن مع كل هذا هناك تقديرات عشوائية تتحدث عن وجود ما بين ٨٠٠ إلى ١٠٠٠ موقع وتطبيق اجتماعي على قيد الحياة في العالم اليوم، ولكن الأقرب لي ما حاول محررو ويكيبيديا الإنجليزية إحصائه في قائمة المواقع والتطبيقات الاجتماعية المعروفة حول العالم وجمعوا بها ما يقارب ٢٠٠ موقع وتطبيق أهمها:

الفيس بوك Facebook

الفيس بوك هو موقع الكتروني تم إطلاقه رسميا في ١ فبراير ٢٠٠٤، هو يستخدم للتواصل الاجتماعي، ويعتبر الشبكة الاجتماعية الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم، حيث لاق أكثر ترحيبا من قبل الجماهير لمختلف أنحاء العالم من خلال انضمام العديد من المستخدمين نظرا لما يتوفر عليه هذا الموقع الافتراضي.

أنشئ الفيس بوك من طرف «مارك زوكربيرغ» وذلك في غرفته بالجامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية متاحا فقط للطلاب جامعة هارفارد، ثم فتح لطلبة الجامعات الأمريكية الأخرى، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من منظمات الأعمال، وبعد النجاح الذي حققه ثم فتحه لجميع سكان العالم، أي لكل شخص يرغب في فتح حساب به. بدأ مارك الفيس بوك بفكرة تقتضي بإنشاء موقع يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شبكة تعارف لتعزيز التواصل بين الطلبة والبقاء على تواصل وتبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم حتى بعد التخرج، نفذت هذه الفكرة عام ٢٠٠٤ وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين الطلاب هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، وخلال أسبوعين بدا نصف التلاميذ بوسطن بالمطالبة في الانضمام الى هذه الشبكة لان شبكة الفيس بوك كانت مقتصرة فقط لطلاب هارفارد، فاستعان زوكربيرج بصديقه دستان موسكوفيتز لبناء شبكة الفيس بوك واستطاعوا خلال ٤ أشهر ضم ٣٠ شبكة لكرات أخرى.

تويتر twitter

وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى مئة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة ويمكن ارسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر او على شكل رسائل sms - وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال. وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع التويتر ويمكن للأصدقاء المستخدم قراءة التحديثات من صفحته

الرئيسية عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني.

وظهر موقع تويتر عام ٢٠٠٦ كمشروع بحثي قامت شركة obvios الأمريكية، ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام، ومن مميزاته :

- السرعة في نشر الخبر على الأنترنت، فبمجرد الكتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان الملايين المشتركين في الأنترنت حتى لو لم يكن مشتركين في موقع تويتر.
- قراءة ما كتب والاستفادة منه.
- يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق sms.
- متابعة آخر المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية .

اليوتيوب Youtube

نشأت فكرة موقع اليوتيوب في مدينة سان برونو كاليفورنيا، عندما كان الأصدقاء في حفلة أحد الأصدقاء والتقطوا مقاطع فيديو و أرادوا ان ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل مقاطع فيديو كبيرة، ومن هنا بدأت الفكرة تتبلور لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت.

ويقوم موقع «يوتيوب» على فكرة مبدئية هي: « بث لنفسك أو دع لنفسك» ويوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر اهم مكان في شبكة الأنترنت، وهو يعمل وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم ويتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- يستطيع المستخدمون اختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.

٨- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

• يسعى الناس دائماً إلى إقامة علاقات اجتماعية جديدة، والتواصل مع العلاقات القديمة فجاءت شبكات التواصل الاجتماعي كحل سحري من خلال العالم الافتراضي.

• ساهمت شبكات التواصل لاجتماعي كثيراً في عملية النشر الإلكتروني فأى استخدام لهذه الشبكات يجد نفسه انه في الفيسبوك مثلاً قد ازداد معدل كتابته وبالتالي معدل قرائته.

• تساعد المستخدمين على المشاركة ودعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام الى مجموعات خاصة بهذه الخدمة وغيرها.

• شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة الاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط.

• كسر الهوية الثقافية والحضارية وذلك من خلال ثقافة التواصل

المشتركة بين مستخدمي تلك الشبكات من أبناء العالم المتقدم وأبناء العالم المتخلف مما يؤدي الى التقارب الفكري على صعيد الأفراد والجماعات في الدول.

- تسهل على المستخدم متابعة الأخبار أفراد عائلته خاصة وانها أرخص من غيرها من وسائل الاتصال المختلفة.

٩- كيف تتم عملية اكتشاف و رعاية الموهوبين؟

يعد الموهوبين أمن ثروة وأنفس مورد وأكثر مجال للاستثمار البشري الذي أولت الدولة الجزائرية أهمية بالغة في مجال الاهتمام بهذه الفئة وتقديم أوجه الرعاية المختلفة لهم فهم بمثابة الاساس المبدئي لتحديد متطلباتهم واحتياجاتهم الخاصة، كما أن التعامل مع فئة الموهوبين يتم من خلال مرحلتين متكاملتين.

مرحلة الاكتشاف:

يمكن الإشارة إلى أن هذه المرحلة أقرب ما تكون عبارة عن عملية تقييمية، ففي المجال الرياضي يكون أحياناً اكتشاف المواهب الشابة اعتباراً من خلال الممارسة الرياضية العشوائية في الشوارع أو الشبه رسمية كمنافسات بين الأحياء لتتطور إلى المنافسات بين البلديات في الولائي والجهوي إلى غاية البطولة المحترفة الأولى المعتمدة في الجزائر مؤخراً.

مرحلة الرعاية:

تعني تقديم العون والتوجيه لكل من لديه موهبة على أن تكون تلك الرعاية متناسبة مع مجال الموهبة وخصائص الموهوب وإمكانات المجتمع ففي المجال الرياضي تكون رعاية الموهوب حسب درجة أهمية المنافسة والفوائد التي ستجنيها الجهة الراعية من خلال استثماراتها لقدرات و مواهب الرياضي فعلى سبيل المثال نجد مؤخراً أن الرعاية التي يحض بها لاعب سواء في كرة القدم أو السلة أو التنس...إلخ، أكبر بكثير من رعاية المفكرين والأدباء وأهل العلم كما أن السمعة والشهرة التي يحظى بها الرياضي رفيع المستوى أصبحت تفوق الشهرة والعائدات التي يتمتع بها الباحثون في بعض المجالات، حتى أصبحت الرياضة مجال مفتوحاً على المجتمع لتشمل المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي...إلخ، فرعاية الموهوبين اذا هي أول خطوة لاستغلال إمكاناتهم.

١٠- بعض الاختبارات المستخدمة في التعرف على الموهوبين في

الوطن العربي

اختبارات الذكاء الفردية:

- اختبار ستانفورد- بينيه (د. لويس كامل مليكة و د. عبدالسلام عبدالغفار).
- اختبار وكسلر لذكاء الأطفال (د. لويس كامل مليكة و د. محمد عماد إسماعيل)
- اختبارات الذكاء الجمعية:
- اختبار الذكاء غير اللفظي لتلاميذ المرحلة الابتدائية (د. عطية محمود هنا).

- اختبار الذكاء المصور (د. أحمد زكي صالح).
- اختبار القدرة العقلية العامة (د. عطية محمود هنا).
- اختبار القدرات العقلية الأولية (د. أحمد زكي صالح).
- اختبار الذكاء العقلي للمرحلة الثانوية والجامعات (د. رمزية غريب).
- اختبار الذكاء الإعدادي (د. السيد محمد خير).
- اختبار الذكاء العالي (د. السيد محمد خير).
- اختبارات الاستعدادات الخاصة:
- اختبارات القدرة الفنية (د. محمد عماد إسماعيل).
- اختبار القدرة الموسيقية باللغة الإنجليزية لسيشور.
- اختبار الاتجاه العلمي (محمود أحمد عوف).
- اختبارات القدرات الفردية:
- اختبارات القدرة على التفكير الابتكاري (د. عبدالسلام عبدالغفار).
- اختبارات الميول المهنية:
- اختبار الميول المهنية لكودر (د. أحمد زكي صالح).
- اختبار الميول المهنية لسترونج (د. عطية محمود هنا).
- اختبار الميول المهنية واللامهنية (د. عبدالسلام عبدالغفار).
- اختبارات الشخصية:
- اختبار الشخصية للأطفال (د. عطية محمود هنا).
- اختبار الشخصية للمرحلة الإعدادية والثانوية (د. عطية محمود هنا).
- اختبار الشخصية للمرحلة الابتدائية (د. سيد غنيم ود. عبدالسلام عبدالغفار).
- اختبار الشخصية للكبار والراشدين (د. سيد غنيم ود. عطية هنا ود. عبدالسلام عبدالغفار).
- مقياس الإرشاد النفسي (د. محمد عماد إسماعيل وسيد عبدالحميد مرسي).
- اختبار الشخصية (د. محمد عثمان نجاتي).
- اختبار التوافق (د. محمد عثمان نجاتي).
- اختبار الشخصية السوية (د. سيد محمد غنيم).
- مقياس التفضيل الشخصي (د. جابر عبدالحميد).

١١- الاتجاهات الحديثة في مجال تربية الموهوبين

من المثبت علمياً أن الخصائص النفسية الاجتماعية الشخصية والعقلية للموهوبين غير محددة ومتداخلة ولا يمكن أن توجد كلها في أفراد محددين يفوزون بلقب الموهبة هذا يعني أن تمييز الموهوب أمر لا يمكن حدوثه أن الاتجاهات الحديثة في النظر إلى الموهبة على أنها سلوك وليست خاصية مطلقة يتمتع بها الفرد بعينه ، ومعنى أدق ، من الأفضل تربوياً الحديث عن سلوك بعينه على أنه دلالة على موهبة في مجال محدد بدلاً من وصف الإنسان ذاته بأنه موهوب أو غير ذلك . خلال معظم القرن الماضي حددت الموهبة على أنها مفهوم أحادي البعد وكانت نسبة الذكاء أكثر الوسائل المستخدمة لتحديد هذا البعد ، وقد كان وراء هذا اعتقاد بان الذكاء مركب أحادي وان نسبة الذكاء تمثل مقياساً جيداً ، وإن كان غير كافٍ لتحديد الذكاء وأحياناً تستخدم درجات التحصيل ونسبة الذكاء لتحديد الطفل كموهوب وفي كل فان درجات التحصيل تميل لأن تكون مرتبط بدرجة كبيرة بنسبة الذكاء

وتقيس الشيء تقريبا لقد تقدم كبير في تحديد في تحديد معنى الموهبة مع نهاية السبعينات ، حيث ظهرت إلى الوجود مجموعة دراسات عملية اتخذت منحى مختلف وجري وذلك بنقل النظرة إلى الموهبة من كونها مجرد قدرات عقلية يمكن تحديدها من خلال اختبارات الذكاء والتحصيل الدراسي إلى أنها قدرات متنوعة في جوهرها ، متعددة في دلالاتها مختلفة في مقاييسها وطرائق تمييزها ، من هذا المنطلق ذهب كثير من الباحثين إلى محاولة تصنيف هذه القدرات إلى مكونات دقيقة فصنف وليامز (williams ١٩٩٣-١٩٧٠) ثمان مهارات تفكيرية وأوصلها قيلفورد إلى ١٢٠ مهارة (Gifford ١٩٦٧) هذه الدراسات والنظريات العلمية كانت نتيجة للحاجة الملحة لتغطية العجز والقصور في تمييز الموهوبين عن غيرهم الناتج عن الاقتصار على استخدام المقاييس والاختبارات الموضوعية مثل مقاييس الذكاء والإبداع والقدرات هذه النظريات في مجموعها تعطي إطاراً علمياً وقواعد أساسية يتم من خلالها فهم كنه الموهبة وأنواعها وتقسيماتها على سبيل العموم لا الخصوص وفي الضوء خطوط عريضة دون تفصيل .

نظرية الحلقات الثلاث three ringgs theory التي ظهرت إلى الوجود ن خلال جهود رنزولي وفريق البحث التابع له بعد دراسات طويلة لأعداد كبيرة من الأفراد ذوي السهامات الإيجابية العميقة في المجتمع هذه النظرية تم تسميتها بالحلقات الثلاث تعد نقلة نوعية في مجال تمييز الموهوبين وبالتالي نقلة نوعية لطبيعة البرامج التي يمكن تقديمها لهم هذه النظرية تفترض إن السلوك الذي يتسم بالموهبة هو نتيجة لتوفر ثلاث خصائص لدى الفرد ، هذه الخصائص هي : قدرات فوق المتوسط في مجال محدد (above average ability) مستوى عال من الإبداع (creativity) ومستوى عال من الإصرار والالتزام لأداء عمل محدد (task commitment /motivarage) الأفراد الذين يظهرون سلوكاً يتسم بالموهبة عادة ما تكون لديهم القدرة على الجمع بين هذه الخصائص الثلاث وتفعيلها للخروج بنتيجة باهرة في أحد المجالات النافعة للبشرية في هذه النظرية وان كانت تشترط ثلاث قدرات لدى الفرد ليتمكن تصنيفه موهوباً ، إلا أنها تركز على أن الموهبة سلوك ناتج من التقاء هذه الخصائص الثلاث بمستويات مرتفعة نسبياً ولمسات من مرب ناضج ليخرج هذه المواهب إلى الوجود لتنتقل فتقضي سماء الأمة بانجازات لا يمكن حصرها .

برزت خلال الخمسة عشر سنة الأخيرة نظرية قارنر (Gardner ١٩٩٧) التي تعد من اكبر صيحات التربية الحديثة فيما يتعلق بالذكاء والموهبة أطلق على هذه النظرية اسم الذكاءات المتعددة (Multiple Intelligences) هذه النظرية خرجت إلى الوجود نتيجة لأبحاث متعمقة في مجال العقل البشري الطبي والنظري هذه النظرية تفترض أن هناك ثمان أضرب من الذكاء من الممكن لأي فرد أن يكون صاحب موهبة في واحد أو أكثر من هذه الأنواع ، هذه الأنواع الثمانية هي الذكاء اللغوي أو اللفظي Verbal-linguistic intelligence حيث يظهر هذا النوع من الذكاء في القدرة على استخدام المفردات اللغوية في مواقف متعددة ولأهداف متنوعة ومن أمثلة هذا النوع من الذكاء قدرات : الإقناع المناظرة رواية القصص ، إنشاء الشعر الكتابة عادة ما تجد أن الأفراد المتميزين في هذ النوع من الذكاء يعيشون اللعب بالمفردات على سبيل الدعابة كما أنهم متقنين في عمليات التشبيه



- التوافق مع نفسه ومجتمعه.
- توجيه الناشئين إلى أفضل أنواع الرياضات المناسبة لقدراتهم وميولهم واتجاهاتهم.
- التكيف مع نفسه ومجتمعه والتعامل معه بشكل فعلي.
- تنمية شخصية الفرد عن طريق الخدمات التي تدخل في برنامج التوجيه من أجل تحقيق الأهداف المرسومة.
- استغلال الفرد لإمكاناته وامكانيات بيئته.

١٣- ما يجب مراعاته في عملية التوجيه الرياضي

عند القيام بعملية التوجيه الرياضي يجب على القائم هذه العملية مراعاة بعض النقاط الموجودة في الموهوب الرياضي للتوجيه وهي:

الميل:

وهو شعور عند الفرد بدفعة الى الاهتمام والانتباه الى نشاط ما وتفضيله ويكون عادة مصحوبا بالارتياح، و يكون الميل قويا عندما يتصل باشباع حاجات الفرد، حيث ذهب «فريد» في دراسته أن الميل من الناحية الذاتية عبارة عن وجدانيات الحب و الكراهية نحو الأشياء، ووجدانيات السرور وعدمه نحوها، أما من الناحية الموضوعية ، فإنها تمثل ردود أفعال نحو الأشياء كما ذهب أيضا إلى انه من الممكن أن تكون الميل سواء من الناحية الذاتية أو الموضوعية تمثل نشاط تقبل أو نبذ.

الاستعداد:

الاستعداد هو الحالة التي تبين قدرة الفرد على تحصيل نوع معين من المعرفة أو اكتساب فن الأداء الحركي الخاص في فعالية أو لعبة معينة إذا أعطى له التدريب المناسب.

القدرة:

تعرف القدرة على أنها القوة على القيام بعمل أو ممارسة فعل حركي أو نشاط عقلي، تتحكم في القدرة مع غيرها من العناصر في السلوك، و تعني أيضا القوة الفعلية لدى الناشئ على أداء عمل معين وتشمل أيضا السرعة و الدقة في الأداء نتيجة تدريب أو بدون تدريب.

الرغبة:

هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو مزاولة ألعاب أو فعاليات و حركات معينة و الرغبة لا تنشأ من حالة نقص أو اضطراب كما هو الحال في الحاجة، بل تنشأ من تفكير الرياضي فيها أو تذكره إياها و إدراكه للحركات المرغوبة.

الدافعية:

يعرفها «مفتي إبراهيم حماد» بأنها جنوح اللاعب أو اللاعب إلى بذل جهد لتحقيق هدف معين نتيجة لقوة داخلية.

بعد تقديم هذه العناصر التي يجب مراعاتها عند القيام بالعملية التوجيهية للناشئين لممارسة رياضة معينة يجب على المدرب أو مدرس التربية البدنية و الرياضة أن يدرك بأن هذه العناصر مهمة جدا في عملية التوجيه، عليه مراعاتها عند قيامه بهذه الأخيرة، إضافة الى هذه

والتمثيل والتوظيف ويقضون اوقات طويلة في القراءة بلا ملل الذكاء الرياضي المنطقي logical-mathematical intelligence هذا النوع من الذكاء يعد أساس للتميز في العلوم الطبيعية والرياضيات الأفراد المتميزون في هذا المجال عادة ما يركزون على المنطق لديهم قدرة عالية في الوصول إلى المتناغمات لديهم قدرة على إيجاد العلاقة بين الأسباب والنتائج لديهم قدرة عالية في الوصول إلى المتناغمات ، لديهم قدرة على إيجاد العلاقة بين الأسباب والنتائج لديهم قدرة ورغبة عارمة في تنفيذ التجارب العملية وعادة ما تجد إن الأفراد المتميزين في هذا نوع من الذكاء يميلون إلى طرح التساؤلات والافتراضات ويعشقون وضعها تحت الاختبار الذكاء الفضائي أو التصوري spatial intelligence يتضمن هذا النوع قدرات غير عادية على تصور المشاهد أو الصور من خلال الحديث اللفظي أو كتابي الفرد هنا لديه القدرة على تحويل المكتوب أو حتى المحسوس انفعاليا إلى صورة مرئية فهو قادر من خلال استخدام الخيال على صنع إعادة تكوين وضع قائم أوضح الأمثلة للمتميزين في هذا المجال : الرسامون ، المصورون ، المهندسون ومهندسو الديكور، الذكاء التناغمي musical intelligence ويتضمن القدرة على التلحين والإحساس بالتناغم الصوتي الفرد القادر على تحويل الكلمات العابرة أو القصائد إلى أصوات متناغمة مع القدرة على تمييز الجمال أو الخلل في ذلك هو في الغالب يتمتع بذكاء موسيقي أو تناغمي من أمثلة الأفراد المتميزين في هذا المجال القراءة المنشودون والموسيقيون الذكاء الجسدي أو الحركي bodily-kinesthetic intelligence وتتضمن القدرات المتعلقة باستخدام الجسد بصورة فائقة للعادة هذا النوع من الذكاء يتيح لصاحبه ان يتحكم بنوع من السهولة والخفة بالمواد المحسوسة أو بحركات أو بحركات جسمه ومن الأمثلة على أصحاب هذا النوع من الذكاء الرياضيون وأصحاب ألعاب خفة اليد الذكاء الاجتماعي interpersonal intelligence يتضمن هذا النوع من الذكاء قدرات على فهم أطباع الآخرين النفسية والاجتماعية بل وحتى العقلية بحساسية وشفافية هذا النوع من الذكاء يتيح لصاحبه فرصة التعايش الجيد مع أصناف متعددة من البشر غالبا ما يكون الأفراد المتميزون بهذا النوع من الذكاء أفراد يالفون ويؤلفون، أفراد قادرين.

١٢- أهداف التوجيه الرياضي:

التوجيه هو تلك العملية الفنية المنتظمة التي تهدف إلى مساعدة الفرد على اختيار الحل الملائم للمشكلة التي يعاني منها ووضع الخطط التي تؤدي إلى تحقيق هذا الحل، وانطلاقا من التعريف السابق فإن التوجيه يهدف إلى مساعدة الفرد ليحقق عدة أهداف منها:

- تبصيره بحالته ليكتشف قدراته واستعداداته وميوله.
- إدراك المشكلات التي تعترضه وفهمها.
- مساعدة الرياضي على توجيه حياته الرياضية بنفسه بذكاء في حدود إمكاناته وقدراته.
- توجيه الرياضيين لأفضل الطرق للتدريب لتحقيق أقصى درجات النجاح.
- التعرف على الفروق الفردية بين الرياضيين ومساعدتهم على النمو في ضوء قدراتهم.
- فهم بيئته المادية والاجتماعية بما فيها من إمكانيات.



لوجه ويستسلم لشاشة الكمبيوتر او الهاتف النقال فيقضي وقتا طويلا في تفاعل افتراضي من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته.

حيث سعينا من خلال هذه الدراسة النظرية الى تناول موضوع دور وسائل التواصل الاجتماعي في اكتشاف المواهب الرياضية في الوطن العربي و توجيهها محاولين الكشف عن مساهمة هذه الوسائل في اظهار المهارات الشبانية و قدراتهم في رياضة ما، والتي بدورها تساعد على ايصال ابداعهم لأكبر فئة من المجتمع لتشجيعهم و فتح المجال لهم لإبراز موهبتهم التي تستحق الدعم و تسليط الضوء عليها والاعتناء بها من طرف الفئات المعنية وتوجيهها، إذ أن التوجيه و الاستغلال الجيد للمواهب الرياضية الشابة في الوطن العربي يعتبر المحرك الأساسي للنهوض بالحركة الرياضية العربية الى افاق أوسع.

العناصر المذكورة يجب على الموجه عند قيامه بعملية التوجيه الرياضي أن يراعي أساسا ضرورة هي:

- الفروق الفردية بين الأفراد في القدرات و الاستعدادات و الميول.
- الفروق داخل الفرد في الخصائص الجسمية و النفسية و العقلية. تأثير جوانب الشخصية المختلفة على سلوك الفرد.
- مراعاة حاجات الفرد في حدود القيم و الاتجاهات التي يعيش فيها .
- عملية التوجيه عملية يكتسب فيها الفرد اتجاهات وقيم ومظاهر سلوكية جديدة.
- عملية التوجيه عملية تعلم يستفيد منها الفرد في رسم مستقبله.

خاتمة

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الى انتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات الناس الاجتماعية و اشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، فأصبح الفرد يستغني عن اللقاءات المباشرة وجها

قائمة المراجع

١. زاهر راضي(٢٠٠٣): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي،مجلة التربية،العدد١٥،جامعة عمان.
٢. شرف عبد الحميد(١٩٩٩): الغدرة في التربية البدنية بين النظرية و التطبيق، مركز الكتاب،ط١،القاهرة.
٣. عبد الرحمان بن ابراهيم(٢٠١٥): مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان.
٤. عبد الصادق عادل(٢٠٠٩): الديمقراطية الرقمية، المركز العربي للأبحاث الفضاء الالكتروني، القاهرة.
٥. علي خليل(٢٠١٤):الاعلام الجديد«شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير، جامعة الدول العربية،القاهرة.
٦. عمرو أبو المجد، جمال اسماعيل النمكي(١٩٩٧): تخطيط برامج تدريب و تربية البراعم والناشئين في كرة القدم، مركز الكتاب للنشر،القاهرة.
٧. فتحي عبد الرحمان جروان(١٩٨٨): الموهبة والتفوق والابداع،دار الكتاب الجامعي،ط١،الامارات العربية المتحدة.
٨. محمد لطفي طه(٢٠٠٢): الأسس النفسية لانتقاء الرياضيين، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة.
٩. مشرتي مرسى(٢٠١٢):شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية،نظرة الوظائف، مجلة المستقبل العربي،العدد٣٥٩،لبنان.
١٠. مهند التميمي(٢٠١٥):استخدام الشباب لشبكات التواصل وعلاقته بالعرض التلفزيوني، رسالة ماجستير اعلام واتصال،كلية الاعلام،جامعة بغداد،العراق.

١١. Erwin.Hahn(١٩٩٩): L'entrainement Sportif Des Enfants,ed.vigot,Paris .

١٢. Furquan khan.M,Jan.A(٢٠١٥): social media and social media marketing, a literature review, JOSR journal of business and management.

١٣. Oreilly.T(٢٠٠٥):What is Web٢,٠ retrieved ٨,٢,٢٠١٩, from Oreilly.http://www.oreilly.com/pub/a/web٢/archive/what.is.web.٢,٠.html.

سوسيولوجيا الخطاب الشبابي في مواقع التواصل الاجتماعية والمواقع الالكترونية

د. بوعليت محمد

جامعة عمار ثلجي الأغواط - الجزائر

mouhamedboulalit@yahoo.fr

ملخص

: لقد أحدثت الثورة التكنولوجية ميلاد مجتمع جديد تحدى الحدود الجغرافية والثقافية لم تكن مألوفة في السابق، وظهرت تسميات جديدة كالعولمة والثورة التكنولوجية والعالم الافتراضي، والوسائط التكنولوجية التي تجاوزت نسقية حدود الزمان والمكان، وأصبحت متاحة للجميع وخاصة الشباب كونهم طرف في التواصل الاجتماعي من خلال المحتويات التي يقدمها الشباب من خلال هذه المواقع الاجتماعية الالكترونية، فذهبت الزامية الحضور الفيزيقي وأصبح هذا الحضور عبارة عن خطابات مكتوبة أو فيديو هات بالصوت والصورة أو صامتة، لأن الصورة تحمل دلالة رمزية، كما تحمل هذه المنشورات دلالات في محتوى الخطاب في الفضاء الافتراضي نستطيع تسميتها بالثقافة الرقمية، وهذه المحتويات تزايدت بشكل كبير في الأوساط الشبابية حتى أصبح لها جمهور، وأيضا في هذا العالم الافتراضي ظهر مفهوم جديد المؤثرين الذين أصبحوا مادة إعلامية لكثير من القنوات الفضائية تتناقل هذه المحتويات والسبب أن لها جمهور ونسب مشاهدة عالية، إن الشباب كذات فاعلة لم تعد تخضع للنسق الموجود سابقا بل تسعى إلى إيجاد بدائل لها من خلال هذه المواقع حتى ولو كانت في كثير من الأحيان لا تخضع للقيم المجتمعية، فالهوية الافتراضية جعلت الثقافة الرقمية تتمرد على الثقافة التقليدية، حيث نجد الرمزية في هذه المحتويات والخطابات سواء في النص أو الصورة تحمل دلالات لغوية ورمزية وإيحاءات تعبر عن الكثير من الأشياء، فالفضاء الافتراضي كسر الكثير من الحواجز الثقافية للفئات الشبابية ومن هنا يمكننا القول هل العالم الافتراضي يعكس الهوية الحقيقية أو نحن بين ازدواجية الواقع والافتراضي لأن الثقافة الرقمية شكلت طريقة يتفاعل بها الشباب مع التكنولوجيا واستخداماتها في حياتهم اليومية لأن الفضاء الرقمي واسع ساعد الشباب على كسب مصطلحات ومفاهيم جديدة تتجلى في خطاباتهم وهذا ما جعلنا نطرح موضوع سوسيولوجيا الخطاب الشبابي في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية.

الكلمات المفتاحية

سوسيولوجيا الخطاب، الشباب والعالم الافتراضي، المواقع الالكترونية، صناعة المحتوى، الهوية الافتراضية، الثقافة الرقمية

المقدمة

١. هذا الموضوع المتعلق بالخطاب الشبابي في المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي الذي يعبر به الشباب عن ما يدور في داخلهم من أفكار يعبرون بها في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية تتعدى الحدود، فالفضاء الافتراضي كسر الكثير من الحواجز الثقافية للفئات الشبابية، ومن هنا يمكننا القول هل العالم الافتراضي يعكس الهوية الحقيقية أو نحن بين ازدواجية الواقع والافتراضي لأن الثقافة الرقمية شكلت طريقة يتفاعل بها الشباب مع التكنولوجيا واستخداماتها في حياتهم اليومية لأن الفضاء الرقمي واسع ساعد الشباب على كسب مصطلحات ومفاهيم جديدة تتجلى في خطاباتهم، فذهبت الزامية الحضور الفيزيقي وأصبح هذا الحضور عبارة عن خطابات مكتوبة أو فيديو هات بالصوت والصورة أو صامتة، لأن الصورة تحمل دلالة رمزية، كما تحمل هذه المنشورات دلالات في محتوى الخطاب في الفضاء الافتراضي نستطيع تسميتها بالثقافة الرقمية، ومن خلال هذا التقديم سنحاول في بحثنا هذا التطرق لاهم المفاهيم الأساسية وعلاقتها بالخطاب الشبابي في المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
٢. **المواقع الالكترونية:** هي مواقع توجد بها المحتويات سواء بها خاصية الاتصال أو الاعلام مثلا نجد اليوتوب من المواقع الالكترونية فقط والفيس بوك موقع الكتروني وفي نفس الوقع للتواصل الاجتماعي.
٢. **مواقع التواصل الاجتماعي:** مواقع التواصل هي عبارة عن مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والتوجه والميولات كما أنها كيانات تتكون من أشخاص ومؤسسات اجتماعية ترتبط فيما بينها بروابط تفاعلية متبادلة، وهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها (أسمهان كسيرة، جوان ٢٠١٧، ص ١٣٠، ١٣١)
- وهي كذلك مواقع الكترونية توجد بها خاصية التواصل بين الافراد وهي عبارة عن تطبيقات من بينها الفيس بوك الوات ساب والتيك توك والإنستغرام. سميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم

بناء المجتمعات أو مفهوم آخر المجتمعات الافتراضية وهي تركيبة اجتماعية معقدة تتم صناعتها من أفراد جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني باسم العقدة ويتك إيصا لهاته العقد بأنواع مختلفة من العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي .(ساسي سفيان، ٢٠١٧، ص ٣٠١١)

٣. **الشباب والعالم الافتراضي:** إن الشباب اليوم يحمل شيئين مهمين هما الثقافة والهوية هذين العنصرين يكتسبهما الفرد من خلال المجتمع الذي ينتمي اليه والتغير الاجتماعي الذي يمر فيه وينمو فيه فكريا وثقافيا .

- **مفهوم الثقافة :** إن الثقافة لا توجد إلا بوجود المجتمع وعناصر المجتمع الأولى هي الافراد والفرد هو كائن اجتماعي ، والمجتمع لا يقوم ويبقى إلا بالثقافة وفيه تتكون شخصية الانسان وتحمل سماته وعليه فإن الثقافة طريق خاص ومتميز لحياة الجماعة وغط متكامل لحياة أفرادها إنها تعتمد على وجود المجتمع ومن ثم تمده بالأدوات اللازمة .

فالفرد في المجتمع قد يتفق مع بعض الناس في بعض الأشياء أو كلها هي مظاهر الاختلاف والاتفاق واكتسبت معناها الفكري عبر مراحل .(عبد الغني عماد، ٢٠١٦، ص ٢٦)

- **الهوية الافتراضية:** هي الشخصية التي يتم إنشائها من طرف المستخدم الانسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين وحسب هذا التعريف فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت فتكون عملية الاتصال بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي الشخص الطبيعي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين . (أسمهان كسيرة ،جوان ٢٠١٧، ص ١٣٠)

هي المعطيات الشخصية التي يضعها الشخص في المواقع التواصل الاجتماعي من إسم وبروفيل إلى غيرها وهذه الهوية إما هويته الحقيقية أو مستعارة

- **الثقافة الرقمية:** يعيد مفهوم الثقافة الرقمية من المفاهيم الحديثة وهو امتلاك الفرد للسلوكيات والانماط المعرفية التي تمكنه من التفاعل مع العصر الرقمي وهي مصطلح يوضح كيفية تشكيل التفاعل الذي يقوم به الافراد مع تكنولوجيا المعلومات والانترنت وطريقة استخدامهم لها في حياتهم العلمية والشخصية بحيث تمكنهم من أداء المهام المطلوبة كما شير المفهوم الى التغيرات الثقافية أيضا والتي تنتج عن طريق تطوير التكنولوجيا الرقمية ونشرها .(رحاب مصطفى كامل ، ٠١ يناير ٢٠٢٢، ص ٣٤)

٤. **الخطاب الشبابي:** الخطاب في لسان العرب يدل على مراجعة الكلام أي على اللغة التي يستعملها الافراد في حركية التواصل أما لدى لا لاند يعني التعبير عن الفكر وتطوره بواسطة متواليات من الكلمات والقضايا المتسلسلة المترابطة، وهو الكلام

في مقابل اللسان بالمعنى الذي أعطاه دو سوسير للفظ الكلام وبهذا المعنى يكون الخطاب هو استعمال الذات للسان بغرض التعبير والتواصل .(عبد السلام حمير ، ٢٠٠٨، ص ١٣).

ويعد الخطاب الشبابي من خلال الكلام واللغة التي يتلاقها الطفل من خلال التنشئة الاجتماعية ومن المجتمع ، ويعبر بها عن طريق العملية التواصلية بينه وبين الآخرين .

٥. **سوسيولوجيا الخطاب:** إن سوسيولوجيا الخطاب ينقسم إلى مستويين مستوى متعلق بالتمثلات ومستوى متعلق بالفعل .

• **التمثلات:** إن الخطاب الأسطوري في نظر شتراوس أشبه ما يكون بالخطاب الأيديولوجي السياسي الذي حل في زمننا الراهن على ما يبدو محل الأسطورة في مجتمعات الحداثة فكلاهما يتميزان بطبيعة مزدوجة تجمع في نسق واحد منسجم .

حيث يقول شتراوس لا شيء يشبه الفكر الأسطوري أكثر من الأيديولوجيا السياسية وربما حلت في مجتمعاتنا المعصرة محل هذا الفكر فقط .(عبد السلام حمير ، ٢٠٠٨، ص ٤٦)

الالسنية المعاصرة علمتنا طان العناصر الأساسية في اللغة هي الفونيم تلك الأصوات التي تمثلها خطأ باستخدام حروف لا معنى لها يحد ذاتها لكنها تنظم لتمييز المعنى يمكنك قول الشيء ذاته عن لنوبات الموسيقية ، أن اللغة تنطوي على ثلاثة مستويات محددة هي الفونيمات المنتظمة لصنع الكلمات والكلمات المنتظمة لصنع الجمل .(عبد السلام حمير، ٢٠٠٨، ص ٤٧)

تميز دو سوسير في اللغة بين اللسان والكلام على أساس أن الأول إجتماعي خاضع لنظام زمني قابل للارتداد فهو بنيوي تزامني والثاني فردي إحصائي خاضع لزمن غير قابل للارتداد فهو تاريخي تزامني .(عبد السلام حمير، ٢٠٠٨، ص ٤٩)

حيث نكون أمام طريقة في التفسير والتأويل تعطي الأولوية للمنطقية للكل على الجزء وللبنية على الواقع والحوادث متوخى لكشف عن النسق الموجود خلف اختلاف الوقائع والاحداث.

ومن هنا يتناظر الخطاب الأسطوري مع خطاب الحلم لدى فرويد فكلاهما يبدو خطابا لا معقولا ولا معنى له فالأسطورة في نظر شتراوس حلم يمكن تأويله بالعبور من المعنى الظاهر على سطح كلمات هذا الخطاب أو ذاك وعلى سطح الوعي فرديا أو جماعيا أما حسب فرويد هو قناع يحجب معنى متخفي مكبوت . (عبد السلام حمير، ٢٠٠٨، ص ٥١)

إن التواصل في المجتمعات هو ثلاث مستويات تواصل النساء ، تواصل الممتلكات والخدمات ، تواصل الرسائل ، فعلوم الانسان يجب أن تتعامل مع الواقع الذي تدرسه وتميز بين الواقع الظاهر والمعاش .(عبد السلام حمير، ٢٠٠٨، ص ٦٣)

العقل واللغة : إن لغات العالم متعددة ومتنوعة ويمكن حصرها في جدول فكل اللغات لها تماثل واختلاف ولها الفونيمات تتمايز فيما بينها. (عبد السلام حمير، ٢٠٠٨، ص ٨٧)

• **الفعل أو منطق الجسد:** أن موقف فوكو يختلف عن موقف بورديو وموقفهما معا يختلف عن شتراوس فنجد فوكو البنية عنده هي لاشعور معرفي سلطوي في نظام الخطاب وفي نظام الجسد أما بورديو في صيغة لاشعور تاريخي في نظام الأجساد والافعال بما فيها الخطاب كفعل اجتماعي. (عبد السلام حمير، ٢٠٠٨، ص ٣٥٨)

سيبولوجيا التواصل الاجتماعي: لقد ظهر الاتصال الرقمي مع بداية الألفية دون سلاح معرفي نحتمي به ولا تكمن قيمة الاتصال في قيمة الفكرة العلمية او السياسية أو في صحتها أو غير ذلك ولكن في التسويق لها حسب المفهوم الحديث للمعرفة ويترك الحكم للمجتمع وهذا المجتمع له المناعة الكافية لغربلة المضامين قبل الحكم على الوعاء فالحكم القيمي على الوعاء يحكم أيضا على التقنية التي لا يجب أن نحد من انتشارها والا تنمو سوق سوداء لأفكار متطرفة فالحكم القيمي ذو الخلفية هو الذي كان وراء اقضاء أكثر من فكرة داخل المجتمعات . (ساسي سفيان، ٢٠١٧، ص ٣٢١)

٦. **صناعة المحتوى:** إن صناعة المحتويات وخاصة الإعلامية وفي مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تتنامى بشكل كبير نظرا وظهر عدد كبير من النشطاء فأصبح لايهم نوعية المحتوى بهم شيء واحد و فقط وهي زيادة عدد المتابعين ونسب المشاهدات فكثير من الأشخاص والشباب خاصة يتفاعلون مع بعض المحتويات وهذا ناجم عن كثير من الأشياء ، حيث أن تزايد أشكال ومظاهر وأنماط ، وأساليب الثقافة الفرعية للشباب في المجتمعات المعاصرة، ولسيما المجتمعات العربية التي تعيش على وقع المتغيرات المتسارعة الموسومة بالحراك الشعبي ومدده الشبابي. هذا الحراك الذي شمل عدد من دول ما يعرف بالربيع العربي، وما أعقبه

من تطورات جمة طالت الثقافة الأصلية من جهة، ومن ناحية أخرى طورت الممارسات الثقافية الفرعية للشباب العربي في سياقها المجتمعي العام. تحولات يقرنها الدارسون بجملة من العوامل الاصلية والمؤثرات الذاتية والخارجية .

خاتمة

من خلال هذه المداخلة التي تكلمنا فيها عن الخطاب الشبابي بصفة عامة حيث نجد كثير من المصطلحات الاتصالية بين الشباب لها دلالات مختلفة عندما نتطرق اليها ولكن بالنسبة للشباب لها معاني متفق عليها من حيث مفهومها ووظيفتها ومع ظهور الوسائل التكنولوجية والمواقع تطور الامر كثير وأصبح سهل من خلال صناعة المحتوى وانتشاره بسرعة كبيرة فنوع الخطاب ورمزيته ومدلوله يصل إلى كثير من الناس ويحقق كثير من المشاهدات والمعجبين فمعيار المراءة لدى هذه المحتويات والتفاعل يعطيها قيمة كبيرة ويمكن أن تتناقلها قنوات كثيرة وحتى تستدعي هؤلاء الشباب فكثير من صناع المحتوى في فئة الشباب لديهم امتيازات كثيرة ولكن عندما ننظر إلى تحليل هاته المحتويات والرسالة التي يرودون إيصالها وهل لها قيمة اجتماعية أو أي شيء نجد هاته المحتويات والخطابات فارغة المحتوى وليس لها أهداف فكثير من المحتويات فيها الاثارة يمكن تصنيفها في الصحافة الصفراء وأخبار الاثارة فالشباب العربي يمكن أن ينقل كثير من الخطابات التي تعبر عن هويته وتاريخه و قوميته وثقافته وإيصالها الى المجتمعات الأخرى من خلال صناعة المحتوى أو التفاعل معه وليس مجرد البحث عن الشهرة والربح من خلال محتوى غير هادف في المقابل نجد كثير من الصفحات لدى الشباب العربي متعلقة بكثير من المحتويات الهادفة وتصدير ثقافة محلية للتعريف بها لدى كثير من الشباب من خلال كلمات يمكن أن تستعمل في الخليج يستعملها شباب في المغرب العربي من طرف شاب تونسي أو جزائري وكذلك بالنسبة لمنطقة الخليج العربي فبالنسبة لهاته المحتويات تعرف الشباب بثقافته من المحيط الى الخليج.

قائمة المراجع

١. عبد السلام حمير، في سيكيولوجيا الخطاب من سيكيولوجيا التمثلات إلى سيكيولوجيا الفعل، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت ٢٠٠٨.
٢. ساسي سفيان، سيكيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي، مجلة تطوي العلوم الاجتماعية المجلد ١٠ العدد ٠٣، ٢٠١٧، جامعة الجلفة الجزائر.
٣. أسمهان كسيرة بلوفة، الهوية الافتراضية في ظل الاعلام الجديد / مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد ٠٥ العدد ١٠ جوان ٢٠١٧، الجزائر.
٤. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠١٦.
٥. رهاب مصطفى كامل، دور الثقافة الرقمية في تحقيق الاستدامة الاجتماعية وسد الفجوة الرقمية، المجلة الدولية للسياسات العامة في مصر، مجلد ٠١ العدد ٠١ يناير ٢٠٢٢.
٦. <https://democraticac.de/٦>

وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق مبدأ اعتراف الشباب بذواتهم من منظور أكسل هونيث (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حمه لخضر الوادي)

شنية اسلام

جامعة حمه لخضر الوادي - الجزائر

islam-chenia@univ-eloued.dz

ملخص

تهدف دراستنا هذه إلى تسليط الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي على الفئة الشبابية، باعتبار هذه الأخيرة أكثر الفئات استخداما لمثل هذه الفضاءات الافتراضية التي أتاحت الفرصة للشباب عامة والجامعي على وجه الخصوص القيام بالعديد من الممارسات التي تضمن لهم الاعتراف بذواتهم سواء سياسيا أو اجتماعيا أو غيرها، كون أن هذا الاعتراف كفيلا لتحقيق الهوية الذاتية والاجتماعية الخاصة بهم، ومحاولة مقاربة هذا الطرح من خلال الاستناد إلى التراث الفكري الذي أتى به أكسل هونيث الذي يدعوا إلى محاربة كل ما له علاقة بتمظهرات الاعتراف كالتهميش والاعترا ب والتشوي الذي يسعى الشباب خلال إبحارهم في هذه الفضاءات إلى التحرر منها والصراع لنيل الاعتراف الذي يضمن لهم كرامتهم وحقوقهم بين الذوات الأخرى.

الكلمات المفتاحية

وسائل التواصل الاجتماعي، مبدأ الاعتراف، الحقارة، الشباب

مقدمة

كما أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال التي شهدتها العالم في العقود الأخيرة تأثيرات بالغة في حياة الأفراد، وشبكة الانترنت هي الأخرى التي أحدثت قفزة نوعية في مختلف المجالات خصوصا بعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي ولدت من رحم هذه الشبكة في مطلع القرن العشرين، بحيث أفرزت العديد من التحديات والاشكاليات المجتمعية التي تتطلب دراستها واثراء المعرفة حولها، بحيث مكنت الشباب بتشكيل هوية افتراضية توازي هويتهم الحقيقية يتفاعلون من خلالها مع الآخرين مثلها مثل التفاعل في الواقع الفيزيقي، وبالتالي يمكن تفعيل مبدأ الاعتراف الذي أقر به أكسل هونيث في هذا الفضاء الرقمي عبر الممارسات الافتراضية التي أتاحتها وسائل التواصل الاجتماعي لهم والاستثمار فيها بهدف نيل وكسب الاعجاب والقبول والأهم من ذلك الاعتراف بذواتهم من قبل المستخدمين الآخرين لهذه الوسائل الاجتماعية، وتأسيسا مما سبق تحاول هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية المحورية التالية: كيف يحقق الشباب الاعتراف بذواتهم خلال استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وفق منظور أكسل هونيث؟

وللإجابة على التساؤل الرئيسي أعلاه تم تفكيكه إلى جملة أسئلة فرعية وهي كالآتي:

١. ماهي الدوافع السوسولوجية لاستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. كيف يتجلى مبدأ الاعتراف عند الشباب خلال إبحارهم في وسائل التواصل الاجتماعي؟

يقول الباحث المغربي نور الدين علوش « لا يمكن أن نطور الوعي دون الاعتراف بالآخر. هذا يعني أن في مرآة الآخر يمكن أن نطور وعينا ونحقق هويتنا فالتقدم الإنساني مرتبط أشد الارتباط بأشكال الاعتراف المتبادل»^(١)، انطلاقا من هذه المقولة، أضحت المجتمعات اليوم تعيش في وسط جملة من البراكيس الاجتماعي والسياسي، يحمل في طياته العديد من التفاعلات والعلاقات المعقدة التي تتطلب الاقتراب منها لملاستها ثم مساءلتها بهدف الكشف عنها، ويعتبر مفهوم الاعتراف التداوي الذي أتى به ممثل الجيل الثالث لمدرسة فرانكفورت النقدية أكسل هونيث من المفاهيم المعاصرة التي تم التنظير لها، والمربطة بهذه التفاعلات والعلاقات داخل المجتمع و التي تستدعي دراستها.

وفي سياق متصل، أي مجتمع كان يتفرع إلى مجموعة من الفئات، بحيث كل فئة لها خصوصيتها ومطها تختلف عن باقي الفئات، لهذا نجد فئة الشباب التي تمثل أهم وأكثر الفئات التي حاولت العديد من الدراسات والأبحاث دراستها والكشف عنها سيكولوجيا من خلال طرق التفكير والدوافع والرغبات التي يسعون اشباعها، اضافة إلى دراستها اجتماعيا عبر تفاعلاته وعلاقاته مع الذوات الأخرى كون أن هذه العلاقات هي ضرورة وحتمية تفرضها سنة الحياة، فلا قيمة لانا دون الآخر، كما أن لا معنى للآخر دون الأنا، وتأسيسا مما سبق نجد أن مبدأ الاعتراف يفرض نفسه وبقوة بين الذوات، فكل الشباب يسعون أن يكون لهم اعتبار والقبول الاجتماعي، وغير ذلك فهم محتقرين ومهمشين، مما يتطلب عليهم على حد تعبير هونيث أن يصارعوا من أجل أن يعيد لهم الاعتبار وينالوا الاعتراف.

٣. كيف يتمظهر صراع الشباب ضد الاحتقار والتهميش في الشأن الاجتماعي عبر هذه الشبكات؟

أسباب اختيار الموضوع

• يرجع السبب الرئيسي لتناولنا هذه الدراسة إلى فئة الشباب بحد ذاتها والتي تستدعي منا مساءلتها من حيث أدوارها وتأثيراتها، وخاصة باعتبارها أكثر الفئات استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي نتج عنه وجود ممارسات عديدة في مثل هذا الفضاءات على غرار السعي لنيل الاعتراف بهم من قبل الآخرين.

• وجود العديد من الممارسات التي يمارسها الشباب عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتي تعكس كل ما له علاقة بالاعتراف من جهة واللاعتراف كالاحتقار والتهميش من جهة أخرى.

أهداف الدراسة

لا تخلو أي دراسة من مجموعة أهداف تنطلق من خلالها لتبين الطريق الصحيح الذي يتطلب على الباحث السير فيه، لتحديد اشكاليته بشكل دقيق تنعكس على جمع المعلومات والبيانات، وبالتالي على دقة النتائج التي نسعى الوصول إليها، ومنه تسعى دراستنا هذه:

١. الوصول إلى أهم الدوافع الاجتماعية من استخدام الشباب (الطلبة) لوسائل التواصل الاجتماعي.
٢. الكشف عن تجليات الاعتراف عند فئة الشباب خلال استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.
٣. معرفة كيفية مظهرات الصراع ضد الاحتقار والتهميش عند فئة الشباب في الشأن الاجتماعي عبر هذه الشبكات.

أولا: الإجراءات المنهجية للدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على أحد المناهج التي تندرج ضمن البحوث الوصفية وهو «المنهج المسحي»، الذي نسعى من خلاله معرفة مختلف الأبعاد والتمظهرات الخاصة بمبدأ الاعتراف عند فئة الشباب ضمن الفضاء الافتراضي والمتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي، عن طريق محاولة استنطاق وملامسة هذه الظاهرة عن طريق مسح جملة من المؤشرات الافتراضية النابعة من السلوكيات التي يمارسها الشباب التي تعكس الاعتراف بذواتهم من جهة ومحاربتهم كل أشكال الاحتقار والتهميش من جهة أخرى.

وكون أن المنهجية عند غالبية الباحثين في حقل العلوم الإنسانية والاجتماعية قائمة على أسس وقواعد محددة بشكل دقيق تركز عليها، لهذا فرض المنهج المعتمد علينا إلى الاعتماد على أداة لجمع البيانات تتوافق مع خصوصياته، وعلى أية حال اعتمدنا في دراستنا على أداة «استمارة الاستبيان» بهدف استجواب المبحوثين بما يتعلق بكل الممارسات الافتراضية التي تعكس مبدأ الاعتراف أو اللاعتراف، حيث تعرف هذه التقنية البحثية بأنها أداة مسحية تتضمن عددا من الفقرات أو الأسئلة يطلب من المبحوث الإجابة عنها، وتعد هذه الأداة أكثر ملائمة للبحوث المسحية عندما يكون مجتمع العينة كبيرا^(١)، ونظرا لاعتبارات عديدة

أبرزها سرعة الوصول إلى المبحوثين وكذا على الإجابات، فقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان في شكلها الإلكتروني Online Questionnaire كونها أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات، التي تكون غالبا منشورة على مواقع مثل الفيسبوك نظرا لسرعتها في عرض المعلومات للزائر أو المتصفح أو المستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة^(٢).

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع دراستنا هذه في الشباب الجامعي بجامعة حمة لحضر الوادي، ونظرا لاستحالة تغطية واستجواب كل الطلبة، الأمر الذي فرض علينا الاعتماد على أسلوب المعاينة من خلال اختيار عينة مناسبة تتوافق مع خصائص وموصفات تقودنا إلى الخروج بنتائج دقيقة ومحددة، وعلى اعتبار أن العينة هي عبارة عن نموذج، يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يُغني عن كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في صعوبة أو استحالة كل الوحدات^(٣)، وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على أسلوب المعاينة العرضية أو المتاحة، فحسب الأستاذ الدكتور «فضيل دليو» هي نوع من العينات الغير احتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب للباحث وقد يكون ذلك من خلال اختيارهم بعد العثور عليهم عبر شبكة الانترنت^(٤)، وعليه قمنا باستقصاء الكتروني لطلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة حمة لحضر الوادي كعينة من مجتمع الدراسة ككل، حيث بلغ عدد مفردات الدراسة الذي تم استجوابها ١٤٧ مفردة.

ثانيا: الاطار النظري للدراسة

١. مفاهيم الدراسة

١.١. وسائل التواصل الاجتماعي

وهي مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية؛ وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين خاصة الشباب الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن علاقات محددة مثل: صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، ويتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم^(١).

أو هو فضاء افتراضي يتيح للأفراد وخاصة الشباب انشاء حسابات شخصية تشكل لهم هوية يتفاعلون من خلالها، ويمارسون كل الأنشطة الاجتماعية التي يسعون بواسطتها كسب القبول الاجتماعي والاحترام وكل ما يضمن لهم الاعتراف بذواتهم في تواصلهم وتفاعلهم مع الآخرين.

١.٢. الاعتراف

هو قبل كل شيء اعتراف متبادل بين ذاتين ووعين، وهو بالأحرى تعارف يتجاوز المعرفة البسيطة حول الشرط الانساني للآخر. والاعتراف المتبادل بوصفه تعين للشيء على وجه العموم فإن العلاقة بين الذات والآخر ليست علاقة اعتراف دائم، وإنما قد تكون علاقة إقصاء^(٢).

أما إجرائيا فيمكننا أن نعرف الاعتراف على أنه كل الممارسات التي تنشأ

من قبل الشباب في وسائل التواصل الاجتماعي، من شأنها تحقق لهم القبول بذواتهم وهويتهم في علاقتهم بالآخرين في السياق الاجتماعي.

١.٣. الشباب

جاء التعريف اللغوي للشباب: شَبَب. شَب. شَبَب. شَبَابًا وشَبَبِيَّة: الغلام أدرك طور الشباب شَبَب عن الطوق، تعدى مرحلة الطفولة. فالشباب هو جمع مذكر ومؤنث معا، وتعني الفتاة والحادثة، ويطلق لفظ شُبَّان، وشَبَبِيَّة، كجمع لمذكر مفردة شُبَّان، ويطلق لفظ شَبَابَات، وشَبَاب، وشَوَاب، كجمع مؤنث على مفردة شابة. وأصل كلمة شَبَاب هو شَبَب بمعنى صار فتيا، أي من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة^(٨). كما نجده عند الباحثين في علم الاجتماع بأنه مرحلة الشباب بأنها الفترة التي تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص لكي يمثل مكانه اجتماعيا ويؤدي دورا أو أدوارا معينة في حياته وتنتهي حينما يتمكن الفرد من احتلال مكانة أداء في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير التفاعل الاجتماعي، ولذا يعتمد تحديدهم للشباب كفترة على طبيعته ومدى اكتمال الأدوار التي تؤديها الشخصية الشابة في المجتمع^(٩).

أما اجرائيا، فنقصد بالشباب بالطلبة الجامعيين؛ أي الشباب الجامعي الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي نتيجة وجود العديد من الدوافع الذين يسعون إلى اشباعها على غرار تحقيق نيل الاعتراف بهم في هذا الفضاء الافتراضي.

٢. نظرية الاعتراف عند هونيث كمقاربة للدراسة:

يعد مفهوم الاعتراف (La reconnaissance) من المفاهيم المركزية في الدراسات الفلسفية، فقد ظهرت لدى العديد من الباحثين على غرار بول ريكور وشارل تايلور، أما مع ممثل الجيل الثالث لمدرسة فرانكفورت أكسيل هونيث (Axel Honneth) فقد ظهرت النظرية في كتابه المعنون بـ «الصراع من أجل الاعتراف»، هذا البحث هو عرض وتحليل لمفهوم الاعتراف الذي يعد المحور الأساسي في فلسفته الاجتماعية والأخلاقية^(١٠).

يحاول هونيث في فلسفته النقدية تأسيس فلسفة اجتماعية جديدة مبنية على الواقع مناقض في نظريته كل فكر رجعي يسلب الذات حريتها، متمثلة في مشروع الاعتراف مبنية على قاعدة أخلاقية، وأن الاعتراف لا يكون إلا عن طريق التفاعل والتشارك والتعايش مع الآخر المختلف وتقبله «الذوات لا تستطيع التوصل لإقامة علاقة عملية فيما بينها إلا إذا تعلمت كيف تتفاهم انطلاقا من منظور معياري لدى شركائها في التفاعل»، فحسب هونيث الاعتراف المتبادل قائم على المودة والمحبة والانخراط بين الذات^(١١).

ويعد الصراع من أجل الاعتراف أساس كل علاقة إيتيقية بين الذات؛ وتفسير ذلك أن وجود الأنا ووعيها بذاتها لا يتحقق في أفق معزول ومغلق، بل لابد من وجود الآخر. لكن المسألة لا تتوقف عند الحد لأن الأنا تسعى دوما إلى تحقيق ذاتها وحريتها وتميزها وتحتاج إلى من يعترف لها بذلك والأمر سيان بالنسبة إلى جميع الذات، ما يجعل العلاقة بينها علاقة صراع من أجل الاعتراف حيث تسعى كل أنا إلى انتزاع اعتراف الآخر بوعيها وحريتها واستقلاليتها الخاصة بل وتخاطر بحياتها من أجل ذلك^(١٢).

وتتمثل مهام هذه النظرية في نظر هونيث:

١. مهمة وصفية:

تقوم على تشخيص وفهم العمليات الاجتماعية المرضية على مستوى التجارب الفردية والجماعية، والتي نعزل من الناحيتين الاجتماعية والأخلاقية، تحقيق الأفراد والجماعات حياة طيبة.

٢. مهمة معيارية:

تقوم على تحديد ومعرفة ماهي معايير وأشكال الحياة الاجتماعية الناجحة من خلال هذين المهمتين طالب هونيث بإعادة بناء التجربة الاجتماعية انطلاقا من أشكال الاعتراف التذوقي التي يعبرها مؤسسة لهوية الفرد، ومن جهة أخرى يجب أن نأخذ مفهوم الصراع في بعده الأخلاقي المرتبط بتطلعات الأفراد والجماعات في تجسيد معايير وقيم أخلاقية قصد تحقيق هويتهم ضمن سياقات اجتماعية مناسبة، وبالتالي فالصراع من أجل الاعتراف يجب ربطه بأبعاد تهدف إلى تجاوز التجارب الأخلاقية السلبية (الاحتقار، الإهانة، انتهاك الكرامة، الاقصاء...) ^(١٣).

٣. علاقة النظرية بالدراسة:

تنطلق نظرية الاعتراف لصاحبها أكسيل هونيث على وجود العديد من أشكال الظلم والاحتقار والتهميش الموجودة في المجتمع، مما يتطلب وضع حدا لهذه الممارسات التي تتنافى مع كرامة وهوية الفرد، الأمر الذي يدعو حسب هونيث اللجوء إلى الصراع بطابعه الإيتيقي من أجل نيل الاعتراف، ومن جهة أخرى فإن العالم الافتراضي أو ما تم تسميته بالحياة الثانية (the second life)، والمتتمثلة خصوصا في وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ملايين الأفراد وخاصة فئة الشباب وهي الفئة التي تشكل الركيزة الأساسية في دراستنا هذه، حيث أتاحت لهذه الفئة فرصة ممارسة العديد من الأنشطة خلال إبحارهم في هذا النوع من الفضاءات، بل أكثر من ذلك اعتمادهم عليها أحيانا أكثر من الحياة الواقعية أو الفيزيقية.

وتأسيسا مما سبق، كل شاب له هوية وكرامة يسعى إلى الحفاظ عليها، كما أن لكل شاب له حقوق يسعى إلى أخذها، وإذا ما تحقق هذين الأمرين فيمكن القول إذا أن له اعتبار واعتراف لشخصه، أما غير ذلك فهو مهمش ومحتقر، وعليه أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي للشباب اليوم فضاء بطالبون بحقوقهم الاجتماعية أو السياسية، أو غيرها وكذلك المطالبة بالاعتراف بهم من قبل الآخرين الأصدقاء والمجموعات والمؤسسات الافتراضية، وهذا ما شهدناه في العديد من الأحداث والوقائع انطلاقا من الربيع العربي وصولا إلى الحراك الشعبي الجزائري، حيث لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورا بارزا فيها وخاصة فئة الشباب الذين استغلوا هذه الفضاءات من أجل وضع حد للظلم والاحتقار والتهميش وكل أشكال اللااعتراف.

وبالتالي يمكن الاقتراب من الشباب اليوم وخاصة في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال مطارحات هونيث بغرض الكشف عن كيفية استغلال هذه الوسائل من أجل الاعتراف بها ومعرفة أكثر أشكال الاحتقار الموجودة، وكل هذا بهدف رصد وفهم أحد جوانب

التحديات المجتمعية التي شكلتها هذه الوسائل الافتراضية، ومحاولة ملامستها علمياً في سبيل اثراء البحث العلمي والمساهمة النوعية في التراكم المعرفي.

ثالثاً: الاطار التطبيقي للدراسة

بعد توزيعنا لاستمارة الاستبيان على مفردات الدراسة، تم ترجمة إجاباتهم في شكل احصائيات من خلال الاعتماد على الحزم الإحصائية spss وعرضها في الجداول التالية:

جدول رقم ١

يوضح متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	64	43.5%
أنثى	83	56.5%
المجموع	147	100%

يظهر الجدول أعلاه جنس المبحوثين، فقد جاءت نسبة الإناث ٥٦,٥% وهي الأعلى، في حين وردت نسبة الذكور ٤٣,٥%.

ويمكن اعتبار النسبة العالية للإناث بأنه أمر طبيعي، فأغلب الجامعات نسبة الإناث عندها تفوق الذكور.

جدول رقم ٢

يوضح متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	66	44.9%
ماستر	56	38.1%
دكتوراه	25	17%
المجموع	147	100%

يبين الجدول رقم ٢ المستوى التعليمي للمبحوثين، فقدرت نسبة الطلبة ليسانس بـ ٤٤,٩%، أما طور الماستر بنسبة ٣٨,١%، في حين الدكتوراه ١٧%.

يمكن القول هنا أننا بيانات الجدول تبدو منطقية في الغالب، فدائماً ما يكون حجم طلبة الطور الأول أكثر من الثاني، والثاني أكثر من الثالث وهذا وفق المقاعد المتاحة لكل من الأطوار الثلاث في كل الجامعات.

جدول رقم ٣

يبين أكثر العوامل الاجتماعية المؤدية لاستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الهروب من المشاكل الاجتماعية	35	23.8%
السعي لخلق مكانة اجتماعية	27	18.4%
تكوين علاقات جديدة	53	36.1%
تقدير الذات	32	21.8%
المجموع	147	100%

يتضح من خلال بيانات الجدول (٣) أن أكثر المبحوثين يرجعون ذلك إلى تكوين علاقات جديدة بنسبة ٣٦,١%، ثم الهروب من المشاكل الاجتماعية بـ ٢٣,٨%، يليها تقدير الذات والمقدرة بـ ٢١,٨%، وفي حين عادت الإجابة الأخيرة إلى من يسعون لخلق مكانة اجتماعية وجاءت بنسبة ١٨,٤%.

ما نستنتجه من المعطى الكمي للجدول، هو النسبة العالية هنا عادت إلى تكوين علاقات جديدة عن طريق توسيع الشبكة العلائقية لدى الشباب عبر البحث عن الأصدقاء والانخراط في المجموعات وكذا تفعيل خاصية المتابعة وغيرها، وهذا غير متاح في العالم الواقعي بل يستحيل توفيره، فالشباب اليوم استثمروا في هذه البيئة الافتراضية الجديدة، ومنه فإن فزيادة معدلهم في العلاقات سيزيد بالضرورة الرغبة أكثر في التواصل والتفاعل مما يؤدي بهم إلى الشعور أكثر بالقبول والاعتراف بهم خلافا لما هو موجود في الواقع لديهم.

جدول رقم ٤

يبين سبب تشكيل الشباب هويات افتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الخصوصية	29	19.7%
الشعور بالحرية في الاستخدام	70	47.6%
التواصل في القضايا الاجتماعية دون خوف	48	32.7%
المجموع	147	100%

يتضح من خلال بيانات الجدول أن الشعور بالحرية في الاستخدام كانت النسبة الأعلى والمقدرة بـ ٤٧,٦% في سبب تشكيلهم للهوية افتراضية، ثم تليها تواصل الشباب في القضايا الاجتماعية دون خوف بنسبة ٣٢,٧% وأخيراً ١٩,٧% عادت إلى بهدف الخصوصية.

"الشعور بالحرية في استخدام الشباب لمواقع التواصل" كانت الإجابة الأبرز في الجدول ويمكن تفسيرها بأن هذه المواقع وفرت لمستخدميها إمكانية إنشاء حسابات شخصية (البروفایل) سواء كانت حقيقية أو وهمية يعتمدون عليها في تفاعلهم وتواصلهم مع الآخرين بشكل يضمن لهم الحرية والمرونة في الاستخدام، هذا الأمر يمكن أن يستغله الشباب في تسير شؤونهم الشخصية التي يسعون من خلالها إلى تحقيق ذواتهم وحريتهم وتميزهم وبالتالي إلى كل من يقرون ويعترفون بهم مهما كانت مصداقية هويتهم الافتراضية.

جدول رقم ٥

يوضح الطريقة الفعالة لمحاولة الشباب الاعتراف بذواتهم من قبل الآخر

المتغيرات	حسب نوع الاعتراف الذي يسعى اليه	الواقع الافتراضي	الحياة الواقعية	المجموع				
الجنس	ك	%	ك	%	ك	%		
ذكر	20	13.6%	21	14.3%	23	15.6%	64	43.5%
أنثى	24	16.3%	33	22.4%	26	17.7%	83	56.5%
المجموع	44	29.9%	54	36.7%	49	33.3%	147	100%
المستوى التعليمي	ك	%	ك	%	ك	%		
ليسانس	17	11.6%	24	16.3%	25	17%	66	44.9%
ماستر	18	12.2%	19	12.9%	19	12.9%	56	38.1%
دكتوراه	9	6.1%	11	7.5%	5	3.4%	25	17%
المجموع	44	29.9%	54	36.7%	49	33.3%	147	100%

يظهر الجدول أعلاه أن نشر المنشورات هي النسبة الأعلى ونسبتها ٤٩٪، ثم نشر الصور والفيديو بنسبة ٣٠,٦٪، أما الإجابة الأخيرة وتتمثل في التعليق على المنشورات بنسبة ٢٠,٤٪.

يمكن القول هنا أن عملية نشر المنشورات تعتبر أفضل الأساليب التي تمكن الشباب المطالبة بالاعتراف بهم، باعتبار أن عملية تشمل عنصر الكتابة، وهذه الأخير تجعل من الشباب أن يعبروا عن كل ما يريدونه في الشأن الاجتماعي بكل حرية وبدون حدود وفي أي وقت يشاؤون.

جدول رقم ٨

يبين أن مبدأ الاعتراف الاجتماعي كفيل لتحقيق العدالة الاجتماعية والمساواة في مثل هذه الفضاءات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	32	21.8%
ربما	51	34.7%
نعم	64	43.5%
المجموع	147	100%

يتضح من الجدول أعلاه أن الإجابة بنعم هي الأعلى هنا وقدرت بنسبة ٤٣,٥٪، تليها الإجابة (ربما) بنسبة ٣٤,٧٪، ثم الأخيرة والاقبل بـ (لا) ٢١,٨٪. ما يمكن أن نفسره من نتائج الكمية لهذا الجدول، هو توافق إجابات الباحثين مع الفكر الذي قدمه لنا أكسيل هونيث حينما أقر بأحقية الاعتراف كمبدأ ضروري وكشرط أخلاقي مهم لتحقيق العدالة الاجتماعية ومبدأ المساواة داخل أي مجتمع، ومنه فإن اعتراف السلطة بجميع أفراد المجتمع وخاصة بهذه الفئة الشبانية سيؤدي ذلك إلى تحقيق العدالة الاجتماعية بالضرورة.

جدول رقم ٩

يوضح سعي الشباب إلى إثبات ذواتهم من خلال إبراز بيانات حسابهم الشخصي (البروفایل) للآخرين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	45	30.6%
ربما	33	22.4%
نعم	69	46.4%
المجموع	147	100%

يكشف لنا الجدول أعلاه أن النسبة العالية عادة إلى المجيبون بـ (نعم) بنسبة ٤٦,٤٪، تليها (لا) بنسبة ٣٠,٦٪، وأخيرا وردت الاجابات بـ (ربما) ٢٢,٤٪.

يمكن تفسير هذه المعطيات الكمية بأن الباحثين يهتمون بكل التفاصيل المرتبطة بالبروفایل الشخصي كالاسم والمستوى الدراسي والهوايات التي يحبونها والمهارات التي يجيدها واعتماد هذه البيانات كواجهة لهم في تقديم ذواتهم للآخرين وإبراز أنفسهم، بالإضافة إلى أن نجاح الشباب في إثبات ذواتهم عبر هذه المواقع يعني سيؤدي إلى الإحساس بوجود الاعتراف بهم.

كشفت معطيات الكمية لهذا الجدول أن العالم الافتراضي يمثل النسبة الأكبر في الطريقة الفعالة التي يحاول الشباب عبرها الاعتراف بذواتهم من قبل الآخرين عند، حيث وردت الإجابات متوافقة في كم من متر الجنس والمستوى التعليمي، حيث قدرت نسبة الإجابة بـ العالم الافتراضي ٣٦,٧٪، ثم الحياة الواقعية بـ ٣٣,٣٪، وأخيرا حسب نوع الاعتراف الذي يسعى إليه الشباب بنسبة ٢٩,٩٪. يتضح لنا من الجدول أن العالم الافتراضي المجسد عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمثل أكثر الطرق التي يعتمد عليها الشباب للمطالبة بالاعتراف بهم، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على خصائص ومميزات المتوفرة في هذه المواقع التي أتاحها للشباب، فلو عدنا للوراء لنظرنا ما فعلته هذه المواقع إبان الربيع العربي كذلك في الحراك الشعبي الجزائري، حيث شكل للمستخدمين خاصة الشباب منهم فضاء مفتوحا للمطالبة بالاعتراف بهم سياسيا واجتماعيا، بالإضافة غياب إلى حد ما التضييق والاكراه وكل أشكال التي تؤدي إلى عدم الاعتراف بالشباب عبر هذه المواقع.

جدول رقم ٦

يبين استخدام الشباب وسائل التواصل الاجتماعي إذا كان يحقق لهم الاعتراف والقبول الذاتي أكثر من الحياة الواقعية

المتغيرات	لا	ربما	نعم	المجموع
الجنس	ك	ك	ك	ك
ذكر	12	26	26	64
أنثى	20	31	32	83
المجموع	32	57	58	147
المستوى التعليمي	ك	ك	ك	ك
ليسانس	13	25	28	66
ماستر	14	22	20	56
دكتوراه	5	10	10	25
المجموع	32	57	58	147

يظهر لنا الجدول أن الإجابة بـ (نعم) وبـ (ربما) كانت متقاربة وتمثلان النسب العالية عند كل الذكور والاناث باختلاف المستوى التعليمي لديهم، حيث جاءت الإجابة الأولى بنسبة ٣٩,٥٪، في حين الثانية بـ ٣٨,٨٪، أما الإجابة الأخيرة وهي الأقل الخاصة بـ (لا) قدرت نسبتها ٢١,٨٪، كما نلاحظ هنا وجود اتفاق إلى حد كبير من قبل الباحثين في اختيار الإجابات في كلا المتغيرين سالف الذكر. يمكن تفسير هذه المعطيات الرقمية أن الشباب يرى إلى حد ما أن الفضاء الرقمي المشكل عبر مواقع التواصل قد أتاح لهم إمكانية تحقيق الاعتراف الذاتي أكثر من الحياة الواقعية، وهذا لما توفره من التواصل والتفاعل بكل حرية وراء ستار الهوية الافتراضية، وهذا غير متاح في الحياة الواقعية التي تحكمها العديد من الاكراهات السياسية والضوابط الاجتماعية.

جدول رقم ٧

يبين أكثر الطرق التي وفرتها وسائل التواصل الاجتماعي لمطالبة الشباب بالاعتراف بذواتهم في الشأن الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التعليق على المنشورات	30	20.4%
نشر المنشورات في هذا الجانب	72	49%
نشر الصور في الفيديو	45	30.6%
المجموع	147	100%

جدول رقم ١٠

يبين إحساس الشباب بالتهميش والاحتقار في الحياة الواقعية يمكن القضاء عليه أو التخفيف منه من خلال محاولة إعادة الاعتبار عبر هذه الوسائل

المتغيرات	لا	ربما	نعم	المجموع
الجنس	ك	%	ك	%
ذكر	13	8.8%	17	11.6%
أنثى	22	15%	23	15.6%
المجموع	35	23.8%	40	27.2%
المستوى التعليمي	ك	%	ك	%
ليسانس	14	9.5%	17	11.6%
ماستر	14	9.5%	15	10.2%
دكتوراه	7	4.8%	8	5.4%
المجموع	35	23.8%	40	27.2%

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن النسبة العالية في كل في كل من المتغيرين عادت إلى الإجابة بـ (نعم) بنسبة ٤٩٪، تليها الإجابة (ربما) والمقدرة بـ ٢٧,٢٪، كانت الإجابة الأقل والمقدرة بنسبة ٢٣,٨٪ حين نلاحظ توافق كبير كذلك من حيث متغير الجنس والمستوى التعليمي في الإجابة على الاختيارات المتاحة.

ما نستنتج هنا أن وسائل التواصل الاجتماعي فتحت مجالاً للشباب يمكنهم من القضاء أو التخفيف على كل أشكال الاحتقار والتهميش الذين يعيشونه ويشعرون به في العالم الواقعي عن طريق محاولة منهم لإعادة الاعتبار لذواتهم عبر هذه الفضاءات عبر المشاركة الفعالة ذات الشأن المعتبرين والمحتقرين فيه؛ إضافة إلى ذلك فهي فضاء للتفيس عن الذات وتحقيق لها التوازن بين ما تواجهه في العالم الواقعي وبين ما أتيح لها في العالم الافتراضي.

جدول رقم ١١

يبين الرغبة عند الشباب في التفاعل مع الصفحات والمنشورات التي تدافع على المحترمين والمظلومين اجتماعياً

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	38	25.9%
ربما	109	74.1%
نعم	147	100%
المجموع	147	100%

يظهر لنا الجدول رقم ١١ أن النسبة الغالبة عند مفردات العينة قدرت بـ ٧٤,١٪، ثم تليها الإجابة بـ (لا) بنسبة ٢٥,٩٪.

يمكن أن نفسر هذا المعطى الكمي أن غالبية المبحثن يرون أن الشباب لديهم الرغبة الشديدة في الاهتمام والمتابعة من خلال تفاعلهم في الصفحات أو المجموعات التي تهتم وتدافع عن المحترمين والمهمشين مما يعني وجود الرغبة عند الشباب في محاربة هذه الأمراض الاجتماعية على حد تعبير هونيث والدفاع عن المظلومين عبر هذه الصفحات، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على تأييد الشباب على كل الطرق والطرق التي تصل بنا أو يضمن لنا الاعتراف وهذا ما تحقق بالفعل في الفضاء الافتراضي.

جدول رقم ١٢

يوضح إذا كان الفضاء العمومي الافتراضي أتاح الفرصة للشباب من أجل المطالبة بحقوقهم الاجتماعية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	17	11.6%
ربما	53	36.1%
نعم	77	52.4%
المجموع	147	100%

يبين لنا الجدول أعلاه أن النسبة العالية قد عادت إلى الإجابة بـ (نعم) ٥٢,٤٪، ثم تليها (ربما) بنسبة ٣٦,١٪، أما الإجابة الأقل فهي (لا) ١١,٦٪.

نستنتج من احصائيات الجدول أن الفضاء العمومي الافتراضي الذي ولد من رحم وسائل التواصل الاجتماعي قد أتاح بالفعل للشباب فضاء يسمح لهم للمطالبة بحقوقهم الاجتماعية من خلال إثارة النقاش والتواصل في الشأن الاجتماعي بالإضافة إلى نقل مشاكلهم وتجاربهم الاجتماعية عبر هذا الفضاء بشكل يتيح لهم المرونة في الممارسة ويضمن لهم الحرية في رفع حقوقهم إلى الآخرين، وهذا ما نجح فيه الشباب الجزائري إبان الحراك الشعبي، حيث استثمروا في هذه الوسائل التي كانت بمثابة فضاء افتراضي لهم قبل أن ينتقل إلى الواقع في نقل مطالبهم ومشاكلهم التي يريدون الحصول عليها وكل ما يؤدي إلى الاعتراف بهم اجتماعياً.

جدول رقم ١٣

يبين أكثر الأمراض الباثولوجية الموجودة بشكل قوي في وسائل التواصل الاجتماعي والتي يعاني منها الشباب

المتغيرات	التثبيء	التهميش	الاحتقار	الاعتراق الاجتماعي	المجموع
الجنس	ك	%	ك	%	ك
ذكر	3	2%	22	15%	21
أنثى	7	4.8%	24	16.3%	21
المجموع	10	6.8%	46	31.3%	42
المستوى التعليمي	ك	%	ك	%	ك
ليسانس	3	2%	25	17%	17
ماستر	5	3.4%	12	8.2%	20
دكتوراه	2	1.4%	9	6.1%	5
المجموع	10	6.8%	46	31.3%	42

يظهر لنا الجدول أعلاه الخاص بأكثر الأمراض الباثولوجية الموجودة بشكل قوي في وسائل التواصل الاجتماعي والتي يعاني منها الشباب، فوردت الإجابة هنا عند الإناث والذكور ومختلف المستويات التعليمية التي نراها متقاربة إلى حد قريب بين الاعتراق الاجتماعي ٢٣,٣٪) إناث ٢١,١٪ والذكور ١٢,٢٪ نلاحظ هنا فقط وجود اختلاف في الإجابة والتهميش بنسبة ٣١,٣٪، ثم الاحتقار والمقدرة بـ ٢٨,٦٪، أما الإجابة الأقل عند مفردات العينة كانت مرتبطة بالتثبيء بنسبة ٦,٨٪ كما نلاحظ هنا غياب الاختلاف بين مفردات العينة في اختيار الإجابات من كلا المتغيرين. نستنتج من خلال هذا الجدول وجود اختلاف في الإجابات عند المبحوثين، بمعنى آخر نلاحظ وجود توازن من حيث

- الاختيار، هذا الأمر يمكن ارجاعه إلى تجربة ومعيشة مفردات العينة، فكل نوع من أنواع هذه الأمراض الباثولوجية كما يراها أكسيل هونيث من اغتراب اجتماعي كإحساس الشباب بعدم إمكانية المشاركة في الشؤون الاجتماعية عبر هذه الوسائل بالإضافة إلى الاحتقار والتهميش التي تشكل في مجملها إلى تجربة الشباب العيش بعدم الاعتراف والقبول بهم اجتماعيا وسياسيا وغيرها، مما يتطلب هنا حسب هونيث تفعيل الصراع القائم وفق أسس أخلاقية من أجل نيل واكتساب الاعتراف بهم اجتماعيا في وسائل التواصل الاجتماعي.
٥. كشفت الدراسة على أن الشباب يسعون إلى إثبات ذاتهم عن طريق إبراز بيانات حسابهم الشخصي (البروفيل) للآخرين، الأمر الذي يشكل لهم الإحساس بوجود الاعتراف بهم.
٦. شكلت وسائل التواصل الاجتماعي مجالا للشباب مكنهم من القضاء أو التخفيف على كل أشكال الاحتقار والتهميش الذين يعيشونه ويشعرون به في العالم الواقعي عن طريق محاولة منهم لإعادة الاعتبار لذواتهم.
٧. توصلت الدراسة أن الشباب لديهم الرغبة الشديدة في الاهتمام بكل الصفحات أو المجموعات التي تهتم وتدافع عن المحتقرين والمهمشين، كما أن الفضاء العمومي الافتراضي المشكل عبر وسائل التواصل الاجتماعي أتاح للشباب فضاء سمح لهم المطالبة بحقوقهم الاجتماعية.

نتائج الدراسة

توصلت دراستنا إلى جملة من النتائج وهي كالآتي:

١. كشفت الدراسة أن الشباب يستخدمون وسائل التواصل بهدف تكوين علاقات جديدة عن طريق توسيع الشبكة العلائقية لديهم عبر البحث عن صداقات والانضمام في المجموعات.
٢. العالم الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمثل أكثر الفضاءات التي يعتمد عليها الشباب للمطالبة بالاعتراف بهم لما له من خصائص ومميزات المتوفرة في هذه المواقع التي تنعدم إلى حد ما فيها التضييق والاكراه وكل أشكال التي تؤدي إلى عدم الاعتراف الشباب بذواتهم.
٣. يرى الشباب إلى حد ما أن الفضاء الرقمي المشكل عبر مواقع التواصل قد أتاح لهم إمكانية تحقيق الاعتراف الذاتي لديهم أكثر من الحياة الواقعية، كما أن عملية نشر المنشورات عند الشباب تعتبر أفضل الأساليب التي تمكنهم المطالبة بالاعتراف بهم.
٤. توصلت الدراسة أن الشباب يرى بأن الاعتراف كمبدأ ضروري ولا بد منه لتحقيق العدالة الاجتماعية وهذا يتفق مع الطرح الذي جاء به أكسيل هونيث.

الخاتمة

تشهد وسائل التواصل الاجتماعي اليوم إقبالا هائلا لها من الشباب نظرا لتوافق خصائصها النفسية والاجتماعية مع الإمكانيات التي تقدمها هذه الوسائل لمستخدميها، مما شكلت لهم فضاء يمارسون عبره العديد من الممارسات مهما كان نوعها أو طبيعتها، على غرار استغلالها في إثبات ذاتهم والمطالبة بحقوقهم الشرعية، والأهم من ذلك سعيهم إلى الاعتراف بهم عن طريق استخدام كل الطرق والوسائل المتاحة عبر هذه الفضاءات الرقمية، وهذا ما جعل أحد أهم ممثلي الجيل الثالث لمدرسة فرانكفورت النقدية أكسيل هونيث يسعى إلى تكريسه وتعميمه في أي مجتمع كان في هذا العالم.

قائمة المراجع

١. صراوي وحيدة، خن جمال، نظرية الاعتراف وتجارب الذل والاحتقار عند أكسيل هونيث، مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٠٩، العدد، ٠١، ٢٠٢٢، ص ٦٥.
٢. بوترة بلال، بعض الاعتبارات المنهجية في استخدام البحوث في العلوم الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد ٢٥، مارس ٢٠١٨، ص ٢٨٩.
٣. نورة خيري، عباس بومامي، أسس البحث العلمي، الاستبيان والدراسات السابقة أمودجا، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، عدد خاص، نوفمبر ٢٠١٩، ص ١٩٢.
٤. طلحة الياس، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، مجلد ٧، العدد ٢، ٢٠١٦، ص ٢.
٥. فضيل دليو، تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٥، ص ٨٥.
٦. صافية كساس، الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي الواقع والأسباب والآثار، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مجلد ٠٨، عدد ٠٣، ٢٠١٩، ص ٤٧٦.
٧. لآبو عبد الله محمد، سوسيولوجيا الاعتراف في الفكر الاجتماعي النقدي...كمقوم للعيش المشترك، جامعة الجزائر ٢، ص ٠٤.
٨. عبد جبر زامل، حسام عبد الحمزة لعبي، الشباب والتنمية دراسة سوسيولوجية، مجلة آداب المستنصرية، العدد ٨٧، أيلول ٢٠١٩، ص ٢٥٢.
٩. رضا حسن إبراهيم كرم الله، دور أجهزة رعاية الشباب الجامعية في تدعيم قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الرابع عشر، ٢٠١٩، ص ٥١٥.
١٠. كمال بومني، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت من ماكس هوركاييم إلى أكسيل هونيث، الدار العربية للعلوم ناشرون، د ط، ٢٠١٠، ص ١٠٣.
١١. الهشمي إيمان، العربي ميلود، أكسل هونيث جدلية الذات والآخر بين الاعتراف والاحتقار، مجلة مقاربات فلسفية، المجلد ٠٨، العدد ٠١، ٢٠٢١، ص ٣٨٩-٣٩٠.
١٢. جميلة حنيفي، نظرية الاعتراف بين أكسيل هونيث ونانسي فريزر، مجلة الباحث، المجلد ١٢، العدد ٢، ٢٠٢٠، ص ٨٠-٨١.
١٣. مونييس أحمد، التأصيل الفلسفي لنظرية الاعتراف في الخطاب الغربي المعاصر أكسيل هونيث نموذجاً، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الفلسفة، جامعة وهران ٢، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٧/٢٠١٨، ص ٥٦-٥٧.

اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية)

محمد فؤاد حمدان الزرد
الجامعة الإسلامية بغزة
mohammed.fuaad2016@gmail.com

إسماعيل موسى محمد الزعنون
الجامعة الإسلامية بغزة
ismailalzanoon2@gmail.com

ملخص

تهدف هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، وذلك من خلال معرفة درجة اهتمام المؤثرين نحو مواجهة هذه الظاهرة، ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم بها، ومدى فعاليتها، وإيجابياتها، والتحديات التي تواجههم، وهي من البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، واعتمدت على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، وطبقت على (١٢٦) مفردة من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من ٢٠٢٣/٣/٧م وحتى ٢٠٢٣/٣/٢٥م، اعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال «حارس البوابة»، ونظرية ترتيب الأولويات.

الكلمات المفتاحية

التنمر الإلكتروني؛ مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي؛ مواقع التواصل الاجتماعي، الشباب.

مقدمة

لتصبح سلوكاً عدوانياً يحتاج إلى ضبط وتقييد، فالمتنمر يستغل هذه المواقع في تمرير رسائل عدائية متعمدة شديدة اللهجة كلها سب وشتم وتجريح وحتى قذف يهدف بها تشويه صورة الفرد المتلقي وإلحاق الأذى به وبنفسيته تصل إلى حد الاكتئاب والانتحار لتخلص من الابتزاز المتعرض له، فالتنمر الإلكتروني بات ظاهرة معترف بها داخل المجتمعات وأصبح لديها القدرة على الانتشار والتطور بين فئات المجتمع، لذلك شكلت هذه الظاهرة السلبية محور اهتمام العلماء والباحثين حول العالم لما لها من سلبيات مخيفة. (دحماني، ٢٠٢٢، ص. ١١٨)

وفي هذه الورقة البحثية سنرصد اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، ودوافع استخدامهم لها، ومواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها، ودرجة ثقتهم بها، ومدى فعاليتها، والموضوعات التي تناولوها الخاصة بتلك الظاهرة، وترتيب أولوياتهم نحوها، وأساليب تقديمها، والعوامل المؤثرة، وإيجابياتها، وسلبياتها، والتحديات التي تواجههم خلال عملية مواجهتها، ومقترحات تعزيزها في مواجهة مثل هذه الظواهر.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: الدراسات السابقة

دراسة (برناوي، ٢٠٢٢): هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو تأثير التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ساعد التطور المستمر في تكنولوجيا المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي بإيجاد مساحة كافية للأفراد للتعبير عن آرائهم والوصول إلى المعلومات وتبادلها بحرية، والتحدث عن أنفسهم بكل حرية دون خوف من الآخرين، فتكنولوجيا الاتصالات أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية بسبب إسهاماتها الإيجابية في العديد من مجالات حياتنا لو بقيت في إطارها المحمود لكن تم تجاوز ذلك بعد دخول العديد من الظواهر السلبية الناتجة من سوء استخدام هذه التكنولوجيا، ومن ضمن هذه الظواهر التنمر والإيذاء الإلكتروني للأفراد، وسلوك التنمر هنا شبيه بالتنمر الشائع إلى أنه يتم وفق تقنيات تبادل المعلومات.

وأثارت ظاهرة التنمر عبر الإنترنت في السنوات الأخيرة، اهتماماً كبيراً لدى المجتمعات، فهو سلوك عدواني يترتب عليه من إلحاق الضرر بالآخرين، وإزعاجهم عن قصد بصورة متكررة، فالتنمر الإلكتروني يُعد شكلاً جديداً من أشكال التنمر، وهو متكرر ومتعمد، يتضمن نية سلبية موجه من شخص متنمر، أو مجموعة أشخاص؛ لإحداث أذى، أو ضرر، أو تهديد، أو إحراج، أو إذلال لقرء آخر، أو لآخرين، بشكل مباشر، أو غير مباشر، وغالباً ما يحدث باستخدام أجهزة الحاسوب، أو هواتف المحمول، أو أي وسيلة من وسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى. (محمد، ٢٠١٨، ص. ٧)

وأوجدت تكنولوجيا الاتصال المختلفة بيئة خصبة للمتنمرين بالاستفادة من أدواته السهلة في التواصل مع الآخرين والحصول على المعلومات عنهم من ثم استغلالها في عملية التنمر مما أدى إلى تفاقم الظاهرة

في المملكة العربية السعودية، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، في إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وطبقت على عينة عمدية قوامها ٤٠١ مفردة من الشباب الذين تراوحت أعمار المشاركين من ١٥-١٨ سنة من الذكور والإناث. **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:** أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يرفع من نقل التنمر الإلكتروني بين الأفراد بسبب زيادة معدل الجلوس عليها لفترات طويلة، وأن موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في المملكة العربية السعودية هي سناب شات ثم يليه توتّر.

دراسة (محمد، ٢٠٢٢): هدفت إلى التعرف على علاقة الذكاء الاجتماعي بالتنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلاب الجامعة، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (١٠٠) طالب وطالبة من طلاب الجامعة. **وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:** ارتفاع مستوى عينة البحث على متغير الذكاء الاجتماعي بأبعادها المختلفة حيث أن عينة البحث من طلاب الجامعة يتمتعون بدرجات عالية من الذكاء الاجتماعي بأبعاده الثلاثة.

دراسة (أبو الحسن، ٢٠٢١): هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحف الإلكترونية القضية التنمر الإلكتروني وانعكاساتها على طلاب المدارس الثانوية الفنية الأكثر عرضة لشبكات التواصل الاجتماعي، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، وأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداتي استمارة تحليل المضمون، والاستبانة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة التحليلية على عينة الحصر الشامل لقضية التنمر الإلكتروني في الفترة من (١ يناير ٢٠١٩، حتى ٣٠ ديسمبر ٢٠١٩) وعددها ١٨٠ مادة، فيما طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة. **وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:** تعددت أشكال التنمر الإلكتروني بين طلاب عينة الدراسة ممثلة في الابتزاز على صفحات الإنترنت بنسبة ١٩,٣٪، في المقام الأول، يليه السخرية والتعليقات السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٣,٨٪.

دراسة (أمازي، ٢٠١٩): هدفت إلى التعرف على مدى التأثير الذي يمكن أن يحدثه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي على المتابعين لهم ورصد دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاهتمامات المختلفة، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، في إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وطبقت على عينة عمدية قوامها ١٥٠ مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعي مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة من (يناير ٢٠١٩، حتى يونيو ٢٠١٩). **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:** عدم وجود تأثير لمتابعة المؤثرين على السلوك الشرائي للمتابعين سواءً على مستوى الوعي أو المعرفة أو النية التي تقود للسلوك الشرائية.

دراسة (مرو، ٢٠١٨): هدفت إلى التعرف على مصداقية إعلانات

المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنية الشرائية لدى المستهلك المصري، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، وأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداتي استمارة تحليل المضمون، والاستبانة لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة التحليلية على عينة عشوائية بسيطة من الإعلانات المنشورة على صفحات المؤثرين الأعلى متابعة من الجمهور المصري وبلغ عدد الإعلانات التي خضعت للتحليل (٢٤) إعلاناً، فيما طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري من متابعي صفحات المؤثرين مواقع التواصل الاجتماعي. **وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:** جاءت (عبارة يوجد توافق بين الشخصية المؤثرة والمنتجات والخدمات التي يعلنون عنها) في الترتيب الأول ضمن العبارات التي توضح مدى التوافق بين المؤثر والمنتج المعلن عنه، يليها عبارة (أرى أن المؤثرين يعرضون المنتجات والخدمات بالشكل الصحيح) في المرتبة الثانية، ثم عبارة (أرى أن المؤثر قادر على توفير المعلومات الكافية والملائمة لاتخاذ قرار الشراء نحو المنتجات والخدمات) في المرتبة الثالثة.

دراسة (Vaibhavi & Leena, ٢٠١٨): هدفت إلى التعرف على أثر عمل المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرهم على متابعيهم، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، في إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، واعتمدت على أداتي الاستبانة والمقابلة لجمع المعلومات، وطبقت على عينة عمدية قوامها (١٠٠) مفردة ممن تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٢١ سنة كما أجرى الباحث مقابلات مع (٣) مؤثرين لفهم طبيعة عملهم. **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:** أن عمل المؤثر له تأثير إيجابي على المتابعين، حيث يرى المتابعون أن المؤثر مصدر موثوق به وبالتالي هم على استعداد لتجربة المنتجات التي يقوم بعرضها والمصادقة عليها.

- التعليق على الدراسات السابقة

بعد اطلاع الباحثان على الدراسات السابقة استطاع تحديد مسار بحثه، على النحو الآتي:

١. ساعدت في تحديد المصادر والمراجع التي لجأ إليها الباحثان، واستفاد منها في الدراسة.
٢. تدعيم الاستدلال على المشكلة وبلورتها.
٣. استفادت الدراسة من الدراسات السابقة في الجوانب والإجراءات المنهجية المتبعة، وتحديد التساؤلات، وبناء صحيفة الاستقصاء.
٤. استفاد الباحثان في التعرف على كيفية تطبيق نظريتي القائم بالاتصال «حارس البوابة» ونظرية ترتيب الأولويات «الأجندة» بروز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التركيز على قضايا المجتمع المختلفة وأزماته ومشاكله، ومن ضمنها أزمة التنمر الإلكتروني.
٥. استفادت الدراسة من الدراسات السابقة في مناقشة النتائج، وتعزيز مصداقية بعض نتائج دراسته من خلال مقارنتها بالنتائج الواردة في بعض الدراسات السابقة.

ثانياً: مشكلة الدراسة

٢. الكشف عن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، ودوافع استخدامهم لها، ومواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها، ودرجة ثقتهم بها، ومدى فعاليتها.
٣. الوقوف على الموضوعات التي تناولها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، وترتيب أولوياتهم نحوها، وأساليب تقديمها، والعوامل المؤثرة، وإيجابياتها، وسلبياتها، والتحديات التي تواجههم خلال عملية مواجهتها، ومقترحات تعزيزها في مواجهة مثل هذه الظواهر.

ثالثاً: أهمية الدراسة

٤. التعرف على العوامل المؤثرة في مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني.
٥. التعرف على الإيجابيات، والسلبيات، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني.
٦. الوقوف على التحديات التي تواجه مؤثر مواقع التواصل الاجتماعي خلال عملية مواجهتهم لظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني عبر منصات مواقع التواصل، ومقترحات تعزيزها في مواجهة مثل هذه الظواهر.

أ. أهمية علمية

١. ستفتح الدراسة الباب أمام الباحثين، والدارسين إجراء المزيد من الدراسات العلمية بأفكار جديدة حول توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تسليط الضوء على قضايا المجتمع المختلفة.

٢. الآثار السلبية الكبيرة المترتبة ظاهرة التنمر الإلكتروني وتفشيها في المجتمع.

ب. أهمية مهنية

١. الدور الذي يمكن أن يقوم به مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة ظاهرة التنمر الإلكتروني، وتوعية المواطنين نحوها.
٢. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي الذي يفرض نفسه كوسيلة إعلامية جديدة له جمهوره الضخم ومنصاته وأدواته المؤثرة.
٣. توجيه الجهات المختصة نحو الاستثمار الأمثل لمنصات مواقع التواصل والاستفادة من هذه المنظومة الإعلامية بشكل كبير مما يخدم سرعة إيصال المعلومات للجمهور، وسهولة نشرها.

رابعاً: أهداف الدراسة

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، ويتفرع عنه مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:
١. التعرف على درجة اهتمام مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، ودوافع استخدامهم لها.
٢. ما درجة اهتمام مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بتناول ظاهرة التنمر لدى الشباب الفلسطيني؟
٣. ما دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟
٤. ما أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟
٥. ما درجة ثقة عينة الدراسة بمواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟
٦. ما مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٧. ما الموضوعات التي تناولتها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، وما ترتيب أولوياتهم نحوها؟
٨. ما الأهداف التي تضمنتها الموضوعات التي تناولتها عينة الدراسة الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟
٩. ما الأساليب الإقناعية التي استخدمتها عينة الدراسة ضمن الموضوعات الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟

على الباحثان الوصول إلى رقم دقيق لعدددهم، خاصة أنه لا توجد إحصائية خاصة بهم لدى نقابة الصحفيين، أو جهة أخرى مختصة.

٢. عينة الدراسة: اختيار الباحثان العينة المتاحة من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين، بلغ قوامها (١٢٦) مفردة.

- السمات العامة لعينة الدراسة:

السمات الشخصية	التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	117 92.9
الاجتماعي	أنثى	9 7.1
العمر	أقل من ٣٠ سنة	21 16.7
	من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	42 33.3
	من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	36 28.6
	٥٠ سنة فأكثر	27 21.4
	دبلوم فأقل	3 2.4
المؤهل العلمي	بكالوريوس	72 57.1
	دراسات عليا	51 40.5
سنوات الاستخدام	أقل من ٥ سنوات	22 17.46
	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	36 28.57
	من ١٠ سنة فأكثر	68 53.96
المجموع		126 100

عاشرا: مفاهيم الدراسة

أ. الاتجاهات: هي مجموعة المعتقدات والمشاعر والميول السلوكية التي يحملها الفرد تجاه موضوع معين. (السلمي، ٢٠٠٨، ص ٤٩)

ب. المؤثر: الشخص الذي يتبعه عدة ملايين، وبحد أدنى ١٠ آلاف متابع، على وسائل التواصل الاجتماعي، يثقون في تقييمهم لسلع أو خدمات في مجال معين بحيث تستعين بهم الشركات لتسويق منتجاتها مقابل مدفوعات أو هدايا تقدمها لهم. (هينيسي، ٢٠٢٠، ص ٢٠٢٠)

ج. مواقع التواصل الاجتماعي: هي مجموعة من الشبكات التي تجمع مئات الأشخاص حول شبكة الانترنت العالمية، لتشكيل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور. (الشهران، ص ١٣٤).

د. التنمر الإلكتروني: هو فعل عدواني متعمد من قبل فرد أو مجموعة من الافراد باستخدام أساليب وطرق التواصل الإلكتروني بطريقة متكررة طيلة الوقت ضد أحد الضحايا الذي لا يستطيع الدفاع عن نفسه بسهولة. (Smith et al ٢٠٠٨).

هـ. الشباب: هم الأشخاص ممن تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٢٤ عاما. (قرار الأمم المتحدة ٢٨/٣٦ لعام ١٩٨١م).

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قام الباحثان بتفريغ الاستبانة وتحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS Statistical Package for the Social Sciences)، وقد

٩. ما العوامل المؤثرة في مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟

١٠. ما إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني؟

١١. ما التحديات التي تواجه مؤثر مواقع التواصل الاجتماعي خلال عملية مواجهتهم لظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي؟

١٢. ما مقترحات تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الظواهر الاجتماعية السلبية؟

سادسا: حدود الدراسة

الحد الموضوعي: وهو التعرف على اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني.

الحد الزمني: وهي فترة إجراء المسح الميداني على عينة الدراسة، وذلك في الفترة الزمنية الممتدة من (٢٠٢٢/٣/٧) إلى (٢٠٢٢/٣/٢٥).

الحد المكاني: حدد الباحثان فلسطين القدس والضفة الغربية وقطاع غزة مكانا للدراسة كون الصحفيين العاملين في الإعلام الرقمي يقيمون فيها.

سابعاً: الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري، وصياغة أهدافها وتساؤلاتها على نظريتي حارس البوابة، واستفاد الباحثان من هذه النظرية من خلال التعرف على دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، والعوامل المؤثرة في عملية توظيفهم لتلك المواقع، ونظرية ترتيب الأولويات «وضع الأجندة»، حيث استفاد الباحثان من هذه النظرية في التعرف على اتجاهات عينة الدراسة نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني، ومدى اهتمامهم بها، والموضوعات التي يتناولونها خلال عملية توظيفهم لها.

ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، حيث استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدمت أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واعتمدت الدراسة على أداة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات.

تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة

١. مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع الدراسة بأنه الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحثان لدراسته وتعميم نتائج الدراسة على كافة مفرداته (المشهداني، ٢٠١٧، ١٣٠)، ويتكون مجتمع الدراسة من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين وقد تعذر

تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- إحصاءات وصفية، منها: النسبة المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي، ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي بهدف معرفة تكرار فئات متغير ما، ويفيد الباحثين في وصف متغيرات الدراسة.
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس صدق فقرات الاستبانة، واختبار فروض الدراسة.
- اختبار (تحليل التباين الأحادي - One-Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات.
- اختبار (ت لعينتين مستقلتين - Independent Sample T Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات.

الفصل الثاني: نتائج الدراسة الميدانية وفروضها ومناقشتها

ينقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، حيث يتناول المبحث الأول نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها، ويتناول المبحث الثاني التحقق من فروض الدراسة ومناقشتها، فيما يستعرض المبحث الثالث ملخص نتائج الدراسة وتوصياتها، ويتناول الفصل نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحثان، من خلال توزيع الاستبانة على عينة الدراسة التي بلغت (١٢٦) من النشطاء، وذلك لمعرفة اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، ودوافع استخدامهم لها، ومواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها، ودرجة ثقتهم بها، ومدى فعاليتها، والموضوعات التي تناولوها الخاصة بتلك الظاهرة، وترتيب أولوياتهم نحوها، وأساليب تقديمها، والعوامل المؤثرة، وإيجابياتها، وسلبياتها، والتحديات التي تواجههم خلال عملية مواجهتها، ومقترحات تعزيزها في مواجهة مثل هذه الظواهر. وقد تمت تعبئة الاستبانة إلكترونياً في الفترة من ٧ مارس حتى ٢٥ مارس ٢٠٢٣ وتم إخضاع البيانات للتحليل الإحصائي.

محك الدراسة الإحصائي

تم اعتماد استجابات أفراد عينة الدراسة حسب مقياس خماسي التدرج من (١-٥)، حيث تمثل (١) أدنى درجة موافقة أي منخفضة جداً، و(٥) تمثل أعلى درجة موافقة أي عالية جداً، وبينهما: منخفضة (٢)، ومتوسطة (٣)، وعالية (٤).

وتم تحديد طول الخلايا في المقياس الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (٥-١=٤)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس، للحصول على طول الخلية، أي (٤/٥=٠,٨)، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس - علماً بأن بداية المقياس هي واحد صحيح «١» - وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا في باقي الخلايا، وتم تقييم درجات الموافقة بحسب مقياس التدرج الخماسي المبين في الجدول الآتي:

جدول (٣,١)

المحك المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي	درجة الموافقة
من 1	من 20%	منخفضة جداً
إلى أقل من 1.8	إلى أقل من 36%	غير موافق بشدة
من 1.8	من 36%	منخفضة
إلى أقل من 2.6	إلى أقل من 52%	غير موافق
من 2.6	من 52%	متوسطة
إلى أقل من 3.4	إلى أقل من 68%	محايد
من 3.4	من 68%	عالية
إلى أقل من 4.2	إلى أقل من 84%	موافق
أكبر من 4.2	من 84% إلى 100%	عالية جداً موافق بشدة

المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

يستعرض هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية، التي هدفت للتعرف على اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي نحو مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، ودوافع استخدامهم لها، ومواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها، ودرجة ثقتهم بها، ومدى فعاليتها، والموضوعات التي تناولوها الخاصة بتلك الظاهرة، وترتيب أولوياتهم نحوها، وأساليب تقديمها، والعوامل المؤثرة، وإيجابياتها، وسلبياتها، والتحديات التي تواجههم خلال عملية مواجهتها، ومقترحات تعزيزها في مواجهة مثل هذه الظواهر، وقد تم ذلك على النحو الآتي:

أولاً: اهتمامات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بتناول ظاهرة التنمر لدى الشباب الفلسطيني:

١. درجة الاهتمام:

جدول (٣,٢)

درجة اهتمام مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بتناول ظاهرة التنمر لدى الشباب

الفلسطيني

الدرجة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً	المجموع	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	1	2	7	79	37	126	1.012	4.18	83.6
%	0.8	1.6	5.5	62.7	29.4	100			

يوضح الجدول السابق أن الوزن النسبي درجة اهتمام مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بتناول ظاهرة التنمر لدى الشباب الفلسطيني بلغ ٨٣,٦٪، ويدل على درجة عالية، حيث يرى ما نسبته ٦٢,٧٪ من المبحوثين أن درجة الاهتمام عالية، فيما ترى نسبة ٢٩,٤٪ أنها درجة عالية جداً، ودرجة متوسطة بنسبة ٥,٥٪، ثم درجة منخفضة بنسبة ١,٦٪، وأخيراً درجة منخفضة جداً بنسبة ٠,٨٪.

يعزو الباحثان النسبة الكبيرة لدرجة اهتمام المؤثرين بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر لدى الشباب الفلسطيني نظراً للخصائص المميزة التي تتمتع بها تلك، المواقع والإمكانات والأدوات التي تتيحها أمام مستخدميها، إلى جانب تمتعها بجمهور ضخم وسرعة الوصول لأكبر فئة من شرائح المجتمع، وكذلك إتاحتها لعناصر التفاعلية، مما يؤدي إلى تسليط الضوء على القضايا المجتمعية بشكل كبير، وبالتالي يبنى عليها تغير في الثقافة وتوجه الرأي العام نحو المشاكل المجتمعية، ودفع الجهات المعنية إلى إيجاد حلول لها.

فالإعلام الرقمي يتمتع بالعديد من المميزات التي تميزه عن باقي وسائل الإعلام الأخرى، فقد فرض بتنوع أشكاله، وبتعدد وسائطه واقعاً إعلامياً جديداً من حيث سعة الانتشار، وإمكانية الوصول إلى جميع أنحاء الأرض دون اعتبار للحواجز الجغرافية؛ بالإضافة إلى أنه يعطي مساحة واسعة لحرية التعبير أوسع بكثير من وسائل الإعلام الأخرى كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، خاصة في تناول كافة القضايا التي تهم المواطن وتفتح عيون الناس على كثير من الأمور التي كانت مبهمه وغامضة ومحرم عليهم معرفتها. (الدليمي، ٢٠١٢، ص. ٥٧)

٢. دوافع الاستخدام

جدول (٣,٣)

دوافع استخدام مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

النسبة %	التكرار	الدوافع
88.8	112	محاربة هذه الظاهرة لما يترتب عليها من آثار سلبية على المجتمع.
79.3	100	سهولة التعامل مع هذه المنصات وتوظيفها في مواجهة هذه الظاهرة.
83.3	105	تمتلك هذه المنصات الأدوات المناسبة التي تساعدني في مواجهة هذه الظاهرة.
95.2	120	الحفاظ على النسيج المجتمعي والترابط بين أفراد المجتمع.
96.8	122	تحذير المجتمع من الآثار السلبية المترتبة على هذه الظاهرة.
97.6	123	توعية المجتمع بآليات التعامل مع هذه الظاهرة وطرق محاربتها.

(ن=126)

يتبين من الجدول السابق أن: توعية المجتمع بآليات التعامل مع هذه الظاهرة وطرق محاربتها، ٩٧,٦٪، وتحذير المجتمع من الآثار السلبية المترتبة على هذه الظاهرة ٩٦,٨٪، الحفاظ على النسيج المجتمعي والترابط بين أفراد المجتمع ٩٥,٢٪، محاربة هذه الظاهرة لما يترتب

عليها من آثار سلبية على المجتمع ٨٨,٨٪، تمتلك هذه المنصات الأدوات المناسبة التي تساعدني في مواجهة هذه الظاهرة ٨٣,٣٪، سهولة التعامل مع هذه المنصات وتوظيفها في مواجهة هذه الظاهرة ٧٩,٣٪.

ويرى الباحثان أن توعية المجتمع بآليات التعامل مع هذه الظاهرة وطرق محاربتها جاء كأهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني من قبل المؤثرين، ويرجع ذلك إلى أهمية التوعية في تغير سلوك أفراد المجتمع وتوجيههم نحو الممارسات الإيجابية التي تعود على المجتمع بجوانب إيجابية تؤدي إلى عزوفه عن العادات السلبية التي قد تؤرق صفو أفرادها بالتالي يكون هناك انعدام للسكنية العامة داخل المجتمع، وهذا يقودنا إلى ضرورة محاربة ظاهرة التنمر لما يترتب عليها من آثار سلبية ومخاطر كبيرة، على أفراد المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعد من أهم الفئات التي يبنى عليها مستقبل الدولة.

٣. موضوعات مواجهة التنمر الإلكتروني

جدول (٣,٤)

الموضوعات التي يتناولها المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطينية، وترتيب أولوياتهم

الترتيب	النسبة %	التكرار	الموضوع
الرسائل العدائية	5	52.4	66
السب والقذف	3	79.3	100
التحقير وتشويه السمعة	4	61.9	78
التمثيل وانتحال الشخصية	5	52.4	66
إفشاء الأسرار	7	16.7	21
الخداع	6	40.5	51
انتهاك الخصوصية	4	61.9	78
الابتزاز	1	95.2	120
التعليقات السلبية	2	83.3	105

(ن=126)

يتبين من الجدول السابق أن: (الابتزاز) جاء المرتبة الأولى بنسبة ٩٥,٢٪ من ضمن الموضوعات التي يتناولها المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطينية، تلاها في المرتبة الثانية (التعليقات السلبية) بنسبة ٨٣,٣٪، تلاها في المرتبة الثالثة السب والقذف بنسبة ٧٩,٣٪، تلاها بالمرتبة الرابعة (التحقير وتشويه السمعة) و(انتهاك الخصوصية) بنسبة ٦١,٩٪ لكل منهما، تلاها في المرتبة الخامسة (التمثيل وانتحال الشخصية) و(الرسائل العدائية) بنسبة ٥٢,٤٪ لكل منهما، تلاها في المرتبة السادسة (الخداع) بنسبة ٤٠,٥٪.

وعلق الباحثان على النتيجة السابقة بأن موضوع الابتزاز هو من أخطر

الشخصية، بالتالي نجد أن تأثير هذه السياسات يأتي في مقدمة العوامل المؤثرة، كما ويرى الباحثان أن للعوامل التقنية دور مهم في التأثير كون المؤثرين يتعاملون مع منصات رقمية مبنية على التقنيات وأدوات تكنولوجيا مرتبطة ارتباطاً كبيراً بالإنترنت والاتصالات.

٥. مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٣,٦)

مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب

الفلسطيني

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
ك	1	2	6	57	60	126	0.971	4.37	87.4		
%	0.8	1.6	4.8	45.2	47.6	100					

يُظهر الجدول السابق أن الوزن النسبي لمدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بلغ ٨٧,٤٪، ويدل على درجة عالية جداً، حيث يرى ما نسبته ٤٧,٦٪ من المبحوثين أن درجة الفاعلية عالية جداً، فيما يرى ٤٥,٢٪ أنها درجة عالية، ثم درجة متوسطة بنسبة ٤,٨٪، ودرجة منخفضة بنسبة ١,٦٪، وأخيراً درجة منخفضة جداً بنسبة ٠,٨٪.

ويتفق الباحثان مع هذه النتيجة التي تتوافق مع ما توصلنا إليه في تساؤل درجة الاهتمام بمنصات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت النتيجة بدرجة عالية، وأيضاً على اعتبار أن الإعلام الاجتماعي هو وسيلة العصر للولوج للمعلومات والحصول عليها، فهي تتمتع بخصائص وأدوات مميزة، وكذلك لأن أفراد عينة الدراسة هم من المؤثرين بالتالي فهم على وعي كافي ودرجة إدراك عالية بأهمية منصات الإعلام الرقمي وقدرتها على تقديم المعلومات بالشكل الذي يتناسب معها ويؤثر في المجتمع بالشكل إيجابي.

٦. أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها في مواجهة

التنمر الإلكتروني:

جدول (٣,٧)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى

الشباب الفلسطيني

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	٢.٤	١٥	١١.٩	٦٠	٤٧.٦	٤٨	٣٨.١	٠.٧٥	٤.٢١	٨٤.٢	
٦	٤.٨	١٢	٩.٥	٦٠	٤٧.٦	٤٨	٣٨.١	٠.٨٠٤	٤.١٩	٨٣.٨	
-	-	٦	٤.٨	٣٣	٢٦.٢	٨٧	٦٩	٠.٥٧٧	٤.٦٤	٩٢.٨	
-	-	٦	٤.٨	٢٧	٢١.٤	٩٣	٧٣.٨	٠.٥٦٣	٤.٦٩	٩٣.٨	
٣	٢.٤	٦	٤.٨	٦٩	٥٤.٨	٤٨	٣٨.١	٠.٦٧٣	٤.٢٩	٨٥.٨	

المواضيع التي تُوَرَّق صفو المجتمعات وتؤدي إلى تفكك كبير في النسيج المجتمعي، ناهيك إلى المخاطر الكبيرة التي تترتب عليه والتي تصل إلى بعض الأحيان للانتحار، خاصة وإن كان الابتزاز يتعلق بمعلومات وبيانات حساسة لبعض الأشخاص، ويضاف إلى ذلك عمليات القذف والسب والتشهير التي تؤدي وجود تصادمات كبيرة بين أفراد المجتمع وتزعزع تماسكه، بالتالي فإنه من الطبيعي أن تهتم عينة الدراسة بتناول هذه الموضوعات وتسلط الضوء عليها بالشكل الملائم لتوعية المجتمع بآليات التعامل معها ومحاربتها والتحذير منها.

وتتفق في ذلك مع دراسة (أبو الحسن، ٢٠٢١) التي أظهرت أن الابتزاز من أهم أشكال التنمر الإلكتروني على صفحات الإنترنت، والتعليقات السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٤. العوامل المؤثرة

جدول (٣,٥)

العوامل المؤثرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر

الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

العوامل	وزن	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر	مؤثر

يشير الجدول السابق إلى أن: (العوامل الاجتماعية والقيمية) جاءت في مقدمة العوامل المؤثرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بوزن نسبي ٩٠,٤٪، يليها (سياسة الموقع) بوزن نسبي ٨٨,٦٪، ثم (العوامل التقنية) بنسبة ٧٨,٦٪، و(العوامل المهنية) بوزن نسبي ٧٧,٦٪، وأخيراً (العوامل الذاتية) بوزن نسبي ٧٤,٨٪.

ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تأتي في سياقها الطبيعي كوننا نتناول في هذه الدراسة مشكلة اجتماعية بالدرجة الأولى وهي ظاهرة التنمر، بالتالي فإن العوامل الاجتماعية والقيمية سيكون لها تأثير كبير في عينة الدراسة خلال تناولهم لهذه الظاهرة عبر الإعلام الرقمي وخاصة منصات التواصل الاجتماعي، لكن الأمر يأتي أيضاً تحت القوانين والسياسات التي تفرضها تلك المواقع والتي تحجم دور المؤثرين وتقيد وسائل وآليات وطرق نشرهم وتناولهم للمواضيع الخاصة بظاهرة التنمر كحظر الحسابات، وتقيد الوصول، وإمكانية تقديم البلاغات ضد حساباتهم

التنمر الإلكتروني وأضرارها حاز على المرتبة الأولى ضمن الأهداف التي تضمنتها الموضوعات التي تناولتها عينة الدراسة الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بنسبة ٨٥,٧٪، تلاه في المرتبة الثانية هدف توعية وإرشاد بنسبة ٨٣,٣٪، تلاه في المرتبة الثالثة هدف البحث عن حلول للحد من هذه الظاهرة بنسبة ٧٩,٣٪، ثم هدف إعلام وإخبار بنسبة ٧٦,٢٪، ثم طرح مشكلات بنسبة ٦١,٩٪.

ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تأتي في إطارها الطبيعي ويتناغم مع ما توصلوا إليه من نتائج في التساؤل الخاصة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت توعية المجتمع في المرتبة الأولى، كما ويرى أن عملية تعريف المجتمع بهذه الظاهرة يساهم بشكل كبير في زيادة إدراكهم بخطورتها وضرورة محاربتها للحد منها، إلى جانب ضرورة معرفتهم بآليات التعامل مع المتنمرين.

وتتفق إلى حد ما مع دراسة (مرو، ٢٠١٨) التي توصلت إلى أن المؤثر قادر على توفير المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المتابعين.

٨. أساليب الإقناع التي يستخدمها المؤثرون:

جدول (٣,٩)

الأساليب الإقناعية التي تستخدمها ضمن الموضوعات الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

أساليب الإقناع	التكرار	النسبة %
العاطفي	78	62
الإحصائي	18	14.2
المختلط	25	19.8
بدون أسلوب	5	4
المجموع	126	100

(ن = 126)

يشير الجدول السابق إلى أن الأسلوب العاطفي تصدر أساليب الإقناع التي يستخدمها المؤثرون ضمن الموضوعات الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بنسبة ٦٢٪، يليه في المرتبة الثانية الأسلوب المختلط بنسبة ١٩,٨٪، يليه في المرتبة الثالثة الأسلوب الإحصائي بنسبة ١٤,٢٪، يليه في المرتبة الأخيرة بدون أسلوب بنسبة ٤٪.

ويرى الباحثان أن الأسلوب العاطفي هو أكثر أساليب الإقناع نجاعة في معالجة مثل هذه الظواهر فهو يركز بشكل كبير على تحريك العواطف والأحاسيس واستفزاز المشاعر سواء بالاستعانة بمواقف وقصص واقعية تجسد مخاطر التنمر، بالتالي أن تصدر الأساليب العاطفية في مقدمة الأساليب المستخدمة هو أمر طبيعي.

الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة	الترتيب	الوزن النسبي	الوزن النسبي	الوزن النسبي
88.6	4.43	0.59	47.6	60	47.6	60	4.8
77.6	3.88	0.942	28.6	48	38.1	36	2.4
الانحراف المعياري ٠,٤١٣، الوسط الحسابي ٤,٣٣، الوزن النسبي ٨٦,٦							

يشير الجدول السابق إلى أن موقع فيسبوك تصدر المرتبة الأولى ضمن مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المؤثرون لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بوزن نسبي ٩٣,٨٪، وهي درجة عالية جدًا، بينما جاء موقع الانستغرام في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٢,٨٪، في حين جاءت منصة التيك توك في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٨,٦٪، تلاه منصة واتس آب بنسبة ٨٥,٨٪، ثم منصة تيلجرام ٨٤,٢٪، ثم منصة يوتيوب ٨٣,٨٪، ثم في المرتبة الأخيرة منصة تويتر بنسبة ٧٧,٦٪. ويرى الباحثان أن النتيجة السابقة تأتي في سياقها الطبيعي وذلك لما تتمتع به هذه المنصة من خصائص تميزها عن باقي المنصات الأخرى، ولأن منصة الفيسبوك هي الأكثر استخدامًا من قبل سكان فلسطين، وهذا وفق ما أفادت به شركة «آيوك» المتخصصة في مجال منصات ومواقع التواصل الاجتماعي، بأن مستخدمي «فيسبوك» في فلسطين بلغت نسبتهم ٩٥,١٦٪ خلال عام ٢٠٢٢، (وكالة سند للأنباء، موقع إلكتروني، ٢٠٢٢/١/١٥)

وتتفق مع دراسة (Vaibhavi & Leena, ٢٠١٨) التي توصلت إلى أن موقع فيس بوك تصدر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المؤثرون.

ثانيا: اتجاهات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي:

٧. الأهداف التي تضمنتها موضوعات التنمر

جدول (٣,٨)

الأهداف التي تضمنتها الموضوعات التي تناولتها عينة الدراسة الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

الأهداف	التكرار	النسبة %
توعية وإرشاد	105	83.3
تعريف المجتمع بمعلومات عن ظاهرة التنمر الإلكتروني وأضرارها	108	85.7
البحث عن حلول للحد من هذه الظاهرة	100	79.3
إعلام وإخبار	96	76.2
طرح مشكلات	78	61.9

(ن = 126)

يشير الجدول السابق إلى أن تعريف المجتمع بمعلومات عن ظاهرة

٩. درجة الثقة بمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٣,١٠)

درجة ثقتك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

ك	ب	ج	د	هـ	و	ز	ح	ط	ي
3	4	71	48	126	0.865	4.3	86		
2.4	3.2	56.3	38.1	100					
%									

يوضح الجدول السابق أن الوزن النسبي لدرجة ثقة المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بلغ ٨٦٪، ويدل على درجة عالية جداً، حيث يرى ما نسبته ٥٦,٣٪ من المبحوثين أن درجة الثقة عالية، فيما يرى ٣٨,١٪ أنها درجة عالية جداً، ثم درجة متوسطة بنسبة ٣,٢٪، وأخيراً درجة منخفضة بنسبة ٢,٤٪.

ويرجع الباحثان هذه النتيجة ربما لأن أغلب عينة الدراسة من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وهم على دراية كاملة في التعامل مع هذه المواقع وأدواتها والاستخدام الأمثل لها في إطار تحقيق أكبر قدر ممكن من عمليات التأثير على المجتمع.

لكن الباحثين يختلفان مع هذه النتيجة خاصة إذا ما سلطنا الضوء على سلبيات استخدام الفضاء الرقمي والتي تتمثل بشكل أساسي بإيجاد بيئة خصبة لانتشار الشائعات في ظل غياب المسائلة القانونية على تلك المنصات.

ثالثاً: إيجابيات وتحديات ومقترحات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

١٠. الجوانب الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣,١١)

الجوانب الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

الإيجابيات	التكرار	النسبة %
تعريف الشباب الفلسطينية بآليات التعامل مع المتنمرين	78	61.9
تمتع هذه المنصات بجمهور ضخم مما يترتب عليه زيادة نسبة وصول المنشورات الخاصة بمواجهة هذه الظاهرة	60	47.6
زيادة وعي المجتمع بخطورة التنمر الإلكتروني	108	85.7
عرض موضوعات مواجهة ظاهرة التنمر باستخدام الأساليب الصحفية الحديثة	60	47.6
سهولة استخدام تلك المنصات	81	64.3
تقديم طرق لمحاربة هذه الظاهرة	99	78.6
المرونة الكبيرة التي تتيحها هذه المنصات في التعامل مع المنشورات الخاصة بمواجهة هذه الظاهرة.	96	76.2
إمكانية الاستفادة من الإعلانات الممولة في زيادة انتشار المنشورات الخاصة بمواجهة هذه الظاهرة.	69	54.8

يبين الجدول السابق أن الجوانب الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني هي: زيادة وعي المجتمع بخطورة التنمر الإلكتروني بنسبة ٨٥,٧٪، يليها الاستخدام تقديم طرق لمحاربة هذه الظاهرة بنسبة ٧٨,٦٪، ثم المرونة الكبيرة التي تتيحها هذه المنصات في التعامل مع المنشورات الخاصة بمواجهة هذه الظاهرة بنسبة ٧٦,٢٪، ثم سهولة استخدام تلك المنصات بنسبة ٦٤,٣٪، ثم تعريف الشباب الفلسطينية بآليات التعامل مع المتنمرين بنسبة ٦١,٩٪، يليها إمكانية الاستفادة من الإعلانات الممولة في زيادة انتشار المنشورات الخاصة بمواجهة هذه الظاهرة بنسبة ٥٤,٨٪، وأخيراً بأقل نسبة عرض موضوعات مواجهة ظاهرة التنمر باستخدام الأساليب الصحفية الحديثة بنسبة ٤٧,٦٪.

ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تتفق مع ما توصلنا إليه من نتائج سابقة خاصة في التساؤلات الخاصة بأهداف تناول موضوعات ظاهرة التنمر وكذلك دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة هذه الظاهرة مما يدل على أهمية زيادة وعي المجتمع بخطورة هذه الظاهرة وضرورة محاربتها بكافة الطرق والإمكانيات المتاحة، إلى جانب المرونة التي تتيحها هذه المواقع بالتالي تساعد المؤثرين بشكل كبير في تقديم المضامين المناسبة وتعديلها وتحديثها بما يتناسب مع طبيعة المنصة الإعلامية وطبيعة المجتمع المستهدف.

وتتفق مع دراسة (Vaibhavi & Leena, ٢٠١٨) التي توصلت إلى أن عمل المؤثر له تأثير إيجابي على مواقع التواصل الاجتماعي.

١١. تحديات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣,١٢)

التحديات التي تواجه المؤثرين أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني

الإيجابيات	التكرار	النسبة %
كثرة الحسابات الوهمية التي يمكن إنشاؤها عبر تلك المنصات.	69	54.8
السياسة الخاصة بالمواقع التي تحظر بعض الجوانب أو العبارات.	57	45.2
عدم وجود سياسة وقوانين واضحة تحارب هذه الظاهرة لدى الشركات المالكة لتلك المواقع.	78	61.9
افتقار المؤثرين إلى المعرفة والخبرة الكافية في التعامل مع المتنمرين.	66	52.4
قلة تواجد خبراء علم النفس على تلك المنصات الذين يمكنهم توعية المجتمع في آليات التعامل مع هذه الظاهرة.	84	66.7
استغلال المتنمرين الخصائص التي تتمتع بها هذه المواقع في عملية التنمر على الآخرين كسرعة وسهولة انتشار المواد التي يروجونها.	51	40.5
عدم وجود جهات داعمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع.	60	47.6
عدم وجود حملات ومبادرات منظمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع.	54	42.9

يبين الجدول السابق أن التحديات التي تواجه المؤثرين أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني هي: قلة تواجد خبراء علم النفس على تلك المنصات الذين يمكنهم توعية المجتمع في آليات التعامل مع هذه الظاهرة بنسبة ٦٦,٧٪، ثم عدم وجود سياسة وقوانين واضحة تحارب هذه الظاهرة لدى الشركات المالكة لتلك المواقع بنسبة ٦١,٩٪، ثم كثرة الحسابات الوهمية التي يمكن إنشاؤها عبر تلك المنصات بنسبة ٥٤,٨٪، ثم افتقار المؤثرين إلى المعرفة والخبرة الكافية في التعامل مع المتنمرين بنسبة ٥٢,٤٪، ثم عدم وجود جهات داعمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع بنسبة ٤٧,٦٪، ثم السياسة الخاصة بالمواقع التي تحظر بعض الجوانب أو العبارات ٤٥,٢٪، ثم عدم وجود حملات ومبادرات منظمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع بنسبة ٤٢,٩٪.

يرى الباحثان أن قلة تواجد خبراء علم النفس على تلك المنصات الذين يمكنهم توعية المجتمع في آليات التعامل مع هذه الظاهرة هو فعلاً يعد تحدياً كبيراً ومهماً أمام محاربة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني، وذلك لدور هؤلاء الخبراء الكبير في تعزيز الثقافة العامة لدى المجتمع فيما يتعلق بهذه الظاهرة وآليات التعامل معها بالشكل المناسب وبالأساليب المناسبة التي لا يترتب عليها آثار جانبية تضر بالمجتمع والنسيج الداخلي له، حيث أن معظم المؤثرين أو نشطاء التواصل الاجتماعي يفتقرون لهذه الأساليب المبنية على أسس علمية وخبرات وتجارب فنحن أمام ظاهرة موجهة إلى فئة حساسة وهي فئة الشباب، كما ويرى الباحثان عدم وجود سياسة وقوانين واضحة تحارب هذه الظاهرة لدى الشركات المالكة لتلك المواقع يرجع لضعف الرقابة الإلكترونية والقوانين الصارمة اتجاه مواجهة التنمر.

١٢. مقترحات تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٣,١٣)

مقترحات تعزيز الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الظواهر الاجتماعية السلبية

المقترحات	التكرار	النسبة %
وجود الأنظمة والقوانين التي تحارب هذه الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	90	71.4
التشهير بالمتنمرين كعقوبة رادعة لكل من تسول له نفسه ممارسة هذه الظاهرة.	102	81
الإبلاغ عن حالات التنمر في حال رؤيتها	54	42.9
تبني جهات داعمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع.	75	59.5
تنظيم حملات ومبادرات منظمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع.	57	45.2
عقد ندوات وورش ومحاضرات لمناقشة وسائل وطرق محاربة هذه الظاهرة والحد منها.	105	83.3
عدم التفاعل بأي تعليقات أو مشاركات للمنشورات التي تحتوي تنمر على الآخرين.	120	95.2
نشر بسترات وملصقات توعية حول مخاطر ظاهرة التنمر.	51	40.5
على الجامعات والمدارس عقد لقاءات مع أولياء الأمور لتوعيتهم من سلبيات هذه الظاهرة.	78	61.9
تحفيز نشطاء على استثمار منصاتهم في التوعية من التنمر الإلكتروني.	84	66.7

يبين الجدول السابق أن مقترحات تعزيز الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الظواهر الاجتماعية السلبية هي: عقد ندوات وورش ومحاضرات لمناقشة وسائل وطرق محاربة هذه الظاهرة والحد منها ٨٣,٣٪، وجود الأنظمة والقوانين التي تحارب هذه الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧١,٤٪، وتحفيز نشطاء على استثمار منصاتهم في التوعية من التنمر الإلكتروني بنسبة ٦٦,٧٪، وعلى الجامعات والمدارس عقد لقاءات مع أولياء الأمور لتوعيتهم من سلبيات هذه الظاهرة بنسبة ٦١,٩٪، وتبني جهات داعمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع بنسبة ٥٩,٥٪، وتنظيم حملات ومبادرات منظمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع بنسبة ٤٥,٢٪، والإبلاغ عن حالات التنمر في حال رؤيتها بنسبة ٤٢,٩٪، ونشر بسترات وملصقات توعية حول مخاطر ظاهرة التنمر بنسبة ٤٠,٥٪.

ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تأتي في سياقها الطبيعي لأن عقد الندوات والورش والمحاضرات لمناقشة وسائل وطرق محاربة هذه الظاهرة والحد من أجل تعزيز الوعي حول ظواهر التنمر والتعرف على أساليب مواجهتها، ووجود الأنظمة والقوانين التي تحارب هذه الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحد من الظاهرة بشكل كامل تكون ضمن ضوابط قانونية.

المبحث الثاني: التحقق من فروض الدراسة ومناقشتها:

يتناول هذا المبحث نتائج اختبار فروض الدراسة ومناقشتها، حيث تم التحقق من الفروض المرتبطة بالعلاقة بين متغيرات الدراسة، والفروض المرتبطة بالفروق التي تعزى للسمات والخصائص الشخصية.

أولاً: الفرض الرئيسي الأول

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مدى اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم في توظيف تلك التقنيات.

وتم التحقق من صحة هذا الفرض، عن طريق إيجاد معامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (٣,١٠)

العلاقة بين مدى اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم في توظيف تلك التقنيات

العلاقة بين	قيمة R	قيمة الدلالة	الدلالة
المتغيرين	0.304	0.046	دالة إحصائية

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم في توظيف تلك التقنيات، حيث كانت قيمة معامل الارتباط ٠,٣٠٤، وقيمة الدلالة الإحصائية ٠,٠٣٦، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة

$(\alpha \leq 0.05)$.

جدول (٣,٢٠)

نتائج اختبار T لقياس الفروق بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، وفقا للنوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	ك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدالة الإحصائية
ذكر	117	4.42	0.559		
أنثى	9	4.67	0.577	0.616	0.437
المجموع	126				

يبين الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في متوسطات تقديرات المبحوثين حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى للنوع الاجتماعي، حيث كانت قيمة الاختبار ٠,٦١٦ وقيمة الدلالة ٠,٤٣٧، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

ثانيا: الفرض الرئيسي الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ مدى اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى فاعلية تلك المواقع.

وتم التحقق من صحة هذا الفرض، عن طريق إيجاد معامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (٣,٢٠)

العلاقة بين اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى فاعلية تلك المواقع

العلاقة بين	قيمة R	قيمة الدلالة	الدلالة
المتغيرين	0.342	0.037	دالة إحصائية

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى فاعلية تلك المواقع، حيث كانت قيمة معامل الارتباط ٠,٣٤٢، وقيمة الدلالة الإحصائية ٠,٠٣٧، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يعني أن العلاقة طردية بينهما، أي أنه كلما زادت فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة التنمر الإلكتروني، زادت درجة اهتمام المبحوثين في تلك المواقع.

رابعا: الفرض الرئيسي الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسطات التقديرات حول مدى اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي وسنوات استخدام منصات التواصل الاجتماعي).

١. الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، تعزى للنوع الاجتماعي.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار T لعينتين مستقلتين.

جدول (٣,٢١)

نتائج اختبار T لقياس الفروق بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي وفقا للعمر

العمر	ك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدالة الإحصائية
أقل من 3٠ سنة	21	4.29	0.756		
من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	42	4.54	0.519		
من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	36	4.58	0.669	0.907	0.447
50 سنة فأكثر	27	4.22	0.441		
المجموع	126	4.44	0.594		

يبين الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ متوسطات تقديرات المبحوثين حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى للعمر، حيث كانت قيمة الاختبار ٠,٩٠٧، وقيمة الدلالة الإحصائية ٠,٤٤٧، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

٣. الفرضي الفرعي الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى للمؤهل العلمي.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي.

جدول (٣,٢٢)

نتائج اختبار T لقياس الفروق بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة الإحصائية
دبلوم فأقل	3	4.81	0.695	0.411
بكالوريوس	72	4.35	0.573	
دراسات عليا	51	4.53	0.624	
المجموع	126	4.43	0.594	

يبين الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى للمؤهل العلمي، حيث كانت قيمة الاختبار ٠,٩١١ وقيمة الدلالة الإحصائية ٠,٤١١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

٤. الفرضي الفرعي الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لسنوات استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي.

جدول (٣,٢٤)

نتائج اختبار T لقياس الفروق بين متوسطات التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لسنوات استخدام منصات التواصل الاجتماعي

سنوات الاستخدام	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة الإحصائية
أقل من ٥ سنوات	12	4	0.816	0.18
من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات	33	4.5	0.527	
من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	18	4.83	0.408	
من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	18	4.17	0.753	1.662
20 سنة فأكثر	45	4.47	0.516	
المجموع	126	4.44	0.594	

يبين الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لسنوات استخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة الاختبار ١,٦٦٢، وقيمة الدلالة الإحصائية ٠,١٨، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على ما سبق يرى الباحثان أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات تقديرات المبحوثين حول التقديرات حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي ومجال العمل الصحفي وسنوات استخدام منصات التواصل الاجتماعي).

المبحث الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة

أولاً: نتائج العامة للدراسة

يستعرض الباحثان خلاصة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، وهي كالآتي:

١. بلغ الوزن النسبي لدرجة اهتمام مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بتناول ظاهرة التنمر لدى الشباب الفلسطيني عبر تلك المواقع ٨٣,٦٪، ويدل على درجة عالية جداً.
٢. جاءت (توعية المجتمع بآليات التعامل مع هذه الظاهرة وطرق محاربتها) بالمرتبة الأولى ضمن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر بنسبة ٩٧,٦٪، فيما جاءت (تحذير المجتمع من الآثار السلبية المترتبة على هذه الظاهرة) بالمرتبة الثانية بنسبة ٩٦,٨٪، في حين جاءت (الحفاظ على النسيج المجتمعي والترابط بين أفراد المجتمع) بالمرتبة الثالثة بنسبة ٩٥,٢٪.

٣. تبين أن (الابتزاز) جاء المرتبة الأولى بنسبة ٩٥,٢٪ من ضمن الموضوعات التي يتناولها المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطينية، تلاها في المرتبة الثانية (التعليقات السلبية) بنسبة ٨٣,٣٪، تلاها في المرتبة الثالثة السب والقذف بنسبة ٧٩,٣٪.

٤. تصدرت (العوامل الاجتماعية والقيمية) مقدمة العوامل المؤثرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بوزن نسبي ٩٠,٤٪، يليها (سياسة الموقع) بوزن نسبي ٨٨,٦٪، ثم (العوامل التقنية) بنسبة ٧٨,٦٪.

٥. بلغ الوزن النسبي لدرجة فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني ٨٧,٤٪، ويدل على درجة عالية جداً.

٦. حاز موقع فيسبوك المرتبة الأولى ضمن مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المؤثرون لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى



٢. أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى فاعلية تلك المواقع، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.342 ، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.037 ، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
٣. أشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في متوسطات تقديرات المبحوثين حول اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي تعزى للمتغيرات الديمغرافية.
- ثالثاً: التوصيات**
١. شمولية التغطية لموضوعات التنمر وعدم اغفال أي منها وذلك للوصول إلى النتائج المرجوة في مواجهة هذه الظاهرة من كل جوانبها.
٢. توظيف الفنون الصحفية الحديثة التي تتوافق مع بيئة الإعلام الرقمي، مثل الانفوفديو، والفواصل المرئية، والانفوجراف، وغيرها.
٣. البحث عن حلول بالاستفادة من الإعلام الرقمي من شأنها المساعدة في مواجهة ظاهرة التنمر وتقديمها للمجتمع وللجهات المختصة.
٤. استثمار منصات الإعلام الرقمي وخصائصها وجمهورها الضخم في توعية الناس بمخاطر ظاهرة التنمر على المجتمع.
٥. الاستفادة من الإعلانات الممولة التي تتيحها بعض منصات الإعلام الرقمي في نشر وترويج الموضوعات الخاصة بمواجهة ظاهرة التنمر.
٦. على الجهات المختصة تأهيل وتدريب وتطوير الكوادر الإعلامي التي تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بما يتوافق مع تطورات تلك المنصات، بما يخدم مواجهة الظواهر السلبية في المجتمع.
٧. صياغة وإعداد المواد الرقمية بما يقطع الطريق أمام حذفها أو إغلاق حساباتها بذريعة مخالفتها سياسات تلك المنصات.
٨. إجراء أبحاث ودراسات خاصة بمجال مواجهة الظواهر السلبية في المجتمع خاصة ظاهرة التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٩. عقد المؤتمرات والورش والندوات العلمية التي تسلط الضوء على أهمية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر.
١٠. وجود أنظمة وقوانين تحارب هذه الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
١١. التشهير بالمتنمرين كعقوبة رادعة لكل من تسول له نفسه ممارسة هذه الظاهرة.
١٢. تبني جهات داعمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع.
١٣. تنظيم حملات ومبادرات منظمة لمواجهة هذه الظاهرة عبر تلك المواقع.
- الشباب الفلسطيني بوزن نسبي 93.8% ، وهي درجة عالية جداً، بينما جاء موقع الانستغرام في المرتبة الثانية بوزن نسبي 92.8% ، في حين جاءت منصة التيك توك في المرتبة الثالثة بنسبة 88.6% .
٧. أشارت الدراسة إلى أن تعريف المجتمع بمعلومات عن ظاهرة التنمر الإلكتروني وأضرارها حاز على المرتبة الأولى ضمن الأهداف التي تضمنتها الموضوعات التي تناولتها عينة الدراسة الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بنسبة 85.7% ، تلاه في المرتبة الثانية هدف توعية وإرشاد بنسبة 83.3% .
٨. تصدر الأسلوب العاطفي أساليب الإقناع التي يستخدمها المؤثرون ضمن الموضوعات الخاصة بظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بنسبة 62% ، يليه في المرتبة الثانية الأسلوب المختلط بنسبة 19.8% ، يليه في المرتبة الثالثة الأسلوب الإحصائي بنسبة 14.2% .
٩. بلغ الوزن النسبي لدرجة ثقة المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني 86% ، ويدل على درجة عالية جداً.
١٠. تمثلت الجوانب الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني في: زيادة وعي المجتمع بخطورة التنمر الإلكتروني بنسبة 85.7% ، يليها الاستخدام تقديم طرق لمحاربة هذه الظاهرة بنسبة 78.6% ، ثم المرونة الكبيرة التي تتيحها هذه المنصات في التعامل مع المنشورات الخاصة بمواجهة هذه الظاهرة بنسبة 76.2% .
١١. تمثلت التحديات التي تواجه المؤثرين أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لمواجهة ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني في: قلة تواجد خبراء علم النفس على تلك المنصات الذين يمكنهم توعية المجتمع في آليات التعامل مع هذه الظاهرة بنسبة 76.7% ، ثم عدم وجود سياسة وقوانين واضحة تحارب هذه الظاهرة لدى الشركات المالكة لتلك المواقع بنسبة 61.9% ، ثم كثرة الحسابات الوهمية التي يمكن إنشاؤها عبر تلك المنصات بنسبة 54.8% .
١٢. تمثلت مقترحات تعزيز الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الظواهر الاجتماعية السلبية في: عقد ندوات وورش ومحاضرات لمناقشة وسائل وطرق محاربة هذه الظاهرة والحد منها 83.3% ، وجود الأنظمة والقوانين التي تحارب هذه الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 71.4% ، وتحفيز نشاط على استثمار منصاتهم في التوعية من التنمر الإلكتروني بنسبة 66.7% .

ثانياً: نتائج فروض الدراسة

١. أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام عينة الدراسة بتناول ظاهرة التنمر الإلكتروني لدى الشباب الفلسطيني بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم في توظيف تلك التقنيات، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.304 ، وقيمة الدلالة الإحصائية 0.036 ، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.



قائمة المراجع

المراجع العربية

١. أبو الحسن، شريهان. (٢٠٢١م). معالجة الصحف الإلكترونية لقضية التنمر الإلكتروني وانعكاساتها على تعرض طلاب المدارس الفنية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري. المجلد ٢. العدد ١. الصفحة ١٩٦-٢٣٨.
٢. برناوي، إيمان. (٢٠٢٢م). اتجاهات الشباب نحو التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية.
٣. تقي الدين، يحيى. (٢٠٢٠). محاضرات في نظريات الاعلام والاتصال. جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
٤. حامد، مرو (٢٠١٨م) مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية لدى المستهلك المصري. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. العدد ١٦. الصفحة ١١١-٥٢.
٥. خير الله، هشام. (٢٠٢٠). محاضرات في نظريات الإعلام. جامعة المنوفية، مصر.
٦. الدليمي، عبد الرزاق. (٢٠١٢). مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد. (ط١). دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
٧. السلمي، علي. (٢٠٠٨م). السلوك الإنساني في الإدارة. ط١. القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع.
٨. الشهران، جمال. (٢٠٠٠). الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم. ط٢. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
٩. عبد الحميد، محمد. (٢٠١٨). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط٣. القاهرة: عالم الكتب.
١٠. عبد المقصود، أماني (٢٠١٩م) دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية. دراسة ميدانية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال. العدد ٢٦. الصفحة ١٥٧-١١٠.
١١. فاطمة، دحماني. (٢٠٢٢). التربية الإعلامية كآلية للحد من ظاهرة التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة. المجلد ٠٣. العدد ٠١.
١٢. محمد، أماني. (٢٠٢٢م). الذكاء الاجتماعي وعلاقته بالتنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية. المقالة ٧٢. الصفحة ٤٨٩-٥٤٢.
١٣. المشهداني، سعيد. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي. ط١. الإمارات-لبنان: دار الكتاب الجامعي.
١٤. هينيسي، بريتاني. (٢٠٢٠). المؤثرون الاجتماعيون.

المراجع الأجنبية

١. Vaibhavi Nandagiri& Leena Philip," Impact of Influencers from Instagram and youtube on their followers", International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education, Vol. ٤, No. ٢٠١٨, ١, pp٦٥-٦١
٢. Smith, P.K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S. and Tippett, N. (٢٠٠٨), Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils. Journal of Child Psychology and Psychiatry, ٣٨٥-٣٧٦ :٤٩.

وسائل التواصل الاجتماعي (الشباب والعلاقات الأسرية نموذجاً)

د. جحيط حمزة

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج - الجزائر
hamza.djahnit@univ-bba.dz

آمال لعبيدي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج - الجزائر
hamzaamal@outlook.fr

ملخص

لقد أسهمت التغيرات الراهنة في أحداث نقلة نوعية وديناميكية في مجال الإعلام الجديد، والمركز أساساً على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب)، حيث ساهمت في زيادة وتيرة استهداف فئات المجتمع ومنها الشباب، باعتبارهم أمل الأمة وصانعو مستقبلها حيث نقلت هذه المواقع فئة الشباب من الواقع إلى المواقع، ومن العالم الحقيقي إلى العالم الافتراضي، الذي أصبح مجالاً مفتوحاً شعاره الحرية الفكرية، عبر إنشاء صفحات باستخدام أسماء معظمها مستعارة، ومجال العمل بها غير محدود زمنياً، لتظهر بعد ذلك سلوكيات عديدة كانت انعكاساً واضحاً لتأثير تلك المواقع على القيم الأصيلة التي نشأ عليها الشباب، ليجدوا أنفسهم بقيم معلبة الصنع تخرق أمنهم الفكري والاجتماعي، فبقدر ماهي إيجابية في شكلها الظاهري كتقريب المجتمعات وجعلها قرية كونية، بقدر ماهي سلبية أدت إلى ظهور العديد من الظواهر الاجتماعية التي أثرت على المجتمع عامة والأسرة خاصة، لذلك فورقة بحثنا ستكون حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية ؟

مقدمة

نفقده. هذا ما جعل معظمهم يتأثر بهذه الوسائل ويعيش فجوة في العلاقات الاجتماعية وحتى الأسرية منها كالانسحاب وعدم إقامة حوار مع أفراد أسرهم العزلة وهذا ما أشار إليه ريتشارد بلاك في أن العالم قد تعدى كونه قرية كونية كما قالها مارشال مكلوهان بل تعدى إلى أنه يعيش في بنائية ضخمة تضم عشرات الشقق السكنية ولكن كل ساكن يعيش في عزلة ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يعيشون معه في نفس البناية. وعليه يطرح التساؤل ماهو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على فئة الشباب وعلاقتها بالروابط الأسرية؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع المراد البحث فيه وهو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب وأثرها على العلاقات الاجتماعية. باعتبار أن هذا الموضوع يكتسي طابع مهم في الحياة الاجتماعية وحتى الالكترونية نظراً لاتجاه العديد من فئات المجتمع نحو استخدام الشبكات الالكترونية بغية إشباع العديد من حاجاتهم ومواكبة العصرنة ولعل أهمية التطرق إلى فئة الشباب خصوصاً مردها إلى أن هذه الفئة العمرية هي مستقبل الأمة وإمالها لذلك أن استطاعت استخدام هذه الوسائل بالشكل الإيجابي سيكون هناك تواصل توليفي بين التقليدي والمعاصر للحفاظ على العلاقات الاجتماعية من جهة وتطويرها من جهة أخرى والعكس أن تم استخدامها بالشكل السلبي ستضرر هذه الفئة بالدرجة الأولى ويكون لها مخرجات سلبية في العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وخارجها.

تعتبر عملية التواصل الاجتماعي هي العملية التي يتم من خلالها إقامة علاقات ترابطية مع الآخرين بالشكل الذي تبرز فيه صفة التفاعلية، سواء على مستوى الوسيلة الاتصالية أو في المحيط الاجتماعي الذي يقع فيه الموقف الاتصالي، وقد يساهم التواصل المستمر في تحقيق مختلف الفوائد التي تعود على الإنسان على مستوى الجانب الشخصي أو المجتمعي كما يقال الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، دون الاتصال يقيد الفرد ويعزل عن أفراد مجتمعه فلا هو مكتسب لثقافة بيئته ولا هو مندمج معهم. فلا شك أن العملية الاتصالية منذ القدم عرفت تطورات عبر العصور بدءاً بالإشارات والعلامات وصولاً إلى مرحلة الكتابة والطباعة التي بدأت منذ ذلك الحين في تبني أساليب جديدة تتفق وتتكيف مع الظروف الراهنة.

حيث تشهد المجتمعات تطورات متسارعة في المجال التكنولوجي والتي ساهمت بدورها في تطوير نمط اتصالي تفاعلي جديد تعدى أو تجاوز النمط التقليدي المحدود منه إلى نطاق واسع وأعمق منه عبر العالم لنتشارك ثقافات وديانات وتواصل مع اجناس مختلفة والمتمثل في تشارك تلك العلاقات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي من ضمنها فيسبوك تويتر انستغرام يوتيوب واتساب حيث أن هذه الأخيرة برزت كمواقع لافتة تخدم جميع فئات المجتمع دون استثناء، لكن العمل بها واستخدامها بكثرة مرتبط بالفئة الشبابية بنسبة كبيرة خاصة المراهقين والطلاب منهم وغير متزوجين والذين تتراوح أعمارهم تقريباً من ١٥ سنة إلى ٢٥ سنة حيث يقضون أوقات طويلة في استخدامها فمنهم من يلجأ إليها لدوافع إيجابية تدعم حاجاتهم المختلفة نفسية اجتماعية ثقافية وحتى تحقيق الذات ما جعل هذه الفئة تعيش العالم الافتراضي الذي أصبح في نظرهم يوازي العالم الواقعي الذي قال عنه بوتنام أننا

الهدف من الدراسة

- تهدف هذه الدراسة الى الوقوف على واقع هذه الظاهرة الوعي الفكري لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وتداعياتها على الحياة الاجتماعية. وتحقيق الامن الفكري الذي هو بمثابة الحصن المنيع الذي يحفظ قيم الشباب التي نشؤوا عليها وتطورها بما يتلاءم وثقافتهم الداخلية.
- معرفة تأثير الاستخدامات للمواقع المختلفة في اكساب الشباب سلوكيات معينة تندرج بين ما هو إيجابي وسلبي.
- التعرف على مسار العلاقات الاجتماعية ضمن هذه المنظومة الشبكية الالكترونية ومكانتها في المجتمع.
- الوقوف على اهم القيم الدخيلة التي اثرت على تماسك وانحلال العلاقات الاجتماعية نتيجة لاستخدامات الشباب لمختلف وسائل التواصل الاجتماعي.

تحديد المفاهيم

١. التواصل لغة

التواصل لغة كما أشار الفيومي بقوله: "وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به، والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع. (جامعة الازهر، يوليو ٢٠١٦، ص٣٢٩).

٢. مفهوم التواصل الاجتماعي

• اصطلاحا

لا يوجد تعريف محدد لكلمة (Social Media) أو التواصل الاجتماعي، حيث بدأ استخدام هذا المصطلح ليعبر عن نوع جديد من التواصل، وهنا يتم تعريف التواصل الاجتماعي... حيث تناولت الكتب الغربية تعريف التواصل الاجتماعي من خلال التحدث عن المواقع الأكثر استخداما مثل (الفيسبوك- تويتر-لينكدن). في حين تجاهلت بعض المواقع والتي يشيع استخدامها في مناطق بالعالم دون الأخرى، مثل(orkut) أو حتى مواقع الرسائل النصية (mxit) والمستخدم بكثرة في جنوب افريقيا. (عبد الفتاح، ٢٠١٧، ص٥٦).

٣. مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها او جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. (جامعة الازهر، يوليو ٢٠١٦، ص٣٣٠).

وتعرف أيضا وسائل التواصل الاجتماعي أو شبكات الاعلام الاجتماعي Social Network بأنها مواقع websites أو تطبيقات أخرى Application مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات، ووسائل، وصور،... الخ. حيث أكد كثير من الخبراء التقنيين أن وسائل التواصل الاجتماعي تسيطر في الوقت الراهن على نحو ٧١% من السوق الإعلامية والاتصالية عالميا، ولكل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها وتفردها في

نقل المحتوى المطلوب بثه، ولكنها جميعا تتفق في سمة واحدة، هي القدرة على تحقيق التواصل بين البشر دون حدود مكانية أو زمنية أو قيود على الحرية، وكذلك إمكانية نقل محتوى أي رسالة، سواء كانت مرئية أو صوتية أو مكتوبة. ومعظم وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الخاصة بها يمكن الوصول اليها. (السويدي، ٢٠١٣، ص٢٠-٢١).

هي " مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الافراد او الجماعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع الى اخر ولعل من أبرز هذه المواقع: فيسبوك، تويتر، جوجل بلاس، لينكد ان، وغيرها من المواقع المتخصصة مثل يوتيوب وانستغرام. (قطش، ١٢-٢٢، ص٥٠).

٤. مفهوم الشباب

• لغة

كلمة شباب في اللغة العربية تعني كما جاء في المعاجم العربية وفي لسان العرب لابن منظور، الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب وان الشباب هو الفتاة والحداثة، وشباب الشيء اوله، وتجمع على شباب وشباب وشواب.

• اصطلاحا

" هي شريحة اجتماعية تشغل وضعا متميزا في بنية المجتمع، فحينما ننظر الى الشباب "كفئة عمرية" سنلاحظ على الفور انها أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما انها الفئة العمرية التي يكاد بناؤها النفسي والثقافي ان يكون مكتملا على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل الاندماج والمشاركة، بأقصى الطاقات التي يمكن ان تسهم في تحقيق اهداف المجتمع". (لوي، ٢٠١٦، ص٥٤).

تبدأ مرحلة الشباب Youth-أو المراهقة Adolescence كمل تسمى في بعض الكتابات- بتخطي مرحلة بلوغ الحلم Puberty أو اكتمال النضج الجنسي- بلوغ القدرة على التناسل وتيقظ الحاجة الجنسية- ويحدث ذلك عند سن الخامسة عشر، او قبلها بقليل. وتغطي مرحلة الشباب مدة عشر سنوات تقريبا فتنتهي في الخامسة والعشرين أو ما حولها. فمصطلح بلوغ الحلم يشير الى الناحية الجنسية من النضج، او الارتقاء والتي تتمثل في اكتساب القدرة على القذف عند الذكر والحيض عند الانثى، بالإضافة الى الخصائص الجنسية الثانوية، تشهد بداية مرحلة الشباب اقتراب شكل الجسم ووظائفه من اخر درجات النضج. (الفتاح حمدي، ١٢-٢٠١٥، ص١٨٢).

٥. العلاقات الاجتماعية

صورة تصور التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر، بحيث يتكون لدى كل طرف صورة عن الآخر، والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على حكم كل منهما للآخر، ومن صور هذه العلاقات الصداقة والروابط الاسرية والقرابة وزمالة العمل والمعارف. (مهذب، أكتوبر ٢٠٢٢، ص٢٢٦).

٦. العلاقات الأسرية:

تعرف سميحة توفيق ١٩٩٦ العلاقات بأنها العلاقات التي تجمع بين مجموعة من الأفراد الذين تربطهم علاقة قرابة، وهي تبدأ بالزوجين وتمتد لتشمل الأولاد وأقارب الزوج والزوجة. (مهريه، ٢٠٢٢، ص ٢٥).

الدراسات السابقة

• الدراسة الأولى

دراسة عمرو اسعد (٢٠١١) بعنوان " العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، طبقت الدراسة على موقعي اليوتيوب youtube والفيس بوك facebookK سعت الدراسة الى معرفة العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال دراسة ميدانية على عينة عمدية من مستخدمي موقع اليوتيوب والفيس بوك من طلاب جامعات مصر للعلوم والتكنولوجيا والقاهرة والازهر والجامعة الامريكية قوامها (٤٠٠) طالب، توصلت الدراسة الى: ان معظم طلاب الجامعة يقضون وقتا طويلا على موقع الفيس بوك، يرجع ذلك الى طبيعة الأنشطة الاتصالية والتطبيقات المتنوعة التي تمكن الطلاب من قضاء وقتا طويلا. كما يحتوي موقع الفيس بوك على العديد من السلبيات من إضاعة الوقت واشتماله على محتويات إباحية، والذكور أكثر استخداما لموقع الفيس بوك من الاناث حيث يشتركون في مجموعات النقاش وصفحات المعجبين. (جلال، ديسمبر ٢٠١٨، ص ٢٠٣)

• الدراسة الثانية

دراسة سعاد محمد مهذب، كلية الآداب الجوش -جامعة الزنتان، تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن اهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته على علاقاتهم الاجتماعية بالإضافة الى ابراز التأثيرات الاجتماعية المترتبة عن استخدام الانترنت على العلاقات الاجتماعية، خاصة على مستوى البيئة المحلية، فالبحث فيه مازال في مرحلة الاستكشاف. حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ، الذي يهدف الى إيجاد العلاقة بين متغيرين الى جانب انها اعتمدت على عينة مكونة من ٩٩ مفردة تتراوح أعمارهم ما بين ١٩-٢٢ سنة من كلية الموارد الطبيعية وكلية الآداب حيث توصلت الباحثة الى نتائج من بينها: ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان بدرجة كبيرة عند طلبة كلية العلمية اكثر من طلبة الكلية الإنسانية وانه كلما ارتفع المستوى الدراسي انخفض اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية ، وكلما ازداد العمر انخفض اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية. اضافة الى انه يزداد اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في حالة استخدام الطالب للإنترنت بمفرده في حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الطلبة وقتهم امام الانترنت بمشاركة الاخرين.

• الدراسة الثالثة

دراسة مهريه خليدة" (٢٠٢٢) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية دراسة ميدانية على عينة من طلبة المركز الجامعي تمناست. تهدف هذه الدراسة الى تحديد الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة وانعكاسها على الاسر حيث يهدف البحث للتوقف امام النقاط التالية: دور شبكات التواصل الاجتماعي في توطيد العلاقة بين الطلبة بجامعة تمناست وافراد الاسرة، إضافة الى دور شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقة الاجتماعية للطلاب بجامعة تمناست. حيث استخدمت عينة مكونة من طلبة وطالبات معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمركز الجامعي تمناست في مختلف الاطوار والبالغة عددهم ٦٨٠ طالب اختير منهم ١٣٥ طالب وطالبة. وأشارت الى ان الحوار والتواصل داخل الاسرة الواحدة هو الذي يحدد طبيعة العلاقة بين الاباء والابناء نتيجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وعليه نتيجة هذه الدراسة توصلت الى ان انه رغم وجود وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف اشكالها فلا يزال افراد العينة محافظين على توازنهم واتصالهم الاسري، إضافة الى وعيهم بان هذه الوسائل مجرد وسائل فرضها التقدم والتطور التكنولوجي الحاصل وهي مجرد وسائط مما يحتم مواكبتها بصورة عقلانية.

• الدراسة الرابعة

دراسة عبير محمد عبد الصمد احمد" العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، هدفت هذه الدراسة الى تحديد مستوى استخدام هذه الفئة لوسائل التواصل الاجتماعي إضافة الى تحدي تأثير هذه الأخيرة على المشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، استخدمت الباحثة المنهج المسح الاجتماعي بالعينة لطلاب وطالبات كلية الآداب والعلوم بجامعة قطر والمكونة من ٣١١ طالب حيث توصلت الباحثة الى نتائج من بينها ان هناك تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على المشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي لا يختلف باختلاف بعض المتغيرات الديمغرافية (النوع والسن والجنسية والحالة الاجتماعية وعدد الساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميا، وعدد مرات الدخول على هذه الوسائل يوميا ونوع هذه الأخيرة.

• الدراسة الخامسة

دراسة محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصالحي (٢٠١٦) بعنوان تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي، حيث هدفت الى التعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة تأثير استخدامهم لها على قيمهم الاجتماعية وحتى على ترابطهم داخل الاسرة، اعتمد الباحث على استخدام منهج المسح survey واختار عينة من ثلاث بلدان عربية السعودية واليمن ومصر تشمل الشباب العربي ممن هم في سن ١٨-٣٥ حيث

كشفت النتائج عن تأثير إيجابي أعلى لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب الأكثر تعليماً، وبخاصة الشباب في مرحلة الدراسات العليا.

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب وأثرها على العلاقات الأسرية (بين إيجابيات وسلبيات)

إيجابيات مواقع التواصل

تعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة جديدة يلجأ إليها أفراد الأسرة الحديثة لتمتع بشار الثروة التقنية الحديثة والمعلومات الهائلة فهي تشغل حيزاً كبيراً من اهتمامات أفراد الأسرة فكلما زادت مشاركة الأبناء في الحيز الاجتماعي داخل الأسرة أثر ذلك إيجابياً على اكتساب القيم والمعتقدات واتجاهات العادات، ومن خلال التفاعل داخل الأسرة تحدث كثير من العمليات التي تؤدي إلى قبول الكثير من الاتجاهات والقيم والسلوك وذلك بعد تعديلها وتوجيهها الوجهة السليمة من قبل الوالدين ومتابعة تنفيذها لهم بالشكل المطلوب اجتماعياً.

إن المجتمع الواقعي والافتراضي مكملان لبعضهما ويوجد تفاعل واعتماد بينهما وذلك من خلال تطوير عملية التعارف عن طريق الأنترنت وانتقال العلاقة إلى الواقع أو العكس مما يدعم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواقعي.

إن وسائل التواصل الاجتماعي تخلق غمطاً جديداً من العلاقات بين أفراد المجتمع وذلك بربط الشخص بعلاقات اجتماعية افتراضية مع أفراد آخرين من مجتمعهم وخارج مجتمعهم دون تقييد بحدود المكان كما هو الشأن في العلاقات الاجتماعية التقليدية.

إن التقنيات الحديثة ساعدت أفراد الأسرة على إبقائهم على اتصال مع أقاربهم الذين تفصلهم عنهم مسافات بعيدة كذلك حسنت تلك الوسائل من تفاعلهم مع من يعيشون معهم إن الكثير من الشباب يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة وتفرغ الشحنات العاطفية ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية عبر تلك الشبكات. (بن حمد الناصر، ٢٠١٩، ص ٢٦٥).

حيث كشفت الدراسة التي أجراها محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصالحي (٢٠١٦) في المحور المعنون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأسرية لدى الشباب حيث برزت النتائج عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الترابط الأسري نسبياً على تأثيرها على التفكك الأسري من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة، حيث حصلت قيم الترابط الأسري على وزن نسبي ٧٢,١ مقابل ٧٢,٩ لقيم التفكك الأسري، ما يعني أن الشباب يرون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي قد أثر إيجاباً على علاقاتهم بالأسرة.

معارض

أصبحت الأسرة العربية تشهد ضعفاً وتخلخلاً في تركيبها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها، وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين

أفراد الأسرة، وزيادة العلاقة سوءاً بين الزوجين وبين الأبناء وبين الإباء، وذلك بسبب الجلوس أمام التلفاز والعباب الحاسوب لفترات طويلة، ناهيك عما تبثه تلك الوسائل من أفكار هدامة تنعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته، سواء كان زوج أو أب أو أم أو ابن، وهذا ما وصل إليه بالفعل حال الأسر العربية التي انغمست بشدة في استخدام تلك الوسائل. (الحسين مبارك، ٢٠٢٠، ص ٤٨).

يشير (ساري) أنه على الرغم من التأثيرات الإيجابية التي تتركها الأنترنت على الشباب، إلا أنها في الوقت نفسه تركت بعض التأثيرات السلبية التي تمثلت في بداية ظهور أعراض الإدمان عليهم على الأنترنت وتسببت أيضاً في خلق بعض الصدمات العاطفية لبعض مستخدميه من العزب والمزوجين، وبالتالي انعكست على علاقاتهم الأسرية والعائلية وساهمت في بروز بعض مظاهر الاغتراب النفسي والاجتماعي لدى بعضهم، تجسدت في تمنيتهم العيش خارج مجتمعهم المحلي ويضيف أن الأنترنت أحدثت تغييراً ملموساً في طبيعة التواصل الأسري والعائلي وتبدى ذلك في تراجع مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في الجلوس والتفاعل مع أسرهم من جهة وتراجع عدد الزيارات التي ألفوا القيام بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الأنترنت من جهة أخرى (الصرايرة، مصالحة، حسن، سبتمبر ٢٠١٨، ص ٨١).

إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يسبب ضغطاً عصبياً شديداً، وهذا ما يجعل الأسرة بأكملها في عصبية دائمة تؤثر على العلاقة فيما بينهم، فيغيب عن جو الأسرة كل ما يميزها من هدوء وسكينة وطمأنينة وعفو ومسامحة ويجعل محلها الغضب والتوتر والقلق والانعزاج فقد أشار الباحثون أنه كان من المعتقد أن كبار السن فقط هم من يشعرون بضغط وسائل الاتصال الحديثة على أعصابهم إلا أن الدراسة في جامعة كامبردج أكدت أن هذا الأمر يحدث في كل الشرائح العمرية حتى بين المراهقين الذين يعتقد أنهم الأكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة والأكثر صبراً عليها كما يصاحبهم التوتر "و" القلق "الشديدان في وجود أي عائق للاتصال بالشبكة قد تصل إلى حد الاكتئاب إذا ما طالت فترة الابتعاد عن الدخول. (بورني، بخوش، جوان ٢٠٢٠، ص ٣٠٦).

وتتمثل أهم المشكلات الاجتماعية التي تواجه الشباب والمترتبة بالعلاقات الأسرية نتيجة الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي إلى ضعف العلاقات الأسرية وحدوث مشكلات داخل الأسرة واضعاف مهارة التواصل والشعور بالاغتراب عن الأسرة والخلاف الحاد مع الوالدين والانفصال عن الأحداث الجارية في الأسرة والإهمال والتقصير في أداء التكاليف والواجبات اليومية اتجاه أفراد الأسرة وانشغال الأبناء بوسائل التواصل الاجتماعي يقلل من تفاعلهم مع أسرهم وعزلتهم وتقصيرهم مع والديهم في البر والطاعة مما أدى بهم إلى العزلة والهروب من الواقع بالإضافة إلى أن عدم قضاء الوقت الكافي في الجلوس مع أفراد العائلة يؤدي إلى عزلة الأبناء عن الوالدين. (عبد الصمد أحمد، أكتوبر ٢٠٢٠، ص ٦٦٢).

وهذا ما تؤكدته الدراسة السابقة محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي وحاتم علي حيدر الصالحي (٢٠١٦)

ان عينة الشباب لم يغفل الجانب السلبي لاستخدام هذه المواقع على القيم والعلاقات الاسرية ، حيث الفارق بين التأثيرات الإيجابية والتأثيرات السلبية لاستخدام مواقع التواصل على العلاقات والقيم الاسرية قليل ٤,٢ من وجهة نظر الشباب، وهذا يعني انه برغم الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع افراد الاسرة القريبين والبعيدون عنا، الا ان استخدام هذه المواقع قد اثر سلبا على العلاقات الاسرية من حيث قضاء وقت طويل على هذه المواقع على حساب الوقت المخصص للنقاش والجلسات العائلية ، الى جانب التأثير على الاتصال الشخصي مع الأقارب والاكثفاء بالتواصل معهم عبر هذه المواقع.

ويرى البعض ان الأشخاص الذين يبالغون في استخدام مثل هذه المواقع اما يريدون الهروب من الحالات النفسية والمشاكل الاسرية واما ان تكون محاولات لإظهار النفس، ان هذه الأمور اذا خرجت عن حد الوسطية تصبح سلبية لحد كبير وان على الزوجة مواجهة الزوج بغلظه والعواقب المترتبة عليه وعلى اسرته ومحاولة التخلص من هذه الافة التي تهدد العش الزوجية وان كل هذه الأمور مرفوضة ولا تبرر الخيانة الزوجية عبر وسائل التكنولوجيا الحديثة لأنها تهدد السلم الاسري والسكينة والرحمة، ليحل مكانها التششت والانفصال، وتلك الوسائل لو استخدمت بطريقة صحيحة لما وصلنا الى ان تمتلئ ملفات المحاكم بالكثير من قضايا الخيانة الزوجية وحالات الطلاق بسبب تلك المواقع. ولا ينعكس الأثر السلبي على الزوجين فقط بل يتأثر به الأبناء أيضا، حيث أوضحت الاناث بين ٢٥ و١٥ سنة ان تفاعلهن مع اسرهن قل منذ بذا في استخدام الموقع، وأوضح الذكور بنسبة ٥٣ ان اسرهم تشكو منهم بسبب قضائهم وقتا طويلا مع الفيسبوك. (السيد علي، ٢٠١٦، ص ٢٠٠-٢٠١).

فقد رصد علماء الاجتماع والنفس بعضها وأشاروا الى انها(وسائل التواصل الاجتماعي) ساهمت في تحقيق العزلة والفردية مقابل الاجتماعية بين افراد الاسرة، مما يسهم في انهيار البناء الاجتماعي للأسرة، وساهمت في كثير من الأحيان الى حدوث الكثير من الازمات، كما يشيرون الى بعض الاثار النفسية السلبية الناتجة عن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي، منها الانعزالية، والتوقف عن المشاركة في الأنشطة الاجتماعية ، والحد من اللقاءات الاسرية حتى داخل المكان الواحد، واكدوا على انه قد يصل الاستخدام الى حد " الإدمان" الذي يؤدي الى فقدان القدرة على التعبير او فهم حركات الجسد والوجه، ويرون ان بعض الناس يصابون بالإحباط في حالة لم يتم التفاعل مع ما ينشرونه من متابعيهم او اصداقائهم، ويؤكد ذلك المنافسة بينهم في اعداد المعلقين او الذين مروا على صفحاتهم، كما اشارت بعض الدراسات الى تاثير الاستخدام الذي يرسخ مفاهيم العزلة والانطواء، بحيث يعيش المستخدم في عالمه الخاص بعيدا عما يحيطون به، وفي هذا الصدد يؤكد الأطباء ان استخدام الهواتف المحمولة والأجهزة الالكترونية تصيب الأطفال بحالات من التشنج والسمنة، والكسل، والخمول الجسدي، وحيانا الميل للعنف اللفظي والجسدي والعدوان.(احمد عبد الجواد، سبتمبر ٢٠١٨ ص ١٠٣/١٠٢).

وقد أوضحت دراسة اشرف حسن(٢٠٠٩) حول اثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضايات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، وتعتبر دراسة تشخيصية

مقارنة على الشباب واولياء الأمور في الاسرة المصرية والقطرية، حيث تم تطبيقها على عينة عشوائية تكونت من ٦٠٠ مفردة من الشباب واولياء الأمور ، بهدف رصد وتوصيف اثر وسائل الاتصالية الحديثة الانترنت بكافة استخداماتها والفضايات والمدونات على طبيعة وحجم العلاقات والتفاعلات الاجتماعية والاتصالية داخل الاسرة المصرية والقطرية ، للوصول الى رؤية محددة نحو ترشيد استخدام التقنيات الحديثة وتفعيل دور المسؤولية الاسرية والمجتمعية في هذا الخصوص، وكان من اهم نتائجها الاقبال الكبير على المواقع الاجتماعية بشبكة الانترنت وان هناك اثر الى حد كبير على طبيعة ومستوى التفاعل الاجتماعي داخل كل من الاسرتين المصرية والقطرية فكلما شعر الافراد بالخصوصية في استخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع الاجتماعي، وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، كما ان التفاعل الاجتماعي يزداد بوجود الاب والام وينخفض بغياهما، سواء كان غيبا طبيعيا او نفسيا وقد احتل الفيسبوك واليوتيوب والمهاي سبب مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون ان اصداقاهم يمثلون المرجع الأول لهم في حالة حدوث مشكلة ما، في حين ان الفئة العمرية من ١٥-١٨ عاما يميلون للدردشة، والمنتديات والرسائل النصية، بينما تميل الفئة العمرية من ١٩-٢٢ عاما الى البريد الالكتروني والتصفح.(عبد الرحمان العمري، ٢٠١٨، ص ١٤٦-١٤٧).

وأكدت دراسة جميل الصرايرة وآخرون "مواقع التواصل الالكتروني وتأثيرها على العلاقات الاسرية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة الزيتونة الأردنية، وتهدف هذه الدراسة الى التعرف على مستوى تأثير مواقع التواصل الالكتروني (فيسبوك واتساب، تويتر) على العلاقة الاسرية في المجتمع الأردني من وجهة نظر الطلبة والتعرف على أكثر مواقع التواصل الالكتروني استخداما بين افراد الاسرة من وجهة نظر الطلبة، حيث اعتمدت منهجية المسح الاجتماعي. حيث تكونت العينة ٣٦٥ طالب وطالبة في مادة التربية الوطنية ، كما بلغ عدد الطلبة المسجلين في مادة علم الاجتماع ٦٩٩ موزعين على ٢٦ شعبة حيث تم اختيار عينة الدراسة عن طريق سحب ١٤ شعبة بالطريقة العشوائية البسيطة حيث توصلت النتائج المتحصلة حول التساؤل الرئيس لتاثير مواقع التواصل الالكتروني على العلاقات الاسرية ان محاولة فهم طبيعة التأثيرات إيجابا وسلبا والتي احدثتها مواقع التواصل الالكتروني على العلاقات الاسرية على ان هناك حالة من عدم التوازن او خلل في عملية تفاعل افراد عينة الدراسة وتواصلهم المألوف مع افراد اسرهم وذلك بسبب ما مكنتهم مواقع التواصل الالكتروني وتحديدا (الفيس بوك والواتس اب) من إيجاد وبناء معارف وصادقات جديدة متعددة عن الأجواء الاسرية والعلاقات الحميمة وليس في نطاق جغرافي داخل مجتمعهم بل الهروب الى مجتمعات عالمية مختلفة عنا اجتماعيا وسياسيا وايدولوجيا وثقافيا وعقائديا ولغويا وقد كان راي الطلبة ان هذه المواقع ساهمت في اضعاف الروابط الاسرية وعدم الرغبة في بالعودة الى الجلسات العائلية المعتادة ، بل يفضلون الرغبة بالجلوس كل الى عالمه الخاص حتى وان كانوا في بيت واحد وتحت سقف واحد ورغبة كل فرد من الاسرة بقضاء اوقاته بمفرده.

التوصيات الخاصة بالدراسة

خاتمة

نستنتج مما سبق ان العلاقات الاسرية تعيش سابقا مع الزمن من ناحية التطور التكنولوجي الذي تشهده من جهة، وتطور العلاقات داخل الاسرة الواحدة نتيجة لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي التي ساهمت بدورها في خلق واقع افتراضي بعيد كل البعد عن العالم الواقعي وبالتالي اكتساب قيم جديدة ودخيلة على مجتمعاتنا المحافظة وخاصة لدى الشباب هذا ما أدى الى وجود صراعات داخلية، تؤدي إلى انعزال عن افراد الاسرة، فكلما شعر الافراد بالخصوصية في استخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع الاجتماعي، وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، كما ان التفاعل الاجتماعي يزداد بوجود الاب والام وينخفض بغيابهما، سواء كان غيبا طبيعيا او نفسيا وقد احتل الفيسبوك واليوتيوب وغيرها مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لدى الشباب الذين يعتبرون ان اصدقاءهم الافتراضيون بديل للأسرة.

- ضرورة المرافقة الاسرية للشباب وعدم ترك الفجوة العلاقية بينهم وبين هذه الفئة.
- ضرورة القيام بالتوعية داخل الاسرة والمنبثق من خلال الاهتمام وعدم اهمال الشباب.
- تحقيق التواصل الاسري البناء القائم على تبادل الحوار والنقاش الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي بغية تحري السلبيات والايجابيات وأثرها على الحياة الاسرية بغية زرع قيم المسؤولية وقيمة الوعي بمخاطر هذه الوسائل الحديثة.
- على الاسرة زيادة الوقت الذي تقضيه مع أبنائها بغية تحقيق التفاهم القائم على فهم احتياجاتهم الفعلية دون اشباعها من خلال تلك الوسائل.
- استخدام أسلوب الرقابة دون المنع أي ان تعتمد على متابعة الشباب وخاصة المراهقين منهم في تحفيزهم على الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي شريطة توفر كلمة السر لتكون متاحة للوالدين بغية معرفة الأمور التي يبحث عنها الشباب لتجنب الأسوأ مقابل الا تمتنع الاسر استخدام تلك المواقع باعتبارها من متطلبات الحياة الاجتماعية

قائمة المراجع

١. مهريّة، خليدة. (2022). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية دراسة ميدانية على عينة من طلبة المركز الجامعي تمناست. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع: المجلد 06، العدد 01.
٢. الصرايرة على جميل، وآخرون. (سبتمبر 2018). مواقع التواصل الإلكتروني وتأثيرها على العلاقات الأسرية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة الزيتونة الأردنية. حويلات آداب عين شمس: المجلد 46.
٣. بورني، نسيم ، بخوش وليد. (جوان 2020). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأسرة. مجلة علوم الانسان والمجتمع: المجلد 09 العدد 03.
٤. قطش، خديجة. (09/12/2022). المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة لواقع تأثيرهم على السلوك الشرائي للشباب الجزائري دراسة ميدانية بولاية سطيف. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية: المجلد 10، العدد 04.
٥. حسيبة لولي، (2016). الشباب قراءة في مقارنته وخصائصه، مجلة المرئي المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، العدد 19.
٦. منال محمد بن حمد الناصر، (2019). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بمدينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد العشرون.
٧. جمال سند السويدي: (2013)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة الى الفيسبوك. الامارات العربية المتحدة: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
٨. Hagh Brooks.Ravi Gupta::2017 وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، القاهرة مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
٩. عبر محمد عبد الصمد احمد، أكتوبر 2020. العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد 52، المجلد 3.
١٠. محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي، حاتم علي حيدر الصالحي، (2016). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي
١١. حسن الفاتح الحسين محمد المبارك، يونيو 2020). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة " الفيسبوك نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب السنة الثالثة بكلية التربية جامعة الامام المهدي السودان، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية. العدد 16، المجلد الرابع.
١٢. هناء السيد علي. (2016). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الحياة الأسرية لدى الشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد السابع.
١٣. عبد الرحمان بن عبد الله عبد الرحمان العمري، (2018). الابعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة. مجلة جامعة الملك عبد العزيز،
١٤. محمد الفاتح حمدي. (2015-12). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب العربي دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي المتصفح لموقع الفيسبوك، مجلة التراث، المجلد 5، العدد 04.
١٥. خالد احمد عبد الجواد. (2018 سبتمبر). علاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمشكلات الأسرة العربية. جامعة الزقازيق، العدد 64.
١٦. جامعة الأزهر. (يوليو 2016) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، العدد 169.

١٧. سعاد محمد مهذب. (أكتوبر 2022). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. كلية الآداب الجوش، العدد العشرون.

١٨. سمر عز الدين جلال. (ديسمبر 2018). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال. العدد 23.

اتجاهات الشباب الجزائري نحو القضايا البيئية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين)

د. إيمان جفال

جامعة الشهيد العربي التبسي - تبسة
imene.djaffal@univ-tebessa.dz

د. رضوان بلخيري

جامعة الشهيد العربي التبسي - تبسة
belkhiri.radouane@univ-tebessa.dz

ملخص

إن تزايد الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة عبر مواقع وسائل التواصل الاجتماعي كان نتيجة التدهور القياسي للوضع البيئي العالمي والمحلي، حيث تضاعفت الجهود لتوعية متابعي هذه المواقع ودفعهم إلى تبني اتجاهات إيجابية اتجاه بيئتهم ومحيطهم، من خلال تكثيف المضامين الإعلامية البيئية عبر صفحات هذه المواقع، وتنويع وتكثيف مبادرات التطوع البيئي لدى فئة مهمة جدا في المجتمع وهي فئة الشباب، حيث تأتي هذه الدراسة لبحث طبيعة اتجاهات الشباب الجزائري نحو القضايا البيئية المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال البحث عن عادات وأنماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والشبكات المحققة لديهم من هذا الاستخدام، وكذا طبيعة الاتجاهات البيئية لديهم مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء وتنمية هذه الاتجاهات.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في البحث عن طبيعة الاتجاهات نحو البيئة لدى فئة مهمة جدا في المجتمع الجزائري وهي فئة الشباب وذلك من خلال منصات التواصل الاجتماعي، وكذا معرفة كيفية تفاعلهم مع المضامين الاعلامية البيئية المدرجة ضمنها ومساهمتها في بناء الاتجاهات البيئية الإيجابية نحو مختلف قضايا البيئة المطروحة.

كما نهدف من خلال اختيارنا لهذا الموضوع إلى فهم ومعرفة ديناميكية العلاقة بين الإنسان والبيئة، وكذا التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجزائري على التفاعل إيجابيا مع القضايا البيئية باعتبارها قضايا مجتمعية معاصرة وملحة تتطلب التحرك السريع والمشاركة المسؤولة.

وكذا بيان دور التفاعل الذي تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين من خلال المواضيع والقضايا البيئية المطروحة، إضافة إلى الكشف عن مدى ارتباط الطلبة الجامعيين بمواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتهم لها من أجل تبادل المعلومات والأفكار والنقاشات حول القضايا البيئية.

الكلمات المفتاحية

الاتجاهات، البيئة، الشباب، وسائل التواصل الاجتماعي، القضايا البيئية

مقدمة

والأرقى وكل ما وجد على سطح الأرض من كائنات حية وغير حية خلقت لخدمته وتلبية حاجياته دون توقف أو انقطاع، الأمر الذي دفعه إلى استغلال واستنزاف هذه الموارد دون مراعاة لدورات الحياة والتجدد، ولا ندرة هذه العناصر واستدامتها، ما جعل علاقة الإنسان ببيئته تتغير من علاقة توافق وانسجام حاول من خلالها التكيف مع مكونات محيطه من أجل ضمان غذائه ومأواه وملبسه، فاسحا المجال لغيره من الكائنات من أجل العيش والحياة ضمن نفس المحيط والنطاق، لتتغير بعدها إلى علاقة صدام وصراع نتيجة أنانية الإنسان وجشعه وسعيه المستميت لتحقيق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي دون التمعن في نتائج هذا الرفاه على البيئة بمختلف مكوناتها وهو ما سبب التدهور البيئي في أولى صورته حيث كان طفيفا ولا يكاد يكون له أثر يذكر.

تعتبر البيئة المحيط الحيوي الذي تعيش فيه الكائنات الحية بأنواعها ومنها الإنسان، حيث تتوفر فيه شروط الحياة من ماء وهواء وتراب وموارد طبيعية متنوعة، و تحيا فيه جميع الكائنات في تناغم ووثام مع بيئتهم باعتبارها الموئل والمأوى، والإنسان منذ نشأته الأولى إلى يومنا هذا يعمل على فهم بيئته المحيطة بكل عناصرها ومكوناتها ويحاول تطويعها من أجل خدمة منافعه ومصالحه، ما أدى إلى تطور و توسع مفهوم البيئة من البيئة الطبيعية الخالصة إلى شق آخر يسمى بالبيئة المشيدة تشمل كل الظروف الاجتماعية والاقتصادية والحضارية التي أضافها الإنسان ولا زال يضيفها وينميها بشكل مستمر. وقد ارتبط تفاعل الإنسان مع بيئته لوقت طويل بنظرته لها وتصوره الخاطئ لوظيفة مكوناتها ومواردها، حيث اعتقد بأنه العنصر الأعلى

لظروفها والوعي بما يواجهها من مشكلات، والقادر على المساهمة الإيجابية في التغلب على هذه المشكلات والذي لديه الدوافع للقيام بكل ذلك عن رغبة وطوعية (بويش، الاتجاهات البيئية للطلبة في ظل طروحات العمران المستدام، ٢٠١١، ص ١٢).

ولذلك فقد حرص المشاركون في مختلف المؤتمرات البيئية العالمية منها والمحلية على ضرورة العمل على تكوين اتجاهات إيجابية لدى المواطنين نحو بيئتهم، ووضع خطط واستراتيجيات حكومية ومبادرات مجتمعية من أجل تصحيح المعلومات البيئية الخاطئة وترسيخ القيم والأخلاق البيئية منذ مراحل العمر الأولى، إضافة إلى تكثيف المضامين التوعوية والتربوية حول فعالية السلوك البيئي ودوره في حماية البيئة وذلك من خلال مساهمة كل الجهات الرسمية من وزارات ومجالس وطنية، متخصصة في المجال البيئي وكذا كل فعاليات المجتمع المدني من أسرة، مدرسة، مسجد، جمعيات بيئية ووسائل الإعلام بكل أنواعها.

وتكتسب وسائل الإعلام هذه الأهمية انطلاقاً من قدرتها على دمج قضايا البيئة ضمن أولويات اهتمام الرأي العام، وتنمية المعرفة البيئية لدى الجمهور، وكذا دورها في تنمية المشاركة الجماهيرية في وضع وتنفيذ القرارات البيئية، وخلق روح الجماعة تجاه أنشطة حماية البيئة، وكذا دعم وتثمين برامج التربية والتوعية البيئية الهادفة إلى تكوين اتجاهات بيئية وترسيخ الأخلاق البيئية كما تعمل على دعم خطط التنمية المستدامة من أجل العيش في بيئة أفضل، ومن هنا بدأت البرامج والمضامين البيئية تجد لها مكاناً ضمن الشبكات البرمجية في الإذاعة والتلفزيون وتخصص لها مساحات معتبرة ضمن صفحات الجرائد العامة والمخصصة، كما تم فتح المجال لتكوين إعلاميين وصحفيين متخصصين في المجال البيئي.

وفي ظل ما شهده المجال الإعلامي من تطورات كبيرة أفرزتها ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والإنترنت حيث ظهر ما يسمى بمواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي التي غيرت أنماط نقل المعلومات وتدفقها، وفتحت آفاق واسعة للاتصال بين البشر ضمن مجموعات عابرة للحدود والثقافات تتوحد تحت مظلة الاهتمام المشترك، ونظراً لما تتميز به من خصائص سرعة التواصل وسهولة التفاعل التي تتيحها لمستخدميها، فقد استقطبت هذه المواقع الملايين من المتصفحين وصنع المحتوى وتطورت من مواقع للدردشة وبناء الصداقات إلى مواقع لتبادل الأفكار والنقاشات وحشد التأييد للقضايا المصرية، خاصة في أوساط الشباب وذلك بطرح القضايا الآتية ومناقشتها، ولعل القضايا البيئية هي إحدى هذه القضايا نظراً لزيادة حدة المشكلات البيئية العالمية منها والمحلية وخطورة آثارها المرتبطة مباشرة بالحياة اليومية للأفراد، وعليه فقد باتت المضامين الإعلامية البيئية تتزايد عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد أشكالها وأنواعها بين تقارير مصورة أو دعوات لحملات تطوع بيئي أو تغطيات إخبارية آنية لتظاهرات بيئية علمية أو مجتمعية تهدف إلى التوعية البيئية ونشر الثقافة البيئية المستدامة.

وتعتبر فئة الشباب من أكثر فئات المجتمع تأثراً بمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الطلبة الجامعيين نظراً لمستواهم التعليمي الذي يسمح لهم بالتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة، وانتشار استعمالها في أوساطهم وتمكنهم من استخدام شبكات الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة

غير أن الثورة الصناعية ومنذ انطلاقها سمحت للطموح الجامح للإنسان بإطلاق مشاريع واستثمارات صناعية كبرى تستهلك كميات هائلة من الموارد والطاقات الأولية الموجودة في الطبيعة من مختلف أنحاء الأرض حيث وسع الإنسان هذه المشاريع لتصبح عابرة للقارات تستغل وتستنزف هذه الموارد أينما وجدت، بهدف جني الكثير من الأرباح المادية وصرفها في تطوير ظروف العيش في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والحضارية، كما أضحت الحياة البشرية أكثر رفاهية وسهولة ومتعة، وساعدت الإنسان على تطوير نفسه بأقل جهد ووقت وتكلفة، ما جعل نمط الحياة اليومي يركز على الاستهلاك المفرط والتبذير وهو ما أسفر عن نتائج وخيمة على البيئة بمختلف عناصرها.

ففي مقابل هذا التطور الهائل شهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات بيئية غير مسبوقة من احتباس حراري، تدهور الأراضي الزراعية، ندرة المياه، التصحر، تقلص التنوع البيولوجي، التلوث بأنواعه، الحرائق الضخمة، الانفجار السكاني، ظهور الأمراض والأوبئة، الفيضانات المدمرة وغيرها من التغيرات المناخية التي أكدت المخاوف والمخاطر التي لطالما حذر من وقوعها العلماء، إذ تمثل هذه القضايا والمشكلات البيئية كلها مؤشرات عن تدهور بيئي قياسي عرفه المحيط الحيوي بكل مكوناته، وهو ما اعتبره الناشطون البيئيون نتيجة حتمية للانتهاكات الخطيرة التي يمارسها الإنسان على بيئته بسبب سلوكياته غير المسؤولة وممارساته الجائرة نتيجة بحثه الدائم عن الرفاه الاقتصادي دون الاهتمام بآثار ذلك على بيئته ومحيطه.

ورغم التوصيات التي أقرتها مختلف المؤتمرات البيئية التي انعقدت إلا أنها لم تجد طريقها للتطبيق والتنفيذ على أرض الواقع الأمر الذي زاد من خطورة الوضع، حيث دق علماء البيئة ناقوس الخطر ودعوا إلى بذل المزيد من الجهود لتدعيم خطط التوعية البيئية والتنمية المستدامة في محاولة صعبة لإصلاح ما يمكن إصلاحه وحفظ حقوق الأجيال المستقبلية في موارد الأرض، حيث ضاعفت الأمم المتحدة برامجها الخاصة بحماية البيئة من خلال بعث استراتيجيات عالمية ومحلية تهدف إلى جعل البيئة قضية أولوية لدى الجميع من خلال ترسيخ القيم البيئية لدى أفراد المجتمع ودفعهم لتبني اتجاهات إيجابية تجاه بيئتهم وكذا تلقينهم مبادئ السلوكيات البيئية السليمة والرشيدة من أجل حماية كل أشكال الحياة على كوكب الأرض.

ومن هنا اتضح أن الإنسان هو المسبب الرئيسي للقضايا والمشكلات البيئية، وهو نفسه الفاعل المحوري في حلها وذلك بالعمل على إيجاد حلول عاجلة للحد من الأضرار الناتجة عن التدهور البيئي من خلال اكتساب المعارف والقيم البيئية الصحيحة والاهتمام والتفاعل الإيجابي مع محيطه وكذا تعليم أساسيات السلوك البيئي الصحيح وممارسته بشكل يومي من أجل ضمان الحياة في بيئة سليمة وأمنة قدر الإمكان، وهو ما يعني تبني اتجاهات بيئية إيجابية تؤدي بالضرورة إلى سلوك بيئي رشيد وسليم.

تعتبر الاتجاهات البيئية التي يحملها الأفراد دلائل هامة على نوعية علاقتهم بالبيئة، كما أن معرفة واقع هذه الاتجاهات، طبيعتها والعوامل المؤثرة فيها تمكننا من وضع السياسات والبرامج اللازمة والضرورية لبناء علاقة مثمرة مع البيئة عن طريق إعداد الإنسان المتفهم لبيئته والمدرّك

بسهولة وسلاسة، حيث يصعب اليوم إيجاد طالب جامعي لا يمتلك حساباً شخصياً على إحدى تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أصبح الولوج لهذه المواقع من النشاطات اليومية للشباب عموماً وللطلبة الجامعيين تحديداً خاصة في ظل الخدمات الكثيرة التي تقدمها هذه المواقع لا سيما في مجال الدراسة والتعليم، وكذا الحاجات المتنوعة التي تدفعهم إلى استخدام هذه المواقع والشبكات المحققة لديهم عند استخدامها لا سيما في مجال البيئة وكل ما يتعلق باتجاهاتهم البيئية باعتبارهم من الفئات الفاعلة في المجتمع والمفعول عليها في دعم وحل القضايا البيئية، لذلك فإننا وركزنا البحوثية تتمحور حول تساؤل محوري هو: ما هي طبيعة اتجاهات الشباب الجزائري نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ حيث سنحاول من خلال دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين باعتبارهم نموذجاً عن فئة الشباب، رصد أنماط ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها وتنوعها، ودور هذه الأخيرة في تفاعلهم مع المشكلات البيئية العالمية والمحلية كونها تدرج ضمن القضايا المجتمعية الراهنة والملحة.

إن اختيارنا لموضوع هذه الورقة البحثية يعود إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية: فأما الذاتية فتعود إلى اهتمامنا الشخصي بالعمل الإعلامي الميداني في مجال البيئة، وكذا الرغبة في إعداد دراسة معمقة حول دور صفحات مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة في البيئة ومنها صفحات الجمعيات البيئية في بناء الاتجاهات البيئية وذلك انطلاقاً من كوني عضواً في جمعية بيئية ناشطة في مدينة تبسة وتعتمد بشكل أساسي على صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بنشاطها البيئي وعملها المستمر من أجل التوعية بقضايا البيئة لدى المجتمع المحلي.

فيما تتمثل الأسباب الموضوعية بداية في الرغبة في البحث عن آليات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى المعرفة والقيم والاتجاهات البيئية ودورها في الدفع نحو تجسيدها الميداني في شكل سلوك بيئي يومي، إضافة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة أهم تطبيقاتها وأكثرها شعبية واستخدامها في أوساط الطلبة، ورصد وفهم دوافع استخدام الطلبة الجامعيين بجامعة العربي التبسي لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذا معرفة أهم الشبكات المحققة لدى الطلبة الجامعيين عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تطبيقاتها.

طبعاً دون أن ننسى أهمية التعرف على طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية وتحديد تلك التي تعاني منها الجزائر والتي ترتبط مباشرة بالحياة اليومية للطلبة باعتبارهم جزءاً من المجتمع الجزائري، حيث يسمح لنا قياس اتجاهات الطلبة نحو البيئة بمعرفة مدى إدراكهم لمختلف القضايا البيئية المحلية ومستوى المعرفة البيئية لديهم وكذا اهتمامهم كفاءة فاعلة في المجتمع بموضوع البيئة.

١. تحديد مفاهيم الدراسة

• الاتجاه

- التعريف اللغوي:

إن مصطلح "الاتجاه" ترجمة عربية لمصطلح (Attitude) في اللغة الانجليزية، ولقد كان الفيلسوف الإنجليزي هيربرت

سبنسر H. Spencer أول من استخدم هذا المصطلح عام ١٨٦٢م في كتابه المسمى (المبادئ الأولى)، حيث قال إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل، يعتمد إلى حد كبير على اتجاهنا الذهني، ونحن نصغي إلى هذا الجدل ونشارك فيه (الرحمان، ٢٠٠٠، ص ١٦١).

- التعريف الاصطلاحي:

هو حالة استعداد عقلي وعصبي ينشأ من خلال التجربة، ويؤثر تأثيراً ديناميكياً على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها (عيد، ٢٠٠٥، ص ٧٤).

هو ميل الفرد الذي ينحو سلوكه اتجاه بعض عناصر البيئة أو بعيداً عنها، متأثراً في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعاً لقربه من هذه أو بعده عنها (العتوم، ٢٠٠٩).

الاتجاه هو مجموعة من المعتقدات التي تتألف من تأكيدات توضح الميل نحو أشياء محددة حول موضوع (موقف معين) بوصفها مرغوباً بها أو خاطئة غير مرغوب بها، فيعزف عنها، لذلك فإن الاتجاهات مجموعة من المعتقدات التي تعبر عما نحبه ونكره وتشمل مشاعرنا وآرائنا في الآخرين والموضوعات والحوادث التي تمر بها (نهبان، ٢٠٠٤، ص ٣٣).

• الاتجاه البيئي:

- التعريف الاصطلاحي:

الاتجاه البيئي موقف الفرد ومشاعره تجاه المشكلات والقضايا البيئية والذي يتكون لديه من خلال احتكاكه وتفاعله مع مشكلات البيئة وقضاياها المختلفة وهذا الموقف يظهر في صورة الموافقة أو الرفض، ويظهر ذلك من خلال سلوك الفرد في بيئته (موسى، ٢٠٠٧، ص ٣٠).

هو تنظيم ثابت نسبياً للعمليات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الفرد تجاه البيئة، وعليه فإن الاتجاه نحو البيئة عبارة عن تكوين فرضي له ثلاث مكونات: المكون المعرفي وهو الجانب الذي يشمل معلومات الفرد ومعارفه عن البيئة والمكون الوجداني وهو الجانب الذي يشمل الانفعالات التي يخبرها الفرد تجاه البيئة، والمكون السلوكي وهو الجانب الذي يشمل التصرفات والأفعال التي يقوم بها الفرد تجاه البيئة (فاطمة، المجلد ١١، العدد ٠٢).

يمثل الاتجاه الشعور الإيجابي أو السلبي الذي يتبناه الفرد نحو موضوع بيئي أو قضية بيئية، وتعرف أيضاً بشعور الفرد العام الثابت نسبياً الذي يحدد استجاباته نحو موضوع علمي أو قضية علمية من حيث القبول أو الرفض (بطاينة، ٢٠١٢، ص ١٦).

- التعريف الإجرائي:

نقصد بالاتجاه البيئي في دراستنا جملة المعارف البيئية والقيم والمعتقدات والأفكار التي يمتلكها الطلبة الجامعيين عن القضايا

البيئية وكيفية تفاعلهم مع المضامين البيئية ومدى استعدادهم للانخراط ضمن جهود حماية البيئة من خلال تبني السلوكيات البيئية الصحيحة والمشاركة الإيجابية في مختلف المبادرات من حملات تطوع بيئي، انخراط في جمعيات بيئية وغيرها.

• البيئة:

- التعريف اللغوي:

البيئة في اللغة مشتقة من الفعل (بَوَّأ) و(تَبَوَّأ) أي نزل وأقام، والتبوء: التمكن والاستقرار والبيئة: المنزل. والبيئة بمعناها اللغوي الواسع تعني الموضع الذي يرجع إليه الإنسان، فيتخذ فيه منزله ومعيشتة، أما في اللغة الإنجليزية فيعني اصطلاح البيئة (Environnement) كما جاء في قاموس "ويبستر" مجموع الظروف الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على حياة الفرد أو جماعة، كالعرف والقوانين واللغة والدين والمنظمات(الفتاح، ٢٠١٤، ص٧).

البيئة هي الوسط الذي نعيش فيه ومن هنا فإن عناصر البيئة تشمل الأرض (التربة) الماء والهواء والإنسان(الصفدي، ٢٠١٥، ص١١).

- التعريف الاصطلاحي:

هي إجمالي الأشياء التي تحيط بالإنسان وتؤثر على وجود الكائنات الحية على سطح الأرض متضمنة الماء والهواء والتربة والمعادن والمناخ والكائنات، كما يمكن وصفها بأنها مجموعة من الأنظمة المتشابكة مع بعضها البعض لدرجة التعقيد والتي تؤثر وتحدد بقائنا في هذا العالم والتي نتعامل معها بشكل دوري(السلام، ٢٠١٠، ص١٥).

كذلك عرفت البيئة بأنها "مجموعة الظروف والمواد والعناصر والتفاعلات التي تجمع في الحيز الذي توجد فيه مدى واسعاً من العناصر الاقتصادية والاجتماعية والطبيعية"(شكارة، ٢٠١٤، ص١٥).

- التعريف الاجرائي:

نقصد بمفهوم البيئة في دراستنا ذلك المحيط الذي يعيش فيه الإنسان ويحصل منه على مقومات وجوده، يؤثر فيه ويتأثر به، ويتكون هذا المحيط من شقين: بيئة طبيعية تضم كل المكونات التي خلقها الله تعالى من ماء، هواء وتربة، وكذا بيئة اصطناعية أو مشيدة تشمل كل ما أضافه الإنسان في تفاعله مع المكونات الطبيعية ومحيطه الاجتماعي.

• القضايا البيئية

- التعريف الاصطلاحي:

نقصد بالقضايا البيئية حدوث اختلال توازن النظام البيئي، نتيجة التأثير على أحد مكوناته أو أكثر، فتتأثر بقية المكونات وتتبدل العلاقات القائمة بينهما، فيصبح غير قادر على الحفاظ على توازنه السابق، وتنتج عنه عديد التغيرات البيئية السلبية

مثل: حرائق الغابات، حرائق المراعي، واشتعال الغاز والنفط والضوضاء والإشعاعات الضارة والزيادة الهائلة في عدد سكان العالم والعمران، والتصحر واستنزاف الأوزون، وتلوث الهواء والماء والتربة، واستنزاف الموارد الطبيعية، وكثرة النفايات.

هي مشكلات بيئية ظهرت نتيجة ممارسات الإنسان الخاطئة الناجمة عن انعدام أو نقص الوعي البيئي لديه وتفاقمت طردياً مع مواصلته استغلال الموارد البيئية عشوائياً لحد استنزافها وقيامه بوعي ودون وعي بتدمير الأنظمة البيئية حتى هددت حياته(محسن، ٢٠٠٩، ص٣٥).

كما تعرف على أنها: من أكبر التحديات التي تواجهها البشرية لأن آثارها المدمرة لا تقف عند حدود جغرافية بعينها، حيث يمكن أن تظهر على مستوى الحي أو البلدة أو المدينة، فيتأثر ساكنو هذه المواقع أكثر من غيرهم، وقد يتجاوز مستوى التأثير من مصدر بعينه أو من عدة مصادر إلى سائر أنحاء العالم(نفسه، ص٤١).

هي جملة المشكلات البيئية التي تنشأ عن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والأنماط غير السليمة لسلوك الإنسان، لذا بتغير نظم المعرفة والقيم له، يكون من المرجو الوصول إلى حلول لهذه المشكلات، ويقع على عاتق الإنسان تغيير سلوكه وتوسيع مداركه لنشأت أنماط وتدابير سلوكية تساعد على صون البيئة، فالأنماط السلوكية لن تتغير حقاً ما لم يعتمد غالبية أفراد المجتمع قيماً ووعياً أكثر إيجابية إزاء البيئة(الشوملي، ٢٠١٠، ص٥٥).

- التعريف الاجرائي:

نقصد بالقضايا البيئية في دراستنا جملة المشكلات البيئية التي تعاني منها الجزائر بصفة خاصة والتي غالباً ما يتم تداولها ضمن صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وهي التلوث البيئي وانتشار النفايات المنزلية، الانفجار السكاني، تدهور التنوع البيولوجي، الاستهلاك المفرط لموارد الطاقة.

• مواقع التواصل الاجتماعي

- التعريف الاصطلاحي:

هي عبارة عن منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها(راضي، ٢٠١٣).

هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور(الراوي، ٢٠١٢).

شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة

وأجهزة تنفيذية تشجع الشباب الجامعي على المشاركة في العمل البيئي.

الدراسة الثانية (٢) بعنوان: مستوى المعرفة والاتجاهات نحو البيئة لدى الطلاب الأردنيين والسعوديين في ضوء المتغيرات الاجتماعية (دراسة مقارنة) للباحث حازم رياض سليمان عناقرة- جامعة طيبة(عناقرة، ٢٠١٦).

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى المعرفة البيئية والاتجاهات نحو البيئة لدى طلاب مرحلة الثانوية في الأردن والسعودية في ضوء بعض المتغيرات الاجتماعية، حيث حاول الباحث من خلال دراسته إلى توفير معلومات عن مستوى المعرفة البيئية والاتجاهات نحو البيئة لدى أفراد العينة والعلاقة بينهما، إضافة إلى استقصاء أثر بعض المتغيرات الاجتماعية، قد يساعد المربين وأولياء الأمور على تحديد الطرق المناسبة لتنمية معرفة الطلاب حول البيئة وتعزيز اتجاهاتهم الإيجابية نحوها وتعديل السلبية منها، كما عمل على وضع اختبار للمعرفة البيئية ومقياس للاتجاهات نحو البيئة ذات خصائص سيكومترية جيدة لكل من البيئتين الأردنية والسعودية، وبالتالي يمكن استخدامها في قياس المتغيرات في دراسات أخرى.

الدراسة الثالثة (٣): الاتجاهات البيئية وأثرها على السلوكيات البيئية للمستهلكين -دراسة استطلاعية على عينة من المستهلكين في ولاية قالمه- للباحثة: آمنة بوخذنة(بوخذنة، ٢٠١٨).

حاولت هذه الدراسة البحث في تأثير الاتجاهات البيئية على السلوكيات البيئية على عينة من المستهلكين في ولاية قالمه، وذلك بتسليط الضوء على أحد أهم أسباب المشكلات البيئية وهي مشكلات تتعلق بسلوكيات الإنسان بالدرجة الأولى، لأن فهم السلوك البيئي ومحاولة تحديد العوامل المؤثرة فيه يعتبر من العوامل الرئيسية التي تساعد في إيجاد حلول للمشكلات البيئية، ولعل الاتجاهات البيئية تمثل العامل الرئيسي هو المؤثر الحقيقي الذي يسمح بفهم السلوكيات البيئية والتنبؤ بها.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن الاتجاهات البيئية تؤثر على السلوك البيئي من خلال الجوانب المعرفية فقط، في حين أن الجوانب العاطفية للاتجاهات رغم أنها متوفرة لدى أفراد العينة بمستويات مقبولة جداً إلا أنها لا تؤثر على سلوكهم، كما أن الحساسية العاطفية لدى المستهلكين واهتمامهم بقضايا البيئة مقبولة جداً وإيجابية.

وكذا بينت نتائج الدراسة أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للجوانب المعرفية المشكلة للاتجاهات البيئية في نية واستعداد المستهلك للقيام بسلوكيات بيئية، بينما لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للجوانب العاطفية المشكلة للاتجاهات البيئية في نية القيام بالسلوك البيئي.

الدراسات السابقة المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي:

الدراسة الأولى (١) بعنوان: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها للباحث عبد الرزاق الدليمي(الدليمي، ٢٠١٤).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها المحققة لديهم، باستخدام

الانترنت منذ سنوات قليلة وغيّرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدّد في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب)(الديه، ٢٠١٥، ص٣٤٧).

مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه أنفسهم ويتبادلون الاهتمام، ويقوم الأفراد من خلال هذه المواقع نشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلونها بتعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة.

كما يعرفها زاهر راضي فيعرفها بأنها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها(راضي، مرجع سابق، ص ٢٣).

- التعريف الإجرائي:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا مختلف التطبيقات الموجودة على شبكة الأنترنت وهي فايسبوك، تويتر، انستغرام، سناب شات، يوتيوب، لينكدن التي تستقطب أعداداً كبيرة من فئة الطلبة الجامعيين المنتسبين لجامعة العربي التبسي -تبسة-.

٢. الدراسات السابقة

وقد انطلقنا في إعدادنا لهذه الدراسة من جملة الدراسات العلمية السابقة التي ساعدتنا في فهم الموضوع ورصد جهود الباحثين والأكاديميين في هذا المجال حيث تقاطع موضوعنا مع عديد الدراسات العلمية خاصة ما تعلق بمتغيري الاتجاهات البيئية ومواقع التواصل الاجتماعي، ولعل أهمها:

الدراسة الأولى (١) بعنوان: الاتجاهات البيئية للشباب وعلاقتها ببعض المتغيرات الديمغرافية للباحثة: فدوى فرحات دربي(فدوى، ٢٠١١).

حيث تناولت هذه الدراسة موضوع اتجاهات الشباب نحو المشاركة في حماية البيئة، حيث تمحورت مشكلة الدراسة حول العلاقة بين الاتجاه نحو مشاركة الشباب في حماية البيئة بأبعادها الأربعة وكل المتغيرات الديمغرافية (السن - الجنس - المستوى التعليمي - الإقامة - الدخل بالنسبة للأسرة).

وبعد إجراء الدراسة الميدانية توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج والتوصيات كان أهمها: وجود اتجاهات إيجابية لدى الشباب عينة الدراسة نحو المشاركة في حماية البيئة إلا أن وجود هذه الاتجاهات لا يعني بالضرورة أن تترجم إلى سلوك فعلي، كما أوصت بضرورة تفعيل النشاطات الجماعية للشباب في جامعة بنغازي من قبيل حملات التشجير والندوات المفتوحة للمعرفة بقضايا البيئة، وخلق خطط مدروسة لها

المنهج الوصفي التحليلي من خلال تصميم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: إن دافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباع معرفي من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة وتزويدهم لمعلومات عن العالم.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا نفسيا وذلك من خلال تجاوز الخجل لدى المنطويين نفسيا من الطلبة.

الدراسة الثانية (٢) بعنوان: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري للباحث خالد منصر (منصر، ٢٠١٨).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، حيث تمحورت حول الإشكالية التالية: ما هو الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري؟

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن موقع الفيسبوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف الشباب عينة الدراسة.

- توصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة إضافة إلى كونها بديلا لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى.

- أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$ بين إجابات المبحوثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزى للسمات الشخصية للمبحوثين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي).

الدراسة الثالثة (٣) بعنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية -دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة ١ أمودجا- للباحثة غالية غضبان (غضبان، ٢٠١٨).

تمحورت هذه الدراسة حول الكشف عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من خلال طرح الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية؟

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

- تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك منذ (٤ سنوات إلى ٥ سنوات)، يدخل أغلب أفراد العينة إلى شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك من الهاتف الذي.

- يقضي أفراد العينة (من ساعة إلى ساعتين) في استخدامهم للفيسبوك.

- كما توصلت النتائج إلى أن أفراد العينة يدخلون إلى الفيسبوك باسم مستعار، وأوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة للفيسبوك هي الاطلاع على آخر الأخبار ومواكبة الأحداث المحلية والوطنية والعالمية، كما أسفرت الدراسة أن استخدام الموقع لم يؤثر في الدين الإسلامي للطلبة، وفي قيامهم بمختلف شعائرهم الدينية كالصلاة.

٣. الإجراءات المنهجية للدراسة

إن اختيار منهج محدد للبحث يتم بناء على طبيعة ونوعية الدراسة، وبالنسبة لنا تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تقوم على دراسة ظاهرة معينة من خلال جمع معلومات وبيانات دقيقة عنها كما هي في الواقع والقيام بوصفها وصفا دقيقا وذلك من خلال تجميع البيانات والمعلومات التي تعبر عنها تعبيرا كميا أو كيفيا، وبناءا على ذلك تعتمد دراستنا على منهج المسح بالعينة وذلك للوقوف على طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين بجامعة العربي التبسي - تبسة نحو القضايا البيئية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وبما أن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في العدد الإجمالي للطلبة جامعة العربي تبسة من مختلف الاختصاصات العلمية الموجودة بها فإن عينة الدراسة سيتم اختيارها وفق الإجراءات المنهجية من العدد الجمالي لطلبة جامعة تبسة من مختلف الكليات، فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على نوع من العينات الاحتمالية وهي العينة الحصصية، حيث لاحظنا خلال مدة احتكاكنا بالميدان أن هذه الطريقة في تحديد العينة هي المناسبة للدراسة من حيث توزيع الاستمارات على المبحوثين من مختلف كليات ومعاهد جامعة العربي التبسي-تبسة.

وقد اعتمدنا على أحدث الإحصائيات لدى مصلحة الإحصاء والاستشراف بجامعة العربي التبسي- تبسة، لمعرفة التعداد الكلي لمجتمع الدراسة ومن ثم تحديد حجم العينة، وقد شملت عينة الدراسة مجموعة من الطلبة ممثلة من كل كلية ومعهد بالجامعة حيث تم اختيار عينة قدرت ب ٧٠٠ مفردة.

ولمعالجة المعلومات والبيانات التي حصلنا عليها من توزيع الاستبيان على مفردات الدراسة، فقد استخدمنا برنامج الحزمة الإحصائية (Spss) في نسخته ٢٥، حيث تم اعتماد معامل الثبات ألفا كرونباخ، والذي بين أن الاستبيان ككل جيد، حيث بلغت قيمته ٠,٨٥٦ (٨٥,٦٪)، وبما أن معامل الثبات مرتفع عن ٠,٦٠ فإن هذا الاستبيان صالح لتحليل النتائج والإجابة على إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية.

كما اعتمدنا على النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، فيما تمثلت الطرق التحليلية في اختبار (ت) وتحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) و LSD.

٤. نتائج الدراسة

وبعد ضبط الصياغة النهائية لاستمارة الاستبيان وتوزيعها على مفردات العينة، وبعد المعالجة الإحصائية لجملة البيانات التي حصلنا عليها، توصلنا إلى النتائج التالية:

- إن مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تطبيقاتها باتت تشكل

- وفي ذات السياق عبر الطلبة الجامعيين عن اتجاهات إيجابية نحو مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الاتجاهات البيئية لديهم من خلال جملة المعارف والمعلومات البيئية التي تقدمها لهم، وكذلك الدعوة لمختلف حملات التطوع البيئي التي يتم الترويج لها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى نشر صور وفيديوهات توعوية حول السلوكيات البيئية المستدامة التي يتكرر عرضها على هذه المواقع.

الخاتمة

إن الثورة التي شهدها العالم في تكنولوجيا الاعلام والاتصال والتطور الكبير والمتسارع في التواصل عبر الأنترنت أفرز العديد من التغيرات في أنماط صناعة المعلومات ونقلها بسرعة هائلة، وظهور مصطلحات جديدة منها الإعلام الجديد والمتمثل خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تطبيقاتها التي ظهرت كمنافس حقيقي لوسائل الإعلام الجماهيرية وأصبحت الأكثر شيوعاً وتأثيراً على أفراد المجتمع بمختلف فئاته نظراً لما تتمتع به من خصائص، حيث أصبح متصفح هذه المواقع فرداً فاعلاً يتلقى المضامين الإعلامية المتنوعة من جهة ويقوم بصناعة مضامينه الخاصة بنفسه مدعماً بالصور والفيديوهات وكذا تسجيل ومشاركة الوقائع والأحداث لحظة وقوعها مع ملايين المستخدمين، حيث نجحت وسائل التواصل الاجتماعي في استقطاب أعداد هائلة من الجماهير وخاصة الشباب منهم وأصبحت وسيلتهم المفضلة للاتصال والتفاعل مع الأحداث والمواضيع المتعلقة بالواقع المعاش وقضايا المجتمع بما في ذلك القضايا البيئية.

وتعتبر فئة الشباب الفئة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثراً بها نظراً لقدرتهم على التعامل بسلاسة مع التكنولوجيات الحديثة وتطلعهم الدائم لمعرفة كل ما هو جديد ومبتكر، وتمتعهم بالمهارات اللازمة لتلقي المحتويات والتفاعل معها وإعادة صياغتها بما يتناسب مع اهتماماتهم وتطلعاتهم، ويعد الطلبة الجامعيين ضمن فئة الشباب بكل ما تحمله هذه الفئة من سمات وخصائص، وكذا استخدامهم واعتمادهم الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي ضمن تفاصيل حياتهم اليومية حيث تمحورت مضامينها حول نشاطات ومواضيع وقضايا تعينهم مباشرة.

جزءاً مهماً من النشاطات اليومية للشباب الجزائري، وهو ما بينته الدراسة من خلال رصد عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لهذه المواقع حيث تستقطب اهتمام الطلبة لفترات طويلة من اليوم خاصة موقع الفيسبوك باعتباره الموقع الأكثر استخداماً مقارنة بالمواقع الأخرى ويمكن تفسير ذلك بالتطور المتسارع في الخدمات التي تقدمها هذه المواقع ما يجعل مستخدميها في اتصال دائم بها لاكتشاف كل ما يتم استحدثه وكيفية الاستفادة من هذه الخدمات.

- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن العملية التعليمية الجامعية لتصبح حلقة الوصل الأهم بين عناصر العملية التعليمية من مدرسين وطلبة وطاقم إداري، حيث تعددت استخدامات الطلبة الجامعيين لهذه المنصات ضمن تكوينهم من خلال فتح مجموعات للدراسة وتبادل المعلومات في مختلف التخصصات العلمية ومجالات البحث العلمي المتعددة، وهو ما أكدته نتائج دراستنا، إذ يحقق استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي عديد الاشباع ومن بينها الاشباع المعرفي في مجال الدراسة والتخصص الأكاديمي، وكذا اشباع الرغبة في حب الاطلاع على كل ما هو جديد في مختلف المجالات، حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مصدراً مهماً جداً للمعلومات بالنسبة للطلبة الجامعيين.

- وفي ظل التدهور البيئي العالمي والمحلي وخطورة القضايا والمشكلات البيئية التي باتت تحاصرنا وتؤثر على تفاصيل حياتنا اليومية، فقد تضاعفت المضامين الإعلامية البيئية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتعددت بين صفحات متخصصة في مجال البيئة، وأخرى ذات اهتمامات متعددة تسلط الضوء على القضايا البيئية كلما وقع حادث أو خطر بيئي نتج عنه أضرار كبيرة.

- ولرصد مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في بناء وتنمية اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية قمنا أولاً بقياس اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية باعتبارهم فئة مهمة جداً من المجتمع كشباب حيث بينت نتائج الدراسة بأن الطلبة الجامعيين يمتلكون اتجاهات بيئية إيجابية نحو القضايا البيئية خاصة في بعدها المعرفي المتمثل في مستوى المعرفة البيئية والثقافة البيئية.

- كما أظهرت النتائج وجود اتجاهات إيجابية لدى الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أبدوا متابعتهم لصفحات متخصصة في مجال حماية البيئة بهدف التعرف على الأخبار والأحداث البيئية وكذا تفاعلهم الإيجابي معها.

قائمة المراجع

- ١- أحمد محمد موسى: الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع والطباعة، مصر، 2007.
- ٢- 2- أمانة بوخدنة: الاتجاهات البيئية وأثرها على السلوكيات البيئية للمستهلكين- دراسة استطلاعية على عينة من المستهلكين في ولاية قلمة، حويلات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 23، الجزء 1، أبريل 2018.
- ٣- 3- المعاينة خليل عبد الرحمان: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، 2000.
- ٤- 4- الظاهر نعيم و الصفدي عصام حمدي: صحة البيئة وسلامتها، ط2، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- ٥- 5- بشرى الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، جامعة بغداد، العراق، 2012.
- ٦- 6- حازم رياض سليمان عنقرة، مستوى المعرفة والاتجاهات نحو البيئة لدى الطلاب الأردنيين والسعوديين في ضوء بعض المتغيرات الاجتماعية (دراسة مقارنة)، مجلة العلوم التربوية، العدد الثاني، ج1، أبريل 2016.
- ٧- 7- خالد منصر: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة 1، 2018.
- ٨- 8- زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2013.
- ٩- 9- شكارا نادية ضياء: علم البيئة والسياسة الدولية، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- ١٠- 10- صالح محمود وهبي، ابتسام درويش العجي: التربية البيئية وآفاقها المستقبلية، ط1، الحر طبعة العلمية، دمشق، 2003.
- ١١- 11- عبد الرزاق الدليمي: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، عمان، 2014.
- ١٢- 12- عدنان يوسف العتوم: علم النفس الاجتماعي، ط1، دار إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- ١٣- ١٣- علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام البيئي، ط ع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- ١٤- 13- عبد السلام مصطفى عبد السلام: البيئة ومشكلاتها والتربية البيئية والتنمية المستدامة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2010.
- ١٥- 14- غالية غضبان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية -دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة 1 أمودجا، أطروحة دكتوراه تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة 1، 2018.
- ١٦- 15- فريد بوبيش: الاتجاهات البيئية للطلبة في ظل طروحات العمران المستديم، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2011.
- ١٧- 16- فاطمة محمد الخير الصديق: تصميم مقياس لقياس الاتجاهات البيئية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية بولاية الخرطوم، مجلة الجزيرة للعلوم التربوية والإنسانيات، المجلد 11، العدد 2.
- ١٨- 17- فدوى فرحات دربي: الاتجاهات البيئية للشباب وعلاقتها ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة جامعة بنغازي العلمية، العدد الأول والثاني، 2011.
- ١٩- 18- محمد إبراهيم عيد: مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دط، مكتبة الانجلومصرية، القاهرة 2005.
- ٢٠- 19- محمد قاسم بطاينة: مستوى الثقافة البيئية لدى قادة المؤسسات البيئية وطلبة الجامعات الأردنية في ضوء الفكر البيئي المعاصر، رسالة دكتوراه تخصص مناهج العلوم وأساليب تدريسها، جامعة اليرموك، 2012.
- ٢١- 20- محسن محمد أمين قادر: التربية والوعي البيئي وأثر الضريبة في الحد من التلوث البيئي، شهادة ماجستير في العلوم البيئية، الأكاديمية العربية في الدمارك، 2009.
- ٢٢- 21- نبهان يحي: طرائق تدريس الاجتماعيات وتطبيقاتها العملية، ط1، دار فايا العلمية للنشر، عمان، 2004.
- ٢٣- 22- نوال سامي إبراهيم الشوملي: مستوى الثقافة البيئية وعلاقتها بالاتجاهات نحو البيئة لدى طلبة جامعة بيت لحم، رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين، 2010.
- ٢٤- ٢٤- محي الدين إسماعيل محمد الديه: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفيس بوك على الروابط الاجتماعية للشباب (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة معسكر (الجمهورية الجزائرية)

د. ريم بلال

جامعة معسكر - الجزائر

billal.ryme@univ-mascara.dz

د. دربال آمال

جامعة بشار - الجزائر

amal.derbale@univ-bechar.dz

مقدمة

مما لاشك فيه أن الروابط الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة والمتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجية المعلومات وتقنية الإنترنت، وهو ما يهيئ الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي الذي تتخذه وتشكل في إطاره مختلف النماذج العلائقية.

وإن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تؤدي اليوم مهامها ذات انعكاسات على صعيد العلاقات وتكوينها، وقد تعبر عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض الشباب، فالإقبال الشديد على الفيسبوك كنموذج يعبر في أحيان عديدة عن الهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان في ظاهرها، ما يؤدي تدريجيا إلى خلل في الروابط الاجتماعية الحقيقية، يقود إلى روابط وعلاقات أخرى.

فلقد ضاعف الفيسبوك من فرص احتكاك الفرد وارتباطه بالآخرين، وتزايدت قدرة الأفراد على التفاعل أينما كانوا. الأمر الذي جعل الشباب يدخلون عالما جديدا، عالم الفيسبوك أين يتيح له نسج علاقات اجتماعية بمعايير جديدة، علاقات لا حدود لها وبعيدة عن الضوابط الاجتماعية وحتى الأخلاقية التي يفرضها المجتمع.

وعليه نحاول من خلال هذه الورقة البحثية فهم واقع تأثير الفيسبوك على الروابط الاجتماعية لدى الشباب الجزائري في دراسة ميدانية، ومعرفة هل نحن أمام إعادة بناء النموذج العلائقي المتعارف عليه، أم نحن أمام بناء نموذج علائقي وفق متغيرات ومستجدات فرضت علينا؟ هل يتفاعل الشباب في مجتمعه الحقيقي تفاعلا مواجهي مباشر، أم يرغب باستمرار الاتصال بين أفراد في مجتمع افتراضي ويبنى علاقات وروابط اجتماعية غير مباشرة؟ وفيما تتمثل أشكال هذه الروابط؟ وعلى أي أساس يندمج الشباب في الجماعات المصغرة التي يتيحها موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟

وللمحاولة الإجابة عن التساؤلات المطروحة قمنا بدراسة ميدانية بجامعة معسكر (الجمهورية الجزائرية) على عينة من الطلبة الجامعيين، وصل عددهم إلى ١٢٠ شابا، موزعين إلى ٦٠ ذكور و٦٠ إناث، تتباين أعمارهم ما بين ١٨ سنة و٢٩ سنة، كما سيتضح فيما يلي. وتم استخدام استمارة الاستبيان، ضمت أربعة محاور، يحوي المحور الأول البيانات الأساسية للشباب المبحوثين، والمحور الثاني أسئلة عن عادات استخدام الفيسبوك،

المحور الثالث خاص بالاشباع المحققة من استخدام الفيسبوك، أما المحور الرابع يبين اتجاهات الشباب لتأثيرات الفيسبوك على الروابط الاجتماعية.

أولا: المفاهيم المستخدمة في الدراسة

١. الشباب

اعتبرت شريحة الشباب في دراسات السبعينات ضحية التغير الاجتماعي، فسيطرت في هذه الفترة "الرؤى التشاؤمية على المقاربات" كما طرحها كل من GAUTHIER و PACON في كتابهما (Cf. GAUTHIER, M. et PACON, D. ٢٠٠١)، بعد هذه المرحلة حصل تغيرا في المقاربات وأصبح ينظر إلى الشباب على أنهم فاعلون اجتماعيون أي أن سلوكياتهم هي خيارات وليس نتيجة لتحولات في البنى الاجتماعية والثقافية فقط. يرجع الاختلاف في تحديد مفهوم الشباب إلى تعدد الظروف المحيطة بهذه الفئة الهامة، وكذا لاختلاف نظرة كل تخصص لهذه الشريحة، حيث اعتبرت مرحلة عمرية تتراوح ما بين ١٥ و٢٩ سنة، وحددها علماء البيولوجي على أساس اكتمال نمو البناء العضوي والوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان سواء كانت عضوية داخلية أو خارجية. ومن جهة أخرى فإن علماء النفس لا يعتبرون فئة الشباب مرحلة عمرية تتحدد بسن معين، وإنما هي حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، بل بالبعد حيوي، الحماسي والحركي التي يتمتع بها الشباب (سواملية، ن. ٢٠١٣: ٢٣٢).

ولتقريب مفهوم الشباب من الناحية السوسولوجية فإن بيار بورديو يطرح في مقارنته لظاهرة الشباب معتبرا إياها حقلا للصراع حول النظام الرمزي، مؤكدا أن مصطلح الشباب يحمل معان كثيرة تعبر عن فقدان المسؤولية، العفوية، المجازفة، التهور... (سواملية، ن. ٢٠١٣: ٢٣٢) فتنشأ بذلك ضمن الإنتاج الرمزي للمجتمع معان تلتصق بهذا المصطلح قد تنطوي على (الإقصاء) عندما يرتبط بقلّة النضج والمسؤولية.

كما عرف بعض علماء الاجتماع فترة الشباب على أنها الفترة "التي تبدأ حين يحاول البناء الاجتماعي تأهيل الشخص الذي يمثل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورا أو أدوارا في بنائه، وتنتهي عندما يتمكن الشخص من احتلال مكانته ودوره في الحياة الاجتماعية وفقا لمعايير الاجتماعية" (علي، ليلى وآخرون. ١٩٩١: ٨)، بمعنى أن الفرد يبقى شابا طالما أن

صياغته النسقية لم تكتمل بعد، وبالتالي فعلماء الاجتماع يعتمدون في تحديد هذه الفئة الشباب على الطبيعة والمدة اكتمال الأدوار التي تؤديها الشخصية الشابة.

وتبعاً لما سبق فإنه لا يمكن حصر مفهوم الشباب داخل مسألة السن، لأنه سيضع هذه الفئة أو الشريحة الاجتماعية في تصور بيولوجي محض، ويصبح التحدث عن فئة عمرية فقط. ومسألة الحديث عن الشباب اليوم "كوحدة مغلقة" -في حدود السن- ليس فقط مخاطرة علمية بل أكثر من ذلك هو تصور ساذج للواقع الاجتماعي، وحتى إذا كان الأمر يبدو بديهياً فإنه لا يجب الحديث عن الشباب واحد، وإنما عن شباب متنوع ومختلف من حيث السن والجنس والأصل الاجتماعي والتاريخ والمزاج وغيرها... (Fruits de la passion, ١٩٨٦:٧). إن التعميم المتسرع حول هذه الفئة يقود إلى عدم فهمها، بينما الانشغال بخصوصيتها وتنوعها قد يوفر حظوظاً أكثر لمعرفة (سوالمية، ن. ٢٠١٣: ٢٣٣).

٢. شبكات التواصل الاجتماعي

تعتبر الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك، تويتر...) إحدى أهم التطبيقات والاستخدامات المستعملة من طرف الأفراد ويعد الفايسبوك أهم المواقع تأثيراً لاحتوائه على مضامين متعددة ومتجددة ولا يوجد ضوابط أو مراقبة عليها فهي تمنح حرية مطلقة واستقلالية لمستخدميها "ومكان للتعارف وتبادل المعلومات بمختلف أنواعها بين أشخاص من نفس المجموعة أو من مجموعات مختلفة" (Moreau, M-L, ١٩٩٧: ٢٥٢) مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمستخدميها بإنشاء مواقع خاصة بهم ومن ثم ربطهم من خلال نظام اجتماعي إلكتروني بأعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، صنف هذه المواقع ضمن الجيل الثاني (ويب ٢.٠) وسميت اجتماعية لأنها تهدف لبناء مجتمعات افتراضية وتحقيق التواصل الاجتماعي الذي يعتبر أساس عمل الشبكات الاجتماعية ومفهوم "التواصل الاجتماعي موجود منذ عقود ويرتكز هذا المفهوم على مفاهيم محددة منها قوة الروابط بين الأفراد، توجهاتهم، تواصلهم، وتجمعاتهم" (Rissoan, R, ٢٠١١: ٣٠) وتقوم كل هذه المفاهيم على مبدأ التفاعل مع الآخر أو ما نسميه المتصل (contact)؛ فمواقع التواصل الاجتماعي ترتكز على من هو المتصل المتصلين لهم مكانة أساسية في مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارهم هم الفاعلون ومكانتهم مشروطة بنوع الروابط التي ينشئونها مع الآخرين من خلال هذه المواقع (Salgues, B, ٢٠١٣: ٢٦)، إن الفرد أساس التفاعل وأساس إقامة روابط مع الآخرين وسلوكاته هي التي تحدد استمرارية هذه الروابط وبالتالي استمرارية صفحته على مواقع التواصل الاجتماعي وقد اقترح الباحث Gramoveter (١٩٨٣) مفاهيم لدراسة نوعية الروابط الإنسانية "ووضع بعين الاعتبار قوة وضعف الروابط بين الأفراد ويميز بين الروابط القوية الموجودة بين أفراد العائلة والأصدقاء وزملاء العمل المقربون وبين الروابط الضعيفة الموجودة بين المعارف العادية... وقدم مجموعة من المحركات التي تقاس بها شدة الروابط منها: شدة العلاقة بمعنى كلما زاد التواصل مع الشخص كلما قوي الرابط مع هذا الشخص؛ ضغط الانفعالات بالأحداث التي تجري بين الأفراد والتعبير عنها له دور في زيادة الرابط بينهم، ويضيف الخصوصية والمصالح المتبادلة وتعدد العلاقات" (Rissoan, R, ٢٠١١: ٣٤-٣٧) هذه

الروابط هي نفسها التي نجدها في مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يزيد من قوة التفاعل بين الأفراد الذين يرغبون في استمرارية العلاقة بينهم وفي زيادة عدد المتفاعلين ومستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من شتى أنحاء العالم.

٣. الروابط الاجتماعية

يعد مصطلح الرابط الاجتماعي من المصطلحات المعقدة، وواسعة الدلالة ولهذا فمن الصعوبة بمكان صياغة تعريف واحد جامع وشامل لهذا المصطلح، ومن ثم فقد ظهرت تعريفات عدة تعاطت معه من منظورات مختلفة.

بداية يشتق الرابط لغة من الفعل رَبَطَ رَبْطاً، أي أوثقه وشده، وواظب عليه، والرابط ترجمة لكلمة Le lien وهي "ذات أصل لاتيني Ligamen ومعناه الشيء الذي يربط على الارتباط" (AKOUN, A et ANSART, P, ١٩٩٩: ٣٠٧). والرابط من ربط "جمع وخلق علاقة. يظهر هذا الترابط في الحالة الظاهرة أو الضمنية (...). تعمل على خلق وحدة متعلقة بالنوع الإنساني" (BOUVIER, P, ٢٠٠٥: ٢٦).

وللتعبير عن المفهوم الاصطلاحي للرابط الاجتماعي فإنه ذلك النوع من العلاقات التي تربط الفرد بالجماعة أو المجتمع ككل وتسمح له بالتنشئة الاجتماعية والاندماج في المجتمع، بحيث يستمد منها العناصر المكونة للهوية، فضلاً على أن الروابط الاجتماعية تسمح بالحفاظ على التماسك الاجتماعي من خلال تقاسم القيم المشتركة والضبط الاجتماعي أو هو مجموع التفاعلات التي تعمل على ربط الأفراد فيما بينهم (Cf. YEYES CUSST, P, ٢٠٠٧: ٥-٢٣)

وعليه يرتبط مفهوم الرابط الاجتماعي بمفهوم التفاعل، فكل الروابط الاجتماعية "تجذب الفرد من تفرد (Guillaume, ٢٠١١: ١٥) تجعله يندمج داخل الجماعة ولا يبقى قامعاً في حدود فرديته، وبالتالي تخلق منه فرد اجتماعياً؛ فالروابط الاجتماعية هي تلك الأشكال من العلاقات التي تربط الفرد بالمجموعات الاجتماعية وبالمجتمع، والتي تسمح له في نفس الوقت بأن يكون اجتماعياً وأن يندمج في المجتمع" (AKOUN, A et ANSART, P, ١٩٩٩: ٣٠٧) إن عبارة الرابط الاجتماعي "اليوم تستخدم لتعيين كل رغبة للعيش مع بعض، الإرادة في الربط بين الأفراد المختلفين، الطموح في التماسك العميق للمجتمع في وحدته" (PAUGMAN, S, ٢٠٠٨: ٤)، وبالتالي فهو يحمل معان عدة ومختلفة، وهذا ما ذهب إليه جان فرانسوا دورتيه في معجمه؛ حيث اعتبر عبارة الرابط الاجتماعي "عبارة سوسيولوجية عامة وغامضة، وقد تتخذ عدة معاني، وهي: (دورتيه جان فرانسوا، ٢٠٠٩: ٤٣٦)

- الرابط المدني، الذي يمكن تحديده بوصفه مجمل الروابط التي توحد الفرد بالحياة الجماعية، ويترجم ذلك بالمشاركة الانتخابية، والاستثمار في الحياة الاجتماعية، والانخراط في الجمعيات والنقابات والأحزاب السياسية.
- الروابط الاقتصادية التي تربط بواسطة عقد عمل بين المأجورين ومستخدميهم يستند هذا الرابط إلى المصلحة المتبادلة وإلى علاقات الثقة.

الجدول رقم (١)

يبين توزيع العينة حسب الجنس والسن.

الفئات العمرية	الذكور	%	الإناث	%	المجموع	%
21-18	45	37,5	44	36,67	89	74,17
25-22	10	8,33	9	7,5	19	15,83
29-26	5	4,17	7	5,83	12	10
المجموع	60	50%	60	50%	120	100%

١. عادات استخدام الفيسبوك

الجدول رقم (٢)

يبين منذ متى يستخدم الشاب الفيسبوك

المدة	الذكور	%	الإناث	%	المجموع	%
أقل من سنة	1	0,83	3	2,5	4	3,33
1 - 3	27	22,5	24	20	51	42,5
4 - 6	25	20,83	23	19,16	48	40
أكثر من 6 سنوات	7	5,83	10	8,33	17	14,17
المجموع	60	50%	60	50%	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب الشباب عينة الدراسة فتحو حسابات على الفيسبوك في مدة تفوق السنة إلى ثلاث سنوات بنسبة مئوية ٤٢,٥٪، أما الذين تتراوح مدة استخدامهم للفيسبوك بين أربع وست سنوات تحتل المرتبة الثانية بنسبة مئوية ٤٠٪، وتقدر النسبة للذين تفوق مدتهم ست سنوات بـ ١٤,١٧٪، أما الأقل من سنة فهي نسبة قليلة قدرت بـ ٣,٣٣٪. هذا يعني أن أغلب عينة الدراسة بدؤوا باستخدام الفيسبوك قبل سن ١٨ سنة.

الجدول رقم (٣)

هل صفحتك تحمل اسمك الحقيقي؟

الذكور	%	الإناث	%	المجموع	%
نعم	55	45,83	43	35,83	98
لا	5	4,17	17	14,17	22
المجموع	60	50%	60	50%	120

من خلال البيانات المدونة في الجدول يتضح أن أغلب عينة الدراسة فتحو حسابات على الفيسبوك باسمهم الحقيقي بنسبة ٨١,٦٧٪، مقسمة إلى ٤٥,٨٣٪ ذكور و ٣٥,٨٣٪ إناث، أما الذين فضلوا أن تكون صفحتهم باسم مستعار قدروا بـ ١٨,٣٣٪، مقسمة إلى ٤,١٧٪ ذكور و ١٤,١٧٪ إناث. فسر الشباب رغبتهم بظهور اسمهم الحقيقي في إمكانية تعرف أصدقائهم عليهم عبر الموقع، أما الذين فضلوا الاسم المستعار رغبة منهم بالتصرف بكل حرية وعدم التعرف عليهم.

• تأمين علاقات التكافل في مجتمعاتنا بواسطة أجهزة التأمين: الضمان الاجتماعي، الخدمات الاجتماعية، التأمين الخاص، يشكل التأمين شكلا من الرابط (التكافل الاجتماعي) الذي يوحد من دون أن يكون هناك أي وجود لتواصل شخصي.

• الرابط البين شخصي والذي أطلق عليه عالم الاجتماع والفيلسوف الألماني جورج سيمل (الاجتماعية sociabilité) يحيلنا ذلك إلى العلاقات الأسرية، والجوار والصدقة وإلى العلاقات الأخرى التي تقوم على التجاور والاتصال المباشر.

وتبعاً للمفاهيم السابقة يظهر مدى غنى مفهوم الرابط الاجتماعي وتعدد دلالاته واستعمالاته وكيف أنه يستدعي مفاهيم عديدة لتحديد، وهو يسمح بأن يكون الأفراد والجماعات وحدة اجتماعية يندمجون مع بعضهم البعض يتقاسمون نفس المعايير والقيم، فهو تنظيم وتنسيق للعلاقات الاجتماعية سواء كانت علاقات دينية أو أبوية أو علاقات سياسية، اقتصادية، ثقافية وغيرها. أو أنها ذات طابع دموي تقليدي أو حديث رسمي. على هذا الأساس طرح محمد بومخلوف ثلاث أبعاد للرابط الاجتماعية وهي: (بومخلوف، م. ٢٠٠٨: ٢٠-٢١)

• بعد طبيعي لما في البشر من طبيعة الالتحام ويعبر عنه بالروابط الدموية القائمة على النسب والعصية.

• بعد تقليدي ثقافي مكتسب قائم على الأعراف والمثل والقيم المشتركة ويعبر عنه بالروابط التقليدية. ويضم كافة الروابط التي تنشأ من العلاقات الاجتماعية التي تفرضها الحياة الاجتماعية من جيرة وصدقة وزمالة وغيرها التي تتميز بنوع معين من الالتزام.

• بعد عصري- حديث قائم على التضامن العضوي يتمثل في الروابط الحديثة التي تتميز بالاتساع والعمومية تفرضها طبيعة الحياة العصرية المعقدة.

وقد أشار عبد الكريم بويحيوي في دراسة ميدانية إلى أن "الروابط الاجتماعية تعرف حالياً تحولاً عميقاً في قواعدها وشروطها الأصلية من جراء التطور المذهل التي تلعبه كل وسائل الاتصال والإعلام التي تحفزها وتدعمها الثقافة العولماتية" (بويحيوي، ع. ٢٠٠٨: ٣٠٨)، وعليه أصبح كل واحد يقضي وقته بين أجهزته، ما قلل من فرص الالتقاء بين الأفراد بما فيهم الشباب كعنصر أساسي في بناء المجتمع، وبالتالي محدودية التفاعل الاجتماعي بينهم (سوامية، ن. ٢٠١٥: ١٧١) وعلى محك تلك التعريفات، تعتبر الروابط الاجتماعية بالنسبة لنا مجموع الصلات التي تربط وتشد الأواصر، كما تعني مجموع الالتزامات يشعر من خلالها الأفراد بأنهم أعضاء ضمن جماعة واحدة، ينشأ من خلال التفاعل الاجتماعي وينطوي على الاتصال الدائم بين الأفراد، وهو مجموعة من التفاعلات التي تعمل على ربط الأفراد فيما بينهم وربط كل فرد بجماعته.

ثانياً: نتائج الدراسة

قمنا بتصنيف نتائج الدراسة على حسب المحاور التي ضمتها استمارة الاستبيان، على عينة من الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم (٤)

يبين عدد الساعات التي يقضيها الشاب بالفيديو في اليوم (في المتوسط)

عدد الساعات	الذكور	%	الإناث	%	المجموع	%
أقل من سنة	00	00	3	2,5	3	2,5
1 - 3	24	20	39	32,5	63	52,5
4 - 6	34	28,33	18	15	52	43,33
أكثر من 6 سنوات	2	1,67	0	00	2	1,67
المجموع	60	50%	60	50%	60	100%

يوضح الجدول أن أغلب الشباب تتراوح مدة استخدامهم للفيديو بين ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم بنسبة ٥٢,٥٪، تليها نسبة ٤٣,٣٣٪ للذين يتصفحونه من أربع إلى ست ساعات، والأقل من ساعة بنسبة ٢,٥٪. أما نسبة الذين تفوق مدة استخدامهم الفيديو ست ساعات قدرت بـ ١,٦٧٪، ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها الشاب أثناء استخدامه الفيديو يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع. وتفاوتت النسب حسب الجنس، حيث أن أغلب الذكور تتجاوز مدة الاستخدام أربع ساعات بنسبة ٢٨,٣٣٪ ثم ٢٠٪ للمدة ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات و ١,٦٧٪ تفوق المدة عن ست ساعات، وتنعقد نسبة أقل من ساعة، أما الإناث فتقدر النسبة الأكبر للمدة ما بين الساعة إلى ثلاث ساعات: ٣٢,٥٪، تليها ١٥٪ للفترة أربع إلى ست ساعات ثم نسبة ٢,٥٪ للأقل من الساعة، وتنعقد نسبة الأكثر من ست ساعات لديهم، يبرز أن الذكور أكثر استخداما للفيديو.

الجدول رقم (٥)

هل تتصفح الفيديو يوميا؟

الذكور	%	الإناث	%	المجموع	%
نعم	55	45,83	48	40	85,83
لا	5	4,17	12	10	14,17
المجموع	60	50%	60	50%	60

يتضح من خلال الجدول أن أغلب عينة الدراسة يتصفحون الفيديو يوميا بنسبة ٨٥,٨٣٪، أما الذين لا يتصفحونه يوميا قدرت نسبتهم بـ ١٤,١٧٪، دليل على أن الفيديو أصبح ضرورة لا يمكن للشباب الاستغناء عنها.

الجدول رقم (٦)

هل يشعر غيابك عن الفيديو؟

عدد الساعات	الذكور	%	الإناث	%	المجموع	%
القلق	12	10	5	4,17	17	14,17
الفراغ	4	3,33	2	1,67	6	5
لا شيء	44	36,67	53	44,16	97	80,83
المجموع	60	50%	60	50%	60	100%

إن أغلب العينة حسب ما تتطرحه معطيات الجدول لا يشعرون بشيء عند غيابهم عن الفيديو بنسبة ٨٥,٨٣٪، تليها نسبة ١٤,١٧٪ للذين يشعرون بالقلق جملهم ذكور (١٠٪ بالمقارنة ٤,١٧٪ للإناث)، يعتبرون ضحايا الإدمان لأنهم كلما ابتعدوا عن الفيديو زاد قلقهم واضطرابهم، أما الذين يشعرون بالفراغ احتلت المرتبة الثالثة بنسبة ٥٪.

الجدول رقم (٧)

مع من تكون عندما تستخدم الفيديو؟

الذكور		%	الإناث	%	المجموع	%
غالباً	60	50%	60	50%	120	100%
أحياناً	0	0	0	0	0	0
أبداً	0	0	0	0	0	0
غالباً	17	14,17	3	2,5	20	16,67
أحياناً	42	35	53	44,17	95	79,17
أبداً	1	0,83	4	3,33	5	1,17
غالباً	0	0	0	0	0	0
أحياناً	2	1,67	1	0,83	3	2,5
أبداً	58	48,33	59	49,16	117	97,5

من خلال الجدول يتضح أن كل أفراد العينة غالباً يتصفحون الفيديو بمفردهم، وأحيانا مع أصدقائهم بنسبة ٧٩,١٧٪، و ٩٧,٥٪ للذين لا يتصفحون الفيديو مع أسرهم أبداً، دليل على أن الفيديو موقع شخصي. واستخدام رفقة أصدقائهم من أجل مشاركتهم التسلية.

٢. الاشاعات المحققة من استخدام الفيديو

لقد أضحى الفيديو جزءاً مهماً في حياة الشباب، فهو إلى جانب أنه مصدر من مصادر المعلومات يعد أداة ترفيهية، وقد أصبح متنفساً للأفراد، يقضي الشاب أمامه ساعات دون ملل.

الجدول رقم (٨)

يبين الخدمات المفضلة في استخدام الفيديو حسب الجنس

الذكور		%	الإناث	%	المجموع	%
60		50%	60	50%	120	100%
60		50%	60	50%	120	100%
6		5	1	0,83	7	5,83
60		50%	60	50%	120	100%

من خلال الجدول يتبين أن كل أفراد العينة يستخدمون الفيديو من أجل مشاركة أصدقائهم الصور والفيديو وكتابة التعليقات والدردشة،

وهي أكثر الخدمات التي يوفرها الفيسبوك كموقع تواصل، يسهل للشباب بناء العلاقات الافتراضية، ويسمح لهم بنشر أفكارهم وتطلعاتهم بكل حرية. أما عن الألعاب فالنسبة قليلة قدرت بـ ٥,٨٣% موزعة على ٥% ذكور و ٥,٨٣% إناث.

الجدول رقم (٩)

يبين دوافع استخدام الفيسبوك حسب الجنس

الذكور %	الإناث %	المجموع %	
60	50	57	47,5
20	16,67	43	35,83
5	4,17	11	9,17
60	50	59	49,17
60	50	55	45,83
5	4,17	0	0
12	10	7	5,83
14	11,67	3	2,5
45	37,5	4	3,33

يتضح لنا من خلال الجدول أن التواصل مع الأصدقاء تشكل أكبر دافع لاستخدام الشاب الفيسبوك بنسبة ٩٩,١٧%، تليها نسبة ٩٧,٥% المتعلقة بالترفيه والتسلية و ٨٣,٩٥% لدافع التعرف على أشخاص جدد، و ٥٢,٥% من أجل التعلم والتثقيف و ٤٠,٨٣% للراغبين في الهروب من الواقع، والنسبتين ١٥,٨٣% و ١٤,١٧% تتعلقان برغبة الشاب في التخلص من القلق والملل، والتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي على التوالي، وتقدر نسبة الراغبين في التواصل مع الأهل بـ ١٣,٣٣%، والراغبين بتكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر بـ ٤,١٧%.

ومنه يسهم الفيسبوك إلى حد كبير في خلق التواصل بين الأصدقاء، يساهم في التعرف على أشخاص جدد والتواصل مع الأهل ليبين لنا حاجة الشباب إلى التواصل، كما يمنح فرصة التخلص من النمط الروتيني للحياة اليومية بالترفيه والتسلية. ومن جهة أخرى نجد أن بعض الشباب يلجؤون إلى استخدام الموقع بسبب خلل ما في علاقاتهم الاجتماعية حيث يؤدي القلق والملل والفراغ العاطفي والاجتماعي- الذي قد يكون سببه قلة الاتصال والتواصل بين أفراد الأسرة أو بين الأصدقاء - لولوج الشباب الفيسبوك بحثا عن طرق جديدة لتعويض هذا الفراغ.

الجدول رقم (١٠)

يبين عدد الأصدقاء بالفيسبوك حسب الجنس

الذكور %	الإناث %	المجموع %	
1	0,83	5	4,17
8	6,67	21	17,5
10	8,33	21	17,5
41	34,17	13	10,83
60	50%	60	50%

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة يتراوح عدد أصدقائهم بالفيسبوك ٢٠١ إلى ٣٠٠ صديق بنسبة ٢٥,٨٣% و نسبة ٢٤,١٧% للذين يتراوح أصدقائهم ما بين ١٠٠ و ٢٠٠ وقدرت نسبة الذين لديهم أكثر من ٣٠٠ صديق بـ ٤٥% جلهم ذكور (٣٤,١٧% بالمقارنة مع ١٠,٨٣% للإناث) ، في حين قدرت نسبة ٥% للذين لديهم أقل من ١٠٠ صديق أغلبهم إناث (٤,١٧% بالمقارنة مع ٥,٨٣% إناث). ما يبرز أن الذكور يسعون أكثر للتعرف على عدد كبير من الأصدقاء.

الجدول رقم (١١)

يبين جنسية أغلب أصدقاء الفيسبوك

الذكور %	الإناث %	المجموع %	
48	40	41	34,17
1	0,83	14	11,67
11	9,17	5	4,16
60	50%	60	50%

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلب الشباب لديهم أصدقاء ذوو جنسية جزائرية بنسبة ٧٤,١٧%، تليها نسبة ١٣,٣٣% بجنسية أجنبية و ١٢,٥% بجنسية عربية. ومنه فالشباب يفضلون أكثر تكوين علاقات مع جزائريين، يحملون نفس الهوية.

الجدول رقم (١٢)

يبين أسس اختيار الأصدقاء حسب الجنس

الذكور %	الإناث %	المجموع %	
49	40,83	51	42,5
3	2,5	9	7,5
33	27,5	59	49,17
57	47,5	51	42,5

٧	٢٥	٢٠,٨٣	٢	١,٦٧	٩٣	٧٧,٥
٨	١٩	١٥,٨٣	٢١	١٧,٥	٨٠	٦٦,٦٧
٩	١٦	١٣,٣٣	١٣	١٠,٨٣	٩١	٧٥,٨٣
١٠	١١٦	٩٦,٦٧	١	٠,٨٣	٣	٢,٥
١١	٥٦	٤٦,٦٧	١٩	١٥,٨٣	٤٥	٣٧,٥

من خلال الجدول يتضح أن ٤٦,٦٧% من عينة الدراسة أقرروا بأنهم يقضون وقتاً في التحدث مع معارفهم وأصدقائهم عبر الفيسبوك أكثر من الوقت الذي يجلسون فيه مع أسرهم، ومنذ أن بدأوا باستخدام الفيسبوك يشعر جل المبحوثين بنسبة ٥٩,١٧% أن تفاعلاتهم مع أفراد أسرهم قل، و٥٥% يشعرون بأن زيارتهم لأقاربهم نقصت، و٥٤,١٧% غير موافقين على تراجع في نشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية. فقد أثر استخدام الفيسبوك على العلاقات والتفاعلات الأسرية، في حين أنه لم يؤثر على النشاطات الاجتماعية أثناء المناسبات العائلية التي تعد واجب على الشباب، تأتي تلبية لواجب "المجاملة" في معظم الأحيان من أجل الحفاظ على ما أسماه كوفمان E. Goffman بماء الوجه. وهي تؤكد على استمرار التواصل والمودة بين أفراد العائلة، وهو سلوك اجتماعي يحمل في مضمونه تأكيد لاستمرارية الروابط الاجتماعية.

كما يوافق أغلب الشباب أفراد العينة بنسبة تقدر بـ ٧٩,١٧% على أن الوقت الذي يقضوه في التحدث مع أصدقائهم عبر الأنترنت أكثر من الوقت الذي تقضونه معهم وجهاً لوجه، ونسبة ٨٠% يشعرون بأن علاقاتهم عن طريق الفيسبوك تسمح لهم بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من اتصالهم بأصدقائهم وجهاً لوجه. وبهذا أصبح التفاعل مع الأصدقاء لا يتم في علاقات الوجه للوجه، بل أصبح في عومهم عبر الفيسبوك، لأنه يتيح التكلم بكل حرية دون قيود.

ومن جهة أخرى لا يحس معظم أفراد العينة بنسبة ٧٧,٥% بالألفة والانتماء الاجتماعي مع جماعة الأصدقاء بالفيسبوك أكثر من الجماعات الأولية (الأسرة، والأقارب والأصدقاء)؛ حيث "يرى" Erich. Fromm (١٩٦٩) أن الحاجة إلى الانتماء تتبع من حقيقة أن الإنسان عليه أن يخلق نوع من العلاقة الخاصة به وهي تلك العلاقة المبنية على التفاهم والحب والإخلاص الذي يتضمن المسؤولية والاحترام والرعاية المتبادلة... يشعره الانتماء إلى جماعة معينة بالقوة ويستمد منه مكانة خاصة وتحقيق علاقات بين الفرد والآخرين للوصول إلى العمل الجماعي الهادف داخل جماعة الانتماء، الانتماء حسب فروم هو شعور الفرد على أنه مرتبط بالآخر ومقدر من طرف الآخرين" (بلال، ر. ٢٠١٥: ٧٩) فغياب هذه العناصر يخلق مشاعر سلبية لدى الفرد منها عدم الثقة فنجد من خلال

يتضح من الجدول أن أغلب العينة يختارون أصدقاءهم على أساس الاهتمام المشترك بنسبة ٩٠%، وعلى أساس المستوى المعرفي والثقافي بنسبة ٨٣,٣٣%، وعلى أساس علاقة الصداقة بـ ٧٦,٦٧%، أما علاقة القرابة تحتل المرتبة الأخيرة في اختيارات الشباب بنسبة ١٠%.

لهذا يرغب الشاب في الانخراط في جماعات تشاركه نفس الاهتمام، يحصل بين الشاب وجماعته تبادل، من شأن هذا التبادل أن يولد لدى الفرد "أفكار ومعتقدات وردود فعل شعورية وحاجات وطباع (...)" كل ذلك هو تعبير عن شبكة العلاقات التي ينبثق عنها الفرد ويندرج ضمنها " (ELIAS, N). ١٩٩١: ٧٢). إن اختيار الشباب إلى الاصدقاء حسب الاهتمام المشترك أو حسب المستوى المعرفي والثقافي ونقص جل الافكار والآراء والمعارف التي يملكها الشاب ويرغب في تقييمها " فالفرد لديه دافع لتقييم آرائه لذلك فهو بحاجة إلى الآخر من أجل التقييم الذاتي لأفكاره وآرائه، وبالتالي فهو بحاجة للانتماء إلى الجماعة من أجل تقييم هذه الأفكار والآراء وجعلها واقعية اجتماعية حيث يستمد هذا الواقع من جماعة انتمائه، فالفرد بحاجة إلى إطار توجيهي وإلى التقدير الاجتماعي" (بلال، ر. ٢٠١٥: ٨٤) وقد وجد الشاب في مواقع التواصل الاجتماعي المجال الخصب لعرض هذه الأفكار وتقييمها وتقديرها من طرف الآخرين لذلك نجدهم يولون قيمة زائدة إلى عدد المشاهدات وحث الآخرين إلى الإعجاب بها.

٣. اتجاهات الشباب لتأثيرات الفيسبوك على الروابط الاجتماعية

الجدول رقم (١٣)

يبين اتجاهات الشباب لتأثيرات الفيسبوك على الروابط الاجتماعية

العبارة	موافق		محايد		غير موافق	
	ن	٪	ن	٪	ن	٪
١ تقضي وقتاً في التحدث مع معارفك وأصدقائك عبر الفيسبوك أكثر من الوقت الذي تجلس فيه مع أسرتك	٥٦	٤٦,٦٧	١٠	٨,٣٣	٥٤	٤٥
٢ منذ أن بدأت تستخدم الفيسبوك تشعر أن تفاعلك مع أفراد أسرتك قل	٧١	٥٩,١٧	٣	٢,٥	٤٦	٣٨,٣٣
٣ منذ أن بدأت تستخدم الفيسبوك تشعر أن زيارتك لأقاربك نقصت	٦٦	٥٥	١٢	١٠	٤٢	٣٥
٤ منذ أن بدأت تستخدم الفيسبوك تشعر أن نشاطاتك الاجتماعية في المناسبات العائلية تراجعت	٥١	٤٢,٥	٤	٣,٣٣	٦٥	٥٤,١٧
٥ الوقت الذي تقضيه في التحدث مع أصدقائك عبر الأنترنت أكثر من الوقت الذي تقضيه معهم وجهاً لوجه	٩٥	٧٩,١٧	٠	٠	٢٥	٢٠,٨٣
٦ تشعر أن علاقاتك عن طريق الفيسبوك تسمح لك بالتكلم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من اتصالك بأصدقائك وجهاً لوجه	٧٢	٦٠	٨	٦,٦٧	٤٠	٣٣,٣٣

الأشخاص قد يحصلون عددا من المنافع من خلال الفيسبوك. أصبحت غرف الدردشة مجال لإفراغ المكبوتات، تعبيرا عن أحاسيس دفينية وعميقة، تعبيرا بأريحية دون جسد مقموع، الهدف ليس البحث في أن تكون جميلا بالنسبة للآخر، بل جميلا في ذاتك، فالهاجس ليس في فقدان علاقة وكسب علاقة أخرى، بل الهدف نشر الأفكار وتصورات، والانتماء إلى مجموعة تحمل نفس التطلعات.

لقد ضاعف الفيسبوك من فرص احتكاك الفرد وارتباطه بالآخرين ولكنها جعل هذه الاتصالات والروابط ذات طابع عابر وغير مستقر، فقد تزايدت قدرة الأفراد على التفاعل أينما كانوا، ولم يصبح المكان أو الحدود المكانية أو القرب المكاني محددا للتقارب الاجتماعي ولم يعد مؤشرا للتفاعل الاجتماعي. وبدأ الشباب ينزلون عن المجتمع ليدخلوا عالما جديدا عالم الإنترنت أين يتيح له نسج علاقات اجتماعية بمعايير جديدة، علاقات لا حدود لها وبعيدة عن الضوابط الاجتماعية وحتى الأخلاقية التي يفرضها المجتمع.

لم يعد الفيسبوك اليوم بالنسبة إلى كثير من الشباب شيئا غير مألوف بل أصبحت جزءا من حياتهم اليومية الفعلية، كما وضحت الدراسة الميدانية. فأجهزة الكمبيوتر وحتى الهواتف النقالة أضحت جزءا من حياة الأسرة، الأمر الذي صرف أفرادها عن الاتصال والحوار، فكل واحد مستقل بوسائله الإلكترونية، من خلال استخداماتهم لها بطرق مختلفة: كمصدر للمعلومات ومن أجل الدردشة والحوار والمناقشة وتبادل الآراء والأفكار وغيرها. هذه الأفعال تمثل صورا من صور التفاعلية المختلفة ومغطا من أنماطها، وهو تفاعل ليس مباشر ولا مماثل لحالة التفاعل المواجهي، وأصبح الفيسبوك فضاء يسمح بإنتاج روابط اجتماعية جديدة، فهي إذن مجال للمؤانسة يتم فيها تبادل وتشارك للمعلومات والأفكار وغيرها.

إن انخراط الشاب في الفضاء الافتراضي يتيح له بناء هوية افتراضية قد تكون تعبيرا عن هويته الحقيقية أو هي رغبة في الإفلات من الواقع الذي يعيشه الفرد، فهي وسيلة للتخيل ومعايشة عوالم غير موجودة في واقعه أو تكون من بين محرمات الهوية الاجتماعية، فيعيش الشاب بهويات متعددة.

ومنه لا وجود لقطيعة أو تفكيك للروابط الاجتماعية بل تشكيل نموذج جديد من الروابط الاجتماعية، نلمس استمرارية للعلاقات التقليدية وهي تتعايش مع البنيات والقيم الجديدة في ظل التحولات الاجتماعية تظهر سواء على مستوى التمثلات أو في أنماط السلوك والممارسات الاجتماعية للفاعلين الاجتماعيين. هذا ما أنتج نموذجا علائقيا جديدا هو في طور البزوغ.

هذه الدراسة أن ٦٧,٦٧٪ لا يثقون في معارفهم وأصدقائهم عبر الفيسبوك أكثر من ثقتهم في أصدقائهم ومعارفهم في الواقع، وأكد ٨٣,٨٣٪ من أفراد العينة على أن الروابط عبر الفيسبوك لا تعد حميمية، وهي لا تعادل الروابط الأولية (الأسرة، الأقارب والأصدقاء). ومنه نستنتج أن الجماعات الأولية ما زالت تحافظ على خصوصيتها ومكانتها بالنسبة للشباب، ولا يمكن للعلاقات والروابط الاجتماعية التي تنسج عبر الفيسبوك أن تعادل وتصل إلى نفس مكانتها ولا يمكن أن تقوم بدورها، فالألفة والانتماء الاجتماعي يتوفر ويكون أكثر ضمن الجماعات الأولية للشباب وأجمع الشباب على أن الاتصال عبر الفيسبوك ساعدهم في توسيع علاقاتهم وروابطهم الاجتماعية الافتراضية بنسبة قدرت ب٩٦,٦٧٪، في نفس الوقت أكد ٤٦,٦٧٪ من الشباب عينة الدراسة أنهم يشعرون بالوحدة والعزلة عن محيطهم الاجتماعي، فقلة تفاعل الشاب مع المحيطين به وقلة تواصله مع العالم الحقيقي ساهم في عزل الشاب عن المحيط الاجتماعي الواقعي.

إن الاستخدام المكثف للفيسبوك يحدث تقلص للعلاقات الاجتماعية الأولية للشباب -وخاصة مع أسرته وعائلته- لكن لا يقضي عليها، فمع الدردشة وقضاء وقت كبير على الفيسبوك يفقد الشاب مسار الزمن، يؤدي إلى عزله عن الأنشطة وحياته الواقعية، ويغوص في عالم افتراضي يبني من خلاله هوية جديدة مع أصدقاء عديدين من مختلف أنحاء العالم.

خاتمة

إن الإنترنت لم تعد مجرد شبكة عالمية أو مخزن هائل أو أداة استثنائية للتبادل السريع للمعلومات، بل أصبحت تؤدي اليوم مهامها ذات انعكاسات على صعيد العلاقات وتكوينها وقد تعبر عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض الشباب، فالإقبال الشديد على الإنترنت وغرف الدردشة يعبر في أحيان عديدة عن الهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان في ظاهرها.

إن ظاهرة غرف الدردشة التي صارت منتشرة بشكل يكاد يكون مرضيا تؤدي تدريجيا إلى الخلل في الروابط الاجتماعية الحقيقية، مما يقود إلى روابط وعلاقات أخرى. وأصبحت المكان الذي يستطيع فيه الشباب، أن يتحدثوا مع أنفسهم ومع غيرهم بصراحة دون أن يفصحوا عن شخصيتهم، في عالم افتراضي ليقولوا مالا يستطيعون قوله في الاتصال المباشر، الأمر الذي قد يسبب فتورا شديدا، بسبب توجه الأفراد نحو غرف المحادثة وتفضيلها على الجلوس مع أفراد الأسرة والعائلة وكذا أصدقائه في عالمه الحقيقي، والتحدث إليهم مباشرة.

فالمحادثة عبر الإنترنت أو ما يعرف بالدردشة تعطي الشخص الفرصة للكلام عن أشياء لا يستطيع قولها مباشرة كالحديث عن شيء يخجلون منه وجهها لوجه، فهناك الكثير من الشباب الذين يتميزون بالانطواء الذاتي تفتحت مشاعرهم من خلال الإنترنت وهو ما يظهر في العزلة الاجتماعية وعدم الاتصال الإيجابي بالعالم الخارجي، وهذه النوعية من

قائمة المراجع

١. بلال ريم (2015). "أبعاد تمثلات العمل وعلاقتها بالشعور بالانتماء إلى المؤسسة" أطروحة دكتوراه في علم النفس، جامعة وهران2. الجزائر.
٢. بومخلوف محمد (2008). "الاجتماعية ومشكلة الثقة"، من الروابط الاجتماعية في المجتمع الجزائري، فعاليات الملتقى الوطني الرابع لقسم علم الاجتماع، منشورات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر.
٣. بويحيوي عبد الكريم (2008). "تفكك الرابطة الاجتماعية عبر وسائل الاتصال من الأنوميا إلى ظاهرة الخواء الاجتماعي" من الروابط الاجتماعية في المجتمع الجزائري، فعاليات الملتقى الوطني الرابع لقسم علم الاجتماع، منشورات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر.
٤. دورتيه جان فرانسوا (2009). معجم العلوم الانسانية، ترجمة: جورج كتورة، ط1، كلمة ومجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الامارات العربية المتحدة.
٥. سواملية نورية (ديسمبر 2013). الشباب والفضائيات الدينية (دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة وهران نموذجاً)، مجلة دراسات، العدد 4، جامعة بشار، الجزائر.
٦. سواملية، نورية. (2015). الرابط الاجتماعي الحضري. أطروحة دكتوراه في الأنثروبولوجيا، جامعة وهران2. الجزائر.
٧. علي ليلي وآخرون (1991). الشباب القطري: اهتماماته وقضاياها، مركز الوثائق الدراسات الشبانية، جامعة قطر.
٨. AKOUN A. - ANSART P. (1999). Dictionnaire de sociologie, Le robert, Seuil, Paris.
٩. BOUVIER P.(2005). Le lien social, Editions Gallimard, Paris.
١٠. ELIAS N.(1991). La société des individus, Traduit de l'allemand par Jeanne Étoré, Fayard, Paris.
١١. Fruits de la passion (1986). Der 20/30 ans se mettent à table, Le feu de la vie, Ed Ouvrières, Parie.
١٢. GAUTHIER.M. et PACON.D.(2001). Regard sur la recherche sur les jeunes et la sociologie au canada, Ed de l'IQRC.
١٣. GOFFMAN E. (1973). La mise en scène de la vie quotidienne, Les éditions de minuit , Paris.
١٤. GOFFMAN E.(1974). Les rites d'interaction, Les éditions de minuit, Paris.
١٥. Guillaume P. (Sous la direction) (2001). Les solidarités : Le lien dans tous ses états, Maison des Sciences de l'homme d'aquitaine, France.
١٦. PAUGMAN S.(2008). Le lien social, Puf, Paris.
١٧. YEVES CUSST P.(2007). Le Lien Social, 1ere édition, Armand Colin, Paris.
١٨. SALGUES, BRUNO. (2013).30ans de téléphonie mobile, édition Lulu. com.
١٩. MOREAU, LOUISE. (1997). Sociolinguistique, Edition Mardaga.
٢٠. RISSOAN, ROMAIN. (2011). Les réseau sociaux : Facbook, Twitter, LinkedIn, video, Google+,éditions ENI.

الكتابات الجدارية الفايسبوكية وقيم الشباب (دراسة ميدانية في التمثلات والأثر)

د. شهرزاد سوفي

جامعة عباس لغرور خنشلة - الجزائر

Soufi.chahrazed@univ-khenchela.dz

ملخص

تسعى هذه الدراسة للبحث في تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وأثرها على سلوكياتهم، بالاعتماد على المنظور القيمي الذي من خلاله تم اعتبار القيمة المتغير الأساس لبحث الظاهرة وأن أي أثر إيجابي أو سلبي للكتابات الجدارية الفايسبوكية مرده الاقتران أو الابتعاد عن القيمة، هذه الأخيرة التي مصدرها الدين الإسلامي وتعمل في إطار ما جاءت به الشريعة الإسلامية "القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة"، إضافة إلى التركيز على جوهر مقرب التمثلات الذي ننظر من خلاله للقيمة على أنها نواة مركزية لأي تمثل تحدد بذلك علاقة الشباب الجزائري بـمضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية وعن طريقها - كمعرفة سابقة- يمكن تبرير السلوكات الناجمة.

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من الإجراءات المنهجية لبحث الموضوع كمنهج المسح الوصفي التحليلي، أداة الاستبيان، أساليب إحصائية معينة....

الكلمات المفتاحية

القيم، الكتابات الجدارية الفايسبوكية، التمثلات، الأثر، موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، الشباب.

المقدمة

ينظر للجمهور على أنه مستقبل للمحتويات الإعلامية والاتصالية فقط؛ إلى التحول في دوره ليصبح بفعل مواقع الشبكات الاجتماعية مستخدما فاعلا يقوم بدور - الإرسال والاستقبال - معا.

تغلغلت مواقع الشبكات الاجتماعية بكل أنواعها في حياة الأفراد، وأصبحت المتنفس الأول للتعبير عن آرائهم وأفكارهم والتواصل مع أصدقائهم في مناطق متباعدة من العالم والتقارب الثقافي وتجاوز التباين والاختلاف العرقي والديني والسياسي والتكنولوجي... وحتى المأزق الجغرافي الذي كان قبل هذه الطفرة التحويلية في حياة المجتمعات البشرية عائقا يحول دون الوصول للآخر من كل أنحاء العالم.

يتموقع فايسبوك على رأس هذه الشبكات الاجتماعية لما له من ميزات وخدمات مستحدثة وقدرة على تلبية حاجات ومتطلبات الأفراد المستخدمين من كل الفئات والمستويات بحيث يحقق أرقام استخدامية هائلة تفوق ما نسبته ٢,٩ مليار مستخدم حول العالم.

إشكالية الدراسة

يرتبط نجاح موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك بخدماته المتعددة كتحميل الصور أو مقاطع الفيديو، الدردشة، القصص، مشاركة الروابط، الكتابات الجدارية... وغيرها من الخدمات التي يعمل الموقع على

عرف العالم خلال السنوات الأخيرة من القرن العشرين وامتدادا إلى العقد الأول من الألفية الثالثة تغيرات عميقة في شتى المجالات، في مقدمتها الانفجار التكنولوجي الهائل القائم على دمج العالم في التقنية وعصر الرقمنة بفعل شبكة "الانترنت" التي تتصدر قائمة كل التطورات التكنولوجية دون منازع، بفضل ميزات التي ألغت حدود الزمن والجغرافيا وجمعت العالم في "قرية كونية" على حد تعبير مارشال ماكلوهان، فسهولتها والتفاعلية التي تتيحها وقدرتها على خلق فضاء كوني للجماعات الإنسانية المختلفة بعيدا عن أي حواجز وانتماءات وتقسيمات سياسية، دينية وعرقية... جعلتها أهم وسيلة اتصال لدى الأفراد والمجتمعات وأعظم انجاز عرفته البشرية على الإطلاق.

وبحكم التطورات المختلفة التي صاحبت شبكة الانترنت الحاضرة لأجيال الويب المتلاحقة بما فيها Web2.0 الذي استحدث نمطا اتصاليا جديدا - مفتحا - على كل شرائح المجتمع وأنظمته بحد معتبر من الحرية في الاستخدام والتملك والتعبير عن الرأي، عُرف هذا النمط الاتصالي التفاعلي - المفتوح - بمواقع الشبكات الاجتماعية التي بدورها أصبحت ظاهرة اتصالية كونية بفعل انتشارها وتزايد عدد مشتركها، إضافة إلى خدماتها وميزاتها المتنوعة، فهي منصات الكترونية اجتماعية تغلغلت في شتى مجالات الحياة الإنسانية والسياسية والإعلامية والاقتصادية والتعليمية... كما تجاوزت النمط الاتصالي التقليدي الذي

بها الإنسان عن واقعه بعبارات ورسومات ورموز وصور... باستعمال خط اليد أو النقش أو قارورات الرذاذ... في أماكن عمومية أو مغلقة محملة بموضوعات مابين الشخصية والسياسية والاجتماعية والرياضية والعاطفية... الخ، فمنها ما كان ملتزما بمعايير المجتمع وقيمه ومنها ما هو خارج عنها، وهي بالضرورة كتابات جدارية تعبر عن مكنون كاتبها مجهول الهوية في الغالب، وكحال الكثير من ممارسات وسلوكيات الشباب وأمثاط التعبير عندهم التي انتقلت من الواقع إلى الافتراض فإن الكتابات الجدارية الفاييسبوكية انتقل فيها الشباب من الجدار الواقعي إلى الجدار الفاييسبوكي للتعبير عن ذاتهم وأفكارهم وآرائهم وواقعهم وقيمهم وتمثلاتهم وهويتهم... باستعمال رمزية النص والصورة والفيديو والكلمة.

إن الكتابات الجدارية الفاييسبوكية بكل أنواعها وموضوعاتها ما هي إلا نشاط اتصالي وواجهة إسقاط يُسند عليها الشباب مرجعيتهم وكل ما يتعلق بهم وبواقعهم بما فيها "القيم" التي تؤسس لانتماهم وتعمل كضابط وموجه لسلوكياتهم عند كل اختراق أو اختلال يفرزه التعاطي مع محتويات موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك والانفتاح على قيم الآخر — قيم الحداثة والتطور — فالقيم التي نشأ عليها الشباب الجزائري تتضح مرجعيتها وأهدافها كونها نابعة من مصدر ديني سماوي "دين الإسلام" وما جاء به من تعاليم القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ، ويعمل الشباب على تجسيدها في سلوكياتهم، ويتناقضون تدعيما لها — قصدا أو دون قصد — عبر كتاباتهم الجدارية الفاييسبوكية، إذ تتموضع — القيم — في نموذج واضح يتمثله الشباب ويستحضره وينظم به فهمه للواقع وأدواره عبر هذه الكتابات فيعزز بناءً على تمثلات سابقة له — للقيم — سلوكه التفاعلي مع ما يتلقاه من رموز في عالم مضطرب ومتغير بصفة متسارعة، فعملية تمثيل القيم لا تتوقف على مستوى مجرد فقط، كما لا تعمل دون سلوك يمثّلها ويعبر عنها فتكون ظاهرة ومرغوبة في أفعال الشباب وتحكم كل مناحي حياتهم المختلفة وعلى هذا الأساس فإن القيم تسمو بالشباب إلى المنزل المعنوية وهي إطار مرجعي يحتكم إليه هذا الأخير — الشباب — عند تلقي أي مضمون يعزز، يتناقض أو يتنافى مع قيمهم وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم.

بناء على ما سبق طرحه فإننا نحاول تسليط الضوء في هذه الدراسة على الطريقة التي يستحضر بها الشباب الجزائري قيمهم في شكل — تمثلات — أثناء علاقتهم التفاعلية مع مضمون الكتابات الجدارية الفاييسبوكية لتوجيه سلوكياتهم وتحديد أثرها فيهم — الكتابات الجدارية الفاييسبوكية — إيجابا أو سلبا وفق مبدأ الاقتران بالقيم من عدمه بدراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الفاييسبوك، وهذا من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي تمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية ؟ وما هو أثرها على سلوكياتهم ؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا يختلف استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك من حيث عادات وأمثاط الاستخدام، باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي).

تحديثها باستمرار لمجاراة التطورات الحاصلة في مجال جودة الاتصال، كما يخلق موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك بيئة افتراضية أكثر مرونة للتفاعل والتواصل بين المستخدمين، والانفتاح على الآخر — المختلف دينا وعقيدة وثقافة ولونا ومظهرا — والكشف عن وجود مجتمعات أخرى خارج "المكان" تسمى المجتمعات الافتراضية تجمعها روابط واهتمامات مشتركة ناتجة عن التفاعلات الحاصلة ضمن الفضاء الافتراضي — فاييسبوك — الذي أشيع بالضرورة حاجة الأفراد وافتقارهم لممارسات معينة ضمن مجتمعاتهم الواقعية، فحركة الانغماس الحاصلة للمستخدم في موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك أوجدت عالما آخر بأدوار مختلفة وتمثلات أخرى للأفراد قد تكون امتدادا للواقع بأجساد افتراضية تتطابق أولا تتطابق معه، تؤسس لحركية شاملة سلبا أو إيجابا على حياة هؤلاء الأفراد، نظرا لما يحمله هذا الفضاء والأجساد المستغرقة فيه من قيم وثقافات وآراء وأفكار ومعتقدات.

وينجذب الشباب عادة إلى موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك نظرا لميزاته في التفاعل والتواصل الآني الذي يغيب عن النمط الاتصالي التقليدي بوسائله، فينظر لهم على أنهم أول العناصر الاجتماعية تبني لأي مستحدث تكنولوجي اتصالي جديد بحثا عن التجديد والتغيير وإثبات الذات والتمرد على المجتمع والبحث عن الهوية عكس الفئات العمرية الأخرى — المتقدمة في السن — مثلا.

إن أي مجتمع كان في مرحلة تبنيه لأي تكنولوجيا جديدة مفتوحة على العالم نجده يحمل هاجسا من الخوف من هذه التكنولوجيا، كحال المجتمعات العربية بصفة عامة والجزائر خاصة، هذا التخوف يعود بالأساس إلى ما يحمله موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك — على الرغم من كل ميزاته الإيجابية — فإن اندفاع الشباب إلى استخدامه بكثافة والانغماس في مضامينه من شأنه أن يؤثر على جانب مهم في حياتهم، قد يبدو واضحا في قيمهم وسلوكياتهم وهويتهم الثقافية، وينسجم موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك مع طبيعة الشباب الجزائري ووضعهم الاجتماعي والفراغ الذي يعيشونه بفعل البطالة والتسرب المدرسي ونقص المرافق بتجهيزاتها لاحتواء هذه الفئة بما يتناسب مع حاجاتهم واهتماماتهم وميولاتهم ومواهبهم ... فكما يؤدي الفراغ وغياب التوجيه من طرف مؤسسات التنشئة الاجتماعية وضعف التحصين القيمي إلى الانسحاب لإدمان المخدرات أو الجريمة أو الهجرة... كذلك هذا الفراغ يؤدي إلى الاستغراق في موقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك الذي يعد متنفسا للشباب الجزائري وبيئة رمزية للتعبير عن ذاتهم والإفلات من واقعهم المعاش إلى واقع افتراضي يجعلهم يتعاضون مع عوالم رمزية متعددة بأجساد افتراضية محملة بقيم وثقافات وعادات وتقاليدهم تتلاءم أو لا تتلاءم مع الشباب الذي يتأثر بشكل أو بآخر بثقافة مجتمعه وقيمه كما له القدرة على تقبل وتبني ما يحمله الآخر.

ويقف الوازع القيمي الذي نشأ عليه الشباب الجزائري كأهم عامل يحدد — حضوره وغيابه — الاستخدام الإيجابي أو السلبي لموقع الشبكة الاجتماعية فاييسبوك، خاصة حين يتعلق الأمر بأحد خدماته الذي يستهدف موقع الفاييسبوك تحديثها بميزات جديدة من وقت لآخر وهي الكتابات الجدارية الفاييسبوكية، فالكتابة الجدارية عموما " الغرافيتي " عرفتها المجتمعات منذ القدم ولا زالت كظاهرة موجودة لليوم، عبر

الفرضية الثانية: لا تختلف طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية وتمثلاتهم للقيم المتضمنة فيها باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي).

الفرضية الثالثة: لا تختلف آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي).

أسباب اختيار الموضوع

يحتمل الباحث في اختياره لموضوع معين إلى عدة عوامل توصف بالذاتية والموضوعية تساعده على دراسة موضوعه دراسة علمية جادة تسهم في إثراء الرصيد المعرفي والإنساني عموماً، ويرتبط اختيارنا لهذا الموضوع بمعايير موضوعية وأخرى ذاتية نطرحها كما يلي:

- دور موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك في حياة الأفراد والمجتمعات والمكانة التي وصل إليها تنعكس في عدد مستخدميه على مستوى العالم كله والجزائر على وجه الخصوص حيث فاق عدد مستخدميه نصف سكان الجزائر عند كل فئات وشرائح المجتمع بما فيهم الشباب.
- سلوكيات الشباب وممارساتهم اليومية التي باتت ملاحظة بشكل واضح، يقوم من خلالها موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك بدور محوري في توجيه سلوكياتهم والتأثير عليهم عن طريق خدماته المتاحة بما فيها الكتابات الجدارية الفايسبوكية على اعتبارها واجهة أمامية للشباب المستخدم تعبر عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم وعاداتهم وتقاليدهم وتمثلاتهم وقيمهم... بأشكال نصية مختلفة صوتاً وصورة وكلمة وفيديو...

- الرغبة في بحث موضوع التمثيلات لجاذبية المفهوم من جهة وغموضه الذي تسعى الباحثة إلى تفكيكه في هذه الدراسة من جهة أخرى، خاصة وأنه مفهوم حديث نسبياً في حقل علوم الإعلام والاتصال ومحاولة استنطاقه في علاقة منطقية بالظاهرة الإعلامية والاتصالية التي تنسم بالمرونة إسقاطاً ودراسة مع العلوم الأخرى علم النفس، علم الاجتماع... خاصة فيما يتعلق باستعارة المفاهيم وربطها بالتخصص وهو ما انعكس فعلياً من خلال دراستنا هذه.

أهداف وأهمية الدراسة

- معرفة طبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.
- التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية وتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين هذا الاستخدام والمتغيرات السوسيو ديمغرافية "النوع، المستوى التعليمي".
- الكشف عن القيم التي تتضمنها الكتابات الجدارية الفايسبوكية من وجهة نظر الشباب الجزائري.

- رصد تمثيلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية واستكشاف الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين هذه التمثيلات والمتغيرات السوسيو ديمغرافية "النوع، المستوى التعليمي".

- وصف الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري وتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين هذه الآثار والمتغيرات السوسيو ديمغرافية "النوع، المستوى التعليمي".

- الكشف عن العلاقة الارتباطية بين تمثيلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وطبيعة سلوكياتهم.

وتكمن أهمية الدراسة في أهمية المتغيرات التي تعالجها فأهمية موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك تأتي من المكانة التي يحتلها في حياة الأفراد انطلاقاً من انتشار استخدامه وزيادة التفاف مختلف شرائح المجتمع حوله، إضافة إلى تغلغله في شتى النظم الاجتماعية والسياسية والثقافية... هذا التغلغل أثار جدلاً حول تأثيراته المحتملة، أما أهمية القيم فتكمن في دورها الأساسي في بناء المجتمع وتنظيمه وتحقيق الانسجام داخله خاصة في ظل التغيرات المتسارعة وانفتاح العالم وبروز قيم كونية جديدة — قيم الحداثة والتطور — التي تتناقضها طبيعة الحال وسائل التواصل الاجتماعي، أين أوقعت المجتمعات العربية الإسلامية بما فيها المجتمع الجزائري بكل فئاته خاصة الشباب في حالة صراع ما بين قيمهم المستمدة أساساً من تعاليم الدين الإسلامي — القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة — وبين هذه القيم الجديدة التي تشعروهم بنوع من التحرر من المجتمع وقيوده والدين وحدوده.

المفاهيم الإجرائية للدراسة

١. الأثر

نقصد بالأثر في دراستنا هذه " النتيجة الظاهرة في سلوكيات الشباب الجزائري انطلاقاً من تفاعلهم مع محتويات الكتابات الجدارية على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك التي يسعى المستخدمون إلى تكييفها مع الشباب لإحداث التأثير المطلوب فيهم — معرفياً، وجدانياً، سلوكياً — ويكون هذا الأثر إيجابياً إذا كانت هذه الكتابات مرتبطة بالقيم وسلبياً إذا ابتعدت عن القيم".

٢. السلوك

نقصد بالسلوك في دراستنا هذه " جملة الممارسات والتصرفات وردود الأفعال الظاهرة للشباب الجزائري، — الإيجابية أو السلبية — الناتجة عن العلاقة التفاعلية القائمة بينهم وبين ما يحمله موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك من كتابات جدارية فايسبوكية تقرر أو تبتعد عن القيم التي تعتبر موجهاً أساسياً للمحتوى من جهة ولسلوك الشباب من جهة أخرى، كونه يعمل كأداة تجسد فيه القيم، وهو بدوره ينقلها عبر هذه الكتابات الجدارية الفايسبوكية".

٣. الشباب

نقصد بالشباب في دراستنا هذه "الشباب الجزائري مستخدمي الفايسبوك، وهم الفئة الاجتماعية الممتدة زمنياً من [١٨-٣٥] سنة، هذه

الفئة لها ميزاتها وخصائصها النفسية والجسدية والاجتماعية التي تنفرد بها عن بقية الفئات العمرية الأخرى، وتعتبر أكثر العناصر الاجتماعية تقبلا لكل ما هو جديد بما فيها استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك، ويتأثر هؤلاء الشباب بالقيم التي اكتسبوها عن طريق كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فنجدهم يعملون بشكل أو بآخر على تناقلها أو تلقيها عن طريق الكتابات الجدارية الفايسبوكية".

٤. القيم:

تبنى في هذه الدراسة القيم من منظور الحتمية القيمية في الإعلام ونقصد بها " ما يسمو بالفرد إلى المنزل المعنوية، وما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين — القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة — ويكون هذا الأخير مصدرها الأساسي، وتنعكس هذه القيم في شكل معايير ومبادئ وقواعد ومثل ... تصبح في تكوين الفرد عبارة عن حقائق مؤكدة تتشكل في تمثلاته وسلوكياته، فالإنسان لا يعد مصدرا للقيم وإنما أداة تتجسد فيه، معنى ذلك: أن الشباب الجزائري أداة تتجسد فيه القيم التي تعمل كإطار مرجعي يحتكم إليه عند تلقي مضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية للمفاضلة بين ما هو مرغوب وغير مرغوب فتكون بذلك موجها لسلكه، وتعد القيم التي مصدرها الدين قيم إيجابية وما دون ذلك فإنه يتأتى من علاقة — الاقتران أو الابتعاد — عن القيم".

٥. التمثلات:

نقصد بالتمثلات في دراستنا هذه " الطريقة التي ينظم بها الشباب فهمهم للواقع من خلال استحضار أو توظيف معرفة سابقة عن الموضوع — القيم — بحيث تسهم هذه المعرفة السابقة في تحديد تمثلاتهم التي تتشكل نتيجة تفاعل مكونات عقلية، نفسية، دينية، اجتماعية...توجه سلوك الأفراد وممارساتهم وتحدد هويتهم داخل الحقل الاجتماعي". ونقصد بالتمثل للقيم في دراستنا هذه "الطريقة التي يستحضر بها الشباب قيمهم كمعرفة سابقة في صورة تتشكل لديهم أثناء علاقاتهم التفاعلية بمضمون الكتابات الجدارية الفايسبوكية، تحدد هذه المعرفة السابقة مستوى التماثل — التطابق — بين ما يحملونه من قيم وما يحمله الآخرون وينعكس في كتاباتهم الجدارية، ويتحدد بناء على ذلك سلوكهم فيما هو مرغوب أو غير مرغوب".

٦. الكتابات الجدارية الفايسبوكية:

نقصد بالكتابات الجدارية الفايسبوكية في دراستنا هذه " ما يتضمنه الجدار الفايسبوكي باعتباره الواجهة الأمامية لصفحة المستخدم، والوسيلة

الاسقاطية الخاصة التي يعبر فيها عما يفكر أو يشعر أو يجول في خاطره من موضوعات متنوعة على شكل كتابة جدارية معبر عنها بكلمة أو صورة أو فيديو أو رابط أو رموز وإشارات ... تعكس تمثلاته وآرائه وأفكاره وقيمه تجاه الموضوعات والقضايا التي تهتم وينشرها بالمشاركة مع العامة من الناس أو مع الأصدقاء، وتتضمن هذه الكتابات الجدارية الفايسبوكية بالضرورة قيما من شأنها أن تؤثر في الآخرين أو تخلق عندهم تمثلات معينة تجاه الموضوعات التي يلغون بعد نشرها تفاعلا يكون على شكل إعجاب أو تعليق أو مشاركة لا تبقى على مستوى الافتراض فقط بل يمكن أن تمتد إلى الواقع في شكل سلوكيات.

الدراسات السابقة

اعتمدنا على مجموعة من الدراسات السابقة التي استفدنا منها في فهم موضوع الدراسة وضبطه من جوانب عديدة وسنكتفي فقط بذكرها كعناوين لأن الورقة البحثية لا تتسع لكل التفصيلات المتعلقة بالموضوع.

دراسات محلية:

الدراسة الأولى للباحثة وهيبة بشريف بعنوان تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية — دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، ٢٠١٨^١

الدراسة الثانية للباحث رمزي جاب الله بعنوان القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري — دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة ١، ٢٠١٧^٢

الدراسة الثالثة للباحثة هالة دغمان بعنوان مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم — العلاقة بين الواقعي والافتراضي، ٢٠١٦^٣

الدراسة الرابعة للباحثة صونية عديش بعنوان الشبكات الاجتماعية على الانترنت دراسة مسحية لمستخدمي الفايس بوك من طلبة جامعات الجزائر العاصمة (٣،٢،١) ٢٠١٤^٤

دراسات عربية:

الدراسة الأولى للباحث إبراهيم قائد أحمد بعنوان استخدامات الطلبة اليمنيين للفايسبوك والاشباكات المتحققة منه، ٢٠١٧^٥

١ وهيبة بشريف: تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية- دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة ١، ٢٠١٨-٢٠١٩.

٢ رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة ١، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص إعلام واتصالات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة ١، ٢٠١٧-٢٠١٨.

٣ هالة دغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم -العلاقة بين الواقعي والافتراضي-دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفايسبوك، أطروحة دكتوراه LMD، تخصص دراسات الجمهور، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١٦-٢٠١٧.

٤ صونية عديش: الشبكات الاجتماعية على الانترنت-دراسة مسحية لمستخدمي الفايس بوك من طلبة جامعات الجزائر (٣،٢،١)، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١٤-٢٠١٥.

٥ إبراهيم قائد أحمد: استخدامات الطلبة اليمنيين للفايسبوك والاشباكات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٣٦، السنة التاسعة، مارس ٢٠١٧.



فرضية يمكن اختبارها.^{١٣}

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي التحليلي والذي يعرف على أنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكياتهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها ما يوفر جانباً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية.^{١٤}

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان والتي تستخدم لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المركبة بأسلوب منطقي، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.^{١٥}

حاولنا عند تصميم الاستبانة وإعداد الأسئلة العمل على موافقتها لغرض الدراسة وأهدافها، لتصبح قابلة للإجابة على تساؤلات البحث، حيث بدت الرؤية الشخصية للباحثة واضحة انطلاقاً مما طرحه نظرية الحماية القيمة من افتراضات حول الآثار الإيجابية والسلبية، وكذا ما يطرحه مقياس القيم (ASN)؛ من أبعاد وقيم اعتمدناها في تصميم الأداة، حيث كانت محكمة نظرياً، وتم صياغة الأسئلة بما يتوافق مع كل شروط صياغتها من الوضوح، الدقة، بساطة التعبير ليفهمها المبحوثين وتتم الإجابة عليها، ثم عرض الاستمارة الأولية على الأستاذ المشرف الذي عدّل فيها من حيث الأسئلة، صياغتها، هيكلتها وترتيبها، وتضمنت المحاور التالية:

المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية للشباب الجزائري عينة الدراسة.

يحتوي هذا المحور على البيانات الشخصية للمبحوثين كالنوع، المستوى التعليمي، الحالة المدنية، الوظيفة.

المحور الثاني: طبيعة استخدام الشباب الجزائري موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

الدراسة الثانية للباحث ممدوح منيزل فليح الشرعة بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، ٢٠١٧^٦

الدراسة الثالثة للباحث وسام طليل البشاشة بعنوان دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيس بوك، تويتر)، دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أمودجا، ٢٠١٢^٧

الدراسة الرابعة للباحث نصر الدين لعياضي بعنوان الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية — مقارنة للتمثلات والاستخدامات، ٢٠١١^٨

دراسات أجنبية:

الدراسة الأولى للباحث Abhijit Paul بعنوان أثر الفيسبوك على الشباب الحضري — دراسة في مدينة كولكاتا — ميتروبوليتان، ٢٠١٧^٩

الدراسة الثانية للباحثين Vanessa.R Ursual.O , Andrés.Ch بعنوان التمثل الذاتي للمراهقين عبر فايسبوك، ٢٠١٦^{١٠}

الدراسة الثالثة للباحثة Rita Njorge بعنوان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب في تغيير السلوك — دراسة حالة الطلبة بجامعات مختارة في نيروبي - كينيا، ٢٠١٣^{١١}

الدراسة الرابعة للباحث Georges Funny بعنوان سيميوطيقا التمثلات الذاتية في الوسائط التفاعلية — التواجد الرقمي، ٢٠٠٧^{١٢}

الإجراءات المنهجية للدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والقيم والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة وفق النظم والمؤسسات الإعلامية، وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر مع غيرها في إطار

٦ ممدوح منيزل فليح الشرعة: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد ٤٤، ع ٤، ملحق ٨، الجامعة الأردنية، ٢٠١٧، ص-ص ١١٣-١٣٠.

٧ وسام طليل البشاشة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها -فيس بوك، تويتر- دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أمودجا، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، ٢٠١٢-٢٠١٣.

٨ نصر الدين لعياضي: الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية — مقارنة للتمثلات والاستخدامات، مجلة أفكار وآفاق، العدد ٢، جامعة الجزائر ٢، جويلية- ديسمبر ٢٠١١، ص-ص ٦٥-٩٣.

٩ Abhijit Paul: Impact of Facebook on urban youth-a study on Kolkata metropolitan, International journal of research in social sciences, ٧٧, Issue ٧, July, ٢٠١٧.

١٠ Usula Oberst and others: Gender stereotypes, Media Education Research Journal, Communicar, N°٨-٢٠, XXIV, Self representation of adolescents on facebook, ٢٠١٦.

١١ Rita Njorge: Impact of social media among the youth on behavior change- A case study of university students in selected universities in Nairobi-Kenya, master thesis in communication, studies of the school of journalism and mass communication, university of Nairobi, ٢٠١٣, p-p ٧١-١.

١٢ Georges Funny: sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs -Lexis Numérique, L'linguistiques, Université Panthéon, Sorbonne, Paris, ٢٠٠٧.

١٣ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ١، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ١٣.

١٤ المرجع نفسه، ص ١٥٨.

١٥ ربيحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، ط ١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، ٢٠٠٠، ص ٨٢.



يحتوي هذا المحور على تسعة أسئلة تتعلق بعادات وأنماط استخدام الموقع والفترة الزمنية التي يقضيها المبحوث مع الوسيلة، إضافة إلى السياق المكاني للاستخدام والنشاط الأكثر تفضيلاً للمبحوث ودوافع الاستخدام.

المحور الثالث: تمثيلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية.

يحتوي المحور على تسعة أسئلة لها علاقة بالكتابات الجدارية الفايسبوكية كنوع الموضوعات المفضلة للمبحوث وطبيعة ما ينشره المبحوث وكذا الشكل الذي ينشر به وطريقة التفاعل مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية، إضافة إلى نوع القيم التي تنقلها الكتابات الجدارية الفايسبوكية بحيث تم اعتماد ثمانية أبعاد للقيم «قيم إيمانية، إنسانية، اجتماعية، جمالية، تربوية، نفسية، سياسية، اقتصادية» وكل بعد تضمن خمسة قيم وكلها من المقياس المعتمد في الدراسة مقياس ASN، ثم سؤال عن تمثيلات الشباب عينة الدراسة للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية واحتوى هذا الجزء على ١١ مؤشر أو عبارة تتم الإجابة عنهم وفق خيارات مقياس ليكرت ثلاثي الأبعاد (موافق، محايد، معارض)

المحور الرابع: الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوك الشباب الجزائري

يحتوي المحور على ١٩ عبارة تخص سؤال الآثار الإيجابية، و١٧ عبارة تخص سؤال الآثار السلبية للكتابات الجدارية على سلوك الشباب الجزائري وهي مأخوذة من مقياس ASN الخاص بنظرية الحتمية القيمة في الإعلام ويهتم بدراسة القيم والأثر، تتم الإجابة عن هذه العبارات بخيارات من مقياس ليكرت ثلاثي الأبعاد (موافق، محايد، معارض).

قمنا بإجراءات الصدق والثبات المطلوبة لاختبار مدى صلاحية الأداة للتطبيق بالاعتماد على تقويم المحكمين أولاً ومعادلة CVR لتحديد نسبة اتفاق المحكمين على مدى صلاحية أسئلة وعبارات أداة الاستبيان، ثم قياس الثبات من خلال تطبيق تطبيق معامل على ألفا كرمباخ للتأكد من ثبات الأداة عند كل محاور الاستمارة.

يتمثل مجتمع الدراسة المستهدف في الشباب الجزائري الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٨-٣٤ سنة، في حين أن المجتمع المتاح لدينا هم الشباب الجزائري مستخدمي فايسبوك في أربع ولايات سيتم اختيارها من الجهات الأربع شمال، جنوب، شرق، غرب في الجزائر من أصل ٥٨ ولاية. ونظراً لضخامة مجتمع الدراسة — الشباب الجزائري — الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٣٤ سنة قدر عددهم حسب إحصائيات ٢٠٢١ لموقع

ديجيتال ٢٨ مليون شاب أي نسبة ٦٥٪ من إجمالي عدد سكان الجزائر^{١٦} انطلاقاً من المعنى الواسع للعينة وعدم القدرة على تمثيل هذا المجتمع المدروس كلياً فقد لجأنا لاعتماد نوع العينة العارضة أو المتاحة وتعرف هذه العينة على أنها «العينة التي يسحبها الباحث من الأفراد الذين يصادفهم أو المتوفر لديه من المجتمع الأصلي»^{١٧}

تتكون هذه العينة من أفراد يتواجدون بالصدفة في مكان ووقت يحدده الباحث كالمارة في الشارع، الطلبة في الساحات... ولا يوجد دليل على أن هذه العينة قد تمثل إطار العينة المرغوب في تعميم النتائج عليه، لهذا النوع من العينات غير الاحتمالية عدة مسميات «عرضية أو مريحة» «Accidental or Convenience sampling» كما تسمى أيضاً عينة «متاحة» «Available» أو «ظرفية» «Opportunity» أو «صدفية» «Haphazard» ويكون سحب مفردات هذه العينة من الجزء الأقرب من متناول اليد في مجتمع الدراسة.^{١٨}

انطلاقاً من خصائص هذه العينة وقع اختيارنا للشباب الجزائري بكل من ولاية وهران غرب الجزائر، ولاية الجزائر العاصمة شمال الجزائر، ولاية باتنة شرق الجزائر، ولاية ورقلة جنوب الجزائر.

تم توزيع ٤٢٠ استمارة استبيان وفق ما هو متاح من مجتمع البحث وفي حدود إمكانيات الباحثة، استرجعت منها ٤٠٠ استمارة. اختبار الفرضيات ونتائج الدراسة:

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

لا يختلف استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك من حيث عادات وأنماط الاستخدام، باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي).

أولاً / الاختبار حسب النوع (ذكر، أنثى)

الفرضية الصفريّة H٠: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "T-Test" لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي

١٦ لتفاصيل أكثر يمكن العودة إلى موقع ديجيتال على الرابط <http://datareportal.com/reports/digital> ٢٠٢١/٠٢. ٢٠٢١.

١٧ العربي بلقاسم فرحاني: البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، ٢٠١١، ص٣٨.

١٨ فضيل دليو: تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٥، ص٨٥.

جدول رقم (١)

يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول عادات وأمطاد استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

النوع	مجموع القيمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار «ت» T-Test	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	70.31	3.15	1.42-	3	0.155	لا توجد فروق
أنثى	139	70.73	2.05				

يتضح من خلال الجدول أعلاه تبين لنا: أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (-١,٤٢) وقيمة (Tcal= ١,٥٥) وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير النوع «ذكر / أنثى» وهذا ما ثبت أيضا في قيمتي المتوسط الحسابي للذكور والإناث تقريبا متساويتين ولا يوجد اختلاف حقيقي بين القيمتين.

— النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة —

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي

(ابتدائي - متوسط - ثانوي- جامعي)

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه «Anova One Way» وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٢)

يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	Sig	النتيجة
بين المجموعات	2739.563	3	913.188	2.587	0.053	غير دالة إحصائيا
داخل المجموعات	139774.414	397	352.966			
المجموع	142513.977	400				

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=٢,٥٨٧) وقيمة (Sig)=٠,٠٥٣ وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي- جامعي)

وهذا ما نلاحظه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

يبين المتوسطات الحسابية بين مستويات التعليم الأربعة

المتوسط الحسابي	الفئة / المستوى التعليمي
63.0882	ابتدائي
70.1622	متوسط
71.4242	ثانوي
64.0372	جامعي

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق كبيرة بين المتوسطات الحسابية لفئات / مستويات التعليم الأربعة وعليه:

— النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة —

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

لا تختلف طبيعة استخدام الشباب الجزائري للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومثلاثهم للقيم المتضمنة فيها باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي)

أولا / الاختبار حسب النوع (ذكر ، أنثى)

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "Independent sample T-Test" لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٤)

يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول طبيعة استخدام الشباب الجزائري
— عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار «ت-Test»	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	55.02	12.76	3	0.002	يوجد اختلاف «فروق»
أنثى	139	53.15	7.699			

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= ١,٥٧٩) وقيمة (Sig= ٠,٠٠٢) وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع (ذكر، أنثى)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي أكبر كما هو موضح في الجدول.

— النتيجة: رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة —

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي

(ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي)

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه "Anova One Way" وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٥)

يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري
— عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	Sig	النتيجة
بين المجموعات	150.482	3	50.161	1.312	270	غير دالة إحصائياً
داخل المجموعات	50693.515	397	128.014			
المجموع	50843.998	400				

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=١,٣١٢) وقيمة (Sig=٠,٢٧٠) وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ومنه نستنتج أنه : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

— النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة —

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية والمتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع، المستوى التعليمي)

أولا / الاختبار حسب النوع (ذكر، أنثى)

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "ت" Independent sample T-Test " لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٦)

يبين نتائج اختبار الفروق حول تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار «ت-Test»	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	27.628	4.676	3	0.00	توجد اختلاف «فروق»
أنثى	139	26.1727	6.553			

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= ٢,٦٢٧) وقيمة (Sig=٠,٠٠٠) وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع (ذكر، أنثى)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي أكبر كما هو موضح في الجدول.

— النتيجة: رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة —

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي)

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه «Anova One Way» وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٧)

يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	Sig	النتيجة
بين المجموعات	11.884	3	3.961	.139	.936	غير دالة إحصائياً
داخل المجموعات	11267.113	397	28.452			
المجموع	11278.998	400				

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=٠,١٣٩) وقيمة (Sig)=٠,٩٣ وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

— النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة —

نص الفرضية: توجد علاقة ارتباطية بين تمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية.

لاختبار الفرضية سنقوم بتطبيق «معامل الارتباط بيرسون Pearson» وجاءت النتائج حسب مخرجات برنامج Spss كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٨)

يبين قيمة معامل الارتباط بيرسون بين تمثلات الشباب الجزائري للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية.

العلاقة بين المتغيرين	عدد أفراد العينة	معامل الارتباط	Sig عند مستوى 0.01	النتيجة
التمثلات للقيم	400	0.521	0.000	توجد علاقة ارتباطية
طبيعة الكتابات الجدارية الفايسبوكية				طردية بين المتغيرين

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بتحديد قيمة معامل الارتباط بيرسون بين تمثلات الشباب الجزائري للقيم وطبيعة كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية، حيث قدرت قيمة $R = 0,521$ كما بلغت القيمة الاحتمالية لاختبار معامل بيرسون $Sig = 0,000$ وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة ٠,٠٥، ومنه القيمة المحسوبة لمعامل الارتباط بيرسون بين المتغيرين «التمثلات للقيم» و «طبيعة الكتابات الجدارية الفايسبوكية» دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ ومنه نستنتج أنه توجد علاقة معنوية بين التمثلات للقيم عند الشباب الجزائري وطبيعة الكتابات الجدارية الفايسبوكية، وأن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية أي (موجبة) وهي علاقة متوسطة.

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

لا تختلف آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري باختلاف المتغيرات السوسيو ديمغرافية (النوع ، المستوى التعليمي)، أولاً / الاختبار حسب النوع (ذكر ، أنثى).

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين بين الآثار الايجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — ومتغير النوع.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير النوع.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا اختبار "Independent Sample T-Test " لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج كالتالي

جدول رقم (٩)

يبين نتائج اختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول آثار الكتابات الجدارية الفايسبوكية على الشباب الجزائري حسب متغير النوع

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار T-Test «ت»	درجة الحرية	Sig	النتيجة
ذكر	261	90.05	12.18	3.50	3	0.00	يوجد اختلاف
أنثى	139	84.51	19.40				"فروق"

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن: قيمة (T) المحسوبة بلغت (Tcal= 3,50) وقيمة (Sig= 0,00) وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة 0,05 ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — ومتغير النوع (ذكر، أنثى)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي أكبر كما هو موضح في الجدول.

— النتيجة: رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة —

ثانيا / الاختبار حسب متغير المستوى التعليمي

(ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي)

الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — ومتغير المستوى التعليمي.

الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — ومتغير المستوى التعليمي.

لاختبار هذه الفرضية طبقنا تحليل التباين أحادي الاتجاه "Anova One Way" وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (١٠)

يبين نتائج اختبار الفروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفايسبوكية على سلوكيات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — ومتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	Sig	النتيجة
بين المجموعات	132.230	3	44.077	187.	.905	غير دالة إحصائيا
داخل المجموعات	93200.268	397	235.354			
المجموع	93332.498	400				

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (Fcal=0,187) وقيمة (Sig= 0,905) وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0,05 ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استخدام الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للكتابات الجدارية الفايسبوكية ومتغير المستوى التعليمي (ابتدائي - متوسط - ثانوي-جامعي).

— النتيجة: قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة —

نص الفرضية: يوجد أثر لتمثيلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وطبيعة سلوكياتهم؟ ومن أجل اختبار هذه الفرضية قمنا بالاعتماد على برنامج Spss بتحليل التباين أحادي الاتجاه «Anova One Way» وقد جاءت مخرجات البرنامج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١١)

يبين تحديد أثر تمثيلات الشباب الجزائري عينة الدراسة للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية على طبيعة سلوكياتهم

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	Sig	قيمة الارتباط	قيمة نسبة التفسير R	النتيجة
المعامل	1.593	3	11277.404	28.335	0.56	0.43	0.624	دالة إحصائيا
طبيعة السلوك	11278.998	397	28.335					
المجموع		400						

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بتحديد أثر تمثيلات الشباب الجزائري عينة الدراسة للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية وطبيعة سلوكياتهم دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,05 ما يعني أن العلاقة السببية بين تمثيلات الشباب للقيم وطبيعة سلوكياتهم دالة إحصائيا، كما أظهرت نتائج الجدول من خلال قيمة التفسير R أن التمثيلات للقيم تفسر بنسبة 38,9% من سلوكيات أفراد العينة.

كما قمنا بدراسته أثر متغير على آخر (التمثل للقيمة وطبيعة السلوك) بتطبيق معادلة تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١٢)

يبين تطبيق معادلة الانحدار البسيط لتحديد الأثر بين التمثيل والسلوك

العلاقة بين المتغيرين	معامل الانحدار B	معامل الانحدار بيتا	معامل التحديد	قيمة T	Sig
التمثل للقيمة	26.905	.00	.956	28.137	.000
طبيعة السلوك	.120	.122	.114	.237	.813

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بتطبيق معادلة الانحدار

البسيط أن قيمة التمثلات قدرت بـ ٢٦,٩٠٥ وقيمة طبيعة السلوك قدرت بـ ٠,١٢٠ ما يعني أنه كلما تزداد قيمة التمثلات بوحدة واحدة تزداد معها طبيعة السلوكات بزيادة قدرها ٠,١٢٠.

النتيجة: يوجد أثر لتمثلات الشباب الجزائري — عينة الدراسة — للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية على طبيعة سلوكياتهم بنسبة ٣٨,٩٪.

خاتمة

تأتي خاتمة هذه الدراسة على شكل مجموعة من النتائج النهائية نوردها كما يلي:

١. نتائج متعلقة بطبيعة استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك يعد وعاء افتراضي يحمل تمثلات الشباب الجزائري بدءا بعبادات وأغماط الاستخدام حيث توصلنا إلى أن عينة الدراسة يستخدمون موقع فايسبوك من ٩ إلى ٦ سنوات عند النوعين وكذا مختلف المستويات التعليمية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الموقع عند أفراد العينة يكون بصفة دائمة أولا أو حسب الأحداث الحاصلة ثانيا.

يفضل الشباب فترة الليل أكثر من غيرها لاستخدام موقع فايسبوك ولا يشكل لهم السياق المكاني إشكالا في الاستخدام لأنهم يستخدمون الهاتف الذي أكثر من غيره من الوسائل بالتالي يصبح أي فضاء عام مكان مناسب للولوج إلى الموقع.

تتباين إجابات النوعين ذكورا وإناثا فيما يتعلق بنوع الهوية التي يفضلون بها استخدام الموقع فأجاب الذكور أن الولوج للموقع بالهوية الحقيقية لا يشكل عندهم أي عائق بل يشعرون بحرية وحضور أكثر جرأة كما في الواقع على العكس من الإناث اللواتي يفضلن التستر خلف هوية مستعارة لأسباب عديدة.

بالنسبة لتفضيلات الشباب المتعلقة باختيار الأصدقاء على موقع فايسبوك فإن التباين في الإجابات بين النوعين بدا واضحا حيث أن الشباب لا يحددون معيارا محددا لاختيار أصدقائهم الافتراضيين في حين نجد الإناث أكثر حذرا وحرصا على إضافة الأصدقاء في حدود ما يتوافق مع محيطهم وحاجاتهم وحتى مخاوفهم من التقييد في الفضاء الافتراضي.

بالنسبة للنشاط المفضل عند الشباب عينة الدراسة أثناء استخدام موقع فايسبوك فقد تنوعت الإجابات بين الإعجاب بالمنشورات، التعليق عليها، الدردشة، تصفح جداريات الأصدقاء، الكتابة على الجدار الخاص وهذا التنوع في النشاط يعكس فعليا تنوع ميزات وخدمات موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك.

توصلنا أيضا إلى أن أهم دافع عند الشباب عينة الدراسة لاستخدام موقع فايسبوك كان التسلية والترفيه ويليها الدوافع الأخرى بنسب متقاربة،

ما أثار عند الباحثة إشكال متعلق بنوع هذا الترفيه وموضوعاته والتي تستقطب الشباب كأهم دافع، ربما يصبح هذا الإشكال موضوع دراسة أو بحث في المحتوى لفهم مكامن الجذب الترفيهي دون غيره من دوافع الاستخدام.

٢. نتائج متعلقة بتمثلات الشباب الجزائري للقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية.

انطلاقا من آخر نتيجة توصلنا إليها في المحاور الأول والمتعلقة بدوافع استخدام فايسبوك والتي كانت الترفيه والتسلية أكثر يتأكد لنا هذا الأمر من خلال نتائج ترتيب الموضوعات المفضلة عند الشباب عينة الدراسة في الكتابات الجدارية الفايسبوكية لنجد أن الموضوعات الترفيهية تحتل المرتبة الأولى في التفضيل والاهتمام، تليها الموضوعات الشخصية المتعلقة بحياة الأشخاص وإفشاء الذات والخصوصية، وفي المرتبة الثالثة الموضوعات الدينية.

بالنسبة للنشر على الجدار الفايسبوكي فقد اتفقت إجابات الباحثين على أنهم ينشرون بشكل دائم موضوعات مختلفة تباينت في إجاباتهم بين موضوعات المشاعر والأحاسيس والموضوعات المتعلقة بالمناسبات الخاصة إضافة إلى اليومية وكذا النكت والترفيه في حين أن الموضوعات التي من شأنها أن تدعم الثقافة القيم لم تكن تستهوي الشباب كثيرا فأظهرتها نتائج الإجابات بنسب ضئيلة جدا.

ولأن الشكل الذي ينشر به الشباب عبر جدارهم الفايسبوكي مهم جدا لأنه يدعم الفكرة أو الموضوع فإن استعمال الصور جاء في أول الاهتمام ويليه التنوع باستخدام عدة أشكال نشر مع بعضها البعض كالصورة مع الكلمة، الفيديو مع الكتابة المحررة، النشر باستعمال "الإيموجي" أو "الأفكار"...

يتيح الشباب الجزائري عينة الدراسة كتاباتهم في تباين بين النوعين بالنسبة للذكور يفضلون أكثر إتاحتها للعامة في حين تفضل الإناث نوعا من الخصوصية في إتاحة كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية للأصدقاء فقط؛ الذين ثبت من خلال الدراسة أنها تختارهم بعناية وحذر أكثر من الذكور.

بالنسبة للغة المفضلة عند الشباب الجزائري لنشر كتاباتهم الجدارية الفايسبوكية ظهرت أكثر اللهجة العامية عند الشباب في مستويات تعليمية ابتدائي، متوسط، ثانوي، في حين ظهر التنوع أكثر عند الشباب من مستوى جامعي بين اللغات واللهجة العامية في حين أن اللغة الأمازيغية كانت النتيجة معدومة عند الشباب في استعمالها.

أما التفاعل مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية فقد أظهرت نتائج الدراسة أن الشباب يتفاعلون دائما مع جداريات أصدقائهم وهذا التفاعل يكون بالإعجاب والتعليق وكذا استعمال عدة أشكال تفاعل بدمجها مثلا التعليق مع الإعجاب مع المشاركة... بالنسبة للذين لا يتفاعلون مع الكتابات الجدارية الفايسبوكية وكانت إجاباتهم أبدا فقد برروا إجاباتهم بعدم التفاعل يعود لعدة أسباب أنها كتابات جدارية لا

الثقافي بنسبة ٦٢,٥٪، احترام آراء الآخرين بنسبة ٥٠٪، احترام الديانات الأخرى بنسبة ٦٧,٧٥٪، الاعتزاز باستخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة ٦٠,٧٥٪، احترام التنوع اللغوي في المجتمع بنسبة ٥١,٢٥٪، تقدير العلم والعلماء بنسبة ٦٥٪.

كما لا يوافقون على أنهم أصبحوا أكثر تواصلاً مع الأهل والأصدقاء وبنسبة ٥٩,٧٥٪، الاهتمام بنظافة البيئة والمحيط من حولهم بنسبة ٥٠٪، التزموا الحياد فيما يخص النظر إلى الذات والقيم والمجتمع بصورة إيجابية بنسبة ٦٢,٢٥٪، واحترام خصوصيات الآخرين ٦٣٪، تأدية الواجبات الدينية في وقتها بنسبة ٦٣٪،

أظهرت النتائج المتعلقة بالآثار السلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب الجزائري أن غياب القيم وعدم اقترانها بهذه الكتابات جعل الشباب يوافقون على أنهم يقومون ببعض السلوكيات السلبية الناتجة عن فعل التأثير بها — غياب القيم الكتابات الجدارية الفاييسبوكية — وهذه السلوكيات هي:

أقل تواصلاً مع عائلاتهم وأصدقائهم بنسبة ٦٥,٧٥٪، أكثر تأثراً بحياة النجوم والفنانين والمؤثرين الافتراضيين بنسبة ٦٦,٢٥٪، متأثرين بالثقافة الغربية وقيمها بنسبة ٦١,٥٪، الرغبة في العيش خارج الوطن بنسبة ٦٩٪، أقل حساسية تجاه الممنوعات الثقافية المنشورة عبر فاييسبوك بنسبة ٦٠,٧٥٪، يصدقون الحياة الافتراضية وينظرون لها على أنها حياة حقيقية بنسبة ٦٢,٥٪، أكثر استهلاكاً للمنتجات والسلع والخدمات بنسبة ٥٨,٧٥٪، الشعور بالإحباط والخوف والقلق بنسبة ٥٠,٧٥٪، الشعور بالخمول والكسل بنسبة ٦٥,٢٥٪، أقل تقديراً لذاتهم ومجتمعهم بنسبة ٦٠٪، أقل احتراماً لخصوصيات الآخرين بنسبة ٦٥٪.

كما لا يوافقون على أنهم محايدون تجاه قيمهم بنسبة ٦٣,٥٪، سطحيين في معلوماتهم وثقافتهم بنسبة ٥٧,٧٥٪، لا يشاركون في القضايا الإنسانية المختلفة بنسبة ٦٠,٧٥٪، تأجيل أداء الصلاة في وقتها بنسبة ٣٦,٧٥٪، التعصب وعدم تقبل آراء الآخرين بنسبة ٥٣,٢٥٪.

التزموا الحياد فيما يخص التنمر على صور وقصص الأشخاص من حولهم بنسبة ٣٨,٧٥٪.

تعجبهم، بعيدة عن اهتماماتهم، مصنعة ولا تعكس شخصية أصحابها، غير مفهومة — وهذه الأخيرة — ظهرت أكثر عند الشباب من مستوى تعليمي ابتدائي.

وجود تطابق (تماثل) بين قيمهم والقيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية والموافقة على هذه العبارة تبدو متناقضة مع ما أجاب به الشباب حول وجود تناقض بين قيمهم وقيم الآخرين حولهم من خلال كتاباتهم الجدارية الفاييسبوكية، في ذات السياق ليس لديهم رغبة ويعارضون على وجود قيم دخيلة على مجتمعهم أو حتى تقبل أو تبني قيم جديدة ويناقشون حسب إجاباتهم الآخرين لإثبات قيمهم وهو ما يتأتى محاولة تصحيح التصورات الخاطئة عندهم حول قيمهم، كما أن الإجابات بالموافقة امتدت إلى عدم الاكتفاء بنشر القيم فقط عبر الكتابات الجدارية الفاييسبوكية بل التأكيد على العمل بها وتجسيدها في سلوك اجتماعي واقعي، كما أن المبحوثين يجمعون بالموافقة أن نشر القيم فقط والتحدث بها دون تفعيلها في سلوك واقعي ما هو إلى مظهرها للقبول الاجتماعي لا غير، خاصة وأن تصورهم لهذه القيم المتضمنة في الكتابات الجدارية الفاييسبوكية حسب إجاباتهم تتفق مع المحيط الاجتماعي والديني والثقافي وهو يدعم لديهم الشعور بالتقدير الإيجابي لانتماهم القيمي.

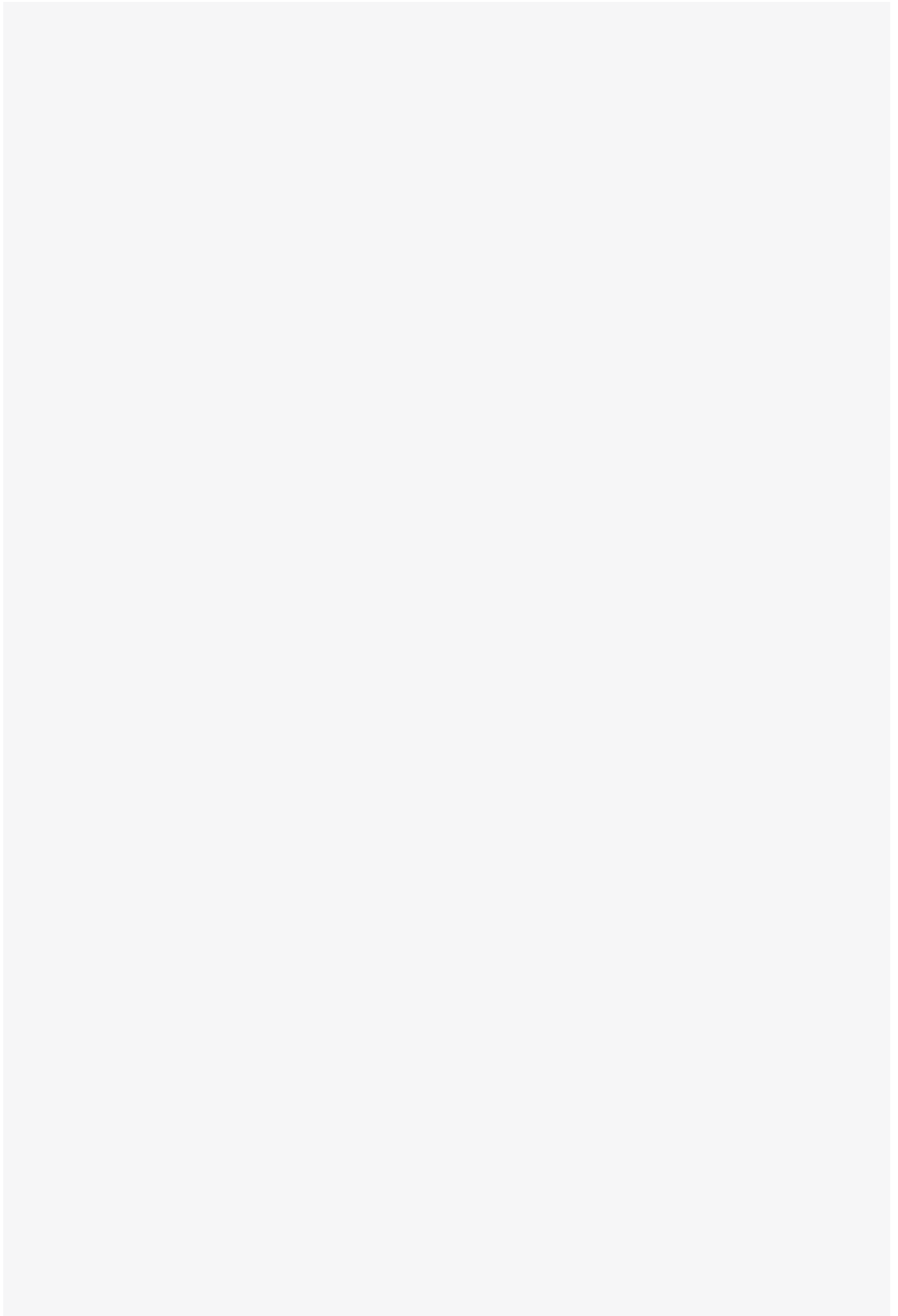
٣. نتائج متعلقة بالآثار الإيجابية والسلبية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب الجزائري.

أظهرت النتائج المتعلقة بالآثار الإيجابية للكتابات الجدارية الفاييسبوكية على سلوك الشباب الجزائري أن حضور القيم وافتقانها بهذه الكتابات جعل الشباب يوافقون على أنهم يقومون ببعض السلوكيات الإيجابية الناتجة عن فعل التأثير بها — حضور القيم الكتابات الجدارية الفاييسبوكية — وهذه السلوكيات هي:

تعزيز القيم والحفاظ عليها بنسبة ٥٣,٧٥٪، مساعد الناس بنسبة ٦٧,٥٪، الحصول على المعلومات في مجالات معرفية مختلفة بنسبة ٧٣,٢٥٪، الارتباط والمشاركة في القضايا الإنسانية بنسبة ٥٥٪، الاستفادة من الثقافات الأخرى بنسبة ٥٧,٧٥٪، التسلية والترفيه بنسبة ٥٨,٧٥٪، المعرفة أكثر بمستجدات العالم الخارجي بنسبة ٥٥٪، أكثر حرية في التعبير عن الآراء والأفكار بنسبة ٥٥,٧٥٪، الاعتزاز بالهوية والانتماء

قائمة المراجع

١. إبراهيم قائد أحمد: استخدامات الطلبة اليمنيين للفيس بوك والاشباعات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 26، السنة التاسعة، مارس 2017.
٢. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2000.
٣. رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص إعلام واتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2017-2018.
٤. صونية عبدش: الشبكات الاجتماعية على الانترنت-دراسة مسحية لمستخدمي الفيس بوك من طلبة جامعات الجزائر (3.2.1)، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014-2015.
٥. فضيل دليو: تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
٦. العربي بلقاسم فرحاتي: البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
٧. وهيبه بشريف: تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية- دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2018-2019.
٨. وسام طایل البشاشبة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها -فيس بوك، تويتر- دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أمودجا، رسالة ما جستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، 2012-2013.
٩. هالة دغمان: مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم -العلاقة بين الواقعي والافتراضي-دراسة استطلاعية على عينة من الطلبة الجزائريين المستخدمين لموقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه LMD، تخصص دراسات الجمهور، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017.
١٠. ممدوح منيزل فليح الشرعة: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن ، مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد 44، ع4، ملحق 8، الجامعة الأردنية، 2017.
١١. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
١٢. نصر الدين لعباضي: الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية - مقارنة للتمثيلات والاستخدامات، مجلة أفكار وآفاق، العدد 2، جامعة الجزائر 2، جويلية- ديسمبر 2011.
١٣. Abhijit Paul: Impact of Facebook on urban youth-a study on Kolkata metropolitan, International journal of research in social sciences, V7, Issue7, U.S.A, July 2017.
١٤. Georges Funny: sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs -Lexis Numérique, L'linguistiques, Université Panthéon, Sorbonne , Paris, 2007.
١٥. 15. Rita Njorge: Impact of social media among the youth on behavior change- A case study of university students in selected universities in Nairobi-Kenya, master thesis in communication, studies of the school of journalism and mass communication, university of Nairobi, 2013.
١٦. Usula Oberst and others: Gender stereotypes 2.0- Self representation of adolescents on facebook, Media Education Research Journal, Communicar,N48,V XXIV,2016.
١٧. <http://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>. 02/2021.



استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة ٢)

د. فاطمة يحيوي

جامعة البليدة ٢ - الجزائر

yasminayoyo400@gmail.com

شاهد عبدالقادر

جامعة البليدة ٢ - الجزائر

chs66893@gmail.com

ملخص

تهدف هذه الدراسة في مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري لأن هذه تعتبر الأبرز لوسائل وتكنولوجيات الإعلام و الإتصال الجديدة ، وقد إنتشرت بشكل كبير و واسع في السنوات الأخيرة مع ثورة الجيل الثاني من الأنترنت فأصبحت ظاهرة عالمية واسعة الاستخدام باعتبارها أداة من الأدوات التي يلجأ إليها الفرد للحصول على المعلومات في مجالات عديدة سواء على المستوى الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي أو الإقتصادي أو العلمي... إلخ وكذا وسيلة من الوسائل والأليات التكنولوجية الفعالة للإتصال والتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات. من خلال خلق عالم افتراضي إلكتروني خاص بكل فرد من أفراد المجتمع ، فيجد فيها فضاءا خصبا و متنوعا لطرح أفكاره و التعبير عن آراءه وتلبية إحتياجاته ، وكذا ربط علاقات جديدة وتعزيز علاقات قديمة ، لذلك أصبحت هذه المواقع لها مكانة كبيرة عند الفرد نظرا لما تقدمه من خدمات و ما توفره من تطبيقات و برامج متطورة ، وهو ما يميزها عن غيرها من وسائل الإتصال الأخرى. ونظرا إلى أن الشباب الجزائري من الفئات الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي ، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير هذه الشبكات على علاقاتهم الاجتماعية الحقيقية خاصة وأنهم وجدوا لأنفسهم فضاءا إلكترونيا لبناء علاقات إفتراضية تتميز بأكثر حرية وإتساع رقعتها الإلكترونية و بإستعمال العديد من الوسائل المتاحة. إذ تم إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ١٠٠ طالب وطالبة من جامعة البليدة ٢ (كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية). بإستخدام أداة الإستبيان

المقدمة

أدى التطور التكنولوجي المتسارع في مجال الإتصالات إلى إنتاج وسائل إتصال حديثة سهلت عملية التواصل مع الآخر بتفاعلية أكبر ، على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي ، هذه الأخيرة التي حضيت بشعبية كبيرة في أوساط الشباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة ، بحيث كان لتلك المواقع تأثيرا مباشرا وغير مباشر على القيم الاجتماعية و تمكنت من خلق عادات وسلوكيات جديدة غزت الأوساط الاجتماعية ، بحيث أصبح ذاك العالم الافتراضي يسيطر على عقول الشباب عامة والطلبة خاصة بإعتبارهم شديدي التعلق بهذه المواقع نظرا لما تتيحه من خدمات عديدة كالردشة ومشاركة المنشورات والتعليقات وباقي الخدمات الأخرى ، ولكن رغم ما تمتاز به من إيجابيات إلا أنه لا يمكن إنكار سلبياته فقد أصبحت تلك المواقع عالما وهما يعيش فيه الكثير من الطلبة فمن خلال مواقع التواصل الاجتماعي وجد الطلبة بديلا على العلاقات المباشرة التي يفرضها عليه الواقع الحقيقي وهذا ما حاولت دراستنا تسليط الضوء عليه من خلال معرفة أثر إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية بجامعة البليدة ٢- ويرجع سبب إختيار هذا الموضوع للإنتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ، ومدى إقبال الطلبة على إستخدامها.

الإشكالية

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية سريعة في شتى المجالات إذ أصبح اليوم قرية كونية بفضل ما أتاحتها التكنولوجيا من وسائل وتقنيات ، وبوصول الأنترنت إلى الساحة أضفت إلى الحياة البشرية الكثير من مظاهر ما يعرف اليوم بالمواقع الإلكترونية المتعددة الخدمات ، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي ، هذه الأخيرة التي أتاحت عصرا جديدا من الإتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع خاصة منهم فئة الشباب الجامعي ، حيث يعتبرونها وسيلة للإطلاع وتبادل المعلومات والأخبار داخل الحرم الجامعي وخارجه مما أدى إلى إفراز أمطاط إعلامية جديدة ، ولبروز هذه الوسيلة التي راجت بها العديد من الخدمات الإتصالية بين الطلبة في مختلف أنحاء العالم وتكوين علاقات و صداقات بينهم و بين أشخاص آخرين من مختلف البلدان كما أصبحت هذه المواقع جزءا لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطلبة الجامعيين ولا يمكن الإستغناء عنها ، إذ يعتبر طلبة جامعة من أكثر فئات المجتمع تأثرا بهذه المواقع ، نظرا لتأثيراتها السلبية والإيجابية على حياتهم إذ طالت تلك التأثيرات منظومة القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الجزائري عامة و الطلبة الجامعيين خاصة ، بحيث زادت من الإنفتاح و ما نتج عنه من طغيان على العادات والتقاليد وقلة التواصل

بين أفراد الأسرة الواحدة ، بحيث أصبح لكل فرد عالمه الخاص على هذه المواقع مما أوجد ذلك الكثير من الإيجابيات التي يجبا الاحتفاظ بها والسلبات التي يجب التخلص منها . وهذا ما يقودنا إلى التساؤل التالي:

• ماهو تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين ؟

و ينطوي تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية :

1. ما هي عادات و أنماط وطبيعة إستخدام طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البليدة ٢- لمواقع التواصل الإجتماعي ؟
2. ما هو تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الإتصال الإجتماعي لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البليدة ٢- ؟
3. ما مدى تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في تغيير غط العلاقات الإجتماعية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة البليدة ٢- ؟

مفاهيم الدراسة

• مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي

يعرف مصطلح مواقع التواصل الإجتماعي بأنه منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول ، أو جمعه مع أصدقائه^١

كما تعرف الشبكات الإجتماعية على أنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت تتيح فرصة التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفق مجموعات إهتمام أو شبكات انتماء ، ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر ، وبالتالي فهي تعرف على أنها : خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة خلال نظام محدد . (PROFILE)

- كما تعرف أيضا بأنها : تركيبة إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة كطبعه الإجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص^٢

- ويعرفها « المقداي » في كتابه ثورة الشبكات الإجتماعية على أنها : مواقع التواصل الإجتماعية هي مواقع الأنترنت التي

يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة ، أو هي المواقع الإلكترونية التي توفر في تطبيقات الأنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن مواقع نظام معين ، وتوفر وسيلة إتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غير مستخدمي النظام^٣

و بالتالي ، فمواقع التواصل الإجتماعي هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ، بحيث تتيح فرصة التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي ونجد من بين هذه المواقع : موقع فيس بوك ، يوتيوب ، انستغرام... إلخ

وعرفت أيضا بأنها مجتمعات افتراضية عبر شبكات الأنترنت تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الإهتمامات يتبادلون الخبرات والمعلومات فيما بينهم من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في إستعماله^٤

وتعرف مواقع التواصل الإجتماعي إجرائيا في هذا البحث بأهمها المواقع الموجودة على الأنترنت التي تتيح لمستخدميها التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي تولد العلاقة الإجتماعية بينهم .

• مفهوم العلاقات الإجتماعية

العلاقات الإجتماعية هي الروابط والأثار المتبادلة بين الأفراد والمجتمع وهي تنشأ من طبيعة إجتماعهم وتبادل مشاعرهم وإحتكارهم ببعضهم ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع^٥

كما تعرف العلاقة الإجتماعية : بأنها السلوك الذي يصدر من مجموعة من الناس إلى المدى الذي يكون كل فعل من الأفعال أخذا في إعتباره المعاني الذي تنطوي أفعال الآخرين .

وفي تعريف آخر :

تعرف العلاقة الإجتماعية : بأنها صورة من صور التفاعل الإجتماعي بين الطرفين أو أكثر بحيث تكون لدى كل طرف صورة عن الآخرين والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على حكم كل منهما للآخر ومن صورة هذه العلاقات الصداقة ، والروابط الأسرية والقرباة وزمالة العمل والمعارف والأصدقاء^٦

١ فهد بن علي الطيار ، شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ، تويتر نموذجًا ، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب المجلد ٣١، العدد ٦١، الرياض ٢٠١٣، ص ٢٢

٢ حسين محمود هيتي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي دار أسامة للنشر ، الأردن، ٢٠١٥، ص ٨٢- ٨٣

٣ خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الإجتماعية ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠١٣، ص ٢٤

٤ جيهان حداد ، المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد ، دراسة أنثروبوجية ، جامعة اليرموك، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، ٢٠٠٢

٥ معن خليل ، البناء الإجتماعي أساقه ونظمه ، بيروت ، دار المعرفة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٢، ص ٣٦

٦ غريب محمد سيد أحمد ، علم الاجتماع ودراسة المجتمع ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٣، ص ٢٧

مفهوم الشباب:

والجسمي والعقلي والاجتماعي والإنفعالي، إلا أن المفهوم الذي يلقي قبولاً هو أن الشباب يمثل مرحلة زمنية، بمعنى أنها مجموعة من الخصائص الجسمانية والانفعالية تميز مرحلة عمرية معينة.

ماذا نعني بالشباب؟ ثمة اتفاق على صعوبة تعريف الشباب، ويتفق العديد من الباحثين على هذه الصعوبة.

ومع ذلك فإن المنظور السوسيولوجي للشباب لا يفصل بين مرحلة الشباب والنمو الفسيولوجي والنمو الاجتماعي، ففي هذه المرحلة يدرك الشباب أدوارهم وعلى رأسها أدوارهم الاجتماعية، وعلى رأسها أدوارهم الاجتماعية، فيبدؤون بالبحث عن شريك ليتقاسموا معه تكوين أسرة

ذلك أن حصر شريحة الشباب ضمن فئة عمرية محددة هو أمر بالغ التعقيد، لذا يذهب بعض الباحثين إلى القول بأن تلك المرحلة عصية على التحديد، إذ تختلف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى ثقافة^٧

وتكشف هذه المرحلة عن مدى قدرة المجتمع على تزويد الشباب بالخبرات والمعلومات الكافية لكي يهيؤوا أنفسهم لأدوار الكبار، وهذا يتم بدرجات متفاوتة بين المجتمعات، فالفرد في هذه المرحلة لم يعد صغيراً خصوصاً من الناحية الجسمانية والجنسية، ورغم أنه أصبح مستعداً لممارسة أدوار الكبار فإنه لا يملك المعرفة الكاملة التي تساعد على ذلك.

ولقد ترتب على ذلك العديد من الإلتباسات، خصوصاً بالنسبة للتفريق ما بين مرحلتين المراهقة والشباب فهي عند أطباء الأعصاب تنتهي عند سن العشرين أي حين يكتمل نمو الجهاز العصبي وتنتهي عند أخصائي النمو في سن الخامس والعشرين، أي عندما يكتمل نمو الجهاز العصبي، فكل مقاييسه حسب الاختصاص، فللقاضي مقياس المسؤولية الجزائية وللبري مقياس فترة انتهاء المرحلة التعليمية الإجبارية، إلا أنه وفي عام ١٩٨٥ اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة تعريفاً لفئة الشباب لا يزال يستخدم إلى الآن كإطار معتمد دولياً في غالبية الدراسات والإحصائيات، حيث حدد التعريف الشباب «بأنهم الأفراد الذين تقع أعمارهم ما بين ١٥ إلى ٢٤ سنة»

من ناحية أخرى، يتمكن الأفراد أو الشباب في هذه المرحلة من إدراك المفاهيم والقيم المجتمعية ومن خلال إدراكهم بكونهم يمثلون المستقبل يبدؤون بمراجعة الموروث، وينقسمون إلى عدة أمطاط كانعكاس لنوعية الأسرة التي تربوا في ظلها ومستواها الاجتماعي والفكري يتمكنون من تحديد مواقفهم، فهم إما مدافعون عن الماضي أو أنهم يحاولون تغييره، أو تغيير بعض جوانبه على الأقل.

وأثار هذا التعريف نقاشاً واسع النطاق حول مدى ملائمته للواقع العملي المتنوع في مختلف دول العالم، واتساقه مع نصوص الإتفاقيات الدولية، فطبقاً لهذا التعريف فإن الأطفال هم من تكون أعمارهم أقل من ١٤ سنة بينما تحدد المادة (١) من اتفاقية الأمم المتحدة الخاصة بحقوق الأطفال لعام ١٩٧٩ الأطفال بأنهم جميع من تكون أعمارهم من الثامنة عشرة سنة فأقل - كما أن نقاشاً حيويًا قد جرى خلال عامي ١٩٩٧-١٩٩٨ أثناء إعداد نص الاتفاقية رقم ١٨٢ الخاصة بمنع أسوأ أشكال عمل الأطفال، حول الفرق في تعريف «الطفل» و«الشاب» وقد تم خلال منتدى الشباب الدولي في «داكار»، بالسنگال في أغسطس ٢٠٠١ الطلب من الأمم المتحدة إعادة النظر في تعريف الشباب، وبرز الحد الأقصى للسنة ليصل إلى ٣٠ عاماً، حتى يفي بمطلبات تعريف الشباب خاصة في البلدان النامية^٨

ومما سبق نستطيع أن نحدد التعريف الآتي: إن مفهوم الشباب في هذه الدراسة يعني به فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية محددة تمتد من ١٨ سنة إلى ٣٠ سنة. وفي دراستنا هذه نقتصر على فئة الشباب الجامعي،

أهمية الدراسة

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة كونها تدرس ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة، حيث استطاعت التكنولوجيا الجديدة أن تغير العديد من المفاهيم في المجتمع وأمام الإيجابيات الالفة التي تقدمها بات موضوع تأثيرها في مختلف مجالات الحياة واضحاً لا سيما على التفاعل الاجتماعي وهو ما تسعى الدراسة إلى مناقشته وذلك من خلال الوقوف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري.

حدود الدراسة الميدانية

الحدود المكانية :

طبقت هذه الدراسة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة ٢- علي لونيبي

وقد كان الهدف من مرونة «التعريف» توسيع نطاق الحماية الاجتماعية، خاصة في المراحل الانتقالية للفرد من عالم الطفولة إلى عالم البالغين، بالإضافة إلى ذلك فإن عوامل ذات صلة مباشرة بعناصر سوسيولوجية واقتصادية وسياسية في مختلف المجتمعات تلعب دوراً أساسياً في تعاملها المعياري الفعلي مع فئة الشباب^٩

وينظر بعض الباحثين إلى مرحلة الشباب على أنها ظاهرة اجتماعية ومنهم من يعتقد أنها مجموعة من الظواهر النفسية والنضج الجنسي

٧ كلثم علي الغانم، اتجاهات الشباب نحو قضايا الزواج، المجلس الأعلى لشؤون الأسرة، قطر، ٢٠١٠، ص ٩.

٨ كلثم علي الغانم، مرجع سابق، ص ١٠.

٩ المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

الحدود البشرية :

طلبة وطالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة -٢-
علي لونيبي

الحدود الزمنية :

طبقت هذه الدراسة خلال شهري فيفري ومارس ٢٠٢٣

العينة

أجريت الدراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة -٢- وقد اعتمدنا في هذا البحث على العينة القصدية حيث ينتقي الباحث أفراد عينية بما يخدم أهداف دراسته وبناءا على معرفة دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الإختصاص أو غيرها ، وهذه عينة غير ممثلة لكافة وجهات النظر ولكنها تعتبر أساس متين للتحليل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة ، وثم إختيار العينة القصدية لأنها تتمشى مع طبيعة الموضوع ، والتي قوامها ١٠٠ طالب وطالبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة -٢-

أدوات جمع البيانات

اعتمدنا في هذه الدراسة على وسيلة واحدة لجمع البيانات وهي الإستبيان وقد إحتوت إستمارة الإستبيان عددا من الأسئلة المغلقة تعالج أربع محاور أساسية كما يلي :

- **المحور الأول:** تناول البيانات الأولية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة .
- **المحور الثاني:** تناول عادات وأمط وطبيعة إستخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الإجتماعي
- **المحور الثالث:** تناول تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على التواصل الإجتماعي لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة -٢-
- **المحور الرابع :** تناول تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على تغيير نمط العلاقات الإجتماعية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة البليدة -٢-

منهج الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعليمات مقبولة ويعرف على أنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف مشكلة أو ظاهرة محددة وتصويرها كميًا أو عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها ، تحليلها وإخضاعها للدراسة في هذا البحث من خلال محاولتنا جمع معلومات دقيقة و واقعية حول إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتأثيره على العلاقات الإجتماعية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية

والإجتماعية بجامعة البليدة -٢- ثم تبويب وعرض هذه البيانات.

بيانات ونتائج الدراسة الميدانية

- **المحور الأول :** البيانات الأولية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة وكانت عينة الدراسة موزعة حسب متغير الجنس والسن كالتالي:

جدول رقم (١)

يمثل توزيع أفراد حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	%
ذكور	40	40%
إناث	60	60%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أعلى نسبة مستخدمي الشبكات الإجتماعية هم إناث ٦٠% بينما نجد نسبة الذكور المستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي فقرت ب: ٤٠% ولعل ذلك راجع إلى إقبال الإناث بكثرة على مواقع التواصل الإجتماعي من أجل الترفيه ومعرفة أمور الطبخ والموضة والبحث العلمي، بينما تمضية الوقت من قبل الذكور من خلال الشبكات الإجتماعية في ملاء وقت الفراغ ومعرفة آخر الأخبار الرياضية وغيرها.

جدول رقم (٢)

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة
أقل من ٢٥ سنة	90	90%
أكثر من ٢٥ سنة	10	10%
المجموع	100	100%

بينت نتائج الدراسة أن ٩٠% من أفراد العينة ستهم أقل من ٢٥ سنة ذلك أن السن القانوني للطلاب مدة الدراسة بالجامعة في الليسانس والماستر بعد حصوله على البكالوريا في سن ١٨ سنة في الجزائر بإعتبار أن طلبة الليسانس والماستر تتراوح أعمارهم بين ٢٠ و ٢٤ سنة كما أنها الفئة الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية .

- **المحور الثاني :** أنماط وعادات إستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي :

١. هل تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي في الحياة اليومية ؟

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي في حياتهم اليومية وذلك بنسبة ٦٠ % بينما

نسبة ٣٧ ٪ من أفراد العينة تستخدم تلك المواقع أحيانا وأخيرا جاءت الفئة التي تستخدم الشبكات الإجتماعية بشكل نادر بنسبة ٣ ٪

وقد يرجع ذلك إلى رواج هذه المواقع والإقبال الكبير عليها لتمضية الوقت والبحث وغيرها حيث يقضي أغلب أفراد العينة أوقاتهم عبر هذه الشبكات ، بينما أفراد العينة الذين يستخدمون تلك المواقع أحيانا فهم يمشون أوقاتهم في الدراسة والرياضة و الأمور المنزلية فهم يستخدمون الشبكات الإجتماعية أثناء وقت الفراغ في حين نادرا أن نجد ما لا يملك موقع على هذه الشبكات الإجتماعية. وعليه نستنتج أن إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في الحياة اليومية غالبا من قبل الشباب الجزائري راجع إلى مواكبة التطور التكنولوجي والإهتمام به

٢. منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي ؟

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي منذ أكثر من سنتين وذلك بنسبة ٧٠ ٪ ليها نسبة ٢٠ ٪ من أفراد العينة تستخدم هاته المواقع من سنة إلى سنتين ، ونسبة ١٠ ٪ من أفراد العينة تستخدم هاته المواقع في أقل من سنة .

وقد يفسر ذلك من خلال شهرة هذه المواقع وتطور خدماتها منذ إنشائها فمثلا الفيس بوك منذ ٢٠٠٤ ،بالإضافة إلى سهولة التسجيل فيها وسهولة التواصل من خلالها بالأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم .

ويرجع الإقبال الكبير للطلبة في التسجيل في موقع الفيس بوك لعدة اسباب أهمها الإنتشار الكبير الذي عرفه الموقع في أوساط الشباب بصفة عامة وأوساط الطلبة بصفة خاصة في الأونة الأخيرة.

أين أصبح موقع الفيس بوك من ضروريات مواكبة العصر الراهن ، كما توصلت الدراسة غلى انه لا توجد اختلافات بين إجابات الفئتين وفقا لمتغير الجنس وهو مؤشر على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بخصوص مدة استخدام المبحوثين للفيسبوك تبعا لمتغير الجنس.

وعليه نستنتج أن الاستخدام الشبكي لم يكن وليد الساعة من قبل المبحوثين خاصة وأنه متداول منذ فترة طويلة .

٣. ما عدد أيام إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي في الأسبوع ؟

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي تقريبا كل ايام الأسبوع (٦ إلى ٧ أيام) وذلك بنسبة ٧٢ ٪ وهذا يدل على حرص الطلبة على تصفح حساباتهم تقريبا طيلة أيام الأسبوع ، كما أصبحت السلوكات والنشاطات اليومية و الأساسية التي يقبل عليها الطلبة معظم أيام الأسبوع ،إضافة إلى مناقشة الأحداث اليومية المتغيرة باستمرار و ذلك

حسب الظروف الخاصة بهم . أما الفئة التي تستخدم هذه المواقع من ٣ إلى ٥ أيام في الأسبوع فلم تتجاوز ٨ ٪ في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الشبكات الإجتماعية أقل من يوم في الأسبوع فبلغت ٤ ٪

وهذه النتائج تجعلنا نؤكد أن هناك إستخدام دائم ومتواصل لمواقع التواصل الإجتماعي رغم إختلاف درجة الإستخدام ، و هذا ما قد يؤثر بصفة أو بأخرى على الفرد ، فقد جعلو منها نشاطا أساسيا في حياتهم اليومية وذلك من خلال الترحم والتطلع و مواكبة الأحداث اليومية .

٤. كم عدد الساعات التي تقضيها في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في اليوم ؟

بينت نتائج الدراسة أن عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي حوالي ٣ ساعات فأكثر في اليوم بنسبة ٦٥ ٪ في حين نجد أن نسبة ٢٣ ٪ من أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع ساعتان في اليوم ، في حين ١٢ ٪ فقط من أفراد العينة يقضون ساعة واحدة وأقل من ساعة في اليوم .

من الواضح حسب النتائج المتوصل إليها أن الحجم الساعي الذي يقضيه الطلبة الجامعيين في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي يكون لساعات طويلة ، وهو ما يدل على أن إستخدام هذه المواقع أصبح يعد بمثابة نشاط اساسي من الأنشطة التي يقوم بها المستخدمون في حياتهم اليومية ، وعادة تزامم باقي العادات ، وإدراجها بذلك ضمن إهتماماتهم اليومية ، وهذا قد يرجع إلى الشعور بالمتعة التي تتمتع مستخدموا هذه المواقع أثناء إستخدامهم لها ومشاركة أصدقائهم ومعارفهم عبرها النقاشات والمحادثات والتعليقات ومختلف الصولر والفيديوهات والأفكار و الآراء .

فالتواصل عبر مواقع التواصل الإجتماعي يعتبر عالما فسيحا يعيش فيه الطلبة معظم وقتهم ولا يمكن الخروج منه بطريقة سهلة ،نضرا للمتعة التي يشعرون بها نتيجة تواصلهم ، فهو يستهوي ويجذب كل مستخدم لذا فإن مرور الوقت لا يعد في الحسبان ومنه قضاء ساعات طويلة . ونلاحظ انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فكلاهما يقضون ساعات طويلة (٣ساعات فأكثر) في اليوم في تصفح تلك المواقع .

٥. ما هي الفترة التي يفضل فيها إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٢ ٪ من المبحوثين يفضلون الفترة الليلية لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وهذا منطقي إذ عادة ما يخصص الليل للأبحار في الأنترنت و إستخدام هذه الشبكات وذلك لكون أفراد العينة طلبة جامعيين فهم يقضون أغلب ساعات النهار في حضور الدروس والمحاضرات أي أن جل وقتهم بالجامعة وفي الدراسة ، أما نسبة ٢٣ ٪ من أفراد العينة يفضلون

إستخدام المساء ، ونسبة ١٢٪ من الطلبة يفضلون إستخدام المواقع طيلة اليوم وهم الطلبة الذين تتوفر لديهم خدمات الجيل الثالث والرابع من شبكة الأنترنت ، في حين ٣٪ فقط من المبحوثين يفضلون إستخدام المواقع في الفترة الصباحية وهي نسبة ضئيلة جدا بسبب تواجدهم في مقاعد الدراسة و يكون الإختلاف في إختيار فترة على أخرى في إستخدام المواقع بشكل عام إلى أن شبكة الأنترنت تتيح فرصة إختيار الوقت المناسب للإستخدام ومن أي مكان عكس الوسائل الإعلامية الأخرى ، فإستخدام المواقع ليلا كون الفترة الليلية تمثل وتعد وقت الفراغ يتفرغون فيها من إنشغالاتهم والدراسة ويقل إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في الفترة المسائية ويضعف في الفترة الصباحية وذلك للإنشغال الطلبة بالدراسة والتواجد في الجامعة .

٦. ما هي الوسيلة التي تستخدمها للدخول لمواقع التواصل الإجتماعي؟

بينت نتائج الدراسات أن نسبة ٦٢٪ من الطلبة الجامعيين يستخدمون الهاتف الذي للدخول لمواقع التواصل الإجتماعي فامتلاك الطلبة لهواتف ذكية جديدة مزودة بشبكة الأنترنت ، تتيح لهم تصفح المواقع والدخول لحساباتهم في كل وقت ، ومن أي مكان بكل سهولة وبتكلفة اقل لأنها تتوفر على العديد من البرامج والخدمات ، في حين قدرت نسبة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون الكمبيوتر المحمول ٢٠٪ وهذا يدل يدل على إمتلاك الطلبة للجهاز الكمبيوتر المحمول الذي يوفر العديد من الخدمات منها الأنترنت ، أما نسبة ١٥٪ من المبحوثين فيستخدمون الكمبيوتر المكتبي (الحاسوب المنزلي) في الولوج الى تلك المواقع ، في حين سجلت نسبة ضئيلة قدرت ٣٪ للطلبة الذين يستخدمون اللوح الإلكتروني لتصفح حساباتهم في مواقع التواصل الإلكتروني.

و يتضح أن كل من الذكور والإناث يفضلون استخدام الهاتف الذي لتصفح المواقع وهذا مؤشر على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بخصوص الوسيلة المفضلة لتصفح المواقع .

٧. ما درجة إستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي ؟

أوضحت نتائج الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون كثيرا مواقع التواصل الإجتماعي و ذلك بنسبة ٥٦٪ في حين بلغت نسبة الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل أحيانا وحسب ظروفهم وسلوكياتهم اليومية تقدر ٣٣٪ وهناك نسبة ضئيلة جدا وقدرت ٢٪ فقط من الطلبة ممن يستخدمون هذه المواقع بشكل نادر .

وهنا نستنتج أن هناك علاقة ترابطية بين إدمان مواقع التواصل الإجتماعي وبين كثافة إستخدامها ، وعدم تنظيم الإستخدام ، وإضطراب السلوك الإجتماعي للفرد ، والرغبة في الهروب من الواقع الفعلي وهي من التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الإجتماعي والأنترنت بصفة عامة . لقد أصبح الإقبال على الشبكات الإجتماعية بمثابة الهاجس الطاغي على تفكير الطلبة وأنه أمر ضروري

بالنسبة إليهم في الحياة اليومية .

١. المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل افجتماعي على التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الجامعيين :

١. كم عدد أصدقاءك على مواقع التواصل الإجتماعي ؟

بينت الدراسة أن معظم أفراد العينة لديهم من ١٠٠ إلى ٣٥٠ صديق و ذلك بنسبة ٤٠٪ ، اما نسبة الطلبة الذين لديهم ما بين ٥٠ إلى ١٠٠ صديق فقدت ب ٢٠٪ ، تليها نسبة ٢٠٪ من الطلبة الجامعيين يملكون أكثر من ٣٥٠ صديق على مواقع التواصل الإجتماعي ، أما من يملكون من ٢٠ إلى ٥٠ صديق فنسبتهم ١١٪ في حين بلغت نسبة الذين يملكون أقل من ٢٠ صديق ٩٪ . ويمكن تفسير ذلك برغبة الطلبة في خلق مجال أوسع للتفاعل ولزيادة حجم التفاعل الإلكتروني الكبير للفرد في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه شبكة الأنترنت ، حيث أنه كلما زاد الأصدقاء زادت نسبة التفاعل في مواقع التواصل الإجتماعي من خلال المشاركات المتنوعة والتي تتلقى ردودا عديدة بفضل عدد الأصدقاء وتعددهم و إختلاف أفكارهم وتوجهاتهم من جهة وبفضل إختلاف تخصصاتهم وميولاتهم الفكرية من جهة أخرى.

٢. هل أصدقاءك عبر المواقع أكثر عددا من اصدقاءك الحقيقيين الذين تعرفهم وجها لوجه ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٠٪ من أفراد العينة صرحوا أن عدد اصدقائهم الحقيقيين أكثر من عدد أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، في حين أن نسبة ٣٠٪ من أفراد العينة صرحوا أن عدد أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من عددهم في الواقع

إذ تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي طريقة سهلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين أو التعرف عليهم أينما كانوا دون التقيد بالحدود الجغرافية ، الامر الذي من شأنه كسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات المختلفة .

لقد سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين صداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد .

٣. من هم الذين تتعامل معهم على مواقع التواصل الإجتماعي ؟

معظم أفراد العينة يتعاملون مع أصدقائهم المقربين من خلال هذه المواقع وكذا مع زملائهم في الجامعة والدراسة كذلك هناك نسبة من المبحوثين تؤكد أنهم يتواصلون مع الأهل والأقارب خاصة الذين يتواجدون بأماكن بعيدة داخل وخارج الوطن .

و هذا ما يعكس تطور مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خصائصها بالسماح للمستخدمين بتكوين علاقات جديدة وإعادة ربط العلاقات المنقطعة خاصة أصدقاء الدراسة .

وهذا يبين إستحواذ مواقع التواصل الإجتماعي على حياة الناس ، حيث قلت زيارات الأقارب و التهاني وإستبدال واقعهم الحقيقي بالإفتراضي ، واكتفى المستخدمون بالتفاعل مع أقاربهم وأصدقائهم عن طريق هذه المواقع .

٤. هل تفضل التحدث مع أصدقاءك عبر المواقع أكثر من تتحدث معهم وجها لوجه ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٠٪ من الطلبة الجامعيين لا يفضلون التحدث مع أصدقائهم عبر هذه المواقع بل التحدث إليهم وجها لوجه رغم توفر مواقع التواصل على خاصية المحادثة والردشة والحوار بين مستخدميها ، وذلك نظرا لتواجد معظم الوقت مع بعضهم البعض في فضاء الجامعة ، في حين أن نسبة ٣٠٪ من أفراد العينة يفضلون التحدث مع أصدقائهم عبر هذه الشبكات أكثر من الواقع ، وهم الطلبة الذين يتواصلون مع أشخاص من خارج المحيط الجامعي ويستخدمون كثيرا مواقع التواصل الإجتماعي .

٥. ما هي أكثر الوسائط المتعددة التي تتفاعل معها في مواقع التواصل الإجتماعي؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٧٠٪ من أفراد العينة يستعملون التعليق المكتوب
commentaire

باعتباره أكثر من الوسائط المتعددة التي يتفاعلون معها في مواقع التواصل عن طريق الفيديو و ١٠٪ تتفاعل بالصوت أو المكالمات الصوتية هذه الخدمة التي توفره بعض البرامج كبرنامج السكايب .

٦. ما هي أساليب و أدوات الإتصال التي تستخدمها للتواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

تعتبر المحادثة الكتابية هي أكثر أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها الطلبة الجامعيين في التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة ٧٠٪ ثم يأتي الإتصال عن طريق الدردشة والتعليقات ، ثم الإتصال بالصوت مما يتطلب من الطلبة الاهتمام بتطوير مهاراتهم وقدراتهم على استخدام الوسائط المتعددة للاتصال لما تتميز به القدرة على جذب الإنتباه وتوصيل الرسالة بكافة أبعادها بأسلوب حيوي وشيق وحقيقي.

• المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في تغيير نمط العلاقات الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

١. كيف تقيم علاقاتك الإجتماعية الراهنة في ظل إنتشار الشبكات الإجتماعية ؟

يقيم أفراد العينة علاقاتهم الواقعية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بانها جيدة وذلك بنسبة ٥٠٪ في حين نسبة ٣٤٪ يصفونها بالحسنة و ١٢٪ علاقتهم متوسطة ، لكن نسبة ٤٪ ليست لديهم علاقات . من خلال نتائج الدراسة فإن تقييم الطلبة لعلاقاتهم الاجتماعية الحالية مرهون بدرجة استخدام هذه المواقع والتعلق بها ، فأمام انتشار الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي

أصبح المستخدمون يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم افتراضي يوازي عالمهم الفيزيائي الأمر الذي دفعهم إلى الإنقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية والتقليل من العلاقات الاجتماعية التقليدية والاستئناس أكثر بنظريتها الافتراضية ن وفي هذا الصدد لم يتردد الكثير من علماء النفس في تقديم تشخيص سوداوي غالبا ما يتجلى في السلوك الانطوائي وذلك من خلال ملاحظة أن :

- الإستخدام المكثف لمواقع التواصل الإجتماعي يميل الى فصل المستخدم عن الحياة الفعلية أو الحياة الحقيقية .
- العلاقات التي تتيحها تلك المواقع للفرد (العلاقات الكترونية الافتراضية) تبدو اصطناعية على عكس الروابط الإجتماعية والعلاقات الإنسانية الحقيقية الأصلية
- الهوية الافتراضية التي تمنحها مواقع التواصل الإجتماعي للمستخدم تبدو كوهم لا علاقة له بهويته وشخصيته الفعلية .

٢. هل تفضل العلاقات الإجتماعية الواقعية أكثر أم الافتراضية أم الإثنين معا ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٠٪ من أفراد العينة يفضلون العلاقات الإجتماعية الحقيقية في حين ٣٢٪ من الطلبة يفضلون الإثنين معا وهناك ٨٪ يفضلون العلاقات الافتراضية .

حقيقة لقد أثرت التكنولوجيا الحديثة عموما في جميع المستويات وفي جميع مناحي الحياة وكافة الفضاءات التي يتحرك ضمنها الفرد المعاصر ، حيث أتاحت بذلك أنواعا إتصالية جديدة وكذا نمطا جديدا للعلاقات الإجتماعية السائدة ، وتغيير في القيم في الذهنات والنفسيات ، في أساليب التربية والتعليم ، ساهمت كذلك في خلق فضاءات إجتماعية جديدة لإلتقاء الأفراد على رغم تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها ، أعادت تشكيل بنية المجتمع ، سائدة كالتواصل الحقيقي بين الأفراد فلم تعد الأسر أو الأصدقاء أو مختلف الجماعات تلتقي ببعضها البعض جسمانيا بل ينعدم هذا التواصل مما جعل المستخدم يحس بفرغ إجتماعي و عاطفي بإنتمائهم إلى جماعات افتراضية أكثر من إحساسه بالإنتماء إلى جماعات حقيقية كزملاء الدراسة مثلا .

وهناك نسبة ٣٢٪ من أفراد العينة يميل إلى العلاقات الإجتماعية الافتراضية ، فقد نجح هذا النمط الجديد للعلاقات الإجتماعية الذي تتيحه مواقع التواصل الإجتماعي في خلق مفاهيم مجتمعية جديدة تناسس من خلال البيئة التي يحدث من خلالها هذا التواصل وطبيعة شكله ضمن الفضاء الافتراضي الذي تشكل بفضل الأنترنت مؤسسة بذلك بيئة تفاعلية جديدة تحاكي البيئة التقليدية .

إلا أن نسبة الطلبة الذين يفضلون العلاقات الافتراضية أقل من الذين يفضلون العلاقات الواقعية وذلك لأنه لا يمكن أبدا أن يحل النمط الافتراضي للعلاقات الإجتماعية محل النمط الواقعي فالمجتمع الحقيقي يدوم لفترة طويلة في حين أن المجتمع الافتراضي

هل الإتصال والتواصل الإجتماعي ساعدك في توسيع علاقتك الإجتماعية ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٥٨٪ من أفراد العينة أن الإتصال و التواصل عبر مواقع التواصل الإجتماعي لم يساعدهم في توسيع علاقاتهم الإجتماعية ، بل كان لهذه المواقع دور كبير في عزل الأفراد إجتماعيا وتفكيك العلاقات الإجتماعية الحقيقية بين الأفراد في المجتمع ، فالأفراد أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الأنترنت بطريقة لافتة ، مما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الإجتماعية خاصة في ظل إنتشار أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة^{١١}

- و قد توصلت العديد من الدراسات التي أجريت على طلبة الجامعات أن استخدام الأنترنت المتزايد يؤثر وبشكل واضح على مستوى الإتصال والمشاركة مع أفراد الأسرة داخل المنزل ، وكذلك يقلل من مقدار التواصل الإجتماعي في المحيط الذي ينتمون إليه^{١٢}

في حين أن ٤٢٪ من أفراد العينة أكدوا عكس ذلك أن التزايد الكبير في استخدام تلك المواقع ساهم في إنتشارها ليصبح لها دور مهم في المجتمع الافتراضي ، حيث يقوم الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي بإقامة روابط وعلاقات إجتماعية فيما بينهم ، ويتجمعون في جماعات مختلفة ، كل واحدة لها إهتماماتها الخاصة ومميزاتها وتتميز هذه العلاقات بديناميكية من حيث تغير عدد أعضائها وطريقة تكوينها، وهي تقريبا لا تشبه العلاقات الحقيقية في حياتنا الواقعية إلى حد بعيد فهناك عدة خصائص ومميزات مشتركة بينهما.

كيف ترى علاقاتك الحقيقية في الواقع بعد استخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٢٪ من أفراد العينة أن علاقاتهم الواقعية بقيت على حالها سواء قبل استخدام مواقع التواصل الإجتماعي أو بعده وذلك رغم إشراكهم في العديد من المواقع وقضائهم وقتا طويلا نسبيا في استخدامها .

في حين نسبة ٢٣٪ من المبحوثين يدركون بأن علاقاتهم زادت عمقا وتوسعا ، فهم يعتبرون بأن مواقع التواصل الإجتماعي تمثل قوة إيجابية في علاقاتهم بأنها سمحت لهم بإنشاء العديد من العلاقات سواء كانت قوية أو ضعيفة حيث لم يعد البعد الجغرافي يمثل عائقا أمام الحفاظ على العلاقات وتقويتها .

٤. مهدد بالزوال في أي لحظة مع مجرد إنقطاع الإتصال بالأنترنت أو حتى إنقطاع الكهرباء .

كما أن الحاجات الفيزيولوجية الفطرية وغير الفطرية لن يجري إشباعها من خلال المجتمع الافتراضي ، كحاجة الفرد للغذاء والكساء والتناسل والصراع أيضا ، صحيح أن المجتمع الافتراضي سيساهم بشكل كبير في توفير هذه الحاجات من الناحية اللوجيستية ، لكن ذلك لن يغني عن تحرك الأفراد لنقل تلك الحاجات لتصنيعها أو اللقاء تحت سقف واحد والعيش معا لفترة طويلة لإنجاب الأفراد وتربيتهم ... ، لذلك فإن المجتمع الافتراضي لن يكون بديلا بقدر ما سيكون موازيا للمجتمع الحقيقي .

٣. هل تشعر أنك متفاعل في علاقاتك الافتراضية أكثر من علاقاتك الحميمة ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٨٠٪ من أفراد العينة لا يشعرون أنهم يتفاعلون في علاقاتهم الافتراضية عبر مواقع التواصل الإجتماعي أكثر من علاقاتهم الحقيقية الواقعية ، ذلك أنه في المجتمع الحقيقي ندرك الواقع فيه من خلال حواسنا الخمس ، في حين ندرك المجتمع الافتراضي من خلال مجموعة من الأفكار والمفاهيم والآراء وغيرها .

كما أن التفاعل في المجتمع الحقيقي والواقعي يتميز بعدد من الصفات إلى جانب الإتصال المواجهي مثل الرموز غير اللغوية والتعبير عن المشاعر مثل الضحك والقلق والإضطراب وتعبير الوجه على جانب لغة الجسد وغيرها .

في حين أن نسبة ٢٠٪ من أفراد العينة أكدوا أن مواقع التواصل الإجتماعي ساعدتهم في التعبير عن أنفسهم أكثر مما يتيح لهم الواقع ، فهم أكثر قدرة على بناء علاقات إجتماعية مقربة من خلال هذه المواقع وهي ونسبة لا يستهان بها ويمكن تحديد نوعين من هؤلاء المستخدمين الذين لا يستطيعون تحقيق ذواتهم وإكتشافها إلا عن طريق الأنترنت

النوع الأول : هم الأشخاص الذين يحسون بقلق إجتماعي من خلال تواصلهم وجها لوجه

النوع الثاني : هم الأشخاص الذين يشعرون بالوحدة ، هؤلاء الأشخاص بإمكانهم تطوير علاقاتهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي بسرعة كبيرة ويمكن لهذه العلاقات أن تتحول إلى علاقات إجتماعية حقيقية يكون التفاعل فيها وجهها لوجه ، ويرى « جون تومسون » أن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإتصال لم يلغي التفاعل المباشر وجها لوجه وإنما جاء ليكمله ويتمه^{١٣}

١٠ John B. Thompson , Transformation de la visibilité , réseaux n ١٤ , ٢٠٠٠ p1٤

١١ c http://www.asbar.com/ar/contents.aspx? ٧٩

١٢ إبتسام دراجي، تأثير استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية للشباب ، دراسة ميدانية، مجلة المعيار، مجلد ٢٤، عدد ٥٠، ٢٠٠٠، ص ٦٤٣

٧. لماذا يشعر غيابك عن مواقع التواصل الاجتماعي لفترة ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٥٠٪ من المبحوثين يشعرون بالفراغ في حال غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي لفترة معينة وهذا مؤشر عن وقوع الكثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ضحايا بالإدمان عليها فالأفراد أصبحوا يقضون وقتاً طويلاً في التعامل مع الأنترنت بطريقة لافتة ، فالتواصل بالشبكات الاجتماعية يعتبر عالم فسيحاً لا يمكن الخروج منه بطريقة سهلة فهو يستهوي ويجذب كل مستخدم لذا فإن مرور الوقت لا يعد في الحسبان ومنه قضاء ساعات طويلة الأمر الذي يجعل المستخدم يشعر بافتقاده شيئاً في حال عدم ولوجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي في حين هناك ٤٠٪ لا يشعرون بشيء أما نسبة ١٠٪ من أفراد العينة يشعرون بالقلق عند غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي وهي نسبة لا يستهان بها ، فقد جعلوا من الشبكات الاجتماعية نشاطاً أساسياً في حياتهم اليومية وذلك من خلال التمسك والتطلع ومواكبة الأحداث اليومية .

٨. هل تشعر أنك تستخدمك مواقع التواصل الاجتماعي بالابتعاد والعزلة عن محيطك الاجتماعي الواقعي ؟

بينت نتائج الدراسة أن نسبة المبحوثين الذين لا يشعرون باستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي بالابتعاد والعزلة عن محيطهم الاجتماعي قدرت ب : ٨٠٪ وقد يرجع ذلك إلى أن الشبكات الاجتماعية أصبحت جزءاً من حياتهم فأصبحوا يستخدمونها بشكل يومي في كافة المجالات كالبحث العلمي والدراسة والتعليق ، إضافة إلى مناقشة الأحداث اليومية المتغيرة.

باستمرار وذلك حسب الظروف الخاصة بهم ، ولكن استخدامهم لهاته المواقع يكون بشكل عقلائي وإعتباره نشاطاً عادي من النشاطات اليومية التي يمارسونها .

في حين نجد أن ٢٠٪ من أفراد العينة يشعرون بالعزلة والابتعاد عن محيطهم الواقعي عند استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي ذلك أن الإقبال على الشبكات أصبح بمثابة الهاجس الطاغي على تفكير الشباب وأنه أمر ضروري بالنسبة إليهم في الحياة اليومية ، فقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقات اجتماعية جديدة ، فقد ساعدت في تغيير طريقة بناء هذه العلاقات التي كانت في السابق تبني داخل مجتمع واقعي حقيقي و على أساس التقارب الجغرافي والمكاني والزمني ، والتعارف من خلال الإلتقاء وجها لوجه ، وهو ما يسمى بالإتصال الشخصي.

خاتمة

أحدث التطور السريع لوسائل التواصل الاجتماعي الذي بات يعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد تغيرات شاملة وجذرية في جميع نواحي الحياة والمجالات المختلفة بل استطاع ربط جميع المجتمعات باختلاف

ويعتقد أفراد العينة الذين بإمكانهم التعبير عن أنفسهم عن طريق المواقع الاجتماعية أكثر مما يتيح لهم الواقع هم الأكثر قدرة بناء علاقات اجتماعية مقربة من خلال هذه المواقع .

في حين أن نسبة ١٠٪ منهم صرحوا بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي جعل مستوى علاقاتهم الواقعية يتراجع ذلك أن الاستخدام المكثف عن الحياة الفعلية أو الحياة الحقيقية .

في حين نسبة ٥٠٪ من المبحوثين أكدت أن علاقاتهم الحقيقية في الواقع إختفت تماماً ، وأمام إنتشار الإستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح المستخدمون يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم إفتراضي يوازي عالمهم الفيزيائي .

٦. هل تأثرت علاقتك بأفراد أسرتك منذ أن شاركت في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

بينت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة الجامعيين لم تتأثر علاقاتهم مع أفراد أسرهم منذ أن اشتركوا في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٨٠٪ في حين أن نسبة ٢٠٪ من المبحوثين تأثرت علاقاتهم مع أفراد أسرهم ، وهذه النسبة لا يستهان بها وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها الباحثة إبتسام دراجي في دراستها حول تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ١٣ على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري ، دراسة ميدانية ذلك أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سريع الإنتشار والتداول ، وكذا تزايد نسبة التأثير مع مرور الوقت والتعود أكثر على الإنتماء إلى هذا الفضاء الافتراضي .

ويمكن تفسير تأثير علاقة هؤلاء مع أفراد عائلاتهم ببعض الأسباب منها :

١. العلاقات الاجتماعية الضعيفة والمحيط القائمة بين الفرد وباقي أفراد أسرته تجعله يكثف من استخدام الشبكات الإلكترونية الاجتماعية للهروب من الواقع ، وللتعويض عن فقدانه للتفاعل الأسري في الواقع.

٢. حصول كل فرد من أفراد الأسرة على جهاز إلكتروني خاص به سواء كان هاتف نقال أو كمبيوتر محمول أو لوح إلكتروني وتزويده بشبكة الانترنت ، وجلسه لساعات طويلة في استخدامها يؤثر بشكل أو بآخر على تفاعله الاجتماعي مع أفراد أسرته ، وهي الأمور التي يتفق عليها معظم الباحثين فوجود وسائل إتصال متعددة في المنزل تؤثر بالضرورة على نمط العلاقات الاجتماعية بين أفرادها فوسائل الإتصال يمكن أن تخلق تمييزاً من الإنفصال أو التباعد ، الإنفصال المادي أو المكاني و الإنفصال الذهني.

لهذا فإن فكرة الإنسان الإجتماعي بطبعه بدأت تتراجع فلا بأس أن نقول وفي خضم هذه التطورات المتسارعة والتزايد الكبير في الإقبال على استخدام مواقع التواصل الإجتماعي أن الإنسان تكنولوجي بطبعه إذا أصبح ينهر وينجذب لأحدث وأذكي وسائل التواصل الإجتماعي وليس هنا الخلل ، ولكن ما وجب التنبيه إليه والوقوف عنده هو وجوب أن يكون استخدام مواقع التواصل الإجتماعي إيجابيا يخدم الفرد في جميع نواحي حياته المختلفة ويدعم علاقاته الإجتماعية ويزيد من قوة ترابطها .

أجناسها ومعتقداتها من خلال الضغط على أحد مفاتيح الأجهزة الذكية (هاتف ذكي، حاسوب،... إلخ)

ويصبح المحضور مسموحا والبعيد قريبا، بل تعدى ذلك حيث أن هذه الوسائل الإتصالية أصبحت بديلا للتفاعل الإجتماعي مع الأسرة والرفاق والأقارب .

وأصبحت واقعا إفتراضيا للأفراد قد يؤثر على النسيج الإجتماعي والنية الإجتماعية للمجتمع ومؤسسات التنشئة الإجتماعية الفاعلة لاسيما الأسرة مما ينتج عنها تغيرا في منظومة القيم الإجتماعية ويعزز بذلك القيم الفردية دون الإجتماعية .

قائمة المراجع

١. فهد بن علي الضيار ، شبكات التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ،تويتر نموذجاً،المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب،المجلد 31،العدد 61،الرياض، 2013
٢. حسين محمد هيتي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر، 2015
٣. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية، دار النفائسي للنشر والتوزيع، 2013
٤. جيهان حداد ، المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إريد، دراسة أنثروبولوجية، جامعة اليرموك نرسالة ماجستير غير منشورة، 2002،
٥. معن خليل ، البناء الإجتماعي، أنساقه ونظمه، بيروت، دار المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002
٦. غريب محمد سيد أحمد، علم الإجتماع ودراسة المجتمع ، دار المعرفة، الجامعية للطباعة الأولى، 2003
٧. كلثم علي الغانم، اتجاهات الشباب نحو قضايا الزواج، المجلس الأعلى لشؤون الأسرة، قطر، 2010
٨. John B. Thompson , Transformation de la visibilité , réseaux , n° 100, 2000
٩. [http : // www.asbar.com /ar /contents.aspx? c=779](http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=779)
١٠. إبتسام دراجي، تأثير استخدام مواقع التواصل الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية للشباب الجزائري، دراسة ميدانية، مجلة المعيار ، مجلد 24، عدد 50 ، 2000.

الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة

د. كلثوم قاجة

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف - الجزائر

k.gadja@univ-chlef.dz

عائشة قوادري بوجلطية

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف - الجزائر

a.kouadriboudjelthia97@univ-chlef.dz

ملخص

هدفت الدراسة الكشف عن درجة إدمان مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (١٢٠) طالب وطالبة بجامعة حسيبة بن بوعلي الشلف - الجزائر، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، وتطبيق مقياس إدمان مواقع التواصل الاجتماعي لـ: صفي (٢٠١٧)، وبعد معالجة البيانات من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) توصلت الدراسة إلى أن الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة جاءت بدرجة منخفضة، وعدم وجود فروق في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تعزى لمتغيري الجنس، والإقامة الجامعية.

الكلمات المفتاحية

إدمان؛ مواقع تواصل اجتماعي؛ طلبة؛ جامعة.

المقدمة

أوضح كل من (Bilgin & Taç, 2018) أن شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي توفر للأفراد فرصة لتقديم أنفسهم بشكل إيجابي وجعل مزاجهم أكثر إيجابية، بحيث تؤدي الرغبة في الحفاظ على هذا المزاج الإيجابي أو جعله ثابتاً إلى السلوك الإدماني لهذه المواقع، ونتيجة لذلك يمكن أن يواجه الأفراد مشاكل تؤثر بشكل خطير على حياتهم، فالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر مشكلة نفسية تتطور في ثلاث عمليات معرفية وعاطفية وسلوكية، وتعطل وظائف الفرد في حياته الخاصة وحياته العملية والاجتماعية من خلال مشاكل مثل اضطراب المزاج والصراع.

حددت (Young, ٢٠٠٦) أعراض الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي في الانشغال الدائم بمواقع التواصل الاجتماعي، ووجود رغبة ملحة لدى الفرد لاستخدام هذه المواقع لفترات طويلة من أجل الوصول إلى حالة من الرضا، واستخدام هذه المواقع بشكل متكرر على الرغم مما يبذله الفرد من جهود لضبط سلوك استخدامه لها، والشعور بالاكئاب وفقدان السيطرة على الذات والشعور بالضيق عند محاولة التوقف عن استخدامها أو محاولة الحد من استخدامها. والانعزال عن الآخرين لفترات طويلة بسبب الانشغال بهذه المواقع (صفى، ٢٠١٦، ص ٣؛ نقلا عن Young, ٢٠٠٦).

بعد تفشي جائحة كورونا والتوقف المفاجئ عن الدراسة اتخذت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي عدة إجراءات احترازية للحفاظ على حياة الطلبة الجامعيين منها: تغيير نظام التدريس من التعليم الحضوري

إلى التسارع التكنولوجي في العصر الحالي مس مختلف المجالات خاصة مجال الإعلام والاتصال الذي استهدف كل فئات المجتمع بمحتواه، ومواقع، ووسائله المختلفة فسهل التواصل بين الأفراد في كل أنحاء العالم عبر الشبكة المعلوماتية، فقد بين 2017 SAHIN أن الأنترنت تقنية يحصل الناس من خلالها على جميع أنواع المعلومات والتواصل مع الآخرين بوتيرة سريعة لا يستخدمها البالغون والمراهقون فحسب، بل حتى الأطفال. بينما أشارت إبريغم (٢٠١٨) أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت الفرصة لمستخدميها من تجاوز الكثير من الأمور التي كانت متواجدة في شكلها التقليدي وصارت تجذبهم بالعديد من الميزات العصرية مما أدى إلى زيادة أعداد المستخدمين حول العالم.

أصبح تصفح مواقع التواصل الاجتماعي وإنشاء حسابات افتراضية متاح لدى جميع الطلبة وصارت جزءاً لا يتجزأ من حياتهم نظراً لأهميتها في تسهيل الدراسة والتواصل بينهم وبين أساتذتهم، أو مع زملائهم لغرض البحث العلمي، أو تكوين علاقات اجتماعية، أو حتى للترفيه عن أنفسهم، وفي هذا الصدد توصلت دراسة Karuppasamy et al (٢٠١٣) التي هدفت الكشف عن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات في عجمان بالإمارات العربية المتحدة على عينة مكونة من (٣٠٠) طالب وطالبة؛ أن هناك ٨٩٪ من المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي (SNS) و ١١٪ من غير المستخدمين؛ ومن بين (٢٦٧) مستخدماً لـ (SNS) كانت نسبة ٥٨,٨٪ من المستخدمين المتوسطين، ونسبة ٣٧,٨٪ مستخدمين معتدلين ونسبة ٣,٤٪ مستخدمين مرتفعين، من الطلاب في السنتين الأولى والثانية من الدراسة.

مصطلحات الدراسة

مفهوم الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي

تعريف Cam & Isbulan, ٢٠١٢: هو الاستخدام المفرط والذي لا يمكن السيطرة عليه لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يؤثر سلباً على النواحي المختلفة من حياة الأفراد، وهو الاستخدام الزائد جداً لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل يؤدي إلى وقوع الفرد في مشكلات على المستوى الشخصي، والاجتماعي، والأكاديمي والأسري" (صفي، ٢٠١٧، نقلاً عن Cam & Isbulan, ٢٠١٢).

تعريف النيرب (٢٠١٦): هو حالة مرضية تشير إلى الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي وسيطرة هذه المواقع على سلوك الفرد، والرغبة المستمرة في البقاء لساعات أطول دون هدف، مع شعوره بالقلق والإعياء والتوتر في حالة عدم استخدامها مع إهمال الفرد لحياته الشخصية والعائلية والمهنية.

تعريف دغيري (٢٠١٧): هو الإفراط الشديد والمتكرر لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي دون وجود ضرورة مهنية أو أكاديمية لذلك، حيث يكون الفرد منشغلاً بها، ولا يستطيع التوقف عن استخدامها، ويرافقها ظهور المحكات التشخيصية على أعراض الإدمان مثل التكرار والإلحاح والصراع والهروب والانسحاب من الواقع الفعلي إلى عالم افتراضي فيؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية والصحية وغيرها.

التعريف الإجرائي للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي: هو الدرجة التي يحصل عليها الطالب الجامعي في المقياس المستخدم في الدراسة الحالية.

الدراسات السابقة

- دراسة Meena et al, (٢٠١٥): هدفت الدراسة الكشف عن الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المشاكل النفسية لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (٢٠٠) طالباً وطالبة من كلية الطب بجواهر لال نهرو بالهند، تتراوح أعمارهم ما بين ٢١-٢٥ سنة، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس يونغ لإدمان الإنترنت (YIAS) لتقييم ميزات إدمان الإنترنت المحتمل. ومن بين النتائج التي أسفرت عنها الدراسة أنه لا توجد فروق في الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس.
- دراسة عايش والشجيري (٢٠١٨): هدفت الدراسة التعرف على أثر الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي على التطرف الفكري لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (١٧٤) طالباً وطالبة بجامعة الأنبار بالعراق، وجامعة سعيذة بالجزائر، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من ل: محمد (٢٠١٧)، ومن بين النتائج التي كشفت عنها الدراسة وجود مستوى مرتفع للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة.

إلى التعليم عن بعد من خلال تفعيل منصات التعلم عن بعد، ثم انتقلت إلى التدريس عن طريق الدفقات؛ مما أدى بالطلبة إلى قضاء معظم الوقت في البيت، فازداد عندهم وقت الفراغ مما أعطى لهم فرصة الجلوس أمام شاشات الأجهزة الإلكترونية وتصفح مختلف المواقع إما لتمضية الوقت والتسلية لأوقات طويلة، وإما من أجل الدراسة والبحث العلمي.

من الآثار التي خلفتها جائحة كورونا هو إعادة النظر في نظام التعليم الجامعي وظهور ما يسمى بالتعليم الهجين الذي يمزج بين التعليم الحضوري والتعليم عن بعد، نتيجة لذلك أنشأت الجامعات صفحات على الانترنت خاصة بها لنشر المعلومات والإعلانات التي تخص الطلبة؛ كل هذه العوامل أثرت على حياة الطلبة الجامعيين وعلى نظامهم التعليمي الذي ألفوه فجاءت هذه الدراسة للتعرف على درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

تساؤلات الدراسة

- ما درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تعزى لمتغيري الجنس، والإقامة الجامعية؟

أهداف الدراسة

- التعرف على درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.
- الكشف عن الفروق في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة في ضوء متغيري الجنس (ذكور، إناث)، والإقامة الجامعية (مقيم، غير مقيم).

أهمية الدراسة

- تسليط الضوء على موضوع مهم جداً في عصر الإعلام الجديد وهو الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشكل جزءاً لا يتجزأ من حياة الطلبة.
- لفت انتباه الطلبة إلى الآثار السلبية التي يخلقها الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها على جودة حياتهم.
- تحسيس الأسر بمخاطر إدمان أولادهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تقديم نتائج هذه الدراسة للمسؤولين في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لأجل البحث عن حلول بديلة تقلص من إدمان الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي.

طالبا وطالبة بجامعة أحمد بن محمد وهران ٢- الجزائر، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحثين، ومن نتائج الدراسة عدم وجود فروق في الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس.

- **دراسة حاج موسى (٢٠٢١):** هدفت الدراسة التعرف على مستوى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (١٨٣) طالبا وطالبة من جامعة ودمدني الأهلية بالسودان، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس الإدمان الإلكتروني لـ سيد يوسف المعدل على البيئة السودانية، ومن نتائج الدراسة وجود مستوى مرتفع للإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة نلاحظ أنها تنوعت من حيث الأهداف التي سعت إلى تحقيقها فهدفت بعضها إلى التعرف على مستوى الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما اتفق مع الدراسة الحالية وبعضها الآخر هدف إلى الكشف عن العلاقة بين الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وبعض المتغيرات النفسية الأخرى كالنسق القيمي، والتوافق، والتطرف الفكري، كما اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث العينة، إلا أنها أجريت في بيئات مختلفة كالعراق الأردن والسودان والهند وتركيا، في حين اتفقت مع بعض الدراسات التي أجريت في الجزائر، واتفقت أيضا مع بعض الدراسات من حيث دراسة متغير الجنس، في حين انفردت الدراسة الحالية بدراسة متغير الإقامة الجامعية، واختلفت نتائج الدراسات في مستوى الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي التي تراوحت بين المتوسط والمرتفع كما اختلفت في وجود فروق من عدمها بين الطلبة تبعاً لمتغير الجنس.

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لملاءمته لطبيعة الدراسة.

عينة الدراسة

شملت الدراسة عينة مكونة من (١٢٠) طالب وطالبة من جامعة حسية بن بوعلي بولاية الشلف- الجزائر، والجدول الآتي يوضح مواصفات عينة الدراسة.

الجدول (١)

وصف عينة الدراسة حسب المتغيرات المدروسة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	17	14.2%
	أنثى	103	85.8%
الإقامة الجامعية	مقيم	33	27.5%
	غير مقيم	87	72.5%
المجموع		120	100%

- **دراسة: Simsek et al (٢٠١٩):** هدفت الدراسة إلى مقارنة حول إدمان طلاب المدارس الثانوية والجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي على عينة مكونة من (٧٠٠) طالبا وطالبة، منهم (٣٩٧) من طلاب مدارس الثانوية و(٣٠٣) من طلاب الجامعة، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس إدمان الفايبروك لـ: Bergen Andreassen Torsheim and Brunborg، الذي طوره، (BFAS)، Pallesen (٢٠١٤) إلى اللغة التركية، ومن نتائج الدراسة وجود مستوى متوسط للإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة.

- **دراسة شهري (٢٠١٩):** هدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (٤٠) طالبا وطالبة، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحث، ومن نتائج الدراسة وجود فروق في الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس لصالح الذكور.

- **دراسة مجاهدي وبوعياية (٢٠١٩):** هدفت الدراسة التعرف على درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي لدى طالبات الجامعة على عينة مكونة من (٩٠) طالبة من جامعتي البرج والمسييلة- الجزائر، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لـ حسين (٢٠١٦)، ومن نتائج الدراسة وجود درجة متوسطة للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالبات.

- **دراسة البراشدية والظفري (٢٠١٩):** هدفت الدراسة التعرف على الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (٢٣٧) طالبا وطالبة من جامعة السلطان قابوس، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد الباحثين، ومن نتائج الدراسة وجود مستوى مرتفع للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة.

- **دراسة Köse& Doğan(2019):** هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي واحترام الذات بين طلاب الجامعات، والإشارة إلى الأبعاد النفسية لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي على عينة مكونة من (٣٢٥) طالبا وطالبة من ثلاث جامعات في مقاطعة اسطنبول (جامعة نيشانتاشي، جامعة إسطنبول، وجامعة إسطنبول أيدن)، ومن بين المقاييس التي تم تطبيقها مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي لـ: Tutgun Ünal Deniz and (٢٠١٥)، تم التوصل إلى وجود فروق في مستوى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث لغرض تعديل المزاج.

- **دراسة مزغراني وحمرى (٢٠٢٠):** هدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق الشخصي والأسري لدى طلبة الجامعة على عينة مكونة من (١٧٤)

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الإناث أكبر بكثير من عدد الذكور حيث بلغت نسبته ٨٥,٨% مقابل ١٤,٢%، وهو فعلا ما نجده في الواقع، كما أن عدد الطلبة المقيمين بلغت نسبته ٢٧,٥% وهي أقل من نسبة الطلبة غير المقيمين التي بلغت ٧٢,٥%.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من إعداد صفي (٢٠١٧) الذي تكون من (١٨) فقرة، تكون الإجابة عليها وفق تدرج ليكرت الخماسي (دائما، غالبا، أحيانا، نادرا، أبدا)، وتصحيحها من خلال إعطاء التدرج السابق الدرجات (٥، ٤، ٣، ٢، ١)، وللتأكد من خصائصه السيكومترية قامت الباحثة بحساب الصدق عن طريق الاتساق الداخلي، أما الثبات فكان بطريقتي التجزئة النصفية، وألفا كرونباخ، وجاءت معاملات الثبات للمقياس أكبر من ٠,٥ الأمر الذي يؤكد ملاءمة المقياس للمبحوثين.

الخصائص السيكومترية للأداة في الدراسة الحالية: تم تطبيق المقياس على عينة استطلاعية قوامها ٤٠ طالبا وطالبة من جامعة حسية بن بوعلي بولاية الشلف، وكانت النتائج كالآتي:

- **الصدق:** تم استخدام طريقة المقارنة الطرفية لمعرفة الفروق بين المجموعتين العليا والدنيا بتطبيق اختبار "ت" والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول (٢)

نتائج صدق المقارنة الطرفية لمقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي

الأساليب الإحصائية	الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي	
	الفئة العليا	الفئة الدنيا
العينة	11	11
المتوسط الحسابي	57.27	32.63
الانحراف المعياري	5.623	4.177
قيمة "ت"	42.74	
درجة الحرية	20	
القيمة الاحتمالية	0.000	
مستوى الدلالة	دال عند 0.01	

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة "ت" المحسوبة مساوية لـ (٤٢,٧٤)، والقيمة الاحتمالية sig ٠,٠٠٠ وهي أصغر من (٠,٠١) عند درجة الحرية (٢٠) مما يدل على أن قيمة "ت" دالة عند مستوى ٠,٠١ وبالتالي وجود فروق بين درجات طلبة الفئة العليا وطلبة الفئة الدنيا في مستوى الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤكد تمتع المقياس بالصدق. - الثبات: تم استخدام طريقة التجزئة النصفية بحساب معامل الارتباط بين جزأي المقياس ثم التعديل باستخدام معادلة سبيرمان وبراون، كما

تم حساب معامل ألفا كرونباخ، وكانت النتائج كالآتي:

الجدول (٣)

نتائج ثبات مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي

الطريقة	التجزئة النصفية	معادلة سبيرمان براون	معامل ألفا كرونباخ
النتائج	0.54	0.70	0.78

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بلغت (٠,٧٠)، بينما بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ (٠,٧٨)، وهي قيم دالة إحصائية، وعليه فالمقياس يتمتع بدرجة مناسبة من الثبات.

الأساليب الإحصائية

المتوسط الحسابي، والمتوسط الفرضي، واختبار "ت"؛ وعولجت البيانات من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

نتائج الدراسة ومناقشتها

نتيجة التساؤل الأول ومناقشته

نص التساؤل: ما درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة؟ للإجابة عن هذا التساؤل تم استخدام المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي، واختبار "ت" لعينة واحدة لمعرفة الفروق بينهما كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (٤)

درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة

الأساليب الإحصائية	الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي
المتوسط الحسابي	45.47
المتوسط الفرضي	54
الانحراف المعياري	10.767
قيمة "ت"	8.673-
القيمة الاحتمالية	0.000
مستوى الدلالة	دال عند 0.01

نلاحظ من خلال الجدول أن المتوسط الحسابي للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، أصغر من المتوسط الفرضي، وكانت القيمة الاحتمالية ٠,٠٠٠ وهي أصغر من ٠,٠١ مما يدل على أن قيمة "ت" دالة عند درجة الحرية ١٩، ومنه نستنتج أن درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة جاءت بدرجة منخفضة. إن انخفاض درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي يبين لنا أن الطلبة لا تنطبق عليهم أعراض الإدمان التي قدمها Hanyum, ٢٠١١ والمتتمثلة في الآتي:

- سيطرة شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد والانشغال المفرط بها .
- النتائج السلبية لاستخدام الفرد المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي .
- تصاعد المشاعر السلبية حين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .
- فقدان الاهتمام بالنشاطات الاجتماعية حيث يفضل الفرد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على نشاطات الحياة الواقعية مع أصدقائه وعائلته. (دغري، ٢٠١٧، نقلا عن Hanyum, ٢٠١١)

يمكن تفسير انخفاض درجة الإدمان لدى الطلبة إلى نظام التدريس المتبع في الجامعة الذي يضع الطلبة في انشغال دائم بالدراسة خاصة مع وجود عدة مقاييس سدادية، والقليل منها فقط مقاييس سنوية، ونتيجة لذلك فإن الطلبة مطالبون بإنجاز البحوث والواجبات المنزلية المطلوبة منهم، ومذكرات التخرج للطلبة الذين يزاولون دراستهم في السنة الثالثة ليسان في بعض التخصصات، والسنة الثانية ماستر لكل التخصصات، ضف إلى ذلك هناك من الطلبة من لديهم تربصات ميدانية تتطلب منهم زيارة المؤسسات التربوية، أو الاقتصادية، أو المستشفيات، ومراكز التكفل بذوي الاحتياجات الخاصة، أو محطات الإذاعة والتلفزيون ... إلى غير ذلك من المؤسسات حسب تخصصات الطلبة، حيث تعد هذه الأخيرة أحد المتطلبات الأساسية لاستكمال دراستهم الجامعية بنجاح، كل هذه المهام التي على الطلبة إنجازها تحول بينهم وبين إيجاد الوقت الكافي للبقاء مدة طويلة أمام شاشات الهاتف أو الحاسوب وبالتالي تنخفض درجة الإدمان لديهم.

قد يعود السبب إلى أن الجامعة لا تتيح فرصة كبيرة للطلاب لأن يخلو بنفسه مدة طويلة، حيث يجب عليه الاندماج مع زملائه الذين هم في نفس مستواه الدراسي فيتواصل معهم في غرفة الصف أثناء حضورهم المحاضرات أو الأعمال الموجهة، أو الأعمال التطبيقية خاصة إن كان الأستاذ متمكنا من استراتيجيات التدريس التي ينوعها حسبما يقتضيه كل درس، مما يفسح المجال لهم للمناقشة وطرح التساؤلات والاستفسارات، وقد يسمح لهم حتى ببعض من المزح والترفيه مع بعضهم البعض لكي لا يحسوا بالملل، كما أن الطالب عليه أن يتشارك مع زملائه في تقديم البحوث التي تكون في أغلبها ثنائية أو حتى ثلاثية العدد فيذهبون معا إلى المكتبة لإنجازها، وقد يتطلب الأمر حتى الذهاب مع بعضهم البعض للغداء.

كما يمكن ارجاع انخفاض درجة الإدمان لدى طلبة الجامعة بسبب اعتيادهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المراحل التعليمية السابقة، وبالتالي لم تعد تشكل تلك الأهمية الكبيرة لديهم عكس بدايات استخدامها لهم، وهذا ما يؤدي بهم إلى زيادة نضجهم ويصبحون على وعي تام بمخاطر الإدمان على هذه المواقع، ومدى تأثيراتها السلبية على الجانب الذهني والنفسي والاجتماعي لهم، فيسعون إلى استخدامها بطريقة عقلانية فيما يفيدهم.

كما قد يعود السبب إلى إلا أن بعض الطلبة لا يمكنهم توفير ثمن الإنترنت دائما بسبب الحالة الاقتصادية المتوسطة أو دون المتوسط على الرغم من

أن غالبيتهم يمتلكون هواتف ذكية.

اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من (البراشدية والظفري، ٢٠١٩؛ حاج موسى، ٢٠٢١؛ عايش والشجيري، ٢٠١٨)، التي أسفرت عن وجود مستوى مرتفع للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، كما اختلفت مع نتائج دراسة كل من (مجاهدي وبوبعابة، ٢٠١٩؛ Simsek et al, ٢٠١٩) اللتان أسفرتا عن وجود مستوى متوسط من الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.

نتيجة التساؤل الثاني ومناقشته

نص التساؤل الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تعزى لمتغيري الجنس، والإقامة الجامعية؟

وينبثق من التساؤل السابق الفرضيتين الآتيتين:
الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق بين الذكور والإناث، والنتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

جدول (٥)

دلالة الفروق في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تبعا لمتغير الجنس

النسب الإحصائية	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي	ذكر	43.35	10.65	0.87-	0.858	غير دال عند 0.05
	أنثى	45.82	10.79			

يتضح من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية sig ٠.٨٥٨ أكبر من (٠,٠٥) مما يدل على أن قيمة "ت" غير دالة عند درجة الحرية ١١٨، وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

يمكن تفسير عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في انخفاض درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن كل من الطلبة والطالبات يعيشون نفس الظروف ويدرسون في نفس الجامعة ويخضعون لنفس القوانين.

التواصل الاجتماعي بين الطلبة المقيمين وغير المقيمين إلى أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تسهر على توفير الخدمات اللازمة للطلبة داخل الأحياء الجامعية ابتداء من مجانية الإقامة، والإعاشة، وتجهيز كل الإقامات الجامعية بالمساحات الخضراء، والمساجد، وقاعات الرياضة، وقاعات الإنترنت، والعيادات، إلخ؛ كما تقام لهم حفلات في الأعياد والمناسبات، وحتى الرحلات الترفيهية، كل هذا من شأنه أن يستأنس به الطلبة داخل الإقامات الجامعية ويشعرهم بالأمن والطمأنينة كأنهم في منازلهم تماماً وبالتالي زالت الفروق بينهم وبين غير المقيمين.

توصيات الدراسة

- الحرص على توعية الشباب الجامعي حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال برمجة حملات توعوية، وندوات علمية.
- ضرورة تنبيه الأسرة لمراقبة أبنائها ووضع نظام متوازن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل المنزل وخارجه قائم على الحوار والتفاهم.
- تفعيل المراكز النفسية بالجامعات وتشجيع الطلبة الذين ثبت أن لديهم درجة إدمان مرتفعة على مواقع التواصل الاجتماعي للتكفل بهم.
- فتح نوادي مختلفة للطلبة في الجامعات تكون منفتحة على ميولهم واهتماماتهم لأجل استقطابهم لقضاء وقتهم فيها.

كما قد يعود السبب إلى ارتفاع تكاليف المعيشة مما يضطر الطلبة للعمل من أجل تغطية مصاريف الجامعة، وقد يسهمون حتى في إعالة أسرهم ممن ليس لهم معيل، أو دخل الأسرة ضعيف، أما بالنسبة للطالبات فإنهن يقمن بالأعمال المنزلية في منازل أهلهم، حيث من المعروف أن معظم الأسر الجزائرية لا تلجأ إلى الخادومات في المنازل، وإنما الأم هي من تقوم بذلك، بمساعدة بناتها إن وجدن، وعليه لا يجد كل من الطلبة والطالبات الوقت الكافي للبقاء مدة طويلة أمام مواقع التواصل الاجتماعي.

اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة كل من (البراشدية والظفري، ٢٠١٩؛ مزغراني وحمري، ٢٠٢٠؛ Meena et al، ٢٠١٥) واختلفت مع دراسة شهري (٢٠١٩) التي توصلت إلى وجود فروق بين طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، ودراسة Dogan، ٢٠١٩، Köse التي توصلت إلى وجود فروق بين طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث

- **الفرضية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تعزى لمتغير الإقامة الجامعية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار "ت" لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق بين الطلبة المقيمين وغير المقيمين، والنتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول (٦)

دلالة الفروق في درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تبعاً لمتغير الإقامة الجامعية

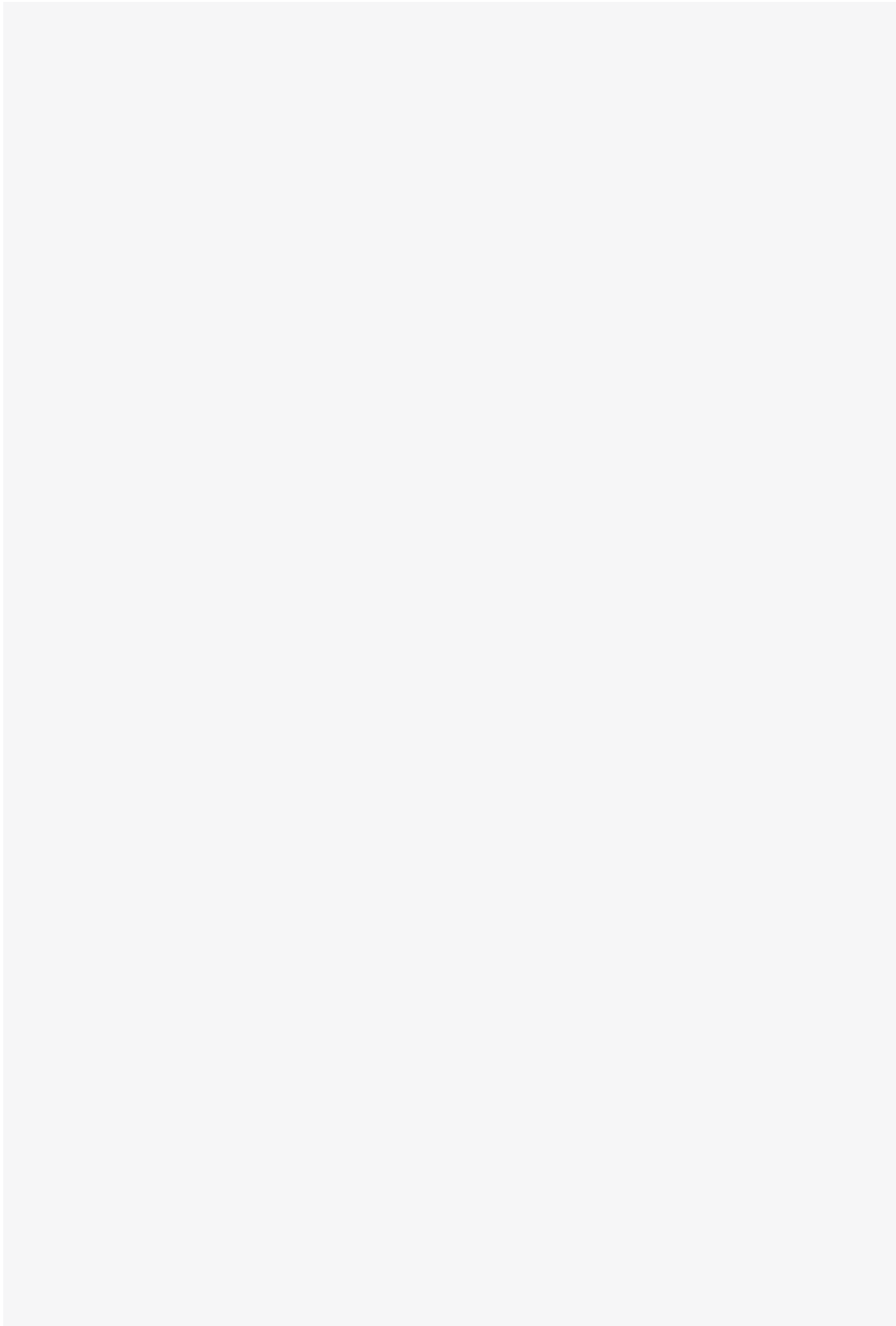
الأسباب الإحصائية	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي	مقيم	44.57	10.87	0.562-	0.871	غير دال عند 0.05
	غير مقيم	45.81	10.77			

يتضح من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية ٠,٨٧١ sig أكبر من (٠,٠٥) مما يدل على أن قيمة "ت" غير دالة عند درجة الحرية ١١٨، ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المقيمين وغير المقيمين في الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

يمكن تفسير عدم وجود فروق في درجة انخفاض الإدمان على مواقع

قائمة المراجع

١. بريعم، سامية. (2018). تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية من وجهة نظر أساتذة العلوم الاجتماعية في جامعة أم البواقي وتبسة. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 2 (8)، 112-125.
٢. البراشدية، حفيظة سليمان؛ الظفري، سعيد سليمان. (2019). إدمان طلبة جامعة السلطان قابوس على مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، 13 (6)، 300-316.
٣. حاج موسى، إخلاص محمد عبد الرحمن. (2021). إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وسط طلاب الجامعات وأثره على الهوية الثقافية "دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة ودمدني الأهلية ولاية الجزيرة السودان". مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا- برلين، (19)، 64-87.
٤. دغريري، علي بن حمد بن أحمد. (2017). إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى المراهقين. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية-المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث- 1 (1)، 88-110.
٥. شهري، توفيق. (2019). الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعة، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، 7 (2)، 48-68.
٦. صفي، أماني محمد. (2017). علاقة الصداقة بالإدمان عبر مواقع التواصل الاجتماعي عند المراهقين في منطقة شفاعمرو. [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية العلوم التربوية والنفسية، جامعة عمان العربية.
٧. عايش، صباح؛ الشجيري، عمر خلف رشيد. (2018). أثر إدمان مواقع التواصل الاجتماعي على التطرف الفكري لدى طلبة الجامعة دراسة مقارنة بين جامعتي سعيدة والأنبار، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، 2 (4)، 241-259.
٨. مجاهدي، الطاهر؛ بوبعاية، مينة. (2019). درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعتي البرج والمسييلة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 12 (1)، 55-83.
٩. مزغراني، حليلة؛ حمري، صارة. (2020). إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتوافق الشخصي والأسري لدى الطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، 5 (2)، 605-632.
١٠. النيرب، نسرین محمود محمد. (2016). الشعور بالوحدة النفسية وعلاقتها بالنسق القيمي لمدمني مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات بمحافظة غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين.
١١. Bilgin, O., & Taşkın, A. (2018). Effects of perceived social support and psychological resilience on social media addiction among university students. *Universal journal of educational research*, 6(4), 751-758. DOI: 10.13189/ujer.2018.060418
١٢. Karuppasamy, G., Anwar, A., Bhartiya, A., Sajjad, S., Rashid, M., Mathew, E., & Sreedharan, J. (2013). Use of Social Networking Sites among University Students in Ajman, United Arab Emirates. *Nepal Journal of Epidemiology*, 3(2), 245-250.
١٣. Köse, Ö. B., & Doğan, A. (2019). The relationship between social media addiction and self-esteem among Turkish university students. *Addicta Turk. J. Addict*, 6, 175-190. Doi: 10.15805/addicta.2019.6.1.0036
١٤. Meena, P. S., Soni, R., Jain, M., & Paliwal, S. (2015). Social networking sites addiction and associated psychological problems among young adults: a study from North India. *Sri Lanka journal of psychiatry*, 6(1), 14-16.
١٥. Çahin, C. (2017). The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(4), 120-125.
١٦. Simsek, A., Elciyar, K., & Kizilhan, T. (2019). A Comparative Study on Social Media Addiction of High School and University Students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119. <https://doi.org/10.30935/cet.554452>



مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك

عبدہ حسین أحمد الأکوع

جامعة صنعاء

Abdualakooa@gmail.com

ملخص

هدفت الدراسة التعرف على واقع استخدام الشباب الجامعي اليمني للفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية، ورصد أهميته في إبراز الهوية الوطنية للشباب الجامعي اليمني، والكشف عن مدى وعيهم في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك. تتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك.

استعان الباحث بمنهج المسح الإعلامي، وأجرى الدراسة على عينة متاحة قوامها ١٩٨ شاباً في مختلف المستويات الدراسية في الجامعات اليمنية الحكومية والأهلية بالعاصمة صنعاء خلال شهري يناير وفبراير من العام ٢٠٢٣.

توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي اليمني يتمتع بمستوى وعي متوسط بقيم الهوية الوطنية، المتمثلة في القيم الدينية والحضارية والتاريخية والعادات والتقاليد والثورة اليمنية والنظام الجمهوري والعلم الوطني والنشيد الوطني والولاء الوطني والفخر الوطني والتسامح الوطني والتعدد والتعايش.

كلمات مفتاحية

الشباب الجامعي اليمني - الهوية الوطنية

مقدمة

ومن هذا المنطلق فإن مشكلة الدراسة تتمحور في التعرف على مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك.

أهمية الدراسة

١. تحاول أن تكشف الدراسة عن العلاقة بين الفيسبوك بوصفه وسيلة اتصال جماهيري جديدة، وبين استخدام الشباب الجامعي له كوسيلة للتعبير عن مدى وعيهم بهويتهم الوطنية.
٢. تشكل دراسة الهوية الوطنية الجامعة ومدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عنها عبر الفيسبوك، ضرورة علمية ووطنية وإنسانية خصوصاً بعد تعرضها لانتكاسات بعد ما سُمي «الربيع العربي» واندلاع الحرب في اليمن.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في الكشف عن مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك، ويتفرع منه الأهداف التالية:

تعد الهوية الوطنية رابطة قانونية وسياسية واجتماعية قائمة بين الفرد ودولته وهي أعلى درجات المواطنة والانتماء إلى الوطن؛ وموجبها يتمتع الفرد بجنسية الدولة التي ينتمي إليها على أساس تمتعه بحقوقه على قدم المساواة وممارسته لها ولحرياته العامة من دون أية انتهاكات غير قانونية مقابل أن يقوم بالواجبات والالتزامات المناطة به وفقاً للدستور والقوانين المرعية الأخرى استناداً إلى النظام القانوني المتبع في الدولة، ومع تغلب الاتصال الرقمي اتجه المجتمع إلى التفاعل الجمعي والمشاركة، باستخدام وسائل إعلام جديدة أصبحت في متناول غالبية الأفراد المستخدمين أين ما كانوا، وهو ما أتاحه الفيسبوك الذي سعى الشباب الجامعي اليمني الذين يشكلون ٦٠% من سكان المجتمع اليمني إلى توظيفه لتعزيز الهوية الوطنية وتنمية الولاء والانتماء الوطني.

مشكلة الدراسة

أصبحت المنصات الاجتماعية الرقمية هي الفضاء الأنسب للتعبير والإعلان عن الهويات أو الصراع بينها، باعتبارها وعاء رئيس للخطاب الهوياتي بكل مكوناته واتجاهاته، وهو ما تجسد في الجدل الدائر حول الهوية الوطنية خلال السنوات الأخيرة من عمر الحرب في اليمن،

توصلت الدراسة إلى أن الطلبة يتمتعون بمستوى متوسط من إدراك الهوية الوطنية، واحتلت عناصر الهوية الوطنية المتمثلة في القيم الدينية والجنسية والاعتزاز بالبلد والانتماء والعادات والتقاليد المراتب الأولى. أما دراسة (السيد ٢٠١٨)^٢ فقد هدفت إلى التعرف على علاقة القنوات التلفزيونية الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في طلاب قسم الإعلام بجامعة بنها خلال العام الجامعي ٢٠١٧-٢٠١٨، والبالغ عددهم ١٤٠٢، وتم سحب عينة عشوائية طبقية بلغ حجمها ٣٠٢ طالب وطالبة، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان.

توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة وسائل الاتصال وأكثرها تأثيراً في الهوية الوطنية من عينة الدراسة بنسبة ٢٦,٤٪، وأن ٨,٧٪ من الذكور والاناث عينة الدراسة يرون أن قيمة الدفاع عن الوطن أو الحفاظ على أمنه تأتي في مقدمة قيم الهوية الوطنية التي تساهم الفضائيات في ترسيخها لديهم، وأن ٨,٦٪ من الذكور، و٦,٨٪ من الإناث عينة الدراسة يرون أن قيمة الحفاظ على ممتلكات الدولة و المال العام تأتي في مقدمة قيم الهوية الوطنية التي تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخها لديهم.

وأما دراسة (المصري ٢٠١٦)^٤ فهدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية، واتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو دور التلفزيون في تعزيز الهوية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأجريت على طلاب أربع جامعات في الضفة الغربية البالغ عددهم ٥٠٠٠ طالب وطالبة، تم اختيارهم بأسلوب العينة الطبقية العشوائية، من خلال استمارة استبيان.

خلصت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث أن تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر الطلبة لا تعزى لمتغير الجامعة التي ينتمي لها الطالب وأن الذكور أكثر إدراكاً من الإناث لتأثير وسائل الإعلام الفلسطينية الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية.

نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المسحية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن من خلال رصد ووصف

١. التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي اليمني للفيديو في تعزيز الهوية الوطنية.

٢. رصد أهمية الفيديو في إبراز الهوية الوطنية للشباب الجامعي اليمني.

٣. الكشف عن مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيديو.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيس يتمثل في ما مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيديو؟، ويتفرع منه التساؤلات التالية:

١. ما مدى استخدام الشباب الجامعي اليمني للفيديو في تعزيز الهوية الوطنية؟.

٢. ما أهمية الفيديو في إبراز الهوية الوطنية للشباب الجامعي اليمني؟.

٣. ما مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيديو؟.

الدراسات السابقة

قام الباحث بمراجعة عدة دراسات سابقة ركزت على الهوية الوطنية والشباب الجامعي و وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد كشفت دراسة (هبة وآخرون ٢٠١٩)^١ عن مؤشرات الهوية الوطنية من منظور الأقليات العراقية.

واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، وأجريت على الأقليات العراقية القومية (التركمان، الشبك، الكرد، الفيليون)، والأقليات الدينية (المسيحيون، الصابئة، الإيزيديون)، تم اختيار العينة بأسلوب العمدى (القصدي)، من خلال استمارة استبيان تم توزيعها بطريقة كرة الثلج. توصلت الدراسة إلى أن ٥٠٪ من العينة يعتبرون هوية «عراقي» هي الهوية الأولى التي يشعرون من خلالها بولائهم وانتمائهم إلى وطنهم. وسعت دراسة (زقاوة ٢٠١٩)^٢ إلى الكشف عن مستوى الهوية الوطنية المدركة لدى طلبة الجامعة على ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية.

استخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واختار عينة عشوائية طبقية من طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية بالمركز الجامعي غليزان (الجزائر) للعام ٢٠١٧-٢٠١٨م والبالغ عددها ١٩٨، من خلال استمارة استبيان.

١ هبة مجيد حميد وآخرون، «الهوية الوطنية من منظور الأقليات العراقية-دراسة سوسيولوجية ميدانية»، مجلة الآداب، (جامعة بغداد، قسم علم الاجتماع، العدد (١٢٨)، ٢٠١٩)، ص ٤٧٩-٥١٤.

٢ أحمد زقاوة، «الهوية الوطنية المدركة لدى عينة من طلاب الجامعة»، مجلة التنمية البشرية، (المركز الجامعي غليزان، كلية العلوم الاجتماعية، العدد (١١)، ٢٠١٩)، ص ٧٨-٩٠.

٣ محمد عبدالبديع السيد، «علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري»، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، العدد (٣٢)، ٢٠١٨)، ص ٤١-٤٤.

٤ رفيق يونس المصري، «تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الفلسطينية-فضائية فلسطين-حالة دراسية»، ماجستير غير منشورة، (جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٦).

مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك؛ وتم استخدام منهج المسح لكونه الأنسب في الدراسة الحالية، حيث يساعد الباحث في الوصول إلى المعلومات من مصادرها الأولية، والمتمثلة هنا في الشباب الجامعي اليمني من خلال المسح الميداني.

مجتمع الدراسة وعينتها

تمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي اليمني، وقد تم اختيار عينة متاحة قوامها ١٩٨ شاباً في مختلف المستويات الدراسية في جامعة صنعاء كممثلة للجامعات اليمنية الحكومية، نظراً لأنه يدرس فيها شباب من كافة المحافظات، وجامعة العلوم الحديثة كممثلة للجامعات الأهلية بالعاصمة صنعاء، نظراً لتوفر أعداد كبيرة من الطلبة فيها بالتخصصات العلمية والإنسانية، وتم إجراء الدراسة خلال شهري يناير وفبراير من العام ٢٠٢٣، بأسلوب كرة الثلج، ويوضح الجدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات النوع والتخصص والجامعة.

جدول رقم (١)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات النوع والتخصص والجامعة

الجامعة/ الكليات	كليات إنسانية				كليات علمية				المجموع
	ذكور		إناث		ذكور		إناث		
	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	
جامعة صنعاء	50	25.3	13	6.5	50	25.3	13	6.5	126
جامعة العلوم الحديثة	21	10.7	15	7.5	21	10.7	15	7.5	72
المجموع	71	36	28	14	71	36	28	14	198

أداة الدراسة

تم جمع بيانات الدراسة باستخدام صحيفة استقصاء احتوت على عدة أسئلة، أعدت بناء على مقياس «ليكرت» الثلاثي، ووزعت الكترونياً على عينة الدراسة وتضمنت ٣ محاور هما يحقق أهداف الدراسة ويجب عن تساؤلاتها، وقد أجرى الباحث نقاشات مع مجموعات مركزة من الأكاديميين والشباب الجامعي النشطاء على فيسبوك؛ كدراسة استطلاعية ساعدت في تحديد محاور وأسئلة الدراسة وإعداد استمارة الاستقصاء، وقد تم عرضها على مجموعة من الأكاديميين والخبراء^٥ للحكم على

مدى ملاءمتها، والذين أفادوا بصلاحياتها بعد إجراء بعض التعديلات عليها.

حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

١. **حدود موضوعية:** وتمثلت في موضوع الدراسة، وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية.
٢. **حدود بشرية:** وتمثلت في الشباب الجامعي الذين يدرسون في الجامعات اليمنية الحكومية والأهلية بالعاصمة صنعاء.
٣. **حدود زمنية:** أجريت الدراسة خلال الفترة من ١٠/١/٢٠٢٣ وحتى ٢٨/٢/٢٠٢٣.

مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية

- الشباب الجامعي اليمني: يقصد بهم في هذه الدراسة الطلبة الدارسين في جامعتي صنعاء والعلوم الحديثة للعام ٢٠٢٢-٢٠٢٣، في الكليات العلمية والإنسانية.

- الهوية الوطنية: هي مجموع السمات والخصائص المشتركة التي تميز أمة أو مجتمع أو وطن معين عن غيره، يعتر بها وتشكل جوهر وجوده وشخصيته المتميزة^٦. ويقصد بالهوية الوطنية اجرائياً: القيم المشتركة التي يجمع حولها الشباب الجامعي اليمني والمتمثلة في الثورة اليمنية والمناسبات الوطنية والولاء الوطني والعلم والنشيد الوطني والفخر الوطني والعادات والتقاليد والتراث اليمني والقيم الدينية والحضارية والتاريخية والتسامح والتعايش والقبول بالآخر.

- الفيسبوك: هو شبكة تواصل اجتماعي مجانية عبر الانترنت تتيح التواجد والتعبير بطرق مختلفة عبر النصوص والصور والرسوم والفيديوهات والتفاعل.

الإطار النظري للدراسة

الهوية الوطنية اليمنية الجامعة

يعد موضوع الهوية من الموضوعات التي تلتقي وتتقاطع فيها عدة تخصصات علمية، كالسيكولوجيا، والسوسيولوجيا، والانتروبولوجيا وعلم السياسة.

وترتبط الهوية في علم الاجتماع بالمجتمع وتتحدد به وهي ظاهرة اجتماعية تحدد ماهية المجتمع من حيث هو تركيبة بشرية مكوناتها كثيرة متداخلة ومتشابكة^٧.

٥ تم عرض استمارة الاستقصاء على السادة المحكمين التالية أسماؤهم والمرتبة أبجدياً:

أ.د. حسن دجيرة، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الجديدة.

أ.د. علي العمار، أستاذ الصحافة بجامعة صنعاء.

ماجد زايد، صحفي مهني وناشط على الفيسبوك.

٦ محمد عبد البديع السيد، «علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري»، مرجع سابق، ص ٧.

٧ وردة بريس وآخرين، تجليات الهوية الوطنية لدى الشباب في ضوء الحراك الشعبي الجزائري، مجلة مفاهيم الدراسات الفلسفية والإنسانية المعقدة، (جامعة زيان عاشور- الجلفة (الجزائر)، العدد (١٠)، (٢٠٢١)، ص ١٥٤.

كما أن الهوية إنسانية تتجاوز الحدود الجغرافية والعرقية واللغوية والثقافية. والهوية هي التي تنبع من الذات، والجوهر، لا من الأعراض الخارجية. وهي التي تصبح فيها الإنسانية هوية واحدة لا تميز فيها بين أجناس أو لغات أو ثقافات أو أوطان^٨.

والتاريخ الحقيقي الذي يتجه إلى صنع المنجز الحضاري لأي مجتمع يبدأ منذ اتساق العلاقة بين الحركة الاجتماعية والهوية، بحيث تكون الحركة الاجتماعية مجسدة لعناصر الهوية الذاتية للمجتمع. كما أن التطورات الحديثة بأشكالها المختلفة ومؤسساتها المتنوعة وأفاقها الرحبة لا تلغي ضرورة الانتماء إلى هوية واضحة المعالم، ضاربة بجذورها في عمق التاريخ والمجتمع. وبذلك تكون الهوية هي صانعة التضامن بين أبناء المجتمع، وبها يسعى أبنائه جميعاً إلى تحقيق الكمال الإنساني، والدخول في غمار منافسة الأمم والشعوب، على بلوغ سبل العلم والمدنية والحضارة^٩.

وتعني الهوية الخصائص والسمات التي تتميز بها الأمة أو الشعب، وترجم روح الانتماء لدى أبنائها، ولها أهميتها في رفع شأن الأمم وتقدمها وازدهارها، وهي مركب يتألف من خمسة عناصر مادية وتاريخية وثقافية ونفسية واجتماعية، تنطوي على وجود شعب بخصائص حيوية تميزه عن غيره، وتمثل في جغرافيا الوجود التاريخي التي تشكل مركز الهوية، والتاريخ الحضاري للأمة والشعب، واللغة الثقافية، والنسيج الاجتماعي أو شبكة العلاقات الوطنية التي تعد دليلاً على إثبات الشراكة والاندماج الاجتماعي الذي يعالج إشكالات التمييز والتمييز والطبقية وتذويب الصراع، بوضع الجميع أمام قانون واحد، هو قانون المساواة والمواطنة^{١٠}.

وبالتالي فإن مبدأ المواطنة المتساوية يشكل أحد أركان الدولة المدنية الديمقراطية العادلة، لأنه بغياب مبدأ المواطنة المتساوية في الحقوق والواجبات وعدم مراعاة عوامل التخصص والكفاءة والعمل والجهد، يصبح الحديث عن وحدة وطنية، وهوية مشتركة، وولاء وطني ضرباً من العبث الذي يصطدم بواقع الخروقات التي تتم على مرأى ومسمع من المجتمع الذي يكون في وضع التحفز للنقد والمواجهة^{١١}.

كما أن الولاء لا يكون إلا بمقدار الشعور بالانتماء للأمة والوطن، لأن المواطنة بمعناها القانوني هي الانتماء لوطن على أساس المساواة في الحقوق والواجبات والتوافق على قيم وطنية جامعة كالحرية والعدالة والمساواة. وبذلك فإن اختزال مفهوم المواطنة في أشكال ومجالات محددة هو أحد الأسباب الرئيسة في تدني الشعور بالمواطنة لدى الكثير^{١٢}.

إن وطناً بلا هوية وانتماء هو وطن في مهبط الرياح، والشعب اليمني من أكثر الشعوب إيماناً بهويته وانتمائه لليمن الواحد منذ مئات السنين وعبر مراحل التشطير المختلفة، ولكن ما حدث في العقود الأخيرة هو نوع من التحول في المزاج المجتمعي عن ترجمة هذا الشعور بالحب والولاء للوطن في مرات عديدة إلى عدم انتماء بل والتمسك بانتماءات صغيرة متطرفة دينية وقبلية ومناطقية وعرقية وسلامية وطائفية وإنفصالية، كردة فعل على عدم تحقيق بعض المصالح، غالباً ما تكون اقتصادية أو سياسية، وفي اعتقادنا إن مرجع ذلك يعود بالدرجة الأولى لغياب الدولة عن القيام بدورها والتي يجب أن يكون لديها مشروع علمي مدروس بعناية بمكوناته الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية لتعزيز وتنمية الولاء والانتماء الوطني في أوساط المجتمع وبخاصة فئة الشباب التي تشكل ٦٠٪ من سكان المجتمع اليمني^{١٣}.

كما أن من الأسباب العميقة لفشل أو احتمالات انهيار الدول في الوطن العربي، أو في غيره من دول العالم الثالث هو أنها تتأسس أو قامت على هوية جزئية طائفية أو قبلية أو جهوية، وتبعاً لذلك فهي لم تنجح في تقديم نفسها كهوية جامعة وموحدة لمواطنيها، وحتى في حالة نجاحها النسبي، فقد بقي النظر إليها على أنها جزء من هوية أشمل، عربية أو إسلامية، أو كجهاز مسخر لخدمة طائفة أو قبيلة أو فئة اجتماعية، راسخاً في مشاعر غالبية مواطنيها^{١٤}.

وبذلك فإن الهوية الوطنية تعد عاطفة إنسانية تربط الفرد بوطنه، سواء كانت قرية أم دولة بالمعنى الحديث، وهي الصبغة العامة التي تتفق عليها جميع المكونات الوطنية قيادة وشعباً، استقرت عبر التاريخ والجغرافيا لتمييز حاملها عن سواهم. كما أن الدولة الوطنية هي الركيزة الأساسية للهوية الوطنية التي تتضمن إجمالي المشاعر والأحاسيس والسلوكيات الإيجابية التي يحملها الفرد تجاه وطنه، والتي تتجسد في الحب والمسؤولية والبذل والعطاء والتضحية من أجل نصره الوطن ورفعته وتقدمه، ويُنظر إلى الهوية الوطنية على أنها الانتماء للأرض المستقلة المحررة التي تعني الوطن، ويجب أن تنعكس أفعالاً مما تعنيه من استقرار في الوطن والدفاع عنه والتفكير بنظمه واحترام قوانينه. وهي مجموعة من الخصائص والصفات التي يتميز بها مجتمع ما، وتظهر وتتبلور تلك الصفات في روح الحب والانتماء للأرض والوطن، ومن بين أبرز تلك الصفات اشتراك مجموعة من البشر في موقع جغرافي واحد واشتراكهم في التاريخ والحقوق والواجبات والعلم الذي يمثل الرمز المعنوي^{١٥}.

٨ حسن حنفي، الهوية، ط ١، (القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠١٢)، ص ٧٣-٧٤.

٩ محمد محفوظ، سؤال الهوية والتعددية في المجال الإسلامي المعاصر، مجلة التسامح، (وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، سلطنة عمان، العدد ٣٦، ٢٠٠٩)، ص ٣٩٠-٣٩٢.

١٠ علي البكالي، من وحي الضمير مفاهيم في الانتماء والمواطنة، ط ١، (عدن، مركز نشوان الحميري للدراسات والاعلام ووزارة الاعلام، ٢٠٢١)، ص ٢٦-٢٨.

١١ سمير العبدلي، الطريق إلى بناء الدولة اليمنية الحديثة، قضايا استراتيجية، (مركز الدراسات والبحوث اليمني، العدد ٤، ٢٠٠٩)، ص ١٢.

١٢ محمود البكري وآخرون، دليل المواطن إلى الدولة المدنية، (صنعاء، مؤسسة تمكين للتنمية، ٢٠١١)، ص ٤٦-٤٧.

١٣ سمير العبدلي، الطريق إلى بناء الدولة اليمنية الحديثة، مرجع سابق، ص ١٣-١٤.

١٤ قادري أحمد حيدر، إشكالية بناء الدولة الوطنية في اليمن المعاصر، قضايا استراتيجية، (مركز الدراسات والبحوث اليمني، العدد ٤، ٢٠٠٩)، ص ٢٢-٢٣.

١٥ دعاء البناء، دراما المخابرات وقضايا الهوية الوطنية، ط ١، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩)، ص ٧-٨.

فهي تعمل على تنظيم العلاقات بين أفرادها وحمايته من أي تهديد فكري وافد^{١٩}.

ومن المهم وجود هوية وطنية للأفراد داخل المجتمعات، ومن ثم الحاجة إلى دور للدولة في تغذية الثقافة والقيم الوطنية المشتركة التي تجمع أفراد المجتمعات متماسكين ومستقلين عن محاولات تهديد الاستقلال، إضافة إلى قيام المجتمعات على الاستيعاب وقبول التنوع الثقافي والتسامح والمساواة واحترام القانون والديمقراطية والبحث عن الريادة والتطور والقدرة على المنافسة كبعد أساسي لبقاء المجتمعات وتطورها.

ولا شك أن تأسيس عملية التوازن المجتمعي لا تتم إلا على قاعدة الهوية وتفعيل عناصرها في الوجود الاجتماعي الشامل. وحين نتمسك بالهوية بشكل إيجابي وواعي، ونترجم قيمها ومبادئها إلى خطط عمل وبرامج حضارية هي التي تصنع التطورات والأشكال المؤسسية الحديثة، الخاضعة للتحويل والتطور، هي التي تخلق لنا هوية وثابتاً وطنياً نسير عليه. وبذلك فإن الخطوة الأولى في مشروع الأمن الاجتماعي والاستقرار السياسي هي إعادة بناء العلاقة بين الهويات الفرعية على أسس الحوار والاحترام المتبادل، وصولاً إلى مبدأ المواطنة الذي يحتضن الجميع، ويجعلهم على حد سواء في كل الحقوق والواجبات^{٢٠}.

وتتمثل سمات الهوية الوطنية في أنها تدعم الروابط بين الشخص والمجتمع، أو الذات والنحن، كما أنها ذات طابع نسبي تعتمد في بنيتها على علاقات الاختلاف مثل «النحن» و«هم» و«الأنا» و«الآخر»، وأيضاً يشترك تشكيل وتأسيس الهوية على المستويين المحلي وعبر الحدود، وأن الهوية تاريخاً محدداً ويمكن أن تبدو سلسلة مشروطة ومتغيرة على مدار الوقت، تتميز بالرمزية وإعادة تقديمها وإنتاجها بواسطة النظم التمثيلية أو الرمزية، ولها الهوية لها قواعد مادية، تتضمن مبادئ وأساسيات سياسية واقتصادية واجتماعية، بالإضافة إلى تلك التي ترتبط بالكيان المادي، إلى جانب كون الهوية مركب متماسك ومتغير، بناء على تعريف الأنا مقارنة بالآخر^{٢١}.

مكونات ومرتكزات الهوية الوطنية اليمنية الجامعة

في الوقت الذي يتم فيه بناء وتكوين الهوية الوطنية عبر عوامل اجتماعية وتاريخية مثل اللغة والدين والأثنية والجغرافيا ونمط الحياة والتاريخ والقيم والعادات، وكذلك إدراك الأفراد للطابع الوطني لتلك العوامل، مما يجعلها رابطاً بين أفراد المجتمع السياسي؛ فإن الهوية الوطنية الحديثة يمكن بناؤها وترسيخها من أعلى عبر النخبة الحاكمة من خلال ما أسماه المؤرخ «إريك هوبسباوم» بعملية «اختراع التقاليد»

وتحاول الهوية الوطنية الجامعة أن تكون جسراً رابطاً بين الهويات الدينية والثقافية، وهذه الأخيرة تشكلت وتكونت في مسار تاريخي صعب ومتعرج ومعقد ومكلف، هو تاريخ تكوّن وتشكل الدولة الحديثة التي سميت في الغرب الحديث: الدولة أو الأمة؛ والأمة هنا هي أمة المواطنين المتعاقدين للعيش المشترك في كنف الدولة، ليست أمة دينية ولا عرقية؛ بل أمة اجتمعت على عيش مشترك وتعاقدت على عيش في اجتماع سياسي معين^{٢٢}.

والأساس العلمي للهوية الوطنية اليمنية الجامعة من حيث تكوينها هو تخليق منظومة الأنا أو الذات في سياق المجتمع اليمني. أي أن الهوية الوطنية تعني ذلك الشعور اليمني العام بالتجانس عبر العادات والثقافة واللغة والسياسة الذي يقدم إجابة لدى أفراد المجتمع السياسي ذات المعالم والحدود الجغرافية والتاريخية المرسومة على سؤال: من نحن؟ وما تحمله الإجابة من إدراك للأصل المشترك أو الثقافة أو الدين أو الأثنية أو الخبرات أو تشارك الخصائص الأخرى مع أفراد المجتمع الآخرين من جانب، ووعي بالاختلاف عن المجتمعات الأخرى عبر الإجابة على سؤال من هم؟ من جانب آخر.

مراحل تشكل الهوية الوطنية وأهميتها وسماتها

يبدأ مجتمع الدولة بمفهوم الشعب والأمة، ويقوم على الاستقرار في المكان (زراعة، صناعة، قري، مدن)، واقتصاد فائض الريع والربح إلى جانب القوت، ومبدأ المواطنة والمسؤولية الفردية، والانقسام إلى بناء فوقى وبناء تحتي (حكام ومحكومين، ريف وحضر، أغنياء وفقراء، صناع وتجار، عمال وفلاحين)؛ وفي ضوء ذلك فالمجتمع اليمني هو مجتمع دولة بل وحضارة عظيمة بالدرجة الأولى منذ فجر التاريخ، لأنه شعب في أمة أو أمة في شعب، كما أن القبيلة لم تكن قط ظاهرة اجتماعية عامة، بل ولم تكن كذلك هوية وطنية لليمن في يوم من الأيام عبر التاريخ، بقدر ماهي في المنظور الاجتماعي العلمي الدقيق مجرد ظاهرة استثنائية على هامش مجتمع الدولة، الذي يمثل الهوية والمكون الأصل للمجتمع اليمني عبر التاريخ^{٢٣}.

وبالتالي فإن الهوية الوطنية تعد من أهم السمات المميزة للمجتمع، فهي التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع، وتبرز معالم التطور في سلوك الأفراد وإنجازاتهم في المجالات المختلفة، بل تنطوي على المبادئ والقيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة^{٢٤}.

وتبرز أهمية قيم الهوية الوطنية في كونها تمثل الغذاء الاجتماعي والسياسي للفرد في تمكّنه من التكيف مع ذاته ومع المجتمع؛ حيث أصبحت من أهم المطالب الرئيسية لأي مجتمع يريد النهوض والتقدم؛

١٦ وجيه كوثري، الهوية والمواطنة والدولة.. إشكال في وعي العلاقة أم في بنية الثقافة؟ العلاقة بين المواطنة والولاء والانتماء والهوية الوطنية، مجلة التسامح، (وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، سلطنة عمان، العدد ٣٩، ٢٠١٠)، ص ١٢.

١٧ جمود العودي، المشهد الوطني في اليمن خلفياته، مستجداته، أبعاده المستقبلية، (صنعاء، مركز دال للدراسات والأنشطة الثقافية والاجتماعية، ٢٠١٢)، ص ١٥-١٦.

١٨ وردة برويس وآخرين، تجليات الهوية الوطنية لدى الشباب في ضوء الحراك الشعبي الجزائري، مرجع سابق، ص ١٥١.

١٩ مها المسعودي، قيم الهوية الوطنية لدى تلاميذ المدارس الابتدائية في مجتمع شمال سيناء وسبل تنميتها، (الإسماعيلية، مجلة كلية التربية، العدد ٤٩) يناير ٢٠٢١، ص ٣١٤.

٢٠ محمد محفوظ، سؤال الهوية والتعددية في المجال الإسلامي المعاصر، مرجع سابق، ص ٣٩١-٣٩٧.

٢١ دعاء البناء، دراما المخابرات وقضايا الهوية الوطنية، مرجع سابق، ص ٥٠.

نتائج الدراسة

جدول رقم (٢)

يوضح درجة استخدام الشباب الجامعي اليمني للفيديو في تعزيز الهوية الوطنية

الترتيب	%	ك	الفئات/التكرار والنسبة المئوية
1	62.2	123	دائماً
2	28.8	57	أحياناً
3	9	18	نادراً
-	100	198	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (٢) أن ٦٢,٢% من الشباب الجامعي اليمني عينة الدراسة يستخدمون الفيديو بشكل دائم لتعزيز الهوية الوطنية؛ ويرجع ذلك إلى حماس الشباب وقوة انتمائهم لوطنهم، مع غياب وسائل الاعلام العمومية، وكرد فعل على حالة التشطي والانقسام التي تعيشها اليمن بفعل الحرب والصراع، و٢٨,٨% من الشباب الجامعي اليمني يستخدمون الفيديو أحياناً لتعزيز الهوية الوطنية، و٩% من الشباب الجامعي اليمني يستخدمون الفيديو بشكل نادر لتعزيز الهوية الوطنية.

جدول رقم (٣)

يوضح أهمية الفيديو في إبراز الهوية الوطنية للشباب الجامعي اليمني

الفئات/المقياس والتكرار والنسبة المئوية					
نادراً	أحياناً	دائماً	ك	%	ترتيب
٨	٤	٨٦	١٧	٨٦	١
١	١	١٣	١٣	١٣	٢
١	١	١٠	٢١	١٠	٣
١	١	٣٩	٧٨	٣٩	٤
١	١	٢٣	٤٧	٢٣	٥
١	١	٤٥	٩٠	٤٥	٦

يتضح من الجدول رقم (٣) أن الأهمية الأولى للفيديو في إبراز الهوية الوطنية للشباب الجامعي اليمني تمثلت في أنه يساهم في الاطلاع على الاخبار والاحداث والمعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية بشكل دائم

التي تعبر عن تحكيم مجموعة من الممارسات والعادات والطقوس والرمزية المقبولة علناً أو ضمناً سعياً لغرس بعض القيم وقواعد السلوك عن طريق التكرار بما يتيح إنتاج ثقافة مشتركة داعمة لفكرة أو لحالة ما^{٢٢}.

وتقوم الهوية الوطنية على مرتكزات أساسية هي:

أن تنسجم مع معطيات الفكر السياسي والقانوني الحديث الذي يرتكز على قاعدة المواطنة.

أن تعبر عن تصورات جميع مكونات المجتمع بصفتهم جماعة إنسانية.

أن تمثل عامل توحيد وتقوية للحراك السياسي والاجتماعي والاقتصادي في الوطن، فضلاً عن كونها أساساً راسخاً لتعزيز الكيان السياسي الموحد للدولة والمجتمع بكل أصوله العرقية والمذهبية والدينية^{٢٣}.

ضرورة الاعتراف الكامل بكل المكونات الطائفية والهويات الفرعية الموجودة في المجتمع وحققها الكامل في المواطنة الحقيقية متساوية الحقوق والواجبات.

الاستناد إلى منظومة القيم الإنسانية العالمية المتعارف عليها كالحرية والتسامح والإخاء الإنساني والعدل والمساواة بما يعزز التعايش السلمي والاستقرار المجتمعي.

تعزيز القيم المشتركة لكافة مكونات المجتمع الواحد، والتي تمثل نقطة ارتكاز صلبة في بناء المجتمع الواحد.

ويرتكز نجاح الهوية الوطنية الجامعة القادرة على اختزال الهويات الفرعية على عاملين اثنين يجب على مؤسسات الدولة مراعاتها هي: القدرة على تمثيل المصالح الاجتماعية لكافة مكونات المجتمع.

تبني سياسة قادرة على اختزال الهويات الفرعية بل وتنظيم شكل صراعها السياسي وتوظيفه في تطوير كافة مناحي الحياة^{٢٤}.

ويخلص الباحث بناء على ما سبق إلى أن المجتمع اليمني لا يعاني من تنوع وتعدد اجتماعي وثقافي حاد يعيق تحقيق التوافق الوطني، كما لا يعاني من تعددية الأديان؛ ولكنها تعددية في إطار التنوع في ممارسة بعض العبادات وبالتالي لا توجد قوى اجتماعية كبيرة بمعتقدات دينية متعارضة يمكن أن تعرقل عملية التحول نحو بناء هوية وطنية يمنية جامعة تقوم على المواطنة المتساوية، وترتكز على أننا يمنيون بحكم المواطنة والحضارة العريقة المتجددة دائماً، وأنا عرب بحكم الموقع واللسان والتاريخ، وأنا قوم متدينون منذ ما قبل التاريخ، ويمثل الدين ركناً أساسياً من ثقافتنا ويشكل الجانب الأكبر من وجداننا.

٢٢ عمرو صلاح، الوطنية الحديثة.. بناء الهوية في المجتمعات التكنولوجية.. سغافورة نموذجاً، (الامارات، مركز الامارات للدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٧).

٢٣ برهان غليون، حوارات من عصر الحروب الأهلية، (بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٥)، ص ٣٠.

٢٤ رابح زغوني، الهوية الوطنية والمواطنة في الجزائر: من الهوية المدنية إلى الهوية الوطنية الجامعة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، (الجزائر، المجلد (١٥)، العدد (٢)، ٢٠٢٢)، ص ٥٩٥-٥٩٦.

المرتبة الأولى بنسبة ٢١,٣٪، وجاءت قيمة الكتابة والتعبير عن المناسبات الوطنية والاحتفاء بها وفي مقدمتها الوحدة الوطنية والاستقلال الوطني في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,٦٪، فيما جاءت قيمة التعبير عن القيم الدينية والحضارية والتاريخية للمجتمع اليمني في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٢٪، كما جاءت قيمة مشاركة الشباب في التعريف بتاريخ وأصالة وتراث المجتمع اليمني وعاداته وتقاليده في المرتبة الرابعة بنسبة ١٤,٢٪، وجاءت قيمة التعبير بطرق متعددة عن الرموز الوطنية كالعلم والنشيد الوطني في المرتبة الخامسة بنسبة ١٠,٢٪، وفي المرتبة السادسة جاءت قيمة تشجيع الفخر الوطني بنسبة ٧,٥٪، وجاءت قيمة الوعي بأهمية التسامح الوطني والتعايش والتعدد والقبول بالآخر ونبذ التعصب والعنف واحترام الرأي الآخر في المرتبة السابعة بنسبة ٧٪، فيما جاءت قيمة إبراز وعي الشباب في التعبير عن الهوية الوطنية اليمنية الجامعة والقواسم المشتركة في المرتبة الثامنة بنسبة ٥٪، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت قيمة تعزيز ولاء الشباب لوطنهم وانتمائهم له قولا وسلوكا بنسبة ٤٪.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (زقاوة ٢٠١٩)^{٣٥} إلى أن الطلبة يتمتعون بمستوى متوسط من إدراك الهوية الوطنية، واحتلت عناصر الهوية الوطنية المتمثلة في القيم الدينية والجنسية والاعتزاز بالبلد والانتماء والعادات والتقاليد.

وبنسبة ٣٩,٤٪، وثانياً يتيح مشاركة صور وفيديوهات المناسبات والرموز الوطنية مع الآخرين بنسبة ٢٣,٨٪، وثالثاً يشجع على التعبير عن الآراء تجاه مكونات الهوية الوطنية بنسبة ١٣,١٪، ورابعاً يثير النقاش الجاد تجاه مكونات الهوية الوطنية بنسبة ١٠,٦٪، وخامساً يعزز نشر وتداول مكونات الهوية الوطنية كالعلم والنشيد والشعارات الوطنية بشكل دائم بنسبة ٨,٦٪، وسادساً يتيح مناقشة قضايا وقيم الهوية الوطنية بحيادية وإن كانت بشكل نادر بنسبة ٤,٥٪؛ ويرجع ذلك إلى هامش الحرية الافتراضية النسبية التي يتمتع بها الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قضايا وقيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك، بعيداً عن الرقابة الحكومية.

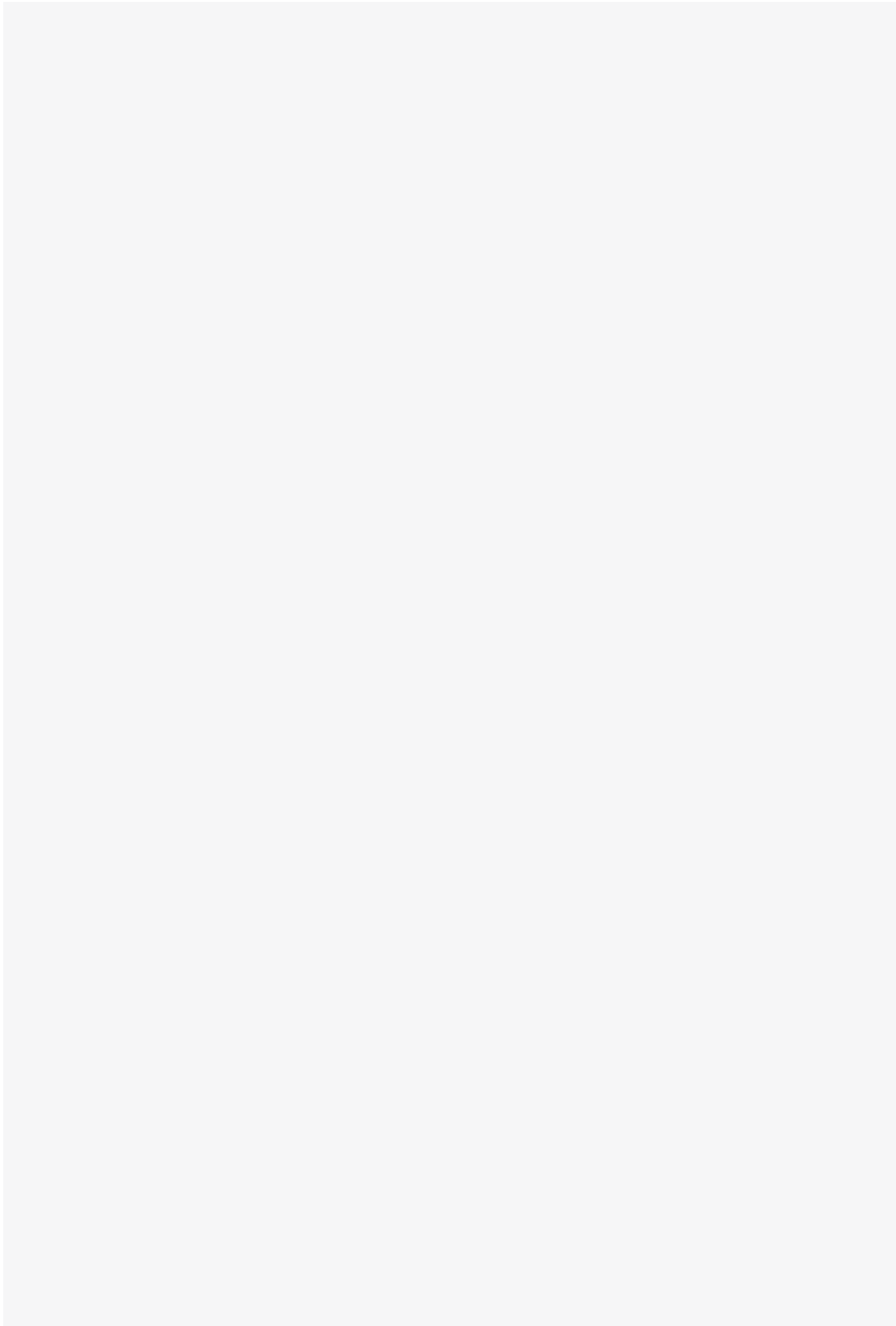
جدول رقم (٤)

يوضح مدى وعي الشباب الجامعي اليمني في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك

الفئات / المقياس والتكرار والنسبة المئوية	منخفض		متوسط		مرتفع	
	ع	ن	ع	ن	ع	ن
مشاركة الشباب في التعريف بتاريخ وأصالة وتراث المجتمع اليمني وعاداته وتقاليده	٠	٠	٢٨	١٤,٢	٠	٠
التعبير عن القيم الدينية والحضارية والتاريخية للمجتمع اليمني	٠	٠	٣٠	١٥,٢	٠	٠
إبراز وعي الشباب في التعبير عن الهوية الوطنية اليمنية الجامعة والقواسم المشتركة	٠	٠	١٠	٥	٠	٠
التعبير بطرق متعددة عن الرموز الوطنية كالعلم والنشيد الوطني	٠	٠	٢٠	١٠,٢	٠	٠
تشجيع الفخر الوطني	٠	٠	١٥	٧,٥	٠	٠
تعزيز ولاء الشباب لوطنهم وانتمائهم له قولا وسلوكا	٠	٠	٨	٤	٠	٠
الكتابة والتعبير عن المناسبات الوطنية والاحتفاء بها وفي مقدمتها الوحدة الوطنية والاستقلال الوطني	٠	٠	٣١	١٥,٦	٠	٠
إحياء أعياد الثورة اليمنية وقيام النظام الجمهوري بالنص وتغيير البروفایل والرسم والفيديو والتفاعل والوسوم	٠	٠	٤٢	٢١,٣	٠	٠
أظهر وعي الشباب بأهمية التسامح الوطني والتعايش والتعدد والقبول بالآخر ونبذ التعصب والعنف واحترام الرأي الآخر	٠	٠	١٤	٧	٠	٠
المجموع	٠	٠	١٩٨	١٠٠	٠	٠

يتضح من الجدول رقم (٤) أن الشباب الجامعي اليمني عينة الدراسة يتمتعون بمستوى وعي متوسط في التعبير عن قيم الهوية الوطنية عبر الفيسبوك، وجاءت قيمة إحياء أعياد الثورة اليمنية وقيام النظام الجمهوري بالنص وتغيير البروفایل والرسم والفيديو والتفاعل والوسوم في

٣٥ أحمد زقاوة، «الهوية الوطنية المدركة لدى عينة من طلاب الجامعة»، مرجع سابق، ص ٧٨ - ٩٠.



الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي

أسماء عبيد

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة - الجزائر

abidasma209@gmail.com

ملخص

تعد مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات العشر القليلة الماضية جزء لا يتجزأ من حياة الكثير من البشر و بالأخص فئة الشباب ، الأمر الذي كان له تأثيرا واضحا على سلوكياتهم بالإيجاب و السلب .

فبالنسبة للتأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و تويتر و الانستجرام و سناب شات و غيرها على الشباب فيتمثل في تشكيل صداقات كثيرة و التعرف على ثقافات الآخرين و توفير فرص عمل لهم عبر الانترنت وفقا لما يناسبهم ، كما تسمح لهم بنشر و متابعة الأخبار و التنفيس عن الذات و الهروب من ضغوط و مشاكل الحياة ، بالإضافة الى المشاركة و التفاعل و حرية إبداء الرأي و زيادة الرصيد المعرفي و الترفيه و التسلية و تعلم أساليب جديدة في الحياة ، و بالنظر للجانب المظلم لوسائل التواصل الاجتماعي يظهر التأثير السلبي لها على الشباب ، و الذي زاد بشكل كبير في السنوات الأخيرة في ظل الاستخدام المفرط لها ، و يكمن هذا التأثير في المشاكل و الأمراض النفسية كالاكتئاب و الأرق و العزلة الاجتماعية و الانطوائية ، و كذلك الصحة الجسدية لهم من خلال التأثير على الجهاز المناعي و ضغط الدم ، و من هنا لابد على الشباب ترشيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يخدم الفرد و المجتمع.

مقدمة

- ما سبب إقبال الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي ؟
- فيم يتمثل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب ؟

أهداف البحث

تهدف الدراسة الى التعرف على أهم دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ، و مدى تأثيرها عليهم ، بالإضافة الى إيجاد الاليات التي يتخذها الشباب كغطاء لحماية قيمهم و أفكارهم من هذه التأثيرات .

منهج البحث

من أجل دراسة هذا البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي لوصف مضامين وسائل التواصل الاجتماعي و أثارها على الشباب ، كما تم الاعتماد على أداة جمع البيانات و التي تعتبر الوسيلة التي تساعدنا على جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة و تساهم في تحليل الظاهرة و تفسيرها و تتمثل في الاستبيان .

مجتمع الدراسة و العينة

تستوجب أبحاث و دراسات البحث العلمي انتقاء مجتمع الدراسة ك مجال تطبيق و ممارسة الدراسة عليه ، حيث تكون هذه الدراسة قابلة للتحليل .

يعتبر مجتمع الدراسة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، و هذا يتمثل في شباب ولاية تبسة - الجزائر، الإطار

يواكب الشباب عصر التكنولوجيا الحديثة و التي اختزلت الانعزال العقلي و المعرفي و الجغرافي للناس الى الحد الأدنى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، فهي تعد مظهر من مظاهر الاعلام الجديد و مصدر رئيسي لجمع و تحليل و انتقاء المعلومات و إعادة نشرها و تبادلها بين المستخدمين على نطاق واسع ، كما انها منظومة شبكات الكترونية تربط بين المشتركين و ذلك بإنشاء مواقع خاصة بهم و التي تربطهم مع أفراد اخرين لهم نفس الاهتمامات ، وهكذا انتشرت بسرعة لتمس كافة المجتمعات و كل الفئات العمرية و بالأخص فئة الشباب ، و الذي يعتبر رأس المال لكافة الأمم و عتدها و عتاها حاضرا و مستقبلا ، لذا لابد من الاهتمام بالشباب و معرفة اتجاهاته و ميولاته في كافة المجتمعات خاصة العربية و الإسلامية ، فعلاقة الشباب بالشبكات الاجتماعية جد وطيدة لكونهم فئة مواكبة للعصرنة و التطور ، فنجدهم يتأثرون بالمضامين التي تحملها سواء كانت إيجابية أو سلبية . و من هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية لتسلط الضوء على التأثيرات الكبيرة لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب .

مشكلة البحث

يطرح البحث مسألة في غاية الأهمية ، و يمكن توضيحها من خلال الاشكالية الرئيسية التالية :

الى أي مدى تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب ؟

و التي تنتج عنها تساؤلات فرعية تتمثل في :

المبحث الأول : تحديد مرحلة الشباب، و خصائصها.

١ - تحديد مرحلة الشباب

في التوصية الأولى الصادرة على المؤتمر الأول لوزراء الشباب العربي الذي عقد بالقاهرة في الفترة ٨-٤ أكتوبر ١٩٦٩ ليتفق على أن مفهوم الشباب يتداول أساسا من تتراوح أعمارهم بين ١٥ - ٢٥ سنة المفهوم الدولي المتفق عليه في هذا الشأن غير ان ظروف الوطن العربي وطبيعة الشخصية انسجاما مع النامية فيه تستوجب تخصيص رعاية عميقة متكاملة بمرحلة الطلائع ، التي تسبق سن الخامسة عشر وربما تفرض الظروف الامتداد هذه الرعاية إلى ما بعد الخامسة والعشرين وفق متطلبات الشباب في كل قطر عربي، وقد يقتضي رعاية النشئ والشباب وان تكون مرحلة الشباب أوسع واكبر في المدى العمري بحيث تشمل في بدايتها جزءا من المراهقة وتشمل في نهايتها جزءا كبيرا من مرحلة الرشد .

والتحديد المقبول لفترة الشباب هو تحديدها لفترة التي يجتازها الفرد بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد والتي تحقق خلالها النضج الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي وتمتد هذه المرحلة من بدء البلوغ وظهور علاماته الأولية والثانوية إلى زواج الشخص وتحمل مسؤولياته كرجل ناضج راشد وبالرغم من الفروق الفردية والثقافية التي تؤثر في تحديد المدى العمري لمرحلة الشباب من سن الخامسة عشرة إلى سن الخامسة والعشرين وبالنسبة للغالبية من أبناء المدن الذين ساروا سير طبيعيا في نموهم وتعليمهم.

٢ - خصائص الشباب

• الخصائص الجسمية

إن نقطة البداية في تحول الفرد من مرحلة الطفولة إلى الشباب هي البلوغ فمفهومه يستخدم الإشارة المظاهر الفيزيائية للنضج الجنسي وعلى سبيل المثال تشير مرحلة ما قبل البلوغ إلى الفترة التي تسبق تطور الخصائص الجنسية الأولية والثانوية .

وتتميز هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفسيولوجية معينة سواء عند البنين أو البنات والناحية الجسمية تتميز بالاستمرار في النمو نحو النضج الكامل مع التخلص من الاختلال في التوافق العضلي كما ان المناعة ضد الأمراض العضوية الخطيرة تكون في هذه الفترة أقوى منها في المراحل السابقة - 01 - كما يزداد أيضا الطول والوزن وتتغير نسب العلاقات بين أجزاء الجسم المختلفة حيث تبلغ أوجه نضجها وتضج قوة الجسم وتحاول الغرائز التعبير عن نفسها بالإضافة إلى التغيرات الأخرى في الشكل والصوت والطاقة التي يتمتع بها الإنسان .

• الخصائص الاجتماعية

يتصف الشباب في هذه الفترة بالقابلية والقدرة الكبيرة على التغير والنمو كما يتميز بالرغبة في التحرر ومن هنا كان أفراد تلك المرحلة أكثر تجاوبا مع مستلزمات التغير وأكثر فئات المجتمع قدرة على العطاء السخي يصدق تحقيق الذات واثبات القدرة على تحمل المسؤولية .

العام الذي اختيرت منه العينة التي بلغ عددها ٨٠ مفردة تم اختيارها في أواخر شهر مارس .

يصعب الوصول إلى هذا المجتمع ككل من الشباب لأنه مجتمع ضخم لذا تم التركيز على المجتمع المتاح و الممكن الوصول اليه ، و الذي يلبي حاجات الدراسة و أهدافها و تختار منه عينة البحث .

الدراسات السابقة

من بين الدراسات السابقة نجد :

- دراسة للباحثة ' مريم نريمان نومان ' بعنوان : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيره في العلاقات الاجتماعية
- و هي رسالة مكملية لنيل شهادة ماجستير، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة - الجزائر.

وانطلقت الدراسة من إشكالية: ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ؟ ، والذي بدوره تضمن عدة تساؤلات فرعية كان أهمها:

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع فايسبوك ؟
- كيف يؤثر استخدام فايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام و الاتصال في حياة الأشخاص و أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق هذه الأهداف.

وقد اعتمدت هذه الباحثة على استخدام المنهج المسحي الوصفي والاستبيان كأداة لجمع البيانات وهذا على عينة قصدية تتكون من ٢٨٠ مفردة وكانت النتائج كالتالي : يستخدم أغلب أفراد العينة موقع فايسبوك بدافع التواصل مع الأصدقاء و الأهل و التثقيف ، و هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور و الاناث للموقع .

خطة البحث

يتكون البحث من

- مقدمة
- المبحث الأول : تحديد مرحلة الشباب و خصائصها .
- المبحث الثاني : أهمية دراسة مرحلة الشباب .
- المبحث الثالث : نشأة شبكات التواصل الاجتماعي و مكوناتها .
- المبحث الرابع : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي و خدماتها .
- المبحث الخامس : دوافع استخدام الشباب للانترنت .
- المبحث السادس : إيجابيات و سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي .
- المبحث السابع : نتائج الدراسة و التوصيات .
- خاتمة

المتحدة فمنذ الاجتماع الأول للمجلس الاجتماعي والاقتصادي وجهت الأنظار إلى واجبا الأمم المتحدة بالنسبة للشباب وبضرورة التعاون مع بعض الوكالات المتخصصة منها منظمة العمل الدولية ومنظمة الأغذية والزراعة ومنظمة الصحة الدولية لذا فان اهتمامها بالشباب بند هام من بنود من برنامج يشمل الصحة والتعليم والتدريب المهني للشباب .

المبحث الثالث: نشأة وتاريخ شبكات التواصل الاجتماعي و مكوناتها .

١ - نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

أول ما ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية كان من قبل جون باريز الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن و الذي صاغه سنة ١٩٥٤، وظهرت في السبعينات من القرن العاشر بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية و كانت فوائد البريد الالكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة و طويلة الأمد مع الآخرين غالبا ما كانت بأسماء مستعارة.

وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت شبكات التواصل الاجتماعي تظهر بشكلها الجديد مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر و حاجتهم للتواصل و تمكن احتمال ظهورها و تطورها عبر ثلاث موجات أساسية : الموجة الأولى حيث ظهور الشبكات لعدم تواصل الأفراد مع إضافة بعض الخدمات الاجتماعية من حين الاخر، و الموجة الثانية تميزت بالتنافس بين شبكات عديدة الاستعمال المستخدمين من خلال تخصص بالتوجه لجماهير معينة ،أما الموجة الثالثة فهي مرحلة الوصول للجماهير عريضة في ظل سيطرة و شهرة شبكات معينة في البدء انطلقت سنة ١٩٩٥ الموقع وهو موقع اجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة حيث يستطيع أي شخص إنشاء ملف شخصيا مجانا للتواصل مع اصدقائه والانضمام للمجتمعات المحلية و الدردشة في المنتديات لكن يعتبر موقع sixdegrees.com أول شبكة للتواصل الاجتماعي معترف بها سنة ١٩٩٧ حيث يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات أو صفحات شخصية تضم قوائم الأصدقاء هذه الميزات كانت بطبيعة الحال موجودة في بعض المواقع الاجتماعية من قبل classmates.com موقع مثلا كان يتيح للمستخدمين الانتساب لجماعات كالمدرسة أو الكلية والاتصال مع باقي مستخدمي الشبكة حتى سنوات لاحقة لكن دون امكانية إنشاء ملف شخصي موقع Sixdegrees.com هو أول من أتاح هذه الميزات مجتمعة .

بعدها أطلقت شبكات جديدة للتواصل الاجتماعي بهدف الوصول إلى جمهور أوسع لكن الفيسبوك حينها صمم لدعم الشبكات على مستوى الجامعة فقط أطلقت خدمات الفيسبوك عام ٢٠٠٤ كشبكة تواصل اجتماعي على مستوى جامعة هارفارد فقط .

وفي سبتمبر ٢٠٠٥ وسعت خدمات الفيسبوك لتشمل طلاب المدارس الثانوية و العاملين في الشركة حتى عمم على الجميع .

ويرى كولز أن الشباب يواجه الكثير من صور الحراك حتى يصبح مواطنًا مندمجًا في مجتمعه حيث ينتقل من الاعتماد على الغير إلى حالة الانشغال النفسي ن فالشباب ينتقلون من مرحلة التعليم إلى سوق العمل وينتقلون من المنزل إلى البيئة الخارجية وكذلك من المعيشة مع الأسرة إلى تكوين أسرة مستقلة والشباب الجامعي كمح للتحغير وقادر على الحركة والتظاهر ويرغب في التميز ويؤمل في العمل ويواصل النقد ويبحث له عن مكان مناسب على خريطة الدولة.

وفي هذه المرحلة العمرية يسلبون إلى الارتباط بالشباب الآخر المنتمي إلى كيانات اجتماعية وثقافية مغايرة لهم .

• الخصائص النفسية

المسألة الجوهرية أثناء الشباب هي التوتر بين الذات والمجتمع وفي تلك المرحلة يسيل الشباب والشابات إلى قبول تعريفات مجتمعهم عنهم متمردين وهارين من المدرسة ومتمثلين بمشاهير وأبطالًا رياضيين وفنانين، وتتعدد العلاقة بين القيم المحددة اجتماعيا والشباب وتتسم بالنفور والصراع وعدم قبول الواقع الاجتماعي في كثير من المشاعر مثل العزلة وعدم الواقعين والسخط وعدم الارتباط بالعالم الظاهري والاجتماعي والشخصي وهذه المشاعر تنتج من الإحساس النفسي بعدم التوافق بين الذات و العالم .

• الخصائص العقلية

يميل الشباب في هذه المرحلة نحو النمو الفكري والعقلي مع تميزه بطابع الخيال والجرأة والمغامرة ويعتز الشباب بتفكيره مع قابلية الاتحاد في بعض الأحيان وتتميز هذه المرحلة ببقطة عقلية كبيرة فالشاب يحتاج حرية عقلية ويميل إلى الحصول على معلومات وثيقة من مصادر موثوق بها.

ويمتاز النمو العقلي الانفعال في هذه المرحلة بأنه نتاج التجارب والتفاعل والنمو السابق في المراحل الأولى من هذه المرحلة مع المؤثرات المختلفة المحيطة بالأفراد ولهذا تتميز هذه المرحلة بالاختلاف الكبير من الأفراد و في درجات الطالب.

المبحث الثاني: أهمية دراسة مرحلة الشباب

الشباب هو رأس المال لكافة الأمم وعدتها وعتادها حاضرا ومستقبل وهو ثروة الأمة التي تفوق ثروة مواردها كلها وهو أمل الأمة و عماد قوتها لذا على الأمة الاهتمام بالشباب ومعرفة اتجاهاته وميولاته ويشكل التفكير في مشكلات الشباب ومحاولة إيجاد الصيغة الملائمة لتوجيهه اجتماعيا وتربويا وأخلاقيا محاولة قديمة دعا إليها الفلاسفة من عهد سقراط والكتاب وعلماء النفس والمصلحون ورجال الإعلام الأمر الذي يعكس الاهتمام الجدي لهذه الشريحة عبر المراحل التاريخية .

وليس أدل على مدى الاهتمام بقضايا الشباب في وقتنا الحالي على الصعيد الدولي من الجهود الكبيرة الأمم المتحدة ومنظماتها وذلك بغية تقوية السلام الدولي والتوصل إلى دعمك للحقوق الإنسانية ويظهر اهتمام الأمم المتحدة في تقرير سكرتيرها العام الذي يوضح ان الشباب هم الدوافع الأساسية للبرامج الاقتصادية والاجتماعية التي تعنى بها الأمم

و التواصل بشكل فعال ضمن تجمعات تربطها اهتمامات مشتركة. إضافة إلى هذه الخصائص يرى الباحثون أن هناك مجموعة من الميزات الإضافية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تزيد من إقبال المستخدمين عليها .

سهولة الاستخدام: فقد تطورت شبكات التواصل بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا. التواصل والتعبير عن الذات : أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين .

تشكيل مجتمع بطرق جديدة: وفرت لشبكات التواصل الاجتماعي سبلا جديدة للاتصال حيث ينظم المستخدم لمجتمعات يختارها هو ويفضلها إذ اختصر الشبكات منطق العولمة المتنامي الذي تدخل فيه المجالات المحلية والعالمية و المجالات الذاتية و العمومية .

التفاعلية : لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى تحسين التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية و التطور.

خدمات شبكات التواصل الاجتماعي

و تتمثل في :

الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم والسكن و البلد والاهتمامات والصور الشخصية .

الأصدقاء أو العلاقات : وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.

إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.

البومات الصور : تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها وتبادلها أيضا.

المجموعات : تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو الأهداف محدودة ويوفر موقع الشبكات المؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء و كذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات و معرفة عدد الحاضرين وإعدادات الغير الحاضرين.

الصفحات: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددونها ..

ليشير تنوع شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحول في طبيعة المجتمعات عبر الانترنت حيث اتجهت شبكات التواصل لجمهور مغلقة دون اعتبار للمصالح أو الاهتمامات هكذا ظهر إطار تنظيمي جديد لمجتمعات الانترنت يتكون فيها العالم من شبكات و ليست جماعات .

٢ - مكونات الشبكات الاجتماعية

تتكون الشبكات الاجتماعية عموما من عدة تطبيقات ومواقع ، أهمها :

أولا : مواقع التواصل الالكترونية : وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل بأصدقائهم ومعارفهم ، مثل " ماي سبايس " " فيس بوك " الخ.

ثانيا : المدونات الالكترونية : وهي مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

ثالثا : الويكي : وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر مواقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجانا) أشهرها موقع ويكيبيديا ، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الالكترونية ذات المصدر المفتوح .

رابعا : مواقع البث الالكترونية : وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني و الأفلام للمستخدمين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل ، مثل موقع " أبل آي تيونز ..

خامسا: المنتديات الالكترونية : ألا وهي مواقع توفر مناطق و فضاءات الكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة ، عادة ما تدور حول موضوع معين ، أي لكل منتدى تخصص معين ، مثل منتدى للموسيقى ، وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا لأنها سهلة الاشتراك .

المبحث الرابع : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي و خدماتها

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي : يعرفها مايفيلد بأنها مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية: المشاركة : فهي تشجع على المساهمة و ردود الفعل التعليقات من أي مهتم و تلقي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام المتلقي .

الانفتاح : فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة وتبادل المعلومات و التعليقات ونادرا ما توجد حواجز للوصول أعلى محتوى و الاستفادة منه.

المحادثة: تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات و نشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

التجمع: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة

المبحث الخامس : دوافع استخدام الشباب للانترنت

و تتمثل في :

الحاجات المعرفية: يعمل الشباب على إشباع الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة، حيث يستخدم الشباب الانترنت لتحقيق واشباع الحاجات كحب الاستطلاع والاكتشاف، إذ توفر الانترنت الإمكانيات اللازمة لتلبية حاجات الشباب المعرفية من خلال الوصول إلى المواقع الأكاديمية وتحميل الكتب الالكترونية ..

الحاجات العاطفية: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية والعاطفية والتعبير عن المشاعر لدى الأفراد ويعتبر إشباع الحاجات العاطفية من الدوافع العامة لاستخدام الانترنت التي تمنح إمكانية الاتصال بالمواقع الالكترونية التي تزود الشباب بخبرات جمالية كمواقع الفنون الموسيقية والتواصل مع الأصدقاء في غرف الدردشة.

حاجات الاندماج الشخصي: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصادقية والثقة والاستقرار وتحقيق الذات للفرد حاجات الاندماج الاجتماعي : وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم ليكون الفرد متفاعلا مع بيئته الاجتماعية من خلال الانتماء للجماعة .

الحاجة للهروب : وهي الحاجات المرتبطة برعاية القرن العروبة وإزالة التوتر وتقدير المسار بعيدا عن الآخرين .

المبحث السادس : إيجابيات و سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي

إيجابيات الشبكات الاجتماعية

- أتاحت هذه الشبكات لمستخدميها تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء فيما بينهم وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل النوافذ التي يطل الشباب من خلالها على العالم الخارجي ..
- أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة أخبار مهمة لأحداث بعينها وخاصة الأحداث السياسية ومجرياتها فالشبكات الاجتماعية اليوم أصبحت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة مثل استطلاع آراء الشباب عبر الفيسبوك وتويتر وغيرها .
- مثلت هذه الشبكات منطيات افتراضية حيث تم تكوين العديد من الملتقيات الاجتماعية عبر هذه الشبكات منها على سبيل المثال ملتقى العرب من المحيط إلى الخليج .
- ملتقى طلبة شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا يحفز على التفكير الإبداعي ويعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين .

سلبيات الشبكات الاجتماعية

- - ضياع الوقت بسبب الإبحار والاستغراق في هذه الشبكات

الأخطر الذي أدى إلى التلاشي التدريجي لعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع .

- استخدام البيانات والمعلومات الشخصية قد يؤدي في بعض الأحيان للاستخدام المضاد و السيئ لهذه المعلومات .
- ان استخدام هذه الشبكات من خلال الملفات الخاصة قد أدى إلى انعدام الخصوصية فليس هناك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها على مواقع هذه الشبكات كما انه لا توجد قوانين عقابية تعاقب من يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال هذه المواقع .
- ان الاستخدام المفرط لهذه الشبكات من قبل فئات الشباب والذي ترافق معه استخدام ادراج لبعض اللغات و على رأسها العربية سوف يؤدي إلى قتلها تدريجيا .

المبحث السابع : نتائج الدراسة و التوصيات

نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية

توصلت الدراسة الميدانية التي أجريتها على طلبة جامعة الشيخ العربي التبسي .تبسة ، بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات و تفريقها توصلت إلى مجموعة من النتائج وهي :

المحور الأول : البيانات الشخصية لأفراد العينة

تبين لي أن عدد أفراد العينة من ذكور و إناث متقارب بنسبة ٤٨,٧٥ و ٥٢,٢٥% على التوالي و أن أغلبيتهم لديهم مستوى جامعي بنسبة ٤٨,٧٥ .

المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام الشاب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية .

فقد تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية غالبا بنسبة ٥٧,٥% وان مدة استخدامهم لها كانت أكثر من ستين دقيقة وقدرة نسبتهم ب٦٧,٥ % . و تشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين يتصفحون الشبكات الاجتماعية حسب الظروف المواتية لهم بنسبة ٤٣,٧٥% وان الأشخاص المفضلين للجلوس معهم أثناء التواصل بالشبكات هم الأصدقاء حيث - قدرت بـ ٤٧,٥ .

النتائج العامة للدراسة

- النتائج الديمغرافية: بينت الدراسة بان مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الذكور بنسبة ٤٨,٢٥% و الإناث ٥١,٧٥% هذا راجع أن كليهما يستخدم الشبكات الاجتماعية و لا يوجد فرق كبير بينهما حيث أن و لكل منهما احتياجات استخدامه .
- أن غالبية المستخدمين للشبكات الاجتماعية في الجزائر هي الشريحة العمرية من ٢٠ إلى ٢٤ و هي أكثر فئة مقارنة بغيرها و أغلبيتهم من المستوى الجامعي .

المختلفة على الشباب والمجتمع للتعرف على انعكاساتها خاصة السلبية منها لتفاديها .

٤. توفير مجالات أكبر للشباب لترفيه عن النفس مثل المركبات الرياضية وإقامة المسابقات الثقافية لإخراجه من العزلة الافتراضية التي تخلقها الشبكات الاجتماعية ..

٥. محاولة وضع قوانين لمراقبة مضامين الشبكات الاجتماعية وإقامة مراكز متخصصة في هذا المجال لحماية الشباب والمجتمع .

خاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على أثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، وذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية في المجتمعات بصفة عامة والمجتمعات العربية المسلمة بصفة خاصة، لما لهذه الشبكات الاجتماعية من تأثيرات على القيم والسلوكيات بالإضافة إلى تأثيراتها على كافة الجوانب .

حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي حديث العام والخاص، إذ تعتبرها الأغلبية أنها مظهر من مظاهر التحضر والتقدم كونها شكل من أشكال التكنولوجيا وتطور المجتمعات أيضا، فهي تحمل العديد من القضايا التي تحتاج إلى البحث فيها، ولها العديد من التطبيقات والخدمات التي توفر للأفراد كل متطلبات الممارسة الاتصالية داخل المجتمع وخارجه . كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل الحيز المكاني للتعرف وإنشاء الصداقات والتعلم والتثقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداع الفكري، كما يمكن اعتبارها مختبر لعمليات التعارف والتواصل البشري؛ وقد تمكنت هذه المواقع من بلوغ كل الفئات العمرية على اختلافها من صغار وكبار، خاصة الفئة الأهم وهي فئة الشباب التي تمثل شريان حياة المجتمعات الإنسانية و ثروتها التي لا تقدر بثمن، والتي سعت للتأثير عليها سواء سلبا أو إيجابا حيث تتميز بقدر عال من التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الإنترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى أما الآن فتتمثل في مشاركته في هذا المحتوى من خلال نشره والتعليق عليه بكل حرية رأي، وهذا ما يميز الشبكات الاجتماعية على غيرها من الوسائل التقليدية وهنا تكمن أهميتها وضرورة التعرف عليها ومعرفة كل ما يتعلق بها .

• أن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية حددت فترة استخدامهم بأكثر من سنتين و بشكل يومي و أكثر من ٣ ساعات حسب الوقت المفضل لديهم و هذا ما ساهم لديهم في عملية التفاعل والتواصل . مع الأصدقاء عبر الشبكات الاجتماعية بحيث يكون إقبالهم عليها بشكل مكثف عبر الوسيلة المناسبة وهي الحاسوب المحمول لان المكان المفضل لديهم للتواصل من خلال هذه الوسيلة هو المنزل

• الاختلاف في مواضيع الشبكات الاجتماعية جعل المجتمع الجزائري مجتمع واع و مدرك لما يدور حوله من مواضيع ، كما أن الخدمات المفضلة لدى الشباب هي خدمة الدردشة من خلال الشبكات الاجتماعية و ذلك لتمكنهم من خلالها التفاعل السريع مع الأصدقاء و ذلك من اول تبادل المعلومات

• وزيادة الرصيد المعرفي و المساهمة في نشر المعلومات أحيانا ، و ذلك حسب نتيجة تفاعلهم معا .

• تساهم مضامين الشبكات الاجتماعية في خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب من خلال المواقع الشهيرة و المفضلة لديهم خاصة الفيسبوك مما ساهم في اكتسابهم سلوكيات لا تتماشى مع قيم المجتمع الجزائري و هذا ما يؤدي إلى التأثير على الهوية الوطنية لديهم و التأثير في حب وطنهم .

التوصيات

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ، يمكن التقدم بمجموعة من التوصيات والمقترحات:

١. الالتزام بقوانين محددة ومراعاة عدة جوانب في استخدام الشبكات الاجتماعية خاصة الجانب الأخلاقي والسلوكي لدى الشباب .
٢. توعية الشباب على الجوانب السلبية للشبكات الاجتماعية لتفادي الانحرافات المختلفة وتفادي الإدمان على هذه الشبكات بما يؤثر سلبا على الشباب من الجانب الجسدي والنفسي .
٣. زيادة الدراسات في مجال وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها

المراجع

١. احمد بن مرسل : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط ٢٠٠٥.
٢. منال هلال مزاهره بحوث الإعلام الأسس والمبادئ . دار الكنوز للمعرفة للنشر و التوزيع ٢- الأردن . ١٦، ٢٠١١.
٣. سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، مصر، ط١، مصر، سنة ١٩٩٩
٤. محمد السيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء للنشر والطباعة، الإسكندرية، مصر . ٢٠٠٩
٥. ياسين بودمان ، الشباب والانترنت، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط١، ٢٠١٣ -
٦. عبد الله محمود الرعود، دو شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.
٧. مريم نومار ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مقدمة
٨. استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر .

الفرص التدريبية والدراسية بمنصات التواصل الاجتماعي وتوجهات الطلاب نحوها (طلاب جامعة طرابلس نموذجاً - بحث ميداني)

محمود رمضان النقناق

جامعة طرابلس، ليبيا

mahmud.alnagnag@gmail.com

عمر قاسم سويكر

جامعة سرت، ليبيا

ملخص

مع تطور اعتماد الجمهور على مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومات وتكوين الرأي حول الكثير من الموضوعات المحلية والدولية، تطور ظهور الإعلانات عن فرص تدريبية ودراسية عبر منصات التواصل الاجتماعي تستهدف الطلاب، خصوصاً في دول ومناطق النزاعات مثل: ليبيا، وسوريا، واليمن،... الخ وإتاحة المنح لمواطنيها في فرص اللجوء للدراسة، أو تنمية مهاراتهم بمجالات متنوعة محلياً وبشكل مجاني عبر تدريبات الانترنت بالورش، غالباً ما يتم التعرف عليها من خلال ما تطرحه منصات التواصل حولها من أخبار وإعلانات، فاستهدف البحث اتجاهات الرأي العام المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا نحو الفرص التدريبية والتعليمية المعلنه عبر منصات التواصل؟ استخدم خلاله الباحثان عينة من طلاب جامعة طرابلس كنموذج للبحث، لتحديد مدى استفادتهم من المنح الدراسية والبرامج التدريبية، وقد تمثلت أبرز النتائج في أن هناك توجهاً مقبولاً، وليس بالقوي لدى الطلبة الجامعيين إزاء متابعتهم للفرص التدريبية والمنح عبر المواقع ومنصات التواصل، فضلاً عما يشكله عامل المحددات الخاصة بالجنس والعمر والتخصص والمرحلة الدراسية من عامل متغير ومهم في توجهات الطلاب الجامعيين نحو فرص التعلم ومتابعتهم لتكوين آرائهم عبر منصات التواصل. ويشكل فيسبوك المنصة الأبرز لمتابعة مناشط فرص التعلم لدى الطلبة الجامعيين.

الإشكالية

مع تطور اعتماد الجمهور على مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومات وتكوين الرأي حول الكثير من الموضوعات المحلية والدولية، تراكم ظهور الإعلانات عن فرص تدريبية ودراسية خلال تلك المنصات تستهدف الطلاب، خصوصاً في دول ومناطق النزاعات مثل: ليبيا، وسوريا، واليمن،... الخ، وإتاحة المنح لمواطنيها في فرص اللجوء للدراسة، وتنمية مهاراتهم بمجالات متنوعة بدول أكثر استقراراً، أو تنميتها محلياً ومجانياً عبر تدريبات الانترنت، يكون الاختيار وفق معايير وشروط محددة وضوابط تطرحها تلك الإعلانات وتلقى فيه إقبالا ملحوظاً، لذا رأى الباحثان أنه من الجدير دراسة صوغ الإشكالية بالسؤال التالي: ما اتجاهات الرأي العام المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا نحو الفرص التدريبية والتعليمية المعلنه عبر منصات التواصل؟ وذلك لتحديد مدى استفادتهم من المنح الدراسية والبرامج التدريبية الموجهة لهم.

أهمية البحث

انطلاقاً من الإشكالية الأنفة، يرى الباحثان أن الأهمية تتأتى في النقاط التالية:

١. الوصول إلى رؤية حول مدى الإقبال والصعوبات التي تعترض الطالب الجامعي بالمجتمع المحلي للبحث، في سعيه للحصول على فرص تنمية للتدريب أو الدراسة؛ ما قد يفضي لإتاحة مجال رحب للبحاث الآخرين لفهم أبعاد أوسع حول مجال الفرص خلال

منصات التواصل وتحليل تفاصيلها.

٢. ما يسعى إليه الباحثان بمحاولة تحقيق إسهام متواضع، قد يضاف إلى مجال بحوث الاتصال الرقمي والمنصات الاجتماعية وتحديد اتجاهات الرأي العام المتدفق خلالها.

٣. السعي لتقديم إثراء معرفياً يضاف للمكتبة الإعلامية، بموضوعات حديثة لها علاقة بدراسات الرأي العام، والاتجاهات الميدانية للجمهور.

دراسات سابقة

• هدفت دراسة (عمر ٢٠١٩) للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، من خلال التطبيق على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم، وقد وضعت العديد من التساؤلات أهمها ما المواقع التي تشكل الرأي العام النوعي وإلى أي مدى يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟ استخدم خلالها المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبيان، ومن أبرز نتائجها أن لوسائل التواصل دور كبير في تشكيل توجهات الجماهير تجاه الرأي العام النوعي، كما اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي مساحة حرة يمكن أن تعزز فرص تشكيل رأي عام نوعي، وكذلك أصبحت تتفوق على وسائل الإعلام التقليدية. وتشابه الدراسة بهذا البحث في المنهج والأداة البحثية، والتساؤل حول مدى إسهام المنصات في تشكيل الرأي العام،

١ عمر، معاذ. (٢٠١٩). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة إفريقيا العالمية، السودان

واختلفت في طبيعة القضايا المدروسة.

١. التعرف على توجهات الطلاب الليبيين نحو الفرص الدراسية والتدريبية، المطروحة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
٢. استقراء توجهات الطلاب نحو الفرص التدريبية والدراسية، مقارنة بمتغيرات أخرى كالجنس، والعمر، والتخصص، ومكانية الفرص المطروحة.
٣. التعرف على أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي تشكل محور اهتمام الطلاب الليبيين في البحث عن فرص الدراسة والتدريب.
٤. معرفة مدى ثقة الطلاب الجامعيين في فرص التعلم التي تطرحها منصات التواصل.
٥. استشفاف أسباب التفضيل لمنصات ومواقع محددة، لدى المبحوثين تجاه فرص التعلم.
٦. فهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين خلال بحثهم عن فرص التعلم المقدمة عبر منصات التواصل.
٧. التعرف على مجال ونوع الفرص الأكثر اهتماما ورواجا لإقبال ومتابعة المبحوثين.

تساؤلات البحث

مما يهدف إليه البحث يسعى الباحثان بمحاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. هل يتابع الطلاب الجامعيين منصات التواصل لتشكيل آرائهم حول الفرص التدريبية والدراسية من خلال أخبارها على منصات التواصل الاجتماعي؟
٢. لأي مدى تؤثر محدودات ومتغيرات معينة بتوجهات الطلاب نحو الفرص التدريبية والدراسية.
٣. أي منصات التواصل تشكل محور اهتمام أكبر لدى المبحوثين ببحثهم عن فرص التعلم؟
٤. ما مدى إقبال الطلاب الليبيين على الفرص التعليمية المقدمة لبلدانهم؟
٥. ما مدى ثقة المبحوثين بأخبار وإعلانات المنصات حول الفرص التدريبية والمنح الدراسية؟
٦. أي أنواع وتخصصات الفرص يفضلها المبحوثين بمتابعتهم عبر المنصات؟

مجتمع البحث

لما يجسده هذا البحث من دراسة استطلاعية، قد تشكل نواحي الأبحاث مستقبلية موضوعها، اختار الباحثان تخصيص المجتمع بطلاب جامعة طرابلس، كنموذج للبحث يمكن القياس عليه؛ خاصة أن الشباب

• بينما تقاطعت الدراسة السابقة (المدني ٢٠١٥) وهذا البحث في المنهج والأداة واهتمامهما بفئة الشباب والاعتماد عليه كنموذج للبحث، واختلفتا في طبيعة الظاهرة المدروسة، وبالرغم من التباين الظاهر بين كليهما إلا أن هناك نتائج متقاربة وبخاصة في نتائج التساؤلات التمهيدية للاستمارة، كالإقبال على الفيسبوك وتصدره قائمة أولويات المبحوثين في الدراستين على حد سواء، إضافة إلى التوافق فيما يتعلق بضعف الثقة في العديد مما هو موجود على شبكات التواصل. ولقد هدفت الدراسة لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات السعودية، وهو موضوع قريب جدا ومشابه للبحث الحالي، حيث جعلت تلك الدراسة من جامعة أم القرى نموذجا؛ استخدم لها المنهج الوصفي وأداة الاستبيان، للتعرف على التوجهات العامة للشباب تجاه القضايا المطروحة على الشبكات ووجهات نظر الشباب وميولهم نحو ما هو مطروح وتقييمهم له، وقد توصلت إلى نتائج أبرزها تصدر منصة الفيس بوك سلم أولويات الشباب ومن ثم تويتر، واهتمام الشباب بالتعرف على وجهة نظر الآخرين إزاء القضايا المختلفة، كما أثبتت أن تأثير الطلاب في تشكيل الرأي العام من وجهة نظرهم كانت متوسطة، وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها ضرورة توجيه الشبكات لصالح تنمية الشباب على جميع الأصعدة الحياتية.

• فيما استقرأت دراسة (الديبسي، والطاهات ٢٠١٣) بشكل أعمق مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلاب الجامعات الأردنية، ومعدلات استخدامها، ومعرفة مدى الحرية المتاحة للطلاب في استخدام الشبكات كأدوات للتعبير عن الرأي، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ومدى ثقة الطلاب فيما تبثه شبكات التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات، وقد استخدمت المنهج الوصفي، وأداة الاستبيان، وظهرت بنتائج أبرزها أن نسبة عالية تستخدم الإنترنت، وأكثر نسبة الاستخدام حظت بها وسيلة الفيسبوك، كما أن لوسائل التواصل الاجتماعي عدة مميزات وعيوب كمضيعة الوقت، وتشويه وتحريف الحقائق، وترويج الشائعات، وتتفق هذه الدراسة مع البحث الراهن في استخدام المنصات ولا سيما الفيسبوك الأكثر اهتماما وتفضيلا لدى الطلاب، وكذلك وضع الباحثان تساؤلات تتقصى مدى ثقة الجامعيين بمصداقية الأخبار حول فرص التعلم «موضوع الدراسة»، بالاستفادة من نتائج الدراسة السابقة حول الترويج والتحريف.

أهداف البحث

يعتقد الباحثان أن أهداف البحث موضع الدراسة تكمن فيما يلي:

٢ المدني، أسامة. (٢٠١٦). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة السلطان قابوس. المجلد السابع. العدد ٢. ص ٣٩٥-٤٢٥

٣ الديبسي، عبد الكريم، والطاهات، زهير. (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الأردنية. مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية. المجلد ٤٠، العدد ١. ص ٦٦-

الجامعي باختلاف مراحل الدراسة سواء البكالوريوس والليسانس أو الدرجات الأعلى الماجستير والدكتوراه، هو المستهدف غالبا بإعلانات الفرص التدريبية والمنح الدراسية الموجهة له والمعنون أكثر بفرص التعلم، وفقا للعدد من الإحصائيات والمؤشرات القياسية بالفئات الأكثر تصفحا لشبكة الانترنت، والأعلى متابعة لمنصات التواصل، ما قد يشكل من خلالها رأيه نحو تلك الفرص.

منهج وأداة للبحث

يستخدم الباحثان خلال هذه الورقة المنهج الوصفي لمعالجة الموضوع محل البحث؛ وذلك لاعتباره الأنسب لطبيعة سرد المعلومات وتفسيرات المشكلة بالشكل والاستقراء العلمي المناسب، وقد استخدمت أداة الاستبيان، كأفضل الأدوات البحثية للوصول إلى إجابة عن التساؤلات المطروحة، والتعرف على اتجاهات الرأي العام المتكونة لدى الطلاب الجامعيين في ليبيا، نحو الفرص التدريبية والتعليمية المعلنة عبر منصات التواصل.

حدود البحث

زمنيا: تقوم حدود البحث خلال فترة انطلاق وإعداد الورقة في غضون شهرين (فبراير ومارس) ٢٠٢٣، أما بشريا ومكانيا: فاندرجت القراءة البحثية ضمن إطار إلكتروني بتوزيع استبانة على طلاب جامعة طرابلس، شارك خلالها نحو ٤٥ طالب وطالبة من جامعة طرابلس بتخصصات ومراحل مختلفة.

اختبار صدق الأداة

لقد تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة الإلكترونية من خلال عرضها على محكمين ذوي خبرة بمجال الاتصال والبحث العلمي، عدلت بعض بنودها بالإضافة، وفقا لما أبداه التحكيم من ملاحظات.

تحديد المصطلحات

لغرض الاشتباه الاصطلاحي خلال هذا البند المنهجي للورقة جملة من المصطلحات الواردة في سياقها، وذلك لتحديدها بدقة علمية، ووفقا لما يقصدانه إجرائيا؛ تتحدد فيما يأتي:-

منصات التواصل: عموم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية التي يتم متابعتها ومن قبل المستخدمين ويحتكون بها حسابات تسهل عليهم تتبع كل ما يتم نشره.

الفرص التدريبية: ورش العمل ودورات التدريب الحضوري أو الافتراضي والندوات والملتقيات العلمية عبر الانترنت بأي مجال من مجالات المعارف.

المنح الدراسية: عروض فرص استكمال الدراسة الجامعية، بالداخل

والخارج، وأيضا الدراسات العليا مثل منح دراسة الماجستير والدكتوراه. فرص التعلم: مصطلح يختصر ويعبر عن (الفرص التدريبية والمنح الدراسية).

الرأي العام وشبكات الأنترنت

في أبسط مفاهيم الرأي العام يمكن القول أنه «مجموعة من الآراء تجاه قضية أو موضوع ما سواء كانت تلك الآراء مؤيدة أو معارضة أو محايدة بغرض التأثير سلبا أو إيجابا بطرق مباشرة أو غير مباشرة على الأحداث ربما يسعى أفراد المجتمع من خلال تلك الآراء لتعديل سلوك ما أو تغيير قرارات غير مدروسة ومثبت ضررها على المجتمع، ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت شريكة في صياغة الرأي العام عبر أدواتها الفاعلة والمؤثرة ساعدت على تسارع وتيرة تكوُّنه إلا أنه من غير المنطقي الإسهاب في دورها وإقصاء العوامل الأخرى»^٤

مما لا يخفى على أحد أن الرأي العام ودراساته أصبح أحد الموضوعات التي لاقت اهتماما واسعا من قبل الأكاديميين والباحثين في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأيضا من قبل المفكرين، وصنّاع القرار، ما يساهم في مناقشة قضايا الديمقراطية والعدالة والتنمية، والتشجيع على المشاركة السياسية، حيث تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها، وتقدمها وتطورها على ما يتوفر لديها من وعي وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع،^٥ ولقد خلق استخدام الانترنت في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب والغى الحدود وزواج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، التي تعد الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، وما تلعبه كوسيلة في نقل الأخبار والأحداث السياسية، وهذا شجع متصفح الانترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.^٦

ومع تطور التقنيات ووسائل التواصل ظهر «الإعلام الجديد عبارة عن شبكات المعلومات، ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والمنشآت، وغرف المحادثات، ويكون بين طرفين: مرسل ومستقبل» أي ما يمكننا وصفه بالإعلام الشخصي الفردي، «إذ لم يعد حكرا على طبقة معينة كما كان الشأن في الإعلام التقليدي، بل أضحت المواطن مسهما في صناعة الرسالة الإعلامية، فاعلا في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي»^٧ ولقد طورت شبكات التواصل الاجتماعي لتكون سهلة الاستخدام، ويستطيع أي مستخدم أن يتعامل معها ومع تطبيقاتها بكل يسر، مع اختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، حيث أن استخدامها يحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس الحاسب الآلي، كما أنها تمتاز بالتصميم البسيط وسهولة إجراء المحادثات النصية والصوتية

٤ الشاذلي، راشد. ٢٠٢٢. مقال: شبكات التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام. جريدة عمان الإلكترونية. <https://www.omandaily.om/أفكار-وآراء/شبكات-التواصل-الاجتماعي-وصناعة-الرأي-العام>

٥ عبد ربه، صابر. (٢٠٠٢). الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي. دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية

٦ عمر، معاذ. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة إفريقيا العالمية. السودان

٧ يحيوي، إبراهيم. (٢٠١٩). مقال: الآثار الثقافية القيمة والسلوكية للإعلام الجديد على المستخدمين. مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد ٥٠، جامعة سطيف، الجزائر ص ٣٥

جداول البحث ومناقشة النتائج

جدول (١)

عينة المبحوثين حسب متغير المحددات العامة

المتغير	فئات المحدد	ك	%
الجنس	ذكر	9	20%
	أنثى	36	80%
العمر	٢٥-١٩	23	51%
	٣٣-٢٦	11	24.4%
	٤٠-٣٤	11	24.4%
المرحلة الجامعية	بكالوريوس - ليسانس	31	62.9%
	ماجستير	12	31.4%
	دكتوراه	2	5.7%
التخصص الدراسي	علوم إنسانية	17	40%
	علوم تطبيقية	28	60%
المجموع		45	100

يتبين من الجدول السابق أن توجه الإناث بنسبة المشاركات في الاستبيان بلغت ٨٠٪، نحو اعلانات وأخبار فرص التعلم عبر منصات التواصل، أكثر عنه من توجه الذكور البالغ ٢٠٪، بينما جاء محدد الفئة العمرية بالفئة (٢٥-١٩) وذلك بنسبة ٥١٪ وهو ما يبرز اهتمام طلبة مرحلة الدراسة الجامعية الدنيا عنه لدى فئات عمرية أكبر قد تكون بمراحل الدراسة العليا كالـدكتوراه مثلا التي بلغت ٥٪ فقط، وهذا ما تؤكدته تفسيرات المبحوثين حول أسباب توجههم نحو فرص التدريب؛ وذلك لخلق فرص عمل موازية لفترة دراستهم في الجامعة^{١٤}، فيما قد يكون طلاب الماجستير والدكتوراه الأكبر سنا، هم بالفعل منخرطين في سوق العمل ويمثلون جزءا منه، وقد يهتمون بفرص التدريب ومنح الدراسة عن طريق مؤسساتهم المهنية وليس الجمعية (حيث عينة هذا البحث). كما أشارت بيانات الجدول أن توجه المبحوثين بمراحل مختلفة بدا أعلى لدى الطلبة الجامعيين بالتخصصات التطبيقية ٦٠٪، أكثر عنه لدى توجه الطلبة بالعلوم الانسانية الذي بدا أقل بنسبة ٤٠٪، ولقد شارك في الاستبيان طلاب في مجالات متنوعة توزعت على نحو (الإعلام، والفنون، وعلوم الرياضيات والاقتصاد، والزراعة، والهندسة، والطب، وعلوم الاجتماع، واللغات)، وظهر مؤشر العلوم الانسانية منها بنسبة أقل بلغت ٤٠٪ فقط من لديهم توجه نحو فرص التعلم المتاحة أو المعلن عنها عبر منصات التواصل.

جدول (٢)

مدى متابعة المبحوثون واهتماماتهم بفرص التعلم

مؤشر المتابعة						مدى الاهتمام
نعم		لا		إلى حد ما		هل أنت مهتم بمتابعة أخبار ورش التدريب والمنح الدراسية؟
ك	%	ك	%	ك	%	
27	60%	2	4.4%	16	35.6%	
نعم		لا		مجموع العينة		هل سبق لك أن شاركت بدورة تدريبية أو حصلت على منحة دراسية من خلال متابعتك لمنصات التواصل؟
ك	%	ك	%			
16	35.6%	29	64.4%	45		

يتبين من الجدول السابق أن معدل اهتمام المبحوثين بمتابعة فرص التعلم بشقيها التدريبية أو الدراسية جاء مرتفعا بمؤشر نعم بلغ ٦٠٪، وتدنت نسبة غير المهتمين إلى ٤٠٪، لكن بالمقابل ما يبدو أنه ليس كل المهتمين بمتابعة الفرص لديهم الحوافز الكافية للمشاركة فيها؛ فظهر مؤشر انعدام المشاركة بالدورات والمنح المعلن عنها عبر منصات التواصل عاليا بمؤشر ٧٤٪، بينما مؤشر المشتركين حل بنسبة أقل بلغت ٢٥٪، ويمكن بربط هذه النتائج بمعدلات مدى الاقتناع والثقة في عموم الفرص المتاحة عبر المنصات، وهو ما يشكل في حد ذاته سببا لعدم المشاركة فيها.^{١٥}

جدول (٣)

منصات التواصل التي يفضلها المبحوثون لتتبع فرص التعلم

المنصة	ك	%
فيسبوك	36	80%
انستجرام	9	20%
تليجرام	7	15.6%
لينكدن	5	11.1%
أخرى	9	20%

بالرغم ما يشكله موقع لينكدن من بيئة أكثر ضيقا بين المتخصصين بمجالاتهم، والربط والتشبيك بين مستخدميهم بناء على السير الذاتية الخاصة والخدمات التي يقدمها المستخدم أو التي يبحث عنها، وإمكانية

١٤ انظر قراءة الجدول رقم (٥)

١٥ انظر الجدول رقم (٤)

جدول (٥)

توجهات المبحوثون نحو أنواع الفرص وتفضيلاتهم

الاتجاهات						مؤشر التفضيل	
تهتم أكثر بمتابعة؟						أخبار الورش التدريبية	أخبار المنح الدراسية
						ك	ك
						18	10
						40%	22.2%
						17	37.8%
تهتم فقط بالفرص التدريبية والمنح الدراسية؟						المحلية قصيرة الأجل	الخارجية طويلة الأجل
						ك	ك
						11	21
						24.4%	46.7%
						13	28.9%
أنت مهتم أكثر بالورش والمنح في؟						مجال تخصصك	مجالات أخرى
						ك	ك
						37	82.2%
						∞	17.8%
						45	

يظهر بيانات الجدول السابق أن من ضمن اتجاهات المبحوثين تجاه فرص التعلم المتناولة عبر المنصات الرقمية، وهو ما بدى مقبولا واجابيا باهتمام الطلاب بأخبار المنصات المتعلقة بكل من الورش التدريبية وبدا مرتفعا بنسبة ٤٠٪، بينما قل مؤشر الاهتمام بأخبار المنح الدراسية إلى ٢٢٪. وقد تعود الاسباب لما عبر عنه المبحوثين بأن الورش التدريبية تكسيهم الخبرات وتطوير وتحقيا أكثر الذات، وتوسع مداركهم للدخول إلى أسواق العمل بشكل أيسر بالتزامن مع استكمال مراحل دراستهم الجامعية، في ذات الوقت الذي لا يثق به جزئ من المبحوثين بالمنح الدراسية المنتظمة، كما أضاف قسم من المبحوثين من الإناث أن المجتمع له عراقيل كثيرة في حال حصلت احدهن على منحة للدراسة بالخارج، لذا كثيرا ما يفضلن الورش التدريبية لأنه تخفف حدة القيود الواقعية بالانخراط فيها بشكل أكبر. لكن الجدير بالانتباه ارتفاع مؤشر اهتمام المبحوثين بفرص التعلم الخارجية طويلة الاجل بنسبة عالية ٤٦٪، قد يكون في هذا ارتباطا وثيقا بنوعية المجال الذي يفضل المبحوثون الخوض في دوراته ومنحه على مدى طويل، المتمثل في مجال التخصص كما بدا مؤشره مرتفعا إلى ٨٢٪، يتركز هذا في اهتمام طلاب المراحل الجامعية العليا، وبحثهم عن فرص استكمال الماجستير والدكتوراه بالخارج، وقل بالمقابل اهتمام المبحوثين بفرص التعلم المتاح عبر المنصات في مجالات أخرى إلى نسبة ١٧٪.

عرضها بدقة للآخرين وإفادتهم بدرجة عالية من الوصول إلا أنه قلت نسبة رواده والاعتماد عليه لدى المبحوثين وتفضيلاتهم للاطلاع على فرص التعلم خلاله بنسبة بلغت ١١٪، بينما ارتفعت مؤشرات التفضيل والاعتماد على فيسبوك بمؤشر ٨٠٪ فشكّل الأعلى اعتمادا لدى الطلاب للبحث ومتابعة أخبار المنح والدورات، وبالمقارنة مع محدد الفئة العمرية، فقد يبدو المؤشر اعتياديا إذ أن معظم عينة المبحوثين من الفئة الجامعية الأكثر شبابا والأكثر قضاء للساعات عبر فراغ فيسبوك، ناهيك على تفسيرات المبحوثين أنفسهم بالقول أنهم يتابعون مناشط المؤسسات المانحة للفرص من خلال منصاتها عبر فيسبوك، الأسلوب الذي تعتمد عليه المؤسسات كأداة أولية للإعلان عن نفسها ودوراتها ومنحها. كما اختار المبحوثون بفئة أخرى الذي بلغ ٢٠٪ مجموعة من مواقع وتطبيقات أخرى مثل (يوتيوب، وزوم، وجوجل) لأنها تشكل غرضا رقمية آمنة وسهلة تتيح خدمات الفيديو والعروض خلال التعلم عبر الانترنت، وأيضا تليجرام الذي فسر البعض سبب تفضيله كمنصة يتابع خلالها فرص التعلم بما يمتاز من جدية ومجتمع ضيقا وخصوصيا للحصول على المعلومات، وجاء مؤشره ١٥٪.

جدول (٤)

مدى ثقة المبحوثون في أخبار وإعلانات فرص التعلم المطروحة عبر الانترنت

ما مدى ثقتك في أخبار المنح المطروحة عبر الانترنت؟	ك	%
قوية	2	4.4%
متوسطة	20	44.4%
ضعيفة	18	40%
منعدمة	5	11.1%
المجموع	45	100

يتضح من مؤشرات الجدول السابق أن ثقة المبحوثين في أخبار وإعلانات فرص التعلم مقبولا بمؤشر درجة (متوسطة) البالغ ٤٤٪، بينما قل بشكل كبير معدل الثقة القوية إلى ٤٪، ما يمكننا القول أنه توجهات طلاب جامعة طرابلس قد يكون مقبولا وليس بشكل كبير جدا تجاه فرص التدريب والمنح الدراسية، وهو ما يؤكد جدول المشاركة بأي من الفرص المتاحة عبر منصات التواصل بمؤشر عدم الانخراط فيها أو الحصول عليها بنسبة مرتفعة أيضا بلغت ٦٤٪^{١٦}.

خاتمة البحث

يفضل قسم لا بأس به من الطلبة في الدرجات الدنيا بدراستهم الجامعية متابعة وخوض الورش التدريبية ويعتمدون عليها في خوض سوق العمل بمجالاتهم قبل التخرج. فيما يفضل أصحاب المراحل العليا البحث ومتابعة المنح الدراسية.

ختاماً يوصي الباحثان باستمرارية البحث المستفيض بشكل أكثر اتساعاً حول الموضوع وتعميم الاستبانة ميدانياً على مجتمع أكبر؛ للظهور بقراءات أوسع حول الرأي العام المتكون لدى طلاب الجامعات نحو ما يشغلهم، وما يقدم لهم من فرص للتعليم سواء في دورات وورش تكوينية أو عبر منح موسعة للدراسة. ولقد توصلنا إلى جملة من النتائج الملخصة يمكن سردها على النحو التالي:

يشكل عامل المحددات الخاصة كالجنس والعمر والتخصص والمرحلة المعرفية عاملاً متغيراً ومهماً في توجهات الطلاب الجامعيين نحو فرص التعلم ومتابعتهم لتكوين آرائهم عبر منصات التواصل.

يظهر أن هناك توجهها مقبولا، وليس بالقوي لدى الطلبة الجامعيين إزاء متابعتهم للفرص التدريبية والمنح عبر المواقع ومنصات التواصل.

يشكل فيسبوك المنصة الأبرز لمتابعة مناشط فرص التعلم لدى الطلبة الجامعيين، لكن تظل عوامل الخصوصية والأمان، وإمكانيات العرض وسهولة الوصول والحضور عبر العالم الافتراضي عناصر مهمة لدى الطلاب الجامعيين، لا سيما الإناث اللواتي يفضلن الورش التدريبية بمجتمعهن المحلي، أو الافتراضي، عن المنح الدراسية بالخارج لقيود تتعلق بالمجتمع.

المراجع

١. فتحي، شمس الدين. (٢٠١٣). شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر. دار النهضة العربية. القاهرة
٢. المقدادي، خالد. (٢٠١٤). ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع
٣. عبد ربه، صابر. (٢٠٠٢). الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي. دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية
٤. الدوريات
٥. الحماد خلف. (٢٠٢٢). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد الواحد والعشرون العدد الثاني - أبريل
٦. يحيى، إبراهيم، (٢٠١٩). مقال: الآثار الثقافية القيمة والسلوكية للإعلام الجديد على المستخدمين. مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية العدد ٥٠، جامعة سطيف، الجزائر
٧. المدني، أسامة. (٢٠١٦). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة السلطان قابوس. المجلد السابع. العدد ٢
٨. الديسي، عبد الكريم، والطاهات، زهير. (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الأردنية. مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية. المجلد ٤٠، العدد ١
٩. عمر، معاذ. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة افريقيا العالمية. السودان
١٠. مدونة اديوكشين هوب. بدون مؤلف. (٢٠٢٣). مقال: لماذا توفر الدول الغنية المنح الدراسية لأبناء الدول الفقيرة؟. موقع لينكدن. <https://ae.linkedin.com/pulse/%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7%D8%B1%D9%81%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D9%81%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84>
١١. الشيداني، راشد. ٢٠٢٢. مقال: شبكات التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام. جريدة عمان الإلكترونية. <https://www.omandaily.om/na/أفكار-وأراء/شبكات-التواصل-الاجتماعي-وصناعة-الرأي-العام>
١٢. وينر، ديف. (٢٠١٩). مقال مترجم: لأفكار في المدونات وإن طغى فيسبوك وتويتر. موقع ميدل إيست أونلاين. <https://middle-east-online.com/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D9%81%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84>
١٣. العيسوي، أشرف. (بدون تاريخ للنشر). مقال: وسائل التواصل الاجتماعي تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي. موقع تيرنر. <https://trendsresearch.org/ar/insight/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84>

الشباب وفاعلية المحتوى الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي (قراءة سوسيولوجية)

مريم برغوث

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - الجزائر
meriem.berghout@bba.univ.dz

نادية مفتاح

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - الجزائر
nadia.meftah@bba.univ.dz

ملخص

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل مضمون المحتوى الرقمي من قبل الشباب وذلك من خلال قراءة سوسيولوجية للاجابة على التساؤل المتعلق بكيفية مساهمة منصات التواصل الاجتماعي في تفعيل مضمون المحتوى الرقمي للتأثير على مستخدميها، وهذا من خلال التطرق إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي كانت طفرة مميزة في الحياة الاجتماعية اليومية التي يعيشها المجتمع، فهي قد فرضت تقنيات ووسائل جد متطورة ساهمت بنسبة كبيرة في إحداث تغيرات في كل المجالات خاصة في ما يخص الظاهرة الاتصالية و العلاقات الاجتماعية، بمعنى نقلت الأحداث من مجالها العام الحقيقي إلى مجال العالم الافتراضي صانعة بذلك عالما افتراضيا يحاكي ما يحدث على أرض الواقع، وهذا ما تجسد في منصات التواصل الاجتماعي التي تعد وسائط إعلامية جديدة غيرت في بنية العلاقات و الاتصالات، والتي وجد فيها الشباب خاصة والمجتمع عامة فضاءا جديدا يستطيع من خلاله مناقشة أمور حياته الشخصية و المجتمعية بكل حرية عبر صناعة محتوى رقمي يحدد فيه رغباته وطموحاته وكل مايجول بخاطر بغية تحقيق أهداف محددة تسعى إليها النفس البشرية.

الكلمات المفتاحية

منصات التواصل الاجتماعي - المحتوى الرقمي - الفضاء الرقمي

مقدمة

منصات التواصل الاجتماعي هي مواقع أو وسائط إلكترونية تساهم في العملية الاتصالية بين مستخدميها عبر الشبكة العنكبوتية الأنترنت، حيث يتم من خلالها مشاركة منشور أو صور أو فيديوهات أو آراء وغيرها من المحتويات كل حسب رغبته وميولاته حيث يطلق على هذه المحتويات بالمحتوى الرقمي لأنها مجسدة داخل الفضاء الافتراضي فهو مرتبط بالبيئة الرقمية.

فهذه المنصات لها ميزاتها الخاصة التي جعلت من مستخدميها يتعاطونها بشكل يومي فهناك من يعتبرها وسيلة للترفيه، فيما يراها آخرون وسيلة قوية فاستغلها في تحقيق أهدافه، وهذا ما تم فعلا استخدامه من قبل فئة الشباب التي ترى منصات التواصل الاجتماعي وسيلة تحقيق ما يصبون إليه من خلال استغلالها في عرض محتوى ما يقدمونه عبرها، حيث أتاحت لهم فرصة التعبير عن أفكارهم فساهمت في فرض مسارات علمية مهنية جديدة على مستوى الفضاء الرقمي، من بينها صناعة محتوى رقمي يتم تداوله عبر شبكات الاتصال بغية الاستفادة منه وتحقيق أهداف يصبو من ورائها صانع المحتوى الرقمي. أضحى المحتوى الرقمي جزءا أساسيا من حياة شباب الذي اكتسب اليوم مهارة استخدام التكنولوجيا الحديثة واستغلها في الترفيه و التواصل و تنمية مهاراته، فالمحتوى أو مضمون المادة العلمية في الاعلام التقليدي كان في السابق يخضع لمالكيه ومقيد يفتقد للنقد و الحوار و التعبير عن آراء مشاهديه، لكن المحتوى الرقمي الحالي أفسح للشباب فرصة لتبادل الأفكار و المعلومات و التواصل مع الآخرين لأي محتوى يتم

يعد القرن الواحد والعشرين بداية لعالم جديد، تميز بالنهضة العلمية والفكرية على جميع الأصعدة، حيث أرسى لنا هذه النهضة الفكرية تكنولوجيا اتصال حديثة مست جمل المجالات و القطاعات، وهذا ما استدعى إلى مسيرتها في جميع مراحلها التطورية من أجل مواكبة كل عصر وما يتميز به، فمع مراحل التطور أفرزت لنا تكنولوجيا الاتصال وسائط إعلامية جديدة ساهمت بشكل واسع في إحداث التغيير خاصة في ما يتعلق بالاتصالات و العلاقات و الفضاءات العامة، حيث فرضت مجالات وعلاقات وفضاءات جديدة كلها على مستوى الفضاء الإلكتروني، حيث تم نقل كل ما يحدث في فضاء الواقع الحقيقي إلى فضاء افتراضي هذا الفضاء الافتراضي يوازي الفضاء العام .

الفضاء الافتراضي هو نتاج تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث أفرزت لنا الشبكة العنكبوتية الأنترنت اتصالات و مناقشات ومعلومات كالصوت والرسومات و النصوص و الفيديو، كما أنها ربطت العام ببعضها البعض مساهمة بذلك في جعل العالم قرية صغيرة على حد قول مارشال ماركوس الفيلسوف والأديب الذي تنبأ بها من خلال تقارب العالم بسبب تكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث ساهم نظام الاتصال الخاص بالانترنت من نقل كل البيانات عبر وسائط مختلفة، ومن بين هذه الوسائط التي ساهمت في نقل الاتصالات و البيانات وربط العالم ببعضه نجد منصات التواصل الاجتماعي التي أصبح الاعتماد عليها كبيرا في وقتنا الراهن، فقد أضحت جزءا أساسيا للتواصل اليومي في حياة الأفراد والمجتمع والمؤسسات.

إمكانية الدردشة و التعليق و التفاعل حول المواضيع المطروحة.

٢. أهمية ومميزات منصات التواصل الاجتماعي

- وسائل التواصل الاجتماعي هي منصات افتراضية تمكن عدة اشخاص من إنشاء و مشاركة المعلومات مع بعضهم البعض بشكل عفوي ، من خلال مجموعات متنوعة .
- تعتبر فضاءات للحوار الجماعي بالتواصل بين المستخدمين .
- تعد أحد أشكال المنظومة التفاعلية الالكترونية الأكثر أهمية ، فهي تتضمن آراء و مواقف ومسائل متنوعة، كما تعمل عن طريق نظام إدتره المحتوى (المضامين) .
- تقديم خدمات البث المباشر عن طريق تغطية إخبارية مباشرة و توفير الصور للأحداث المهمة.
- تعد معبر لعالم الاتصال الواسع الذي يدخله الشباب من بوابات عدة تصدرها شبكة الانترنت بما تحتويه هذه الشبكة من مواقع مختلفة المجالات تضم أفرادا تجمعهم قواسم مشتركة. (عبد العزيز، ٢٠١٥، ص ١٥-١٦)

٣. بعض النماذج لمنصات التواصل الاجتماعي

- **الفييس بوك:** هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم ، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها شباط عام ٢٠٠٤ في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج) الموهوس في برمجة الكمبيوتر وكانت مدونته الفاييس بوك محصورة في نطاق الجتمعة ويحدود أصدقاء، ثم أخذت تنتشر هذه المدونة في نطاق العالم الافتراضي، بفترة زمنية قصيرة جدا، تخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية، ثم إلى كافة أنحاء دول العالم . تحتل شبكة الفاييس بوك حاليا من حيث الشهرة و الاقبال المركز الثالث بعد موقعي غوغل و ومايكروسوفت، حيث بلغ عدد المشتركين في الأول من تموز ٢٠١٠ النصف مليار شخص يزورها باستمرار و يتبادلون في ما بينهم آراء و أفكار و مواضيع و صور و مقاطع فيديو، بالإضافة إلى المشاركة الفعالة و غالبا ما تكون في المحادثات و الدردشات. (العريشي و محمد الدوسري، ٢٠١٥، ص ٣٧-٣٨)

- **التويتتر: Twitter** يعتبر واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعا حول العالم ، حيث من رحم هذا الموقع نشأ "مفهوم الهاشتاق" أو " الوسم " الذي استعارته لاحقا كثير من المواقع و التطبيقات لتعزيز التفاعل و الوصول للمنشورات ذات المحتوى الواحد. تأسس هذا الموقع في عام ٢٠٠٦ هلى يد أربعة شبان هم جاك دورسي و نوح علاس و بيز ستون و ايفان ويلمايز والذين لم يكونوا يعرفون على وجه اليقين كيف سيكون شكل الموقع .. هل سيكون مدونة؟ أم شبكة؟ أم ماذا؟ وسرعان ما اتضحت رؤيتهم و أصبح تويتتر

عرضه والذي تعددت أهداف نشره كل حسب مخططاته و توجهاته و أهدافه ، فكانت منصات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي يمكن استخدامها من طرف الشباب لتفعيله و جذب اهتمام الجمهور. ومنه جاءت هذه الورقة البحثية للإجابة عبي التساؤل : كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل مضامين المحتوى الرقمي؟ وما الذي وفرته لجذب اهتمام الجمهور؟ وما هو الهدف الحقيقي وراء استخدام منصات التواصل من قبل الشباب في تفعيل المحتوى الرقمي؟

المحور الأول: فضاء منصات التواصل الاجتماعي

١. طبيعة منصات التواصل الاجتماعي

تعرف منصات التواصل الاجتماعي على أنها " إحدى تطبيقات الويب التي تتركز على إنشاء مجتمعات من الافراد ذو اهتمامات مشتركة، توفر طرقا متعددة بين مشركي الشبكة و تنحصر في الشبكات الشهيرة كالفايسبوك " (العوفي ، ٢٠١٦، ص ١٥)

تعرف أيضا على أنها "مواقع تشكل من خلال الانترنت ، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، والتعبير عن وجهة نظر الافراد أو الجماعات من خلال عملية الاتصال ، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر " (أحمد عبد مرزوك، ٢٠٢٠، ص ٤٦)

كما عرفها الدكتور سعد البطوطي في كتابه (التسويق السياحي) بأنها " مواقع ويب web أنشأت بغرض جمع المستخدمين و الأصدقاء à العمل ، الدراسة) و مشاركة الأنشطة و الاهتمامات و البحث عن تكوين صداقات واهتمامات و أنشطة جديدة ، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات الفورية و البريد الالكتروني و مقاطع الفيديو و الصور و التدوين"

وهناك من يرى أيضا أنها "تمثل شكلا مبسطا من أشكال التواصل الإنساني لأنها تسمح بالتواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء ، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن و تتفاعل معك في أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن المتواجدين في نطاق شبكتك، وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت" (المشهداني و العبيدي، ٢٠٢٠، ص ٨٣-٨٤) أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك و تويتلا و الواتساب و الفاير) رواج واسع و أهمية كبيرة و هموا سريعا في المجتمع وقد كثر التعامل معها بين الناس حيث يتواصلون من خلالها للتعرف على بعضهم، ومعرفة الأخبار و كل ماهو جديد في الساحة بل أصبحت هذه المواقع وسيلة إعلامية ناجحة لمن أجاد استخدامها. (الفريجي، ٢٠١٤، ص ٧)

أما تعريفنا الاجرائي لمنصات التواصل الاجتماعي هي شبكات تواصل اجتماعية تتشكل من خلال الشبكة العنكبوتية، تسمح بالعملية الاتصالية و تبادل المعلومات والتعبير عن مواقف الافراد و اتجاهاتهم ووجهات النظر بين مستخدميها ذو الاهتمامات المشتركة، كما تتيح لهم

الصوتية أو على شكل صورة أو فيديو والتي يتم تبادلها عن طريق الشبكة " كما ويقصد به " كافة المعلومات والبيانات التي تصنع و تخزن وتعرض بشكل رقمي بغض النظر عن ماهية وسائط الصناعة و التنقل و التخزين لهذا المحتوى " (ساري و عين أحجر، ٢٠١٩، ص ٢٣٧). فالمحتوى الرقمي نجد أنه له تعريف متعددة لكونه يسمح لكل وثيقة رقمية بتخزينها و عرضها عبر وسائط اتصالية عبر الشبكة العنكبوتية، حيث هذا المحتوى يمكن أن يكون كتابي أو سمعي أو بصري منظمة أو غير منظمة.

وعليه من خلال التعاريف السابقة نجد أن المحتوى الرقمي هو كل انتاج فكري انساني يقدم رسالة ما وهو مرتبط بالشبكة العنكبوتية الانترنت وله مجالات متعددة محتوى صحي، ثقافي، اقتصادي، ترفيهي، سياسي وغيرها من المجالات التي تهتم الجمهور المتابع لهذا المحتوى، كما أنه يتخذ أشكال عديدة مثل الصور، الفيديوهات، رسومات، صوتيات وغيرها من الاشكال التي تساهم في إيصال المعلومات لتحقيق غايات و أهداف صائغة.

٢. أشكال المحتوى الرقمي

هي الصور والأساليب المتبعة في صناعة المحتوى لتقديمها للجمهور، حيث يظهر في أشكال و أنواع مميزة ونذكر منها :

- **محتوى مقروء:** نجد في الكتب و المجلات و المقالات بمعنى آخر نجده في شكل نصوص مثل: XML ، HTML - PDF
- **محتوى مسموع:** يتمثل في الملفات الصوتيات
- **محتوى مرئي:** يتمثل في الفيديوهات التي يتم مشاهدتها والتي تعد أساس المحتوى الرقمي لأنه من خلاله يمكن جلب استقطاب الجمهور والذي يعد يجلب عدد المشاهدات المرتفعة .

- **محتوى فوتوغرافي:** ونجده في الصور التي يعتمد عليها صانع المحتوى لعرض محتواه. (فتحي و بن السبتي، ٢٠٢١، ص ٢١٢-٢١٣).

٣. أهمية المحتوى الرقمي

مع التوجه العالمي نحو الاقتصاد المعرفي أصبح المحتوى الرقمي يلعب دورا محوريا في العملية التنموية في مختلف الميادين وبعد أن تم التركيز على تطوير البنية الأساسية من أجل بناء مجتمع المعلومات ظهرت أهمية المحتوى الرقمي و تأثيره على كافة نواحي الحياة الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية (علوي و مسرورة، ٢٠٢٠، ص ٤٣٥)

المحور الثالث: المحتوى الرقمي و صناعته عبر منصات التواصل الاجتماعي

يعد المحتوى الرقمي المتاح على شبكة الانترنت العصب الرئيسي في جميع المجالات وفي كل المؤسسات، فبعد التطور العلمي و الرقمي الذي يعيشه العالم خاصة ونحن بصدد التحول والتوجه نحو الرقمنة

البوابة الأولى للتدوين المصغر و المصدر الأهم للأخبار العاجلة في العالم حيث يمكن لأي مستخدم متابعة أيرقضية أو مؤتمر بشكل آني عبر متابعة ما ينشره المستخدمون في مكان الحدث، كما أصبح منصة إعلامية للصحفيين مع المدوين في تسجيل السبق الخبري و نافذة يطل عليها السياسيين و المشاهير و الكتاب و الرياضيين مع جماهيرهم و منصة تسويقية تحقق الكثير لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم . (باشا و شمسي باشا، ٢٠٢٠، ص ٢٦-٢٧).

- **اليوتيوب:** هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة ، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها : الكوارث الطبيعية و التحركات و الانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية.

موقع اليوتيوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل، يتيح إمكانية التحميل منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه و يزوره بالملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان وعرضها على صفحاته.

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاث موظفين هم تشاد هرلي و ستيف تشن و جاود كريم، كانوا يعملون في شركة " باي بال" عام ٢٠٠٥ في ولاية كاليفورنيا في الولايات الأمريكية المتحدة، وقامت غوغل بشراء عام ٢٠٠٦ (السوداني و المنصور، ٢٠١٦) ص ١١٨)

المحور الثاني: المحتوى الرقمي

١. طبيعة المحتوى الرقمي

المحتوى الرقمي هو شكل من أشكال المعلومات التي يتم نشرها عبر الفضاء الرقمي سواء نصوص أو صور أو مقاطع صوتية، أو مقاطع فيديو والتي تكون متاحة عبر الانترنت، ويمكن استخدام المحتوى الرقمي في العديد من المجالات مثل التعليم و الاعمال و الترفيه و الثقافة و العلوم و الطب و غيرها.

يعرف الأستاذ هاني القرچولي: " المحتوى هو ما تقدمه للجمهور وفق أطر معينة عبر وسائل محددة كمنصات التواصل الاجتماعي لتلبي حاجات لديهم أو تشبع رغبات عندهم من خلال مزيج من الصوت والصورة و المقطع المرئي و التصميم الفني، أما الدكتور لبيب محمد شائف فيرى أن مفهوم صناعة المحتوى يتجه ليعتبر نحو كل ما يتعلق بالمحتوى الذي تم معالجته أو عرضه و التعامل معه بصورة رقمية أو عبر وسائط رقمية بغرض اقتصادي أو تعليمي أو توعوي بحث" (عيساوي، زيزاح، و عطاء الله، ٢٠٢١، صفحة ٢٤٤)

يعرفه الجوهري " بأنه ذلك الكم الهائل من المعلومات النصية و

إلى معلومات متنوعة ومفيدة، فالعمل الشبابي في مجتمعنا الحالي يعيش نوع من الرقمنة في جميع مجالاته، حيث شهدت المجتمعات تحولاً عاصرياً يسمى عصر الرقمنة في جميع الأنشطة السياسية الاقتصادية الثقافية والاجتماعية، التربوية، فشاب اليوم يعتمد في جميع تعاملاته على الرقمنة التي سهلت له الوسائط الرقمية في طرح محتوى رقمي يحقق من خلاله أهداف مساهما بذلك في تحقيق التنمية على المستوى الفردي و المستوى المجتمعي.

فهذا التحول التكنولوجي الذي استجاب له المجتمع، لاحظنا أن الشباب أيضاً استجاب لهذا التحول الرقمي نتيجة اكتسابه لمهارة استخدام التكنولوجيا الرقمية خاصة على منصات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، يوتيوب، انستغرام، تويتر وغيرها من المواقع التي لها انتشار واسع الاستخدام في كل بلد فمثل تويتر يستخدم بكثرة في الخليج بينما الفيسبوك يستخدم بقوة في المغرب العربي كالجائر، فهذه المنصات فرضت جمهور متابع وصناع محتوى، فكان هناك شباب صانع المحتوى الرقمي و كان هناك متابعين لهؤلاء الشباب، فهذه المنصات ساعدت الشباب بشكل كبير في صنع محتواه الذي أضفى فاعلا في صنعه فيتفنن في عرضه بأفكاره وأسلوبه تاركا بصمته التي تحقق له استجابة فاعلة وكبيرة جدا مع جمهوره فتجلبه له العديد من المشاهدات التي تحقق طموحاته ومصلحه من خلال الربح المالي و الشهرة و فتح مشاريع على المستوى المحلي و الوطني والعالمي، ونظرا للشهرة التي عرفتها منصات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت متاحة لدى مستخدميها من خلال اكتسابهم الهواتف الذكية و الحاسوبات، أصبح هناك العديد من المتابعين لصانعي المحتوى الرقمي، حيث أدرك الشباب صانعي المحتوى الرقمي أن هدفهم هم المتابعين و جلب العديد من مشاهداتهم، فبات الشباب في بيئة رقمية تنافسية يسعى لتطوير نفسه و تنمية عمله الرقمي و التفنن في صناعة محتوى مميز يجعل المتابعين متعطشين لمعرفة كل ما هو جديد. فصناعة المحتوى الرقمي من قبل الشباب يؤثر على المتابعين حسب شدة تأثره بصناعة المحتوى لمواكبة الحداثة و التطور، فحسب شخصية صانع المحتوى يمكن لمتابعيه من تقليده في طريقة كلامه، لباسه، ثقافته، تفكيره، مما قد يساهم في تغيير شخصية حسب بصمتهم التي يتكونها في عرض المحتوى، لكن ما نلاحظه عبر منصات التواصل الاجتماعي أن صناع المحتوى ينقسمون لى قسمين هما صناع الإفادة و صناع التفاهة فصناع الإفادة كل من يملك محتوى هادف يقصد به نشر معلومات مفيدة للمتابعين و للمجتمع وهذا شيء طبيعي لكن صناع التفاهة تصدروا المراكز الأولى في المشاهدة و المتابعة و يحصدون العديد من المشاهدات المرتفعة و المقدرة بالملايين والتي يشارك في مشاهدتها أطفالنا و أبناءنا متأثرين بهذا المحتوى التافه الذي يقودهم إلى الهلاك من خلال الاقتداء بأسلوبهم في اللباس، الكلام، التواصل وغيرها من السلوكات السيئة، إن المساحة الواسعة للحرية التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي جعلت صناع التفاهة يزدادون يوم بعد يوم بين الباحث عن الشهرة و الباحث عن المال بتقديم فيديوات و لايفات فيها عبارات الشتم و السب و اللباس الغير المحتشم الدال في نظرهم على الرقي و التطور في الوطن العربي عامة و الجزائر خاصة، وهذا يدل على أن هناك قيم جديدة حلت مكان قيم الأصلحة وكما تظهر تغير التربية في الأسر و السير نحو الاقتداء بالتربية الغربية على أساس أنها تربية حضارية.

العصرية في جميع المجالات ونقصد به التحول الرقمي: الذي أصبح من الضروري الاعتماد عليه لتسيير و تسهيل وصول المعلومات و البيانات للجمهور، وهذا ما جعل التركيز على صناعة المحتوى من قبل الشباب كل حسب مجاله لتحقيق أهداف وغايات والتي منها يساهم في النهوض بالمجتمع و تطوره اجتماعيا و سياسيا وحضاريا، وهذا بالاعتماد على الشبكة العنكبوتية الانترنت التي تعد " شرطا أساسيا للنهوض بالمجتمعات و تضيق الفجوة الرقمية التي تزداد اتساعا " (بادي و بادي، ٢٠٢٠، ص ١٣٣)، حيث ساهمت في فرض فضاء افتراضي غير في العلاقات و الظاهرة الاتصالية بالانتقال من أرض الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي، بالاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي التي أتاحت فرصة عمل و تواصل واتصال للشباب و الجهات العامة و الجمعيات و المؤسسات، حيث مكنتهم من استعراض أفكارهم و التفنن في طرحها من خلال صناعة محتوى يؤثر على مستقبل مضمين هذا المحتوى لتحقيق الغايات المنشودة كل حسب عمله ونشاطه، فكانت لهذه المنصات دور في صناعة المحتوى و تفعيل العمل الشبابي.

أولا: أهم فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل المحتوى الرقمي

١. إمكانية الوصول إلى جمهور: تمكن منصات تواصل الاجتماعي الشباب من إمكانية الوصول إلى جمهور أوسع لنشر المحتوى الرقمي بفضل خصائصها التي تساهم في جلب الجمهور بطريقة أسهل و بأسلوب جذاب
٢. إنشاء محتوى رقمي متعدد الوسائط: بفضل ما تتميز به منصات التواصل الاجتماعي من ميزات خاصة توفرها في الفضاء الافتراضي مكنت الشباب من عرض المحتوى الرقمي بعدة وسائط لجذب الاهتمام للجمهور، مثل الصور و الفيديوهات و النصوص و الصوتيات و الرسوم البيانية.
٣. التفاعل و المشاركة: تتيح منصات التواصل الاجتماعي ميزة التفاعل و المشاركة مع الجمهور، هذه الميزة التي جعلت من المحتوى الرقمي متداول بشكل كبير، حيث سمحت بالتعليقات والاعجابات و مشاركة المحتوى الرقمي.
٤. تحليل البيانات: توفر شبكات التواصل الاجتماعي أدوات و تطبيقات و برمجيات لتحليل البيانات و قياس نجاح المحتوى الرقمي من حيث عدد المشاهدات و المشاركات و الإعجابات.

ثانيا: العمل الشبابي و فاعلية المحتوى الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائط الرقمية الموجودة في الفضاء الافتراضي التي استخدمها الشباب في تفعيل المحتوى الرقمي الذي يرغب بنشره، مما يسهل عليه جذب الجمهور بسهولة، فهذا المحتوى الذي يملكه العديد من الشباب له ميزاته الخاصة التي تساعده منصات التواصل من تطوير مهارات الشباب و ابتكار أفكار جديدة وتعزيز الابداع، وهذا بفضل تبادل الأفكار والتواصل والوصول

وعليه فموضوع صناعة المحتوى الرقمي أصبح الحديث عنه أمر ضروري يتطلب تدخل علماء الاجتماع و النفس وغيرهم في مناقشته لأنه له بصمات يتركها صانعيه على شبابنا فمنها ما يترك بصمة إيجابية تساهم في تنمية المجتمع و الأسرة ومنها ما يساهم في نشر التفاهة التي تفسد و تعيق تنمية المجتمعات، فمنصات التواصل الاجتماعي لها ميزات إيجابية خاصة وأنها تطبيقاتها تلقى اهتماما واستخداما يوميا لدى الشباب، إلا أن لها جانب آخر يجب مناقشته و معالجته من طرف الجميع كالأسرة و المعلم و المجتمع والكل مطالب بذلك، لأن صناعة المحتوى ظاهرة جديدة تحتاج مجتمعاتنا خمس شبابنا بالدرجة الأولى باتت تعد أهم وسائل التأثير على الشباب في تنشئته وصناعة الرأي العام و المساهمة في التغيير.

منصات التواصل الاجتماعي ساهمت في تفعيل المحتوى الرقمي في ما هو إفادة للمجتمع و في ما هو تفاهة للمجتمع، فمنه ما يقدمه الشباب عبر هذه المنصات ما يساهم في بناء المجتمع و تنميته وفي ما يساهم في عكس ذلك كإفساد أخلاق المجتمع عبر فيديوهات يسمونها فيديوهات ترفيحية هذي الفكرة التي طمست في أذهان شبابنا و أطفالنا.

الفضاء الافتراضي ساهم في فرض فضاء بديل للشباب لأنه فضاء هلامي يصعب التحكم فيه، حيث أتاح للشباب طرح أفكارهم و مهاراتهم عبر صناعة محتوى له إفادة للمجتمع، ولكن أغلب مضامين هذا المحتوى لها بصمة على شبابنا قد تكون مفيدة وقد تكون سيئة ، فمنصات التواصل الاجتماعي ساهمت في تفعيل المحتوى الرقمي في ما هو إفادة للمجتمع و في ما هو تفاهة للمجتمع، فمنه ما يقدمه الشباب عبر هذه المنصات ما يساهم في بناء المجتمع و تنميته وفي ما يساهم في عكس ذلك كإفساد أخلاق المجتمع عبر فيديوهات يسمونها فيديوهات ترفيحية هذي الفكرة التي طمست في أذهان شبابنا و أطفالنا.

المراجع

١. عطية عيساوي ، سعيدة زيزاح ، و النوعي عطاء الله . (٢٠٢١، ١٢ ٣١). تأثير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي. مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية و الرياضية ، الصفحات ٢٤٢-٢٦٤.
٢. حنان ساري، و زهير عين أحجر، المحتوى الرقمي لمؤسسات الجامعات الجزائرية دراسة تحليلية للمستودع الرقمي لجامعة محمد خيثر بسكرة، (١٩، ١٢، ٢٠١٩). مجلة العلوم الانسانية، الصفحات ٢٣٣-٢٦١.
٣. عباس فتحي ، و عبد المالك بن السبتي . (٢٠٢١ ، ٠١ ١٦). صناعة المحتوى المعلوماتي الرقمي الاكاديمي. مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية ، الصفحات ٢٠٤-٢٢٢.
٤. هند علوي، و محمود مسرورة. (٠٧ جويلية، ٢٠٢٠). اقتراح تصميم بوابة لادارة المحتوى الرقمي العربي . مجلة علوم المعلومات علم الارشيف و علم المكتبات ، الصفحات ٦٢-٨٨.
٥. سوهايم بادي ، و سامية بادي. (٢٠٢٠ ، ٠٤ ٠١). إثراء المحتوى الرقمي العربي من خلال المنصات الالكترونية العربية . صفحة ١٣٣-١٦٠.
٦. حمزة العوفي . (٢٠١٦). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري. الجزائر : جامعة الجزائر .
٧. ميثم الفريجي. (٢٠١٤). مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية ، اخلاقية ، تربوية. بيروت ، لبنان: دار الحجة البيضاء.
٨. محمد الأمين أحمد عبد مرزوك. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي. برلين ، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي .
٩. سعد سلمان المشهداني ، و فراس حمود العبيدي. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي و خصائص البيئة الاعلامية الجديدة . عمان، الأردن : دار أمجد للنشر و التوزيع.
١٠. رندة عاشور عبد العزيز. (٢٠١٥). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية. القاهرة، مصر: المكتب العربي للمعارف.
١١. جبريل بن حسن العريشي، و سلمى عبد الرحمان محمد الدوسري. (٢٠١٥). الشبكات الاجتماعية و القيم - رؤية تحليلية . عمان ، الاردن: الدار المنهجية للنشر و التوزيع.
١٢. حسان شمسي باشا، و ماجد حسان شمسي باسا. (٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي - رحلة في الأعماق. أبو ظبي، الامارات: حروف للنشر و التوزيع.
١٣. حسن السوداني، و محمد المنصور. (٢٠١٦). شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على جمهور المتلقين. عمان ، الاردن: مركز الكتاب الأكاديمي

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية

مليسة حمرون

جامعة مولود معمري (تيزي وزو) - الجزائر
melissahamroun96@gmail.com

ملخص

تسعى هذه الورقة البحثية الى استكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية وكيفية تشكيل الراي العام في المجتمعات الافتراضية التي وفرت لمستخدميها عوالم تتيح لهم مناقشة مختلف قضايا المصلحة العامة، كما تهدف كذلك الى تسليط الضوء على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل المجتمعات من مجتمعات جماهيرية أيديولوجية الى مجتمعات افتراضية ميديولوجية تتناول مختلف القضايا التي تهمها في مجال عام شبكي، اتاحته مواقع الشبكات الاجتماعية لبناء وتشكيل مختلف الآراء السياسية بكل حرية دون قيود مطلقة، مما سمح في توليد انتفاضات، مظاهرات، وحركات شعبية افتراضية تركت معالمها على ارض الواقع و غيرت من مجرى الاحداث، و الأهم من ذلك ظهور متغير جديد في المجال السياسي من جهة والعالم الافتراضي من جهة أخرى الا وهو "التسويق السياسي الالكتروني".

الكلمات المفتاحية

مواقع التواصل الاجتماعي، التأثير السياسي، الحركات الشعبية الافتراضية، التسويق السياسي الالكتروني

الإشكالية

كيف تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية؟ و بعبارة أخرى، كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير و التغيير السياسي في الوطن العربي؟

يتفرع عن هذا السؤال الجوهرى عدة أسئلة فرعية نذكر فيما يلي:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية؟
- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام السياسي في الوطن العربي؟
- الى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في احداث التغييرات السياسية و دفع الشباب الى التعبير عن رايه في المواضيع السياسية؟ و ما مظاهر هذا التغيير على ارض الواقع؟
- ما ذا نقصد بالتسويق السياسي الالكتروني و كيف اندفعت الدول الى اعتماده عبر الشبكات الاجتماعية؟

أهمية الدراسة

تجمع أهمية الدراسة من مدى الأهمية التي يكتسبها موضوع الدراسة الذي بين أيدينا و هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل و توجيه الراي السياسي العربي في وقتنا الحاضر، حيث أصبحت شبكات التواصل

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تسارعا مذهلا في حركة الاتصالات بشيوع تطبيقات شبكية على الانترنت كنمط من أنماط الاعلام الجديد، و وضعت امام مستخدميها معالم جديدة للتواصل، و تزداد أهمية مواقع التواصل عبر الانترنت على المستوى الدولي مع تنوع استعمالاتها و تنوع الاحداث و ازدياد عدد المستخدمين لها و لا تنحصر أهمية هذه المواقع على مجال تبادل المعلومات فهي تؤدي اليوم أدوارا سياسية واجتماعية و اقتصادية. ان مواقع التواصل الاجتماعي نقلت المجتمع الى آفاق غير مسبقة، ففي البداية كان استخدامها منحصرا على الدردشة و التسلية و تمضية الوقت الى ان أصبحت منصة هامة لتبادل وجهات النظر حول المواضيع و القضايا السياسية التي تجري في البلاد خاصة من طرف جيل الشباب و هكذا لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسائل للتسلية و الترفيه فقط بل أصبح لها دور أساسي في تغيير الخريطة السياسية للعالم و تحريك الشارع و الثورات، فالمواطن أصبح اليوم بإمكانه نشر الاخبار و المعلومات و طرح الأسئلة و الأفكار السياسية و مشاركتها مع الآخرين بكل حرية مطلقة دون قيود مطلقة هذا من جهة ومن جهة أخرى أصبحت هذه الشبكات ساحة انتخابية حيث توجه المرشحين و المسؤولين السياسيين الى استخدامها لتسويق احزابهم واجراء حملاتهم الانتخابية الكترونيا مما خلق أنماط جديدة في مجال السياسة و الاتصال و ظهر ما يسمى بالتسويق السياسي الالكتروني، وكل هذه التأثيرات السياسية و التغييرات في البيئة الاتصالية الرقمية يدفعنا الى طرح السؤال الجوهرى التالي:

المشاركة في الأحداث و المناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديوهات و البرمجيات^٢.

و تعرف بانها خدمة متوفرة عبر الانترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم و مشاركتهم و تشبيكهم في موقع الكتروني واحد يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الأفكار والمعلومات و يناقشون القضايا لها أهمية مشتركة بينهم و يتمتعون بخدمات الاخبار و المحادثة الفورية والبريد الالكتروني و مشاركة الملفات النصية والصور و ملفات الفيديو و الصوتيات^٣.

نبذة عامة عن نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية

المرحلة الأولى: بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل classmates عام ١٩٩٥ للربط بين زملاء الدراسة، و موقع Six Degress.com عام ١٩٩٧ وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة ارسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء و بالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الحالية الا ان تلك المواقع لم تستطع ان تدرجها لما لقيتها و تم اغلاقها. و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع ان تحقق النجاح الكبير بين الأعوام ١٩٩٩ و ٢٠٠١ في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفه اليوم كان سنة ٢٠٠٢. مع بداية العام ظهرت freindster التي حققت نجاحا دفع جوجل الى محاولة شرائها سنة ٢٠٠٣ لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمئنة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة ٢٠٠٧، و قد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب احصائيات يناير ٢٠٠٨ الى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين^٤.

المرحلة الثانية: مع بداية عام ٢٠٠٥ ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدة صفحاته اكثر من مشاهدات موقع google و هو موقع MySpace الأمريكي الشهير و يعتبر من أوائل واكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير فيس بوك و الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام ٢٠٠٧ باتاحة تكوين التطبيقات للمطورين و هذا ما أدى الى زيادة اعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير. ان ما يميز هذه المرحلة هو اكتمال نمو الشبكات الاجتماعية، حيث يقدر اليوم وجود نحو ٢,٥ مليار الى ٣

الاجتماعي هي المتنفس السياسي الأكثر فاعلية مما افترته من حركات شعبية و ثورات عربية، كما أصبحت هذه الشبكات همزة وصل بين المواطن و المسؤولين السياسيين، و أيضا يعد الاعلام الجديد و تقنياته من اهم الظواهر التي سلطت البحوث الإعلامية و الاتصالية الأضواء عليها.

اهداف الدراسة

• تسعى هذه الدراسة الى التعرف على كيفية تحول مواقع التواصل الاجتماعي من مواقع ذات طابع اجتماعي الى مواقع ذات طابع سياسي مؤثر.

- ابراز مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في العملية السياسية و كيف يتم تشكيل الراي العام السياسي.
- تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في اطلاق شرارة الثورات العربية والحركات التحررية.
- التعرف على الاستخدام السياسي للشبكات الاجتماعية من طرف المرشحين من خلال الولوج الى مظاهر هذا الاستخدام في العديد من الدول العربية.
- التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي(مفهومها، نشأتها، و مجالات استخدامها):

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها^٥.

عرف السون (ELLSON) و بويد (BOYD) الشبكات الاجتماعية على انها مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، و اتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الافراد او المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة الاتصال من موقع لآخر^٦.

و يعرف قاموس (ODLIS) مواقع التواصل الاجتماعي على انها مواقع تشكل مجموعات الكترونية ضخمة،تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة مثل التعارف و الصداقة و المراسلة الفورية، انشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد و المؤسسات و

١ سعاد عسائي، تطبيقات الاعلام الجديد عن الهواتف الذكية و انعكاساتها على الشباب الجزائري، اطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة باتنة ٢٠٢٢/٠١، ص ٧١.

٢ ربيعة بوزيدي، الاعلام و المواطنة البيئية، دراسات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، ط ٠١، دار اطلس للنشر و التوزيع، القاهرة، ٢٠٢١، ص ٧٠.

٣ عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي، نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، ١٣٢، ص ١٣٣.

٤ جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم و ترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر ٢٠١٦/٢٠١٧، ص ١٠١.

٥ ماهر عودة الشمالية و آخرون، الاعلام الرقمي الجديد، ط ٠١، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، ٢٠١٤، ص ٢٠٠.

مليار مستخدم ما يقارب نسبة ٣٥٪ من سكان العالم حسب ما أشار اليه الاتحاد الدولي للاتصالات ^٦.

اما احصائيات سنة ٢٠١٩ فقد عرفت انفجارا حقيقيا في ازدياد عدد المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل متسارع عما كان قبلا بشكل غير متوقع خصوصا بعد سياسة موقع فيس بوك الذي اصبح موقعا بفروع متعددة تابعة له مثل WhatsApp, Instagram, Messenger حيث نجد ان عدد منتسبي موقع فيس بوك زاد عما كان سنة ٢٠١٤ بنحو ١,٢ مليار مستخدم ليبلغ ٢,٣٧٥ مستخدم ^٧.

مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية

و يمكن ايجازها في النقاط التالية:

- **التعارف و الصداقة:** و هو اهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، و هي بداية كل مستخدم في إقامة علاقة اجتماعية من خلال الشبكة.
- **انشاء شبكات الجهات و المؤسسات المختلفة:** من اهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب ٢,٠ هي إمكانية انشاء شبكات داخلها تجمع الافراد تحت مظلتها، فيمكن لاي جهة انشاء شبكة لها ويشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة ^٨.
- **انشاء مجموعات اهتمام:** و هي متاحة على الانترنت منذ وقت بعيد و كذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية الخدمة، الا ان تقديم الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماما، فنحن من خلال الشبكات الاجتماعية يمكن انشاء مجموعات اهتمام و دعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة.
- **انشاء صفحات خاصة بالافراد و الجهات:** و هي من الإمكانيات الجديدة التي اضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب ٢,٠ ، فيمكن انشاء صفحة خاصة للمشاهير والشخصيات المتميزة و كذلك الجهات و المؤسسات و يقوم محبي الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على اخباره و انشطته.
- **البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية:** نشا داخل الشبكات الاجتماعية تجمع كبير من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، و في هذا المجال يأتي الفيس بوك Facebook على راس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى اصبح بيئة(منصة) تطوير للبرمجيات هذه

البرمجيات منها ما هو ترفيهي ومنها ما هو بحثي.

- **الدعاية و الإعلان:** يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الاجر عبر الشبكة الاجتماعية ^٩.

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية

لقد منحت مواقع التواصل لاجتماعي فضاء كونيا لممارسة الرضا و التعبير بعيدا عن اليات المنع والقمع ومختلف اشكال الاقصاء و التضييق على الوعي المخالف لتوجهات الدولة العربية و هذا الاحتكار فرغ مفاهيم من قبيل، الديمقراطية و الحرية و الاختلاف و الحقوق والواجبات-هما هي قيم المواطنة-التي كانت ممارسة مشروطة بدرجة الولاء و القرب من السلطة و هيكلها. و هذا ما خلق على الدوام حالة من الرضا، فتحول الرضا الصامت الى رفض صارخ، ممنهج و لو افتراضيا، متحولا بذلك ^{١٠} من المعارضة الأيديولوجية الى المعارضة الميديولوجية التي اثمرت في حركة و عي جديد قاد الثورة واسقط الاستبداد الذي اسخف بقدرتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، هذه المواقع التي لا يمكن ان تستوعب الخطاب الموجه لخدمة القضايا الوطنية مالم يتم مباشرة بإصلاحات واقعية تنمي لدى الشباب الإحساس بمفهوم الوطنية الملتبس مع مفهوم الدولة بتجلياتها المرفوضة، فالاستجابة الان هي لخطاب الثورة المضادة للدولة، اما خطاب خدمة القضايا الوطنية من داخل الدولة القائمة، فينظر اليها غالبا كنوع من التملق للسلطة لأنها اختزلت الوطن في هيكلها ومنظومتها المتشعبة في ظل واقع عام تم تشكيله تم تشكيله و تكريسه و صياغته باليات قمع ناعمة حيننا وعنفية أحيانا آخرين ليبدو حقيقة ثابتة وقدرنا محتوما ^{١١}.

و مع التطور المتسارع في منظومة وسائل الاتصال الاعلام المباشرة وجدت غالبية من الشباب العربي عزاءها في مواقع التواصل الاجتماعي ، عبر شبكة الانترنت و قد كان ظهور الفيس بوك وتوتير نقلة نوعية، فتحت افاق أوسع امام شباب المنطقة، للتواصل مع أصدقاء في مختلف دول العالم والاحتكاك بهم والتعبير بكل حرية و في كثير من الأحيان بأسماء مستعارة عن أفكارهم و احلامهم وقدراتهم البناءة، املين ان تتحول هذه الحرية المتاحة في المجال الافتراضي الى واقع يعيشونه في الحياة اليومية، لان مواقع التواصل الاجتماعي لا تخلق ثورات، بل يخلقها الفقر و الغضب و الحكام المستبدون.

فجيل الفيس بوك و توتير اليوم، اسقط النظام في تونس و مصر و ليبيا، و الهب انتفاضة عارمة في ليبيا، و اجر الرئيس الجزائري و الرئيس

٦ محمد رقاب ، الشائعة و الراي العام الافتراضي في الجزائر، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم(الجزائر)، ٢٠٢١/٢٠٢٠، ص ٤٢ .

٧ محمد، رقاب نفس المرجع، ص ٤٣.

٨ ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط١، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، ٢٠١٣، ص ٣٧٩.

٩ ياس خضير البياتي، نفس المرجع، ص ٣٨١.

١٠ امينة نبيح ، الاتصال الرقمي و الاعلام الجديد (موقع فايسبوك نموذج) ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، الاردن ، ٢٠١٨، ص ١١٥.

١١ امينة نبيح ، نفس المرجع، ص ١١٦.

المغربي على اعلان إصلاحات أهمها رفع حالة الطوارئ، والهيب انتفاضة عارمة في سوريا.

و كانت البداية بتبادل صور جسد الشاب محمد البوعزيزي المحترق على موقع الفايستوك كان كفيلا بحشد تحرك جماعي انطلقت شرارته من مدينة سيدي بوزيد الصغيرة، لتعم تونس بأكملها و يصل ضفاف النيل، ويزيح رئيسين عمرا طويلا و كانت شعوبها تنتظر ان يغادر الكرسي على النعش، ولم تجد نفعا محاولة السلطات في البلدين بحجب مواقع التواصل الاجتماعي. اذ كان مستخدمو هذه الوسائط يجدون في كل مرة السبيل لولوجها، لبث معلومات عن اخر التطورات في البلدين اول بأول، كما تجند التونسيون بعد نجاحهم في إزاحة بن علي من الحكم، لتقديم خدمتهم لنظرائهم المصريين على مواقع الفايستوك واستغلت التنظيمات السياسية والمعارضة في البلدين الامر للترويج لمبادئها وحشد مؤيدين لها بهدف دفعهم للمشاركة السياسية في المجتمع، و النتيجة كانت حمل الحكومتين في تونس ومصر لأخذ مطالب الشيعيين على محمل الجد و تغيير خطابهما^{١٢}.

الحركات الشعبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي : تم توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الحركات الشعبية في مختلف انحاء العالم في الولايات المتحدة الامريكية، روسيا الصين، الكويت، العراق، المملكة العربية السعودية، كولومبيا، المكسيك، تايلاند ، كولومبيا المكسيك، للتواصل مع المواطنين المهتمين بأنشطة تلك الحركات و فعاليتها و في حراكها ضد الحكومة، فقد استخدمت الحركات السياسية منذ انتفاضة ١٩٨٩ في ساحة تيان امن مختلف جوانب الانترنت ، و الرسائل النصية و الدردشة، و الشبكة العالمية (www) والبريد الالكتروني للحشد و الدعم السياسي، في حين ركزت حركة زاباتيسستا على استخدام الانترنت لإقناع الناس في بلدان أخرى لممارسة الضغط على الحكومة المكسيكية وللحصول على الحشد العالمي، و مناصرة الفقراء في ولاية تشياباس في المكسيك.

و في إيران استخدمت حركة الخضر مواقع التواصل الاجتماعي كحركة جديدة ظهرت نتيجة الانتخابات الرئاسية لعام (٢٠٠٩) لتعزيز حشد المواطنين، و قيام شبكة اتصالات متنقلة، و تحدي السلطة القائمة، وتسهيل المظاهرات، و تحريك الناشطين السياسيين للخروج للشوارع احتجاجا على نتائج تلك الانتخابات، وفي مصر استطاعت العديد من القوى و الحركات استخدام الانترنت كساحة بديلة للعمل السياسي من خلال تشكيل المنتديات والجماعات السياسية الافتراضية، و التغلب على القيود المفروضة على حريات التنظيم السياسي وانتهاكات حقوق الإنسان و تبادل النقاشات و الحوارات حول تلك القضايا التي وفرتها الشبكة على نطاق واسع^{١٣}.

كذلك في تونس ادرك أهلها ان العالم الافتراضي لشبكة الانترنت هو من صنع الثورة (ثورة الياسمين) حيث ساهم الحشد الجماهيري عبر موقع فيس بوك بتجاوز خطاب أحزاب المعارضة و قفز بالحركات الشعبية الى مرحلة متقدمة من التخطيط انضجت ثورة الياسمين. ففي تونس يوجد أكثر من مليون مستخدم لموقع فيس بوك و في الحالة التونسية شهد موقع فيس بوك تحولا في وظيفته من موقع للتواصل الاجتماعي الى سلطة خامسة بعد انسداد الفضاءات الواقعية، كما لعب دورا مهما في فك الحصار عن الثورة التونسية عندما كانت في بداياتها. انه و على امتداد السنوات العشر الأخيرة لم تكن المعلومات متيسرة للتونسيين سوى عبر موقع نشرة تونس نيوز www.tunisnews.net و كذلك موقع نواة www.nawat.org ، ثم اتى بعدها موقع فيس بوك الذي استفاد من عملية الحجب الحكومي الذي شملته عام ٢٠٠٧م ثم القرار الرئاسي آنذاك بإعادة فتحه، و هو ما زاد من شعبيته تونسيا، و من المدونات النشيطة مدونة فاطمة ارييكا التي أوقفت بسبب التعليقات المنتقدة للحكومة، و احدث ايقافها صدى كبيرا في الأوساط الإعلامية و عبر موقع فيس بوك، و هو ما أدى الى تراجع السلطة و الافراج عنها، و مدونة كاريكاتورية (z.) الذي ساهم في انتقاد رموز السلطة برسوم كاريكاتورية شجعت الشباب على المساهمة في موجة الانتقادات، كذلك صفحة «الشعب يحرق في روجو يا سيدي الرئيس» و هي صفحة نشر اخبار الانتفاضات، و غيره من المدونات^{١٤}.

المظاهرات الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية: مثلت مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الثورات العربية الوقود المغذي لها خاصة في دول كثيفة السكان مثل مصر فساعدت على الحشد و التنظيم و الانتقال من المجال الافتراضي الى المجال الواقعي، فخرج الاف و ملايين المواطنين رافعين مطالب ثورية انتهت بانتهاء نظم سياسية و ابرز مثال على المظاهرات الافتراضية قيام عدد من الشباب القطري تحت مسمى «حركة احرار قطر» بالدعوة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لثورة شعبية، كما حاول بعض شبان الاخوة في الامارات خلال فترة الثورات العربية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للدعوة وقفة احتجاجية في الامارات تطالب بإجراء تعديلات على بنية النظام السياسي للدولة^{١٥}.

كما لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما قبل الثورة، حيث استطاع الشباب الذين يمثلون نواة هذه الثورات تحشيد الافراد و تجميعهم نحو الأفكار الثورية.

ففي مصر كانت صفحة «كلنا خالد سعيد» المسماة باسم الشاب خالد سعيد الذي قتل على ايد الشرطة المصرية و زعمت الشرطة انه قتل بسبب ابتلاعه لفاقة من المخدر (البانجو) ان تجمع آلاف الأشخاص حول فكرة التظاهر في ميدان التحرير يوم الخامس والعشرين من يناير

١٢ امينة نبين، الاتصال الرقمي و الاعلام الجديد (موقع فايستوك نموذجاً) مرجع سبق ذكره ، ص ١٧٧.

١٣ محمد الامين احمد عبد مروزك ، مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي ، ط ٠١ ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية و الاقتصادية ، المانيا ٢٠٢٠، ص ١٥٥.

١٤ علي عبد الفتاح، الاعلام الاجتماعي، ط ٠١، اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ٢٠١٤، د ب ن، ص ٢١.

١٥ ايهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي ، ط ٠١ ، العربي للنشر و التوزيع ، مصر ، ٢٠١٦، ص ٥٤.

اعقاب الانتخابات الرئاسية الجزائرية، التي شهدت جيلا بين مؤيدي و معارضي الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بل ان الامر انتقل لمستويات اقل من ذلك فشمّل الجدل حول القوانين الداخلية و القرارات السياسية و التصريحات الرسمية، التي عادة ما تلقى ردود فعل ساخرة او مهاجمة عليها.^{١٨}

التسويق السياسي الالكتروني

ينبغي الإشارة في مجال الترويج السياسي الى الوسائل او التقنيات الاتصالية المعتمدة في معظم الدول الى ان هذه الأخيرة لم تعد تقتصر على الطرق التقليدية التي لم تعد كافية ولا مقنعة لكثير من المواطنين في ظل الطفرة التكنولوجية التي شهدتها الدول العربية في مجال الاتصالات و ما نتج عنها من انفتاح اعلامي والكتروني. و بالرغم من حداثة استخدام المرشحين السياسيين و الأحزاب السياسية لشبكات التواصل فان هذا الاستخدام تعاطف دوره في الدول الأجنبية عامة و الدول العربية خاصة كوسيلة اتصال حديثة منذ النجاح الواضح الذي حققه الرئيس الأمريكي السابق باراك أوباما عام ٢٠٠٨ م في حملته الانتخابية.

في ظل التطور التكنولوجي و خاصة في مجال الانترنت، بدأت معظم الأحزاب السياسية تعتمد بشكل كلي على الانترنت (وسائل التواصل الاجتماعي) في ما يعرف بالدعاية السياسية، تجد حزب من الاحزاب يشن حملته الانتخابية من خلال صفحته على الفيس بوك او حسابه على تويتر، بل و تجد دعاية مضادة من حزب منافس لتشويه هذا الحزب، وبذلك يتضح لنا أهمية هذه الوسائل في عملية الدعاية و الدعاية المضادة، و مع الاحداث التي تمر بها مصر حاليا و التطور السريع و كذلك الظروف التي يمر بها الوطن العربي بأكمله، قد تجد مجموعة من الناس يشكلون «لجانا الكترونية» لدعم او تبني موقف ما، او حتى لدحض فكرة ما او عرقلتها ووفقا للمركز العربي للبحوث و الدراسات هناك من يعرف الدعاية الانتخابية بانها: «الأنشطة الاتصالية المباشرة و الغير المباشرة التي يمارسها المترشح او حزب بصدد حالة انتخابية معينة بهدف تحقيق الفوز في الانتخابات عن طريق الحصول على اكبر عدد ممكن من أصوات الهيئة الانتخابية»^{١٩}.

اشارت دراسة (WARREN) التي جاءت بعنوان «الانترنت و السياسة: الفيس بوك كأدوات للحملة» الى ان الانتخابات الرئاسية الامريكية لعام ٢٠٠٨ هي الانتخابات الأولى التي سمحت للمرشحين من الوصول الى الناخبين الشباب المتواجدين على شبكات التواصل الاجتماعي و الفيس بوك على الوجه الخصوص و اكد هؤلاء الشباب على انهم حصلوا على معلومات عن المرشحين من خلال موقع فيس بوك، وان تكوين صداقات بين المستخدمين و المرشحين على موقع الفيس بوك كان له الأثر الإيجابي في المعرفة والحصول على معلومات من جانب المستخدمين و بناء صورة

٢٠١١م، ففي يوم الخامس عشر من يناير اقترح مدير (ادمين) صفحة كلنا خالد سعيد بنزول الجماهير للشوارع يوم ٢٥ يناير الموافق لعيد الشرطة المصرية وكتب: (النهاردة يوم ١٥...يوم ٢٥ يوم عيد الشرطة يوم إجازة رسمية...لو نزلنا ١٠٠ الف واحد في القاهرة محدش هيقف قصادنا...يا ترى نقدرو؟ و جاءت التعليقات بالإيجاب و الموافقة من عدد كبير من الشباب تجاوز المائة الف شاب.^{١٦}

الحراك الجزائري ٢٢ فيفري ٢٠١٩: قد يتساءل البعض كيف خرج الاف الجزائريين في مسيرات في شوارع كل المدن الجزائرية، تقريبا في يوم واحد، و التوقيت ذاته؟ المعادلة بسيطة فقد حدث ذلك بفضل نداء مجهول عبر موقع الفيس بوك و الشعب استجاب له وبحثد كبير في كل انحاء البلد. نجد ان الاستخدام الواسع للفيس بوك من قبل الجزائريين قد وضع حدا لأسلوب الممارسة السياسية التقليدي، و هو أسلوب الانخراط الحزبي او الالتزام التنظيمي بقضية معينة. لقد جعل الفيس بوك لقضايا الشأن العام مجالا افتراضيا تناقش فيه بعيدا عن المجالات الخاصة الضيقة التي شكلتها الأحزاب السياسية فلم تنجح بها خطابا يحقق رغبة عمومية شعبية، وربما هو السبب الأساسي لعدم قدرة الأحزاب السياسية على تعبئة الجماهير، و عجزها عن لعب دور الوسيط بين الشعب و النخبة الحاكمة. حتى اصبح مجمل الظن ان الشعب برمته قد استقال نهائيا من السياسة و لم تعد تهمه قضايا الشأن العام، بالرغم من ان مجال الفيس بوك كانت تسوده نقاشات حادة و ردود صدى عالية اذ لم يكن متوقعا ترجمة هذا النقاش الافتراضي الى حراك واقعي يزيج هذه الانتماءات الأيديولوجية الضيقة من الواقع الفعلي، و يسيطر على الساحات العمومية.

و هنا يتجلى الاتصال السياسي لأول مرة في تاريخ الجزائر متحررا من الحمولات الأيديولوجية التي اثقلته اكثر مما فعلته، و هذا وفق ما تشير اليه مختلف الشعارات التي رفعت خصوصا في الأسابيع الأولى للحراك. ولكن هذا لم يتحقق في مجال عمومي واقعي من اللحظة الأولى بل تحقق بفضل ثورة العلاقات و نقاش المجال الذي اتاحهما الفيس بوك، و حراك الفيس بوك هو الذي مكن الشباب الجزائري من تحرير الساحات العامة من تلك الصراعات القائمة و سيطرتها.^{١٧}

الحروب الافتراضية: الحرب الافتراضية بين تيارات سياسية عادة ما يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دول المنطقة العربية للسجلات الفكرية بين التيارات السياسية والفكرية و قد حدث هذا مرارا في اعقاب الانتخابات البرلمانية او الرئاسية و الاستفتاءات التي شهدتها عدة دول عربية مثل مصر، فهناك دائما معارك افتراضية مشتتة بين الرئيس «مبارك» و معارضيهم، و معارك بين انصار الاخوان و معارضيهم، و معارك بين مؤيدي و معارضي النظام في سوريا، و هو الامر نفسه الذي حدث

١٦ رضا امين، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، ٢٠١٥، ص ١٢٦.

١٧ رزين محمد، الاتصال السياسي على الشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة العربي التبسي، الجزائر، ٢٠٢١/٢٠٢٢، ص ٢٠٠.

١٨ ايهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص ٥٥.

١٩ رائد عاشور عبد العزيز، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، ط ٠١، المكتبة العربي للمعارف، مصر، ٢٠١٠، ص ٤٩٠.

المرشحين لديهم خاصة بين المستخدمين الذين ينشطون سياسيا فيس بوك.^{٢٠}

حملة المرشحين الإيرانية عام ٢٠٠٩

رغم القيود الحكومية المتشددة بحق وسائل الاعلام الحكومية في ايران لا تزال وسائل الاعلام الالكترونية تلعب دور مهما في حملات المرشحين في انتخابات الرئاسة، فرغم تعرض «فيس بوك» وغيرها من الشبكات الاجتماعية الى عملية فلترة في ايران، فإنها لا تزال منصة مهمة للمرشحين لتعزيز حملاتهم الانتخابية، فقد اطلقت حملة كل مرشح صفحته الرسمية على فيس بوك في انشا مؤيدوهم صفحات خاصة بهم و كان دور هذه الوسائل قد ظهر بشدة خلال الاحتجاجات التي تلت الانتخابات الرئاسية الإيرانية المتنازع عليها عام ٢٠٠٩ والتي كانت حركة عفوية الى حد كبير جاءت نتيجة الغضب الشعبي، الا انها وصلت الى جمهور واسع في العالم بفضل الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعية، فما ان نزل الإيرانيون الى الشوارع تحولت مواقع تويتر و فيس بوك و يوتيوب الى ساحة لنشر رسائلهم الى العالم، و حشد مواطنيهم، و تهافت الصحافيون خارج ايران على التقاط تغريدات و مشاركات المتظاهرين على الفيس بوك و اشرطة الفيديو التي قاموا بنشرها على مواقع التواصل لتغطية انباء الاضطرابات في ايران، استخدم المتظاهرون ايضا تويتر و فيس بوك لنشر الاخبار التي لم تنشر على وسائل الاعلام الرسمية، و للتحايل على اخلاق خدمات الرسائل النصية من قبل الحكومة ونشر المعلومات حول كيفية التهرب من القيود الحكومية، على الوصول شبكة الانترنت، و برز #IRANLECTION كمصطلح بحث رئيس على تويتر، قبل ان يفيض برسائل الدعم من المهنيين في الخارج و استجابة لهذا الارتفاع الكبير، قررت الشركة المالكة لتويتر و مقرها سان فرانسيسكو وقتها، تأخير فترة الصيانة المقررة لمنح مستخدميها في ايران مزيدا من الوقت لاستغلال الخدمة، بسبب الدور الذي يلعبه تويتر حاليا كأداة اتصال مهمة في ايران نتيجة القيود التي تمارسها الحكومة الإيرانية على الصحافة و خصوصا وسائل الاعلام الأجنبية، سمحت الشبكات الاجتماعية على الانترنت و المصادر الأخرى مثل تويتر و فيس بوك و يوتيوب للناشطين والمتظاهرين في ايران اكتساب جمهور عالمي وتجاوز كل القيود الحكومية والمؤسسات الصحافية التقليدية طالما ظلت الخدمات نشطة وامكان الوصول اليها.^{٢١} في الجزائر: كانت بداية مشاركة شبكات التواصل الاجتماعي في ساحة التنافس السياسي في الجزائر الانتخابات التشريعية ماي ٢٠١٢ م و هي الانتخابات الأولى التي تلت ما يسمى بالثورات الربيع العربي، حيث انه و قبل اشهر قليلة من انطلاق الحملة الانتخابية لتشريعات ماي ٢٠١٢م كانت العديد من الأحزاب السياسية قد حجرت لها أماكن بأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استعمالا من قبل الجزائريين (فيس بوك) ، فإنشأت الى جانب المواقع الالكترونية الرسمية صفحات خاصة بها، حملت شعار الحزب، أهدافه، مبادئه، وجندت لأجل ذلك مختصين في علم التكنولوجيا الحديثة و فضلت بعض الأحزاب السياسية اطلاق

حملتها الانتخابية لمجريات ٢٣ نوفمبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل الانطلاق الرسمي لهذه الأخيرة.^{٢٢}

خاتمة

لقد افضت الدراسة الى أهمية و دور الشبكات الاجتماعية كوسيلة لتبادل الرسائل السياسية و كأرضية لتوليد النقاشات و الطروحات و الأفكار، فهذه الشبكات تعتبر أرضية لاحتضان النقاش السياسي الحر حيث كان سببا في اندلاع الثورات العربية و سببا في احداث العديد من التعديلات الوزارية و اتخاذ العديد من القرارات السياسية الهامة و هذا كله رأيناها اثناء عرضنا لنماذج مختلفة لعدة دول عربية منها تونس، مصر، الجزائر، ايران العراق...الخ. و من جهة أخرى مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من تفاعل المرشح مع الناخبين اثناء الحملات الانتخابية، فلم يعد متلقي المعلومات و الرسائل الانتخابية فقط حيث بفضل تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وصفحاتها المتعددة أصبحت هناك إمكانية التحوار بين الناخبين و المرشحين، اذ مكنت الشبكات الاجتماعية ربط المواطن بالمسؤولين السياسيين عن طريق ابداء آرائه و توجهاته و مختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

التوصيات و النتائج

اثراء الجهد العلمي الاكاديمي من خلال اجراء دراسات متتالية عن شبكات التواصل الاجتماعي، و ذلك لدورها الكبير و أهميتها البالغة في الحياة السياسية. ان موضوع تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية م يزال ميدانا خصبا للكثير من الأبحاث و الدراسات سواء النظرية أو التطبيقية منها، فهناك الكثير من الجوانب التي تحتاج الى جهد بحثي لان المحصول المعرفي حاليا لا يفي بالحاجة، خاصة ما يتعلق بالعلاقة بين التغييرات السياسية والحالة التي تشهدها معظم الدول العربية يوميا و الأنشطة الافتراضية التي يطلقوها المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. نوصي المرشحين السياسيين بالاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي كونها منصات فاعلة للتواصل مع الجمهور و الناخبين للتفاعل معهم و الوقوف على قضاياهم و مشكلاتهم والتعرف على ملاحظاتهم و آرائهم وردود فعلهم، و بناء السياسات و المشاريع وفقا لاحتياجات المواطنين و تطلعاتهم لتحقيق أهدافهم من جهة و نشر الوعي الساسي و تنميته في المجتمع من جهة أخرى.

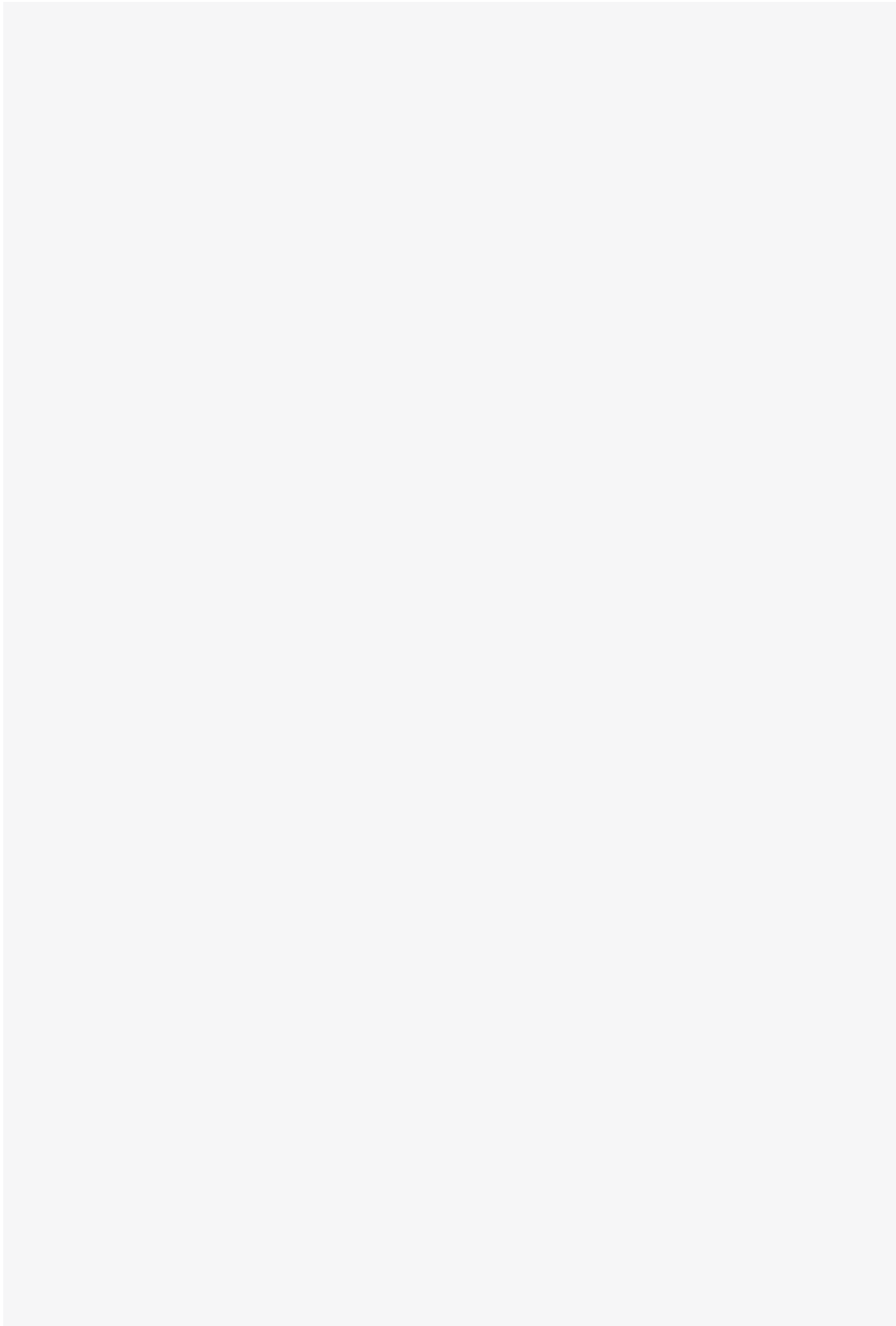
٢٠ طيفاني زكريا، شبكات التواصل الاجتماعي و الازمة السياسية في الجزائر، اطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام و التواصل، تخصص سياسي و اجتماعي، كلية علوم الاعلام و التواصل، قسم اتصال، جامعة الجزائر ٠٣، ٢٠١٩/٢٠٢٠، ص ٣٣٢.

٢١ رائد عاشور عبد العزيز، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، مرجع سبق ذكره، ص ٣٠.

٢٢ حنان مجاهد، التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و التواصل، جامعة العربي تبسي، الجزائر ٢٠١٨/٢٠١٩، ص ٩٨.

المراجع

١. الامين احمد عبد مرزوك محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي ، ط 01 ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية ، ألمانيا، 2020.
٢. بوزيدي ربيعة ، الاعلام و المواطنة البيئية ، دراسات في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ، ط 01 ، دار اطللس للنشر و التوزيع ، القاهرة، 2021.
٣. خضير البياتي ياس ، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط 01، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، 2013.
٤. خليفة ايهاب ، حروب مواقع التواصل الاجتماعي ، ط 01 ، العربي للنشر و التوزيع ، مصر ، 2016 امين رضا ، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2015 .
٥. عاشور عبد العزيز راندة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية ، ط 01 ، المكتبة العربي للمعارف ، مصر ، 2010.
٦. عبد الفتاح علي ، الاعلام الاجتماعي، ط 01، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، د ب ن.
٧. عودة الشمالية ماهر و آخرون، الاعلام الرقمي الجديد، ط 01، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014.
٨. محمد الدليمي عثمان ، مواقع التواصل الاجتماعي ، نظرة عن قرب ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2019.
٩. نبيج امينة ، الاتصال الرقمي و الاعلام الجديد (موقع فايسبوك نموذجا) ، دار غيداء للنشر و التوزيع الاردن ، 2018 .
١٠. رزين محمد، الاتصال السياسي على الشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة العربيالتبسي، الجزائر، 2020/2021.
١١. رقاب محمد، الشائعة و الراي العام الافتراضي في الجزائر، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم(الجزائر)، 2020/2021.
١٢. طفياني زكريا ، شبكات التواصل الاجتماعي و الازمة السياسية في الجزائر، اطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص سياسي و اجتماعي ، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، قسم اتصال ، جامعة الجزائر 03 ، 2019/2020.
١٣. عساني سعاد ، تطبيقات الاعلام الجديد عن الهواتف الذكية و انعكاساتها على الشباب الجزائري اطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اعلام واتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة باتنة ، 2021 / 2022.
١٤. كانون جمال ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم و ترقية آداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر ، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر 02 ، 2016/2017.
١٥. مجاهد حنان ، التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي تبسي، الجزائر، 2018/2019.



أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب

محمّد وازن

جامعة محمد ملين دباغين سطيف ٢ - الجزائر
mohandouazene70@gmail.com

ملخص

تعد الانترنت من أهم وأبرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني بنقل انشغالات لأفراد وأفكار بعضهم البعض هذا يتم عن طريق الشبكات الاجتماعية التي أصبحت سلاح ذو حدين. هذه الشبكات الاجتماعية مواقع (التواصل الاجتماعي) تعرف بانها منظومة شبكات الكترونية تربط بين المشتركين وذلك بإنشاء مواقع خاصة بهم هذه الأخيرة تربطهم مع افراد اخرين لهم نفس الاهتمامات، وهكذا أصبحت من اشهر مواقع الانترنت وأكثرها انتشارا على سطح الأرض لكي تمس كافة المجتمعات على اختلافها النامية والمتقدمة والسائرة في طريق النمو، والشبكات الاجتماعية نجحت بشكل كبير في استقطاب الجماهير لكونها مست كل الفئات العمرية خاصة الفئة الأكثر عرضة لها وهي فئة الشباب التي فرضت نفسها وكونت سلوكيات خاصة بها وجعلت الفئات الأخرى تتأثر بها، كما أن أهمية الشبكات الاجتماعية تزداد أهميتها مع تنوع استعمالاتها وكثرة مستخدميها خاصة فئة الشباب. فالشباب الذي يعتبر هو رأس المال لكافة الأمم وعدتها وعتادها حاضرا ومستقبل وهو ثروة الأمة التي تفوق ثروة مواردها كلها وهو امل الأمة وعماد قوتها لذا على الأمة الاهتمام بالشباب ومعرفة اتجاهاته وميولاته ومشكلاته في كافة المجتمعات خاصة العربية. إن سلوك الشباب إزاء مواقع التواصل الاجتماعي في تزايد مستمر وملحوظ في الآونة الأخيرة، هذا ما يبين أن العلاقة بين الشباب والشبكات الاجتماعية جد وطيدة لكون الشباب فئة مواكبة للعصرنة والتطور فهي فئة لا يستهان بها خاصة المجتمعات العربية. ففي بداية الأمر استخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للدراسة وتفرغ الشحنة العاطفية، ولكن يبدو ان موجة من النضج انتشرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من اجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

الكلمات المفتاحية

الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، الشباب، الأثر، السلوك

الإشكالية

إن العالم اليوم يعيش ثورة هائلة في ميدان الاتصالات والمعلوماتية وتقنيات التواصل بين الناس، تعددت أشكالها ووسائلها، وتنوعت أهدافها واتسعت أبعادها، وقوي تأثيرها حتى شمل مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وقد أضحت هذه الثورة العظيمة مصدرا بالغ الأهمية للاستثمار في العصر الحديث، ومضمار تنافس بين كبرى الشركات التجارية في العالم، وأصبح التحكم في آلياتها وتطوير تقنياتها عنوان تقدم وازدهار لجميع دول العالم، ووسيلة للهيمنة على الشعوب والحكومات، وسلاحا فتاكا بيد الدول الكبرى، وأداة لتغيير الأوضاع بيد الشعوب، ووسام فخر ومصدر ربح للأفراد، لهذه الاعتبارات كلها تعددت الرسائل والبحوث الأكاديمية العالمية على مستوى الدراسات العليا التي تبحث في ماهية وسائل الاتصال الحديثة، وتدرس أبعادها ومخاطرها آثارها النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية (ببوش ، ٢٠٢١، ص.٨).

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الصحافة التي نشأت وتبلورت في بيئة الإنترنت Media وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، حيث تلعب دورا بارزا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين، وكذلك تزويد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وذات مصداقية، يكون فيها المواطن الحلقة الأساسية في بناء وصياغة المضمون الإعلامي وتبادلته على نطاق واسع (أبو ديوان، ٢٠١٧، ص.٥٥٣).

ونستطيع ان نصف شبكات التواصل الاجتماعي بانها عبارة عن أسواق حوارية فتحت المجال امام نمط جديد من الحوار والنقاش والتفاعل وصلت في اغلب الأحيان الى حد الفوضى في التعبير، والى حدود الابتذال، تحت عنوان حرية التعبير، والسؤال هنا هل تتم هذه الحوارات بشكل عفوي ام هناك ما يتدخل في توجيهها وفي مضامينها؟ (منصوري، ٢٠١٦،

فقد استطاعت الثورة الرقمية التي شهدتها العالم في عصرنا الحالي أن تخلق "منظومة جديدة من وسائل الاتصال التي تسير في طريق تقويض وتحيد الوسائل التي أنتجها العصر الذي سبقه، واليوم أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية على مستوى العالم مثل

ص. ٤١). بالإضافة الى ذلك فهي أيضا أسواق ثقافية ومعرفية يتم من خلالها تناقل وتبادل المعلومات والمعارف في شتى مجالات الحياة (سعد نوشي وآخرون، ص. ٤٦٨).

يعرفها محمد عواد "بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل (الفرد الواحد) باسم (العقدة Wode) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص" (فتحي حسين، د.ت، ذكر من طرف قليعي، ٢٠١٩، ص. ٣٨٥).

ويعرفها "بالاس Balas" على أنها: "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة (Larrouss, ١٩٧٤, P. ٢٣٢).

وفي هذا الصدد يقول "شاين برومن" و"كريس ويليس" في موقع نحن الإعلام: "نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة. هي صحافة لم نعهدها من قبل وقد تنبأ الكثير من الخبراء في مجال المستقبلات أن خمسين بالمئة من الإنتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول العام ٢٠٢١ (...) (أبو ديوان، ٢٠١٧، ص. ٥٥٣).

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم منتوجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تزامنت مع توجهات عديدة تنادي للاستفادة منها في بناء شخصية الإنسان وصقلها، لما توفره من فضاء حر، يستطيع بموجبه المستخدم تحقيق التفاوض الاجتماعي، حيث التضافر والاندماج بين فكر ومشاعر المشاركين. وقد عرف "بويد وايلسون" شبكات التواصل الاجتماعي بأنها أدوات إنترنت خدمانية تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم، والتخاطب مع الأشخاص المشتركين معهم، ومتابعة ومشاهدة ما يبداه (boyd & Ellison, ٢٠٠٧) ويعرف "داباج وريو" الشبكات الاجتماعية بأنها أدوات شبكية أو تقنيات تؤكد على الجوانب الاجتماعية على شبكة الويب مثل الاتصال والتعاون والتشارك والتعبير الابتكاري (Dabbagh & Reo, ٢٠١١، ذكر من طرف مهدي، ٢٢٨).

الفئات الشبابية هم أكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي، وهم الأكثر إساءة لهذا الاستخدام، وبالتالي من الممكن بان يرتبط سوء الاستخدام ببعض من الآثار الاجتماعية والثقافية خاصة على ثقافة الفرد، فهناك أمور مغربة بالنسبة لهذه الفئة لقضاء ساعات طويلة امام الحاسب الآلي مستخدمة الشبكات الاجتماعية والذي من الممكن ان يؤثر على العلاقات الاجتماعية الحقيقية لكن الأمور يبدو أنه قد خرج عن السيطرة وأصبح الشباب في مجتمعا تشغلهم الآثار السلبية على تلك الشبكات (الفليت، ٢٠١٧، ص. ٣٦٧).

مرحلة الشباب لفتت النظر إلى مفهوم الشباب الذي يحظى باهتمام يكاد يكون عالميا، حيث أصبح موضوع عناية وتحليل في المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء على الرغم من اختلاف الإطار الذي تعالج

فيه قضاياهم، وتباين الأدوار وتنوع المشكلات، وهذا الاهتمام يرجع أساسا إلى ما يمثله الشباب من أهمية بالغة بالنسبة لمجتمعاتهم لأنهم "مصدر للتجديد والتغيير، فهم عادة يرفعون لواء جديد السلوك والعلم من خلال القيم الجديدة التي يتبنونها والتي عادة ما تدخل في مواجهة مع ما هو سائد من قيم تقليدية، ولهذا يعد الشباب مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي والسياسي في المجتمع ككل" (محمد، ص. ٢٢)، وما يسهم به الشباب في مسيرة التنمية والتحديث وما يتمتعون به من قدرة على الإبداع والابتكار، فهم دائما يتطلعون إلى الجديد، ومن ثم فهم مصدر من مصادر التغيير الاجتماعي والسياسي في المجتمع، ومن ناحية أخرى تزداد هذه الأهمية باعتبارهم يمثلون قوة العمل الأساسية في المجتمع، وأهمية هذا العنصر من عناصر الاقتصاد ودوره في التغيير (المغزازي، ٢٠٢٠، ص. ١٧).

إن سبب إقبال الشباب من الجنسين على مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لتقصير المؤسسات الرسمية في استيعاب حاجيات الشباب وتلبية طموحاتهم لأن هذه المواقع تكسر الحواجز وتتيح الحصول على المعلومات وتخزينها وعرض الصور وشرائط الفيديو بالإضافة الى غرف الدردشة والتحاور حتى الكهول تجرؤا على استعمالها والاستفادة منها (الفليت، ٢٠١٧، ص. ٣٧٩).

أشارت دراسة بحثية عام ٢٠١٨ حول الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية

مستندة إلى أداتين منهجيتين

الأولى: المقابلات مع عينة من ٧٢ فردا من مستخدمي ونشطاء الشبكات الاجتماعية موزعين على ١٨ دولة عربية، بواقع أربعة أفراد من كل دولة، بين فئتين عمريتين: ١٦-٢٥) والثانية (٢٦-٦٠).

الثانية: القراءة التحليلية لتقرير "وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي" والذي بني على عينة واسعة النطاق شملت ٧٠٠٠ فرد من مستخدمي الشبكات الاجتماعية موزعة بالتساوي بين ١٨ بلدا من العالم العربي.

وتشير الدراسة إلى أن هناك قطيعة بين الجيل الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية، فالتلفزيون الذي كان يحظى بأكثر أوقات الاستهلاك الإعلامي قبل ظهور الإنترنت والوسائط التكنولوجية الذكية، لم يعد يلقي ذلك الإقبال عند الشباب العربي، إذ لا يحظى هذا الوسيط الإعلامي سوى بمتوسط مشاهدة يتراوح بين ساعة وساعتين يوميا عند للفئة العمرية الأولى (ما بين ١٦-٢٥ سنة) علما بأن الجزء الأكبر من تلك المشاهدة تحتكره البرامج الرياضية المباشرة أو البرامج الترفيهية المباشرة أيضا.

في مقابل ذلك تشير الدراسة إلى ارتفاع مشاهدة التلفزيون إلى مستوى أعلى عند الفئة العمرية الثانية من (٢٦-٦٠) بمتوسط مشاهدة يفوق الثلاث ساعات يوميا، وتختلف الأولويات لهذه الفئة في استهلاكها للبرامج التلفزيونية عن أولويات الفئة العمرية الأولى، إذ تأتي البرامج



استخدام مواقع والتواصل والدوافع الطقوسية (الصالح وآخرون، ٢٠١٦، ص. ١٩).

وإدراكا لمدى قيمة الشباب في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية، يمكن طرح التساؤلات التالية:

- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي أكثر المواقع التي يستخدمها الشباب؟
- ما هي الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب؟

١. الخصائص النفس نمائية للشباب

١,١ هم من يحتل قاعدة الهرم السكاني في مجتمعنا العربي بنية وأعدادا ذلك أن من هم تحت سن الأربعين يصلون إلى نحو ٧٠ % من السكان.

١,٢ هم الشريحة التي تتميز عن غيرها من الشرائح الأخرى بامتلاكها لبُعدي الزمن، حاضره ومستقبله معا.

١,٣ تفرد هذه الشريحة بخصائص المغامرة، وربما الجرأة على التضحية وحتى التهور أكثر من الشرائح الأخرى في المجتمع (محادين، ٢٠١٦، ص. ٩٩).

٢. الشبكات الاجتماعية

هي منصات شائعة للتفاعل والتواصل والتعاون بين الأصدقاء (Wilson et al, ٢٠١٢, P. ١٧)، وهي من مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية، تستعمل من طرف الأفراد من أجل التعارف وإقامة العلاقات، وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، وتمكن الأعضاء من التفاعل مع بعضهم البعض، ويتجاوز التفاعل الرسائل النصية بكثير، فيشمل كذلك نشر الصور ومقاطع الفيديو التي قد تكون حول الأعضاء أو حول مواضيع تهمهم.

والموقع الأول الذي اكتسب شعبية هو: موقع سكسديجريس Sixdegrees (http://Sixdegrees.com)، وفي وقت لاحق، ظهر موقع مايسبايس (MySpace (https://myspace.com وموقع فيس بوك Facebook (https://www.facebook.com وموقع Google plus (http://plus.google.com (ببوش، ٢٠٢١، ص. ٥٦).

٣. بعض الارقام

أظهرت الدراسة التي أجرتها جمعية الجيل الرقمي، التي أجريت في عام ٢٠٢٠ على ١١٠٥٦ شابا تتراوح أعمارهم بين ١١ و١٨ عاما، أن ٥٩ % من الذين تقل أعمارهم عن ١٣ عاما لديهم حساب، على الأقل على الشبكة الاجتماعية، وهذا يعني أن ٥٩% من المراهقين لا يحترمون العمر المسموح، والأباء يسمحون لهم أو لا يشتبهون بهم.

هذه الدراسة نفسها تصنف أفضل ٣ شبكات يستخدمها هؤلاء الشباب - يأتي أولا Snapchat ٨٣% من ١١-١٤ عاما، و٩٢% من ١٥-١٨ عاما. هذا

الإخبارية والسياسية ضمن أولوياتها، تليها البرامج الرياضية والترفيهية.

وقد بررت عينة الدراسة في هذه الفئة العمرية أن من فاقوا الخمسة وللأربعين من عمرهم تمسكهم بالوسائط التقليدية بعبارات مثل:

"وسائط جامعة وليست مفرقة"
"وهم يسيطرون عليها وليس العكس"

بينما برروا نفورهم من استخدام الوسائط الاتصالية الحديثة بعبارات مثل :

"لا اريد أن أكون عبدا لتلك الوسائط كما هم شباب اليوم"
أو "وسائط انقطاع اجتماعي وليست وسائل تواصل اجتماعي"

وفي الجهة المقابلة أشارت الدراسة إلى مبررات أغلب عينة الدراسة من الفئة العمرية الأولى بين (١٦-٢٥ سنة) هجرتهم للوسائط التقليدية بعبارات مثل:

"إعلام العصر الحجري"
"إنها مجرد ساحة لإعلام رسمي كاذب ومخادع"

أما مبررات إقبالهم على وسائط التواصل الحديثة ومنصات التواصل فدارت حول تعابير مثل:

"أصبحت ضرورية وعملية في وقتنا الحالي"
"وأنها وسائط الإعلام الحر والحقيقي"

وبذلك فإن الدراسة تشير إلى القطيعة بين الجيل الرقمي الذي يؤمن بأدوات الاتصال والإعلام الجديد وبين الجيل القديم الذي يفضل الأدوات الإعلامية القديمة، تؤثر إلى طفرة كبيرة في البنية الإدراكية والمعرفية للبشرية وليس لشعوب العالم العربي (الجبور، ٢٠٢١، ص. ٤٨-٤٥).

وسعت دراسة (عبد الكريم باحاج، ٢٠١٣) إلى رصد طبيعة استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة دوافع استخدامهم لها، والاشباع المتحققة للشباب نتيجة استخدامهم لها، وطبقت الدراسة على عينة متاحة من الشباب العربي قوامها ٢٣٠ مفردة من ١٠ دول، وتوصلت إلى أن ما يقارب نصف العينة من الشباب العربي يستخدمون مواقع التواصل منذ أكثر من ثلاثة أعوام، وجاء الاستخدام في المنزل في المرتبة الأولى بين الأماكن التي يستخدم الشباب فيها مواقع التواصل، فيما جاءت أماكن العمل ومقاهي الإنترنت في المراتب الأخيرة، وتصدر الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الأكثر استخداما من قبل الشباب، يليه اليوتيوب ثم تويتر، كما ورد دافع معرفة الأخبار والقضايا العامة في المرتبة الأولى بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل، يليه دافع التسلية والترفيه، ثم دافع الحصول على معلومات متخصصة، ثم تكوين صداقات جديدة، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة استخدام مواقع التواصل والدوافع النفعية، فيما لم تثبت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين كثافة



النظام الأساسي ناجح للغاية لأنه يسمح بتكوين مجموعات المناقشة، في هذا التطبيق المنشورات سريعة الزوال: تختفي بعد قراءتها (رسالة) أو مشاهدتها (فيديو).

(GUYOT, 2021) أعمارهم بين ١٥ و ١٨ عاما لديهم حساب في هذا التطبيق، حيث يشاهدون مقاطع الفيديو المفضلة لديهم: تصبح مقاطع الفيديو الخاصة بالمؤثرين الذين يتألقون على الويب نماذج قوية لتحديد الهوية ونقل أفضلها ... ولكن غالبا ما تكون الأسوء.

وفي المرتبة الثالثة Instagram، يستخدمه ٦١٪ من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١١ و ١٤ عاما و ٨٦٪ من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ١٨ عاما. إنهم ينشرون الصور والقصص، الفتيات أكثر انجذابا لهذا التطبيق، ويستخدمونها أيضا للرسائل النصية.

يوجد أيضا Tik Tok، وهو تطبيق لمشاركة الفيديو، حيث يختار المستخدم أغنية ثم يصور نفسه عليها. بينما في البداية كان يركز بشكل أساسي على الرقص، فهو مفتوح الآن للفكاهة، ومناقشة الأفكار، والموضة ... التي يستخدمها الشباب، فنجاحها ينمو وتأثيرها مؤكد.

كل هذا يستغرق وقتا قد يكون مذهلا، خاصة، حيث لا يفترض أن يكون لديهم هاتفهم في الكلية أو الثانوية. وهكذا، يمتد البعض إلى وقت متأخر من المساء لأن ٦٢٪ من المراهقين لديهم جهاز رقمي معهم بشكل دائم في غرفتهم، و ٣٠٪ يستيقظون في الليل أو يظلون مستيقظين لمشاهدة الشاشات (GUYOT et al, 2021).

٤. أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب بين الإيجابيات والسلبيات

٤.١ إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

تولدت عن ظاهرة التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتطبيقات شبكة الانترنت ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي الذي أضافت بعدا ثقافيا واجتماعيا وسياسيا للتكنولوجية الحديثة وخلقت مجتمعات افتراضية غير تلك المتعارف عليها لدى علماء الاجتماع وهي نتاج التعقيد التقني الذي تشهدها المجتمعات الحالية بفعل التطور التكنولوجي السريع خاصة الانترنت التي أصبحت موضوع دراسات وأبحاث العديد من المفكرين (حمزة، ٢٠١٢، ص. ٢٢٥)، حيث تمثل الانترنت المرجع الرئيسي في استخدامات الأفراد وقضاء حاجاتهم البحثية العلمية وحتى الاقتصادية لدرجة تكاد الانترنت تحل محل المكتبة كونها تقدم الحل السريع في الاستكشاف والبحث وسرعة التواصل كما تساعد في التسويق أو اجراء الكثير من المعاملات الاقتصادية دون عوائق جغرافية لدرجة يمكن بها اجراء تعديلات اتجاهات الناس وميولاتهم في مختلف القضايا. ذلك أنها تلبى الكثير من حاجات الناس في ربح الوقت والجهد والتكلفة، يظهر ذلك مثلا في البريد الالكتروني اثناء تبادل الوثائق الرسمية، دون أن تغفل عن صدى وصيت المواقع التي توفر التواصل المباشر القائم على المناقشات والردشة تبادل الخبرات مثل (الفايس بوك، ميسنجر، التويتر، انستغرام... وغيرها) (لكحل، ٢٠١٧، ص. ٢١٩).

الدعوة مستمرة لاستثمار التكنولوجيا في المجال التربوي، فنجد المجموعات الدراسية على شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث يتبادل الطلبة المواد الأكاديمية والواجبات فيما بينهم وبين أساتذتهم، ويبقى الطلبة على تواصل مع الأساتذة من أجل التوجيه والإرشاد من غير حدود للزمن أو المكان، مما يعمل على تيسير العملية التربوية واثرائها بما يقدمه الطلبة من اثراءات للمساق الأكاديمي، وخاصة باستخدام تطبيقات شبكات التواصل على الهاتف النقال، الذي يمكن ان يدعم العملية التربوية ولكن تحت اشراف الأساتذة بالتعاون مع الأسرة وتوجيهاتهم ودعمهم (Almu & Buhari, 2014)، كما ان الكثير من الطلبة الخريجون يفضلون شبكات التواصل الاجتماعي، لتحميل المواد الدراسية بدل شرائها، والاستماع للمحاضرات، والاستفادة من العروض التقديمية والتقارير، وخاصة تلك المنشورة على موقع Youtube، وقد استفاد الكثير من طلبة الدراسات العليا في تحسين لغتهم الإنجليزية محادثة وكتابة من خلال الدردشات والتغريدات والتعليقات مع غيرهم ممن يجيدون اللغة الإنجليزية بشكل جيد (Jain et al, 2012)، ذكر من طرف، علي الخطيب، ٢٠١٧، ص. ٢٢).

علاوة على ذلك، يمكن استخدامها كأدوات تعليمية لأغراض تعليمية. يمكن أن يمر هذا من خلال استخدام وظائف الأدوات أو من خلال الاستفادة من بيئة أقل رسمية وأكثر مرحا حيث يشعر الطلاب براحة أكبر، إلى جانب التطورات الأخرى في الحوسبة، تسمح بسهولة للمتعلمين بممارسة حرية حقيقية في التعبير: يمكنهم بث رسائل يمكن أن يراها الجميع. سواء كنا نأسف لذلك أم لا، فإن الشبكات الاجتماعية هي جزء من الحياة اليومية لغالبية كبيرة من الشباب وجزء من آليات بناء هوياتهم وشخصياتهم. وبالتالي فهي تشكل شكلا من أشكال الفضاء العام حيث يلتقي الشباب ويتبادلون الرسائل والنصوص (Steer, 2017, PP. 9-10).

إن لشبكات التواصل الاجتماعي آثار إيجابية على الطلبة من خلال نشر مقاطع الفيديو الدعوية التي تبين الدين الإسلامي وتشريعه وتوضحه، بالإضافة إلى البطاقات الدعوية التي يتم نشرها وتداولها بين الكثير من الطلبة، وهناك مواقع إسلامية هدفها نشر الدين وبيانه بأسلوب علمي بعيدا عن النزعات التطرفية وبلغات عديدة، كما ان هناك انتشار لحسابات علماء مسلمين للرد على تساؤلات المستخدمين واستفساراتهم الفكرية الدينية والدينية من الناحية الشرعية، وتتضمن كذلك الاستماع للقرآن الكريم وشرح السنة النبوية، ويساهم موقع Youtube بنشر المحاضرات والمقاطع السمعية والبصرية من خطب ومحاضرات بشكل يستطيع المستخدم لشبكات التواصل الاستفادة منه في أي وقت مناسب له وبتقنية عالية، وساهمت حسابات بعض المتطوعين جزاهم الله خيرا في دعوة غير المسلمين للتعرف على الإسلام بأسلوب الموعظة الحسنة، وتوضيح مقاصده السامية، والرد على الشبهات التي تُلقي للإسلام عدوا بغير حق (قنيطه، ٢٠١١، ذكر من طرف علي الخطيب، ٢٠١٧، ص. ١٨-١٩).

إضافة الى ذلك فمزايا مواقع التواصل الاجتماعي عديدة نذكر ما يلي:

كثيرا من الجمهور يجهل ثقافة الاختلاف، أو أن البعض من الشباب يتبنى كثيرا من الأفكار أو القيم الخاطئة ويعتبرها منهجا له في الحياة (إبراهيم، ٢٠٢١، ص. ٨).

٤,٢,٢ مواقع التواصل الاجتماعي واللغة

اللغة هي الوجه الثقافي الأساسي الدال عن هوية الفرد والمجتمع ولغة الشباب هي مزيج لغوي يعكس الواقع اللغوي وللأسف - بالجزائر- تجد اللغة المنتشرة داخل المجتمع تعبر عن انعزال الأفراد عن بعضهم وهذه إحدى المشكلات الكبرى التي يواجهها المجتمع ككل، ولعل أبرز مثال على هذا الانعزال ما سمي "لغة الشباب" التي اقتحمت حياتهم بشكل مفاجئ دون أن نعرف مصدرها، أو الذي كان سببا في ظهورها، وما يندى له الجبين هو زحفها تجاه لغتنا العربية الفصيحة واعتراف شبابنا بها دون قواعد واضحة. حيث تعود نشأة هذه اللغة التواصلية الجديدة إلى بداية انتشار الهواتف والأجهزة الرقمية المحمولة والشابكة منتصف التسعينات من القرن الماضي. مع العلم أن جل الخيارات اللغوية في الهواتف المحمولة والحواسيب التقليدية شبه مقتصرة على الحروف اللاتينية، وكانت الحروف العربية غائبة بشكل شبه كلي. مع انتشار تكنولوجيا التواصل الرقمي وجد شبابنا نفسه أمام تحد لغوي كبير تمثل في التواصل مع الآخرين بلغة مفهومة دون الاعتماد على الحروف العربية (روقاب، ٢٠١٩، ص. ٩٦).

ولعل من أهم مميزات هذا التواصل اللغوي الهجين استخدام الأرقام لتعويض الحروف العربية غير المنطوقة في اللغات الأجنبية، فصل نوع من التوافق العام بين نشاط مواقع التواصل الاجتماعي والمدمين على هذه الأجهزة أن يتحول العدد ٢ على سبيل المثال رمزا لغويا لحرف الهمة والرقم ٣ لحرف العين، و٤ لحرف الغين، و٥ لحرف الخاء... إلخ (روقاب، ٢٠١٩، ص. ٩٦).

وفي نفس السياق ألقى الباحث بورنان (٢٠١٩)، نظرة على لغة الشباب وهم يتبادلون الآراء والأفكار فيما بينهم اقتبس من موقع طلبة قسم اللغة العربية بجامعة البويرة وأدرج تحته التعليقات التي أدلى بها الطلبة دوغما تغيير، ليخرج بعد ذلك بجملة من المآخذ على لغة الطلبة. المنشور:

"زعما الأساتذة فتشو الودنين تاع الطلبة كيما وصاوهم الخباشين. التعليقات:

- - لو كان جينا نحشمو على رواحنا ما نلحقوش هنا
- - الله غالب...إرضاء الناس غاية لا تدرك...كل واحد نفسي نفسي والكيلاج ماشي مليوم للأسف
- - شي أساتذة يجيب المحاضرة من عمو قوقل، ويحوسو على الطالب ميغشش...
- - الله غالب الهدرة تقيس غير الطالب نساو الأساتذة
- - واحدة فتشت أيدينا برك
- - تسما شكت فيك ول؟
- - نن هي عندها طبيعة تفتش هاديك لبروف

• سهولة التواصل والتعارف بين الأفراد من مجتمعات مختلفة رغم بعد المسافة.

• التعبير عن الذات، حيث أن وسائط التواصل الاجتماعي تعكس رأي صاحبها وتعبر عن رغباته واهتماماته وأفكاره وطموحاته.

• سرعة تداول المعلومات والأحداث في نفس الوقت عبر جميع أنحاء العالم، حيث تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بنقل وبث فوري وسريع لكل ما يحدث في كل أنحاء العالم، كون المعلومة والصورة أصبحت بين أيدي المواطن الذي ينقلها عبر جهاز هاتفه الموصول بالنت بسهولة متناهية ليتغلب في أحيان كثيرة على وسائل الاعلام التقليدية (الصحف، الإذاعة والتلفزيون).

• فتح مجال الحرية أكثر في بث أو إرسال أي محتوى مكتوب أو مسموع أو مرئي دون قيود قانونية أو مجتمعية أو أخلاقية.

• كسر احتكار الدولة والحكومات لوسائل الاعلام، حيث أصبحت وسائط الاعلام الالكترونية في متناول أفراد المجتمع وظهرت "صحافة المواطن" أو "صحافة التطوع" التي تتيح للجميع نقل الأخبار والوقائع وبثها بصفة فورية عبر مواقع التواصل ووسائل الاعلام الالكترونية.

• توفير التسلية والترفيه، نظرا لتنوع وثراء ما تبثه وسائل التواصل الاجتماعي من أفلام وفيديوهات (تفرقنت، ٢٠١٦).

٤,٢,٣ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

٤,٢,٣,١ الدراما في مواقع التواصل الاجتماعي

التطور الذي طرأ على المشهد الإعلامي في السنوات الأخيرة غيرت طبيعة استخدامات الشباب لوسائل الإعلام، وذلك للنمو الكبير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بعيدا عن الوسائل التقليدية، فالشباب الآن يشاهدون المواد التليفزيونية الدرامية بطريقة مختلفة وذلك عبر الإنترنت، مسجلة ومجمعة في حلقات تفاديا للإعلانات ومراعاة لأوقاتهم، فهم يتعرضون وقت ما يشعرون برغبة في ذلك عبر شاشات الكمبيوتر أو الموبايل، ولأنها أيضا تكفل لهم فرص التفاعل والتعليق والمشاركة بالرأي على المواد التي يشاهدونها (إبراهيم، ٢٠٢١، ص. ٨).

يمثل الإنتاج الدرامي قطاعا مهما من الإنتاج الإعلامي الذي يهتم به فئات المجتمع المختلفة لا سيما الشباب الذي تتعدد دوافعه لمشاهدة ومتابعة الدراما من حيث والتعلم واكتساب المعرفة والتفاعل مع الآخرين وفهم قضايا اجتماعية، والتعرف على أنماط اجتماعية جديدة إلى جانب عنصري الترفيه والتسلية بطبيعة الحال، ووسط هذا الزخم الهائل من الإنتاج ربما نجد خللا مجتمعيا من حيث التأثير، وزيادة الفجوة بين الأجيال، أو نرى انفصال الشباب عن مشكلاتهم الواقعية مما يعطل طرق العلاج والتنمية، أو نرى أعمالا تعرض نماذج ساخرة من الشخصيات الإنسانية، وتقدم أشكالا وقيما سلبية أو جديدة لأفراد الأسرة الواحدة، ونرى بالتالي أن كل طرف يذهب في اتجاه مخالف، الاتجاهات، أو عدم الاتفاق حول المضمون، أو المحتوى، وبالتالي قد يسبب هذا الاختلاف شروخا فكرية وثقافية بين أبناء الأسرة الواحدة، والمشكلة أن

العامة وتكوين راي عام للقضاء على الفساد وتطوير المعلومة ونقل التراث الإنساني الا انه ومثل أي شيء يحتوي على سلبيات قد تكون ذات تأثير مختلف حسب الفئات العمرية والدول الا انها بشكل عام تنحصر بما يلي:

١. الإهدار في الوقت، فمجرد دخول المستخدم للمواقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة الى أخرى ومن ملف الى آخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون ان يزيد أي منفعة له او لغيره.

٢. الإدمان وإضعاف مهارة التواصل، فقضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وتصفح المواقع يؤدي الى العزلة عن الواقع الأسري والمشاركة الفعلية في المجتمع والتي تسمى مهارات الاتصال الإنساني وحس الشعور بالمسؤولية تجاه الغير وتقوية البديهة.

٣. استخدام لغة من العربية والإنكليزية في المواقع الاجتماعية وانتشارها، مما يهدد اللغة العربية وخاصة للأجيال الناشئة التي لم تعاصر التغيير التقني.

٤. انعدام الخصوصية، لان الملف الشخصي للمستخدم على الشبكة يحتوي على معلوماته الشخصية إضافة الى ما يبثه من هموم ومشاكل التي قد تصل الى يد أشخاص يستخدمونها لغرض الإساءة والتشهير في ظل انعدام الرقابة والأمن من العواقب (ص.٣٧).

٤,٢,٤ إساءة فهم الخصوصيات وإيقاد خطاب الكراهية

إذا ما تم استخدام الفيس بصورة سلبية وبشكل غير ناضج أو متيقن من خطورة إساءة الاستعمال لهذه الأداة التكنولوجية المعاصرة يمكن أن يفضي إلى ما يأتي:

- أن تكون ميدانا خصبا لبث وتداول الإشاعات غير الصحيحة التي يمكن أن تخدش خصائص المجتمع بشرائحه المتنوعة دون تمحيص أو تفكير لخطورة مثل هذه الممارسات وخصوصا أن الفيس وخدماته المتضمنة تمنح المغرض فرصة في صياغة الرسالة السلبية عن أي مكون من مكونات المجتمع وتأثير هذه الممارسة على متانة النسيج الوطني من جهة؛ وإساءة لصورة هذه الشريحة أو تلك على أساس ديني أو مناطقي أو عرقي وحتى جنسوي "جنديري" في المجتمع.

- يمكن أن تكون هذه الوسيلة وعبير الصور ولغة التخاطب وتوفر إمكانية دمج أكثر من وسيلة (لفظية، بصرية أو معا) للتأثير على الهوية الجامعة للمجتمع القائمة على المحبة والتكافل نحو مزالق التهيب أو الاستهجان أو العنف نحو الشرائح الأخرى.

- توفر هذه الوسيلة النوعية فرصة للمتعبين أو واحدي الرأي لممارسة ترهيبهم أو إطلاق مواقفهم المسبقة بصورة تحتمل أن ينتقل خطاب الكراهية إلى حالات صدام اجتماعي أو ديني أو عرقي بصورة تجعل فرص هذا المجتمع أقل مما يتوقع في مسيرة حوار وتجسيد أمنه الاجتماعي والوطني.

- لقد استغلت هذه الوسيلة من قبل تجار الجنس في إطلاق ما

- - اااا اكي
- - مكان لخباشين لا والو
- هذا النوع يحوس على ليجام في الفيس بوك برك
- يزيدو عليها
- - حاجة باينة..تاع مداهش
- - كون جاو خباشين كون راهم يقرأو طب
- - المحقق كونان... ومتشرش عليا
- - هههههه
- - راني خاطيك... (ص.٧٢).

٤,٢,٣ مواقع التواصل الاجتماعي والحراك السياسي للشباب العربي

شهدت العديد من الدول العربية منذ مطلع العام ٢٠١١، ومازالت، مظاهرات واحتجاجات شعبية واسعة اندلعت من قبل الجماهير التي رفعت شعارات وأهدافا مختلفة في كل دولة وإذا ما نظرنا إلى الأهداف التي رفعتها الجماهير العربية فإننا نجد تزاوج بين المطالبة بالحقوق الأساسية من إطلاق الحريات العامة، وتحقيق العدالة الاجتماعية والتنمية المتوازنة، وتحسين الظروف المعيشية للمواطنين، مروراً بالمطالبة بالمشاركة في صناعة القرار، والقضاء على الفساد، وصولاً إلى ارتفاع سقف المطالبات بالدعوة إلى تغيير نهائي في بنية السلطة الحاكمة، وإسقاط الأنظمة المستبدة، كما حدث في بعض الدول العربية، وقد أخذت الثورات فيها أسمائها مما أطلقه جمهور الفيسبوك (أو جيش الفيسبوك كما يصفه البعض)، ففي تونس (ثورة الياسمين) ومصر (ثورة الشباب) وليبيا (ثورة ١٧ فبراير) واليمن (الثورة الشعبية) وسوريا (ثورة الكرامة) (راضي، ٢٠١٤، ص. ٢٥).

وفي تونس يوم السبت ٢٠١٠/١٢/١٨ مولود الثورة التونسية، التي أطلق عليها شباب الفيسبوك اسم " ثورة الياسمين"، وهو اليوم الذي خرجت فيه مظاهرات شعبية عفوية تضامنا مع الشاب التونسي محمد البوعزيزي الذي أضرم النار بجسده، في اليوم السابق لهذا التاريخ، احتجاجا مع بطالته ومصادرة العربة التي يبيع عليها من قبل شرطة محلية. وتوفي البوعزيزي في يوم الثلاثاء ٤ كانون الثاني (يناير) ٢٠١١ متأثراً بحرقه الشديدة مما أدى ذلك إلى اندلاع شرارة التظاهرات بزخم ملفت وخروج آلاف التونسيين الراضين لظاهرة البطالة وفقدان العدالة الاجتماعية واستئثار الفساد داخل النظام الحاكم (راضي، ٢٠١٤، ص. ٢٨).

إن ما يجري بكل بساطة هو أن مجموعة من الشباب الجامعي ممن يجيدون لغة الاتصال في مختلف وسائل الإعلام الجديد، أو قد شعلتهم محمد البوعزيزي، وفي تكتلهم تجاوزوا لغة الخطاب السياسي لأحزاب المعارضة، وقفزوا برغبات الجماهير إلى مرحلة الثورة، من خلال التعبير الشامل عن مشاغلمهم في مختلف وسائل الإعلام لطرح مطالب اجتماعية وسياسية واقتصادية، وشكلت هذه الحركة وضعا جديدا في المنطقة العربية تتشابه أحداثه مع أحداث عام ١٩٨٩م وما جرى في المعسكر الاشتراكي (عبد الفتاح، د.ت، ص. ٢٠).

يرى عبد الفتاح (د.ت)، على الرغم من الصورة الوردية التي يظهر بها الإعلام الاجتماعي والخدمات التي يقدمها للمجتمع في خدمة القضايا

يسمى بخدمات الجنس الإلكتروني التي تتنافى مع القيم الدينية والعادات والتقاليد في المجتمعات النامية مما جعل الشباب أكثر عرضة للإدمان على هذه المواقع السلبية.

• كما استغلت الجماعات الإرهابية أيضا هذه الوسيلة وللأسف في بث أفكارها الهدامة وتجنيد الشباب من الجنسين لاعتناق أفكارها وممارستها الدموية التي تتنافى مع حق الناس في حرية الاعتقاد الديني والفكري في ظل التعددية المفترضة التي الإلكتروني المتنوع والمفتوح أمام الخيرين والأشرار للأسف.

• يمكن أن توظف هذه الوسيلة لاغتيال الشخصيات العامة أو الدينية أو الفكرية من جهة مثلما يمكن أن توظف لإرهاب هؤلاء المفكرين عبر التهديد أو عبر التمجيد لطائفة معينة أو الدعوة إلى تدمير الأماكن الدينية المسلمة والمسيحية وهدم الآثار التاريخية بصورة تجعل لبعض الأطراف مبررا لحجب ومنع التداول بهذه الوسيلة خشية من إدمانها من قبل الأطفال والشباب في سن المراهقة.

• تتيح هذه الوسيلة لأصحاب الحسابات الوهمية فرصة ثمينة للأسف في إطلاق أمراضهم ومفاهيمهم الإكراهية المخالفة للمشتريات الاجتماعية في المعنى الإنساني لقيم المواطنة مما يجعل الإحساس لدى بعض الشرائح لأنها مستهدفة دون غيرها على أساس تاريخي وفقا لخلقيتها الدينية أو العرقية أو حتى المناطقية (محادين، ٢٠١٦، ص ١٠٧-١٠٩).

٤,٢,٥ صور السيلفي والذات المثالية في مواقع التواصل الاجتماعي

في سنة ٢٠١٥، حدثت زيادة مهمة في عدد الصبيان والشباب الذين يعانون من اضطرابات تتعلق بالأكل - التي تتضمن الشره المفرطة، أو العزوف على الطعام وغير ذلك - في إيرلندا والمملكة المتحدة، وصلت نسبة هؤلاء إلى ٣٠ بالمائة منذ سنة ٢٠٠٠، وهي مشكلة ترتبط مع الاهتمام بالحصول على "جسم رشيق" وأن يبدو المرء ممشوق القوام. ليس من المصادفة أن يتزامن هذا مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أو كثرة صور السيلفي التي تلتقط أمام مرآة عريضة. "في مركز الرشاقة لا يحصل التركيز على التمارين من أجل المتعة أو الرياضة، إنه في الواقع تركيز على إجراء التمارين أمام المرأة في حرص على أن يصبح الجسم أضخم"، يقول الدكتور تيرنس لاركن، الطبيب النفسي الاستشاري في مستشفى سانت جون في جنوب دبلن. "الرجال صاروا يبالغون في تقييم المظهر البدني ونظرة المرء إلى الذات أصبحت تعتمد أكثر على هذه الناحية".

لنأخذ حالة داني بومان، وهو مراهق من بريطانيا كان يطمح إلى الشهرة عن طريق الإنترنت كان في الخامسة عشرة من عمره عندما بدأ بإرسال صور السيلفي على الفيسبوك، على غرار ملايين المراهقين في أنحاء العالم. هذا يبدو شيئا عاديا، أليس كذلك؟ لكن داني كان على نحو متزايد يركز على مظهره، كيف يبدو وسيما في تلك الصور، ثم بدأ يحلم بأن يصبح عارض أزياء. بعد تأمل طويل في صورة السيلفي، أحس بالثقة أنه حقق ما يريد. لكن إحدى شركات عروض الأزياء خذلت، فأصيب بالإحباط. عندما بلغ السابعة عشرة، أصبح يروج لنفسه أكثر حتى صار "مدمنا

على السيلفي" وخسر كل اهتمام بالمدرسة، والأصدقاء، والرياضة. كان السعي إلى تحسين صور السيلفي كل ما يشغله، ذاته السيرانية هي الطموح الوحيد الذي يراود خياله.

المشكلة كانت تكمن في ذاته الحقيقية. وعندما بلغ التاسعة عشرة، أصبح بومان عاجزا حتى عن مغادرة المنزل وكان يقضي عشر ساعات في اليوم منشغلا بالتقاط الصور لنفسه بهاتفه، محاولا تحسين صورته. "كنت أبحث باستمرار عن صورة سيلفي مثالية"، هكذا أخبر بومان صحيفة ميرور البريطانية، "وحين أدركت أنني عجزت، تمنيت الموت". في نوبة من الإحباط، تناول جرعة زائدة من المخدرات - لكن لحسن الحظ أنقذته والدته في الوقت المناسب (ناصر، ٢٠١٧).

٤,٢,٦ المخدرات الرقمية

أصبح اليوم كل شيء تقنيا، حتى المخدرات، رغم تعدد أنواعها المعروفة إلا أن نوعا أكثر حداثة قد برز وانتشر والتي يطلق عليها المخدرات الرقمية، تعرف المخدرات الرقمية بأنها نوع خاص من الموسيقى ذات الترددات المميزة، والتي يعتقد إن لها تأثير على درجة نشاط الدماغ والتحكم في الحالة النفسية للمستمع (النوبي، ٢٠١٥). والأسماء الشائعة للمخدرات الرقمية هي: عيش الجو، حلق في السماء، المتعة في الموسيقى، الطيور المهاجرة، مغناطيس المرء، أنحف، حبة نشوة الهرولة، الحبة الرقمية.

إن المخدرات الرقمية هي أحدث وسائل الإدمان بين البشر، وتعتمد على جرعات موسيقية صاخبة توحى بنشوة التعاطي بين الشباب وتعطيهم إحساسا بالسعادة غير الدائمة، إذ تحدث تأثيرا على الحالة المزاجية للشخص تحاكي تأثير الحشيش والكوكايين والماريجوانا يتم الاستماع إليها عن طريق سماعة الأذن ويقوم الدماغ بدمج الإشارات مما ينتج عنه الإحساس بصوت ثالث يدعى binaural beat، وتؤدي هذه الموسيقى إلى خلق أوهام لدى الشخص المتلقي وتنقله إلى حالة اللاوعي وتهدهه بفقدان التوازن النفسي والجسدي (حسن، ص. ١). المخدرات الرقمية عبارة عن منتجات يروج لها عن طريق بعض المواقع المشبوهة على مواقع التواصل الاجتماعي والانترنت التي تتألف من ذبذبات يتم تنزيلها عن طريق (mp3) على هيئة نغمات تسمع بالأذنين بترددات مختلفة يشعر السامع لها بتأثير نفسي مشابه لتأثير المخدرات التقليدية المعروفة (رزيج وآخرون، ص. ١١-١٠).

ومما زاد من خطورتها إنها سهلة التعاطي ولا يحتاج الشخص المتعاطي إلا لسماعة عادية ومبلغ مالي بسيط لتحميل هذه المادة المسموعة من الشبكة العنكبوتية وإنها في متناول اليد في أي وقت، إن هذا النوع من المخدرات بدأ ينتشر في المجتمع كما تنتشر النار في الهشيم، وهذا يمثل الجانب السلبي للعولمة والتطور التقني، حيث يرى بعض الباحثين بأنها نوع من حروب الجيل الرابع مستغلين النمو المتزايد للتقنيات الحديثة بقصد تنويم مجتمعاتنا وتفتيتها لكي لا تعي بما يحدث ولا تدرك ما حولها من مؤامرات ومخططات (رزيج وآخرون، ص. ١١-١٠).

الخلاصة

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بما لديها من قدرة فائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان إحدى أدوات البعد الثقافي والمعرفي الهامة التي تتيح فرصاً ضخمة للمجتمعات للاطلاع على أحد المنجزات الثورة التكنولوجية في العالم والحصول على المعلومات من مصادر متعددة ومتنوعة، وهذا هو الوجه المشرق لها، إلا أن ذلك لا يعني وجود وجه آخر سلبي لها، حيث ينطوي التعامل مع شبكة الانترنت على مخاطر هائلة، من أهمها أن ذلك المجتمع المعلوماتي الجديد لا يلبي سوى رغبات ومصالح النخبة

المراجع

١. زينة سعد نوشي & بريق حسين جمعة الربيعي، (2019). استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى الشباب العراقي، دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين، في طه أحمد الزبيدي، الاعلام الجديد والقيم الاجتماعية. جمعية البصرة للبحوث والتطوير الإعلامي.
٢. فهمه كريم رزيق & مروان احمد سلمان، (2019). المخدرات الرقمية بين الثابت والمستحدث (رؤية سوسيولوجية معاصرة)، في طه أحمد الزبيدي، الاعلام الجديد والقيم الاجتماعية. جمعية البصرة للبحوث والتطوير الإعلامي.
٣. مي العبد الله، هيثم قطب، ماجد ترابان. (2017). وسائل الاتصال والتوعية الاجتماعية في الوطن العربي، ورشة العمل العلمية الثانية للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال . كلية الإعلام الجامعة اللبنانية /جامعة غزة- فلسطين/ عمان -الاردن 2017.
٤. علي عبد الفتاح. (د.ت). الإعلام الاجتماعي .
٥. محمد بن عبد الوهاب الفقيه كافي & حاتم علي حيدر الصالحي. (2016). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي، كرسي اليونسكو للاعلام المجتمعي.
٦. آمنة فرح المغزاز. (2020). الشباب بين التحديث والحداثة (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الليبي). دار الكتب الوطنية بنغازي - ليبيا. hassan_ibrahim@https://archive.org/details
٧. محمد فخري راضي. (2014). دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي . دار امجد للنشر والتوزيع، 2014.
٨. سهير صالح إبراهيم. (2021). الدراما الأجنبية وهوية الشباب العربي . أطلس للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى طبعة 2021.
٩. محمد العربي بن ياسين بوش. (2021). وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على أحكام العلاقة بين الجنسين في الفقه الإسلامي، شركة الأصالة للنشر/الجزائر.
١٠. ماري آيكن، (2017). التأثير السببراني كيف يغير الانترنت سلوك البشر (مصطفى ناصر، الطبعة الأولى: كانون الأول/ديسمبر 2017). الدار العربية للعلوم ناشرون.
١١. لكحل فيصل، (2017). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري المعاصر، مجلة العلوم الاجتماعية. <http://hdl.handle.net/123456789/970>
١٢. فاطمه صالح علي الخطيب. (2017). آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية. [قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في تخصص أصول التربية، جامعة اليرموك، إريد، الأردن].
١٣. حسين طه محادين، (2016). الشباب العربي التحديات وتأثير الثقافات الفرعية (الهوية، الاستبعاد الاجتماعي والعنف، النوع الاجتماعي، قيم التكنولوجيا كأديولوجيا) الشباب الأردني أمودجا، دار فضاءات للنشر والتوزيع، المركز الرئيسي، الطبعة الأولى: 2016 <http://www.darfadaat.com>
١٤. آمال الجبور، (2021). الشباب بين الحقيقة وأيديولوجيا الإعلام، وزارة الثقافة عمان 2021.
١٥. تفرقنت عبد الكريم. (2016). مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية. مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية 123-135، Volume 9, Numéro 2.
١٦. عمر بورنان، (2019). مآخذ على لغة الشباب المعاصر في شبكات التواصل الاجتماعي، جامعة بويرة، في المجلس الأعلى للغة العربية، لغة الشباب المعاصر، أعمال الندوة الوطنية 4 - 5 مارس 2019 (المكتبة الوطنية - الحامة) الجزء الأول.
١٧. داه إيمان فليبي، (2019). التجاذبات اللغوية الثقافية عند الشباب الجزائري (مواقع التواصل الاجتماعي أمودجا)، جامعة حسية بن بوعلي الشلف، في المجلس الأعلى للغة العربية، لغة الشباب المعاصر، أعمال الندوة الوطنية 4 - 5 مارس 2019 (المكتبة الوطنية - الحامة) الجزء الأول.
١٨. عبد الحليم معزوز، (2019). عناصر التكنولوجيا وأثرها على التواصل بين الشباب دراسة تداولية، جامعة عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، في المجلس الأعلى للغة العربية، لغة الشباب المعاصر، أعمال الندوة الوطنية 4 - 5 مارس 2019 (المكتبة الوطنية - الحامة) الجزء الأول.
١٩. GUYOT, B. C.-R. (2021). adolescents sur le fil Comprendre et protéger vos filles face aux dangers d'un monde qui bouge. 2 Éd.Hachette Livre (Marabout),
٢٠. Steer, S. (2017). JEUNES ET RÉSEAUX SOCIAUX DES ESPACES DE LIBERTÉ SOUS MULTIPLES SURVEILLANCES . Ligue des droits de l'Homme FONDÉE EN 1898.

دور الشباب في غرس العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

د. دندان أسماء

جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر - الجزائر
a.dendane@univ-mascara.dz

د. موساوي فاطيمة

جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر - الجزائر
fatima.moussaoui020@gmail.com

مقدمة

تحديد مفاهيم الدراسة

اشتملت هذه الدراسة على عدد من المفاهيم وهي على النحو التالي:

الدور الاجتماعي: يعرفه رالف لينتون بأنه: "جملة المهام والواجبات والحقوق وكذا السلوك المرتقب من الفرد أو المنظمة في موقع اجتماعي معين." (عبد الله بوصنيرة، ٢٠١٠/٢٠١١: ٢٤)

الشباب: يعرف هذا المفهوم حسب فرد ميلسون بأنه: مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواء في مستقبله المهني أو مستقبله العائلي." (مجلة المري، ٢٠١٦: ٥٤)

الثقافة: يعرفها تايلور بأنها: "ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات أو أي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع." (محمد السويدي، ١٩٩١: ٥٠)

العمل التطوعي: يعرف بأنه: "نشاط اجتماعي يقوم به الأفراد من خلال إحدى الجمعيات الخيرية دون انتظار عائد؛ وذلك بهدف إشباع حاجات المجتمع والمساهمة في تدعيم مسيرة التنمية." (محمدي خيرة وآخرون، ٢٠٢٠: ٣٣)

مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف حسب قاموس ODLI بأنها: "خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين." (سلطان مسفر وآخرون، ٢٠١١: ٠٩)

الفايسبوك: يعرف بأنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام ٢٠٠٤ ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles. وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص." (إيمان حنين شين، ٢٠١٥: ٢٣)

أهمية العمل التطوعي الإلكتروني

تتمثل أهميته فيما يلي:

"يكمل ويدعم العمل التطوعي الميداني من خلال تقديم المعلومة

يعتبر العمل التطوعي في الآونة الأخيرة سلوكا حضاريا ترتقي به المجتمعات وتتقدم؛ باعتباره ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل المجموعات البشرية؛ ولكنه يختلف في حجمه وشكله واتجاهاته ودوافعه من مجتمع إلى آخر؛ فلقد تطور العمل التطوعي من مجرد عمل خيري فردي إلى عمل مؤسسي شباني تشرف عليه مؤسسات خاصة تتمثل في الجمعيات الخيرية والتي هي بدورها لم تعد تقتصر على العمل التطوعي الكلاسيكي المتعارف عليه سابقا فقط؛ وإنما تتعداه إلى ما يسمى بالعمل التطوعي الافتراضي أو الإلكتروني الذي يتميز بقلّة تكاليفه وسرعة انتشاره بين فئات المجتمع.

وبما أن العمل التطوعي يتطلب قدرات ومهارات عالية لتحقيق أهدافه اتجه الشباب باعتباره أكثر فئات المجتمع حيوية ونشاطا وإصرارا على التغيير والتجديد والنهوض بالمجتمع إلى استحداث منصات اجتماعية تختص بالعمل التطوعي على موقع الفاييسبوك للتواصل مع فئات واسعة من أفراد المجتمع؛ باعتباره من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها تداولاً بين مختلف فئات المجتمع. وبذلك انتقل الشباب للتسويق لثقافة العمل التطوعي من الطرق الاتصالية التقليدية إلى الطرق الاتصالية الحديثة التي تساهم في الترويج لهذا العمل بطريقة مباشرة وسريعة وأقل جهد وتكلفة. وهذا ما جعلهم أكثر قدرة على مساعدة مجتمعهم لمواجهة مشاكله المختلفة عبر الكثير من النشاطات التطوعية والتوعوية والخيرية.

سؤال الإشكالية

تأتي محاولتنا في هذه المداخلة من أجل التعرف على التساؤل التالي:

١. كيف يساهم الشباب في غرس ثقافة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

٢. للإلمام بهذا الموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا ورقتنا البحثية إلى العناصر التالية:

- أهمية العمل التطوعي الإلكتروني.
- خصائص العمل التطوعي الإلكتروني.
- نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المجتمع الافتراضي وثقافة العمل التطوعي.
- الفاييسبوك وثقافة العمل التطوعي.
- عوامل تعزيز ثقافة العمل التطوعي من خلال الفاييسبوك.
- دور الجمعيات الخيرية في تنمية ثقافة العمل التطوعي.

المصورة وتبادلها مع النشطاء من كل الشرائح والفئات وبكميات كبيرة وفي كل مكان فهو يكمل النقائص التي قد تعيق التطوع في الميدان.

- يعتبر وسيلة سريعة ودقيقة في التواصل مع المؤسسات الأهلية المتنوعة التي تنشط في مجال ميادين العمل التطوعي المختلفة.
- يساعد في بروز مجالات جديدة في العمل التطوعي.
- يعد وسيلة للتواصل مع جميع شرائح المجتمع.
- يساعد على صقل المواهب ويستثمر في طاقات الشباب وتطويرها.
- يعزز التواصل بين المؤسسات الثقافية والبحثية حيث يلعب دورا كبيرا في تطوير البحث العلمي.
- يساهم في تنوع وتبادل الخبرات والآراء بين المتطوعين الإلكترونيين على مستوى عالمي.
- يحول الطاقات وقت الفراغ إلى طاقات نافعة.
- يدلل صعوبات وعقبات الزمان والمكان. " (بوزغاية باية، ٢٠٢٢: ٢٩٧)

خصائص العمل التطوعي الإلكتروني

تتمثل خصائصه فيما يلي:

- "التطوع الإلكتروني لا يتطلب أوقات إضافية لممارسة العمل التطوعي.
- لا يحتاج الفعل التطوعي إلى بذل جهد كبير بسبب إمكانية تأديته في أي مكان.
- يتناسب مع بعض الحالات الإنسانية التي تمنع من محبي التطوع من التطوع التقليدي كذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن والنساء...
- يعد مكملا وليس بديلا عن التطوع الميداني وعاملا مساعدا له في استكمال مهماته.
- يخفض تكاليف الإعداد لبرامج العمل التطوعي وأنشطته.
- العمل التطوعي عبر وسائل التطوع الإلكتروني لا يتحمل أكثر من طاقة تحمله وقدرته في مجال العطاء والتطوع." (بوزغاية باية، ٢٠٢٢: ٢٩٧)

نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي

من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي نجد ما يلي:

- **الفيسبوك:** يعد أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن ١٠ سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما على مستوى العالم. وهو موقع يساعد على تكوين العلاقات بين المستخدمين ويمكنهم من تبادل المعلومات

والأفكار...، أسس الموقع مارك زكر بيرج وأطلقه في الرابع من فبراير ٢٠٠٤ حين كان طالبا في جامعة هارفرد وكان الموقع في البداية مخصص للطلبة في هذه الجامعة فقط؛ لكن تم تطويره لاحقا ليمسح لطلبة الجامعات بشكل عام في الاشتراك في الموقع ومن ثم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية.

- **التويتر:** أسس الموقع في ولاية كاليفورنيا في ٢٠٠٦ على يد جاك درزي وبيز ستون وايفان وليم، تقوم فكرته على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تتكون من ١٤٠ حرفا كحد أقصى. ويعد التويتر الرابع في الاستخدام من بين مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ يتجاوز عدد مستخدميه في العام ٢٠٠ مليون مستخدم في نهاية آذار سنة ٢٠١١.
- **اليوتيوب:** بدأ الموقع في الظهور على شبكة الإنترنت في ١٥ فبراير ٢٠٠٥ بواسطة ثلاثة موظفين من شركة باي بال ويعد من أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين، تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مادية. " (بلال بوترة وأخرون، ٢٠١٧: ٢٧٤)

المجتمع الافتراضي وثقافة العمل التطوعي

"يشير مصطلح المجتمع الافتراضي إلى مساحات تفاعلية على شبكة الانترنت يتفاعل من خلالها جميع الأفراد سواء من خلال تصميم صفحات شخصية أو صفحات لمجموعات أو لمؤسسات أو لجمعيات ويتناقشون حول موضوعات وقضايا متنوعة بغض النظر عما إذا كانت تربطهم علاقات حقيقية أم افتراضية، فهي ترتبط بالاهتمامات المشتركة بين الأفراد؛ لأنها تسمح للأفراد بالبحث عن نفس الأشخاص الذين يشتركون في نفس الاهتمامات بحرية، وذلك من منطلق أن المجتمع الافتراضي يقوم على تجانس الاهتمامات. وبذلك نكون قد انتقلنا من المجتمعات الواقعية إلى المجتمعات الافتراضية... وبات التطوع من الأنشطة المهمة داخل المجتمع وخاصة مع وجود الأزمات التي تصيب البشرية وخير دليل على أهميته ظهور الجمعيات التطوعية لذا ظهر اتجاه حديث بين الباحثين لإمكانية الاستفادة من المجتمعات الافتراضية في خدمة الأنشطة التطوعية خاصة وأنها توفر مساحة حرة لجميع أفراد المجتمع لتبادل المعلومات ومناقشة الموضوعات والقضايا المختلفة، ولم يكن التطوع بعيدا عن تلك النقاشات الإلكترونية وتنوعت الاستجابات لتلك النقاشات. وقد كان لأنشطة التطوع نصيبا من تلك الاستخدامات؛ إذ بادرت مؤسساتها لإنشاء صفحات لها على تلك المواقع استطاعت كل منها أن تكون من خلالها مجتمعا إلكترونيا يتابع أخبارها ويتفاعل معها، وهو الأمر الذي لم يكن قاصرا على الهيئات ذات الطابع المؤسسي فحسب بل اتجه العديد من المستخدمين المهتمين عبر حساباتهم الشخصية ليتكون بالنهاية طيف واسع من المجتمعات الافتراضية التي يجمعها كلها السعي لتنمية المجتمع ومساعدة الآخرين. وبالنسبة لمفهوم التطوع فقد تعددت وجهات النظر حول هذا المفهوم وصيغت بأشكال متنوعة في الشكل ومتفقة في الجوهر، فيعني التطوع حسب عبد الحليم رضا بأنه المواطن الذي يعطي وقتا وجهدا بناء على اختياره الحر ومحض إرادته لإحدى منظمات الرعاية الاجتماعية وبدون أن

يحصل أو يتوقع أن يحصل على عائد مادي نظير جهده التطوعي..." (أحمد محمد أبو العلا الشريف، ٢٠٢١: ١٦، ١٧)

- التفاعل مع الجمهور.
- القيام بحملات إعلانية تسويقية توعوية حسب النشاط وفعالية الجمعية.
- الاهتمام بالتصميم المشوق والبسيط للرسائل التي تمررها الجمعية.
- متابعة كل ما يكتب ضد الجمعية والرد فورا مع إبراز الانجازات التي تحقق بصورة مستمرة.
- التحدث عن قصص نجحت الجمعية في حلها أو انجازات اجتماعية أو خدماتية تعزز بها.
- المصادقية والاستمرارية وعدم الانقطاع ولو برسائل متكررة." (عبد الله بوصنبورة، ٢٠١١/٢٠١٠: ٤٣)
- "ولقد بات العمل التطوعي والتفاعل المجتمعي يمثل سلوكا حضاريا رفيعا يدل على مدى رقي المجتمع ومدى تمتع أفرادها بقيم التكافل والتعاون ومقدرتهم على العطاء والبذل، وقد يحدث التباسا لدى الكثيرين حول مفهوم التطوع الذي يراه بعضهم مجرد انصراف العمل التطوعي نحو الفئات الخاصة والمعوقين والمكفوفين والمرضى، وإن كان هذا من مقاصده النبيلة إلا أن التطوع لا يقتصر على خدمة هذه الشرائح فحسب؛ إذ يشمل التطوع المجتمع وإنسانيته ثقافيا واقتصاديا وتربويا وبذلك فإن المفهوم الواسع للتطوع يأتي من فهم وإدراك احتياجات المجتمع. واعتمادا على تعريف التطوع نظر الباحثون إلى المتطوع على أنه الشخص الذي يضحى عن طوعية واختيار بالوقت والجهد والمال والمعلومات في سبيل أداء خدمة عامة يستفيد منها الآخرون دون انتظار مقابل، وفي حالة حصوله على مقابل بهدف تشجيعه على التطوع وتحفيزه على الاستمرار، فلا بد ألا يوازي هذا المقابل بالجهد المبذول، في حين تعرف ثقافة التطوع بأنها مجموعة من القيم والمعتقدات والاتجاهات والمعرفة التي تشكل وعي الإنسان وسلوكه إزاء الآخرين وإزاء المجتمع ككل؛ لكي يخصص الوقت والجهد دون توقع عائد مادي لتحقيق منفعة للمجتمع ككل أو لبعض الفئات المحتاجة المهمشة وذلك بشكل إرادي وبدون إجبار." (أحمد محمد أبو العلا الشريف، ٢٠٢١: ١٧، ١٨)

دور الجمعيات الخيرية في تنمية ثقافة العمل التطوعي

تتبع أهمية العمل التطوعي في التنمية الاجتماعية من كونه يمثل جهودا أهلية تقوم بدافع ذاتي ولا اعتبارات دينية واجتماعية وإنسانية بالمساهمة في التنمية الاجتماعية جنبا إلى جنب مع الخدمات الحكومية في مجالات الرعاية والتنمية في مشاركة بناءة تضي على الخدمة الاجتماعية رونقا خاصا وتكسبها بعدا تنمويا واجتماعيا له دلالاته وخصائصه، فمشاركة المواطنين للدولة وخدمتهم للآخرين وشعورهم مع من هم بحاجة إلى خدمات وبحاجة إلى تكيف اجتماعي سليم ومد يد العون لهم، يبتغون من ورائه الثواب من الله عز وجل فإنه يحقق لديهم حاجات اجتماعية ونفسية ويكسبهم عادات حميدة، كما أنه من جانب آخر يكسب المستفيدين من هذه الخدمات شعورا بالطمأنينة وأنهم إضافة إلى رعاية الدولة يحظون برعاية إخوانهم الذين يشعرون بشعورهم ويحرصون على تلبية احتياجاتهم وإشباعهم لئلا يشعرون بأي نقص قد يؤدي إلى إحباط أو غير ذلك من آثار سلبية.

والعمل التطوعي يعتبر رافدا من روافد التنمية الاجتماعية تدعمه وتشجعه وتنظمه الدولة حتى يحقق الأهداف المرجوة والتي يمكن انجازها بالآتي:

- تنمية الشعور بالواجب لدى المواطنين.
- مساعدة المتطوعين على تحقيق واجب ديني واجتماعي وإنساني.
- تحقيق التعاون بين الدولة والمواطنين لرعاية الفئات المحتاجة بالمجتمع.
- إكساب القائمين على الجمعيات الخيرية مهارات جديدة في إدارة وتنظيم العمل التطوعي من خلال الممارسة الفعلية والمروور بتجارب متنوعة واكتساب المهارة ورسم خطط العمل والإشراف على التنفيذ.
- المحافظة على تماسك المجتمع وترابطه ووقاية الأفراد من الانحرافات الناجمة عن الحاجة." (ليزا كيغورق سلوكيجيان، ٢٠١٦: ٤٨، ٤٩)
- ولذلك تم وضع خطط لمساعدة الجمعيات الخيرية للارتقاء ومتابعة عملها في المجالات التالية:

الفايسبوك وثقافة العمل التطوعي

يتم تنمية ثقافة العمل التطوعي عن طريق الفايسبوك من خلال ما يلي:

- "المشاركة بخبر أو صورة الفعاليات أو الخدمات التي تفرضها الجمعيات لجذب انتباه واهتمام الناس.
- وضع الأخبار والإشارة إلى أي نشاط متعلق بالجمعية.
- * الرد على جميع التعليقات التي تتحدث عن نشاط الجمعية.
- وضع الصورة مع الخبر." (أحمد كردي، ٢٠١١: ٤٤)
- "اختيار الوقت المناسب للنشر.
- استقبال الشكاوي والحالات المحتاجة الكترونيا ودراستها وتحليلها.
- الاستفادة من التقنية كنشاط يساهم في تطوير وتنمية المجتمع.
- جمع وتوصيل وتخزين واسترجاع وتحليل المعلومات الخاصة بالعمل الخيري." (عبد الله بوصنبورة، ٢٠١١/٢٠١٠: ٤٢)

عوامل تعزيز ثقافة العمل التطوعي من خلال الفايسبوك

يعتبر امتلاك منصة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك أحد أفضل الطرق لترويج نشاطات وخدمات وفعاليات الجمعيات التي تقدمها وترعاها خصوصا الجمعيات التي لا تمتلك ميزانيات إعلانية كبيرة وبغية تحقيق أعلى فائدة ممكنة ولتفعيل العمل التطوعي ينبغي

أولاً:

في مجال تنمية الموارد البشرية: لقد حرص القائمين على الجمعيات الخيرية بإعداد برامج تأهيلية تكون خاصة بالعمل الخيري بالإضافة إلى الدورات العامة في المجالات الاجتماعية والإدارية والمالية واستحداث أساليب جديدة لاستقطاب القدرات المتميزة للعمل الخيري وتهيئة الظروف المناسبة لاستمراريتهم، ويوجد في الجمعيات التخصصية متعاونون ومشاركون على درجة عالية من التأهيل الأكاديمي يقدمون خدماتهم ويكرسون جهودهم لخدمة المستفيدين من هذه الجمعيات، وإيجاد قاعدة معلومات في كل جمعية لتسجيل المعلومات عن المتطوعين والتركيز على مشاركتهم وإيجاد السبل التي تشجعهم على المشاركة.

ثانياً:

في مجال التنظيم المالي والإداري: إعادة النظر فيما هو قائم من لوائح وإجراءات داخلية تواكب التوسع القائم واستخدام التقنية الحديثة في أعمال الجمعيات مثل استخدام الحاسب الآلي في الاحتفاظ بجميع البيانات عن المستفيدين من حيث الاسم وموقع السكن ونوع الحالة والمساعدة المقدمة نقدية أو عينية وتاريخ استلامهم والتاريخ اللاحق لاستلام المساعدة التالية..." (ليزا كيفورق سلوكيجان، ٢٠١٦: ٤٩)

ثالثاً:

في مجال الأنشطة والبرامج: تقوم الجمعيات بتبني أنشطة وبرامج مختلفة تهدف إلى تأهيل المحتاجين وتدريبهم وسد حاجاتهم، ومن هذه الأنشطة (رعاية وكفالة الأيتام، رعاية العجزة، برامج تأهيل ورعاية المعاقين، التركيز على البرامج التدريبية واستحداث برامج جديدة يحتاجها سوق العمل مع إعطاء أولوية فيها للفئات المحتاجة.

رابعاً:

في مجال الموارد المالية: تقوم معظم الجمعيات في الوقت الحاضر بتنوع مصادرها المالية، فهي لا تعتمد على الإعانات المقدمة فقط بل تعتمد على إيجاد مورد ثابت لها للصرف على الأنشطة التي تمارسها ومن هذه الموارد:

أ/ الأوقاف: يقوم بعض المحسنين بوقف ما لديهم من عقار ليحول ريعه للجمعيات الخيرية.

ب/ الاستثمار: ويتمثل الاستثمار في إقامة المراكز الطبية والصيديات أو الأبنية السكنية أو المدارس والتي يتم دراسة جدواها الاقتصادية قبل الموافقة عليها لضمان نجاحها واستمراريتها وغيرها من مجالات الاستثمار المأمونة.

ت/ البرامج التدريبية: وتتمثل هذه البرامج في الحاسب الآلي ومشاكل الخياطة وتعليم الخياطة...

خامساً:

في مجال الخدمة الاجتماعية:

أ/ تحويل الحالات من متلقية إلى منتجة.

ب/ الاهتمام بالتوعية الاجتماعية بين فئات المجتمع من خلال برامج توجه للشباب في المدارس والعاملين في جهات عملهم بالإضافة إلى البرامج التي تقيمها الجمعيات في مقراتها.

ت/ التركيز على الجوانب الاجتماعية والطلاق وانحراف الأحداث وغيرها" (ليزا كيفورق سلوكيجان، ٢٠١٦: ٤٩، ٥٠)

خاتمة

إن ما يمكن تأكيده في ختام هذه المداخلة أن مواقع التواصل الاجتماعي على وجه العموم وللفايسبوك على وجه الخصوص دورا فعالا في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي في مختلف المجتمعات العربية أو الغربية بين أوساط الشباب باختلاف معطياتهم السوسيوإيمانية كالجنس والسن والمستوى التعليمي والثقافي وطبيعة العمل...؛ فلقد نجح الفايسبوك بشكل كبير في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي إلكترونيا أكثر من الواقع الاجتماعي؛ نظرا لأنه يعد من المنصات الاجتماعية الأكثر تفاعلية واستخداما والتي له القدرة على التأثير والافئاع وكذلك سرعة الاتصال والتواصل. فالفايسبوك يساهم بدرجة كبيرة في توضيح أهمية الكثير من الموضوعات والقضايا المجتمعية والتي نجد من بينها موضوع العمل التطوعي؛ حيث ساهم الفايسبوك من خلال مختلف منشوراته التي تعرض عبر مختلف الصفحات حول العمل التطوعي في نشر قيمة العمل التطوعي ودوره في خدمة المجتمع وتنميته. كما حفز الشباب على وجه الخصوص للانضمام إلى فرق العمل التطوعي والجمعيات الخيرية بمختلف تخصصاتها ومجالاتها والمشاركة في مختلف الحملات التوعوية والتضامنية والتبرعية سواء الكترونيا أو ميدانيا...، يضاف إلى ذلك ساهم في تعزيز روح التعاون والتضامن والتبرع والتكافل والعطاء والعمل وتقديم المساعدات المادية والمعنوية... بين أفراد المجتمع.

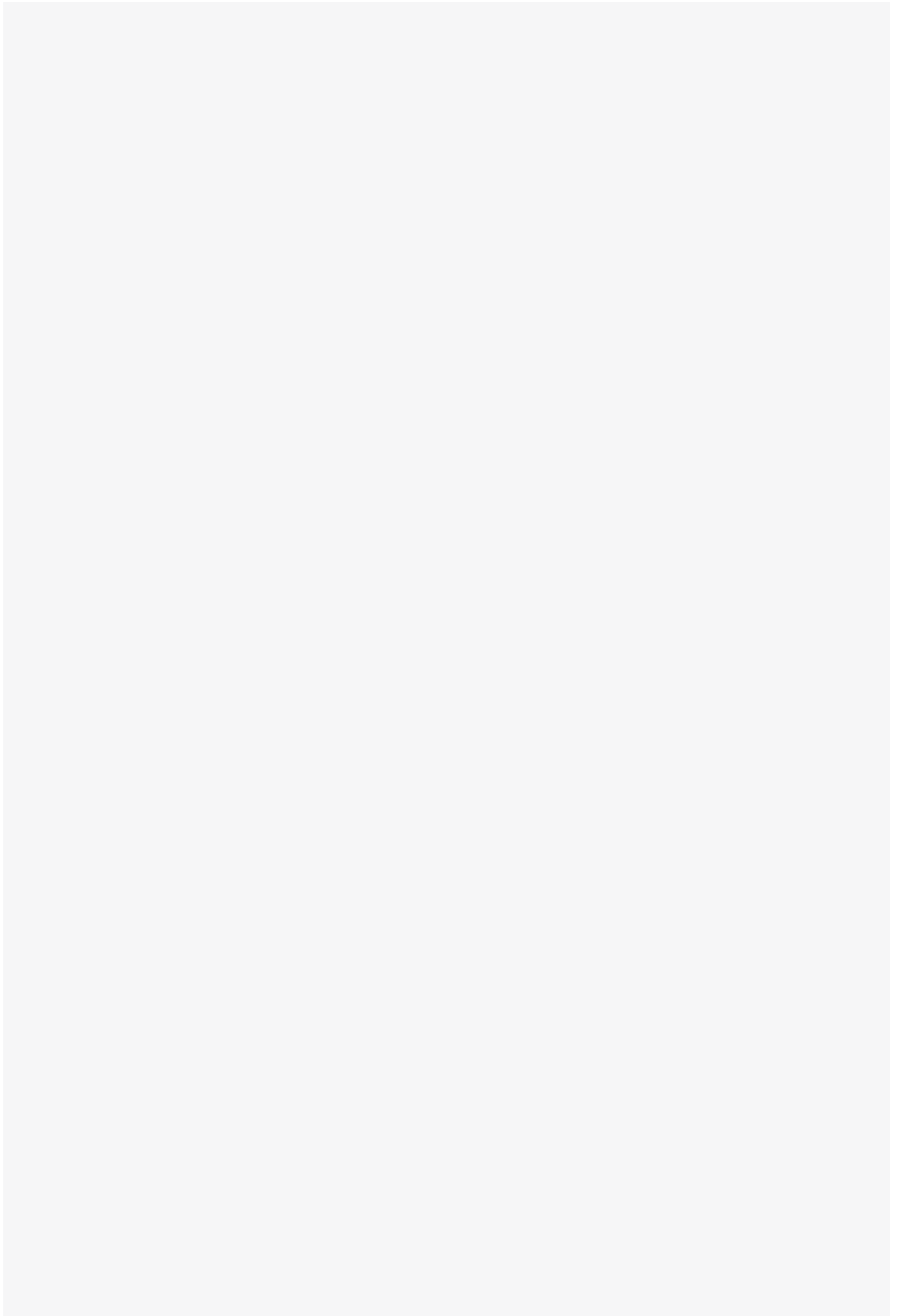
ومن خلال ذلك نستطيع القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد عاملا أساسيا مساعدا في نشر ثقافة العمل التطوعي بشكل سريع بين أفراد المجتمع بشتى الطرق، وأصبحت ممارسة ونشر مضامينه ورسائله من خلال هاته المواقع أكثر سهولة ومرونة من جهة. ومن جهة أخرى ساهمت في الربط بين العمل التطوعي الافتراضي والميداني؛ وذلك من خلال تنظيم حملات تطوعية الكترونية ثم تطبيقها على أرض الواقع.

ولترسيخ ثقافة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب خلصت دراستنا إلى جملة من التوصيات وهي كالآتي:

- العمل على مساعدة الشباب الذين يقومون بحملات تطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء من قبل الدولة أو أفراد المجتمع.
- العمل على الاهتمام بهذه المواقع التواصلية من قبل الدولة على وجه الخصوص وتسخيرها في تعزيز العمل التطوعي؛ وذلك من خلال إنشاء صفحات فايسبوكية رسمية تقوم بتقديم المساعدات والتبرعات للمحتاجين مع ضرورة التنسيق بينها وبين الصفحات الحرة.
- استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في غرس ثقافة العمل التطوعي على مدار السنة وليس فقط في المواسم والمناسبات كما نلاحظه حاليا في جل المجتمعات.
- سن قوانين وتشريعات صارمة من قبل الدولة لمحاربة الأفراد الذين يستغلون الأعمال التطوعية لمصالحهم الشخصية.

قائمة المراجع

١. محمد السويدي، (1991). مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط1، الجزائر.
٢. أحمد كردي، (2011). مهارات إدارة العمل الخيري، مؤسسة الهادي للطباعة والنشر، د.ط، مصر.
٣. سلطان مسفر وآخرون، (2011). الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الأولكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المملكة العربية السعودية: المدينة المنورة.
٤. مجلة المري، العدد 19 الصادرة بتاريخ 2016، منشورات المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب.
٥. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 77 الصادرة بتاريخ ديسمبر 2021، الجزء الأول، أحمد محمد أبو العلا الشريف، دور المجتمع الافتراضي في ترويج ثقافة التطوع لدى الشباب الجامعي بالصعيد: دراسة ميدانية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي.
٦. مجلة الإعلام والمجتمع، العدد الثاني أكتوبر 2017، بوترعة بلال وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني: جمعية ناس الخير بعنابة أمودجا.
٧. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الصادرة بتاريخ 2022، بوزغاية باية وآخرون، دور الفايسبوك في دعم العمل التطوعي لدى الجمعيات الخيرية في الجزائر على ضوء نظرية رأس المال الاجتماعي.
٨. عبد الله بوصنبورة، (2010/2011). الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، (أطروحة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه)، الجزائر.
٩. إيمان حنين شين، (2015). لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي: الفايسبوك أمودجا، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير)، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
١٠. ليزا كيفورقي سلوكجيان، (2016). دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع: دراسة ميدانية في مدينة حلب، (أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في السكان)، الجمهورية العربية السورية: جامعة حلب.



وسائل التواصل الاجتماعي وأخلاق المواطن الرقمي (الفايسبوك أنموذجاً)

عبدالفتاح دالي

جامعة ابن طفيل - الجزائر

dalysalim48@gmail.com

ملخص

أوجدت الثورة المعلوماتية التي يعيشها العالم اليوم، بيئة جديدة في التفاعل والتواصل موظفة لغة جديدة أصبحت القاسم المشترك بين الجنسيات المختلفة، والثقافات المتعددة، في إطار ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي الفاييسبوك نموذجاً، فأصبحنا أمام ما ندعوه بالمجتمع المعاصر صبغته الأساس رقمية Digital Society، والفرد الرقمي Digital Individual، والمواطنة الرقمية، وهذه الأخيرة بمثابة مواطنة افتراضية Virtual Citizenship في فضاء إلكتروني تكنولوجي واسع المدى، تتعدد وتتزاخم فيه الهويات، وتتداخل القيم، وتنبثق حقوق وواجبات جديدة تضع الهوية بمفهومها التقليدي في مأزق بين التكامل والتعارف تارة، وبين التنافر ومشكل الاعتراف تارة أخرى.

تحاول هذه الورقة إلقاء الضوء على التأثير الكبير الذي يمارسه الفاييسبوك على مستخدمه بعد تبين أدواره وأهدافه وكيفية الإفادة من إمكانياته اللامحدودة في رسم معالم المجتمع المعاصر، وما يترتب عنها من أبعاد للمواطنة الرقمية ومقوماتها وتأثيراتها المتعددة على الهوية، لاسيما في عالمنا العربي المعاصر.

الكلمات المفتاحية

التواصل-وسائل التواصل الاجتماعي - الفاييسبوك - المواطن الرقمي

مقدمة

ساحة للبحث والتفكير حول ما يجري ومحاولة تأطيره بالتربية والأخلاق والاعتراف بضرورة تبني خصائص وأبعاد المواطنة الرقمية العالمية الجديدة بالاستفادة من التكنولوجيا الى أبعد الحدود وفي نفس الوقت بالتشبث بالحس الأخلاقي والتوافق على معايير جديدة تضمن كل ذلك. تندرج محاولتنا البحثية حول موضوع وسائل التواصل الاجتماعي وأخلاق المواطنة الرقمية في إطار فهم هذه الثقافة الرقمية الجديدة، وفهم الباتها وتقنين استعمالها على الأقل أخلاقياً وتربوياً، بالبحث في الكيفية التي يتعامل بها المواطن الرقمي مع هذه الوسائل والتعرف على أغراضه داخلها بالدراسة والتحليل، وشرح الانعكاسات والتأثيرات واقتراح الحلول الممكنة والمناسبة وفق طرح علمي يحاول الإفادة ما أمكن من كل ما كتب حول الموضوع، ومناقشته، والإضافة إليه ما يلزم وما يفيد وعموما فقد استرشدنا في معالجة قضايا ومحاور البحث بالتصميم المنهجي التالي:

- الجانب المنهجي للبحث.
- الإطار النظري للبحث.
- التطبيق و الإجراءات الميدانية.

بغض النظر عن الجانب العلمي والتقني الذي يميز العصر الرقمي، كونه عصر كل شيء عددي بلغة خبراء التكنولوجيا فهو مع ذلك له مقومات ومميزات تفاعلية وتواصلية من نوع آخر وبطرق جديدة أخرى نشأ معها مجتمع جديد هو المجتمع الرقمي، الذي يعيش ويتفاعل أفراد -بوسائل التواصل الاجتماعي- مع بعضهم البعض في الواقع الافتراضي، وفي هذا المجتمع هناك اقتصاد جديد هو الاقتصاد الرقمي، وهناك سياسة جديدة هي السياسة الرقمية، وحروب من نوع آخر أشد وأقسى هي الحروب الرقمية، وهناك ثقافة أخرى، وعلاقات إنسانية وعاطفية متشابكة ومختلفة كل الاختلاف عما يجري في العالم الواقعي، فعلى صعيد الاقتصاد مثلاً ولد مفهوم التجارة الإلكترونية وهكذا...

تشكل وسائل التواصل الاجتماعي، البنية الاجتماعية الجديدة التي تشكلت ملامحها انطلاقاً من الانترنت، فبواسطتها يتم تذويب الخصوصيات الثقافية والحدود الجغرافية، وإلغاء الانتماءات والتراتبيات الاجتماعية... إنها نقلة في تداول الأخبار، وجديد صيحات الموديلات، وتبادل الأفكار، وإنشاء المجموعات تبعاً للشغف والتخصص والميول والحاجة والذواق والاهتمامات. فظهرت مجموعات للتواصل والتعارف، وأخرى للتعليم وتعلم اللغات، وأخرى لتبادل الأفكار والزواج، وثالثة للأسفار...، وقس على ذلك الكثير مما لا تستوعبه الكلمات ولا الكتب. لقد شكلت هذه النقطة التي عرفتها وسائل التواصل الاجتماعي فرصة

إشكالية البحث

يكاد يتفق الجميع على أن العالم المعاصر يشهد تطورات وتغييرات كثيرة لا حصر لها، خاصة مع التسارع غير المسبوق للتطور التكنولوجي وتزايد معداته وآلياته، الأمر الذي سهل الحياة المعيشية للأفراد وقرب المسافات، وهي السمات التي أصبحت تميز المجتمع المعاصر وأصبح الناس يتواصلون عن طريق الانترنت ويبنون بوسائل التواصل الاجتماعي علاقات شبكية من نوع خاص أساسه العالم الافتراضي وتقارب أو تباعد الاهتمامات والميولات.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد الوسائل الأكثر شهرة وتأثيراً في إطار الاعلام البديل والتي صنعت مميزات المجتمع المعاصر، ولعبت دوراً كبيراً في العديد من القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فبواسطتها تتم عمليات البيع والشراء، وعن طريقها يلتقي الشرقي بالغربي وتتعارف الثقافات وتتكاثر، وتعليقات مرئياتها يتم التعريف بالقضايا الساخنة التي يعرفها العالم، وبسببه حدثت الثورات والصراعات وقس على ذلك الكثير من خصائص المجتمع المعاصر. إلا أنه وفي الجهة المقابلة وداخل هذا المجتمع، يُفترض وجود مواطن رقمي في الألفية الثالثة، ملماً بأدوات العصر الرقمي، ومستفيداً منها، ومجيباً عن أسئلته الرقمية ومواكبة لتغييراته. وفي الوقت نفسه يحترم خصائص الثقافة الرقمية الجديدة، ويحترم خصوصيات مرئياتها متقبلاً لاختلافات روادها من سائر أقطار العالم، معبراً عن المواطن الرقمي الجديد والمواطن العالمي الذي يقطن العالم بأسره، ويقيم بين أسوار الرقمية والعالم الافتراضي بين الفضاء الأزرق تارة والأخضر تارة أخرى، وزد على ذلك من كل ألوان وسائل التواصل الاجتماعي. في ظل كل هذه الأفكار والمشاكل البحثية تتبع إشكالية بحثنا التي سنحاول مقاربتها اعتماداً على السؤال الإشكالي التالي:

إلى أي حد يتبنى المواطن الرقمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك على وجه التحديد، الأخلاق الرقمية الإيجابية في تواصله مع الآخر مهما كان حجم التقارب أو التباعد بينهما، ومهما تعددت واختلقت استعمالات هذه الوسائل؟

أهمية البحث

إن أهمية البحث في وسائل التواصل الاجتماعي وطرق التعامل معها تتمثل في محاولة لفت الانتباه إلى الظاهرة الرقمية عامة التي باتت تغزو حياتنا بدون استئذان، وبشكل لا يستطيع المرء التحكم فيه أو مراقبته في هذا المجتمع المعاصر، لذلك تأتي هذه الورقة لتحاول طرح الموضوع للنقاش العلمي الجاد في أول المقام، ثم الاعتراف بالغزو الرقمي وتقبله في حياة الناس كميزة جديدة لا تختلف عن الميزات التي بدت جديدة في أول الأمر في كل العصور.

تكمن أهمية البحث في محاولة تقنين التقنية والتعامل معها بجدية وأخلاقية ومميزات تضمن للمجتمع المعاصر خصوصيته وتبني صرحاً معرفياً لا يختلف كثيراً عن صرح أخلاق المواطن العادي، الواقعي المعهود إلا بصبغة تقنية. إنها تحاول رسم سيرة و خارطة لكل مستعمل لهذه

التقنية وبالتالي فهي دراسة تركز على الجانب الأخلاقي الذي من الضرورة توفره في تواصل الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة. تتيح الدراسة أيضاً تتبع بعض الآثار المترتبة عن سوء استعمال التكنولوجيا وسوء التصرفات التي تقع في منصات التواصل الاجتماعي وتشير بالأرقام إلى ضحايا التنمر الإلكتروني.

أهداف البحث

١. إثارة الانتباه إلى قضايا المجتمع المعاصر القائم على التواصل التكنولوجي، ومحاولة البحث العلمي الجاد في البدائل الممكنة والملائمة لخصوصية هذا العصر.
٢. توجيه بوصلة البحث العلمي إلى البحث في القضايا الجديدة المرتبطة بالعصر الرقمي ودراسة قضاياها بحجم لا يقل أهمية عن القضايا المتعارف عليها فكرياً واجتماعياً وسياسياً.
٣. فرصة للبحث في القواعد الجديدة للتعامل الرقمي والبحث في أخلاق المواطن الرقمي العالمية.
٤. توسيع النقاش حول موضوع المواطنة الرقمية وتبني قواعد رقمية إيجابية تحل مشاكل التنمر الإلكتروني ومختلف العادات السيئة في التواصل عن بعد.

أسئلة البحث

- هل يشكل الفيسبوك أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفضيلاً واستخدماً لدى عينة البحث؟
- ماهي أغراض استخدامه وتأثيراته على حياة الأفراد والمجتمع؟
- ماهي المعايير الأخلاقية الإيجابية الواجب احترامها وتوفيرها في التواصل عن طريق الفيسبوك؟

فرضيات البحث

- الفرضية الأولى: يشكل الفيسبوك أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفضيلاً واستخدماً لدى عينة البحث.
- الفرضية الثانية: تختلف استخدامات الفيسبوك باختلاف الميولات الشخصية وكذا الأغراض منه.
- الفرضية الثالثة: لا يعكس الفيسبوك دائماً الأخلاق الإيجابية للمواطن الرقمي كالتقدير والاحترام المتبادل.

أداة البحث

لمعرفة مدى مطابقة الأداة للمشكلة البحثية، وأخذاً بعين الاعتبار مجمل متغيرات البحث، تم اختيار أداة الاستبيان لكونه الأنسب في بحث متغيرات البحث والاحاطة بإشكاليته، وذلك لأن وسائل التواصل الاجتماعي في ظل التغيرات التكنولوجية المتطورة والمتسارعة أصبحت بديلاً تواصلياً يفرض نفسه بقوة، تتوخى من خلاله إجابات تبدو تطبيقاتها واضحة للعيان من خلال ملاحظة الإقبال المتزايد على إنشاء الحسابات الشخصية في الفيسبوك مثلاً، لدرجة تجاوزت في أحيان كثيرة

المستوى التعليمي الذي لم يعد شرطاً في الدخول إليه، بالإضافة إلى أداة الملاحظة والاستطلاع وجمع البيانات من المصادر الموثوقة والتجارب الواقعية كأمثلة حية تعطي نتائج موثوقة تفيد كثيراً في تقديم حلول ناجعة للآثار التي تخلفها وسائل التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.

العينة: تم اختيار عينة عشوائية تتكون من ٨٠ شخصا ذكورا وإناثا وعلى اختلاف مستوياتهم التعليمية و يستعملون التكنولوجيا، ويحسنون استخدامها ويتعاملون بها، وممن يستعملون على وجه الخصوص وسائل التواصل الاجتماعي، من مجتمع بحثي متنوع و من جنسية مغربية.

منهجية البحث وإجراءاته الميدانية

نعمد في صياغة هذا البحث، على المنهج الوصفي التحليلي. فبعد بحث استطلاعي حول الموضوع في تشعباته المتنوعة، وبعد سجال نفسي كبير، تم تحديد موضوع البحث في: «وسائل التواصل الاجتماعي وأخلاق المواطن الرقمي الفايبروك نموذجاً»، بالاعتماد على كل الأدوات الوصفية التحليلية المتاحة في جمع البيانات وتحليل الدراسات السابقة واعتماد الاستبيان وغيرها من أدوات المنهج الوصفي التحليلي.

الدراسات السابقة

تجدر الإشارة بداية إلى أن موضوع وسائل التواصل الاجتماعي وأخلاق المواطن الرقمي يعتبر من المواضيع الحديثة في البحث والدراسة، بغض النظر عن اقترانه بقضية ما، أو قطاع ما، وهو موضوع كتبت حوله العديد من الدراسات يصعب حصرها كلها والإحاطة بتفاصيلها في وقت وجيز.

ومن أهم الملاحظات التي وقفنا عليها ونحن نحاول تتبع الدراسات السابقة التي كتبت في موضوع «وسائل التواصل الاجتماعي وأخلاق المواطن الرقمي الفايبروك نموذجاً»، كآلية من بين مجموعة من الآليات الرقمية، اتضح أن غالبية هذه الدراسات السابقة عبارة عن أبحاث ركزت بشكل كبير، إما على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجالات التربوية والتعليمية، ودرستها باعتبارها أدوات تعليمية تعلمية وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها في مجال التعلم والتعليم، أو قاربتها من زوايا أخلاقية بين التأثير تارة والتأثير تارة أخرى. فمنها من ربطها بالاغتراب والعزلة الاجتماعية، ومنها من ربطها بتنامي ظاهرة العنف المدرسي وعنف المراهقين، ومنها من ربطها بالتنمر الإلكتروني والتحرش الجنسي... وكلها زوايا للبحث قريبة إلى حد ما من زاوية نظر الباحث في هذا البحث...

ونصد هنا مجموعة من الدراسات السابقة التي قاربت الموضوع بشكل عام ومن زوايا مختلفة على أساس تطعيمه وإضافة إليه زوايا أخرى والتعقيب عليه بما يعطي رؤية شاملة ومتكاملة للأبحاث المقبلة في ذات الموضوع ومن بين هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر نجد:

- «وسائل التواصل الاجتماعي وظاهرة الاغتراب الاجتماعي» والتي

ركزت على الإجابة عن السؤال الإشكالي المرتبط بعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بظاهرة العزلة والاغتراب وقد خلصت الدراسة إلى وجود هذه الظاهرة بشكل جلي بعدما طبقت على عينة من ٢٥ مبحوثاً ظهرت لديهم آثار العزلة وضعف اتخاذ القرار وانعدام الثقة بالنفس (أرفيدة ٢٠٢٢).

- «أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية» والتي همت ٣٠٠ شاب وشابة بين أعمار ١٧ و ٣٧ سنة وانتهت الدراسة إلى أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي يتسم بالثبات إلى حد ما، وأن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما أيضاً (٢٠١٦، د).

- «استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايبروك نموذجاً وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية» هم البحث عينة من تلاميذ متوسطية حريز التجاني بلدية ورماس ولاية الوادي وأكد البحث أن هناك علاقة بين هذا الاستخدام والتنشئة الاجتماعية (الاشهب ٢٠١٦/٢٠١٧)

- «التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأهماط العنف المدرسي»، ركزت الدراسة على علاقة التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأهماط العنف المدرسي انطلاقاً من مجتمع دراسة تكون من فئتين وهما: الفئة الأولى: طلاب الصف الثالث ثانوي في المدارس الحكومية في مدينة الرياض، أما عينة الدراسة لهذه الفئة فقد بلغت (٤٠٥) طالب. الفئة الثانية: المرشدين الطلابيين بمدارس المرحلة الثانوية الحكومية والعاملين في مكاتب الإشراف التربوي في مدينة الرياض، وتكونت عينة الدراسة لهذه الفئة من (٣٧) مرشد ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن طلاب الصف الثالث ثانوي والمرشدين الطلابيين في مدارس المرحلة الثانوية بمدينة الرياض موافقون بشدة على أهماط التنمر الإلكتروني الأكثر انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكانت أبرز أهماط التنمر الإلكتروني من وجهة نظرهم (وضع صورة أو مقطع فيديو للسخرية من الشخص الذي يظهر في الصورة أو الفيديو، نشر صور الأشخاص دون موافقتهم كما بينت النتائج أن طلاب الصف الثالث ثانوي والمرشدين الطلابيين في مدارس المرحلة الثانوية الحكومية بمدينة الرياض موافقون بشدة على أهماط العنف المدرسي الأكثر انتشاراً وكانت أبرز أهماط العنف المدرسي من وجهة نظرهم (السخرية، السب). (السبيعي ٢٠١٧).

اعتباراً لما سبق، يتضح أن الدراسات السابقة في مجال وسائل التواصل الاجتماعي عامة والفايبروك على وجه التحديد كثيرة ومتعددة، إلا أنها قاربت الموضوع من زاوية منفردة ركزت على متغير واحد دون ربطه بباقي المتغيرات سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مما يحول دون إعطاء الصورة الوافية عن موضوع البحث، والخروج بنتائج جزئية في الغالب، كما أنها ركزت على فئات معينة إما من حيث السن باختبار الفئة المراهقة مثلاً أو الجنس بالتعرض لظاهرة التحرش الإلكتروني ضد النساء، أو من حيث التخصص كصحافة والإعلام أو من حيث الوظائف والاعمال باستخدامه بالشركات وهكذا.. من هنا ووسط هذا الكم الهائل من الدراسات السابقة، أصبحت الفرصة مواتية ومناسبة

تعددت تعريفات وسائل التواصل الاجتماعي بتعدد وجهات النظر واختلاف التخصصات، تراوحت بين التخصص التقني الذي يرى فيها تطوراً مباشراً وحتمياً لما تعرفه التكنولوجيا عموماً من تغييرات كثيرة، ومن ثم فهي ضرورة تقنية ملحة حققت العديد من الامتيازات والنجاحات بغض النظر عن الكيفية التي تستخدم بها، وهناك من يوسع تعريفها ليشمل طرق الاستخدام، والتأثيرات التي تلحقها بالمستعمل، وأدبياتها وغيرها.

تُعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها «عبارة عن مواقع الـالكترونية تعتمد على التكنولوجيا ويتم ولوجها عبر شبكة الإنترنت العالمية وباستخدام أنواع متعددة من الأجهزة؛ كالمبيوترات، والأجهزة اللوحية، أو حتى الهواتف الذكية، وتتيح هذه الوسائل لمستخدميها إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين كالعائلة، والأصدقاء وذلك من خلال ما يتم مشاركته عبر هذه الوسائل كالصور والمدونات والفيديوهات، وغيرها من الأمور الأخرى التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي كالألعاب مثلاً، ولا يقتصر استخدام هذه الوسائل على الاستخدام الفردي والشخصي، حيث تقوم الشركات باستخدام هذه الوسائل بهدف التوصل إلى العملاء والتفاعل معهم، ووضع الإعلانات عبرها، أو حتى تقديم خدمات الدعم المختلفة، فهذه الوسائل قائمة على مبدأ تبادل الأفكار والمعلومات وبناء المجتمعات الافتراضية.»^١ وهي كثيرة ومتعددة يأتي على رأسها الفيسبوك موضوع الدراسة بالإضافة إلى الانستغرام والتويتري واليوتيوب....

وفي مقاربة أخرى تعرف «بأنها منظومة من الشبكات الـالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو أصدقاء من الجامعة أو الثانوية»^٢.

يُعتبر الفيسبوك أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشاراً على الإنترنت، وذلك من خلال ما يزيد عن ملياري مُستخدم فعّال بشكل شهري على هذا البرنامج، ويحتوي الفيسبوك على العديد من الميزات المتنوعة؛ كتطبيق المراسلة (Facebook Messenger) الذي يُعتبر ثاني أشهر تطبيقات المراسلة حول العالم،^٣ ويُتيح الفيسبوك لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور والأحداث أو حتى الفيديوهات مع المستخدمين الآخرين والتواصل مع الأصدقاء وغيرها من الأمور الأخرى.

يعرف الفيسبوك على أنه موقع الكتروني على شبكة الانترنت العالمية مخصص للتواصل الاجتماعي، أسسه «مارك زاكربيرغ» سنة ٢٠٠٤ أحد طلبة جامعة هارفرد وذلك بغرض التواصل بين طلبة الجامعة، ليستخدم فيما بعد بين باقي طلبة الجامعات الأخرى، عرف تطورات كثيرة حيث بدأ كموقع لإبراز الذات والصور الشخصية ثم انتقل إلى موقع للتواصل بكل أشكاله الفورية المباشرة وغير المباشرة، ترعاه رسمياً شركة فيسبوك

لسر أغوار البحث في شكله التكاملي الذي يأخذ بالإضافة إلى ما سبق عدة متغيرات في نفس الوقت حتى تكون النتائج أكثر شمولية وواقعية، فهي تحاول تناول الموضوع في شكله الأفقي الذي يكاد يغطي جميع الفئات العمرية دون استثناء ما دام التطور التكنولوجي فرض نفسه على الجميع، بدراسة عنصر التفضيل من بين عدة وسائل للتواصل الاجتماعي الأخرى، وطرق الاستخدام لقياس الاهتمامات والرغبات والادوار والعقلية والنضج الفكري لمتابعيه، وتركز على ابعاد الاخلاق الرقمية الإيجابية ومدى فاعليتها في تحسين العلاقات القائمة بين مرتاديه من زرع الثقة في المنشورات المتداولة فيه وبناء مجتمع رقمي يسوده المزيد من التفاعل الإيجابي والتواصل الخلاق.

التحديد الإجرائي لمفاهيم البحث

- **وسائل التواصل الاجتماعي:** المقصود بها في البحث كل الشبكات الـالكترونية المستعملة بغرض التواصل الاجتماعي وما يرتبط بها من نشر الصور ومقاطع الفيديو وتبادلها، والتواصل المكتوب... وهي كثيرة ومتعددة منها الفيسبوك الذي يشكل صلب الاهتمام وموضوع التركيز في البحث.
- **الفيسبوك:** أحد أشهر أنواع مواقع وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً من طرف مجموعة لا يستهان بها من الناس على اختلاف مستوياتهم التعليمية، والمقصود هنا الموقع المشهور تحت اسم facebook.com، حيث يوفر خدمات التواصل الافتراضي المباشر والفوري وغير المباشر، وتبادل المعلومات، والصور، والتعارف بين الأشخاص مهما اختلفت انتماءاتهم الجغرافية والثقافية.
- **أخلاق المواطن الرقمي:** يقصد بالمواطن الرقمي أو مواطن الألفية الثالثة: كل مواطن ينتمي زمنياً إلى القرن الحادي والعشرين ممن يستخدمون التكنولوجيا وتنطبق عليهم مواصفات المواطن الرقمي، والذي يتعامل بشكل موسع ومستفيض بالتقنية من خلال هاتفه الذي أو حاسوبه أو لوحته الرقمية. ونقصد بأخلاقه مجموعة من الصفات والخصائص الإيجابية كما حددت في الإطار النظري من الاستعمال الأمثل والمسؤول والأخلاقي للتكنولوجيا من احترام الخصوصية الشخصية وانعدام التنمر الـالكتروني وغيرها من السلوكيات السلبية لمستعمل هذه الوسيلة التواصلية.

الفصل الأول: وسائل التواصل الاجتماعي وبناء المواطنة الرقمية.

المبحث الأول:

وسائل التواصل الاجتماعي: سياقها، أهميتها واستخداماتها.

١. تعريف وسائل التواصل الاجتماعي وسياق تطورها.

أ- وسائل التواصل الاجتماعي: تعريفات.

١ MAYA DOLLARHIDE (٢٠١٩-٢٠٢٠)، «Social Media Definition»، www.investopedia.com, Retrieved ٢٠١٩-٤-٧.

٢ إيمان حنين شين، لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي، ٢٠١٥، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص ١٩

٣ مرجع سابق بتصرف

تحت إسم www.facebook.com التي أصبحت تقدر أرباحها منه بالمليارات سنة ٢٠٠٧،^٤

ب- وسائل التواصل الاجتماعي: السياق العام والأهمية.

انقسم الباحثون في تحديد تاريخ نشأة وسائل التواصل الاجتماعي إلى قسمين: قسم يرى أن البداية الحقيقية لظهور وسائل التواصل الاجتماعي كانت مع موقع classmates.com للتواصل الاجتماعي بين طلاب المدارس الأمريكية سنة ١٩٩٥، وهو موقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، والولايات إلى مناطق، والمناطق إلى مدارس تحت نفس الموقع على أساس الالتقاء بين الطلبة المنتمين إلى نفس المدارس. والقسم الثاني يرى في موقع sixdegree.com البداية الأنسب لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك في خريف عام ١٩٩٧، وهو موقع يركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية والعرقية أو الدينية، ويقوم أيضاً على إرسال الرسائل وإنشاء الملفات، إلا أن العلامة الفارقة في نشأة وسائل التواصل الاجتماعي تمثلت في تأسيس الفيسبوك سنة ٢٠٠٤ على يد «مارك زاكربيرغ»، وهو الوسيلة الأكثر استخداماً اليوم بين شريحة كبيرة من الناس مما استدعى البحث في أدواره واثاره من خلال هذه الدراسة.

لا يختلف اثنان في ظل الثورة التكنولوجية التي يعرفها العالم اليوم على الأهمية المتعددة الجوانب لوسائل التواصل الاجتماعي، أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض بشكل فوري ومباشر مع الأشخاص وفي أي مكان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات التي تُتيح ذلك كالفيسبوك أو تويتر وغيرها من التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى ميزة قدرة الوصول إلى أي مُستخدم حول العالم عبر هذه الوسائل، وتُعد سهولة الاتصال ميزة مضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهواتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكل ما يتطلبه الأمر للاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتم استخدام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه. ولعل من أهم مميزاتها ما يلي^٥:

- الترفيه والتسلية يُمكن التوجّه لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة جيدة للترفيه والمتعة، فالعديد من الناس يقومون باستخدام هذه الوسائل عندما يريدون الاسترخاء والتحرر من ضغوط العمل، ويُعتبر أمر مشاهدة التعليقات والمشاركات من المستخدمين الآخرين أمراً جيداً للشخص المُستخدم، ويعود ذلك نظراً للفترة الاجتماعية التي وُجد بها الإنسان.

- تكوين صداقات جديدة: أدى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي

إلى تغيير مفهوم الصداقة بشكل جذري، فقديمًا كان أمر الحصول على صديق شيئاً صعباً، أما في الوقت الحالي فقد يكون لدى المُستخدم الواحد مئات الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي المُختلفة كالفيسبوك مثلاً، وبالرغم من أن الشخص قد يكون لا يعرف هؤلاء الأصدقاء إلا عبر هذه الوسائل، إلا أن هذا الأمر لا يُقلل من هذه العلاقة.

- تطوير عملية التعليم يُمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي المُختلفة في تطوير عملية التعليم والتعلّم، وذلك من خلال عدد من الأمور، ومنها الآتي: الاستفادة من البرامج التعليمية التي يتم مشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. التواصل مع الأشخاص المُتخصصين بموضوعات مُعينة ومُتابعاتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. البحث عن موضوع مُعين ضمن هذه المواقع. إكساب المُتعلمين القدرة على بناء المصداقية الاجتماعية.

- تطوير الأعمال: توفر وسائل التواصل الاجتماعي العديد من المزايا للأشخاص أصحاب الأعمال التجارية، ومن هذه المزايا الآتي: زيادة نسبة المبيعات، وخفض تكاليف التسويق والدعاية زيادة نسبة عدد الزيارات إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمشروع أو الشركة. تطوير القدرة إلى وصول المُنتج إلى الأسواق الدولية. تطوير التواصل مع الزبائن أو الشركات الأخرى. القدرة على تحصيل تغذية راجعة من الزبائن.

٢. استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: أرقام وإحصائيات دالة.

تشير الإحصائيات المرتبطة باستخدامات الإنترنت خاصة فيما أصبح يصطلح عليه بالمواطنة الرقمية العالمية إلى تزايد متسارع في استخدامها على أشكال مختلفة، ومن أهم هذه الإحصائيات ما تم نشره حديثاً عن طريق وكالة «وي آر سوشال» We Are Social، (يناير ٢٠١٩) ومنصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي «هوتسويت» Hootsuite، المعنيتين بتقديم الإحصائيات الدورية للخدمات الرقمية^٦:

- ٣٦٠ مليون شخص على امتداد العالم بدأوا استخدام الإنترنت لأول مرة خلال سنة ٢٠١٨، بمعدل مليون مستخدم جديد يومياً. وقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت خلال السنة ذاتها حوالي ٤,٣٨٨ مليار مستخدم، بنسبة بلغت ٥٧٪ من سُكان الأرض.

- ثلثا عدد سُكان الأرض يمتلكون هواتف نقالة، وأكثر من نصف عدد الأجهزة المستخدمة هي أجهزة ذكية.

- بلغ عدد مستخدمي الهواتف النقالة خلال سنة ٢٠١٨ حوالي ٥,١١٢ مليار مستخدم، بنسبة بلغت ٦٧٪ من سُكان الأرض!

٤ فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجيااته الحديثة، ٢٠١٢ ط ١ دار الخلدونية للنشر، ١٧٩-١٨٠ بتصرف

٥ عبد السلام الأشهب، ٢٠١٧، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي «الفيسبوك» نموذجا « وأثره على التنشئة الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة حمه لخضر الوادي، ص ٣١

٦ مرجع سابق

٧ مرجع سابق

٨ حتوس عبد الله، (٢٠٢٢) هل تهدد المواطنة العالمية مواطنتنا المغربية؟ الحوار المتعدد- العدد: ٧١٤١ - ١ / ٢٠ - ١٥:٥٧ المحور: مواضيع وأبحاث سياسية.

الجمهير وكسب العطف والتأييد وإبداء الملاحظات والمقترحات، ويعتبر أيضاً مجالاً للدعوة الدينية ونشر الأفكار لمختلف الفئات والطوائف، وفرصة لتتبع المشايخ والدعاة وكبار المؤثرين في السياسة العالمية، وهو فوق ذلك مصدر للأخبار على اختلاف مصداقيتها أكانت صحيحة أم كاذبة وهذا من المبررات الوجيهة للبحث في موضوع الفيسبوك لتصحيح مسار المواطنة الرقمية وتوجيه بوصلته نحو ما يفيد وينفع.

المبحث الثاني:

من المواطنة الى المواطنة الرقمية.

١. المواطنة: التعريف والمقومات.

أ- التعريف

المواطنة مصطلح مأخوذ من كلمة الوطن وهو المنزل الذي تقيم فيه وهو موطن الإنسان ومحلّه، ومنها وطن يطن وطناً أقام به (طه عبد الحكيم ٢٠١٣)٩ ووطن البلد أو توطن البلد تعني اتخذه وطناً (ابن منظور ٤٥،١٩٩٤) والوطن هو مكان إقامة الإنسان ومحلّه ومنها ومقره ولد أم لم يولد به (الرازي د ت)١٠.

أما المواطنة فهي أكثر الأشكال العضوية اكتمالاً في جماعة سياسية ما (الدجاني ١٩٩٩) وهي مصطلح يشير إلى الانتماء إلى أمة أو وطن (الموسوعة العربية العالمية ١٩٩٦) وفي قاموس علم الاجتماع تم تعريفها على أنها: مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين فرد طبيعي ومجتمع سياسي (دولة) ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول الولاء ويتولى الطرف الثاني الحماية وتعد هذه العلاقة عن طريق القانون (غيث ١٩٩٥).

المواطنة بالفرنسية: (Citoyenneté) تعني الفرد الذي يتمتع بعضوية بلد ما، ويستحق بذلك ما ترتبه تلك العضوية من امتيازات وفي معناها السياسي، تُشير المواطنة إلى الحقوق التي تكفلها الدولة لمن يحمل جنسيتها، والالتزامات التي تفرضها عليه؛ أو قد تعني مشاركة الفرد في أمور وطنه، وما يشعره بالانتماء إليه. ومن المنظور الاقتصادي الاجتماعي، يُقصد بالمواطنة إشباع الحاجات الأساسية للأفراد، بحيث لا تشغلهم هموم الذات عن أمور الصالح العام، فضلاً عن التفاف الناس حول مصالح وغايات مشتركة، مما يؤسس للتعاون والتكامل والعمل الجماعي المشترك.

ب- تعددت شروط المواطنة ومقوماتها بتعدد الهويات والثقافات والخلفيات والحقوق والواجبات، إلا أنه رغم هذه الاختلافات تبقى مقومات المواطنة ثابتة في كل قطر من أقطار الأرض، ويمكن إجمال بعض هذه المقومات فيما يلي ١١:

• عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خلال سنة ٢٠١٨ يبلغ حوالي ٣,٤٨٤ مليار مستخدم، بنسبة بلغت ٤٥٪ من عدد سكان الأرض!

• كل ثانية يبدأ ٧ أشخاص على امتداد العالم في استخدام الهواتف النقالة، منهم ٦ يمتلكون هواتف نقالة ذكية، وكل ثانية يبدأ ١٥ شخص جديد على امتداد العالم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

• في العام الماضي (٢٠١٨) استخدم الناس هواتفهم النقالة فيما يلي: ٦٢٪ لمتابعة الحالة الصحية ٥٧٪ للخدمات المصرفية ٤٣٪ للحصول على المعلومات والخدمات الوظيفية ٣٠٪ للمحتوى التعليمي (ما يؤكد أن استخدامات الهواتف النقالة تتجاوز مجرد إجراء المكالمات الهاتفية وإرسال الرسائل النصية).

• عدد الرسائل النصية الهاتفية التي يتم تبادلها سنوياً يبلغ ٨ تريليون رسالة (ألف مليار = واحد وأمامه اثنا عشرة صفراً طبقاً للنظام الإنجليزي)، وذلك وفقاً لشركة بلومبرج Bloomberg العالمية للخدمات الإخبارية والإعلامية (مقرها الولايات المتحدة الأمريكية). وقد أرسلت أول رسالة نصية SMS في الثالث من ديسمبر سنة ١٩٩٢.

• ٨٨٪ من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٩ سنة يستخدمون على الأقل موقعاً للتواصل الاجتماعي (وفقاً لإحصائيات يناير ٢٠١٨)، مع العلم أنه يوجد حوالي ١٨ موقعاً للتواصل الاجتماعي، منها: فيسبوك Facebook، تويتر Twitter، إنستغرام Instagram، يوتيوب YouTube، تيندر Tinder، سكايب Skype، جروب مي GroupMe، هاوس بارتي Houseparty، ... إلخ.

• متوسط استخدام الإنترنت للمستخدم حالياً حوالي ٦,٥ ساعة يومياً، أي ما يقرب من ثلث فترة الاستيقاظ للإنسان العادي، ويتم ذلك من خلال الأجهزة اللوحية والهاتفية. هذا يعني أن المجتمع الرقمي قد أنفق في مجمله ما يزيد على ١,٢ مليار سنة.

تعددت استخدامات الفيسبوك بتعدد الرغبات والأغراض والمستويات التعليمية للأشخاص، والقدرة على التعامل معه وغيرها من مبررات الولوج إلى الفيسبوك، وهي استخدامات تخضع في جزء منها إلى الاعتبارات الشخصية الصرفة كالتواصل والتعارف واكتساب صداقات ومعارف جديدة، كما أنها عبارة عن استخدامات تعليمية تعليمية يتعدى فيها الطلاب حيز الفصل الدراسي إلى تطوير التعلم، والتفاعل مع المدرس والتوجيه والمتابعة واقتراح البدائل التدريبية والتكوينية، وتتجاوز استخدامات الفيسبوك في أحيان كثيرة الجانب الشخصي إلى الجوانب الإدارية والحكومية والسياسية فيصبح يعبر عن تصحيح المغالطات وتوجيه النقاش، والتحكم في سياسة الشركة أو المنظمة وفرصة للقاء

٩ مرجع سابق.

١٠ مرجع سابق.

١١ موقع ويكيبيديا:



المقوم الأول

يعد اكتمال نمو الدولة ذاتها بُعداً أساسياً من أبعاد نمو المواطنة، ويتحدد نمو الدولة بامتلاكها لثقافة تلك الدولة، التي تؤكد على المشاركة والمساواة أمام القانون. وعلى هذا النحو، فإن الدولة الاستبدادية لا تتيح الفرصة الكاملة لنمو المواطنة؛ لأنها تحرم قطاعاً كاملاً من البشر من حقهم في المشاركة، أو أن الدولة ذاتها قد تسقط فريسة حُكم القلة التي تسيطر على الموارد الرئيسية للمجتمع، ومن ثم تحرم بقية الأفراد من حقوقهم في المشاركة، أو الحصول على نصيبهم من الموارد. الأمر هذا يدفعهم، بداهة، إلى التخلي عن القيام بواجباتهم والتزاماتهم الأساسية، وهو ما يعني تقلص مواطنهم بسبب عدم حصول المواطن على جملة الحقوق والالتزامات الأساسية، التي ينبغي أن تتوافر له. وهذا يوضح أن ثمة رابطة عضوية بين اكتمال نمو الدولة واقتربها من النموذج المثالي للدولة الحديثة، والمجتمع القوي المتماسك، وبين اكتمال المواطنة في مستوياتها غير الناقصة.

المقوم الثاني

ارتباط المواطنة بالديمقراطية، وذلك بوصف أن الديمقراطية هي الحاضنة الأولى لمبدأ المواطنة. وفي هذا الإطار تعني الديمقراطية التأكيد على لا مركزية القرار، في مقابل اختزال مركزية الجماعة. كما تعني أن الشعب هو مصدر السلطات، إضافة إلى التأكيد على مبدأ المساواة السياسية والقانونية بين المواطنين، بصرف النظر عن الدين أو العُرف أو المذهب أو الجنس. وحتى تكون المواطنة فعالة، فمن الضروري أن يتوافر لها قدر من الوعي المستند إلى إمكانية الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة، بحيث تُصبح هذه المعرفة قاعدة القدرة على تحمل المسؤولية، كما تشكل أساس القدرة على المشاركة والمساءلة.

المقوم الثالث

تمتع المواطنين، بكافة الحقوق السياسية والقانونية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية. وهذا يعني قيام عقد اجتماعي يؤكد على أن المواطنة في الأمة، هي مصدر كل الحقوق والواجبات، وأيضاً مصدراً لرفض أي تحيز فيما يتعلق بالحقوق والواجبات وفق أي معيار، سواء الجنس أو الدين أو العرق أو الثروة أو اللغة أو الثقافة. في نطاق ذلك، فإنه من الضروري تأكيد التلازم بين الحقوق والواجبات القانونية والسياسية، والحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وذلك حتى تتحقق الديمقراطية الكاملة. وفي هذا الإطار يتطلب التأكيد على المواطنة التأكيد على المساواة والعدل الاجتماعي، فيما يتعلق بتوزيع الفرص الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وبطبيعة الحال السياسية.

المقوم الرابع

يُعد الفرد البالغ العاقل أحد المكونات الأساسية للمواطنة، وذلك بوصف أن هذا الفرد يخضع لعملية التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية، التي تقوم بها مؤسسات المجتمع المختلفة، بإشراف الدولة وسيطرتها. وتساعد عملية التنشئة — في حالة اكتمالها — الفرد على أن يستوعب أهداف الجماعة وتراثها، ويعبّر عن مصالحها، ويتعايش مع الجماعة، دون أن يذوب في إطارها.

المقوم الخامس

يُعد إشباع الحاجات الأساسية للبشر، في أبعادها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، أحد المقومات الرئيسية للمواطنة. وفي هذا الإطار تواجه المواطنة أزمة إذا تخلت الدولة عن القيام بالتزاماتها المتعلقة بتهيئة البيئة الملائمة لتحقيق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية للبشر. ومن الطبيعي أن يؤدي عدم إشباع الحاجات الأساسية للبشر إلى ظواهر عديدة، تُشير في مجملها إلى تآكل الإحساس بالمواطنة. وتبدأ هذه الظواهر بالانسحاب من القيام بالواجبات، مادامت الحقوق قد تآكلت مروراً بعدم الإسهام أو المشاركة الفعالة على كافة الأصعدة، وحتى الهروب من المجتمع، والبحث عن مواطنة جديدة، أو التمرد على الدولة والخروج عليها، والاحتماء بجماعات وسيطة، أو أقل من الدولة. وتؤدي كل هذه الظواهر إلى تآكل المواطنة، بسبب تآكل إشباع الحاجات الأساسية.

٢. المواطن الرقمي /جيل الشاشة: مفهومه، ومقوماته

أ- مفهوم المواطنة الرقمية.

تتعدد تعريف المواطنة الرقمية بتعدد التخصصات ووجهات نظر الباحثين والمفكرين في المجال ومن هذه التعاريف يقترح الباحث التعاريف التالية:

المواطنة الرقمية^{١٢}: هي مجموعة من القواعد والضوابط والمعايير والأعراف والأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا والتي يحتاجها المواطنون صغاراً وكباراً من أجل المساهمة في رقي الوطن فهي توجيه نحو منافع التقنيات الحديثة وحماية من أخطارها (حسان ٢٠١٤)^{١٣}.

وتعرف كذلك وفقاً للموسوعة العربية الاجتماعية بأنها «قواعد السلوك المعتمد في استخدامات التكنولوجيا المتعددة مثل استخدامها من أجل التبادل الإلكتروني للمعلومات والمشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع،

[https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9#:~:text=%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9%20\(%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%86%D8%B3%D9%8A%D8%A9%3A%20Citoyennet%20C3%A9\)%E2%80%8F,%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%87%D8%8C%20%D9%88%D9%85%D8%A7%20%D9%8A%D8%B4%D8%B9%D8%B1%D9%87%20%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%A1%20%D8%A5%D9%84%D9%8A%D9%87.22:51](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9#:~:text=%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9%20(%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%86%D8%B3%D9%8A%D8%A9%3A%20Citoyennet%20C3%A9)%E2%80%8F,%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%87%D8%8C%20%D9%88%D9%85%D8%A7%20%D9%8A%D8%B4%D8%B9%D8%B1%D9%87%20%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%A1%20%D8%A5%D9%84%D9%8A%D9%87.22:51) تمت زيارته يوم 9-06-2022 على الساعة 22:51.

١٢ نصر احمد نوال، رشاد ابراهيم سماح، (٢٠٢٠)، في تفعيل المواطنة الرقمية تفعيل التربية على المواطنة الرقمية بمدارس الحلقة ٢ من التعليم الأساسي على ضوء خبرات بعض الدول الأجنبية، مجلة البحث العلمي في التربية العدد ٣١ يناير.

١٣ نفس المرجع.



شراء وبيع البضائع عن طريق الانترنت، أي القدرة على المشاركة في المجتمع عبر شبكة الانترنت»^{١٤} (المسلماني ٢٠١٤).

ب- تعريف المواطن الرقمي.

مر الإنسان من مراحل متعددة توافقت مع ما وصل إليه من تقدم وتطور وتغير، فكان في مرحلة يسمى الحيوان الناطق مع أرسطو، وانتقل إلى الإنسان العارف مع فون لينيه وهكذا كانت أسماؤه تتوافق تماماً مع طبيعة الهموم التي تشغله ومع سمات كل مرحلة، إلى أن وصل العالم إلى قفزات تكنولوجية مهمة قفزت بتعريف الإنسان بالإنسان الرقمي كآخر سلسلة وصل إليها الإنسان اليوم في القرن الحادي والعشرين من طرف المفكر «نيكولاس نيغروبونتي»، عندما جعله عنواناً لأحد كتبه، والمعلوم أن «نيغروبونتي» هو من أكبر المختصين في العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام وهو مدير قسم المعلوماتية في أحد أبرز معاهد البحث المتطور في العالم، معهد ماساشوستس للتكنولوجيا^{١٥}.

وغير بعيد عن الإنسان الرقمي نورد هنا تعريفات متخصصة لمجموعة من الباحثين الذين عرفوا المواطن الرقمي بتعريفات عديدة كلها تقريباً تحتفظ له بنفس المميزات والمقومات وباختلافات بسيطة ومن هذه التعاريف نورد ما يلي:

المواطن الرقمي هو «الشخص الذي نشأ في عصر التكنولوجيا الرقمية، ولديه القدرة على استيعابها والتعامل معها»^{١٦} (dotterer and et al ٢٠١٦، ٢٢٥)، كما يعني، المصطلح الذي يشير إلى «قدرة المواطن على استخدام التقنيات الرقمية في إنجاز مهامه ومعاملاته» (Ribble ٢٠١٤، ٨٨)، و كذلك يعرف المواطن الرقمي «بأنه شخص لديه وعي ومعرفة بالتكنولوجيا، مع القدرة على تطبيق تلك المعرفة إلى سلوكيات وعادات وأفعال، يمكن خلالها التعامل بشكل لائق مع التكنولوجيا نفسها أو مع الأشخاص الآخرين بواسطة التكنولوجيا»^{١٧} (الملاح ٢٠١٧، ٣٢).

ويمكن اعتبار الإنسان الرقمي ذلك الذي ولد خلال طفرة التكنولوجيا أو بعدها وتفاعل مع التكنولوجيا الرقمية منذ سن مبكرة، ولديه قدر كبير من الإلمام بهذه المفاهيم فهذا المصطلح يركز على الأشخاص الذين نشأوا مع التكنولوجيا التي انتشرت في الجزء الأخير من القرن العشرين واستمرت بالتطور إلى يومنا هذا، فهو ذلك الشخص الذي يفهم التكنولوجيا الرقمية ويستخدمها للبحث والسعي لإيجاد فرص ينفذها ويكون لها تأثير، ويمكن إجمال مواصفات المواطن الرقمي في النقاط التالية:

- يلتزم بالأمانة الفكرية.
- يدير الوقت الذي يقضيه في استخدام الوسائط الرقمية.
- يقف ضد التسلسل عبر الانترنت.
- يحافظ على المعلومات الشخصية، ويحترم الثقافات والمجتمعات في البيئة الافتراضية.
- يحمي نفسه من المعتقدات الفاسدة التي تنتشر في الوسائط الرقمية.

خصائص المواطن الإيجابي

إضافة إلى مفهوم «الإنسان الرقمي» أو «المواطن الرقمي»، نجد مفهوم «جيل واي Y» الذي يشير إلى الأفراد الذين ولدوا بين بدايات الثمانينات ومنصف التسعينات. أولئك المراهقين والشباب البالغين، الذين نموا في الوقت الذي كان فيه استخدام الانترنت منتشر ومعمم. فالثقافة الالكترونية la e-culture هي مملكتهم. ولهذا السبب، يشار إليهم بمفهوم السكان الرقميين digital natives.

لماذا واي Y؟ لأنها تتبع الجيل الذي يسمى الجيل العاشر^{١٨} ويطلق عليه أحيانا جيل الواي generation WHY، استنادا لعلم الأصوات للكلمة باللغة الانجليزية.^{١٩}

ج- مميزات المواطن الإيجابي والمواطن الرقمي الإيجابي:

خصائص المواطن الإيجابي	خصائص المواطن الرقمي الإيجابي
• يدافع عن حقوق الإنسان المتساوية للجميع. • يعامل الآخرين بلطف ولا يتنمر أبداً. • لا يسرق أو يتلف ممتلكات الآخرين أو الأشخاص. • يتواصل مع الآخرين بوضوح واحترام وتعاطف. • يتابع نشاطات التعليم ويطور عادات التعلم مدى الحياة. • يتفق ويدير الأموال بمسؤولية. • يدعم حقوق الإنسان الأساسية المتمثلة في الخصوصية وحرية التعبير وما إلى ذلك. • يحمي النفس والآخرين من الأذى. • يعزز بشكل استباقي صحتهم الجسدية والعقلية. • يؤدي التزاماته تجاه الدولة والآخرين.	• يدافع عن الحقوق الرقمية المتساوية والوصول للجميع. • يعامل الآخرين باحترام في الأماكن الانترنت ودأبها. • لا يسرق أو يتلف العمل الرقمي أو الهوية الرقمية أو الممتلكات الرقمية الخاصة بالآخرين. • يتخذ القرارات المناسبة عند الاتصال من خلال مجموعة متنوعة من القنوات الرقمية. • يستخدم الأدوات الرقمية لتطوير تعلمهم ومواكبة التقنيات المتغيرة. • يتخذ قرارات شراء مسؤولة عبر الانترنت ويحمي معلومات الدفع الخاص بهم. • يدعم حقوق الإنسان الأساسية في جميع المنتديات الرقمية. • يحمي المعلومات الرقمية الشخصية من القوى الخارجية التي قد تسبب الضرر. • يحد بشكل استباقي من المخاطر الصحية للتكنولوجيا من الجسدية إلى النفسية.

١٤ نفس المرجع.

١٥ الحداد محمد (٢٠٠٥)، مواقف من أجل التنوير، بيروت: دار الطليعة، ط١ ص ٨٩ بتصرف.

١٦ المصري مروان وليد، اكرم حسن شعت، (٢٠١٧)، مستوى المواطنة الرقمية لدى عينة من طلبة جامعة فلسطين من وجهة نظرهم، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، المجلد السابع، العدد الثاني يونيو ص ١٨٢.

١٧ نفس المرجع

١٨ الجيل العاشر، ويختصر عادة بجيل (X Génération X)، هو الجيل الذي ولد في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، فعادة ما يشير هذا المفهوم إلى الفئات التي ولدت ما بين أوائل الستينات إلى أوائل الثمانينات.

١٩ ٢٠١٣/Monique Dagnaud، Génération y : les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subvention, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, p ٧٠٧.

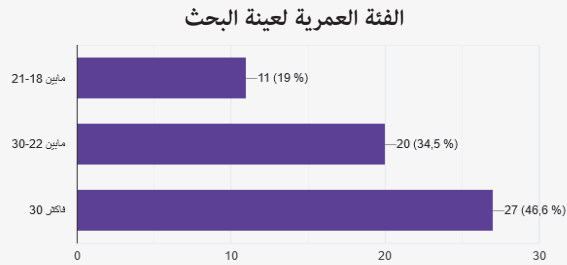
الفصل الثاني: الإجراءات الميدانية ونتائج البحث.

إجراءات الدراسة

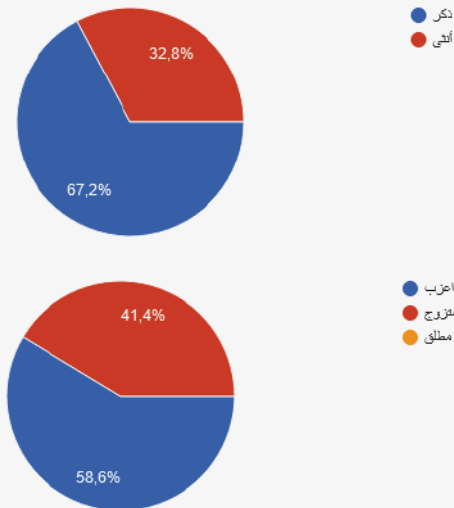
قام الباحث بإعداد استبيان تم اختيار أسئلتهما بدقة، وذلك تبعا لأسئلة البحث الموضوعية في الجانب المنهجي. ووزع هذا الاستبيان على عينة تتكون من ٨٠ مفردة بحثية من الأشخاص الذين يستعملون الوسائل التكنولوجية ويتعاملون بها عامة، ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة، من مختلف الفئات العمرية ذكورا وإناثا، تمكن ٥٨ شخصا من الإجابة على أسئلة الاستمارة البحثية، وقد جاءت نتائج البحث تبعا للأسئلة المراد بحثها على الشكل التالي:

المبحث الأول: تفريغ نتائج البحث حسب الأسئلة البحثية^{٢٠}.

١/ المتغيرات الشخصية لعينة البحث: تم التركيز في المعطيات الشخصية لعينة البحث على السن والجنس والحالة الاجتماعية، وقد كانت نتائج هذه المتغيرات كما هي موضحة بالرسوم التوضيحية الآتية:



الجنس والحالة الاجتماعية



يتبين من خلال النتائج أن الفئة العمرية ٣٠ سنة فأكثر، من أكثر الفئات العمرية ارتيادا للفايسبوك داخل عينة البحث بنسبة تفوق ٤٦ بالمائة، تتبعها الفئة العمرية مابين ٢٢-٣٠ سنة بنسبة ٣٤,٥ بالمائة، في حين

وفي خلاصة تركيبية فإن إن أبرز مقومات المجتمع الرقمي، كما سبق وأن أشرنا، هي المعلوماتية والرقمنة التي أفرزت واقعا جديدا، صاغ مقومات المجتمع الرقمي يمكن حصرها من خلال النقاط الآتية:

- التغيير في مقاليد السلطة التي نقلت من يد المؤسسات باختلاف مجالاتها في القرن العشرين إلى سلطة الفرد في القرن الحادي والعشرين
- الإمكانيات التكنولوجية على أهميتها وتطورها في العصر الحالي لا زالت لم تكتمل صورتها النهائية بعد مما يشير إلى أفاق جديدة في المستقبل الذي ينتظرها.
- الهيمنة الكبيرة للإنترنت في السيطرة على البشر ومن تم ردم فجوات التواصل التي ميزت القرون الماضية وقربت ليس المسافات فقط بل الأفكار والمشايخ والتداول والاستثمارات

خلاصة

بدأ الفصل بتقديم إطار نظري عام حول وسائل التواصل الاجتماعي، تم الاعتماد فيه على انتقاء أبرز متغيرات البحث في الموضوع بشكل تطبيقي، والتي تعتبر المحرك الأساسي في البحث. وهكذا بدأنا بتعريف وسائل التواصل الاجتماعي ومنها الفاييسبوك، وإبراز سياق ظهورها خلال تسعينيات القرن العشرين إلى الوصول إلى الفاييسبوك سنة ٢٠٠٤، وعددنا مميزات الفاييسبوك وتعدد أغراضه واستخداماته، وأهمية ذلك في العديد من الجوانب الشخصية والتعليمية والحكومية والعامة.

انتقل الفصل إلى إعطاء نبذة وافية تتبعت مفهوم المواطنة، والتي تعددت تعاريفها واختلفت باختلاف وجهات النظر إليها، فمنها ما ركز على البعد السياسي في تعريف المواطنة بكونها رابطة وعلاقة بين الحاكم والمحكوم تعتمد على ثنائية الولاء للحاكم مقابل توفير الحماية والأمن للمحكوم، كما أنها رابطة اجتماعية تضمن الحقوق الاجتماعية للأفراد داخل المجتمع وتعني أيضا الانتماء... وغيرها، من التعريفات التي أسهب الباحث فيها بالتفصيل والتحليل متجاوزا التعريف إلى تحديد أبعاد المواطنة ومقوماتها وشروطها وخصائصها ...

انتقل الحديث في معرض هذا الفصل بعد الحديث عن المواطنة عامة إلى التفصيل في المواطنة الرقمية لارتباطها الوثيق بموضوع البحث، وشرح انتقال المواطن من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي الذي أصبح من المفاهيم المهيمنة في الساحة الثقافية الرقمية وأصبح له خصائص ومقومات وجب أخذها بعين الاعتبار عند كل تعامل رقمي، ومن أهم التعريفات التي قدمها الفصل حول مفهوم المواطنة الرقمية كونها مجموعة من الإجراءات والقواعد والضوابط التي تحكم الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا، ومنه المواطن الرقمي يكون هو المواطن الذي ينتمي زمنيا إلى عصر التكنولوجيا ويستخدمها الاستخدام الأمثل كمواطن رقمي جديد .

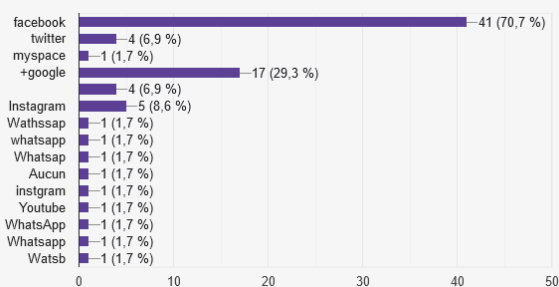
^{٢٠} المقصود هنا نتائج الاستبيان كما توضحها الرسوم البيانية المنجزة من خلال العمل الميداني

تبين نتائج البحث - مما يدعم أفضلية الفايسبوك لدى العينة المستجوبة- أنها تتراد الفايسبوك منذ مدة ليست بالقصيرة، فعلى مستوى السنوات فاقت نسبة الذين يستخدمون الفايسبوك لمدة تتجاوز العامين، ٧٠ بالمائة من مجموع العينة ،في حين أن باقي النسب جاءت موزعة بين من يرتاده لمدة عام تقريبا أو أكثر ،وبين الذين تجاوز استخدامهم له العشر سنوات أو أكثر.

٢/ نتائج السؤال البحثي الأول: هل يشكل الفيسبوك أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفضيلاً واستخداماً لدى عينة البحث؟

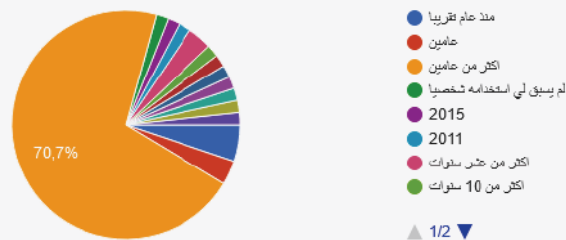
٣/ نتائج السؤال البحثي الثاني: ماهي أغراض استخدام الفايسبوك وتأثيراته على حياة الأفراد والمجتمع؟

أفضلية استخدام الفايبيوك



من خلال نتائج البحث يتضح فعليا أن للفيسبوك أفضلية أكبر مقارنة بباقي وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى فقد بلغت نسبة أفضليته من طرف المبحوثين نسبة قدرت ب ٧٠,٧ بالمائة، متبوعا بجوجل + بحوالي ٢٩,٣، ثم الانستغرام بنسبة ٨,٦ بالمائة، والنسبة المتبقية اشتركت فيها مختلف وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.

أغراض استخدام الفايبروك

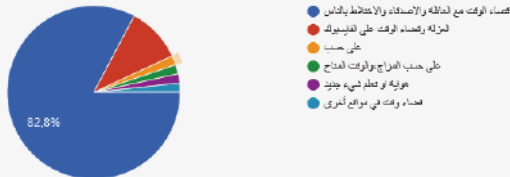


ما هي المدة التي تقضيها في استخدامك لـ WhatsApp؟

المدة	النسبة المئوية
أقل من ساعة	32.8%
أكثر من ساعة ودون انتهاء للوقت	25.9%
أكثر من ساعة	24.1%
أقل من ساعة	~3.5%
لا أعني فيه و لم نقيته	~1.5%
ساعات 5	~1.5%
نفاذ في أسيوع	~1.5%
أقل من نصف ساعة و بعض الأحيان لا استخدمه	~1.5%

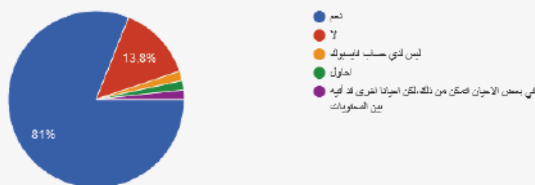
السلبية، وهو الأمر الذي اتجهته العينة البحثية (تراجع هنا اراء العينة الموضحة في الرسم البياني أعلاه)، ومن أهم عناصر هذا التأثير نجد تأثير الفايسبوك على الأداء الوظيفي والدراسة، فنسبة الذين عبروا بانعدام تأثيره على هذا المتغير الأخير بلغت ٣٩,٧ بالمائة، في حين أن أصحاب التأثير الإيجابي بلغت نسبتهم ٣٢,٨ بالمائة بينما نسبة ٢٠,٧ بالمائة قالوا أن تأثيراته سلبية على الأداء الدراسي والوظيفي.

علاقة الفايسبوك بالعزلة والعائلة



وضمن دائرة التأثيرات دائماً وفي علاقة بالمجال النفسي والاجتماعي، يتضح أن الفايسبوك وحسب اراء العينة المبحوثة لا يؤثر على العلاقة العائلية، فنسبة الذين يعطون الأولوية للعائلة على الفضاء الأزرق بلغت نسبتهم ٨٢,٨ بالمائة مما يدل على مستوى من النضج يلمس في العينة البحثية، أما نسبة ١٠ بالمائة فهي التي تجد دفعها العائلي بين صفحات الفايسبوك، لتبقى القلة القليلة لها اراء مختلفة يحكمها المزاج والهواية وتعلم الأشياء الجديدة، أو قضاء أوقات بمواقع اليكترونية أخرى. وتبقى حدود التأثير رهينة بالمستخدم الذي يستطيع أن يوازن بين وقت استخدام الفايسبوك ووقت الانصراف إلى أعمال وأنشغالات حياتية أخرى أهم، فنسبة الذين يستطيعون الموازنة وصلت إلى ٨١ بالمائة، في حين أن ١٣,٩ بالمائة فقط هم الذين لا يستطيعون التوفيق بين استخدام الفايسبوك وبين الاهتمامات الأخرى.

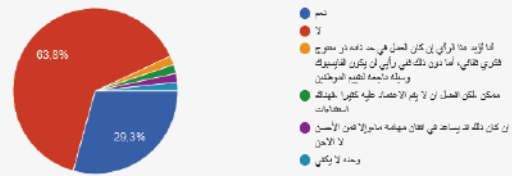
الموازنة في استعمال الفايسبوك



٤/ ماهي المعايير الأخلاقية الإيجابية الواجب احترامها وتوفيرها في التواصل عن طريق الفايسبوك؟

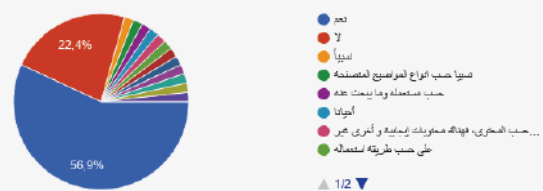
تشكل أخلاق المواطن الرقمي داخل الفايسبوك إحدى أهم الركائز التي يقوم عليها البحث وقد تم وضع مجموعة من الأسئلة بغرض قياس مستوى هذه الأخلاق الرقمية داخله على أساس تدرجي تدريجي بدأناه باسم مستعمل الفايسبوك هل هو حقيقي أم مستعار، ثم حقيقة ما ينشر من صور شخصية، و مدى احترام الخصوصيات الثقافية والشخصية وهي المعبر عن نتائجها بالرسم البيانية التالية تباعاً.

استخدام الفايسبوك في تقييم العمال



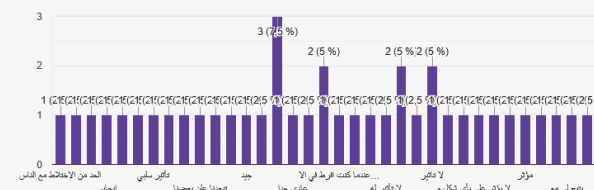
لا يصلح الفايسبوك حسب رأي العينة المقترحة للبحث كوسيلة لتقييم العمال داخل شركة او مؤسسة، ويبقى وسيلة لا تتجاوز التعبير عن الأمور الشخصية ونسبة الذين اتجهوا هذا الاتجاه وصلت الى ٦٣,٨ بالمائة، في حين أن ٢٩,٣ بالمائة كان لهم رأي يؤيد استخدام الفايسبوك كوسيلة للحكم على العامل وتقييمه وشكلت النسبة المتبقية وهي القليلة طبعاً اراء متفرقة بين التأييد والاعتراض.

درجة الوعي والثقافة في الفايسبوك

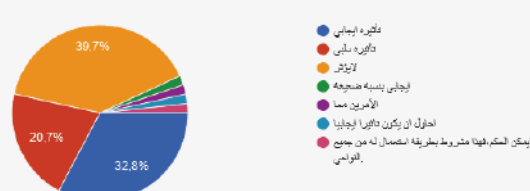


يعتبر الفايسبوك وجهة ثقافية وتحقق من خلاله مجموعة من الأغراض الثقافية حسب منظوق العينة البحثية، فنسبة الذين عبروا عن كون الفايسبوك يساهم إلى حد كبير في تطوير درجة الوعي الثقافي والفكري، بلغت أكثر من نصف العينة المستجوبة بنسبة مائوية قدرت بحوالي ٥٦,٩ بالمائة، أما الذين لا يعتبرونه وجهة للتثقيف ونشر الوعي، فقد بلغت نسبتهم ٢٢,٤ بالمائة وما تبقى من المستجوبين كانت لهم اراء مختلفة بين التأييد والاعتراض.

تأثيرات الفايسبوك

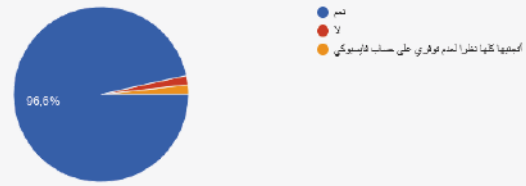


تأثير الفايسبوك على الأداء الوظيفي والدراسة



لا يمكن لكل متتبع لموضوع وسائل التواصل الاجتماعي والتي منها الفايسبوك أن يغض الطرف عن تأثيراته سواء منها الإيجابية أو

تجنب سلبيات الفاييسوك



تلخصت فيمايلي :

- **الفرضية الأولى:** بعد الاطلاع على نتائج البحث بالدراسة والأرقام الاحصائية يتم تأكيد الفرضية الأولى والمتمثلة في كون الفاييسوك يعتبر من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفضيلا واستخداما لدى عينة البحث في الفترة الراهنة التي انجز فيها البحث.

- **الفرضية الثانية:** تختلف استخدامات الفاييسوك وتختلف تأثيراته باختلاف الميولات الشخصية وكذا الأغراض منه.

- **الفرضية الثالثة:** أما بخصوص الفرضية الثالثة فقد تبث عدم صحتها إذ أن الفاييسوكيين المبحوثين يتوفرون على درجة عالية من الأخلاق الإيجابية للمواطن الرقمي كالتقدير والاحترام المتبادل ولا يمارسون التنمر الاليكتروني ولا يعيرون الموضوع كبير اهتمام.

خلاصات واستنتاجات

من الواضح سواء من نتائج هذا البحث الذي بين أيدينا أو من خلال كل ما أنجز بخصوص وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المتعددة والمختلفة ، أنه ليس هناك ما يكفي من معلومات للوصول إلى نتائج نهائية وحاسمة في هذا الشأن، لكن الأدلة تشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الناس -الشباب خاصة- بأشكال مختلفة، وفقا لظروفهم المسبقة، وسماتهم الشخصية ، ومواقفهم من الحياة، وطرق عيشهم وثقافتهم ومعتقداتهم، لتبقى كل النتائج المتوصل إليها جزئية وسياقية تحكمها الفترة التي أنجز فيها البحث لا غير. وكما هو الحال مع بقية مغريات العصر الحديث، فإن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي غير مفضل، ولا يُنصح به دون مبرر ولا وازع خاصة إذا كان أحد المهدرات الرئيسية للوقت الذي لا تخفى قيمته في الحياة وما يرتبط به من الإنجاز والتطور المعرفي والعلمي الذي يعول على الطاقة الشبابية أكثر ، و في الوقت نفسه سيكون من الخطأ القول إن وسائل التواصل الاجتماعي سيئة بشكل عام، لأنه من الواضح أنها قد تحقق فوائد لا تُحصى في حياتنا فقط وجب اخذها وفق مقاربة نفعية أخلاقية تحسن من أوضاع الفرد لا أن تزيد اضطرابا وجهلا وسلبية ومن المفيد جدا هنا الختم بمجموعة من المقترحات التي رأتها العينة البحثية مناسبة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي عامة والفايسوك خاصة نوردتها في النقاط التالية :

- استهداف محتويات معينة ذات آثار إيجابية كالدورات التكوينية وعدم تتبع الصفحات ذات المحتويات الإباحية أو التي تحاول نشر كل ما هو سلبي و عموما عدم الإدمان عليه.
- استخدام الفاييسوك بحذر وتقنين النشر العشوائي للمقاطع العنيفة والخادشة للحياء.
- عدم التأثر بكل ما ينشر، و تحري الحقائق من خلال القراءة والمطالعة العلمية والأكاديمية.
- عدم الإدمان عليه، و إن اقتضى الأمر التركيز على محتويات ذات نفع فكري و ثقافي، أو استخدامه وسيلة للتجارة والعمل في منتجات واضحة ذات نفع اقتصادي مادي و لكن لا تتنافى مع القيم الأخلاقية.

المبحث الثاني:مناقشة نتائج البحث والتأكد من فرضياته:

١. مناقشة النتائج والتعليق عليها:

إن الفاييسوك باعتباره وسيلة للتواصل الاجتماعي الجديد القائم على ربط شبكة من العلاقات داخل العالم الافتراضي بنكهة رقمية تتجاوز الحدود الجغرافية المتعارف عليها، وبعدما تبين بالدراسة والتحليل على أنه البديل الأول لدى الشباب في القيام بكل أغراضه وأشغاله، لي طرح الكثير من القضايا الراهنية التي تواجه الجيل الشبابي المعول عليه في القيام بدوره والتصدي إلى المعارك الحضارية الجديدة.

لعل أكبر نعمة أو نقمة -لا ندري- هي أن كل الشباب كما اتضح من بحثنا هذا، يحاول إيجاد مكانه داخل الفضاء الأزرق بمعنى أن هناك هجرة جماعية نحوه يتساوى فيها الذكور مع الإناث وإن كانت الغلبة مرحليا من خلال البحث للذكور ربما لأسباب بحثية ، وقد تبين من خلال النتائج أن الشباب بالذات يعرف أزمة متعددة الأشكال والمظاهر يمكن تتبع ملامحها بقراءة متأنية لكل المعطيات السابقة في الإشكالات التالية :

- إشكالية الوقت وتقديره :يقضي معظم الشباب الوقت الطويل دون حساب بمنصة الفاييسوك، وهذا ما تم التعبير عنه صراحة في أجوبة استمارة البحث مما يضيع عليهم الكثير من الفرص التعليمية أو الوظيفية ويضيع عليهم فهم القيمة الحقيقية للوقت والانجاز والعمل وتغيير المواقف ، في مقابل الجري وراء ملهيات لا طائل من ورائها، ومما يؤكد هذا الخلل الوظيفي للشباب في تعاطيه مع الوسائل التواصلية الجديدة اقراره بأن الفاييسوك لا يستعمل إلا للتسلية والترفيه التي كانت لها حصة الأسد في إحصاءاتنا لأغراض استخدامه، وهذا في حد ذاته مشكل اخر هو مشكل الاستهتار الشبابي والتفكير العبثي الاستهلاكي دون أخذ ملامح الشخصية الشابة الجادة المسؤولة على تصرفاتها.
- هامشية الفاييسوك لدى الفئات الشابة في كونه لا يعتد به في الثقافة ولا يعتبر موردا للعلم والمعرفة يدخل الشباب في دوامة البحث الدائم عن الذات التي تتمحور في نظره حول البحث على اشكال جديدة للتسلية وتمضية الوقت في حين أن الفيسوك يمكن توظيفه لأغراض علمية ومعرفية واقتصادية متعددة.
- بروز فئتين واضحتين من الشباب داخل فضاء الفاييسوك الفئة الأولى تسعى لتجنب السلبيات الكثيرة للفايسوك ومنها ضعف المحتوى، والتنمر الاليكتروني، والاستفادة من كل المزايا في مقابل الفئة التي تم الحديث عنها ووصفها بين ثنايا الموضوع فيما سبق من التحليل ، وعلى هذا الأساس فالاجابة على فرضيات البحث

المراجع

١. أرفيدة محمد فاطمة، ٢٠٢٢، وسائل التواصل الاجتماعي وظاهرة الاغتراب الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من شباب مصراتة، مجلة التربية، عدد ٢١٥.
٢. ابن منظور الأنصاري الإفريقي، (٢٠٠٦). محمد بن مكرم، لسان العرب، الجزء الرابع، الطبعة الأولى، دار صبح بيروت، لبنان، إديسوفت، الدار البيضاء، المغرب.
٣. أحمد نصر، نوال، رشاد إبراهيم، سماح، (٢٠٢٠). في تفعيل المواطنة الرقمية تفعيل التربية على المواطنة الرقمية بمدارس الحلقة ٢ من التعليم الأساسي على ضوء خبرات بعض الدول الأجنبية، مجلة البحث العلمي في التربية العدد ٢١ يناير.
٤. إيمان حنين شين، (٢٠١٥) لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي واثرها في الجذب السياحي، ٢٠١٥، جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر. ص ١٩.
٥. الحداد، محمد، (٢٠٠٥). مواقف من أجل التنوير، ط ١. بيروت: دار الطليعة.
٦. فؤاد شعبان. عبدة صبطي. تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجيااته الحديثة. ٢٠١٢ ط ١ دار الخلدونية للنشر: ١٧٩-١٨٠ بتصرف
٧. عبد السلام الاشهب، ٢٠١٧، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نموذجا " واثره على التنشئة الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية، جامعة حمه لخضر الوادي، ص ٣١
٨. حتوس، عبد الله، (٢٠٢٢). هل تهدد المواطنة العالمية مواطنتنا المغربية؟ الحوار المتمدن-العدد: ٧١٤١ - ١ / ٢٠
٩. رايح، الصادق (٢٠١٣). فضاء لت رقمية: قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، ط ١، بيروت: دار النهضة العربية.
١٠. رمي، ريفيل، ترجمة: سعيد بلمبخوت، مراجعة: الزواوي بغورة، (٢٠١٨)، الثور الرقمية، ثور ثقافية؟، سلسلة عالم المعرفة عدد ٤٦٢ .
١١. علي فتحي عبد الرحيم (٢٠٢٠). المستودعات الرقمية بالمكتبات الجامعية العربية، دراسة معايير التقييم وبرمجيات التخطيط والبناء، قسم المكتبات والمعلومات كلية الآداب، ا- جامعة سوهاج، أطروحة دكتوراه.
١٢. علي، نبيل، (٢٠٠١). "الثقافة العربية وعصر المعلومات"، سلسلة "عالم المعرفة" ٢٦٥، يناير . الكويت.
١٣. فيشر، مايكل ترجمة الجبوسي، محمد بلال (٢٠١٦)، استراتيجيات التعلم الرقمي، مكتب التربية العربي لدول الخليج.
١٤. القحطاني عثمان على ويوسف، يحيى عبد الخالق (د ت). فاعلية برنامج مقترح قائم على شبكات التواصل الاجتماعي ومقومات المواطنة الرقمية في تنمية مكونات الأمن التقني و الفكري لدى طلبة السنة التحضيرية، جامعة تبوك.
١٥. المصري مروان وليد، شعت أكرم حسن، (٢٠١٧). مستوى المواطنة الرقمية لدى عينة من طلبة جامعة فلسطين من وجهة نظرهم، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، المجلد السابع، العدد الثاني يونيو.
١٦. Monique Dagnaud (2013). Génération y: les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion, 2e éd, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.
١٧. MAYA DOLLARHIDE (20-2-2019), "Social Media Definition", www.investopedia.com, Retrieved 7-4-2019. Edited
١٨. تاريخ الاطلاع 10/06/2022 الساعة 21.33 http://bnm.bnrm.ma:86/Arabe/numerisation.aspx
١٩. تاريخ الاطلاع 20/05/2022 الساعة 25.10 https://www.aljazeera.net/ebusiness/2020/1/1010.25
٢٠. تاريخ الاطلاع 20/05/2022 الساعة 33.20 https://arz.wikipedia.org.

تبنى المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز وانعكاساتها علي جودة الخدمة الاخبارية المقدمة للجمهور في مملكة البحرين

د. نادر محمد صديق عبد الخالق
الجامعة الاهلية - مملكة البحرين

المقدمة

مستمر وتحديثها باستمرار لضمان الحصول على أفضل النتائج ، بالإضافة إلى ذلك ، يمكن لتبني تقنيات الواقع المعزز أن يساعد على جذب المزيد من الإعلانات والرايات للبرامج، نظراً للتجربة الفريدة والمميزة التي يمكن توفيرها للمشاهدين. وبالتالي، يمكن للمواقع الاخبارية البحرينية تحقيق المزيد من الإيرادات وزيادة العوائد المالية.

وبشكل عام، يمكن القول أن تبني المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز يمثل خطوة هامة ومهمة في تحسين جودة الخدمة الإخبارية والبرامج التي تقدمها المواقع للمشاهدين، ويمكن أن يساعد على تحقيق المزيد من الأهداف والفوائد المتعددة ، ومن هنا فإن تلك الدراسة تهدف إلى معرفة تبني المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الاخبار وانعكاسها علي جودة الخدمة الاخبارية المقدمة للمشاهدين في مملكة البحرين .

مشكلة الدراسة

تعد تقنية الواقع المعزز أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي والبحث ، بدأت تلجأ إليها المؤسسات الإعلامية الكبرى مثل سكاي نيوز لتقديم المحتوى بطريقة تحقق الاندماج ، والرغبة في جذب مزيد من فئات الجمهور علي المنصات الرقمية ، والجدير بالذكر أن توظيف تقنية الواقع المعزز في سرد القصص الإخبارية يتطلب الدمج بين بيئة افتراضية وأخرى طبيعية وبما يعزز تجربة المشاهد في الاندماج مع المحتوى ويدعم فهمه واستيعابه له ، وبالنظر إلي تاريخ الواقع المعزز فإن البدايات الحقيقية له لم تكن مرتبطة ابدأ بالدراسات الاعلامية كما سبق وشرنا بل كانت مرتبطة بمجالات صناعية مثل صناعة الطائرات ، ثم بدأت تعتمد عليه المؤسسات الاعلامية الكبرى في العالم ، وبناءاً عليه فإن :

مشكلة الدراسة تتبلور في التعرف علي مدي انعكاس تبني المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الاخبار علي جودة الخدمة الاخبارية المقدمة للمشاهدين في مملكة البحرين .

أهمية الدراسة

تبنى المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار له أهمية كبيرة في تحسين جودة الخدمة الإخبارية التي يقدمها للمشاهدين. وفيما يلي بعض الأسباب التي تبرر أهمية دراسة تبني

يشهد العالم حولنا ثورة علمية وتقنية هائلة أدت إلى تطور مستمر في عالم التكنولوجيا أدى إلي فتح آفاقاً جديدة في المجالات الاعلامية ، لما في ذلك من أهمية في تقدم الأمم وتطورها ومواكبة هذا التطور في إنتاج النشرات الاخبارية لتنعكس الاستفادة بعد ذلك في المجتمع ، و تعد تقنية الواقع المعزز نتاج تلك الثورة فبالرغم من كونها تقنية قديمة الي حد ما الا أن توظيفها في الدراسات الإعلامية يعد حديثاً ، فقد مرت هذه التقنية بتاريخ طويل لإنشائها ووصولها بالصورة الحالية فمنذ أكثر من ٥٠ عام مرت التقنية بثلاثة مراحل تمثلت في المرحلة الأولى قبل ١٩٩٠ قبل ظهور مصطلح " الواقع المعزز ، في هذه المرحلة كانت تقنية الواقع المعزز تستخدم حصرياً من قبل العديد من الشركات الكبرى للمحاكاة والتدريب فقط ، ثم جاءت المرحلة الثانية ١٩٩٠ بظهور مصطلح "الواقع المعزز ففي تلك المرحلة ظهر مصطلح (الواقع المعزز) كتقنية قائمة على عرض بيانات رقمية في الواقع الحقيقي ، وينسب ظهور مصطلح الواقع المعزز الى Davied Mizell & Tom Caudell و توم كوديل و ديفيد ميزل الباحثين في شركة إنتاج الطائرات العملاقة Boeing. ، ثم جاءت المرحلة الثالثة مرحلة انتشار تقنية الواقع المعزز كتقنية حديثة في متناول الجميع ، في أواخر التسعينات وبداية الألفية الثالثة شهدت تقنية الواقع المعزز العديد من التطورات في مجال التقنية الحديثة خصوصاً مع ظهور الأجهزة والهواتف الذكية وانتشارها بشكل سريع وكبير وتعدد مجالات استخدامه ، وتسابقت القنوات التليفزيونية إلي الاعتماد علي تلك التقنية في إنتاج البرامج ، والنشرات الإخبارية .

ويعد تبني المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز خطوة هامة في تحسين جودة الخدمة الإخبارية التي تقدمها المواقع للمشاهدين ، فبفضل استخدام تقنيات الواقع المعزز، يمكن للمشاهدين الاستمتاع بتجربة أكثر واقعية وتفاعلية مع الأخبار، مما يساعد على تعزيز فهمهم للمواضيع المطروحة وزيادة اندماجهم في المحتوى ، كما أن استخدام تقنيات الواقع المعزز في إنتاج النشرات بالمواقع الإخبارية يساعد على تحسين جودة الصورة والصوت وتقديم تجربة مشاهدة أفضل للمشاهدين ، وبفضل هذه التقنيات، يمكن للمواقع الإخبارية توسيع قاعدة جمهورها وزيادة مدى تأثيرها في المجتمع.

ويمكن للمواقع الإخبارية البحرينية تحقيق هذه الأهداف من خلال التعاون مع شركات تقنية متخصصة في مجال الواقع المعزز، وتدريب فريق الإنتاج على استخدام تلك التقنيات بشكل فعال وإتقانها. كما يجب التأكد من توفير الموارد اللازمة لاستخدام هذه التقنيات بشكل

التقنيات المختلفة للتعديل على الصور والفيديوهات بشكل أسرع وأكثر دقة، مما يساعد على تقليل التكلفة وزيادة الإنتاجية.

المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار:

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في رصد وتحليل وتفسير مدي انعكاس توظيف تقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية البحرينية علي جودة الخدمة الإخبارية المقدمة للجمهور في مملكة البحرين ، وينبثق منه مجموعه من الأهداف الفرعية تتمثل في :

١. الوقوف على المعايير المهنية الحاكمة لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في التغطية الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية.
٢. التعرف على كيفية توظيف تقنيات الواقع المعزز في التغطية الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية.
٣. دراسة مدى انعكاس قناعات القائمين بالاتصال في التغطية الإخبارية بتوظيف تقنيات الواقع المعزز في التغطية الإخبارية المواقع الإخبارية البحرينية.
٤. الوصول الى مقترحات لتطوير نشرات الاخبار في المواقع الإخبارية البحرينية من خلال الاعتماد علي تقنيات الواقع المعزز في التغطية الإخبارية بتلك المواقع .
٥. دراسة تقنيات الواقع المعزز وفهم أساليب استخدامها في إنتاج نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية البحرينية .
٦. تحديد مدى تأثير تبني تقنيات الواقع المعزز على جودة الخدمة الإخبارية التي يتلقاها المشاهدون وقدرتها على تحسين تجربتهم في مشاهدة النشرات الإخبارية.
٧. تحليل العوامل المؤثرة في تبني تقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية البحرينية ، مثل التكلفة والمهارات المطلوبة والتدريب.
٨. تقييم تجربة تبني تقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية البحرينية وقياس نجاحها في تحسين جودة الخدمة الإخبارية.

تحديد مصطلحات الدراسة

تقنيات الواقع المعزز:

عرف (Huang, Chou, Shu and Yeh, ٢٠١٤) الواقع المعزز (AR) على أنه تقنية تجمع بين البيئة الافتراضية والعالم الحقيقي. كما عرفته الحسني (٢٠١٤) على أنه دمج العالم الافتراضي مع العالم الحقيقي بواسطة الحاسب الآلي ليظهر المحتوى الرقمي كالصور، والفيديو، والأشكال ثلاثية الأبعاد، ومواقع الانترنت وغيرها مما يجعل المتعلم يتفاعل مع المحتوى الرقمي، ويستطيع تذكره بصورة أفضل. ويتضح من خلال التعريفين أن تقنية الواقع المعزز قد تحقق بيئة بناء المعرفة كما في النظرية البنائية، التي تتطلب من أجل بناءها تهيئة مواقف واقعية

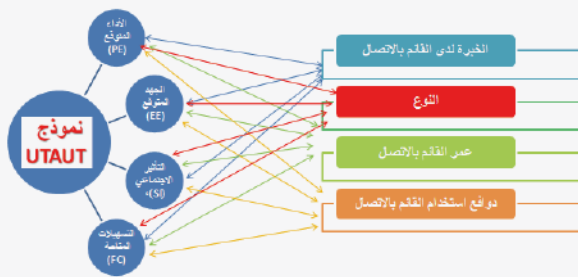
١. أهمية دراسة توظيف تقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار كموضوع بحثي حديث نسبياً فهو يحتاج المزيد من الدراسات العلمية الإعلامية ، باعتباره مدخل من المداخل البينية الذي نشأ في ركب الشركات الكبرى وبدأت المؤسسات الاعلامية في الاعتماد عليه.
٢. تمثل الدراسة إضافة الى مجال انتاج نشرات الاخبار في المواقع الإخبارية البحرينية من خلال توظيف تقنية الواقع المعزز في انتاج تلك النشرات حيث إن معظم الدراسات في هذا المجال استخدمت مداخل نظرية أخرى.
٣. ندرة الدراسات التي تناولت توظيف تقنيات الواقع المعزز في المجال الاعلامي بوجه عام ومجال الأخبار علي وجه الخصوص ، وبالتالي فإن تلك الدراسة تعد واحدة من الدراسات الرائدة في مجال توظيف تقنيات الواقع المعزز في العمل الاخباري .
٤. أهمية تحليل الخطاب في مجال الأخبار بوصفه أحد الروافد الحديثة في مجال دراسة الرسائل الإخبارية التليفزيونية، وباعتباره خطاب له توجهات محددة يتم تجسيدها عبر توظيف مصادر وأطر وتصورات للقوى الفاعلة بالاعتماد علي تقنية الواقع المعزز.
٥. تحسين جودة التغطية الإخبارية: يمكن لتقنيات الواقع المعزز تحسين جودة التغطية الإخبارية عن طريق توفير تفاصيل أفضل وصور أوضح للأحداث والمواقع التي يتم تغطيتها. يمكن استخدام تقنيات الواقع المعزز لإضفاء الحيوية على الأحداث وجعلها أكثر واقعية للمشاهدين.
٦. تعزيز التفاعل والمشاركة: يمكن لتقنيات الواقع المعزز تعزيز التفاعل والمشاركة بين المشاهدين والمذيعين، مما يجعل الخدمة الإخبارية أكثر تفاعلية وشيقة. ويمكن استخدام التقنيات المختلفة، مثل التقنيات الإضافية، وتعزيز الإنتاج بتفاعل مع المشاهدين للرد على أسئلتهم وتعليقاتهم.
٧. تحسين التواصل والتوازن: يمكن لتقنيات الواقع المعزز تحسين التواصل بين المشاهدين والمذيعين، وذلك من خلال توفير تفاعل أكثر بينهما وإضفاء شعور بأن المشاهدين هم جزء من الأخبار التي يتم تغطيتها. كما يمكن استخدام تقنيات الواقع المعزز لتحسين التوازن في التغطية الإخبارية وعرض جميع الجوانب المختلفة للأحداث.
٨. تعزيز التعليم والتثقيف: يمكن لتقنيات الواقع المعزز أن تعزز التعليم والتثقيف من خلال إضفاء شعور بالتفاعل الحقيقي مع الموضوعات والمعلومات التي يتم تغطيتها. وبالتالي، فإن تبني القائم بالاتصال لتقنيات الواقع المعزز في المواقع الإخبارية البحرينية يمكن أن يساهم في تعزيز التعليم والتثقيف لدى المشاهدين.
٩. تقليل الوقت والتكلفة: يمكن لتقنيات الواقع المعزز تقليل الوقت والتكلفة المطلوبين لإنتاج نشرات الأخبار، حيث يمكن استخدام

وقد أثبتت العديد من الدراسات أهميه الخبرة، وتأثيرها الإيجابي على الدوافع السلوكية للاستخدام . كما أوضحت أن سهولة الاستخدام من العوامل المهمة التي تؤثر على قبول الاستخدام ، بينما هناك بعض الدراسات القليلة أجريت للتعرف على الاستخدامات التكنولوجية والتغيرات التي تحدث بمرور الوقت.

(Viswanath Venkatesh & Fred) (٢٠٠٠, Viswanath Venkatesh) و (D. Davis , ٢٠٠٢) (Bing Wu & Xiaohui Chen , ٢٠١٧) وعلى وجه العموم يفترض نموذج UTAUT أن النوع، العمر، الخبرة ودوافع الاستخدام متغيرات قد تؤثر على عوامل تبني واستخدام التكنولوجيا ويوضح (شكل ١) تلك العوامل .

شكل (١)

المتغيرات التي تؤثر على عوامل تبني واستخدام التكنولوجيا طبقاً لنموذج UTAUT



Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), and Facilitating Conditions (FC)
المتغيرات التي تؤثر على عوامل تبني واستخدام التكنولوجيا طبقاً لنموذج UTAUT

الأداء المتوقع: وهى الدرجة التي يعتقد الفرد إن استخدام هذا النظام سيساعده لتحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي.

الجهد المتوقع: وهى درجة السهولة المرتبطة باستخدام نظام . فعلى سبيل المثال قد يقارن القائم بالاتصال الجهد والوقت اللذان يبذلان لاستخدام التطورات التكنولوجية لتقديم منتج طباعي عالي الجودة ، مقارنة بوسائل طباعة أخرى تقليدية.

التأثير الاجتماعي: وهى الدرجة التي يتصور الفرد أن الآخرين يعتقدوا أنه ينبغي استخدام النظام الجديد. فمثلا التقدير المتوقع من الآخرين للقائم بالاتصال (كالرؤساء والزعماء والجمهور وغيرهم) عند استخدامهم للتكنولوجية الحديثة.

التسهيلات المتاحة: الدرجة التي يعتقد الفرد وجود بنية تحتية تنظيمية وتقنية لدعم استخدام النظام .

وقد استفادت الباحثة من هذه النظرية في تفسير نتائج الدراسة الحالية ، حيث تنطوي نظرية تبني التكنولوجيا على العلاقة بين القائم بالاتصال وتبنيه للتكنولوجية الحديثة من خلال العوامل الأربع وهى الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي و التسهيلات المتاحة ، والتي قد تتأثر ببعض المتغيرات التابعة والتي تتمثل في الدراسة الحالية في العمر والخبرة ودوافع الاستخدام .

وتوفير بيئة تعليمية نشطة من خلال التفاعل مع برمجيات التعلم (الموسوي، ٢٠١٠: ص٩٧). كذلك تقوم هذه التقنية على مبادئ النظرية الاتصالية الحديثة من خلال التعلم الذاتي وقدرة المتعلم الحصول على المعرفة والاستجابة عند التعرض لمثيرات موجودة على شبكات أو أجهزة أو أدوات إلكترونية كالأجهزة الذكية المحمولة.

حيث يعود ظهور هذه التقنية في أواخر الستينات ولكن كمصطلح تم وضعه في عام ١٩٩٠م. بدأت التطبيقات النقالة للواقع المعزز ظهورها في عام ٢٠٠٨، وكان مجال الخرائط والتواصل الاجتماعي أول المستفيدين من هذه التقنية، كما أن استخدامها للتدريب في مجال الطب والمجال العسكري هو الأكثر تقدماً، في حين أن تطبيق تقنية الواقع المعزز في التعليم مازال في بدايته (أوباري، ٢٠١٥).

نشرات الاخبار في المواقع الإخبارية البحرينية:

النشرات الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية: أحد أنواع البرامج التلفزيونية التي يتم بها عرض أنواع مختلفة من المضامين الإخبارية المعروضة بطرق وأساليب تكون مزيجا من المواد السمعية البصرية التي يسعى بواسطتها القائمون على البناء الفني في تحقيق الإبهار البصري الذي يلتصق بذاكرة المتلقي ، وتقدم من خلال المواقع الاخبارية ، ويقصد بها في تلك الدراسة النشرات المقدمة في المواقع الإخبارية البحرينية.

تبني التكنولوجيا:

يعتبر نموذج تبني التكنولوجيا ، النموذج النظري الأكثر انتشارا وتطبيقا في مجال نظم المعلومات وقد تم ابتكاره من قبل (دافيز Davis) الذي افترض فيه أن قبول نظم المعلومات من قبل الأفراد يتحدد بمتغيرين هما المنفعة المدركة ، وسهولة الاستخدام المدركة ، وان هذين المتغيرين يتأثران ببعض العوامل الخارجية .

ففي عام ١٩٨٥، اقترح (دافيز Davis) نموذج تبني التكنولوجيا (TAM Technology Acceptance Model) ، وهو يدرس تبني التكنولوجيا في ضوء علاقتها بسهولة الاستخدام والفائدة المدركة والمتغيرات الخارجية ثم اقترح نسخة جديدة من نموذج (TAM2) بإضافة العوامل الذاتية. (Paul Legris , ٢٠٠٣) ثم تم تطوير هذا النموذج على يد (فنكتش Venkatesh) عام ٢٠٠٣ تحت مسمى النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Unified) UTAUT Theory of Acceptance and Use of Technology وتدعم النظرية بالأخص نموذج تبني التكنولوجيا

وتتأثر النظرية الموحدة لتبني واستخدام التكنولوجيا UTAUT بأربعة عوامل رئيسية هى الأداء المتوقع (PE)، والجهد المتوقع (EE)، والتأثير الاجتماعي (SI)، التسهيلات المتاحة (FC) () هذه العوامل تمثل المتغيرات المستقلة التي تتأثر بالمتغيرات التابعة كالنوع ، و العمر، والخبرة، كما أشار Venkatesh إلى أن دوافع الاستخدام تعتبر مؤشرا مهم لاستخدام التكنولوجيا.(Ayman A. AlQudah, ٢٠١٥)

الدراسات السابقة

قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلي محورين هما :

- **المحور الأول:** دراسات تناولت توظيف تقنيات الواقع المعزز .
- **المحور الثاني:** دراسات تناولت نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في المواقع الإخبارية.

المحور الأول : دراسات تناولت توظيف تقنيات الواقع المعزز

١. دراسة مروة عطية محمد (٢٠٢٢)

حول توظيف تطبيقات وتقنيات فيديو الواقع المعزز في السرد البصري وأثره في إدراك وتقييم الجمهور للمحتوى الإخباري في مواقع القنوات التلفزيونية ، سعت الدراسة لرصد تأثير السرد البصري باستخدام فيديو الواقع المعزز في تقديم المحتوى الإخباري على إدراك الجمهور وذلك من خلال مقياس يتضمن أبعاد الإدراك الثلاث وهي (التذكر- الفهم - التحليل) بالإضافة إلى رصد تقييم تجربة الجمهور لاستخدام هذه التقنية وما يرتبط بها متغيرات وسيطة ذات تأثير في تقييم التجربة والتي تتضمن (سابق المعرفة بالتقنية - نوع الأجهزة المستخدمة في استعراض المحتوى). اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استبانة تضمنت مقياسين (مقياس الإدراك- مقياس تقييم الجمهور لتجربة السرد البصري). وأظهرت نتائج الدراسة أهمية تبني التقنيات الحديثة في عرض وسرد المحتوى الصحفي والإخباري، وخاصة تلك التي تدعمها التطبيقات الذكية والأجهزة اللوحية ومن المتوقع أن تسود هذه التقنيات خاصة وأن النتائج تشير إلى استحسان الجمهور لها خاصة الأجيال الأصغر سنا والتي عرفت بشكل كبير عن استخدام الوسائل التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون وبالتالي يمكن اعتبار هذه التقنيات الناشئة والمتمثلة وفق للدراسة الحالية في الواقع المعزز بمثابة طوق النجاة للمؤسسات الإعلامية.

٢. دراسة مروة إبراهيم سليمان (٢٠٢٢)

بعنوان دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة كقيمة مضافة لتحسين فاعلية الاتصال ، تعرض هذه الدراسة وصف ومناقشة تطبيقات الواقع المعزز في الصحف المطبوعة لتحليل وتقييم استخدام التقنية المستحدثه لتحسين فاعلية وكفاءة الصحيفة المطبوعة الاتصالية، ولتحديد كيف يمكن لتقنية الواقع المعزز (AR) كتقنية هجينة مع تقنية الطباعة تغيير مفهوم الصحافة المطبوعة والاستفادة من مميزات دمج تقنية الواقع المعزز لرقمنة الصحيفة المطبوعة وتحسين تفاعليتها. حيث أنتهجت الدراسة المنهجين الوصفي التحليلي والمسحي الميداني، عن طريق تحليل دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة، ثم إجراء دراسة ميدانية من خلال مجموعة من المقابلات الشخصية المقننة باستمارة استبيان مع عدد خمسين من المتخصصين والخبراء في مجال الطباعة والإعلام المصري من أساتذة الجامعات والمسؤولين والعاملين في المؤسسات الصحفية (كجهات فاعلة في اتخاذ قرار التطبيق والتنبؤ بمدى فاعليته). بغرض مسح آراء النخبة حول تطبيق الواقع المعزز لرقمنة

الصحف المطبوعة المصرية وتحسين فاعليتها الاتصالية ، والوقوف على أهم التحديات التقنية والمؤسسية والجوانب البشرية والمجتمعية التي يمكن أن تواجه تطبيق تلك التقنية ، ثم تحديد فرص نجاحها في ظل تلك التحديات. وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه بالرغم من أن مدى فوائد دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة مازال غير واضح المعالم وخاضع للمناقشة والبحث، إلا أن تقنية الواقع المعزز تمثل أحد أفضل الخيارات الاستراتيجية المتاحة لتحسين فاعلية اتصال الصحيفة المطبوعة وجعلها أحد وسائل الإعلام الهجينة.

٣. دراسة سلوى احمد محمد ابوالعلا الشريف (٢٠٢٢)

بعنوان توظيف تقنيات الواقع المعزز في تصميم الإعلان وانعكاسها على تصورات المتلقي الرقمي نحوها ، استهدفت الدراسة تحليل أنواع الإعلانات المصممة بتقنية الواقع المعزز المنشورة عبر منصة يوتيوب، ورصد أبعادها (الموقع، ونوع المنتجات، والجمهور المستهدف، ونوع الأجهزة المستخدمة، ونوع التفاعل)، ورصد الموضوعات السائدة في تعليقات المتلقين عبر منصة يوتيوب حول إعلانات الواقع المعزز، ومواقفهم تجاهها، من خلال إجراء دراسة وصفية تحليلية، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها: أن النوع الاعلاني الأكثر استخداماً هو المرأة السحرية، يليه الطباعة النشطة، ثم النافذة الوهمية، ورسم الخرائط الإسقاطية، وأخيراً الطبقة الجغرافية، وأن تقنية الواقع المعزز تسمح للمستخدمين بتجربة المنتجات من أي مكان، وظهر تنوع في استخدام علامات تجارية عديدة، وفي مجالات مختلفة لتقنية الواقع المعزز في تصميم إعلاناتها، كما أشارت النتائج إلى أن الإعلانات المصممة بتقنية الواقع المعزز تستهدف جمهوراً متنوعاً، وأظهرت أن استخدام تقنية الواقع المعزز عبر الهواتف الذكية والشاشات التفاعلية المجهرية بتقنية الواقع المعزز هما أكثر أجهزة استخداماً وانتشاراً في الإعلانات، ووجود أربع طرق لتفاعل المستخدم مع الإعلان، هي: الإدراك، والمعالجة والتكامل، والتفاعل، وتركزت أغلب تعليقات المتلقين لإعلانات الواقع المعزز عينة الدراسة على عناصر الإعلان أكثر من العلامة التجارية التي تم الترويج لها، إضافة إلى أن أغلب المتلقين لديهم عموماً مواقف ومشاعر إيجابية عاطفية تجاه الإعلانات المصممة بتقنية الواقع المعزز عبر يوتيوب، فأظهروا إعجابهم بالإعلان ككل، وباستخدام هذه التقنية، كما أن مواقف المتلقين السابقة للمنتج أثرت على مواقف منتجهم بعد التعرض.

٤. دراسة وفاء صلاح عبد الرحمن (٢٠٢١)

بعنوان تكنولوجيا الواقع المعزز وأثرها في القضاء على الخداع الاعلاني وزيادة المبيعات ، جاءت فكرة تطبيق تقنية الواقع المعزز في الإعلان بعدما بدأ الجمهور يشعر بالتشبع الاعلاني وزيادة الخداع الاعلاني عبر الوسائل الاعلانية المختلفة، مما جعل خلق وترك الانطباع المرغوب لدي الجمهور أمراً صعباً؛ مما دفع حاجة المعلنين لتغيير مداخلهم والاستعانة بالتكنولوجيا الحديثة لربط وتغيير مفاهيم بعض من الوسائل الاعلانية وإيجاد وسائل غير تقليدية للتأثير على الجمهور. فثقة العملاء بوسائل الإعلانات المختلفة له دور هام في الرغبة في الشراء. فقد كشف استطلاع لـ ٢٨٠٠٠ ألف عميل من ٥٦ دولة حول العالم لشركة Nielsen العالمية أن ثقة العملاء في الإعلانات التقليدية تتناقص، بينما تتزايد ثقتهم للإعلانات

عبر شبكة الانترنت والهاتف المحمول، ومن أهم تلك الإعلانات تلك المستخدمة لتقنية الواقع المعزز. مما سبق تنبع مشكلة البحث في معرفة أثر توظيف تقنية الواقع المعزز في القضاء على الخداع الاعلاني، بما يساعد على زيادة المبيعات.

وتوصلت نتائج البحث إلى أن الواقع المعزز يحقق العديد من الفوائد للمستخدمين من خلال التجربة الفعلية للمنتج قبل الاستخدام مما يقضي على الخداع الاعلاني الذي عانى منه المستخدم في الاشكال الاعلانية التقليدية، كما حقق للشركات العديد من الفوائد أهمها زيادة مصداقيتها لدى المستخدمين مما ساعد على زيادة المبيعات.

٥. دراسة هند يحيى عبد المهدي عبد المعطى (٢٠٢٠)

بعنوان استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR) بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية، تسعى هذه الدراسة لإستشراف استخدام تقنية الواقع المعزز والواقع المختلط بالمواقع الإلكترونية الصحفية عبر المستحدثات التقنية (الهواتف الذكية ونظارة Hololense) وذلك لتوفير قاعدة معلومات مستمدة من الرصيد البحثي والمعرفي المتراكم مما يساهم في توفير مادة بحثية ثرية وحديثة في هذا الصدد ويتيح إمكانية تطوير الصحافة الإلكترونية عبر الهواتف الذكية وزيادة كفاءتها مستقبلاً. كما تسعى إلى التعرف على طبيعة الإمكانيات البشرية والتقنية المتاحة داخل غرفة مصممة ومطورة المواقع الإلكترونية الصحفية لتطبيق الواقع المعزز والواقع المختلط. والتعرف على تصور مصممي ومطوري المواقع الإلكترونية الصحفية للدور المفترض الذي يقوم - أو ينبغي أن يقوم - به الواقع المعزز والواقع المختلط، والمواصفات والشروط التي ينبغي توافرها في ممارستها، ورصد توقعات مصممي ومطوري المواقع الإلكترونية الصحفية لمستقبل الواقع المعزز والواقع المختلط بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية (الموبايل أو الهواتف الذكية ونظارة Hololense) في الفترة القادمة من حيث درجة ممارستها وتعميمها، ورؤيتهم لسبل زيادة الوعي بهم، وحث الصحف الإلكترونية عبر الموبايل على استخدامهم، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، كما تنتمي أيضاً إلى الدراسات الإستشرافية، ويتمثل مجتمع الدراسة في مصممي ومطوري المواقع الإلكترونية الصحفية والتي استخدمت تقنية الواقع المعزز (AR) على الصحف الورقية فقط مثل صحف (الأهرام - الأخبار)، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المتعمقة مع عدد (٦) من مطوري المواقع الإلكترونية الصحفية، ومن أهم نتائج هذه الدراسة: تؤكد هذه الدراسة أنه لا تزال إمكانيات الواقع المعزز والواقع المختلط في الصحافة الإلكترونية غير مستكشفة إلى الآن أن عينة الدراسة من المختصين بإنتاج AR و MR من المصممين والمطورين للمواقع الإلكترونية، أجمعوا على عدم معرفتهم بتقنية الواقع المختلط، الإمكانيات البشرية والتقنية المتاحة لتطبيق AR و MR لا يوجد لها حدود فذلك طبقاً للخيال، الذي يُنتج ويُصنّع AR يُطلق عليه مبرمج ومطور مختص بالـ AR أو مطور برامج.

٦. دراسة محمد عبد الحميد حجاج (٢٠٢٠)

بعنوان أثر استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز "الكروت الذكية" على

مهارة رسم المانيكان بالأوضاع المختلفة واتجاه طلاب قسم الملابس والنسيج، يهدف البحث إلى التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز "الكروت الذكية" على مهارة رسم المانيكان (حريمي - رجالي - أطفال) بالأوضاع المختلفة، مستخدماً أحدث أدوات رسم المانيكان وهي "مجموعة مساطر رسم المانيكان"، بالإضافة إلى التعرف على اتجاه طلاب قسم الملابس والنسيج نحو استخدام تلك التكنولوجيا، وتحقيقاً لأهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة العمدية من (١٥٠) طالب وطالبة هم طلاب الفرقة الثانية قسم الملابس والنسيج كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية، وتم تطبيق الاختبارات ضمن مقرر مادة التشريح في الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ٢٠١٨-٢٠١٩م، تم تقسمها إلى (٧٧) طالب وطالبة للمجموعة التجريبية درست باستخدام تكنولوجيا الواقع المعزز "الكروت الذكية"، و(٧٣) طالب وطالبة للمجموعة الضابطة والتي درست بالطرق التقليدية. وتمثلت أدوات مواد الدراسة في اختبار مهاري لرسم المانيكان (حريمي - رجالي - أطفال) في أوضاع مختلفة باستخدام "مجموعة مساطر رسم المانيكان"، ومقياس الاتجاه تكون من (٢٠) فقرة، وتصميم وتنفيذ المحتوى الخاص بالكروت الذكية، بالإضافة إلى استخدام بطاقات الملاحظة قبل وثناء وبعد التجربة لتدوين كافة الملاحظات للاستعانة بها في استخراج نتائج البحث. واستخدمت الدراسة المعالجات الإحصائية المختلفة، وتوصلت إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين متوسطي درجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة في الاختبار المهاري البعدي لرسم المانيكان في الأوضاع المختلفة بعد ضبط الاختبار القبلي لصالح طلاب المجموعة التجريبية، وتوصلت الدراسة أيضاً أنه يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين متوسطي القياسين القبلي والبعدي لطلاب المجموعة التجريبية لمقياس الاتجاه لصالح الاختبار البعدي. وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يوصي الباحث بضرورة إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية استكمالا لموضوع الدراسة لتحسين عملية التعليم والتعلم.

٧. دراسة عبدالله بن حامد الحامد الحامد (٢٠٢٠)

بعنوان معوقات استخدام تقنيات الواقع المعزز في التدريس من وجهة نظر المشرفين التربويين، سعت الدراسة للكشف عن معوقات استخدام تقنيات الواقع المعزز في التدريس من وجهة نظر المشرفين التربويين في مدينة الرياض، واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، حيث بلغت عينة الدراسة (١١٣) مشرفاً تربوياً، يمثلون (٣٧,٢٪) من مجتمع الدراسة. وتمثلت أداة الدراسة في استبانة مغلقة حوت (٣٤) عبارة تم التأكد من صدقها وثباتها. وقد أظهرت الدراسة أن أفراد عينة الدراسة من المشرفين التربويين موافقين على جميع المعوقات التي تواجه استخدام تقنيات الواقع المعزز في التدريس، وبمتوسط حسابي عام بلغ (٣,٦١). وحلت المعوقات المادية في المرتبة الأولى بمتوسط (٤,١٧)، ثم المعوقات الفنية/ التقنية بمتوسط (٣,٨٠)، ثم المعوقات الخاصة بالمعلم بمتوسط (٣,٥٨)، ثم المعوقات الاجتماعية بمتوسط (٣,٤٤)، أما المعوقات الخاصة بالمتعلم فقد جاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط (٢,٩٥). كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة نحو جميع معوقات استخدام تقنيات الواقع المعزز في التدريس تعود إلى المؤهل العلمي أو التخصص أو مدة الخبرة الإرشافية.

٨. دراسة بدور صالح العبودي ، و الهام عبدالكريم (٢٠١٩)

بعنوان تقييم كفايات معلمات العلوم لتطبيق الواقع المعزز ، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توفر الكفايات التقنية والأخلاقية اللازمة لتطبيق الواقع المعزز لدى معلمات العلوم، وتكونت العينة من ١٣٤ معلمة من معلمات العلوم للمرحلتين المتوسطة والثانوية في محافظة الخرج. تم استخدام المنهج الوصفي وتمثلت أداة الدراسة في استبانة إلكترونية موجهة لمعلمات العلوم، وأظهرت نتائج الدراسة أن معظم عينة الدراسة ليس لديهن معرفة سابقة بالواقع المعزز وأن كفايات استخدام الحاسب الآلي وكفايات التعامل مع الانترنت متوفرة بمستوى متوسط، في حين أن كفايات تصميم البرمجية التعليمية متوفرة بمستوى ضعيف، بينما توفرت كفايات أخلاقيات استخدام الحاسب الآلي عند استعمال مواد تعليمية من الانترنت بمستوى عالي. وتوصي الدراسة بنشر الوعي بتطبيقات وتقنية الواقع المعزز وكذلك بتدريب المعلمات على الكفايات التقنية اللازمة لاستخدام الواقع المعزز كاستخدام المكتبات الإلكترونية، وإنشاء الوسائط المتعددة، وربط الكاميرا الرقمية بالحاسب واستخدامها.

٩. دراسة شيرين عبدالحفيظ البحري (٢٠١٨)

بعنوان تطبيقات الواقع المعزز على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأثرها على التحصيل الدراسي لمادة التصوير الإعلامي لدى طلاب الإعلام التربوي ، هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على أثر استخدام تطبيقات الواقع المعزز على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية في التدريس على التحصيل الدراسي لمادة التصوير الإعلامي لدى طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية ، و قد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (٤٠) مفردة بالطريقة العمدية من الطلاب الذين يقتنون موبايل حديث أو تابلت بقسم الإعلام التربوي الفرقة الثالثة بكلية التربية النوعية بأشمون جامعة المنوفية بحيث تقبل تحميل تطبيقات الواقع المعزز و تم تدريسهم أولاً بالطريقة التقليدية لمادة التصوير الإعلامي وعمل الاختبار القبلي ثم تم تطبيق استخدام تقنية الواقع المعزز في التدريس لمادة التصوير الإعلامي وعمل الاختبار البعدي ، وذلك من خلال أربعة محاور للتحصيل الدراسي والمعرفي (الفهم والادراك والتذكر ومحور التحليل للمعلومات والتطبيق) حيث أن الواقع المعزز يعرض المعلومة بطريقة شيقة وجذابة فضلاً عن تبسيطها وتسهيلها ، و قد اعتمدت الباحثة في الدراسة الحالية على المنهج شبه التجريبي وذلك نظراً لمناسبته لطبيعة الدراسة و للتعرف على أثر التدريس بتطبيق استخدام تقنية الواقع المعزز (المتغير المستقل) على التحصيل الدراسي (المتغير التابع) لمادة التصوير الإعلامي لطلاب الإعلام التربوي الفرقة الثالثة مشتملة على مستويات (الفهم والادراك ، التذكر و التحليل والتطبيق) وقد استخدمت الباحثة مقياس لاختبار تحصيلي قبلي وبعدي على عينة الدراسة، و قد استخدمت الباحثة اختبار تحصيلي (قبلي) لمقرر مادة التصوير الإعلامي لطلاب الإعلام التربوي الفرقة الثالثة لقياس مستويات التحصيل المعرفي متضمنة (مستوى الفهم والادراك، مستوى التذكر و مستوى التحليل و مستوى التطبيق). ثم اجراء اختبار تحصيلي (بعدي) بعد استخدام تقنية الواقع المعزز في التدريس لمقرر مادة التصوير الإعلامي لطلاب الاعلام التربوي الفرقة الثالثة ، وقد توصلت نتائج الدراسة الى ان تطبيق

استخدام الواقع المعزز في التدريس له تأثير واضح وقوي على مستويات التحصيل الدراسي والمعرفي الاربعة (الفهم والادراك ،التذكر وتحليل المعلومات والتطبيق) لطلاب الاعلام التربوي الفرقة الثالثة . ويساهم بطريقة فعالة في تحسين مستويات التحصيل الدراسي. وقد تم حساب قوة تأثير الواقع المعزز في التدريس على المستويات الاربعة للتحصيل الدراسي والمعرفي و قد بلغت قوة التأثير (٨٧,٣٪) وذلك نموذج الانحدار الذي تم تطبيقه .

المحور الثاني: دراسات تناولت نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في المواقع الإخبارية

١. دراسة فتحية إبراهيم محمد (٢٠٢١)

بعنوان فاعلية المعايير المهنية في نشرات الأخبار التلفزيونية ، دراسة مقارنة بين قناتي الخرطوم والجزيرة الفضائيتين. وتناول البحث أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨م التي تناولتها وسائل الإعلام التي تلعب دوراً مهماً في ترسيخ المعلومات. هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية المعايير المهنية من خلال تحليل عينة من نشرات الأخبار في قناتي الخرطوم والجزيرة الفضائيتين، والتعرف على كيفية اختيار الأخبار وجمعها وأساليب معالجتها، بأسلوب علمي واضح. واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون باختيار عينة منتظمة للنشرات الإخبارية الرئيسية للقناتين (بأسلوب الأسبوع الصناعي) لمدة أربعة أشهر (من ١٩/ديسمبر/٢٠١٨م - ١١/أبريل/٢٠١٩م) وخلصت الدراسة لعدة نتائج أهمها كشفت الدراسة عن استخدام كل من قناتي الخرطوم والجزيرة الفضائيتين للوسائل الإيضاحية المتنوعة من صور وفيديوهات بصورة كبيرة من خلال معالجتها الإخبارية لعينة أخبار ثورة ديسمبر ٢٠١٨م كأسلوب إعلامي لتحقيق الإبهار وشد الانتباه، وتوصلت الدراسة إلى أن مصادر المادة الخبرية عينة الدراسة لقناة الجزيرة كانت مصادر ذاتية مما يدل على امتلاك قناة الجزيرة لشبكة مراسلين كبيرة في أنحاء العالم الأمر الذي لم يتوفر في قناة الخرطوم، فاستخدام المراسلين والمندوبين محاولة لأضفاء الواقعية والموضوعية على التغطية. بينما استعانت قناة الخرطوم بوكالات الأنباء بنسبة أعلى. وتوصلت الدراسة إلى عدة توصيات منها يتوجب على قناة الجزيرة الفضائية التمسك بشعارها (الرأي والرأي الآخر) وعدم الانحياز إلى جهة دون أخرى عند تفسيرها للأخبار، منح الصحفيين بقناة الخرطوم الفضائي .

٢. دراسة إيمان محمد عبد الواحد عامر عامر (٢٠٢١)

بعنوان استخدامات وتأثيرات نشرات الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة على اتجاهات المشاهدين نحو قضايا السياسة الداخلية ، يحتوي البحث علي دراسة استخدامات وتأثيرات نشرات الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة علي اتجاهات المشاهدين نحو قضايا السياسة الداخلية، وتم الاعتماد علي نظرية الاستخدامات والتأثيرات كإطار نظري، وقد تم تقسيم أدبيات البحث الحالي لثلاث محاور كما يلي: أولاً: الأدبيات التي تناولت استخدام المشاهدين لنشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية وتأثيرها ، ثانياً: الأدبيات التي تناولت نشرات الإخبارية في التلفزيون علي اتجاهات المشاهدين، ثالثاً: الأدبيات التي تناولت تغطية القنوات التلفزيونية للقضايا السياسية والأزمات ، كما يشمل

الإخبارية للشئون الإيرانية والعربية في كلاً من قناة بي بي سي العربية وقناة روسيا اليوم ودراسة مدي التزام كلا القناتين بمبدأ التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة ومدي الالتزام بالحيادية وتحليل الأطر المقدمة في التغطية الإخبارية للقضايا العربية والإيرانية ، وظهرت الدراسة غلبة الاخبار السياسية والعسكرية والأمنية على عينة الدراسة في قناتي بي بي سي العربية وروسيا اليوم. -عمدت كلا القناتين لاستخدام إطار الصراع بشكل مكثف في معالجة القضايا العربية والإيرانية تلاه استخدام إطار الاحتجاج ثم إطار التعاون تلاه إطار المسئولية.

٦. دراسة دينا وحيد عتيق (٢٠١٦)

" أطر معالجة الأزمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية وإتجاهات الجمهور نحوها " تسعى هذه الدراسة للتعرف علي الكثير من الأهداف التحليلية والميدانية ومنها رصد وتحليل أطر الأزمات السياسية العربية التي تتناولها النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة ،من خلال التعرف علي أهم الأطر المستخدمة في التناول الإعلامي لهذه الأزمات وكذلك القوي الفاعلة وكيفية المعالجة وغيرها وقياس العلاقة بين معالجة القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية للأزمات السياسية واتجاهات الجمهور المصري نحوها .

٧. دراسة Amelie GodeFroid & Others (٢٠١٦)

والتي سعت إلى توضيح مفهوم التأطير الإخباري من خلال تحليل التغطية الإخبارية للأحداث السورية في كل من الصحف الأمريكية والبريطانية والفرنسية والروسية حيث اختارت عينة من الصحف تشتمل على الترتيب: "نيويورك تايمز"، "ديلي تلجراف"، "لوفجارو"، "موسكو تايمز" وتناولت معالجتها الأحداث السورية قبل وبعد الأسلحة الكيميائية في ٢١ أغسطس ٢٠١٣، وطرحت الدراسة في نتائجها تساؤلات حول طبيعة الصحف وتأثيراتها في الرأي العام.

٨. دراسة Ahmed El Rawi (٢٠١٦)

والتي ناقشت القيم الاخبارية التي تستخدمها المؤسسات الاخبارية في مواقعها على شبكات التواصل الاجتماعي واختبرت الدراسة معايير انتقاء الأخبار التي تقدمها المؤسسات الاخبارية المختلفة من خلال صفحات مواقعها وخاصة مواقع القنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية على Facebook وهي قنوات "العلم الإيرانية" و "الدويتش فيلي" و "روسيا اليوم" والـ "بي بي سي" واهتمت في تحليلها للقصص الاخبارية عينة الدراسة بالمصادر، والممثلين السياسيين، وأوضحت بين نتائجها أن الأجندة الخاصة بالمؤسسات الاعلامية والتأثيرات الاجتماعية ومدى قرب الحدث من المتلقي هي أهم العناصر المؤثرة في انتقاء الأخبار على هذه المواقع.

٩. دراسة إياد خليل إبراهيم (٢٠١٥)

والتي تناولت التوظيف الإخباري للأزمة السورية في الفضائيات الدولية، دراسة تحليلية لنشرات الأخبار في قناتي "فرنسا ٢٤" و"روسيا اليوم"، واستهدفت الدراسة التعرف على أساليب المعالجة الإخبارية للأزمة السورية في القناتين وأوضحت نتائجها افتقار القناتين في تغطيتهما الإخبارية إلى الموضوعية والتوازن واتسمتا بإهمال رأي الطرف الآخر وأكدت النتائج على اتقان دعم التغطية الإخبارية لصورة معينة للأزمة

البحث على أهداف الدراسة وأهميتها التي تتمثل في دراسة العلاقة بين القنوات الحكومية والخاصة وتأثيرها على اتجاهات المشاهدين ، ويشتمل البحث أيضاً علي نتائج أدبيات البحث العلمي في مجال الدراسة، وكذلك علي الإطار المنهجي للدراسة والإجابة علي تساؤلات البحث وكانت من أهم نتائج اختبارات واجراءات فروض الدراسة وتم إجراء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام استمارة الاستبيان، وبناء على نتائج دراسة العلاقات بين المتغيرات الخاضعة للبحث وإجراء التحليل الإحصائي للبيانات والاختبارات الإحصائية تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة عينة الدراسة لنشرات الأخبار في كل من القنوات الحكومية والخاصة والتأثير علي اتجاهاتهم نحو قضايا السياسة الداخلية، ومناقشة لأهم النتائج والتوصيات والمقترحات المرتبطة بنتائج البحث.

٣. دراسة أميرة فتحي إبراهيم القاضي (٢٠٢٠)

بعنوان تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار ، تعدد مصادر التأثير في بناء أجندة نشرات الأخبار التلفزيونية ومنها وكالات الأنباء والمراسلين وسياسة القناة، فقد أصبح للإعلام البديل بأتماطه المختلفة من مواقع التواصل الإجتماعي، وإذاعات الإنترنت، ومواقع التلفزيون الإلكتروني، ومواقع الصحف للأفراد وغيرها، دور مؤثر في بناء أجندة نشرات الأخبار، خاصة مع تعدد سماتها الإيجابية المختلفة من حيث السرعة وحرية تداول المعلومات وغيرها ، وتتناول هذه الدراسة تفصيلاً دور مواقع الإعلام البديل بمصادره المختلفة في بناء أجندة نشرات الأخبار التلفزيونية المقدمة في الإعلام المصري على مستوى القنوات الرسمية والقنوات الخاصة.

٤. دراسة (Kalogeropoulos, Cherubini, & Newman, ٢٠١٦)

جاءت للكشف عن أكثر الفيديوهات الإخبارية جذبا للجمهور وطبيعة القيم التي تؤثر في ذلك ، اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة لـ ٣٠ من المسؤولين في مؤسسات إخبارية موزعين على ٢٦ دولة في أوروبا وأمريكا الشمالية، كما اعتمدت على تطبيق استطلاع أظهرت نتائجه أن نسبة مشاهدي الفيديوهات الإخبارية مثلت ٧٥٪ ممن شملهم الاستطلاع فيما أبدى ٢٥٪ من مستخدمي المواقع الإخبارية عدم اهتمامهم بمتابعتها. وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مشاهدة الفيديوهات الإخبارية قد تضاعفت من ١٠٪ في الأوضاع العادية لتصل إلى ٢٢٪ بعد وقوع هجمات باريس الإرهابية. وعزت الدراسة ذلك إلى أن هذه الفيديوهات قد قدمت تغطية إخبارية متميزة وقصص مرتبطة بتداعيات الهجمات . كما أظهرت نتائج الدراسة أن أهم اسباب عدم متابعة الفيديوهات الإخبارية تمثلت في تفضيل القراءة على المشاهدة بالإضافة إلى عدم إضافة الفيديو قيم جديدة للقصة الإخبارية النصية وحول مواصفات الفيديوهات أظهرت النتائج أن الفيديوهات القصيرة التي لا تتجاوز الدقيقة وبدون صوت حقيقي للأحداث مع وجود عناوين ومعلومات فرعية تشرح بعض زوايا الحدث كانت الأعلى مشاهدة .

٥. دراسة أحمد سعيد جاد الله (٢٠١٦)

" المعالجة الإخبارية للشئون العربية والإيرانية في قناتي روسيا اليوم وبي بي سي العربية "هدفت الدراسة إلي رصد وتحليل خصائص المعالجة

السورية بما يتفق وسياسة كل من الحكومتين.

١٠. دراسة Asimina Michailidou (٢٠١٥)

حول التغطية الإخبارية الخاصة بالأزمة الأوروبية الواقعة ٢٠١٢/٢٠١٣ وكذلك فيما يتعلق بالأزمة البرلمانية الأوروبية ٢٠٠٩ وتناولت الدراسة الاتجاهات السائدة في الأخبار على المواقع الإلكترونية على مدى الفترات الزمنية وفي دول مختلفة أعضاء بالاتحاد الأوروبي. وقد طرحت الدراسة النموذج السائد بين الدول الأوروبية المختلفة وقد أوضحت النتائج أنه بالرغم من الاختلافات في الأخبار المنشورة بالمجال العام ، إلا أن الاتحاد الأوروبي مازال يتمتع بوحدة الرسمية وهو ما تؤكد السياسات الرسمية الممثلة للدول المختلفة الأعضاء في الاتحاد والتي مازالت المفتاح الأساسي للأطر الإخبارية الخاصة بالأزمة، وأظهرت النتائج أن الأخبار اتخذت أطراً عاطفية لتوجيه الرأي العام بشكل يفوق الأطر المنطقية والعقلية، مما جعل الأزمة الأوروبية تبدو وكأنها اختلافات بشأن تحقيق مزيد من التماسك والقوة.

١١. دراسة Li Zang & Lie Jie Zahou (٢٠١٥)

والتي سعت إلى اختبار كيفية تناول الإخباري من خلال وكالة الأنباء الصينية ووكالة رويتر ووكالة اسوشيتدبريس، وذلك فيما يتعلق بأحداث الخامس من يوليو في ظل القواعد المقيدة للحريات التي وضعتها الحكومة الصينية، وقد أوضحت النتائج أنه في المراحل الأولى للصراع تشابهت الوكالات الثلاث في الأطر الإخبارية التي استخدمتها في تناول، ولكن بتصاعد الصراع اختلفت الأطر فيما بينها بشكل واضح ليعكس كل منها اتجاه الدولة التابعة لها .

١٢. دراسة صابر حسن محمد طر (٢٠١٤)

" العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني "

تحدد مشكلة الدراسة في توصيف طبيعة العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية محل الدراسة لدى الشباب اليمني، وتأتي أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تؤديه المواقع الإخبارية في تشكيل معارف ووعي جمهور الشباب اليمني في عموم مجالات الحياة والسياسية منها على وجه الخصوص، ويتضمن مجتمع الدراسة المسحية للمضمون ثلاث قضايا سياسية يمنية وأخرى عربية، وبلغ إجمالي عدد المواد الإخبارية التي تحليلها بشكل عمدي لتلك القضايا ومن خلال الصفحة الرئيسة لسبعة وعشرين موقعاً إخبارياً (٤٧٤٤ مادة إخبارية)، وطبقت الدراسة المسحية لجمهور الشباب على عينة عمدية تكون من (٤٥٩ مبحوثاً) في العاصمة اليمنية صنعاء، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة المسحية للمضمون وجود جوانب من القصور في عدم استغلال إمكانيات التفاعلية وتطبيقات الوسائط المتعددة في جذب الجمهور إليها، ووجود فروق دالة بين جميع أنواع المواقع الإخبارية بالنسبة لفئات الوسائط المتعددة والصور المصاحبة للمادة الإخبارية.

١٣. دراسة ولاء عبدالرحمن فودة (٢٠١٤)

حول المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الموجهة باللغة العربية في الفترة من ٢٠١١/١/١ إلى ٢٠١١/٢/١٥ حيث قامت بتحليل نشرات الأخبار على كل من قناة "بي بي سي العربية" و"فرنسا ٢٤" وكذلك "روسيا اليوم" وأوضحت النتائج اهتمام تلك القنوات بقضايا الدول النامية وعلى رأسها مصر وكذلك أوضحت اختلاف أطر التناول.

١٤. دراسة Jad Malki (٢٠١٤)

والتي تناولت تأثير العوامل السياسية والاقتصادية والثقافية على الأطر الإخبارية التي يختارها القارئ بالاتصال لتناول أخبار صراعات الشرق الأوسط وهو ما أوضحت الدراسة من خلال مقارنة الأطر المستخدمة في وسائل الاعلام الهامة والمؤثرة في كل من أمريكا وإسرائيل ولبنان وتحليل الأخبار الخاصة بالحرب الاسرائيلية اللبنانية عام ٢٠٠٦. وقد أوضحت نتائجها وجود علاقة قوية بين الأطر المستخدمة في تناول الحرب لدى كل من أمريكا وإسرائيل مع وجود بعض الاستثناءات.

تساؤلات الدراسة

هناك العديد من التساؤلات التي يمكن طرحها حول دراسة تبني المواقع الإخبارية البحرينية لتقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار وانعكاساتها علي جودة الخدمة الإخبارية المقدمة للجمهور البحريني ، ومن بين هذه التساؤلات:

١. ما التقنيات المناسبة لتبنيها في إنتاج نشرات الأخبار وتحسين جودة الخدمة الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية ؟
٢. ما التحديات التي يمكن مواجهتها في تبني تقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية البحرينية ؟
٣. ما التأثيرات المتوقعة لتبني تقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار على جودة الخدمة المقدمة للمشاهدين في مملكة البحرين ؟
٤. كيف يمكن لتقنيات الواقع المعزز تحسين جودة التغطية الإخبارية وجعلها أكثر تفصيلاً ووضوحاً للمشاهدين؟
٥. ما التقنيات المناسبة لإضفاء الحيوية على الأحداث وجعلها أكثر واقعية للمشاهدين في المواقع الإخبارية البحرينية ؟
٦. كيف يمكن استخدام التقنيات المختلفة لتحسين التفاعل والمشاركة بين المشاهدين ومقدمي الخدمة الإخبارية ؟
٧. ما الاستراتيجيات التي يجب اتباعها لضمان استخدام تقنيات الواقع المعزز بشكل فعال ومناسب في إنتاج النشرات الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية ؟
٨. كيف يمكن لتقنيات الواقع المعزز تحسين التوازن في التغطية الإخبارية وعرض جميع الجوانب المختلفة للأحداث بشكل موضوعي؟
٩. ما النتائج المتوقعة لتطبيق تقنيات الواقع المعزز في إنتاج النشرات في المواقع الإخبارية البحرينية ؟

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الاستكشافية التي تسمح بوصف الظاهرة المدروسة وتحليلها، بالإضافة إلى استكشاف الأبعاد المختلفة المؤثرة في تبني استخدام تطبيقات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية البحرينية، وقد وظفت الدراسة المنهج المسحي لجمع البيانات من العينة المختارة عن طريق استمارة استبيان، بهدف الوصول إلى استدلالات علمية توضح العلاقات الارتباطية والفارقة بين متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح (Survey) باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة الإعلامية في وضعها الحالي، ولمعرفة مختلف جوانب الدراسة واستخلاص النتائج المفسرة لها، وقد استخدم الباحث منهج المسح بالعينة، حيث تشمل الدراسة المسحية عدة أنواع منها مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ومسح الجمهور، وهذه الدراسة استخدمت مسح الجمهور البحريني، وذلك للتعرف على كيفية توظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج النشرات الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية وتأثيرها على جودة الخدمة الإخبارية المقدمة لهم.

مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة الجمهور البحريني المتابع للنشرات الإخبارية في المواقع الإخبارية البحرينية.

عينة الدراسة

تتمثل عينة الدراسة في عينة عشوائية منتظمة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور بمملكة البحرين المتابعين لنشرات الاخبار في المواقع الإخبارية البحرينية.

أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان بهدف إكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الموضوعي المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى.

صدق وثبات الاستقصاء

يعد الصدق من أهم صفات الإستبيان الجيد؛ ولكي يتأكد الباحث من صدق الاستبيان تم عرضه على عدد من أساتذة الإعلام، وقد تم تعديل محاور الاستبيان وأسئلة بناء على توصيات السادة المحكمين وتعديلاتهم، ثم قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة بسيطة من الجمهور البحريني للتأكد من فهم الإستبيان وملاحظة المدة الزمنية لتطبيق الاستبيان وتم تعديل بعض صيغ الأسئلة.

وللتأكد من ثبات الاستبيان قام الباحث بتطبيق الاستبيان على ١٠ ٪ من المبحوثين (٤٠ مفردة) ثم إعادة التطبيق بعد ١٥ يوم، وبعد جمع البيانات ومعالجتها إحصائياً حصل الباحث على معامل ثبات ٠,٨٨ هو معامل ثبات مقبول ودال إحصائياً.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال برنامج تحليل الإحصائيات الاجتماعي SPSS وهذا الإسم اختصار (Statistical Package for Social Sciences) اصدار رقم ٢٣ حيث تم إدخال البيانات ثم استخدام عدد من المعالجات الإحصائية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية والوزن النسبي.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA.
- معامل الارتباط بيرسون.
- اختبار (ت) T-test للعينات المرتبطة

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

ويتناول النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا وتوظيفها في مجال النشرات الاخبارية

• الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ويتم تناول النظرية وفقاً للأبعاد التالية: نشأة النظرية، الإطار المفاهيمي للنظرية، وفروض النظرية.

أولاً : نشأة النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

تعد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) إحدى التوجهات النظرية الحديثة التي تهتم بدراسة ما يحدث في عقول الأفراد عندما يسعون إلى استخدام التطبيقات التكنولوجية في السياق التنظيمي والمهني، حيث تختبر تأثير مكونات الفرد الداخلية كالمعتقدات والاتجاهات، والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة الاجتماعية المحيطة والإمكانيات المتاحة، ودراسة تأثير بعض المتغيرات الوسيطة المتمثلة في النوع والخبرة وطوعية الاستخدام¹.

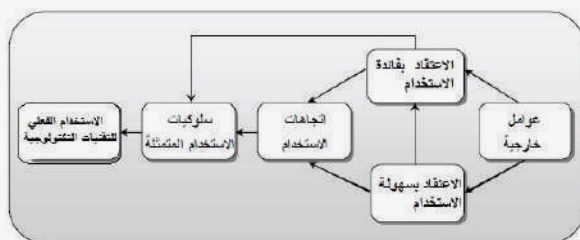
ويُعد فينكاتيش ، وموريس ، وديفيز Venkatesh, Morris, Davis ٢٠٠٣ أول من وضعوا اللبنات الأولى لهذه النظرية، فقد عملوا على دراسة مدى قبول المستخدمين للتعامل مع أي تكنولوجيا جديدة كطريقة للتنبؤ وتبرير مدى قبول الأفراد لتكنولوجيا المعلومات، وقد نبعت فكرة هذه النظرية نتيجة لتعدد النظريات والنماذج المستخدمة

1 Van Schaik, P. (2011). Unified theory of acceptance and use for Web sites used by students in higher education. Journal of Educational Computing Research, 40(2), March, 230, retrieved 20/2/2016 from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2190/EC.40.2.e>

شكل (٢)

نموذج قبول استخدام التكنولوجيا

Fred D Davis Technology Acceptance Model - TAM



وقد أظهرت نتائج العديد من الدراسات الغربية أن نموذج قبول استخدام التكنولوجيا TAM لم يعط تفسيراً قوياً يؤكد درجة قبول الأفراد لاستخدام التكنولوجيا بدرجة أكبر من ٣٠٪، وكذلك نموذج TAM٢ وهو أحد النماذج التي جاءت كتطوير لنموذج TAM لم يعط تفسيراً أكبر من ٤٠٪^١.

لذا أدرك فينكاتيش وزملاؤه Venkatesh, et.al ٢٠٠٣ بضرورة تجميع جميع النظريات والنماذج الثمانية التي تشرح سلوك المستخدمين نحو قبول التكنولوجيا ووضعها في نموذج واحد لبلوغ رؤية موحدة وشاملة لدراسة قبول التكنولوجيا من قبل المستخدمين، وهو ما أثمر على ظهور نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الذي تؤكد نتائج العديد من الدراسات درجة موثوقيته، وبأنه قادر على التوقع وتفسير درجة قبول الأفراد للتكنولوجيا بدرجة أكبر من ٧٠٪، وهو ما يعطي قبولاً لدى كثير من الباحثين^٢.

وتهدف هذه النظرية كما في شكل رقم (٢) تفسير نية وسلوك الاستخدام وتقتصر أن توقع الأداء (Performance Expectancy (PE)، وتوقع الجهد (Effort Expectancy (EE)، والتأثير الاجتماعي (Social Influence (SI) يؤثران في النية السلوكية (Intention (BI)، بشكل مباشر، كما تؤثر في سلوك الاستخدام الفعلي (Use Behavior (UB) بشكل غير مباشر، في حين أن التسهيلات المتاحة (Facilitating Conditions (FC) تؤثر على سلوك الاستخدام الفعلي (Use Behavior (UB) بشكل مباشر، كما راعت النظرية تأثير المتغيرات الفردية الوسيطة المتمثلة في (النوع، العمر، الخبرة، طوعية الاستخدام) على نية وسلوك استخدام الأفراد للتطبيقات التكنولوجية^٣.

في توضيح سلوك قبول التقنية من قبل المستخدمين^٤.

لذا شرع فينكاتيش وزملاؤه Venkatesh, et.al ٢٠٠٣ في تنقيح ومقارنة ثمان نظريات ونماذج مهيمنة ومسيطر عليها ومستخدمة تشرح سلوك قبول التقنية من قبل المستخدمين وهي: نظرية الحدث (الفعل) المسبب (Theory of Reasoned Action (TRA)، نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model (TAM)، نموذج الدافعية (Motivational Model (MM)، نظرية السلوك المخطط (Planned Behavior (TPB)، نموذج الانتفاع من (استخدام) أجهزة الكمبيوتر الشخصية (Model of PC Utilization (MPCU)، نظرية انتشار الابتكرات (Innovation Diffusion Theory (IDT)، نظرية المعرفة الاجتماعية (Social Cognitive Theory (SCT)^٥.

ويرجع السبب في ذلك إلى ما واجهه الباحثون من صعوبات تمثلت في مشكلة الاختيار بين النظريات المتعددة التي تفسر تبني استخدام التكنولوجيا فبعضها بالغ في الأثر الإيجابي؛ لخبرة الاستخدام في الاتجاهات السلوكية، والآخر بالغ في تأثير المعتقدات الشخصية في نية الاستخدام، والبعض الآخر أغفل تأثير بعض المتغيرات الوسيطة كالنوع والعمر والخبرة وطوعية الاستخدام^٦.

كما أن بعض النماذج لم تعط تفسيراً قوياً يتنبأ بدرجة قبول استخدام الأفراد للتطبيقات التكنولوجية، فعلى سبيل المثال نموذج قبول التكنولوجيا TAM The Technology Acceptance Model وهو أحد النماذج التي اقترحها فريد ديفيز Fred Davis ١٩٨٦ والذي استهدف التعرف على درجة قبول استخدام الأفراد للتطبيقات التكنولوجية ونية الاستخدام الفعلي، وافترض النموذج أن سلوك الأفراد يتأثر بنوعين من المعتقدات؛ النوع الأول الاعتقاد بفائدة الاستخدام Perceived Usefulness، والثاني الاعتقاد بسهولة الاستخدام Perceived Ease of Use، وهذان المعتقدان يؤثران في اتجاهات الفرد نحو تبنيه للتطبيقات التكنولوجية Attitude Toward Use of Technological Applications ومن ثم يدفعه إلى الاستخدام الفعلي لها، فكلما كان اعتقاد الأفراد أن تلك التطبيقات سهلة ومفيدة أدى ذلك إلى تبنيهم اتجاهات إيجابية نحوها، أي أن الاتجاه عاملاً محدداً للاستخدام أو عدم استخدام الأفراد للتطبيقات التكنولوجية، وهو ما يوضحه الشكل التالي^٧.

2 Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. International Journal of Information Management, 34(1), 2. retrieved 20/1/2016 from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S02684012130>

3 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit, 425.

4 Hwang, Y., Al-Arabi, M., & Shin, D. H. (2016). Understanding technology acceptance in a mandatory environment: A literature review. Information Development, 32(4), September, 1274. retrieved 9/10 /2016 from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf>.

5 Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. Management science, 35(8), 985-986. retrieved 4/2/2016 from <http://home.business.utah.edu/actme/7410/DavisBagozzi.pdf>

6 Ssekibaamu, J. B. (2015). Technology and education: A quantitative study of the acceptance of gaming as a teaching tool using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Doctoral dissertation, Capella University), 43. retrieved 1/2/2016 from <http://search.proquest.com/docview/1712386935>

7 Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology, Op, Cit, 157.

8 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit, 447.

• الإطار المفاهيمي للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

وفقاً للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا يتحدد سلوك الاستخدام الفعلي للتطبيقات التكنولوجية من خلال متغير نية استخدام التكنولوجيا (الاتجاه نحو الاستخدام)، وتُحدد نية الاستخدام من خلال أربعة متغيرات هي: (توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثيرات الاجتماعية، ثم التسهيلات المتاحة).

وتتمثل هذه المتغيرات الخمسة المؤثرة في سلوك استخدام مقدمي نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية البحرينية للتطبيقات التكنولوجية في بيئة العمل الإخباري فيما يلي:

أولاً: توقع الأداء | Performance Expectancy - PE

يمثل مفهوم توقع الأداء أحد الركائز الرئيسية للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ووفقاً للنظرية يؤثر توقع الأداء في نية الفرد تجاه استخدام التقنيات التكنولوجية بشكل مباشر، وعلى سلوك الاستخدام الفعلي بشكل غير مباشر⁹.

ويتأثر توقع الأداء تجاه تبني استخدام الأفراد للتقنيات التكنولوجية بخمسة متغيرات مجمعة دُرست من قبل النظريات والنماذج المفسرة لقبول استخدام الأفراد للتكنولوجيا، وهي: (الاعتقاد بفائدة الاستخدام، Perceived Usefulness، الدوافع الخارجية Extrinsic Motivation، الملائمة الوظيفية Job-Fit، الميزة النسبية Relative advantage، النتائج المتوقعة Outcome expectations تفسر هذه المتغيرات مفهوم توقع الأداء المتوقع والمتغيرات المؤثرة فيه).

طُرِح المتغير الأول الاعتقاد بفائدة الاستخدام Perceived Usefulness في نموذجي قبول التكنولوجيا TAM Technology Acceptance Model ونظرية السلوك المختلط - Theory of Planned Behavior (TPB))، وعمل فينكاتيش وزملاؤه Venkatesh, et.al ٢٠٠٣ على وضع هذا المتغير في نظريتهم الموحدة، ويقصد بهذا المتغير درجة اعتقاد الفرد بأن استخدامه للتطبيقات التكنولوجية سوف يوفر عليه الجهد ويحسن من أدائه^{١٠}.

وارتبط المتغير الثاني الدوافع الخارجية Extrinsic Motivation بنموذج الدافعية (MM) (Motivational Model)، الذي أكد أن فاعلية الدوافع في تغيير سلوك الفرد؛ فقد تبين أن الدرجة التي يكون عندها الأفراد مدفوعين خارجياً أو داخلياً تتنبأ ببدء تغيير السلوك الناجح والمحافظة

عليه؛ فعندما يكون الهدف خارجياً أي مرتبط بالبيئة الخارجية يُسمى الحافز أو الباعث، وينشأ نتيجة لنية الفرد في الحصول على مكافأة عند إنجازها لما هو مطلوب منه أو تجنب عقوبة تجعله يذعن لتصرف محدد، وهو ما يعني أن أخصائيي الإعلام التربوي قد يدركوا أن استخدامهم لبرامج النشر الإلكتروني في تصميم المطبوعات يحقق لهم عوائد تتمثل في مكافآت من المدرسة أو التوجيه... إلخ.

أما الدوافع الداخلية Intrinsic Motivation فهي التي تنشأ من داخل الفرد نفسه كتحقيق المتعة أو الرضا الشخصي أو الاندماج في سلوك معين، ويرى البعض أن الدوافع الخارجية تغطي على الدوافع الداخلية؛ وذلك لسببين؛ السبب الأول لأنها تضعف التصميم الشخصي أي أن الأفراد يشعرون بضغط القوة الخارجية، ولهذا يشعرون بتبذيرات عالية للمحافظة على دوافعهم الداخلية بدلاً من الإذعان لرغبة مصدر المكافأة الخارجية، والسبب الثاني تقليل التقدير الشخصي أي أن تلك التقديرات التي تجعل الشخص يشعر بأن دوافعه الداخلية قد رفضت ولم تقدر وكنتيجة لذلك تتلاشى تقديراته الشخصية، ما يتسبب في خفض الجهد المبذول لأي نشاط جديد^{١١}.

واشتق المتغير الثالث الملائمة الوظيفية Job-Fit من نموذج Model of PC Utilization (MPCU)، ويقصد به إلى أي مدى يعتقد الفرد بأن التقنيات التكنولوجية الجديدة مناسبة للوظيفة التي يعمل بها، ويمكن لتلك التقنيات أن تعزز من أدائه الوظيفي.

كما اشتق المتغير الرابع الميزة النسبية Relative advantage من نظرية انتشار الابتكرات (IDT) Innovation Diffusion Theory، ويعرف على أنه: الدرجة التي يدرك فيها الفرد أن استخدامه للتكنولوجيا الجديدة المبتكرة أفضل من البديل الحالي، وترتبط عدة عوامل بالميزة النسبية تتمثل في: (عوامل اقتصادية، وعوامل الواجهة الاجتماعية، والارتياح) وتؤثر الميزة النسبية بالإيجاب في معدل تبني الاستخدام، ومن ثم الاستخدام الفعلي بعد ذلك^{١٢}.

وفي إطار الميزة النسبية لاستخدام برامج النشر الإلكتروني المكتبي في عملية تصميم المطبوعات الإعلامية المدرسية، فإن تلك البرامج لها مميزات تسهل على الفرد إخراج صفحات أنيقة؛ لاحتوائها على قوائم قابلة للانسداد تيسر على المصمم اللجوء إليها دون الحاجة إلى برمجيات معقدة، بالإضافة إلى إمكانية إصدار أوامر مركبة شديدة الفعالية؛ لتنفيذ ما هو مطلوب دون استعمال أي من مربعات الحوار أو لمس الفأرة، الأمر الذي يستطيع المصمم الصحفي من خلاله العمل على بناء مجموعة من القوالب والنصوص في نفس الوقت^{١٣}.

9 Taiwo, A. A., & Downe, A. G. (2013). The theory of user acceptance and use of technology (UTAUT): A meta-analytic review of empirical findings. Journal of Theoretical & Applied Information Technology, 49(1). March, 50. retrieved 1/3/2016 from <http://www.jatit.org/volumes/Vol49No1/7Vol49No1.pdf>

10 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit, 448.

11 ينكر، ياتشيا. (2012). ثورة الشبكات: كيف يغير الإنتاج الاجتماعي الأسواق والحرية، ترجمة فريج العويضي، ط 1. الرياض: العبيكان، 132.

12 Rogers, E. M. (2010). Diffusion of innovations. 5th ed, New York: Free Press, 14.

١٣ الحمداني، بشرى. (٢٠١١). أثر التقنيات الحديثة على الصحافة. مركز النور للثقافة والإعلام، تم الاسترجاع ٢٠١٦/٥/٣١ عبر الرابط <http://www.alnoor.se/article.asp?id=١١٤٧٧>

وهو ما يسهل لدى مقدمي نشرات الأخبار بالقنوات التلفيزيوية الاحتفاظ بتلك القوالب الجاهزة وتخزينها للرجوع إليها عند الطلب، بالإضافة إلى إمكانية نشرها عبر الإنترنت وعبر حسابات المدرسة على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى إمكانية تحويل تلك المطبوعات إلى الشكل التفاعلي.

وأخيرًا المتغير الخامس النتائج المتوقعة Outcome expectations وهي قناعات الفرد المتعلقة باحتمال أن يؤدي سلوكه إلى نتائج محددة، اشتق هذا المتغير من نظرية المعرفة الاجتماعية لباندورا Social Cognitive Theory (SCT) Bandura، ويرتبط بالنتائج المتوقعة عاملان: (الكفاءة الذاتية Self-efficacy، والقلق Anxiety).

وبحسب رأي أصحاب النظرية المعرفية الاجتماعية فإن امتلاك الفرد المهارة والمعرفة لأي تقنية لا يعني بالضرورة قدرته على استخدامها؛ فالعبرة هنا تتوقف على إدراكه لفاعليته الذاتية وإدراكه لصعوبة أو سهولة إنجاز السلوك، والتي ستدفعه لمواجهة أعمال ذات طابع التحدي، وتجعله يبذل جهدًا كبيرًا، ومن ثم يظهر مستوى قليل من القلق ويكون لديه مرونة في استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة. ذلك أن الإحساس المرتفع بالفاعلية الذاتية قد يُنشئ أبنية معرفية ذات أثر فعال في تقوية الإدراك الذاتي لدى مقدمي نشرات الأخبار بالقنوات التلفيزيوية نحو استخدامهم للتطبيقات التكنولوجية إذا ما شعروا أنهم قادرون على توظيفها واستخدامها في عملية تصميم المطبوعات، في حين أن عامل القلق قد يؤثر في عدم الاستخدام، خاصة إذا شعروا أن كفاءتهم الذاتية منخفضة، مما يدفعهم إلى عدم التفكير في استخدامها وتوظيفها في العمل الإعلامي الاخباري.

ثانيًا: توقع الجهد | Effort Expectancy - EE¹⁴

يمثل مفهوم توقع الجهد العامل الثاني للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد طرح هذا العامل في نموذجي قبول التكنولوجيا (TAM \ Technology Acceptance Model) (٢)، ونموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية (MPCU)، وعمل فينكاتيش وزملاؤه Venkatesh, et.al ٢٠٠٣ على وضع هذا المتغير في نظريتهم الموحدة.

ويرتبط مفهوم توقع الجهد بمدى السهولة المتوقعة من قبل الأفراد تجاه استخدام التقنيات التكنولوجية في السياق المهني والوظيفي أو في مستوى التعقيد في استخدامها، ويظهر ذلك ما إذا كان أخصائيي الإعلام التربوي يعتقدون أن استخدامهم لتكنولوجيا النشر الإلكتروني لا يتطلب مجهودًا ذهنيًا أو عضويًا، واعتقادهم أيضًا بأن المجهود الذي سيبدولونه سوف يؤدي إلى تحقيق الأهداف، ويعتمد ذلك على إدراكهم لدرجة

الصعوبة المتوقعة والمهارة والجهد المبذول. فالعلاقة بين توقع الجهد وسهولة الاستخدام مهمة جدًا؛ فقد أظهرت العديد من الدراسات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ ذكرت هذه الدراسات أن الفائدة المدركة هي إحدى المحددات القوية للنية السلوكية والسلوك الفعلي مشيرة إلى أن المستخدمين يستخدمون النظام الذي يحتوي على وظائف مفيدة وحاسمة، في المقابل أشارت بعض الدراسات أن عامل سهولة الاستخدام مقياس غير مستقر لا يمكن التنبؤ من خلاله بالنية وسلوك الاستخدام¹⁵

ويؤكد فينكاتيش وزملاؤه Venkatesh, et.al ٢٠٠٣ وجود ثلاثة متغيرات تؤثر في عامل توقع الأداء تتمثل في: إدراك الفرد لسهولة الاستخدام المتوقعة (الحالية) Perceived Ease of use PEOU، وإدراك سهولة الاستخدام (المستقبلية) Ease of Use، ثم درجة التعقيد المتوقعة Complexity.

يقصد بمتغير إدراك سهولة الاستخدام المتوقعة Perceived Ease of use PEOU درجة إدراك الفرد بأن استخدامه للتطبيقات التكنولوجية لا يتطلب منهم بذل أي جهد أو عمل شاق في الوقت الحالي، فالفرد وإن اقتنع بأن استخدامه للتطبيقات التكنولوجية سيحقق له أداءً أفضل ومكاسب في عمله الوظيفي، ربما في نفس الوقت يعتقد أنه من الصعب عليه جدا التعامل مع تلك التطبيقات، ومن ثم يرجح سهولة الاستخدام على توقع الجهد فيؤدي ذلك إلى عدم استخدامه لتلك التطبيقات التكنولوجية.

أما متغير سهولة الاستخدام (المستقبلية) Ease of Use فيقصد به درجة إدراك الفرد لسهولة استخدام التطبيقات التكنولوجية وأنه لن يجد أي صعوبة في التعامل معها مستقبلاً، ويقصد بمتغير التعقيد Complexity درجة إدراك الفرد لمدى صعوبة وفهم استخدام التطبيقات التكنولوجية الجديدة المبتكرة، بحيث يؤثر ذلك في قبوله لاستخدامها مستقبلاً؛ فصعوبة الاستخدام والحاجة إلى وجود خلفية معرفية ومهارية تولد قلقاً لدى الفرد يؤثر بالسلب في قبوله للتطبيقات التكنولوجية الجديدة، ومن ثم قد تحول الصعوبة والتعقيد دون إقبال الفرد على التطبيقات التكنولوجية الحديثة.

وفيما يتعلق بتأثير المتغيرات الوسيطة تؤكد الأدبيات وجود ارتباط قوي بين توقع الجهد ونوايا الاستخدام، كما تؤكد أن الإناث أكثر تأثراً من الذكور؛ حيث تميل إلى التكنولوجيا التي تطلب جهداً أقل، ويزداد هذا التأثير عند الإناث الأصغر سناً ممن لديهن خبرات قليلة، وعندما ترتفع الخبرة ينخفض تأثير القلق من استخدام التقنيات التكنولوجية، ويكون لها دور إيجابي في التأثير في سهولة الاستخدام المدركة لتلك التقنيات من قبل الأفراد.

14 Wu, Y. L., Tao, Y. H., & Yang, P. C. (2008). The use of unified theory of acceptance and use of technology to confer the behavioral model of 3G mobile telecommunication users. Journal of Statistics and Management Systems, 11(5), 930. retrieved 13/5/2016 from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09720510.2008.10701351>

15 Halawi, L., & McCarthy, R. (2008). Measuring student's perceptions of blackboard using the technology acceptance model: a PLS approach. Issues in Information Systems, 9(2), 96. retrieved 18/7/2016 <http://commons.erau.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1357&context=publication>

وفقاً للنظرية يتأثر سلوك الفرد بمدركاته حول سهولة أو صعوبة استخدامه للتقنيات التكنولوجية، بالإضافة إلى مدركاته حول العوائد المترتبة عن هذا الاستخدام وهذان البعدان يمثلان العوامل الداخلية، كما أن هناك عوامل خارجية تؤثر بشكل مباشر على مدركات وقدره الفرد أداء السلوك.

ومن هذه العوامل طبيعة النظام الاجتماعي المحيط بالفرد، والذي يفرض عليه مجموعة من القواعد غير المكتوبة يطلق عليها المعايير والقواعد الموضوعية، والتي تحكم سلوك الفرد الاجتماعي وتجعله يتأثر بالآخرين في البيئة الاجتماعية المحيطة به عبر ثلاث آليات الاستيعاب^{١٦} Internalization، والامتثال Compliance، والهوية Identification

تؤثر المعايير الذاتية Subjective Norms في استيعاب الفرد لتنفيذ أو عدم تنفيذ سلوك معين، كما تحفزه للقيام بما يفكر به الآخرون مما يجعله يمثل Compliance لهم ولتصرفاتهم ولسلوكياتهم، بينما ترتبط طوعية الاستخدام Voluntariness بالاتجاهات نحو السلوك، والتي تنعكس على شعور الفرد الإيجابي أو السلبي نحو تنفيذ سلوك معين؛ فالشخص يعتقد بأن استخدامه للتطبيقات التكنولوجية ستحقق له دعماً نفسياً وتعزز صورته الاجتماعية أمام الآخرين في بيئة العمل^{١٧}.

وقد أكدت الأدبيات على وجود علاقة بين إدراك الفرد لذاته وبين تبنيه استخدام التقنيات التكنولوجية، فكلما أدرك الفرد بروزه لذاته بين زملاءه، أدى إلى استخدامه وتبنيه للتقنيات بشكل طوعي بهدف تعزيز صورته الاجتماعية أمامهم.

وقد ساعدت الأفكار العامة لنظرية انتشار المبتكرات Diffusion of Innovations theory - التي طرحها إيفرت روجرز Everett Rogers ١٩٦٢ - فينكاتيش وزملاءه Venkatesh , et.al ٢٠٠٣ في دراسة تأثير النظام الاجتماعي في نية قرار استخدام الأفراد أي مبتكر جديد؛ حيث يرى روجرز أن النظام الاجتماعي يمثل الحدود التي يحدث أو ينتشر فيها الابتكار، فالعلاقة بين النظام الاجتماعي وعملية تبني المبتكرات علاقة متداخلة تتحكم فيها مجموعة من العوامل تتمثل في نمط البنية الاجتماعية وطبيعة الأعراف والمعايير.

فإدراك الفرد لطبيعة المعايير الاجتماعية المحيطة به في بيئة العمل، تجعله يتبع أوامر الآخرين الذين يعملون معه حتى يكون مقبولاً من قبلهم، وهو ما يؤدي إلى تحقيق القبول العام لا القبول الخاص، ويظهر ذلك ما إذا كان أخصائيي الإعلام التربوي يتوقع أن الموجهين ومديري

المدراس وزملاء العمل وغيرهم من الأشخاص ذوي النفوذ يُقدِّرون استخدامهم للتطبيقات التكنولوجية عند تصميم المطبوعات داخل المدارس بدلاً من الطرق التقليدية، ومن ثم يحاول الأخصائيين توظيف تلك التطبيقات لإرضائهم.

وتشير العديد من الدراسات إلى أن المعايير الاجتماعية لها تأثير مباشر وغير مباشر على درجة استخدام الأفراد الفعلي للتطبيقات التكنولوجية في أي سياق تنظيمي أو مهني؛ فقد يكون لها تأثير مباشر في الاستخدام الفعلي إذا جاء التأثير من مديري المدارس وزملاء العمل وغيرهم من الأشخاص ذوي النفوذ، وقد يكون لها تأثير غير مباشر إذا جاء التأثير من الأصدقاء والعائلة وغيرهم من الأشخاص الذين لهم تأثير مباشر في سلوك الفرد من خارج بيئة العمل، حيث يدفع هؤلاء الأفراد إلى التأثير في اتجاه الفرد نحو الميل لاستخدام التكنولوجيا، ومن ثم يؤثر هذا الاتجاه في درجة الاستخدام الفعلي مستقبلاً^{١٨}.

وفي إطار ذلك يؤكد هيربرت كليمان Herbert Kleman وجود نوعين من المعايير الاجتماعية تؤدي إلى إحداث التأثير في نية استخدام الأفراد للتطبيقات التكنولوجية تحدث حينما يقع الفرد تحت ضغط مجموعة من الأفراد في سياق تنظيمي هما: (التأثير الاجتماعي المعياري Normative Social Influence، والتأثير الاجتماعي المعلوماتي Informational Social Influence)، وبالرغم من أن النتيجة -والتي هي الامتثال- تُعد واحدة في نوعي التأثير، إلا أن الدافع وراء الامتثال يختلف في كل حالة^{١٩}.

يشير التأثير الاجتماعي المعياري إلى أن حاجة الفرد لقبول الآخرين له، ومحاولة أن يترك انطباعاً إيجابياً لديهم تضطره إلى الامتثال للأنظمة والقوانين السائدة، حتى وإن كان غير مقتنع بها؛ لشعوره بأن الخروج عن المألوف والاختلاف عن المجموعة التي يعمل بها تجعله مثاراً للسخرية والتهكم، ووفقاً لوجهة نظر كليمان يقع الفرد في هذه الحالة تحت تأثير الإذعان والطاعة Compliance تجعله يتقبل ويدعن للتوجهات الاتصالية؛ رغبة في كسب الثواب أو هرباً من العقاب، فيضطر إلى الامتثال للضغط الاجتماعي المعياري

بينما يشير التأثير الاجتماعي المعلوماتي إلى حاجة الفرد أن يكون مُحققاً عندما يكون غير واثق أو متشكك في معلوماته أو قدراته، فيضطر إلى الاسترشاد بأفكار المجموعة التي يعمل معها باعتبارها مصدراً للمعلومات الدقيقة أو الموثوقة؛ خشية أن تظهر معلوماته وتصرفاته غير صحيحة في المواقف الجديدة، وهذا ما يجعله يقع تحت تأثير التعاطف والتوحد النفسي Identification؛ حيث يحاول الفرد أن يكون

يقصد بالاستيعاب [noitazilanretnI]إرشاد الفرد إلى أفكار المجموعة التي يعمل معها، باعتدائها مصدراً للمعلومات الدقيقة؛ خشية أن يظهر بصورة غير ملائمة، وهذا ما يدفعه إلى المواءمة مع البيئة الاجتماعية المحيطة به. 16

17 Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies, Op, Cit, 187-189.

18 Zuiderwijk, A., Janssen, M., & Dwivedi, Y. K. (2015). Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology. Government information quarterly, 32(4),431. retrieved 24/1/2016 from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X15300101>

19 Malhotra, Y., & Galletta, D. (2005). A multidimensional commitment model of volitional systems adoption and usage behavior. Journal of Management Information Systems, 22(1), 120,122. retrieved 18/2/2016 from <http://www.tandfonline.com/doi/pdf>.

ويرتبط المتغير الثاني -الظروف الملائمة- بالعنصر البشري عبر دعم الإدارة، أو من خلال توافر أشخاص مهنيين ولديهم خبرات واستعدادات لمساعدة الفرد لاستخدام التطبيقات التكنولوجية في بيئة العمل.

أما المتغير الثالث -التوافق- فيشير إلى درجة إدراك الفرد بأن استخدامه للبرامج التكنولوجية متوافقة مع قيمه واحتياجاته الراهنة وخبراته السابقة، ويرتبط التوافق إيجابياً مع معدل تبني استخدام التطبيقات التكنولوجية؛ فكلما اتفقت تلك التطبيقات مع قيم الفرد واحتياجاته وخبراته زاد معدل قبوله لها، والعكس صحيح.

خامساً: النية السلوكية | Behavioral Intention - BI²¹

يشير متغير نية الاستخدام إلى استعداد الشخص لأداء سلوك معين، وهي العامل الذي يسبق السلوك، وتمثل أحد العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي للتطبيقات التكنولوجية.

وترتبط النية بالخبرة الناتجة عن الاستخدام، وتتحدد العلاقة بين النية والسلوك بناءً على اتجاهات الفرد نحو استخدام التقنيات التكنولوجية وتشمل مشاعر الفرد وأحاسيسه التي تؤيد أو تعارض سلوكاً معيناً نتيجة للفوائد المتوقعة الناتجة عن استخدام هذه التقنيات، كذلك المعتقدات السلوكية المرتبطة بالجهد وسهولة الاستخدام المتوقعة، والتي تعمل على توجيهه أو تقود سلوك الفرد نحو مخرجات محدّدة، بالإضافة إلى التأثيرات الاجتماعية، هذه المتغيرات تؤثر في قبول أو رفض استخدام الفرد للتطبيقات التكنولوجية داخل أي سياق مهني أو تنظيمي.

فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

تنطلق النظرية من فرضيتين رئيسيتين²²

الأول: توجد عدة متغيرات خارجية (مستقلة)، منها ما يؤثر في نية استخدام الأفراد للتقنيات التكنولوجية، ومنها ما يؤثر في سلوك الاستخدام الفعلي لها، وتتحدد العلاقة بين النية والسلوك بناءً على اتجاهات الفرد نحو استخدام تلك التقنيات والفوائد المتوقعة منها وسهولة الاستخدام المتوقعة، بالإضافة إلى تأثيرات البيئة الاجتماعية المحيطة به، وينبثق من هذا الفرض عدة فروض فرعية على النحو التالي:

تؤثر المنافع المتوقعة من استخدام التقنيات التكنولوجية بشكل مباشر

مثل القائم بالاتصال بالمجموعة التي يعمل معها، ومن ثم يعمل على تقليدهم واعتناق آرائهم وتصرفاتهم ويعتبرهم بمثابة القوة المرجعية له، ويؤكد كليمان أنه كلما قل اعتماد الفرد على إدراكه المباشر للعالم المحيط به، زادت قابليته للتأثر بالآخرين، وهو ما يدفعه للتأثر بسلوك الجماعة التي يعمل معها؛ أي يفعل ما يفعلونه فيضطر إلى الامتثال للضغط الاجتماعي للمعلوماتي.

وفيما يتعلق بتأثير المتغيرات الوسيطة: تؤكد الدراسات وجود تأثير معتدل للبعد الاجتماعي على نوايا الاستخدام، كما تؤكد نتائج الدراسات أن الإنثا أكثر حساسية للتأثر بالبيئة الاجتماعية وآراء الآخرين من الذكور، ويزداد هذا التأثير عند الأفراد الأكثر خبرة والأكثر سناً.

رابعاً: التسهيلات المتاحة | Facilitating Conditions - FC

يمثل مفهوم التسهيلات المتاحة إحدى ركائز النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، فهو يؤثر بشكل مباشر في سلوك الاستخدام الفعلي، ويتعلق هذا العامل بتوفر الإمكانيات اللازمة، فكلما أدرك الفرد بوجود بنية تحتية تنظيمية وتقنية في بيئة العمل أدى ذلك إلى التأثير بشكل مباشر في سلوك الاستخدام الفعلي للتقنيات التكنولوجية²³. بمعنى أن اعتقاد أخصائيي الإعلام التربوي بأن البنية الأساسية لتكنولوجيا النشر الإلكتروني المتمثلة في أجهزة الحاسب الآلي وقواعد البيانات، واللوائح التنظيمية، بالإضافة إلى كل شيء يدعم تدفق المعلومات ومعالجتها داخل البيئة الإعلامية المدرسية ستسهل عليهم إنتاج الصحف والمجلات المطبوعة.

وفقاً للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا يرتبط تأثير التسهيلات المتاحة في سلوك استخدام الأفراد للتقنيات التكنولوجية بثلاثة عوامل تتمثل في: الدعم السلوكي المدرك Perceived Behavioral Control، والظروف الملائمة Facilitating Condition، ومدى التوافق Compatibility.

ثمة عاملان مرتبطان بالدعم السلوكي المدرك أحدهما خارجي يتمثل في مدى إدراك الفرد بتوفر المصادر والوسائل الضرورية والفرص المتاحة في بيئة العمل التي تسهل من عملية استخدام الفرد للتطبيقات التكنولوجية، والعامل الثاني داخلي يرتبط بتقييم الفرد لقدرته على الانخراط في السلوك وفي مواجهة العوائق الداخلية والخارجية وشعوره بأنه قادر على التحكم والسيطرة على الصعوبات والمشكلات التي قد تواجهه.

20 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit,453-454.

21 Morris, M. G., Venkatesh, V., & Ackerman, P. L. (2005). Gender and age differences in employee decisions about new technology: An extension to the theory of planned behavior. IEEE transactions on engineering management,52(1),72. retrieved 21/7/2016 from <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1388699?reload=true>

22 استعانت الباحثة بالمراجع التالية لصياغة فروض الدراسة:

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit,450-356.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies, Op, Cit,188-192.

Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology, Op, Cit,163-166.

Hebron, I. (2008). Op, Cit,40-41.

Sharma, R., & Mishra, R. (2015). A Review of Evolution of Theories and Models of Technology Adoption. Indore Management Journal,6(2),23.

Al-Qeisi, K., Dennis, C., Alamanos, E., & Jayawardhena, C. (2014). Website design quality and usage behavior: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. Journal of Business Research, 67(11), 2283- 2284.

الإطار المعرفي للدراسة

تقنيات الواقع المعزز

الواقع المعزز (Augmented Reality. AR): تكنولوجيا حديثة تعتمد على المزج بين المعلومات الرقمية والمعلومات المستقاة من البيئة المحيطة، ثم تعرضها معاً عبر صورة مركبة غنية بالمعلومات؛ وعلى عكس تكنولوجيا الواقع الافتراضي (VR)، فإن تكنولوجيا الواقع المعزز لا تعرض صورة اصطناعية بالكامل وإنما تدمج المعلومات الجديدة مع المعلومات المستقاة من الواقع في تجربة...

الواقع المعزز (بالإنجليزية: Augmented Reality) هي التكنولوجيا القائمة على إسقاط الأجسام الافتراضية والمعلومات في بيئة المستخدم الحقيقية لتوفر معلومات إضافية أو تكون بمثابة موجه له، وعلى النقيض من الواقع الافتراضي القائم على إسقاط الأجسام الحقيقية في بيئة افتراضية. يستطيع المستخدم التعامل مع المعلومات والأجسام الافتراضية في الواقع المعزز من خلال عدة أجهزة سواء أكانت محمولة كالهواتف الذكية أو من خلال الأجهزة التي يتم ارتداؤها كالنظارات، والعدسات اللاصقة وجميع هذه الأجهزة تستخدم نظام التتبع الذي يوفر دقة بالإسقاط، وعرض المعلومة في المكان المناسب كنظام تحديد المواقع العالمي (نظام التموضع العالمي)، والكاميرا، والبوصلة كمدخلات يتم التفاعل معها من خلال التطبيقات.

يسعى الباحثون في الواقع المعزز على عرض الأجسام الافتراضية، والمعلومات بصورة متكاملة مع البيئة الحقيقية للمستخدم. كذلك لتحسين رؤية المستخدم يتم إسقاط الأجسام سواء أكانت ثلاثية الأبعاد (3D) أو ثنائية الأبعاد (2D) بدقة عالية عن طريق حساب مواقعها قبل الأسقاط في بيئة المستخدم بما يتم تعريفه بمعايرة الكاميرا (Camera Calibration)

تاريخ الواقع المعزز

بدايات الواقع المعزز تعود إلى عام ١٩٦٦ حيث قام البرفسور إيفان سذرلاند باختراع نظارات تسقط الأشكال ثلاثية الأبعاد ذات إظهار سلكي (wireframe model) في البيئة الحقيقية للمستخدم. كانت بدايات ظهور الأجهزة المحمولة والهواتف في الفترة ما بين عام ١٩٧٠-١٩٨٠ مما شكل نهضة في الحوسبة القابلة للارتداء «حاسب ملبوس». قام كل من كوديل ومزيل. في عام ١٩٩٠ بتطوير تكنولوجيا تتيح إسقاط مواقع الوصلات الكهربائية في داخل المباني. قامت مجموعة من الباحثون بعمل نظام في عام ١٩٩٢ لتوجيه القوات الجوية الأمريكية عرف باسم "VIRTUAL FIXTURES" يقوم بإسقاط حروف كبيرة على الأسطح للاستدلال على مواقع هبوط الطائرات.

الأجهزة المعتمدة علي تقنيات الواقع المعزز

الهواتف الذكية

الهواتف الذكية تحتوي البنية التحتية التي تحتاجها تطبيقات الواقع المعزز من مجسات وأيضاً تكنولوجيا كمحدد المواقع العالمي (GPS) والبوصلة، والهزاز (vibrating motor)، والمسارع (مقياس تسارع)،

في نية الاستخدام وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، ويتوقف فاعلية المنافع المتوقعة على عدة متغيرات تتمثل في: الاعتقاد بفائدة الاستخدام، والمتعة الناتجة عن الاستخدام، وإدراكه لمناسبة التكنولوجيا للوظيفة التي يعمل بها، بالإضافة إلى إدراكه للميزة النسبية لتلك التكنولوجيا، ثم كفاءته الذاتية في استخدامها.

تؤثر سهولة الاستخدام المتوقعة للتقنيات التكنولوجية بشكل مباشر في نية الاستخدام وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، وتتوقف فاعلية سهولة الاستخدام المتوقعة على إدراكه لسهولة الاستخدام المتوقعة الحالية والمستقبلية، وإدراكه لدرجة تعقيد تلك التقنيات.

البيئة الاجتماعية والأفراد المحيطون بالفرد في بيئة العمل من زملاء أو رؤساء يؤثرون في نية استخدامه للتقنيات التكنولوجية بشكل مباشر وعلى سلوك الاستخدام الفعلي بشكل غير مباشر، ويتوقف فاعلية التأثير الاجتماعي على عدة متغيرات تتمثل في: المعايير والقواعد الموضوعية، طواعية الاستخدام، وتأثير العوامل الداخلية المتعلقة بتعزيز صورته أمام الآخرين.

تؤثر التسهيلات المتاحة التقنية والتنظيمية بشكل مباشر في سلوك استخدام الفرد للتقنيات التكنولوجية، ويتوقف فاعلية التسهيلات المتاحة على عدة متغيرات تتمثل في: إدراك الفرد لكفاءة بيئة العمل، وكفاءته الذاتية، ثم إدراكه لتوافق التكنولوجيا مع طبيعة العمل واحتياجاته وخبرته الشخصية.

الثاني: توجد عدة متغيرات داخلية (ديموغرافية) تتوسط في إحداث التأثير بين المتغيرات الخارجية ونية وسلوك الاستخدام الفعلي للتقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد. وتتعدد قوة تأثير المتغيرات الخارجية في المتغيرات الداخلية ما بين القوة والاعتدال بناء على متغيرات النوع، والعمر، والخبرة، وطواعية الاستخدام. وينبثق من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية على النحو التالي:

تأثير توقع الأداء في النية السلوكية لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد سيتأثر بالنوع والعمر، وسيكون تأثيره أقوى لصالح الذكور الأصغر سناً. تأثير توقع الجهد في النية السلوكية لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد سيتأثر بالنوع والعمر والخبرة، ويكون تأثيره أقوى في الإناث حيث تميل الإناث إلى التكنولوجيا التي تتطلب جهداً أقل، كما يتأثر بمتغير العمر والخبرة لصالح الأصغر سناً، وكذلك لصالح الأقل خبرة وظيفية.

التأثير الاجتماعي يكون تأثيره معتدلاً على النية السلوكية لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد، وسيتأثر بالنوع والعمر والخبرة وطواعية الاستخدام لصالح الإناث الأكبر سناً واللاتي لديهن خبرة قليلة. تأثير التسهيلات المتاحة في سلوك الاستخدام الفعلي لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد سيتأثر بالعمر والخبرة، ويكون تأثيره أقوى في العمال الأكبر سناً، الذين لديهم خبرة وظيفية.

والكاميرا، للهواتف الذكية دور بارز في مستقبل الواقع المعزز حيث وجد أن معظم الأشخاص يقومون بتحميل التطبيقات على هواتفهم الذكية سواء أكانوا خبراء في هذا المجال أو لا حيث قدر الباحثون عدد التطبيقات التي سوف يتم تنزيلها بحلول ٢٠١٧ إلى ٢٦٨,٦٩ بليون تطبيق مقارنة مع عام ٢٠١٤ حيث بلغ حجم التنزيل حوالي ١٣٨,٨٩ بليون تطبيق ليكون ذلك دليل على أن مستقبل الواقع المعزز سيكون من خلال تطبيقات الهواتف الذكية.

العرض الافتراضي الشبكي

هي آلية تقوم على استخدام الرسوميات نقطية كما في التلفاز مباشرة على شبكية عين المستخدم. مراحل هذه الآلية تبدأ بتوليد إشعاع ضوئي لتضمينه بناء على كثافة الصورة ليتم المسح وتغيير المواقع لتتطابق مواقعها على الشبكية ليتم إسقاط الطيف البصري الناتج على شبكية عين المستخدم نتيجة هذه العملية تبين، ودقة عالية للصور (دقة شاشة) التي سيتم إسقاطها، الذي من شأنه تقليل الوقت اللازم لقراءة النصوص وخاصة في التطبيقات التي تحتاج إلى وضوح عال كالملاحاة الفضائية، والجراحة الطبية.

العدسات اللاصقة

العدسات اللاصقة تستخدم مبدأ الإسقاط من خلال استخدام المرايا العاكسة كشاشات الكريستال السائلة (شاشة العرض البلوري السائل) ورقائق السليكون المؤكسدة وصمام ثنائي باعث للضوء (LED) وأنبوب أشعة الكاثود. ولعل أهم تجربة في هذا المجال عندما قامت مجموعة من الباحثين من جامعة واشنطن. ببناء عدسات لاصقة صمام ثنائي باعث للضوء واحد واستخدموا لواقط للأشعة الحمراء كمصدر طاقة. إن استخدام العدسات اللاصقة في بناء الواقع المعزز يتطلب استخدام مبدأ الكترولوسوفي في بناء الدارات المكونة لهذه العدسات كدوائر التحكم والاتصال واللواقط بالإضافة إلى ضرورة وجود عدد كبير من صمامات ثنائية باعث للضوء لتكوين الصورة أمام عين المستخدم. هذه العدسات سوف تستخدم بعدة طرق كترجم، وفحص حالة المستخدم الصحية من خلال مراقبة مستوى السكر بالدم، وأيضا في نظام الملاحاة.

مستقبل الواقع المعزز

مستقبل الواقع المعزز في التعليم

مما لاشك فيه أن التعلم من خلال الممارسة ذا فعالية أكثر من طرق التعليم المختلفة من قراءة وكتابة. وبذلك يمكن للواقع المعزز أن يشارك بشكل قوي في هذا المجال، وأن يدخل إلى الغرف الصفية الذي من شأنه أن يكون حافزا للتعلم، و زيادة التركيز. طبيعة الواقع المعزز من خلال عرض الأجسام الافتراضية في البيئة الحقيقية للطلاب من شأنه أن يؤدي أكله في تحسين أداء الطلاب وزيادة تفاهلهم. وعلاوة على ذلك توفر لهم الفرصة لرؤية الصور ثلاثية الأبعاد وتحريكها، والتفاعل معها من خلال كتب مصممة لذلك ، والواقع المعزز يساهم في العديد من الأبحاث العلمية، وخصوصا التي لا يمكن التعامل معها بطريقة تقليدية على سبيل المثال لعمل التفاعلات الكيميائية لمساق الكيمياء؛ الواقع المعزز وفر الإمكانية لاستخدام مواد افتراضية وخطها ورؤية النتائج في الغرفة

نظام التتبع والاتصالات الضوئية المرئية

هنالك بعض المحددات التي تواجهها تكنولوجيا GPS تتعلق بالأستخدام الداخلي داخل المباني حيث أن بعض الحلول المقترحة هو أستخدام تقنية الاتصالات الضوئية المرئية (في إل سي ميديا بلاير) هذه تقنية طورت لتستخدم كنظام تتبع داخل المباني للاستغناء عن استخدام GPS. الاتصالات الضوئية المرئية تستخدم مجموعة من الصمامات الثنائية الباعثة للضوء لنقل المعلومات، ويعمل حساس الصورة على استقبال موجات الضوء. كما يحتوي هذا النظام على كاميرا وجهاز كمبيوتر محمول لاستشعار أماكن الصمامات الثنائية الباعثة للضوء، وفك شفرة الإشارات الضوئية. ولتسهيل تمييز الصمامات ثنائية الباعثة للضوء يتم إعطاء كل واحدة منها عنوان فريد (ID). هذا النظام له ميزات عدة حيث أنه يستفيد من البنية التحتية المتوفرة لوجود هذه الأضواء مما يقلل تكاليف إنشاء بنية جديدة أو طاقة إضافية.

كيف تعمل تقنية الواقع المعزز

في البداية فإن تقنية الواقع المعزز تقوم بإظهار العناصر الرقمية في العالم الحقيقي وتتيح إمكانية التفاعل معها باستخدام الهاتف او النظارة الخاصة بها، فهي ترتبط بمفهوم التفاعل في الزمن الحقيقي وكأنك ترى فيديو ولكن مع إمكانية تغيير الأحداث، وتظهر العناصر الرقمية كالمجسمات مثلا بالاعتماد على عناصر حقيقية بعدة طرق:

أهمية الواقع المعزز

يعمل الواقع المعزز جنباً إلى جنب مع سماعات الرأس أو الأجهزة الرقمية مثل الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية وحتى أجهزة الكمبيوتر، تحتوي الأجهزة نفسها على برامج وأجهزة استشعار وأجهزة عرض رقمية تعمل على تشغيل العروض الرقمية على الأشياء المادية.

يمكن إنشاء الواقع المعزز واستهلاكه في العديد من الأشكال المختلفة، على سبيل المثال، يعرض Google Glass صوراً ثنائية الأبعاد على نظارات شفافة، بينما يقوم HoloLens من Microsoft بتضمين صور

ثلاثية الأبعاد في العالم من حولك.

عندما تقدم هذه التكنولوجيا، يكون عملك في وضع أفضل لاكتساب قوة جذب من التجربة التي يمكن أن يوفرها لعملائه.

يمكن استخدامه في تسويق المحتوى

تعد جودة المحتوى أمراً مهماً، ومن خلال اختيار مؤسسة تطوير برمجيات تقدم تنفيذاً للواقع المعزز، ستتمكن من إنشاء محتوى عالي الجودة يساعدك على التميز

الجاذبية

أحد الأسباب الرئيسية وراء حب الكثير من المستخدمين للواقع المعزز هو مدى جاذبيته، عند القيام بذلك بشكل صحيح، يمكن أن يخلق تجربة ساحرة حقاً تجعل العملاء يعودون للمزيد.

مميزات الواقع المعزز

على عكس الواقع الافتراضي، حيث يبني المصنعون عمومًا نحو عامل شكل واحد (سماعة رأس تغطي الرأس / العينين، وسماعات الرأس، وزوج من وحدات التحكم)، لا يزال الواقع المعزز يحاول العثور على عامل الشكل الذي يناسبه بشكل أفضل، من النظارات إلى سماعات الرأس، ومن الأجهزة اللوحية الكبيرة إلى الهواتف المحمولة إلى أجهزة العرض وشاشات العرض الرأسية (HUDs)، يتوفر الواقع المعزز اليوم في عدد من الأشكال المختلفة.

من الممكن تمامًا أن تعمل أي من عوامل الشكل هذه أو جميعها بشكل جيد مع عمليات تنفيذ الواقع المعزز، من الممكن أيضًا ألا يكون أي من هذه العناصر هو عامل الشكل الصحيح للواقع المعزز، وأن بعض عمليات التنفيذ الأخرى سيتم إصدارها وتسود باعتبارها أفضل طريقة لتجربتها.

نظرًا لتنوع عوامل شكل الواقع المعزز، لا يمكن فصل تجارب الواقع المعزز بوضوح إلى تجارب عالية / متوسطة / منخفضة المستوى. تختلف تجربة الواقع المعزز الحالية اختلافًا كبيرًا عبر كل عامل شكل، وكل عامل شكل يخدم سوقًا مختلفًا.

استخدام تقنيات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الأخبار في المواقع الإخبارية الحبرية

تقنيات الواقع المعزز (Augmented Reality) تستخدم في إنتاج النشرات الإخبارية لتحسين جودة التغطية الإخبارية وجعلها أكثر تفصيلاً ووضوحًا للمشاهدين. وتعتمد هذه التقنيات على إضافة رسومات ونصوص ومؤثرات بصرية إلى الفيديو الذي يتم عرضه على الشاشة، وتبدو هذه العناصر وكأنها جزء من الواقع الذي يتم تصويره.

ومن بين التقنيات المناسبة لإضفاء الحيوية على الأحداث وجعلها أكثر واقعية للمشاهدين، تستخدم شاشات العرض اللمسية (Touchscreen) لإظهار الرسومات والنصوص المضافة، وكذلك تقنيات تعقب الحركة (Motion Tracking) التي تسمح بتحريك العناصر المضافة بشكل متزامن مع حركة الكاميرا، وتقنيات الإضاءة المتغيرة (Dynamic Lighting) التي تعمل على تحسين جودة الإضاءة وتوحيدها بين

تتيح الكثير من التطبيقات إنشاء محتوى AR ميسور التكلفة (إن لم يكن مجانيًا) للشركات الصغيرة والتعليم والعديد من الصناعات، وبالطبع ميزات AR داخل تطبيقات وألعاب الهواتف الذكية الحالية، مثل Pokémon Go و Snapchat.

تستخدم عملية AR كاميرا ذات "وضع المسح"، لاستخدام بعض تطبيقات إنشاء الواقع المعزز مثل Blippar، ستحتاج إلى توجيه كاميرا المسح الضوئي إلى كائنات مختلفة في الغرفة لإنشاء قاعدة بيانات للأشكال والزوايا، بمجرد أن تكتشف الكاميرا كائن "مشغل" من قاعدة بياناتها، سيظهر كائن رقمي على الشاشة في موضع الكائن الهدف، كما هو موضح في الفيديو أدناه.

استخدامات الواقع المعزز

تسويق: الواقع المعزز هي استراتيجية جديدة تتبناها العديد من الشركات التي ترغب في الجمع بين عناصر الإعلان المطبوع والإعلان عبر الإنترنت مع تقديم تجربة تفاعلية، يمكن للعلامات التجارية وضع أدوات التتبع في كئالوجات مطبوعة أو ملصقات أفلام أو عبوات أو منتجات لإطلاق تجارب الواقع المعزز مثل الشخصيات المتحركة ثلاثية الأبعاد أو المعلومات الإضافية أو الروابط مباشرة إلى الشراء عبر الإنترنت، مما يعني أنه يمكن للمستخدمين مسح صناديق التجميع لمشاهدتها تجربة ذات طابع عطلة.

الألعاب: من المحتمل أن يكون الواقع المعزز معروفًا باستخدامه داخل الألعاب، تدمج ألعاب AR بشكل أساسي محتوى الألعاب المرئي والصوتي مع بيئة المستخدم في الوقت الفعلي.

التعليم: في عالم لا يكفي فيه مجرد دراسة كتاب مدرسي أو مقطع فيديو على YouTube لتحفيز العقول الرقمية الشابة، يقدم الواقع المعزز تجربة جديدة لنقل المعلومات، توفر أجهزة الواقع المعزز خيارًا ميسور التكلفة أكثر للمدارس لشراؤه لفصول دراسية متعددة.

الهندسة المعمارية: يقوم المهندسون المعماريون بتجربة تطبيقات وبرامج الواقع المعزز التي تُستخدم لبناء نماذج بناء افتراضية ثلاثية الأبعاد يمكن تجربتها من الداخل والخارج باستخدام سماعة رأس AR.

خصائص الواقع المعزز

يخلق تجربة شخصية يريد كل عمل تجاري أن يتمتع عملاؤه بتجربة فريدة وشخصية في كل مرة يشتركون فيها منتجًا أو خدمة منهم، عندما يتعلق الأمر بالواقع المعزز، فإن إمكانيات التخصيص لا حصر لها.

جديد ومثير

على الرغم من أن الواقع المعزز قد أحدث تأثيرًا كبيرًا في السنوات القليلة الماضية، إلا أنه لا يزال يمثل تقنية جديدة تتقدم باستمرار، ولهذا السبب، تعتبر تقنية فريدة وبالتالي بارزة لاستخدامها في الأعمال التجارية.

العناصر المضافة والواقع المصور.

كما يمكن استخدام التقنيات المختلفة لتحسين التفاعل والمشاركة بين المشاهدين والمذيعين، عبر إضافة عناصر تفاعلية مثل الأسئلة والتصويبات والاستطلاعات، وكذلك تقنيات الواقع الافتراضي (Virtual Reality) التي تسمح للمشاهدين بالتفاعل بشكل مباشر مع الأحداث والمواقف.

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام تقنيات الواقع المعزز لتحسين التواصل بين المشاهدين والمذيعين، وجعلهم يشعرون بأنهم جزء من الأخبار، عبر إضافة مؤثرات صوتية وبصرية تشبه الاستجابة الحية للمشاهدين، وكذلك السماح للمشاهدين بإضافة تعليقاتهم وآرائهم على الفيديو وعرضها للجمهور.

يمكن القول إن تقنيات الواقع المعزز قد أحدثت ثورة في عالم الإعلام والنشرات الإخبارية، حيث أصبحت الأحداث أكثر واقعية وتفصيلاً، وتمكن المشاهدين من التفاعل بشكل أفضل مع الأخبار، مما يعزز الشفافية والثقة بين المشاهدين ووسائل الإعلام.

الفرق بين الواقع المعزز والواقع الافتراضي والواقع المختلط

يضيف الواقع المعزز (AR) عناصر رقمية إلى العرض المباشر غالباً باستخدام الكاميرا على الهاتف الذكي. تتضمن أمثلة تجارب الواقع المعزز عدسات Snapchat ولعبة Pokemon Go.

يتضمن الواقع الافتراضي (VR) تجربة انغمار كاملة تغلق العالم المادي. باستخدام أجهزة الواقع الافتراضي مثل HTC Vive أو Oculus Rift أو Google Cardboard، يمكن نقل المستخدمين إلى عدد من البيئات الواقعية والمختلطة مثل وسط مستعمرة البطريق الصاخبة أو حتى الجزء الخلفي من التنين.

في تجربة الواقع المختلط (MR)، التي تجمع بين عناصر كل من AR و VR، تتفاعل الكائنات الواقعية والرقمية، بدأت تقنية الواقع المختلط في الظهور الآن مع HoloLens من Microsoft، أحد أبرز أجهزة الواقع المختلط المبكرة.

الواقع الممتد (XR) هو مصطلح شامل يغطي جميع التقنيات المختلفة التي تعزز حواسنا، سواء كانت تقدم معلومات إضافية حول العالم الفعلي أو تخلق عوالم محاكاة غير واقعية تماماً لنختبرها، وهي تشمل تقنيات الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR).

الفرق بين الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR)

قد يخلط البعض بين الواقع الافتراضي والواقع المعزز لأنهما ممكن أن يحققا نفس الهدف وهو بناء بيئة حقيقية، ولكن قد أوجز الفرق في أن الواقع الافتراضي هو انشاء بيئة متكاملة خيالية أو شبه حقيقية تحاكي الواقع لكن الواقع المعزز (AR) هو استخدام إضافات تعزز الواقع الحقيقي الذي نعيشه أي الدمج بين الواقع والبيئة الرقمية. وذكرت

السحيم (٢٠١٦) أهم الفروقات بين الواقع المعزز والواقع الافتراضي الواقع الافتراضي Virtual Reality Augmented Reality الواقع المعزز يعزل الواقع الحقيقي عن المتعلم يضيف الواقع الحقيقي للمتعلم يحتاج إلى بيئة افتراضية لا يحتاج إلى بيئة افتراضية ويجمع بين أشياء حقيقية وأخرى افتراضية طريقة تستخدم التقنية لنقل المتعلم إلى البيئة الافتراضية طريقة تستخدم التقنية لنقل البيئة الخارجية إلى داخل الجهاز الرقمي.

خصائص وفوائد الواقع المعزز (AR)

حدد أوزما وآخرون في دراسة (Akçayır, Akçayır, Pektas, & Ocak, ٢٠١٦) أن هناك ثلاث خصائص رئيسية وهي: (أ) الدمج بين الأشياء الافتراضية والحقيقية في وضعها الحقيقي، (ب) الأشخاص يعملون بفاعلية في الوقت الحقيقي، و(ج) المواءمة بين الأهداف الحقيقية والافتراضي. وأضاف أنديرسون ولياروكابيس (Anderson & Liarokapis, ٢٠١٠) الخصائص والفوائد المحتملة من توظيف هذه التقنية في التعليم منها:

- دمج بيئة التعليم الحقيقية مع بيئة التعليم الافتراضية بطريقة سهلة، وجذابة.
- قدرة المتعلم على رؤية وسماع معلومات رقمية مكملية والتفاعل معها، ومعالجة المعلومات الافتراضية بديها والسماح له بتكرار أي جزئية مرات عديدة.
- تصور متعدد للمفاهيم النظرية الصعبة، واكتشاف النظرية من خلال الأمثلة العملية الملموسة.
- تزويد الطلاب بمعلومات قوية وواضحة ومختصرة، وإمكانية تفاعل بين الطالب والمعلم.
- فعالة من حيث التكلفة وقابلة للتوسيع، وتجعل الإجراءات سهلة للمستخدمين.

فمن خلال التمعن في الخصائص السابقة نجد أن مع هذه التقنية بإمكاننا تحويل كتاب العلوم من مجرد كلمات إلى كتاب تفاعلي، وبالإمكان حل كثير من المشكلات التي تواجه معلم العلوم، ونستدل على أهميتها من خلال نتائج دراسة (Akçayır, Akçayır, Pektas, & Ocak, ٢٠١٦) التي أشارت إلى أن استخدام تقنية AR أثرت إيجابياً على تنمية المهارات العملية للطلاب،

أنواع الواقع المعزز (AR)

هناك العديد من أنواع الواقع المعزز ولكن سأتناول النوعين الذي من الممكن استعمالها في التعليم ووفقاً ما صنفها تشنج ساي في دراسة (Akçayır et al, ٢٠١٦) إلى نوعين: على أساس الصورة وعلى أساس الموقع ويتفق معه في التصنيف (Dunleavy, M, & Dede, ٢٠١٤)، أولاً: الذي على أساس الصورة يتم تزويد المستخدمين بوسائط رقمية بعد أن يتم تصوير شيء معين بواسطة كاميرا الهاتف المحمول أو الأجهزة الذكية المحمولة مثل أكواد Q.R، والصور متعددة الأبعاد، وعلامات Markers كما توضحه الصورة (١)، بحيث تستطيع الكاميرا التقاطها

وتتميزها لعرض المعلومات المرتبطة بها . ثانيا: التي على أساس الموقع، توفر الوسائط الرقمية للمستخدمين بواسطة الهواتف الذكية أو الأجهزة المحمولة خاصة.

تحديد المواقع GPS، كما أن الوسائط المتعددة (كالنصوص والرسومات والملفات الصوتية ومقاطع الفيديو والأشكال ثلاثية الأبعاد) تزود البيئة المادية بمعلومات أكاديمية أو ملاحية ذات صلة بالموقع.

التقنيات التلفزيونية

أولاً : الوسائط المتعددة

تعريف الوسائط المتعددة

يمكن تعريف الوسائط المتعددة أو ما يُعرف بالإنجليزية: (Multimedia) بأنه عبارة عن مزيج من الملفات المختلفة كالنصوص والصوت مثلاً أو حتى الصوت والفيديو، ويجدر الإشارة إلى أن الوسائط المتعددة هي مفهوم مختلف عن الأفلام أو الصور المتحركة فالوسائط المتعددة هي أقل حجماً وتكلفة مما ذكر.

وقد عُرِّفت الوسائط المتعددة المكونة من كلمتين حسب الترجمة العربية [Multi] وتعني متعدد، و [Media] وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية، عُرِّفت بأنها: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية [Interactive] وفقاً لمسارات المستخدم. وعلى هذا يتضح أن الوسائط المتعددة هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبيه تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي من خلال الرسوم المستخدمة في البرامج.

تطور الوسائط المتعددة

تاريخ المصطلح وقد صاغ مصطلح الوسائط المتعددة «Multimedia» من قبل المغني والفنان بوب غولدشتاين عند أفتتاح عرضه الموسيقي عام (١٩٦٦) «LightWorks» في L'Oursin في ساوثمبتون، لونغ آيلاند. وكان غولدشتاين على علاقة مع فنان بريطاني يدعى ديك هيغنز، الذي كان قد ناقشا إنشاء فن جديد الفن وصفه بـ «إنترميديا».

و في عام ١٩٦٨، استخدم مصطلح «الوسائط المتعددة» لوصف عمل «المستشار السياسي». في السنوات الأربعين الفاصلة، اتخذ الكلمة معان مختلفة. في أواخر السبعينات، فإن المصطلح يشير إلى العروض التي تتكون من «عروض الشرائح المتزامن مع مسار الصوت». وفي عام ١٩٩٠ اتخذت «الوسائط المتعددة» معناها الحالي. في الطبعة الأولى من كتاب ماكجرو هيل «الوسائط المتعددة: اجعلها تعمل» أعلنت تاي فوغان أن «الوسائط المتعددة هي أي مزيج من النص، فن الرسم، والصوت، والرسوم المتحركة، والفيديو التي على الكمبيوتر.

لقد مرّت الحركة العلمية بمجموعة من المتغيرات والتطورات باعتبارها

عملية مستمرة متجددة متعددة العناصر والمداخلات حتى وصلنا اليوم إلى مرحلة (التعليم الرقمي)؛ هذه المرحلة التي أسهم فيها التطور الضخم في صناعة الحاسوب والبرمجيات مما جعل الآمال تنعقد على أن هذه المرحلة الحضارية التي تعيشها البشرية ستحقق الحلم القديم لدفع عملية التعلم والتعليم إلى أقصى إمكانات المعرفة عن طريق جعل العلم في متناول كل طبقات المجتمع متحدة الفروق الاجتماعية والحدود المكانية والتفاوت الاقتصادي بين المجتمعات الإنسانية. وذلك أن خبراء التربية والتعليم يرون في هذه القفزات المتسارعة في تكنولوجيا التقنية سبيلاً ممهداً لتحقيق استقلالية التعلم، كما تسمح للمتعلم ممارسة مسؤوليته الأخلاقية تجاه ما يتعلم عن طريق الاكتشاف والتعبير والتجربة والمحاكاة التي تقدمها برمجيات الحاسوب اليوم. لذلك فقد قرر أصحاب الاتجاهات التربوية على اتساع أطيافهم واختلاف منطلقاتهم الفلسفية إلى أن استخدام تقنيات الحاسوب الحديثة لتنظيم عملية التعلم يشكل اتجاهاً دائماً ومتصاعداً لا مناص للحياد عنه أو التراجع فيه إلى عصور سابقة! وهذا التصور ما عبروا عنه في بدايات تشكيل مصطلح التعليم الإلكتروني (ب مدرسة المستقبل). ولما كان إدراك وتصوير المعلومات الجديدة يعتمد على تنوع طرق عرض هذه المعلومات وتقديمها للمتعلم؛ ذلك أن الرغبة في التعليم تزداد حينما تضاف المؤثرات البصرية والسمعية إلى نظام التعليم (تشير البحوث العلمية إلى أن الإنسان يتلقى أكثر من ٨٠٪ من المعرفة من خلال حاسة السمع والبصر ونحو ١٣-٢٠٪ ممن خلال السمع وبلي ذلك الحواس الأخرى التي تتراوح ما بين ١-٥٪ وهي حواس اللمس والذوق والشم) - من أجل هذا كله تم التركيز على اختيار واستخدام تقنيات الوسائط المتعددة في عرض المعلومات.

أنواع الوسائط المتعددة

يوجد العديد من الوسائط التي تعمل معاً لتشكيل معاً ما يُعرف بالوسائط المتعددة، ومن أنواع هذه الوسائط ما يلي:

النص: وهو أحد أبسط أنواع الوسائط وعادة ما يُستخدم لإيصال أغلب المعلومات للشخص المُتلقي، وتعتبر المستندات المكتوبة والكلمات التي توجد في العروض التقديمية أمثلة على وسيط النص.

الصوت: حيث يُستخدم الصوت في العروض التقديمية لزيادة تأثيرها على المُستمع.

الصور الثابتة: وهو من الأجزاء المهمة للوسائط المتعددة، ويمكن التقاط الصور الثابتة من خلال وسائل التصوير المتعددة سواء الرقمية منها أو حتى التناظرية.

الرسوم المتحركة: وهي تلك الرسوم التي تكون مصحوبة بتأثيرات صوتية.

الفيديو: حيث يُستخدم الفيديو في العديد من الأمور المختلفة كالمقابلات أو الأفلام أو غيرها من الأمور.

أشكال الوسائط المتعددة

من أشكال الوسائط المتعددة التي يُمكن للمستخدمين الاستفادة منها، واستخدامها ما يأتي: ملف الوسائط المتعددة: (بالإنجليزية: multimedia file)؛ وهو نوع من الملفات التي تُشغّل الصوت والفيديو، أو ملف صوتي فقط، أو ملف لتشغيل الفيديو فقط، ومن الأمثلة عليه: الملفات الصوتية ذات صيغة (MP3). ملفات الفيديو ذات صيغة (MP4)، أو صيغة (avi). والملفات ذات صيغة (wmv). برنامج الوسائط المتعددة: (بالإنجليزية: multimedia software)؛ وهو برنامج قادر على تشغيل أو تسجيل الملفات الصوتية أو ملفات الفيديو، مثل برنامج (Thesaurus) الذي يقوم بتشغيل الخطابات الصوتية الشهيرة. حاسوب الوسائط المتعددة: (بالإنجليزية: multimedia computer)؛ وهو أيّ جهاز حاسوب يمتلك بطاقة صوت، وبطاقة فيديو، ويكون قادراً على دعم معايير (MPC) التي تمّ تطويرها في العام ١٩٩٠م، لجعل أجهزة الحاسوب قادرة على تشغيل البرامج التي تجمع بين مقاطع الفيديو، والرسوم المتحركة، والصوت، والرسومات، وتمّ إصدار أول جهاز حاسوب يدعم هذه التقنية في العام ١٩٩٢م من قبل شركة راديو شك. (Radio Shack)

مشغلات الوسائط المتعددة

يوجد العديد من المشغلات التي يمكن للمستخدم أن يستخدمها على جهاز الكمبيوتر الخاص به، منها:

مُشغل VLC:

وهو عبارة عن برنامج مجاني وخيار مثالي لتشغيل كافة الأنواع المختلفة لـ صيغ الفيديو حيث أنه يندر وجود صيغة وتنسيق معين لا يمكن لهذا البرنامج تشغيله.

مُشغل Pot Player:

حيث يمكن من خلال هذا المُشغل القيام بالتعديل على خصائص الفيديو كالسطوع وتدرج الألوان، وجدير بالذكر أنّ هذا البرنامج يعمل فقط على أجهزة الكمبيوتر التي تعمل بنظام تشغيل ويندوز.

مُشغل Vegas Pro:

ويمكن للشخص الذي يستخدم هذا البرنامج القيام بالتعديل على الفيديوهات المختلفة من خلال القص واللصق أو حتى تعديل صوتها، وهو برنامج مدفوع الثمن.

ثانياً : الاستوديوهات الافتراضية

الاستوديو الافتراضي

الاستوديو الافتراضي هو مكان يستخدم الضوء والصوت لإنشاء فن الفضاء ، وهو قاعدة لإنتاج البرامج التلفزيونية ، وهو اتجاه شائع في مجتمع اليوم ، وهو مكان لا غنى عنه لأقسام الأخبار والدعاية. بالإضافة إلى تسجيل الصوت ، يسجل الاستوديو أيضاً الصور ، ويؤدي الممثلون فيها. لذلك ، يجب أن يكون لديها ما يكفي من معدات الصوت والضوء والظروف المناسبة للإبداع. يشمل نظام الاستوديو: نظام الفيديو ، نظام الصوت ، نظام الإضاءة ، نظام المكالمات وتكييف الهواء ، الحماية من

الحرائق ، الأسلاك الأرضية ، نظام الإمداد بالطاقة ، إلخ.

تصميم مساحة الاستوديو

تنقسم استوديوهات التلفزيون بشكل عام إلى نطاق واسع (أكثر من ٤٠٠ متر مربع) ؛ متوسط الحجم (حوالي ١٥٠ متر مربع) وصغير (أقل من ٥٠ متر مربع) وفقاً للاستخدامات المختلفة.

يمكن للاستوديوهات واسعة النطاق ، والتي تستخدم غالباً للغناء والرقص على نطاق واسع ، والأوبرا ، وأنشطة متنوعة وبرامج أخرى ، تصوير المسلسل التلفزيوني ، ويمكن تقسيمه في استوديو كبير إلى عدة مواقع صغيرة ذات المناظر الخلابة ، واحدة تلو الأخرى تم تصوير المواقع المتسلسلة التي تم تصويرها بالتسلسل على الفور المشهد وتصوير البرامج في مشاهد أخرى لتحسين معدل استخدام الاستوديو. بالنسبة للاستوديوهات متوسطة الحجم ، فإن الأوبرا الصغيرة والأغاني والرقصات والاختبارات والندوات مناسبة. هو الأنسب لصنع برامج التدريس المرئية أو ترتيب بعض الأفلام التعليمية مع المؤامرات. تعتمد الاستوديوهات الصغيرة بشكل أساسي على الأخبار ومعاينات البرامج وتدريب الألواح والبرامج الأخرى ذات الحركة القليلة ، وتستخدم بشكل أساسي في الاستراحة والتوزيع والتعليق وتصوير الأشياء المادية الصغيرة. في الاستوديوهات متوسطة الحجم بشكل عام ، يمكن تعيين العديد من المواقع ذات المناظر الخلابة لتحقيق الغرض من الاستخدام الشامل للاستوديو. يمكن أن تنتج برامج خاصة ، مثل اختبار المعرفة ، والمقابلات الشخصية ، والأخبار وغيرها من البرامج التي يتم وضعها في الاستوديو ، ولكل منها مجموعتها الخاصة ، والدعائم ، واستخدام نفس مجموعة معدات التسجيل ، واستخدام نفس غرفة التحكم ، طالما الوقت مُصطف ، ما عليك سوى تحريك الكاميرا ، يمكنك بسهولة الانتقال إلى كل بقعة ذات المناظر الخلابة لتصوير البرامج ، والتي يمكنها تحسين معدل استخدام الاستوديو وحفظ المعدات.

استوديو صوتي

متطلبات الاستوديو الصوتية ليست بدائية مثل الاستوديو ، ولا معقدة مثل استوديو التسجيل. لأن الإنتاج التلفزيوني ليس مثل تصوير صورة في استوديو مثل فيلم ، ثم الذهاب إلى استوديو التسجيل للدبلجة. غالباً ما يتم استخدام الأصوات المتزامنة دفعة واحدة ، لذا فإن المتطلبات الصوتية للاستوديو تحتاج فقط إلى تلبية مواصفاته الرئيسية.

وقت الصدى

الوقت اللازم لانخفاض طاقة الصوت بمقدار ٦٠ ديسيبل بعد توقف مصدر الصوت عن الإشعاع هو وقت صدى الصوت. يرتبط حجمه بمعامل امتصاص الصوت لحجم الغرفة والجدران والأرضيات والأسقف والواجهات الأخرى. تم تصميم صدى استوديوهات التلفزيون بشكل عام ليكون حوالي ٠,٦ ثانية. وقد قامت الاستوديوهات الصغيرة والمتوسطة فقط بتعزيز إجراءات امتصاص الصوت لتقليل وقت الارتداد. نهجنا هو: جميع الجدران والأسقف الداخلية مصنوعة من مواد تمتص الصوت ، ولا يجب أن تكون الزخرفة رائعة وبسيطة ومشرفة ، ويجب أن يكون امتصاص الصوت لكل نطاق تردد متجانساً ، ويجب أن يكون اللون رمادياً وغير عاكس. تعتمد المادة على جدار تقسيم عازلة من الفولاذ

جديدة أحدثت ثورة ونقله نوعية في تخفيض تكلفة الإنتاج ليس في مجال السينما فقط ، ولكن في مجال الفيديو أيضاً حيث أنه بإعتماد هذه التقنية على الكمبيوتر أمكن في كثير من الأحيان الاستغناء عن الموقع والديكور الحقيقيين واستبدالهما بموقع أو ديكور تخيلي أنتج بواسطة الكمبيوتر مما يعنى توفير المباشر في ميزانية إنتاج المادة المصورة.

وهذه التقنية الجديدة تسمى بالديكور الافتراضي Virtual Set أو الاستوديو الافتراضي Virtual Studio وتقوم فكرة عملها على تصوير الأشخاص في محيط ثلاثي الأبعاد مطلي بلون واحد ومضاء جيداً بحيث تكون درجة وضوح اللون متساوية في كل أرجاء موقع التصوير بحيث يكون الكادر ممتلئ باللون حتى يسهل فصل هذا اللون بعد ذلك. وأثناء التصوير يقوم جهاز الكمبيوتر بتتبع مسارات الكاميرات من خلال مجسات خاصة مثبتة على كاميرات التصوير حيث تقوم هذه المجسات بإطلاع الكمبيوتر بإحداثيات الكاميرات (س،ص،ع) ، ومقدار حركة الزوم Zoom ، والحركة الأفقية Pan ، والحركة الرأسية Tilt لكل كاميرا لحظياً مما يؤهل الكمبيوتر لمحاكاة هذه الكاميرات افتراضياً لإنتاج صور لاستديوهات وديكورات افتراضية بنفس مسارات كاميرات ويتم ادخال الصور الحقيقية والصور الافتراضية على جهاز فصل الخلفيات حيث يقوم هذا الجهاز بفصل الخلفيات أحادية اللون وإحلال الصور الافتراضية محلها مع الإبقاء على الأشخاص المصورين وبما أن مسارات التصوير الحقيقية والافتراضية متطابقة فإن النتيجة تكون صور للأشخاص الحقيقيين داخل الاستديوهات الافتراضية.

بهذه الطريقة أمكن لتقنية الاستديوهات الافتراضية أن تقدم حلاً جزئياً يوفر في تكلفة الإنتاج بشكل غير مسبوق مع الارتقاء بمستوى الإبهار للعمل ككل ، حيث أنه بالرغم من خفض تكلفة مواقع التصوير وما تحتويه من ديكور إلا أنه تم الارتقاء البصري بها إلى درجة لا يحدها سوى خيال القائمين على صناعة المادة المصورة.

تقسيم الاستديوهات الافتراضية

أولاً - الاستديوهات الافتراضية في مجال السينما

بفضل تقنية الاستديوهات الافتراضية يمكن للمخرج أن يحظى أولاً برؤية مسبقة لمشاهد من الفيلم تجمع الممثلين الحقيقيين وخلفيات ومؤثرات افتراضية مصنوعة في برامج الرسم ثلاثية الأبعاد في مشهد لحظي أثناء عملية التصوير مما يعطيه تحكم كامل في أماكن الممثلين داخل موقع التصوير . واخذ القرار الفوري سواء بالاكتماء بما أخذ من لقطات أو التصوير من جديد ثم بعد ذلك يقوم القائمون على العمل باستخدام مسارات الكاميرات التي سجلها الكمبيوتر أثناء عملية التصوير الفعلي لإنتاج خلفيات و مواقع تصوير افتراضية بجودة عالية في برامج الرسم ثلاثية الأبعاد ثم تركب هذه الخلفيات والمواقع على ما تم تصويره بالكاميرات الحقيقية لإنتاج الصورة النهائية للفيلم باستخدام برامج تركيب المشاهد .

ثانياً- الاستديوهات الافتراضية في مجال التلفزيون

١. الاستديوهات الافتراضية في البث المباشر ON Air Virtual Studios :-

الخفيف مضمناً بقطن ممتص للصوت من الألياف الزجاجية ومزين خارجياً بغطاء رغوي ناعم لتحقيق طبقة مزدوجة أو متعددة الطبقات لامتصاص الصوت. وفقاً للمتطلبات الصوتية ، بالإضافة إلى امتصاص الصوت ، يجب أن يكون هناك جهاز لعكس ونشر مجال الصوت وامتصاص طاقة الصوت ذات التردد المنخفض ذات الصلة باستخدام رنين التجويف. من أجل تلبية متطلبات مقاومة الحريق ، فإن جميع المواد المستخدمة في الزخرفة المذكورة أعلاه تصل إلى مواصفات الحماية من الحرائق.

عزل الصوت

عزل صوت المبنى يشمل صوت الهواء والصوت المتأثر. يشير الصوت المحمول جواً إلى الضوضاء المحمولة جواً في المباني. أصوات مثل تشققات الأبواب وفتحات التهوية وقنوات التهوية. يسمى ضجيج الخلفية المكون من الضجيج البيئي ضجيج الأرضية ، وإذا كان أداء عزل الصوت ضعيفاً ، فيجب أن يكون ضجيج الأرضية مرتفعاً. في الظروف العادية ، يجب أن يكون الحد الأدنى لضوضاء الاستوديو أقل من ٤٠ ديسيبل. يشير صوت التأثير إلى الضوضاء الناتجة عن التأثير على المادة الصلبة. تعتبر الضوضاء وخطوات الأقدام الموجودة تحت الأرضية بشكل خاص أكثر أصوات التأثيرات شيوعاً. من أجل تحقيق التأثيرات المذكورة أعلاه ، يجب تغطية الأرض بالسجاد المطاطي أولاً ، تليها سجاد ماص للهب يمتص الصوت لتقليل الضوضاء.

تعد نافذة المراقبة بين غرفة التحكم والاستوديو جزءاً رئيسياً يتطلب معالجة عزل الصوت ، وهي مختومة بثلاث طبقات من مانع تسرب السيليكون المجوف لتكوين طبقة هواء جاف بين الزجاج يمكن أيضاً عزل عزل الصوت ، إن أمكن ، بالغاز الخامل ، بحيث يكون تأثير عزل الصوت أفضل.

الديكور الافتراضي . . الاستوديو الافتراضي

منذ بزوغ فجر التصوير السينمائي ظل الإبهار البصري هو الشغل الشاغل لأهل هذا الفن إذ أنه يعد من أهم الوسائل التي تجذب عقل ولب المتفرج . ولم يكن الإبهار حكراً على الأداء التمثيلي لشخص الرواية من قبل الممثلين ، بل كان موقع التصوير وما يحتويه من ديكور بالإضافة إلى فن الحيل والمؤثرات البصرية من أهم العناصر التي ساهمت في إضفاء جو من الإبهار على المادة المصورة ، حيث أن التوظيف الدرامي للموقع وما يحتويه من ديكور يخدم بشكل كبير البناء الدرامي للفيلم.

وبالرغم من ظهور العديد من التقنيات التي عملت على توفير وقت وجهد العاملين في هذه الصناعة ، إلا أن ذلك لم ينعكس على خفض تكلفة موقع التصوير أو الديكور المستخدم فيه بشكل كبير ، بمعنى أن هذه التقنيات عملت على تطوير حرفية أهل هذه الصناعة بتيسير مراحل العمل المختلفة ولكن على الجانب الآخر لم تستطع توفير في التكلفة الكلية للإنتاج والتي تصطدم بشكل مباشر بميزانية العمل المقررة .

إلا أنه في الحقبة السابقة فرضت التقنية الرقمية Digital Technology نفسها بشدة على صناعة السينما وفي غضون هذه الحقبة ظهرت تقنية

تتجلى روعة الاستوديوهات الافتراضية في مجال البث المباشر حيث تعد هذه التقنية بمثابة الحل السحري لإنشاء محطة تلفزيونية بأقل تكلفة ممكنة . إذا أنه من المعروف أن أكثر الأمور تكلفة في المحطات التلفزيونية هو الديكور إذا أنه إما أن تقوم المحطة ببناء استوديوهات بعدد البرامج التي تقدمها المحطة وهو أمر مكلف للغاية , أو أن يكون عدد الاستوديوهات أقل من عدد البرامج المقدمة مما يستدعى هدم الديكور وإعادة بنائه بشكل دوري لتلبية احتياجات البرامج المختلفة . وهو أمر يفتقر إلى الجدوى الاقتصادية من هنا كانت الاستوديوهات الافتراضية بمثابة طوق النجاة للمحطات التلفزيونية إذا أن هذه التقنية لا تتطلب سوى استديو واحد فقط مطلي باللون الأزرق أو الأخضر يتم فيه تصوير جميع البرامج ويقوم الكمبيوتر في نفس اللحظة باستبدال هذا الاستديو أحادي اللون بالاستديو الافتراضي الخاص بالبرنامج المصور حيث أن جميع ديكورات البرامج التي تقدمها المحطة تكون مخزنة على الكمبيوتر مما يتيح رفاهية بناء وتغيير الديكور بدون أي تكلفة وعلى الهواء مباشرة . ومن أشهر المحطات التي تستخدم هذه التقنية محطة الجزيرة الإخبارية , وشبكة محطات RTL , وشبكة BBC .

٢. رسومات في البث المباشر ON Air Graphics

من الاستخدامات الهامة لتقنية الاستوديوهات الافتراضية توظيفها لعمل رسوم على الصورة التي تبثها المحطة التلفزيونية مثل كتابة شريط الأنباء على الشاشة , أو وضع شعار المحطة أو وضع أي رسومات أو نصوص يراد تركيبها على الصورة التي تبثها المحطة مثل الأهداف في مباراة , أو رسم ثلاثي الأبعاد لتوضيح حادث هام حدث فجأة مثل سقوط طائرة أو ما إلى ذلك من الأشياء التي تستدعى الظروف بثها لحظياً دون توافر مادة مصورة لها.

الديكور الافتراضي . . الأستوديو الافتراضي tech_product_002_1

كانت هذه نبذة عن أشهر التطبيقات لتقنية الاستوديوهات التخيلية , والتي يتضح منها أن هذه التقنية تمتاز بتقليص تكلفة الإنتاج السينمائي أو التلفزيوني إلى أقصى درجة اقتصادية ممكنة دون المساس بجودة الصورة , بل على العكس فإن استخدام هذه التقنية يرتقى بالعمل المنتج إلى درجة من الجودة لا يحدها سوى خيال المستخدمين لها ومن الغريب أن هذه التطبيقات جميعاً يقوم بها برنامج واحد فقط يمكن تطويره لكي يقوم بأي من هذه الوظائف , هو برنامج Brainstorm

الفيدوجراف

الفيدوجراف : مقطع فيديو تفاعلي حركي يجمع بين عنصر أو أكثر من عناصر الوسائط المتعددة (لقطات مصورة + نصوص متعلقة باللقطات) أو (لقطات حيه مصوره + شرائح إنفوجرافيك متحركة)

آليات التوظيف : يقصد بها طبيعة التقارب بين المعلومات النصية للقصة الإخبارية والمعلومات المصورة والتي تمثلها (لقطات الفيديو) . وتم تحديدها في هذا الدراسة في إثني عشرة آلية هي على النحو التالي :

١. تكرار المضمون : بمعنى أن يتطابق النص ومحتوى الفيديو.
٢. جزء معلوماتي خاص بالحدث ككل : أن يكون محتوى الفيديو يتناول كل أطراف الحدث من خلال إضافة معلومات أخرى

مختلفة عن محتوى النص .

٣. جزء معلوماتي خاص بجانب من جوانب الحدث الأصلي : أن يتضمن محتوى الفيديو معلومات إضافية تتعلق بطرف من أطراف الحدث الأصلي.
٤. جزء معلوماتي خاص بحدث فرعي : أن يتضمن محتوى الفيديو معلومات إضافية بحدث فرعي له صلة بالحدث الأصلي ولكن ليس جزء أصيل منه .
٥. جزء معلوماتي خاص بشخصية من شخصيات الحدث الفاعلة .
٦. تلخيص القصة الإخبارية ككل : أن يكون محتوى الفيديو متضمناً لأبرز ملامح الحدث ككل بشكل مكثف وملخص .
٧. مقدمة تمهيدية للقصة الإخبارية : أن يقوم مقطع الفيديو مقام مقدمة الخبر في عرض لمحة سريعة عن مضمون الخبر.
٨. قصة إخبارية قائمة بذاتها : يتضمن قصة منفصلة ذات صلة تضيف للسياق الذي تتحرك فيه أحداث الخبر أو تساهم في مزيد من التوضيح.
٩. لقطه مكانية محددة : يقدم محتوى الفيديو ملامح المكان المترابط بالحدث
١٠. لقطة زمنية محددة : يقدم محتوى الفيديو معلومات تخص توقيت ذات صلة بالحدث
١١. شارح ومفسر للحدث
١٢. رواية القصة بأسلوب مختلف عن النص : يضمن محتوى الفيديو نفس مضمون النص ولكن أسلوب السرد وطريقة الترتيب في العرض مختلفة .

الكروما

تعرف الكروما على أنها قماش أخضر أو أزرق اللون، يتم إضاءتها بعناية وبأسلوب خاص، لاحقاً وبعد تصوير المشهد المراد يقوم متخصصوا المونتاج والمؤثرات الخاصة، بإزالة الكروما عن طريق آلية تدعى كروما كي ، وهي من الوسائل التقنية الحديثة التي يستعملها المخرج لإنجاز مشاهد صعبة ومستحيلة كالإنسان الطائر، وتستعمل في الأفلام أو المسلسلات أو لإعداد ديكور افتراضي للبرامج التلفزيونية، وهي خلفية تكون غالباً باللون الأخضر والأزرق يتم إزالتها ووضع صور أو فيديو في مكان الخلفية. (غالباً يستعمل اللونين الأخضر أو الأزرق لأنهما لا يشبهان لون بشرة الإنسان)

يفضل الكروما لم يعد المخرج يحتاج إلى السفر إلى دولة أو مدينة من أجل لقطة في الفيلم، فبفضل الكروما يمكنه عمل ذلك مع تقليل تكاليف الإنتاج، وأيضاً بهذه التقنية يمكن إضافة شخصيات ثلاثية الأبعاد في رفقة شخصيات حقيقية

وتعد الكروما من وسائل التقنية الحديثة التي يستعملها صناع الأفلام لإنجاز مشاهد يصعب تصويرها في الواقع إما لعدم القدرة على التواجد في المكان المراد إظهاره في الكروما، وإما بسبب النية المسبقة لإضافة

التأثيرات البصرية الخاصة على المشهد.

لماذا اللونين الأخضر والأزرق فقط ؟

يتم الإهتمام عند التصوير بالشكل الأساسي بلون البشرة بشكل خاص، وعلى اعتبار أن جميع البشر لهم ذات لون البشرة، لكنها تكون إما أكثر أو أقل كثافة وسطوع، وعلى ذلك الأساس نجد الأبيض والأسمر، فهي تدرجات في لون البشرة لكن اللون ذاته لم يتغير، بالنظر إلى دائرة الألوان، تقع المنطقة التي تمثل لون البشرة في المنطقة البرتقالية، وكلما كانت أقرب إلى مركز الدائرة كان سطوع اللون أعلى، وكلما كانت أبعد عن مركزها كان اللون أكثر قتامة.

إضاءة الكروما بالشكل الصحيح

الإضاءة هي بالتأكيد واحدة من أهم المواضيع التي يجب الإنتباه إليها عند العمل مع الكروما، لأنك إذا لم تضيء كامل الكروما بالشكل المتساو، فستحصل على مجموعة من المشاكل أهمها الظلال، فبالتالي ستحصل على مشاهد سيئة جداً.

قم بإضاءة الشاشة الخضراء بالتساوي حتى تتمكن من الحصول على مشاهد جيدة تستطيع تفرغها في برامج المونتاج.

احترس من بقع الضوء وإجعل الضوء ناعماً غير مرتكز في مكان واحد عند الإضاءة، حاول إنشاء أكبر قدر ممكن من الفصل بين الموضوع (الممثل) والخلفية الخضراء.

فيديو الحائط

الحائط الإلكتروني Pallet

هو عبارة عن حائط افتراضي بخلفية ، ويحمل عناوين معينة ، ويستطيع الجميع المشاركة فيه عن طريق رابط أو كود ، ويمكن أن يكون متزامن وأيضاً غير متزامن .

ويمكن استثمار الحائط الإلكتروني وتطبيقاته مثل تطبيقنا لليوم Pallet في الفصول الدراسية الرقمية بحيث يشكل الحائط استجابات الطلاب على سؤال أو قصة أو مناسبة وهي بذلك تمثل نظام جميل لاستثماره في تقديم تغذية راجعة فورية أثناء إقامة الحصة الدراسية أو مؤجلة بعد انقضاء الحصة، كما يمكن استثماره في استراتيجيات الصف المقلوب Flipped Learning بحيث يعرض رابط الحائط نهاية الحصة ويشارك فيه الطلاب كنشاط منزلي ثم تناقش المشاركات على الحائط أثناء الحصة مع تمكينهم أثناء الحصة بالتعديل والإضافة على مشاركاتهم السابقة.

مميزات الحائط الإلكتروني

- الموقع متعدد اللغات ومنها اللغة العربية
- وجود خلفيات متعددة وجاذبة ويمكن إضافته خلفية من الاستديو الخاص بك
- تغيير أنواع الخط
- إنشاء العديد من الحوائط الالكترونية ، ولكل حائط عنوان وخلفية

• خاصية اضافته الصور

• إضافته مقاطع الفيديو

• إضافته ملفات البي دي اف والجداول والرسوم

• إضافته مختلف الوسائط المتعددة

• إضافته روابط للتغريدات ومواقع التواصل الاجتماعي

• يمكن تحميله على الاندرويد والابل استور والحاسوب

• يمكن تبادل الخبرات والملفات وتشاركها مع الجميع

• مشاركته موقع الحائط الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي

• برابط أو كود

توظيف الحائط الإلكتروني

• كتابة الملاحظات

• ترتيب الصور

• إدراج ملفات الإنجاز

• ابداء الآراء والخواطر

• إنشاء وعمل الخرائط الذهنية

• كتابة القصص واكمالها

• كتابة التعليقات والردود

• وضع مصادر وروابط يمكن الرجوع اليها والاستفادة منها

• إضافته المنشورات والمقالات والملفات

• العصف الذهني والذكاءات المتعددة

• الانفوجرافيك والملوشن جرافيك

• هناك بطبيعة الحال الكثير من المصطلحات التي قد تبدو متشابهة

ولكنها تختلف في المعنى التنفيذي تماماً ، مثل الانفوجرافيك

والموشن جرافيك

أولاً: الانفوجرافيك

الانفوجرافيك هو عملية تحويل تلك المعلومات من بيانات وأرقام مملّة ومعقدة إلى رسومات وصور شيقة وتفاعلية مليئة بالمعلومات الواضحة بطريقة مختصرة حول موضوع ما. ويُعتبر الانفوجرافيك من أكثر الوسائل الهامة في وقتنا الحالي، لأنه أحد أكثر الطرق السهلة والشيقة لنقل المعلومات باختصار دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص المملّة. ويُستخدم الانفوجرافيك في التعليم وفي الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي لأنه الوسط النشط الأكثر تفاعلاً.

وقد يطلق على الانفوجرافيك أيضاً بالرسومات التصويرية، فهو مجرد رسومات ونصوص مختصرة تشكل تصوراً إعلامياً واحداً حول موضوع معين أو معلومة أو مفهوم ما. فعلى الرغم من وجود العديد من الطرق التعليمية التفاعلية الحديثة إلا أن الانفوجرافيك من أكثر الرسومات تأثيراً على إدراك المتلقي في إستقبال المعلومة، فهي غالباً مجهزة بكل الأمثلة والصور الكرتونية التي تعطي تصوراً واضحاً للموضوع.

ثانياً: الموشن جرافيك

الموشن جرافيك يُشبه تماماً الانفوجرافيك، بل هو أحد أنواعه ولكن يختلف عنه في كلمة واحدة وهي "فيديو". فالموشن جرافيك باختصار هو عبارة عن صور ونصوص وكذلك رسومات مختلفة من رسومات بيانية وشخصيات كرتون وأيقونات وشعارات ومختلف الأشكال الأخرى،

لـ Adobe Illustrator و CorelDraw و Xara Extreme، كما يمكنه استيراد وتصدير تنسيقات الملفات المختلفة، بما في ذلك SVG و AI و EPS و PDF و PS و PNG.، ويحتوي على مجموعة من المميزات الشاملة، والواجهة البسيطة، مع دعم متعدد لمختلف اللغات. وتصميم هذا البرنامج ليكون مفتوح المصدر ليكون قابلاً للتطور؛ ويمكن للمستخدمين تخصيص وظائف InScape مع الوظائف الإضافية، ولقد أصبح مستخدم InScape يتزايدون مع توافر العديد من المواد التعليمية للمساعدة في فهم البرنامج وطريقة عمله.

مميزات InScape

- يتمتع InScape بألوان عالية الجودة نظراً لوجود ألوان مسطحة، وتدرجات، ومستويات ألوان شفافة.
- يمكن معالجة الصور عالية الدقة، إنكسكيب لديها معيار بياني متجه حيث يمكن للرسم تغيير كل جزء في صورته دون تغيير جودة الصورة الكلية.
- يعد InScape جيداً لمعالجة الكائنات المعقدة لأنه يحتوي على مميزات تفصيلية، مثال المميزات التفصيلية: الخطوط، تعبئة الألوان، الطبقات، الموضع، وغيرها.
- يمكن لـ InScape تصحيح كل جزء باستخدام أداة Edit Paths By Nodes
- بالنسبة لبعض الأشخاص الذين يعملون في مجال تصميم الرسومات، فإن هذا التطبيق مألوف مثل Adobe و Corel Draw و Illustrator في نظام التشغيل Windows.

عيوب InScape

- من الصعب معرفة واستخدام هذا التطبيق من قبل المبتدئين لأن InScape به العديد من المميزات المعقدة.
- يحتاج المستخدم إلى الصبر والدقة لإنتاج أفضل صورة.
- لا يمكن لـ InScape حفظ المستندات في بعض تنسيقات ملفات المستندات مثل jpeg و jpg وغيرها من الصور النقطية.
- يصبح الأمر شاقاً عند عمل طبقات أو كائنات في ورقة عمل واحدة.

٢- برنامج Daz Studio

يعتبر برنامج Daz Studio أحد أقوى برامج التصميم ثلاثي الأبعاد، حيث يستخدم البرنامج لصنع الرسوم التوضيحية، الرسوم المتحركة، الرسوم ٣D، أغلفة للكتب، يتميز هذا البرنامج ببساطة الواجهة واحترافية التصميم، فيمكنك البدء بإعداد تصميمك وضبط الإضاءة وتعديل الإعدادات، يمكنك كذلك عمل التصميمات وطرحها للبيع على السوق الخاص بالموقع. البرنامج مُميز للغاية ويساعدك على عمل تصميمات احترافية للغاية حتى ولو لم تكن تمتلك المهارة الكافية، وأيضاً موقع البرنامج يوفر لك مجموعة من الدروس التعليمية لإتقان البرنامج كل هذا مجاًناً وبدون أي مقابل، احرص على تجربة هذا البرنامج.

٣- برنامج Krita

برنامج تحرير الرسومات التي تستخدم خاصاً للرسم الرقمي وأغراض الرسوم المتحركة ولكنها تحتوي العديد من المميزات المختلفة مثل

ولكن يُميزه التحريك السلس أو ما يسمى "الموشن" لهذه الأشكال والرسومات المختلفة مع تأثيرات سينمائية وصوتية بطريقة رائعة تجذب المشاهد أكثر من أي تقنية أخرى.

ويضاف للموشن جرافيك عادة المؤثرات الصوتية والتعليق الصوتي وأحياناً الموسيقى كخلفية.

ويتكون عادة من رسوم توضيحية بسيطة غير معقدة، تتضمن خطوط وأشكال هندسية وأشكال حرة يستخدمها المهتمين بمجالات تصميم موشن جرافيك المختلفة.

وأشهر مجالات الموشن جرافيك في القنوات التلفزيونية هي مجال الرسوم ثلاثية أبعاد 3D.

وشاع استخدام الموشن جرافيك في معظم القنوات الفضائية، سواء في الفواصل الإعلانية، أو مقدمات وخواتيم البرامج والأفلام.

ويستخدم الموشن جرافيك في إنتاج الأفلام التعليمية، والإعلانات الترويجية، وفي عمل الشعارات المتحركة، ومقدمات وخواتيم البرامج الفرق بين الموشن جرافيك والانفوجرافيك:

الانفوجرافيك هو مصطلح يطلق على الرسوم، والتصميمات المعلوماتية، أي تلك التي تقدم المعلومات على هيئة رسوم وصور مبسطة، وارتبط الانفوجرافيك بأعمال التصميم، خاصة مصممي الفوتوشوب، وهي تصميمات ساكنة غير متحركة، يتكون الانفوجرافيك من أشكال وخطوط ومعلومات مكتوبة داخل أو حول هذه الأشكال، ويتم دعمها أحياناً ببعض الرسوم والصور.

أما الموشن جرافيك عبارة عن رسوم توضيحية متحركة معدلة باستخدام أحد البرامج؛ لتوضيح وتبسيط المعلومات، والموشن جرافيك هو طريقة للتواصل مع المشاهد فهو كفيديو رسوم متحركة يعرض النصوص والكلمات مع المؤثرات الصوتية، والتعليق الصوتي والموسيقى لمساعدك بتقديم الرسالة التي تريدها للمشاهد. وكلمة جرافيك معناها الصور أو الرسوم البيانية أو التخطيطية أو التوضيحية، وكلمة موشن تعني الحركة، يمكنك مشاهدة نماذج على أعمالنا الخاصة بالموشن جرافيك.

وأخيراً وليس آخراً يكمن الفرق بين الانفوجرافيك والموشن جرافيك على أنه كلاهما واحد من حيث المبدأ ولكن الأول (الانفوجرافيك) عبارة عن رسم تخطيطي يتم إخراجه في صورة ذات أبعاد معينة. أما الثاني (الموشن جرافيك) عبارة عن رسم تخطيطي يتم تحويله إلى عرض حي؛ فيتم إخراجه على شكل فيديو تفاعلي يُستخدم لأغراض عديدة، منها التسويقية، التجارية، والتعليمية.

برامج تصميم موشن جرافيك : Best Motion Graphics Program

١- برنامج InScape

يحتوي إنكسكيب على أدوات رسم متطورة ذات إمكانات مماثلة

البرنامج يمكن أن نصله كواحد من أفضل برامج تصميم الجرافيكس المجانية، وهو يوفر أيضًا إمكانية تصدير التصميمات بصيغة PDF، ويمكنك استخدام إحدى الخدمات السحابية التي يوفرها البرنامج للوصول إلى أعمالك في أي وقت ومن أي مكان.

٦- برنامج Vectr

البرنامج يستخدم في عمل الكثير من التصميمات بتقنية D ٢ والشعارات والرسوم التوضيحية والبرنامج يتوفر على الكثير من الأدوات لعمل تصميمات احترافية مثل الفلاتر المنوعة والخطوط المختلفة. أيضًا يوفر البرنامج خاصية المزامنة فيمكنك شخصين العمل معًا.

فن الجرافيك

تعريف فن الجرافيك : يعرف فن الجرافيك بالإنجليزية: Graphic Art بأنه أي نوع من أنواع الفن الذي يعبر عنه بصورة مرئية، مثل: الرسم، والتصوير الفوتوغرافي، والطباعة، وهو الشكل التقليدي من الفنون الجميلة، وعادةً ما يُطبّق هذا النوع من الفنون على الأسطح المستوية. من الممكن تطبيق فن الجرافيك أيضًا بشكل رسومات، وخطوط، وأماط أصلية للفنون الزخرفية، وذلك في حالة تطبيقه على الأثاث، والمنسوجات، والسيراميك، والديكورات الداخلية، وفي الهندسة المعمارية.

تاريخ فن الجرافيك

يعود تاريخ فن الجرافيك إلى عمق العصور القديمة، إذ بدأ بالظهور في المخطوطات المصوّرة في الصين القديمة، ومصر، واليونان، وروما، حيث كانت النصوص مرفقةً بالصور لتوضيح الكلام المكتوب، ومن أمثلتها كتاب الموق المصري القديم. يُذكر أنّ فن الجرافيك تطور في العصور الوسطى ليخدم الجانب الديني، بحيث كُتبت المخطوطات التي تحتوي على الكتابات المقدسة وأُرفقت بها الرسومات والصور لتحفظ على صفائح معالجة من جلود الحيوانات تسمى الرق، كما تطوّر فن الجرافيك ما بين القرن العاشر والخامس عشر في العهد الإسلامي، واستُخدمت المنمنمات الفارسية في تصوير الأشكال البشرية، والحيوانات، والمباني، والمناظر الطبيعية، وأماط زخرفية أخرى. اخترع الصينيون القوالب الخشبية المستخدمة للكتابة، والكتب المطبوعة على الورق لتحل محل المخطوطات باهظة الثمن، وفي القرن ١٨ م تطور فن الجرافيك لتصبح طباعة الرسومات فيه باستخدام الصفائح المعدنية التي ترش الحبر على الورق، وفي مطلع القرن ١٩ م أصبحت الطباعة وسيلةً لنشر الرسومات والزخارف لتصل إلى عدد أكبر من محبي الفن.

أنواع الجرافيك

يؤدي تصميم الجرافيك إلى تسهيل مهمة إيصال المعلومة إلى المتلقي، وهناك أنواع متعددة من الجرافيك، وهي كما يأتي:

- تصميم الجرافيك للهوية المرئية.
- تصميم الجرافيك للتسويق والإعلان.
- تصميم الجرافيك لواجهة المستخدم.
- تصميم الجرافيك للنشر.
- تصميم الرسوم البيانية للتغليف.
- تصميم الرسوم المتحركة.
- التصميم الجرافيكي البيئي.
- الفن والرسم التوضيحي.

مثبتات الفرشاة وكذلك مساعد الرسم وغيرها كـ أدوات النسخ المتطابق ودعم بسد وما إلى ذلك هذا سهلة الاستخدام وسريعة لتعلم أداة يستخدم عادة من قبل الرسامين والفنانين الملمس والفنانين وهو Krita برنامج يتمتع بواجهة استخدام بسيطه جدا وسهله كما أنه برنامج مرن جدا ومجاني ١٠٠٪ ومفتوح المصدر ويسهل استخدامه كما أنه برنامج يدعم العمل الإبداعي بواسطة الخروج من الطريق وذلك باستجابة كبيره جدا فهو برنامج يقوم على مفهوم الفن وخلق الكاريكاتير برنامج يستخدم تكنولوجيا الإطار العظيم أن المجتمع كدي يتطور و يمكنك تشغيل Krita على ويندوز ويتمتع هذا البرنامج بثلاث إصدارات مختلفه عن بعضهم وهما كريتا الرسم ولأجهزه تعمل باللمس وكريتا سطح المكتب لأنظمة سطح المكتب.

مميزات Krita

- يوفر لك هذا البرنامج تصميم كامل بسهولة وكل وضوح
- برنامج يعطيك إتاحة التحكم في حجم الصور حتى يمكنك من تكبير وتصغير حجم الصورة
- يتمتع هذا البرنامج بثلاث إصدارات مختلفه عن بعضهم وهما كريتا الرسم ولأجهزه تعمل باللمس وكريتا سطح المكتب لأنظمة سطح المكتب وأخيرا كريتا ستوديو
- يتيح لك برنامج قص أي جزء تريد تحديده من الصورة وإخفاءه
- برنامج يوفر لك الكتابة على الصورة التي تريدها كما يمكنك من الكتابة بأكثر من شكل
- برنامج يدعم العمل الإبداعي بواسطة الخروج من الطريق وذلك باستجابة كبيره جداً فهو برنامج يقوم على مفهوم الفن وخلق الكاريكاتير
- برنامج يتمتع بواجهة استخدام بسيطه جداً وسهله كما أنه برنامج مرن جداً و مجاني ١٠٠٪ ومفتوح المصدر ويسهل استخدامه

٤- برنامج Blender

يعد من أفضل البرامج لعمل التصميمات ثنائية الأبعاد D ٢ وثلاثية الأبعاد ٣D، بالإضافة إلى عمل الرسوم المتحركة أو ما يُعرف بالموشن جرافيك Motion Graphic بدقة خرافية وجودة رائعة.

- يتميز البرنامج بالتطور الرائع والسرعة الكبيرة نظراً للاعتماد في برمجته على لغة بايثون الشهيرة التي أتاحت له الاستفادة من قوة ومميزات اللغة، كما أنه يدعم عملية Render باستخدام المعالج وكارت الشاشة، وغيرها من الخصائص الرائعة التي يوفرها البرنامج بالرغم من أنه مجاني تماماً، والبرنامج يدعم أنظمة Linux / Windows / MAC.

٥- برنامج Gravit Designer

برنامج Gravit Designer برنامج تصميم متكامل، حيث يمكنك من خلاله تصميم الرسوم المتحركة والرسوم التوضيحية والرسوم البيانية، وهو أيضًا يعتبر برنامج لعمل العروض التقديمية الاحترافية، ويمكن باستخدام البرنامج تحرير الصور عبر مجموعة ضخمة من الأدوات لتعديل الصور أو إضافة التأثيرات عليها، ومن خلال الواجهة الاحترافية التي يتمتع بها.

التصميم ثنائي الأبعاد

تعريفه

استخداماته في تقنيات الواقع المعزز

البرامج المستخدمة في التصميم ثنائي الأبعاد

من أبرز البرامج المستخدمة في التصميم ثنائي الأبعاد:

1. برنامج الأوتوكاد (AUTOCAD) انتاج شركة أوتوديسك (AUTODESK)
2. برنامج ثري دي ماكس (3DMAX) انتاج شركة أوتوديسك (AUTODESK)
3. برنامج الريفيت (Revit) انتاج شركة أوتوديسك (AUTODESK) وفي اعتقادي هو افضل البرامج.
4. برنامج cinema 4d
5. برنامج sketch up

الأشكال ثنائية الأبعاد

خصائص الأشكال ثنائية الأبعاد

التصميم ثلاثي الأبعاد :

تعريفه

استخداماته في تقنيات الواقع المعزز

البرامج المستخدمة في التصميم ثلاثي الأبعاد :

1. Blender - أداة ثلاثية الأبعاد مفتوحة المصدر
2. Cinema 4D - منحنى التعلم السهل
3. Autodesk 3DS Max - لصانعي الألعاب
4. TinkerCAD -
5. Zbrush - للطباعة ثلاثية الأبعاد
6. SketchUp
7. Maya - لصانعي الأفلام
8. Houdini - لصناعة المؤثرات البصرية

الهولوجرام

Holography، وهو الصور التجسيمية أو التصوير التجسيمي، وكذلك الدواكر الهولوجرافية، وهي عبارة عن تقنية تنفرد بخاصية ما تمنحها القدرة على إعادة إنشاء صورة للأجسام بصورة ثلاثية الأبعاد في الفضاء بالاعتماد على الليزر، ويشيع استخدامه في تصوير أفلام الخيال العلمي.

ويمكن تعريفه بأنه تقنية أو جهاز يعتمد على مجموعة من الموجات الضوئية تتولى مسؤولية التصوير الثلاثي الأبعاد للأجسام بكفاءة عالية، ويبدأ التصوير عند حدوث تصادم بين هذه الموجات الضوئية والهدف المنوي تصويره، ويقوم جهاز الهولوجرام بدوره بتخطيط الجسم المراد تصويره ثم نقل المعلومات اللازمة حول هذا الجسم، وذلك نظراً لاعتماد هذه التقنية على رصد موجة الجسم، ويتيح هذا الجهاز إمكانية تكرار إنشاء صدر الموجة مجدداً في حال إضاءة جهاز الهولوجرام.

أنواع الهولوجرام

تصنف أنواع جهاز الهولوجرام إلى نوعين، وهما:

- الهولوجرام الشريحي الرقيق.
- الهولوجرام الحجمي السميك.

كيفية عمل الهولوجرام

حتى يتم إنجاز مجسم بأبعاد ثلاثية لا بد من توافر جسم أو شخص (object) ليكون نقطة مستهدفة في التصوير، وكما يتطلب الأمر توفر مصدر للأشعة الليزرية ليتم إسقاط الشعاع على الجسم المراد تصويره بوجود «وسط تسجيل» يستقطب الأشعة المتناثرة من الجسم، ولتُنجز العملية بنجاح يجب أن يكون الجسم مؤلفاً من مواد وبيئة مناسبة حتى تكون مؤهلة لإظهار الصورة المجسمة للجسم المصور الناجمة عن تقاطع الأشعة الليزرية. يتم الاعتماد باستخدام جهاز الهولوجرام على مرايا لشطر الأشعة الليزرية الساقطة عليها إلى شعاعين متطابقين، يتم توجيه أحد هذين الشعاعين على الجسم ليسقط عليه فينعكس الشعاع الساقط عليه على وسط التسجيل، أما الشعاع الآخر فيسير مباشرة إلى وسط التسجيل على ألا يتضاد مع الصورة المرسله من الشعاع المنعكس عن الجسم، فيحدث التناسق فيما بينهما ليقدّم صورة بارزة عبر الهولوجرام.

الأدوات المستخدمة في صناعة الهولوجرام

جهاز الليزر، يُعتبر هذا الجزء هاماً لإنتاج ليزر الهيليون نيون وهو ذلك الضوء الأحمر المستخدم في التطبيقات البسيطة للهولوجراف أو الهولوجرام، وكما يمكن أيضاً الاعتماد على ليزر الدايدود بالإضافة إلى المستخدم الموجود في المؤشر الضوئي، إلا أنه لا يقدم صورة بجودة عالية. العدسات، يكمن دور هذه العدسات في استقطاب وتركيز الضوء في الكاميرا بشكل عام، لكن يختلف دورها في جهاز التصوير التجسيمي «الهولوجرام» حيث تفرّق الضوء وتوزّعه فوق مساحات من الجسم المستهدف في التصوير. مجزئ الضوء، هو مرآة تتولى مسؤولية فصل الشعاع الساقط عليها إلى جزأين، حيث تمرر أحد هذين الجزأين وتعكس المتبقي منه. المرايا، دورها الأساسي استخدام العدسات والاعتماد عليها في تسيير أشعة الليزر وتحديد مسارها، وتجزئة الضوء وتوجيهه إلى مكانه المخصص. فيلم الهولوجرام، هو فيلم يمتلك القدرة على التحليل، ويتم الاعتماد عليه في رصد الهولوجرام، ويعدّ في غاية الأهمية؛ نظراً لاستخدامه في إنشاء الصور الهولوجرافية إذ يتألف الفيلم من طبقة مكونة من مواد ذات حساسية للضوء، ويكون موضعها فوق سطح يتصف بنافاذته للضوء.

خصائص الهولوجرام

- يتيح إمكانية مشاهدة الجسم ورؤيته من كافة الاتجاهات.
- تعريض أجزاء بعض الصور المراد استعادتها لأشعة الليزر.
- يوفر فرصة التقاط ورصد أكثر من صورة هولوغرافية فوق لوح واحد.
- يخفي أحد أجزاء صورة الهولوجرام عند رؤية طرف آخر لها.

عرض الفيديو في نشرات الأخبار

يرى الخبراء في هذا المجال أن هناك اتجاهان لعرض مقاطع الفيديو وفقاً لنمط البناء الفني للقصة الإخبارية، على النحو التالي (Thurman & Lupton, 2008):

الأول / الاتجاه المستقل Standalone

يرتبط هذا الاتجاه بنمط البناء أو المخطط الانتقائي، وفيه قد يكون الفيديو تكميلاً لمضمون أو محتوى النص. وقد يتضمن قصة منفصلة ذات صلة، تضيف للسياق الذي تتحرك فيه أحداث الخبر أو تساهم في مزيد من التوضيح، وهناك اتجاه يرى أن يقوم مقطع الفيديو مقام مقدمه الخبر في عرض لمحة سريعة عن مضمونه أو تلخيص له، على أن يتم تضمين التفاصيل في نص الخبر. وما يحدد ذلك هو السياق العام وهذا يعنى أن الفيديو سوف يعمل بشكل تلقائي بمجرد عرض الخبر وليس بشكل إختياري (Thurman & Lupton, 2008). الهدف من ذلك إثارة فضول المتلقي، فقرة السرد التليفزيوني تنشأ من أن (الحبكة والدراما والصوت والمؤثرات المرئية)، يمكنها جميعاً أن تشكل وحدة كلية تجعل من الصعب على المشاهد أن يتحول عنها، ويرجع ذلك إلى جو الترقب والإنتظار والواقعية التي يضيفها السرد على الأحداث (Ekström, 2000).

ويوظف هذا الأسلوب موقع BBC. وإن كانت بعض الصحف المطبوعة التي أنشأت لها مواقع على شبكة الإنترنت مثل Guardian، قد أطلقت خدمة الفيديو الكاملة على صفحات موقع الصحيفة. والهدف من هذه الخدمة دعم النص المنشور وليس عامل متمم أو مكمل للنص، وعمل خلفية للخبر وفي المقابل فإن الاتجاه المعارض في توظيف لقطات الفيديو، يشير إلى أن وجود الفيديو قد يعمل على إضعاف صلب الموضوع الإخباري حيث قد يكتفى القارئ "المستخدم" بمشاهدة الفيديو دون الالتفات إلى النص الخبري ويرى هذا الاتجاه أن هناك مجالات يمكن توظيف الفيديو بها دون غيرها مثل الموضوعات الرياضية أو الاقتصادية (Ramanujam, 2008).

الاتجاه الثاني / اتجاه الدمج Embedding

يرتبط هذا الاتجاه بنمطي البناء المتشابه والمدمج، ويتبنى فكرة الشكل التكاملي؛ أي الدمج بين مسار تدفق المعلومات عبر النص المكتوب وبين التدفق المعلوماتي عبر لقطات الفيديو Video clips في العرض أي استخدام لقطات الفيديو كجزء من بنية السرد للقصة الإخبارية (Ramanujam, 2008). وهي بذلك تخلق ممارسة جديدة new practice، في أسلوب التدفق المعلوماتي حيث يكون هناك أكثر من مسار يدعم المعلومة بشكل تكاملي وهذا يعنى ضرورة إيجاد

قوالب جديدة للكتابة تسمح بتدفق المعلومات على أكثر من مستوى (Thurman & Lupton, 2008)، هذا الاتجاه يعزز من كون مقاطع الفيديو جزء من البناء المعلوماتي للقصة الإخبارية وليس مجرد تكرار لما جاء في النص. وهذا يفرض على محرر الخبر أن يفكر أكثر في مدى التوافق بين محتوى الفيديو والمضمون النصي للقصة الإخبارية. كما يفرض عليه التفكير في مستويات المعلومات المقدمة عبر لقطات الفيديو، فقد تتداخل أو يكون هناك نوع من الإزدواجية بين المعلومات المقدمة عبر النص المكتوب وبين المعلومات المقدمة عبر لقطات الفيديو.

مع الأخذ في الاعتبار ألا تكون مقاطع الفيديو معزلة عن النص؛ أي لا يتم عرضها بشكل منفصل عنه ويتم دمجها في إطار البناء المعلوماتي للقصة الإخبارية، في هذه الحالة يجب أن تسلط لقطات الفيديو الضوء على لحظة معينة من لحظات الحد. وبذلك يكون النص ولقطة الفيديو يعملان بشكل تكاملي أي يكمل كل منهما الآخر مما تشمله من عرض لمسارات ومراحل تطور الحدث. ووفقاً لهذا الإتجاه يكون النص هو العمود الفقري لسرد المعلومات داخل القصص الإخبارية على صفحات الويب (Thurman & Lupton, 2008).

انطلاقاً مما سبق حول أهمية الدور المتعاظم للقطات الفيديو والتحول الجذري في بنية المضامين الإخبارية التي تنشر على شبكة الإنترنت، فإن السؤال الذي يطرح نفسه يدور حول الأساليب التي يتم من خلالها توظيف هذه اللقطات في بناء المضمون الإخباري. وهل فرضت هذه الأساليب قوالب فنية جديدة. ومن ثم فإن هذه الدراسة تأتي كمحاولة لرصد الواقع الفعلي لهذا التوظيف، بغية تطوير قواعد يمكن الإسترشاد بها في بناء القصة الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت.

نتائج الدراسة الميدانية

١- مدي حرص الجمهور البحريني علي تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية

جدول رقم (١)

يوضح مدي حرص الجمهور البحريني علي تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية

النسبة مدي الحرص	ك	%
دائماً	98	24.5
أحياناً	180	45
نادراً	102	25.5
لا احرص	20	5
الإجمالي	400	100

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١) إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة ٩٥% يحرصون على تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية منهم ٤٥% يتصفحونها أحياناً، ٢٥,٥% يتصفحونها نادراً، ٢٤,٥% يتصفحونها تلك المواقع بشكل دائم، وذلك في مقابل ٥% لا يحرصون تصفح المواقع الالكترونية الالكترونية.

٢- أسباب عدم حرص الجمهور البحريني علي تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية

وعن أسباب عدم حرص الجمهور البحريني علي تصفح المواقع الالكترونية الإخبارية وكما تشير بيانات الجدول التالي رقم (٢) فقد جاءت على النحو التالي:

جاء لان المواقع تؤدي إلي تغطية إعلامية غير متوازنة في الترتيب الأول بنسبة ٨٠٪، يليها الاختلاف في المواقف السياسية والإيديولوجية بين الموقع الإخباري والجمهور في الترتيب الثاني بنسبة ٧٠٪، ثم جاء عدم الثقة في مصادر الأخبار المستخدمة من قبل الموقع الإخباري في الترتيب الثالث بنسبة ٦٠٪، والترتيب الرابع كان من نصيب وجود الإعلانات المزعجة والمنبثقة بشكل مفرط إلى عدم متابعة الجمهور للموقع الإخباري بنسبة ٥٠٪، وجاء عدم تجديد الموقع الإخباري وتنويعه في تقديم الأخبار والمحتوى بنسبة ٤٥٪، ثم جاء تنافس المنصات الأخرى للموقع الإخباري في الترتيب السادس بنسبة ٤٠٪، وأخيرا جاء أفراد أسرتي تمنعني من تصفح تلك المواقع في الترتيب السابع بنسبة ٣٥٪.

جدول رقم (٢)

يوضح أسباب عدم حرص الشباب على تصفح المواقع الالكترونية التي تهتم بالمخدرات والمخدرات الرقمية

الترتيب	الوزن المرحح	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس
١	151	40	32	14	13	1050
٢	28	69	22	14	21	566
٣	39	22	37	39	62	536
٤	17	34	52	46	45	513
٥	29	18	33	33	41	437
٦	15	35	32	32	19	390
مجموع الازان	4343	100				

يتبين من الجدول السابق رقم (٣) أن ٤٦,٨٪ من أفراد العينة يحرصون على تصفح المواقع الالكترونية الاخبارية حسب الظروف، وأن ٢٩,٥٪ منهم يتصفحون تلك المواقع بشكل دائم، ١٦,٨٪ يتصفحونها بشكل مؤقت، وذلك في مقابل ٦,٩٪ فقط من الشباب يتصفحون المواقع الالكترونية الاخبارية بشكل نادر.

٤- المواقع الالكترونية التي يحرص الجمهور البحريني على تصفحها:

جدول رقم (٤)

يوضح المواقع الالكترونية التي يحرص الجمهور البحريني على تصفحها

الترتيب	الوزن المرحح	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس
١	151	40	32	14	13	1050
٢	28	69	22	14	21	566
٣	39	22	37	39	62	536
٤	17	34	52	46	45	513
٥	29	18	33	33	41	437
٦	15	35	32	32	19	390
مجموع الازان	4343	100				

وعن أكثر المواقع الالكترونية التي يحرص الجمهور البحريني على تصفحها وكما تشير بيانات الجدول السابق رقم (٤) فقد جاءت على النحو التالي:

- احتلت مواقع التواصل الاجتماعي الترتيب الأول بين المواقع التي يحرص أفراد العينة على تصفحها بانتظام وذلك بوزن مرجح ١٥,٥ حيث حصل على مجموع نقاط ١٠٥٠ نقطة، يليه مواقع اليوتيوب في الترتيب الثاني بوزن مرجح ٨,٣ ومجموع نقاط ٥٦٦ نقطة، ثم جاء موقع تويتر في الترتيب الثالث بين المواقع التي يحرص الجمهور علي تصفحها وذلك بوزن مرجح ٧,٦ ومجموع نقاط ٥٣٦ نقطة، واحتلت المواقع الأخرى الترتيب من الرابع وحتى السادس وذلك بأوزان متقاربة كما تشير بيانات الجدول السابق.

٣- معدل تصفح الجمهور البحريني للمواقع الالكترونية الإخبارية:

جدول رقم (٣)

يوضح معدل تصفح الجمهور البحريني للمواقع الالكترونية الإخبارية

الترتيب	الوزن المرحح	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس
١	112	64	26	178	380	100
٢	64	26	178	380	100	
٣	26	178	380	100		
٤	178	380	100			
الاجمالي	380	100				

٥- دوافع تعرض الجمهور البحريني للمواقع الالكترونية الإخبارية

جدول رقم (٥)

يوضح دوافع تعرض الجمهور البحريني للمواقع الالكترونية الإخبارية

درجة الوقوع دوافع التعرض	مواقف		معايير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب				
	ن	٪									
جملة من سئلوا	١- أتعرض للمواقع الالكترونية لأنها تناقش قضايا مهمة موجودة في المجتمع البحريني	269	69.1	94	24.2	26	6.7	2.625	0.608	87.5	1
	٢- التعلم من المواقع المفيدة المعروضة في المواقع .	258	66.3	95	24.4	36	9.3	2.571	0.657	85.7	2
	٣- يساعدني تصفح المواقع الالكترونية في كشف الحقائق عن الحياة	236	60.6	117	30.1	36	9.3	2.514	0.660	83.8	3
	٤- أتصفح المواقع للتسلية و الترفية.	234	60.1	110	28.3	45	11.6	2.486	0.695	82.9	4
	٥- يمكنني من التعامل مع المجتمع الخارجي بما فيه من أخطار	225	57.8	119	30.6	45	11.6	2.463	0.694	82.1	5
	٦- تقدم أساليب حياة الشخصيات في المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة	204	52.4	150	38.6	35	9.0	2.434	0.653	81.1	6
	٧- أتصفح المواقع لأنها تساعدني في معرفة حلول للمشكلات اليومية التي تواجهني.	207	53.3	134	34.4	48	12.3	2.409	0.700	80.3	7
	٨- أتصفح المواقع لشغل وقت الفراغ، وعندما أشعر بالملل.	196	50.4	119	30.6	74	19.0	2.314	0.773	77.1	8
	٩- تساعدني علي قضاء بعض الأوقات مع الأسرة والأقارب والأصدقاء.	178	45.8	130	33.4	81	20.8	2.249	0.778	75.0	9
	١٠- يمكنني من مواجهة المشكلات اليومية الموجودة في حياتي العملية.	158	40.6	163	41.9	68	17.5	2.231	0.727	74.4	10
	١١- اعجابي بالكثير من الشخصيات الموجودة بتلك المواقع	168	43.2	138	35.5	83	21.3	2.219	0.774	74.0	11
	١٢- لتعطيني أفكار و موضوعات احدث فيها مع أفراد اسرتي و أصدقائي.	151	38.8	143	36.8	95	24.4	2.144	0.783	71.5	12
	١٣- الهروب من أعباء العمل و الدراسة طوال اليوم.	160	41.1	119	30.6	110	28.3	2.129	0.824	71.0	13
	١٤- اتصفح المواقع بحكم التعود .	122	31.4	134	34.4	133	34.2	1.972	0.810	65.7	14
	١٥- حتي لا أشعر بالوحدة.	122	31.3	129	33.2	138	35.5	1.959	0.818	65.3	15
389											

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٥) إلى أن أهم دوافع تعرض الشباب الجامعي للمواقع الالكترونية الاخبارية يتمثل في أن "تلك المواقع تناقش

قضايا مهمة موجودة في المجتمع البحريني " في الترتيب الأول وذلك بوزن نسبي ٨٧,٥، يليها "التعلم من المواقع المفيدة المعروضة في المواقع الالكترونية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٨٥,٧، ثم احتل " تصفح المواقع الالكترونية "يساعدني في كشف الحقائق عن الحياة" الترتيب الثالث بوزن نسبي ٨٣,٨، وجاء " تصفح المواقع من أجل التسلية والترفيه" في الترتيب الرابع بين دوافع الجمهور البحريني للمواقع الاخبارية وذلك بوزن نسبي ٨٢,٩، والترتيب الخامس كان من نصيب " أن تصفح المواقع يمكنني من التعامل مع المجتمع الخارجي بما فيه من أخطار" وذلك بوزن نسبي ٨٢,١، ثم جاءت باقي الدوافع بالترتيب المبين في الجدول السابق رقم (٥).

٦- مع من يتصفح الجمهور البحريني المواقع الالكترونية الاخبارية

جدول رقم (٦)

يوضح مع من يتصفح الجمهور البحريني المواقع الالكترونية الاخبارية

الترتيب	النسبة	ك	٪
١ - بمفرده	45	11.5	
٢ - مع العائلة	108	27.8	
٣ - مع الاصدقاء	10	2.6	
٤ - مع الزملاء	17	4.4	
٥ - حسب الظروف	209	53.7	
الاجمالي	389	100	

يتضح من الجدول السابق رقم (٦) أن الجمهور البحريني يتصفح المواقع الالكترونية الإخبارية "حسب الظروف" شكل ٥٣,٧٪، وهذا يعني أن تعرض الشباب لتلك المواقع لا يتأثر بالأشخاص المحيطين بهم بل تتم حسب ظروف تواجدهم أثناء تصفح المواقع ، كما يتضح من الجدول أيضا أن حوالي ٢٧,٨٪ من الجمهور البحريني عينة الدراسة يتصفحون تلك المواقع مع العائلة، ١١,٥٪ منهم يتصفحونها بمفردهم، ٤,٤٪ يفضلون تصفحها مع الزملاء، ٢,٦٪ يتصفحون المواقع الالكترونية الاخبارية مع الأصدقاء.

٧- مدى إسهام المواقع الالكترونية الإخبارية في تثقيف الجمهور البحريني

جدول رقم (٧)

يوضح مدى مساهمة المواقع الالكترونية الإخبارية في تثقيف الجمهور البحريني

الترتيب	النسبة	ك	٪
دائما	112	28.8	
الى حد ما	248	63.8	
لا	29	7.5	
الاجمالي	389	100	

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٧) إلى أن الغالبية العظمى من

٢٤٠,٩٦٥ : ١٧٤,٩٦٥ : ٢ : درجة الحرية : ٢ : المعنوية : ٠,٠٠٠ داله
تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن الغالبية العظمى من الجمهور البحريني يعتمدون على المواقع الإخبارية التي تبني تطبيقات الواقع المعزز في النشرات الاخبارية بنسبة ٩٣,٨% منهم ٦٠,٣% يعتمدون عليها بدرجة كبيرة ، ٣٣,٥% يعتمدون عليها بدرجة متوسطة، وذلك في مقابل ٦,٢% فقط من يعتمدون على تلك المواقع بدرجة قليلة .

- وتشير هذه النتائج إلى أنه يكاد أن يكون هناك اتفاق عند الجمهور البحريني عينة الدراسة في اعتمادهم على المواقع الإخبارية التي تبني تطبيقات الواقع المعزز في النشرات الاخبارية، وربما يرجع ذلك إلى أن تطبيقات الواقع المعزز تتميز بالسرعة في نشر الخبر والمعلومة أو استقبالها والارتباط بها. و باستخدام اختبار كا٢ اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد الجمهور البحريني على المواقع الإخبارية التي تبني تطبيقات الواقع المعزز في النشرات الاخبارية، حيث كانت قيمة كا٢ = ١٧٤,٩٦٥ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠٠، وهذا يرجع إلى ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يعتمدون على هذه التطبيقات بشكل كبير .

١٠- أهم تطبيقات الواقع المعزز التي تعتمد عليها المواقع الالكترونية الإخبارية في انتاج نشرات الأخبار

جدول رقم (١٠)

يوضح أهم تطبيقات التراسل الفوري التي تعتمد عليها القائم بالاتصال في أداء عمله

تطبيقات الواقع المعزز	دائمًا		أحياناً		نادراً		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ن	%	ن	%	ن	%		
ARK it لتقديم نشرات الأخبار بشكل ثلاثي الأبعاد.	244	61	148	37	8	2	2.95	98.3
Vuforia تطبيق إضافة الواقع المعزز إلى نشرات الأخبار.	241	60.3	143	35.8	16	4	2.56	85.3
Wikitude تطبيق يستخدم تقنية الواقع المعزز لتقديم نشرات الأخبار بشكل أكثر تفاعلاً، مما في ذلك الصور والفيديوهات والرسوم البيانية.	175	43.8	161	40.3	64	16	2.28	76.0
Layer تطبيق يتيح استخدام الواقع المعزز لتحويل نشرات الأخبار إلى تجربة تفاعلية ممتعة.	131	32.8	202	50.5	67	16.8	2.16	72.0
Zap Works تطبيق لتحسين تجربة المستخدم وجعل نشرات الأخبار أكثر تفاعلية ومبتكرة.	115	38.8	111	27.8	134	33.5	2.05	68.3

الجمهور البحريني ٩٢% يرون أن المواقع الالكترونية الإخبارية قد أسهم في تثقيفهم ، منهم ٦٣,٨% يرون أن تلك المواقع قد ساهم إلى حد ما ، ٢٨,٨% يرون أنها ساهمت بشكل دائم، وذلك في مقابل ٧,٥% فقط من الجمهور البحريني عينة الدراسة يرون أن المواقع الالكترونية الاخبارية لم تسهم في تثقيفهم.

٨- مدى تبني المواقع الالكترونية الإخبارية لتطبيقات الواقع المعزز في تقديم الخدمة الإخبارية

جدول رقم (٨)

يوضح مدى تبني المواقع الالكترونية الإخبارية لتطبيقات الواقع المعزز في تقديم الخدمة الإخبارية

مدى تبني المواقع الالكترونية الإخبارية لتطبيقات الواقع المعزز في تقديم الخدمة الإخبارية	ك	%
دائمًا	284	71
أحياناً	107	26.8
نادراً	9	2.2
الإجمالي	400	100

٢٤١,٣٩ : ٢٩١,٣٩ : ٢ : درجة الحرية : ٢ : المعنوية : ٠,٠٠٠ داله
تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن المواقع الالكترونية الإخبارية تبني تطبيقات الواقع المعزز ولكن بنسب متفاوتة ، حيث بلغت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم ٧١% من المواقع، بينما شكلت نسبة ٢٦,٨% يستخدمونها أحياناً، بينما بلغت نسبة من يستخدمون هذه التطبيقات نادراً ٢,٢% وتعتبر هذه النسبة ضئيلة وتؤكد هذه النتائج على أهمية تطبيقات الواقع المعزز ، كما توضح وعيهم بأهمية هذه التطبيقات في عملهم وحياتهم.
- وباستخدام كا٢ اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام تطبيقات الواقع المعزز، حيث كانت قيمة كا٢ = ٢٩١,٣٩ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠

٩- مدى اعتماد الجمهور البحريني على المواقع الإخبارية التي تبني تطبيقات الواقع المعزز في النشرات الاخبارية

جدول رقم (٩)

يوضح مدى اعتماد الجمهور البحريني على المواقع الإخبارية التي تبني تطبيقات الواقع المعزز في النشرات الاخبارية

مدى اعتماد الجمهور البحريني على المواقع الإخبارية التي تبني تطبيقات الواقع المعزز في النشرات الاخبارية	ك	%
أعتمد بدرجة كبيرة	241	60.3
أعتمد بدرجة متوسطة	134	33.5
أعتمد بدرجة قليلة	25	6.2
الإجمالي	400	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

أن ARK it لتقديم نشرات الأخبار بشكل ثلاثي الأبعاد. " شكل أهم تطبيقات الواقع المعزز الأكثر استخداماً من قبل القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية، حيث احتل المركز الأول وذلك بوزن نسبي ٩٨,٣، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من أهمها: أن ARK it. تطبيقاً أثبت فعاليته بشكل كبير في نقل الأخبار لذلك هو مفضل كثيراً بين المجموعات المهنية التي تعتمد عليه ، وذلك لتعدد مميزاته بداية من الاتصال سواء بالصوت أو الفيديو ونقل الصور بنفس جودتها .

أن تطبيق Vuforia تطبيق إضافة الواقع المعزز إلى نشرات الأخبار. جاء في المرتبة الثانية حيث تستخدمه المواقع الاخبارية للتواصل مع المراسلين والمندوبين لصحفهم خاصة المتواجدين في أماكن بعيدة لنقل وتغطية الأحداث. وذلك بوزن نسبي ٨٥,٣، ثم جاء في المرتبة الثالثة تطبيق Wikitude تطبيق يستخدم تقنية الواقع المعزز لتقديم نشرات الأخبار بشكل أكثر تفاعلاً، بما في ذلك الصور والفيديوهات والرسوم البيانية. بوزن نسبي ٧٦ ويرجع ذلك لما يتميز به هذا التطبيق من مميزات منها أنه يتيح إمكانية Wikitude تطبيق يستخدم تقنية الواقع المعزز لتقديم نشرات الأخبار بشكل أكثر تفاعلاً، بما في ذلك الصور والفيديوهات والرسوم البيانية

ثم جاء Layer تطبيق يتيح استخدام الواقع المعزز لتحويل نشرات الأخبار إلى تجربة تفاعلية ممتعة. في المرتبة الرابعة وذلك بوزن نسبي ٧٢ ثم جاء Zap Works تطبيق لتحسين تجربة المستخدم وجعل نشرات الأخبار أكثر تفاعلية ومبتكرة. في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٦٨,٣ .

١١- مدى تلبية تطبيقات الواقع المعزز لاحتياجات الجمهور البحريني من

المواقع الاخبارية:

جدول رقم (٧)

يوضح مدى تلبية تطبيقات الواقع المعزز لاحتياجات الجمهور البحريني من المواقع الاخبارية

مدى تلبية تطبيقات الواقع المعزز لاحتياجات الجمهور البحريني من المواقع الاخبارية	ك	%
بدرجة كبيرة	218	54.5
الي حد ما	84	21
بدرجة قليلة	98	24.5
الإجمالي	400	100

٨١,٣٨٠ : ٢٤ : ٢٠٠٠ : ٠,٠٠٠ دالة تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- أن الغالبية العظمى من المبحوثين من الجمهور البحريني يرون أن تطبيقات الواقع المعزز تلبي احتياجاتهم وذلك بنسبة بلغت ٧٥,٥ %، توزعت هذه النسبة بين من يراها أنها تلبي احتياجاته بدرجة كبيرة حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٤,٥ % من إجمالي عينة

الدراسة، وبين من يرون أن تطبيقات الواقع المعزز تلبي احتياجاتهم إلى حد ما بنسبة بلغت ٢١ %، في مقابل ذلك بلغت نسبة من يرون أن تطبيقات الواقع المعزز تلبي احتياجاتهم بدرجة قليلة ٢٤,٥ % من إجمالي مفردات عينة الدراسة من الجمهور البحريني .

- وقد أكد عدد كبير من الجمهور البحريني أن تطبيقات الواقع المعزز قدمت تسهيلات كبيرة في مجالات متعددة من أهمها: فهم المادة الإعلامية المقدمة في المواقع الالكترونية ، كما أفادت في الثقة في المصادر المختلفة ، وتحسين جودة الخدمة الإخبارية المقدمة في المواقع الاخبارية.

- وقد أكد اختبار ٢٤ وجود علاقة دالة إحصائية بين الجمهور البحريني في مدى تلبية تطبيقات الواقع المعزز لاحتياجاته، حيث بلغت قيمة ٢٤ ٨١,٣٨٠ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ .

١٢- مدى استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في انتاج

نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية

جدول رقم (١٢)

يوضح مدى استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في انتاج نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية

مدى استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في انتاج نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية	ك	%
استفدت بدرجة كبيرة	324	81
استفدت إلى حد ما	67	16.8
غير مفيدة على الإطلاق	9	2.2
الإجمالي	400	100

٤٢١,٥٩٥ : ٢ : ٢٠٠٠ : ٠,٠٠٠ دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في انتاج نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية، حيث تبين أن ٨١ % من المبحوثين يرون أنهم استفادوا بدرجة كبيرة من تطبيقات الواقع المعزز، كما يري ١٦,٨ % أن هذه التطبيقات استفادوا منها إلى حد ما ، ونسبة ٢,٢ % أشاروا إلى أن هذه التطبيقات غير مفيدة علي الإطلاق .

وأظهر اختبار ٢٤ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الفائدة التي تتحقق من الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في انتاج نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية، حيث كانت قيمة ٢٤ = ٤٢١,٥٩٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠ ، وهذا يؤكد أنه كلما كان إدراك الفرد للفوائد المتحققة والتي تعود عليه نتيجة تبني تطبيقات الواقع المعزز يزداد مستوي فهمه عند استخدامها، وهذه النتيجة تتفق مع نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا Social Construction of Technology والتي تشير إلى أن الجماعات والفئات المختلفة حتى في المجتمع الواحد

تختلف في تعاملها ودرجة تأثرها بالتكنولوجيا الحديثة.

التطبيقات توفر عناء البحث والجهد للحصول على المعلومات بوزن نسبي ٦٥ .

١٣- أوجه استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في إنتاج

نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية

جدول رقم (١٣)

يوضح أوجه استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية

العبارات			موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ن	%	ن	%	ن	%	ن				
توفر لي الكثير من الوقت والجهد	308	77	79	19.8	13	3.3	0.509	91.3			
تمكنني من فهم المحتوى بسرعة ودقة غير تقليدية	282	70.5	99	24.8	19	4.8	0.567	88.7			
متابعة تطورات الأحداث لحظة بلحظة	270	67.5	114	28.5	16	4	0.559	88.0			
تمكنني من استكمال المعلومات بسرعة حول الحدث الذي أقوم بمتابعته	272	68	108	27	20	5	0.578	87.7			
استخدام التطبيقات تفيدني في التعرف علي ما يقدم في مجموعاتنا المختلفة	270	67.5	111	27.8	19	4.8	0.574	87.7			
سرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات	150	37.5	193	48.3	57	14.2	0.682	74.3			
القدرة على التواصل مع المواقع بالصوت والصورة	149	37.3	158	39.5	93	23.3	0.766	71.3			
الوصل إلى مصادر متعددة بسرعة	158	39.5	131	32.8	111	27.8	0.813	70.7			
سرعة استقبال المعلومات بمجرد تقديمها في المواقع	143	35.8	162	40.5	95	23.8	0.763	70.7			
التطبيقات توفر عناء البحث والجهد للحصول على المعلومات	113	28.2	154	38.5	133	33.3	0.784	65.0			

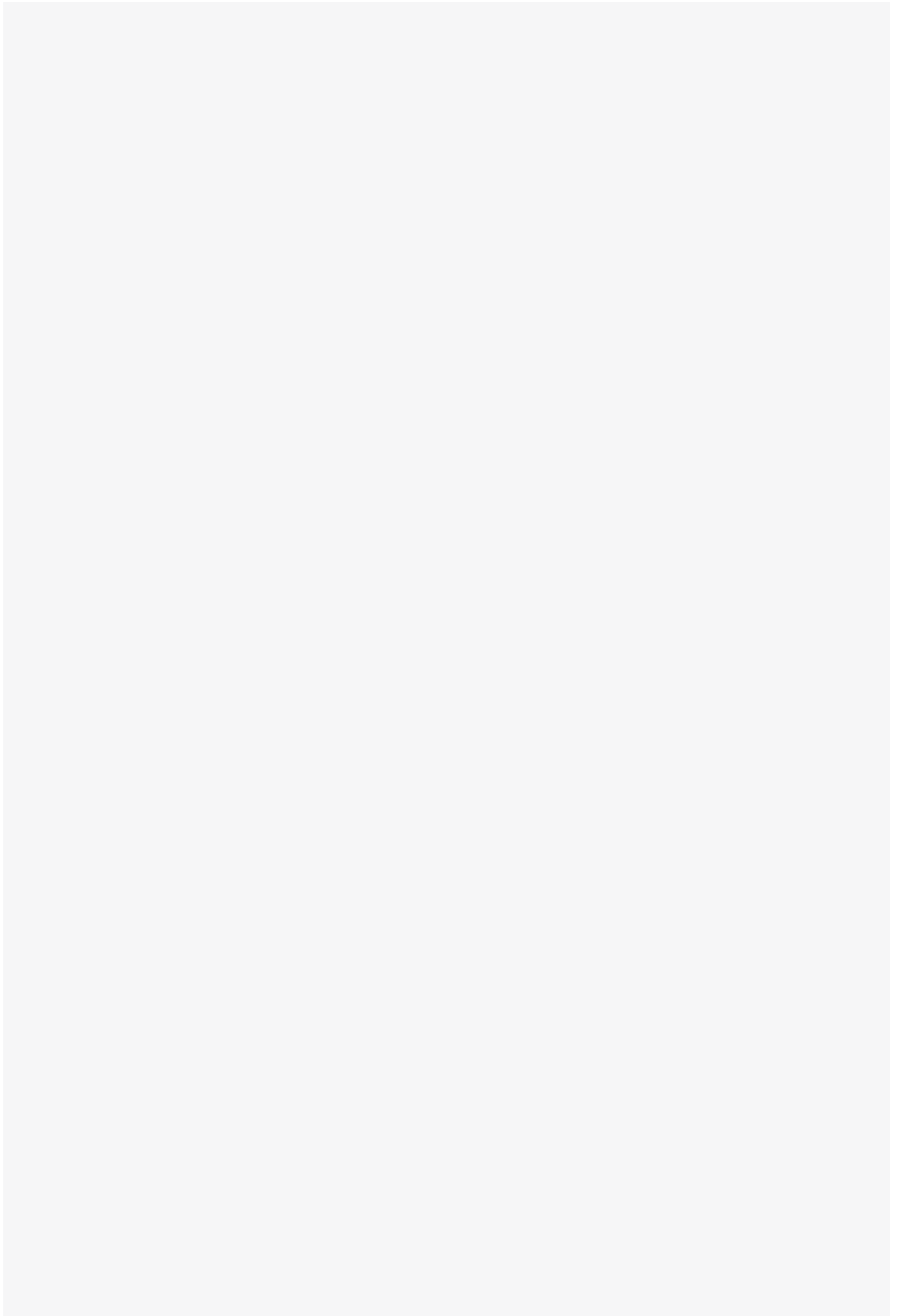
تشير بيانات الجدول السابق إلي أن أهم أوجه استفادة الجمهور البحريني من تطبيقات الواقع المعزز في إنتاج نشرات الاخبار بالمواقع الاخبارية هو أن استخدام التطبيقات يوفر الكثير من الوقت والجهد حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩١,٣, ثم أنها تمكنني فهم المحتوى بسرعة ودقة غير تقليدية بوزن نسبي ٨٨,٧, تلاها أنها تمكنني من متابعة تطورات الأحداث لحظة بلحظة بوزن نسبي ٨٨ , ثم أن استخدام التطبيقات يفيد في استكمال المعلومات بسرعة حول الحدث الذي أقوم بمتابعته , وأنها تمكن من استخدام التطبيقات تفيدني في التعرف علي ما يقدم في مجموعاتها المختلفة فقد حصلت كل منها علي نفس الوزن النسبي ٨٧,٧ , وجاءت سرعة النفاذ إلى الأخبار والمعلومات من خلال تطبيقات التراسل الفوري بوزن نسبي ٧٤,٣, ثم القدرة على التواصل مع المواقع بالصوت والصورة بوزن نسبي ٧١,٣, ثم أستفيد منها في الوصل إلى مصادر متعددة بسرعة بوزن نسبي ٧٠,٧, ثم لأن

قائمة المراجع

١. Baldiris Bacca, Jorge, Fabregat Silvia, Graf Ramon, Kinshuk Sabine (2014), Augmented Reality Trend in Education: A Systematic Review of Research and Applications. Journal of Educational Technology & Society, Vol. 7 Issue 4, Girona, Spain
٢. الحسيني، مها بنت عبد المنعم محمد. (2014م). أثر استخدام تقنية الواقع المعزز في وحدة من مقرر الحاسب الآلي في تحصيل واتجاه طالبات المرحلة الثانوية. (بحث متطلب مقدم لنيل درجة الماجستير في جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية).
٣. (Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), and Facilitating Conditions (FC)
٤. مروة عطية محمد ، توظيف تطبيقات وتقنيات فيديو الواقع المعزز في السرد البصري وأثره في إدراك وتقييم الجمهور للمحتوى الإخباري في مواقع القنوات التلفزيونية ، بحث منشور بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية ، 2022 .
٥. مروة إبراهيم سليمان ، دمج تقنية الواقع المعزز مع الصحف المطبوعة كقيمة مضافة لتحسين فاعلية الاتصال ، بحث منشور في مجلة كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، قسم الطباعة والنشر والتغليف ، 2022 .
٦. سلوى احمد محمد ابوالعلا الشريف ، توظيف تقنيات الواقع المعزز في تصميم الإعلان وانعكاسها على تصورات المتلقي الرقمي نحوها ، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد 88 ، 2022 .
٧. وفاء صلاح عبد الرحمن ، تكنولوجيا الواقع المعزز وأثرها في القضاء على الخداع الإعلاني وزيادة المبيعات ، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، العدد 22 ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2021 .
٨. هند يحيى عبد المهدي عبد المعطى ، استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR) بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية ، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد 19 ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2021 .
٩. محمد عبد الحميد حجاج ، أثر استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز "الكروت الذكية" على مهارة رسم المانيكان بالأوضاع المختلفة واتجاه طلاب قسم الملابس والنسيج ، بحث منشور في مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، العدد 31 ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية ، 2020 .
١٠. عبدالله بن حامد الحامد الحامد ، معوقات استخدام تقنيات الواقع المعزز في التدريس من وجهة نظر المشرفين التربويين ، بحث منشور في مجلة البحوث التربوية ، المجلد 28، العدد 2 - الرقم المسلسل للعدد 1، إبريل 2020، الصفحة 133-175 .
١١. بدور صالح العبودي، و الهام عبدالكريم ، تقييم كفايات معلمات العلوم لتطبيق الواقع المعزز ، بحث منشور بكلية التربية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية ، المجلد 35، العدد 7.2، يوليو 2019، الصفحة 169-192
١٢. شيرين عبدالحفيظ البحري ، تطبيقات الواقع المعزز على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأثرها على التحصيل الدراسي لمادة التصوير الإعلامي لدى طلاب الإعلام التربوي ، بحث منشور في مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، العدد 10 ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية ، 2018 .
١٣. <http://repository.sustech.edu/handle/123456789/26450>
١٤. إيمان محمد عبد الواحد عامر ، استخدامات وتأثيرات نشرات الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة على اتجاهات المشاهدين نحو قضايا السياسة الداخلية ، بحث منشور في مجلة كلية الاداب.جامعة المنصورة، العدد 69 ، أغسطس 2021 .
١٥. أميرة فتحى إبراهيم القاضي ، تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار ، تعدد مصادر التأثير في بناء أجندة نشرات الأخبار التلفزيونية ، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 2015
١٦. Kalogeropoulos, A., Cherubini, F., & Newman, N. (2016). The Future of Online News Video. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <http://digitalnewsreport.org/publications/2016/future-online-news-video>
١٧. أحمد سعيد جادالله، "المعالجة الإخبارية للشئون العربية والإيرانية في قناتي روسيا اليوم وبي بي سي العربية ""،(رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الاعلام ،قسم الاذاعة والتلفزيون،جامعة القاهرة،2016)
١٨. دينا وحيد عتيق،"أطر معالجة الأزمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية وإتجاهات الجمهور نحوها"،(رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الاعلام ،قسم الاذاعة والتلفزيون،جامعة القاهرة،2016)
١٩. Amelie Gode Froid others & What is in frame? A comparative content analysis of American , British, French and Russian news articles .The International communication Gazette (0) 1-25, Sage 2016
٢٠. Ahmad ElRawi, News Values In Social Media : News organizations Facebook use, Journalism 1-19 Sage 2016
٢١. اياد خليل إبراهيم، التوظيف الأخباري للأزمة السورية في الفضائيات الدولية، دراسة تحليلية لنشرات الأخبار في قناتي فرانس24 و روسيا اليوم، دراسة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، بغداد، العراق 2015.
٢٢. Asmina Michaidou ,The role of public in shaping E.U contestation : Euroscepticism and online news media , International Science review, vol.38 no 3, June2015 pp324-336
٢٣. Li Zang, Lijie zhou, Xigen Li" Framing Strategies At Different Stages of Crisis: coverage of the July 5thUrumqi event by Xinhua, Reuters and AP. International Communication Gazette, vol .77no.1 February 2015 pp51-73
٢٤. صابر حسن محمد مطر ، العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالقضايا السياسية اليمنية والعربية لدى الشباب اليمني ' بحث منشور المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2014 .

٢٥. ولاء عبدالرحمن فودة، المعالجة الاخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الأوروبية الموجهة باللغة العربية، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة 2014.
٢٦. JadMelki, "The interplay of politics, economics and culture in news framing of middle east wars, media war & conflict, vol 7 .No.2 August 2014. saga journals pp 165-186
٢٧. Van Schaik, P. (2011). Unified theory of acceptance and use for Web sites used by students in higher education. Journal of Educational Computing Research, 40(2), March, 230, retrieved 20/2/2016 from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2190/EC.40.2.e>
٢٨. Martins, C., Oliveira, T., & Popovis, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. International Journal of Information Management, 34(1), 2. retrieved 20/1/2016 from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S02684012130>
٢٩. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit, 425
٣٠. Hwang, Y., Al-Arabi, M., & Shin, D. H. (2016). Understanding technology acceptance in a mandatory environment: A literature review. Information Development, 32(4), September, 1274. retrieved 9/10 /2016 from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf>
٣١. Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. Management science, 35(8), 985-986. retrieved 4/2/2016 from <http://home.business.utah.edu/actme/7410/DavisBagozzi.pdf>
٣٢. Ssekibaamu, J. B. (2015). Technology and education: A quantitative study of the acceptance of gaming as a teaching tool using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Doctoral dissertation, Capella University), 43. retrieved 1/2/2016 from <http://search.proquest.com/docview /1712386935>
٣٣. Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology, Op, Cit, 157
٣٤. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit, 447
٣٥. Taiwo, A. A., & Downe, A. G. (2013). The theory of user acceptance and use of technology (UTAUT): A meta-analytic review of empirical findings. Journal of Theoretical & Applied Information Technology, 49(1) March, 50. retrieved 1/3/2016 from <http://www.jatit.org/volumes/Vol49No1 /7Vol49No1.pdf>
٣٦. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, Op, Cit, 448
٣٧. بنكر، ياتشيا. (2012). ثورة الشبكات: كيف يغير الإنتاج الاجتماعي الأسواق والحرية، ترجمة فريج العويضي، ط1، الرياض: العبيكان، 132.
٣٨. Rogers, E. M. (2010). Diffusion of innovations. 5th ed, New York: Free Press, 14
٣٩. الحمداني، بشرى. (2011). أثر التقنيات الحديثة على الصحافة. مركز النور للثقافة والإعلام، تم الاسترجاع 31/5/2016 عبر الرابط <http://www.alnoor.se/article.asp?id=112477>
٤٠. Wu, Y. L., Tao, Y. H., & Yang, P. C. (2008). The use of unified theory of acceptance and use of technology to confer the behavioral model of 3G mobile telecommunication users. Journal of Statistics and Management Systems, 11(5), 930. retrieved 13/5/2016 from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09720510.2008.10701351>
٤١. Halawi, L., & McCarthy, R. (2008). Measuring student's perceptions of blackboard using the technology acceptance model: a PLS approach. Issues in Information Systems, 9(2), 96. retrieved 18/7/2016 from <http://commons.erau.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1357&context=publication>
٤٢. Internalization: إرشاد الفرد إلى أفكار المجموعة التي يعمل معها، باعتداده مصدرًا للمعلومات الدقيقة؛ خشية أن يظهر بصورة غير ملائمة، وهذا ما يدفعه إلى المواءمة مع البيئة الاجتماعية المحيطة به.
- يحدث الامتثال Compliance عندما يغير الفرد تصرفاته وسلوكياته تحت تأثير الضغط الاجتماعي.
 - نوع الهوية Identification ؛ حيث تفترض وجود فروق بين الذكور والاناث في قبولهم للتقنيات التكنولوجية الجديدة.
٤٣. Venkatesh, V., & Zhang, X. (2010). Unified theory of acceptance and use of technology: US vs. China. Journal of Global -

- retrieved 1/3/2016 from <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1097198X.2010.10856507> .Information Technology Management, 13(1), 11
44. Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies, *Op, Cit*, 187-189
- تتمثل البنية الاجتماعية في: هرمية المناصب في النظام البيروقراطي، أوامر من المناصب في النظام البيروقراطي، أوامر من المناصب العليا إلى الموظفين في المناصب الدنيا.
45. Zuiderwijk, A., Janssen, M., & Dwivedi, Y. K. (2015). Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology. *Government information quarterly*, 32(4), 431. retrieved 24/1/2016 from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X15300101>
46. Malhotra, Y., & Galletta, D. (2005). A multidimensional commitment model of volitional systems adoption and usage behavior. *Journal of Management Information Systems*, 22(1), 120,122 retrieved 18/2/2016 from <http://www.tandfonline.com/doi/pdf>
47. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, *Op, Cit*, 453-454
48. Morris, M. G., Venkatesh, V., & Ackerman, P. L. (2005). Gender and age differences in employee decisions about new technology: An extension to the theory of planned behavior. *IEEE transactions on engineering management*, 52(1), 72. retrieved 21/7/2016 from <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1388699?reload=true>
49. استعانت الباحثة بالمراجع التالية لصياغة فروض الدراسة:
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view, *Op, Cit*, 450-356
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies, *Op, Cit*, 188-192
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology, *Op, Cit*, 163-166
- Hebron, I. (2008). *Op, Cit*, 40-41
50. Sharma, R., & Mishra, R. (2015). A Review of Evolution of Theories and Models of Technology Adoption. *Indore - Management Journal*, 6(2), 23
51. Al-Qeisi, K., Dennis, C., Alamanos, E., & Jayawardhena, C. (2014). Website design quality and usage behavior: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Journal of Business Research*, 67(11), 2283- 2284



التحديات المجتمعية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الهوية والخصوصية والعلاقات الاجتماعية

د. يوسف المتوكل

جامعة سيدي محمد بن عبد الله - المغرب
dryoussef382@gmail.com

ملخص

يَنشغل هذا البحث بكثير من الأسئلة الأخلاقية والاجتماعية المُقلقة التي تثيرها الثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ وتأتي فُرادة هذا العمل من كونه يَنحاز لِلْبُعد الأخلاقي والقيمي وللآثار الاجتماعية الجانبية، والكشف عن التحولات البنيوية التي تركتها الصدمة الرقمية في الاجتماع الإنساني. كما سَنحاول تَسليط الضوء على التحديات التي تثيرها وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى الهوية والخصوصية ومنظومة الأشكال الاجتماعية الصلبة وتَوظيفاتها السياسية والاقتصادية، وما أفرزته من تَغَيُّرات بِنِيوية جذرية تُضرب في عمق مَفاهيم الأخرية Otherness، والاختلاف والسرية. وذلك من خلال أعمال عالم الاجتماع البولندي زيجمونت باومان Zygmunt Bauman، والفيلسوف العربي طه عبد الرحمن، التي رَامَت مقاربة الظاهرة الرقمية من منظور الوعي الاجتماعي، والكشف عن آفاتها ومساوئها الأخلاقية.

الكلمات المفتاحية

الثورة الرقمية - الهوية - الخصوصية - التواصل - الأخلاق

مقدمة

عن الحياة، وهوياتنا، وميولاتنا التجارية، بل ومعتقداتنا الدينية وانتماءاتنا الثقافية والسياسية. إنها منظومة رقمية مُتَشعبة، تَتداخل فيها أنظمة الرأسمال والسلطة، وتعمل على ما جَدَّ من التكنولوجيا للمتابعة والتعقب والفحص والرصد المُمنهج، لاستهداف ما تَبَقَّى من منظومة القيم الأخلاقية والأعراف المجتمعية.

وتأتي هذه الدراسة لِشَناقش «المآلات»، مآلات «الصدمة الرقمية»، و«الإندهاش» الذي تثيره في الوعي الجمعي الإنساني؛ فقد باتت ما يسمى بـ«مِنَصَّات الرقابة»، بما في ذلك وسائط التواصل الاجتماعي social media، نافذة نرى العالم من خلالها، وتَتَبَّع أحداثه أولاً بأول، وفي الوقت ذاته يرانا العالم منها، ويَتَابِع تفاصيل حياتنا، ويَتَبَّع خطواتنا ويُسَجِّل تَحَرُّكاتنا، ويُرَاقِب حواراتنا الجدية منها والهزلية والغرامية بدقة متناهية. وهذا ما يجعل العقول الواعية من العلماء والمفكرين والباحثين المنصفين يتساءلون وبإلحاح: كيف سيكون أثرُ كُلِّ هذا التَغَيُّر الذي أحدثته وسائل التواصل الاجتماعي في وعينا ووعي شبابنا بالأساس، وكيف سيكون إدراكهم لأنفسهم وللعالم من حولهم، وكيف سيؤثر ذلك في تَصَوُّراتهم عن الذات والوجود وسلوكهم المجتمعي إزاءهما، وطبيعة علاقاتهم بالأفراد والجماعات والأشياء ونظرتهم للعالم ككل؟

في خضم هذه الإشكالات المُعقدة، لم يجد الدارسون في كثير من الخطابات الاجتماعية والإنسانية من حاول وضع أصبعه على مكامن هذه التحديات، وأجاب عن كثير من الأسئلة الأخلاقية المُقلقة، بجواب

يَنشغل هذا البحث بكثير من الأسئلة والإشكالات الأخلاقية المُقلقة، التي تُثيرها «الثورة الرقمية» المعاصرة؛ وتأتي فُرادة هذا العمل من كونه ينحاز لـ«البُعد الأخلاقي» و«القيمي»، ولـ«الآثار الاجتماعية» الجانبية، والتحولات البنيوية التي تركها «الصدمة الرقمية» في الاجتماع الإنساني، والتي قلما تُثار وتُتناول بالدرس والتحليل والنقد.

إن ما أثار انتباه علماء الاجتماع، هو أن الثورة الرقمية ومنصات التواصل المتعددة والمتنوعة والمتشعبة، ليست مجرد أدوات للاتصال والتواصل، وتَدَقُّق للمعلومات وحسب، إنما هي في الجهة المقابلة آليات لـ«التتبع» و«المراقبة» و«الرصد»، يُستخدم جزء كبير منها لِصالح كُريَّات شركات التَّسويق ولُوبيات الضَّغط. إن الثورة الرقمية بما هي ثورة حضارية جَدَّ متقدمة، تعمل على تيسير التَّواصل والاتصال والحصول على المعلومة في وقت وجيز، فإنها في الوقت ذاته، ليست مَجَانِيَّة أو مُحايدة، بل لها مَن باهض على إنسانية الإنسان وقيمه الاجتماعية؛ إنها تعمل على حساب جزء مهم من «الخصوصية الذاتية» للفرد، وعلى حساب «الهوية الثقافية» والأعراف الاجتماعية للمجتمع.

وهنا يَكْمُن غُفُّها الرَّمْزي، كونها تُشكِّل جزءاً كبيراً من تَفَتِيَّتِ وتَشَتِيَّتِ ما بُني من منظومات مجتمعية أخلاقية وتربوية على مَرَّ عقود من الزمن؛ فنعظم «التطبيقات» ووسائل التواصل الاجتماعي التي تُستخدم للبحث عن المعلومات تَدُلُّ جِهات أخرى على طريقة تَفكيرنا، وتَصَوُّراتنا

فالمراقبة عن طريق التطبيقات Applications، ووسائل التواصل الاجتماعي Social media، تدل على سيطرة الإنسان والعقل المُدبر على كل شيء، وعلى إدارته للأمور بما يُحقّق الانضباط والانسجام والوضوح الثّام، الذي لا يُعرف الغموض ولا الإيهام ولا الالتباس.

وفق هذا المسار انتقلت الحداثة المعاصرة من الحداثة الصّلبة إلى الحداثة السّائلة^(٤)؛ أي إلى زمن تتنقل فيه السّلطة والهيمنة والتّحكم في الأُممات الاجتماعية بسرعة الإشارة الإلكترونية، في زمن الذكاء الرّقمي، وزمن مواقع التواصل الاجتماعي في شقّها المُهمّن على الأفراد والجماعات، وزمن الأسلحة الرّقمية المُسيّرة بأحدث التقنيات التكنولوجية، وزمن انفصال الفعل عن الأخلاق، وزمن العبودية الطوعية، على طريقة شعارات عصر الأنوار: «راقب نفسك بنفسك»، و«استعبد نفسك بنفسك».

إن هذه الرقابة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، بما أنها تُوظّف كافة المستجدات التكنولوجية لخدمة أجندة تجارية، فإنها تنتهك إلى حدّ كبير الحدود الشخصية للإنسان، وخصّوصيات حياته اليومية، التي تغزوها شبكات من المعلومات التي تسلّبه جُلّ بياناته، لتقوم بتوظيفها لمصلحة لوبيات سياسية واقتصادية، فتزيد من النّفاذ إلى أدقّ تفاصيل الحياة الخاصة.

على هذا الأساس، باتت وسائل التواصل الاجتماعي نتاجاً للتّفكّك الاجتماعي، الذي كان بالإمكان أن يكون سبباً للتّرابط العلائقي الأسري والاجتماعي؛ من حيث أن هذه الوسائل التواصلية تلعب دوراً أساسياً على هشاشة هذه الروابط وتداعياتها، فهي التي تسمح لسلطة العولمة بالعمل وفق أهدافها ومخططاتها.

لقد اعتبرت الحداثة الغربية الجس الرّقابي المُنطوي على أخلاق وقيم الرقابة الإيمانية عبئاً نفسياً، يستند في أغلبه إلى الخُرافة والسّلطة الدّينية، فأرادت تحرير الإنسان من هذا الجس الرّقابي، عن طريق: «راقب نفسك بنفسك»، و«كن مسؤولاً عن أفعالك»، وبالتالي تغييب البُعد الرّقابي الإلهي، الذي يطّلع على خفي الأعمال ويراقب ظاهرها وباطنها وما خفي منها.

لكن ما انتهينا إليه هو أن العبء الأخلاقي اليوم، ليس هو تحرير الإنسان بقدر ما هو تقدير مسؤوليتنا عن عواقب استخدام تلك التقنيات الرّقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، التي تُتيح المراقبة وتجرّح الخصّوصية وتهدّر الاختيار، والتي تجعل «الانضباط» والالتزام نابعا من

أوفى من الجواب الذي اضطلع به كلٌّ من عالم الاجتماع البولندي «زيجمونت باومان Zygmunt Bauman»^(١) والفيلسوف العربي «طه عبد الرحمن» من خلال أعمالهما العلمية، التي رامت مقارنة الظّاهرة الرّقمية ووسائل التواصل الاجتماعي من منظور الوعي الاجتماعي والقيمي، والكشف عن آفاتها ومساوئها الأخلاقية.

الفصل الأول

الثّورة الرّقمية وتأثيراتها على منظومة الأشكال الاجتماعية العريضة

يشتّك «زيجمونت باومان Zygmunt Bauman» من وجهة نظر عالم الاجتماع مع فكرة جوهرية، مفادها أن الثورة الرّقمية ومنصاتها المختلفة تهدف في أفق عملها على تحقيق ما يُسمّى بـ«التّهيّة» و«التّسوية» والإمتثال؛ وهي الأهداف السامية التي يطمح النّظام العالمي المعاصر إلى إرسائها، بغية إخضاع العالم لسلطته وجبروته، وتأسيس نظام مثالي يُحقّق «الانضباط» للشروط والقوانين المفروضة، ويحتّم «الانسجام» والوضوح والشفافية الثّامة، والكمال الثّهائي، الذي لا يُعرف للاختلاف ولا للغموض ولا للالتباس طريقاً.

وفق هذه الرؤية، التي تحاول، وبأبحاث ودراسات مستقبلية، أن تُدخل البشر في عملية استنساخ خطيرة، لخلق أناس متشابهون، قصد تحقيق السيطرة على العقل البشري؛ وهي الرؤية المُستتبّعة من نموذج «البانوبتيكون panopticon»^(٢)، والتي كان الدّافع من وراءها إلغاء القيود الأخلاقية والنّظم الاجتماعية والضمير الإنساني، واعتبار مفاهيم «الاختلاف» و«الخصّوصية» و«السّرّيّة» ضرباً من الأعراف البائِدة، كونها تُقيّد أو تُعزّقل النّظام المثالي العام، وتُضفي على أصحابها نوعاً من الرّيبة وعدم الانسجام والوضوح غير التام.

١. التّمثّلُها الأنسانية للثّورة الرّقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

ينشغل عالم الاجتماع زيجمونت باومان Zygmunt Bauman، لاسيما في كتابه المراقبة السائلة^(٣)، بكثير من الأسئلة الأخلاقية التي تُثيرها التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، في وقت قلّما يتشغل فيه النّقاد والباحثون بالآثار الاجتماعية والأخلاقية الكبرى التي ستترك أثرها السّلبّي على الاجتماع الإنساني. لقد أضحى الإنسان المعاصر، بحسب باومان، هو الرّقيب الذي لا بد أن يخضع العالم لسلطته ونظامه، ويُحقّق الانضباط والامتثال للقانون الرّقمي الجديد، ويستعين بالعلم في تأسيس نظام مثالي.

١ زيجمونت باومان Zygmunt Bauman عالم اجتماع بولندي، (١٩٢٥-٢٠١٧). عمل أستاذاً لعلم الاجتماع في جامعة ليدز منذ ١٩٩٠. عُرف عن باومان أنه سيسيولوجي الحداثة وما بعدها، بسبب تحليلاته للعلاقة بين الحداثة والهولوكوست، وما يتعلق بالمذهبية المادية (الاستهلاكية) لما بعد الحداثة. اعتمد في تحليلاته على كل من ماكس فيبر Max Weber، وعلى الأنثروبولوجيا البنائية الفرنسية ومدرسة فرانكفورت، وعلماء الاجتماع الأمريكيين، أمثال رايت ميلز Wright Mills كخارطة فكرية لوصف آخر مراحل الحداثة الغربية.

٢ البانوبتيكون panopticon، تعني مراقبة، pan تعني الكل، وهو السجن المثالي الكبير الذي يتّوسطه برج المراقبة لفرض الانضباط والوضوح على السجناء، والذي لم يكن صورة مجازية، بل كان خطة منهجية وهندسة معمارية، لها قواعدها وضوابطها. قام بتصميم هذا السجن الفيلسوف الإنجليزي جيرمي بنتام سنة (١٧٨٥). فكرة التصميم تعتمد على السماح بمراقبة جميع السجناء. ووصف بنتام البانوبتيكون بأنه طريقة جديدة لتحقيق السيطرة على العقل. فكانت الفكرة بوصفها رمزاً للسلطة غير المرئية، مُلهمة لمفكرين وفلاسفة، مثل ميشيل فوكو ونعوم تشومسكي وزيجمونت باومان. (أنظر: تشول هان، بيول، مجتمع الشفافية، ترجمة بدر الدين مصطفى، بيروت، مؤمنون بلا حدود للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٩).

٣ باومان زيجمونت، وليون ديفيد، المراقبة السائلة، ترجمة: حجاج أبو جبر، تقديم: هبة رؤوف عزت، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط١، ٢٠١٧.

٤ الحداثة الصلبة والحداثة السائلة، من الإبداعات المصطلحية للفيلسوف زيجمونت باومان، في كتبه التي سميت بسلسلة السيولة؛ فهو يشرح لنا في تحليلاته، على حد تعبير هبة رؤوف عزت الحداثة في حركتها ومسيرتها وتحولاتها، من وصف الحداثة الصلبة التي كانت «تسعى إلى نفي الغيب، والهيمنة على العالم، وتحديد القواعد، وبناء الدولة، وصناعة القومية الصلبة، والسعي لليقين المادي، المبني على زعم القدرة على التحكم، إلى الحداثة السائلة، التي تقوم على منطق الاستهلاك، بمعناه العميق للمكان، والقيم والأشياء، والعلاقات، في ظل عصر العولمة». (لمزيد من الاطلاع أنظر: باومان، زيجمونت، وليون ديفيد، المراقبة السائلة، المرجع السابق، ص: ١٢).

خشية المحاسبة القانونية لا من قناعة دينية أخلاقية، أو التزام مجتمعي مبني على ضوابط وأعراف وقيم أخلاقية أو دينية^(٥)؛ فتمّ إذن، تحييد كل ما له صلة بالقيم الأخلاقية والأعراف المجتمعية، أو الضمير الإنساني الحي، وفصلها عن فعل المراقبة والتجسس، والإحاطة بحياة الإنسان وخصوصياته الذاتية.

٢. منصات التواصل الاجتماعي وانتهاك الخصوصية الذاتية

في علاقة وطيدة بالخصوصية الذاتية، التي يأخذ فيها عنصر السرية مكانة كبيرة ومهمة، يكشف لنا باومان أن عدم إفشاء الأسرار كان أمراً مهماً وأساسياً في تشكيل وبقاء التفاعل الاجتماعي والأسري، وما يجمع الإنسان بالآخرين يعتمد بالأساس، وفي كثير من الأحيان، على ما نعرفه عنهم وما لا يمكن كشفه لعامة الناس.

بيد أننا صرنا عاجزين أمام سهولة وسائل التواصل الاجتماعي عن حفظ ما تبقى من أسرار الفرد والأسرة والعائلة، أو حتى كتمانها، لدرجة أن إفشاء تفاصيل الحياة الخاصة والعامة أو انتهاكها لم يعد أمراً مقلقاً أو فيه خدش لعرف اجتماعي أو أخلاقي، بل إن إغلاق المخارج التي يمكن من خلالها إفشاء أسرار هذه الخصوصية، ليُبعد صاحبها مُتّهماً بالغموض إن هو احتفظ ببعض المعلومات عن نفسه، وموضع ربيّة إن غاب على منصات التواصل الاجتماعي لفترة معينة، ويبدو للآخرين أنه يميل إلى الكتمان، بل يتساءل الناس لماذا اختفى لمحض توقفه عن التغريد اليومي أو لماذا لم يعد يضع صورته الخاصة ويُفشي تفاصيل حياته وحياة أفراد أسرته^(٦).

لقد بات الناس الذين يختارون مسار التّسرُّ، وعدم الظُّهور بشكل لافت على منصات ومواقع التواصل الاجتماعي مُتّهمين، وربما مرفوضين أو مستبعدين من الحياة الافتراضية، أو مُشتبه بهم في ارتكاب أفعال أو جرائم يعاقب عليها القانون. وجملة القول هنا، أن ما يسمى بـ«التّعري» الاجتماعي والنفسي عبر هذه الوسائل والتقنيات أضحى سمة العصر والسلوك الذي باتّ يضمن القبول من الآخرين؛ ذلك أن «مجتمع المراقبة والتجسس يُشجع على البوح، ولا يهتم بأخلاق السرد ولا مثاليته ولا جودته؛ فعاتات البوح ومديح التصريح هي الآليات التي تُسهل المتابعة والمراقبة والتجسس^(٧).

لقد أسست الحداثة الصلبة للتطور الذي أعلّى من شأن الدولة، بحيث باتت تتحكم بالأفراد لصالح الكل الجَمعي، أما الحداثة السائلة فهي مرحلة تَحَلّت فيها الدولة عن دورها هذا، وفتحت السوق أمام الرأسمال الحر، والاستهلاك والتحديث المتزايد الفاقد للهدف، سوى استئثار

الاستهلاك وإشباع الرغبات. هذا الاستهلاك والإشباع، انسحب من السلع المادية إلى العلاقات الإنسانية والتواصل الاجتماعي، وهو ما أثر تأثيراً بنويًا في معنى الحياة والأخلاق والعواطف، وهو ما أرسى سيولة الحياة، والخوف من الزمن، ترقباً لما يمكن أن يحمله القادم في الغد.

إذن، كان لهذا التحول من الصلابة إلى السيولة بالغ الأثر في العلائق الاجتماعية والأسرية، ما يعني سهولة الانفكاك والخلاص من المنجزات والقيم الأخلاقية المتفق عليها؛ بحيث باتت المرونة المرتبطة بالسيولة تسهل عملية التخلّي عن كل منجزات الحداثة الصلبة بما فيها العلاقات الإنسانية، سعياً وراء ما هو حديث، مُتّجاً طغياناً للفردانية على حساب الجماعة، والأنانية الرجسية على حساب حُب الخير للغير^(٨)؛ وبهذا، باتت الجماعات البشرية فارغة اجتماعياً، تخلو من عمق الروابط الإنسانية، معتمدة على العلاقات اللّخطيّة الآنية ذات الطبيعة الاستهلاكية.

وقد أبدع جورج أورويل George Orwell^(٩) الروائي البريطاني، حينما استعمل مصطلح «الأخ الأكبر» في روايته الشهيرة بعنوان: (١٩٤٨)، التي تَوَقَّع فيها مصير العالم إذا ما وصل المد الشيوعي إلى الغرب، وتمكن من السيطرة على أوروبا. فقد عرض أورويل واحداً من أهم أمثلة المراقبة وأكثرها شهرة على مرّ العصور، وهو نموذج «الأخ الكبير»^(١٠) وهو يشير إلى الدولة المستبدّة أو الحزب الحاكم.

حيث يفرض على المواطنين رقابة صارمة داخل بيوتهم وخارجها، ويفرض رأيه عليهم في شؤون حياتهم كلها، وحتى الأفكار والقناعات السياسية. غير أن باومان يرى أن ذلك النموذج باتّ مُتجاوزاً، ولا يتناسب مع عصر الحداثة السائلة التي نعيش في جنباتها؛ فيرى أن السرعة الهائلة التي تميز عصرنا قد فَكَّكَتْ نموذج «الأخ الكبير»، واستبدلت به شكلاً جديداً أكثر مرونة وميلاً نحو البساطة بدلاً من العنف.

وقد ذكرنا آنفاً أن مبادئ نموذج «البانوبتيكون» Panopticon التي ظهرت في مجتمعات طبقية هرمية، فرضت شكل المراقبة الصارم للمحافظة على السُّلطة التراتبية، وتكريس الفوارق الطبيعية بين الأفراد، فاستخدمت في المدارس والبيوت والمصانع والسجون، لكن ما أسهم في تَفَكُّك هذا النموذج، هو التغيّر البنوي لشكل الحياة، فأصبح الأفراد أكثر تقبُّلاً للسيولة والتماهي معها، فتغيّر من ثم شكل المراقبة وأسلوبها بسبب تغير السياق ونمط الحياة.

وعليه، فقد باتت منصات التواصل الاجتماعي أكثر تَعَوُّلاً وتَوَعُّلاً في

٥ باومان، زيجمونت، وليون، ديفيد، المراقبة السائلة، المرجع السابق، ص: ١٢.

٦ المرجع نفسه، ص: ١٨-١٩.

٧ المرجع نفسه، ص: ١٩.

٨ وفي الحديث الشريف عن أنس بن مالك رضي الله عنه: أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِإِخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ». رواه البخاري تحت رقم ١٣.

٩ جورج أورويل George Orwell صحافي وكاتب وروائي بريطاني (١٩٠٣-١٩٥٠)، جورج أورويل هو اسمه المستعار لإريك آرثر بلير Eric Arthur Blair. كتب أورويل في النقد الأدبي والشعر الخيالي والصحافة الجدلية. عرف بأعماله الروائية، مثل: مزرعة الحيوان عام ١٩٤٥م، في عام ٢٠٠٨م، وضعت صحيفة التايمز، في المرتبة الثانية، في قائمة أعظم ٥٠ كاتب بريطاني، منذ عام ١٩٤٥.

١٠ الأخ الأكبر Big Brother، شخصية خيالية في رواية جورج أورويل ١٩٨٤، وهو الحاكم الغامض لأوشنيا الدولة الدكتاتورية، وبعد نشر رواية ١٩٨٤ أصبحت كلمة الأخ الأكبر، تستعمل كمرادف للتعسف، في استعمال السلطة الحكومية، وخصوصاً في احترام للحريات المدنية.

الخصوصيات الذاتية والهويات الثقافية، قصد مراقبتها وضبطها وتنميتها بما يسمح باستجابتها لأنماط معينة من نماذج الحياة، لا تختلف ولا تخرج عن الأنساق المتشابهة، في أفق تميعها لتقوم مهمة الاندماج في سوق البشر المُستَنسَخ الذي يُلَبِّي حاجيات النظام العالمي، الذي لا يقبل لا بالاختلاف ولا السرية ولا الآخريّة.

٣. جدلية المراقبة والتتبع في مقابل الأمن الاجتماعي

ظهرت الحاجة إلى المراقبة والتتبع مع بدء ظهور المدن الحديثة؛ فالمدينة التي لا يعرف الناس فيها بعضهم بعضاً أصبحت بحاجة إلى الحماية وتوفير قدر معين من الأمن والطمأنينة. فالحماية هي الوسيلة التي يأمن بها الفرد على أنفسهم من خطورة الآخر؛ وهي بذلك قد وُلدت لتدعيم الأمن وتوفير الوسائل المناسبة لتحقيقه؛ وهكذا، باتت المراقبة أهم أسلحة اليقظة الدائمة التي لا يمكن التخلي عنها.

يرى باومان، أن هذه المراقبة بهذا الشكل شهدت فيما بعد انفصالاً عن الأمن؛ ففي عصر الحداثة السائلة، استطاع الغرب الوصول إلى درجة متقدمة من درجات التعايش الآمن؛ لكن على الرغم من ذلك، استمرت المراقبة في فرض وجودها القوي في تلك المجتمعات، وتحولت إلى ما يشبه الإدمان. لذلك، يعتقد باومان أن هناك مفارقة غريبة في واقعنا، وهي أنه في ظل توافر كل أجهزة المراقبة الموجودة في عالم اليوم، يتزايد الشعور الدائم بالقلق وغياب الأمن.

يحاول عالم الاجتماع باومان، بعد ذلك، أن يستكشف بعضاً من الجوانب الفلسفية الغامضة المتعلقة باهتمام البشرية بفكرة المراقبة والتتبع؛ فيرى أن مركز الرغبة البشرية الفطرية الأصلية في «العلو»، ومراقبة كل شيء ومعرفته والإحاطة بتفاصيله ودقائقه، تنشأ من السعي الدائم وراء الراحة المطلقة؛ فالإنسان يعيش في رحلة البحث المتواصل عن عالم «اليوتوبيا»^(١١) أو العوالم المثالية، تلك التي لا توجد فيها مفاجآت ولا أسرار سيئة، ولا ينتشر فيها القلق أو الخوف من المستقبل المجهول غير المتوقع. لكن السؤال الجوهرى هو هل من سبيل في عالم اليوم لتكون بشراً خارج سيطرة الرقابة السائلة؟

على مَرِّ التاريخ، ارتبط مفهوم تحقيق الأمن بالمراقبة، لذلك تطورت وسائلها وتبدلت أدواتها من عصر إلى آخر، والمهم أن يتحقق الهدف النهائي من وراء ذلك، وهو استتباب الأمن مهما كانت الوسيلة مشروعة

أو غير مشروعة. والمراقبة كغيرها من الظواهر الاجتماعية، خضعت كذلك للتبدل في الأزمنة الحديثة، إذ أصبحت الاستعانة بالمُخبرين والجواسيس لكي يراقبوا من يريد إفساد النظام، بزرع القلاقل والفتن من الوسائل التقليدية. بالإضافة إلى ذلك، أنها وسائل لا تؤدي أكلها في عصر يوصف بالميوعة والذوبان، بل إن التطور التكنولوجي المُذهل، أظهر أدوات جديدة ذات كفاءة عالية، كآلات الرصد وكاميرات المراقبة، وطائرات من دون طيار، فضلاً عن شبكات التواصل الاجتماعي التي سهّلت إلى حد كبير من عملية تتبع حركات الناس ورصد أفكارهم.

الفصل الثاني

التحديات الأخلاقية والمجتمعية لوسائل التواصل الاجتماعي

يرى الباحثون في الفلسفة العلوم الإنسانية المعاصرة^(١٢)، أن الحضارة الغربية بكل تجلياتها، أهدت «قِطْعَةً إِبِسْتِمُولُوجِيَّةً» Epistemological break مع القيم الإنسانية؛ فهي نموذج معنوي يعارض في جزء كبير منه «الفطرة» السّوية، وعندما تغيب الفطرة تغيب معها حقيقة الإنسان المزدوجة والمُتَبَيِّنة على المادة والروح، ونصبح أمام جسد لا روح فيه؛ والإنسان المعاصر إنسان بلا فطرة، ومن كان بلا فطرة كان بلا قلب حي. والسبب في ذلك، يرجع كما يرى طه عبد الرحمن، إلى تأثيرات الثورة الرقمية ومنصاتها التواصلية، التي دَمَعَت القلوب والعقول بمختلف قيمها ومبادئها، وفرضت مفاهيمها وطبقت أحكامها، ولم يُعَد لأحد القدرة على مجرد التفكير في الاستقلال بقيمه ومبادئه عن قيم ومبادئ الثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ فهي متسلطة عليه حتى في تفاصيل حياته وأفكاره وثقافته وقيمه، لأنها قريبة منه ومُمكنة من مُدركاته، عن طريق ما يمتلكه من أجهزة التواصل والاتصال المتطورة. سلطان الصورة وطغيان ظاهرة التفرّج

إن الحقيقة التي تستوقف علماء الاجتماع والمفكرين، هي أن الحضارة الغربية المعاصرة، ومُوجِب التّقدّم الكبير الذي حَقَّقته تقنيات الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي حضارة «الشاشة» و«الفُرجة» و«الصورة»، حضارة طَغَت عليها المادّية والتّجسيد، تأثراً بجذور قديمة ترجع إلى الحضارة والثقافة اليونانية ذات التماثيل العارية والآلهة المُجسدة، والتي كانت تُعد رمزا للفضيلة بين النخبة في اليونان القديمة^(١٣)، «كأن هذه الحضارة» قد رجعت إلى أصلها الجسدي، أو كأنها كَشَفَت عن حقيقتها الخفية»^(١٤).

١١ اليوتوبيا UTOPIA، وتعني المجتمع المثالي الذي سيعيد فيه الجميع؛ وهو مصطلح شائع لاسميا في الخيال العلمي، وحاله كحال الكثير من المفاهيم الأخرى التي تعاني من إشكالية التعدد الدلالي؛ وكان أول من صاغ هذا المصطلح بصورته الحالية المفكر الإنجليزي توماس مور (١٥٣٥-١٤٧٨)، الذي جعله عنواناً لكتابه الشهير «يوتوبيا»، والذي أصبح لدى البعض مرادفاً لمفهوم المدينة الفاضلة.

١٢ من بين هؤلاء المفكر والفيلسوف الدكتور طه عبد الرحمن، وهو أستاذ علم المنطق وفلسفة اللغة بجامعة محمد الخامس بالرباط. وخير باأكاديمية المملكة المغربية، حاصل على جائزة المغرب الكبرى في العلوم الإنسانية لمرتين عن كتابيه: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، وتجديد المنهج في تقويم التراث. وهو وممثل الجمعية العالمية للدراسات الجدلانية بالمغرب International Society For the Study of Argumentation. التي تتخذ مقراً لها بأمرستردام-هولندا، وممثل جمعية الفلسفة وتواصل الثقافات Gesellschaft für Interkulturelle Philosophie e. V. التي تتخذ مقراً لها بكونولونيا-ألمانيا، ورئيس مجلة المناظرة المختصة في تحليل المفاهيم والمناهج. (يرجى الرجوع إلى طه عبد الرحمن، حوارات من أجل المستقبل، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط١، ٢٠١١، بيروت، ص١٧٣-١٧٥).

١٣ تشير سلوى عمر، في مقال لها بموقع «مغرب اليوم»، تحت عنوان: انتشار الشذوذ الجنسي في صالات أثينا الرياضية. إلى وجود تماثيل منحوتة في المتحف البريطاني تعود إلى الحضارة اليونانية القديمة، عليها تماثيل عارية تماماً. كانت تعد رمزا للفضيلة بين النخبة؛ فاليونان هم من رأوا أن العري هو أمر بطولي وليس علامة على قلة الحياة، بل هو فضيلة بين النخب الاجتماعية، (أنظر: رابط المقال، <https://www.almaghribtoday.net/480>). في المقابل، يرى محمود صقر في كتابه: «نقاط فوق حروف الوعي»: أن فن النحت والإبداع والجمال لا بد أن يُنبثق من منظومة القيم السائدة في المجتمع؛ «فلا يمكن أن يرى المجتمع شيئاً جميلاً إذا اصطدم بقيم المجتمع، مثال ذلك التماثيل العارية التي اشتهرت بها فنون اليونان والرومان، بالرغم من أنها جميلة في ذاتها من حيث الأداء والدقة الفنية لا يمكن أن تكون فناً جميلاً في المجتمع الشرقي». (أنظر: صقر، محمود، نقاط فوق حروف الوعي، القاهرة، دار البشير للثقافة والعلوم، ط١، ٢٠١٦، ص: ٣٤-٣٥).

١٤ عبد الرحمن، طه، دين الحياة من الفقه الاتنماري إلى الفقه الاتنماني -٢- التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ بيروت، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، ط١، ٢٠١٧، ص١٦.

ولعل أخطر ما أنتجته حضارة الصورة هو ظاهرة «التكشُّف»؛ فالبعض يَدَّخِر ذاكرته في الصورة، ويَتَكَشَّف لها جسدياً ونفسياً، بل يَتَوَسَّل بالصورة لِخَلْق حالة تَكشُّف عامة في المجتمع، وهو ما يناقض حقيقة خَلْق الإنسان، القائمة على «الأستار» و«الأسرار»، ومع إعجاب النفس بالصورة والافتتان بتفاصيلها الظاهرة تَتعمق أزمة الإنسان المعاصر ذاتا ووجودا.

من هنا، يؤكد طه عبد الرحمن، أن تطور وسائل التواصل الاجتماعي مَكَّننا وتَوَسَّعا، تَنوَّعا وتَطافُرا فيما بينها، كان له بالغ الأثر في «حُبِّ الصورة»، حتى باتت للصورة التي تبثها مختلف الشاشات^(١٥) مكانة مُتفردة في حياة الإنسان المعاصر، وأضحى لها «سُلْطَانٌ» رهيب وغير مسبوق على النفوس والعقول. فالصورة التي يستمتع بها المُتفرج لا تنقطع عن الإنسان حتى وإن أغمض عينيه، لأنها تحتل ظاهره وباطنه، إن تَصَوَّرا أو تَخَيَّلا، حيث انعكس تطور تقنيات ووسائل التواصل الاجتماعي في عِشْق الصورة.

ومع هذه الحالة، بدأ العالم المعاصر يَدخل في حالة سُرود أخلاقي كبير، تَكَرَّست فيه خائنة الأعين، وسادَّت خيانة البَصَر؛ فمع طغيان الصورة أصبحت قيمة الإنسان لا تساوي شيئا إلا بصوريته، وليس بحقيقة ذاته، حيث تَتحدد كل قيمة بما تَتَلَبَّسه من صورة؛ فاستولى حُبُّ الظهور على قلب الإنسان بطريقة مخيفة؛ ومع هذا الطغيان تأسست علوم وطُقوس ومَظَاهِرِيَّات تُقدس الصورة، وتضع لها قواعدا، فزاد طغيانها وتأثيرها وافتتانها بذاتها؛ فالمتفرج على السبيل المثال، يجلس أمام الشاشة مُستسلما خاشعا وكأنه يقف بين يدي رب العالمين، مُلتزما بأدائها وتوقيعاتها.

يقول طه عبد الرحمن معبرا عن مشهد من مشاهد من هذا السُرود، أن الإنسان المتفرج «قد يَتَّخذ في معاملاته طقوسا مظهرية خاصة، ناهيك عن الطقوس المَسْكِية، التي يتبعها عند التفرج في الشاشات؛ فقد يجلس إلى هذه الشاشات جلوس التلميذ إلى معلمه، بل جلوس العابد في محرابه، ملتزما بأوقات معينة، ومُرْتديا ألبسة محددة، ومتناولاً مأكولات ومشروبات بعينها، مُجبراً الآخرين من حوله على الصمت المطبق أو على مزيد الانتباه إلى ما يلقي عليهم، كما لو كانوا جميعا في معبد وحن موعِد الشعائر»^(١٦).

بل الأدهى أن هذا المظهر من السُرود الأخلاقي الذي تثيره وسائل التواصل، يَبْرُز حتى في أَحْرَج لحظات الإنسان، وأشدّها حُزنا وألما عليه، وهي لحظة من لحظات الموت، حيث يَتَجَرَّأ في أن يَسْتَحضر بهرجة الصورة بَدَل هيبة المشهد؛ فالإنسان وقع بهذه الحالة تحت وطأة الصور وتخديرها لقلبه وعقله، واجدا فيها مُتعة بالغة يكره أن تذهب منه أو يقطعها عليه أحد.

فَيَتنا، كما يؤكد الكاتب الفرنسي غي ديور Guy Debord^(١٧) أمام تَدَيُّن الصُورة، بل دِيْن الصورة ومتعبدا لها، وصارت الصورة نهاية وغاية ومقصداً لكل إنسان، وليست وسيلة ووسيطا، فتحوّلت إلى حجاب كثيف يُخفي ما وراءه، فزاعَ البَصَرُ وطَعَى، فكانت الفرجة بهذا المشهد وَرِيَّةَ الدِّين بتعبير ديور في كتابه مجتمع الفرجة La société du spectacle^(١٨).

حيث يرى ديور، أن الفرجة بعد احتلالها الشامل للحياة، حَوَّلت العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الناس تتم بوساطة الصور، وتُجسد النموذج السائد للحياة الاجتماعية في كل مَظَاهِرِه^(١٩)؛ فما قام به الدِّين في السماء تقوم به الفرجة في الأرض؛ فكما أن الدِّين نَقَلَ قدرة الإنسان إلى الارتقاء في السماء، حيث اتَّخذ صورة إله أجنبي عن الإنسان، فكذلك الفرجة تقوم بنفس العملية في الأرض^(٢٠).

لقد وجد ديور في الفرجة تَعَبُّداً أشبه بالتعبد الخاص للدين؛ فالشاشة تُسيطر على وجدان الإنسان ووقته وفكره، حتى تعطلت حركاته وعضلاته وانكمشت لغته وكلماته. إن المجتمع المعاصر بنظره، بوصفه مجتمعا للفرجة، صار يُفضل الصورة على الشيء، والنسخة على الأصل، والتمثيل على الواقع، والمظهر على الوجود، وكل ما هو مقدس عنده ليس أكثر من الوهم، أما ما هو مُدَنَّس فهو الحقيقة عينها. إنه يقدر الوهم على حساب تدينس الحقيقة. بهذا المعنى تكون الفرجة مجتمعا والمجتمع فرجة، وهذا هو مجتمع الفرجة^(٢١).

والحقيقة التي يقف عليها فيلسوفنا طه عبد الرحمن في معرض حديثه، هو أن تَلَازم النظر والصورة يوقظان جُملة من الغرائز في الإنسان، ومع تَمَادي النظر وإشباع رغباته توقظ الرغبة في التَّمَلُّك، على اعتبار «أنه ليس في الإدراكات الحسية أوسع ولا أبعد مدى من النظر، بحيث تبلغ هذه الرغبة عند المتفرج ذروتها؛ فكل ما يقع عليه نظره يتوق إلى أن

١٥ يقصد بذلك مختلف الشاشات، أي جميع أنواع الأجهزة الإلكترونية، من تلفاز وشاشات عملاقة وهواتف ذكية، حواسيب PC، تابلت Tablet، وغيرها من الأجهزة المتطورة التي أقامت ثورة في التكنولوجيا الحديثة، خصوصا في العشر سنوات الأخيرة.

١٦ عبد الرحمن، طه، دين الحياة من الفقه الاتيماري إلى الفقه الاتيماني، مرجع سابق، ص: ٣٠-٣١.

١٧ غي ارست ديور : Guy Debord شاعر وكاتب وسينمائي فرنسي شهير، (١٩٢٨-١٩٩٤)، كان من أشهر كتاب فرنسا، وترجمت أعماله إلى عشرات اللغات. من بينها كتاب مجتمع الفرجة La société du spectacle.

١٨ Guy Debord, La société du spectacle, Les Éditions Buchet- Chastel, Paris ١٩٦٧.

١٩ صدر كتاب مجتمع الفرجة La société du spectacle سنة ١٩٦٧، مؤلفه الفرنسي غي ديور Guy Debord. وهذا الكتاب ينظر إلى عالمنا اليوم من خلال ما أسماه مجتمع الفرجة، حيث يرى أن الفرجة ليست مجموعة من الصور، بل هي علاقة اجتماعية بين الناس تتم بوساطة الصور، ولهم الفرجة في مجملها فهي النتيجة والهدف للنمط المهيمن للإنتاج على حد سواء، أي إنها ليست عنصرا زُخرفيا، بحيث تضاف إلى العالم الحقيقي، بل هي على النقيض من ذلك، هي جوهر عدم واقعية المجتمع الحقيقي. وتُجسد الفرجة النموذج السائد للحياة الاجتماعية في كل مظاهرها المحددة، مثل الأخبار أو الدعاية والإعلان والاستهلاك الفعلي للترفيه.

٢٠ Guy Debord, La société du spectacle, Les Éditions Buchet- Chastel, Paris ١٩٦٧. P. ٩٠، ٩١.

Guy Debord, La société du spectacle. P. 90، 91.

من هنا، تصبح النتيجة هي تَفْشِي ظاهرة «التَّلَصُّص» التي تَسْتَشْري وتطفو بمجرد النظر الذي يَبْلُغ تعلقه بالصورة الجنسية أقصى مدى، فيصير المَنظُور الجنسي مثله في ذلك مثل السُّوءات أقوى المنظورات الحسية تهيجاً للشهوة، التي لا تولد إلا العنف والفجور الجنسي.

وقد ذهب كلاي كاليفرت^(٢٦) Kelley Calvert، وهو الخبير في القانون الأمريكي، في كتابه «الوطن المُتَلَصِّص» Voyeur Nation^(٢٧)، إلى أن ظاهرة التلصص، التي سماها بـ«التَّلَصُّص المُوسَّط»، أي الحاصل بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي، هي عملية ضد القانون وضد حقوق الإنسان وخصوصيته الفردية؛ حيث رَكَّز فيه على الجانب القانوني بالذات، مؤكداً على ضرورة إقامة التوازن بين حق الفرد في حفظ حياته الخاصة، وبين حماية القانون لوسائل الإعلام ووسائل التواصل والاتصال^(٢٨).

ويكشف كاليفرت، على أن استهلاك الصور الخاصة، والمعلومات الشخصية من حياة الآخرين عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، يُعتبر في نظر القانون تَعَدُّ على خصوصيات وأسرار البشر. والنَّظر في شبكات التواصل الاجتماعي والصفحات العالمية، يجد أنها مليئة بالصور ومقاطع الفيديو مأخوذة عن غَفْلَةٍ من أهلها وهم مُنْشَغِلُون بأعمالهم الخاصة، والتي لا ينبغي أن يَطْلُع عليها أحد غيرهم، وهو ما لا يقبله القانون، بله الأعراف والقيم الأخلاقية والاجتماعية.

ظاهرة التجسس والغلو في المراقبة

تعد ظاهرة «التجسس»، بحسب طه عبد الرحمن، آفة نفسية تُصيب الإنسان المعاصر، الذي يَسْتَخِر عن الأشياء المصورة، مستمتعاً بهذا الاستخبار، سواء كان نَظَرُهُ إليها نظراً مباشراً أو غير مباشر؛ إذ يقال: تجسس الشيء أو تجسس على الشيء؛ والمراد في الأصل هو نظره إليه، مستخبراً عما خفي من معلوماته؛ فالتجسس بهذه الصورة هو المراقبة والتتبع والبحث عن الأخبار والمعلومات التي تخفى عن الآخرين، بُغْيَةِ الإطلاع عليها ومراقبتها وتتبعها ونشرها أو تعريض صاحبها للاستفزاز. وإذا كان التجسس سلوك مشين في الأعراف والتقاليد والأديان قديماً، فإنه في الوقت المعاصر ومع تقدم تكنولوجيا الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، اتخذ صورة نفسية فاحشة نزع من الإنسان المعاصر لباس الحياء، بل «جعلته يأتي من وجوه الشرود، أي الخروج من الأخلاق، ما زَادَ تَتَبُّعُهُ في حالة الخيانة التي دخل فيها الإنسان المعاصر»^(٢٩).

يَحْزُوه لنفسه حتى يَتَصَرَّف فيه كما يهوى^(٣٠). إن هذا المستوى من النظر الذي يُوَقِّظ الرغبة في التملك هو ما يورث حب التَّسَيَّد ومن ثم التَّسَلُّط؛ فإذا انتشرت غريزة التسلط ظهر التَّوحش، فتنبعث بذلك الشهوة وتسعى للإشباع، فيَنشَأ العنف والفجور.

وبقليل من التأمل، ندرك جيداً كيف أن الصورة المعاصرة تنزع دائماً إلى التَّجديد في شكلها ومحتواها، والغاية من ذلك، هو إثارة شهوة الأنفس لاكتساب وتحفيز جمهور جديد، ليتجدد الاشتها ويتسع فضاء التسلط والعنف، فلا النفس تشبع ولا الغريزة تنطفئ، فَتَتَبَدَّد طاقات الإنسان، ويزداد القلق والتهيب بقوة اندفاع الصورة وتدفعها، فينتهي هذا المشهد بـ«شَلِّ قدرات العقل في التحليل والتدقيق والتصفية، مكتفياً بالتَّقبُّل الانفعالي والعاطفي لما تراه عيناه، كأنهما سُحَرتا أو سُكَّرتا»^(٣١). ومع تُخْمة الصور يُحَاضِر القلب، ولا تَجِد الروح فسحة للتأمل ولا التفكير ولا التزكية.

انطلاقاً من هذا التحليل السيميائي الدقيق لِهول الصورة المُتَدَفِّقة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، على اعتبار أن صناعة الصورة في المفاهيم السيميولوجية^(٣٢) يراد به الكشف عن الدلالات الإشارية التي تُصدرها وتؤثر بها على الحياة الاجتماعية وأنظمتها اللغوية، فإن نشر الصورة تُعد ضمن هذه المفاهيم والتصورات مَعْرَكَةٌ لامتلاك والسيطرة على حياة الإنسان في كل جوانبها النفسية والعقلية والعاطفية، وإحداث تَعْيرات في بنية الحياة الاجتماعية وتوجيهها لاستراتيجيات التواصل الإنساني^(٣٣).

إن الصورة بهذا القدر من هيمنتها على الحياة الخاصة والعامة، أضحت ليس من أولوياتها ومقاصدها إفادة العقل وتوجيه القلب، بقدر ما هو تهيج للغريزة وإثارة للانفعالات وإحداث الصدمة، وهو ما يُنذر بِشَلِّ عقلي كامل، فَتَتَبَدَّل بذلك الحواس والعواطف مع كثافة تدفقات الصورة. غير أن الملفت للانتباه، هو أن الصور الجنسية بهذا التدفق الزهيب في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي تفقد إثارتها مع تكرارها؛ لذلك، اتَّجَهَت الصورة الجديدة إلى مساحات الشذوذ والمثلية الجنسية والمبالغة في الخلاعة. وفي ظل هذا التنافس الإعلامي والتنوع والتعدد في وسائل التواصل الاجتماعي، يصير الفُجُور مِعياراً للحضور؛ فالأَفْجَر هو الأكثر فُرْجة وتداولاً بين الناس.

٢٢ عبد الرحمن، طه، دين الحياء التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ مرجع سابق، ص: ٣٦.

٢٣ عبد الرحمن، طه، دين الحياء التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ مرجع سابق، ص: ٣٩.

٢٤ يورد عبد الله ثاني قدور في كتابه: «سيميائية الصورة في مفهوم السيميولوجيا»، أن المعاجم اللغوية تذكر أن «السُّومة» و«السِّيمة» و«السِّمية» تعني «العلامة»، ويُعرف المعجم الوسيط علم «السِّمية»، بأنه علم يبحث دلالة الإشارات في الحياة الاجتماعية وأنظمتها اللغوية. ويهدف علم السِّمية (السيميولوجيا) إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي؛ فهو يدرس العلامات في كنف الحياة الاجتماعية، وقد يشكل فرعاً من علم النفس الاجتماعي، ومن أبرز باحثيه ومؤسسيه «دي سوسير»، و«شارل بيرز». وهو «نظام الشبكة من العلامات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة، أو دراسة الأنماط والأنساق العلاماتية غير اللسانية، أو علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها، وهو باختصار علم خاص بالعلامات». (يرجى الرجوع إلى: عبد الله ثاني، قدور، سيميائية الصورة؛ مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الجزائر، دار الغرب للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٥).

٢٥ عبد الله ثاني، قدور، سيميائية الصورة، المرجع نفسه.

٢٦ كلاي كاليفرت Kelley Calvert أستاذ مساعد في مجال الاتصالات والقانون، والمدير المشارك لمركز جامعة بنسلفانيا، حاصل على الدكتوراه من جامعة المحيط الهادي، وأخرى في الاتصالات من جامعة ستانفورد، نشر له أكثر من عشرين مقالا في مجلة القانون في السنوات الأربع الماضية، حول القضايا التي تؤثر في وسائل الإعلام والصحافة.

٢٧ Clay Calvert, Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in Modern Culture, IMPRINT Boulder, Colo: Westview Press, 2000

٢٨ Clay Calvert, Voyeur Nation, P: 2

٢٩ عبد الرحمن، طه، دين الحياء التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ مرجع سابق، ص: ١٢٩.

لهذا الوصف، فقد أضحي التفرج والتكشّف سِمَتَيْن بارزتين لهذا المجتمع، ولا حياة للإنسان المعاصر إلا بهما، إذ «بات يعرض على الشاشة كل شيء، بل بات يعتبرها كل شيء، بل أمسى يَرُدُّ حقيقة نفسه عَينها إلى ما يعرضه على الشاشة من سُيول الصور»^(٣٠)؛ فلننظر في بعض الخصائص التي تميز ظاهرة التكشّف، وكيف كان لها بالغ الأثر على الفرد والمجتمع نفسيا واجتماعيا.

يُبدى الإنسان باسم «الحرية الشخصية» كل شيء من حياته الخاصة والعامة، سواء كان جسميا أو نفسيا؛ فلولو تلك الشاشة الثابتة أو المتحركة التي يمتلكها الإنسان أو بالأحرى التي تملكه، والتي قد بلغ استحواذها على نفسه مبلغا فاحشا، ولا يرى العالم بل لا يرى نفسه إلا من خلالها، فلولاهما ما كان ليندفع في مثل هذا التكشّف الذي يحيط بكل شيء من شؤونها؛ وخير مثال على ذلك، الطالبة الأمريكية «جينيفر رينجلي» Jennifer Ringley^(٣١).

لم ينتهي التكشّف إلى هذا الحد، الذي يقف عند الخاصة من الناس من المشاهير والنجوم والأبطال والأغنياء، بل تعداه إلى تكشّف عامة الناس لبعضهم البعض، بِحُجة أن الجميع حُرٌّ وله الحق في الظهور على الشاشات في كشف أسرار وأستاره للعالم. ولا يخفى أن هذا التكشّف الكلي، لا يمكن أن يتأتى لِرواده إلا بتعدي الحدود الأخلاقية والقانونية والاجتماعية والثقافية؛ فهذه الحدود حين يتم تحريكها وتفعيلها على الفرد والمجتمع، يمكن أن تُحدَّ من غلواء كشف ما ينبغي ستره؛ ذلك «لأن في كشفه صَرَرٌ مَتَيَّقُن، يعود على الذات أو الآخر، وكشف ما فيه ضرر مستيقن إنما هو تعد للحدود»^(٣٢).

وبانتشار ظاهرة التكشّف الخاص والعام، لم تعد هناك حدود لِلسَّتر الجسدي والنفسي، وأصبحت الوسائط الرقمية مَخَزَنًا للتكشّف والبوح بالأسرار، التي تجد سبيلها اليسير إلى شبكات التواصل الاجتماعي، لتصير قَصَائِحَ تستقطب الناظرين، ولتصبح العُورات المكشوفة على الشاشات مِيعارا للوجود والشهرة، يعشق بها الإنسان ذاته ويستهوئ بها الآخرين. إن هذا التكشّف لا يَتَبَدَّى بوضوح، ولا يبرز بقوة إلا في مَجَالَيْن اثنين بحسب طه عبد الرحمن، هما: «الجنس» و «العنف»؛ «إذ لا يكتفي فيهما بما يقع من أحداث صادمة، بل يُطلق العنان للخيال كي يُبدع في مناظر الجنس والعنف ما لا تقبله العين ولا يعقله الذهن»^(٣٣) وهنا يكشف طه عبد الرحمن عن حقيقة أساسية، مفادها أن التكشّف في المجتمع المعاصر ليس مجرد مسألة سلوكية، بل هو مسألة وجودية؛ فالتكشّف يجمع بين «الظهور» و «الوجود»، وهما عنصرين متلازمين؛ فلا وجود للإنسان المتكشّف بغير ظهور، ولا ظهور له بغير وجود؛ وحتى

ومع ازدياد التلصص والتجسس، وشوق الإنسان إلى معرفة المخفي عنه، ظهر الغُلو في المراقبة، وتجاوزت المراقبة، كما يؤكد طه عبد الرحمن، حُدود الجسد الخارجي إلى السَّعي لمراقبة باطن الإنسان، وضميره وهويته ودينه معتقده وانتمائته الثقافي والسياسي، بل حتى هوياته وشهوته وعلاقاته وانجازاته وإخفاقاته؛ وهذا يُعد اعتداء بل عدوانا على الحياة الخاصة للإنسان؛ بحيث أن التوسل بهذه الوسائط التي باتت تتمتع بقدرات تقنية وبرمجية ورقمية هائلة، شَمِل كل تفاصيل حياة الإنسان باطنها وظاهرها، فأدى هذا التوسل التكنولوجي الآلي إلى ازدهار صناعة خاصة، وهي التي سماها فيلسوفنا بصناعة المِلفات، وهي إنتاج ملفات معلوماتية لعموم أفراد المجتمع^(٣٤).

ومع تَمَلُّق الرقابة والتجسس، انتقل الإنسان المعاصر قَردا ومؤسسة إلى المساحة الخطرة، وهي أن يطلب الإحاطة الكاملة بكل شيء، إحاطة بالفرد من كل جوانبه، وإحاطة بالمجتمع في كليته، أفرادا وجماعات ومنشآت وهيئات، ثم تمتد الإحاطة بعد ذلك لِيصِل مداها إلى العالم، ليملك في النهاية قدرة واسعة في التحكم الكامل والسيطرة على كل شيء.

بما في ذلك، التحكم الخاص بالتجسس العلمي وتسخير الثروات والكائنات، أو التحكم الخاص بالتجسس الاقتصادي وتحويل المستهلك، أو التحكم الخاص بالتجسس الأمني وتمكين السلطة، كمرحلة وسيطة مهمة قبل تسخير الجميع، مفضيا هذا التجسس في الأخير إلى استبعاد الإنسان؛ «فالتحكم الأمني يؤذيه أشد ما يكون الأذى في جسمه وروحه؛ والتحكم الاقتصادي يؤذيه في أخلاقه؛ والتحكم العلمي يؤذيه في جسمه؛ والتحكم الشخصي يؤذيه في روحه»^(٣٥).

ظاهرة التكشّف واستباحة الأسرار

تعد ظاهرة «التكشّف» واستباحة الأسرار مساحة أخرى أكثر تعقيدا، فهي كما يكشف طه عبد الرحمن، آفة نفسية تصيب المنظور إليه؛ إذ يقال: «تكشف أو تكشف له أو تكشف إليه، والمراد أبدى شيئا منه له؛ وهذا الشيء الذي أبداه على نوعين: فقد يكون صورة تراها العين، أو يكون تصورا يدركه الذهن»^(٣٦)؛ فالتكشّف على ضربين، تكشف عيني أو حسي يتوسل بالصورة، وتكشف ذهني إدراكي يتوسل بالتصور.

ومن المعلوم لدى المفكرين أن المجتمع المعاصر، وبفضل الثورة الحاصلة في وسائط ووسائل التواصل الاجتماعي، وُصف بمجتمع الصورة، ووفقا

٣٠ عبد الرحمن، طه، دين الحياة التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، المرجع نفسه، ص: ١٥١.

٣١ المرجع نفسه، ص: ١٨٦-١٨٧.

٣٢ المرجع نفسه، ص: ٢٥١.

٣٣ المرجع نفسه، ص: ٢٥١.

٣٤ جينيفر رينجلي Jennifer Ringley، التي أنشأت الموقع الشهير Jennicam، كان ابتكار رينجلي هو ببساطة السماح للآخرين ومشاهدة ومتابعة أنشطتها اليومية، وقد عملت على تثبيت كاميرا مراقبة متصلة بشبكة الأنترنت ومواقع التواصل، وظلت على هذه الحالة لمدة سبع سنوات، تبث من خلالها صورا متواصلة عن حياتها الداخلية والخارجية وحتى الخاصة منها، ونومها بصحبة هرتها أو صديقها، وأعمالها العادية كالأكل والشرب والمطالعة.

٣٥ عبد الرحمن، طه، دين الحياة التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ مرجع سابق، ص: ٢٥٢-٢٥٤.

٣٦ عبد الرحمن، طه، دين الحياة التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ مرجع سابق، ص: ٢٥٤.

والتحليل والنقد، على مستوى الرؤى الفلسفية المعاصرة والبحث العلمي في العلوم الإنسانية. ومما لا شك فيه أن الثورة الرقمية ومناصتها قد أحدثت ثورة حضارية جِد متقدمة، عملت على تيسير التواصل والاتصال والحصول على المعلومات بدقة متناهية وفي وقت وجيز، غير أنها لم تكن في يوم من الأيام مُحايِدة، بل تتداخل فيها أنظمة الرأسمال والسلطة، وتعمل في جانب منها على استهداف ما تَبَقَّى من منظومة القيم الأخلاقية والأعراف المجتمعية. لقد كان لها مَن بهِض يؤديه الإنسان، فردا كان أو جماعة، ينزعه من إنسانيته وقيمه الاجتماعية وخصائصه الذاتية، وأعراف المجتمعية.

وعليه نكون قد ضربنا في هذه الدراسة ناقوس الخطر الذي ستؤول إليه الأجيال اللاحقة من جراء الصدمة الرقمية والإنديهاش الذي تثيره في الوعي الجمعي الإنساني. وهو ما أثار التساؤلات حول أثر هذا التغير الذي أحدثته وسائل التواصل الاجتماعي في وعينا ووعي شبابنا بالأساس، وكيفية إدراكهم لأنفسهم وللعالم من حولهم، وتصوراتهم لذواتهم وطبيعة علاقتهم بالأفراد والجماعات والأشياء ونظرتهم للعالم ككل.

وقد تمت مقارنة هذه الظاهرة من خلال الأعمال العلمية لكل من عالم الاجتماع البولندي زيجمونت باؤمان والفيلسوف العربي الدكتور طه عبد الرحمن، وتم الكشف عن المسار العلمي النقدي الذي اضطلعوا به في مقارنة الظاهرة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، وتبيان آفاتها ومساوئها الأخلاقية والاجتماعية.

أما «باؤمان» فقد اشتبك مع فكرة النظام العالمي المعاصر التي تهدف إلى تحقيق التسوية والإمتثال بُغْيَةً إخضاع العالم لسلطته، وتأسيس نظام مثالي تأسساً بنموذج البانوبتيكون. فكشفنا بذلك عن التَمَطُّراتِ اللاإنسانية لوسائل التواصل الاجتماعي، التي كان من أبرزها التَّفَكُّك الاجتماعي عن طريق انتهاك الخصوصية الذاتية، والتَّعَرِّي الاجتماعي والنفسي، الذي أضحى السمة البارزة لهذا العصر.

من جهة أخرى كشف لنا طه عبد الرحمن عن حقيقة جوهرية، مفادها أن الحضارة الغربية المعاصرة هي حضارة الشَّاشة والفُرجة والصُّورة التي طغت على العالم، فدخل بذلك في حالة سُروء أخلاقي كبير، حتى أضحى لهذه الصورة والفُرجة سُلطاناً رهيب على النفوس والعقول بعد احتلالها الشامل للحياة، حتى اتَّجهت إلى مساحات الشذوذ والمثلية الجنسية والمبالغة في الخلعة.

وهو ما أدى إلى بروز ظاهرة التجسس والغلو في المراقبة التي شملت كل تفاصيل حياة الإنسان ظاهرها وباطنها؛ فقد أضحى التَّفَرُّج والتَّكشُّف واستباحة الأسرار سِمَات بارزة للمجتمع باسم الحرية الشخصية،

يعتبر الإنسان نفسه موجودا ينبغي له أن يتكشف وأن يُنظر إليه، لأنه بغير النَّظَر إليه لا يعتبر موجودا؛ «فصار الوجود في التَّكشُّف والعدم في التَّسْتَر، أو بعبارة أخرى، إن الوجود في الظهور والعدم في الخفاء»^(٣٧)؛ والإنسان المعاصر ليس مُخيرا في تكشفه ولكنه مُجبر، لأنه في قرارة نفسه يشعر بأنه في حكم العدم لو أنه حفظ باطنه أو كَتَم سره أو ستر عورته. ومع الظهور المرتبط بالوجود تبدو آفة الضَّحالة والضَّالة، التي يستغني فيها الإنسان بالصورة عن القول، ويجعلها ناهضة بوظائفه البيانية والفكرية. وتبرز هنا آفة «التبعية للآخر» الذي يثبت وجود الإنسان بالنظر إليه، «فإن ألقى إليه الآخر بنظره أثبت له هذا الوجود، وما لم ينظر إليه لا يكون له هذا الثبوت البتة»^(٣٨). فالنظر زيادة في التَّكشُّف وتثبيت للوجود. ومع كثافة التَّكشُّف المعاصر استغنى الجسم عن النفس، فتوارت الروح وتوارت معها قيمها ومبادئها، فطغى الجسد بثقله ورغائبه وإغوائه. ومع هُجُوم الصور وطغيانها أصبح الإنسان المُتَّكشِّف مفتونا بذاته ومُجِباً لها، حتى أضحى إنسانا أنانيا بكثرة تعلقه بذاته، مقتربا من عبادتها؛ فلا يكف عن تصويرها أو محافظا على صورتها، أو مروجاً لصورتها للآخرين، فلا حياة بدون شهرة ولا شهرة بدون صورة. فيتبن إذن، أن قيمة الإنسان أو الأشياء في صورها ومظاهرها البادية للعيان؛ فالعالم بات عبارة عن مظاهر، والإنسان صار يعد نفسه واحد من هذه المظاهر التي تختلف عليه؛ «فإذا هو أضحى مجرد صورة من الصور التي تملأ هذا العالم، صار عشقه لذاته مردود إلى عشقه لصورته»^(٣٩).

وعندما تضمحل إنسانية الإنسان، فتصبح صورة ومظهرا ليس إلّا، يَنسَلخ من كل السُّلطات التي يمكن أن تربطه بشيء من القيم أو الأخلاق أو الثقافة، ينسلخ من أسرته ومجتمعه وتراثه، بل حتى من تاريخه وهويته، ومن كل شيء يمثل بالنسبة له عائقا أمام تقدمه، فلا يبقى له بين يديه إلا جسمه الذي هو أَحَبُّ إليه من كل شيء، بنزواته وشهواته وإغرائاته، «فيصير جسم المُتَّكشِّف بمنزلة القيمة العليا التي يتعين عليه أن يسعى إلى التحقق بها، بل بمنزلة الخير الأسمى الذي ينبغي أن يرتقي إليه باكتساب خصال محمودة تناسبه، مستبدلا بفضائل النفس، فضائل الجسم»^(٤٠)، التي تقويه وتحافظ على نضارته ورشاقته، خوفا من المرض أو الخمول أو حتى الشيخوخة.

خاتمة

انشغلنا في هذه الدراسة بالإشكالات المجتمعية والأخلاقية المُقلقة التي أثارها ولازالت تثيرها الثورة الرقمية المعاصرة ومنصات التواصل الاجتماعي بكل تطبيقاتها؛ وقد كانت أهمية البحث في هذا الموضوع تأتي من كونه يحفر في الآثار الاجتماعية والتَّحوُّلات البنيوية التي أحدثتها الصَّدمة الرقمية في الاجتماع الإنساني. والهدف الأسمى من ذلك، هو إثارة النقاش حول هذه الإشكالات والعمل على إبرازها بالدرس

٣٧ المرجع نفسه، ص: ٣٦٢.

٣٨ المرجع نفسه، ص: ٣٦٦.

٣٩ المرجع نفسه، ص: ٣٦٩-٣٧٠.

٤٠ المرجع نفسه، ص: ٣٧١.

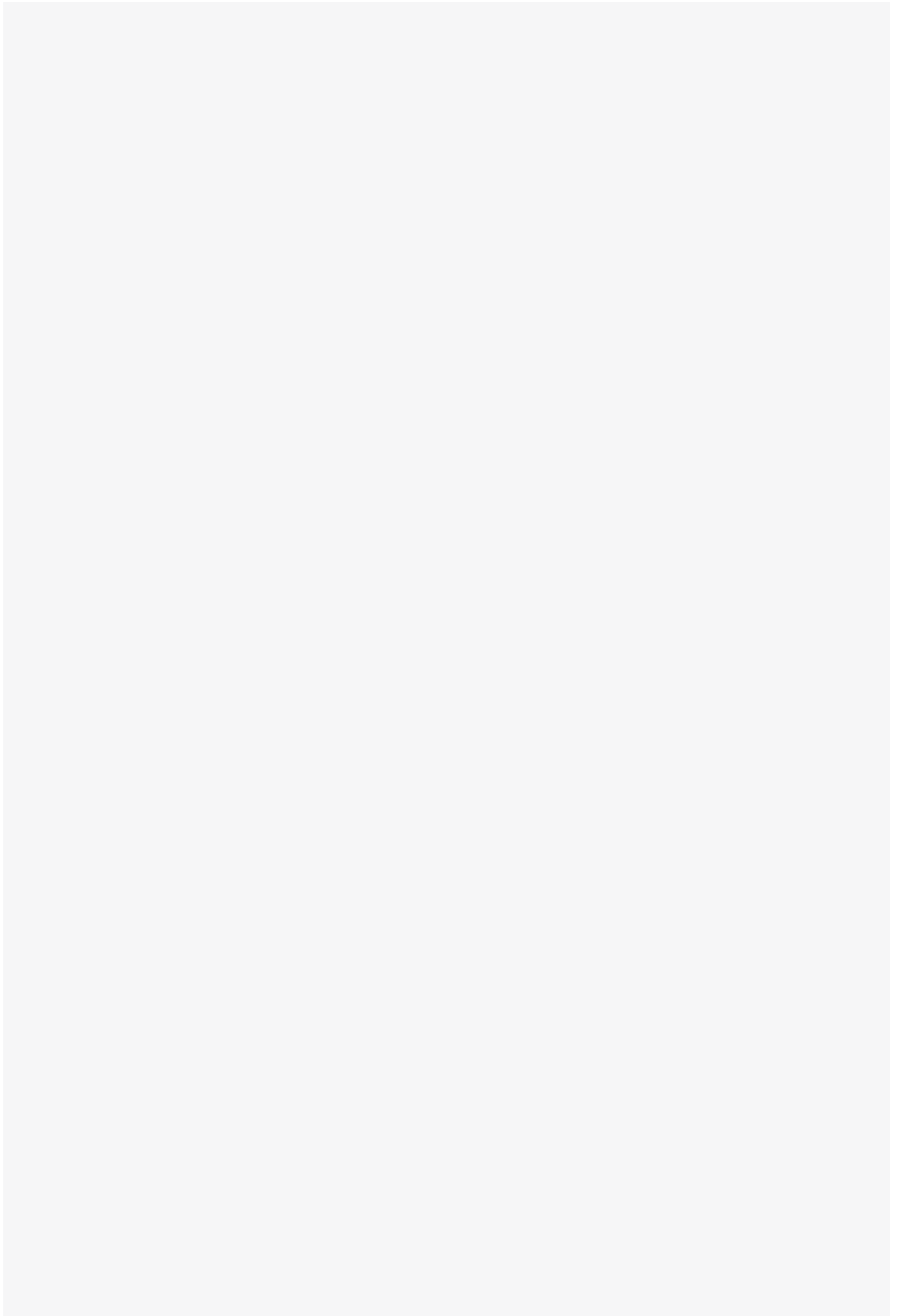
التاريخية والأخلاقية والاجتماعية عما يجري لشبابنا، وهم منشغلون بمستجدات التقنية الرقمية، ونحن غارقون في سبات عميق.

التي تجعله يتسلخ من كل الروابط التي تربطه بالقيم أو الأخلاق أو الثقافة. والقصد من ذلك، هو تعرية مساوئ الحضارة الرقمية ووسائلها المتعددة، وكيف تأثرت بها الثقافة العربية. ومن ثم، محاولة إعادة النظر في الأسس التي انبنت عليها، من تصورات ومفاهيم تتوسل بالعقل المادي المجرد.

إن الرؤية الفلسفية التي طرحها كل من طه عبد الرحمن وزيجمونت باومان كبديل، تهدف إلى إخراج الإنسان المعاصر من أسر وسائل التواصل الاجتماعي، وإدراك تأثيراتها السلبية على الروابط الاجتماعية. ومن جهة أخرى، سيفتح لنا هذا البحث آفاقاً للتفكير في مستقبل الأجيال اللاحقة، التي سيكون مصيرها مجهولاً؛ وهذا لن يُعفيننا من عبء المسؤولية

قائمة المراجع

١. عبد الرحمن طه، دين الحياء من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني ٢- التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال؛ بيروت، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، ط١، ٢٠١٧.
٢. باومان زيجمونت، وليون ديفيد، المراقبة السائلة، ترجمة: حجاج أبو جبر، تقديم: هبة رؤوف عزت، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط١، ٢٠١٧.
٣. تشول هان، بيول، مجتمع الشفافية، ترجمة بدر الدين مصطفى، بيروت، مؤمنون بلا حدود للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٩.
٤. صقر، محمود، نقاط فوق حروف الوعي، القاهرة، دار البشير للثقافة والعلوم، ط١، ٢٠١٦.
٥. عبد الرحمن طه، حوارات من أجل المستقبل، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط١، ٢٠١١.
٦. عبد الله ثاني، قدور، سيميائية الصورة؛ مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الجزائر، دار الغرب للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٥.
٧. موقع مجلة «مغرب اليوم»، رابط المقال، <https://www.almaghribtoday.net/485>
٨. Clay Calvert, Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in Modern Culture, IMPRINT Boulder, Colo: Westview Press, 2000.
٩. Guy Debord, La société du spectacle, Les Éditions Buchet- Chastel, Paris, 1967.
١٠. almaghribtoday.net



تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الجزائرية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة البليدة ٢)

ابراهيم ياسين

جامعة عبد الحميد ابن باديس - الجزائر

yassine.brahmi.etu@univ-mosta.dz

ملخص

تهدف الدراسة الى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الجزائرية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في دراستنا، كما تم الاعتماد على مجتمع البحث من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر ٣ أما عينة الدراسة فقد تم اختيار ٥٠ طالب من علوم الاعلام والاتصال بطريقة قصدية، أما أدوات جمع البيانات فقد تم الاعتماد على الاستمارة الاستبائية حيث تم توزيعها على ٥٠ طالب، فقد تم التوصل من خلال دراستنا هذه الى عدة نتائج أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على تطوير وتعزيز العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء، كما كشفت الدراسة على أن العلاقات التي تتميز بها المحيط الاجتماعي منذ بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في ضعف العلاقات الأسرية، أما التوصيات التي جاءت بها الدراسة تتمثل في ضرورة توعية الشباب على التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية كما يجب وضع قوانين وعقوبات على كل من ينشر أخبار زائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها المساس بقيم المجتمع.

مقدمة

وعى بظورتها، حيث تؤدي الى تدهور العلاقات الاجتماعية وتدني المستوى الاجتماعي كما تخلق مشاكل اجتماعية يصعب حلها. لهذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي نجدها تقرب المتابعين وتبعد المتقاربين مثلما تقرب المسافات تستطيع أن تبعد العلاقات.

لقد أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأونة الأخيرة من قبل الطلبة بشكل كبير، نظرا للحاجة الضرورية لمثل هذه المواقع في التواصل مع الأصدقاء من أجل التبادل المعرفي وتعزيز الصداقة بين زملاء الدراسة، لهذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي تحمل في طياتها إيجابيات قد تعود بالمنفعة على الطلبة كما تحمل سلبيات قد تؤثر على توجهاتهم وعلاقاتهم الاجتماعية، هذا ما يدفعنا لطرح الاشكال الآتي:

ما أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الجزائرية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين؟

التساؤلات الفرعية

- ما هي الأسباب التي تدفع الطلبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية؟
- ما هي الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

يشهد العالم المعاصر ثورة تكنولوجيا هائلة غمرت العالم بالمعطيات المعلوماتية حيث أصبح الحصول على المعلومة أمر ضروري على جميع الأصعدة، ساهم هذا التطور التكنولوجي في تغيير البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات بفضل تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي أعطت بدورها الفرصة للأفراد حرية تبادل واستقبال المعلومات والتفاعل معها وكذا السهولة في الحصول على المعلومة في دقائق معدودة، كل هذا بفضل شبكات التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم التقنيات الحديثة التي أتاحت للأفراد السهولة في التواصل والتفاعل وكذا تطوير العلاقات الاجتماعية من خلال الفضاء المعلوماتي، لذلك لعبت هذه المواقع دورا هاما في تطوير العلاقات بين الأفراد، نظرا لمزاياها المتعددة والخدمات التي تقدمها.

حظيت مواقع التواصل الاجتماعي باهتمامات عديدة في مختلف الدول خاصة في الوطن العربي، يعود ذلك لاستخداماتها المتعددة، حيث أصبح لا تقتصر على التواصل فقط بل أصبحت متعددة الخدمات خاصة وأن استغلالها في عدة مجالات حيث تساهم في بناء العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، نظرا لأنها أصبحت وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي كما أنها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء.

ساهمت هذه المواقع في في تحقيق الانسجام بين أفراد المجتمع، من خلال التقاء الأفراد في هذه الشبكة ومعرفة أخبار بعضهم البعض، الا أنها قد تحمل سلبيات اذ استغلها المستخدمين بطريقة عشوائية ودون

أهداف الدراسة

- معرفة الطرق التي تساهم فيها مواقع التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية.
- معرفة الأسباب التي تدفع الناس للاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

منهج الدراسة

اعتمدت دراستنا على المنهج المسح الوصفي نظرا لملائمة الدراسة.

مجتمع البحث وعينته

اعتمدنا في دراستنا هذه والتي تم اختيار فيها مجتمع بحثنا «طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة البليدة ٢» أما عينة الدراسة فقد تم الاعتماد على العينة القصدية في دراستنا، قمنا بإختيار ٥٠ طالب من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة البليدة ٢، حيث تم الاعتماد على العينة القصدية

أدوات جمع البيانات

تم الاعتماد على الاستمارة الاستبائية في دراستنا باعتبارها وسيلة تساعد في جمع البيانات للوصول لحقائق ومعلومات، فقد تم توزيع الاستمارة على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر ٣.

الاطار النظري للدراسة:

١- شبكات التواصل الاجتماعي:

١.١ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي المواقع الالكترونية التي تسمح للمستخدمين بتوفير خدمات تطبيقات الأنترنت مما يتيح لهم إمكانية انشاء صفحة شخصية لكل مستخدم وتكون معروضة للعامة، وتوفر خدمة التواصل والتفاعل وتبادل المعارف.

تعريف آخر: هي مواقع الأنترنت التي تسمح من خلالها للمستخدمين بالمشاركة في إضافة صفحات خاصة وبسهولة (المقدادي، ٢٠١٣، ص ٢٤). تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها شكل جديد من أشكال الاتصال الذي يتيح للمستخدمين التواصل مع الآخرين، وتقديم العديد من الخدمات في عدة مجالات (الربابعة، ٢٠٠٩، ص ٢).

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريفها على أنها مواقع تستخدم من أجل التواصل والتعارف مع الأصدقاء وبناء علاقات اجتماعية مع العديد من الأشخاص.

١.٢ تاريخ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها:

أول ظهور لهذه الشبكات في بداية التسعينات، ١٩٩٥ عمل راندي كونرادز Randy conradz على تصميم موقع classmates.com، وكان الهدف منه التواصل بين أصدقاء الدراسة الذين فرقهم ظروف الحياة، بعدها تم تأسيس مواقع الشبكات الاجتماعية، أصبحت هذه الشبكات تستقطب مستخدمي الأنترنت.

في عام ٢٠٠٥ تم تأسيس موقع اليوتيوب youTub بواسطة ثلاثة موظفين في شركة باي بال paypal هم تشاد هير لي chad hurley وستيف تشين steve chen و جاود كريم jawed karim في الولايات المتحدة، يتم استخدامه في التعليق والاعجاب ويقوم المستخدمون بنشر مقاطع الفيديو عبر الأنترنت.

في عام ٢٠٠٦ ظهر موقع تويتر twitter على يد ثلاثة باحثين هم جاك دورسي jack Dorsey وايفان ويليامز Evan williams وبيز ستون Biz stone، يسمح هذا التطبيق بتوفير خدمة التدوين المصغر وإرسال عدة رسائل، تم استخدام هذا الموقع في البداية للغرض الصحفي وبعدها تحول إلى نقل أخبار المستخدمين ويومياتهم.

بعد ذلك تأسست العديد من مواقع التواصل الاجتماعي من بينها موقع انستغرام Instagram الذي بدأ خدماته في ٢٠١٠ يسمح هذا التطبيق للمستخدمين بالتقاط الصور ومشاركتها على العديد من المواقع من بينها فيسبوك facebook، تويتر Twitter، فليكر flickr، أما في عام ٢٠١٢ تم شراء موقع انستغرام Instagram من قبل شركة فيسبوك facebook وقامت الشركة بتطويره (التميمي، ٢٠١٧، ص ٨٥).

١.٣ أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

١.٣.١ - مواقع الويب المخصصة لتبادل المعلومات والعثور عليها أمثلة على ذلك:

- مواقع جمع التبرعات، المواقع المخصصة لقضايا مهمة ومن أمثلتها: موقع الويكي wiki.
- المدونات الجزئية، المدونات بلوكس Blocks.
- مواقع الفعاليات مثل: موقع تويتر Twitter.
- مواقع التواصل الاجتماعي: يتواصل المستخدمون ويتفاعلون مع الأصدقاء، ويتعرفون على أخبار المستخدمين وحياتهم، بحيث تستخدم هذه المواقع للتواصل مع الأصدقاء مثل: موقع فيسبوك Facebook.

١.٣.٢ - مواقع ويب المشاركة وبناء مجموعات العمل ومن أمثلتها:

- مواقع تحرير النصوص وإدارتها مثل: موقع بوكس Box، جوجل دوكس google Docs.
- موقع مرجعي.
- موقع اخباري اجتماعي.
- مواقع الملاحظة الاجتماعية.

١,٣,٣ - مواقع الوسائط المتعددة، ومن أمثلتها:

- مواقع البث المباشر، مشاركة الفيديو.
- مواقع مشاركة الموسيقى، مقاطع الصوتية.
- مواقع بث الفيديو مثل YouTube.

١,٣,٤ - مواقع المراجعة والرأي، من أمثلتها:

- مواقع استعراض السلع والخدمات.

١,٣,٥ - المواقع الاجتماعية والترفيهية من أمثلتها:

- مواقع الألعاب والعالم الافتراضي (السيد إسماعيل، ٢٠٢٠، ص ٣٩، ٤٠).

١,٤. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

الشمولية:

بحيث يتم إلغاء الحدود الزمانية والمكانية، تسمح للأشخاص بالتواصل فيما بينهم وذلك من خلال تجاوز الحدود الدولية.

التفاعلية:

يصبح الأشخاص فيها من قارئ ومستقبل وتسمح بالمشاركة الفاعلة.

الاستخدامات المتعددة:

يتم الاعتماد عليها من قبل الأشخاص لتواصل أما الطلاب من أجل التعليم.

سهولة الاستخدام:

يتم استخدام فيها لغة سهلة وبسيطة والصور لتسهيل على المستخدمين نقل المعلومات والتفاعل معها.

الاقتصاد في المال والجهد والوقت:

المجانبة في الاشتراك والتسجيل، وإتاحة الفرصة للأفراد لامتلاك حساب على موقع التواصل الاجتماعي (بن براهيم، ٢٠١٥، ص ٦٧).

١,٥. الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:

- ارسال الرسائل: تسمح هذه الخاصية للمستخدمين بإرسال الرسائل مع الأصدقاء.
 - صفحات الويب: ملفات تسمح للمستخدمين من كتابة البيانات الشخصية.
 - المجموعات: تسمح للأفراد بإنشاء مجموعات بهدف معين.
 - الصفحات: يتم الاعتماد عليها في الحملات الاعلانية من أجل عرض المنتجات.
 - ألبوم الصور: تسمح هذه الخاصية بمشاركة الصور مع الأصدقاء (عبدالغفار، ٢٠١٥، ص ١٠).
- وبهذا نرى أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الخدمات التي

تقدمها للمستخدمين من بينها المحادثات السريعة، نشر الصور ومقاطع الفيديو والتدوين عبر الصفحات بالإضافة إلى السرية في ارسال الرسائل، كل هذه الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي هدفها جمع وتكوين صداقات بين المستخدمين وتقريب المسافات بينهم، كما تساهم في سهولة التواصل بين الأفراد.

٢. العلاقات الاجتماعية

تعرف على أنها الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد والمجتمع وهي تنشأ من طبيعة تفاعلهم وتعتبر من أهم ضرورات الحياة (الزويد، ٢٠١١، صفحة ٩٢)

٢,١. أنواع العلاقات الاجتماعية:

العلاقات التلقائية والتعاقدية:

تظهر هذه العلاقات من خلال تحليل علماء الاجتماع وتمييزهم لأنواع وأشكال المجتمعات، وهذا ما ظهر في تصورات تونيز الذي يميز بين شكلين من أشكال المجتمعات هي: المجتمع المحلي، والمجتمع العام وتنشأ العلاقات بين أفراد المجتمع الأول بصورة تلقائية، ومن الروابط الثلاثة هي: الدم والجوار الصداقة أو التعاطف الروحي.

ومن أهم أمثلة العلاقات التي تستند إلى هذه الروابط هي علاقة الأم بأطفالها أو الزوج بزوجه، أما بالنسبة للمجتمع العام، فتكون العلاقات الاجتماعية علاقة ارادية وتستند في تكوينها إلى عنصر الاتفاق والتعاقد بين الأفراد والجماعات، وهذا ما يظهر في المدن الكبرى والمجتمعات المعقدة ومثل ظهور الشركات الصناعية وارتباطات العقود والأوراق المالية.

ويشارك دوركايم تصورات تونيز السابقة من خلال تصنيفه الأول للعلاقات الاجتماعية مثل تحليلاته لتقسيم العمل أو تصنيفه للمجتمعات العضوية أو الآلية، حيث تصور على سبيل المثال أن المجتمعات (العضوية) وهي المجتمعات التي تتميز علاقاتها الاجتماعية بالبساطة وتوجد فيها روح الحياة الجماعية والتضامن والتجانس الاجتماعي، بينما تسود المجتمعات الآلية (الحديثة) العلاقات الاجتماعية المعقدة وتسود فيها روح الفردية واللاتجانس واللاتضامن الاجتماعي (عبدالرحمان، ١٩٩٩، صفحة ٢٤٠)

العلاقات الأولية والثانوية:

يستند العلماء في تصنيفهم إلى هذا النوع من العلاقات عن طريق رجوعهم إلى تصنيف تشارلز كولي cooley لنوعين من العلاقات الأولية والثانوية التي وضعها أساسيات عند تصنيفه للجماعات الاجتماعية على أساس هذه العلاقات.

والعلاقة الأولية كما وضحا كولي هي علاقة الوجه للوجه أو هي علاقة مباشرة تنشأ عن طريق الاتصال بين عدد محدود من الأفراد، كما تتسم هذه العلاقات بالعمق، الخصوصية، الاستمرارية، والدوام النسبي علاوة على أنها تحقق منفعة مادية أو مصلحة في حبه للأفراد وتحتل

الجانب الميداني

المحور الأول:

البيانات الشخصية

جدول رقم ١

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	24	48%
أنثى	26	52%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (١)، يتضح لنا بأن نسبة ٥٢% منهم كانوا إناث، في حين نجد أن ما نسبته ٤٨% منهم كانوا ذكور، يمكن القول بأن توزيع الاستمارة تم بطريقة متقاربة وذلك من أجل معرفة إجابة المبحوثين معا .

جدول رقم ٢

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
19 - 21	26	52%
22 - 24	14	25%
٢٥ فأكثر	10	20%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٢) يتضح لنا بأن أعمار الطلبة تتراوح بين ١٩- ٢١ وذلك بنسبة ٥٢%، في حين نسبة ٢٥% تتراوح أعمارهم بين ٢٢-٢٤، أما النسبة المتبقية أي ٢٠% تتراوح أعمارهم من ٢٥ ف

أكثر، يمكن القول بأن أغلب أعمار المبحوثين تتراوح بين ١٩ الى ٢١ وذلك راجع لكثرة عدد الدارسين في طور الليسانس، وتسجيلهم مباشرة في الجامعة بعد النجاح في البكالوريا ودون انقطاع.

جدول رقم ٣

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
داخلي	11	22%
خارجي	39	78%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٣)، يتضح لنا بأن أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٧٨%) إقامتهم بالمنزل العائلي، أما النسبة المتبقية أي (٢٢%) فإقامتهم بالأحياء الجامعية. نستنتج بأن أغلب الطلبة يقيمون بالمنزل العائلي وذلك راجع لقرب المسافة بين الجامعة والمنزل العائلي.

هذه العلاقات وجودها في جماعات مثل: الأسرة، الجماعات الصغيرة والأصدقاء وجماعات اللعب ان العلاقات الثانوية فهي علاقات غير مباشرة وتحكمها مجموعة من القواعد الموضوعية والنظم واللوائح التي تحددها الجماعة، وعموما تتسم علاقاتها بالسطحية، النفعية العمومية، وهذا ما يظهر في العلاقات التي تحدث في المجتمعات الحديثة وتظهر من خلال المعاملات العادية للحياة اليومية، مثل علاقة البائع بالمشتري، وعلاقة الأصدقاء أو الزملاء السطحين.

العلاقات الأفقية أو الرأسية:

يستند هذا التقسيم للعلاقات طبقا الى طبيعة المركز وأساليب الاتصال التي توجد بين أفراد الجماعة حيث تنشأ العلاقات الأفقية بين الجماعات الاجتماعية المتماثلة أو بين الذين يشكلون مراكز متجانسة مثل جماعات الأصدقاء أو زملاء الدراسة، ورفاق العمل، أما العلاقات الرأسية فهي التي تنشأ بين أصحاب المراكز العليا والدنيا في الجماعة مثل العلاقات الاجتماعية بين المديرين أو رؤساء مجالس الإدارات والشركات والبنوك، أو فئة العمال شبه المهرة أو المهرة في كثير من الأقسام الصناعية الإنتاجية في الشركة من الشركات أو مجموعة من الشركات الأخرى.

العلاقات المجمعمة والمفرقة:

يرجع تصنيف هذه العلاقات طبقا الى هذه الأنواع عن طريق قياس درجة العلاقات الاجتماعية سواء أكانت إيجابية تعمل على تجميع الأفراد أو الأعضاء أو العلاقات العامة بينهم ويستند هذا التمييز الى تصورات العالم الأمريكي وليام سيمر عند دراسته للعادات الشعبية وتمييزه بين نوعية الجماعات الداخلية والخارجية التي يسودها علاقات مفرقة للأفراد ولا تعبر عن مشاعرهم واتجاهاتهم ومن مظاهر العلاقات الداخلية المجموعة، التوافق، التكيف، التنشئة الاجتماعية، التعاون، الإقليم، أما العلاقات الخارجية المفرقة مثل النقاش، الصراع (عبدالرحمان، ١٩٩٩، صفحة ٢٤١)

٢.٢.٢ عوامل تكوين العلاقات الاجتماعية:

- تتكون العلاقات الرسمية داخل المؤسسة وفق طبيعة الأدار والمهام بين العاملين على اختلاف مستوياتهم التنظيمية كالعلاقة بين العامل ورئيسه.
- تتكون العلاقات الرسمية أيضا من خلال قنوات الاتصال الرسمي التي تسمح للعاملين التواصل فيما بينهم من جهة، وبين الإدارة من جهة أخرى.
- تساهم خطوط السلطة كذلك في تكوين العلاقات السلطة داخل المؤسسة عن طريق التقسيم الهرمي للسلطة التي يحدد العلاقات بين الوظائف في المستويات التنظيمية (الجوهري، ٢٠٠٩، صفحة ١١٨)

المحور الثاني:

استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم ٤

يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل الطلبة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك	36	72%
التويتر	03	06%
الانستغرام	11	22%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٠٤)، يتضح لنا أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٧٢٪) يستخدمون الفايسبوك كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما، في حين أن نسبة (٢٢٪) يستخدمون موقع الانستغرام، أما النسبة المتبقية أي (٦٪) يستخدمون موقع التويتر.

نستنتج أن الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وهذا راجع لسهولة استخدامه وتعدد مزاياه وخدماته خاصة في عرض المعلومات والأخبار.

جدول رقم ٥

يوضح متوسط ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	01	02%
من 01 إلى ساعتين	07	14%
من ٢ إلى ٣ ساعات	13	26%
أكثر من ٣ ساعات	29	58%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٠٥)، يتضح لنا أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٥٨٪) يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن نسبة (٢٦٪) يستخدمونه من ساعتين إلى ٣ ساعات، ونسبة (١٤٪) يستخدمونه من ساعة إلى ساعتين، أما النسبة المتبقية أي (٢٪) يستخدمونه أقل من ساعة.

ومنه نستنتج أنه يستغرق وقت كبير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك راجع الى الافراط في استخدامه.

جدول رقم ٦

يوضح أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الاطلاع على الأخبار والأحداث اليومية	34	68%
التثقيف والترفيه	05	10%
الرددشة	11	22%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٠٦)، يتضح لنا أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٦٨٪) يرون بأن من أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة من أجل الاطلاع على الأخبار والأحداث اليومية، في حين أن نسبة (٢٢٪) يرون أنه سبب استخدام من أجل الدردشة، أما النسبة المتبقية أي (١٠٪) يرون أن سبب استخدام يعود إلى التثقيف والترفيه.

ومنه نستنتج بأنه من أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة يعود إلى الاطلاع على الأخبار والأحداث اليومية وذلك راجع إلى الفضول في معرفة كل ما يدور من أحداث.

المحور الثالث:

يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية

الجدول رقم ٧

يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الواجبات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
موافق	34	68%
محايد	05	10%
غير موافق	11	22%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٠٧)، يتضح لنا أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٦٨٪) يوافقون على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الواجبات الاجتماعية، في حين أن نسبة (٢٢٪) غير موافقين على ذلك، أما النسبة المتبقية أي (١٠٪) فهم محايدون.

ويمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الواجبات الاجتماعية من خلال زيارة الأقارب والمشاركة في المناسبات العائلية نظرا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأقارب.

الجدول رقم ٨

يبين دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
تكوين صداقات جديدة	32	64%
التواصل مع الأهل والأصدقاء	03	6%
تعزيز علاقات صداقة قديمة	15	50%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٠٨)، يتضح لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة أي ٦٤٪ يرون أن من دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل في بناء العلاقات الاجتماعية تكوين صداقات جديدة، في حين أن نسبة ٥٠٪ يرون من خلال تعزيز علاقات صداقة قديمة، أما النسبة المتبقية والتي قدرت ب ٦٪ ترى من خلال التواصل مع الأهل والأصدقاء. ومنه نستنتج أنه

من دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في تكوين صدقات جديدة وذلك من خلال التعارف وبناء شبكات اجتماعية مبنية على الصداقة.

الجدول رقم ٩

ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير وتعزيز علاقتك الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
موافق	41	82%
محايد	05	10%
غير موافق	04	8%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (٩)، يتضح لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٨٢٪) يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على تطوير وتعزيز العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء، في حين أن نسبة (١٠٪) محايدين، أما النسبة المتبقية أي (٨٪) لا يوافقون. ومنه نستنتج بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير وتعزيز العلاقات الاجتماعية.

المحور الرابع:

الأثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.

الجدول رقم ١٠

تأثرت علاقاتك مع أفراد أسرتك منذ أن اشتركت في شبكات التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	70
لا	15	30
المجموع	50	100

من خلال الجدول رقم (١٠) يتضح لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٧٠٪) يرون بأن تأثرت علاقاتهم مع أفراد الأسرة منذ اشتراكهم في شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن نسبة (٣٠٪) يرون بأن علاقاتهم لم تتأثر مع أفراد أسرهم منذ اشتراكهم في شبكات التواصل الاجتماعي. ومنه نستنتج بأنه مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت العلاقات الأسرية في المجتمع نظرا لانشغال منصات التواصل الاجتماعي واهمال العائلي.

الجدول رقم ١١

العلاقات التي تميز بها المحيط الاجتماعي منذ بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
العزلة والانطواء	10	20%
ضعف العلاقات الأسرية	24	48%
ضعف العلاقات الاجتماعية	16	32%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (١١) يتضح لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٤٨٪) يرون أن العلاقات التي تميز بها المحيط الاجتماعي منذ بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في ضعف العلاقات الأسرية، في حين نسبة (٣٢٪) يرون في ضعف العلاقات الاجتماعية، أما النسبة المتبقية أي (٢٠٪) يرون في العزلة والانطواء، ومنه نستنتج بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعود سلبا على العلاقات الأسرية ويتسبب في ضعف العلاقة بين أفراد الأسرة.

الجدول رقم ١٢

العلاقات الاجتماعية التي ساعدتك في مواقع التواصل الاجتماعي على فهمها واستيعابها بشكل أفضل

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الترابط الأسري	22	52%
عقد صدقات جديدة	15	30%
العمل الجماعي	3	8%
التضامن	10	20%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (١٢) يتضح لنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٥٢٪) يرون بأن العلاقات الاجتماعية التي ساعدتهم في مواقع التواصل الاجتماعي على فهمها واستيعابها بشكل أفضل تتمثل في الترابط الأسري، في حين نسبة (٣٠٪) ترى في عقد صدقات جديدة، ونسبة (٢٠٪) ترى في التضامن، أما النسبة المتبقية بنسبة (٨٪) ترى في العمل الجماعي. ومنه نستنتج بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في فهم واستيعاب العلاقات الاجتماعية من خلال الترابط الأسري عن طريق التواصل عبر الشبكات الاجتماعية بين أفراد الأسرة وتقريب المسافات بين أفراد المجتمع.

الجدول رقم ١٣

السلوكيات الإيجابية التي تعززت باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
تعزيز بر الوالدين	06	12%
احياء العادات والتقاليد	07	14%
المعاملة الحسنة للجميع	04	8%
المشاركة في الأنشطة الاجتماعية	33	66%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (١٣) يتضح لنا بأن أغلب أفراد عينة الدراسة أي (٦٦٪) من السلوكيات الإيجابية التي تعززت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، في حين نسبة (١٤٪) يرون في احياء العادات والتقاليد، أما نسبة (١٢٪) يرون في تعزيز بر الوالدين، أما النسبة المتبقية والتي تقدر بنسبة (٨٪) ترى في المعاملة الحسنة للجميع. ومنه يمكن تفسير ذلك من خلال قيام الأفراد بجميع الأنشطة التي تهدف الى التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع.

نتائج الدراسة

- كشفت الدراسة الى أن موقع الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل الطلبة.
- كشفت الدراسة الى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة يتراوح بين ثلاثة ساعات فأكثر.
- توصلت الدراسة الى أن من أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة من أجل الاطلاع على الأخبار والأحداث اليومية.
- توصلت الدراسة الى أن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الواجبات الاجتماعية.
- توصلت الدراسة الى أن من دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل في بناء العلاقات الاجتماعية تكوين صداقات جديدة.
- كشفت الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على تطوير وتعزيز العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء.
- توصلت الدراسة الى أنه لم تتأثر العلاقة مع أفراد الأسرة منذ الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي.
- كشفت الدراسة على أن العلاقات التي تميز بها المحيط الاجتماعي منذ بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في ضعف العلاقات الأسرية.
- توصلت الدراسة الى أن العلاقات الاجتماعية التي ساعدتهم في مواقع التواصل الاجتماعي على فهمها واستيعابها بشكل أفضل تتمثل في الترابط الأسري.
- توصلت الدراسة الى أن السلوكيات الإيجابية التي تعززت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية.

الخاتمة

من خلال دراستنا هذه تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الجزائرية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، فقد تبين بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير على العلاقات الاجتماعية، فهي تساهم في التواصل مع أفراد الأسرة بكل سهولة وتساعد على معرفة أخبار الأسر والعائلات كما تلعب دورا في تبادل المعلومات والأفكار مع أفراد الأسرة وزيادة الحوار داخل الأسرة، لكن رغم الإيجابيات التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية إلا أنها تحتوي على سلبيات تؤثر في العلاقات الاجتماعية حيث تنشر الشائعات وتفكك أفراد المجتمع كما تساهم في العزلة الاجتماعية ووهم التواصل الافتراضي بالإضافة الى مراقبة أحوال الآخرين والنظر الى مظاهر الترف.

وقد توصلت الدراسة الى جملة من التوصيات نذكر منها:

- ضرورة توعية الشباب على التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.
- على وسائل الاعلام تقديم نصائح وارشادات حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل الاجتماعي.
- وضع قوانين وعقوبات على كل من ينشر أخبار زائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها المساس بقيم المجتمع.
- دور المؤسسات التعليمية والدينية في توعية الشباب حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات الاجتماعية.
- قيام العائلات بمراقبة هواتف أبنائهم وتوعيتهم حول الخطورة السلبية من كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

١. يوسف خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
٢. إسماعيل محمد الزيود (٢٠١١)، علم الاجتماع، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع
٣. عبدالله عبدالرحمان (١٩٩)، علم الاجتماع النشأة والتطور، بيروت، دار المعرفة للنشر والتوزيع
٤. محمد محمود الجوهرى (٢٠١٠)، المدخل الى علم الاجتماع، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع. ٢٠١٧.
٥. اسماعيل علي السيد، مواقع التواصل الاجتماعي بين السلوك غير المقبول والأخلاق المفروضة "بحث مقدم لخدمة الدعوة وجائزة الفقه الاسلامي، الاسكندرية، دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٠.
٦. عبدالرحمان ن براهيم، وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك البشري، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٧. محمد فيصل عبدالغفار، الشبكات الاجتماعية، الأردن، الجنادرية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٨. إسماعيل محمد الزيود (٢٠١١)، علم الاجتماع، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع
٩. عبدالله عبدالرحمان (١٩٩)، علم الاجتماع النشأة والتطور، بيروت، دار المعرفة للنشر والتوزيع
١٠. محمد محمود الجوهرى (٢٠١٠)، المدخل الى علم الاجتماع، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
١١. فاطمة عبدالرزاق الربابعة، (٢٠١٩)، تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، الأردن، قسم المناهج والتدريس، كلية التربية، جامعة اليرموك

نمط العلاقات الأسرية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي والافتراضي

أسماء عيسي

جامعة مولود معمري (تيزي وزو) - الجزائر

asmaaici18@gmail.com

ملخص

تهدف ورقتنا البحثية إلى التعرف على نمط العلاقات الأسرية السائدة بين أفراد المجتمع في ظل التطور التكنولوجي الذي صاحبه انتشار واسع لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي، مما انعكس ذلك على منظومة القيم الواقعية التي أصبحت مجرد منظومة افتراضية يتم التفاعل معها وممارستها عن طريق كبسة زر الكترونية، وقد جاء محتوى ورقتنا البحثية لكشف وتحليل خلفية النمط التقليدي في تكوين العلاقات الأسرية التي تتميز بالتماسك الاجتماعي، والتعاون، وصلة الرحم، والتفاعل الاجتماعي، وتنمية رأس المال الاجتماعي... الخ، والنمط المعاصر الذي تزامن وجوده وظهور العولمة وقضية الهوية، مما فتح نسقا للصراع القيمي بين منظومة القيم في العالم الحقيقي والافتراضي.

الكلمات المفتاحية

الأسرة، العلاقات الأسرية، القيم الأسرية، الأنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، الهوية.

مقدمة

هل لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على نمط العلاقات الأسرية في ظل الصراع الافتراضي الواقعي؟

١. الإطار المفاهيمي للدراسة

- الأسرة

لغة: جمعها أسر وأسرار وأهل الإنسان وأقاربه الأذنون أي الزوجة وما تفرع منها و الزوج وما تفرع عنه، والأسرة تعني أهل من قبل الأدب الذين تجمعهم رابطة الأبوة وهي أصغر وحدة اجتماعية (عصام، ٢٠٠٩، ص ١٢٠).

اصطلاحا: جاء في معجم علم الاجتماع أن الأسرة عبارة عن جماعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط الزواج والدم والتبني، ويتفاعلون معا، وقد يتم هذا التفاعل بين الزوج و زوجته، وبين الأم والأب، وبين الأم والأب والأبناء، ويتكون منهم جميعا وحدة اجتماعية تتميز بخصائص معينة (مرابط ومبارك، ٢٠١١، ص ١٧٨).
أما أوغست كونت فقد عرفها على أنها الخلية الأولى في جسم المجتمع والنقطة الأولى التي يبدأ منها التطور والوسط الطبيعي والاجتماعي الذي يتفرع فيه الفرد (الببومي وناصر، ٢٠٠٣، ٢٠).

اجرائيا: هي أحد أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تسعى لتربية الفرد تربية سليمة ومتشعبة بتعاليم الدين الإسلامي، و ما يحمله طبيعة المجتمع من عادات وتقاليده.

لقد ساهم التطور التكنولوجي في احداث الكثير من التغيرات في مختلف المجالات بتنوع أنشطتها اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا، سياسيا... الخ، مما ساعد على تحقيق قفزة نوعية في مجال الإعلام والاتصال مما ساعد ذلك في انتشار شبكة الأنترنت التي سهلت عملية تبادل الأفكار والمعارف والمعلومات، وقد كان لوسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاته نصيب من هذا التطور والازدهار التكنولوجي حيث شهدت تطورا ديناميكيا وغطيا شجع مستخدمي الشبكة العنكبوتية على الاقبال المتزايد عليها.

وعليه تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي إحدى أهم الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين فيها من امتلاك حسابات خاصة يتفاعلون من خلالها عن طريق التوافق في نفس الاهتمامات والهوايات، هذا ما فتح أمامها باب الانتشار والتأثير لتشمل جميع جوانب الحياة ومختلف أنساق المجتمع بما فيها الأسرة التي تعتبر البنية الأساسية في بناء وتكوين المجتمع، وذلك من خلال دورها القيمي والأخلاقي في تكوين شخصية الفرد وثقافته من خلال مساهمتها في الحفاظ على ثوابت السلوك الإنساني والاجتماعي بما فيه العلاقات الأسرية التي تعتبر إحدى أهم الأسس والمنهجيات الأخلاقية التي إذا صلحت صلح المجتمع بكل علاقاته.

ولمعرفة نمط العلاقات الأسرية التي تسعى الأسرة في غرسها داخل النشء في ظل الانتشار الرهيب لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم بوابة التناقض بين ما هو واقعي وما هو افتراضي، كان لابد من طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- العلاقات الأسرية

هي تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء، ويقصد بها أيضا طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد، ومن تلك العلاقة التي تقع بين الزوج والزوجة، وبين الأبناء أنفسهم، وتعد الأسرة الحضرية أسرة ممتدة وأبوية وتتميز بهيمنة الرجل على المرأة وكذلك الكبار على الصغار لذا يكون هنالك توزيع هرمي للسلطة وتكون السلطة في يد الرجل.

أما (سميحة توفيق ١٩٩٦) فتعرف العلاقات الأسرية بأنها: «العلاقات التي تجمع بين مجموعة من الأفراد الذين تربطهم علاقة قرابة، وهي تبدأ بالزوجين وتمتد لتشمل الأولاد وأقارب الزوج والزوجة (مهرية، ٢٠٢٢، ص ٢٤-٢٥).

اجرائيا: هي مختلف العلاقات التي يمكن تكوينها بين مجموعة من الأفراد تربطهم قرابة الدم، وتحمل قيما أخلاقية ودينية سوية.

- القيم الأسرية

هي مجموعة القيم التي تعكس علاقة الفرد بأسرته: نظراته واتجاهاته نحو القضايا الأسرية، طاعة الوالدين، التضامن الأسري، نظراته واتجاهاته نحو المرأة، العمل، التعليم، المكانة (حسين، ٢٠٠١، ص ٩٧).

أما كوثر كوجك فقد عرفتها بأنها: «أفكار وأشياء تعتز بها الأسرة بدرجات كبيرة حتى أنها تتدخل في تصرفات أفرادها.

وفي تعريف آخر هي أمور تستحسنها الأسرة وتسعى لغرسها في أبنائها وتشجعهم عليها (الرخيمي، ٢٠٠٢، ص ٨).

اجرائيا: هي مجموعة من القيم التي تسعى الأسرة لتعليمها وغرسها لأبنائها من خلال احترام تعاليم الإسلام والعمل بما أوصانا به الله ورسوله، لأجل تنشئتهم تنشئة سليمة وتنمية الجانب الوجداني والمهاري لديهم.

- الأنترنت

يعرفها (طه، ٢٠٠٧، ص ١٧٥) بأنها: «شبكة دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي تصم بداخلها مجموعة شبكات لحاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة في جميع أنحاء العالم.

كما يعرفها «نبيل علي» على أنها أصبحت بلا منازع شبكة الشبكات أو الشبكة الأم التي طوت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات سواء كانت عالمية أو محلية (جاعد والدليمي، ٢٠٠٢، ص ٩٩).

اجرائيا: هي شبكة دولية تسمح بتبادل الأفكار والمهارات وتحقيق الأرباح من خلال الربط الشبكي لشبكتها بمختلف الشبكات الأخرى على مستوى العالم.

- مواقع التواصل الاجتماعي

شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء والقدايمي من الاتصال ببعضهم البعض، وبعد سنوات طوال وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (المقدادي، ٢٠١٣، ص ٢٤٣).

هي تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذا العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية في بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص (الشاملية وآخرون، ٢٠١٥، ص ٨٣).

اجرائيا: هي مواقع إلكترونية مجانية تستهدف كل شرائح المجتمع، وتمكن أفرادها من التواصل والاتصال المرئي والصوتي والكتابي، من خلال بناء العلاقات وتبادل الآراء.

- الهوية

يعرفها علم الاجتماع بأنها: «الهوية الجمعية وهي تدل على ميزات مشتركة أساسية لمجموعة من الناس تميزهم عن غيرهم من المجموعات، أفرادها يتشابهون بميزات أساسية كونتهم كمجموعة ويختلفون في عناصر أخرى لا تؤثر على كونهم مجموعة (بن فقة ومسعودي، ٢٠١٦، ص ٨٥٤).

كما تعرف على أنها: «هي تمثلات ذهنية منقوشة في وجدان كل فرد منا، تتعايش داخل الأفراد وداخل المجموعات الاجتماعية، وعلى الرغم من أنها في المظهر قد تكون متعارضة وتبدو حصرية لفئة دون أخرى فإنها تتحكم في تحديد التصورات التي تكونها عن الآخرين وعن أنفسنا وعن علاقتنا بالآخرين» (بريجة وسيكوك، ٢٠٢١، ص ١٢٩).

اجرائيا: هي تلك التمثلات والتصورات المرسخة في ذهنية الفرد والتي تعايش معها منذ صغره، سواء داخل الأسرة أو بين الجماعة.

٢. واقع العلاقات الأسرية

يشير دوركايم في مرجعه «مقدمة عامة في علم الاجتماع العائلي» أن: «النمط العائلي نلتسمه من خلال معرفة طريقة التعامل والتصرف عبر ما يسمى بالعرف والقانون، والأخلاق وهي ممارسات منظمة وثابتة مأخوذة من الرواسب عبر الأجيال، فالأعراف هي ما يشترك فيه الجماعة وتوجه تصرفات الفرد ... حيث هي مفروضة على كل عضو من أعضاء المجتمع، ولا ترمز للفعل فحسب بل الواجب فعله فحسب بل الواجب فعله كقاعدة علينا الامتثال لها، وإلا يتعرض الفرد للجزاء والعقاب ... من طرف رب العائلة الحامل للشرعية الاجتماعية لممارسة السلطة، وموه «برجس» و «لوك» أن الأسرة كنظام اجتماعي يكون سلوك أفرادها خاضعا للعرف والقانون والرأي العام ... مما يحدد الضغط الاجتماعي.

ومن بين الأعراف المفروضة ضمن العلاقات الأسرية ما يخص مواضيع الزواج واختيار الشريك في المجتمعات التقليدية يتم الزواج تحت مسؤولية وإشراف الأسرة ويتم بصفة ضاغطة على الشخص عندما يبلغ سن الزواج، كما تعتمد على الاختيار لقراءة الأزواج ضمن المجال العائلي أو القرابي (قرطي، ٢٠١٦، ص ١٩).

٣. الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي

إن تسارع معدلات التغير الاجتماعي وسيطرت مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية بصفة عامة والأسرية بصفة خاصة، أدى إلى تغير وتحول في العلاقات الأسرية، حيث أن الأسرة هي أول من يتأثر بذلك لأنها العنصر الأساسي للمجتمع، وهي التعبير الحقيقي عن المجتمع العام بما يطبق في داخلها من قيم واتجاهات ومعايير، فقد بنيت العديد من الدراسات التي تهتم بدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة وعلى التفاعل داخلها، وقد اختلفت الآراء في تحديد هذا الأثر، حيث أشار البعض إلى خطورته على التفاعل الأسري وعلى العلاقات الأسرية، بينما يرى البعض الآخر أنه يعطي فرصة للتفاعل وتنمية العلاقات الأسرية وعلى طبيعة علاقاتهم مع أفراد أسرهم، ذلك أن التأثير الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي كبير، فهو يسبب العزلة الاجتماعية والأسرية في مقابل تكوين علاقات اجتماعية ذات طابع مختلف مع أشخاص مجهولي الاسم وبواسطة أجهزة مادية، وبغض النظر عن الوجه الآخر فهناك من يرى أن هذه المواقع الاجتماعية تساهم في زيادة التفاعل بين أفراد الأسرة وذلك من خلال تقديم مادة يمن أن يدور حولها الحوار أو من خلال تقديم معلومات ونصائح للتعامل الأمثل فيما بين أفراد الأسرة ومن خلال الاتصال عن طريق مواقع المحادثة، وقد يكون سببا في انهيار الأسرة وتحذيم الروابط بين أفرادها وخصوصا فيما بين الزوج والزوجة وذلك إذا أساء الفرد استخدام هذه المواقع ووصل إلى حد الإدمان مما يهدد حياته المهنية والأسرية والأكاديمية بالإضافة إلى تعرض الفرد إلى الأعراض النفسية الانسحابية أو تمزق صلاته الأسرية والاجتماعية أو تدهور أكاديمي إذا كان طالبا أو فقدانه لوظيفته إن كان موظفا (فيصل، ٢٠٠١، ص ١٣٦).

٤. طبيعة العلاقات الأسرية في ظل انتشار التكنولوجيا

شهد العصر الحالي سرعة فائقة في صناعة وسائل الاتصال وتطويرها، خاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتجسدت ثورة الاتصال من خلال اندماج وتزاوج ظاهرة تفجر المعلومات وانتاج وسائل وأدوات جديدة ومتطورة أطلق عليها اسم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتمثل هذه التكنولوجيات الجديدة مكانة هامة لدى الأفراد والمجتمعات نظرا لما أتاحتها من خدمات تسهل الحياة اليومية، فلا يختلف اثنان على أن هذه التكنولوجيات تشكل موضعا مركزيا يطال حياة الأفراد اليومية وارتباطاتهم المختلفة، أي أنها أصبحت تقيم علاقة منتظمة أو شبه منتظمة مع كل أبعاد حياتهم الاجتماعية (العلاقات الأسرية، الأصدقاء، العمل ... الخ) وأصبحت تمثل هذه التكنولوجيات ظاهرة اجتماعية كما يقول «مارسال موس».

وما يلفت الانتباه في العلاقات الاجتماعية عامة والأسرية على وجه الخصوص هو استعمال التكنولوجيات الجديدة في الاتصال والتواصل

سواء بين أفراد المجتمع أو حتى بين أفراد الأسرة الواحدة وهذا ما أدى إلى تقليص الاتصال الشخصي المباشر وفي المقابل خلق جسور تواصل محببة وسهلة في العالم الافتراضي مع أشخاص إلكترونيين، لذلك يرى الكثير أن هناك مفارقة مدهشة في ثورة الاتصالات حيث أنها تقرب المتباعدين وتبعد المتقاربين، فالفرد قد يتواصل بكل سهولة واستمتاع مع أشخاص من أقصى الأرض ولساعات طويلة ولكنه يستقل أن يمنح أفراد أسرته بعضا من ذلك الوقت، حيث أصبح الاتصال اليوم في الأسرة يختصر في بعض الجمل القصيرة الضرورية بدلا من التحوار الأسري الذي هو أساس بناء الأسر (شعبان، ٢٠١٧، ص ٧).

٥. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للعلاقات

الأسرية

أحدثت الثورة التقنية وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي ثورة انسانية واجتماعية ومعلوماتية وأحدثت بذلك تغيرات في مختلف مجالات الحياة وخلقت تحديات ثقافية وعلمية انعكست بشكل كبير على المجتمع بشكل عام، وقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تغيرات كبيرة في التواصل مع الآخرين وفي الحصول على المعلومات وساهمت بتغيير أنماط وسلوكيات المجتمعات حتى وصل تأثيرها إلى تغيير منظومة القيم والعادات داخل المجتمع (أبو الفتوح، ص ٧٩).

وتعد العلاقات الاجتماعية والأسرية من الأسس الهامة التي تبنى عليها الأمم والمجتمعات وترتبط القيم بالأخلاق والمبادئ، وهي معايير عامة وضابطة تتحكم في السلوك البشري والقيم الإنسانية تشمل الخصائص والصفات المحببة المرغوبة لدى أفراد المجتمع، كما تعبر القيم عن التصورات التوضيحية لتوجيه السلوك، وتحدد أحكام القبول أو الرفض، وهي تنبع من التجربة الاجتماعية وتتحدد بها الشخصية، وهي عنصر مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، والإطار التربوي العام للمجتمع هو الذي يحدد هذه القيم والمبادئ ومدى التزام الأفراد بها داخل المجتمع، إضافة إلى الوعي الذي يصل إليهم ومن هذه القيم الصدق، الأمانة، التعاون، والصلة بين الأقارب وغيرها، وتعتبر عملية غرس القيم الاجتماعية والأسرية في نفوس الأطفال إحدى أهداف العملية التربوية ومن أهم الوظائف التي تسعى إليها الأسرة والمؤسسات التربوية والاجتماعية والثقافية، ويتم ذلك من خلال التعليم والتلقين باستخدام وسائل متعددة تقوم بحفظ وغرس القيم في داخل الفرد منذ نشأته، وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا بالغ الأهمية في تعديل بعض القيم الأخلاقية والتربوية لدى المجتمع العربي (البحيري، ٢٠١٧، ص ١٦).

٦. مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية

إن من أهم ما أفرزته تلك المخاطر على العلاقات الأسرية يمكن إجمالها بما يلي:

- **ضعف العلاقات:** إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في ضعف العلاقات الأسرية، وظهور مشاكل اجتماعية أكثر من السابق، إذ أكد مختصون أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت بشكل سلبي في التواصل الأسري والاجتماعي وعلى العلاقات الإنسانية، إلى جانب تأثيرها في

خاتمة

بالرغم من الأهمية الكبرى التي تكتسبها مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الانتشار الرهيب للتكنولوجيا وتعدد استخداماتها ووسائطها، إلا أن تأثيرها الجوهري على سلوك الأفراد وشخصيتهم أضحى تأثيراً يحمل الكثير من الاستفهامات بسبب الاستعمال المفرط وغير العقلاني لها، مما قد يؤدي إلى الاغتراب الاجتماعي للفرد وتفكك العلاقات الاجتماعية التي بدورها تؤدي إلى انحلال القيم والعلاقات الأسرية داخل النسق الاجتماعي باعتبار الأسرة جزء لا يتجزأ من المجتمع بكل ما يحمله من عادات وتقاليد وأماط.

وقد استخلصت الدراسة مجموعة من التوصيات نجملها فيما يلي:

- ضرورة معالجة ادمان مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تنظيم الوقت وجعل عطلة نهاية الأسبوعي للتنزه وزيارة الأقارب وممارسة الهوايات.
- القيام بحملات توعوية ونشاطات اجتماعية تمس كل شرائح المجتمع من خلال حث الأسر على ضرورة الحوار بينهم وخلق غُط للتواصل والنقاش.
- تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية وحثها على ضرورة الاهتمام بالجانب الوجداني والروحي والمهاري للأطفال من خلال ممارسة الأنشطة اللاصفية التي من شأنها كسر الروتين التكنولوجي لهم.
- الانخراط في مؤسسات المجتمع المدني ذات المحتوى الهادف والأهداف العملية الإيجابية التي من شأنها خلق فرص للتعرف الواقعي بين أفراد المجتمع.
- فرض الرقابة القانونية على مختلف الصفحات الإلكترونية والمواقع المشبوهة التي تمس خصوصية الأسرة الجزائرية وتهدم كيائها القيمي والأخلاقي.

مهارات التواصل الاجتماعي المباشر لدى كثير من الأفراد المجتمع، موضحين أن بعض الدراسات أشارت إلى أن الاستغراق في استخدام هذه الوسائل يضعف العلاقات الاجتماعية ويقلل من التفاعل الاجتماعي في محيط الأسرة وذلك من خلال قلة الزيارات واللقاءات العائلية.

- **التأثير السلبي:** إن استخدام الفيس بوك لساعات طويلة يؤثر سلباً على طريقة التفاعل مع الآخرين، والطريقة التي ننظر بها لأنفسنا، الأمر الذي يسبب في كثير من الأحيان حالات مرضية ونفسية مثل الوحدة والكآبة، والهوس فضلاً عن مشاكل اجتماعية مثل انتهاك الخصوصية، وتنامي ما يسمى بظاهرة الخرس الاجتماعي.

- **ازدياد الخيانات الزوجية:** إن الخيانة الزوجية أصبحت في يومنا هذا سهلة جداً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يدخل الشخص إلى الشات من خلال الفيس بوك فيتعرف على امرأة افتراضية في البداية، ومن ثم تتحول إلى حقيقة لاحقاً، فمن كان مستعداً للخيانة الزوجية يذهب ويلتقي بمن تعرف عليها عبر الفيس بوك وتبدأ العلاقة، أما الزوجة فرمما لا تشك ولكن قد تنكشف اللعبة وتحدث الكارثة وتنتهي العلاقة الزوجية وهذه السهولة لا تنطبق على الرجال فقط بل يمكن للزوجة أيضاً إيجاد عشيق لها عبر الفيس بوك، فتدخل في المحادثة بغياب زوجها ويقع الزواج في الهاوية.

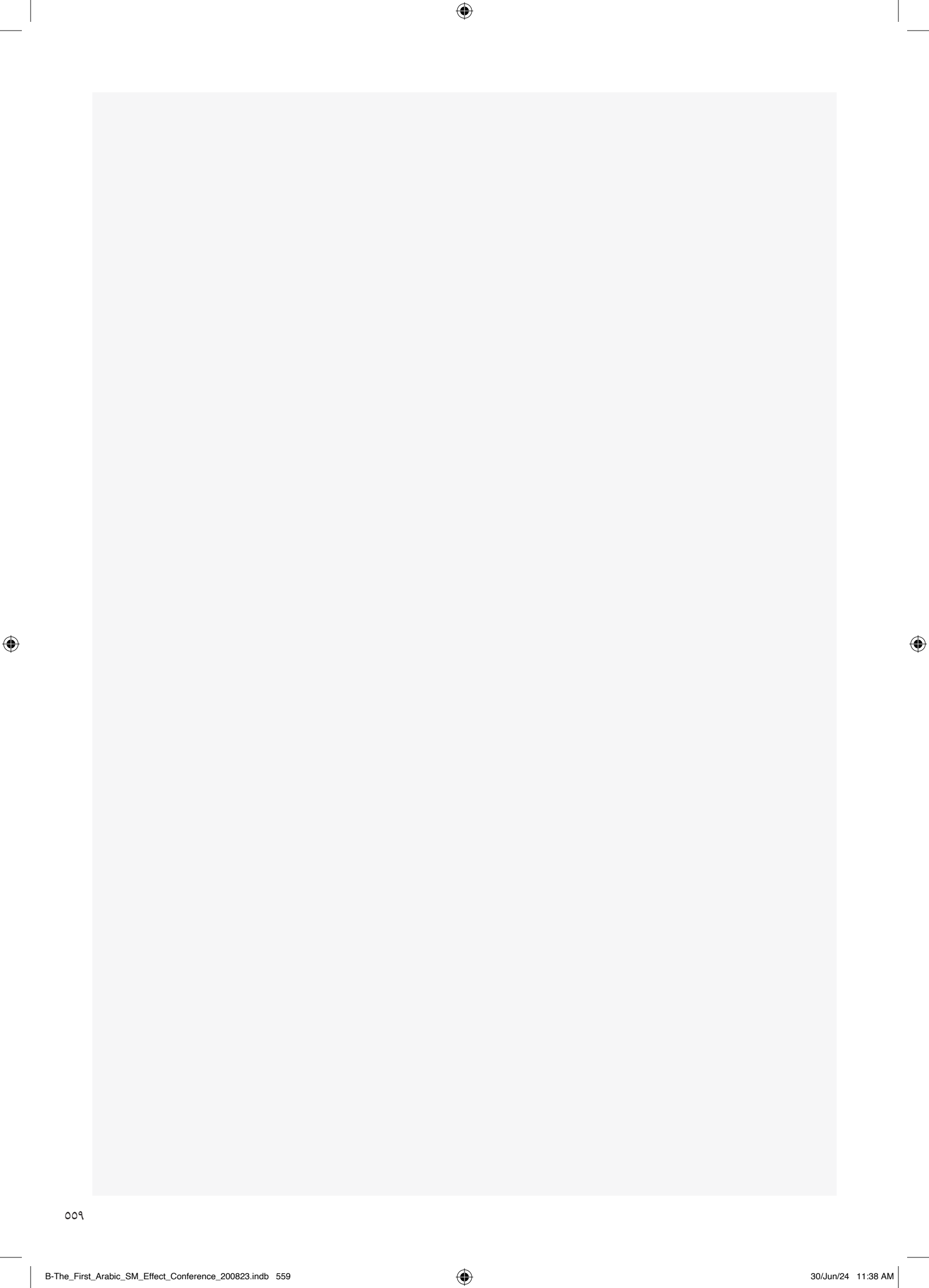
- **التفكك الأسري:** إن علماء الاجتماع ومن خلال بعض الوقائع أثبتوا حالات حدوث تفكك أسري، وبعض حالات الطلاق بفعل انفتاح هذه الوسائل، وعدم نضج بعض المتعاملين معها، أو عدم وجود توازن، أو غياب ضمير وعدم وجود الرقيب، وبالتالي أصبحت هذه الوسائل منفذاً للمجرمين والإرهابيين، وتسمح باستدراج بعض أفراد المجتمع.

وبينت بعض الدراسات إلى أن الاستغراق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يضعف العلاقات الاجتماعية ويقلل من التفاعل الاجتماعي في محيط الأسرة، وذلك من خلال قلة الزيارات واللقاءات العائلية، موضحاً أن وسائل التواصل الاجتماعي تزيد أيضاً من الاغتراب النفسي بين الشباب ومجتمعهم، مضيراً إلى أن بعض الدراسات أشارت أيضاً إلى أن الإدمان على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يضعف مهارات التواصل الاجتماعي، ما قد يسبب عزلة اجتماعية.

- **إدمان الأنترنت:** بدأ تداول مصطلح الإدمان على الأنترنت أولاً عن طريق الباحث كيمبرلي يونغ في المؤتمر السنوي لجمعية علم النفس الأمريكية عام ١٩٩٦، ليصبح بعد ذلك ظاهرة متنامية، حتى بات يدرج على لائحة أنواع أخرى من الإدمان مثل إدمان المخدرات، والتسوق، والكحول، ولعب القمار، فعندما يكون الشخص غير متصل بفيسبوك يراوده شعور بالنقص والملل والعزلة، وهذه هي بعض المؤشرات الرئيسية للاستخدام غير المنضبط للفيس بوك وبحسب العلماء فإن التعامل مع هذه الأجهزة يضعف علاقة الأبناء بالديهم، وتنتشر أمراض نفسية بينهم مثل: الاكتئاب، وحُب العزلة، والانطوائية، وبطء قابلية الفرد على قبول قيم المجتمع، وثوابت الدين التي سيحل محلها قيم رواد ومستخدمي أجهزة التكنولوجيا الإلكترونية الحديثة (العبيدي، ٢٠١٨، ص ٨٩-٩٣).

قائمة المراجع

١. أبو الفتوح، إبراهيم، (٢٠١٦)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية على الانجاز الأكاديمي والثقافة والاتجاه نحو الأجانب لدى طلاب كلية التربية بجامعة حائل، مجلة دراسات في التربية وعلم النفس، المجلد ٨٠، العدد ٨٠، ٧٩-١٢٨.
٢. البحيري، شرين، (٢٠١٧)، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، الجزء ١، العدد ٩٥، ٣-٣٦.
٣. بريجة، شريفة، (٢٠٢١)، مفهوم الهوية: النشأة والتطور في تاريخ أوروبا الحديث، مجلة أنثروبولوجيا، المجلد ٧، العدد ٢، ١٢٧-١٣٩.
٤. بن ققة، سعاد ومسعودي كلثوم، (٢٠١٦)، الهوية المهنية للمرأة العاملة الجزائرية في ظل متطلبات الأمن الإنساني، الملتقى الدولي الثاني حول: المجالات الاجتماعية التقليدية والحديثة وانتاج الهوية الفردية الجماعية في المجتمع الجزائري، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
٥. البيومي، محمد وناصر عفاف، (٢٠٠٣)، علم الاجتماع العائلي، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
٦. حابر، حميد والدليمي محسن، (٢٠٠٢)، علم الاجتماع الإعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، ط ١، عمان، دار الشروق.
٧. خالد، فيصل، (٢٠٠١)، شبكة الأنترنت وجمهورها في مدينة الرياض، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
٨. الرخيمي، هند، (٢٠٠٢)، القيم الأسرية المتضمنة في كتب التربية الإسلامية للصفوف الأولية من المرحلة الابتدائية، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
٩. شعبان، كريمة، (٢٠١٧)، العلاقات الأسرية في المجتمع الجزائري: بين الانفتاح على تكنولوجيا الاتصال ومخاطر العزلة الاجتماعية، المجلة العلمية الجزائرية، العدد ٩٥، ١-١٣.
١٠. الشمالية، عودة ماهر وآخرون، (٢٠١٥)، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط ١، الأردن، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
١١. طه، طارق، (٢٠٠٧)، السلوك التنظيمي في بيئة العولمة والأنترنت، الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة.
١٢. العبيدي، علي، (٢٠١٨)، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية، مجلة قرطاس، العدد ١٠٢-٧٥.
١٣. عصام، نور الدين، (٢٠٠٩)، معجم نور الدين الوسط، لبنان، دار الكتب العلمية.
١٤. عطا، حسين، (٢٠٠١)، القيم السلوكية، الرياض، مكتب التربية لدول الخليج.
١٥. قرطي، فائزة، (٢٠١٦)، الزوجان والعلاقات الأسرية، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران ٢، الجزائر.
١٦. مرابط، أحلام ومبارك شيماء، (٢٠١١)، التكامل الوظيفي بين الأسرة والكشافة الإسلامية في بناء الهوية الوطنية للمنخرطين، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد ٥، العدد ٣، ١٦٩-١٨٨.
١٧. المقدادي، خالد، (٢٠١٣)، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية والاقتصادية، الدينية، السياسية على الوطن العربي والعالم، ط ١، الأردن، دار النفائس.
١٨. مهريّة، خليفة، (٢٠٢٢)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، المجلد ٦، العدد ١، ٢١-٣٩.



وسائل التواصل الاجتماعي وتحدي القيم لدى الطلبة الجامعيين

حسيبة حسين

جامعة البليدة ٢ - الجزائر

hassibahocine@yahoo.com

ملخص

إن التطورات التكنولوجية والتقدم العلمي الواسع أحدث ثورة هائلة في تقدّم البشرية وتطوّرها في كافة جوانب الحياة، وكان لشبكات التواصل الاجتماعي الدور الفعال في تقارب المجتمعات وتبادل الأفكار والآراء ما أدى إلى التأثير على الشباب المسلم وبخاصة الطلبة الذين صاروا يتلقون فضلا عن العلوم، أنماطا جديدة من القيم التي قد تشكل خطرا على خصوصيتهم وهويتهم، فعالجت إشكالية الدراسة مدى تأثير هذه المواقع على القيم، ودور الجامعة في حماية هذه الفئة.

تهدف هذه الدراسة إلى بيان واقع حال طلبة الجامعات في الدول الإسلامية وضرورة حماية قيمهم من الغزو الفكري.

الكلمات المفتاحية

وسائل التواصل الاجتماعي - الطالب الجامعي - القيم - الأخلاق - الإيديولوجيات.

مقدمة

وسمحت بخلق فضاءات من التواصل والتعارف وتبادل الأفكار والآراء والتي بلغت قوة كبيرة من التأثير وتوجيه الرأي، حتى مست سلوك الآخرين وقيمهم التي تشكل منظومة كاملة في المجتمع، وكونها صارت الوسيلة الأفضل للتواصل، فإن طلاب الجامعات هم الفئات الأكثر استعمالا لها بكل أشكالها ومحتوياتها. فإلى أي حد استطاعت هذه المواقع التأثير على قيمهم وسلوكهم؟ وما هو دور الجامعة في حفظ هذه القيم في زمن التكنولوجيا والعولمة؟

وتنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية القيم في حياة الطلبة الجامعيين كونهم ركيزة المجتمع، ومدى تفاعلهم مع وسائل التواصل ليكونوا منبع عطاء إيجابي لا تنهار قيمهم أمام الدعاوى الغربية العالمية. وتهدف إلى:

- التعرف على خطورة هذه الوسائل على القيم
 - الوقوف عند حدود معرفة الطالب الجامعي لكيفية تفعيل هذه الوسائل بما لا يخالف أصول الدين الحنيف.
- أما الدراسات العلمية السابقة تؤكد أن أكثر الفئات تعرضا للتغيرات الحديثة هم فئة الطلبة الجامعيين.

واستهدفت دراسة الجلال (٢٠٠٨) التعرف على منظومة القيم لطلبة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا وتوزيعها حسب مجالات القيم الدينية والمعرفية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والجمالية، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر لمتغير الجنس في ترتيب منظومة القيم

إن التطورات التكنولوجية والتقدم العلمي والتكنولوجي الواسع أحدث ثورة هائلة في تقدم البشرية وتطورها في كافة مناحي الحياة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية وغيرها، فضلا عن تأثيرها في الحياة الفكرية والعلمية، وكان لشبكات التواصل الاجتماعي الدور الفعال في تقارب المجتمعات حتى صار العالم كأنه قرية صغيرة تتبادل فيه الآراء وتتباين فيه الأفكار والمناقشات، فكان انفجارا معرفيا تدفقت فيه المعلومات إلى حد لا نظير له. ورغم أن هذه المواقع قد أنشأت في بدايتها من أجل التواصل، إلا أن استخدامها امتد إلى الحياة كلها كونها سهلت الكثير من التعاملات بين الناس. ويعد استخدام هذه الوسائل من الأمور الملفتة للانتباه حيث أدى الإقبال المتزايد عليها إلى إحداث تأثير على سلوك الأفراد وتعريض الشباب، وخصوصا الطلبة إلى أنماط جديدة من القيم والمرجعيات المتباينة والتي قد تشكل خطرا على أفكارهم ومعتقداتهم لتنافيها مع طبيعة القيم الإسلامية. وإذ تسعى اليوم الجامعات إلى تحديث برامجها وتطوير معارفها تماشيا مع التقدم المعرفي الحاصل في العالم فإننا نجد أنها قد أدرجت المنصات الالكترونية في مختلف أنظمتها التعليمية ووسائل تواصلها مع الطلبة لما لها من إيجابية في التعامل والتحصيل المعرفي وتفعيل المشاركة والنقاش في مختلف المواضيع الأكاديمية وتطوير العلم.

إشكالية الدراسة

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية نقلة نوعية في عالم التواصل بسبب ظهور شبكة الانترنت التي ألغت حدود الزمان والمكان وحولت العالم إلى قرية صغيرة سمحت بتلاقي الأفراد فيها افتراضيا فقتربت المسافات

١- مفاهيم الدراسة أ- مفهوم القيمة

لغة: القيمة واحدة القيم، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، وأطلق على ثمن الشيء قيمة لأنه يقوم مقام الشيء، إذ تقول العرب: "كم قامت ناقتك؟ أي كم بلغت".
و"كتاب قيم أي ذو قيمة، وتقييم الشيء إعطاءه قيمته والتقويم إزالة العوج".^٢

وقيل القيم مصدر الاستقامة كقوله تعالى "دينا قيما" سورة الأنعام ١٦١. أي دينا مستقيما لا عوج فيه، والقيم أيضا بمعنى الفضائل الدينية، الاجتماعية و الأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع.

وعلم القيم: أي العلم الذي يشمل الفضائل وخاصة القيم الأخلاقية^٣.
اصطلاحا: تعددت تعاريف العلماء للقيم كونها مست جوانب كثيرة من الحياة.

فهو عند الكيلاني: "مجموعة من القواعد الأخلاقية ونماذج سلوك محددة تشمل مبادئ السلوك عامة منبثقة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة بما يحويانه من تفاصيل سلوكية محددة ترشد إلى الصالح وتحد من السيئ في جميع ميادين الحياة، و بذلك يتحقق تنظيم شبكة العلاقات الإنسانية".^٤

في حين يرى يوسف عبد الفتاح أن القيم ظاهرة ديناميكية متطورة، لذلك لا بد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها موقفا، وذلك بنسبتها إلى المعايير التي يضعها المجتمع في زمن معين بإرجاعها إلى الظروف المحيطة بثقافة المجتمع.^٥

وفي منظور علم النفس: "هي عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية مصممة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط والقيم موضوع الاتجاهات، وهي تعبير عن دوافع الإنسان وتمثل الأشياء التي توجه رغباتنا واتجاهاتنا نحوها".^٦

وعند علماء الشريعة، "هي حكم يصدره الإنسان على شيء ما مقتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محددا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك".^٧

وهي أيضا: "مجموعة الأخلاق التي تصنع نسيج الشخصية الإسلامية

الاجتماعية لصالح الإنث والاقتصادية لصالح الذكور، وكذلك وجود أثر لتغير المستوى الدراسي في مجالات القيم الستة.

في حين هدفت دراسة المحضار (٢٠٠٠) إلى التعرف على القيم الإسلامية التي تتصدر البناء القيمي لدى طالبات جامعتي أم القرى بمكة المكرمة والملك عبد العزيز بجدة، وعلاقتها بالتخصص الدراسي، وأسفرت الدراسة عن أن ترتيب القيم في كلا الجامعتين كان للقيم البيئية ثم الجمالية ويليهما القيم الاجتماعية في حين كان هناك اختلاف في ترتيب القيم الأخرى.

وفيما يتعلق بالتغير في القيم ومدلولاتها لدى الشباب الجامعي، فقد تبين في الدراسة التي أجراها (خليفة ٢٠٠٤) بعنوان التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي مظاهره وأسبابه أن هناك كثيرا من القيم والاتجاهات السلبية التي انحشرت بين الشباب الجامعي من أهمها التدخين، الاختلاط الجنسي، والاهتمام الزائد بالملوضة، وهي تكشف عن خلل واضح في منظومة قيم الشباب الجامعي حيث حدث نوع من التخلي عن العديد من القيم الإيجابية وتبني بعض القيم السلبية أو احتضانها.

التعليق على الدراسات

لقد أبدت كل الدراسات أن مواقع التواصل التأثير الكبير على منظومة القيم التي تحكم لسلوك الطلبة الجامعيين.

هناك آثار إيجابية لهذه المواقع لكن كثيرا من الدارسين يدقون ناقوس الخطر حيث يتعلق بكثير من الطلبة الذين يكون تفكيرهم سطحي ويخشى من انهيارهم أمام تأثير قيم العولمة.

ومنه فإن الدراسة توظف المنهج الوصفي التحليلي وفق الخطة التالية:

١. مفاهيم الدراسة
٢. أهمية مواقع التواصل بالنسبة للطالب الاجتماعي
٣. أهمية القيم عند الطالب الجامعي
٤. أثر مواقع التواصل على القيم
٥. دور الجامعة في تعزيز القيم لدى الطلبة

١ جمال الدين ابن منظور الأنصاري، لسان العرب، دار صادر بيروت ط ٣ ص ٥٠٠ تصرف

٢ الفيروز آبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، القاموس المحيط مؤسسة الرسالة ط ٨، ٢٠٠٥ م ص ١٠٦٢

٣ معجم المعاني الجامع، مفهوم القيم. اطلع عليه بتاريخ ٢٩-٢٠٢٠ www.almaany.com

٤ الخلف معين، القيم التربوية الواجب توفيرها لدى طلبة كليات التربية الرياضية من وجهة نظرهم، كلية التربية والفنون جامعة اليرموك، أربد، الأردن ص ٣٠

٥ يوسف عبد الفتاح، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والرافعية للإنجاز

٦ زهران، حامد، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، مصر د ط ٢٥ ص ٢٥.

٧ الشحات أحمد، الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية، دار الفكر العربي، القاهرة مصر د ط ١٩٨٨ ص ٢٠

ومناقشتها وخلق جو من المنافسة البناءة وإبداء المهارات والكفاءات التعليمية المختلفة.

كما تمكن من ربط أصحاب الاهتمامات الواحدة في حل تعليمي أو علمي واحد بمنظومة من العلوم والخبرات .

ويؤدي هذا التبادل إلى الوصول إلى كثافة البحوث العلمية وترقيتها، كما تسهم في تنمية وتطوير الذات من خلال اكتساب مهارات مختلفة من حيث التواصل مع الآخرين، تبادل الخبرات، نشر الأفكار، استقبال أفكار الغير، وغيره ما يؤدي إلى تنمية الوعي الفكري لدى الطالب حيث « تؤدي اليوم دورا محوريا في بناء منظومة الوعي الفكري والقيمي لدى الأفراد خاصة الشباب لتمييزها بالاستقلالية واللامركزية وسعة الانتشار والسرعة الفائقة»^{١٣}

لقد عملت هذه المواقع على خلق لغة جديدة بين المتعاملين تسهل التواصل وتساعد على طرح الأفكار بسهولة. وقد لخص الدخيل بعض هذه الإيجابيات:

١. فهي تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة.
٢. تساعد على قبول القضايا الخلافية
٣. تساعد على التعلم وذلك بتبادل المعلومات مع الآخرين
٤. توفر فرصة التعلم ب(الرميزات) و(المحسوسات)^{١٤}

ونظرا لأهمية هذه المواقع فإن التعليم الجامعي قد اختار استخدام التقنيات الحديثة للتدريس والتواصل مع الطلبة لاستيعاب الانفجار المعرفي وكيفية توظيفه التوظيف الملائم لخصوصية المجتمع، «فقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تضع أسسا تربوية مغايرة لأسس التربية في العصور السابقة وحولت المدرس من الملقن الناقل إلى الموجه المشارك، وحولت المتعلم من التعليم الموجه إلى التعليم الذاتي، كما حولت البرامج التعليمية من التخصص الضيق إلى تنوع المعارف والمهارات ومن التعليم المحدد إلى التعليم المستمر وغير المحدود بزمان ومكان»^{١٥}

وقد صارت هذه المواقع جزءا لا يتجزأ من الواقع التعليمي اليومي واستطاعت تحقيق التفاعل والتفعيل حيث «استطاعت أن تقدم تعليمًا قائمًا على نشر وإدارة فرص التعليم لزيادة قدرات الأفراد وتنميتها،

وتجعلها متكاملة قادرة على التفاعل الحي مع المجتمع، وعلى التوافق مع أعضائه وعلى العمل من أجل النفس والأسرة والعقيدة»^{١٦}

أما عند الغرب، فهي تلك المبادئ والمعتقدات الأساسية والمثل والمقاييس، وأنماط الحياة التي تعمل مرشدا عاما للسلوك أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو تقويم المعتقدات والأفعال، والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالسمو الأخلاقي والذاتي للأشخاص^{١٧}.

وعند كون فيري: « تتضمن قانونا أو مقياسا له شيئا من الثبات على مر الزمن، أو بعبارة أعم تتضمن دستورا ينظم نسق الأفعال والسلوك». فالقيم عند الغرب إذن هي مبادئ وأنماط حياة ترتبط بسلوك الإنسان، بينما في الإسلام نجد أنها أحكام نابعة من الفرد تصدر لتقويم التصرفات بحسب ما ارتضاه الشارع الحكيم»^{١٨}

وسائل التواصل الاجتماعي

وتعرف أيضا أنها: "الشبكات الاجتماعية التي تتيح للمستخدمين أن يقوموا بخلق ملامحهم الشخصية من خلال البيانات التي يكتسبونها، وعرض الصور، والاتصال بالأصدقاء الذين التقوا بهم على الانترنت أو في الواقع الحقيقي بعيدا عن الانترنت ومشاهدة البيانات الشخصية للآخرين، وعرض قائمة الأصدقاء والاتصالات وتبادلها مع الآخرين بشكل عام وعلني، شكل القاعدة الأساسية للتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، وهكذا فإن هذه المواقع تدعم الأنماط المتباينة من التفاعل حتى لو اختلفت وتنوعت المواقع»^{١٩}

وهي أيضا: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم يرتبط من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جماعة من أصدقاء الجامعة أو الثانوية»^{٢٠}

أهمية مواقع التواصل بالنسبة للطالب الاجتماعي

تعتبر مواقع التواصل في العصر الحديث من أهم وسائل التواصل بين الأفراد عموما، وهي وسائل للتعبير عن الآراء وتبادل الخبرات والمعلومات فضلا عن إنشاء روابط جديدة من العلاقات، فهي تساهم في سرعة تداول المعلومات عبر جميع أنحاء العالم بشكل فوري.

وتمكن من توفير خدمات تعليمية أفضل عن طريق تبادل المعلومات

٨ قمحة جابر، مدخل إلى القيم الإسلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، ط ١ ١٤٠٤ هـ/ ١٩٨٤ م ص ٤١

٩ Haltestead and MJ Taylor. Values in education and education in values, London , the Falmer press ١٩٩٦ p ١٤

١٠ http://www.alshimisi.net/Frient/bv٠٠the-media-٢٠٠٣/٢٠١٥/١٥.١٢

١١ د.شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، دار العالم العربي ط ١ ٢٠١١

١٢ راضي الزاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية ع ١٥ جامعة عمان الأهلية عمان ٢٠٠٣ ص ٢٣

١٣ الحاجي محمد، الانترنت له إيجابياته وسلبياته، دار المكتبي للنشر والطباعة، دمشق، سوريا ط ١ ٢٠٠٢ ص ٤٣

١٤ الدخيل منى، الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت، السعودية عن الانترنت بتاريخ ٢٠١٥/١١/٨ www.mohammed ٢٣١ e&gAgmtmih

١٥ أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة ط ١ ٢٠٠٨ ص ٣٩٩

اهتمت الجامعات في الدول الإسلامية بتنظيم المؤسسة وفق مجموعة من القيم التي تعد من الأهداف التعليمية.

حيث تأسس اتحاد الجامعات العربية وعقد اجتماعه الأول في عام ١٩٦٩ وقد نص النظام الأساسي على أن الهدف الأساس للاتحاد هو دعم الجامعات العربية في إعداد الإنسان القادر على خدمة أمته العربية وتحقيق تطلعاتها وذلك بالعمل على أن تلتزم الجامعة العربية بالقيم النابعة من عقيدة الإسلام ورسائله الخالدة وتطبيقها فكريا وعملا.^{٢١}

كما كان من بين أهداف اتحاد جامعات العالم الإسلامي* التركيز على القيم التي تتماشى مع مقاصد الشريعة الإسلامية حيث ورد في محور التعليم العالي وقضايا العصر (المحور الرابع): «مؤسسات التعليم العالي في العالم الإسلامي أصبحت تحتضن الآن مراكز متطورة للبحث العلمي في شتى اختصاصاته -وهي تجد نفسها حاليا أمام خيارات حاسمة وتحديات جسيمة- قد يكون الغرب حسمها بناءا على منظوره الخاص، ويحاول دفع جامعاتنا نحو توجهات لا تتماشى دوما مع المقاصد والقيم الإسلامية، ولذا يتوجب عليها أن تحتاط لهذا الوضع، وتشكل موقفا يسعى الاتحاد إلى تنسيقه وبلورته ومتابعته.»^{٢٢} فمنظومة التعليم العالي في الدول الإسلامية تعتمد على الأبعاد القيمة التي تكون الطالب.

أثر مواقع التواصل على القيم

لقد أدى انتشار ثورة العالم الرقمي إلى تغيير كثير من المفاهيم لدى الشعوب بصفة عامة من خلال المواقع الافتراضية التي صارت توجه بشكل مباشرة سلوك الأفراد والجماعات.

ومع التغيرات السريعة التي يشهدها العالم التكنولوجي، فإن نقل المعلومات صار متسارعا حيث «يؤكد الكثير أنها إحدى الوسائل المؤثرة في تشكيل القيم الأخلاقية للجمهور لا سيما فئة الشباب التي تعد من أكثر روادها ومتصفحها على المستوى المحلي أو الإقليمي».^{٢٣}

وقد بدأ الاهتمام في الدول الإسلامية بمعرفة مدى تأثير هذه الوسائل على قيم الدين الإسلامي لا سيما فئة الشباب، ومدى تجاوبهم معها وانعكاسها على ميولهم وانفعالاتهم، بل وحتى على قراراتهم التصيرية، حيث يعتبر هذا «الإقبال الشديد والتفاعل المتسارع من فئة الشباب فريسة الانقسام في الشخصية، والصراع بين القيم الموروثة والتقاليد المستوردة، الأمر الذي أصابهم بالحيرة والقلق، وميولهم تجاه بعض

تعلما أكبر من التعليم عبر الحاسوب لأنه يشمل تنظيم المعلومات ودهم الخبرات وإدارة المعرفة في المجتمع، إنه يشمل ليس فقط وسيلة للتعليم، بل سياسة التعليم بما يشمل المحتوى التعليمي والإدارة التعليمية.»^{٢٤}

وقد أثبتت كثير من التجارب في دول العالم أهمية هذه المواقع وفعاليتها حيث تشير «كريستين جرينهو» إلى أن إدراج المناهج التعليمية في الشبكات الاجتماعية تساعد على جعل المدارس أكثر أهمية وذات مغزى للطلاب، حيث صار المعلمون قادرين على زيادة انخراط الطلاب في التعليم، ورفع الكفاءة التكنولوجية وتعزيز روح التعاون في الفصول الدراسية وبناء مهارات اتصال أفضل، كما أن التفكير ليس فقط في دمج التكنولوجيا، ولكن في خلق مهام أكثر إلحاحا، وسوف يتطور التفكير الناقد وحل المشكلات والقدرة على المشاركة العالمية لدى الطلاب.»^{٢٥}

وقد أظهرت هذه الوسائل فاعليتها على الطلبة من خلال تفاعلهم معها بشكل ملحوظ، حيث «راعت الفروق الفردية بين الطلبة وغرزت دافعية كل منهم، وهونت على المعلم كل العبء المنكب على عاتقه وساعدت الطلبة على فهم وإدراك المعاني الصحيحة للعبارة المجردة والأسماء والمصطلحات الصعبة، فجاءت نتائج ذلك أطول أثرا وبقاء وساعدت على تثبيت المعلومة وزادت خبرات الطلبة العملية والتعليمية.»^{٢٦}

كما نجدها ساهمت بشكل كبير في إعادة توجيه سلوك الكثير من الطلبة، فقد تمكنت من التأثير في سلوكهم التواصل، فضلا عن التعليمي والمعرفي والقدرة على التفاعل مع الثورة العلمية والمعلوماتية بشكل إيجابي، «فلا شك أن الثورة التكنولوجية أدت إلى تنشيط المجتمعات المحلية إلى حد كبير وزادت الحالة التفاعلية بين الأفراد وعملت على بناء هويات محلية فاعلة تسعى لأن تكون صاحبة الدور الفاعل والإيجابي في المجتمع، وجعلت بوابات الانترنت تقدم خدمات مجتمعية تسهيلية للمواطنين من طلاب وأفراد وعاملين.»^{٢٧}

ومن شأن طبيعة هذه المواقع إذا استعملت بشكل سليم أن «تساهم في الحوار البناء والتعاقد الاجتماعي وتعزيز ثقافة التسامح إلى جانب تنمية رأس المال الاجتماعي، والذي من شأنه أن يحول تلك العلاقات المكونة عبر الشبكات الاجتماعية إلى حالة إيجابية يتم توظيفها في المجال الاقتصادي وتنمية الإبداع والابتكار.»^{٢٨}

أهمية القيم عند الطالب الجامعي

- ١٦ نفسه ص ٢٠٣
- ١٧ فراس محمد عودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، المجلة الالكترونية لمركز التميز والتعليم الالكتروني، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين ٢٠١٤/٢٥/٢٠ في edu.iugaza.elearning.article/emag/ps
- ١٨ أبا نمي، عبد المحسن بن عبد العزيز، الوسائل التعليمية، مفهومها وأسس استخدامها ومكانها في العملية التعليمية، مكتبة الملك فهد الوطنية ط ١٤١٤ هـ ص ١٤٥
- ١٩ عبد الصادق عادل، الاعلام الجديد وبرزو الفاعلين الجدد في المجال العام حالة استخدام الكلمات الالكترونية، مصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مصر ٢٠١٣
- ٢٠ نفسه ص ٢٠٣
- ٢١ <http://www.najah.edu/arabic/conferences/najahhistory> ٢٣ تم تأسيس عام ١٩٩٥
- ٢٢ <http://www.iseseo.org.ma/Arabic/Fumi/charactear.htm>
- ٢٣ أبو زيد، طاهر، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة ٢٠١٦ ص ١

لقد صار من الضروري دراسة منظومة القيم لدى فئة الشباب عموماً، وطلبة الجامعات خصوصاً ومدى تأثيرها بالتطور الحاصل في العالم بوجه عام وفي الدول الإسلامية بوجه خاص كون هذه الفئة هي الفئة المؤثرة في المجتمع، وصانعة القرارات وعمود بنائه.

ومن أكثر الآثار السلبية التي تشكلها هذه المواقع نذكر ما يلي:

١- الآثار الاجتماعية، ومن بينها:

- تفكيك الروابط الاجتماعية: حيث سهلت عملية التواصل لكن في الوقت نفسه خلقت جواً من التفكك الاجتماعي، «وقد لا يكون هذا مشكلة في المستوى العلمي، ولكن انعكاسات ذلك أبعد بكثير مما تتخيل... التغير الذي يجب الانتباه له هو تغير منظومة القيم الاجتماعية ودلالاتها، فقد وصلنا في مجتمعنا إلى حد التخلي عن الواجبات الاجتماعية والاستعاضة عنها برسالة الكترونية من هاتف أو حاسوب.»^{٢٥}

- العزلة الاجتماعية: وذلك «نتيجة للجلوس ساعات طويلة أمام الجهاز الكمبيوتر للإبحار في محيط الشبكة العنكبوتية بكل ما تزخر به من معلومات ومصادر فكرية وثقافية، بل ووسائل التسلية والترفيه لا حدود لها.»^{٢٦}

- العلاقات الاجتماعية الالكترونية: حيث عملت هذه الوسائل على تعييب العلاقات الإنسانية المعلومة، وأنشأت صيغة جديدة من العلاقات أثرت على بنية المجتمعات الإسلامية، حيث يرى Philippe Breton* «أن غالبية الذين يستعملون الحواسيب الالكترونية في القيام بعملية الاتصال فيتجهون نحو تكوين جماعة إنسانية شديدة الارتباط عن طريق نظام أو غمط من القيم الخاصة بهذه الجماعة وكل أفرادها.»^{٢٧}

٢- الآثار النفسية

تعتمد مواقع التواصل في عمومها على الشخصيات الافتراضية التي قد تخلق جواً من التلاعب بشخصية الآخرين محاولة التأثير على النفوس الضعيفة حيث كان من نتائجها:

- القضاء على الذاتية حيث تعمل على السيطرة على غمط التفكير وتوجيهه للتفكير الجماعي.

- الحد من الإبداع الذاتي، كون البرمجة اليسيرة تسهل كل العمليات الذهنية، «فالاتصال الالكتروني يهدد على المدى كثرًا من العمليات الإبداعية التي سادت عصور الاتصال السابقة ومنها الكتابة الإبداعية... وليس من المستبعد أن تفرض تكنولوجيا الاتصال حدود اللغة وعدد مفرداتها وتحدد دلالات ألفاظها.»^{٢٨}

- القضاء على القدرات الذهنية، كونها تتعدى قدرات العقل البشري، فتعمل على تعجيزه وتشتيت توجهاته، وقد تؤدي إلى تعطيل الملكة العقلية بسبب اعتمادها الكلي على هذه الوسائل وهي من أبرز المشاكل المطروحة التي «راح الإنسان بها يضع عقله أو ذاكرته في الحاسوب، وتعتمد عليه شيئاً فشيئاً اعتماداً كلياً أدى وسيؤدي أكثر إلى شل قدرات التفكير والمبادرة وتعطيل ملكات العقل.»^{٢٩}

- فقدان الهوية: الشخصية والثقافية و في المقابل « ظهور العديد من السلوكيات غير المقبولة مثل الانسحاب والبعد عن التعامل مع الجماعة، وعدم المشاركة في المسؤولية الجماعية والتمركز حول الذات والانغلاق في دائرة الأهداف والمصالح الشخصية دون المصالح العامة ورفض القوانين والمعايير الاجتماعية والثقافية.»^{٣٠}

٣- الآثار الأخلاقية

وهي تلك الآثار السلبية الناتجة عن المواقع الإباحية التي تمس بالمعتقدات الدينية والسلوك السوي للمسلم، حيث «أصبحت تستخدم الانترنت ومنصاتها المختلفة في بث الكراهية والعنف ضد التنوع العرقي والمذهبي والديني داخل المجتمع على الرغم من وجود تلك المكونات قبل ظهور الانترنت والشبكات الاجتماعية.»^{٣١}

كما أثرت هذه الوسائل على منظومة القيم التي صار الطالب يبحث عن بدليها في العلاقات الافتراضية التي يشكلها والتي فرضت عالماً من القيم الجديدة المشتركة التي تؤكد على البعد العالمي الكوني للقيم.

لقد أحدثت الانترنت على وجه الخصوص ثورة في سلوك الإنسان عموماً والطالب الجامعي بصفة خاصة، «والطلبة ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصيدون قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم، ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون.»^{٣٢}

وتتميز هذه الفئة بما يلي:

- ٢٤ الطيار، فهد بن علي، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة» تويتر نموذجاً، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، ٣١ (٦١) ٢٠١٤ ص ١٩٦.
- ٢٥ عزت السيد أحمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٩ العدد ٤٥٣ و٢٠١٣ ص ٤٧٠
- ٢٦ السيد ياسين، المعلوماتية وحضارة العولمة، رؤية نقدية عربية، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة ٢٠٠١ ص ٢٥٢
- ٢٧ وليد أحمد المصري، الأسرة العربية وهوس الانترنت، مجلة العربي عدد ٥٧٣ أوت ٢٠٠٧ ص ١٧٣
- ٢٨ حمدي حسين أبو العينين، الإعلام الجديد في العالم الإسلامي (إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام) مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، دورية أكاديمية حضارية محكمة، ١٤ مجلد ١ دار الورسم للنشر والتوزيع، القبة القديمة الجزائر ٢٠١٢ ص ١٥
- ٢٩ عزت السيد أحمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٩ العدد ٤٥٣ و٢٠١٣ ص ٤٧٣
- ٣٠ بومدين مخلوف المنظومة القيمية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الانترنت بمدينة المسيلة أهودجا، أطروحة دكتوراه في علوم الاجتماع ٢٠١٧/٢٠١٦ ص ١٢٢
- ٣١ عادل عبد الصادق ص ٠٣ - سابق الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني ديسمبر ٢٠١٦
- ٣٢ سحر محمد وهبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر ط ١ ١٩٩٦ ص ٢٣٨

• كونها الفئة الأساسية المكونة للعنصر البشري في الجامعة.

• كونها لديها الكفاءة اللازمة للحصول العلمي العالمي.

• هدفها الأساسي هو حصول المعرفة لضمان مستقبل مهني محدد.

• كونها أكثر نضجا من فئة المراهقين.

• لديهم فرص أكبر للتجارب واكتشاف العلوم والثقافات ومعرفة الصراعات الفكرية.

• لديهم الإحساس بالمسؤولية والقدرة على إحداث التغيير.

• لديهم التطلع إلى التفوق والإبداع واكتساب المهارات، إلا أن في زمن العولمة صارت هذه الفئة تعيش «حالة تناقض لا مثيل لها، وحالة صراع بين قيمه وأهدافه الخاصة.

فكان ذلك سببا في التأثير على نسق القيم الاجتماعي الذي تشهده الأمة الإسلامية التي «أثرت منظومة التغيرات فيها على أنماط الشباب والطلبة، وانعكست هذه التغيرات على حياة الطلبة وسلوكياتهم بعدما طغت المادة على بعض معايير الروح والأخلاق في تشكيل هويتهم، فظهرت مجموعة بديلة من القيم صارت متداولة في المجتمعات، الأمر الذي يدل على تدني منظومة القيم، فوسائل الإعلام والتكنولوجيا المعاصرة لها «القدرة على تغيير القيم، وهذا عن طريق دخول مضامينها حياة الأفراد الذي أدى بدوره إلى تغير في النسق القيمي للمجتمع عن طريق صراع بين القيم التي ينادي البعض بالتحكم بها وتأصيلها، وبين القيم المصطنعة من قبل وسائل الإعلام والتي تظهر كمسلمات عند البعض الآخر»^{٣٣}

إن التغير الحاصل في قيم المجتمع الإسلامي عموما، ولدى الطلبة على وجه الخصوص راجع إلى التغيرات المتسارعة التي صار العالم يعيشها في مجال التكنولوجيا والذي فرض نوعا من الصراع بين قيم الحضارات والثقافات «حيث أدت إلى عدم مقدرة الشباب على التمييز الواضح بين ما هو صواب وما هو خطأ، وبالتالي أضعفت قدرتهم على الانتقاء والاختيار من بين القيم المتصارعة الموجودة، وعجزهم عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم المجتمع واغترابهم شبه التام عن القيم التي جاءت بها الثورة التكنولوجية»^{٣٤}

وإن هذا التغير أدى بدوره إلى إحداث تغير على المستوى المجتمعي سواء في بنائه أو قيمه الثقافية والاعتقادية والفكرية (الإيديولوجية).

الأمر الذي أدى إلى حدوث أزمة حيث «تجعل الإنسان يعيش صدمة ثقافية قيمة بالغة الخطورة والأهمية متمثلة في التغيرات التي تضع الشباب في مواجهة قيم جديدة غير مألوفة، يتوجب عليه أن يتمثلها، مما يقود إلى إحداث خلل في تكيفهم وانهيارهم»^{٣٥}

هذا وتشكل العولمة في ذاتها تحديا للمجتمع الإسلامي من خلال إعلامها وثقافتها وقناعاتها التي ترسيها على العالم الحديث والتي تطمح إلى صياغة ثقافة كونية شاملة تغطي مختلف جوانب النشاط الإنساني. حيث صار النظر إليها « بصورة توازن بين مجالات الفرص فيها ومكامن الخطر منها، فصناعة المفاهيم وعلى رأسها القيم صارت تبنى على أرض الواقع ضمن علاقات قوة ظاهرة وكامنة، صاعدة ومؤثرة...ضمن مسارات تروج لمفهوم العالمية مما أدى إلى نفي جملة من القيم وتهميشها في حقل التعامل الدولية، وبروز قيم أخرى تتوافق مع تأسيس الدعوة إلى العالمية من خلال المركزية الغربية في سياق ثنائية القيم التقليدية والقيم الجديدة»^{٣٦}

لقد فرضت هذه التغيرات نمطا جديدا من التجارب مع المعلومات والتحصيil الجامعي من خلال:

• الاعتماد بشكل واسع على الانترنت في التحصيل الجامعي وبناء العلاقات.

• الانتشار الواسع لهذه الوسائل وهيمنتها على الطلبة جعلهم يملكون قدرات لغوية وتقنية ومعلوماتية عالية وقد يكون ذلك راجعا لظروف الدراسة والحاجة إلى البحث العالي.

• أن الاستعمال المفرط لهذه الوسائل قد يصل إلى حد الإدمان أو اللوج إلى مواقع مشبوهة.

• المنتديات الحوارية التي يتواصل بها الطلبة تتيح فرصة لتبادل الآراء والنقاشات.

وقد يرجع ذلك إلى عدة عوامل منها:

أ. أن أساليب التدريس الجامعية التقليدية لا تسمح بفتح الآفاق وإظهار الإبداع والابتكار المناسب للتطور.

ب. أن الجامعة لا تعطي الكثير من الفرص للطلبة لإبداء آرائهم بكل حرية.

ج. انشغال الطلبة بأمور هامشية لا تقوم على أسس أخلاقية.

د. -محدودية ثقافة الطلبة الجامعيين.

هـ. وجود تيارات فكرية متباينة داخل الجامعة يجعل الكثير من الطلبة يقف منها موقفا محايدا.

و. انعدام الانسجام بين أعضاء العناصر الجامعية.

دور الجامعة في تعزيز القيم لدى الطلبة

٣٣ عماد الدين الرشيد، الإعلام المعاصر، رؤية نقدية، المجلات المتلفة نموذجاً، نحو القمة للطباعة والنشر، سوريا ط ٢٠٠٩ ص ٥

٣٤ ضياء الدين زاهر، القيم في العملية التربوية، سلسلة معالم تربوية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ١٩٩٦ ص ٨-٧

٣٥ علي وطفة، الثقافة العربية وأزمة القيم في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، عدد ١٩٢ مركز دراسات الوحدة العربية بيروت ١٩٩٥ ص ٦٠.

٣٦ حسن علوش، أزمة القيم في عالم متغير، ملاحظات نقدية، في التربية على القيم، عالم التربية منشورات عالم التربية المغربية عدد ٢٠١٢ ص ١٨٥

تساهم الجامعة في رفع مستوى الوعي الفكري والمعرفي عبر تطوير برامج التعليم العالي وتحديثه بما يتماشى والتطورات الحاصلة من أجل إعداد الإطارات المتخصصة التي يتطلبها المجتمع من أجل تنميته، فهي الفضاء الأمثل للبحث العلمي وتكوين النخب.

ومن أهم ما يهدف إليه التعليم الجامعي هو خدمة المجتمع والارتفاع به حضارياً وترقية الفكر، وتقديم العلم وتنمية القيم الإنسانية وتزويد البلاد بالمختصين والفنيين والخبراء وإعداد الإنسان الكامل المزود بأصول المعرفة، وطرق البحث المتقدمة والقيم الرفيعة المساهمة في بناء المجتمع المشارك وصنع المستقبل وخدمة الإنسانية.^{٣٧}

فهي تسعى لتنمية شخصية الطلاب تنمية متكاملة تشمل جميع جوانب حياته، «وتحقيق التطبيع الاجتماعي والثقافي للفرد بها يؤدي إلى تكامل شخصيته ووفو وعيه، الأمر الذي يجعله قادراً على التوافق مع ذاته، ومع ما يحيط به، ويمكنه من الإسهام إيجابياً في بناء حضاري».^{٣٨}

إن الواقع الذي أفرزته التكنولوجيا الحديثة، ظهرت انعكاساته السلبية في تفكير وسلوك وقيم الطلبة وظهور بعض التصرفات غير السوية خرقت في كثير من الأحيان اللوائح الأخلاقية للجامعات ما جعل منها غير قادرة على تحقيق أهدافها التربوية والفكرية والأخلاقية وبناء المنظومة الأخلاقية.

والتغيرات التي طرأت على أخلاق الطلبة هي ناجمة عن التطور في وسائل تواصلهم الغربية عن خصوصية مجتمعاتهم.

ويمكن للجامعة أن تؤدي دوراً هاماً في تعزيز القيم، فهي مصنع قيادات المجتمع الفنية والمهنية والسياسية والفكرية.

إن من أهم السلوكيات التي صارت تهدد الجامعة والطالب:

- التعصب والعصبية.
- ضعف العلاقة التعاونية بين الطلبة وسوء استخدام الحريات.
- الولاء للأمور الشخصية دون اعتبار للمصلحة العامة.
- سيادة قيم الاستهلاك المادية.

ومن أهم الأدوار التي تلعبها الجامعة في غرس القيم نذكر:

١- العمل على خلق جو ملائم تسوده الثقة والاحترام تمثل فيها

الأخلاق والقيم الصادرة في تنظيم العلاقات، «بناء بيئة جماعية قائمة على علاقات إنسانية وأخلاقية واجتماعية صادقة بين العاملين فيها يجعل تلك البيئة ينصهر فيها العاملون الصادقون المخلصون والمتفانون وذوي النوايا الطيبة تجاه وطنهم، وتغيب عنها العناصر غير الصادقة والمخلصة والقادرة على القيام بمهامها وغير الطيبة في نواياها».^{٣٩}

٢. تعزيز ثقافة الحوار داخل الجامعة وعدم التهميش والإقصاء لإشراك الطلبة في صناعة القرارات وفي احترام الآخرين ومحبتهم والانفتاح عليهم اعتبار أنه هو الأسلوب الحضاري الأمثل للارتقاء بالمثل وبناء جسور الثقة بين الطلبة.

٣. التشجيع على العمل الإبداعي للطلبة من خلال تهيئة المناخ الملائم لذلك حيث لوحظ «أن الطلبة المبدعين يتميزون عادة بمجموعة من الصفات من أهمها: الجرأة والدقة وحب المعرفة والاستطلاع، والتمرد والمغامرة والتصميم والقدرة على الانهماك في العمل والحدس وخصوصية الخيال».^{٤٠}

كما يسهم ذلك في بناء الثقة لدى الطلبة وتحقيق ذاتهم.

٤. السعي لإيجاد تكامل بين المعرفة العلمية والمهارات التكنولوجية.

٥. السعي لإعادة بناء الشخصية لدى الطلبة من خلال:

«تطوير أساليب التفكير والتعبير عند الطلبة للفهم السليم وتجريد الطلبة من التبعية الثقافية لكل ما هو خارج عن الحدود المشروعة وإلغاء المتناقضات الثقافية وربط الدين بالحياة كلها، وترسيخ الثقة الاجتماعية بالدين وبالرسول صلى الله عليه وسلم وبالواقع والمستقبل والماضي، مع ترشيد فهم الطلبة لمفهوم الانفتاح والعولمة والمراجعة الدقيقة لطرائق تشكيل الذهنية النمطية».^{٤١}

٦. إن الجامعة لا يمكن أن تكون حيادية إزاء مسؤوليتها في تنمية القيم والأخلاق لدى طلابها وأن هناك الكثير من الجوانب التي ينبغي أن يوليها المسؤولون أهمية لتدعيم دور الجامعة في تحقيق وظيفتها القيمية مثل اهتمامات أعضاء التدريس بتوضيح المضمون القيمي للمواد التي تدرس في الجامعة وأهميتها في بناء وتنمية المجتمع.^{٤٢}

٧. ولما كانت العولمة تشكل خطراً على الحضارة الإسلامية ككل وعلى منظومة القيم التي تضبط سلوك الأفراد، والتي يراد منها المساس بخصوصية الشعوب الإسلامية حيث يرى عدد من الباحثين والدارسين لهذه الظاهرة «أنه ينبغي أن تقاوم كظاهرة إيديولوجية،

٣٧ حسن شحاتة، التعليم الجامعي بين النظرية والتطبيق، مكتبة الدار العربية للكتاب ٢٠٠١ ص ١٣-١٤

٣٨ وفاة أحمد محمد البرعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية دط ٢٠٠٢ ص ٣١٠

٣٩ الخراطة والكراسة سمح تيسر، التفاعلات الاجتماعية بين عناصر النظام المدرسي الإنسانية ودورها في إحداث الإصلاح المدرسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية دامة متوري قسنطينة، الجزائر ٢٠٠٧ ص ٦٤

٤٠ عمشوش مسعود، بعض سبل رعاية الإبداع والمبدعين في الجامعة، مقالة مأخوذة من شبكة الانترنت بتاريخ ٢٠٠٩/١٠/٢٢ من موقع www.yemenitta.com

٤١ الشافعي صادق عيسى مذكور علي تركي شاكر الفتلاوي وجبار رشك الدايتي، الاستراتيجيات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس في تنمية قيم المواطنة لدى طلاب قسمي التاريخ واللغة العربية (دراسة مقارنة) كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة كربلاء العراق ٢٠١٥

٤٢ عبد الودود مكروم، الأحكام القيمية الإسلامية لدى الشباب الجامعي، مكتبة إحياء التراث الإسلامي، المدينة المنورة ١٩٩٤ ص ٣١٦

- إتاحة الفرصة للطلبة لإبداء آرائهم بحرية مع توجيهها واحتوائها.
- يعتبر طالب الجامعة عنصراً فعالاً في الجامعة والمجتمع كونه بلغ درجة عالية من العلم والفكر والذكاء ما يؤهله لصناعة القرار والإبداع لذلك.
- هدفت العولمة لخرق قيمه وسلخه من هويته
- إلهائه بكثير من المواقع الافتراضية التي تهدم سلوكه قصد تحطيم وتشويه فكره.
- إن تكوين الطالب الجامعي في الجانب العلمي لا ينبغي أن يكون بعيداً عن التوجيه الأخلاقي والسلوكي والديني.

وليس كظاهرة تقنية، لأنها تنطوي في بعدها الإيديولوجي على نظرة تعسفية تنبع من نزعتها المركزية الدفينة المهنية والمسيطرة على الثقافات الأخرى، كما ترى أن هذه الثقافات ليست جديرة بالبقاء، وما في ذلك من استخفاف بعقول الناس وحضارتهم.^{٤٣}

٨. ضرورة الاهتمام بقضية القيم من خلال إحياء التراث الفكري الديني الذي كمل خصوصية الإسلام، ومواكبة الحضارة الغربية بالتعرف على الإيجابية والاستفادة منها.

خاتمة

إن التغيرات الحاصلة على الصعيد التكنولوجي والمعلوماتي فرضت إيديولوجيات وأفكاراً لبسط العولمة على جميع الشعوب، فكانت وسائل التواصل التكنولوجية عاملاً أساسياً للتواصل بين الناس وتبادل المعارف والعلوم فضلاً عن المناقشات الافتراضية التي أثرت بشكل مباشر على القيم، ويعد الطالب الجامعي من أكثر الفئات تأثراً بذلك، ومنه فإن الدراسة قد خلصت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١. أن وسائل التواصل الاجتماعي لها قدرة هائلة على السيطرة على عقول الطلبة كونها:

- مصدر سهل لكسب المعلومات.
- وسيلة تعليمية حديثة تسهل البحوث وتلقي العلوم.
- وسيلة للترفيه في أوقات الفراغ.

٢. الإدمان على وسائل التواصل لها إيجابيات في حدود التعامل العقلاني بها، لكن قد تشكل خطورة في حال الإدمان عليها من حيث:

- كونها قوة مؤثرة على العقول والسلوك.
- كونها متعددة الاتجاهات وفضاءات حرة.
- كون الفوارق بين المتواصلين متباينة من حيث الثقافة واللغة والأخلاق والعلم...
- ٣. إن ما تشكله وسائل التواصل من خطورة على القيم يجعل من الدارسين المسلمين يدقون ناقوس الخطر لمراجعة منظومة القيم وكيفية ترقيتها والنهوض بها.

٤. على عاتق الجامعة المسؤولية الكبرى في حفظ قيم الطلبة من خلال:

- السعي إلى ربط الأهداف التعليمية بالقيم التربوية.
- الحرص على بناء مناهج التعليم الحديثة وفق حفظ القيم وعدم المساس بها.
- فتح فضاءات مع الطلبة من شأنها حفظ الهوية الإسلامية للطالب وحسن توجيهه أخلاقه وسلوكه.

٤٣ -جلال أمين العولمة والدولة مجلة المستقبل العربي، العدد ٢٢٨ ١٩٩٨م ص ٢٣-٣٦

قائمة المراجع

المراجع العربية

١. شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، دار العالم العربي ط ١ ٢٠١١.
٢. أبا نمي، عبد المحسن بن عبد العزيز، الوسائل التعليمية، مفهومها وأسس استخدامها ومكانها في العملية التعليمية، مكتبة الملك فهد الوطنية ط ١ ١٤١٤ هـ .
٣. أبو زيد، طاهر، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة ٢٠١٦ .
٤. أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة ط ١ ٢٠٠٨ .
٥. بومدين مخلوف المنظومة القيمية في ظل تكنولوجيا الإعلام والتواصل، الانترنت بمدينة المسيلة أمؤذجا، أطروحة دكتوراه في علوم الاجتماع ط ٢٠١٧/٢٠١٦ .
٦. جلال أمين العولمة والدولة مجلة المستقبل العربي، العدد ٢٢٨ ١٩٩٨ م. ٣٦.
٧. جمال الدين ابن منظور الأنصاري، لسان العرب، دار صادر بيروت ط ٣ ، د.ت.ن.
٨. الحاجي محمد، الانترنت له إيجابياته وسلبياته، دار المكتبي للنشر والطباعة، دمشق، سوريا ط ١ ٢٠٠٢ .
٩. حسن شحاتة، التعليم الجامعي بين النظرية والتطبيق، مكتبة الدار العربية للكتاب ٢٠٠١ .
١٠. حسن علوش، أزمة القيم في عالم متغير، ملاحظات نقدية، في التربية على القيم، عالم التربية منشورات عالم التربية المغربية عدد ٢١ ٢٠١٢ .
١١. حمدي حسين أبو العينين، الإعلام الجديد في العالم الإسلامي (إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام) مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، دورية أكاديمية حضارية محكمة، ع ١ مجلد ١ دار الورسم للنشر والتوزيع، القبة القديمة الجزائر ٢٠١٢ .
١٢. الخزاعلة والكراسنة سميح تيسير، التفاعلات الاجتماعية بين عناصر النظام المدرسي الإنسانية ودورها في إحداث الإصلاح المدرسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية دامة منتوري قسنطينة، الجزائر ٢٠٠٧ ص ٦٤
١٣. الخلف معين، القيم التربوية الواجب توفيرها لدى طلبة كليات التربية الرياضية من وجهة نظرهم، كلية التربية والفنون جامعة اليرموك، أربد، الأردن، د.ت.ن.
١٤. الدخيل منى ، الشبكات الاجتماعية ثورة في عالم الانترنت، السعودية عن الانترنت بتاريخ ٢٠١٥/١١/٨ www.mohammed ٣٣١ e4gd8gmtmih
١٥. راضي الزاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية ع ١٥ جامعة عمان الأهلية عمان ٢٠٠٣ .
١٦. زهران، حامد، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، مصر د ط ، د.ت.ن.
١٧. سحر محمد وهيبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر ط ١ ١٩٩٦ .
١٨. السيد ياسين، المعلوماتية وحضارة العولمة، رؤية نقدية عربية، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة ٢٠٠١ .
١٩. الشافعي صادق عيسى مذكور علي تركي شاكر الفتلاوي وجبار رشك الدايتي، الاستراتيجيات التي يتبعها أعضاء هيئة التدريس في تنمية قيم المواطنة لدى طلاب قسمي التاريخ واللغة العربية (دراسة مقارنة) كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة كربلاء العراق ٢٠١٥ .
٢٠. الشحات أحمد، الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية، دار الفكر العربي، القاهرة مصر د ط ١٩٨٨ .
٢١. ضياء الدين زاهر، القيم في العملية التربوية، سلسلة معالم تربوية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ١٩٩٦ .
٢٢. الطيار، فهد بن علي، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة» تويتر نموذجا، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب. ٣١ (٦١) ٢٠١٤ ص ١٩٦ .
٢٣. عادل عبد الصادق ص ٠٣ -سابق الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني ديسمبر ٢٠١٦ .
٢٤. عبد الصادق عادل، الاعلام الجديد وبرز الفاعلين الجدد في المجال العام حالة استخدام الكمالات الالكترونية، مصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مصر ٢٠١٣ .
٢٥. عبد الودود مكرم، الأحكام القيمية الإسلامية لدى الشباب الجامعي، مكتبة إحياء التراث الإسلامي، المدينة المنورة ١٩٩٤ .
٢٦. عزت السيد أحمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٩ العدد ٣ و٤ ٢٠١٣ .
٢٧. عزت السيد أحمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٩ العدد ٣ و٤ ٢٠١٣ .
٢٨. علي وطفة، الثقافة العربية وأزمة القيم في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، عدد ١٩٢ مركز دراسات الوحدة العربية بيروت ١٩٩٥ ص ٦٠ .
٢٩. عماد الدين الرشيد، الإعلام المعاصر، رؤية نقدية، المحطات المتلفزة نموذجا، نحو القمة للطباعة والنشر، سوريا ط ١ ٢٠٠٩ .
٣٠. عمشوش مسعود، بعض سبل رعاية الإبداع والمبدعين في الجامعة، مقالة مأخوذة من شبكة الانترنت بتاريخ ٢٠٠٩/١٠/٢٢ من موقع www.yemenitta.com
٣١. فراس محمد عودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، المجلة الالكترونية مركز التميز والتعليم الإلكتروني، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين ٢٠١٤/٢٥/٦ في edu.iugaza.elearning.article/emag/ps بتاريخ ٢٠١٥/٠٨/١٢

٣٢. الفيروز أبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، القاموس المحيط مؤسسة الرسالة ط٨، ٢٠٠٥ م .
٣٣. قميحة جابر، مدخل إلى القيم الإسلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، ط ١ ١٤٠٤هـ/١٩٨٤.
٣٤. معجم المعاني الجامع، مفهوم القيم. اطلع عليه بتاريخ ٢٩-٠٤-٢٠٢٠ www.almaany.com
٣٥. وفاء أحمد محمد البرعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية دط ٢٠٠٢ .
٣٦. وليد أحمد المصري، الأسرة العربية وهوس الانترنت، مجلة العربي عدد ٥٧٣ أوت ٢٠٠٧ .
٣٧. يوسف عبد الفتاح، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والرافعية للإنجاز
٣٨. Haltestead and MJ Taylor. Values in education and education in values, London , the Falmer press ١٩٩٦ .

مهارات الحياة الضائعة لدى الشباب بسبب وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على طلبة شعبة علوم التربية، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)

د. خضرة حديدان

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة - الجزائر

hamza.djahnit@univ-bba.dz

ملخص

يعتبر الوقت مقوما أساسا من مقومات الحياة، نقاس به قيمة الانسان و حضارات الأمم، والكل يمتلك أربع و عشرين ساعة يوميا لكن الانجازات تختلف ، وهدرها يتمايز من شخص لآخر، و مع تسارع وتيرة الحياة ارتفعت قيمة الوقت وعلا شأنه أضعافا مضاعفة.

كان أسلافنا يستثمرون الوقت في الاستزادة من العلم والعبادة أو عمارة الارض وسقيها وحرثها، أو رعي الحيوانات و العيش بين أحضان الطبيعة مما يجعل أوقاتهم مثمرة، يعدون فيها انجازاتهم كمحاصيل حياتية يرون ثمارها أمام أعينهم .

ثم حدث أن تغير الأمر، وتغيرت تراتيب الحياة مع ظهور العالم الافتراضي الذي سمح لعلاقات و أشخاص الدخول الى عالمنا و التسلل الى خصوصياتنا فيما يسمى مواقع التواصل الاجتماعي ، و من خصائص هذه المواقع أنها متاحة ، مثيرة و جذابة بحكم امتلاك الجميع للنوافذ المطلة على هذا العالم من مختلف الأجهزة الذكية.

ان هذا العالم غرط المعيشة لدى الفرد : وخاصة الشباب وهم أكثر الفئات استخداما له : حيث تبددت طاقتهم ، وأهدرت أمام شاشات لا تقتضي من النشاط شيئا ولا تطلب منهم سوى البقاء في أماكنهم ، وتقويت الحياة الحقيقية بجميع تفاصيلها، وتقويت المهارات الحياتية التي كان بالامكان اكتسابها في حال عدم الانغماس في مواقع التواصل الاجتماعي.

فماهي النشاطات التي تعطلت في حياة الشباب جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟ ماهي المهارات الحياتية التي كان بإمكانهم اكتسابها لولا هذه المواقع.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية الى تحقيق الأهداف الآتية:

المنهج المستخدم

تم استخدام المنهج الوصفي.

أداة جمع البيانات

تم استخدام الاستبيان.

الحدود الزمانية والمكانية

أجريت الدراسة في كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علم النفس ، في الفترة الممتدة من فيفري الى مارس ٢٠٢٣.

مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في ٢٥٧ وهو العدد الاجمالي لطلبة السنوات الثانية علوم التربية والسنة الثالثة والسنة الأولى ماستر ارشاد و توجيه، وتم اختيار عينة قصدية متكونة من : ٩٤ طالبا أي بنسبة: ٣٦,٥٧٪

١. التعرف على استخدام طلبة شعبة علوم التربية لمواقع التواصل الاجتماعي.

٢. التعرف على المواقع التي يستخدمها طلبة شعبة علوم التربية .

٣. التعرف على مهارات الحياة الضائعة بسبب مواقع التواصل الاجتماعي.

تحديد مصطلحات الدراسة اجرائيا

مهارات الحياة

ويقصد بها اتقان ممارسة بعض النشاطات في الحياة اليومية للطلاب .

مواقع التواصل الاجتماعي

هي تلك المواقع التي تتيح الاتصال مع الآخر وبامكانها نقل تفاصيل العالم الالكتروني.

يستخدمونها بشكل دائم ، ولمدة زمنية تفوق الساعتين(لقلوق
وقرناني،٢٠٢٢، ص٤٧٤).

كما بلغت نسبة الطلبة الذين يستخدمون هذه المواقع من ٥ الى ٨
ساعات ٣٦,٠٨ وهي نسبة ليست بالقليلة تلك التي يضيع وقتها في
تصفح هذه المواقع و عدم التقدم في حياتهم خاصة أنهم طلبة لديهم
العديد من النشاطات التكوينية التي هم ملزمون بها كالبحوث و
بطاقات التطبيق و مشاريع البحث خاصة بالنسبة للسنة الثالثة ارشاد
و توجيه.

أما نسبة أولئك الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكبر من ٨
ساعات فقد قدرت ب٥,١٥%

الجدول رقم ٣

المواقع الأكثر استخداما من طرف الطلبة

الموقع	العدد	النسبة
الفايس بوك	72	51.06
الأنستغرام	38	26.95
التيك توك واليوتيوب	15	10.63
الواتساب	12	8.51
الفاير	4	2.83
المجموع:	141	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم:٣ أن موقع التواصل الاجتماعي الأكثر
استخداما من طرف الطلبة يتمثل في الفايس بوك حيث بلغت نسبة
الطلبة الذين يستخدمون هذا الموقع:٥١,٠٩

وذلك نظرا لأنه من أكثر المواقع استخداما في الجزائر و أقدمها على
الاطلاق، حيث يعتمد الطلبة الى استخدام المواقع التي يستخدمها
أصدقائهم و أترابهم حتى يسهل عليهم التواصل معهم اضافة الى سهولة
الاستخدام والجاذبية التي يمتاز بها مقارنة مع بقية مواقع التواصل
الاجتماعي.

كما يمكن ان نبرر هذا الاستخدام المكثف لموقع الفايس بوك بالسمعة
التي يتمتع بها هذا الموقع وكذا الضجة الاعلامية التي يحدثها احيانا
مما يؤدي الى شهرته و انتشاره انتشارا واسعا.

وليس خافيا المرتبة التي يحتلها الفايس بوك في العالم ليس فقط في
الجزائر أو العالم العربي ، حيث توصلت دراسة شريف أيضا الى أن

الجدول رقم ١

توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي:

المستوى	العدد	العدد الاجمالي	النسبة
السنة الاولى ماستر	30	55	54.54
السنة الثانية ليسانس	34	112	30.35
السنة الثالثة ليسانس	30	90	33.33
المجموع	94	257	36.57

نلاحظ من خلال الجدول رقم ١ أن أكبر فئة في العينة تنتمي الى السنة
الأولى ماستر ارشاد و توجيه لسببين و هما أن السنة الأولى ماستر أصغر
من تعداد بقية المستويات من ناحية، ومن ناحية ثانية هذا هو العدد
الذي كان يحضر المحاضرات و الأعمال الموجهة(وهي الفرصة التي طبق
فيها الاستبيان) من ناحية ثانية، وهي نسبة لا تبعد كثيرا عن نسبة
طلبة السنتين الثالثة ارشاد وتوجيه و الثانية علوم التربية والتي قدرت
ب٣٣,٣٣ و ٣٠,٣٥ على التوالي.

الجدول رقم ٢

معدل ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم

الفئة	عدد ساعات الاستخدام	النسبة
من ساعة الى ٤ ساعات	57	58.76
من ٥ ساعات الى ٨ ساعات	35	36.08
أكبر من ٨ ساعات	5	5.15
المجموع	97	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم: ٢ ان طلبة شعبة علوم التربية يستخدمون
مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير حيث بلغت نسبة اولئك الذين
يستخدمونها من ١ ساعة الى ٤ ساعات ٥٨,٧٦

وهي نسبة مرتفعة على اعتبار ان الوقت هو الحضارة ، كما أن الوقت
المهدور غير قابل للتعويض خاصة أنهم في فترة حرجة تتطلب منهم
التكيف باكتساب مهارات جديدة ولا يتم ذلك بالبقاء مكبلين أمام
مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتشابه هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة (لقلوق وقرناني) الى
ان اكثر من ٧٧ من الافراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي

الفايس بوك يستخدمه افراد الاسرة المسيلية بنسبة (٩٦) (شريف، ٢٠٢٢، ص ١٢٢٦).

وفي المرتبة الثانية يستخدم الطلبة موقع الانستغرام وذلك بنسبة: ٢٦,٩٥ لأنه أيضا من المواقع التي بدأت في الانتشار ويستخدمها المشاهير والمؤثرون في العالم الافتراضي، وحسب نظرية التعلم الاجتماعي فإن النموذج يلعب دورا كبيرا في التعلم واكتساب الانماط السلوكية المختلفة.

ويلعب تأثير الشخصيات العامة والمؤثرين دورا هاما في استخدام هذا الموقع: حيث أن معظم الطلبة لديهم حسابين أحدهما على الفايس بوك والآخر على الانستغرام حتى لا يفوتوا المنشورات والفيديوهات التي تنشر في هذين الموقعين.

كما يراه الطلبة أكثر حداثة من الفايس بوك حيث يمكن الاطلاع على الفيديوهات والصور بشكل أفضل وأكثر متعة من هذا الاخير حسب تصريحاتهم. Reels و Postes ويأتي في المرتبة الثالثة من ناحية الاستخدام موقع: التيك توك الذي بلغت نسبة استخدامه ورغم الفارق بينه وبين الموقعين الأولين (الفايس بوك والانستغرام) إلا أنه يعتبر هو أيضا من أكثر المواقع التي يستخدمها الطلبة نظرا لأنه أحدث من التطبيقين السابقين ولأن المدة التي يتم فيها عرض الفيديوهات والمنشورات قصيرة جدا مما يجعله جذابا لدى هذه الفئة. حيث يستمتع الطلبة بقضاء وقتهم لتصفح الفيديوهات والأخبار القصيرة والممتعة.

الجدول رقم ٤

المهارات الحياتية التي فوتها الطالبة باستخدامهم للفايس بوك

المهارة	العدد	النسب
المطالعة والقراءة	39	19.21
قراءة وحفظ القرآن الكريم	30	14.77
تعلم لغات جديدة	24	11.82
الرياضة	20	9.85
توطيد العلاقة مع أفراد الأسرة	14	6.89
التفوق في الدراسة	13	6.40
الطبخ	12	5.91
الاستكشاف والسفر	7	3.44
الخياطة	6	2.95
توطيد العلاقة مع الأصدقاء	6	2.95
الكتابة	6	2.95
العبادة	6	2.95
الرسم	5	2.46
الحلاقة	3	1.47
التصوير والديكور	3	1.47
مهارات متنوعة	9	4.43
المجموع	203	

نلاحظ من خلال الجدول رقم ٤: أن المهارات التي يرى طلبة علوم التربية أنهم أضعافها هي مهارات متعددة، تثرى رصيدهم الحياتي وتساعدهم على التكيف مع المجتمع والحياة الجامعية، وتطور أداءهم نحو الأفضل، حيث تحتل مهارة المطالعة أكبر نسبة، وقد قدرت ب: (١٩,٢١)

ادراكا للطلبة لقيمة المطالعة والقراءة التي تعمل على توسيع أفق الطالب وزيادة معارفه، وقدرته على التعامل مع الأشياء والأشخاص، حيث أثبتت الدراسات العلمية أن المطالعة تزيد في معارف القارئ و رصيده اللغوي وتقوي لغته وتجعله أكثر مهارة في استخدامه والحديث بها، حيث نلاحظ الفرق بين الأجيال السابقة وما تتقنه من ألفاظ وتعابير والجيل الحالي الذي يكتب بالعامة باستخدام الحرف الاعجمي، وفي أحسن الحالات يستخدم اللغة العربية الفصحى لكن مع أخطاء فادحة في الصياغة والتركيب.

إن ادراك الطلبة لأهمية المطالعة من ناحية وتصرفهم لمواقع التواصل الاجتماعي لساعات طوال من ناحية أخرى قد تنجر عنه العديد من المشكلات العلمية والأخلاقية التي قد تمس حتى بسلم القيم في المجتمعات العربية المسلمة.

حفظ القرآن الكريم

نلاحظ من خلال الجدول رقم ٤: أن من أهم المهارات التي ضيعها طلبة علوم التربية مهارة حفظ القرآن الكريم حيث بلغت نسبة: (١٤,٧٧) ادراكا من الطلبة لأهمية هذه المهارة في الحياة الفردية وكذا بالنسبة للمجتمع.

وتتشابه نتائج هذه الدراسة مع العديد من الدراسات التي أثبتت أن مواقع التواصل الاجتماعية مضيعة للوقت والدين وملهية للفرد عن القيام بواجباته اتجاه دينه واتجاه خالقه.

وجدير بالذكر ان النسق القيمي لدى الفرد يتأثر الى حد كبير بعلاقته بالقرآن الكريم قراءة وتلاوة وحفظا: فكلما توطدت علاقة الانسان بالقرآن كلما كانت أخلاقه وأمنه السلوكية عاكسة للقرآن الكريم: ينتهي عن نوله ويأمر بأوامره قدر الامكان، وان هنت العلاقة معه (كما هو حال المدمنين على مواقع اتواصل الاجتماعي) فان النسق القيمي لا يصبح مصدره القرآن الكريم بل قج تصبح هذه المواقع في حد ذاتها هي المصدر الذي تستقى منه القيم، أو يتم الحكم عليها من خلالها.

غير أن هذا التحليل يختلف عما توصلت اليه دراسة (بوعايدة) من انه لا توجد علاقة بين درجة الايمان على هذه المواقع والنسق القيمي لدى الطالبات عينة الدراسة (بوعايدة، ٢٠٢٠، ص ٧٥).

تعلم لغات جديدة

تأتي في المرتبة الثالثة مهارة تعلم لغات جديدة (١١,٨٢): حيث تلعب هذه الأخيرة دورا هاما في توافق الفرد وتكيفه، وتسهل اندماجه في

اللغات و الثقافات الأخرى..

ويحتاج تعلم لغة جديدة كالإسبانية و الإسبانية و الإيكايلية ، وحتى تطوير المستوى في هذه اللغات الى وقت وجهد وتركيز عال وهذا غير متاح وغير ممكن بالنسبة لمدمني مواقع التواصل الاجتماعي.

توصلت دراسة (حدادي) أن ٩٨ من أفراد عينته يتفقون على الاثر السلبي لاستخدام اللغة الالكترونية على اللغة العربية ، حيث أن هذا الاستخدام يقلل من قيمة اللغة العربية ويطمس الحرف العربي و يعزز عدم الاهتمام بها (حدادي، ٢٠٢١، ص١٣٦٨).

الرياضة

تأتي الرياضة في المرتبة الرابعة بنسبة (٩,٨٥)، حيث أن ممارستها بجميع أنواعها تحتاج الى وقت فراغ و التزام سواء تعلق الامر بالجيمز او السباحة او الكاراتيه او الجري او حتى المشي ، فالتدريب دوري ومواعيد محددة، كما ان الرياضة حركة ونشاط جسدي لا يمكن القيام بها و الفرد جالس على كرسيه لمدة ساعات، بل ان ممارسة الرياضة اذا مارسها ثم خلد الى الراحة ولم يستمر في الحركة يبطل مفعول حصص التدريب الرياضي، علاوة على أن الشخص الذي لا يمارس الرياضة ولكنه دائم الحركة و النشاط البدني يكون هذا النشاط مفيد جدا لجسده بنفس فائدة الحصص الرياضية.

أما الجلوس أمام الشاشة الخاصة بالحاسوب و اللوحة الالكترونية والهاتف فانه لا يحرم المستخدم من ممارسة الرياضة فحسب بل يجعله عرضة للسمنة و نقص النظر وعدم انتظام جقات اقلب و امراض الكلى و البواسير وغيرها من الأمراض المترتبة عن كثرة الجلوس وقلة الحركة كما أثبتته العديد من الدراسات المختلفة في العالم أجمع.

وتكاد الامراض كلها تنجم من اكل الانسان غير الصح و عدم بذل مجهود يساعده على حرق ما تم تناوله، وهذه هي صفة المجمعين على الالعب الالكترونية مع الأسف الشديد.

والمدمن على مواقع التواصل يستنفذ وقته كله في تصفحها او التعليق عليها او تنزيل الصور و الفيديوهات.

توطيد العلاقات مع أفراد الأسرة

تأتي مهارة توطيد العلاقة مع أفراد الاسرة في المرتبة الخامسة بسبة تقدر ب(٦,٨٩)، حيث ان البقاء مع افراد الاسرة و السؤال عن احوالهم وتجاذب اطراف الحديث معهم من شأنه اشعاره و اشعارهم بالاهتمام و الانتماء و المشاركة الوجدانية ، أما البقاء لتصفح المواقع التواصل الاجتماعي فانه يحرم الفرد من الاستماع الى صوت الام ودعواتها و حرصها الشجيج الذي اثبت علميا انه من دواعي الصحة النفسية.

كما يحرمه من الاهتمام بوالده و باهتمام هذا الاخير به وبترتيبه ، وبتنشئته على النسق القيمي الذي يتماشى مع ديننا الحنيف.

كما ان احوال الاخوة و باقي افراد العائلة الكبيرة توفر المساندة الاجتماعية التي هي من ضروريات الاجتماع البشري بل ومن اولوياته : فما قيمة الحياة دون مشاركة وجدانية و شخص يسأل عن احوالك و يفرح معك و يحزن لحزنك.

ولقد ذكر في دراسة (سواملية و صدراي) أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فضاء للعيش و العيش المشترك مع الجماعات المختلفة، حيث يتبادل الشباب الأفكار، وتناقل الثقافات و يتقبلون الآخر والعيش مع هؤلاء كقريبة صغيرة، مما يؤثر حتما على العلاقات الاجتماعية الحقيقية مع الاهل أو الاصدقاء (سواملية و صدراي ، ٢٠٢١، ص٤٥).

التفوق في الدراسة

ان التفوق في الدراسة يحتاج الى تفرغ، ومجهود جبار يكرسه الطالب حتى يستطيع منافسة زملائه وحتى نفسه، وكيف لهذا الاخير ان يحقق هذا الهدف اذا كان يقضي وقته في الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

الطبخ

ككل نشاط فالطبخ بحاجة الى وقت لتعلمه و اتقانه لا تنفع معه وسائل التواصل الاجتماعي الا للحصول على بعض الوصفات أو التدابير المنزلية ، أما القيام به و اتقانه فهو بحاجة الى وقت وتركيز .

الاستكشاف و السفر

من بين المهارات التي ضيعها الطلبة أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي مهارة الاستكشاف و السفر و معرفة خصوصية المناطق التي يعيشون فيها ببليدياتها و قراها ، والتجول في المناطق الريفية الخضراء و الاستمتاع بالطبيعة.

الخيطة

من بين المهارات التي يرى طلبة علوم التربية أنهم أضعوا باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي مهارة الخياطة : التي تحتاج هي الاخرى ككل مهارة الى الوقت و الجهد الذي هو غير متوفر لدى هؤلاء الطلبة لأنه مهذور في العالم الافتراضي.

توطيد العلاقة مع الاصدقاء

ان العلاقة مع الأصدقاء تقوى باللقاءات المتعددة، و التواصل الدائم، والمقصود هنا هو التواصل الحضوري الفعلي ، و السؤال عن الاصدقاء و زيارتهم ومواساتهم في الاوقات العصبية ، و الوقوف الى جانبهم ، أما التعليق و الوقوف وراء الشاشة فهو يضع هؤلاء الأصدقاء و لا يوطد العلاقة بهم. غير أن دراسات اخرى أثبتت العكس م أن هذه المواقع تمنحنا عددا كبيرا من الأصدقاء، و تضمن لنا التواصل الدائم معهم، وقد توصلت دراسة (شريف) الى أن نسبة كبيرة من الأسر في مدينة المسيلة تشبع حاجتها من الاتصال مع الاهل و الاصدقاء عبر مواقع التواصل لتشعر بالرضى : فاذا حدث و اصبحت هذا الاتصال الافتراضي مشبعا لحاجتنا الى الاتصال فلتذهب الزيارات و اللقاءات الى الجحيم

(شريف ، ٢٠٢٢ ، ص١٢١٨).

مهارات متنوعة

تحصلت هذه المهارات على نسب ضعيفة جدا بالنسبة لكل واحد منها، لكن هذه النسب لا تمنح أهمية هذه المهارات في صقل مواهب الفرد و تطوير كفاءات الحياتية ثل البرمجة و تطوير الذات ..وغيرها، حيث تدعم هذه النتائج ما توصلت اليه الدراسات ، مثل ما توصلت اليه دراسة (العقبي و بركات) التي أفادت أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي يميل الى فصل المستخدم عن الحياة الحقيقية فكيف بتعلم مهارات حياتية جديدة مهما كان نوعها (العقبي و بركات، ٢٠١٦، ص٢٢٩).

خاتمة

لا زالت مواقع التواصل الاجتماعي تفتك بعقل الانسان ووقته وتزاحم المصحف و الكتاب في حياة الانسان بل و تتفوق عليه، حيث يقضي الشباب وقتا طويلا في تصفحها و متابعتها والاجمان عليه الى حد عدم القجرة على العيش دون تصفحها ولو ليوم واحد.

تم صياغة الاقتراحات الآتية:

- تنظيم وقت الطالب و التخطيط ليومه حتى لا يضيع سدى في تصفح هذه المواقع.
- تخصيص وقت معين لتصفح هذه المواقع.
- تطبيق استراتيجية التعاقد السلوكي في الالتزام بوقت محدد للتصفح و عدم تجاوزه ، وتخصيص عقوبات عند عدم الالتزام بهذا التعاقد.
- شغل أوقات الفراغ ببرمجة أنشطة مفيدة.

قائمة المراجع

١. العقبي الأزهر وبركات نوال (٢٠١٦). نمط العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي و الافتراضي. مجلة علوم الانسان و المجتمع. العدد ١٩. ص ٢٢١-٢٥٢.
٢. بوبعاية يمينة (٢٠٢٠). درجة الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعتي البرج و المسيلة. مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية. المجلد الثاني عشر. العدد الأول. ص ٥٥-٨٣.
٣. حدادي وليدة (٢٠٢١). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة العربية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة سطيف. مجلة الواحات للبحوث و الدراسات. المجلد: ١٤، العدد: ١. ص ١٣٣٨-١٣٨٠
٤. سواملية نورة وصدراي كلتوم (٢٠٢١). محددات العيش في ظل مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين. مجلة العلوم الانسانية. جامعة وهران. المجلد ١٠. العدد: ١. ص ٣٧-٤٨.
٥. شريف جمال (٢٠٢٢). الاشباع النفسية المحققة من استخدام أفراد الأسرة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة المسيلة أمودجا. مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية. المجلد: ٧. العدد ١. ص ١٢٣٠, ١٢٠٣.
٦. لقلوق رقية وقرناني ياسين (٢٠٢٢). مواقع التواصل الاجتماعي و العزلة الاجتماعية من وجهة نظر مستخدمي موقع الفيسبوك. مجلة العلوم الاجتماعية . المجلد: ١٦. العدد: ١. ص ٤٦٦-٤٧٦.

المجتمع العربي والفضاء الافتراضي: مرآة أم فجوة؟ (دراسة تحليلية)

د. آسيا ساكر

جامعة عبد الحميد بن باديس - الجزائر

assia.saker.etu@univ-mosta.dz

ملخص

نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب أغلب أطراف المجتمع العربي ذلك انها منصات تتوفر على آليات تقنية تسهل الكثير مما يصعب تحقيقه في الحياة الواقعية أين التعاملات مقيدة بالأعراف الاجتماعية، إذ تمنح فرص التعبير عن الذات وتحرر المستخدمين من أعباء الأدوار المتوقعة منهم داخل مجتمعاتهم، فتمكنهم من إبداء الإعجاب، الحفيظة، الغضب، إنهاء محادثة أو علاقة، إطلاق العنان للغرائز والمكبوتات، ويحصلون على حرية التعبير عن حاجاتهم وطموحاتهم والتفكير بنوع من الإستقلالية وراء الشاشات.

غير أن نتائج البحث الذي تعرضه هذه الورقة يبين أزمة متعددة الأبعاد تحول دون تعبيرهم عن ذواتهم الحقيقية، وللتوصل إلى ذلك تم استخدام تحليل مضمون تعليقات مجموعة من مستخدمي صفحة فيسبوك لقناة «النهار» ثم مساءلة ذات المجموعة عن طريق المقابلة الافتراضية، لتبين فروق في نتائج التحليل ما بين المساءلة المباشرة (المقابلة) وتلك غير المباشرة (تحليل مضمون)، وهو مؤشر على ازدواجية التفكير والوجود، فكلما كان الموضوع المطروح محظورا إجتماعيا كلما تمسك المبحوث بالرأي المهيمن للمجموعة وانصهرت ذاته الحقيقية داخل ذاته الفعلية، وكلما كان المحيط الاجتماعي ذو طابع محافظ قمعي كلما تبنى الفرد هوية افتراضية في واقعه المعاش وليس داخل الشبكة فحسب.

فماهي النشاطات التي تعطلت في حياة الشباب جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟ ماهي المهارات الحياتية التي كان بإمكانهم اكتسابها لولا هذه المواقع.

الكلمات المفتاحية

فضاء افتراضي - حرية التعبير - هوية افتراضية - الذات الحقيقية- مواقع التواصل الاجتماعي

مقدمة

قيمه المحلية والعالمية والمكتسبات الاجتماعية الخاصة بمجتمعه المحلي وذلك الذي يتعامل معه من خلال الشاشة.

إن عمليات التكيف تلك لا تتم بدون شيء من التضحيات، حيث يتطلب إنجاح التواصل في الفضاء الافتراضي التنازل على بعض من عادات التواصل المحلي ومعاييرها في مقابل اكتساب قواعد تواصل جديدة تستجيب إلى شروط المنصات التقنية والثقافية والتفاعل الافتراضي وفي ذلك حرج وتكلفة اجتماعية تجاه ثقافة مجتمعه الأصلي من معتقدات وقيم، فالجهر برفض العادات أو التقاليد مثلا أو الاعتراض على معتقد ثقافي أو ديني يُعتبر مساس بثوابت عديدة تضعه تحت طائلة الأحكام المجتمعية وتسبب له الإقصاء فيضطر المستخدم أحيانا إلى التظاهر والتكلف خصوصا وأن المنصات تمنح له إمكانية تقمص هوية افتراضية تمنحه حق المجهولية بتبني اسم مستعار والتفاعل من خلاله وبالتالي إبداء آراءه وذاته الحقيقية دون القيود والضوابط التي يخضع لها عادة عند التفاعل وجها لوجه خارج الفضاء الافتراضي.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع ديناميكية على شبكة الانترنت، باعتبار التفاعل البشري وقود العلاقات الاجتماعية وعمليات الإنتاج، حيث حل منطق التواصل الرقمي على ثقافة الأفراد والمجتمعات المتصلة بالشبكة وذلك بآليات وطرق استخدام جديدة أضحت جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية على اختلاف انتماءاتهم الجغرافية والثقافية، فكلما كانت ثقافة المجتمع مختلفة أو على مسافة من الثقافة المهيمنة المالكة لتكنولوجيا الاتصال كلما وجد الأفراد صعوبة في الاندماج مع الوسط الجديد بمعطياته التقنية ومنطق اشتغاله (امحمد مالكي، ٢٠١٣)، كما يتطلب التأقلم عمليات تسوية ذهنية بين ثقافة الفرد الاجتماعية والعالم الذي توفره الشبكة ومنصات التواصل الاجتماعي، ذلك أن هذه الأخيرة تمنحه مزايا تواصلية تجنبه التكلفة الاجتماعية لبعض السلوكات غير المقبولة في مجتمعه التقليدي كإنهاء مكالمة، حجب صديق أو حجب مضامين معينة، وكذا إطلاق العنان لمكبوتاته وغرائزه كالتنمر والتحرش باستخدام إسم مستعار وهوية غير هويته المدنية قصد تفادي المواجهة مع المعايير الاجتماعية المحلية، لذا أضحت انفتاح المستخدم على العالم لا يتم بدون ثمن اجتماعي معين ناتج عن عمليات التفاوض الذاتي بين

كيان الفرد المشيع بالمعايير الاجتماعية، وله نواة مشتركة بين أعضاء المجتمع، أي عندما يكون قد استيقظ توقعات الآخرين ويجاري قوى الضبط الاجتماعي، فيلتزم بذلك الدور المنتظر منه، فالذات نتاج للعلاقة بين الأنا والآخر المعمم (النحن).

الذات الافتراضية

تلعب السياقات الخارجية دورا مهما في تحديد ملامح هوية الفرد ورويته لنفسه، حيث أن الفرد يميز ذاته من خلال إحساسه أثناء تجاربه الاجتماعية في السياق الزماني والمكاني وهو ما يمنح معنى وملاح لهويته (٢٠١٥، Alex Mucchielli)، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خارجية غير تقليدية تتشكل فيها هويته بالاعتماد القوي على استجابات الآخرين، ولعل البيئة الافتراضية توفر للمستخدم تجربة مثيلة بالتي يعيشها في حياته الواقعية وقد تمنحه بدورها إما الثقة والأمان أو النفور والتهميش والهشاشة، فالتواجد في البيئة الافتراضية يسمح له بمزاولة نشاط حسي ومعرفي في عالم اصطناعي تم إنشاؤه رقميًا يُحتمل أن يكون خياليًا أو رمزيًا أو يحاكي جوانب معينة من عالمه الحقيقي (Philippe Fuchs، ٢٠٠٣)، وقد يحمي الخصائص الفيزيائية والظاهرية للفرد، ويستبدلها بالصورة الرمزية التي إرتضى المستخدم أن يُقدمها عن نفسه بغض النظر عن تطابقها مع ذاته الحقيقية، ما أثار لدى الكثير من الباحثين جدلية الذات الافتراضية والذات الحقيقية.

فقد ورد ذكر «الذات الحقيقية» في سنة ١٩٥١ من طرف عالم النفس الأمريكي كارل روجرس Karl Rogers، ويقصد بها تلك الذات الكامنة والتي لا يُعبر عنها غالبا في البيئة الاجتماعية لعدم توفر الظروف المناسبة لذلك، وقد قام جون بارغ Jhon Bargh مع فريقه بإثبات أن الأفراد يعبرون عن ذواتهم الحقيقية عبر استخدام الهويات المجهولة على الشبكة بدل الاتصال المباشر وجها لوجه (غرينفيلد سوزان، ٢٠١٧)، وهذا ما يقابل طرح غوفمان بخصوص أن الأفراد يتوقون أثناء التفاعل الاجتماعي إلى تقديم ذواتهم في أحسن صورها ويبقون على ذواتهم الحقيقية في الكواليس، كما تذكر غرينفيلد في هذا الشأن أن الأبحاث على مواقع التواصل الاجتماعي تبين ثلاثة أصناف من الذوات:

- الذات الحقيقية: وهي الذات المتحررة من القيود التي تفرضها الضغوط الاجتماعية و تعبر عنها عموما بالهوية المجهولة أو المستعارة.
- الذات الفعلية: وهي الذات المقيدة بالأعراف، وتلتزم بالمعايير التي تفرضها الوضعيات التفاعلية.
- الذات المحتملة: وهي الذات التي يتوق إليها الأفراد.

يكشف الفضاء الافتراضي جوانب الذات المختلفة، المجردة من الضغوط المجتمعية التقليدية التي يعيشها الفرد في يومياته، فالهوية الافتراضية بالنسبة إلى دومينيك كاردون Dominique Cardon، ليست كشف

يتناول مستخدمو فيسبوك بعض المواضيع ذات الطابع الثقافي بالنقاش والمداولة بينهم ليُبدى كل منهم رأيه وموقفه منها، ويحدث أن تستنكر الأغلبية من المستخدمين أفكار معينة على شبكة فيسبوك وينددون بها، كما يتفقون أحيانا بنفس الكثافة حول أفكار ومواقف أخرى، فتكون تلك الأفكار السائدة مؤشرا على اتجاهات غالبية على ثقافة المجموعة ما يجعل منها محركا ووقودا للسلوكات اليومية داخل المجتمع، غير أننا نلاحظ أن ذلك لا يتحقق دائما على أرض الواقع إذ يتبنى الأفراد أحيانا سلوكات متناقضة تتأرجح بين ما يعبرون عنه علنا وما يختزنونه من قناعات في مستوى أعمق فلا يبوحدون به لأنه قد يكون منقضا لما يُظهرونه، وتتمظهر تلك الازدواجية في طرق تقديمهم لذواتهم وتفاعلهم مع الآخر داخل مجموعة التفاعل الافتراضي أين يطرح المستخدم فكره بقوة وعنف للآخرين في الفضاء الافتراضي كجزء لا يتجزأ من ذاته وقد يخوض نقاشات حادة تتعلق بهويته مقابل إقصاء الآخر ذي الفكر المختلف وحتى التمر عليه، فقد ينبذ المساواة بين الرجل والمرأة ويستجهن الاختلاط والموسيقى ومظاهر الاحتفال، بينما يلاحظ في واقع الحياة اليومية ميلوه إلى الحرية والعدالة والانفتاح مع التطلع والسعي إلى تحقيق ذلك في الخفاء. فهل ذلك سلوك وليد تكنولوجيا الاتصال التي تسمح بالمجهولية وتمنح المستخدم حرية تعبير أكبر تجنبه أي تكلفة اجتماعية؟ أم هو خلل بنيوي يجد جذوره في ثقافة الفرد وتركيبته الذهنية؟

تسعى الدراسة الحالية لفهم وتفسير تلك الإزدواجية في التفكير والسلوك، ولذلك تم رصد المضامين التي يتداولها أعضاء المجموعات الافتراضية على فيسبوك، حيث تمثلت عينة الدراسة في صفحة «قناة النهار الجديد تيفي» لشعبيتها وكثافة التفاعلات بها، وقد تم تحليل مضامين المستخدمين حول موضوعات ثقافية معينة (الاحتفال بالمولد النبوي، تقلد المرأة مسؤوليات مهنية أمنية) ثم مقارنتها بما يجيبونه عن طريق المقابلة الافتراضية نصف الموجهة، وتم عرض النتائج وتفسيرها عن طريق بعض المفاهيم الأساسية المتعلقة بتقديم الذات وحالاتها المختلفة ومتغير الهوية الافتراضية داخل النظام الثقافي الذي ينتمي إليه المستخدمون.

تقديم الذات والهوية الافتراضية

تنص نظرية التفاعلية الرمزية على أن الإنسان يمتلك «ذاتا»، وهي كيان يستطيع أن يراه وأن يتواصل معه وأن يتصرف حياله بنفس الطريقة التي يتواصل بها مع الآخرين، ويصفها جورج هربرت ميد على أنها الوسيلة التي ينعكس فيها المجتمع بداخلنا ويمارس من خلالها رقابته على كل فرد، وقد قدم ميد في سنة ١٩٣٤ طرحا نظريا يفيد ضرورة وجود الآخر لنمو الذات وتكاملها، مبرزًا مكونات الذات le moi : فهي تتكون حسب منظوره من عنصرين: «الأنا» le je وهو كل ما هو شخصي مبدع وعفوي في سلوكنا، فهذا الفضاء يخص طبيعة الفرد ويكون ذو تكيفات ضعيفة وتحدث دون وعي، أما «النحن» le soi فهو

ديناميكية التصفح مثل أن تكون البيانات المدخلة ليس لها علاقة بالبيانات الحقيقية للشخص فتذهب المستخدم «ذات افتراضية» مقابل الذات الحقيقية، ولا تزال طبيعة هذه الثنائية محل بحث واستكشاف لدى الباحثين يتمحور حول الحدود الفاصلة بين (الذات الافتراضية والذات الحقيقية).

يقدم الافراد ذواتهم على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالأسماء التي يختارونها، إذ أنهم يملكون الحرية في تقديم الصورة التي يرغبون إظهارها، وقد يحدث أن يقدموا أنفسهم بأسماءهم المدنية والتي يُعرفون بها في الحياة الواقعية، كما يحدث أن يستبدلونها بما يناسبهم من التسميات داخل فضاء افتراضي يأمنون فيه من رهانات التفاعل وجها لوجه.

الاسم المستعار

تصنف ماري آن بافو Marie Anne Paveau الاسم المستعار pseudonyme ضمن آليات صناعة الهوية الرقمية التي يختارها الفرد بنفسه بعكس الهوية الحقيقية التي يكتسبها خلال تنشئته الاجتماعية، وهو من ناحية التصنيف اللغوي يُنسب إلى مجموعة «الأسماء الشخصية»، وقد صنف بافو الأسماء المستعارة على الخط online حسب استعمالها اللغوية، فالاسم المدني يتمثل في الاسم واللقب، أو الاسم واللقب و لقب الزوج، الاسم+الاسم المتداول، الاسم واللقب مختصران أو مبتوران... أما الاسم معنوي يكون كلمة أو عبارة ذات دلالة معنوية واضحة، أي تعبير عن فكرة أو مشهد، وقد يجيء في شكل كلمات مستعارة : وهي تسميات مشفرة لا تحيل إلى معنى معروف بالضرورة للجميع بل هي تركيبات لغوية من إنتاج المستخدمين ذاتهم، يستعملون فيها الرموز وعلامات التنقيط والأرقام وهي تحمل دلالات بالنسبة إلى أصحابها، أو داخل مجموعات ذات الاختصاص المهني مثلا (مجتمع الإعلام الآلي أو الصحة..).

وتؤكد «بافو» أن وظيفة الاسم المستعار على الخط هي تمكين المستخدم من التعريف بذاته أكثر من فعل الاختباء وراءه وربما إتاحة التبادل أكثر من إخفاء الهوية (Paveau, 2010)، أي أن الاسم المستعار يمنح فرصة أكبر للتعبير بحرية والإفصاح عن الذات الحقيقية، فبالرغم من أنه يخفي فعليا الهوية المدنية، فهو يظل بناء دلالي ثري يلجأ إليه الأفراد للإفصاح عن جوانب من ذواتهم على الشبكة، إذ أظهرت دراسات إحصائية قامت بها مارسيان مارتين marcienn martin في 2012، على موقعي صحيفة لوموند ولوبوان de monde & le point، أن الأسماء الدالة والتي تحمل معاني خاصة بالنسبة إلى الأفراد والمستمدة غالبا من تجاربهم الشخصية تفوق بكثير «الأسماء المشفرة» التي لا تفصح عنهم ولا تعطي أية فكرة عن ذواتهم، وهذا يدل على رغبتهم على الأقل في التعبير الصادق و تشرح دانا بويد في مقال شهير لها في 2011، بعنوان «غوغل+، ديكتاتورية الأسماء الحقيقية» كيف أن الأسماء المستعارة تمنح حرية أكبر للتعبير للأفراد الممنوعين أو المحرومين من ذلك، وهي حماية لهم في نفس الوقت.

بالإضافة إلى دور الاسم المستعار في حماية المستخدم، يضيف فرانسوا

للذات بقدر ما هي إسقاط لها، بينما إعتبرها الباحث فرانسوا نيكول François Nicolle في 2017، بنية هرمية ذات طبقات يبرز منها الهوية الاجتماعية وهي الجزء الذي نعرضه ويطلع عليه المستخدمون وهي متكون مما يقوله الآخرون عنا، ثم المعلومات الشخصية، ثم نشاطنا على الشبكة من تطلعاتنا واهتماماتنا، تليها المعلومات التقنية الخاصة بهويتنا الالكترونية، لنصل إلى الطبقة الأكثر سرية وهي الذات، والتي اعتبرها فرانسوا نيكول الهوية الحقيقية للمستخدم، وليست مجرد إسقاط بل مكاشفة حقيقية (François Nicolle, 2017).

تأثير النظام الثقافي في تكوين الهوية

يذهب أليكس ميكشيلي إلى أن تأثير البنى السيكولوجية والاجتماعية التي تشكل لدى الفرد خلال تنشئته الاجتماعية حاسم في تحديد ملامح هويته التي تتكون من عناصر مادية، تاريخية، وثقافية نفسية، ثم النظام الثقافي المتكون من المنطلقات الثقافية والعقائد (الدين، الرموز، الايديولوجيا) ومنظومة القيم، وأشكال التعبير، ويعرض في مؤلفه «الهوية» كيفية تشكّل الهوية عند الافراد أو الجماعات داخل نظامها الثقافي إلى أن يصبح هذا الأخير جزء من بنيتها مبرزا دور الرقابة الاجتماعية في امتثال الأفراد لمعايير النظام الثقافي، فيطرح منظور علماء التحليل النفسي مثال الطفل الذي يمتثل للقواعد ويخضع لها خوفا من فقدان روابطه الأولية وإحداث خلل أو قطيعة في علاقته العاطفية مع الأم مثلا فينتج عن ذلك نموذج يستجيب للقواعد بصفة جيدة لأن التمرد عليها يمثل تهديدا لتوازنه النفسي وتقديره لذاته.

يضيف الباحث السوسولوجي Kardinier أن الهوية تتكون عن طريق عمليات التكيف مع الوسط الذي يحيط بالفرد سواء بمحاولات حفظ درجة التوتر أو الامتثال للمعطيات المعيارية له، أما على مستوى المجتمع فيصبح هذا الجهد لا يرى حيث ينخفض تأثيره ويتبدد داخل السيرة المجتمعية، فيأخذ شكلا روتينيا منتظم يتمثل في نظام تفكير وسلوكيات في شكل جملة العقائد والطقوس وأمط السلوك، ما يُكسب الأفراد هوية اجتماعية تضمن لهم الانتماء والتمثيل الآمن داخل النسيج المجتمعي (أليكس ميكشيلي، 1996، 37).

الهوية الرقمية

الهوية الرقمية هي المساحة الالكترونية التي يحجزها ويستخدمها الفرد على شبكة الانترنت من أجل تعريف وتقديم ذاته داخل الشبكة الالكترونية للانترنت، وهي تتكون حسب Fanny George من مجموع البيانات (identité déclarative)، والبصمات المرتبطة بالمستخدم وديناميكيته (identité agissante)، فالبيانات هي جميع المعلومات المدخلة في نماذج التسجيل المقترحة من طرف المنصات والمواقع (الاسم، اللقب، الاسم المستعار، الجنس، تاريخ الميلاد، العنوان...)، أما البصمات فهي الآثار الرقمية أي المنشورات التي يضعها المستخدم على الشبكة من مقالات وتعليقات ومقاطع الفيديو وصور وردود أفعال ايقونية مثل «أعجبني»، وكذلك ما ينشره الآخرون عنه، وتضيف فاني جورج ان الهوية الرقمية شكل خاص من أشكال الهوية تتميز بعدم الاستقرار وهي متعددة الأوجه وقابلة للتفاوض باستمرار، ذلك أنها تتغير مع

الهوية المدنية

identité civile الاسم و اللقب الاجتماعي بكل شفافية، هنا يربط المستخدم ما بين شخصيته الحقيقية ببعدها الاجتماعي و التاريخي، و شخصيته على الواب، وتتميز هذه الهوية بعدم امتلاك صاحبها الاختيار؛ اختيار الخصائص المدنية كالاسم واللقب، إذن فهوية الشخص هنا مدرجة مباشرة في سياقه الاجتماعي(الآخر والأسرة والمجتمع)؛ ثم انها توحى بالجدية وتزيد من احتمالات القبول في الفضاءات و المجموعات الافتراضية.

الاسم المستعار

وهي الهوية التي نعرض من خلالها ذاتنا محتمين وراء الشاشة، يقول فرانسوا بريا أن الأفراد لا يستخدمون الأسماء المستعارة للاختباء بالضرورة، ولكن أحيانا لإبراز جوانب أخرى من الشخصية، فالاسم المستعار يمنح صاحبه حرية إختيار ملامحه، إذ يعكس في كل الأحوال حقيقته أو جزء منها، بالإضافة إلى أن غياب المقابلة المباشرة، والمجهولية anonymat تُفسح للمستخدم سهولة ومجالا أكبر للتعبير(François Perea ٢٠١٠).

الجانب التطبيقي | دراسة استطلاعية حول الموضوعات المتداولة

على صفحة «النهار الجديد تيفي TV»

تثير بعض الموضوعات التي تنتمي إلى الحقل الاجتماعي-الثقافي مثل المرأة والدين وغيرها، نقاشات حادة وعنيفة بين المستخدمين على صفحات فيسبوك وذلك أكثر بكثير مما يحدث في الحياة اليومية، حيث يستغل الأفراد تواجدهم وراء الشاشات للتعبير بطلاقة أكبر مما اعتادوا عليه في مجتمعاتهم التقليدية، فنلاحظ تداول عبارات حادة وعنيفة تصل إلى التنمر حول موضوعات إجتماعية وثقافية وُجدت في المجتمع قبل ظهور الشبكة، كما يلاحظ لدى المستخدمين عند إجماعهم على الرأي تجاه مواضيع كالمرأة والدين نوع من التساند واللحمة الذي لا يخلو من الشدة والعدائية، مما أدى إلى تنظيم العمل الميداني كما يلي:

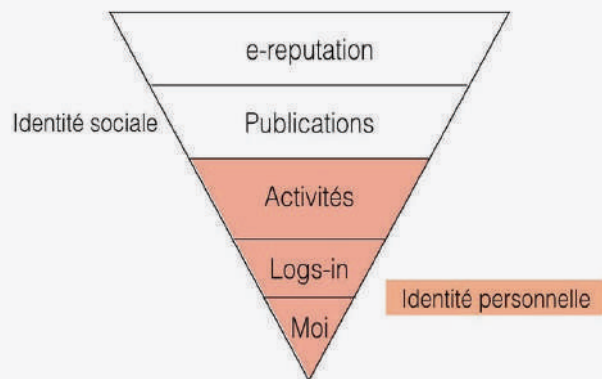
العينة والمعاينة: تم اختيار مجتمع البحث صفحة فيسبوك «النهار الجديد تيفي TV» وعينة من التعليقات (٤٢٠ تعليق) موزعة على موضوعين :

- **الموضوع الأول:** فيديو حول تخرج دفعة نسائية في سلك الجمارك الجزائرية بتاريخ ٢٠٢٣/٠١/٣٠ .
- **الموضوع الثاني:** مقطع من حصة «إسألوا» من تقديم المفتي الشيخ «الياس آيت سي العربي» بخصوص مشروعية الاحتفال بالمولد النبوي بتاريخ ٢٠٢٢/١٠/٧ .

تم استخدام تحليل المضمون لـ ٤٢٠ تعليق، وكذلك تم استخدام مقابلات إفتراضية مع ذات المستخدمين من أصحاب الاتجاه الغالب (١٤ مبحوث من المجموعة الأولى و ٢١ مبحوث من المجموعة الثانية).

بريا مفهوم الإسقاط على عملية عرض الذات في الفضاء الافتراضي وهي عملية الكشف عن جوانب أخرى من الهوية الحقيقية يقول انها أكثر ذاتية وعاطفية غالبا، بفضل مساحة الحرية التي توفرها مجهولية الاسم المستعار الذي لا يسعى إلى إخفاء الهوية الحقيقية بقدر ما يسعى إلى كشف جوانب أخرى من حقيقة الذات، تتمظهر بشكل مجزأ وظرفي وموجه غالبا إلى مجموعة افتراضية تعتمد على تماسك أعضائها من خلال مشاركة الرموز واللغة، فمن هذا المنظور لا يشكل الاسم المستعار مخادعة بقدر ما يسمح بإظهار جوانب أخرى من الهوية ليست أقل أصالة وواقعية (François Perea، ٢٠١٤).

كما يذكر الباحث فرانسوا نيكول في ٢٠١٧ ان الهوية الرقمية تكمل الهوية الفعلية للفرد، ولا تشبهها بالضرورة طالما تستعمل الايقونات والصور الرمزية لتمثيلها في الشبكة، وتعتبر الهوية الرقمية حسب بنية هرمية متكونة من الهوية الاجتماعية وهي الجزء الذي نبرزه و يطلع عليه المستخدمون وهو متكون بدوره من السمعة أو الصيت الالكتروني أي ما يقوله الآخرون عنا بما فيه الروابط التي تشير إلينا وكذلك ما ننشره على الفضاءات الخاصة بنا ونجعله علني، ثم الطبقة التي تتضمن المعلومات الشخصية والتي تتميز بالخصوصية أكثر فأكثر ابتداء من نشاطاتنا وهي ما نفعله بعيدا عن أنظار الآخرين من الاطلاع على مواقع و صفحات إلى الرسائل غير المرسله، تليها المعلومات التقنية الخاصة بهويتنا الالكترونية من الرقم المحدد ID ، وكلمات السر التي نستخدمها، لنصل إلى الطبقة الأكثر سرية وهي الذات، والتي اعتبرها فرانسوا نيكول الهوية الحقيقية للمستخدم، فعند هذا المستوى لم تعد الهوية الرقمية مجرد إسقاط للذات على الشبكة و إنما تقترب من عملية مكاشفة، ليخلص إلى انها على غرار الهوية الواقعية فإن الهوية الرقمية تتكون هي الأخرى من الجانب الشخصي و الجانب الاجتماعي، ويلتحق بدومينيك كاردون في رؤيته وهي أن الهوية الاجتماعية هي إسقاط للذات التي تلعب الأدوار، تلك الذات التي تضم الصيت الالكتروني والمنشورات، كما يتضمن النشاطات وبيانات الالكترونية والذات ولكنها لا تساهم في تكوين صورتنا في العالم الافتراضي(François Perea، ٢٠١٧)، كما يعرض فرانسوا بريا francois perea مفهومه للهوية الرقمية فيقول انها متكونة من هوية مدنية identité civile وهوية الشاشة identité écran وهي نتاج ثلاثة ابعاد البعد الشخصي: الذاتي ، البعد العلائقي: ما بين الأشخاص، البعد الاجتماعي: الدور، الوضع الاجتماعي.



Identité sociale/identité personnelle @FrançoisNicolle

١- تحليل المضمون

جداول التحليل: فيما يلي جداول إحصاء للمضامين التي تناولها المستخدمون بالنقاش مع النسب المتحصل عليها، وعرض للأسئلة الرئيسية التي طُرحت أثناء المقابلة الافتراضية لذات المستخدمين.

أ- الموضوع الأول: تقلد المرأة مسؤوليات مهنية أمنية

الجدول (١)

عمل المرأة في سلك الجمارك

إيجابي (%)	سلبي (%)	محايد (%)
15%	82%	3%

تبين نتائج الجدول (١) أن أغلبية المتدخلين من الرجال والنساء غير راضين على عمل المرأة في سلك الجمارك ويرون ذلك بعين سلبية إذ تمثل نسبتهم ٨٢% من مجموع (٢١٤) تعليق، وهو شبه اتفاق داخل المجموعة الافتراضية من الجمهور الجزائري متبعي قناة «النهار»، وقد أدى تحليل مضامين التعليقات المعارضة إلى تصنيفها كما يلي بالترتيب:

الجدول (١-١)

مضامين الفئة المعارضة

المضامين	النسب
الفساد	24%
تمييز عنصري	17%
تنمر	15%
دوافع دينية	12%
استياء	11%
سلوكات تحرش	4%

٢- المقابلة

على ضوء نتائج تحليل المضمون، تم التواصل مع ذات المستخدمين عن طريق عدد من المقابلات الافتراضية الفردية قصد الاستفسار حول النسب المتحصل عليها وكانت الأسئلة الرئيسية: هل تعتقد أن المرأة أكثر فسادا من الرجل؟ هل تعتقد أن الجمركي لابد أن يكون رجل وليس امرأة؟ هل تعتقد أن عمل المرأة في سلك الجمارك حرام؟ ما الذي يزعجك في تولي المرأة مهام الجمركة؟

نتائج المقابلات: جاءت إجابات المبحوثين من الإناث حول احتمال ميول المرأة إلى الفساد أكثر من الرجل إذا ما تقلدت مهنة جمركية بالنفي وأنهما على قدم سواء أمام الفساد، أما المبحوثين الذكور فوردت إجابات متكررة من أن المرأة أكثر ضعفا من الرجل أمام الإغراء المادي مع

توقف المبحوث وعجزه عن التفسير أكثر، أما عن إبداء ذات الرأي في مجتمعه الأصلي فهو يبدي حرج في الاعتراف برأيه المتعلق بضعف المرأة أمام الفساد في محيطه المباشر بينما يفعل ذلك بسلاسة أكبر باستخدام الهوية الافتراضية.

كما يُبدون دذبذة في الإجابات بخصوص أحقية تولي الرجال مهنة الجمركة بدل النساء حيث جاءت الأجوبة بالإيجاب في بداية المقابلة ومتردة عند شرح تفاصيل المهام الجمركية، ليغير بعضهم رأيه إلى النقيض.

أما آرائهم الدينية فقد جاءت قاطعة تتراوح بين حرمة عمل المرأة عامة مع تبريرات شرعية مثل حرمة الاختلاط واللباس والعورة والخلوة...الخ، وصعوبة العمل في القطاع الجمركي من منطلق ذكوري باعتباره سلك أمني، أما عند عرض تفاصيل وحالات حول عملها في الجمركة لكفاءتها أو كمرأة مُعيلة أو... فيتحول موقف المبحوث إلى النقيض ولا يعارض عمل المرأة بجميع الأسلاك الأمنية إلا من منطلق قناعته بعدم تكافؤ الفرص بين الذكور والإناث في البلاد، وعن إمكانية التعبير عن ذات الرأي في مجتمعه الأصلي فيجد صعوبة في مواجهة المحيط ذو الأغلبية المعارضة وهو يتبنى نفس الموقف افتراضيا سواء بهويته الحقيقية أو المستعارة.

١- الهويات المستخدمة

الجدول (٣)

الهويات الافتراضية المستخدمة - الموضوع الأول

اسم مستعار	اسم مدني
فئة المعارضين على عمل المرأة	45.5 % 54.5 %
فئة المؤيدين	65 % 35 %

يستخدم «المعارضون على الاحتفال» وهي الفئة الغالبة ذات الاتجاه المهيمن على المجموعة، هوياتهم المدنية بسلاسة أكبر وبنسبة تفوق بقليل تلك التي تستخدم الاسم المستعار، بينما تستخدم فئة الأقلية المؤيدة للاحتفال الاسم المستعار بنسبة تساوي تقريبا الضعف من تلك التي تستخدم الاسم المدني.

ب- الموضوع الثاني: مشروعية الاحتفال بالمولد النبوي

تم رصد وتحليل التعليقات المتداولة حول مقطع من حصة «أسألوا» من تقديم المفتي الشيخ «الياس آيت سي العربي» بخصوص مشروعية الاحتفال بالمولد النبوي والذي أفتى فيه بجوازه وذلك بعرض جملة من الأدلة.

تحليل المضمون

الجدول (٢)

عمل المرأة في سلك الجمارك

غير موافق (%)	موافق (%)	محايد (%)
80.8 %	17.31 %	1.89 %

الاحتفال بالمولد النبوي

يبين الجدول (٢) أن أغلبية المستخدمين من الجنسين لا يوافقون على الاحتفال بالمولد النبوي بنسبة غالبية تمثل ٨٠% ويعتبرونه في مجملهم «بدعة» لا يجوز إحياؤها، وقد تم تحليل مضامين الأغلبية المعارضة قصد التعرف على تفاصيل حول سلوكياتهم وما يثرونه من أسباب ومن ثم بناء المقابلة على ضوء ذلك وهي بالترتيب كالتالي:

الجدول (٢-١)

مضامين الفئة المعارضة

المواضيع الفرعية	النسب
نبذ الصوفية	27 %
التنمر على الشيخ	27 %
الاحتفال بدعة	27 %
الاحتفال جهل	15 %
الانتماء إلى السلفية	10 %
اللامعقول الديني	8 %

وعلى ضوء نتائج التحليل تم بناء متن المقابلة والتواصل مع ذات المستخدمين افتراضيا عبر خدمة الماسنجر، وذلك قصد الاستفسار حول النسب المتحصل عليها وكانت الأسئلة الرئيسية: ما الذي يزعجك في شخص الشيخ المفتي؟ ما علاقة الصوفية بالاحتفال بالمولد النبوي، هل تعرف صوفيا؟ ما الذي تعرفه عن الصوفية؟ ما الذي يزعجك في مظاهر الاحتفال؟ هل تعتقد أن تلك المظاهر مضرّة؟ ماذا عن الاحتفال برأس السنة وفوز الفريق الوطني؟

نتائج المقابلات: أثارت الأسئلة حول التيار الصوفي والصوفيين ردود أفعال رفض واستنكار لدى المبحوثين، بحيث يربط هؤلاء الاحتفال بالمولد النبوي بالصوفيين بشكل تلقائي، وحول ما يعرفونه عنهم كانت أغلب الإجابات عبارة عن نعوت استثنائية من قبيل الضالين، القبوريين، عشاق الموالد...، وحول سؤال هل يعرفون صوفيا؟ كانت الإجابة بالسلب سوى ما يسمعون ويقرؤون، أما عند الخوض في مظاهر الاحتفال من إشعال شموع، إنشاد، وتحضيرات ربات البيوت، لا يجد المبحوث حرج فيها وفي نفس الوقت لا يجد تفسير منطقي لربطه علاقة بين إحياء المناسبة الاحتفالية والصوفيين، وعن سؤال هل يجدون صعوبة في اتهام الصوفيين بالضلال علنا تجيب أغلبية المبحوثين بالإيجاب.

أما أغلبية الردود وأسرها في توضيح أسباب رفضهم الاحتفال هو كونها «بدعة» لم يعرفها السلف، وعند إثارة حالات أخرى لمظاهر الاحتفال التي لم توجد هي الأخرى في عهد الرسول(ص) مثل الاحتفال بفوز الفريق الوطني بنفس الوسائل يكتفي المبحوث بالإجابة أنه ليس نفس الشيء ويتوقف عن التقدم في الحوار، كما يبقى ثابت على موقفه المعارض سواء في الواقع أو في الفضاء الافتراضي وبأي هوية كانت.

وعند مساءلة المبحوث حول تنمره تجاه شخص الشيخ المفتي تلخصت إجاباته في الجهل والبعد عن الدين الصحيح، كما عبر عن استنكاره الفتوى ودونية مستوى الشيخ الياس مقارنة بفقهاء الجزيرة العربية، وقد تم ذكر ابن باز والألباني ودعاة الفضائيات أيضا حيث ورد اسم الشيخ القرني، وعن سؤالهم حول التمسك بمواقفهم في الحياة الواقعية يجيبون بالإيجاب.

٢- الهويات المستخدمة

الجدول (٣)

الهويات الافتراضية المستخدمة-الموضوع الثاني

اسم مستعار	اسم مدني
68.2 %	31.8 %
77.4 %	22.6 %

فئة المعارضين على الاحتفال

فئة المؤيدين للاحتفال

يعبر المعارضون على الاحتفال وهو الاتجاه الغالب والفكرة المسيطرة على المجموعة، بهويات مستعارة في أغلبهم ولكنها تعتبر اقل من نسبة استخدام الأقلية للإسم المستعار في التعبير ومخالفة الأغلبية.

تحليل النتائج

١- الموضوع الأول: أخذت ردود أفعال المستخدمين منحنيات غير منتظمة، حيث يلاحظ أثناء المقابلة أن أفكارهم وقناعاتهم تبدأ حماسية مندفعة تبدو مقطوفة من المجموعة ومعززة بها، سرعان ما تتراجع حدتها عندما يتواجد المبحوث منفردا أثناء المقابلة وبالتقدم في الأسئلة والتعمق فيها، مما يشير أولا إلى أن المستخدم واقع تحت تأثير منظومة المعايير التفاعلية للمجموعة التي تقتضي أن يمثل الفرد للاتجاه الغالب قصد الحصول على القبول وتفاذي الإقصاء، وإن المعايير الاجتماعية تساهم بشدة في صقل موقفه بدليل عدم ثباته ودفاعه عن موقفه السالف وهو منفرد متحرر من ضغط الأغلبية، بل بالعكس يُبدي تفهم أكبر وليونة في التفاعل واستعداد للتنازل عن حده فيما يخص موضوع إمتهان المرأة الجمركة، بل يكشف عن دافع أعمق لموقفه وهو استياءه من عدم تكافؤ فرص التوظيف بين الرجال والنساء بدل إثارة عامل الفساد وحققها في العمل، وهو ما لا يظهر في تعليقاتهم داخل المجموعة. تقدم المقابلة للمستخدم سياق منعزل عن المجموعة وبعيد عن المنظومة المعيارية التي تدير وتهيمن عليها، فنجده يتعامل بذاته الحقيقية ويظهر استعداد للتفاوض واستخدام العقل وربط علاقات منطقية بين متغيرات الوضعية، بدليل تبنيه فكر مغاير بعد استيعابه

كلما توارت الذات الحقيقية وانصهرت داخل الذات الفعلية بشكل غير واعٍ، ويتمظهر ذلك عند أفراد المجتمع العربي في اختفاء الرأي الشخصي وضمور القدرة أو الرغبة في التفكير المستقل وبناء الذات، ويلجؤون بدل ذلك إلى السلوكيات المزدوجة اللاشعورية وهو ما ينقلنا من جدل الهوية الافتراضية مقابل الهوية الواقعية، إلى جدل الهوية الافتراضية -الواقعية وهي الهوية التي يصطنعها المواطن العربي لنفسه ليتفاعل من خلالها في حياته اليومية وداخل مجتمعه التقليدي.

المهام الجمركية بالنسبة إلى المرأة، وقد تشبه ظروف المقابلة تلك التي يوفرها له الإسم المستعار حيث يحجب عنه هو الآخر ضغط المجموعة ويُمكنه من التدخل بأريحية ومأمن والتعبير بشكل مستقل، فيُفعل ذاته الحقيقية ويمنحها فرصة الوجود والفعل.

٢- الموضوع الثاني: يأخذ الاحتفال بالمناسبة الدينية اتجاهات غير متوقعة من طرف المستخدمين حيث يربطونه بالصوفيين ويظهرون عداء استثنائي تجاههم مع محدودية معارفهم حول التيار الصوفي، وهي علاقة يصعب فهمها لأول وهلة بالنسبة للباحث والمبحوث معاً، كما تبدو مواقفهم أكثر حدة وتعصبا سواء في العلن أو على انفراد، بحيث يعبرون عن نفس الآراء أثناء المقابلة ويظهرون نفس الحزم والتمسك بها مع إظهار نوع من التشنج وصعوبة تفسيرهم للعلاقة التي يربطونها بين فكرة إحياء المولد النبوي والشعور بالعداء تجاه الصوفيين مثلاً، وكذا صعوبة إسقاط بدعة الاحتفال على احتفالات فوز الفريق الوطني، مما يدل على أن المبحوث يُخزن ارتباطات معرفية بشكل لا شعوري، كما أنه لا ينفك عن مواقفه أثناء المقابلة الفردية ويضل ثابت الموقف ومتشنج أثناء التبادل أو يلجأ إلى الانسحاب أو المراوغة وذلك سواء باستخدام الاسم المستعار أو الاسم الحقيقي في الفضاء الافتراضي، بعكس موضوع عمل المرأة في الجمركة أين أظهر استعداد لاستخدام العقل وفك التناقض وهو منعزل عن المجموعة، ولعل الموضوع الديني يختلف في طبيعته وعلاقته بالأفراد والجماعات فهو يصنّف في خانة المقدس ويمتلك من الهالة الدينية والتاريخية والاجتماعية ما يحصنه من اقتراب العوام، فلا تبدي نتائج التحليل حول الموضوع الثاني في هذه الدراسة أي ارتباط ذو طابع تفاعلي يؤثر على موقف الفرد حول الموضوع الديني، مما لا يسمح بالحديث عن حالات الذات التي تتمظهر في علاقتها بالمحيط والآخرين.

خاتمة

انطلقنا في هذه الدراسة من فرضية أن المقابلة تعزل الفرد عن الجماعة وتمنح له فرصة للتعبير عن أفكاره بمعزل عن المجموعة وبالتالي السماح للذات الحقيقية بالتعبير والظهور ووضع حد لتناقض الأفكار والسلوك وازدواجية الوجود، وإن سياق المقابلة المستقل يشبه ذلك الذي توفر الهوية الافتراضية والاسم المستعار من مجهولية داخل الشبكة، مما يسمح له بالتعبير مرة أخرى في معزل عن رقابة الآخرين وتحرير ذاته الحقيقية، وبعد رصد المضامين المتداولة وتحليل المقابلات مع المبحوثين، اتضح أولاً أن ازدواجية ردود أفعال المبحوثين لا تتوقف على نوعية المجموعات بقدر ما هي متعلقة بالموضوعات المتناولة، فهناك من الموضوعات الاجتماعية ما يسيطر عليه أفراد المجتمع، يصنعون راهنه ويتحكمون في متغيراته إلى حد ما، وهناك من المواضيع بالغة التعقيد وتعلق بالتكوين النفسي للأفراد وتوازنهم وبالتالي تثير لديهم ردود أفعال متصلة تستدعي دراسة معمقة للكشف عن تركيبها.

يكشف الفضاء الافتراضي تفاوت في قدرات أفراد مجتمع البحث على تناول الموضوعات، سواء بالمنطق أو العاطفة، بالاسم المستعار أو المدني، فلم يعد الحديث عن المسافة بين الهوية الافتراضية والهوية الحقيقية، وإنما أضحى يتعلق الأمر هنا بالمسافة بين الذات الحقيقية للفرد وذاته الفعلية، فكلما كان الموضوع مصنف ضمن المقدسات أو المحظورات

قائمة المراجع

١. أليكس ميكشيللي (١٩٩٣)، الهوية ، تر:علي وطفة، دمشق: دار الوسيم للخدمات الطباعية
٢. امحمد ماليكي (٢٠١٣)، الاندماج الاجتماعي وبناء مجتمع المواطنة في المغرب الكبير، المؤتمر السنوي الثاني للعلوم الاجتماعية والإنسانية، الدوحة:المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ٣٠-٣١ مارس.
٣. غرينفيلد سوزان (٢٠١٧)، تر: ايهاب عبد الرحيم علي، تغير العقل: كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، الكويت: عالم المعرفة، عدد ٤٤٥، فبراير
٤. Alex Mucchielli (2015), L'identité individuelle et les Contextualisation de soi, Dans Le Philosophoire /V1, n° 43, pages 101 à 114
٥. <https://www.cairn.info/revue-le-philosophoire-2015-1-page-101.htm>
٦. Philippe Fuchs (2003), Introduction à la réalité virtuelle. In Le traité de la réalité virtuelle, volume 1, chapitre 1. Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris
٧. [/https://www.pressesdesmines.com/produit/le-traite-de-la-realite-virtuelle-volume-1-l-homme-et-l-environnement-virtuel](https://www.pressesdesmines.com/produit/le-traite-de-la-realite-virtuelle-volume-1-l-homme-et-l-environnement-virtuel)
٨. François Nicolle (2017), «L'identité numérique, la face cachée de notre identité ? », in the conversation [online
٩. <https://theconversation.com/lidentite-nume-rique-la-face-cache-e-de-notre-identite-85140>
١٠. Paveau M.-A. (2015), "Pseudonymat", Technologies discursives, [Carnet de recherche], <https://technodiscours.hypotheses.org/245>
١١. François Perea (2014), pseudonyme en ligne :Remarques sur la vérité et le mensonge sur soi, Éditions de l'Association Pa-roles | « Sens-Dessous », V2 N° 14 | pages 15 à 22, <https://www.cairn.info/revue-sens-dessous-2014-2-page-15.htm>
١٢. François Perea (2010), L'identité numérique : de la cité à l'écran : Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique
١٣. <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2010-1-page-144.htm>

وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية للأسرة الجزائرية

مريم بلواد

الجزائر

belouadmeriem7@gmail.com

ملخص

شهدت المجتمعات البشرية في القرنين العشرين والواحد والعشرين تطورا رهيبا في مجال الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة؛ حيث طغت هذه الأخيرة على كل المجالات سواء المجال الاقتصادي والسياسي والتعليمي وغيرها، كما أن وسائل التواصل الحديثة ساهمت في اختصار المسافات بين الأفراد وتوفير الوقت وقربت الشعوب وجعلت العالم قرية صغيرة، فمن خلالها أصبح الواحد منا يتواصل مع أفراد آخرين من بلدان مختلفة صوتا وصورة، إضافة إلى متابعة كل ما يحدث في العالم لحظة بلحظة، وبالرغم مما حققته هذه الوسائل إلا أنها أثرت وبشكل كبير على مستوى شبكة العلاقات الاجتماعية للأفراد، وخاصة العلاقات الأسرية باعتبار الأسرة هي النواة الأولى في المجتمع التي يتربى فيها الطفل والشباب ويكتسب قيم وأخلاق ومعايير مجتمعه، إلا أن طغيان وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها الواسع أحدث خللا في التفاعل الاجتماعي بين أفراد الأسرة الجزائرية وخلقت العديد من المشاكل داخلها، وسنحاول في هذه الدراسة التعرف عن الآثار التي أحدثتها وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى شبكة العلاقات الاجتماعية لدى أفراد الأسرة الجزائرية.

الكلمات المفتاحية

وسائل التواصل الاجتماعي، العلاقات الاجتماعية، الأسرة الجزائرية

مقدمة

خليفة وصوراية لعرابة أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على تيسير الخيانة الزوجية الالكترونية وتمزيق النسيج الاجتماعي وهتك الأعراض، إضافة إلى الطلاق العاطفي بين الزوجين هذا المصطلح الجديد الذي أصبح متداول بكثرة بين الباحثين والمفكرين في المجال السوسيولوجي وغيرها من المشاكل الأسرية، ناهيك عن تأثيرها على العلاقات الجماعية والتفاعلات بين الأولياء والأبناء، بسبب الاستعمال المفرط والكبير لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف الأبناء وانعزالهم عن عالمهم الحقيقي والخلو بأنفسهم في عالمهم الافتراضي؛ لما يحققه لهم من سرية تامة في بناء علاقات جديدة والتواصل مع الجنس الآخر دون علم الأولياء، إذ أن العالم الافتراضي يتيح للفرد بناء علاقات مختلفة دون علم الآخرين ويتيح له أيضا هامشا من الحرية، والتخلص والهروب من سلطة العائلة والقيود التي يضعها المجتمع في الواقع الحقيقي، وقد جاءت هذه الدراسة العلمية للبحث في السؤال التالي: كيف أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى أفراد الأسرة الجزائرية؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة الحالية الموسومة بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية للأسرة الجزائرية" في كونها تتطرق لموضوع وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت تستعمل بكثرة في جل مظاهر الحياة الاجتماعية للأفراد، وخاصة مع الانتشار الكبير الذي تعرفه هذه التقنيات وتزايد آثارها السلبية على الأسرة الجزائرية

شهد العالم في القرن العشرين تطورا تكنولوجيا كبيرا واصبحت التقنية تستعمل في كل المجالات حتى في بناء العلاقات بين الأفراد، كما سهلت هذه التقنيات الحديثة والمواقع الافتراضية عملية التفاعل بين البشر وقربت المسافات بينهم، على عكس القرون الماضية التي كان التواصل فيها إما وجها لوجه أو عن طريق الرسائل الورقية، أما اليوم أصبح العالم قرية صغيرة تقلصت فيه المسافات بين البشر وأصبح بإمكان شخص من الجزائر أن يتواصل بالصوت والصورة مع شخص آخر من بلد آخر بكل سهولة، ونرى اليوم هذه المواقع التي أصبحت فضاء لبناء شبكة من العلاقات الجماعية بين الأفراد بغية اشباع العديد من الحاجات، إذ تختلف الدوافع والأسباب التي تجعل الفرد يميل إلى بناء علاقاته على مواقع التواصل الاجتماعي، فمنها من يسعى إلى التعرف على أشخاص جدد من بقاع مختلفة من العالم والاحتكاك بالثقافات الأخرى، ومنهم من يريد التواصل مع أفراد عائلته عبر هذه المواقع نظرا لبعد المسافات بينهم، والبعض الآخر لقضاء الوقت والدراسة مع الأصدقاء... إلخ، والملاحظ أن استعمال الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي يختلف باختلاف حاجاتهم إليها.

لا يمكن أن ننكر أن وسائل التواصل الاجتماعي سهلت عملية التفاعل بين الأفراد ولها العديد من المزايا والإيجابيات ولكن بالمقابل أثرت بشكل سلبي أيضا على علاقات الأفراد داخل الأسرة الواحدة، وخلقت العديد من المشاكل الأسرية منها الطلاق؛ الخيانة الزوجية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد اكدت الدراسة التي أجراها كل من نوفل بن

وفي تعريف آخر جاء فيه بأنها "مجموعة من التطبيقات المستندة على شبكات الإنترنت، والتي تشمل المحتوى الذي ينتجه المستهلك، أي مجموعة الانطباعات التي يصدرونها، والناجمة عن خبراتهم وتجاربهم" (محسن ، ٢٠٢٠ ، صفحة ٢٩٩٣)

وتعرف الباحثة وسائل التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها تلك الشبكات العنكبوتية الافتراضية تتيح للفرد فتح حساب خاص به وبيانات متعلق بشخصه، وتمكنه من التواصل والتحدث مباشرة عبر الخط مع الآخرين وبناء علاقات افتراضية معهم مثل الفيس بوك، تويتر، واتساب.

الدراسات السابقة

من بين الدراسات التي تناولت الموضوع الحالي أو تطرقت لأحد متغيراته ما يلي:

الدراسات المحلية

١. دراسة مصطفى سحاري وخير الدين بوهدة (٢٠٢١) بعنوان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية" وهدف الباحثان من دراستها إلى التعرف على مدى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوسط الأسري بالمدينة، وقد اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي لجمع وتحليل البيانات الميدانية وعينة مكونة من ٣٠٠ مفردة تم سحبها بطريقة قصدية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- غالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ويومي.
- بينت الدراسة أن المبحوثين يفضلون نمطي الاستخدام بشكل منفرد ومغلق على نمط الاستخدام الجماعي وهذا كون النمط الأول يشعر فيه الفرد بالحرية والخصوصية.
- أوضحت الدراسة أن أهم التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد العينة أنها تؤدي إلى العزلة عن الأسرة يليها الشعور بالقلق ثم الازدحام على الإنترنت أما السعي إلى السرية فكانت النسبة ضئيلة.
- تؤكد الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلباً على العلاقات والروابط الأسرية، وهذا من خلال إلغاء دور الأسرة في النقاش وتبادل الأفكار والآراء واستبدالها بمجال آخر افتراضي.
- توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت فعلاً على العلاقات الأسرية من خلال غياب الحوار داخل الأسرة وزيادة نسب المشاكل داخلها.

٢. دراسة نور الهدى عبادة (٢٠١٥) بعنوان "العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك" حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الدوافع الاجتماعية الكامنة وراء إقبال طلبة جامعة الجزائر كلية الإعلام والاتصال على تشكيل علاقات اجتماعية افتراضية عبر موقع الفيسبوك، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج

باعتبارها - أي الأسرة - اللبنة الأساسية لأي مجتمع والنواة التي يترى فيها الناشئة وأولى مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ضف إلى ذلك تأثير دورها ووظيفتها بما نسميه وسائل التواصل الاجتماعي حيث أحدثت هذه الوسائل تغييرات في الأسرة وانشقاقات بين أفرادها.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستعملها أفراد الأسرة الجزائرية في علاقاتهم مع الآخرين.
- التعرف على الدوافع التي تدفع أفراد الأسرة الجزائرية إلى بناء علاقات اجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على آثار مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لأفراد الأسرة الجزائرية.

مفاهيم الدراسة

العلاقات الاجتماعية للأسرة

عرفت العلاقات الاجتماعية بأنها "ضابط الاتصال بين الأفراد، أو هي بمثابة سفير بينهما، أو هي هندسة العلاقات الودية المتبادلة بينهما" (وارم و قرين ، ٢٠٢٠ ، صفحة ٦٥٥)

وجاء في تعريف آخر العلاقات الاجتماعية هي "مجموعة النشاطات التواصلية بين الأفراد والجماعات على أساس التعاون للوصول إلى تحقيق الرغبات والاشباع المرغوب فيها، بالتالي الوصول إلى تحقيق التوازن والاستقرار والاندماج" (زهاق و وآخرون ، ٢٠٢١ ، صفحة ١٦٠)

تعرف الأسرة بأنها "وحدة بيولوجية مكونة من زوج وزوجة وأبنائهما ويمكن اعتبار الأسرة أيضاً نظاماً اجتماعياً أو منظمة اجتماعية متعارف عليها تقوم بسد حاجات انسانية معينة" (شعبان ، ٢٠١٧ ، صفحة ٣)

الأسرة في الخلية الأولى في المجتمع تتكون من زوج وزوجة وأبناء تتولى مهمة تربية وتنشئة الأجيال وفق عادات وقيم ومعايير المجتمع الذي تنشأ فيه.

وكتعريف إجرائي نعرف العلاقات الاجتماعية الأسرية بأنها تلك الاتصالات والتفاعلات التي تنشأ بين الأفراد الأسرة الواحدة وترتبطهم روابط العاطفة والدم، يتعاونون ويضامنون فيما بينهم لاستمرار الأسرة واشباع رغباتهم وحاجاتهم.

وسائل التواصل الاجتماعي

تعرف بأنها "منظومة من الشبكات (الالكترونية) التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات، والهوايات نفسها" (كتانة ، ٢٠١٥ ، صفحة ٣٠)

- ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون ان الإنترنت ذات تأثير سلبي على المجتمع السعودي دينيا واخلاقيا.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين جنس الزوجين وبين تأثير استخدام الإنترنت على العلاقة بينهما.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للإنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بينه وبين زوجته.
- وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الآباء للإنترنت وبين تأثير ذلك على العلاقة بين الوالدين والبناء من وجهة نظر الوالدين.

الدراسات الأجنبية

١. دراسة Ade Ayu Harisdiane Putri & Hani Khairunnisa بعنوان "العلاقة بين وظيفة الأسرة وإدماج وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقين" حيث هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين أداء الأسرة وسلوك ادمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقين، وقد كان تصميم البحث المستخدم هو الارتباط من خلال اختبارات الارتباط لمعرفة العلاقة بين أداء الأسرة ومتغيرات ادمان وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقين، والاعتماد على مقياس ليكرت وعينة مكونة من ١٠٠ مراهق وتوصلت الدراسة إلى ان هناك علاقة بين وظيفة الأسرة وسلوك ادمان مواقع التواصل الاجتماعي لدى المراهقين.
٢. دراسة Fortuna Procentese at el (٢٠١٩) بعنوان "الأسرة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي: دور تصور الآباء حول وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقة بين الفعالية الأسرية والتواصل المفتوح" حيث هدفت الدراسة إلى تعميق الدور الذي يمكن أن تمارسه تصورات الآباء حول تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي داخل وظائف الأسرة، وتحديد العلاقة بين الفعالية الجماعية للأسرة والتواصل المفتوح داخل الأسرة مع المراهقين، وقد اعتمد الباحثون على أداة الاستبيان للكشف عن انفتاح الاتصالات الأسرية والفاعلية الجماعية للأسرة والتصورات حول تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على أنظمة الأسرة، وقمت الدراسة على عينة مكونة من ٢٢٧ أباً لديهم أطفال مراهقين والذين يستخدمون الفيس بوك وواتساب للتواصل مع أبنائهم، وتوصلت الدراسة إلى أن التصورات تظهر كوسيط في العلاقة بين الفعالية الجماعية للأسرة وانفتاح الاتصالات، مما يشير إلى أنه ليس التأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على أنظمة الأسرة هو المهم فقط ولكن أيضاً تصورات الوالدين عنها وكيف يشعرون بأنهم قادرين على إدارة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم وبأطفالهم دون الاضرار بعلاقاتهم الأسرية.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد عرض الدراسات السابقة المشابهة لموضع الدراسة يتضح أن الدراسة الحالية تشابه وتتقاطع مع هذه الدراسات في عديد النقاط؛ إذ تتفق

المسحي وأداة الاستمارة وزعت على عينة قوامها ٩١ طالب وطالبة في طور الماستر وتوصلت الدراسة إلى:

- الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك انطلاقاً من دوافع يختلف ترتيبها من حيث الأهمية من طالب إلى آخر حسب الحاجات التي يطمح كل واحد منهم بتحقيقها.
- معظم المبحوثين يقبلون إقامة علاقات اجتماعية افتراضية انطلاقاً من دوافع اجتماعية تتمثل في: امكانية التفاعل الاجتماعي غير المحدود كأول دافع، يليه دافع تجاوز رقابة المجتمع الحقيقي ثم تعويض الاهتمام الاجتماعي كدافع ثالث.
- معظم المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بدافع توسيع الاهتمام الاجتماعي كدافع رئيسي ثم تجاوز رقابة المجتمع الحقيقي كدافع فرعي له.

الدراسات العربية

١. دراسة لمياء محسن (٢٠٢٠) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري" وقد هدفت الباحثة من إجرائها للدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بالتفكك الأسري في المجتمع المصري، معتمدة على المنهج منهج المسح الاعلامي وأداة الاستمارة وزعت على عينة قوامها ٢١٠ أسرة مصرية بكافة افرادها من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الباحثة من خلال معالجة البيانات الميدانية إلى النتائج التالية:
 - ندرة التفاعل بين الزوجين داخل الأسرة بدليل انهم يقضون مع بعضهم البعض أقل من ساعتين للتحديث والتحاور، بينما يقضي كل منهما بمفرده على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من خمس ساعات يومياً.
 - تتمثل أسباب المشكلات الأسرية الناتجة عن استخدام الزوجين لمواقع التواصل الاجتماعي في: التجاوز الأخلاقي في التعامل مع الجنس الآخر، التعصب لرأي الأصدقاء على مواقع التواصل، اخبار الأصدقاء على مواقع التواصل ما يحدث معهم في حياتهم الخاصة.
 - يعد الانشغال عن الأسرة وقضاء وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعي ابرز أسباب سوء العلاقة الزوجية على مستوى الأسرة المصرية.
٢. دراسة إلهام بنت فريج العويضي (٢٠٠٤) بعنوان "أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة" وقد هدفت الباحثة من اجراء دراستها إلى التعرف على أثر استخدام الإنترنت على علاقات الأسرة وبين أفرادها، ولتحقيق ذلك اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي وأداة الاستمارة وزعت على عينة مكونة من ٢٠٠ أسرة، وتلخصت نتائج الدراسة في:
 - يعد تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة في مجتمع الدراسة تأثير محدود وبسيط.

عناصره وإبراز العلاقات التي تربط فيما بينها مما يسمح في النهاية بفهم منطق حركتها وتطورها ومن ثم يكمن التنبؤ بما يحتمل أن تصير إليه في المستقبل" (فلية و الزكي ، ٢٠٠٣ ، صفحة ٢٤٠)

٣. عينة الدراسة

اختارت الباحثة عينة قصدية مكونة من ٢٠ مفردة تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي يوميا.

٤. أدوات جمع البيانات:

نظرا لكون الدراسة تعتمد على الأسلوب الكيفي اعتمدت الباحثة على تقنية المقابلة كأداة لجمع البيانات المطلوبة من ميدان الدراسة، حيث قامت الباحثة بإجراء مقابلات مع أفراد العينة وطرح عليهم مجموعة من الأسئلة التي تفاعل معها المبحوثين وقدموا لنا إجابات عن الأسئلة المطروحة؛ حيث ساعد ذلك الباحثة على معرفة الكيفية التي يبني بها الفاعلين علاقاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة تفسير تلك البيانات من خلال تطبيق قواعد المنهج التي ذكرها "أميل دوركايم" و"أنطوني جيدنز".

٥. عرض بيانات المقابلة حسب كل حالة

الحالة الأولى: امرأة تبلغ من العمر ٣٦ سنة؛ متعلمة ولها وظيفة ومتزوجة، تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تواصلها مع الآخرين يوميا، ومن بين المواقع التي تستعملها الفيسبوك وواتساب حيث ترى أن الدوافع التي تدفعها إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تكمن في أن هذه المواقع تسهل عملية تواصلها مع أفراد عائلتها، ولها أصدقاء عرفتهم في هذه المواقع إضافة إلى تعرفها على بعض ثقافات الشعوب الأخرى ومتابعة الأخبار، وتؤكد هذه السيدة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها مزايا كثيرة إلى أنها أصبحت تعاني مؤخرا من إدمان أبنائها على هذه المواقع وترى أنها أثرت كثيرا على علاقتها بأبنائها؛ إذ أصبح كل فرد من أفراد أسرتها له عالمه الخاص به، وهذا انعكس سلبا على التواصل بينها وبينهم، أما فيما يخص علاقتها بزوجها فترى أنه لا توجد مشاكل بينهما.

الحالة الثانية: سيدة متزوجة تبلغ من العمر ٢٩ سنة مأكثة بالبيت ولها أبناء وتمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تستعمل في تواصلها الفيسبوك وانسغرام تقول هذه السيدة أنها تمتلك مكنية خياطة، وتستعمل هذه المواقع بهدف الاستفادة من المنشورات المتعلقة بالأزياء فهي تتابع على حسابها في الانسغرام أشخاص يعرضون فيديوهات تتعلق بمجال الخياطة، كما أنها تتابع بعض المجموعات التي يشرح أصحابها دروس للتلاميذ لتساعد ابنائها في دراستهم، أما فيما يتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتها بأبنائها فترى أن أبنائها لازالوا صغار في السن وليس لديهم هواتف نقالة أو حواسيب، ولكن مستقبلا ترى أنها ستقوم بمراقبة أبنائها كي لا يصحبوا مدمنين على هذه المواقع الافتراضية، وفيما يخص علاقتها بزوجها فتؤكد هذه الحالة أنه فيه مناقشات بينهما سبب استعمال الزوج لمواقع التواصل الاجتماعي كثيرا.

دراستنا مع دراسة نور الهدى عبادة من حيث تطرقهما إلى الموضوع نفسه ولكن تختلفان من حيث الأفراد المعنيين بالدراسة، كما تتفق الدراسة مع دراسة الباحثين مصطفى سحاري وخير الدين بوهدة من حيث تطرق الدراستين إلى الموضوع نفسه ومحاولة دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة الجزائرية والعلاقات التي تربط أفرادها فالدراستين تتشابه فيما بينهما، وفيما يخص الدراسات العربية نلاحظ أن الدراسة الحالية تتشابه كثيرا مع دراسة محسن لمياء التي تطرق لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتفكك الأسري حيث يعتبر التفكك الأسري أحد الأبعاد التي يبحث فيها الدراسة الحالية، وتختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسات من حيث أدوات جمع البيانات حيث اعتمدت الدراسة الحالية على تقنية المقابلة ذلك كون الدراسة كيفية في حين اعتمدت الدراسات العربية والمحلية على الاستمارة، وتتشابه الدراسة الحالية مع دراسات الأجنبية من حيث تطرقهما لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أفراد الأسرة، وتختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسات الأجنبية في طريقة تناولها للموضوع فهذه الدراسة تهتم بآراء وتصورات الآباء تجاه مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأسرة، في حين الدراسة الحالية تتعمق أكثر للبحث عن التأثيرات المصاحبة لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الجماعية للأسرة، وقد استفادة الباحثة من هذه الدراسات في عدة نقاط هي:

- بناء الجانب النظري للدراسة الحالية.
- تحديد مجتمع الدراسة وعينته بدقة.
- بناء أدوات الدراسة.
- تحليل وتفسير البيانات الميدانية حيث ناقشت الباحثة نتائج دراستها في ضوء هذه الدراسات.

الجانب الميداني للدراسة

١. مجالات الدراسة

وتتمثل في:

المجال المكاني: تم إجراء الدراسة في ولاية جيجل هذه الولاية الساحلية يبلغ طول شريطها الساحلي ١٢٠ كلم؛ يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ولايتي سكيكدة وقسنطينة، ومن الغرب ولاية بجاية ومن الجنوب ولايتي ميلة وسطيف.

المجال الزمني: استغرق انجاز الدراسة الحالية ثلاثة أشهر.

٢. منهج الدراسة

يعتبر المنهج من أساسيات الدراسات العلمية ومتطلباتها حيث يعرف المنهج بأنه الطريق أو المسار الذي يتبعه الباحث للإجراء دراسته وفق منهجية محددة، ونظرا لطبيعة الموضوع التي تحتم على الباحث السوسيولوجي اختيار المنهج الذي يتناسب مع موضوع بحثه، تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يتلاءم وموضوع الدراسة، ويعرف الباحثين المنهج الوصفي بأنه "يستخدم عادة لدراسة واقع بعينه في الوقت الحاضر، ويتركز الجهد الرئيسي الذي يبذل على أساس هذا المنهج في سبر أغوار الواقع المعني بالدراسة وتحليله إلى



الحالة الثالثة: ذكر يبلغ من العمر أربعين سنة، متزوج وموظف ولديه ابناء، يمتلك حساب على موقع الفيسبوك وواتساب يستعملهما بشكل يومي في تفاعلاته مع أصدقائه وأقاربه، وفيما يخص الدوافع التي تدفعه لاستعمال هذه المواقع فيؤكد أنها تفيده في مجال عمله وتتبع الأخبار في شتى المجالات وخاصة كرة القدم والسياسة، وأيضا في التواصل مع أقاربه عن طريق تقنية الفيديو، أما فيما يخص تأثير هذه المواقع على علاقاته بأبنائه فيرى أن لها تأثير سلبي حيث أصبح الأبناء أقل تفاعلا داخل الأسرة ويميلون أكثر للتفاعل في المجال الافتراضي، وأن هذه المواقع أحدثت فجوة بين أفراد الأسرة، وفيما يخص علاقاته بزوجته فيرى أنها لم تتأثر بشكل كبير بهذه المواقع لأنه لا يستعملها كثيرا عندما يكون في البيت ويفضل أن يتفاعل مع أفراد أسرته عندما يكون داخل البيت.

الحالة الرابعة: أنثى تبلغ من العمر ٢١ سنة وهي طالبة جامعية، لديها حساب على الفيسبوك فقط وتستعمله بشكل يومي، من بين الدوافع التي دفعتها إلى استعمال هذه المواقع أنها تطلع على أخبار الجامعة من خلاله ولها أصدقاء عرفتهم في الجامعة واساتذة تتفاعل معهم، حيث مكنها موقع الفيسبوك من الاطلاع على أخبار العالم والتعرف على أشخاص من خارج الوطن من مصر ولبنان والأردن وفلسطين، ومن خلال التفاعل معهم تمكنت من التعرف على ثقافتهم وعاداتهم فهم يتبادلون الأفكار والثقافات فيما بينهم، ومكنها أيضا من الحديث مع أختها المتزوجة بعيدا عنهم عبر تقنية الفيديو، وفيما تعلق بتأثر علاقاتها الأسرية بهذه المواقع تؤكد أن أمها دائما تعترض عن استعمالها الكبير للفيسبوك فأمرها ترى أنه مصدر لانحراف الشباب من خلال العلاقات بين الجنسين في العالم الافتراضي وسببا لتشتيت الأبناء عن الدراسة.

الحالة الخامسة: أنثى تبلغ من العمر ٢٦ سنة؛ أستاذة، متزوجة، تستعمل الفيسبوك والانستغرام والفيبر تستعملهم بشكل يومي؛ من بين الدوافع التي دفعتها لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي أنها تتواصل مع الأهل والأقارب كما تستعمل هذه المواقع في علاقاتها مع زملائها ومتابعة كل جديد يخص عملها؛ تتواصل مع الأصدقاء باستعمال الكتابة وبعض الأحيان تستعمل تقنية الفيديو؛ وتؤكد أن التفاعلات داخل الأسرة أصبحت قليلة مقارنة بالماضي إذ أصبح الأبناء يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي ويقضون أوقات طويلة على هذه المواقع؛ مما جعل العلاقات بينهم متوترة نظرا لخوف الأولياء على أبنائهم من بعض المنشورات والصفحات؛ وأيضا العلاقات الزوجية أصبحت متوترة.

الحالة السادسة: أنثى تبلغ من العمر ٤٠ سنة، متزوجة وأم لأطفال؛ موظفة في البلدية؛ تستعمل الفيسبوك؛ واتساب بشكل يومي، الدوافع التي دفعتها لاستعمال هذه المواقع هو تتبع الأخبار والتعرف على ثقافات وعادات جديدة؛ إضافة إلى التواصل مع الأقارب والزملاء من خلال الفيديو والكتابة كما سمحت لها هذه المواقع من الانخراط في بعض الجمعيات وكذا تعلم أمور متعلقة بالطبخ وتدبير المنزل، أما فيما يخص علاقاتها بأولادها فترى أن هذه المواقع أثرت على علاقاتها بأبنائها حيث وسعت المسافة بينها وبينهم وأصبح الأبناء منطويين على أنفسهم إذ تشعر أن التواصل قل بينها وبين أبنائها؛ كما تؤكد على تأثير علاقاتها بزوجها بسبب هذه المواقع وخاصة أنه يستعملها بكثرة وهذا الأمر يزعجها.

الحالة السابعة: ذكر عمره ٣٤ سنة أعزب، يعمل في محل؛ لديه فيسبوك وانستغرام وفيبر يستعملهم بشكل يومي؛ من بين الدوافع التي دفعته لاستعمال هذه المواقع الرغبة في التواصل مع أشخاص جدد من مختلف الولايات؛ الترويج لما يبيعه عبرها؛ وكذا تتبع أخبار كرة القدم والأخبار اليومية المتعلقة بالبلاد وما يحدث فيها؛ أما فيما يخص علاقاته داخل الأسرة فهي لم تتأثر كثيرا بهذه المواقع.

الحالة الثامنة: ذكر عمره ٤١ سنة متزوج وأب لأطفال؛ عامل في مركز للبريد؛ يستعمل بكثرة مواقع التواصل الاجتماعي إذ يستعمل الفيسبوك بشكل كبير؛ والانستغرام وذلك من أجل قضاء وقت الفراغ والتعرف على الأخبار والتواصل مع الأصدقاء من خلال تقنية الفيديو وإرسال الصور وأيضا التعبير عن الرأي بحرية؛ وفيما يخص علاقته بأسرته فإن هذه المواقع لها تأثير على أفراد الأسرة لأنها خلقت العديد من المشاكل بينه وبين زوجته كما أنه في صراع مع أبنائه بسبب استعمالهم هذه المواقع وهذا أثر على دراستهم.

الحالة التاسعة: أنثى تبلغ من العمر ٢٨ سنة متزوجة؛ تعمل في مستوصف؛ لديها حساب على الفيسبوك فقط ولا تستعمل المواقع الأخرى لكونها تسبب الكثير من المشاكل الأسرية ورفض زوجها لهذه المواقع؛ ولديها عدد محدود من الأشخاص الذين تتفاعل معهم، ومن أهم الدوافع التي دفعتها لاستعمال هذا الموقع هو التواصل مع الأهل والأصدقاء وكذا مشاهدة فيديوهات مفيدة تخص عملها والطبخ والأخبار اليومية؛ تؤكد على وجود مشاكل أسرية سببتها هذه المواقع داخل الأسرة حيث أثرت بشكل كبير على التواصل بين الأفراد؛ وخاصة أن زوجها يرى أن هذه المواقع فضاء لبناء علاقات غير شرعية حيث أصبح نوع من الشك في العلاقة بينهما.

الحالة العاشرة: أنثى تبلغ من العمر ٣٢ سنة متزوجة ومأكنة بالبيت؛ لديها أبناء متمردين تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، واتساب، تليغرام يوميا؛ ومن بين الدوافع التي دفعتها لاستعمالها تفادي الشعور بالملل والتواصل مع الأقارب والأصدقاء كما تمكنها هذه المواقع من التواصل مع أهلها عبر تقنية الفيديو؛ ناهيك عن تتبع الأخبار وأمور الطبخ والتواصل مع اخصائين نفسانيين واجتماعيين والاستفادة من منشوراتهم؛ أما فيما يخص تأثير هذه المواقع على علاقاتها مع أفراد أسرتها فقد أثرت بشكل كبير على علاقاتها بزوجها لأنه يمتلك حسابات عدة على هذه المواقع.

الحالة الحادية عشر: ذكر متزوج عامل في صيدلية؛ يستعمل مواقع التواصل الاجتماعي ولكن بشكل دوري وليس دائما؛ من بين الدوافع التي دفعته لاستعمال هذه المواقع هو متابعة الأخبار والتواصل مع إخوته الذين يعملون خارج الولاية؛ والتفاعل مع الأصدقاء والعاملين معه في الصيدلية؛ أما فيما يخص تأثير علاقاته الأسرية هذه المواقع يقر بأن هناك تأثير ولكن ليس بدرجة كبيرة.

الحالة الثانية عشر: ذكر، عمره ٢٧ سنة أعزب، طالب جامعي، يستعمل مواقع التواصل الاجتماعي في تواصله اليومي متمثلة في الفيسبوك، واستاب، تليغرام، اليوتيوب، تيك توك، وتتمثل الدوافع التي دفعته إلى



يوتيوب، انستغرام، ومن بين الدافع التي دفعها لاستعمال هذه المواقع: التواصل مع زميلاتها في الدراسة، التعرف على أشخاص جدد، متابعة الأخبار المتعلقة بالدراسة، الترفيه، أما فيما يخص تأثير العلاقات الجماعية بهذه المواقع: أثرت هذه المواقع على علاقاتها الجماعية داخل الأسرة ونقص تفاعلاتها مع أفراد الأسرة في الواقع الحقيقي وأصبحت تتفاعل بشكل كبير مع الآخرين في الواقع الافتراضي.

الحالة الثامنة عشر: أنثى تبلغ من العمر ٣٣ سنة، متزوجة وموظفة بالمستشفى، تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي يوميا وهذه المواقع هي: الفيسبوك، انستغرام، تليغرام، يوتيوب، ومن بين الدوافع التي دفعها لاستعمال هذه المواقع: الدردشة مع الزملاء في العمل والأقارب، تتبع الأخبار المتعلقة بالصحة ومجال عملها، الترويج عن النفس خاصة في وقت الفراغ، تعلم أحكام التجويد، أما فيما يخص تأثير علاقاتها الجماعية بهذه المواقع: أثرت هذه المواقع على العلاقات الجماعية للأسرة.

الحالة التاسعة عشر: ذكر يبلغ من العمر ٥٠ سنة، متزوج، صاحب عمل حر، يستعمل مواقع التواصل الاجتماعي في علاقاته بشكل يومي متمثلة في: الفيسبوك، يوتيوب، انستغرام، ومن الدوافع التي دفعته إلى استعمالها: الدردشة مع الأصدقاء والأقارب، تتبع الأخبار، أما فيما يخص تأثير علاقاته الجماعية الأسرية: فقد أثرت هذه المواقع على العلاقات بين أفراد الأسرة وخاصة مع الأبناء.

الحالة العشرون: ذكر يبلغ من العمر ٣٣ سنة أعزب، متخرج من الجامعة، يستعمل مواقع التواصل الاجتماعي في علاقاته ومن بين هذه المواقع: فيسبوك، تويتر، انستغرام، تلغرام، تيك توك، ومن بين الدوافع التي دفعته لاستعمالها: الدردشة مع الزملاء والأصدقاء والأقارب، الانخراط في العمل الجماعي، تتبع الأخبار، التعرف على أشخاص جدد وثقافات الشعوب الأخرى، أما تأثير علاقاته الجماعية الأسرية بهذه المواقع: أثرت هذه المواقع على العلاقات الجماعية الأسرية بشكل سلبي.

٦. تحليل ومناقشة بيانات المقابلة

عرضا سابقا إجابات أفراد العينة عن الأسئلة التي طرحها الباحثة عليهم خلال إجرائها لتقنية المقابلة، واختلفت الإجابات من مفردة إلى أخرى كل حسب ما تعيشه في واقعها الحقيقي والافتراضي وهذا يساعدنا في التعرف أكثر وبعمق على العلاقات الجماعية للأسرة في ظل التقنية الحديثة، وما أحدثته هذه الأخيرة من تغييرات على مستوى نسق العلاقات داخل الأسرة الواحدة.

أولا: الدوافع التي تدفع أفراد الأسرة لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي: يستعمل أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع العديد من الدوافع تختلف هذه الدوافع أحيانا بين مفردات العينة وتتقارب أحيانا وهذا ما نلاحظه من خلال إجابات أفراد العينة: ومجمل القول من بين هذه الدوافع ما يلي:

• **دافع دراسي/ تعليمي:** من خلال تعلم لغات جديدة فقد أشار

استعمالها في: التواصل مع الأصدقاء والزملاء من خلال تقنية الفيديو والدردشة، تتبع الأحداث اليومية، تتبع أخبار الرياضة والسياسة، الاطلاع على أخبار الجامعة، تعلم لغات جديدة، أما فيما يخص تأثير هذه المواقع على العلاقات الأسرية: العلاقة مع أفراد أسرته لم تتأثر كثيرا بهذه المواقع غير أن هذه الحالة أشارت إلى أن تفاعلها مع أفراد أسرتها في الواقع الحقيقي قل بدرجة كبيرة حيث أصبحت الحالة تميل إلى التفاعل في المجتمع الافتراضي.

الحالة الثالثة عشر: أنثى تبلغ من العمر ٢٣ سنة، عزباء، طالبة جامعية، وتستعمل مواقع التواصل الاجتماعي في تواصلها اليومي، من بين المواقع التي تستعملها في ذلك: الفيسبوك، تيك توك، يوتيوب، واتساب، أما الدوافع التي دفعها لاستعمال هذه المواقع: تكوين علاقات مع أشخاص آخرين، تسمح لها هذه المواقع بالتفاعل مع من تريد، الدردشة مع الأصدقاء والأقارب بالكتابة وعبر تقنية الفيديو، مشاهدة فيديوهات خاصة بالمشاهير والفنانين، التعبير عن رأيها بكل حرية، في حين تأثر علاقاتها الأسرية بهذه المواقع: تأثرت علاقاتها بعائلتها بسبب استعمالها الكثير لمواقع التواصل الاجتماعي، مع وجود مشاكل مع الأم بسبب السهر لساعات طويلة إضافة إلى أن تواصلها مع أفراد العائلة قل بكثير مقارنة عندما كانت لا تستعمل هذه المواقع.

الحالة الرابعة عشر: أنثى تبلغ من العمر ٤٥ سنة، متزوجة وماكثة بالبيت، تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي في علاقاتها اليومية، من بين هذه المواقع: الفيسبوك، يوتيوب، انستغرام، ومن بين الدوافع التي دفعها لاستعمال هذه المواقع في تفاعلاتها: التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء؛ مشاهدة الفيديوهات المتعلقة بالطبخ والأعمال الحرفية والأعمال اليدوية، تستعملها لقضاء وقت الفراغ، أما تأثير هذه المواقع على علاقاتها الأسرية: أثرت هذه المواقع على علاقاتها بأولادها وزوجها.

الحالة الخامسة عشر: أنثى تبلغ من العمر ٢٥ سنة متزوجة، أستاذة في الطور المتوسط، تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي مثل الفيسبوك، واتساب، تليغرام، تيك توك، يوتيوب، والدوافع التي دفعها لاستعمال هذه المواقع: التواصل مع الأقارب والزملاء في العمل، تتبع الأخبار المتعلقة بمجال العمل، الاستفادة من هذه المواقع في معرفة ثقافات الشعوب الأخرى، تعلم لغات جديدة، أما فيما يخص تأثير هذه المواقع على علاقاتها العائلية: أثرت هذه المواقع على العلاقات الجماعية لأسرتها بسبب نقص التفاعل بينهم وظهور مشاكل بين الزوجين.

الحالة السادسة عشر: ذكر يبلغ من العمر ٤١ سنة، متزوج ويستعمل مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي متمثلة في: انستغرام، إيمو، يوتيوب، فيسبوك، والدوافع التي دفعته لاستعمالها هي: التواصل مع الأصدقاء، تكوين علاقات جديدة، متابعة الأخبار السياسية والرياضية، مشاهدة مقاطع الفيديو، أما فيما يتعلق بتأثير هذه المواقع على العلاقات الجماعية للأسرة: فقد أثرت هذه المواقع على علاقات أفراد أسرته وخاصة علاقته مع أبنائه.

الحالة السابعة عشر: أنثى تبلغ من العمر ٢٠ سنة، طالبة جامعية، تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في: فيسبوك، تيك توك،

بعض أفراد العينة أنهم يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي لتعلم لغات جديدة؛ وأيضاً تعلم أمور الخياطة والطبخ ومعرفة كل ما يخص مجال الدراسة؛ حيث حققت مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد العينة اشباع هذه الدافع وبسهولة، إذ يستطيع الفرد اليوم تعلم أي شيء في شتى المجالات داخل بيته وفي غرفته دون الذهاب إلى مدرسة معينة أو تلقي تكوين في مؤسسة ما، هذا الأمر يقلص لا محالة التفاعل الاجتماعي بين الأفراد في الواقع الحقيقي؛ وإن كان البعض يراه إيجابياً يعود بالنفع على الفرد.

• **دافع ترفيهي:** يتجلى في قضاء وقت الفراغ والترفيه عن النفس وهذا عامل آخر ساهم في اشباع العديد من الرغبات في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من العالم الحقيقي.

• **دافع بناء علاقات جديدة:** من خلال التعرف على أشخاص جدد من بلدان مختلفة، والتواصل مع الأصدقاء والزملاء في العمل.

• **دافع عائلي:** التواصل مع الأهل والأقارب وهذا ما أكدته أفراد العينة فأغلبهم يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للردشة مع الأهل إما لبعد المسافات بينهم أو نظراً للانفصال عنهم بالنسبة للنساء المتزوجات.

• **دافع مهني:** تتبع أخبار العمل ومعرفة كل جديد يخص مجال العمل وتنمية بعض المواهب.

• **دافع إخباري:** ويتمثل في تتبع الأخبار اليومية سواء تعلق الأمر بالسياسة أو الرياضة.

وقد صنف من جهته الباحث كارتز Kartz وزملائه مجموعة من الحاجات والدوافع التي تحدد طبيعة العلاقات الاجتماعية للأفراد عبر وسائل الاتصال إلى ما يلي: (الشهري، ١٤٣٣-١٤٣٤، الصفحات ٢٤-٢٥)

١. الحاجات المعرفية: وهي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف ومراقبة البيئة.
٢. الحاجات الوجدانية: وهي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.
٣. حاجات التكامل النفسي: وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي.
٤. حاجات التكامل الاجتماعي: وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم على رغبة في التقارب مع الآخرين.
٥. حاجات الهروب: وتعكس كل ما يرتبط بالترفيه والتسلية.

والملاحظ أن أفراد العينة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي لإشباع دوافع وحاجات لم يتمكنوا من إشباعها في الواقع الحقيقي؛ الأمر الذي دفعهم إلى اختيار هذه المواقع لإشباع حاجاتهم وقد أشارت دراسة نور الهدى عبادة (٢٠١٥) بعنوان "العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك" أن الطلبة المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك انطلاقاً من دوافع يختلف ترتيبها من حيث الأهمية من طالب إلى آخر

حسب الحاجات التي يطمح كل واحد منهم بتحقيقها، وبالتالي تختلف وتتعدد حاجات الفرد وترتيبها لها من الأهم إلى الأقل أهمية، وهذا يلفت انتباهنا إلى نقطة مهمة ألا وهي تغير مجال التفاعل لدى أفراد الأسرة الجزائرية من مجال الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي؛ حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها فضاءات لنسج علاقات جماعية دون الاقتصار على العلاقات الأسرية بل تتعداها إلى علاقات جديدة، وتحقق لهم اشباع العديد من الدوافع التي لم يتمكنوا من إشباعها في واقعهم الحقيقي وانسحابهم من العالم الحقيقي إلى العالم الافتراضي، وإذا ما أوسعنا النظر أكثر وتعمقنا في هذه العلاقات التي تنشأ في مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن الفرد فيها إما يكون مؤثر يؤثر في الآخر بأفكاره وما ينشره وإما متأثر يستهلك فقط ما يتم نشره من نماذج ثقافية، وبالتالي فالأفراد يعيدون إنتاج علاقاتهم ونماذجهم الثقافية في عالمهم الافتراضي.

ثانياً: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الجماعية للأسرة الجزائرية:

بعد عرض إجابات أفراد العينة توصلت الباحثة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على العلاقات الجماعية للأسرة الجزائرية من خلال:

- **التأثير على العلاقات بين الأولياء والأبناء:** نتيجة الاستعمال الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي تأثرت العلاقات الجماعية بين الأبناء والأولياء؛ حيث أصبح التواصل بينهم محدود وقل التفاعل فيما بينهم كما سببت هذه المواقع العديد من المشكلات بين الأولياء والأبناء نتيجة استعمال الأبناء هذه المواقع بكثرة، وتأثيرها على تحصيلهم الدراسي ومرافقة أصدقاء السوء وتعلم سلوكيات غير مرغوبة من قبل الأهل، وهذا ما جعل العلاقات بين الأهل والأبناء في حالة صراع بين أبناء يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة التطورات الحاصلة في العالم وبين الأهل الذين يرفضون بعض نواتج استعمال أبنائهم لهذه المواقع وخاصة تأثيراتها السلبية وتداعياتها على تربية الأبناء وأخلاقهم وصحتهم وما يركز عليه أغلب الأولياء اليوم هو الجانب الأخلاقي للأبناء، وأيضاً أثر الاستخدام الكثير لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف الأولياء على علاقاتهم بأبنائهم حيث أدى ذلك إلى تدهور العلاقات بينهم وهذا ما أكدته دراسة إلهام بنت فريج العويضي (٢٠٠٤) بعنوان "أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة" التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الآباء للإنترنت وبين تأثير ذلك على العلاقة بين الوالدين والابناء من وجهة نظر الوالدين، كيف لا وهذه المواقع زادت الفجوة بين الأولياء وأبنائهم وقلصت من التفاعلات بينهما وجعلت العلاقة بين الأب وابنه في حالة توتر؛ إذ يغفل أغلب الأولياء عن مراقبة أبنائهم والحديث إليهم ومجالستهم نظراً للاستعمال الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي، والانسحاب من الواقع الحقيقي إلى العالم الافتراضي وبالتالي الأولياء مسؤولون أيضاً عن إدمان الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما أكدته نتائج دراسة Ade Ayu Harisdiane Putri & Hani Khairunnisa إذ ينبغي تفعيل الرقابة على الأبناء من طرف الأهل ومراقبة هواتفهم أو حواسيبهم حتى

- العمل على نشر التوعية بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية على العلاقات الجماعية الأسرية.
- مراقبة الأولياء للأبناء وخاصة في سن المراهقة هذه المرحلة التي يميل فيها المراهق إلى التحرر من سلطة الأهل.
- تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية سواء الأسرة أو المدرسة أو المسجد للقيام بأدوارها بغية تحقيق تنشئة سليمة للأجيال الصاعدة.
- القيام بحملات تحسيسية لتوعية الأفراد بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الجماعية.

يكون الأهل على إطلاع بما يقوم به الأبناء وخاصة الطفل المراهق الذي يعتبر عرضة للادمان على مواقع التواصل الاجتماعي، بحكم أنه يميل في هذه الفترة إلى الانطواء والعزلة عن الأهل والتحرر من رقابتهم وسلطتهم ومحاولة بناء علاقات جديدة خاصة مع الجنس الآخر، كما يكون المراهق أكثر تأثراً بالآخرين والرغبة في تقليدهم.

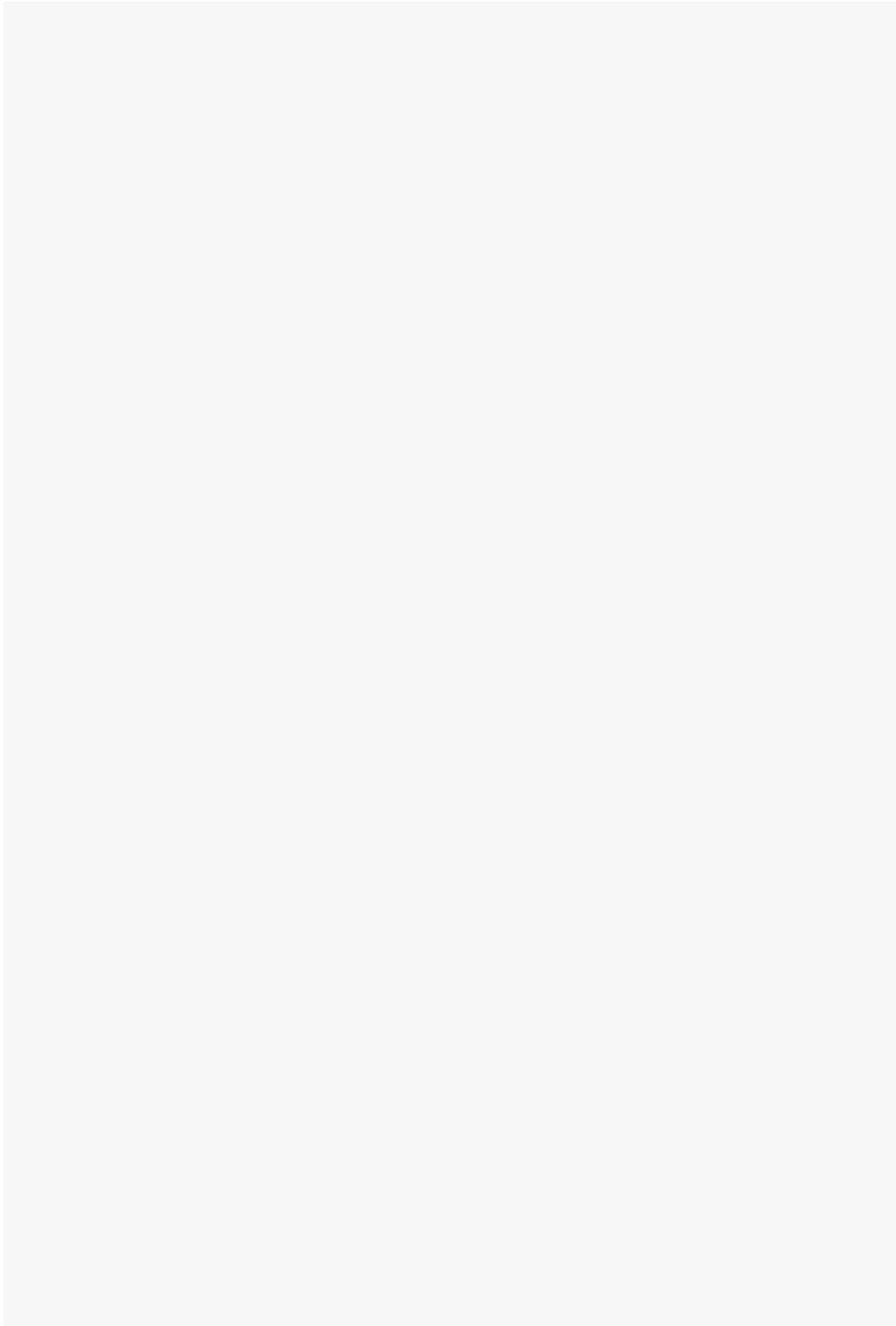
• **التأثير على العلاقات بين الزوجين:** أشارت العديد من الدراسات والبحوث وحتى التقارير أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات سلبية على العلاقات بين الزوجين؛ هذه المواقع التي ساهمت بشكل أو بآخر في زيادة حالات الخيانة الزوجية والطلاق والانفصال بين الزوجين وسببت الكثير من المشاكل في الأسرة الواحدة، إذ أصبح اليوم للمرأة عالمها الخاص في مواقع التواصل الاجتماعي وللرجل عالمه الخاص، وقل التفاعل بينهما في واقعهم الحقيقي حيث يتجه كلا الجنسين إلى نسج علاقاته داخل الفضاء الافتراضي لما يحققه هذا الأخير من اشباع للرغبات والدوافع، واتساع نسق العلاقات فالعلاقات في مواقع التواصل الاجتماعي غير محدودة يمكن للفرد بناء علاقاته مع العديد من الأفراد ومن بيئات مختلفة، وقد يتواصل كل من الرجل والمرأة مع اشخاص آخرين في سرية تامة وبالتالي مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للفرد الكثير من المزايا في بناء علاقاته، والهروب من القيود التي يضعها المجتمع أو الضوابط التي تحدد علاقاته فيه، وهذا ما يطلق عليه إميل دوركايم بالأنوميا والتي يقصد بها خروج الفرد عن الضوابط والمعايير المجتمعية، وبالتالي تلاشي قيم الأسرة لتحل مكانها قيم جديدة دخيلة عن المجتمع الأصلي، وهذا ما أشارت إليه دراسة مصطفى سحاري وخير الدين بوهدة ودراسة لمياء محسن ودراسة إلهام بنت فريج العويضي.

خاتمة

قد تكون وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي سهلت الحياة على الأفراد ويسرتها عليهم من مختلف النواحي والمجالات، إلا أنها أثرت وبشكل واضح وجلي على علاقات أفراد الأسر في كل المجتمعات دون استثناء، وفصلت التفاعلات بين أفراد الأسرة الواحدة فلم يعد الأفراد يتبادلون الأحاديث والحوارات كما كان في الماضي، وإنما أصبح لكل فرد داخل الأسرة له عالمه الخاص به ونحن نلاحظ في مجتمعنا كل الأفراد منغمسين في هواتفهم، ولا تقتصر هذه الظاهرة على فئة عمرية محددة فقط بل مست تقريرا كل شرائح المجتمع، وخلقت عديد المشاكل الأسرية التي طفت على السطح بشكل واضح وكبير وزادت من تفاقمها، كيف لا والعديد من الأسر تفككت بسبب هذه المواقع، وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد الأسرة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للإشباع العديد من الدوافع والحاجات، حيث تتعدد وتختلف دوافع الأفراد لاستعمالهم لهذه المواقع، كما أسفرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت فجوة في نسق العلاقات الجماعية بين أفراد الأسرة، وأثرت بشكل سلبي على علاقات الأبناء والأولياء والعلاقات بين الزوجين، ومن خلال ما تم عرضه وما توصلت إليه الدراسة نوصي بالاقترحات والتوصيات التالية:

المراجع

١. الشهري حنان بنت شعشوع (١٤٣٣-١٤٣٤). أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية -الفييس بوك والتويتّر نموذجاً، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية
٢. العويضي بنت فريج بنت سعيد إلهام. (٢٠٠٤). أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة. رسالة ماجستير، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية، قسم السكن وإدارة المنزل ، المملكة العربية السعودية.
٣. زهاق محمد وآخرون. (٢٠٢١). أثر الهواتف الذكية على العلاقات الاجتماعية للشباب. مجلة الفكر المتوسطي، ١٠(١)، ص ١٥٧-١٧٦.
٤. سحاري مصطفى وبوهدة خير الدين. (٢٠٢١). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية. مجلة البحوث والدراسات العلمية (١)، ص ٥١-٧٢.
٥. شعبان كريمة. (٢٠١٧). العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري: بين الانفتاح على تكنولوجيا الاتصال ومخاطر العزلة. المجلة العلمية الجزائرية لجامعة الجزائر (٩)، ص ١-١٣.
٦. عبادة نور الهدى. (٢٠١٩). العلاقات الاجتماعية الافتراضية عبر موقع الفيسبوك. المجلة الجزائرية للبحوث والاعلام والرأي العام، ٢(٢)، ص ٣٩٣-٤١٥.
٧. فلية فاروق عبده والزي أحمد عبد الفتاح. (٢٠٠٣). معجم مصطلحات التربية لفظا واصطلاحا. دار الوفاء للنشر والتوزيع.
٨. كنانة دعاء عمر محمد. (٢٠١٥). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأسرة -دراسة فقهية- رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
٩. محسن لمياء. (٢٠٢٠). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري. مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الأزهر (٥٥)، ص ٢٩٨٤-٣٠٢٨.
١٠. ورام العيد وقرين العيد. (٢٠٢٠). العلاقات الاجتماعية السائدة بين طلبة الجامعة عبر "الفيسبوك". مجلة المعيار، ٢٤(٥٠)، ص ٦٥١-٦٦٥.
١١. Ade Ayu Harisdiane Putri & Hani Khairunnisa . (2018). The relationship of family function and social media addition among adolescents. Advances in socail science; Education and Humanities research; 304; pp127-130.
١٢. Procentese Fortuna et el . (2019). Families and Social Media Use: The Role of Parents' perceptions about social media impact on family system in the relationship between family collective efficacy and open communication. International journal of environmental research and public health; 16; pp1-11.



السلوكيات الانحرافية الحديثة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

د. سومية برجم

جامعة باجي مختار عنابة - الجزائر

sousousemsem3@gmail.com

المقدمة

وانتهاك الخصوصية والتهديد والتشهير بين الشباب، وكذا مختلف الانحرافات اللاأخلاقية، وأصبحت وسيلة لنشر الأكاذيب وتضخيم وتحريف المعلومات وأرضية خصبة للتحريض على العنف والإضرابات والاعتصامات حيث تجد العديد من المنشورات والتعليقات التي تحرض على العنف والاضراب، وكذا العديد من الشكاوي عن قرصنة الحسابات والمضايقات، والكثير من العنف الرمزي واللفظي بين مختلف الجهات وهو ما دفعنا للبحث في موضوعنا هذا ومحاولة الإحاطة بالمسببات التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على السلوكيات الانحرافية.

١- مفهوم السلوك

وهو النشاط الذي يعبر عنه الفرد من خلال علاقاته بمن حوله، والسلوك له قواعد طبيعية ومادة مبرجة طبقا للخريطة الوراثية المرسومة لكل فرد وفقا للترتيب الوراثي البيولوجي وصولا الى هندسة الجينات^١. كما يمكن تعريفه بأنه كل الافعال والنشاطات التي تصدر عن الفرد سواء كانت ظاهرة ام غير ظاهرة ويعرفه اخرون اي نشاط يصدر عن الانسان سواء اكانت أفعالا يمكن ملاحظتها وقياسها كالنشاطات الفسيولوجية والحركية ام نشاطات تتم على نحو غير ملحوظ كالتفكير والتذكر والشعور بالانفعال.. وهو ما يتفاعل مع بيئة ويحاول التكيف لها.

٢- مفهوم الانحراف

فكلمة انحراف تضم كل المواقف التي تدل على أن مظهر سلوك معين مخالف للقيم السائدة في الثقافة السائدة في الوسط الذي يوجد فيه الفرد، هو أيضا خروج الفرد عن المعايير المقبولة أو التي يراها المجتمع كمعايير للسلوك.

هو الخروج عن السياق الاجتماعي العام الا انه يصعب الاتفاق على تعريف محدد للانحراف لأنه مسألة نسبية ، فما يعتبر انحرافا في المجتمع قد لا يعتبر كذلك في مجتمع آخر. ويختلف في المجتمع الواحد من حقبة زمنية لأخرى بفعل التغيرات الاجتماعية والثقافية

شهد العالم أجمع في مجال الاتصالات ثورة كبيرة للمعلومات، مما جعل العالم قرية صغيرة لها تأثيرها على المجتمع بكافة مؤسساته ومجالاته، وفي ظل هذا الكم المعرفي الهائل ولدت العديد من الوسائل التقنية من بينها انتشار واسع لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح الفرد يتفاعل فيها ويكون علاقات مختلفة.

فالانتماء يؤدي دورا محوريا بين الأشخاص لأنهم ذوي طبيعة اجتماعية لا يستطيعون العيش دون التواصل مع المحيطين بهم ضمن نسق المجتمع الواحد أو العديد من المجتمعات، فالانفتاح عن ثقافة الآخر وتكوين روابط اجتماعية مختلفة من شأنه يعزز قدرات الفرد على التواصل مع أكثر من شخص وبالتالي تنشأ علاقات جديدة تحكمها معايير ومبادئ معينة تستند فيها على قيم أخلاقية تربط العلاقات الاجتماعية وتضبطها وتساهم إلى حد ما في تنظيم العلاقات بين الناس خصوصا مع التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي، ولعل أهم ما يميز هذه التكنولوجيا هو القدرة على إزاحة المسافات المكانية والأبعاد الزمنية وذوبان الحدود الجغرافية ضمن فضاءها، إذ أصبح التواصل متاحا في معظم حالاته نتيجة التطورات المتعاقبة التي عززتها شبكة الأنترنت والتي تحولت في ظرف قياسي إلى أكبر وسيلة تتيح التواصل الاجتماعي في العالم.

وفي ظل التسارع الكبير الذي تشهده المجتمعات وكذلك المجتمع الجزائري ومع تغير أسلوب التفكير وحجم الأهداف التي يراد الوصول إليها وعدم إمكانية تحقيق تلك الأهداف بالسرعة المطلوبة والتي تواكب التسارع والتطور في العالم فقد أصبحت تلك الخدمات والإمكانيات بمثابة إغراء أمام الشباب من أجل قضاء ساعات طويلة خلف شاشة الكمبيوتر أو الهاتف متصفحاً مختلف أشكال المواقع والتطبيقات والتي تعتبر في نظره وسيلة جديدة تمكنه من تحقيق أهدافه وغاياته بسرعة وبعيدا عن ما تفرضه مؤسسات الدولة والمجتمع من قيود تمنعه من مواكبة ذلك التطور.

أين تعدى استخدامها المجال العلمي والبحثي وأصبحت وسيلة للوقوع في عالم الانحراف والجريمة بمختلف أشكالها، أين فتحت المجال للاعتداءات

١ حمدي عبد الله عبد العظيم : برامج تعديل السلوك (مجموعة برامج عملية ونماذج تطبيقية)، مكتبة أولاد الشيخ للتراث، الجيزة ، ط ١، ص ٢١.

لارتكاب العديد من السلوكيات الانحرافية لمدى سهولتها وعدم اكتشافها من قبل الجهات المختصة وعدم تركها لأدلة تثبت حدوثها بعد حذفها.

ومن بين الدراسات التي اهتمت بدراسة السلوك الانحرافي نجد دراسة دغوب و ليد الموسومة ب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالسلوك الانحرافي لدى الطالب الجامعي، وهي دراسة ميدانية منشورة في مجلة تطوير العلوم الاجتماعية في مجلدها العاشر وعددها الثالث سنة ٢٠١٧: هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مدى تأثير المراهقين الذين يمثلون طالب جامعة تبسة بمضامين العنف والجريمة التي يتم مشاهدتها أو نشرها أو تداولها بينهم عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، والتي قد تساهم في تعزيز سلوكيات سلبية لدى هؤلاء من خلال الإشكالية التالية: هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي عبر مضامين العنف والجريمة في التأثير السلبي على سلوكيات الطالب داخل الوسط الجامعي؟ حيث أسفرت النتائج الدراسة على: وجود عالقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطالب لمواقع التواصل الاجتماعي وانتشار السلوكيات الانحرافية داخل الوسط الجامعي، كما دعت الدراسة في الأخير إلى بث برامج توعية تساعد على حل مشاكل هذه الظاهرة.

فمن مقترحات وتوصيات البحث: اهتمام وسائل الإعلام بدراسة تأثير مضامين العنف والجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب والمراهقين، وبث برامج توعية تساعد على حل مشاكل هذه الظاهرة. تفاعل المؤسسات التربوية مع أخصائين في الإرشاد النفسي والاجتماعي، قصد تعرف الطالب بالانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوكياتهم، نتيجة الإدمان على استخدامها. دعم الجمعيات الشعبية والمدنية ودور العبادة في المجتمع للتصدي لهذه الظاهرة من خلال برامج ودورات تزيد من وعي الطلبة لمخاطر وانعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي عبر ما يسمى: «المجتمع الافتراضي» إجراء المزيد من الدراسات حول موضوع البحث، حيث تبقى نتائج هذه الدراسة محدودة ضمن عينة البحث لتكون النتائج قابلة للتعميم بشكل أمثل.^٧

٥-التسول الالكتروني

ظاهر التسول ظاهر عالمية لا تختص بوطن بعينه بل هي منتشرة في كل بلدان العالم الفقيرة والغنية، وتعرف بمعناها الكلاسيكي بأنها طلب الانسان المال من الأشخاص في الطرق العامة، عبر استخدام عدة وسائل لاستثارة شفقة الناس و عطفهم، وتعد احدى أبرز الامراض الاجتماعية المنتشرة الذي لا يخلو منها المجتمع في العالم. ويعرف الشخص المتسول

والتكنولوجية، والاقتصادية في الوقت الذي كان يعد فيه الاختلاط انحرافا ومن المحرمات الاجتماعية في المجتمعات العربية والإسلامية، أصبح اليوم سمة طاغية على أغلب مؤسسات المجتمع، ولم تعد النظرة له بنفس النظرة السابقة، وأصبح ينظر اليه كأمر اعتيادي. وابتعد من ذلك الاختلاف في تفسير الانحراف قد يتفاوت من طبقة اجتماعية لأخرى في نفس المجتمع.^٢

٣- مفهوم السلوك الانحرافي

هو مجموعة من التصرفات الزائدة والمزمنة والمنحرفة، تتراوح بين السلوك العدواني والاندفاعي الى أفعالا اکتئابية وانسحابية.^٣

كما انه يوصف بانه سلوك ينتهك القواعد الاجتماعية بما في ذلك قاعدة تم سنّها رسميا كالجريمة وكذلك انتهاكات غير رسمية للمعايير الاجتماعية كرفض الممارسات الشعبية والعادات.^٤

ومع تطور التكنولوجيات الحديثة تطورت معها مختلف أنواع السلوك الإيجابي وحتى السلبي، وكان لظهور وسائل التواصل الاجتماعي الأثر الكبير في تفشي وانتشار العديد من السلوكيات الانحرافية التي وجدت الأرض الخصبة لتفعيل تلك الممارسات، فالسلوك الانحرافي في مواقع التواصل الاجتماعي ما هو الا امتداد لانحرافات واقعية في عالم افتراضي تم استغلاله من أجل تحقيق أهداف انحرافية.

٤- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف اصطلاحا عند محمد عواد على أنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صنعها من أفراد جماعات أو مؤسسات تتيح التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء معروفين على أرض الواقع أو في المجال الافتراضي.^٥

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي على انها مواقع أو تطبيقات مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين على التواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتعليقات وصور وغيرها...^٦

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من التطبيقات ومواقع موجودة على شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها تعدد فئاتهم واختلاف وظائفهم وإمكانية ولوجهم لها بشكل مجاني مما تساهم في إمكانية تفاعلهم وتواصلهم فيما بينهم عن طريق الرسائل النصية المكتوبة و المسموعة وكذلك عرض الصور والفيديوهات، كما أنها تعتبر أرضية للتعليم والتعليم لمختلف شرائح المجتمع. كما انها تعتبر بيئة ملائمة

٢ بسم محمد أبو عليان: الانحراف الاجتماعي والجريمة (علم اجتماع الجريمة)، جامعة الأقصى، ط٣، ٢٠١٦، ص١٨.

٣ أحمد العفراوي: السلوك المنحرف (ورقة مقدمة الى مؤتمر الصحة والحياة)، ٩ ماي ٢٠١٠، الأردن.

٤ أحمد محمد البشير: موسوعة اللغة العربية، دار العربي للموسوعات، عمان، ط٣، ٢٠٠٨.

٥ عامر فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٢٢، ص ١٨٧.

٦ أحمد كاظم حنتوش: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعليم، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، العدد٤٤، المجلد ٢٠١٧، ص٨.

٧ دغوب و ليد : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الانحرافي لدى الطالب الجامعي ، مجلة العلوم الاجتماعية، الجلفة، ٢٠١٧

بأنه الشخص الذي يطلب من الناس الاحسان عبر مد يده لهم وطلب الرزق سواء كان في المحلات أو الطرق العامة وله أنواع وأسباب.

تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى أداة جديدة للتسول والكسب غير المشروع والنصب والاحتيال، سواء من عصابات الجريمة المنظمة أو الأشخاص العاديين، بعد أن كان التسول مقتصرًا على الطرقات والشوارع العامة. ويتخذ التسول هذه الأيام شكلا مغايرا يُمكن تسميته بـ«التسول الإلكتروني» من خلال نشر فيديوهات أو صور لجمع التبرعات لحالات إنسانية مختلفة.

وأسهمت الأزمة الاقتصادية وعمليات التهجير والنزوح في السنوات الماضية إلى حد كبير في اتساع دائرة التسول بكل أنواعه، فضلا عن زيادة نسبة البطالة التي دفعت كثيرا من الشباب والنساء الأرامل والمطلقات إلى التسول.

وحذر عدد من متصفحي وسائل التواصل الاجتماعي من التسول بأشكاله المختلفة، مبدلين تخوفهم من أن يتحول إلى ظاهرة اجتماعية بما فيها من إهدار لكرامة الإنسان وقد تكون الخطوة الأولى للانحراف وارتكاب الجرائم وانتشار البطالة من خلال الحصول على المال دون جهد أو عمل وأشاروا إلى تطور أساليب التسول حيث بدأ أصحابها يبتكرون طرقاً جديدة منها وسائل التواصل الاجتماعي وبحسابات وهمية وأرقام هواتف غير حقيقية، للوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين والحصول على المال منهم بطرق غير مشروعة. ويقول سلامة محمود أنه يشاهد الكثير من الرسائل والمنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتضمن طلب مساعدة مالية تحت ذرائع مختلفة، والذي لا ينكر بأنه وقع ضحية لاحداها، حيث كان المتسول يطلب المساعدة المالية بذريعة مساعدة مريض سرطان والذي سارع لتلبية طلب المساعدة تعاطفاً منه مع ذكرى والدته المتوفاة بذات المرض، مستدركاً أن مساهمته كانت مبالغ بسيط واكتشف بعدها زيف وتحايل طالب المساعدة بعد رفضه تزويده بالمعلومات اللازمة عن المريض واسم وعنوان المركز العلاجي لمساعدة المريض مباشرة وتغطية نفقات علاجه.^٨

وتُعد ظاهرة التسول الإلكتروني إحدى الظواهر التي تشكل خطراً على المجتمع ككل لما لها من آثار على الأمن النفسي والاجتماعي والاقتصادي في حياة المجتمعات والأفراد، فعبر هذه الطريقة يستغل المتسول عاطفة الآخرين للإيقاع بهم في فخه الاحتيالي لتحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب المادية. ومع الأخذ في الاعتبار أن الظروف الاقتصادية خاصة عقب الأزمات الكبرى مثل كورونا لها تأثير كبير على فئة من أفراد المجتمع، مما يضطر البعض إلى طلب المساعدة ويكون صادقاً فيها، إلا أن النسبة الأكبر من هؤلاء المتسولين يعانون من سلوك إجرامي يتمثل في شهوتهم الطاغية في جمع الأموال

دون عناء أو كد أو تعب، ويعزفون على وتر العاطفة الإنسانية، مستغلين أوقات الأزمات أو التوقيات التي تتسم بطابع روحاني خاص مثل أيام الجمعة أو شهر رمضان، للوصول إلى أهدافهم، دون النظر إلى أي اعتبارات أو تحلي بالقيم الدينية والأخلاقية.

فيما يلي تاريخ التسول الإلكتروني

- في بداية دخول الإنترنت والتكنولوجيا كان التسول عن طريق طرح إعلان شخصي يُوضّح به الفرد احتياجاته مثل مساعدة مادية للعلاج والمرض، أو طلب رأس مال صغير لافتتاح مشروع والعمل عليه.
- قامت المنظمات غير الربحية باستخدام خدمات الإنترنت لجمع الأموال بدل استخدام البريد الإلكتروني.
- أتاحت مواقع معينة على الإنترنت ظهور إعلانات مبوبة عليها، فاستغلها المتسولون وقاموا بإنشاء إعلانات مجهولة الهوية يطلبون المساعدات المالية، وكانوا يقومون بوضع عنوان بريدهم الإلكتروني ليتواصل معهم الناس.
- استمر نمو عالم الإنترنت، فقام العديد من مزودي خدمة الإنترنت وبعض محركات البحث في تقديم مواقع ويب مجانية ذات صفحة واحدة يمكن استخدامها لأي غرض، بما في ذلك التسول عبر الإنترنت، لكن بالمقابل يجبر مزود الخدمة أن يعرض بعض الإعلانات على جزء من الصفحة.^٩
- ظاهرة التسول الإلكتروني لا تختلف عن التسول التقليدي؛ فهي قائمة بالأساس على الخداع، والتحايل، والاستغلال للحصول على المنافع المادية، فالمتسول الإلكتروني يحاول جذب عطف الناس، ويطلب مساعدات أو تبرعات تحت حسابات وهمية، وأسماء مستعارة، فيجني الملايين...
- ميزة التسول عبر الانترنت ومنصات التواصل أنها وسيلة آمنة لمتسول مجهول الهوية، لا يمكن معرفة معلومات عنه، ويسهل استخدام الأسماء المستعارة والرموز، والصور المزيفة، إضافة إلى إمكانية الاختراق للبيانات والحسابات الالكترونية دون الحاجة إلى بيانات .
- المتسولون الالكترونيون عادة ما يتمتعون بذكاء اجتماعي عال جدا في انتقاء الكلمات المؤثرة التي تستعطف الهدف للحصول على المال بتوظيف تقنيات حديثة كتركيب فيديوهات أو صور مزيفة، ويعمل عدد كبير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ترويج هذه الرسائل والقصص الالكترونية التي ينشرها المتسولون.
- يتيح التسول الإلكتروني الوصول إلى شريحة كبيرة من الناس لا

٨ التسول الإلكتروني يشوه عمل الخير ومشروع قانون لمكافحة (petra.gov.jo)

٩ مفهوم ظاهرة التسول الإلكتروني - موضوع تك (com.mawdoo3)

تقيدها حدود ولغات، حيث ان العالم الرقمي منفتحا على بعضه دون قيود توطره، بخلاف التسول التقليدي يتقيد المتسول بالمكان والناس والزمان.

- يتشارك التسول الالكتروني مع التقليدي، بأنه ينظم من قبل أفراد أو جماعات ولكن تتجلى خطورة التسول الالكتروني بإمكانية تكوين جماعات وتنظيمات داخلية وخارجية تستخدم أموال التسول في غايات غير مشروعة كنشر الفتن، والقتل، والربذيلة...^{١٠}

٦- الاحتيال عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ان جريمة الاحتيال من الجرائم الواقعة على الأموال التي تمس المجتمع من الناحية الاقتصادية، لأن شيوعها يؤدي إلى خلخلة في الثقة بين الناس والتشكيك في مصداقيتهم في التعامل وخاصة في مجتمع مثل مجتمعنا الذي يتصف بالمقومات الاجتماعية الحسنة التي تنم عن طيب الفرد وتسامحه وثقته بالآخرين لأنه يتمتع في الغالب بعاطفة جياشة قد يستغلها بعض المغرضين من المحتالين باستخدامهم كافة أساليب الخداع والكذب والتمثيل، مما يؤدي إلى وقوعه فريسة تنطلي عليه الحيلة.

ومع زيادة الحاجة لاستخدام الحاسوب الي والانترنت زاد عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية وتبعاً لذلك ازداد عدد المحتارين على تلك الشبكة من فئات مختلفة إضافة إلى تنوع الدوافع وأهداف ارتكاب عمليات الاحتيال، ونجاح بعض هؤلاء في تحقيق مكاسبهم يعود لنقص التوعية الكافية لدى المستخدم وقلة برامج الحماية وعدم متابعة تطور التقنيات الحديثة للمستخدم في عمليات الحماية من مشاكل النصب والاحتيال المعلوماتي.

ان ظاهرة جرائم الكمبيوتر هذه تشير إلى وجوب وضع تشريعات جديدة قادرة على الإحاطة بمفردات ومتطلبات وخصوصية جرائم الكمبيوتر والإنترنت، فالاعتداء على كيانات الأجهزة التقنية المادية (بتعدد وصفها ومهامها من الوجهة التقنية) يخرج من نطاق جرائم الكمبيوتر لترتد الجرائم التقليدية، باعتبار هذه الماديات مجسدة لمال منقول مادي تنهض به قواعد ومبادئ ونصوص القانون الجزائي. فدور الكمبيوتر في الجريمة، إما أن يكون الهدف المباشر للاعتداء، أو وسيلة الاعتداء لتحقيق نتيجة جرمية لا تصل مباشرة بالمعطيات وإنما بما تمثله أو تجسده. ويجب أن لا يوقعنا أي من هذه الأدوار في أي خلط بشأن محل الجريمة أو وسيلة ارتكابها، فمحل الجريمة دائماً هو المعطيات (إما بذاتها أو بما تمثله)، ووسيلة ارتكاب جريمة الكمبيوتر هي أي من الأجهزة التكاملية التقنية التي تدمج بين تقنيات الاتصال والحوسبة.

وهناك مصطلحات أخرى كانت شائعة كالغش المعلوماتي أو غش الحاسوب، والاحتيال المعلوماتي أو احتيال الحاسوب، مما يدل على أن الظاهرة الإجرامية المستحدثة تتمحور رغم اختلاف أنماط السلوك الإجرامي حول فعل الغش أو الاحتيال. وكذلك اصطلاح الجرائم

الاقتصادية المرتبطة بالكمبيوتر، وهو تعبير يتعلق بالجرائم التي تستهدف معلومات قطاعات الأعمال أو تلك التي تستهدف السرية وسلامة المحتوى وتوفر المعلومات، وبالتالي يخرج من نطاقها الجرائم التي تستهدف البيانات الشخصية أو الحقوق المعنوية على المصنفات الرقمية وكذلك جرائم المحتوى الضار أو غير المشروع، ولذلك لا يعبر عن كافة أنماط جرائم الكمبيوتر والإنترنت. وثمة استخدام لاصطلاح يغلب عليه الطابع الإعلامي أكثر من الأكاديمي، وهو اصطلاح جرائم أصحاب الياقات البيضاء، هذه الجرائم تشمل أكثر من جرائم الكمبيوتر والإنترنت، وتتصل بمختلف أشكال الأفعال الجرمية في بيئة الأعمال بأنواعها وقطاعاتها المختلفة.

ويقصد بجرائم الكمبيوتر، الجرائم التي تطل المعرفة والاستخدام والثقة والأمن والربح والمال، والسمعة، والاعتبار، إلا أنها لا تطل حقيقة غير المعلومات بأشكالها المتباينة في البيئة الرقمية، إن جرائم الكمبيوتر بحق هي جرائم العصر الرقمي.

يتم من خلال ارسال رسائل الكترونية مخادعة تزعم بأنها صادرة عن بنوك أو مؤسسات جديرة بالثقة، وتسعى الى خداع متلقيها ودفعهم الى الكشف عن أرقام حساباتهم المصرفية وبطاقاتهم الائتمانية وكلمات السر الخاصة بها، ويتفرع عنها الاحتيال الالكتروني انتحال الشخصيات والصفات، والاعتداء على المعطيات السرية والحماية والخصوصية والبيانات ذات الصلة بالحياة الفردية وسرقة المعلومات الشخصية.

وهناك أنواع من الاحتيال في العالم الافتراضي:

الاحتيال في التسوق الالكتروني: ان التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من اهم الظواهر التي انتشرت مؤخراً بسبب سهولة الوصول اليها من خلال صفحات خاصة عن التسوق الالكتروني واعلانات المتاجر والمحلات ومجموعات البيع والشراء كأنك تتجول وسط أسواق وترتبط هذه المجالات بحالات كثيرة من الاحتيال عبر الانترنت من خلال شراء عروض غير حقيقية أو شركات وهمية يستخدمها المحتالين للاستيلاء على أموال المستهلك.

احتيال عبر التسول الافتراضي: تطور التسول وأصبح قطاعاً مستقلاً بذاته في العالم الافتراضي حيث بدأت عليه التسول الافتراضي عن طريق رسائل متعددة تثير القلب والوجدان تصل بشكل يومي الى المستخدمين من شتى سكان العالم فلا احد يعلم مصداقيتها، فالمحتالين اتخذوا هذه الوسيلة مهنة مربحة لا تتطلب أدنى جهد ويجري منها ربح وفير.

احتيال عبر أسئلة الامتحان: ان الاحتيال في هذا الجانب متقن ومتفطن حيث يأخذ المحتال أسئلة من أي موقع ويضعها ضمن أسئلة الامتحانات الوزارية مما تجعل الطالب يتوهم وكأنها الأسئلة الوزارية ويروجون على أنها أسئلة المادة قبل موعد الامتحان فيبدأ الكلبة باقتنائها وتداولها ليتفاجئ يوم الامتحان بان الأسئلة خدعة وليست حقيقية

١٠- أمل سمير نزال مرجي: موقف الشريعة الإسلامية والتشريع الاماراتي من ظاهرة التسول الالكتروني (دراسة مقارنة ومقاربة)، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، عدد ٣٩، أكتوبر ٢٠٢٢، ص ١٧٨٥-١٧٨٠.

ويزعم بتغيرها بآخر لحظة.^{١١}

ان حدوث الثورة التكنولوجية زادت في ظهور العديد من الجرائم الالكترونية وذلك مع تطور الوسائل والأدوات المستعملة لارتكاب هذا النوع من الجرائم، ف الجريمة الاحتيال الالكتروني هي من الجرائم الأكثر خطورة تتكاثر يوميا. فمرتكبها أي الجناة يمتازون بمهارة وذكاء وتسلبهم أموالهم عبر الانترنت ولمكافحة هذا النوع من الجرائم يجب الاخذ بالإجراءات الوطنية والدولية للحد منها.

٧-ترويج المخدرات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تطورت آفة المخدرات حتى وصلت درجة هامة من التعقيد تواجهها المجتمعات، وأدى ذلك الى تجربتها في مختلف تشريعات العالم بسبب ما تلحقه من أضرار في الأموال والانفس فأصبح من الضروري التسليم بأن هذه الآفة الخطيرة متعددة الابعاد ومتفاوتة المستويات، وهذا ما أدى الى توحيد جهود دول العالم من أجل القضاء عليها، وهذا عن طريق التعاون فيما بينها، سواء في شكل تجمعات دولية أو عن طريق منظمات دولية.

وتتفاوت أضرار المخدرات على متعاطيها على نحو خطير في بدنه ونفسه وعقله وسلوكه وعلاقته بالبيئة المحيطة به، وتتمثل في الخمول والكسل وفقدان المسؤولية والتهور واضطراب الادراك والتسبب في حوادث مروية واصابات عمل، وتجعل من المدمن قابلا للأمراض النفسية، كما تؤثر المخدرات على المدمن من خلال احداث كوارث على الفرد كالتفكك الاسري والاجتماعي والعجز عن توفير المتطلبات الأساسية للفرد والاسرة، كما قد يقع غالبا تحت تأثير الطلب على المخدرات في جرائم السرقة والترويع والسطو والقتل، فهي ظاهرة ذات ابعاد متعددة نفسية اجتماعية واقتصادية... ومن ناحية اخرى فقد ظهرت العديد الجرائم الخطيرة تعرف بالجرائم الإلكترونية والتي تعد المخدرات الإلكترونية إحدى صورها فالمخدرات الإلكترونية نوع جد مستحدث من الجرائم، حيث يعتمد فيه المجرمون على صنع مجموعة من التطبيقات والبرامج يؤدي سماعها إلى نوع من التخدير، وإذا كانت المخدرات اخطر الجرائم على الاطلاق كونه تساهم في ارتكاب جرائم اخرى وتسعي الدول بكل الطرق الى منع دخولها أو المتاجرة فيها وترصد لها اشد العقوبات، فيمكن للقارئ أن يتصور كيف تزداد خطورتها اذا أصبحت ذي طبيعة الكترونية عابرة لحدود الزمانية والمكانية، حيث تصبح متاحة لجميع وربما بشكل مجاني، والاصعب من ذلك كله صعوبة اثباتها والقبض على مرتكبها.

فعلى المستوى الفردي لا يخفي على احد المضاعفات الخطيرة للإدمان على المخدرات، بل يري البعض أن تأثير المخدرات الرقمية يفوق تأثير المخدرات التقليدية حيث تنعكس سلبا على التوازن النفسي بداخل المدمن وتجعله غير قادر على الاستغناء عنه و لو ليوم واحد، ويصبح كائن انعزالي منطوي على نفسه مما يؤثر على كافة قدراته على التواصل مع الآخرين، بل ان دراسات أثبتت أن تأثير المخدرات الرقمية على التفاعلات الدماغية والعصبية في المخ شديد الخطر ويؤثر على الاتزان العقلي للشخص.^{١٢}

وعلى الرغم من أن هناك تباين وعدم اتفاق مطلق على مجمل تأثيرات تعاطي المخدرات الرقمية، الا أنه من المؤكد والمتفق عليه أنها تمثل شكل من أشكال الإدمان المعاصر، وتتضمن دخول المتعاطي في حالة غير طبيعية، تؤثر سلبيا على مختلف جوانب حياته الخاصة والعامة، وحذرت الدراسات بشكل واضح أن هذه الجرعات الصوتية تؤثر سلبيا على الصحة العقلية والجسدية، وأن الاستخدام المفرط للأصوات المحفزة يمكن أن يؤدي على المدى الطويل الى اضطرابات في النوم أو القلق، تماما كاستخدام المنشطات التي تستعمل في بعض الحالات المرضية كعلاج نفسي.

كما توجد عوامل عديدة للخطر منها خارجية وأخرى شخصية داخلية. ويؤكد الدكتور الحمود على أن الحديث عن المخدرات يعتبر حديثا عن أعظم مهدد للأسر والمجتمعات، فقد استقر العلماء في العقود الأخيرة، من البحث العلمي المتواصل في مجال علم الإدمان وبواعث التعاطي، إلى أن هناك أربعة عوامل خارجية عن الفرد تشكل مصدر خطورة فيما يتعلق بتشكيل قابلية التعاطي وتنمية سلوكيات تعاطي المخدرات والمسكرات. وهذه المجالات هي محيط الأسرة، وبيئة الجوار، وبيئة المدرسة، وطبيعة التفاعل بين الأقران أنفسهم. ويضاف لها العامل الخامس وهو العامل الشخصي الداخلي المتعلق بشخصية الإنسان وقيمه وانفعالاته وتفاعلاته ورصيد خبرته وميوله. هذه العوامل الخمسة هي مصدر الخطورة على الفرد وهي من تسهل له سبيل الانحراف، وفي الوقت نفسه هي أيضاً مصدر حمايته من الوقوع في الانحراف والسلوكيات الخطيرة. وبات هذا النموذج، عالمياً، هو الثابت والصادق علمياً والذي يُستخدم لوصف العوامل المتعددة والمتداخلة التي تتفاعل مع بعضها البعض وبالتالي تُشكل سلوك تعاطي المخدرات والمؤثرات العقلية.

• أثر الإعلام الجديد

أضاف الدكتور الحمود أنه في ظل الثورة التقنية التي تعيشها المجتمعات البشرية اليوم، يظهر أثر الإعلام الجديد المتمثل في شبكة الإنترنت وما تمخض عنها من شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم عاملاً مؤثراً في تكوين شخصية الإنسان وقيمه وسلوكياته.

إن سرعة انتشار هذا النوع من المخدرات وسهولة الحصول عليها سوف يؤدي الا محالة انتشار استهلاكها والادمان عليها، الامر الذي يؤدي بدوره مجموعة من الآثار السلبية سواء على الفرد أو على المجتمع

١١ سامية شيناز، عيسى يونس: السلوكيات الانحرافية المستحدثة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة دفاتر المخبر، المجلد ١٧، عدد ١، ٢٠٢٢، ص ١٦٥.

١٢ بوقرين عبد الحليم: نحو مكافحة ظاهرة المخدرات الالكترونية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، عدد ٦، د.ت، ص ٧٨.

يحاولون من خلاله مزاولة الترويج بعيداً عن رقابة الأجهزة الأمنية.

• **السهولة**، فشبكات التواصل الاجتماعي مكنت المروجين من الوصول إلى ضحاياهم بشكل سهل وسريع في العالم الافتراضي، وهذا الأمر أسهل بكثير من العالم الحقيقي الذي يحتاج إلى كثير من الخطوات والعلاقات، وتكتنفه العديد من التحفظات والاحترازا

• **الكلفة**، فانتشار الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي مكن المروجين من الاستفادة منها بكلفة يسيرة جداً وشبه مجانية، فالأمر لا يتطلب سوى توفر شبكة الإنترنت وجهاز حاسوب أو هاتف ذكي، دون أي مبالغ مالية طائلة أو إمكانات معقدة.

• **قلة الوعي**، إن قلة الوعي لدى الشباب والفتيات أسهمت في وقوعهم ضحايا لتعاطي المخدرات وفريسة لمروجيها، علاوة على الاستخدام غير الرشيد لشبكات التواصل الاجتماعي وعدم إدراك الشباب أو الفتيات لما تنطوي عليه من كواليس ومخاطر. ونظراً لارتباط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالهواتف الذكية (غالباً) فقد ظهرت عوامل أخرى تمثل تحديات أمنية جديدة في اكتشاف جرائم الاتجار بالمخدرات المرتبطة بهذه الأجهزة.^{١٣}

٨-الابتزاز عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تعتبر ظاهرة الابتزاز الإلكتروني من الظواهر المستحدثة التي ظهرت بظهور تقنيات الاتصال الحديثة والتي نعني بها في ورقتنا البحثية ظهور شبكة الإنترنت، حيث أصبحت تطالعنا مختلفاً لمثل هذه وسائل الإعلام بأنواع متعددة من الابتزاز، إذ غالباً ما تكون فئة الشباب هي الأكثر تعرضاً للمظاهر..

فالانفتاح التقني الذي شهدته الجزائر في منذ أواخر التسعينيات وما صاحب هذا الانفتاح من قفزة نوعية في الاتصالات عامة وفي مجال الإنترنت بشكل خاص قد أوجد عدة مظاهر سلبية نجمت جدد حتى تخدم بني البشر لا أن تكون سبباً في تعاستهم، ونشير في هذا الصدد إلى مهام مصالح الأمن الوطني في القضاء والحد من جرائم الانترنت، حيث قامت إدارة مكافحة الجرائم الإلكترونية للأمن الوطني في السداسي الأول من سنة ٢٠١٢، بناء على شكاوى مقدمة بضبط ٣٠ قضية تتعلق بجرائم الإنترنت، قدم خلالها الدليل المادي عن تورط ٢٠ شخصاً، تراوحت أعمارهم ما بين ٣٠ و ٥٠ سنة، حسب ما أكدته المصالح الأمنية والتي أفادت أنه تم معالجة ٩ قضايا تمس أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات تورط فيها أربعة أشخاص و ٧ قضايا انتحال هوية تورط فيها خمسة أشخاص بالإضافة إلى ٥ قضايا لها علاقة بالقرصنة عن طريق الإنترنت تورط فيها ثلاثة أشخاص و ٤ قضايا متعلقة بالتهديد بالتهجير تورط فيها أربعة أشخاص وكذا قضيتي نصب عن طريق الإنترنت وكذا قضيتين متعلقتين بالمساس بحرمة الحياة الخاصة وقضية خاصة بنشر

فإن عصابات تهريب وترويج المخدرات لا تبذل جهداً في استغلال كل هذه المتغيرات لصالح أجندها، مستفيدة من الأثر الكبير للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي إما بتزيين وتسهيل تداول ونشر المخدرات والمؤثرات العقلية وزيادة الطلب عليها، أو باستخدام هذه الوسائل الحديثة في عمليات ترويج ونشر المخدرات وخاصة بين الناشئة والمراهقين باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً لهذه الوسائل.

وأبرز طرق ووسائل مروجي المخدرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما يقول الدكتور سامي الحمود هي:

- نشر مسميات للمخدرات ترتبط بمفاهيم تشير للقوة والنشاط، ومسميات أخرى ترتبط بالإغراءات.
- إقناع الشباب بتأثير أنواع المخدرات في القدرة على الحفظ في أوقات المذاكرة في أيام الامتحانات.
- استخدام مسميات للمواقع تستوحي من اللذة في الطعم والمنظر ما يجذب الشباب والإيقاع بهم.
- خداع المراهقين والشباب أن بعض أنواع الحبوب هي الحل الأمثل للسهر.

• إنشاء حسابات لأسماء وصور نسائية بهدف إيقاع الشباب في برائن المخدرات.

• يستخدم المروجون أسماء جذابة لاستهداف الشباب في مواقع التواصل وإدخالهم في مستنقع المخدرات. كما يستخدمون ألغازاً وشفرات وصوراً عبر حسابات مشبوهة لبيع سمومهم والإيقاع بضحاياهم.

• يستخدم المروجون صيديات الإنترنت غير المشروعة التي تبيع وتروج للمواد المخدرة.

• تغريب مروجي المخدرات بالرياضيين الذين يسعون إلى تقوية عضلاتهم دون أن يبذلوا جهداً.

• يوظف المروجون أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب مثل تطبيق سناب شات

شبكات المخدرات الاجتماعية

يقول الدكتور سامي الحمود إن هناك ثمة مجموعة من العوامل جعلت من شبكات التواصل الاجتماعي خياراً مفضلاً وتحولاً مقصوداً لدى عصابات ترويج المخدرات، منها:

• **عامل السرية**، فسرية التعامل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت مروجي المخدرات على التخفي والحصول على غطاء آمن

١٣ د. عبد الحفيظ يحيى خوجة: مروجو المخدرات يستغلون وسائل التواصل الاجتماعي لنشرها بين الشباب | الشرق الأوسط (aawsat.com)



- اختراق حسابات التواصل الاجتماعي بأنواعها وبالتالي امتلاك المبتز لعدد من المحادثات الخاصة.
- إرسال الصور إلى شخص غير موثوق، وهذا يحدث غالباً بهدف التعارف الإلكتروني، على مواقع التواصل الاجتماعي.
- عدم التأكد من محو المعلومات والملفات قبل الشروع في بيع الجهاز سواءاً أكان هاتف أو حاسوب.
- تبادل الصور المفرط في وسائل التواصل بين الشباب مما يجعل الصور الخاصة في أكثر من جهاز وبالتالي احتمالية أكثر لوقوعها في أي أحد المبتزين فاقدي الوازع الديني.
- البطالة وأوقات الفراغ بالنسبة للشباب.
- قلة الوعي القانوني بعقوبة التهديد والابتزاز بشكل عام بالنسبة للمبتز.
- ضعف الرقابة على الشباب والشابات من قبل العائلة.

كيفية التخلص من الابتزاز الإلكتروني

- التوقف عن مراسلة الشخص المبتز نهائياً، وتعطيل جميع قنوات التواصل التي يمكن ان يصل اليك من خلالها.
- عدم اظهار ضعفك او خوفك امام المبتز.
- التعامل مع المشكلة بحكمة وروية وهدوء تام، لمعرفة الوصول للحل بالشكل المناسب.
- إبلاغ من تثق في قدرتهم على مساعدتك في هذه المشكلة التي وقعت بها.
- عدم الانجرار الى ما يطلبه منك المبتز لأن طلباته لا تنتهي بأي شكل من الاشكال.
- التوجه الى الجهات الحكومية المختصة (المصادر الفنية أو الجرائم الالكترونية).

كيفية الوقاية من الوقوع في الابتزاز الإلكتروني

طرق الوقاية من الابتزاز الإلكتروني كثيرة ومتعددة وجميعها تعطيك امان نسبي الى حد ما، سوف اذكر لك اهم تلك الطرق:

- تعزيز الوعي الأمني في استخدام شبكة الانترنت.
- تفادي الاتصال في شبكات الانترنت العامة.
- عدم منح الثقة لأشخاص غير معروفين واقتصرها على الأهل والعائلة المقربة.
- عدم مشاركة الصور والفيديوهات الخاصة على شبكة الانترنت.
- عدم فتح الروابط المشبوهة ومجهولة المصدر.

الصور المخلة بالحياء، كما تجدر الإشارة إلى أنه تم إنشاء فرق متخصصة من الشرطة القضائية على مستوى أمن الولايات، تم تعزيزها بالمختصين والخبراء من ذوي القدرة والكفاءة في التعامل مع الجرائم الإلكترونية في حالة حدوث أي جريمة، لاسيما بعد تعدد أساليب الاحتيال التي تعتمد على استغلال التقنية الحديثة والتي أصبحت الأوسع انتشاراً.^{١٤}

الابتزاز الإلكتروني هو تهديد بالتشهير بمشاركة معلومات تخص شخص ما، بما في ذلك الصور والفيديو، على الانترنت، ما لم يستجيب لمطالب المبتز، والتي تكاد تنحصر في طلب المال أو الاستغلال الجنسي.

وهو أيضاً عملية تهديد وترهيب للضحية بنشر صور أو مواد فلمية أو تسريب معلومات سرية تخص الضحية، مقابل دفع مبالغ مالية أو استغلال الضحية للقيام بأعمال غير مشروعة لصالح المبتزين كالإفصاح بمعلومات سرية خاصة بجهة العمل أو غيرها من الأعمال غير القانونية. وعادة ما يتم تصيد الضحايا عن طريق البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ك الفيس بوك، تويتر، وإنستغرام وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لانتشارها الواسع واستخدامها الكبير من قبل جميع فئات المجتمع. وتزايد عمليات الابتزاز الإلكتروني في ظل تنامي عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والتسارع المشهود في أعداد برامج المحادثات المختلفة.^{١٥} وقد يحدث الابتزاز نتيجة اختراق أو قرصنة للهاتف أو للكمبيوتر الخاص بالشخص، أو حتى استغلال صور عادية والتلاعب فيها من خلال البرامج الحديثة في المونتاج والجرافيك ليظهر ذلك الشخص في شكل مخزي وفاضح، واستغلال هذا للضغط على الضحية وابتزازها، وتشير الدراسات أن الضحية مسئولة بنسبة قد تقترب من ٨٠٪ عن تعرضها للابتزاز الإلكتروني، وذلك إما من خلال مشاركتها بصور أو فيديوهات تخصها مع آخرين، أو من خلال عدم اتقان الطريقة المثلى للحفاظ على الخصوصية المعلوماتية، وعدم تمكن الآخرين من اختراق الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الكمبيوتر الخاص. ويلاحظ أن بعض عمليات الابتزاز قد تكون وهمية، أي يتم خداع الضحية، ويقع في هذا الفخ صغار السن من المراهقين خاصة الفتيات، وأمام الخوف من الفضح والتشهير قد تلجأ الضحية إلى الانصياع للابتزاز، أو قد تتخلص من حياتها خوفاً من الفضيحة، وفي حالات قليلة قد تلجأ إلى الأسرة أو جهات التحقيق الرسمية لإنقاذها، خاصة إذا وقعت أخطاء من الضحية مثل ارتكاب فعل مشين تم توثيقه.

ومن أسباب عملية الابتزاز نجد:

- تكوين علاقات مجهولة بالنسبة للبنت، لأن بعض البنات قد تدخل في علاقة مع شخص ما، فيشرع بالتقاط صور لها على حين غفلة منها، بعد ذلك يبدأ مسلسل الابتزاز وذلك بطلب أشياء أخرى مقابل أن لا يخبر أهلها بأنها قابلته.

١٤ سعيد زيوش: ظاهرة الابتزاز الإلكتروني وأساليب الوقاية منها (قراءة سوسيولوجية وأراء نظرية)، مجلة العلوم الاجتماعية، عدد ٢٢٥، جانفي ٢٠١٧، ص ٧٠-٧١.

١٥ محمد إبراهيم عبدالله: مقالة بعنوان «دور النصوص القانونية في معالجة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني والسبل الكفيلة في الحد منها» (uoanbar.edu.iq)



- عدم قبول طلبات الصداقة المشبوهة.
- عدم فتح مكالمات صوتية او مرئية مع ارقام مجهولة.^{١٦}

خاتمة

يعتبر التقدم التكنولوجي الذي مرت به الجزائر ومختلف الأمم الأخرى نعمة ونقمة في نفس الوقت، نعمة لما لها من آثار إيجابية في تقريب المسافات بين الأفراد و الاستفادة الكبيرة من الوقت، و استخدام البريد الإلكتروني لإرسال رسائل وملفات وأيضاً عرض معلومات عن الشخص أو عدة أشخاص خلال ثواني حول العالم ، وأيضاً عرض معلومات عن الأشخاص أو المؤسسات من أجل أهداف تجارية أو أهداف شرعية أخرى، كما أنها تتيح تكوين موقع للمحادثة الآنية Chat بحيث يتناقش عدة أفراد حول العالم آنياً، إمكانية الحصول على معلومات مطلوبة للأبحاث والدراسات عبر الإنترنت عن بضائع معينة، وكذلك إمكانية الحصول على شهادة دراسية عالية مثل الليسانس أو الماجستير عبر الإنترنت و تحديث وعي الطالب الجامعي خاصة والمواطن عامة كل في مجاله عن اتجاهات السوق العالمي وتزويده بكافة المعلومات الحديثة في كافة المجالات، والاشتراك مجاناً بمجلات الكترونية عبر البريد الإلكتروني لكافة مجالات الحياة .

إذ يعتبر التقدم التقني في هذا المجال نقمة إذا قام بعض من الأشخاص بعدة جرائم وسلوكيات انحرافية متعددة اثرتها بالبحث سابقاً كالاختيال والابتزاز والمخدرات... وغيرها من الأنواع الخطيرة الأخرى التي تعمل على اضعاف قوة الأجهزة المجتمعية لما لها من خطورة على الافراد ، وبالرغم من وقوف أجهزة الدولة بالمرصاد لمختلف الجرائم الالكترونية إلا أنها تبقى بعيدة عن تحقيق الأمن الإلكتروني العام، حيث يتوقف هذا الأخير على التعاون الرئيسي والأساسي من طرف المعنيين ونقصد هنا في المقام الأول الأسرة والمسؤولين على توفير الإنترنت وكافة المؤسسات الاجتماعية الأخرى، حيث كلما كان الوعي منتشر في المجتمع قل التعرض لمثل هذا الجرائم وبالتالي يسهل على مختلف الأجهزة المعنية بين الافراد لمواجهة الجريمة الإلكترونية والمساهمة في التقليل من هذه الظاهرة.

١٦ محمود جميل الحرازين: ماهو الابتزاز الالكتروني؟ وكيفية الوقاية منه؟، الابتزاز الإلكتروني وكيفية الوقاية منه | مبادرة العطاء الرقمي (attaa.sa)، ٣١-٠٧-٢٠٢٢.

قائمة المراجع

الكتب

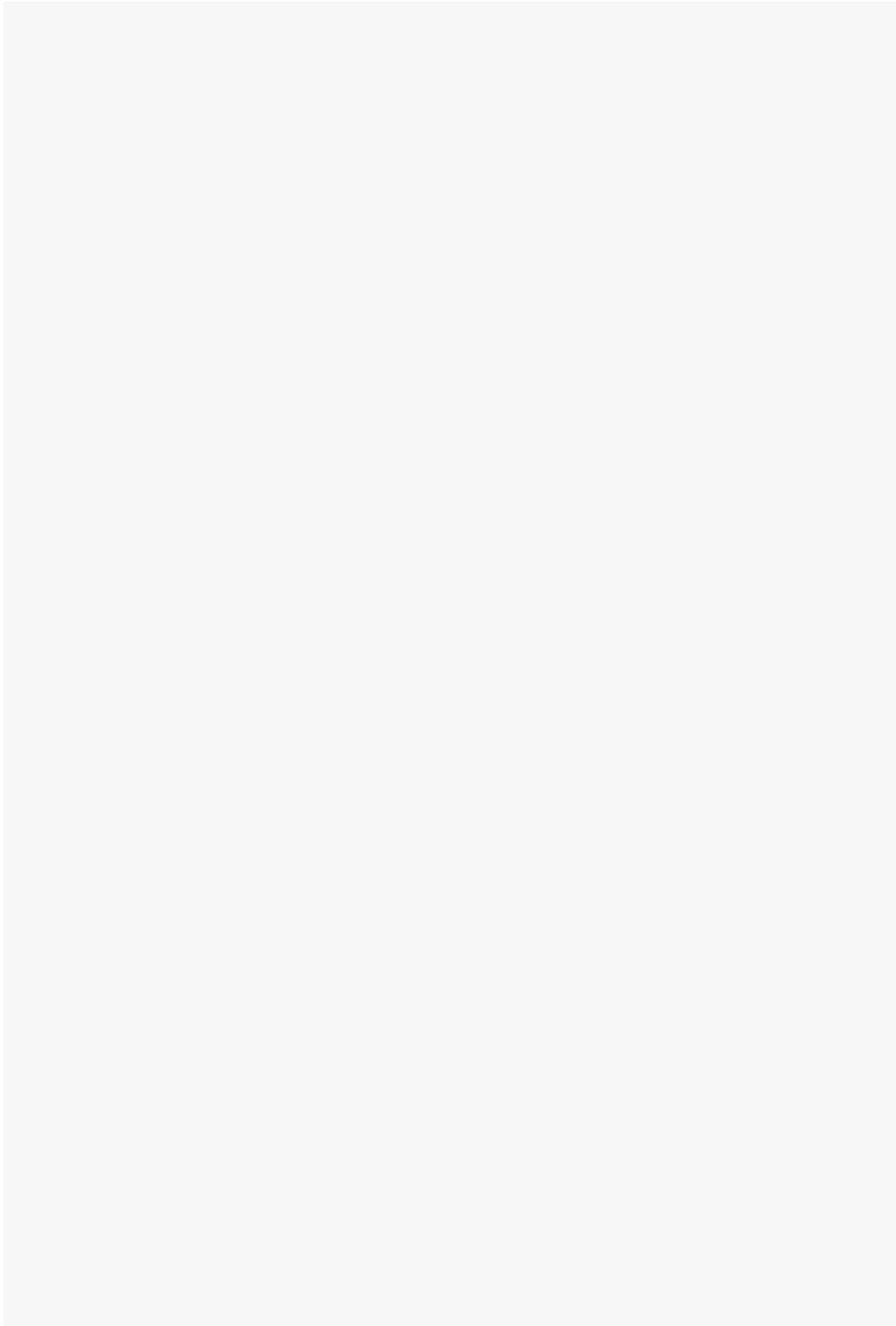
١. أحمد محمد البشير: موسوعة اللغة العربية، دار العربي للموسوعات، عمان، ط2، 2008.
٢. أحمد كاظم حنتوس: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعليم، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، العدد4، المجلد 7، 2017.
٣. بسام محمد أبو عليان: الانحراف الاجتماعي والجريمة (علم اجتماع الجريمة)، جامعة الأقصى، ط3، 2016.
٤. دغوب وليم: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسوك الانحرافي لدى الطالب الجامعي، مجلة العلوم الاجتماعية، الجلفة، 2017.
٥. حمدي عبد الله عبد العظيم: برامج تعديل السلوك (مجموعة برامج عملية ونماذج تطبيقية)، مكتبة أولاد الشيخ للتراث، الجيزة، ط1.
٦. سعيد زيوش: ظاهرة الابتزاز الالكتروني وأساليب الوقاية منها (قراءة سوسيولوجية وأراء نظرية)، مجلة العلوم الاجتماعية، عدد22، جانفي 2017.
٧. سامية شيناز، عيسى يونس: السلوكيات الانحرافية المستحدثة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة دفاتر المخبر، المجلد17، عدد1، 2022.
٨. عامر فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2022، ص 187.

المقالات والمجلات

٩. أحمد العفراوي: السلوك المنحرف (ورقة مقدمة الى مؤتمر الصحة والحياة)، 9 ماي 2010، الأردن.
١٠. بوقرين عبد الحليم: نحو مكافحة ظاهرة المخدرات الالكترونية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، عدد 6، د.ت، ص 78.

المقالات والمجلات

١١. التسول الالكتروني يشوه عمل الخير ومشروع قانون لمكافحةه (petra.gov.jo)
١٢. د. عبد الحفيظ يحيى خوجة: مروجو المخدرات يستغلون وسائل التواصل الاجتماعي لنشرها بين الشباب | الشرق الأوسط (aawsat.com)
١٣. محمد إبراهيم عبد الله: مقالة بعنوان "دور النصوص القانونية في معالجة ظاهرة الابتزاز الالكتروني والسبل الكفيلة في الحد منها" (uonbar.edu.iq)
١٤. محمود جميل الحرازين: ماهو الابتزاز الالكتروني؟ وكيفية الوقاية منه؟، الابتزاز الإلكتروني وكيفية الوقاية منه | مبادرة العطاء الرقمي (attaa.sa)، 31-07-2022.



واقع استخدام الأسرة الجزائرية للإنترنت وتأثيره على العلاقات الأسرية (الأسرة القالمية بالجزائر نموذجاً)

د. غزالة ابن فرحات

جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة - الجزائر

benferhatghezala@gmail.com

ملخص

كانت الأسرة ولا تزال عماد المجتمع وأساسه، لكن التغير الذي مسّ هذا الأخير قد كان له وقعه على الأسرة كذلك. فقد شهد المجتمع تطورات كثيرة من بينها تلك التي عرفها مجال التكنولوجيا والمعلوماتية والتي أقل ما يمكن القول عنها أنها قد غيرت بشكل جذري في نمط حياة الأفراد والجماعات ومن بينها الأسرة. فقد شكل ظهور الشبكة العنكبوتية أو ما يعرف بالإنترنت ومختلف تطبيقاتها، حدثاً عالمياً أثر في الأفراد من مختلف الفئات العمرية والمستويات الاجتماعية والعلمية والثقافية، فأصبحت الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من حياة المجتمعات العصرية. لذلك سنحاول من خلال هذه المداخلة عرض نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على مجموعة من الأسر بمدينة قالمة (الجزائر) حول موضوع "تأثير الإنترنت على العلاقات الأسرية" سعياً منا للإجابة على التساؤلات التالية:

- ماهي دوافع اقبال أفراد الأسرة على استخدام الإنترنت؟
- كيف يتعامل الأفراد مع الشبكة العنكبوتية خلال اليوم؟
- هل كان لاستخدام الشبكة العنكبوتية تأثير على العلاقات الزوجية وفيما يتمثل هذا التأثير؟
- هل أثر استخدام الشبكة العنكبوتية على العلاقة بين الأولياء وأبنائهم وفيما تجسد هذا التأثير؟

المقدمة

رغم كون الإنترنت والتكنولوجيا تعد بشكل عام نعمة كبيرة وإحدى الإنجازات الهائلة التي أحدثت تحولاً جذرياً في حياتنا اليومية وفي مختلف المجالات، إلا أنه لا يمكن انكار أن هذا التحول الرقمي ليس بدون تأثيرات سلبية ومنها تأثيره على أفراد الأسرة والتواصل الأسري على وجه الخصوص. فقد أثبتت الدراسات أن استخدامه المفرط قد يؤدي إلى الانعزالية وقطع العلاقات الاجتماعية والأسرية وقد يتعرض بعض الأفراد إلى الإدمان بسبب استخدامها، مما يغير من سلوكهم واهتماماتهم ويؤثر على جودة التواصل الأسري والتفاعل بين الأفراد. لذلك سنحاول من خلال هذا العمل التعرض إلى واقع استخدام الإنترنت من قبل الأسرة بمدينة قالمة بالجزائر وتأثير ذلك على العلاقات الأسرية كما يراها الأبناء.

الإشكالية

أحدث تطور الإنترنت على مدى السنوات الماضية ثورة في طريقة التواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات في جميع أنحاء العالم. فقد أصبحت الإنترنت أداة رئيسية للتواصل الاجتماعي والتسويق والتعليم والترفيه والتجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية والمالية وغيرها. وقد غيرت في كيفية تفاعل الأفراد والمجتمعات بشكل كبير، حيث يمكن للأفراد الآن التواصل مع بعضهم البعض من خلال منصات التواصل الاجتماعي، والتعرف على أشخاص جدد ومشاركة الصور والفيديوهات

شهدت الإنترنت خلال العقد الأخير تطوراً كبيراً واستخداماً واسعاً في جميع جوانب الحياة العملية، الترفيهية، التواصلية أو التعليمية. ففي الجانب العملي، أصبحت أداة حيوية للعمل في الكثير من المجالات، بدءاً من الأعمال الصغيرة وصولاً إلى الشركات الكبيرة حيث يمكن استخدامها لإدارة الأعمال والمشاريع وتسهيل التواصل بين الموظفين والعملاء والشركاء، وساعدت أيضاً في تطوير عمليات البيع والشراء عبر الشبكة العنكبوتية. أما في الجانب الترفيهي، فقد أصبحت مصدراً هاماً للترفيه والتسلية، حيث تُمكن من الوصول إلى العديد من المحتويات كالأفلام والمسلسلات والألعاب الإلكترونية والموسيقى والكتب الإلكترونية، في أي وقت ومن أي مكان في العالم.

أما في الجانب التواصل، فقد صارت الإنترنت وسيلة للتواصل الفوري والمستمر مع الآخرين، يمكن استخدامه لإجراء مكالمات صوتية ومرئية وإرسال الرسائل النصية والبريد الإلكتروني والمنشورات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كل هذا من شأنه أن يسهل التواصل بين الأشخاص من مختلف الأعمار والثقافات والجنسيات. كذلك الحال في الجانب التعليمي، فقد أضحت الإنترنت مصدراً هاماً للتعلم والتثقيف، تُمكن الوصول إلى الكثير من المواد التعليمية المجانية والمدفوعة، مما في ذلك الدورات التكوينية.

والمقالات والأخبار والمعلومات. وتحققت بذلك مقولة مارشال ماكلوهان "الشهرة بأن وسائل الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى قرية عالمية تتصل جميع أجزائها ببعضها البعض". (عباسي، حمدي، ٢٠١٧: ٣١٩)

فقد أصبحت الإنترنت تشكل ضرورة من ضروريات الحياة المعاصرة ووسيلة مهمة في عملية التواصل الاجتماعي التي لا يمكن الإستغناء عنها، الأمر الذي مكنها في فترة وجيزة من تغيير نمط الحياة العصرية، مستحدثة مفاهيم وسلوكيات جديدة لم تكن مستخدمة من قبل. وقد امتد تأثير هذه التقنية الذي شمل جميع جوانب الحياة ومختلف المؤسسات الاجتماعية بما فيهم الأسرة التي لم تسلم هي الأخرى من تأثيرها من حيث بنائها، وظائفها وأشكال التواصل بين أفرادها. فتغير نمط العلاقات الأسرية وتقلصت الجلسات الأسرية ونقص الحوار والنقاش بين أفراد الأسرة الواحدة، وأصبحت الإنترنت هي المسيطرة على الجو العائلي، وصارت بذلك تهدد بزوال قيمة الاجتماع في السهرة والمرح الجماعي والنقاش والتحدث، وقيمة الاجتماع على مائدة الأكل وقيمة الفضضة إلى الأهل بدل الغرباء. (بن عثمان، بوهالي، ٢٠١٨: ٢) كل هذه العوامل إلى جانب تخلي الأسرة على الكثير من المهام والوظائف التي كانت تقوم بها في الماضي لصالح مؤسسات أخرى كالمؤسسات الاجتماعية والإعلامية، ساهم في توسيع الفجوة بين الأولياء والأبناء وحتى بين الزوج وزوجته بسبب الاستخدام المكثف لها، مما أدى إلى اختلال توازن الفرد (إن صحَّ التعبير) في المجتمع الحالي بين الفردانية والاجتماعية، بالموازاة مع انتشار التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال.

إن هذه التقنية بالرغم من ممتعتها بمزايا كثيرة وتوفرها لخدمات عديدة كتنهيل عملية التواصل بين الأفراد بشكل سريع وفعال وتحسين العلاقات عن بعد وتعزيز التفاعل الاجتماعي مع المجتمعات الرقمية والمنديات والمواقع الاجتماعية وتوفير فرص التعارف والتواصل مع أشخاص جدد، إلا أنها تثير من جانب آخر سلسلة من التساؤلات والانتقادات حول مساهمتها في عزل أفراد الأسرة الواحدة بعضهم عن بعض، بفعل الاستخدام الفردي للهواتف والهوايات بشكل مفرط. فقد أصبح الفرد يقضي الكثير من الوقت في التفاعل مع العالم الافتراضي بدلاً من التفاعل الحقيقي مع أفراد أسرته، مما أدى إلى إهمال التواصل الحقيقي مع الأسرة والأصدقاء وحتى وإن حدث ذلك، فهو يقتصر على استخدام جمل قصيرة ومختصرة عوض أن يتحاور الأبناء مع آبائهم والأزواج مع زوجاتهم حول رغباتهم ومشكلاتهم اليومية. (هنيمي، ٢٠١٤: ١٠١) من جهة أخرى فقد أدى الاستخدام المفرط لهذه التقنية إلى ظهور أنماط سلوكية غير صحية مثل قضاء ساعات طويلة في تصفح الإنترنت وبقاء الفرد مستيقظاً حتى وقت متأخر من الليل، مما يؤثر على صحته وقدراته على التواصل الفعال مع الآخرين.

كل هذه العوامل دفعت بنا إلى محاولة تسليط الضوء على واقع استخدام الأسرة بمدينة قالملة الجزائرية للإنترنت وتأثير ذلك على العلاقات بين أفرادها من وجهة نظر الأبناء. وذلك من خلال طرح التساؤلات التالية:

- ماهي دوافع اقبال أفراد الأسرة على استخدام الإنترنت؟
- كيف يتعامل الأفراد مع الشبكة العنكبوتية خلال اليوم؟

- هل كان لاستخدام الشبكة العنكبوتية تأثير على العلاقات الزوجية وفيما يتمثل هذا التأثير؟
- هل أثر استخدام الشبكة العنكبوتية على العلاقة بين الأولياء وأبنائهم وفيما تجسد هذا التأثير؟

أهداف الدراسة

- لحل دراسة أو بحث مجموعة من الأهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها وقد تم تحديد جملة من الأهداف نلخصها فيما يلي:
- الكشف عن مدى وجود تأثير لاستخدام الإنترنت على العلاقات بين أفراد الأسرة في مدينة قالملة (الجزائر).
- التعرف على أهم الآثار الناجمة عن استخدام شبكة الإنترنت على العلاقات الأسرية سواء بين الزوجين أو بين الآباء والأبناء.
- التعرف على الدوافع والاشباع المحققة لأفراد الأسرة نتيجة استخدام الإنترنت.
- التعرف على مظاهر السلوك اليومي في استخدام أفراد الأسرة للإنترنت.

أهمية الدراسة

تأثير الإنترنت على العلاقات الأسرية موضوع هام ومتعدد الجوانب يستحق البحث والتحليل. ويمكن حصر بعض الأسباب التي تؤكد هذه الأهمية في النقاط التالية:

- تركز هذه الدراسة على أهم فئة في المجتمع ألا وهي الشباب داخل الأسرة باعتبارها عماد المجتمع وأساسه، وتعد العلاقات القائمة بين أفراد الأسرة الواحدة من أهم العوامل لنجاح الحياة الأسرية وتطور المجتمع.
- تزايد استخدام الإنترنت جعله يشكل جزءاً أساسياً من حياة الكثير من الناس في جميع أنحاء العالم، وقد أدى ذلك إلى تغيرات كبيرة في الثقافة والعلاقات الاجتماعية، لذلك جاءت أهمية هذه الدراسة للتعرف على رأي الأبناء في تأثير استخدام الإنترنت على جانب من هذه النواحي وهي العلاقات الأسرية.
- تأثير الإنترنت على العلاقات الاجتماعية حيث يمكن أن يؤدي استخدامه المفرط إلى الانعزال والابتعاد عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية مما يدفعنا للكشف عنها.
- تأثير الإنترنت على الصحة النفسية لأفراد الأسرة، حيث يمكن أن ينتج عن الإدمان على الإنترنت وتقليل الوقت المخصص للتفاعل الحقيقي بين أفراد الأسرة تأثيراً سلبياً على الصحة النفسية والعلاقات الاجتماعية.

مفاهيم الدراسة

تحديد المفاهيم من الخطوات المهمة في البحث العلمي التي تمكن الباحث من التحكم في الدراسة والوصول إلى نتائج رصينة. وقد شملت



عن طريق نظام تواصل عالمي يتيح للمستخدمين تبادل المعلومات مع شبكات صغيرة بشتى أنواعها الرقمية والمرئية والسمعية.

• الأسرة

أ - لغة: الدرع الحصينة، من أسر أي شد، وأسره أسرا وإساره أي شده بالإسار وهو ما شد به، وأسرة الرجل عشيرته ورهطه الأذنون لأنه يتقوى بهم. (ابن منظور، ٢٠٠٠: ١٨)

ب - إصطلاحا: هي الخلية الأولى للمجتمع وهي تحفظ للمجتمع تراثه، وهي التي تلقن الطفل مبادئ الحياة الاجتماعية وفيها يتعلم أيضا معنى المسؤولية، وهي التي تربي لديه الوعي الاجتماعي وعنها يأخذ مبادئ السلوك الاجتماعي، كما تلعب الأجواء الأسرية دورا رئيسيا في ترسيخ القيم والمعتقدات في نفوس الأطفال. (خليل، ٢٠٠٠: ١٣)

إن مفردة الأسرة ومرادفاتها تشير عندما يسمعا المرء إلى صور من حالات التماسك والتضامن والتراجم كأوضاع أساسية وطبيعية وفطرية ينبغي أن تكون عليه كل أسرة وفق ما دعت إليه جميع الرسائل السماوية وتحافظ عليه أغلب الأعراف الاجتماعية. (الشبيب، ٢٠٠٧: ٢٠)

ج - اجرائيا: هي مجموعة من الأشخاص (أب، أم، أبناء) يرتبطون معا بروابط الزواج والدم ويعيشون تحت سقف واحد ليكونوا وحدة اجتماعية يتفاعلون من خلالها وفقا لأدوار اجتماعية محددة.

• العلاقات الأسرية

أ - إصطلاحا: يعتبرها أحمد الشربيني: "أنها شبكة من العلاقات الاجتماعية بين أعضاء الأسرة الواحدة وكلما كانت العلاقات موجبة ساد جو الأسرة والوفاء والتماسك بين أعضائها وكلما كانت سالبة يسود الأسرة جو التنافر وعدم الرغبة في تحمل المسؤولية من قبل الآباء والأبناء". (حسروميا، دريد، ٢٠١٨: ١١٧)

هي تلك " العلاقة التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء بما تحدده الأسرة ويقصد به أيضا طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة، ومنها تلك العلاقة التي تقع بين الزوجة والزوج وبين الأبناء والآباء وبين الأبناء أنفسهم". (أبو جادو، ٢٠٠٤: ٢١٨)

ب - اجرائيا: هي العلاقات التي تجمع بين أفراد الأسرة الواحدة والتفاعل المتبادل الذي يستمر لفترة طويلة من الزمن بين أعضاء الأسرة من خلال الاتصال وتبادل الحقوق والواجبات بين الأب والأم من ناحية وبينهما وبين أبنائهما من ناحية وبين الأبناء بعضهم بعض من ناحية أخرى.

الاهتمام الأكاديمي بالموضوع:

إن الدراسات السابقة خطوة مهمة في البحث العلمي لأنها تساعد الباحث في تجنب التكرار وتفادي أخطاء الآخرين وتسمح له بفهم

دراستنا مجموعة من المفاهيم هي: التأثير-الإنترنت- الأسرة-العلاقات الأسرية.

• التأثير

أ - لغة: من الفعل أثار بمعنى ظاهرا أحدث تأثيرا أثر في الأجسام أو أعطى نتيجة حسنة وترك أثرا نفسيا أو أحدث إنطباعا وكان له واقع، والتأثير هو احساس يحدثه عامل أو يمارسه شخص ما. (بوريكو، ١٩٨٦: ٦٦)

ب - إصطلاحا: يحدد التأثير في تلك النتيجة الهامة التي تترتب على مرحلتها المواجهة والتبادل. ومعنى ذلك، أن الحديث عن التأثير يفترض مرحلة أساسية وإستراتيجية وهي التفاعل الاجتماعي باعتباره يتم بين طرفين أو جماعتين. وبعد هذه المرحلة والعلاقة الاتصالية الضرورية، يحصل التأثير الاجتماعي حيث نتحدث عن مؤثر ومؤثر. (المستاري، ٢٠١٢/٠٢/٠٨)

وتعرفه موسوعة علوم الاعلام والاتصال " بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية". (حجاب، ٢٠٠٤، ١٤٤)

الأثر هو احداث تغيرات وتأثيرات في السلوك والتفكير وتتمثل في التأثيرات الحاصلة نتيجة التعرض للوسائل المختلفة ولهذا يعمل عند اجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير. (الفار، ٢٠١٣: ٥٢)

ج - اجرائيا: التأثير يقصد به كل ما يطرأ من تغير على العلاقات الأسرية جراء الاستعمال المفرط أو المعتدل لشبكة الإنترنت.

• الإنترنت

أ - لغة: كلمة INTERNET إنجليزية الأصل مكونة من كلمتين هما:

كلمة INTERCONNECTION وتعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض، وكلمة NET WORK وتعني شبكة، فقد أخذ من الأولى INTER ومن الثانية NET وبذلك يصبح معنى الكلمة المركبة INTERNET هو الشبكات المترابطة مع بعضها البعض. (شمو، ١٩٩٩: ٢٣٢)

ب - إصطلاحا: مفردة INTERNET تعني شبكة عالمية من الحسابات الأولية، وتحتوي على شبكات منفصلة موصولة ببعضها البعض في العالم، مما يعطي لكل مستعمل للإنترنت القدرة على الاتصال بالآلات البعيدة عن بعضها والشبكات المحلية البعيدة أيضا والاتصال بالحواسوب في أي مكان في العالم. (الزبيدي، ٢٠٠٣: ١١٢)

ج - اجرائيا: هي شبكة عالمية ضخمة تربط الحواسيب ببعضها البعض



موضوع بحثه وأخذ أفكار جديدة. وقد أجريت عدة دراسات تقارب مع موضوع بحثنا منها دراسات عربية وأخرى محلية سوف نعرض بعضها:

- دراسة إلهام بنت فريخ بن سعيد العويضي، بعنوان "أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة، في محافظة جدة بالسعودية" سنة ٢٠٠٤م. (العويضي، ٢٠٠٤)

انطلقت مشكلة الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: هل أثرت شبكة الإنترنت على العلاقات الأسرية؟ والذي تفرعت عنه أسئلة تتعلق بطبيعة استخدام أفراد الأسرة للإنترنت، أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية وأثر استخدام الإنترنت على ميزانية الأسرة. لانجاز الدراسة اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت عينة البحث في الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت فقط، حيث بلغ عددهم ١٦٧ زوج، ١٣٣ زوجة، ١٦٧ ابن و١٣٥ أخ. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يعد تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة في مجتمع الدراسة تأثير محدود ووسيط.
- نصف المبحوثين ينظمون استخدامهم للإنترنت بمستوى متوسط كما أنهم يخضعون لرقابة متوسطة.
- أكدت نتائج الدراسة ضرورة التأكيد على دور الآباء والأمهات في رعاية ووقاية الأبناء من مخاطر الإنترنت من خلال التوجيه والمتابعة والرقابة والتنظيم.

- دراسة صبا منير حسين بشيش، بعنوان "إدمان الإنترنت وعلاقته بالإكتئاب والوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات بغزة" سنة ٢٠١٨م. (بشيش، ٢٠١٨)

انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: هل توجد علاقة ارتباطية بين إدمان الإنترنت وبين الإكتئاب والوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة؟ حيث تفرعت عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية تتعلق بمدى إدمان طلبة الجامعات في قطاع غزة على الإنترنت، هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والإكتئاب لدى الجامعات في قطاع غزة؟ وهل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة؟

واستخدم المنهج الوصفي التحليلي في انجاز الدراسة التي استهدفت جميع الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة وقد تكونت العينة من ٤٧٩٥٤ طالب وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن مستوى إدمان الإنترنت لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة كان بنسبة ٥٨,٤٨%.
- بلغ مستوى الاكتئاب لدى الطلبة نسبة ٢٨,٥٦%، أما مستوى الإحساس بالوحدة فقد وصل إلى ٥٤,٦٠%، وهي نسب مرتفعة جدا تنبؤ عن وجود مشكل فعلي.

- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة.

- دراسة عبد اللطيف عبد القوي سعيد العسالي بعنوان " أثر استخدام شبكة الإنترنت على أنماط العلاقات الأسرية في المجتمع اليمني سنة ٢٠٢٠م. (العسالي، ٢٠٢٠: ١٥٩-١٨٧)

تمثل السؤال الرئيسي للدراسة حول تأثير استخدام شبكة الإنترنت على أنماط العلاقات الأسرية في المجتمع اليمني؟ وقد انبثقت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الدوافع التي تقف وراء استخدام الأسرة اليمنية لشبكة الإنترنت؟
- ماهي الاشباع التي تتحقق من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية؟
- ما مدى تأثير شبكة الإنترنت على أنماط العلاقات الأسرية بين تفاعلية، المتمثلة في:
- العلاقة بين الزوجين
- العلاقة بين الوالدين والأبناء
- العلاقة بين الأبناء بعضهم البعض
- إلى أي حد تؤثر شبكة الإنترنت على قيم وسلوكيات أفراد الأسرة؟

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي واستمارة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة شملت ٢٠٠ مبحوث ومبحوثة مناصفة بين آباء وأمهات وطلاب وطالبات السنة الأولى والثانية بأقسام الخدمة الاجتماعية، علم الاجتماع وعلم النفس بكلية الآداب بجامعة صنعاء. وقد أظهرت النتائج ما يلي:

- يعتبر المعدل الزمني لمدة استخدام الإنترنت مرتفعاً لدى أفراد العينة من الآباء والأمهات حيث يأتي الآباء في المرتبة الأولى بمعدل ٦-١ ساعات في اليوم، ثمّ تليهم الأمهات بمعدل ٥-١ ساعات في اليوم. وكانت الأمهات أكثر استخداماً له في المنزل على الرجال.
- من أهم دوافع استخدام الإنترنت بالترتيب: التسلية والترفيه، التعلم ومتابعة الأخبار لدى الآباء. أما بالنسبة للأمهات فجاء الترتيب كما يلي: التسلية والترفيه ثمّ التعرف على ثقافات أخرى.
- ظهور المشكلات والخلافات بين الزوجين كنتيجة لاحتساس كل طرف بالاهمال المتعمد للطرف الآخر له.
- بروز حالات التفكك الأسري كنتيجة لتصدع بنية الأسرة عاطفياً وتراجع أدوارها.
- ضعف في التنشئة الاجتماعية للأبناء بسبب انشغال الأولياء بالإنترنت لساعات طويلة.



الاستعمال؟

- واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث تمثلت عينة الدراسة في جميع المراهقين المستخدمين لشبكة الإنترنت من طلبة متوسطات مدينة أم البواقي بالجزائر الذين يدرسون في المستوى الثالث والرابع، وعددها ٨ متوسطات وبلغ المجموع الكلي لأفراد العينة ١٧٩٨ تلميذ. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- أثبتت الدراسة توفر خدمة الإنترنت داخل الأسرة الجزائرية ويظهر ذلك من خلال ارتفاع نسبة استخدامه من طرف أبنائها المراهقين من كلا الجنسين وبإختلاف مدة الاستعمال وفتراته وعدد ساعاته.
- اهتمام الأسرة بالمراهق واشباع حاجاته الاتصالية داخل أسرته عن طريق الاجتهاد في بناء علاقات أسرية فعالة وتوفير المناخ الأسري المناسب ليكون جوه (المراهق) الاجتماعي صحيح والحقيقي، مما يحول دون الافراط في استخدام الإنترنت أو الإدمان على العلاقات الافتراضية.

الاجراءات المنهجية للدراسة

- منهج الدراسة

يرتبط المنهج الذي يستخدمه الباحث في الدراسة بموضوع الظاهرة أو المشكلة وتحصيل المعرفة العلمية. والمنهج يعني الطريق الواضح والطريقة الناجحة في إنجاز البحوث، باعتباره تجسيد لطريقة التفكير والفعل والانتقال من مشكلة إلى حلها والسير نحو الهدف. (الخولي، ٢٠١٤: ١٠) وتبعاً لطبيعة موضوع دراستنا التي تتمحور حول: " واقع استخدام الأسرة الجزائرية للإنترنت وتأثيره على العلاقات الأسرية "، فإن المنهج الوصفي التحليلي هو الأنسب لإجرائها، من خلال الوقوف على الآثار المترتبة عن استخدام شبكة الإنترنت على العلاقات الأسرية. فهي تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها. فهي لا تقتصر على مجرد جمع المعلومات والبيانات والحقائق بل تتعدى لتفسيرها وتحليلها واستخلاص النتائج.

- مجالات الدراسة

لكل دراسة مجالات رئيسية تختلف باختلاف أنواع البحوث والدراسات وعليه فإن مجالات هذه الدراسة كانت كالآتي:

١. **المجال المكاني:** يشير المجال المكاني إلى البيئة الجغرافية التي يقوم الباحث بتحديد لها للقيام بالدراسة وعليه تم إجراء دراستنا على مجموعة من الأسر الساكنة بمدينة قالمة الذين يستخدمون شبكة الإنترنت. وتقع مدينة قالمة في الناحية الشمالية الشرقية للجزائر، تضم ١٠ دوائر و٣٤ بلدية وتربع على مساحة تقدر بـ ٣٨٦.٨٤ كلم^٢.
٢. **المجال الزمني:** ويقصد به الفترة التي استغرقتها الدراسة والتي

- التأثير على مستوى التحصيل الدراسي وأداء الشعائر الدينية والتأثير على القيم الأسرية.

- تأثير العلاقات البين تفاعلية بين أعضاء الأسرة بسبب استخدام الشبكة العنكبوتية ويظهر في: ضعف التواصل، قلة الحوار، اهمال شؤون الأسرة وسيادة حالة من الجفاف العاطفي.

• **دراسة توتاي صليحة، بعنوان: " استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الأسرية، مدينتي الشلف ووهران بالجزائر " سنة ٢٠١٥م. (توتاي، ٢٠١٥)**

انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ماهي انعكاسات استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بإختلاف الأجناس؟ وتفرع عن هذا السؤال مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تختلف انعكاسات استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بإختلاف عدد ساعات الإستخدام؟

- هل تختلف انعكاسات استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بإختلاف الجنس؟

- اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت عينة الدراسة عينة قصدية تتكون من ٢٦٠ فرد (أبناء وبنات). وتوصلت إلى النتائج التالية:

- فيما يخص انعكاسات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية إتضح وجود تقارب في الآراء بين الأبناء، فمنهم من يراها تنعكس بالإيجاب في حين أن البعض الآخر يراها تنعكس بالسلب.

- وجود تقارب في نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الجنسين حيث وصلت إلى ٥١,٤٢% بين الذكور و٤٨,٥٧% بين الإناث.

- ما يقارب ثلث العينة يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل يومي ويندرجون ضمن الفئة التي تملك جهازا خاصا متصلا بشبكة الإنترنت.

- دراسة صافية أمينة، بعنوان: "آثار استعمال التكنولوجيا الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية، بأم البواقي بالجزائر" (صافية، ٢٠١٦)

انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما هي عادات وأهواط استعمال المراهقين الجزائريين للإنترنت؟ وتفرعت عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تختلف التأثيرات النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية لدى المراهقين المستخدمين لشبكة الإنترنت تبعاً لمتغير الجنس؟

- هل تختلف التأثيرات النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية لدى المراهقين المستخدمين لشبكة الإنترنت تبعاً لمتغير مدة



قد تحدد من بداية التفكير في مشكلة البحث إلى غاية استخلاص النتائج. تمت الدراسة الحالية في شقها النظري والميداني خلال الفترة الممتدة من نوفمبر ٢٠٢١م إلى غاية أفريل ٢٠٢٢م.

٣. **المجال البشري:** يتمثل في مجتمع البحث الذي تشمله الدراسة ويقصد به المجتمع أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وقد تمثل مجتمع دراستنا في مجموع الأسر بمدينة قالملة التي تستخدم شبكة الإنترنت، حيث شمل مجتمع البحث الأبناء مستخدمي الإنترنت الذين يعيشون في أسر يستخدم فيها أولياؤهم كذلك الإنترنت، وذلك من أجل تسهيل الحصول على المعلومات حول كل المتغيرات وخاصة تأثير استخدام الإنترنت على علاقة أولياء/ أبناء.

عينة الدراسة

تعد عملية اختيار العينة من أهم مراحل البحث العلمي، لأن صحة نتائج الدراسة تتوقف على طريقة اختيارها التي تختلف حسب طبيعة الموضوع. والعينة التي تتناسب مع دراستنا هذه هي العينة القصدية أو العمدية، التي تعتمد على انتقاء المفردات بطريقة متعمدة من طرف الباحث، حيث يتدخل في تحديد الأفراد الذين ستشملهم عينة الدراسة ويتوقع أنهم سيزودونه بالبيانات التي تخدم أغراض بحثه وتغطيه نتائج إيجابية. (الجادري، أبو حلو، ٢٠٠٩: ١١١) ومن هذا المنطلق قمنا بطريقة قصدية باختيار أبناء الأسر الذين يستخدم أفرادها شبكة الإنترنت (أبناء/ أولياء) والذين بلغ عددهم ٢٤٠ مفردة.

أدوات جمع البيانات

تتعدد الأدوات التي تستخدم في عملية جمع البيانات والمعلومات للإجابة على أسئلة البحث، فقد يستخدم الباحث أداة واحدة أو أكثر من أداة للبحث ويتوقف ذلك على طبيعة المشكلة وتساؤلاتها. واستنادا لموضوع دراستنا والمتمثل في " واقع استخدام الأسرة الجزائرية للإنترنت وتأثيره على العلاقات الأسرية " اعتمدنا استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات من الميدان، كونها تمكن من جمع المعلومات الكافية حول موضوع الدراسة. حاولنا بقدر الإمكان أن تكون واضحة وبسيطة وملمة بكل جوانب الموضوع، واحتوت على ٢٣ سؤال منها ما هو مغلق ومنها ما هو مفتوح يتضمن اقتراحات للمبحوث.

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

• خصائص العينة من حيث: السن، الجنس والمستوى التعليمي:

- توضح البيانات وجود ارتفاع طفيف للإناث بنسبة ٥٣,٣٣ مقارنة بالذكور الذين بلغت نسبتهم ٤٦,٦٦%. ويمكن ارجاع ذلك إلى أن استخدام الإناث لشبكة الإنترنت يكون بحجم أكبر مقارنة مع الذكور بسبب قضاؤهن وقت أطول في المنزل وطول فترة الفراغ لديهن مقارنة بالذكور، ما يجعلهن أكثر استخداما لهذه الشبكة.

- أغلبية المبحوثين يقل سنهم عن ٢٦ سنة حيث تبين المعطيات أن أعلى فئة عمرية من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (٢١ و٢٦ سنة) بنسبة ٤٩,١٧%، تليها فئة (١٥ إلى ٢٠ سنة) بنسبة ٣٩,١٦%، لتأتي فئة (٢٧ فما فوق) بنسبة ١١,٦٧%. الأمر الذي يؤكد الطرح القاضي بأن الشباب هم الفئة الأكثر تقبلا لكل ما هو جديد وحصري بما فيها التكنولوجيات الجديدة، مما يفسر زيادة إقبالهم على هاته الوسائط بنسبة أكبر من الفئات العمرية الأخرى وانعكاس ذلك على سلوكياتهم.

- معظم المبحوثين مستواهم التعليمي هو الثانوي بنسبة ٤٠,٨٣% تليها المستوى الجامعي بنسبة ٣٠% وفي المرتبة الثالثة المستوى المتوسط بنسبة ٢٥% وأدناها مستوى الابتدائي بنسبة ٤,١٦%. وهو ما يتطابق ومتوسط المستوى التعليمي لدى الفرد الجزائري والذي أصبح هو المستوى الثانوي.

المحور الأول: دوافع إقبال أفراد الأسرة على استخدام الإنترنت

كشفت نتائج الدراسة ما يلي:

- إن أفراد الأسرة يُقبلون على استخدام الإنترنت بدافع التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية نتيجة التأثير الكبير الذي فرضته شبكة الإنترنت.
- ٢٨,٣٣% من المبحوثين يهتمون بالمواضيع الاجتماعية أثناء تصفحهم لشبكة الإنترنت.
- إن إشباع الفضول هو أكثر الاشباع التي تحققها شبكة الإنترنت لأفراد الأسرة. فأغلب المبحوثين لديهم غريزة حب الاطلاع والفضول لمعرفة الأحداث والأخبار، وهذا ما صرح به ٢٥,٨٣% منهم. هذه النتائج التي تتفق ونتائج دراسة عبد اللطيف عبد القوي سعيد العسالي باليمن، والتي أظهرت أنه من بين أهم دوافع استخدام الإنترنت لدى الأباء والأمهات اليمنيين، متابعة الأخبار والتعرف على ثقافات أخرى.
- أكثر من نصف أفراد الدراسة يؤكدون أنهم لا يستطيعون الاستغناء عن تصفح الإنترنت وهذا ما صرح به ٦٢,٥% منهم، مما يؤكد مدى أهميتها في حياتهم اليومية وحاجتهم لها كونها أصبحت وسيلة مهمة تساهم في إشباع حاجاتهم وانشغالهم. وهو ما يتفق ونتائج دراسة صافية أمينة بالجزائر، التي أوضحت المكانة التي اتخذتها شبكة الإنترنت وسط الأسرة الجزائرية، حيث أصبح استخدامها مهم جدا بالنسبة لأفراد الأسرة كونها وسيلة تساهم في تلبية حاجاتهم الاجتماعية والاتصالية ولا يمكن الاستغناء عنها. كذلك الحال بالنسبة لدراسة صبا منير حسين بشبش بجامعة بغزة، التي أكدت ارتفاع مستوى ادمان الإنترنت لدى طلبة الجامعات.
- المحور الثاني: كيفية تعامل الأفراد مع الشبكة العنكبوتية خلال اليوم

أوضحت إجابات المبحوثين أن:

- أفراد الأسرة يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل مكثف وغير منتظم وهذا ما أكدته ٤٩,١٧% من أفراد العينة الذين يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة وفي أي وقت دون تحديد لهذه الفترة. هذه النتيجة التي تتنافى ونتائج دراسة إلهام بنت فريج بن سعيد العويضي محافظة جدة بالسعودية، التي أظهرت أن نصف المبحوثين يُنظمون استخدامهم للإنترنت بمستوى متوسط كما أنهم يخضعون لرقابة متوسطة.

- ٥١,٦٧% من المبحوثين يستخدمون شبكة الإنترنت أكثر من ثلاث ساعات في اليوم كونها تتمتع بجاذبية تجعل المستخدم لا يحس بسرعة مرور الوقت أثناء استخدامها. نلاحظ أن هذه النتيجة تتفق والنتائج التي جاءت بها دراسة توتاوي صليحة بمدينتي الشلف ووهران بالجزائر، والتي كشفت عن وجود تقارب في نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الجنسين، وأن ما يقارب ثلث العينة يستخدمونها بشكل يومي ويندرجون ضمن الفئة التي تملك جهازا خاصا متصل بالشبكة العنكبوتية.

- ٣٧,٥% من أفراد العينة يصرحون بأنهم ليس لديهم وقت محدد لتصفح شبكة الإنترنت وأن ذلك يحدث بحسب ظروفهم وحالتهم المزاجية. وهو ما يتفق ونتائج دراسة صافية أمينة بأم البواقي بالجزائر، التي أثبتت ارتفاع نسبة استخدام الإنترنت من طرف الأبناء المراهقين من كلا الجنسين ومدة الاستعمال من حيث عدد الساعات وكذلك فتراته.

المحور الثالث: تأثير استخدام الشبكة العنكبوتية على العلاقات الزوجية

أظهرت إجابات أفراد الدراسة:

- أن ٦٠,٨٣% من المبحوثين أكدوا وجود خلافات دائمة بين والديهم نتيجة الانشغال الدائم باستخدام الإنترنت. وهو ما يتنافى ونتائج دراسة إلهام بنت فريج بن سعيد العويضي، التي وجدت أن الإنترنت كان لها أثر إيجابي على العلاقة بين الزوجين ولم تؤدي إلى الخلاف والشجار بينهما، كما ساعدت الزوجة في الاطلاع على ما يفدها من معلومات تنمي وتطور علاقتها بأفراد أسرتها.

- أن ٣٩,١٧% من المبحوثين صرحوا أن استخدام الإنترنت ساهم في القضاء على التواصل والتفاعل الأسري بين الأفراد، ومن بين العوامل التي تجعل الإنترنت تؤثر في العلاقة بين الوالدين هو إهمال كل طرف للآخر حسب تصريح ٤٠% منهم.

- أن ٣٧,٥% من أفراد العينة يؤكدون أن الإنترنت ساهمت في تغيير العلاقة بين والديهم وأصبح هناك انفصال عاطفي.

نلاحظ أن هذه النتائج تتفق ومخرجات دراسة عبد اللطيف عبد القوي سعيد العسالي حول المجتمع اليمني، التي أظهرت تسبب الاستخدام المفرط للإنترنت في ظهور المشكلات والخلافات بين الزوجين كنتيجة

لاحساس كل طرف بالاهمال المتعمد من قبل الطرف الآخر وكذلك بروز حالات التفكك الأسري كنتيجة لتصدع بنية الأسرة عاطفيا وتراجع أدوارها.

المحور الرابع: تأثير استخدام الشبكة العنكبوتية على العلاقة بين الأولياء وأبنائهم

أوضحت إجابات المبحوثين أن:

- استخدام الإنترنت يؤثر على العلاقة بين الآباء والأبناء وهذا ما صرح به ٥٥,٨٣% ممن يرون أن علاقتهم بوالديهم تغيرت عند استخدامهم لشبكة الإنترنت.

- أكد ٤٩,١٧% من المبحوثين أن ابائهم يشكون منهم بسبب طول الوقت الذي يقضونه على الشبكة والانشغال الدائم عن كل ما ينتظرهم من مهام وخاصة الدراسة. هذه النتيجة التي تتفق ونتائج دراسة عبد اللطيف عبد القوي سعيد العسالي، التي أكدت وجود تأثير لاستخدام الإنترنت على مستوى التحصيل الدراسي للأبناء وأداءهم للشعائر الدينية وعلى القيم الأسرية بشكل عام.

- يؤثر التصفح الدائم لشبكة الإنترنت في العلاقة بين الآباء والأبناء بسبب غياب المراقبة الوالدية وهذا ما أدلى به ٥٢,٥% من المبحوثين. وقد اختلفت هذه النتيجة وما جاءت به دراسة صافية أمينة التي خلصت فيها إلى وجود اهتمام للأسرة بالمراهق وباشباع حاجاته الاتصالية داخل أسرته ليحول دون الافراط في استخدام الإنترنت أو الإدمان على العلاقات الافتراضية.

- إن الإنترنت تساهم بشكل كبير في توسيع الفجوة بين الآباء والأبناء وهذا ما أكدته لنا ٤٢,٥% من تصريحات المبحوثين. ونلاحظ أن هذه النتيجة تتفق ونتيجة دراسة توتاوي صليحة التي أوضحت أن الاستخدام غير العقلاني لشبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل سلبي على الأبناء وعلى علاقتهم بوالديهم، مما ساهم بشكل كبير في توسيع الفجوة بينهم نتيجة غياب المسؤولية الأسرية وقلة مراقبة وتوعية الوالدين لأبنائهم حول مخاطر الإنترنت. وقد اتفقت كذلك ونتائج دراسة صبا منير حسين بشبش، التي أظهرت وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين إدمان الإنترنت والوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة.

النتائج العامة

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تمثل الإنترنت فضاء لا متناهيًا يتيح للأفراد التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض عبر الحدود الجغرافية والثقافية واللغوية. وقد تغيرت العلاقات الأسرية بسبب هذا التطور التكنولوجي حيث يستخدمه الكثيرون للتواصل مع أفراد عائلاتهم وأصدقائهم بشكل أسهل وأسرع وأرخص.

• أصبح استخدام الإنترنت جزءاً أساسياً من حياة الأفراد في الأسرة فقد صار عادة يومية لا يمكنهم الاستغناء عنها. ومن المحتمل أن يكون ذلك بسبب العديد من المزايا التي يوفرها الإنترنت، كالاتصال بالأصدقاء والعائلة وتسهيل البحث عن المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث وغيرها من النشاطات التي يؤديها الفرد خلال حياته اليومية مثل الألعاب وتصفح المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي.

• أثر طول فترة استخدام الإنترنت بشكل سلبي على العلاقات الأسرية وأدى إلى إهمال العائلة من قبل الأولياء.

• يفضل الأبناء استخدام الإنترنت بمفردهم مما زاد من رغبتهم في العزلة وقلة التفاعل مع أفراد الأسرة وعزز ميلهم للوحدة. فقد أصبحت الشبكة العنكبوتية بديلاً للتفاعل الأسري وصار هدف الفرد الوحيد هو قضاء وقته في تصفح المواقع المتنوعة.

• أدى غزو الإنترنت لحياة الأفراد إلى تفاقم الفجوة بين الوالدين وتقوية الخلاف بينهما، فقد تسبب الاستخدام المفرط للإنترنت والشبكات الاجتماعية، في ضعف تركيزهم على مسؤولياتهم الحقيقية في الحياة، بما في ذلك العلاقات الأسرية وتربية الأبناء بشكل صحيح.

• إن الاستخدام المفرط للإنترنت من طرف الآباء والأبناء يقلل من فرص الحوار والنقاش وتبادل الأفكار والآراء، فكل مستخدم يختلي مع هاتفه وتلهيه مواضيع مختلفة تغنيه عن الحديث مع أفراد أسرته.

• تشير الدراسة إلى أن الإدمان على الإنترنت يعتبر أحد التأثيرات السلبية الرئيسية، حيث يمكن أن يؤدي إلى العزلة والتكتم عن الآخرين، ويزيد من شعور الانفصال والغتراب الذي يمكن أن يحدث بسبب نقص التفاعل داخل الأسرة، الأمر الذي قد يؤدي إلى فصل الفرد عن الحياة الأسرية.

التوصيات والاقتراحات

بناءً على ما ورد في الدراسة يمكن القول أن الإنترنت أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا لذلك وجب التعامل مع تأثيراتها بطريقة مناسبة وفعالة، من خلال إيجاد ميكانيزمات لحماية الأسرة والمجتمع من آثارها السلبية المحتملة. ويتحقق ذلك بوضع خطة متكاملة لتعزيز الصحة النفسية والعلاقات الإيجابية داخل الأسرة والمجتمع، بما يضمن استخدامها بطريقة صحية تمنع الانزلاق إلى تأثيراتها السلبية والإدمان عليها. وفيما يلي بعض التوصيات التي قد تفيدنا في تحقيق هذا الهدف:

١. تصويب السياسات الأسرية بدعوة الأفراد إلى استخدام أسلوب الحوار العائلي وإقامة جلسات عائلية تقليدية في المنزل يشارك فيها الجميع. يمكن للأهل الاستفادة من فرص التفاعل الأسري من خلال تنظيم أنشطة ترفيهية مشتركة والحديث عن المواضيع التي تهتم الأبناء. ومن المتوقع أن تقلل هذه العملية من الاستخدام المفرط للإنترنت، الذي يؤدي إلى الانفصال عن العالم الحقيقي

بتكوين علاقات افتراضية.

٢. التقنين في استخدام الإنترنت في الأسرة بتحديد المدة الزمنية والفترة التي يتم فيها استخدامه، بالإضافة إلى تحديد المواقع التي يسمح للأبناء بزيارتها. فمن المهم أن يكون لدى الأهل دور فاعل في توجيه استخدام الأبناء للإنترنت وتحديد النشاطات المناسبة والمواقع الآمنة التي يمكن لهم زيارتها. ويتم ذلك باستخدام برامج تقوم بقطع الاتصال بالإنترنت بعد مدة زمنية محددة، كما تحدد هذه البرامج الفترة الزمنية التي يسمح فيها بالاتصال بالشبكة وتحدد المواقع التي يسمح بزيارتها.

٣. ضرورة التأكيد على دور الوالدين في رعاية ووقاية الأبناء من مخاطر الإنترنت من خلال التوجيه والمتابعة والرقابة والتنظيم، ويمكن تحقيق ذلك من خلال مراقبة النشاط على الإنترنت باستخدام برامج لمراقبة نشاط الأبناء على الإنترنت وتوفير بيئة ملائمة وتحفيزية داخل الأسرة والمجتمع تعمل على تثقيف وتوعية الأفراد بأساليب استخدام الإنترنت الآمنة والمسؤولة. فاستخدام الإنترنت بشكل صحيح وفعال يمكن أن يكون مفيداً للأبناء، حيث يمكن أن يساعدهم في التعلم والتواصل واكتشاف أشياء جديدة.

٤. بناء علاقات أسرية قوية مع الأبناء من أجل إشباع حاجاتهم الاتصالية داخل الأسرة وتعزيز الاتصال الحقيقي بين الأفراد، وتشجيع النشاطات الاجتماعية والترفيهية المختلفة بعيداً عن الإنترنت، وهذا يمكن أن يعزز العلاقات الإيجابية ويحمي الأسرة من التفكك والتباعد. باختصار، يجب الاهتمام بالتوازن بين استخدام التكنولوجيا والإنترنت وبين الحياة الاجتماعية والعلاقات الحقيقية بتوفير بيئة ملائمة لتحقيق ذلك.

٥. يجب على الجهات المعنية بتقليل مخاطر هذه الشبكات على أفراد الأسرة، تنظيم حملات توعية ووضع برنامج إرشادي للأسر، بتوفير المعلومات اللازمة للأفراد حول كيفية استخدام هذه الشبكات بشكل آمن تحمي من الخطر الجسدي والتهديدات الإلكترونية كالتنمر والابتزاز.

٦. يجب أن يكون هناك توازن بين استخدام الإنترنت والأنشطة الأخرى مثل التفاعل الاجتماعي الحقيقي وممارسة النشاطات البدنية والترفيه دون الاعتماد الكامل على الإنترنت. كما يجب أن يتم توعية الأفراد بأهمية استخدام الإنترنت بطريقة مسؤولة والتأكد من الحفاظ على الخصوصية الشخصية والأمان الرقمي.

٧. يمكن للأزواج استغلال شبكة الإنترنت والخدمات التي تتيحها بما يفيدهم في بناء أسرهم ودعم تماسكها مثل استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بإنشاء مجموعات خاصة بتبادل الأفكار والاستشارات أو استغلال الألعاب الإلكترونية في تعزيز الروابط وتحسين العلاقة أو كذلك البحث عن النصائح والحلول للمشكلات الأسرية.

الختام

إن تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية موضوع معقد ومتنوع لا يمكن تلخيصه بشكل كامل في مقال واحد. فقد أصبح الإنترنت جزءاً أساسياً من حياة العديد من الأسر في الوقت الحالي، فهو يوفر للأفراد وسيلة سهلة ومريحة للوصول إلى المعلومات والتواصل مع الآخرين. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي استخدام الإنترنت بشكل مفرط إلى ظهور بعض المشكلات قد يكون أهمها تأثيره السلبي على العلاقات الأسرية مثل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي وتفضيله على التواصل المباشر مع الأفراد في الحياة الواقعية وبالتالي انقطاع العلاقات الحقيقية بين الأفراد في الحياة اليومية. ويعتبر البعض أن الاستخدام المفرط للإنترنت من عوامل الخطر التي تؤدي إلى الانفصال الاجتماعي وتدهور الصحة النفسية، نتيجة الانعزالية وتفضيل التفاعل مع الشاشات والأجهزة بدلاً من التواصل مع الناس في الحياة الواقعية، مما يفقد الفرد القدرة على التواصل الحقيقي ويؤثر على جودة حياته وصحته، لذلك ينبغي على الأفراد توخي الحذر في استخدام هذه الوسيلة بضرورة التوازن بين استخدامها والتواصل الحقيقي مع الأفراد في الواقع.

ويبقى الاستخدام الصحيح والأمن للإنترنت مفيداً للأسرة في حياتها اليومية بتحسين الاتصال والتواصل بين أفرادها وتعزيز المعرفة والتعليم لديها، لذلك يجب استخدامه بحكمة ومسؤولية لتحسين العلاقات الأسرية بدلاً من تدهورها. فمن المهم أن يكون الاستخدام المسؤول للإنترنت جزءاً من تعليم أفراد الأسرة وتربيتهم، حيث يجب التأكد من أن جميع أفراد الأسرة يفهمون مخاطر الإنترنت وكيفية الحماية منها. وأخيراً، يجب على الأسرة الحرص على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بحذر والحرص على الحفاظ على التواصل الشخصي بين أفرادها وتحفيز النقاشات الهادفة والإيجابية.

١. العويضي، إلهام بنت فريج بن سعيد. (2004). أثر الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص السكن وإدارة المنزل. كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بجدة. السعودية.
٢. ابن منظور. (2000). لسان العرب. بيروت: دار صادر.
٣. أبو جادو، صالح محمد علي. (2004). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. ط4. عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.
٤. الجادري، عدنان حسين؛ أبو حلو، يعقوب عبد الله. (2009). الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في بحوث العلوم التربوية والإنسانية. عمان: إثراء للنشر والتوزيع.
٥. الخولي، منى طريف. (2014). مفهوم المنهج العلمي. القاهرة: مؤسسة هنداوي لنشر المعرفة والثقافة والغير هادفة للربح.
٦. الزيدي، مفيد. (2003). قضايا العولمة والمعلوماتية. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
٧. الشبيب، كاظم. (2007). العنف الأسري قراءة في الظاهرة من أجل مجتمع سليم. بيروت: المركز الثقافي العربي.
٨. العسالي، عبد اللطيف عبد القوي سعيد. (2020). أثر استخدام شبكة الإنترنت على أنماط العلاقات الأسرية في مجتمع اليمن: دراسة ميدانية على عينة من الأسر اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء. في: مجلة الأسرة والمجتمع. المجلد 08. العدد 02.
٩. الفار، محمد جمال. (2013). معجم المصطلحات الإعلامية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
١٠. المستاري، محمد. (08/02/2012). التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري، في:
١١. <https://www.diwanalarab.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%8B%D8%A7%D9%8C%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A>. تم التصفح في: 11/03/2023.
١٢. بشيش، صبا منير حسين. (2018). إدمان الإنترنت وعلاقته بالإكتئاب والوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة. مذكرة ماجستير في الصحة النفسية المجتمعية. كلية التربية. الجامعة الإسلامية - غزة.
١٣. بن عثمان، فهيمة؛ بوهالي، محمد. (6 ديسمبر 2018). التحديات التي تواجه الأسرة المعاصرة. في: "ملتقى الأسرة المعاصرة وتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على منظومة القيم الأسرية". جامعة باتنة الجزائر.
١٤. بوريكو، بودون. (1986). المعجم النقدي لعلم الاجتماع. ترجمة: حداد، سليم. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
١٥. توتواي، صليحة. (2015). استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الأسرية. مذكرة ماجستير في علم النفس الأسري. كلية العلوم الاجتماعية. جامعة وهران. الجزائر.
١٦. حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
١٧. حسروميا، لويزة؛ دريد، فطيمة. (مارس 2018). جودة العلاقات الودية مع الأبناء في ظل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية. العدد 33. جامعة الحاج لخضر - باتنة 1. الجزائر.
١٨. خليل، محمد محمد بيومي. (2000). سيكولوجية العلاقات الأسرية، ط1. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
١٩. شمو، محمد علي. (1999). التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت. ط1. جدة: الشركة السعودية للأبحاث.
٢٠. صافية، أمينة. (2016). آثار استعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية. مذكرة دكتوراه في علم النفس الأسري. كلية العلوم الاجتماعية. جامعة وهران. الجزائر.
٢١. عباسي، فضة؛ حمدي، محمد الفاتح. (2017). مدخل الاعلام والاتصال (الوسائل، النماذج، النظريات). ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
٢٢. هنيمي، حسن محمود. (2014). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

البناء الاجتماعي للهويات الرقمية : بين التشكل وإعادة التشكل

د. لمياء مرتاض

جامعة عبد الحميد بن باديس - الجزائر

lamia.mortad@univ-mosta.dz

ملخص

تنتشر الحضارة الحديثة في جميع أنحاء العالم، مما يجعل من الصعوبة بمكان تمييز الخصوصي/المحلي عن العالمي/الشمولي.

وفي عالم متغير ومتسارع، تخلق ظواهر اتصالية جديدة بشكل مستمر، إثر اكتساح الإنترنت حياة البشر وتغييرها ملامح الحياة اليومية. ويحاول المتلقي إشباع حاجات متعددة عند انتمائه إلى العالم الرقمي، من: تسوق وترفيه والبحث عن معلومات وبناء علاقات اجتماعية جديدة والمحافظة على تلك التي تم بناؤها سابقا. والعالم الرقمي عبارة عن فضاءات لتجارب هوياتية جديدة، ينصهر فيها الفضاء الخاص مع الفضاء العام، يتم عبرها بناء هوية وحتى هويات متعددة لدى المستخدم الواحد. وتتشكل هذه الهويات الرقمية تبعا لسياقات خاصة، من خلال الانتماء إلى جماعات تتفاعل داخل هذه الفضاءات وحتى خارجها.

في هذه الدراسة، سأحاول الإجابة عما يلي:

كيف تبنى الهويات المتعددة في الفضاءات الرقمية؟ وما هي الحاجات التي يود المستخدم إشباعها داخلها؟

الكلمات المفتاحية

الهوية، الهوية الرقمية، الفضاء الخاص، الفضاء العام، المكان، التفاعل، الجماعة، المستخدم

المقدمة

وتعتبر الهوية (identity) من بين المواضيع الكبرى التي أعيد استحداثها بجدية في الأنثروبولوجيا الحديثة. يتعلق الأمر بمواضيع فرعية انبثقت من الموضوع الرئيسي والتي تولي أهمية بالغة لضرورة اندماج الأقليات المهاجرة، بإعادة صياغة مفهومي: الهوية الجماعية والهوية الفردية المنبثقان أصلا من تحديد Durkheim لـ كليهما، عبر مقارنة متداخلة التخصصات، حيث أسهم كل تخصص مع الأنثروبولوجيا في بلورتها.

وتُعرف الهوية الاجتماعية "بمجموع السمات المشتركة التي يتعارف من خلالها الأفراد بشكل متبادل كأعضاء لنفس المجموعة الاجتماعية". (Bajoit, 1992)

وقد أدرج مفهوم الهوية في العلوم الإنسانية من خلال أعمال Erik Erikson الذي أكد على أن الهوية الشخصية "تتطور طوال الحياة مروراً بثمانية مراحل التي تقابلها ثمانية أعمار في دورة الحياة". (Sous la direction de Catherine, 2016, V: 7)

ولكن الهوية الرقمية قد صيغت ضمن إشكاليات جديدة، خصوصا وأنها تندرج ضمن الفضاءات الرقمية المعروفة بالحركية والانتقالية وعدم

تنتشر الحضارة الحديثة في جميع أنحاء العالم، مما يجعل من الصعوبة بمكان تمييز الخصوصي/المحلي عن العالمي/الشمولي. و"منح الإنترنت مساحات كبيرة لخلق فضاءات جديدة للاتصال بشكل مستمر، إثر اكتساحها حياة البشر وتغييره ملامح الحياة اليومية ولطبيعة العلاقات الاجتماعية.

في هذا السياق الجديد، يشير بعض المختصين (Clifford) إلى أن الأنثروبولوجيا ستستمر في القيام بدراسات تقليدية، ولكن بتغيير ميادينها وتكييف مفاهيمها وإجراءاتها المنهجية.

فكيف تبنى الهوية في الفضاءات الرقمية؟ وهل يتعلق الأمر بهوية أو بهويات متعددة للمستخدم الواحد؟ وما هو الهدف المتوخى من استحواذ الفرد الواحد على عدة هويات في العالم الرقمي؟

موضوع الهوية في أنثروبولوجيا الاتصال الرقمي:

بعد تسعينات القرن الماضي، لوحظت عودة المفاهيم الأنثروبولوجية الكبرى التي أعيدت صياغتها، تبعا للسياق العالمي الجديد، مما تطلب إعادة تأويلها تبعا لهذا السياق الجديد.

عن طريقها، والتي تتحدد عن طريق متغيرات كالجنس والانتماء العرقي.

فقد ينتمي أحدهم إلى جماعة خاصة بالدفعه الدراسية كجماعة طلبة الطب للسنة الثانية، وفي ذات الوقت يمكنه الانتماء إلى جماعة ميمز وجماعة الدفاع عن المرأة المعنفة... وبذلك، يمكن الانتماء إلى فضاءات رقمية متناقضة، حيث تبعا للحاجة، الفرد في هذه اللحظة هو بحاجة إلى الجماعة الخاصة بالدفعه الدراسية للتواصل مع زملاء الدراسة ونقل الدروس المصورة، بينما لجوؤه إلى جماعة الميمز هو بغرض تبادل الميمز، للترفيه، ليس إلا!

ويرتبط أعضاء هذه المجموعات التي تبرز في كل مرة بخصائص معينة وأهداف يودون تحقيقها.

ونظرا للتغيرات المتسارعة التي تعيشها البشرية والتي تعتبر من إفرازات العولمة أو كما يسميها Balandier "النسق الكبير" (big system)، فإن وسائل الإعلام والاتصال خصوصا تلك الجديدة لم تعد تخلق الخصوصية وبالعكس من ذلك، فإنها قلصت من الفروق التي تشكل هوية المجتمعات، مما أثر في توجهات البحث في الأنثروبولوجيا، التي باتت تعكف على دراسة فضاءات وأزمنة افتراضية بديلة عن تلك التي كانت لها مقاييسها ومعاييرها.

يتطلب هذا الواقع الجديد من الأنثروبولوجيا أن تحدد ميدانها الجديد، ألا وهو الفضاءات الجديدة والمتجددة الناتجة عن الانتشار الموسع لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، وما ينجر عنه من تغيير في تمثالتنا حول العالم وحول علاقتنا "بالآخر".

وعندما نتحدث عن الهوية لا يمكن فصلها عن تشكل الجماعة إذ تبين الهوية الطريقة أو الطرق التي من خلالها تتشكل الجماعة والتي تحدد انتماء هذا العضو إليها وعدم انتسابه إلى جماعة أخرى، مسألة سيتم عرضها في الجانب الميداني لهذه الدراسة.

الدراسة الميدانية للدراسة

للقيام بهذه الدراسة استندت من جهة إلى جملة من الإجراءات المنهجية. ومن جهة أخرى، قمت بتحليل المقابلات التي أجريتها.

• المنهجية المتبعة:

بداية، كانت للدراسة الاستطلاعية أهمية قصوى للتعرف على مجتمع البحث ولتحديد أدق للإشكالية والفرضيات. كما مكنت هذه المرحلة من القيام بمقابلات أولية، بحيث أعيدت صياغة بعض الأسئلة في دليل المقابلة.

وتعتبر هذه الدراسة من طبيعة استكشافية. ويعتمد هذا النوع من الدراسات عند تسليط الضوء على دراسات تعدد فيها المعطيات، أو عندما تكون نادرة. وقد تم تبني المنهج الإثنوغرافي الذي يعتبر منهجا مرنا في المجتمعات التي يتواصل فيها الأفراد رقميا، بحيث يمكن من

الثبات، كميدان مختلف كل الاختلاف عن الميادين الخاصة بالبحوث الأنثروبولوجية الكلاسيكية التي كانت تعنى بميادين تتميز بتمركزها في مكان معين، وبالتالي فقد كانت ثابتة ومحددة المعالم.

أما اليوم، يعني الميدان دراسة جماعات اجتماعية ليست محددة في المكان، ودراسة ثقافات وتصرفات قيد التشكل، وأكثر من هذا فهي تتجدد بشكل مستمر، مما يجعل من "الميدان" مفهوما يتطلب نزول الباحث إلى فضاءات في حركية دائمة.

ما يهم الباحث في هذا السياق هو كيفية تحول الحياة اليومية، بفعل تأثيرات الاتصال الرقمي والتفاعلات الناجمة عنه داخل الجماعات التي تتواجد داخل الفضاءات الرقمية التي تشكل هويتها (أو هوياتها) بشكل مستمر، فيحدث ذلك الأثر الذي هو مزيج من تفاعلات تتواجد على عدة أصعدة، حيث سيركز الاهتمام بكيفية تحول الرقمي إلى "جزء من العوالم المادية والحسية والاجتماعية التي نعيش فيها" (Sarah et al., ٢٠١٦)، مما سيؤثر حتما في مكانة البحوث الأنثروبولوجية التي تعنى بالفضاءات الرقمية. (Selim, ٢٠١٢)

فبوجود ظواهر اتصالية متجددة ومتسارعة، تتشكل بشكل مستمر جماعات لديها هويات متعددة تتفاعل داخل الفضاءات الرقمية والتي تخلق عند كل ظاهرة جديدة، بحيث يتم تحديد هوية أعضائها وانتمائهم، بوصفهم على أنهم فاعلون ويشاركون في النقاشات وحل الأزمات التي يواجهها المجتمع برمته أو الجماعات المختلفة، كشكل جديد من تشكل الجماعات لم يكن موجودا من ذي قبل والتي تتشكل عبر الفضاءات الرقمية، حيث سينتمي "الأصدقاء" مهما كان جنسهم أو عقيدتهم أو سنهم أو وظيفتهم إلى نفس الجماعة وهم فخورون لما ينادونها: "جماعتي" (my group).

ولكن الميزة التي تميز تشكل الهويات لدى الجماعات في الفضاءات الرقمية تكمن في أن الفرد يمكن له أن ينتمي إلى عدة جماعات في ذات الوقت وتحدد هويته في كل واحدة منها، بدون أن يشكل ذلك أزمة أو معضلة بالنسبة إليه؛ فالتعايش مع هويات متعددة في الفضاءات الرقمية يبرز في نهاية المطاف انتماء الفرد، كما يبرز قدرته على المشاركة في فضاءات متعددة، مما يمثل ميزة بدلا من معرقل، يفتخر المنتمون إليها بقدرتهم على التواصل في فضاءات مختلفة وحتى متناقضة.

وبالتالي، يتعين مراجعة مفهوم الهوية في ضوء فضاءات الاتصال الرقمي المتجددة إلى ما لا نهاية.

وتؤكد الدراسات على أنه "يتم التفاوض حول الهويات، ويعاد إنتاجها وتفهرس في مجموعة متنوعة من التفاعلات عبر الإنترنت، وهذه غالبا لا يمكن فهمها بدون إرجاعها إلى سياق غير متصل بالإنترنت". (Samuel, Leighton, ٢٠٠٢)

فلا يتعين فصل هويات الأفراد المنتمين إلى الجماعات المجردة عن هوياتهم في العالم الحقيقي، عن السياق الذي تنبثق منه والذي يؤثر حتما في تشكيلها، عبر شبكة العلاقات الاجتماعية الملموسة التي تتشكل

المقابلات التي أجريت، بالقيام بتقليص المعطيات المجمعة.

فقد تم تحديد المواضيع والمواضيع الفرعية التي تُستخرج من كل موضوع، بتحليل محتوى الإجابات الخاصة بكل سؤال، سؤالاً سؤالاً.

كيفية الانضمام إلى المجموعات

حول مسألة كيفية الانضمام إلى المجموعات التي تنتمي إلى الفضاءات الرقمية أجاب معظم المبحوثين بأنهم انضموا إلى مجموعات تتواجد في الفضاءات الرقمية عند قيامهم ببحث. فهؤلاء لا يتلقون المضامين والأشكال الإعلامية عبر الفضاء الرقمي بشكل سلبي؛ فالمتلقي هو مركب (complex) بحيث يقيم علاقة تصارعية مع المضامين والأشكال الإعلامية والثقافية المختلفة.

ثم أجابت مجموعة من المبحوثين الآخرين بأنهم انضموا إلى مجموعات أخرى باقتراح من أصدقاء لهم؛ فهم يوجهون اختياراتهم.

أما المبحوثون المتبقون فيصرحون بأنهم انضموا إلى مجموعات أخرى باقتراح من أصدقاء لهم وقيامهم ببحث عنها في ذات الوقت، حيث تجيب "مبحوثة ٢، طالبة في علوم الإعلام والاتصال، ٢٤ سنة" قائلة: "انضمت إلى الكثير من الجماعات باقتراح من أصدقاء. ولكن أيضاً قمت باختيار مجموعات أخرى بنفسني. فأختار منها ما أنا بحاجة إليه، كل مرة حسب حاجتي".

فهناك علاقة يقيمها المتلقي مع النصوص المعروضة عليه، بحيث يعيد بناء وتشكيل معنى لما يتعرض إليه من رسائل. وهو بذلك، يقيم علاقة تصارعية مع الرسائل التي يتعرض إليها عن طريق فك تشفيرها وإعادة بناء المعنى.

وفي الواقع، التحدث عن الانتماء إلى الجماعات إنما يحيلنا إلى التحدث عن تشكل الهويات. وتخلق الهوية في الفضاءات الرقمية إشكاليات متعددة مرتبطة بالتعدد وبالمكان.

وبالفعل، فالمشاركة في مجموعة - وتحديدًا تلك المنتمية إلى الفضاءات الرقمية - يؤدي لا محالة إلى الإحساس بالانتماء إليها، من خلال سمات مشتركة بين أعضائها.

النقاط المشتركة بين أعضاء المجموعات

في السؤال المرتبط عن وجود نقاط مشتركة بين أعضاء المجموعات التي ينتمي إليها المبحوثون من عدم وجودها، أجاب معظم المبحوثين بأن لديهم نقاط مشتركة مع أعضاء المجموعات المنتمين إليها، بفعل أنهم "أفراد فاعلون وإيجابيون في المجموعة، وذلك بتقديم اقتراحات واستفساراتهم اليومية حول القضايا الراهنة والمتجددة"، تبعاً لتصريح "مبحوث ٧، دكتوراه في فنون العرض، ٣٥ سنة".

دراسة المستخدمين حتى وإن كان ليس لهم وجود مادي (كما هو حال الجماعات التي تتشكل عبر مواقع التواصل الاجتماعي) في موقع جغرافي محدد، بملاحظة تصرفاتهم في حياتهم اليومية وهي تحدث، بتسليط الضوء على السياق الذي تتم فيه عملية الاتصال. ويعتمد هذا المنهج على مجموعة من التقنيات، ولكن تعتبر الملاحظة بالمشاركة (participating observation) مصدراً قيماً لتجميع المعلومات في هذا المنهج، بملاحظة النشاطات الاجتماعية والثقافية، من خلال خلق جو من الثقة مع المبحرين والاندماج في حياتهم اليومية.

أما التقنية الثانية التي تم استخدامها في هذا المنهج فتتمثل في المقابلة (interview) "عن بعد"، والتي يسميها بعضهم حسب تعبير كل من Abaidi و Maubisson بـ: "e-interview" (Hervé Fenneteau, ٢٠١٥: ٢٧)، حيث يمكن عن طريق هذا الشكل تجاوز هذه الصعوبات. وقد تم إجراء هذا الشكل من المقابلات بالقيام بمقابلات على الخط، عبر شكل Google forms، ومقابلات أخرى أرسلت عبر البريد الإلكتروني.

هذا من جهة. ومن جهة أخرى، فقد تمثل مجتمع البحث (population) في الطلبة والأساتذة الشباب من تخصصات مختلفة، نظراً لكون الظاهرة تنتمي إلى عالم الاتصال الرقمي الذي يمثل فضاء مفتوحاً لدى الشباب للتواصل ولخلق ظواهر اتصالية جديدة بشكل مستمر.

أما عن المعاينة فقد كانت معاينة غير احتمالية نمطية؛ فالاعتماد على نوع معاينة غير احتمالية راجع إلى استحالة الحصول على قاعدة مجتمع بحث، إذ يتعلق الأمر بنوع من "المعاينة يكون فيها احتمال انتقاء عنصر من عناصر مجتمع البحث ليصبح ضمن العينة غير معروف". (موريس أنجرس، ٢٠٠٤: ٣٠٢)

أما كون صنف هذه المعاينة غير الاحتمالية نمطية، فهذا راجع إلى أن "العناصر المختارة المكونة للعينة كنماذج لمجتمع البحث المراد دراسته، هي بمثابة صور نمطية لنفس مجتمع البحث الذي استُخرجت منه". (موريس أنجرس، ٢٠٠٤: ٣١١)

بمعنى، أنه سيتم اختيار أفراد العينة بطريقة قصدية، إذ ستوفر فيهم بعض الخصائص بهدف خدمة أهداف البحث.

ويتمثل هؤلاء الأفراد في مجموع الطلبة الحاصلين على شهادة جامعية أو في طور الحصول عليها والأساتذة الجامعيين الذين لديهم حساب في الفيسبوك دون سواهم، والذين ينتمون إلى جماعات متعددة. وبذلك، سيكونون نماذج وصوراً نمطية لمجتمعنا.

أما عن العينة (sample)، فقد تم القيام بأربعين مقابلة موجهة أو مقننة (Structural interview) مع كلا الجنسين، من تخصصات علمية متباينة، وتراوح سن المبحوثين بين ٢٠ سنة و ٣٨ سنة.

• تحليل المقابلات:

في هذه الدراسة تم توظيف التحليل الموضوعاتي لتحليل محتوى

و"وفقًا لمصطلحات ماكلوهان، قد يكون الفضاء الإلكتروني ببساطة امتدادًا لقدرتنا التواصلية، ولكن قد يُنظر إليه أيضًا على أنه يقدم امتدادًا لهوياتنا. يمكن بناء مثل هذه الهويات الرقمية بعناية أو بلا مبالاة، مثل هوياتنا المادية." (Wardle, 2023)

والفضاءات الرقمية تفتح الأبواب لتجارب هوياتية، حيث هنالك دوما إمكانية الولوج إلى مجموعة جديدة إذ يتم عرض المعلومات الشخصية مباشرة للآخرين. ولكن سمات الأعضاء تكون متغيرة، مما يجعل البناء الهوياتي لأعضاء المجموعات التي تخلق في الفضاءات الرقمية ظاهرة ديناميكية.

وما يفسر كيفية بناء هويات متعددة داخل الفضاءات الرقمية هو مصطلح التموقع (positioning). ومن وجهة نظر Harre، تحديد التموقع يتعلق "بتصور الأشخاص لكيفية تمييز هذا الوضع الاجتماعي وما هي الميزات التي يمكن أن تكون أكثر صلة بالموضوع وأكثر فعالية في تلك الحالة المحددة.

هذا يعني أن الهويات التي تم إنشاؤها أثناء التفاعل "ليست فقط اعتمادًا على ما يقرر كل شخص إظهاره عن نفسه في هذا السياق، ولكن أيضًا يلعب السياق نفسه دورًا نشطًا في توجيهه ومذجة الخيارات الممكنة." (Talamo, 2014)

هذا من جهة. ومن جهة أخرى، فقد أجاب المبحوثون المتبقون بأنه ليست لديهم دائمًا نفس النقاط المشتركة مع أعضاء المجموعة، والمتمثلة في الغالب في "اختلاف وجهات النظر"، تبعًا لتصريح "المبحوث ٨، طالب في فنون العرض، ٣٤ سنة".

فحتى وإن كانت الاهتمامات مشتركة، فإن وجهات النظر والآراء والاتجاهات قد تكون مختلفة. وهذا طبيعي؛ فحتى وإن كان الأفراد واعين بانتمائهم إلى جماعة ما عبر منظومة من الأهداف المبتغاة، فإنه تحركهم دوافع وحاجات قد تكون مختلفة، تبعًا لأولوياتهم واهتماماتهم وميولاتهم.

تأثير الفروق في تطور وتَمَيُّن العلاقات بين الأعضاء:

يتصور معظم المبحوثين بأن الاختلافات بين أعضاء الجماعة تكمن بشكل أساسي في "الانتماءات الثقافية والاجتماعية والسياسية والعقائدية"، هذا ما ذهب إلى قوله "مبحوث ٢٧، طالب في الطب، ٢١ سنة".

ولكن هذه الانتماءات هي بالذات التي تشكل هوية الأفراد، إذ تمكن الهوية من التعرف على انتمائهم لجماعة أو أخرى، المكوّنة أساسًا من اللغة والثقافة الخاصة بالمجموعة الاجتماعية التي ينتمون إليها، مشتركين بذلك في سمات معينة.

ويغذي هذه العملية ذلك الشعور بالانتماء إلى "جذور" ما، إلى تاريخ ما، إلى ثقافة ما، عبر منظومة من العناصر تمكن الأفراد من التعرف على بعضهم البعض. ويعتمد هذا المصطلح في تعريفه إلى التشابه والاختلاف

فالانتماء إلى نفس المجموعة لا يكون إلا بمشاركة نفس الاهتمامات ونفس القيم والتي من شأنها أن توجه تصرفات الأعضاء نحو مسار معين، إذ تتحدد عن طريقها أدوارهم الاجتماعية. والنقاط المشتركة بين أعضاء المجموعة هي التي تحدد هويتهم.

وتعرف الهوية على أنها "مجموعة المعاني التي تحدد عندما يحتل الشخص دورًا معينًا في المجتمع، أو عندما يكون عضوًا في مجموعة معينة، أو يطالب بخصائص معينة تحدده كشخص فريد. وتميز الهويات الأفراد حسب مواقفهم الكثيرة في المجتمع." (Peter J. Burke, Jan, E. Stets, 2009: ٠٣)

فتخلق ذلك الإحساس المشترك الذي يحس عن طريقه الأفراد أنهم ينتمون إلى نفس الجماعة، إحساس يعززه قاموس الألفاظ المستحدثة في أشكال التواصل المتعددة. إذن، تتطلب الهوية وجود أفراد ينتمون إلى مجموعة اجتماعية ما (سواء أكانت جماعة ملموسة أو جماعة مجردة)، تربط بينهم سمات مشتركة يتقاسمونها، ليقوموا بمجموعة من الأفعال، داخل نظام رمزي معين.

وعملياً، تعني الهوية ذلك التشابه الذي يشعر به الفرد مع بقية أعضاء الجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها والتي تميزه عن الجماعات الأخرى، فيتقاسم معهم مجموعة من الرموز والصفات المشتركة والمتعارف عليها. فتخلق ذلك الإحساس المشترك الذي يحس عن طريقه الأفراد أنهم ينتمون إلى نفس الجماعة، إحساس يعززه قاموس الألفاظ المستحدثة في أشكال التواصل المختلفة.

وفي الواقع، عندما يشارك الفرد في مجموعة فهو يحس بالانتماء إليها، بوجود خصائص مشتركة بينه وبين باقي أعضاء المجموعة التي تحددها الأهداف المشتركة المبتغاة من الانتماء إليها. وبالتالي، فهو يصنف نفسه ضمن هذه المجموعة أو تلك ضمن فئات اجتماعية واضحة تحدد انتماءه والتي لم يكن لينتمي إليها إلا في سياق بسيكو-اجتماعي معين. فضلاً عن ذلك، فالانتماء إلى هذه المجموعة أو تلك هو بدافع أنه "يشبه أولئك المماثلين له، في جماعة لها قيمة إيجابية. (وبالتالي) يصنف أولئك المختلفون عنه بالأحرى على أنهم ينتمون إلى مجموعة خارجية لها قيمة أقل." (Bondu, 2012: ٢٥)

والهوية من منظور سوسيولوجي هي هوية الفرد، ما يربطه بالآخرين وما يميزه عنهم في ذات الوقت، من خلال سمات ومكانات اجتماعية معينة.

فالانتماء إلى مجموعة ما إنما يغذيه ذلك الشعور بتقاسم نفس الآراء والتوجهات، عبر منظومة من القيم المتقاسمة التي تحدد في آخر المطاف أُمَاط التفكير فالسلوك، باعتبار القيم تلك المقاييس التي يتبعها الأفراد، مع ما تحمله من قواعد ونماذج ثقافية حتى يتم التفاعل داخل المجتمع أو الجماعة، وتسهم في عملية التماسك الاجتماعي.

وعندما يتعلق الأمر بانتماء فرد إلى عدة مجموعات فالمسألة ليست مرتبطة بتشكيل الهوية فحسب، بل بتنميتها.

"كل الحاجات؛ فأنا أنتمي إلى مجموعات علمية. وبحكم التدريس بالجامعة، قد نعد مجموعات التفاعل مع الطلبة جزءاً منها. ثم تأتي بعدها الحاجات النفسية، فكل ما له علاقة بالتقنية أو المجموعات الدينية لبعض المشايخ تحديداً تدفعنا إلى الانتماء إليها. أما الجانب الاجتماعي فأعده آخر الجوانب، إلا فيما تعلق بالتفاعل مع الطلبة عبر المجموعات."

فللمتلقي الشاب حاجات متنوعة ومتجددة تغذيها الرغبات والتحفيزات. وبفعل التحفيز، تتحول الحاجات إلى أهداف، إلى خطة عمل.

والتحفيز يكون عبر حاجات يود المتلقي تلبيتها، لتدفعه إلى التفكير والتصرف بشكل معين، في اتجاه ما.

بيد أن حاجات الأفراد أضحت تتجدد بتجدد العروض (shows) في عوالم الاستهلاك بتنوعها، في عصر "الاختيارات المفرطة". والمتلقي في هذه الفضاءات الرقمية إنما يبحث في الأساس عن تضيئة الوقت والترفيه عن النفس. فلا يجب أن ننسى الدور الذي يلعبه الترفيه في حياة البشر، نظراً لما يحققه من إشباعات نفسية واجتماعية لدى المتلقي.

والمستخدم دائم البحث عن إشباع حاجاته المتعددة، في عالم الاختيارات المفرطة. وما يؤكد هذا الاتجاه هو تصريح المبحوثين إلى انتمائهم إلى عدة مجموعات: مجموعتين اثنتين (وهم قلة)، ومعظمهم ينتمي إلى عشرين مجموعة، كما هنالك من ينتمي إلى أربعين مجموعة، ويصل العدد في بعض الحالات إلى مائة واثنين مجموعة!

ولكن الملاحظ بأن بعض المبحوثين يبحثون فقط عن الترفيه بانتمائهم إلى عدة مجموعات، وهذا ما ذهبت إلى قوله "مبحوثة ٤، طالبة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، ٢٥ سنة":

"كل الحاجات. ولكن، أنا في الأصل أبحث عن الترفيه هرباً من الدراسة."

والترفيه هو الغاية المبتغاة من الانضمام إلى جماعات متعددة تبعاً لهذا الاتجاه، علماً بأن وظيفة الترفيه في المجتمع لا تخلو من الأهمية، وهي متعددة النشاطات، من غناء ورقص وعرض ومسرحيات، كما تشمل ظاهرة "المكاملة من نوادر، أحاج، محاورات..." (خليل، ١٩٧٩)

والترفيه هو المتعة والتسلية التي يحس بها الأفراد عند تلقيهم لهذا النشاط أو ذاك. هو ذلك الوقت الذي يُعتبر فترة يشغل فيها الأفراد وقت "فراغهم".

غير أن مصطلح "فراغ" يحمل بين طياته دلالات خفية، إذ يرى هربرت شيلر بأن "مفهوم الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل فكرته الأساسية في أنه لا يتصل، من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من فراغ. والحقيقة أن هناك إيديولوجية مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية. فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس" (شيلر، ١٩٩٩). بيد أنه

أيضاً؛ فبانتمائنا إلى جماعة ما، نتعرف على العناصر التي تربطنا وفي ذات الوقت العناصر التي تميزنا عن الجماعات الأخرى. ولكن الاختلافات بين أعضاء المجموعة إنما تزيد من نشاط المجموعة ومن التفاعل بين أعضائها.

الانتماء إلى مجموعات متناقضة

عن السؤال المتعلق بالانتماء إلى مجموعات متناقضة، أجاب بداية بعض المبحوثين بأنهم لا ينتمون إلى مجموعات متناقضة، إنما بالانتماء إلى مجموعة واحدة فحسب أو الانتماء إلى عدة مجموعات لها نفس الأهداف (مثلاً مجموعات دينية أو تخص الطبخ أو الخياطة، إلخ...) وأما عن الذين ينتمون إلى مجموعات متناقضة فهم يصرحون بأن ذلك لا يمثل إطلاقاً مشكلاً بالنسبة إليهم، حيث يصرح "مبحوث ١٩، طالب في الطب، ٢١ سنة" قائلاً:

"لا يمثل ذلك تناقضاً، بما أن كل مجموعة تنشأ بهدف معين أبحث فيه عما أنا بحاجة إليه. فهذا لا يمثل مشكلة، بالعكس".

فالانتماء إلى مجموعات مختلفة تشكل من خلالها هويات معينة لا يدعو للقلق؛ فلكل جماعة أهداف يحاول عن طريقها الأعضاء تحقيق رغباتهم المتنوعة والمتجددة بشكل مستمر في الفضاءات الرقمية، في ظل العولمة مع ما تقترحه، بل ومع ما تفرضه من أذواق ومناذج للتصرف والوجود.

يتعلق الأمر بجماعات اجتماعية لم تعد محصورة في نطاق مكاني محدد، بل هي جماعات تتواصل في العالم "الافتراضي" وتتسم بكثرة أعضائها وتوزعها في كل القارات حيث تكون في شكل مستمر، مما يعقد المسألة ويجعل الباحث يدرك بأن المتغيرات كثيرة، فيصعب فصلها عن بعضها البعض، في عالم يتسم بالتركيب.

ويجمع العديد من الباحثين على أن تشكيل وإدماج عدة هويات للفرد الواحد "لا يرتبط بوضعية شخصية محضة. فالأمر يتعلق أيضاً بظواهر اجتماعية كبرى، كالعولمة والهجرة والتعرض لمجموعات ثقافية مختلفة". (Cárdenas, De la Sablonnière, ٢٠١٨ : ٨٣-٦٥)، مما يوضح جلياً مدى "مرونة الذات على التكيف مع تغيرات هوياتية مهمة". (Cárdenas, De la Sablonnière, ٢٠١٨ : ٨٣-٦٥)

فهناك حاجات متعددة يود المشترك إشباعها من خلال انتمائه إلى مجموعات أخرى، وذلك عبر ظاهرة التثاقف التي تبعاً لنظرية الاستراتيجيات الثقافية ل Berry فإن ذلك يفسر "بالهجرة أو بفعل السكن في مجتمع متعدد". (Cárdenas, De la Sablonnière, ٢٠١٨ : ٨٣-٦٥)

الحاجات المراد إشباعها عند الانضمام إلى مجموعات أخرى:

أجاب معظم المبحوثين بأن انتماءهم إلى عدة مجموعات تشارك في الفضاءات الرقمية هو بغرض البحث عن إشباع حاجات متعددة، حيث يصرح المبحوث ٣٣، أستاذ جامعي، ٣٦ سنة قائلاً:

حتى البرامج الترفيهية لها تأثير في توجهات وآراء الناس، لأنها تحمل دلالات خفية لا تُدرك للوهلة الأولى ولعمامة الناس.

فورا الوظيفة البارزة للترفيه يمكن بث منظومة من القيم التي ستوجه أفعال المتلقي نحو مسار معين، بهدف خدمة إيديولوجية معينة.

هذا من جهة. ومن جهة أخرى، يجيب مبحوثون آخرون بأن انتماءهم إلى عدة مجموعات تشارك في الفضاءات الرقمية هو بغرض البحث عن حاجات وجدانية، حيث يصرح "المبحوث ٣٠، طالب في علوم الإعلام والاتصال، ٢١ سنة" قائلا:

"انضم للمجموعة لتخفيف الشعور بالوحدة ورؤية ما إذا كان رأيي صائبا، بعد مشاركة أفكاره طبعاً."

مدى إشباع الحاجات عبر الانضمام إلى عدة مجموعات

عن مسألة مدى إشباع كل حاجات المستخدم عبر الانضمام إلى عدة مجموعات، فقد أجاب معظم المبحوثين بأنها قد لبيت بشكل نسبي، إذ "يكون ذلك تبعا للمجموعة؛ فهناك مجموعات نشطة، كل يوم جديد ومعارف وأخبار جديدة. وهناك عكس ذلك، يبقى على حساب المجموعة التي انضمت إليها"، تبعا لتصريح مبحوث ٣٤، طالب في علوم الإعلام والاتصال، ٢١ سنة.

ودائما في نفس الاتجاه الذي يرى فيه المبحوثون بأنهم لم يشبعوا كل حاجاتهم بالانضمام إلى مجموعات متعددة، يؤكد "مبحوث ٨، دكتوراه في فنون العرض، ٣٤ سنة" قائلا:

"إلى حد ما، في غالب الأحيان إشباع حاجة تضييق الوقت."

من هذا المنظور، الترفيه هو الحاجة الوحيدة التي يمكن أن تلبى من خلال الانضمام إلى مجموعات متعددة.

الانتماء إلى مجموعات يؤدي إلى انتهاك الخصوصية

يجمع معظم المبحوثين بأن الانتماء إلى مجموعات تنتمي إلى الفضاءات الرقمية لا يؤدي إلى انتهاك الخصوصية، إذ تبعا للمبحوث ٣٢، ماستر في علوم الإعلام والاتصال، ٣٢ سنة:

"لا، لا يعتبر الانتماء إلى مجموعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي انتهاك للخصوصية، لأن الانتماء يكون بمحض إدارة الشخص، وله حرية المشاركة بما يريد والتسّر على ما لا يريد إبدائه لغيره. فالخصوصية حاجز لا يستطيع أن يتجاوزه فرد من أفراد المجموعة إلى بالسماح له."

في حين، يتمثل بعض المبحوثين أن الانتماء إلى مجموعات يؤدي إلى انتهاك الخصوصية إلى درجة ما، إذ "يتعلق الأمر بنوايا وطريقة تفاعل الأشخاص داخل المجموعة؛ فهناك أشخاص قد لا نرغب بهم كأصدقاء أو أن يتصدوا ما نقوم به، ووجودهم في المجموعة نفسها يسمح لهم

بترصد طرق التفاعل مع مختلف عناصر المجموعة. ممكن بين طرفين أو أكثر وأن يبنوا على ذلك سيناريوهات بشأن نمط العلاقات بين شخص وشخص آخر. يضاف إلى ذلك التعليقات التي يمكن أن يقوم بها بعض العناصر داخل المجموعة والتي قد تتحدث عن خصوصيات خاصة بالعمل أو أمور أخرى، مما قد يسبب إحراجا لمن ينتمي إليها. لذلك، نجد مجموعات فايسبوك خاصة تقوم بوضع بعض القواعد الأخلاقية تمثل معيارا يؤدي خرقة إلى إقصائك من المجموعة"، تبعا لتصريح المبحوث ٣٣، أستاذ جامعي، ٣٦ سنة.

فقد فتح الإنترنت "مجالات واسعة لتنمية المناقشات والحوارات المفتوحة". (غدنز، ٢٠٠٥) كما أنه أدى إلى "انفصال مؤسسة العائلة المصغرة عن عمليات إعادة الإنتاج الاجتماعي: فضاء الحميمية الذي كان متواجدا في القديم في مركز الفضاء الخاص، هو الآن يتراجع نوعا ما إلى الأطراف، كلما نقص من هذا الفضاء طابعه الخاص المحض". (Habermas، ٢٠٠٨)

الاستغناء عن الانتماء إلى المجموعات المتعددة

يتصور معظم المبحوثين بأنه لا يمكنهم الاستغناء عن الانتماء إلى جماعات متعددة عبر الفايسبوك، وهذا بالفعل ما صرح به "طالب رقم ٧، في فنون العرض، ٣٥ سنة" قائلا:

"من المهم جدا الانتماء إلى مجموعات افتراضية للتواصل أكثر مع العالم الخارجي، باعتبار أن الإنسان مدني بطبعه".

فقد استعان الإنسان بالتقنية ليغير محيطه، كوسيلة لتغيير الطبيعة بغرض الانتفاع منها، تلبية لحاجاته المتنوعة. وهكذا، تتواجد التقنية على مستوى وسيط بين الإنسان والطبيعة. بيد أن حاجات الإنسان مع الثورة المعلوماتية أضحت أكثر تنوعا، ولم يعد يبحث عن تلبية الحاجات الأساسية من ملبس ومأكل ومسكن فحسب، بل أضحي يجري وراء الكماليات. وبالتالي، تغيرت علاقته بالتقنية.

ولا تقوم التقنية بأداء وظيفة معينة من خلال استخداماتها فحسب، بل إن "هويتها مزدوجة (...) إذ لديها أيضا هوية خيالية" (Angélique Montuwy، ٢٠١٣-٢٠١٤)، عبر ما يدور من أحداث وتاريخ حول هذه التقنية.

ويترتب عن ذلك خلق نظام تقني-خيالي عن التقنية الذي يتجلى عبر منظومة من "التصورات والتمثيلات والتطبيقات والاستخدامات الخاصة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال". (Angélique Montuwy، ٢٠١٣-٢٠١٤) هذا من جهة. ومن جهة أخرى، يرى بعض المبحوثين بأنه يمكن الاستغناء عن الانتماء إلى جماعات متعددة، بفعل أنها "ليست ضرورية إلى درجة وجودها من عدمها في الحياة الافتراضية، لأنه هناك عدة طرق ووسائل أخرى تشبع الحاجات والرغبات"، تبعا لتصريح "طالب رقم ٢٩، في فنون العرض، ٣٤ سنة".

فبالرغم مما يقدمه العالم الرقمي من تسهيلات للإنسان ومن طرق

تواصل وتفاعل، بيد أنه ليس الفضاء الوحيد للتفاعل؛ فالفرد يمكنه التواصل في العالم الملموس، تواصل يحدث "وجهها لوجه" لا تتوسطه التقنيات المختلفة، حيث التفاعل يكون مباشرا.

الخروج من مجموعة

عن مسألة الخروج من مجموعة، أجاب معظم المبحوثين بأنه قد سبق لهم وأن خرجوا بالفعل من مجموعات، لأنها "فقدت المقومات التي جعلتني أنضم إليها"، تبعا للمبحوث ٣٩، طالب في الطب، ٢٢ سنة.

فالانضمام إلى مجموعة يكون تبعا لخصائص تتمتع بها، وإذا تبين بأن هذه المقومات مفقودة فإن المستخدم يحبذ الخروج من تلك المجموعة، بحثا عن مجموعة أخرى يشبع من خلالها تطلعاته.

فحتى وإن لوحظت في الآونة الأخيرة "مشاركة أكثر تكتفا وأكثر استمرارية" (Rémy Reiffel, ٢٠١٤: ١٤٣). ولم يعد المتلقي ذلك المستقبل السلبي، بل وتحول حتى إلى مرسل في ذات الوقت عبر مشاركته في المضامين المختلفة لا سيما تلك التي تبث على المباشر، وفي الحوار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، منتما إلى جماعة بل وإلى جماعات متعددة، حتى يلبي حاجاته المتعددة والمتجددة بشكل مستمر. وحتى وإن كان ينتمي اليوم إلى جماعة (أو جماعات) معينة، وحتى وإن كان سيخرج منها لينتمي إلى جماعات أخرى، فإن البحث عن تحقيق ذاته وفرض وجوده عن طريق المناقشة وحتى عن طريق جعل آرائه ملموسة على أرضية الواقع، فإن ذلك يمكنه من تشكيل هوية بل وأحيانا حتى هويات متعددة، بحثا عن إثبات وجوده في عالم لم تعد هنالك فروقات بين العالم الافتراضي والملموس، وبين الفضاء الخاص والفضاء العام، وبين المحلي والعالمي.

في حين أجاب بعض المبحوثين بأنهم لم يخرجوا من مجموعة، حيث يستشهد المبحوث ٣٧، أستاذ جامعي، ٣٤ سنة قائلا:

"أتحقق مسبقا، وقرار انتمائي الشخصي موقوف على معايير تتعلق أساسا بطبيعة وخصوصية المجموعة ووظيفتها الأساسية".

فهؤلاء المستخدمون حذرون ويتأكدون مسبقا من طبيعة المجموعة قبل الانضمام إليها.

الرغبة في الانضمام إلى مجموعات أخرى

أما عن مسألة الرغبة في الانضمام إلى مجموعات أخرى فقد أجاب معظم المبحوثين بأنهم يرغبون بشدة الانضمام في المستقبل إلى مجموعات أخرى، وذلك "لاقتناعي بأن المستقبل "متذبذب"، يعني ذلك أنه هذه المرة صادفت وانضمت إلى مجموعات لم تلبي احتياجاتي، وأستفيد إن شاء الله عند انضمامي إلى مجموعات أخرى التي سأستفيد أكثر منها وأتعلم وأفيد غيري"، تبعا لتصريح المبحوث ٣٦، طالب في علوم الإعلام والاتصال، ٢٠ سنة.

فالحاجات متعددة ومتجددة، مما يجعل من الفضاءات الرقمية أمكنة

لإعادة تشكيل شبكات من العلاقات الاجتماعية المتجددة، نظرا لأن المتلقي من طبيعة "مركبة"؛ فهو يقيم علاقة تصارعية مع المضامين والأشكال الإعلامية والثقافية المختلفة التي يتعرض إليها.

هذا من جهة. ومن جهة أخرى، أجاب بعض المبحوثين بأنهم قد ينضمون إلى مجموعات أخرى في المستقبل، "إذا كانت المجموعة مفيدة لي وتقدم محتوى جميلا وذو مصداقية"، تبعا لتصريح المبحوث ٣٥، طالب في علوم الإعلام والاتصال، ٢٠ سنة.

وملاحظ بأن لا أحد من المبحوثين أجاب بأنه لا يود الانضمام إلى مجموعات أخرى في المستقبل، مما يبين الحاجة الملحة وغير المنتهية إلى الانضمام إلى مجموعات أخرى تبني عن كريقها هويات متعددة لدى المستخدم الواحد، كواقع جديد هو في الواقع جزء من الحياة اليومية للمستخدم إن لم نقل كلها!

خاتمة

تبين من خلال هذه الدراسة كيفية تشكل الهويات عبر الفضاءات الرقمية والتي لن تتأق بالتأكد إلا عبر الانتماء إلى جماعات متعددة عبر الفيسبوك، والحاجات النفسية والوجدانية والاجتماعية التي تشبع عن طريقها. كما تبين أيضا بأنه تخلق في الفضاءات الرقمية هويات متعددة للمستخدم الواحد التي لا تكون متصارعة بالضرورة، كما لا تمثل عائقا أمام تهمتين العلاقات بين أعضاء المجموعة الواحدة. فضلا عن ذلك، فقد تبين أيضا بأن المنتمي إلى الفضاءات الرقمية دائم البحث عن مجموعات يود تحقيق حاجات من خلالها، التي لا تكون نفسها؛ فهي حاجات متجددة في عالم "الاختيارات المفرطة".

وانتقال العضو من مجموعة إلى أخرى تنشط في الفضاءات الرقمية إما يبرز مدى قدرته على بناء وإعادة بناء هويات متعددة، وفي ذات الوقت على بناء وإعادة بناء "الذات الرقمية"، في سياق سوسيو-معرفي تفاعلي خاص. فالثقافة تتغير بوتيرة غير مسبوقة، والتمثيلات التي نحملها عن أنفسنا وعن "الآخر"، وتتغير معها الممارسات اليومية من أنماط استهلاك وأذواق وتوجهات. فالعالم المحيط بنا في تغير مستمر، حيث أضحت من الصعوبة مكان عدم الانتماء إلى مجموعات متعددة بغية تلبية حاجات جديدة ومتجددة، بين التشكل والتهديم وإعادة التشكل...

ولكن، هل تعكس هذه الهويات المتعددة التي تتشكل ويعاد تشكيلها بشكل مستمر في الفضاءات الرقمية هوية المستخدم، أم أنها مجرد "وهم" إذ هي بعيدة عن الاتصال "الحقيقي" العفوي مع أفراد ملموسين؟ وهل يمكن للمستخدم الواحد تحمل هذه التعددية؟ وإن كان كذلك، فهل يؤدي ذلك إلى الاتساق أم إلى "تفتت" الذات أم إلى سياقات تفاعلية متعددة؟

تدعو هذه الدراسة إلى التعمق أكثر في هذه الأسئلة، لتبيين الآثار النفسية والاجتماعية التي تسفر عن تشكل وإعادة تشكل الهويات المتعددة في الفضاءات الرقمية، والبحث عن تأثير هذا السياق في الانتقال من العالم الرقمي "الافتراضي" إلى تشكل هويات في العالم الملموس، بحثا عن مسار الحركية لهذه الظاهرة.

قائمة المراجع

١. أنجريس مورييس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: صحرأوي بوزيد وآخرون. الجزائر. دار القصة.
٢. خليل أحمد خليل. (1979). نحو سوسيولوجيا للثقافة الشعبية، لبنان. دار الحداثة.
٣. هربرت شيلر. (1999). المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان. الكويت. عالم المعرفة.
٤. أنتوني غدنز. (2005). علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ. لبنان. مركز دراسات الوحدة العربية. الطبعة الرابعة.
٥. Bajoit, G. (1992). Pour une Sociologie Relationnelle. France. PUF.
٦. Bondu, M. (2012). Représentations de la diversité et identification au groupe. Université du Québec. Mémoire de maîtrise en communication.
٧. Cárdenas, D., de la Sablonnière, R. (2018). La participation et l'identification à un nouveau groupe social : fondements théoriques et conséquences pour l'identité d'origine. Revue québécoise de psychologie. 39(1), 65-83
٨. Fenneteau, H. (2015). L'enquête: Entretien et questionnaire. Paris. Dunod.
٩. Habermas, J. (2008). L'espace public. France. Editions Payot et Rivages.
١٠. - Monique Selim, La production numérique du réel, perspectives anthropologiques, France, Variations, n° 16, 2012, p.p 106-113
١١. Montuwy, A. (2013-2014). Anthropologie des usages du numérique : Université Rennes 2.
١٢. Peter J.B., Jan E.S. (2009). Identity Theory. New York. Oxford University Press.
١٣. Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., Tacchi, J. (2016). Digital Ethnography. British Library Cataloguing in Publication data. SAGE.
١٤. Reiffel, R. (2014). Révolution numérique, révolution culturelle?. France. Editions Gallimard.
١٥. Sous la direction de Catherine, H. (2016). Identités, L'individu, le groupe, la société. France. Editions Sciences Humaines.
١٦. Talamo, A. (August 20th. 2014). Identity in the cyberspace: the social construction of identity through on-line virtual interactions. 1st Dialogical Self conference- Nijmegen (NL). 23-26 June 2000, 1-18, https://www.researchgate.net/publication/238245510_Identity_in_the_Cyberspace_The_Social_Construction_of_Identity_Through_On-Line_Virtual_Interactions, consulted April 02nd. 2023 at 11h16 am
١٧. Wardle, P. Identity in cyberspace, our changing perception of our selves, https://www.academia.edu/1793386/IDENTITY_IN_CYBERSPACE, consulted March 29th, 2023 at 12h31 pm
١٨. Wilson, S. M., Peterson L. C. (2002). The anthropology of online communities. Annu. Rev. Anthropol. n° 31, 449-467

سبل تربوية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي

د. هبة توفيق أبو عيادة

الجامعة الإسلامية ولاية مينيوتا

heba_chimist@hotmail.com

د. أنس عدنان عضييات

الجامعة الإسلامية ولاية مينيوتا

ملخص

تهدف الدراسة اقتراح سبل تربوية لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي وترسيخ مبادئه، بما يتماشى مع تطورات عصر التكنولوجيا في عملية بناء المعرفة العلمية ورقمنة المعلومات من خلال صناعة محتوى رقمية في موانع التواصل الاجتماعي بما يتوافق مع سياسات وتوجهات الدولة وفق ثقافتها وعاداتها ومبادئها وقيمها وترسيخ مبادئ الأمن المجتمعي، اعتمدت الدراسة منهج وصفي مسحي تطويري من خلال مراجعة الدراسات والتربويات الأدبية ذات الصلة بموضوع وسائل التواصل الاجتماعي والأمن المجتمعي. وفي ضوء نتائج الدراسة ووفقاً لرؤية الباحثة سيتم تطوير السبل المقترحة وعرضها على الخبراء والختصين لتعرف درجة ملاءمة تطبيقها على أرض الواقع.

الكلمات المفتاحية

سبل مقترحة، الأمن المجتمعي، وسائل التواصل الاجتماعي

المقدمة

ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو للجرائم وتقديم تحديثات في الوقت الفعلي أثناء حالات الطوارئ يمكن لوكالات إنفاذ القانون أيضاً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لجمع المعلومات والاستخبارات حول النشاط الإجرامي المحتمل.

يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين السلامة العامة من خلال توفير معلومات حول التحقيقات الجارية والأشخاص المفقودين. يمكن لإدارات الشرطة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة المعلومات حول المشتبه فيهم جنائياً، وطلب مساعدة الجمهور في تحديد المشتبه بهم، وإطلاع المجتمع على حالة التحقيقات الجارية (المختن، ٢٠٢٠).

باختصار، من خلال تثقيف الأفراد والمجتمعات حول طرق توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أمن المجتمع، يمكننا أن نجعل مجتمعاتنا أكثر أماناً ومرونة. من خلال حملات التوعية العامة والمشاركة المجتمعية والإبلاغ عن الجرائم والتحقيق فيها وتحديثات السلامة العامة، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تلعب دوراً حيوياً في إنشاء مجتمعات آمنة ومزدهرة.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تعتبر قضية أمن المجتمع مصدر قلق بالغ للأفراد والمجتمعات والحكومات في جميع أنحاء العالم. في السنوات الأخيرة، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتواصل ونشر المعلومات وبناء المجتمع. لقد غيرت منصات الوسائط الاجتماعية مثل Facebook و Twitter و

أمن المجتمع هو مصدر قلق كبير للعديد من الأفراد والمنظمات. يمكن أن تهدد سلامة أفراد المجتمع وأمنهم عوامل مختلفة، مثل الجريمة والكوارث الطبيعية والاضطرابات الاجتماعية. برزت وسائل التواصل الاجتماعي كأداة قوية للتواصل وتبادل المعلومات، ولديها القدرة على استخدامها كوسيلة لتحقيق الأمن المجتمعي ومع ذلك، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض أمن المجتمع يأتي أيضاً مع مخاطر وتحديات محتملة.

إن أمن المجتمع هو عنصر أساسي لخلق مجتمعات آمنة ومزدهرة يعد تثقيف الأفراد والمجتمعات حول طرق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي طريقة فعالة لتحسين السلامة وإحدى الطرق التعليمية المقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي هي من خلال حملات التوعية العامة. يمكن لهذه الحملات إعلام الأفراد بالمخاطر المحتملة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتعليمهم أفضل الممارسات للتواصل الآمن عبر الإنترنت. على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين معرفة كيفية تعيين كلمات مرور قوية، وتجنب مشاركة المعلومات الحساسة، والتعرف على النشاط المشبوه والإبلاغ عنه نهج آخر هو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز مشاركة المجتمع والتعاون. باستخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي لربط الأفراد بإنفاذ القانون المحلي والمنظمات المجتمعية، يمكن للأشخاص العمل معاً لتحديد ومعالجة المخاوف الأمنية. يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة نصائح منع الجريمة وتنبهات الطوارئ والأحداث المجتمعية (السويدى و العموش، ٢٠٢٢) يمكن أن تكون منصات وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة أداة للإبلاغ عن الجرائم والتحقيق فيها يمكن للأفراد الإبلاغ عن أي نشاط مشبوه

Instagram طريقة تفاعل الأشخاص مع بعضهم البعض ووفرت طرقاً جديدة لمشاركة المعلومات.

معرفة جديدة للفكر التربوي والبحث العلمي لإحداث التغيير الإيجابي المطلوب.

منهجية الدراسة

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي التطويري، إذ استخدم المنهج النظري بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات ذات الصلة بالموضوع؛ لتكوين نظرية عن الأفكار والمفاهيم المتخصصة في مجال الدراسة، واستعراض الدراسات السابقة ذات الصلة، من خلال تحليل الأدب المتعلق بالدراسة؛ للوصول إلى إجابة أسئلة الدراسة وتقديم عدد من التوصيات

مصطلحات الدراسة

- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

"تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى الأدوات والمنصات التي يستخدمها الأشخاص لنشر المحتوى والتحدث معه ومشاركته عبر الإنترنت." (كابلان وهينلين، ٢٠١٠)

"وسائل التواصل الاجتماعي هي مصطلح يستخدم لوصف مجموعة من المنصات والتطبيقات والأدوات المستندة إلى الويب والتي تمكن الأشخاص من التواصل والتعاون مع بعضهم البعض." (بويد وإليسون، ٢٠٠٧)

"تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تسمح للأفراد والمجتمعات بالتفاعل والمشاركة وإنشاء المحتوى عبر الإنترنت." (هينتون وهجورث، ٢٠١٣)

"وسائل التواصل الاجتماعي هي تقنيات بوساطة الكمبيوتر تسهل إنشاء وتبادل المعلومات والأفكار والاهتمامات المهنية وغيرها من أشكال التعبير عبر المجتمعات والشبكات الافتراضية." (ويكيبيديا)

"تشمل وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة واسعة من المنصات والأدوات عبر الإنترنت التي تسمح للأشخاص بالاتصال والتواصل مع بعضهم البعض، وتبادل المعلومات والأفكار، والتعاون في المشاريع والأنشطة." (كوالمان، ٢٠١٠)

- مفهوم الأمن المجتمعي:

"يشير أمن المجتمع إلى درجة الحماية التي يتمتع بها المجتمع من التهديدات لرفاهه المادي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي." (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ٢٠٠٤)

"أمن المجتمع هو قدرة المجتمع على حماية نفسه من التهديدات الداخلية والخارجية لرفاهه، بما في ذلك الجريمة والعنف والإرهاب والكوارث الطبيعية والصراع الاجتماعي." (البنك الدولي، ٢٠١١)

"يتضمن أمن المجتمع إنشاء أحياء آمنة ومأمونة حيث يشعر السكان بالأمان للعيش والعمل واللعب." (وزارة العدل الأمريكية، ٢٠١٦)

ومع ذلك، فقد ارتبطت وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً بالعديد من التأثيرات السلبية، مثل انتشار المعلومات المضللة والتسلط عبر الإنترنت والمضايقات عبر الإنترنت. لذلك، من الضروري استكشاف كيفية تسخير وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز أمن المجتمع.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الطرق التي يمكن من خلالها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي. على وجه التحديد، سوف تستكشف الدراسة الأساليب التعليمية التي يمكن استخدامها لتعزيز الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي، مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لخلق الوعي بقضايا أمن المجتمع، وبناء شبكات مجتمعية، وتعزيز العلاقات المجتمعية الإيجابية لذلك تمحورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي ما هي سبل التربية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي؟. وينبثق من الدراسة مجموعة أسئلة فرعية:

١. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي؟
٢. ما هي سبل التربية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي؟
٣. ما درجة ملاءمة سبل التربية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي من وجهة نظر المختصين؟

أهمية الدراسة

تنقسم أهمية الدراسة إلى محورين:

سبل تربية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي

< أهمية الدراسة من الناحية العملية والتطبيقية:

- يؤمل أن تستفيد من هذه الدراسة صانعو القرار من خلال التركيز على لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي
- يؤمل أن تستفيد من توصيات هذه الدراسة صانعو القرار على ضرورة ترسيخ لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي

< أهمية الدراسة من الناحية النظرية والفكرية:

- يؤمل أن تمثل هذه الدراسة إضافة علمية بموضوعها، الذي يعد حاجة ماسة في عصرنا الحالي ومن الأدبيات التي تحتاجها المكتبات على حسب علم الباحثان.
- يؤمل في هذه الدراسة توفير آفاق علمية وبحثية لباحثين آخرين للخوض في مثل هذا المجال سعياً لإحداث التطور المنشود وإضافة

"أمن المجتمع هو نهج شامل للتصدي للتحديات الأمنية المعقدة التي تواجهها المجتمعات في عالم اليوم، والذي يعترف بالترابط بين الأمن والتنمية وحقوق الإنسان". (منظمة الدول الأمريكية، ٢٠٠٧)

"يشير أمن المجتمع إلى خلق بيئات آمنة ومأمونة للمجتمعات، حيث يمكن للأفراد العيش دون خوف من العنف أو الاستغلال أو سوء المعاملة". (منظمة الأمم المتحدة للطفولة، ٢٠٠٨)

الدراسات السابقة

• أجرى العربي (٢٠١٨) ألقى المقال الضوء على موضوع بعنوان الأخبار الزائفة والأمن المجتمعي... حدود المخاطر. استعرض المقال بأن باتت الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة عاملاً ملحوظاً في تشكيل النقاشات الحالية في الحياة السياسية على المستويين الوطني والدولي إلى حد أصبح يطل على عصرنا الحالي عصر ما بعد الحقيقة. اشتمل المقال على عدة محاور، تناول المحور الأول التعريف بما بعد الحقيقة والأخبار الزائفة والشائعات. وعرض المحور الثاني إشكالية التعريف والتطبيق للأمن المجتمعي. وأوضح المحور الثالث أنماط تأثير الأخبار الزائفة في الأمن المجتمعي، وتضمن نشر الفتن والاضطرابات الاجتماعية، وتفويض الثقة في مؤسسات الحكم، وإشاعة اللامبالاة والاعترا ب السياسي، وإشاعة التطرف. واختتم المقال بالإشارة إلى أن من الضروري ألا تتحول مواجهة الأخبار الزائفة إلى سياسة سيطرة على تدفق الأخبار والبيانات من خلال الرقابة على وسائل الإعلام أو المواقع الإلكترونية، وينبغي ألا تطمح سياسة المواجهة إلى القضاء على الظاهرة بل تحجيم أثارها الاجتماعية والسياسية وإشاعة ثقافة التحقيق والتحليل النقدي لما يتم تداوله عبر المنصات الإعلامية والرسمية وغير الرسمية

• هدفت دراسة البديري و السيد (٢٠١٩) إلى الوقوف على دور وسائل الاتصال في ترسيخ الأمن الاجتماعي وخصوصاً لفئة الشباب. التي تعد أكثر تعرضاً لهذه الوسائل حسب العديد من الدراسات والبحوث. وفرضت طبيعة الدراسة الاطلاع على كثير من الدراسات وآراء المختصين أينما ظهر التناقض الشديد بينهم في تفسير هذه الدراسة، وهذا يرجع لطبيعة المنطلقات العلمية المتبناة.

• هدفت دراسة السعادية، جهاد علي. (٢٠١٩) التعرف إلى الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية. استخدم منهج المسح الاجتماعي بالعين حيث كانت الاستبانة هي أداة، وذلك على عينة مكونة من (١٤٤) طالباً وطالبة من كافة التخصصات. أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشاراً ونشراً للشائعات هو الفيس بوك يليه في الدرجة الثانية الواتس أب، وأن أكثر أنواع الشائعات انتشاراً من خلال شبكات التواصل الاجتماعي هي الشائعات الاجتماعية وفي الدرجة الثانية جاءت الشائعات السياسية ثم الشائعات الاقتصادية، واقل الشائعات انتشاراً هي الشائعات الدينية. كما بينت النتائج أن تأثيرات الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي كانت

أكثر تأثيراً في الجانب الاقتصادي، أظهرت النتائج أن أهم سبل الحد من تأثير الشائعات على الأمن المجتمعي كانت التوعية الإعلامية يليها تفعيل دور المؤسسات التعليمية والجامعات في توضيح أخطار الشائعات، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثيرات الشائعات في الجانب السياسي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث بينما لم تشر النتائج إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص.

• هدفت دراسة السويدي و العموش (٢٠٢٢) إلى التعرف إلى استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي من وجهة نظر الشباب الجامعي في مجتمع الإمارات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف الدراسة جرى استخدام الاستبانة بوصفها أداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة التي تكونت من (٣١٣) طالباً وطالبة جامعيين في المجتمع الإماراتي، توصلت الدراسة إلى أهم النتائج: إن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات تبعاً لآراء أفراد عينة الدراسة موقع (واتس أب) بالمرتبة الثانية موقع (انستغرام) ثم موقع (Tik Tok)، وأن أكثر الوسائط المتعددة التي تساهم في تصديق الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لآراء أفراد عينة الدراسة مقاطع الفيديو تلتها بالمرتبة الثانية الصورة ثم في المرتبة الأخيرة الانفوجرافيك، كما أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر أنواع الشائعات انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لآراء أفراد عينة الدراسة كانت الشائعات الاجتماعية تلتها بالمرتبة الثانية الشائعات السياسية، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الشائعات الأمنية، كما أظهرت أيضاً أن هناك اتجاهات محايدة لدى الشباب الجامعي في دولة الإمارات نحو استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي، وإن أكثر السبل المناسبة لمواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لآراء أفراد عينة الدراسة كانت فرض الغرامات والعقوبات على مروجي الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في اتجاهات الشباب الجامعي في دولة الإمارات نحو استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي تعزى لمتغيري الجنس ونوع الجامعة (حكومية أو خاصة)، وبناء على النتائج أوصت الدراسة بضرورة العمل على تشديد الرقابة على وسائل التواصل الاجتماعي بأشكالها كافة واتخاذ الإجراءات الرادعة للحسابات الوهمية والحسابات التي تروج الشائعات.

• هدفت دراسة المختن (٢٠٢٠) معرفة اتاحة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فتحاً تاريخياً نقل العالم إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة، وقد غير هذا النوع من الإعلام الجديد ملامح المجتمعات، وأعطى قيمة مضافة في الحياة السياسية والاجتماعية من خلال الدور الذي يمكن أن يقوم به في دعم الأمن المجتمعي. وعلى ذلك تبرز أهمية هذه الدراسة في تبيان الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي وتطويعها بما يحقق الأمن المجتمعي بأبعاده المختلفة. وتتلور

- أظهرت العديد من الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة فعالة للشركات للوصول إلى جمهورها المستهدف ، وبناء الوعي بالعلامة التجارية ، وزيادة مشاركة العملاء. توفر منصات الوسائط الاجتماعية مثل Facebook و Twitter و LinkedIn و Instagram للشركات طريقة فعالة من حيث التكلفة للتواصل مع عملائها وعملائها المحتملين ومشاركة المعلومات حول منتجاتهم وخدماتهم وتلقي التعليقات.

نتائج السؤال الثاني والذي ينص على ما هي سبل التربية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي؟

السيبل	تحقيق الأمن المجتمعي
حملات توعية الجمهور	يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز حملات التوعية العامة حول قضايا أمن المجتمع مثل منع الجريمة والتأهب للطوارئ والاستجابة للكوارث. يمكن نشر الرسائل والموارد التعليمية عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع.
أدوات الإبلاغ	يمكن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي لتوفير أدوات الإبلاغ عن قضايا أمن المجتمع مثل النشاط المشبوه والجرائم وحالات الطوارئ. يمكن أن يساعد ذلك في تحسين سرعة ودقة التقارير وأوقات الاستجابة.
مشاركة المجتمع	يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل مشاركة المجتمع والتعاون في قضايا أمن المجتمع. يمكن أن يشمل ذلك إنشاء مجموعات أو منتديات مجتمعية حيث يمكن للمقيمين مشاركة المعلومات وطرح الأسئلة والتعاون في إيجاد حلول لتحديات أمن المجتمع.
التدريب والتعليم	يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوفير التدريب والتعليم حول قضايا أمن المجتمع للمقيمين ووكالات إنفاذ القانون وأصحاب المصلحة الآخرين. يمكن أن يشمل ذلك الدورات التدريبية عبر الإنترنت والندوات عبر الإنترنت والموارد التعليمية الأخرى.
التنبيهات والإشعارات في الوقت الفعلي	يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوفير تنبيهات وإشعارات في الوقت الفعلي للمقيمين حول قضايا أمن المجتمع مثل الطقس القاسي والكوارث الطبيعية وتنبيهات الجريمة. يمكن أن يساعد ذلك في تحسين أوقات الاستجابة وإبقاء السكان على اطلاع وآمن.

مشكلة الدراسة وهدفها الرئيس في دراسة التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي بدولة الإمارات العربية المتحدة لمحاولة صياغة بعض الحلول والآليات لتعظيم الآثار الإيجابية ومعالجة الآثار السلبية. وقد اتبع في إجراء هذه الدراسة منهجاً يعتمد على كل من المنهج الوصفي التأصيلي؛ حيث يتم تحديد المفاهيم النظرية الأساسية المرتبطة بموضوع البحث، والمنهج التحليلي؛ والذي يعتمد على جمع البيانات الخاصة بالظواهر وتحليلها، وعرضها في صورة رقمية بما يسهل معرفة الاتجاهات الخاصة بالظواهر وعلاقاتها ببعضها البعض. ومن أهم النتائج والتوصيات التي توصل إليها البحث ما يأتي: ضرورة زيادة آليات معالجة ما تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على منظومة القيم الأخلاقية وزعزعة الأمن الفكري.

• التعقيب على الدراسات السابقة

بالنظر إلى الدراسات السابقة وتحليلها واستقراؤها نجد أن جميع الدراسات ركزت على أهمية دور سبل تربية مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي كما جاء في دراسة دراسة المختن (٢٠٢٠) دراسة السويدي و العموش (٢٠٢٢) دراسة السعيدة، جهاد علي. (٢٠١٩)

وأكدت الدراسات على تقديم مراجعة شاملة للأدبيات المتعلقة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في سياسة المجتمع. يدرس المؤلفون كيفية استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل بين الشرطة والمواطنين ، ولتبسيط مشاركة المجتمع في منع الجريمة وإنفاذ القانون. تستكشف المقالة أيضاً التحديات والمخاطر المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في سياسة المجتمع ، بما في ذلك القضايا المتعلقة بالخصوصية ودقة المعلومات وإمكانية إساءة الاستخدام. استنتج المؤلفون أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة فعالة لتحقيق أمن المجتمع وتعزيز جهود سياسة المجتمع ، ولكن يجب أن يسترشد استخدامها بسياسات وإجراءات واضحة لضمان استخدامها الآمن والفعال.

نتائج الدراسة ومناقشتها: نتائج السؤال الأول والذي ينص على ما دور وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي ؟

من خلال تحليل الدراسات والأدبيات التربوية عن دور وسائل التواصل الاجتماعي نجد بأن جميع الدراسات دراسة دراسة المختن (٢٠٢٠) دراسة السويدي و العموش (٢٠٢٢) دراسة السعيدة، جهاد علي. (٢٠١٩) اتفقوا على ما يلي:

- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي
- أن واقع دور وسائل التواصل الاجتماعي جاء في أغلبية الدراسات في درجة متوسطة وفي دراسات جاء بدرجة مرتفعة، وهذا دليل على الوعي دور وسائل التواصل الاجتماعي في كافة المجالات وبالأخص في مجال الأمن المجتمعي

نتائج السؤال الثالث والذي ينص على ما درجة ملائمة سبل التربية
مقترحة لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي
من وجهة نظر المختصين؟

من خلال ماتم استعراضه من سبل تربوية لتوظيف وسائل التواصل
الإجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي على الخبراء والمختصين فإن هذه
السبل واقعية ومنطقية .

التوصيات

- إشراك المجتمع: يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لخلق شعور بالمجتمع من خلال تعزيز المشاركة والمشاركة. يمكن استخدامه لتشجيع المواطنين على مشاركة مخاوفهم وتعليقاتهم، واقتراح الحلول، والتعاون مع الآخرين لمعالجة قضايا أمن المجتمع.
- تقديم تنبيهات وإشعارات في الوقت الفعلي: يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم تنبيهات وإشعارات في الوقت الفعلي للمواطنين حول قضايا أمن المجتمع مثل تحذيرات الطقس أو الكوارث الطبيعية أو النشاط الإجرامي. يمكن أن يساعد ذلك في تحسين أوقات الاستجابة وإبقاء المواطنين على اطلاع وآمن.
- تعزيز آليات الإبلاغ: يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز آليات الإبلاغ عن قضايا أمن المجتمع ، مثل الخطوط الساخنة أو تطبيقات الأجهزة المحمولة. يمكن أن يشجع ذلك المواطنين على الإبلاغ عن الأنشطة المشبوهة أو الجرائم ويساعد إنفاذ القانون على الاستجابة بسرعة.

- استخدم وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي العام: يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي العام بقضايا أمن المجتمع من خلال مشاركة المحتوى التعليمي ونصائح السلامة والموارد التي تعزز التأهب والوقاية والاستجابة لحالات الطوارئ والكوارث.

قائمة المراجع

١. السعيدة، جهاد علي. (٢٠١٩). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية. مجلة العلوم الإنسانية، مج ٦، ٢٤، ٣٢٤ - ٣٤٨.
٢. السويدي، سعاد محمد، و العموش، أحمد فلاح. (٢٠٢٢). استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي من وجهة نظر الشباب الجامعي في مجتمع الإمارات. مجلة الآداب، ع ١٤١، ٤٨٧ - ٥١٠.
٣. البدري، مصطفى يوسف كريم، السيد، سيد جاب الله، و الخفاجي، وليد عبد جبر. (٢٠١٩). دور وسائل الاتصال في الأمن الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي في العراق. مجلة الأطروحة - العلوم الاجتماعية، مج ٣، ٥٤، ١٧٥ - ٢٠٢.
٤. المختن، عبيد صالح حسن. (٢٠٢٠). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الأمن المجتمعي: دراسة ميدانية. الفكر الشرطي، مج ٢٩، ع ١١٢، ١٩ - ٧٠.
٥. بلة، الصديق عبدالصادق البدوي، و المبارك، حسن الفاتح الحسين محمد. (٢٠٢٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة السلم المجتمعي: دراسة ميدانية بكلية التربية - جامعة البطانة - السودان ٢٠٢٠ م. مجلة البحوث التربوية والتعليمية، مج ١١، ٣٤، ٩٩ - ١٢٢.
٦. العربي، محمد أحمد. (٢٠١٨). الأخبار الزائفة والأمن المجتمعي: حدود المخاطر. مجلة السياسة الدولية، س ٥٤، ع ٢١٣، ٢١٤ - ٢١٨.
٧. المرجع الأجنبية
٨. Ali, M., de Albuquerque, J. P., 2014. "Social Media for Urban Emergency Management: State-of-the-Art and Future Directions". Information Systems Frontiers.
٩. V. O. Onoja, M. F. Oladimeji, A. S. Olaiya "The Role of Social Media in Community Policing: A Literature Review" Journal of Policing, Intelligence and Counter Terrorism (2018)
١٠. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.
١١. Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). Understanding social media. Sage.
١٢. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68.
١٣. Kshetri, N., Voas, J., 2015. "Using Social Media to Enhance Homeland Security and Emergency Management". Communications of the ACM.

١٤. Liu, L., Ma, Y., 2013. "Using Social Media for Community Policing". *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*.
١٥. Merchant, R. M., Elmer, S., Lurie, N., 2011. "Integrating Social Media into Emergency-Preparedness Efforts". *New England Journal of Medicine*.
١٦. Nolan, J. (2017). *Social Media for Law Enforcement: A Guide to Successful Strategies and Best Practices*. CRC Press.
١٧. Organization of American States. (2007). Inter-American democratic charter. Retrieved from https://www.oas.org/en/sla/ddi/docs/2001_eng_democratic_charter.htm
١٨. Qi, L., Xu, Y., 2017. "Exploring the Use of Social Media in Emergency Management: A Systematic Review". *Journal of Homeland Security and Emergency Management*.
١٩. Qualman, E. (2010). *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*. Wiley.
٢٠. Reuter, C., Kaufhold, M., 2012. "Using Social Media to Enhance Emergency Situation Awareness". *Journal of Homeland Security and Emergency Management*.
٢١. Steen, J., Mansfield, H., 2016. "Social Media and Community Policing: A Review of the Literature". *Journal of Police and Criminal Psychology*.
٢٢. Stiebler, M., Steinfeldt, B., 2012. "Social Media in Law Enforcement: Advantages and Disadvantages". *International Journal of Police Science and Management*.
٢٣. U.S. Department of Justice. (2016). Community-oriented policing services. Retrieved from <https://cops.usdoj.gov/aboutcops>
٢٤. United Nations Children's Fund. (2008). Child protection in emergencies: A guide for humanitarian workers. Retrieved from https://www.unicef.org/media/files/Child_Protection_in_Emergencies_-_A_Guide_for_Humanitarian_Workers.pdf
٢٥. United Nations Development Programme. (2004). Human development report 2004: Cultural liberty in today's diverse world. Oxford University Press.
٢٦. Wikipedia. (n.d.). Social media. Retrieved March 18, 2023, from https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media.
٢٧. World Bank. (2011). *World development report 2011: Conflict, security, and development*. Washington, DC: World Bank.
٢٨. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
٢٩. Kshetri, N., & Voas, J. (2015). Using Social Media to Enhance Homeland Security and Emergency Management. *Communications of the ACM*, 58(4), 62-69.
٣٠. Liu, L., & Ma, Y. (2013). Using Social Media for Community Policing. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 36(2), 382-399.
٣١. Newman, O., & Clarke, R. (2003). Community Security: An Overview. In *Community Safety* (pp. 11-27). Springer, Dordrecht.
٣٢. Stiebler, M., & Steinfeldt, B. (2012). Social Media in Law Enforcement: Advantages and Disadvantages. *International Journal of Police Science & Management*, 14(4), 298-308.

العلاقات الاجتماعية في ظل التفاعلات الافتراضية في الفضاء الرقمي دراسة ميدانية لآليات تفاعل الشباب الجزائري عبر موقع الفيسبوك

فطيمة بونقطة

طالبة الدكتوراه

Journalisme16@gmail.com

د. مصطفى كشايري

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

Kechairi.mustapha80@gmail.com

ملخص

نهدف من خلال هاته الورقة البحثية إلى تبيان آليات التفاعل الاجتماعي في ظل العلاقات الاجتماعية في البيئة الافتراضية من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، خاصة وأن المستخدم اليوم أصبح فاعلا في سياقه الاجتماعي من خلال ما يعلق عليه أو يتشاركه أو ينشره عبر الفضاء الأزرق ما يمكن اعتباره حسب ما توصلنا إليه مؤشرا يدل على اتخاذ الفضاء العمومي الافتراضي مساحة للتعبير وهامشا. مكملنا لبناء العلاقات في ظل التفاعل الاجتماعي في الواقع.

الكلمات المفتاحية

التفاعل، التفاعل الاجتماعي، العلاقات الاجتماعية، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك

المقدمة

١. ما هي آليات التفاعل في العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الافتراضية - الفيسبوك أمودجا؟

أهمية وأهداف البحث

يهدف هذا البحث من خلال الإطار النظري والميداني إلى تشخيص آليات بناء العلاقات الاجتماعية في ظل البيئة الافتراضية حول الأخبار التي تنشر والأحداث التي تصب ضمن اهتمامات المبحوثين لمعرفة ما إذا كان المبحوث فاعلا اجتماعيا يتلقى الرسالة ويتفاعل مع مضامينها من خلالها النشر والتعليق والتي تنبثق في الأساس من سياقه الاجتماعي الثقافي، أم أنه يستقبل بصفة سلبية ما ينشر عبر الفضاء الافتراضي - الفيسبوك أمودجا - وهذا بالإجابة على الأسئلة الأساسية المطروحة، كما تتجلى أهميته في الدور الذي تلعبه الوسائط الجديدة في تشكيل فضاء افتراضي سمح للفرد بأن يكتسب حرية في طرح أفكاره والمواضيع التي تهتمه.

منهج البحث

إن لكل بحث علمي منهج يقوم عليه، ولا تستقيم الدراسة العلمية إلا باستقامة هذا المنهج في شكل خطوات منظمة ومرتبطة منطقيا، يسلكها الباحث للوصول إلى نتائج علمية دقيقة وموضوعية.

وعمدنا في بحثنا إلى تبني نهج المنهج المسحي (الوصفي التحليلي) Descriptive Analytical Method والذي يلجأ إليه عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، ويطبق غالبا على مجموعة كبيرة من

إن انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع وظهور وسائل اتصالية جديدة أكثر تطورا جعل الكثيرين يتساءلون عن الدور الفعلي الذي تلعبه وسائل الاتصال في الحياة الاجتماعية ومدى تأثيرها على الأفكار والقيم والاتجاهات والسلوك وكذا العلاقات الاجتماعية التي تبنى على أساسها المجتمعات، انطلاقا من مفاهيم جديدة صاحبت التسارع الكبير في حقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتطبيقات التفاعلية للويب والتي تلخص في رقمية تداول المعلومات ووسائل الاتصال ما أفضى إلى تفعيل دور الفرد المتلقي ليصبح فردا متلقيا ومستخدما متفاعلا في المجتمع عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

هذا ما شكل مجالا بحثيا جديدا للدراسات التي تُعنى بالفضاء الرقمي وأصبح الباحثين في حقل الإعلام والاتصال يهتمون بالفرد أكثر باعتباره فاعلا اجتماعيا له القدرة على تشكيل معاني وأفكار عن طريق جملة من التفاعلات الاجتماعية في الفضاء الرقمي، حول القضايا والأزمات التي تهتمه وتشد انتباهه وتؤثر فيه وفي محيطه، عبر التعليق والنشر والتشارك، هذا ما أدى بدوره إلى بروز أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية والتي تتباين وخصائصها عن نوعية العلاقات التي كانت سائدة من قبل، إذ أن الرقمنة فرضت أبعاد أخرى تجلت بالدرجة الأولى في اللانمائية واللامكانية التي رفعت بدورها عنصر التواجد الجسدي الذي يعتبر عاملا أساسيا في عملية التفاعل آنفا، إذ أن الفرد يكفيه امتلاك حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، ليتواصل مع غيره لتشكيل علاقات عن طريق التفاعل، كل هذا جعل من العلاقات الاجتماعية تختلف في تشكيلها بين الواقعية والافتراضية.

وعليه سنحاول في هذه الورقة البحثية الإجابة عن الإشكال التالي:

الأفراد يبدو من الصعب أو ربما من المستحيل الاتصال بهم كلهم، ويتم عادة عن طريق الاستعانة بالمعانة، وذلك بانتقاء جزء من مجموع هؤلاء الأفراد، وتجدر الإشارة إلى أننا عمدنا على اختيار المنهج المسحي دون غيره، لقابليته الكبيرة على بحث المشكلة في وقتها الراهن، وبذلك التعرف ميدانيا على الآراء والأفكار والاتجاهات المنبثقة من الجماعة المبحوثة.

مجتمع وعينة البحث

نظرا لاتساع مجتمع البحث، لجئنا في دراستنا إلى أسلوب العينة لحصر المفردات اللازمة للدراسة الميدانية وقد تم الاعتماد على العينة القصدية التي يقوم الباحث باختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، والتي يتم اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة، وعليه، يتمثل مجتمع البحث في ورقتنا البحثية في الأشخاص الذين يتفاعلون مع بعضهم في إطار العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، ونظرا لعدم القدرة على التحكم فيه لجأنا إلى المسح بالعينة وقد تم نشر استمارة إلكترونية عبر هاته المنصة (الحساب الخاص) مع الأصدقاء ممن نتابع منشوراتهم وبعض الصفحات المتعلقة بأخبار الحراك ليتم الحصول على ٨٠ رد والذي قمنا بتحليل نتائجها وفق سلم ليكارت الخماسي.

أدوات البحث

اعتمدنا في بحثنا هذا على الاستمارة الإلكترونية e-survey questionnaire كأداة أساسية لجمع البيانات باعتبارها "من أكثر الأدوات والمصادر التي تعتمد لجمع البيانات عبر الخط، حيث يتم إرسال مجموعة من أسئلة الاستطلاع بعد بناءها بناء منهجيا إلى العينة المستهدفة عبر الانترنت باختلاف المواقع الإلكترونية، باعتبارها أداة سريعة وسهلة وقليلة التكلفة " (H.Kalantari, and others, 2011, p. 935)، أما بالنسبة لمحاور هذه الاستمارة فقد تم بناءها وصياغتها واستخلاصها بعد مراجعة الدراسات السابقة من أوعية معرفية من كتب ومراجع باللغتين العربية والانجليزية وكذا المقالات المنشورة في الفضاء الإلكتروني، هذا وتكونت من محورين يتمثلان في:

المحور الأول: السمات الديمغرافية، ويتم من خلالها الحصول على معلومات حول خصائص المبحوثين محل البحث، ممثلة في (الجنس، المستوى الجامعي).

المحور الثاني: آليات التفاعل الاجتماعي للشباب الجزائري في البيئة الافتراضية لبناء علاقات اجتماعية عبر موقع الفيسبوك وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة أبعاد:

١. **البعد الشخصي:** هذا البعد يندرج ضمن مجال البحث الرئيسي والذي يشتمل على ٤ فقرات تمثلت في الأدلة بعد تفكيكها والتي هدفنا من خلالها إلى معرفة الكيفية التي يتلقى عبرها المبحوثين الرسائل الإعلامية.

٢. **البعد الاجتماعي:** تنطوي تحت هذا البعد فقرتين والتي

حاولنا من خلالها تشخيص آراء المبحوثين حول إمكانية تأثير المنتجات الإعلامية على العلاقات الاجتماعية.

٣. **البعد التفاعلي:** يندرج تحت هذا البعد ٦ فقرات والتي تهدف في الأساس إلى قياس حجم تفاعل أفراد العينة مع بعضهم على موقع الفيسبوك.

التحديد الإجرائي لمفاهيم ومصطلحات الدراسة

عند دراسة أي موضوع نحن مطالبون دوما بتحديد أهم المفاهيم الواردة في البحث والتأكد من وضوح المعاني. وفي بحثنا هذا سنطرح جملة من المفاهيم نعرفها إجرائيا وهي كالتالي:

التفاعل: وهو عبارة عن علاقة متبادلة بين فردين أو أكثر، وتكون فيها فكرة التأثير والتأثر أمرا أساسيا.

الفيسبوك: وهو من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجزائريون للتواصل ونشر وتبادل الأفكار والذي أصبح له دور في الحياة السياسية، وهذا للدور الذي يلعبه في نقل المعلومات بكل سهولة. **العلاقات الاجتماعية:** تعرف العلاقات الاجتماعية بأنها: الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع، والتي تنشأ نتيجة اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعضهم البعض ومن تفاعلهم في بوتقة المجتمع. وتعتبر العلاقات الاجتماعية التي تتبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض - بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أم سلبية (شميسي وداد، ٢٠١٥، صفحة ٥٩)

مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف على أنها مواقع تستخدم لبناء مجتمعات افتراضية عمى شبكة الانترنت تمكّن الأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة". (أحمد علي الدروبي، ٢٠١٨، صفحة ٠٥)

مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الانترنت، والتي تمكن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتختلف طبيعتها من شبكة لأخرى، فبينما توجد بعض الشبكات التي تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم، فإن الأخرى بإمكانية إرفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة ليتبادل الأفراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع (رضا أمين، ٢٠١٥، صفحة ٩)

البيئة الافتراضية: البيئة الافتراضية l'Environnement Virtuel هي امتداد منطقي للتقدم التكنولوجي للحاسوب، فهي بيئة يتم انتاجها من خلال الحاسوب بحيث تمكن المستخدم من التفاعل معها سواء كان ذلك بتفحص ما تحتويه هذه البيئة من خلال حاسبي البصر والسمع أو بالمشاركة والتأثير فيها بالقيام بعمليات تعديل وتطوير، فهي عملية محاكاة لبيئة واقعية أو خيالية يتم تصورها وبناءها من خلال الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا الحديثة باستخدام الصوت والصورة

encounters. Usually it refers to face-to-face encounters in which people are physically present with one another for a specified duration. However, in contemporary society we can also think of social encounters that are technologically mediated like (texting, skyping, or messaging) (openstax college

ثلاثية الأبعاد والرسومات لانتاج مواقف حياتية تشد من تفاعل معها وتدخله في عالمها. تتفاوت درجات التفاعل الذي ينتج عن معايشة البيئة الافتراضية من مجرد تأمل ما حولك مما تحتويه هذه البيئة إلى تفاعل يمكنك التأثير على هذه المحتويات سواء بالتغيير أو التعديل (محمود قرزیز، مريم يحيوي، ٢٠٠٨، صفحة ٢٣٨).

وحسب (ابتسام دراجي، ٢٠١٧، صفحة ٢٧٠) فإنَّ له العديد من الاستخدامات، إذ أنَّه حسبها يستخدم:

البيئة الافتراضية: (virtual environment) هي تطبيق شبكي يسمح للمستخدم بالتفاعل مع كل من بيئة الحوسبة وعمل المستخدمين الآخرين. البريد الإلكتروني والدراسة وتطبيقات مشاركة المستندات عبر الويب كلها أمثلة على البيئات الافتراضية. ببساطة، إنها مساحة تشغيل مشتركة متصلة بالشبكة.

• **عملية:** لأنَّه يتضمن نوعاً من النشاط الذي تستثيره حاجات معينة عند الإنسان ومنها الحاجة إلى الانتماء وإلى الحب وإلى التقدير والنجاح.

أولاً: مدخل مفاهيمي ونظري لمغيرات الدراسة

• **وهو حالة:** لأنَّه يستخدم في الإشارة إلى النتيجة النهائية التي يترتب عليها تحقيق هذه الحاجات عن الإنسان.

١. التفاعل الاجتماعي " الأبعاد النظرية والمفاهيمية "

• **وهو سلوك ظاهر:** لأنَّه يحوي التعبير اللفظي والحركات والإيماءات، وهو سلوك باطن لأنَّه يتضمن العمليات العقلية الأساسية كالإدراك والتذكر والتفكير والتخيل وجميع العمليات النفسية الأخرى.

إنَّ التفاعل الاجتماعي هو عبارة عن عملية تبادل بين شخصين أو أكثر وهو لبنة بناء المجتمع، يمكن دراسة التفاعل الاجتماعي بين مجموعات من اثنين أو ثلاثة أو مجموعات اجتماعية أكبر من خلال التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض حول مواضيع وقضايا تهمهم، وعليه وفي هذا العنصر سنتطرق إلى مدخل مفاهيمي من خلال التطرق للعناصر التالية:

وبشكل عام فإنَّ التفاعل الاجتماعي يعتبر نوعاً من المؤثرات والاستجابات وفي العلوم الاجتماعية يشير إلى سلسلة من المؤثرات والاستجابات التي ينتج عنها تغيير في الأطراف الداخلية فيما كانت عليه عن البداية والتفاعل الاجتماعي لا يؤثر في الأفراد فحسب، بل يؤثر كذلك في القائمين على البرامج أنفسهم بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل طريقة عملهم مع تحسين سلوكهم تبعاً للاستجابات التي يستجيب لها الأفراد (أحمد الشناوي وآخرون، ٢٠٠١، صفحة ٦٥)، كما يستخدم الإشارة إلى التأثير المتبادل بين طرفين، أو جماعتين صغيرتين، أو فرد وجماعة صغيرة وكبيرة (يؤثر كل منهما على سلوك الآخر) (عبد الرحيم طلعت حسن، ١٩٨١، صفحة ١٦)

١,١ في مفهوم التفاعل الاجتماعي

والتفاعل الاجتماعي يتضمن مجموعة توقعات من جانب كل المشاركين فيه، وكذلك يتضمن إدراك الفرد الاجتماعي وسلوك الفرد في ضوء المعايير عن طريق اللغة والرموز والإشارات وتكون الثقافة للفرد والجماعة نمط التفاعل الاجتماعي.

يعدُّ التفاعل الاجتماعي من أكثر المفاهيم انتشاراً في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي على حد سواء وكذا علم الاتصال بعد التطور الكبير والمتسارع في شبكة الانترنت، وهو الأساس في دراسة علم النفس الاجتماعي الذي يتناول دراسة كيفية تفاعل الفرد في البيئة وما ينتج عن هذا التفاعل من قيم وعادات واتجاهات، وهو الأساس في قيام العديد من نظريات الشخصية ونظريات التعلم ونظريات العلاج السلوكي وقد تعددت وتباينت استخداماته (ابتسام دراجي، ٢٠١٧، صفحة ٢٠٧) وتعريفاته فهو:

٢,١ أهمية التفاعل في السياق الاجتماعي:

إنَّ التفاعل يعدُّ عملية أساسية في الحياة، باعتبار أنَّه عملية اجتماعية اتصالية تسمح للأفراد بتبادل الأفكار والمواضيع حيث يتوقف سلوك الأفراد على بعضهم البعض ويمكن القول بأنَّ الأفراد المتفاعلين اجتماعياً:

"عملية اجتماعية أساسية تعبر عن ذاتها في الاتصال وفي العلاقات المتبادلة بين فردين أو أكثر، حيث يعتبر التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص سلوكاً اجتماعياً لأنَّ الناس يتبادلون المعاني ويمارسون التأثير المتبادل على سلوك بعضهم البعض وتوقعاتهم وفكرهم من خلال اللغة والرموز والإشارات" (الياس عوادي، ٢٠١٩).

كما يمكن تعريفه على أنَّه:

سيرورة عملية تتركز على التأثير المتبادل بين الأفراد خلال اللقاءات الاجتماعية:

social interactions participants received the essential support, cooperation, and encouragement that enabled them « to create meaning in life and sustain identity (hazel, 2011, p. 445)

Social interaction is the process of reciprocal influence « exercised by individuals over one another during social

ذلك أنَّ المشاركين في التفاعلات الاجتماعية سواء في الفضاء المادي أو الافتراضي يعملون في الأساس على تكوين معاني مشتركة مع بعضهم البعض تحمل دلالات يعتم بها الأطراف المتفاعلة ويكمن أيضا أهمية التفاعل الاجتماعي في:

١. **نقل الأفكار والقيم:** إن للتفاعل الاجتماعي أهمية كبرى في نقل الأفكار والقناعات والقيم والثقافة والتنشئة الاجتماعية للأبناء.
٢. **أساس قيام الحضارة والتراث:** فهو المحرك نحو التجديد والإبداع.
٣. **تبادل الأحاسيس والمشاعر:** عن طريق التفاعل الاجتماعي يتبادل البشر أغلب الأحاسيس ومشاعر السعادة والمنفعة، والحاجات بأنواعها المختلفة، كما يتبادلون كذلك الأحاسيس والمشاعر المحزنة والمؤلمة.
٤. **إقامة العدل:** عن طريق التفاعل الاجتماعي يقام العدل بين الناس، وعن طريقه كذلك يظلم الناس بعضهم بعضا. (بزيو محمد، هاشمي إنصاف خديجة ، ٢٠١٩-٢٠٢٠، صفحة ٥٦).

٣,١ التفاعل الاجتماعي "خصائصه وأأسسه":

١,٣,١ خصائص التفاعل الاجتماعي:

يعد التفاعل الاجتماعي وسيلة اتصال وتفاعلهم بين أفراد المجتمع، ينتج عنه مجموعة من السلوكيات والتوقعات الاجتماعية التي ترتبط بقضية أو موقف معين وتحكم فيه مجموعة من الخصائص والتي تتمثل في أن:

التفاعل الاجتماعي يتحدد في السلوك الفردي، والنمط الشخصي لكل فرد ويكون نوعا من الالتزام يساعد على التنبؤ بسلوك المتفاعلين الاجتماعيين عندما يقوم الفرد داخل المجموعة بسلوكيات وأداء معين، فإنه يتوقع حدوث استجابة معينة من أفراد المجموعة إما إيجابية أو سلبية، كما أنَّ التفاعل بين الأفراد المجموعة يؤدي على ظهور القيادات وبروز القدرات والمهارات الفردية. (صلاح الدين شروخ ، ٢٠٠٤، صفحة ١٧١) أيضا من خصائص التفاعل بين الجماعات والأفراد قضية التوتر والمشاحنات بين من يتفاعلون مما يؤدي إلى تقارب القوى بين أفراد الجماعة.

٢,٣,١ أسس التفاعل الاجتماعي:

يقوم التفاعل الاجتماعي على ثلاث أسس أو محددات رئيسية تتمثل فيما يلي:

- **التواصل:** لا يمكن أن يحدث التفاعل الاجتماعي دون حدوث تواصل بين طرفي أو أطراف التفاعل، ويحدث عبر شكل معين من أشكال الاتصال، ولا يهم عن كان الاتصال سلبيا أو إيجابيا، وهي أساس عملية التفاعل

الاجتماعي حيث يستحيل فهم ودراسة عملية التفاعل في أي جماعة دون التواصل.

- **التوقع:** يتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض فينشأ منذ البدء لدى كل منهما توقع عن نوع التأثير الذي سيصدر عن الطرف الآخر كاستجابة لسلوك الطرف الأول وبناء عن هذه التوقعات تتغير درجة التفاعل الاجتماعي من أقصى درجات الصراع والعنف والتقاتل إلى أعلى درجات الحب والود.

- **الدور الاجتماعي:** المقصود به هو السلوك المنتظر من الفرد في موقف معين باعتبار انتماؤه للجماعة أو للمجتمع عموما(بثينة خليدة، فيروز مرابط، ٢٠١٥-٢٠١٦، صفحة ٥٥).

٤,١ التفاعل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (التفاعل الافتراضي):

أدى الاتصال الرقمي إلى تغيير جوهري في المفهوم التقليدي للتفاعل الاجتماعي، إذ ساهم هذا النوع من الاتصال إلى تشكيل علاقات اجتماعية وسبل حياة جديدة، تتخطى الحدود الزمكانية، تسمح حسب walter إلى تحقيق نوع جديد من التواصل والتفاعل ألا وهو التفاعل الافتراضي، لتصبح بذلك الشبكة العنكبوتية العالمية تجسيدا حيا لمبدأ الفضاء المعلوماتي ومسرح يتألف من حزمة معقدة ومتشابكة من التفاعلات الرقمية أو التفاعل عبر الخط (رضوان رباح، فريدة صغير عباس، ٢٠١٨، صفحة ١٢٠).

ويعدُّ الاتصال شرطا من شروط التفاعل، بل يمثل الخطوة الأولى الأساسية في بناء عملية التفاعل، وبشكل التفاعل الافتراضي شكلا من أشكال العلاقات الاجتماعية المنتظمة إلا أنه يتميز بغياب الحضور الجسدي ووضع الوجه لوجه، وهو ما يجعل هويات المشتركين في هذه التفاعلات الافتراضية غير معروفة إذ يستطيع الفرد أن يتنكر في أكثر من شخصية وأن يعيد نفسه في ذات الجماعة بأكثر من هوية Source spécifiée non valide،. إلا أنَّ الافتراضي حسب جيل دولوزلا يتعارض مع الوضع الحالي (الراهن)، فالافتراضي معبأ بالواقع(رضوان رباح، فريدة صغير عباس، ٢٠١٨، صفحة ١٢١)، إذ أنَّ ما يتم نشره في الفضاء الرقمي يكون عاكسا لما يكون في الواقع والعكس.

والتفاعل الافتراضي يحمل عدة أنواع ودلالات والنوع المقصود في دراستنا هو مستوى التفاعل مع المحتوى الاتصالي حول قضية الحراك الوطني في الجزائر أي الذي يسمح للمستخدم باختيار التجول بين الصفحات والمواضيع المطروحة بالإضافة إلى إمكانية الحصول على التغذية العكسية في الواقع من خلال الاجتماعات والتعليقات والنشر والتعبير عن الآراء بكل حرية.

٥,١. مميزات العلاقات عن طريق الشبكات الاجتماعية (علياء سامي عبد الفتاح، ٢٠٠٩، الصفحات ٤٧-٤٨)

- الاختفاء

على عكس الاتصال وجها لوجه، فالفرد لا يرى الشخص الذي يتحدث معه عبر الإنترنت (ما لم يستخدم كاميرا أثناء التواصل).

فعلى سبيل المثال الفرد يمكن أن يعبر عن رأيه بجرأة وحرية ... وهذا مالا يتيح الاتصال المواجهي، فالأفراد عندما يتحدثون معا عبر الإنترنت لا يقلقون عن شكل مظهرهم أو ملبسهم أو نظرة الآخرين لهم، على عكس الاتصال الشخصي...

- انعدام هوية الفرد

إن هوية الفرد (اسمه، سنه، مركزه... الخ) هي عامل أساسي في الاتصال وجها لوجه على عكس الاتصال عبر الإنترنت، فالفرد يمكن أن يتكلم مع فرد آخر دون أن يعرف هويته عن طريق استخدام اسم مستعار، وبعض الباحثين أمثال باريت ولورانس يرون أن انعدام هوية الفرد عبر الإنترنت مرتبط بسممة مهمة، وهي الانفتاح والتعبير عن الذات وإظهار الرأي بصراحة ودون خوف، والبعض الآخر يرى أن انعدام الهوية يؤدي إلى المبالغة والاصطناع في تقديم الذات بشكل مغاير للحقيقة.

- اللاتزامنية في رجوع الصدى

على عكس الاتصال الشخصي الذي يرتبط التفاعل فيه بوجود رجوع صدى فوري وسريع بدون تفكير أو تخطيط (بشكل عشوائي)، فإن هناك أدوات اتصالية عبر الإنترنت تحقق ما يسمى « رجوع الصدى المؤجل » ... الذي يرتبط فيه رد الفرد على الرسالة بزمان رؤيتها فقد يراها في الوقت نفسه أو بعد ساعة أو يوم أو أكثر..

- تساؤل أهمية المكانة والمركز والسلطة

..نظرا لغياب الرموز الاجتماعية للفرد عبر الإنترنت (وهي المرتبطة بمركزه ومكانته في المجتمع، ووضعه الاجتماعي، وشكله... الخ،

ففي الاتصال عبر الإنترنت تنعدم أهمية المكانة والمركز والسلطة، فقد نجد أشخاصا لهم مكانة كبيرة في الواقع يتحدثون بحرية ودون قيود عبر الإنترنت.

- القدرة العالية على التخيل

ترتبط هذه السمة بغياب التواجد المادي للشخص عبر الإنترنت على عكس الاتصال الشخصي الذي تواصل فيه مع أفراد مائلين أماننا محددي الشكل والهوية، وعدم وجود تصور مادي للفرد عبر الإنترنت يجعلنا نضع تخيلا ذهنيا محددا للطرف الآخر من خلال الكلمة المكتوبة، ويصبح الحضور المادي للآخر مرتبطا بالسيناريو التخيلي الذي نرسمه في أذهاننا عن نمط حياة الآخر.

- افتراض المثالية في الطرف الآخر

يرى ماكينيا وآخرون أن الإنترنت، عكس الاتصال الشخصي يستطيع أن يضمن المثالية في الطرف الآخر الذي نتواصل معه عبر الإنترنت (ما لم تكن على معرفة مسبقة به) فهو الصديق أو الحبيب المثالي الذي نتصوره بالشكل الذي نريده والذي قد يختلف في الواقع، ويساعد على ذلك غياب الحضور المادي للفرد، والمبالغة في وصف كل طرف لنفسه لدى الآخر، وقد يرفض كل طرف مقابلة الآخر في الواقع حتى لا يؤثر ذلك في هذه المثالية.

- الشخصيات المتعددة عبر الإنترنت

وهي شخصيات تظهر عبر الإنترنت فقط ولا تعبر عن الذات الحقيقية للفرد، وتعتبر شخصيات مضللة.

٦,١. تأثير الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على العلاقات الاجتماعية:

لقد اختلف الباحثون حول تأثير تكنولوجيا الاتصال الجديدة، ولاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، وانقسم رأي الباحثين في هذا الإطار إلى اتجاهين رئيسيين: بين من يرى أن تأثيرها على العلاقات الاجتماعية هو تأثير إيجابي، وبين من يرى العكس من ذلك.

فالاتجاه الأول يرى فيها «فضاءات تواصلية تنشئها مجموعات يربط أفرادها بعضهم ببعض الالتزام بمسائل وقضايا مشتركة» (الخامسة رمضان، ليلى بن لطرش، ٢٠١٧، صفحة ٣٩٧)، وفي هذا الإطار يرى الأستاذ جمال الزرن أن من «بين مزاي الإنترنت هو أنها تحولت إلى معوض للفراغ الروحي والوجداني، لذلك وصلت الإنترنت إلى حد التأليه والعبادة والقدسية، ومن جهة أخرى تحولت إلى أداة للتواصل الاجتماعي كمعوض للأسرة فتحوّلت إلى فاعل في ربط صلات صداقة وزواج ناجحة» (جمال الزرن، ٢٠٠٥، صفحة ١٢١) ويعتبرها كثيرون من «مظاهر تحول الأرض إلى "قربة كونية" حيث يتلاقى الناس من أماكن متباعدة، وكأنهم يجلسون معا في غرفة منزلية» (عبد الحليم حمود، ٢٠٠٨، صفحة ٨٥) وبهذا فإن «تحسين العلاقات الاجتماعية يتم من خلال تحرير الفرد من القيود الجغرافية أو الصحية أو غيرها، حيث تعمل على بناء علاقات اجتماعية قائمة على أساس الاهتمامات المشتركة» بعيدا عن معايير أخرى كالدين، أو العرق...

بينما هناك اتجاه ثاني يرى أن الشبكات الاجتماعية وغيرها من تكنولوجيات الاتصال الحديثة "تعمل على ندرة الاتصالات الشخصية القائمة على المواجهة الشخصية" (بسيوني إبراهيم حمادة، ٢٠٠٨، الصفحات ١٢٥-١٢٦)، حيث أن الاستخدام المتواصل والمفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت "يهدد بشكل مباشر كيان العلاقات الحقيقية وجها لوجه، ويحدث قطيعة بين الأفراد، مما يؤدي إلى زوال النسيج الاجتماعي التقليدي، وحلول نسيج اجتماعي افتراضي محله، يتميز بانعدام حميمية الجوار والتقارب" (إبراهيم بعزیز، ٢٠١٠، صفحة ١٨٢)، كما أن "التصفح الطويل للإنترنت يؤدي

نسيج العلاقات الاجتماعية ويسبب الكثير من المشكلات الاجتماعية كاعتزال الناس، والانطواء وفقدان التواصل، وخسارة الأصدقاء وضعف الرقابة الأسرية على الأبناء" إضافة إلى أن القدرة على تغيير الهوية لا يجعل الأفراد صادقين في هوياتهم ولا في علاقاتهم "لأن إحساس الفرد بالقدرة على تغيير هويته التي التصقت بوجوده في العالم الفيزيائي، عندما ينتقل بين مواقع شتى على الإنترنت، ستشعره بمزيد من الإحساس بالأمان، والقدرة على ممارسة أفعال لا يريد أن يعلم الغير أنه متلبس بممارستها، وتوفر هذه الخاصية تربة خصبة لحصول كثير من الانحرافات السلوكية بعيدا عن أنظار الغير" (حسن مظفر الرزو، ٢٠٠١، صفحة ٢٩٤). وبالنظر للآراء المختلفة حول تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، لا يمكن الجزم بأحد الاتجاهين كون الحكم بهذا الشكل يميل إلى التطرف لأن الظاهرة أكثر تعقيدا وتشعبا من أن نحكم عليها من خلال جانب واحد فقط، والحكم على تأثيرها على العلاقات الاجتماعية يجب أن ينبع عن دراسات معمقة تأخذ بعين الاعتبار مختلف جوانب الظاهرة، كما تأخذ بالاعتبار كذلك الشخص المستخدم لأن الشبكات الاجتماعية تحمل الكثير من الخصائص الإيجابية والسلبية والكل حر في اختيار ما يناسبه، فهي وإن كانت تؤثر سلبا على العلاقات وجها لوجه مع المقربين والعائلة والأصدقاء، إلا أنها تقرب المسافات وتؤدي إلى ربط علاقات مع أشخاص من مختلف المناطق والبلدان (الخامسة رمضان، ليلى بن لطرش، ٢٠١٧، صفحة ٣٩٨).

ثانيا: التحليل الإحصائي وعرض نتائج البحث ومناقشتها

١. الوصف الإحصائي للعينة وفق خصائصها الديمغرافية

جدول رقم ١

يوضح جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	47	58.8 %
أنثى	33	41.2 %
المجموع	80	100 %

يتبين لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة من الاستجابات تمثلت في الذكور بـ ٥٨,٥% تليها نسبة ٤١,٢% للإناث وهي نسب متقاربة وهذا دليل على أن التفاعل عبر الفضاء الأزرق أصبح من اهتمامات جميع الفئات الاجتماعية ومن كلا الجنسين وهذا في إطار بناء علاقات افتراضية.

الجدول رقم ٢

يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	-	-
متوسط	3	3.8 %
ثانوي	6	7.5 %
جامعي	71	88.8 %
المجموع	80	100 %

يتضح لنا من الجدول، بأن المبحوثين الذي اهتموا بملاء الاستمارة الالكترونية كانوا ذو مستوى جامعي بنسبة ٨٨,٨% ليلها مستوى ثانوي بنسبة ٧,٥% وبعدها متوسط، وهذا قد يقدم دلالة، تتمثل في أن فئة الجامعيين لهم اهتمامات كبيرة في بناء علاقات افتراضية وإحداث تفاعل بالتطلع للأخبار ومشاركتها مع الغير عبر الفيسبوك.

٢. تحليل محاور ومجالات البحث: العلاقات الاجتماعية في ظل التفاعلات الافتراضية

١,٢. تحليل فقرات المحور الثاني والموسوم بـ: "آليات تفاعل الشباب الجزائري في ظل البيئة الافتراضية" والذي يتفرع إلى الأبعاد التالية:

جدول رقم ٣

التحليل الإحصائي لفقرات البعد الشخصي

ع	الوقتية		الوقت		الوقت		الوقت		الوقت	
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
١. تفاعل مع المواضيع التي تهمني بكل حيادية										
١	09	11.25	30	37.5	16	20	20	25	05	6.25
٢. أنتقي الأخبار والمعلومات التي تعبر عن قناعاتي الأصلية عند التفاعل										
٢	16	20	42	52.5	08	10	13	16.25	01	1.25
٣. أجد أنني كمواطن ألتقي الأخبار والمعلومات ولا أنتج رسائل										
٣	04	5	29	36.25	11	13.75	20	25	16	20
٤. أفضل تلقي والتفاعل مع المنتج الإعلامي عبر صفحات الفيسبوك										
٤	17	21.25	18	22.5	11	13.75	21	26.25	13	16.25

من خلال الجدول أعلاه رقم (٠٣)، يتضح لنا استجابة المبحوثين لفقرات البعد الشخصي، إذ نجد بأن اتجاههم الأكبر بالموافقة كان للفقرة رقم (٢)، ما يوحي بأن المتلقي أصبح ينتقي الأخبار والمعلومات التي تخص اهتمامته وفق ما يتبناه من مرجعيات وقناعات دون التأثر بما ينشر، تليها بعدها الفقرة (٣) التي أتت استجاباتها لتفعيل دور المتلقي الذي يجد نفسه رافضا لكونه مواطن يتلقى الأخبار ولا ينتج رسائل وهذا ما يوحي إلى أن هذا الأخير أصبح يتلقى وينتج ويعيد الإرسال ويتفاعل وهذا ما يجعله عنصرا حيويا في مجتمعه، أما الفقرة رقم (٤) فقد اتجه المبحوثين إلى إدلاءهم بأن الفيسبوك كفضاء افتراضي لتلقي المنتجات الإعلامية ليس هو الفضاء الوحيد الذي يفضل المستجوب استسقاء المعلومات منه بل حتى الوسائل الإعلامية الأخرى من تلفزيون وإذاعة يتم اعتمادها في الحصول على المعلومات خاصة وأنها ذات مصداقية أكبر وهذا في ظل جدلية مصداقية المعلومات التي تبث عبر الانترنت وعدم وجود الرقابة القانونية على المصادر التي يمكن أن تكون في بعض الأحيان مصادر كاذبة.

٢.٢. البعد الاجتماعي

جدول رقم ٤

التحليل الإحصائي لفقرات البعد الاجتماعي

ع	أولوية بعضة	أولوية	معايير	أغراض	أغراض بعضة	ن	ن
٥	٠٢	٢٥	١٩	٢٣	١٨	٢٢	٣٧
١	١٤	١٧	٣٣	٤١	١٤	٢٢	١٢

من خلال الجدول أعلاه رقم (٠٤)، استجاب أفراد العينة للفقرة بنسبة عالية لاتجاه الموافقة، وهذا ما يدل على أن المتلقي أصبح اليوم ثائرا على جملة الأوضاع التي يعيشها في سياق خوفه وبالتالي أصبح متلقي ينتقي ما يريد من الأخبار ويحللها وفق خلفيته وينتقدها، أما الفقرة رقم (٥) فإن المبحوثين فندوا الفكرة المطروحة والتي تفيد بأن المنتجات الإعلامية التي تنشر في الفيسبوك تؤثر على قراراتهم السياسية والاجتماعية، وهذا ما يحيلنا إلى قدرة المتلقي على بناء المعاني دون تدخل أي متغيرات مثل القهر السياسي أو العنف السياسي فيه، ذلك أنه أصبح متحررا من القيود التي كانت تفرض سابقا عليه ومن فكرة أن الوسيلة تفعل ما تريد بالجمهور بل هنا يتبين لنا بأن الجمهور من أصبح يفعل بالوسيلة.

٢.٣. البعد التفاعلي

جدول رقم ٥

التحليل الإحصائي لفقرات البعد التفاعلي

ع	أولوية بعضة	أولوية	معايير	أغراض	أغراض بعضة	ن	ن
٧	١٢	١٥	٤٠	٥٠	١٧	٢١	١٢
٨	٢١	٢٦	٢٤	٣٠	١٩	٢٣	١١
٩	١٢	١٥	٢٦	٣٢	١٧	٢١	١٩
١٠	١٦	٢٠	٢٠	٢٥	٢٠	٢٢	٢٧

ع	أولوية بعضة	أولوية	معايير	أغراض	أغراض بعضة	ن	ن
١١	٠٣	٣٧	٢١	٢٦	٢٧	٣٣	٢٣
١٢	١٤	١٧	٣١	٣٨	١٦	٢٠	١٦

يتضح من خلال الجدول أعلاه استجابة المبحوثين في الشق التفاعلي في إطار العلاقات الاجتماعية وفاعليته على المتلقي في سياق، فمن الاجابات المسجلة والتي أخذت نسبة موافقة كبيرة الفقرة رقم (٠٧) والتي تشير إلى أن المتلقي لا يكتفي باستقبال الأخبار فقط بل يشاركها في سياقها الاجتماعي، أي أصبح يوظف مكتسباته من معلومات حول الوضعية التي يعيشها الفرد الجزائري وأصبح يشكل معاني ينشرها في محيطه، وأتت الفقرة رقم (١٢) والتي تصب في ذات الاتجاه، فأفراد العينة محل الدراسة أكدوا بأنهم يتبادلون كذلك وجهات النظر المعبر عنها حول ما يهمهم ليس فقط في سياقهم الاجتماعي بل حتى في الفيسبوك باعتباره فضاء افتراضيا مكن المتلقي الإبحار في عالم مكتظ بالمعلومات وقضى على عنصر المكانية والزمنية، ونجد إجابات الفقرة رقم (٩) التي تفيد بأن المتلقي لم يعد مهما اجتماعيا، وأصبحت له القدرة على التعبير عن أفكاره وآرائه بكل حرية، هذا ما يجعله يتفاعل عبر محيطه وسياقه دون قوى ترده أو تخيفه، هذا وتبعت هاته الإجابة، نتائج الفقرة رقم (٨) والتي تفيد بأن غالبية أفراد العينة وافقوا على أنهم أصبحوا متلقين ناشطين وفاعلين اجتماعيا، يتخذون قراراتهم حول الرسالة والمصدر والمحتوى المنشور وهذا ما يعكس الدراسات الأولى للمتلقى الذي كان ينظر إليه على أنه متلقي سلبي يستقبل الرسائل ولا يفعل بها شيئا، هذا ما غير وأعطى دلالات جديدة لمفهوم التلقي الذي أخذ أبعادا جديدة في ظل التكنولوجيات الحديثة التي أكسبته فاعلية أكبر في زمن التطورات، وفي الأخير نجد بأن الاستجابة للفقرة رقم (١١) أخذت اتجاه آخر إذ أن المستجوبين حسب ردهم يتقاسمون بين التفاعل مع جملة من الأحداث في اللقاءات وهذا ما يعود إلى شخصية الفرد وقراراته.

مناقشة نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى أن اتجاه أغلب مفردات العينة فيما يخص البعد الشخصي لآليات تفاعل الشباب الجزائري في ظل البيئة الافتراضية عبر الفيسبوك يجدون بأن المتلقي لم يعد متلقيا سلبيا مثلما تحدثت عنه نظرية التأثير في الدراسات الأولية، إذ أصبح يتلقى ويتفاعل مع الأخبار والمعلومات وينتج رسائل وفق سياقه الاجتماعي وخلفياته الثقافية فتفاعل الفرد مع غيره في دراسات علم النفس الاجتماعي يعد عملية اجتماعية اتصالية هامة تؤدي إلى بناء معاني تهم الأطراف المتفاعلة، هذا ما يتوافق مع نتائج دراسات العديد من الباحثين ومنها دراسة (إسعد فايزة زرهوني، ٢٠٢٠) التي توصلت إلى أن موقع الفيسبوك لعب دورا كبيرا في تفعيل العلاقات الاجتماعية ذلك أنه مكن المستخدمين من التعبير عن آرائهم بكل حرية وسمح لهم بنقل أفكارهم وانشغالاتهم وتحويلها من مجرد أفكار في عالم افتراضي إلى مطالب واقعية.

تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها بأن أغلبية المستجوبين

تبين بأن المنتجات الإعلامية المنشورة حول الحراك لا تؤثر في القرارات الاجتماعية والسياسية للشباب الجزائري محل الدراسة، وبهذا يمكن القول بأن المستخدم أصبح يتمتع بالسيادة في اختيار ما يشبع حاجاته. إن النتائج المتحصل عليها حققت إجماعاً لدى مفردات العينة فيما يتعلق بالبعد التفاعلي، ذلك أن الفيسبوك شكل لهم فضاء عمومياً مهماً للتواصل والنقاش وتبادل الآراء حول أهم الأحداث ما أنتج مستخدمين ناشطين وفاعلين، من خلال التعبئة والتأثير والإقناع من خلال نشر الصور والفيديوهات خاصة "اللايف" وهذا بالموافقة بنسبة ٥٠٪ والتي كان لها دوراً كبيراً في توسيع دائرة المظاهرات وإنجاحها.

خلاصة

في ختام ورقتنا البحثية، والتي هدفت إلى معرفة آليات تفاعل الشباب الجزائري في البيئة الافتراضية في ظل الفضاء الرقمي- الفيسبوك - من خلال دراسة مجموعة من الأبعاد، لاحظنا تبلور اتصال وتفاعل الكتروني يهدف في الأساس إلى تحقيق اتصال واعتراف متبادل بين الفاعلين بلورة وتشكيل رأي عام فاعل في الحياة العامة، وهذا ما يمكن اعتباره مؤشراً على أن المستخدمين من الشباب الجزائري اتخذوا من الفضاء العمومي الافتراضي مساحة للتعبير والنقد وهامشاً مكملًا للتفاعل الاجتماعي في الواقع.

يقومون بانتقاء المنتجات الإعلامية المتعلقة مع ما يتوافق وقناعاتهم بكل حيادية دون تأويلات مسبقة والتي تعبر بالدرجة الأولى عن آرائهم بنسبة ٥٢,٥٪، وهذا من خلال تبني أفكار تخص أوضاع مجتمعهم، ذلك أن المشاركين في الفضاءات المادية واللامادية يسعون من خلال تفاعلهم إلى نقل الأفكار وتبادلها وفق ما يعتقدونه. وإجمالاً يمكننا القول بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال فتحت مجالاً واسعاً لدراسة الجمهور وفق أبعاد جديدة إذ أصبح المتلقي محورياً أساسياً يستلزم على الباحثين القيام بأبحاث إثنوغرافية معمقة لدراسته.

ومن النتائج المثيرة للاهتمام كذلك فيما يتعلق بالبعد الاجتماعي ما تم تسجيله حسب آراء مفردات العينة، فالمتلقي المتمثل في الشباب الجزائري أصبح بإمكانه انتقاد الأوضاع دون الخوف من الردع وهذا باتجاه تمثلت نسبته في ٤١,٢٥٪، ما توافق مع دراسة (بكوش فرحات، عزوز سارة، ٢٠١٩-٢٠٢٠) التي خلصت نتائجها إلى أن الفيسبوك أثر على الوعي السياسي للشباب وللطلبة خاصة إذ أصبحوا مشاركين من خلال منشوراتهم ونقاشاتهم التي كانت مرتكزة على الانتخابات الرئاسية في الجزائر وعلّة تحسين الوضعية الاجتماعية والاقتصادية لأبنائها، وهذا باتخاذ الفضاء الرقمي منبراً للتعبير عن الآراء والإيديولوجيات ما يجعل هذا الأخير يتمتع بقدرة اتخاذ قراراته في الرسائل الموجهة من السلطة وبناء آراء مستقلة حول العديد من المواضيع والقضايا الاجتماعية والسياسية التي لم يكن يستطيع انتقادها أو حتى إبداء رأيه حولها، كما

قائمة المراجع

١. ابتسام دراجي. (جوان، ٢٠١٧). آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية الاجتماعية. مجلة العلوم الإنسانية (٤٧).
٢. ابراهيم بعزیز. (٢٠١٠). وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستخدمين. الجزائر: دار الخلدونية.
٣. أحلام صارة مقدم، بن حوى مصطفى. (أكتوبر، ٢٠١٩). ٢٢ فبراير... الحراك الشعبي في الجزائر (الأسباب والتحديات). مجلة الدراسات الإفريقية وحوض النيل، ٢ (السادس).
٤. أحمد الشناوي وآخرون. (٢٠٠١). التنشئة الاجتماعية للطفل. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
٥. أحمد علي الدروبي. (٢٠١٨، ٠١ ٠٢). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية. المجلة العربية للنشر العلمي.
٦. إسعد فايزة زرهوني. (سبتمبر، ٢٠٢٠). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي الجزائري- الفيسبوك أممؤدجا-. حوليات.
٧. الخامسة رمضان، ليلى بن لطرش. (٢٠١٧، ٠٦ ١٥). العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الاجتماعية دراسة في آليات التفاعل في الفضاء الافتراضي. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، ١٠ (٠٢).
٨. الياس عوادي. (٢٠١٩، ١٢ ١٢). التفاعل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد ١١ ٠٤، ٢٠٢١، من تجربتي في الإعلام: <http://story-with-media.blogspot.com/Social-interaction.html/١٢/٢٠١٩/com>
٩. بثينة خليدة، فيروز مرابط. (٢٠١٥-٢٠١٦). التفاعل الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الواقعي لدى الشباب -الفيسبوك أممؤدجا -. الوادي: مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال-جامعة حمّة لخضر -.
١٠. بزيو محمد، هاشمي إنصاف خديجة . (٢٠١٩-٢٠٢٠). تفاعل الشباب الجزائري مع الحراك الشعبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. خميس مليانة: مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال-جامعة الجيلالي بونعامة -.
١١. بسيوني ابراهيم حمادة. (٢٠٠٨). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب.
١٢. بكوش فرحات، عزوز سارة. (٢٠١٩-٢٠٢٠). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام (الحراك الشعبي الجزائري أممؤدجا). الوادي-الجزائر: مذكرة ماستر في علم اجتماع الاتصال -جامعة الشهيد حمّة لخضر .

١٣. جمال الزرن. (٢٠٠٥). تساؤلات عن الإعلام الجديد والأترنت ضمن كتاب "العرب وثورة المعلومات. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
١٤. حسن مظفر الرزو. (٢٠٠١). الفضاء المعلوماتي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
١٥. حمزة كحال. (٢٠١٩، مارس). حراك الجزائر....أزمات معيشية في عمق الاحتجاجات ضد بوتفليقة. تاريخ الاسترداد ٢١ ٠٥، ٢٠٢١، من www.alaraby.co.uk
١٦. رضا أمين. (٢٠١٥). الإعلام الجديد. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
١٧. رضوان رباح، فريدة صغير عباس. (ديسمبر، ٢٠١٨). التفاعل الافتراضي نحو مقاربة المفهوم في ظل المجتمعات الافتراضية. مجلة الصورة والاتصال.
١٨. سايح فطيمة. (سبتمبر، ٢٠١٩). دور الفساد المالي والإداري في انبثاق الحراك الشعبي في الجزائر-دراسة عينة من المشاركين في الحراك الشعبي. مجلة التكامل الاقتصادي.
١٩. شيمسي وداد. (جانفي، ٢٠١٥). العلاقات الاجتماعية عبر الأترنت: بين العالم الافتراضي والممارسة الواقعية. مجلة العلوم الاجتماعية.
٢٠. صلاح الدين شروخ. (٢٠٠٤). علم النفس التربوي. القاهرة: دار الاسكندرية.
٢١. عادل خالدي. (٢٠٢٠). دور " فيسبوك " في الحراك الشعبي الجزائري. برنامج زمالة الجزيرة - معهد الجزيرة للإعلام -.
٢٢. عامر مصباح. (٢٠٠٨). منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
٢٣. عبد الحليم حمود. (٢٠٠٨). الأترنت - إعلام ضد الإعلام-. بيروت: دار الهدى.
٢٤. عبد الرحمان قدي. (١ أكتوبر، ٢٠١٦). المجلة الأفريقية للعلوم السياسية. تاريخ الاسترداد ١ مارس، ٢٠٢٠، من المقاربات النظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الأترنت: <http://www.maspolitiques.com>
٢٥. عبد الرحيم طلعت حسن. (١٩٨١). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار الثقافة للنشر.
٢٦. عزي عبد الرحمان وآخرون. (١٩٩٤). فضاء الإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
٢٧. علياء سامي عبد الفتاح. (٢٠٠٩). الأترنت والشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي. القاهرة: دار العالم العربي.
٢٨. ف.ن. (٢٨ جانفي، ٢٠٢١). مستوى الفساد في الجزائر. تاريخ الاسترداد ٢٠ ٠٥، ٢٠٢١، من elkhabar.com
٢٩. فطيمة بن دنيا. (٢٧ ماي، ٢٠١٩). الكلمة. تاريخ الاسترداد ٥ مارس، ٢٠٢٠، من <http://kalema.net/home/article/print> ١٢٤٩
٣٠. فؤاد بداني، عبو فوزية. (ديسمبر، ٢٠٢٠). الحراك الشعبي الجزائري والوعي الاجتماعي في منصات التواصل الاجتماعي -تظهر الرسالة وتفاعل الوسيلة-. مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية (١١)
٣١. كرايس الجيلالي، مهلول جلال الدين، ربيع زمام. (أوت، ٢٠١٩). دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك ٢٢ فبراير. مجلة الدراسات الإعلامية.
٣٢. محمد السببيلي. (مارس، ٢٠١٩). حراك الجزائر: أزمة النظام بين الإصلاح أو القطيعة. دراسات.
٣٣. محمد عبد الحميد. (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
٣٤. محمد عبد العال النعيمي وآخرون. (٢٠١٥). طرق ومناهج البحث العلمي. الوراق للنشر والتوزيع.
٣٥. محمود قرزيز، مريم يحياوي. (جوان، ٢٠٠٨). البيئة الافتراضية والتعليم. مجلة البحوث والدراسات.
٣٦. مخلوف بوكروح. (٢٠١٦). تلقي الخطاب الإعلامي: المناهج والأدوات. التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري- التموقعات الاستيمولوجية والتقاطعات المعرفية -.
٣٧. مهدي سامية. (٢٠١٥). المصطلح في علوم الإعلام والاتصال: قراءة في مفاهيم التلقي، التأويل، الاستخدام. وسائط الاتصال بين الإرسال والتلقي.
٣٨. مورييس انجرس. (٢٠٠٦). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. الجزائر: دار القصة للنشر.
٣٩. نصر الدين لعياضي. (٢٠١٦). علوم الإعلام والاتصال: "من التفكير بالمنهج إلى التفكير في المنهجيات". الجزائر: مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر.
٤٠. نور الدين دحمان، رادية شيخي. (أكتوبر، ٢٠٢٠). التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على تنمية الوعي السياسي. مجلة دراسات وأبحاث.
٤١. نور الهدى عبادة. (٢٠١٥). تداخل مفاهيم علوم الإعلام والاتصال مع الحقول المعرفية الأخرى - مفهوم التلقي نموذجاً - . وسائط الاتصال بين

42. Datareportal. (11 FEBRUARY, 2021). DIGITAL 2021: ALGERIA. 20 مارس تاريخ الاسترداد MARS, 2021، من <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>
43. Didier courbet , Marie-pierre. (septembre, 2009). Analyse de la réception des messages médiatiques Récits rétrospectifs et verbalisations concomitantes. Communication et Langages. france.
44. H.Kalantari, and others. (2011). E-survey(surveys based on e-mail and web). procedia computer science
45. hazel. (december, 2011). the importance of social interaction and social relationships in shaping the experience of early-stage alzheimers disease. journal of aging studies
46. Jacques GERSTLE. (2020). Universalis.fr. 2 مارس تاريخ الاسترداد mars, 2020، من sociologie des médias: <http://universalis.fr>
47. martha m.rodello. (بلا تاريخ). facebook and interaction . universidad del norte.
48. openstax college. (من). تاريخ الاسترداد 20 مارس, 2021، من Chapter 22: Social Interaction – Introduction to Sociology – 2nd Canadian Edition (opentextbc.ca)
49. semon kemp . (11 february, 2021). digital 202: algeria. 20 مارس تاريخ الاسترداد may, 2021، من <http://datareportal.com>
50. vocabulary.com. (بلا تاريخ). vocabulary.com. من. 2020, 02 20 تاريخ الاسترداد <http://vocabulary.com>

استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب وعلاقتها بالأمن المجتمعي (دراسة ميدانية)

هيا عبدالرحمن برزان
الجامعة الاهلية - مملكة البحرين
hayabdulr@gmail.com

د. زهير ضيف
الجامعة الاهلية - مملكة البحرين
zdhalf@ahlia.edu.bh

ملخص

تهدف الدراسة الى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع من وجهة نظر الشباب الخليجي، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في دراستنا، كما تم الاعتماد على مجتمع البحث من الشباب الخليجي في دول التعاون الخليجي، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار ١٠٠ شاب وشابة بطريقة العينة المتاحة، أما أدوات جمع البيانات فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان حيث تم توزيعها على ١٠٠ من الشباب الخليجي، فقد تم التوصل إلى عدة نتائج أهمها: كشفت الدراسة أن أكثر جوانب تفاعل عينة الشباب الخليجي مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد الايجابية التي يتضمنها محتوى الملفات المرئية والبصرية في منصة يوتيوب، وأن أكثر الاشباع المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي أن منصة يوتيوب تساهم في بث الأخبار والمعلومات بين المجتمعات على اختلاف ثقافتها، وأن (٤٦٪) من عينة الدراسة يعتقدون أن منصة اليوتيوب خطيرة بدرجة متوسطة على الامن المجتمعي الخليجي، أما التوصيات التي جاءت بها الدراسة تتمثل في ضرورة تضمين بعض المواضيع عن التعامل مع وسائل الاتصال الاجتماعي في مناهج المدارس من خلال استحداث مقرر التربية الاعلامية، الذي يعمق الوعي بقواعد وضوابط ومحاذير التعامل مع ما ينشر في الفضاء المفتوح.

الكلمات المفتاحية

اليوتيوب، الأمن المجتمعي، الشباب

المقدمة

الاجتماعي وعلى رأسها اليوتيوب أدى إلى فرض قيم دخيلة ساهمت بقوة في تآكل القيم الأصيلة في المجتمع، وهذا ما يشكل تهديد جوهري للأمن المجتمعي.

الإطار النظري للدراسة

أن الدراسات الحديثة تستطيع أن توضح التأثيرات الخاصة التي يمكن أن تنتج عن استخدامات فئات محددة من الجمهور لمضامين معينة من وسائل الاعلام في ظل ظروف معينة، وتلك التأثيرات يمكن أن تؤدي بدورها إلى استخدام وسائل أخرى، ولذا أنه بدلاً من التفكير في الإجابة على سؤال ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟ فإنه يجب التفكير في الإجابة على سؤال ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام أيضاً.

ومن هذا المنطلق فإن نظرية كليمان التي تعتبر أحد النظريات الوظيفية التي تجمع بين العوامل الداخلية والخارجية، فالفرد يتأثر برغباته الشخصية كما يتأثر ببيئته الثقافية وبمن حوله وتفترض النظرية أن جميع الأنشطة الإنسانية هي أنشطة ذهنية، بمعنى أن الإنسان مفكر ويستطيع ان يأخذ وينتقي من المعلومات التي يتلقاها ما يحقق له اهدافه.

وتركز هذه النظريات على أن الناس يستخدمون المعلومات التي ينتقونها

أفرزت الشبكة العنكبوتية اتصالات و مناقشات ومعلومات كالصوت والرسومات و النصوص و الفيديو ، كما أنها ربطت المجتمعات البشرية ببعضها البعض مساهمة بذلك في جعل العالم قرية صغيرة على حد قول مارشال ماركسهاون، الذي تنبأ بها من خلال تقارب العالم بسبب تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث ساهمت ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في ربط العالم ببعضه، كما أصبح الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي عليها كبيراً في وقتنا الراهن، فقد أضحت جزءاً أساسياً للتواصل اليومي في حياة الأفراد والمجتمع والمؤسسات، وكان لها الدور الفعال في تدفق المعلومات إلى حد لا نظير له، ساهم في تقارب المجتمعات وتبادل الآراء والأفكار والمناقشات رغم الفروق الثقافية والقيمية للمجتمعات والشعوب، ورغم أن شبكة التواصل الاجتماعي انشأت لتسهيل عملية الاتصال والتواصل، إلا أن استخدامها امتد إلى الحياة كلها كونها سهلت الكثير من التعاملات بين الناس. ويعد استخدام هذه الوسائل من الأمور الملفتة للانتباه حيث أدى الإقبال المتزايد عليها من قبل الشباب إلى إحداث تأثير على سلوكهم وعلاقاتهم بالآخر، مما ترك أثراً بليغاً في البناء الاجتماعي والقيمي لهذه الفئة التي تشكل عماد المستقبل للأمم والشعوب، ومن هذا المنطلق تتناول الدراسة الحالية منصة اليوتيوب والتي تعد إحدى أهم المنصات المستخدمة في شبكة التواصل الاجتماعي، أنه على الرغم من كثرة فوائد منصة اليوتيوب فإن الميل الشديد نحو تأسيس العلاقات الاجتماعية الافتراضية قد يؤدي إلى تحديات مجتمعية، وأن الاستغراق الطويل في استخدام وسائل التواصل

العلاقات الاجتماعية الافتراضية قد يؤدي إلى العزلة الاجتماعية، كما أن الاستغراق الطويل في استخدام الوسائط التكنولوجية الحديثة وعلى رأسها الإنترنت أدى إلى فرض قيم دخيلة ساهمت بقوة في تآكل القيم الأصلية في المجتمع، وهذا ما يشكل تهديد جوهري للأمن المجتمعي، وجاءت نتائج دراسة فايزة بن نواحي وهاجر بولصنام^{٢٠٢٢}، إلى أن صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على معالجة قضايا الأمن المجتمعي بطريقة مرنة لدرجة عدم إدراك الفرد لخطورتها مما يجعلها من أقوى أسلحة الحرب الناعمة حالياً والتي تسعى الدول المتطورة استغلالها لضمان تبعية الدول المستضعفة، وترى أميرة محمد^{٢٠١٥} إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي في حد ذاتها لا تشكل تهديداً للأمن القومي، وإنما المشكلة الحقيقية تتمثل في كيفية توظيف الجماعات المتطرفة لتلك المواقع لتنفيذ الجرائم الإلكترونية التي تستهدف تدمير البنية التحتية الحيوية للدولة، وزعزعة الأمن والاستقرار من خلال الترويج للإشاعات والأكاذيب التي تتعلق بالرموز الوطنية، والابتزاز والتهديد للنظام القائم، الأمر الذي يؤثر سلباً على أمن البلاد القومي، وأوضحت دراسة Oya Daglar و Ahmet Emin^{٢٠٢٣} أن زيادة وعي كل مستخدم بما في ذلك الموظفون الحكوميون العسكريون من شأنه أن يخفف من المشاكل الأمنية المحتملة في الدولة، وخلصت دراسة راغب محمد وآخرون^{٢٠٢١} إلى ارتفاع نسبة اعتماد المجتمع الآن وخاصة الشباب منهم على الفضائيات المصرية كأم المصادر للمعلومات حول قضايا الإرهاب وخاصة الإرهاب الإلكتروني وتأثيرها على الأمن القومي، وأوصت دراسة (عبدالخالق زقزوق^{٢٠٢٠}) بضرورة منح أطر المبادئ الأخلاقية أهمية أكبر في تقديم الأحداث والقضايا وتفسيرها واقتراح الحلول لها.

وبينت نتائج دراسة جهاد علي السعيدة^{٢٠١٩} أن تأثيرات الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي كانت أكثر تأثيراً في الجانب الاقتصادي.

تحديد مشكلة الدراسة

منذ بداية الألفية الثالثة حصل تحول هائل في مفهوم الأمن القومي وسبل حمايته والدفاع عنه في مختلف دول العالم، وقبل ذلك كان مفهوم الأمن القومي للدولة ينحصر في حمايتها من التهديدات والاعتداءات الخارجية والحفاظ على سيادة الدولة ووحدتها أراضيها، وكان العامل

من أجل إشباع رغبتهم وتحقيق أهدافهم. مما يترتب على ذلك بان التغيير الذي يحدث لدى الأفراد يحقق إشباعاً لرغبتهم وسلوكياتهم وأهدافهم والتي تتمثل ببعدها النفعي في أن تكوين الاتجاهات وتغييرها يعود إلى الوظيفة النفعية، بمعنى أن بعضاً من الاتجاهات يحتفظ بها نتيجة الرغبة في استمرار الحصول على المكافأة، وقد تبني الفرد بعض الاتجاهات للدفاع عن نفسه وذاته من بعض النزوات أو بعض ملومات مهددة له وخطرة عليه فيلجئ إلى الدفاع عن النفس باستخدام المرجعيات العقائدية والأسرية والاجتماعية كإستراتيجيات في كل الحملات التي تحارب عادات دخيلة على المجتمع، وقد يعبر الفرد عن بعض القيم والمعتقدات التي يرى نفسه فيها، عن طريق تبنيه لاتجاهات تتفق مع هذه القيم والمعتقدات، وأن بعض الاتجاهات يتم التمسك بها لأنها تشبع الرغبة في المعرفة لدى الفرد أو لأنها تساعده في تكوين معنى لما حوله وتعزز البعد المعرفي لديه، وضمن هذه المنطلقات والمفاهيم تحاول الدراسة الحالية أن تبحث والعلاقة بين استخدام الشباب الخليجي لوسائل التواصل الاجتماعي والتحديات المجتمعي التي قد تفرضها هذه الوسائل في ضوء المتغيرات الثقافية والفكرية والاجتماعية التي يعيشها الشباب الخليجي في المرحلة الراهنة.

الدراسات السابقة

تفاوتت الدراسات العلمية التي ربطت بين تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشباب، وبين الدراسات التي ركزت على العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي وتهديدات الأمن المجتمعي، وعلى صعيد الدراسات التي اهتمت بتأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشباب، أظهرت العديد منها، أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل مرتفع على الشباب والأطفال، وأن تعرض الأطفال لبرامج اليوتيوب يحقق إشباعاتهم من خلال الاستمتاع والترفيه، وقد أتفقت نتائج دراسات هاجر حلمي حبيش^{٢٠٢٢}، أمجد محمد المفتي^{٢٠٢٢}، شيماء بزازي وآخرون^{٢٠٢٣} أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي واستخدامها كأداة للتعبير عن حرية الرأي والتعبير.

توصلت دراسة سلمى بلخير ومحمود شرقي^{٢٠٢٣} ودراسة فزاني إبراهيم الشاكر^{٢٠٢٢} إلى أن الجزائر قد تأثرت بموجة التطورات في مجال الاتصالات والتكنولوجيا، ويظهر ذلك من خلال التغيير الملحوظ في منظومة القيم الأسرية داخل المجتمع الجزائري، وأنه على الرغم من كثرة فوائد الاتصال على الإنترنت فإن الميل الشديد نحو تأسيس

- ١ هاجر حلمي حبيش، استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لحرية الرأي والتعبير وتأثيرها على الأمن القومي المصري، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢٣، الجزء الأول، يناير، ٢٠٢٢.
- ٢ أمجد محمد المفتي، مخاطر الاستخدام المفرط للأسفـال لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء الأمور (اليوتيوب والتيك توك أغودجا)، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، غزة، العدد ٣٠، رقم ٣، ٢٠٢٢.
- ٣ شيماء بزازي وآخرون، أثر يوتيوب على سلوك الطفل دراسة على عينة أطفال مرحلة ما قبل سن التمدرس، رسالة ماجستير منشورة، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥، قالة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، ٢٠٢٢.
- ٤ سلمى بلخير ومحمود شوقي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد ١٢، العدد ٠٢، أبريل، ٢٠٢٣.
- ٥ فزاني إبراهيم سعد الشاكر، الأمن المجتمعي في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة: بين الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية، حويلات جامعة الجزائر، المجلد ٣٦، العدد ٠٢، ٢٠٢٢.
- ٦ فايزة بن نواحي وهاجر بولصنام، تقارب الثقافات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة أقلام، المجلد ١، العدد ٢، ٢٠٢٢.
- ٧ أميرة محمد، اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري (دراسة ميدانية)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ١٤، العدد ١، يناير، ٢٠١٥، ص ٤٩-١١٠.
- ٨ Cerrah, Ahmet Emin, and Oya Dağlar Macar. «ULUSAL GÜVENLİK TEHDİDİ BOYUTUNDA SOSYAL MEDYA NCELEMESİ» İstanbul Ticaret Üniversitesi DİTicaret Enstitüsü Working Paper Series Dergisi 3.3 (2022): 94-106.
- ٩ راغب محمد عطا وآخرون، دور الإعلام الجديد في تحقيق الأمن القومي المصري «الإرهاب الإلكتروني غودجا»، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، العدد ٤، المجلد ١٢، ٢٠٢١.
- ١٠ عبدالخالق زقزوق، الأطر الخيرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٤، ج٦، يوليو، ٢٠٢٠.
- ١١ جهاد علي السعيدة، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد ٦، العدد ٢، ديسمبر، ٢٠١٩.



٥. التعرف على الاشباعات المتحققة من استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب.

تساؤلات الدراسة

١. ماهي معارف واتجاهات وسلوكيات الشباب تجاه المعلومات والبيانات التي تبثها شبكة اليوتيوب؟
٢. ما الدوافع التي تساهم في الاستخدام المفرط للشباب لشبكة اليوتيوب؟
٣. ما علاقة شبكة اليوتيوب بالظواهر السلوكية الوافدة للمجتمع الخليجي؟
٤. ما إدراك الشباب لمخاطر شبكة اليوتيوب على الامن المجتمعي؟
٥. ما الاشباعات المتحققة من استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب؟

مفاهيم الدراسة

التعريفات الاجرائية والنظرية للدراسة

المنصات الإلكترونية: يمكن تعريفها بأنها عبارة عن مجموعة من الموارد الرقمية، تقدم الخدمات سواء كانت تلك الخدمات مرتبطة بالمحتوى أو الأنشطة، وما إلى ذلك، وتسهل التفاعلات بين المشاركين فيها. وتعتمد الطبيعة المحددة للمنصة على نوع المهمة التي يحاول المشاركون القيام بها.

الدوافع: تعرف بأنها "حالة فسيولوجية أو نفسية تؤدي إلى توجه الفرد إلى أهداف معينة من شأنه أن يقوي استجابة محدودة بين عدة استجابات، وهناك دوافع نفعية ودوافع طقوسية تشمل إشباع حاجة الفرد من المعلومات والمعرفة تتضمن حاجة الفرد إلى الاسترخاء والهروب من المشكلات".

الاستخدامات: هي اختيار الشباب الخليجي بمملكة البحرين من بين كم هائل من الرسائل التي يريد هو نفسه أن يتلقاها من هذه المواقع. الشباب: التحديد المقبول لفترة الشباب هو الفترة التي يجتازها الفرد بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد والتي يتحقق خلالها النضج الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي وتمتد هذه المرحلة من بدء البلوغ وظهور علاماته الاولى والثانوية الى زواج الشخص وتمل مسؤولياته كرجل ناضج راشد وبالرغم من الفروق الفردية والثقافية التي تؤثر في تحديد المدى العمري لمرحلة الشباب من سن ١٥ الى سن ٣٥ حسب طبيعة الواقع الاجتماعي والتعليمي للفرد.

الإشباعات: يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات اجتماعية ونفسية لاستخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات، وعناك نوعان من الإشباعات، إشباعات المحتوى وإشباعات العملية. ويعرف الباحثان الإشباعات بأنها النتائج التي يتوقع الشباب الخليجي الحصول عليها عند استخدامه لمنصة اليوتيوب.

الأكبر يتمثل بالقوة العسكرية والأمنية القادرة على حماية الدولة وفق المعايير التقليدية للقوة، ولكن التحول الكبير والخطر في مفهوم الأمن القومي مع البقاء على المفهوم التقليدي، يتمثل بالأخطار والتهديدات المرتبطة بثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات متمثلاً في الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مما يحملانه من أخطار مهولة على الأمن القومي من زوايا مختلفة، انعكست على البناء المجتمعي للشعوب لتفكيكها وتحطيمها ومحاولة إلغاء هويتها، من خلال فرض تحديات ومفاهيم جديدة، جعلت الدول العربية تواجه واقعاً خطيراً يتمثل بالجرائم المستحدثة، والتي انعكس تأثيرها على السلم والاستقرار الأهلي، من خلال ظهور العديد من الجرائم، في مقدمتها الجرائم الالكترونية، وما تشكله من تحدٍ في المجال الاقتصادي، والهجمات السيبرانية كمصدر تهديد للأمن القومي والمنصات الالكترونية التي تستهدف الشباب، التي تستهدف القيم والعادات والتقاليد العربية الاصيل، والتي تشكل أساساً في السعي لحفظ الأمن والنظام في مجتمعاتنا العربية، إذ ان قوة المجتمع من قوة الأسرة.

لقد أحدثت التكنولوجيا الحديثة تغييراً مهماً في حياة الأفراد وطرق معيشتهم، وأثرت بشكل جذري كبير على الشباب، وهذا أمر ليس بالبسيط، ما نراه اليوم هو اعتماد الشباب بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها للحصول على المعلومات ومشاهدة الفيديوهات لساعات طويلة وعليه تحاول هذه الدراسة البحث في أثر المضامين الوافدة على موقع شبكة يوتيوب على الشباب، فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول الاجابة على السؤال التالي: ما مخاطر المضامين العالمية الوافدة في موقع شبكة اليوتيوب على الشباب؟ وهل يمكن اعتبارها مصدر تهديد للأمن القومي المجتمعي؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

١. حادثة تناول موضوع العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ومهددات الأمن المجتمعي الخليجي.
٢. أهمية تقييم توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع الخليجي بما لها من تأثير في الشباب في المجتمع الخليجي.
٣. أهمية دراسة وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية تأثيرها على البناء الفكري والسلوكي للشباب في الخليج العربي.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الى تحقيق الاهداف التالية:

١. الكشف عن معارف واتجاهات وسلوكيات الشباب تجاه المعلومات والبيانات التي تبثها شبكة اليوتيوب.
٢. التعرف على الدوافع التي تساهم في الاستخدام المفرط للشباب لشبكة اليوتيوب.
٣. رصد وتقييم علاقة شبكة اليوتيوب بالظواهر السلوكية الوافدة للمجتمع الخليجي.
٤. الكشف عن إدراك الشباب لمخاطر شبكة اليوتيوب على الامن المجتمعي.



جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها.

وسوف تتضمن صحيفة الاستبيان المحاور التالية: المحور الأول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، المحور الثاني دوافع اعتماد المبحوثين الشباب على منصة اليوتيوب، والمحور الثالث الاشباع المتحققة من الاعتماد على منصة اليوتيوب.

الصدق والثبات

الصدق: يقصد به صدق التحليل ومدى صلاحيته من ناحية أسلوب القياس وأدلة قياس الموضوعات والظواهر المراد تحليلها والتي على إثرها يتم استخلاص النتائج المعتمدة التي يعمل عليها ويعممها، أي أن الصدق يهدف لتأكيد صحة اختيار أداة البحث أو المقاييس المستخدمة لجمع البيانات وقياس المتغيرات بدرجات عالية من الكفاءة والدقة، فالصدق بالمحتوى يعد أبسط أشكال الصدق فهو يمثل مكونات التحليل للمفاهيم التي سيسعى من خلالها الباحث لوضع التعريف الإجرائي لها وقد قام الباحث بعرض أداة القياس على عدد من المحكمين لبيان مستوى صدق الأداة، وقد أكدوا أن الأداة تصلح لقياس ما ذهبت لقياسه

الثبات: أظهرت النتائج أن قيمة كرونباخ ألفا كمؤشر على الثبات بلغت (٠,٨٣)، وهي مقبولة لأغراض الدراسة الحالية. وتدل على وضوح الاستبانة ، والثقة في صلاحيتها للتطبيق.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: يتحدد البعد الموضوعي في موضوع الدراسة والخاص استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب وعلاقتها بالأمن المجتمعي.

الحدود الزمنية: سيتم تطبيق الادوات على عينة الدراسة من ٢٠٢٣/٢/١٥ إلى ٢٠٢٣/٤/١٥.

الحدود المكانية: سوف تجري الدراسة على دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي.

الحدود البشرية: سوف تجرى الدراسة على الشباب في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي من عمر ١٨ إلى ٣٦ سنة.

نتائج الدراسة الميدانية

نستعرض تاليا نتائج الدراسة الميدانية من خلال تحليل استجابات العينة على الاستبيان:

أولا: خصائص عينة الدراسة الميدانية:

تكونت عينة الدراسة الميدانية من (١٠٠) مفردة من الشباب الخليجي،

التحديات المجتمعية: التغيرات السريعة التي تنتاب شبكة العلاقات الاجتماعية وتعمل على تفكيكها، وتظهر خطورة ذلك في عملية تغير بنية تلك العلاقات في تهديد هوية المجتمع العربي الخليجي لاسيما مع تنامي استعمال الادوات والوسائل الاتصالية المتطورة.

التصميم المنهجي للدراسة

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية والتي تختص بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب وعلاقته بالأمن المجتمعي.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي "أسلوب المسحي" والذي يعد أحد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد ومشاعرهم وادراكهم واتجاهاتهم، ويقوم بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالات وإصدار تعميمات بشأن هذه الدراسة بعد مسح جميع المعلومات التي تتماشى مع الدراسة، ويعد هذا المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام. ويهدف المجتمع إلى تحديد المشكلات بدقة وفي إطار هذه الدراسة تم استخدامها على عينة من شباب الخليجي للتعرف على دوافع استخدام الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب وعلاقته بالأمن المجتمعي.

مجتمع الدراسة: مجتمع الدراسة هو "جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، ويستطيع الباحث أن يختار منها عينة بحثه ويرغب في تعميم النتائج عليه. وهو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث سواء كانت الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث". وقد كان مجتمع هذه الدراسة الشباب الخليجي.

عينة الدراسة: تعرف العينة بأنها جزء من المجتمع ويتم اختيار هذا الجزء باتباع طريقة علمية بالشكل الذي يجعل العينة ممثلة للخصائص المهمة للمجتمع الذي تُطبق عليه الدراسة، ولا تكون العينة ذات قيمة إلا إذا كانت ممثلة لجميع خصائص المجتمع الذي تم اختيارها منه، وهذا ما يستلزم الدقة في اختيار العينة حتى تكون النتائج معبرة عن حال المجتمع الأصلي للدراسة، وقد اعتمد الباحث على (العينة المتاحة)، وهي أكثر أساليب العينات غير الاحتمالية شيوعاً واستخداماً في البحوث الإعلامية، فهي تقوم على اختيار عدد من الأفراد الذين يستطيع الباحث الوصول إليهم ، وبناءً على ذلك فسوف تقتصر عينة الدراسة على (١٠٠ مفردة) تم اختيارها من الشباب الخليجي الموزعين على دول مجلس التعاون الخليجي.

أداة الدراسة: أداة الاستبيان والتي تعتمد على جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة وسوف تشمل على الأسئلة والمتغيرات التي تجيب عن تساؤلات وفروض الدراسة.

وتعرف صحيفة الاستقصاء- الاستبيان Questionnaire بأنها أسلوب

وتاليا عرضاً لخصائص هذه العينة حسب متغيرات النوع والعمر والمؤهل الدراسي والدولة:

- خصائص عينة الدراسة حسب متغير النوع:

جدول (١)

يوضح عينة الدراسة حسب متغير النوع

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	ذكر	53	53%
٢	انثى	47	47%

يتبين من الشكل السابق وجود تقارب في نسبة الذكور والإناث في عينة الدراسة مع ارتفاع طفيف لصالح الذكور التي بلغت نسبتهم (٥٣٪)، وبلغت نسبة الإناث (٤٧٪).

- خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر:

جدول (٢)

يوضح عينة الدراسة حسب متغير العمر

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	العمر ١٨ لأقل من ٢٥	22	22%
٢	العمر ٢٥ لأقل من ٣٠	32	32%
٣	العمر ٣٠ لأقل من ٣٦	46	46%

يتبين من الشكل السابق أن نسبة العمر ٣٠ لأقل من ٣٦ سنة كانت الأعلى في عينة الدراسة وبلغت (٤٦٪)، في حين أن بلغت نسبة العمر ١٨ لأقل من ٢٥ سنة كانت الأقل في عينة الدراسة وبلغت (٢٢٪).

- خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل الدراسي:

جدول (٣)

يوضح عينة الدراسة حسب متغير المؤهل الدراسي

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	ثانوي فأقل	21	21%
٢	جامعي	51	51%
٣	دراسات عليا	28	28%

يتبين من الشكل السابق أن نسبة حملة مؤهل جامعي كانت الأعلى في عينة الدراسة، وفاق نصف العينة بنسبة بلغت (٥١٪)، وكانت نسبة حملة مؤهل ثانوي فأقل هي الأقل في عينة الدراسة وبلغت (٢١٪).

- خصائص عينة الدراسة حسب متغير الدولة:

جدول (٤)

يوضح عينة الدراسة حسب متغير الدولة

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	مملكة البحرين	45	45%
٢	المملكة العربية السعودية	20	20%
٣	دولة قطر	0	0
٤	سلطنة عمان	10	10%
٥	الإمارات العربية المتحدة	15	15%
٦	دولة الكويت	10	10%

يتبين من الشكل السابق أن (٤٥٪) من عينة الدراسة كانوا من مملكة البحرين، وذلك كونها مكان إقامة الباحثين مما سهل عليهم توزيع الاستبيان، وهالك نسبة بلغت (٢٠٪) من العينة كانت من السعودية، و(١٥٪) من الإمارات العربية المتحدة، وتوزعت باقي العينة بشكل متساوي على سلطنة عمان والكويت بنسبة (١٠٪).

ثانياً: نتائج استجابات عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان:

هدفت الدراسة إجراء مسح لعينة من الشباب الخليجي لاستطلاع وجهات نظرهم تجاه منصة يوتيوب وعلاقتها بالأمن المجتمعي:

٥- هل لديك حساب شخصي على اليوتيوب؟

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٥)

يوضح هل لدى عينة الدراسة حساب شخصي على اليوتيوب

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	نعم	71	71%
٢	لا	29	29%

يتبين من الشكل السابق أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة لديهم حساب شخصي على اليوتيوب، بنسبة بلغت (٧١٪)، في حين أن (٢٩٪) منهم ليس لديهم حساب على شخصي على اليوتيوب.

٦- منذ متى وأنت تستخدم اليوتيوب؟

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

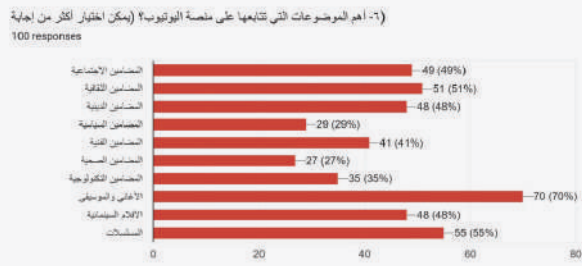
تؤكد النتائج الموضحة في الشكل السابق ارتفاع اعتماد عينة الشباب الخليجي على منصة يوتيوب، فالنسبة الأعلى منهم يعتمدون عليها بدرجة متوسطة بنسبة (٣٤%)، وبدرجة كبيرة بنسبة (٢٧%)، في حين أن النسبة الأدنى منهم لا يعتمدون عليها وبلغت (١٣%).

٩- أهم الموضوعات التي تتابعها على منصة اليوتيوب؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٩)

يوضح أهم الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على منصة اليوتيوب



يتبين من الشكل السابق أن الأغاني والموسيقى هي أكثر الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة على منصة اليوتيوب بنسبة بلغت (٧٠%)، وجاءت المسلسلات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٥٥%)، ثم المضامين الثقافية في المرتبة الثالثة ويتابعها ما نسبته (٥١%) من عينة الدراسة، ثم المضامين الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة قريبة بلغت (٤٩%)، تلاها بنسبة قريبة أيضاً المضامين الدينية والأفلام السينمائية ويتابعها ما نسبته (٤٨%) من عينة الدراسة.

١٠- دوافع استخدامك لمنصة اليوتيوب:

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٠)

دوافع استخدام عينة الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا توافق بشدة	لا توافق	متساوية	وافق	وافق بشدة	العبارة	الرقم
1	0.74	4.17	1%	1%	1%	1%	1%	للتسلية والامتناع	2
2	0.89	4.05	2%	4%	4%	13%	49%	الحصول على معلومات عن تاريخ الشعوب الأخرى	8
3	0.69	3.99	1%	1%	15%	15%	64%	التعرف على ثقافات جديدة	1
4	0.89	3.93	3%	3%	3%	16%	54%	الاطلاع على عادات وتقاليد المجتمعات الأخرى	7
6	0.97	3.86	4%	5%	16%	16%	51%	لتحسين وقت الفراغ	6
7	0.84	3.76	2%	2%	32%	32%	46%	المعلومات الواردة في منصة اليوتيوب عن العائلات الاجتماعية، معبرة	13
8	1.06	3.69	4%	8%	28%	35%	25%	منصة يوتيوب تساهم في تعزيز التعايش السلمي بين الشباب الخليجي	10
9	1.11	3.58	10%	4%	19%	52%	15%	تعزيز موقفك تجاه القضايا الإنسانية المختلفة	9
10	1.02	3.5	6%	10%	24%	48%	12%	منصة يوتيوب جعلتني أكثر تقيلاً للزائد من الثقافات الأجنبية	11
11	1.19	3.45	9%	12%	24%	35%	20%	التواصل مع أشخاص من ثقافات جديدة	3
13	1.37	3.21	17%	16%	15%	33%	19%	التعرف على أسواق، جدد الدرجة الكلية	4
	0.57	3.74							

يتبين من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لدوافع استخدام عينة الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب بلغ (٣,٧٤)، بانحراف معياري (٠,٥٧). ويتبين من الجدول السابق أن أكثر دوافع استخدام عينة الشباب

جدول (٦)

يوضح متى بدأت عينة الدراسة استخدام اليوتيوب

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	منذ أقل من سنة	3	3%
٢	من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات	18	18%
٣	ثلاث سنوات فأكثر	79	79%

يتبين من الشكل السابق أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة يستخدمون اليوتيوب منذ ثلاث سنوات فأكثر، بنسبة بلغت (٧٩%)، ونسبة قليلة جداً بلغت (٣%) فقط يستخدمون اليوتيوب منذ أقل من سنة.

٧- ما أهمية منصة اليوتيوب بالنسبة لك؟

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٧)

يوضح أهمية منصة اليوتيوب لدى عينة الدراسة

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	مهمة بدرجة كبيرة	40	40%
٢	مهمة بدرجة متوسطة	36	36%
٣	مهمة بدرجة منخفضة	24	24%

تؤكد النتائج الموضحة في الشكل السابق الأهمية الكبيرة لمنصة يوتيوب بالنسبة لعينة الشباب الخليجي حيث أن النسبة الأعلى منهم يعتبرونها مهمة بدرجة كبيرة بالنسبة لهم وبلغت (٤٠%)، في حين أن النسبة الأدنى منهم يعتبرونها مهمة بدرجة منخفضة بالنسبة لهم وبلغت (٢٤%).

٨- ما مستوى اعتمادك على ما تقدمه منصة اليوتيوب من معلومات وأخبار؟

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٨)

يوضح مستوى اعتماد عينة الدراسة على ما تقدمه منصة اليوتيوب من معلومات وأخبار

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	اعتمد عليها بدرجة كبيرة	27	27%
٢	اعتمد عليها بدرجة متوسطة	34	34%
٣	اعتمد عليها بدرجة منخفضة	26	26%
٤	لا أعتمد عليها مطلقاً	13	13%

الخليجي لمنصة اليوتيوب كانت العبارة التي تنص على "التسلية والامتاع"، وحصلت على متوسط حسابي قيمته (٤,١٧)، بانحراف معياري (٠,٧٤)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٥٤%", ثم العبارة التي تنص على "الحصول على معلومات عن تاريخ الشعوب الأخرى"، بمتوسط حسابي قيمته (٤,٠٥)، بانحراف معياري (٠,٨٩)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٤٩%", ثم العبارة التي تنص على "التعرف على ثقافات جديدة"، بمتوسط حسابي قيمته (٣,٩٩)، بانحراف معياري (٠,٦٩)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٦٤%".

وكانت أقل دوافع استخدام عينة الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب هي العبارة التي تنص على "التعرف على أصدقاء جدد"، وحصلت على متوسط حسابي قيمته (٣,٢١)، بانحراف معياري (١,٣٧).

١١- مدى التفاعل مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد التي يتضمنها محتوى الملفات المرئية والبصرية في منصة يوتيوب:

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١١)

مدى التفاعل مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد التي يتضمنها محتوى الملفات

المرئية والبصرية في منصة يوتيوب

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
7	إعادة نشر الموضوعات الإيجابية المتعلقة بالقيم والعادات والتقاليد	24	45	19	6	6	3.75	1.07	1
6	رفض الموضوعات التي تحدث على اعتماد بن الخصوصية الوطنية	24	42	17	10	7	3.66	1.15	2
8	الحديث مع الآخرين حول الموضوعات المتعلقة بالقيم والعادات والتقاليد	21	40	25	6	8	3.6	1.12	3
3	التعليق إيجابياً على الموضوعات المتعلقة بالقيم والعادات والتقاليد العربية والإسلامية	19	44	16	10	11	3.5	1.22	4
9	أكثر بالآراء الواردة في اليوتيوب حول القضايا والأحداث العربية	15	43	23	9	10	3.44	1.15	6
4	التعليق على الموضوعات السلبية الواردة والمتعلقة بالقيم والعادات والتقاليد	18	41	17	13	11	3.42	1.23	7
2	أكتب تعليقات حول المظاهر السلوكية المنحرفة عن رايي في موضوعات القيم والعادات والتقاليد الواردة	18	41	15	12	14	3.37	1.29	8
5	أعبر عن رأيي في موضوعات القيم والعادات والتقاليد الواردة	7	53	17	14	9	3.35	1.09	9
	الدرجة الكلية						3.51	0.87	

يتبين من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لتفاعل عينة الشباب الخليجي مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد التي يتضمنها محتوى الملفات المرئية والبصرية في منصة يوتيوب بلغ (٣,٥١)، بانحراف معياري (٠,٨٧).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر جوانب تفاعل عينة الشباب الخليجي مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد التي يتضمنها محتوى الملفات المرئية والبصرية في منصة يوتيوب كانت العبارة التي تنص على "إعادة نشر الموضوعات الإيجابية المتعلقة بالقيم والعادات والتقاليد"، وحصلت على متوسط حسابي قيمته (٣,٧٥)، بانحراف معياري (١,٠٧)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٤٥%", ثم العبارة التي تنص على "رفض الموضوعات التي تحدث على الاعتماد عن الخصوصية الوطنية"، بمتوسط حسابي قيمته (٣,٦٦)، بانحراف معياري (١,١٥)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٤٣%", ثم العبارة التي تنص على "الحديث مع الآخرين حوله الموضوعات المتعلقة بالقيم والعادات والتقاليد"، بمتوسط حسابي قيمته (٣,٦٠)، بانحراف معياري (١,١٢)، وكانت أكثر استجابات العينة على

الاستجابة أوافق بنسبة "٤٠%".

وكانت أقل جوانب تفاعل عينة الشباب الخليجي مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد التي يتضمنها محتوى الملفات المرئية والبصرية في منصة يوتيوب هي العبارة التي تنص على "أعبر عن رأيي في موضوعات القيم والعادات والتقاليد الواردة"، وحصلت على متوسط حسابي قيمته (٣,٣٥)، بانحراف معياري (١,٠٩).

١٢- الإشباعات المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي من خلال استخدام منصة اليوتيوب:

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٢)

الإشباعات المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي من خلال استخدام عينة الشباب الخليجي

منصة اليوتيوب

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
18	تساهم منصة يوتيوب في بث الأخبار والمعلومات عن مختلف الثقافات	30	20%	45	18	4	3.95	0.95	1
16	استخدم منصة اليوتيوب في البحث عن ثقافات الشعوب الأخرى	23	23%	33	13	5	3.87	0.98	2
21	تساهم منصة يوتيوب في نشر معلومات عن السلوكيات المنحرفة في المجتمعات الأخرى	21	27%	49	22	6	3.81	0.9	3
4	لا أسمع الكلام مسبقاً على من يهاجرون في وجهات النظر عند التواصل معهم من نفسا اليوتيوب	26	26%	44	18	7	3.79	1.06	4
15	استخدم منصة يوتيوب في البحث عن معلومات عن العادات الأخرى	23	22%	48	16	7	3.75	1.07	6
20	تقلل منصة اليوتيوب من المعارض التي تروج للثقافات الأجنبية الواردة	16	31%	35	25	4	3.71	0.92	7
13	تساهم منصة اليوتيوب في تعزيز الهوية الثقافية للشباب في العراق الأخرى	16	32%	32	22	4	3.7	0.94	8
17	تساهم منصة اليوتيوب في تسهيل الاتصال الثقافي مع من يختلفون عني في الثقافة والدين	18	31%	38	18	6	3.69	0.99	9
1	استخدم منصة يوتيوب كمنصة أكثر وفاء من مختلف القيم والعادات والتقاليد	14	33%	33	23	7	3.68	0.9	10
19	تساهم منصة اليوتيوب في تعزيز مبدأ الوفاق الثقافي الذي مع أفراد المجتمع عموماً عن	18	33%	43	24	11	3.64	0.96	11
6	استخدم منصة اليوتيوب في تعزيز مبدأ الوفاق الثقافي الذي مع أفراد المجتمع عموماً عن	15	39%	49	23	3	3.63	0.96	13
9	تساهم منصة اليوتيوب في تعزيز مبدأ الوفاق الثقافي الذي مع أفراد المجتمع عموماً عن	14	38%	44	24	7	3.63	1.02	13
11	تساهم منصة اليوتيوب في تعزيز مبدأ الوفاق الثقافي الذي مع أفراد المجتمع عموماً عن	12	37%	45	24	8	3.62	0.9	15
14	تساهم منصة اليوتيوب في تعزيز مبدأ الوفاق الثقافي الذي مع أفراد المجتمع عموماً عن	16	35%	43	24	10	3.61	1.06	16
12	تساهم منصة اليوتيوب في تعزيز مبدأ الوفاق الثقافي الذي مع أفراد المجتمع عموماً عن	19	35%	45	24	8	3.57	1.14	17
2	أشعر بعدم الرضا عن منصات يوتيوب في تعزيز القيم والعادات والتقاليد لدى	15	45%	45	13	3	3.56	0.99	18
7	الفتنات التي تروىها عن من يختلفون عني ثقافياً عن منصة اليوتيوب تعزز من ثقافة التسامح المجتمعي	16	48%	48	18	9	3.55	1.11	19
3	أقرأ الأندلس من الثقافات الأخرى عند ألتقاء معهم في منصة اليوتيوب	13	48%	48	25	8	3.54	1.01	20
8	تسهل منصة يوتيوب على المستخدمين البقاء مع الآخرين عن الثقافات والعادات الأخرى	14	46%	46	25	7	3.5	1.07	21
	الدرجة الكلية						3.47	0.88	

يتبين من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي للإشباعات المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي من خلال استخدام عينة الشباب الخليجي منصة اليوتيوب بلغ (٣,٦٧)، بانحراف معياري (٠,٥٨).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر الإشباعات المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي من خلال استخدام عينة الشباب الخليجي منصة اليوتيوب كانت العبارة التي تنص على "تساهم منصة يوتيوب في بث الأخبار والمعلومات بين المجتمعات على اختلاف ثقافتها"، وحصلت على متوسط حسابي قيمته (٣,٩٥)، بانحراف معياري (٠,٩٥)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٤٥%", ثم العبارة التي تنص على "استخدم منصة اليوتيوب في البحث عن ثقافات الشعوب الأخرى"، بمتوسط حسابي قيمته (٣,٨٧)، بانحراف معياري (٠,٩٨)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٥٥%", ثم العبارة التي تنص على "تساهم منصة يوتيوب في نشر معلومات عن السلوكيات المنحرفة في المجتمعات الأخرى"، بمتوسط حسابي قيمته (٣,٨١)، بانحراف معياري (٣,٨١)، وكانت أكثر استجابات العينة على الاستجابة أوافق بنسبة "٤٩%".

وكانت أقل الإشباعات المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي من خلال استخدام عينة الشباب الخليجي منصة اليوتيوب هي العبارة التي تنص على "تشجعي منصة يوتيوب على الاهتمام بالحوار مع الآخرين من الثقافات والديانات الأخرى"، وحصلت على متوسط حسابي قيمته

(٣,٥١)، بانحراف معياري (١,٠٧).

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٥)

يوضح مستوى استيعاب عينة الدراسة وتفهمها مقارنة بباقي الشباب بمخاطر اليوتيوب على الأمن المجتمعي

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	نعم	75	75%
٢	لا	25	25%

يتبين من الشكل السابق أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة يرون أنفسهم من أكثر استيعاباً وتفهماً من باقي الشباب بمخاطر اليوتيوب على الأمن المجتمعي بنسبة بلغت (٧٥%).

نتائج الدراسة العامة

١. أن أكثر جوانب تفاعل عينة الشباب الخليجي مع موضوعات القيم والعادات والتقاليد الإيجابية التي يتضمنها محتوى الملفات المرئية والبصرية في منصة يوتيوب.

٢. أن أكثر الاشاعات المتحققة المتعلقة بالأمن المجتمعي أن منصة يوتيوب تساهم في بث الأخبار والمعلومات بين المجتمعات على اختلاف ثقافتها.

٣. أن (٤٦%) من عينة الدراسة يعتقدون أن منصة اليوتيوب خطيرة بدرجة متوسطة على الأمن المجتمعي الخليجي.

٤. أن أكثر دوافع استخدام عينة الشباب الخليجي لمنصة اليوتيوب كانت العبارة التي تنص على "للتسلية والامتع"، وكانت أقل دوافع استخدامهم لمنصة اليوتيوب هي العبارة التي تنص على "التعرف على أصدقاء جدد".

٥. أن أهم الموضوعات التي يتابعها الشباب الخليجي هي الأغاني والموسيقى بنسبة بلغت (٧٠%)، وجاءت المسلسلات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٥٥%)، ثم المضامين الثقافية في المرتبة الثالثة ويتابعها ما نسبته (٥١%) من عينة الدراسة، ثم المضامين الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة قريبة بلغت (٤٩%)، تلاها بنسبة قريبة أيضاً المضامين الدينية والأفلام السينمائية ويتابعها ما نسبته (٤٨%) من عينة الدراسة.

٦. أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة يرون أنفسهم أكثر استيعاباً وتفهماً من باقي الشباب بمخاطر اليوتيوب على الأمن المجتمعي بنسبة بلغت (٧٥%).

١٣ - ما مدى ثقتك في ما تتابعه عبر منصة اليوتيوب؟

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٣)

يوضح مستوى ثقة عينة الدراسة بمنصة اليوتيوب

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	أثق بدرجة كبيرة	20	20%
٢	أثق بدرجة متوسطة	58	58%
٣	أثق بدرجة منخفضة	22	22%

يتبين من الشكل السابق أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة يثقون فيما يتابعونه على منصة اليوتيوب بدرجة متوسطة وبنسبة فاقت نصف العينة وبلغت (٥٨%)، وهنالك نسبة منهم بلغت (٢٠%) يثقون فيما يتابعونه على منصة اليوتيوب بدرجة كبيرة، ونسبة بلغت (٢٢%) يثقون فيما يتابعونه على منصة اليوتيوب بدرجة قليلة.

١٤- ما مدى خطورة منصة اليوتيوب على الامن المجتمعي الخليجي؟

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٤)

يوضح مدى خطورة منصة اليوتيوب على الامن المجتمعي الخليجي

الرقم	فئات التحليل	ت	%
١	خطيرة إلى درجة كبيرة	16	16%
٢	خطيرة إلى درجة متوسطة	46	46%
٣	خطيرة إلى درجة منخفضة	22	22%
٤	لا تشكل خطراً	16	16%

يتبين من الشكل السابق أن (٤٦%) من عينة الدراسة يعتقدون أن منصة اليوتيوب خطيرة بدرجة متوسطة على الامن المجتمعي الخليجي، وأن (٢٢%) منهم يعتقدون أن منصة اليوتيوب خطيرة بدرجة منخفضة على الامن المجتمعي الخليجي، كما أن (١٦%) من عينة الدراسة يعتقدون أن منصة اليوتيوب خطيرة بدرجة كبيرة على الامن المجتمعي الخليجي، ونفس النسبة (١٦%) يعتقدون أن منصة اليوتيوب لا تشكل خطورة على الامن المجتمعي الخليجي.

١٥- هل ترى نفسك أكثر استيعاباً وتفهماً من باقي الشباب بمخاطر اليوتيوب على الأمن المجتمعي؟

التوصيات والمقترحات

١. ضرورة تضمين بعض المواضيع عن التعامل مع وسائل الاتصال الاجتماعي في مناهج المدارس من خلال استحداث مقرر التربية الإعلامية.
٢. تشجيع الشباب الخليجي على ممارسة النقد الواعي للمحتوى الإعلامي الوافد، استنادا للموروث الاخلاقي للمجتمع الخليجي.
٣. توعية الشباب في توشي الدقة والحذر من التعامل مع المحتوى الهابط والذي ينطوي على مفاهيم وقيم لا تتوافق والمنظومة القيمية للمجتمعات العربية.
٤. تشجيع الشباب على التفاعل الايجابي مع المحتوى الإعلامي المعزز لقيم الوحدة الوطنية.
٥. إنشاء مجموعات مستخدمين واعين من الشباب، لمواجهة المعلومات المضللة، وزيادة وعي كل مستخدم من الشباب لمنصة اليوتيوب.

قائمة المراجع

١. أميرة محمد، اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري (دراسة ميدانية)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد 1، يناير، 2015، ص 49-110.
٢. أمجد محمد المفتي، مخاطر الاستخدام المفرط للأسفالم لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء الأمور (اليوتيوب والتيك توك أمودجاً)، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، غزة، العدد 30، رقم 3، 2022.
٣. جهاد علي السعيدة، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر، 2019.
٤. راغب محمد عطا وآخرون، دور الإعلام الجديد في تحقيق الأمن القومي المصري "الإرهاب الإلكتروني نموذجاً"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، العدد 4، المجلد 12، 2021.
٥. سلمى بلخير ومحمود شوقي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 12، العدد 02، أبريل، 2023.
٦. سمير بن عياش وحاج ميهوب عقيلة، مكانة الإعلام في التعامل مع تهديدات العولمة الثقافية للهوية المحلية وللأمن المجتمعي بالجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 12، العدد 02، أبريل، 2023.
٧. شيماء بزاوي وآخرون، أثر يوتيوب على سلوك الطفل دراسة على عينة أطفال مرحلة ما قبل سن التمدرس، رسالة ماجستير منشورة، جامعة 8 ماي 1945 قالم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2022.
٨. عبدالخالق زقزوق، الأطر الخيرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، ج 6، يوليو، 2020.
٩. عزابز بن يحي، قضايا الأمن المجتمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية للمحتوى الإخباري بالصفحة الفيسبوكية "الأغواط نيوز")، مجلة التدوين، المجلد 14، العدد 01، 2020.
١٠. فايزة بن نواعي وهاجر بولصنام، تقارب الثقافات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة أفلام، المجلد 1، العدد 2، 2022.
١١. فزاني إبراهيم سعد الشاكر، الأمن المجتمعي في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة: بين الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية، حوليات جامعة الجزائر، المجلد 36، العدد 02، 2022.
١٢. هاجر حلمي حبيش، استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لحرية الرأي والتعبير وتأثيرها على الأمن القومي المصري، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 23، الجزء الأول، يناير، 2022.
١٣. هويدا مصطفى، دور الإعلام في مواجهة الإرهاب وحماية الأمن القومي، مجلة الأمن القومي والاستراتيجية، المجلد 1، العدد 1، يناير، 2023.
١٤. 14. Cerrah, Ahmet Emin, and Oya Daglar Macar. "ULUSAL GÜVENLÜK TEHDİDİ BOYUTUNDA SOSYAL MEDYA İNCELEMESİ." Istanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Working Paper Series Dergisi 3.3 (2022): 94-106.
١٥. 15. TIRAB, Tirab Abbkar. "Küresellesme Asrında Ulusal Güvenlik Perspektifinden Medya-Güvenlik İlişkisi ve Topluma Yansımaları." Güvenlik Stratejileri Dergisi 13, no. 26 (2017): 113-152.

دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية (دراسة تحليلية لصفحة فيسبوك "راك في عنابة")

د. مباركة منماني

جامعة محمد الشريف مساعديه - الجزائر

Manamani72me@gmail.com

د. سعيد مزاح

جامعة الجلاي الياس سيدي بلعباس - الجزائر

said_telm13@hotmail.fr

ملخص

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من الفضاءات الالكترونية التي تحول استخدامها إلى ظاهرة عالمية أثبتت وجودها وأثرت على كل مجالات الحياة، وفي مقدمتها موقع الفيسبوك الذي فرض نفسه من خلال تلك الصفحات المتنوعة والتي ساهمت في التوعية ونشر الأحداث فور وقوعها، ومع تسارع الأحداث وتطورها برزت على صفحات الفيسبوك قضايا المجتمع باختلافها وتنوعها، وأصبحت تطرح عبر منابر افتراضية حرة تتيح لمتابعيها التعبير عن آراءهم المختلفة بمنشورات متنوعة فاجتمعت الآراء والتفت حول هذه القضايا وكونت توجهات واضحة الخطى واحتشدت الأصوات وبدأ الرأي العام يتشكل ويفتح أفاق جديدة ويضع قضايا المجتمع في أولوياته ويخطى ثابتة ساهمت هذه الصفحات في نشر الوعي واثبتت جدارتها في الدفع بقضايا المجتمع المتفاقمة إلى سبل متعددة في مواجهة صنع القرار والمؤسسات الفعالة في المجتمع، أين وفرت المجال لتبادل الرأي بين ذوي الاهتمامات المشتركة فساهم في تكوين جامعات افتراضية بين ذوي الاهتمامات المشتركة في الرؤى والمتشابهة مما قد يساهم في تشكيل الرأي العام، مما سبق تسعى هذه الدراسة الوصفية التحليلية إلى معرفة كيفية تشكيل الرأي العام الالكتروني حول مختلف قضايا المجتمع عبر صفحة الفيسبوك "راك في عنابة" كما تتمحور الإشكالية حول التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتشكل الرأي العام المتعلق بالقضايا الاجتماعية عبر صفحات الفيسبوك؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

١. ماهي طبيعة المضامين المنشورة عبر صفحة "راك في عنابة" عينة الدراسة؟
٢. ماهي أهم الأساليب الإقناعية الموظفة من خلال صفحة "راك في عنابة" لتشكيل الرأي العام؟
٣. ماهي أهم القيم المستنبطة من المضامين المنشورة عبر صفحة "راك في عنابة" عينة الدراسة؟

الكلمات المفتاحية

الفيسبوك، صفحات الفيسبوك، الرأي العام، القضايا الاجتماعية

المقدمة

خلالها الرأي العام أحيانا تمنح وبكل ثقة لمستخدميها فرصة المساعدة والضغط المباشر على الجهات الاجتماعية، وهو ذلك التوجه الاجتماعي ذو المنحى التكتلي، فهو يحشد الجماهير لإيجاد بؤاد الانفراج حول مختلف القضايا الاجتماعية والتي يطمح لها المعنيين بالشأن الاجتماعي وعلى جميع الأصعدة تجتمع الآراء الصائبة والتي قد تؤثر على صنع القرار بهدف التغيير في القضايا التي تظهر للعيان وتهم أكبر شريحة من المجتمع وذلك بالتفاعل الكبير معها من طرف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، انها تلك القضايا التي تهمز القوى البشرية والتي هي بدورها تمنح للمستخدمين ابداء آراءهم الذي هو بمثابة تصور لحل مختلف المشكلات الاجتماعية عبر هذه الفضاءات، مما سبق تتمحور اشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتشكل الرأي العام المتعلق بالقضايا الاجتماعية عبر صفحات الفيسبوك؟

مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع الفيسبوك أثرت على كل مجالات الحياة حيث أتاحت للمستخدمين فضاءات تفاعليا فيما بينهم أو مع القائمين بالاتصال ومناقشة مختلف القضايا التي تثير الآراء والأفكار والاتجاهات التي يمكن أن تتوحد وتتفق مشكلة في بعض الأحيان رأي عام الكتروني يمكنه أن يتحول إلى رأي عام واقعي مؤثر وفعال، فالفضاء الرقمي استطاع أن يوفر مساحة كبيرة للتعبير وطرح الآراء والأفكار بكل حرية، وقد أكد الاستخدام الواسع والمفرط لهذه المواقع على الجماهيرية التي تحظى بها في أوساط المجتمعات باعتبارها أصبحت تشكل أهم وسيلة اعلامية لطرح العديد من القضايا الاجتماعية عبر صفحات الفيسبوك التي تؤدي وظائف عدة لعل ظاهرها التواصل وكمونها تشكيل الآراء والاتجاهات نحو قضايا وأحداث معينة لخلق تلك الكتلة الشعبية الافتراضية أو ما يطلق عليها بالرأي العام وتشير العديد من الدراسات أن صفحات التواصل الاجتماعي التي قد يتكون من

وتتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي طبيعة المضامين المنشورة عبر صفحة «راك في عناية» عينة الدراسة؟
- ماهي أهم الأساليب الإقناعية الموظفة من خلال صفحة «راك في عناية» لتشكيل الرأي العام؟
- ماهي أهم القيم المستنبطة من المضامين المنشورة عبر صفحة «راك في عناية» عينة الدراسة؟

أهمية الدراسة

الاستقطاب الهائل لصفحات الفيسبوك لعدد كبير من المتابعين باعتبارها مصدرا أساسيا لإشباع مختلف الحاجات لدى المستخدمين والتي في مقدمتها الاطلاع على جميع المستجدات في القضايا الاجتماعية والتي تطرح نقاش عبر هذه الصفحات.

الوقوف على أهمية وتأثير صفحات الفيسبوك في تشكيل الرأي العام وتوجيه أصحاب القرار حول قضايا اجتماعية معينة.

المتابعة الواسعة لبعض صفحات الفيسبوك وقدرتها على حشد أكبر عدد ممكن حول قضايا اجتماعية معينة وتأثيرها على تغيير الاتجاهات.

أهداف الدراسة

محاولة معرفة أهم القضايا الاجتماعية التي يتم تداولها من خلال صفحات الفيسبوك وكذا معرفة مدى تأثير هذه الصفحات على المستخدم.

التعرف على أهمية صفحات الفيسبوك باعتبارها أصبحت أداة جديدة للضغط تهدف الى دعم مختلف القضايا الاجتماعية والمساهمة في اتخاذ قرارات مهمة تخدم مصالح المجتمع.

التعرف على كيفية تشكيل وبلورة الرأي العام الالكتروني من خلال صفحات الفيسبوك وكيفية تأثيره في مختلف القضايا الاجتماعية.

مفاهيم الدراسة

- **مفهوم الدور:** هو نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف اجتماعي معين^١.

ويقصد بالدور أيضا بأنه وظيفة أو مكانة الانسان الفرد في موقع كدور الأب والطبيب والقائد والدعاية وهو الجانب الحركي للمركز أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يقرضها المركز^٢

- **مفهوم الفيسبوك:** هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للمستخدم به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات المواقع وتكوين روابط وصداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح أفاق جديدة للتعريف بالمجتمع بهويتهم^٣.

- **مفهوم صفحات الفيسبوك:** تقوم فكرة الصفحات على انشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدم بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم ان وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافة الى ملفي الشخصي^٤.

- **مفهوم الرأي العام:** هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الانسانية الأساسية مسامرا^٥.

- **مفهوم القضايا الاجتماعية:** القضايا هي شيء من الأشياء التي تحتاج الى قضية، وهذه القضية أو الظروف تثير صعوبات، أما الاجتماعية فهي كل شيء لها علاقة مع المجتمع، ويمكن القول ان القضايا الاجتماعية هي الأشياء أو الظروف أو الصعوبات السائدة في المجتمع نتيجة للتفاعل بين أفراد المجتمع^٦.

الاطار المنهجي للدراسة

أ) منهج الدراسة

إن طبيعة البحث أو الدراسة ترتبط دائما بطبيعة المنهج وعلاقته بالظاهرة المراد دراستها وعلى الرغم من وجود عدة أصناف للمناهج، إلا انه على الباحث أن يختار بشكل سليم وعلمي المنهج الملائم لدراسته وهذا بهدف الوصول إلى نتائج علمية موضوعية وصحيحة فكلما كان اختيار الباحث للمنهج صحيحا كلما كانت النتائج صادقة وصحيحة.

مما سبق يمكن القول أن المنهج المتبع في دراستنا هذه هو المنهج الوصفي التحليلي نظرا لطبيعة هذا المنهج وعلاقته بالظاهرة المراد دراستها والتي تهتم في الأساس بوصف وتحليل الصفحة الاجتماعية راک

١ محمد عبد الرحمان واخرون: معجم ألف بائي في اللغة والاعلام، دار العلم للملايين، بيروت، ٢٠٠٥، ص ٤١٢.

٢ خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط ١، دار اللسان العربي، الجزائر، ٢٠٠١، ص ٩٣.

٣ إيهاب خليفة: مواقع التواصل الاجتماعي «أدوات التعبير العصرية عبر الانترنت»، ط ١، المجموعة العربية للتدريب والنشر ٢٠١٦، ص ٢١.

٤ تحسين منصور رشيد منصور: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني، دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي، ورقة مقدمة للمنتدى النسوي للجمعية السعودية للإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود الرياض، ٢٠١٢، ص ٣.

٥ رفيق سكري: دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، ط ١، جروس برس، طرابلس، لبنان، ١٩٩١، ص ١٧.

٦ Fatimah binti Ali، ٢٠٠٧. Bil، ٢٥. Jurnal Usuluddin، ٢٥. Masalah Sosial Pelajar dan Hubungannya dengan Kemerosotan Pembelajaran، ١٤٨.

في عنابة ودورها في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية.

ب) عينة الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة الصفحات الاجتماعية عبر موقع الفيسبوك في الجزائر ذات الطابع الاجتماعي، ونظرا للعدد الهائل لهذه الصفحات اعتمدنا على العينة القصدية وذلك باختيار صفحة «راك في عنابة» من خلال دراسة وتحليل ما تم نشره عبر هذه الصفحة خلال فترة في الفترة الممتدة من ١ فيفري إلى غاية ٢٨ فيفري سنة ٢٠٢٣.

ولقد اعتمدت الباحثة في تحليل المضمون على الصفحة الاجتماعية المحلية «راك في عنابة» باعتبارها من أكبر الصفحات المحلية جماهيريا نظرا للعدد الهائل لمتابعيها والمقدر بـ ١,٤ مليون من المتابعين كما اختارت الباحثة مضامين شهر واحد وهذا راجع لعدة اعتبارات لعل أهمها ما يلي:

١. النشر اليومي المكثف للصفحة مما دفعنا إلى اختيار مضامين شهر واحد.
٢. العدد الهائل للمتفاعلين مع هذه الصفحة عينة الدراسة مما يشكل عائق لدراسة وتحليل أشكال التفاعل معها.
٣. تعدد مواضيعها ومحتوياتها والوسائط المستخدمة (مكتوبة، سمعية بصرية فيديوهات).

ج) أدوات جمع البيانات

إن القيام بأي بحث يحتاج إلى بيانات تجمع من مصادر معينة من خلال استخدام أدوات جمع البيانات والتي تعرف على أنها تلك الوسيلة التي تجمع بها المعلومات التي تجيب عن أسئلة البحث وتختبر فروضه وهي متنوعة.^٧

إن طبيعة الدراسة وأهدافها فرض علينا الاعتماد على أداة تحليل المحتوى كأداة أساسية في دراستنا هذه لجمع البيانات ويعتبر تحليل المحتوى هو عملية تفكيك ما ينتجه القارئ بالاتصال الجماهيري المكتوبة أو المسموعة أو المرئية من مضامين متنوعة إلى أجزاء مادية تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال.^٨

وقد تم تقسيم وحدات التحليل إلى قسمين:

فئات الشكل (كيف قيل؟):قوالب النشر المتبعة من طرف صفحة راك في عنابة، وكذا اللغة المعتمدة لنشر المضامين عبر هذه الصفحة.

فئات المضمون (ماذا قيل؟): الجمهور المستهدف والهدف من عملية النشر إضافة إلى طبيعة القضايا التي تركز الصفحة على نشرها، والاستمالات الانعائية المتبعة من طرف الصفحة والقيم التي تسعى الصفحة لتحقيقها لدى الجمهور.

وتعتبر فئات التحليل مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل لكي يتيح إمكانية استخراج النتائج بأسلوب سهل وبسيط.

د) بطاقة فنية حول صفحة راك في عنابة

تأسست صفحة «راك في عنابة» في شهر فيفري من عام ٢٠١٣ وهي صفحة محلية اجتماعية مستقلة لا تنتمي لأي طرف جاءت فكرة إنشاؤها من فكرة فردية بعد أن لاحظ صاحب الصفحة نوع من التهميش لمدينة عنابة من ناحية نشر الإخبار وكل الأحداث الخاصة بهذه المدينة حسب ما صرح به في المقابلة فقرر إنشاء هذه الصفحة لنشر كل ما يخص مدينة عنابة، كانت بداية الصفحة بنشر الأخبار المحلية لتتوسع بعد ذلك وتهتم بكل الأخبار الوطنية، بلغ عدد متابعيها ١,٤ مليون وبالتحديد مليون و٤١٤,٦٣ متابع فيما بلغ إجمالي تسجيلات الإعجاب مليون و٢٢٨,٧٤٩ معجبا بالصفحة يسهر على سير هذه الصفحة ٥ مسؤولين وأحيانا يزيد، تسعى هذه الصفحة لتحقيق هدفها والمتمثل في نقل المعلومات ومواكبة الأحداث والتطورات الجديدة والهدف مدون بمجرد الدخول للصفحة يظهر لنا كالتالي «هدف الصفحة الأساسي نقل المعلومات بكل مصداقية من المصادر الخاصة والصحافة المحلية أحيانا.

تحليل محتوى صفحة راك في عنابة

أولا: فئة الشكل (كيف قيل؟):

الجدول رقم (١)

يمثل قوالب النشر المستخدمة في صفحة «راك في عنابة»

النسبة	التكرار	قوالب النشر
39.17%	284	نص مكتوب
2.48%	18	صورة
56.84%	412	نص مكتوب + صورة
0%	0	مقطع فيديو
1.10%	8	نص مكتوب + مقطع فيديو
0.14%	1	رابط
0.27%	2	رابط + نص مكتوب
0%	0	ملف صوتي
0%	0	رموز (الأيقونات)
100%	762	المجموع

٧ سناء محمد سليمان: أدوات جمع البيانات في البحوث النفسية والتربوية، عالم الكتب، ط١، القاهرة، ٢٠١٠، ص١٩.

٨ إحسان ومحمد الحسن: الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط٢، بيروت، ١٩٨٦، ص٤١.

الجدول (٢)

يمثل لغة المضامين المنشورة عبر «صفحة راك في عنابة»

النسبة %	التكرار	اللغة
73.52%	533	العربية الفصحى
13.93%	101	العامية
2.34%	17	دمج بين العامية والفصحى
0%	0	الأمازيغية
0.14%	1	الفرنسية
0%	0	الإنجليزية
10.07%	73	خليط بين الفرنسية والعربية
100%	725	المجموع

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أن نسبة ٧٣,٥٢٪ من توزيع العينة المدروسة أكدت أن أغلب ما ينشر عبر الصفحة الاجتماعية «راك في عنابة» يكون باللغة العربية الفصحى وقد يرجع ذلك لكون هذه اللغة التي يفهمها جل متابعي الصفحة، كما أنها اللغة الأم في البلاد إضافة إلى سهولة استعمال هذه اللغة والتفاعل بواسطتها مع جميع المستويات وفئات المجتمع الجزائري، وقد تسعى هذه الصفحة من خلال استخدام اللغة العربية الفصحى لإيصال مختلف الأخبار والمعلومات لشريحة أكبر من المجتمع نظرا لبساطة هذه اللغة وسهولة قراءتها ويمكن القول أن اللغة في مواقع التواصل الاجتماعي هي لغة الجماهير العادية التي هي بنفسها تحدد وتختار الرموز والإشارات التي تتطابق مع تلك التي يختزنها المتلقي في الإطار الدلالي (المخزون المعرفي) وهي التي ولدت وغت في رحم وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري التي أنتجت خطابا ولغة خاصة لا تنفصل عن الزمان والمكان الاجتماعي والإنساني لذلك كان لها تأثير واسع في الشوارع التي تلقت خطاب هذه الوسائل وسارعت لتبني هذه اللغة وذلك الخطاب القصير الواضح^٩، كما نجد أن نسبة ١٣,٩٣٪ من توزيع العينة تؤكد على استخدام العامية في عملية النشر عبر صفحة «راك في عنابة» وهي لغة سهلة في متناول الجميع إلا أنها تختلف من ولاية لأخرى مما يجعل الكلمات تختلف من مكان لآخر مع اختلاف المعنى في بعض الأحيان وفي الوقت نفسه ممكن للعامية أن توصل الرسالة بسرعة أكثر نظرا لكون هذه اللغة هي لغة المعاملات اليومية فيما نجد أن نسبة ١٠,٠٧٪ من توزيع العينة تؤكد أن صفحة «راك في عنابة» تنشر المضامين التي فيها خليط بين العربية والفرنسية، كما نجد أن نسبة ٢,٣٤٪ من توزيع العينة تؤكد على أن الصفحة تعتمد في عملية نشر المضامين على دمج بين الفصحى والعامية أين تختلط الكلمات لتكون في الأخير رسالة معينة، فيما نجد أقل نسبة والمقدرة بـ ٠,١٤٪ من توزيع العينة تؤكد أن صفحة «راك في عنابة» تنشر المضامين باللغة الفرنسية وهي نسبة ضئيلة جدا نظرا لكون هذه اللغة تقتصر على مستوى تعليمي معين، فيما نجد أن النسبة منعدمة بالنسبة للنشر بالأمازيغية والإنجليزية.

تشير بيانات الجدول أن صفحة «راك في عنابة» تستخدم النص المكتوب مع الصورة لعرض مختلف منشوراتها وهو ما عبرت عنه نسبة ٥٦,٨٤٪ من توزيع العينة المدروسة وقد يرجع ذلك لمحاولة القائمين على هذه الصفحة بتقديم المنشورات الأكثر وضوحا حيث يفسر النص والصورة مقدما بذلك منشور مكتمل متوفرا على المعلومات الكافية بالصورة والتفاسير حتى لا تبقى المعلومات غامضة، فالنص والصورة يكملان بعضهما البعض ليصبح المنشور كامل المعنى والأفكار يفهمه المتابعون ويكونون في صورة الحدث وهنا قد تجمع الكلمات بالصورة المعبرة عن ألف كلمة، فالنص يوضح ويشرح فيما تلفت الصورة انتباه المتابعين أو المعجبين بالصفحة وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة حداد ناريمان والموسومة بـ: الحركة النسوية العربية عبر شبكة التواصل الاجتماعي دراسة في محتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة والتي توصلت إلى أن أغلب المنشورات المحللة تعتمد طابع النص المرفق بصورة بنوعيتها التعبيري والخيري بأعلى النسب على اعتبار التكامل في إيصال المعنى من خلال دمج الصورة المعبرة عن المعنى المتضمن في النص المقدم والمعبر عنه على أساس أن الصورة أكثر جذبا للانتباه^{١٠}.

بينما نجد أن نسبة ٣٩,١٧٪ من توزيع العينة المدروسة تؤكد على أن صفحة «راك في عنابة» تتبع في عملية النشر قالب النص المكتوب لنشر الأخبار والآراء حول مختلف قضايا المجتمع، فيما نجد أن نسبة ٢,٤٨٪ من توزيع العينة المدروسة تؤكد على أن الصفحة تتبع نمط الصور في عملية النشر على اعتبار أن الصورة في الكثير من الحالات تعبر أكثر من الكلمات على القضية المطروحة فالصورة قد تقرب المتابعين أكثر للحدث، ثم تليها نسبة ١٠,١٠٪ من توزيع العينة تؤكد أن الصفحة تتبع في عملية النشر النص المكتوب مع مقاطع الفيديو أين يفسر النص ما يحدث في المقطع وهنا يكتمل المشهد، ونجد أيضا أن نسبة ٠,٢٧٪ من العينة المدروسة تؤكد أن الصفحة تعتمد على الرابط والنص المكتوب في عملية النشر وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع باقي النسب وتتضمن هذه الروابط معلومات وتفصيلات لبعض القضايا الاجتماعية، كما نجد أن أقل نسبة والمقدرة بـ ٠,١٤٪ من توزيع العينة تؤكد أن الصفحة تعتمد على نشر الروابط وهي نسبة ضعيفة جدا وقد يرجع ذلك لعدم اهتمام المتابعين بالروابط التي تنشر وعدم التفاعل معها نظرا لكون هذه الروابط تحتاج تدفق الإنترنت لا بأس به لفتحها بينما تنعدم النسبة فيما يخص نشر الرموز (أيقونات) وكذا منعدمة بالنسبة لنشر الملفات الصوتية نظرا لعدم فعالية هذه القوالب والتي قد لا تحقق الهدف من النشر نظرا لعدم كثرة متابعيها.

٩ حداد ناريمان: الحركة النسوية العربية عبر شبكة التواصل الاجتماعي دراسة في محتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم LMD في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، ٢٠١٨-٢٠١٩، ص ٣٣٤.

١٠ عثمان محمد الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٢٠، ص ٢٤١-٢٤٠.

ثانياً: فئة المضمون (ماذا قيل؟)

الجدول (٣)

يمثل الجمهور المستهدف من النشر عبر صفحة «راك في عنابة»:

فئة نوع الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة %
جمهور عام	695	95.86%
جمهور خاص (محدد)	30	4.14%
المجموع	725	100%

تؤكد لنا المعطيات الموضحة في الجدول أن أغلب العينة المدروسة والمقدرة بـ ٩٥,٨٦% تؤكد أن الجمهور المستهدف من صفحة «راك في عنابة» هو جمهور عام على اعتبار أن هذه الصفحة هي صفحة اجتماعية تتناول مختلف قضايا المجتمع أين جعل جماهيرها مختلفة ومتنوعة وعامة فهي تعتبر صفحة محلية تهتم بكل ما يحدث في مدينة عنابة من قضايا المجتمع، اجتماعية وسياسية وثقافية ورياضية ودينية وهذا ما ساهم في الاستقطاب الهائل لهذه الصفحة مختلف شرائح المجتمع في حين نجد أن أقل نسبة والمقدرة بـ ٤,١٤% من العينة المدروسة تؤكد لنا أن الجمهور المستهدف من صفحة «راك في عنابة» هو جمهور خاص (محدد) وهو مجتمع مدينة عنابة.

الجدول (٤)

يمثل الهدف من المضامين المنشورة عبر صفحة «راك في عنابة»:

فئة هدف النشر	التكرار	النسبة %
إرشاد	10	1.38%
تذكير	33	4.55%
إخبار وإرشاد	647	89.24%
تثقيف	5	0.69%
نشر الوعي	29	4%
معالجة قضايا المجتمع	1	0.14%
المجموع	725	100%

تبين النتائج الموضحة في الجدول أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة بـ ٨٩,٢٤% تؤكد لنا أن الهدف من نشر مختلف المضامين عبر الصفحة هدفها إخباري إعلامي حيث تعمل هذه الصفحة على وضع المستجدات وكل الأخبار الآتية بين يدي متابعيها بمعنى أنها تعلم متابعيها بما يحدث في ساعته وتاريخه خاصة فيما يخص الأخبار الاجتماعية الجديدة وتضعه في الصورة وتأخذه إلى عين المكان عبر منشوراتها، كما تزودهم بكل ما يحدث داخل مدينة عنابة وخارجها ويمكن القول أن من أسباب ارتفاع نسبة متابعين هذه الصفحة وشعبيتها يتمثل في التحديثات المستمرة للمضامين ومواكبة المستجدات لحظة بلحظة قد جعل المتابعين يشعرون بالانغماس والارتباط بالأخبار وحاجاتهم ورغباتهم في معرفة كل ما هو جديد، في حين نجد أن نسبة ٤,٥٥% من العينة تؤكد على أن الهدف من عملية النشر في صفحة «راك في عنابة» هو عملية تذكير حيث تذكر هذه الصفحة المتابعين بمواضيع متعددة ولعل أبرزها التذكير الديني الذي يخص نشر مواقيت الصلاة وكذا التذكير ببعض المواضيع التي ترى أنه لا بد من إعادة طرحها من جديد وقد تكمن عملية التذكير كمحاولة

إقناعية من طرف هذه الصفحة بمواضيع ما حيث تثبت معظم الدراسات أن عملية التذكير أو تكرار طرح القضية قد يكون هدفه الأول والأخير والإقناع لتغيير فكرة أو رأي أو سلوك ما، بينما نجد أن نسبة ٤% من العينة المدروسة تؤكد لنا أن الهدف من عملية النشر عبر صفحة «راك في عنابة» هو نشر الوعي من خلال المواضيع التوعوية المختلفة سواء كانت في الجانب الصحي أو الديني أو الاقتصادي أو الاجتماعي، كما نجد أن نسبة ١,٣٨% من العينة المدروسة تؤكد على أن الهدف من النشر لصفحة «راك في عنابة» إرشادي، ثم تلتها نسبة ٠,٦٩% من العينة المدروسة تؤكد أن الهدف من نشر مختلف المضامين عبر صفحة «راك في عنابة» هو تثقيفي يلبي الاحتياجات الثقافية لدى المتابعين ويزيد من المكتسبات المعرفية في شتى مجالات الحياة، فيما نجد أن أقل نسبة والمتمثلة بـ ٠,١٤% من العينة المدروسة تؤكد على أن الهدف من عملية النشر لصفحة «راك في عنابة» هي معالجة مختلف قضايا المجتمع.

الجدول (٥)

يمثل طبيعة القضايا المطروحة عبر صفحة «راك في عنابة»:

فئة طبيعة القضايا	التكرار	النسبة %
قضايا سياسية	71	9.80%
قضايا رياضية	71	9.80%
قضايا دينية	52	7.17%
قضايا اجتماعية	355	48.96%
قضايا ثقافية	33	4.55%
قضايا اقتصادية	24	3.31%
قضايا الصحة	47	6.48%
أخرى	72	9.93%
المجموع	725	100%

تشير بيانات الجدول أن أغلب العينة المدروسة والمقدرة بـ ٤٨,٩٦% تؤكد أن نوع القضايا الأكثر نشرًا عبر صفحة «راك في عنابة» هي القضايا الاجتماعية على اعتبار أنها صفحة محلية اجتماعية تنشر كل القضايا التي تهم المجتمع من أحداث اجتماعية مؤثرة على الحياة اليومية في حين نجد أن نسبة ٩,٩٣% من العينة تؤكد أن صفحة «راك في عنابة» تركز على نشر قضايا متنوعة أخرى والمتمثلة في موضوعات خاصة بالمنظر الطبيعية وكذا صور الأطفال وغيرها من المواضيع التي يمكن وصفها بالمواضيع الثانوية، بينما نجد أن نسبة ٩,٨٠% من العينة المدروسة تؤكد على أن صفحة «راك في عنابة» تهتم بنشر القضايا السياسية وهي كذلك نفس النسبة للقضايا الرياضية، فيما نجد أن نسبة ٧,١٧% من العينة المدروسة تؤكد أن القضايا التي تطرح عبر صفحة «راك في عنابة» هي القضايا الدينية، ثم تلتها نسبة ٦,٤٨% من العينة المدروسة تؤكد أن صفحة «راك في عنابة» تنشر قضايا الصحة وقد يعكس ذلك الفترة التي انتشر فيها وباء كورونا حيث حرصت هذه الصفحة على تقديم كل ما هو جديد حول هذا الوباء مع تقديم الإحصائيات اليومية وبصفة مستمرة، كما نجد أن نسبة ٤,٥٥% من العينة المدروسة تؤكد على أن صفحة «راك في عنابة» تنشر القضايا الثقافية، فيما تبقى أقل نسبة والمقدرة بـ ٣,٣١% من العينة المدروسة تؤكد على أن الصفحة تنشر القضايا الاقتصادية.

الجدول رقم (٦)

يمثل الإستمارات الاقناعية المستخدمة في مختلف المضامين التي تنشر عبر صفحة «راك في عنابة»

النسبة%	التكرار	فئة الإستمارات الاقناعية
7.59%	55	استمارات دينية
4.13%	30	استمارات التخويف
2.76%	20	استمارات الترغيب
18.76%	136	استمارات عاطفية
66.76%	484	استمارات عقلية
100%	725	المجموع

تكشف لنا بيانات الجدول أن أغلب العينة المدروسة والمقدرة بنسبة ٦٦,٧٦٪ أن صفحة «راك في عنابة» تستخدم الاستمارات العقلية المنطقية لطرح مختلف القضايا الاجتماعية وقد يرجع ذلك لتنوع متابعين هذه الصفحة واختلاف خصائصهم حيث نجد أن كل متابع قد يتأثر بنوع من الاستمارات دون غيرها إلا أنه تبقى الاستمارات العقلية هي من توحيد الجميع دون استثناء على اعتبار أن كل ما هو منطقي وعقلي فهو مقنع، كما قد يرجع ذلك أيضا لطبيعة القضايا التي تطرح عبر هذه الصفحة والتي أغلبها مواضيع اجتماعية إخبارية فإنها لا تميل إلى استخدام استمارات أخرى فهي تفضل استخدام الاستمارات العقلية وترجيح العقل لتبني الأفكار وتغيير الاتجاهات والآراء، في حين نجد أن نسبة ١٨,٧٦٪ من العينة المدروسة قد تؤكد لنا أن صفحة «راك في عنابة» تستخدم الاستمارات العاطفية في العملية الإقناعية من خلال نشر مختلف القضايا الاجتماعية وهنا قد تسعى هذه الصفحة لاستثارة عاطفة المتابعين اتجاه قضايا معينة قد تسعى من خلالها إلى التأثير على آرائهم واتجاهاتهم وأفكارهم إلا أنه يمكن القول أن الاستمارات العاطفية قد لا تنجح في إقناع كل فئات المجتمع بل قد تكون نسبة محدودة على اعتبار اختلاف الأفراد من ناحية ميولهم وكذا أساليب التأثير عليهم، كما نجد أن نسبة ٧,٥٩٪ من العينة المدروسة تؤكد على استخدام صفحة «راك في عنابة» الاستمارات الدينية وقد يتضح ذلك أحيانا من خلال نشر أدعية أو آيات قرآنية كبراهين وحجج إقناعية لتغيير آراء وأفكار أو سلوكيات معينة، بينما نجد أن نسبة ٤,١٣٪ من العينة المدروسة تؤكد على استخدام هذه الصفحة للاستمارات التخويف، فيما نجد أن أقل نسبة والمقدرة بـ ٢,٧٦٪ من العينة المدروسة تؤكد لنا على استخدام صفحة «راك في عنابة» للاستمارات والترغيب.

الجدول رقم (٧)

يمثل القيم التي تحملها المضامين المنشورة عبر صفحة «راك في عنابة»:

النسبة%	التكرار	فئة القيم
10.62%	77	قيم أخلاقية
8.28%	60	قيم دينية
81.10%	588	قيم اجتماعية
100%	725	المجموع

يسلط الجدول الضوء على القيم التي تحملها المضامين المنشورة عبر صفحة «راك في عنابة» أين توصلت النتائج إلى أن نسبة ٨١,١٠٪ من

العينة المدروسة تؤكد على أن أغلب هذه المضامين تحمل قيم اجتماعية والتي هي عبارة عن المثاليات التي تسود في الأفراد وتتغلغل في نفوسهم وتتوارثها الأجيال ويدافعون عنها قدر الإمكان، وقد يرجع اهتمام هذه الصفحة بنشر القيم الاجتماعية لكونها صفحة تركز على نشر مختلف القضايا الاجتماعية فهي تسعى من خلال ذلك إلى غرس قيم اجتماعية قد تكون مهددة بالزوال خاصة مع الانفتاح الحاصل على باقي الثقافات والذي أصبح يهدد قيم المجتمع، في حين نجد أن نسبة ١٠,٦٢٪ من العينة المدروسة تؤكد أن المضامين المنشورة عبر صفحة «راك في عنابة» تحمل القيم الأخلاقية التي تنظم سلوك المتابعين من خلال نشر القضايا التي تحتوي على مواضيعها على الحكمة والحياء والأناة والصبر والتحمل والكرم والشجاعة والعدل والإحسان والصدق وتهدف هذه الصفحة من خلالها إلى ترسيخ هذه القيم والمحافظة عليها لضبط سلوكيات المجتمع، فيما نجد أن أقل نسبة والمتمثلة بـ ٨,٢٨٪ من العينة المدروسة تؤكد على أن المضامين التي يتم نشرها عبر صفحة «راك في عنابة» تحمل القيم الدينية حيث تسعى من خلالها إلى استمالة المكون النفسي المعرفي العقلي الوجداني لتوجيه السلوك ودفعه إلى إرضاء الله تعالى.

النتائج العامة للدراسة

توصلنا من خلال هذه الدراسة التحليلية والتي تتمحور حول مساهمة صفحات الفيسبوك في تشكيل الرأي العام في مختلف القضايا الاجتماعية إلى الاستنتاجات التالية :

- تتعتمد صفحة راك في عنابة في عملية النشر على قالب النص والصورة الذي يعتبر من أفضل قوالب النشر وأكثرها فعالية نظرا للدلالات العميقة التي تتضمنها، قالب المنشورات يتضمن نص قصير مرفق بصورة معبرة أين يكتمل المشهد وهو اختيار صائب على اعتبار التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون بناء وهادفا إذا كان النشر مختصر ومباشر فمواقع التواصل الاجتماعي ليست مكانا لنشر النصوص المطولة والتحليلات المعمقة.
- تتعتمد صفحة راك في عنابة بصفة كبيرة على نشر مختلف المضامين باللغة العربية الفصحى ويرجع ذلك للجمهور المستهدف لهذه الصفحة والذي يتمثل في عامة الناس على اختلاف ثقافتهم إلا أن هذه الصفحة لا تزال متمسكة باللغة الرسمية التي تعتبر من أهم عناصر الهوية الوطنية وهو ما ساهم في شهرة هذه الصفحة واكتسابها ثقة كبيرة من طرف متابعيها.

- على الرغم من التنوع الكبير في مصادر المعلومات في وقتنا الحالي وسهولة الحصول عليها إلا أن صفحة راك في عنابة تعتمد بدرجة كبيرة على المصادر الخاصة التي يستقيها الأدمن من مصادر مجهولة غير واضحة وقد يرجع ذلك إلى عدم ثقة المسؤولين على هذه الصفحة في مختلف المصادر الأخرى فأغلب المضامين التي تنشر عبر هذه الصفحة مصدرها هو المسؤولين وأدمن الصفحة وقد يكون هذا سببا في انتشارها ونجاحها الواسع تحت شعار نقل المعلومات بكل مصداقية من المصادر الخاصة والصحافة المحلية والذي هو مدون في أعلى الصفحة.

• تستخدم صفحة «راك في عنابة» الاستمالات الإقناعية العقلية المنطقية لطرح مختلف القضايا الاجتماعية وقد يرجع ذلك لتنوع جماهيرها واختلافهم حيث نجد أن كل متابع قد يتأثر بنوع من الاستمالات دون غيرها إلا أنه تبقى الاستمالات العقلية هي من توحد الجميع دون استثناء على اعتبار أن كل ما هو منطقي وعقلي فهو مقنع فقد نجحت هذه الصفحة في استمالة عدد هائل من المتابعين من خلال تركيزها على الاستمالات العقلية التي نجحت بدرجة عالية في العملية الاتصالية الإقناعية وحقق هدفها من النشر أين أصبح من بين الصفحات المؤثرة على الرأي العام الجزائري خاصة لجماهير مدينة عنابة وما جاورها.

• القيم الاجتماعية التي تسعى هذه الصفحة لترسيخها تهدف إلى تنظيم سلوك المجتمع حتى يصبح يتميز بالثبات والتكرار والاعتزاز من خلال المحافظة على مجموعة المعتقدات والتصورات المعرفية والسلوكية لدى الإنسان بطريقة اختيارية حرة تعتمد على التفكير والتأمل حتى تتشكل لديه منظومة من المعايير يحكم من خلالها على الأشياء بالحسن أو الفتح أو بالقبول أو بالرد.

الخاتمة

مواقع التواصل الاجتماعي كمستحدث مبتكر ساهمت في صناعة الرأي العام حول القضايا الاجتماعية حيث استطاعت صفحة راك في عنابة من خلال استخدامها الاستمالات الإقناعية العقلية المنطقية في طرح مختلف قضايا المجتمع استقطاب أعدادا هائلة من المتابعين أين نجحت بدرجة عالية في العملية الاتصالية الإقناعية وحقق هدفها من النشر وأصبحت من بين الصفحات المؤثرة على الرأي العام الجزائري خاصة لجماهير مدينة عنابة وما جاورها، وقد يتضح ذلك من خلال التفاعل الهائل مع مختلف منشوراتها من قبل أعداد كبيرة من المتابعين الذين أصبحوا يمثلون كتلتا جماهيرية مؤثرة ومعبرة حول رأي ما، إذن يمكن القول أن صفحة راك في عنابة من خلال استراتيجية النشر المتبع لديها استطاعت أن تساهم في التعبئة الافتراضية وشكلت جماهير افتراضية مؤثرة في العديد من القضايا الاجتماعية خاصة المحلية منها، مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها ساهمت كثيرا في التعبئة الافتراضية التي تشكل حشود حول «رأي معين» في الكثير من قضايا المجتمع حيث ساهم هذا الرأي في التأثير على صنع القرار واستطاع أن يساهم في حل العديد من القضايا الحساسة التي لم تكن لتحل لو لا تشكيل رأي عام رقمي مؤثر حولها، ومما سبق يمكن تقديم بعض المقترحات كالآتي:

• الدعوة إلى الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر التوعية والإرشاد للحد من تنامي تأثير هذه المواقع على الجوانب الشخصية المختلفة للمجتمع.

• ضرورة اهتمام الحكومة بصفحات الفيسبوك والتي أصبحت تشكل أداة اتصال فعالة وحلقة وصل بين المجتمع والدولة حيث يمكن استغلال هذه المواقع لحل مختلف المشكلات العالقة.

• تستهدف صفحة راك في عنابة الجماهير العامة على اعتبار أنها صفحة اجتماعية تتناول مختلف قضايا المجتمع مما جعل من جماهيرها مختلفة ومتنوعة وعامة فهي في بداية إنشائها كانت موجهة إلى جمهور عام محدد بسكان مدينة عنابة حيث تعتبر الصفحة اللسان الناطق بكل ما يحدث في هذه الولاية إلا أنه على الرغم من كونها صفحة محلية استطاعت أن تفرض وجودها في الساحة الوطنية وقد يكون التنوع في طرح مختلف القضايا هو مساهم في استقطاب الجماهير العامة.

• تحرص صفحة راك في عنابة على نشر الأخبار ومواكبة الأحداث الجديدة فهي صفحة اجتماعية محلية هدفها الإخبار والإعلام وتلبية حاجات الجمهور المعرفية في شتى مجالات الحياة وقد يعكس ذلك اسم الصفحة «راك في عنابة» فالمتابع لهذه الصفحة حتى وإن كان بعيد المسافة عن مدينة عنابة فالصفحة تجعله يشعر بوجوده الافتراضي هناك من خلال إخباره وإعلامه بكل ما هو جديد وحاصل من أخبار اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية و دينية.

• تهتم صفحة راك في عنابة بالقضايا الاجتماعية التي قد تكون ضمن أولويات الجمهور المستهدف حيث تعتبر هذه الصفحة الصوت والمرآة العاكسة لما يحدث من قضايا اجتماعية يومية في المجتمع العنابي بصفة خاصة وكذا المجتمع الجزائري، كما يمكن القول أن هذه الصفحة تستقي معلوماتها من عمق المجتمع حيث تنشر كل ما يحدث فيه من قضايا راهنة، كما يمكن القول أن اتجاه هذه الصفحة إلى هذا النوع من المواضيع على اعتبار أنها من المواضيع التي تستقطب أكبر شريحة من المجتمع.

• تؤثر صفحة «راك في عنابة» على آراء وأفكار واتجاه المتابعين بصورة غير مباشرة حيث تتبع هذه الصفحة استراتيجية التأثير من خلال طبيعة النشر وكذا طريقة طرح القضايا.

• أغلب تعليقات المتابعين لصفحة «راك في عنابة» هي آراء خاصة بهم حول مختلف القضايا التي تطرح وهنا يمكن القول أن الصفحة تشكل منبر حر للمتابعين للتعبير عن آرائهم بكل حرية.

• القائمين على صفحة «راك في عنابة» تفاعلهم مع تعليقات المتابعين قليل جدا وقد يرجع ذلك لرغبتهم في التزام الحياد وعدم إبراز للأفكار هم وآرائهم، حيث أنهم يقومون بنشر مختلف القضايا العامة التي تخص المجتمع الجزائري ودون التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم وهي سياسة ذكية لكسب أكبر عدد ممكن من المتابعين والحفاظ على جمهور الصفحة رغم اختلاف آرائهم وأفكارهم وتعدد توجهاتهم، فهذه الصفحة تنشر قضايا المجتمع على اختلافها وتفتح الباب أما المتابعين لإبداء آرائهم حولها، وهنا يمكن القول أن تأثير هذه الصفحة على آراء واتجاهات المتابعين بطريقة غير مباشرة يتم من خلال التركيز على كيفية طرح القضايا بأسلوب مؤثر دون الإفصاح عن آرائهم وهي استراتيجية نشر ناجحة ومؤثرة.

- وضع استراتيجية فعالة تهدف إلى حل المشكلات والقضايا المجتمعية من خلال محاولة التركيز وتشكيل رأي عام حول أهم القضايا التي تخص أكبر شريحة من المجتمع.
- وضع برنامج توعوي للحد من محاولة الحشد وجمهرة الشعب حول قضايا ومواضيع كاذبة تخدم المصالح الشخصية لبعض الأفراد.
- ضبط نشر المواضيع الحساسة التي تستلزم آراء أشخاص مسؤولة أو ذوي التخصص خاصة في الجانب السياسي حتى لا تكون القرارات بيد أشخاص يفتقدون للخبرة.

قائمة المراجع

١. إحسان ومحمد الحسن: الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط٢، بيروت، ١٩٨٦.
٢. إيهاب خليفة: مواقع التواصل الاجتماعي «أدوات التعبير العصرية عبر الانترنت»، ط١، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٦.
٣. تحسين منصور رشيد منصور: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي، ورقة مقدمة للمنتدى النسوي للجمعية السعودية للإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود الرياض، ٢٠١٢.
٤. حداد ناريمان: الحركة النسوية العربية عبر شبكة التواصل الاجتماعي دراسة في محتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم LMD في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، ٢٠١٨-٢٠١٩.
٥. خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط١، دار اللسان العربي، الجزائر، ٢٠٠١.
٦. رفيق سكري: دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، ط١، جروس برس، طرابلس، لبنان، ١٩٩١.
٧. سناء محمد سليمان: أدوات جمع البيانات في البحوث النفسية والتربوية، عالم الكتب، ط١، القاهرة ٢٠١٠.
٨. عثمان محمد الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، الاردن ٢٠٢٠.
٩. محمد عبد الرحمان واخرون: معجم ألف بائي في اللغة والاعلام، دار العلم للملايين، لبنان، ٢٠٠٥.
١٠. Fatimah binti Ali. ٢٠٠٧. Masalah Sosial Pelajar dan Hubungannya dengan Kemerosotan Pembelajaran. Jurnal Usuluddin, Bil ٢٥. Hlm: ١٤٨.

اتجاهات الرأي العام البحريني حول مشاركة المرأة في العمل النقابي (دراسة ميدانية على الواقع العملي بمملكة البحرين)

عبدالله المعراج

الجامعة الأهلية - مملكة البحرين

al_mo3raj@hotmail.com

ملخص

هدفت الدراسة التعرف على اتجاهات العاملين نحو أهداف النقابات العمالية و أهمية دور المرأة المهني والنقابي بالمؤسسة، والكشف عن أبرز المشاكل التي تعاني منها المرأة العاملة بالمجال النقابي، والتعرف على مدى رضا العاملين بالقطاع الخاص عن القوانين والتشريعات التي تمكن المرأة من أداء دورها النقابي، والكشف عن اتجاهات الرأي العام للعاملين نحو دور النقابات في نشر الثقافة العمالية والتوعية بالحقوق والواجبات، وتحديد العلاقة بين معرفة العينة بقانون النقابات العمالية بمملكة البحرين واتجاهاتها نحو مشاركة المرأة بالعمل النقابي، كذلك تحديد دلالة الفروق في اتجاهات الرأي العام البحريني حول مشاركة المرأة في العمل النقابي تعزى للمتغيرات الجنس والعمر والمؤهل العلمي والخبرة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي Survey، واعتمد الباحث على جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة من المبحوثين على صحيفة الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة مكونة من (٣٠٠) مبحوثاً..

مقدمة

العمالية تيمناً بمشروع جلالة الملك المفدى الإصلاحى، الذي شرع إلى حرية إنشاء التنظيمات النقابية بالمؤسسات والشركات.

والمرأة العاملة وجودها مكمل للرجل مبدان العمل فهي العنصر الآخر المحرك لعجلة الإنتاج بهدف نمو الإقتصاد وإزدهاره، ولهذا الأمر يوجد العديد من الأمور الخاصة بالمرأة العاملة تحيطها بيئة العمل من قضايا مختلفة، ومن الضروري أن يكون للمرأة العاملة تمثيل عادل كما الرجل مبدان العمل النقابي، ولكن نظراً لأسباب عديدة نرى بأن العمل النقابي يهيمن عليه الرجل من جانب ونرى عزوف المرأة في تمثيل المرأة بالعمل النقابي من جانب آخر، لذلك لابد من معرفة اتجاهات الجمهور المستهدف للوصول للأسباب التي أدت إلى هذا العزوف.

ومن خلال ذلك تأتي خصوصية هذه الدراسة في تسليط الضوء في الكشف عن " اتجاهات الرأي العام البحريني حول مشاركة المرأة في العمل النقابي "، لمعرفة مدى تأثير الرأي العام على العاملين مبدان العمل حول إنخراط المرأة العاملة بالعمل النقابي ومدى أهميته بالنسبة لقطاعات العمل المختلفة، وذلك بحكم أن التجربة النقابية بمملكة البحرين هي تجربة وليدة حديثاً. وقد اعتمد الباحث بدراسته على جمع البيانات حول الظاهرة والتي يمكن الحصول عليها من خلال الأساليب العلمية المعتمدة على إختيار العينات المناسبة.

مشكلة الدراسة

شهدت مملكة البحرين نمواً ونجاحاً ملحوظاً في السنوات العشر

في ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، ارتبطت فكرة العمل النقابي بتطور البنية الأساسية الاقتصادية، والتركيبية الهيكلية لقطاعات سوق العمل بمختلف الأنشطة، وانتشار نماذج عملية في العديد من دول العالم، خاصة في الدول الصناعية التي بها طفرة وواضحة في التقدم والإزدهار، كما ارتبطت بالنمو العددي والنوعي للطبقة العاملة وشعورها بضرورة تحسين ظروف بيئة العمل المحيطة وتحسين الأجور والحوافز بالإضافة إلى ملائمة ساعات العمل للواقع العملي والتأمين على العاملين، كل ذلك قد أثار تساؤلاً مفصلياً حول كيفية تحقيق هذه المطالب والحقوق الأساسية للعمال.

وقد أثارت عملية العمل النقابي جدلاً واسعاً وحفيضة في الكثير من دول العالم، فالبعض يرى أن لا ضرورة لوجود نقابات عمالية تدافع عن الطبقة العاملة وذلك لعدم قدرتها على التأثير على حقوق العاملين، فيما يرى آخرون عكس ذلك فالنقابات لعبت دوراً إيجابياً في رفع مستويات الأجور وتحسين ظروف العمل، كما يهدف العمل النقابي إلى الدفاع عن الحقوق المادية والمعنوية للعمال المأجورين بغاية تحسين أوضاعهم مادياً ومعنوياً، بحيث أن النقابات لها دوراً فاعلاً ومؤثراً في صياغة التشريعات العمالية، أما من يمثلون أرباب العمل والحكومات ذات التوجه غير الليبرالي ولا الديمقراطية، فيرون في تنظيم العمال خطراً يهدد مصالحهم.

وتأتي أهمية وجود للعمل النقابي بالمنشآت وأماكن العمل، للدفاع عن كل ما يحيط ويخص الطبقة العاملة أمام أرباب العمل، فقد بات من الضروري وجود ممثلي العمال يدافعون عن حقوقهم ومكتسباتهم

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، بأنه لا يمكن الجزم بأن القنوات الفضائية الإخبارية هي المصدر الرئيسي للمعلومات لدى الشباب الجامعي، كما لا يمكن الجزم بكون أي وسيلة إعلامية أخرى مصدراً رئيسياً لديهم في إستيفاء المعلومات، ويمكن القول بتعدد مصادر المعلومات لدى الفرد وتخطي الصحافة الإلكترونية حواجز عدة في تقدمها بين الوسائل الإعلامية، كما بينت النتائج بتفوق القنوات الفضائية الإخبارية على مواقع الصحف الإلكترونية في دراجة متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لها بشكل كثيف في تناولها للمشروعات القومية، إلا أن هذه النتيجة تؤكد أهمية الإعلام في البيئة السياسية المصرية، وأهمية دوره المتنامي في تشكيل الرأي العام المصري. وهو ما يستدعي إهتمام الدراسات الإعلامية بالمقارنة بين تأثيرات أعلام الإعلام المصري المختلفة في تشكيل الرأي العام. وأشارت النتائج أيضاً بأن غالبية الشباب الجامعي يعتقد بأن القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية مصدراً للحصول على المعلومات عن المشروعات القومية المصرية مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية، في المقابل يعتقد بعض الباحثين بأنها مصدر غير مفيد تغني عنه مصادر أخرى، ويعكس ذلك إهتمام الشباب الجامعي في عينة الدراسة بمتابعة تطورات الإصلاح الاقتصادي الذي شهدته مصر في الأونة الأخيرة رغم أهميته كقضية تؤثر في مستقبل الحياة الاقتصادية في مصر، وهو ما يؤكد أن قضية الإصلاحات لم ينجح الإعلام بالشكل الكاف في عرض تطورات الإصلاح الاقتصادي بشكل يثير إهتمام الجميع.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بالعينة، بإعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على معلومات وبيانات عن الظاهرة محل الدراسة، وقد أستخدمت الدراسة أداة صحيفة الإستبيان لجمع المعلومات والبيانات من الباحثين عبارة عن عدة مقاييس للتعرف على إتجاهات الشباب الجامعي نحو المشروعات القومية بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (٦٠٠) مفردة من مجتمع الدراسة وتقسّم بأسلوب التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية في كلاً من محافظات القاهرة والشرقية والأسكندرية، ممن تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٢١ عاماً، وخرجت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها، ضرورة توفير الموارد والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة للتعرف على الإتجاهات السلبية للشباب والإيجابية التي تخلفها المواقع الصحفية الإلكترونية، حيث يمكن أن تكون نقطة البداية للعمل على تعديل الإتجاهات السلبية وتدعيم الإيجابية منها، كما وصلت الدراسة على ضرورة نقل الأحداث المتعلقة بالمشروعات القومية بشكل دوري منتظم لمعرفة ما وصلت إليه المشروعات من إنجاز على أرض الواقع، وأيضاً ضرورة تحسين الصورة الإعلامية عن تلك المشروعات وإستجلاب المحللون والإقتصاديون بتحليل العائد من تلك المشروعات على المجتمع، بالإضافة إلى ضرورة إلزام وسائل الإعلام المصرية بمواثيق الشرف الإعلامي في تحقيقها لمواكبة التطورات الحالية في الأحداث التي تمر بها البلاد وخاصة فيما يتعلق بالمشروعات القومية.

الماضية من خلال تدشين المشروع الإصلاحي لجلالة الملك المفدى عبر إقرار ميثاق العمل الوطني، محققاً بذلك إنجازات عديدة على كافة الأصعدة والميادين، حيث كان لمشروع جلالة الملك عدة أبعاد وجوانب محددة تم تسليط الضوء والتركيز عليها بهدف تصحيح بعض المسارات في مختلف القطاعات سواء كانت سياسية و إقتصادية و إجتماعية، فقد كان لإنطلاقة الحياة النيابية والبلدية بمملكة البحرين الأثر البالغ في إطلاق الحريات العامة من خلال ميثاق العمل الوطني المنحدر من دستور البلاد، حيث كفل بحد ذاته مبدأ حرية التعبير عبر إقرار قانون رقم (٣٣) لسنة ٢٠٠١ الخاص بحرية تشكيل النقابات العمالية، وعليه فقد بدأ واضحاً دور تلك النقابات منذ ذلك الحين وفعاليتها بالشركات وممارساتها في إنجاح الإصلاحات السياسية والتنموية التي مرت بها مملكة البحرين في السنوات العشر الماضية.

ويأتي دور العمل النقابي المهم في الدفع بعجلة التقدم والإزدهار في المجال الإقتصادي لمملكة البحرين، لأنه بات يعد محورياً أساسياً في العملية الإنتاجية ونجاحها يتركز بإشراك العمال في عملية صنع القرار، حيث ان من عوامل نجاح العملية الديمقراطية هو تنفيذ بنودها على أرض الواقع، وكان للعمل النقابي الذي يعتبر إحدى هذه العوامل والركائز التي ساهمت في تنفيذ العملية الديمقراطية من خلال بنود ميثاق العمل الوطني الذي صوت عليه شعب البحرين بنسبة ٩٨,٤٪، وقد أصبح ضرورياً أن يؤمن المسؤولين و أرباب العمل بأهمية وجود من يمثل العمال في العملية الإنتاجية وذلك لتسهيل أمور عديدة أهمها تنظيم صفوف العمال وتنظيم حراكهم المطالبني تجاه نيل حقوقهم ومكتسباتهم والمحافظة عليها.

وللمرأة العاملة دوراً كبير وفعال بصفتها العنصر الآخر المكمل للرجل بميادين العمل، فأنها شريكة حقيقية بصنع القرار ومساهمة في الدفع بعجلة الإنتاج نحو آفاق التقدم والإزدهار، ولكن نظراً لمرور عشرون عاماً على إنطلاقة حرية تشكيل العمل النقابي بمملكة البحرين نرى في المقابل وجود عزوف للمرأة العاملة للإنضمام للمنظمات النقابية بقطاعات العمل المختلفة، وبناء على ذلك فأن مشكلة الدراسة الحالية تتلخص في التوصل إلى معرفة " إتجاهات الرأي العام البحريني حول مشاركة المرأة في العمل النقابي " لأجل تعميق وعي العاملين بميادين العمل بضرورة مشاركة المرأة العاملة في تضمين ما جاء بمشروع جلالة الملك الإصلاحي بمملكة البحرين.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

- دراسة محمود محمد عبدالحليم^١ (٢٠١٧) التي هدفت إلى معرفة «إتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية و مواقع الصحف الإلكترونية».

١ محمود محمد عبدالحليم، «إتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية و مواقع الصحف الإلكترونية». دراسة ميدانية، منشورة (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٧).

• دراسة محمد سيف الإنصاري^٢ (٢٠١٧) التي هدفت إلى معرفة «إتجاهات الشباب الخليجي نحو مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي».

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، ان منصة تويتر تصدر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الخليجي الدخول إليها بنسبة (٧٣,٣٪)، تلاها منصة سناب شات بنسبة (٥٦,٧٪)، وجاءت منصة انستغرام بنسبة (٥٤,٥٪)، ثم منصة فيسبوك بنسبة (٢١,٨٪)، تبعه منصة لينكد إن بنسبة (٧,٥٪)، كما توصلت الدراسة إلى أن نسبة (٩٥,٩٪) من الشباب الخليجي يفضل منصة واتساب على باقي منصات وسائل التواصل الاجتماعي، في حين يفضل نسبة (١٧,٨٪) منهم منصة تيلغرام، أما منصة لاين فيفضلها نسبة (٩,٤٪)، ثم منصة سكاى بي بنسبة (٨,٨٪)، كما توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (٨٣٪) من عينة الشباب الخليجي يستخدمون شبكات وسائل التواصل الاجتماعي ساعتين فأكثر يومياً، كما وأن أكثر العلاقات التي يقيمها الشباب الخليجي على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هي علاقات التثقيف العام بنسبة (٦٤,٨٪)، تلاها علاقات الصداقة بنسبة (٤٣,٤٪)، وعلاقة العمل بنسبة (٢٧,٨٪)، ثم علاقة الدراسة بنسبة (٢٠,٩٪).

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث أستخدم فيها المنهج المسحي الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر محل الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة على صحيفة الإستبيان كأداة لجمع البيانات ويعتبر الإستقصاء من أكثر طرق جمع البيانات شيوعاً في العلوم الاجتماعية والدراسات الإعلامية بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٧٦٥) مفردة من مجتمع الدراسة وهم الشباب الخليجي الذي تتراوح أعمارهم ما بين (١٨ و ٣٥ سنة)، (٤٣٩) من الذكور و (٣٢٦) من الإناث، وخرجت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها، ضرورة توعية الشباب الخليجي في عدم تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أثناء قيادة السيارة لما لذلك من مخاطر على حياته وحياة من معه مع ضرورة تخطيط العقوبات والمخالفات حيال هذا الأمر، كما أوصت الدراسة بضرورة أن يكون لدى الشباب الخليجي الوعي الكافي في نقل المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بعد التحقق من صحتها وعدم الإنجرار خلف الشائعات، بالإضافة إلى ضرورة توعية الشباب الخليجي في عدم تصفح مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحصص المدرسية أو المحاضرات الجامعية، لما لذلك من إنعكاس سلبي لديهم على عدم إحترام العلم والعلماء.

• دراسة مجيد ميلاد الجزيري^٣ (٢٠١٦) التي هدفت إلى معرفة «إتجاهات الرأي العام لمواطني الخليج العربي نحو أداء مجلس التعاون الخليجي».

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، أن نسبة من يتابعون قرارات وأنشطة المجلس بأهتمام قد بلغت نسبة (٢٩,٧٪)، أما نسبة الذين يتابعون أخبار مجلس التعاون بصورة أقل وردوا بجواب (أحياناً) قد بلغت (٤٧,٥٪)، كما بينت النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد حازت إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية على الأوزان المتوية الأعلى في كونها مصادر المعلومات الأساسية التي يتابع من خلالها أفراد العينة الأبناء والأنشطة المتعلقة بمجلس التعاون الخليجي، كما توصلت الدراسة إلى أن مستوى تحليل أهم القرارات التي ينتظر أفراد العينة تفعيلها جاءت القرارات المتعلقة بالسوق الخليجية المشتركة في صدارة القرارات التي تعتبرها العينة مهمة في إطار أنشطة المجلس وقراراته وذلك بنسبة بلغت (٨٠٪)، كما أن توحيد التعرفة الجمركية أمر له علاقة بالجانب الاقتصادي لذلك حازت على نسبة مرتفعة أيضاً بلغت (٧٨٪)، وأيضاً توصلت نتائج الدراسة بشأن طبيعة ومستوى تأثير مجلس التعاون على المستوى الدولي، فتشير النتائج في هذا الشأن إلى إنها لم تكن في صالح التأثير القوي، إذ كانت نسبة الذين لا يرون تأثيراً لمجلس التعاون الخليجي على المستوى الدولي بلغت (٣٦,٣٪)، وهي نسبة ليست بقليلة، والنسبة الأكبر ترى أنه مؤثر إلى حد ما بنسبة بلغت (٤٧,٥٪).

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية عن طريق القيام بمسح الرأي العام في دول مجلس التعاون الخليجي، بهدف التعرف إلى رؤيتهم بشأن أداء مواطني مجلس التعاون وتحوله إلى اتحاد، وقد اعتمدت الدراسة أداة صحيفة الإستبيان كسبيل أو أسلوب للقياس الكمي للرأي العام حول أداء مجلس التعاون الخليجي من خلال تضمينها ٤٣ سؤالاً بالتطبيق على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة تم إختيارها وفقاً لأسلوب العينة العشوائية الطبقية من مجتمع الدراسة بالتناسب مع التعداد السكاني لكل دولة من دول مجلس التعاون الخليجي الست.

• دراسة مضاوي الصالح^٤ (٢٠١٦) التي هدفت إلى معرفة «إتجاهات الجمهور السعودي نحو صورة العرب و المسلمين في الصحافة الغربية».

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، أن أكثر الصحف الغربية التي تقرأها عينة الجمهور السعودي هي صحيفة نيويورك تايمز ويتابعها نسبة (٤٢٪)، تلاها صحيفة واشنطن بوست ويتابعها (٢٥٪)، ثم صحيفة صندي تايمز بالمرتبة الثالثة ويتابعها (٨,٣٪)، ثم صحيفة نيوزويك ويتابعها (٥,٣٪)، و أيضاً توصلت الدراسة إلى أن اللغة الإنجليزية جاءت في مقدمة اللغات التي تقرأ فيها عينة الجمهور السعودي الصحف الغربية بنسبة (٨٣,٣٪)، و (٨٪) تقرأ الصحف الغربية باللغة الفرنسية، كما أن (١,٣٪) من العينة تقرأ الصحف الغربية باللغة الألمانية، و (٢٣,٧٪) من عينة الجمهور السعودي تقرأ بالصحف الغربية بلغات

٢ محمد سيف الإنصاري. «إتجاهات الشباب الخليجي نحو مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي»، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٧).

٣ مجيد ميلاد الجزيري. «إتجاهات الرأي العام لمواطني الخليج العربي نحو أداء مجلس التعاون الخليجي»، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٦).

٤ مضاوي الصالح. «إتجاهات الجمهور السعودي نحو صورة العرب و المسلمين في الصحافة الغربية»، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٦).

أخرى كالصحافة الغربية المعربة، وأيضاً بينت النتائج بأن الأخبار التي تحرص عينة الجمهور السعودي على قراءتها في الصحف الغربية تركزت في ثلاث مجالات وهي الأخبار السياسية (٤٣,٧٪)، وأخبار تخص المسلمين (٤٢,٣٪)، وأخبار تخص العرب (٤١,٧٪).

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي، وقد اعتمدت الدراسة على أداة صحيفة الإستبيان في جمع البيانات و المعلومات التي لخصت إلى (٢٥) سؤالاً من إعداد الباحثة، وقد أستخدمت الدراسة عينة من الجمهور السعودي قوامها (٣٠٠) مفردة تم إختيارهم عمدياً، من يقرأون مختلف الصحف الغربية المشهورة التي احتوت عليها هذه الدراسة في الفترة الزمنية من ٢٠١٦/٠٢/٠٥م إلى ٢٠١٦/٠٥/٣٠. وقد خرجت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها، ضرورة تخصيص صحف عربية خاصة تركز على بيان عدم صحة الصورة النمطية التي تحاول الصحافة الغربية ترويجها عن العرب والمسلمين، كما أوصت بضرورة وضع إستراتيجية فاعلية لدى وسائل الإعلام العربي لمواجهة ما ينشر عن العرب والمسلمين في الصحافة الغربية، وأيضاً أوصت بضرورة توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في إنشاء صفحات بمختلف اللغات تبين الوجه الإيجابية للحضارة العربية والأسلامية، كما أوصت بضرورة إلزام وسائل الإعلام بمسؤوليتها تجاه التحديات التي تواجه العرب والمسلمين في الصحافة الغربية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

• دراسة توشكوف وديميتير وجوليا كريتي (Toshkov, Dimiter, and Giulia Cretti, ٢٠٢١) التي هدفت إلى تحديد طبيعة اتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المزيد من النساء في العمل النقابي والسياسي.

هدفت الدراسة إلى تحديد طبيعة اتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المزيد من النساء الأوروبيات في العمل النقابي والسياسي في ٢٨ دولة أوروبية، ودراسة كيفية تفاعل المتغيرات الفردية والقطرية في التأثير على الاتجاهات بين الجنسين نحو مشاركة المرأة في العمل السياسي في أوروبا. استندت الدراسة إلى عدة فرضيات أهمها: أن المواطنين الذكور أقل احتمالاً من المواطنات لأن يثقوا بالعمل السياسي للمرأة، وضرورة مشاركة مزيد من النساء في العمل السياسي، ومن غير المرجح أن يثق المواطنون الأكبر سناً بالمثلثات السياسيات، والأعتقاد بضرورة مشاركة المزيد من النساء في العمل النقابي والسياسي، وأن المواطنين الذين أمضوا سنوات أكثر في التعليم هم أكثر ثقة في العمل النقابي والسياسي للمرأة، والأعتقاد بضرورة مشاركة مزيد من النساء في العمل السياسي، ودعم الإجراءات القانونية للمساواة بين الجنسين في العمل النقابي والسياسي. تم إجراء المسح في يونيو ٢٠١٧م في ٢٨ دولة عضو في الاتحاد الأوروبي، وتم جمع البيانات من ٢٨٠٩٣ مستجيباً. أظهرت النتائج أنه في ٢٨ دولة أوروبية شملها الأستطلاع، كانت الثقة بالنساء كممثلات

سياسيات عالية إلى حد ما، ويميل الرأي العام الأوروبي إلى الثقة في أن المرأة يمكن أن تمثل مصالحهم السياسية، وتبين أن معظم المستجيبين (٧٦٪) لديهم نفس المستوى من الثقة (أو عدم الثقة) في العمل السياسي لكل من الذكور والإناث، وأن (١٦٪) يثقون بدرجة أكبر في السياسيات الإناث، بينما يثق (٨٪) فقط بالسياسيين الذكور. وأظهر النتائج حسب الجنس أن (٢٦٪) من النساء يثقن بممثل سياسي نسائي أكثر من الذكر، في حين أن (٧٪) فقط من الرجال يثقون بممثل سياسي نسائي أكثر من الذكر، ونسبة صغيرة من النساء (٤,٥٪) يثقن بالرجل أكثر من المرأة كممثل سياسي، في حين أن (١٢,٥٪) من الرجال يثقون بالرجل أكثر من المرأة كممثل سياسي^٥.

• دراسة لوساكو مواكيلوما (Lusako Mwakiluma, ٢٠١٧) التي هدفت إلى معرفة «إتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار في مكان العمل في تنزانيا».

هدفت هذه الدراسة تحديد إتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار في إدارة الموارد البشرية يمكن العمل في تنزانيا. تم اعتماد تصميم البحث الوصفي المسحي، وتم أخذ عينة باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة متعددة المراحل مكونة من ١٩٢ موظفاً، تم استخدام طريقتان رئيسيتان لجمع البيانات هما: إجراء مقابلات منظمة مع العينة، إضافة إلى المناقشة الجماعية المركزة، كما استخدمت الدراسة مقياس ليكرت لفحص إتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار. أظهرت النتائج استمرار تأثير إتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار بالعوامل الثقافية القائمة على تقسيم العمل على أساس الجنس، ولا تزال مشاركة المرأة في العمل النقابي وفي المناصب الإدارية في مكان العمل موضع شك في العديد من البلدان النامية بما في ذلك تنزانيا. وأظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة بين إتجاهات الذكور والإناث نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار، وتبين أن أكثر من نصف العينة (٦١,٥٪) لديهم إتجاهات إيجابية نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار يمكن العمل في تنزانيا، بينما كان لدى (٣٨,٥٪) من العينة لديها إتجاهات سلبية نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي ومناصب صنع القرار يمكن العمل، وخلصت هذه الدراسة إلى أنه لا يمكن تجاهل الإتجاهات السلبية السائدة لدى الرأي العام نحو عمل المرأة ومشاركتها في العمل النقابي واتخاذ القرارات، وبالتالي ضرورة عمل الحكومة والناشطين في مجال مشاركة المرأة في العمل النقابي وصانعي السياسات على ضمان مناقشة الآثار المترتبة على عدم المشاركة الفعالة للمرأة في المناصب القيادية في العمل^٦.

٥ Toshkov, Dimiter, and Giulia Cretti. «Who is afraid of more women in politics, and why? An analysis of public opinion in 28 European countries.» Institute of Public Administration, Leiden (University, the Netherlands) (2021).

٦ Lusako Mwakiluma, 'The impacts of employees' attitudes toward women participation in decision making positions at working place in Tanzania: A case of Morogoro municipal and district councils', International Journal of Development and Sustainability, Vol. 6 No. 11, 2017, pp. 1526-1540.

- دراسة دونيلي، كريستين (Donnelly, Kristin, et al, ٢٠١٦) التي هدفت الى معرفة «إتجاهات الرأي العام في الولايات المتحدة نحور عمل المرأة في الأعوام (١٩٧٦ - ٢٠١٣)».
- هدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات الرأي العام في الولايات المتحدة نحور عمل المرأة في فترة زمنية طويلة نسبياً لمعرفة طبيعة الاختلافات بين الأجيال في إتجاههم نحو عمل المرأة وتأثير ذلك على أدوار الأسرة في عينتين كبيرتين من الولايات المتحدة ممثلة تمثيلاً وطنياً، وهما عينة من طلبة الصف الثاني عشر بين سنوات (١٩٧٦-٢٠١٣)، وعينة من البالغين بين سنوات (١٩٧٧-٢٠١٢). أظهرت النتائج أن إتجاهات الرأي العام في الولايات المتحدة نحو عمل المرأة في العقد الأول من القرن الحالي أصبحت أكثر إيجابية مقارنة مع إتجاهات الرأي العام في الولايات المتحدة نحور عمل المرأة في سبعينيات القرن العشرين، كما أن طلبة الصف الثاني عشر أصبحوا أكثر قبولاً للأمهات العاملات والأدوار المتساوية للمرأة في مكان العمل بين سبعينيات القرن الماضي وما بعد سنة ٢٠١٠م، وبالنسبة لجيل الألفية (من مواليد الثمانينيات والتسعينيات) أظهروا إتجاهات إيجابية نحو أدوار أكثر مساواة بين الجنسين في العمل. ومع ذلك، فضلت عدد أكبر من طالبات الصف الثاني عشر في سنة ٢٠١٠م (مقابل الطالبات في أواخر التسعينيات) الزوج باعتباره صاحب الإنجاز وصانع القرار في الأسرة، وأصبحت إتجاهات الرأي العام لدى البالغين نحو الأمهات العاملات أكثر مساواة بين السبعينيات وأوائل التسعينيات، وظهرت إتجاهات سلبية طفيفة نحو عمل المرأة لدى الرأي العام في أواخر التسعينيات، ثم زادت الإتجاهات الإيجابية لدى الرأي العام نحو عمل المرأة في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين.^٧
٤. دراسة دونيلي، كريستين (Donnelly, Kristin, et al, ٢٠١٦) التي هدفت الى معرفة «إتجاهات الرأي العام في الولايات المتحدة نحور عمل المرأة في الأعوام (١٩٧٦ - ٢٠١٣)».
٥. حددت أغلب الدراسات السابقة بأن مجال الدراسة يقتصر على حدود دولة واحدة بمختلف مناطقها الجغرافية كدراسة مضواي الصالح ٢٠١٦، وبينما حددت دراسة دونيلي، كريستين (Donnelly, Kristin, et al, ٢٠١٦)، بينما حددت دراسة محمد سيف الإنصاري ٢٠١٧ ودراسة مجيد ميلاد الجزيري ٢٠١٦ حدود الدراسة بأكثر من دولة وهي على الأغلب في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، إضافة إلى دراسة توشكوف وديميتير وجوليا كريتي (Toshkov, Dimiter, and Giulia Cretti, ٢٠٢١) التي أستخدمت عدد من الدول بالاتحاد الأوروبي.
٦. أغلب الدراسات قد خرجت بتوصيات من المؤمل الاستفادة منها ومن الممكن تنفيذها في الدراسات المستقبلية، عدا دراسة مجيد ميلاد الجزيري ٢٠١٦، حيث إنها لم تخرج بتوصيات إنما فقط أكتفت بعرض نتائج الدراسة.
٧. اقتصر أغلب الدراسات اعتمدت على تحليل آراء الجمهور في مجال الرأي العام، وجود ندرة للدراسات المتعلقة بقضايا الرأي العام بمملكة البحرين، أو التي تتناول نفس مضمون هذه الدراسة.
٨. أغلب الدراسات السابقة قد أستخدمت أداة واحدة وهي صحيفة الإستان كدأداة لجمع البيانات والمعلومات، وذلك بما يتفق مع طبيعة الدراسة، عدا دراسة لوساكو مواكيلوما (Lusako Mwakiluma, ٢٠١٧) والتي استخدمت فيها أكثر من أداة.
٩. خرجت الدراسات السابقة التي أجريت في الدول العربية بنتائج متشابهة في معظمها، حيث أكدت معظم دراسات نتائج دراسات تحليل صحيفة الإستان على وجود تفاوت من ناحية الإستخدم والمتابعة لإتجاهات الجمهور المستهدف محل الدراسة.
١٠. خلصت الدراسات السابقة التي أجريت بالدول الأجنبية بنتائج متفاوتة من ناحية المعلومات، حيث أن أغلبها قد جاءت إيجابية من خلال إجابات عينة الجمهور محل الدراسة، ومتوافقة إلى حد كبير مع الأهداف الموضوعة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

١. التعرف على أهم المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة، وبالذات الأساليب التي يستخدمها الباحث، في كيفية تصميم صحيفة الإستان.

التعليق على الدراسات السابقة

١. معظم الدراسات السابقة كانت من الدراسات الوصفية وهو ما يتسق مع طبيعة هذه الدراسة حول إتجاهات الرأي العام البحرين نحو مشاركة المرأة في العمل النقابي.
٢. استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وفي إطار مسح إتجاهات الجمهور بإستخدام أداة صحيفة الإستان وهو ما يتشابه مع كافة الدراسات السابقة مثل دراسة محمود محمد عبدالحليم ٢٠١٧، ودراسة محمد سيف الإنصاري ٢٠١٧، ودراسة توشكوف وديميتير وجوليا كريتي (Toshkov, Dimiter, and Giulia Cretti, ٢٠٢١) وغيرهم.
٣. اعتمدت أغلب الدراسات على أسلوب العينة العشوائية البسيطة كدراسة محمود محمد عبدالحليم ٢٠١٧، ودراسة لوساكو مواكيلوما (Lusako Mwakiluma, ٢٠١٧)، بينما هناك دراسات أنبعت أسلوب العينة الطبقية والبعض الآخر العينة العمدية كدراسة مضواي الصالح ٢٠١٦.

٧ Donnelly, Kristin, et al. «Attitudes toward women's work and family roles in the United States, 1976–2013.» Psychology of Women Quarterly 40.1 (2016): 41-54.

النقابي و رصد الآليات المناسبة في الحد من الصعوبات والمشاكل والنزاعات العمالية مع صاحب العمل وممثليه.

- التعرف على مدى رضا العاملين بالقطاع الخاص عن القوانين والتشريعات التي تمكن المرأة من أداء دورها النقابي.
- رصد اتجاهات العاملين حول كيفية تناول وسائل الإعلام للعمل النقابي لدور المرأة النقابي في مملكة البحرين.
- الكشف عن اتجاهات الراي العام للعاملين نحو دور النقابات في نشر الثقافة العمالية والتوعية بالحقوق والواجبات.
- الوصول إلى التصورات والمقترحات التي من شأنها أن تفعل دور المرأة بالعمل النقابي بمملكة البحرين.

تساؤلات الدراسة

- ما مدى معرفة العاملين بمؤسسات العمل بأهداف النقابات العمالية و ضرورة وجودها؟
- ما هي ابرز المشاكل العمالية التي تعاني منها المرأة العاملة وكيفية معالجة تلك القضايا في ظل وجود قانون النقابات العمالية؟
- ما مدى معرفة العاملين بمبادئ العمل بالقوانين والتشريعات المنظمة للعمل النقابي وعلاقته بالمرأة البحرينية ؟
- ماهي اتجاهات العاملين بمبادئ العمل حول تناول وسائل الإعلام للعمل النقابي لدور المرأة النقابي ؟
- ماهي اتجاهات الراي العام للعاملين بمبادئ العمل نحو دور النقابات في نشر الثقافة العمالية والتوعية بالحقوق والواجبات؟
- ماهي التصورات والمقترحات التي من شأنها أن تفعل من دور المرأة بالعمل النقابي بمملكة البحرين؟

مفاهيم الدراسة

• العمل النقابي

العمل النقابي يهدف إلى تحسين أوضاع العاملين في النواحي المادية والمعنوية، وتحقيق كرامتهم، وباختصار النقابة هي تجسيد للعمل الجماعي المنظم للعمال.^٨

العمل النقابي هو ممارسة يومية تحصل في الإطار النقابي، من أجل التعرف على المشاكل والمطالب العمالية والعمل لإيجاد حلول لها.^٩

٢. الإطلاع على نوعية الاسئلة لمختلف أنماط صحيفة الاستبيان، والاستفادة منها بما يتلاءم مع طبيعة الموضوع، وإضافة ما يتعلق بخصوصية الموضوع والمكان.

٣. الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد العينة الزمانية والمكانية التي تحتاجها الدراسة الحالية (مشاركة المرأة في العمل النقابي) .

٤. التعرف على الاساليب التحليلية في تفريغ نتائج صحيفة الاستبيان، والاستفادة منها في معرفة مدى إلمام الجمهور بأهمية مشاركة المرأة في العمل النقابي، والتي تشبه مثيلاتها في الدول الأخرى، مع إضافة الجوانب التي تنفرد بها مملكة البحرين.

٥. التعرف على رؤية الدراسات العربية والأجنبية وفلسفتها في طريقة تناولها لتحليل نتائج صحيفة الاستبيان.

٦. مقارنة العينات التي تم دراستها مع العينة الحالية ومعرفة مدى إلمام الجمهور بأهمية مشاركة المرأة في العمل النقابي.

أهمية الدراسة

• تأتي أهمية هذه الدراسة في محاولة للوقوف على اتجاهات الراي العام للعاملين حول مشاركة المرأة بالعمل النقابي، وكيفية التعاطي مع القضايا العمالية في الاستفادة من قانون (٣٣) الخاص بحرية تشكيل التنظيمات والنقابات العمالية من منطلق ميثاق العمل الوطني.

• ندرة الدراسات التي تناولت مجال العمل النقابي بشكل عام بمملكة البحرين، وعدم وجود أي دراسة تسلط الضوء على مشاركة المرأة بالعمل النقابي بحسب معرفة الباحث وعمله.

• إمكانية إستفادة المؤسسات البحرينية المختلفة العاملة بالإضافة إلى المؤسسات المهتمة بشئون المرأة من النتائج الميدانية التي سوف تتوصل لها الدراسة، والتي يمكن أن تساهم في تعزيز إنخراط المرأة بمجال العمل النقابي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى إستقراء اتجاهات الراي العام للعاملين من (الذكور والأنثى) ومستوى الوعي بقانون النقابات العمالية تحت ظل المشروع الإصلاحى لجلالة الملك المفدى، من خلال تحقيق الأهداف التالية:

• التعرف على اتجاهات العاملين نحو أهداف النقابات العمالية و أهمية دور المرأة المهني والنقابي بالمؤسسة.

• الكشف عن ابرز المشاكل التي تعاني منها المرأة العاملة بالمجال

٨ حمود عقلة العنزي. المفاهيم العشر في إدارة العمل النقابي، (الاتحاد الوطني لطلبة الكويت - فرع جامعة الكويت)، <https://www.paldf.net>، تم الإطلاع بتاريخ ٢٠٢١/٠٦/٢٦ الساعة ١٣:٣٠.

٩ الموقع الإلكتروني، الاتحاد العام لطلبة تونس، www.ugetipein.wordpress.com ، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢٢/٠٤/١٦. ١٦:٠٠

• النقابة العمالية

القضية او الظاهرة محل الدراسة.

• المرأة العاملة

المرأة العاملة: هو انخراط المرأة في الوظائف والأعمال المناسبة لقدراتها الجسدية والنفسية في مختلف المجالات المتاحة، مثل عملها كمعلمة، ممرضة، خبيرة تجميل أو سكرتارية وموظفة في بعض الأعمال الإدارية، وهدف العمل هو تحسين الجانب المادي الذي يعزز قدرتها على مواجهة الأعباء والصعوبات التي تمر بها.^{١٣}

نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف او الظواهر و الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة.^{١٤}

منهج الدراسة

أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي Survey، الذي يعد احد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد ومشاعرهم وإدراكهم واتجاهاتهم وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام.^{١٥}

وفي إطار هذا المنهج تم استخدام عينة من الجمهور البحريني العامل للتعرف على اتجاهاتهم ومصادر معلوماتهم وآرائهم نحو مشاركة المرأة بالعمل النقابي.

هي تشكيل عمالي ينتظم في إطاره العاملون في منشأة معينة وفق قانون محدد يتم الاتفاق عليه في إطار هيئة تأسيسية تتمتع بصلاحيات مستقلة، و العمل النقابي هو ممارسة يومية تحصل في إطار التشكيل النقابي، من اجل التعرف على المشاكل و المطالب العمالية ، والعمل وفق برنامج محدد في إطار النقابة لإيجاد حلول للمشاكل و تلبية المطالب المختلفة.^{١٦}

هي تنظيم ديمقراطي دائم للأجورين ينشئون وينخرطون فيه بشكل طوعي ويسرونه بأنفسهم من أجل الدفاع عن مصالحهم بالوسائل المشروعة والمتاحة التي يحددها.

• الرأي العام

مجموعة من الآراء السائدة في مجتمع ما، وهي آراء تختلف في وضوحها وتحديداتها في أفهام الناس، ولها صفة الاستقرار، ويعتبرها الناس مشتركة بينهم.^{١٧}

الرأي العام هو انعكاس لظاهرة إجتماعية قديمة ظهرت أينما وجدت الجماعات البشرية التي تسمح بمناقشة وأبداء الرأي في المشاكل العامة التي تواجه الجماعة، كما هو تشكيل قوة للآراء السائدة ، فكلما كانت الأمور واضحة ومدروسة بالإمكان تشكيل رأي عام قوي وناجح، وكلما كان التنظيم متفكك وضعيف ينتج عنه تشكيل رأي عام ضعيف وخافت.

• الاتجاهات

الاتجاه هو ردة الفعل التي تحدث للفرد تجاه قضية أو جماعة او فرد معين وتقوم على تقييم أو إصدار حكم معين تجاه القضية، حيث يحمل التقييم أو الحكم قيمة إما أن تكون موجبة أو سالبة وقد تتصف بالحياد مما يتجدد معه الاتجاه وشدته.

هو استعداد الفرد للإستجابة لموقف ما بطريقة معينة بناء على إستشارة أو موقف، وقد يكون هذا الإستعداد زمني أو مستمر وينتج عن الخبرة التي حصل عليها الفرد جراء احتكاكه بالبيئة المحيطة.^{١٨} هو ردة الفعل المتوقعة من الافراد أو الجماعات تجاه قضية أو ظاهرة معينة، تقوم بإصدار حكم معين او تشكيل موقف معين تجاه قضية معينة إما بالحكم الإيجابية أو السلبية، حيث يجب أن تكون هذه

١٠ الموقع الإلكتروني سطور، النقابات العمالية ، <https://sotor.com>، تم الإطلاع بتاريخ ٢٠٢١/٠٦/٢٧ الساعة ١٤:٠٠.

١١ منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، (الأسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٢٢م)، ص ٥٥.

١٢ جمال شحاته حبيب، السلوك الانساني والبيئة الإجتماعية (الأسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٠م) ص ٤١٧.

١٣ الموقع الإلكتروني «المرسال»، تعريف عمل المرأة حديثا <https://www.almsal.com> ، تم الإطلاع بتاريخ ٢٠٢١/٠٦/٢٦ الساعة ١٢:٣٠.

١٤ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة: علم الكتاب، ١٩٩١م) ص ٩٨.

١٥ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م) ص ١٥٨.

١٦ سمير حسين، بحوث الإعلام، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦) ص ١٤٧.

فقد تمثل مجتمع الدراسة الحالة من الجمهور البحريني العامل بميادين العمل من الجنسين (الذكور والإناث) بكافة محافظات المملكة الأربع (محافظة المحرق، محافظة العاصمة، المحافظة الشمالية، المحافظة الجنوبية)، والبالغ إجمالي عدد المؤمن عليهم حسب الجنس والجنسية حتى الربع الرابع من العام ٢٠٢١م.^{١٧}

جدول (١)

توزيع مجتمع الدراسة العاملين حسب الجنس والجنسية حتى الربع الرابع من عام ٢٠٢١م

السنة	العاملين البحرينيين			العاملين الغير بحرينيين			المجموع الكلي
	ذكور	إناث	المجموع	ذكور	إناث	المجموع	
٢٠١٦	60,084	29,524	89,608	481,758	34,716	516,474	606,082
٢٠١٧	64,282	30,933	92,215	465,739	37,471	503,210	595,425
٢٠١٨	61,557	32,194	93,751	458,253	39,113	497,366	591,117
٢٠١٩	62,724	33,609	96,333	437,887	39,854	477,741	574,074
٢٠٢٠	61,395	32,827	94,222	386,305	34,763	421,068	515,290
Q٤ ٢٠٢١	62,829	34,105	96,934	383,186	36,252	419,438	516,372

يوضح الجدول السابق توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس والجنسية، ويتبين أن عدد من العاملين البحرينيين بميادين العمل بلغ ٩٦,٩٣٤ في الربع الرابع من سنة ٢٠٢١م، ثم أعداد العاملين الغير بحرينيين بلغ ٤١٩,٤٣٨ في الربع الرابع من سنة ٢٠٢١م، من مجتمع الدراسة.^{١٨}

عينة الدراسة

تعتبر العينة تمثيل للمجتمع الأصلي فهي جزء من المجتمع يضم عدد من أفراد المجتمع الأصلي يتم اختياره لأساليب علمية مختلفة، خاصة وإن مجتمعات الدراسة عادة ماتكون كبيرة الحجم والتطبيق عليها يتطلب وقتاً طويلاً وجهداً شاقاً وتكاليف عالية.^{١٩}

تم اختيار العينة (المتاحة) وفق ما تتناسب مع هذه الدراسة، وبناء عليه بلغت عينة الدراسة (٣٠٠) مفردة من العاملين البحرينيين الذكور والإناث بكافة محافظات مملكة البحرين الأربع (محافظة المحرق، العاصمة، الشمالية، الجنوبية)، وقد تم إستبعاد عدد (٢٥) مفردة لعدم استيفائها شروط العينة، تم تطبيق الدراسة الميدانية بالفترة من ١ مارس ٢٠٢٢م إلى ٣٠ أبريل ٢٠٢٢م.

أداة الدراسة

• اعتمد الباحث على جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة من المبحوثين على صحيفة الإستبيان.

وهي عبارة عن أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة، يطلب من المبحوث الإجابة عنها ويحصل بواسطتها الباحث على المعلومات والبيانات والحقائق اللازمة لإثبات فروض البحث الواقع تحت الدراسة. وتستخدم صحيفة الاستبيان لجمع المعلومات بشأن المعتقدات ورغبات المستجيبين من عينة الدراسة المستهدفة وكذلك الحقائق التي هم على دراية بها، ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف الحقائق عن الممارسات الحالية واستطلاعات الرأي وميول الأفراد.

وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان والتي تتضمن على (٢٦) سؤال لقياس متغيرات الدراسة المختلفة حيث شملت الإستبانة أسئلة خاصة باتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المرأة بالعمل النقابي، وقد تم جمع البيانات الخاصة بعينة الدراسة في مملكة البحرين بالفترة من ١ مارس ٢٠٢٢م إلى ٣٠ أبريل ٢٠٢٢م.

وقد تم تحكيم أسئلة المبحوثين الواردة بصحيفة الإستبيان بواسطة المحكمين الأستاذة الدكتورة، الدكتور زهير حسين ضيف، الدكتور كاظم مؤنس، الدكتور عبدالصادق حسن، الدكتورة حورية الديري.

الصدق والثبات

الصدق

لتحري الصدق تم عرض الأسئلة على مجموعة من المحكمين للتأكد من مطابقتها للأهداف المرجوة من جمع البيانات، ومدى توافر عامل الصدق في العبارات المتضمنة بما يتفق مع أهداف الدراسة، وقد تم الأخذ بالآراء والتعديلات المقترحة منهم وصولاً إلى تحقيق أعلى درجات الصدق.

الثبات

إن المقصود بثبات الاستبيان هو أن يعطي الاستبيان نفس النتائج إذا

١٧ الموقع الإلكتروني، الهيئة العامة للتأمين الإجتماعي. مملكة البحرين ٢٠٢١، www.sio.gov.bh، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢٢/٠٣/٠٣ ١٥:٠٠.

١٨ المرجع السابق، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢٢/٠٣/٠٣ ١٦:٠٠.

١٩ محمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣) ص ١٣٢.

أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، كما ويدل الثبات على اتساق النتائج، بمعنى إذا كرر الباحث القياس وتحصل على نفس النتائج فهذا هو الثبات.

تم التأكد من ثبات المقاييس باستخدام طريقة الاختبار، وإعادة الاختبار على مجموعة مكونة من (٢٠) شخص من الجنسين من العاملين بالقطاعين العام والخاص، بهدف معرفة مدى صدق وثبات النتائج المتحصلة لتكون الدراسة أكثر واقعية وصحيحة بنسبة عالية. وكانت النتيجة ثابتة بمقدار (٧٥٪) من ناحية الأجابات مما يجعل هذه المقاييس صالحة لأغراض هذه الدراسة.

مجالات الدراسة

- المجال المكاني: محافظات مملكة البحرين الأربع (محافظة المحرق، العاصمة، الشمالية، الجنوبية).
- المجال الزمني: سيتم تطبيق الدراسة من الفترة الزمنية الممتدة من ١ مارس ٢٠٢٢م إلى ٣٠ أبريل ٢٠٢٢م.
- المجال الموضوعي: التعرف على اتجاهات الرأي العام البحريني حول مشاركة المرأة بالعمل النقابي.
- المجال البشري: العاملين البحرينيين بميادين العمل بمختلف المحافظات الأربع من ذكور وإناث.

أبرز نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

تم في الفصل الحالي تحليل البيانات التي تم جمعها من العينة، بهدف الإجابة على أسئلة البحث والتحقق من فرضياته، وذلك من خلال استخدام الطرق الإحصائية المناسبة. وسيتم عرض النتائج من خلال ثلاثة جوانب كما يلي:-

المحور الأول:

تحليل عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة الديموغرافية.

يتم في الجداول التالية تحليل عينة الدراسة المكونة من (٣٠٠) مفردة وذلك حسب متغيرات الدراسة الديموغرافية:

- تحليل عينة الدراسة حسب النوع:

جدول رقم (١)

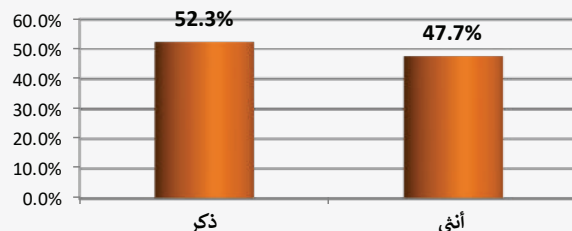
تحليل عينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	157	52.3%
أنثى	143	47.7%
المجموع	300	% 100

يُلاحظ من نتائج الجدول أن نسبة الذكور مقارنة بنسبة الإناث كانت الأعلى في عينة الدراسة، حيث توزعت العينة على الذكور بنسبة

شكل رقم (١)

تحليل عينة الدراسة حسب النوع



- تحليل عينة الدراسة حسب الخبرة العملية:

جدول رقم (٢)

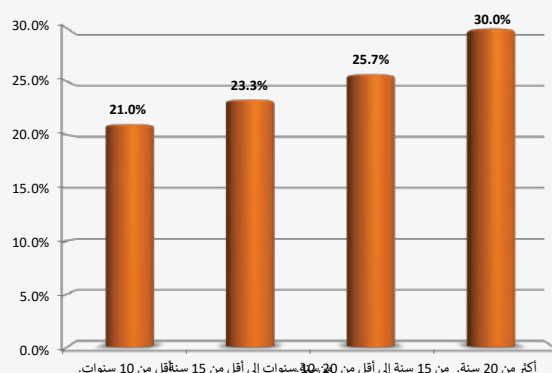
تحليل عينة الدراسة حسب الخبرة العملية

الخبرة العملية	العدد	النسبة المئوية
أقل من ١٠ سنوات	63	21.0%
من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	70	23.3%
من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	77	25.7%
أكثر من ٢٠ سنة	90	30.0%
المجموع	300	% 100

يُلاحظ من نتائج الجدول أن توزيع العينة حسب متغير الخبرة العملية جاءت بنسبة (٣٠,٠٪) من ذوي الخبرة أكثر من ٢٠ سنة، ونسبة (٢٥,٧٪) من ذوي الخبرة من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة، كما وصلت نسبة العينة من ذوي الخبرة من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة (٢٣,٣٪)، ونسبة ذوي الخبرة أقل من ١٠ سنوات (٢١,٠٪)، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (٢)

تحليل عينة الدراسة حسب الخبرة العملية



المحور الثاني:
الإحصاء الوصفي للاستبيان

تم تطبيق اختبارات الإحصاء الوصفي من تكرارات ونسب مئوية ومتوسطات حسابية وانحرافات معيارية على استجابات العينة المكونة من (٣٠٠) مفردة على محاور الاستبيان:

أولاً: المعرفة بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالنقابات العمالية.

١. الوضع المهني

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (۳)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول الوضع المهني

الترتيب	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	موظف	287	95.7%
٢	صاحب عمل	13	4.3%
	المجموع	300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق حول الوضع المهني لعينة الدراسة، أن غالبيتهم من الموظفين بنسبة (٩٥,٧٪) من عينة الدراسة، وأن (٤,٣٪) فقط من العينة كانت من أصحاب العمل.

٢. درجة اهتمام النقابة العمالية بقضايا المرأة العاملة:

تم حساب الوزن النسبي والمتوسطات الحسابية وقيم الانحراف المعياري لاستجابات العينة على محور درجة اهتمام النقابة العمالية بقضايا المرأة العاملة وهى موضحة في الجدول الآتي:

جدول رقم (۴)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول درجة اهتمام النقابة العمالية بقضايا المرأة العاملة

3	أولئك يشده		أولئك		لا أعلم		لا أولئك		لا أولئك يشده		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		الوزن النسبي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%						
1	العبارة / تقوم النقابة العمالية بالمؤسسة بالإعداد للبرامج ذات الطابع الاجتماعي															
	106	35.3	129	43.0	55	18.3	10	3.3	0	0.0	4.103	0.813	82.1%			
2	العبارة / تقوم النقابة العمالية بالمؤسسة بتبني قضايا المرأة العاملة البحتة، كقضايا التمييز والتعثر في الواقع العملي															
	87	29.0	153	51.0	50	16.7	10	3.3	0	0.0	4.057	0.767	81.1%			
3	العبارة / تسعى النقابة العمالية إلى المطالبة بحوافز وعلاوات خاصة بالمرأة العاملة.															
	87	29.0	146	48.7	54	18.0	13	4.3	0	0.0	4.023	0.803	80.5%			

[illegible]

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لدرجة اهتمام النقابة العمالية بقضايا المرأة العاملة بلغ (٤,٠٤٥) درجة، بانحراف معياري (٠,٦٨٧)، وبلغ الوزن النسبي (٨٠,٩٪). مما يشير إلى أن درجة اهتمام النقابة العمالية بقضايا المرأة العاملة جاءت بدرجة مرتفعة. أما الاستجابة على عبارات المحور، فقد جاءت على النحو التالي:

- جاءت في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٤,١٠٣)، العبارة التي نصها «تقوم النقابة العمالية بالمؤسسة بالإعداد للبرامج ذات الطابع الاجتماعي»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨٢,١٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.
- جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٤,٠٩٣) العبارة التي نصها «تسعى النقابة إلى التواصل الدائم مع كوادرها العاملة لأجل حصر القضايا العمالية لمعالجتها وتوثيقها»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨١,٩٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.
- جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٤,٠٨٣) العبارة التي نصها «تسعى النقابة العمالية جاهدة إلى حصول المرأة العاملة على كامل حقوقها ببيئة العمل»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨١,٧٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.
- جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (٤,٠٦٣) العبارة التي نصها «تحرص النقابة على رفع مستوى الثقافة العمالية لدى المرأة العاملة في كل ما تحتاجه من معلومات ومتطلبات في بيئة العمل»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨١,٣٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.
- جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (٤,٠٥٧) العبارة التي نصها «تقوم النقابة العمالية بالمؤسسة بتبني قضايا المرأة العاملة البحتة، كقضايا التمييز والتحرش بالواقع العملي»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨١,١٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

- جاءت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (٣,٩٢٧) العبارة التي نصها «تحرص النقابة العمالية على تبني برامج وحلقات تأهيلية خاصة بالمرأة العاملة»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٧٨,٥٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

٣. درجة اهتمام النقابة العمالية بتأهيل الكوادر النقابية النسائية

تم حساب الوزن النسبي والمتوسطات الحسابية وقيم الانحراف المعياري لإستجابات العينة على محور درجة اهتمام النقابة العمالية بتأهيل الكوادر النقابية النسائية وهي موضحة في الجدول الآتي:

جدول رقم (٥)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول درجة اهتمام النقابة العمالية بتأهيل الكوادر

النقابية النسائية

٢	أولئك				أولئك	بشدة		لا اعلم	لا أولئك		بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ن	ن	ن	ن		ن	ن							
١	٨١	٢٧,٠	١٤٨	٤٩,٣	٥٧	١٩,٠	١٤	٤,٧	٠	٠,٠	٣,٩٨٧	٠,٨٠٥	٧٩,٧%	
العبارة / تقوم النقابة العمالية بالإعداد للبرامج والأنشطة التي تتناول قضايا المرأة في بيئة العمل														
٢	٧٢	٢٤,٠	١٧٥	٥٨,٣	٤٠	١٣,٣	١٣	٤,٣	٠	٠,٠	٤,٠٢٠	٠,٧٤٠	٨٠,٤%	
العبارة / تسعى النقابة إلى تأهيل الكوادر النقابية النسائية لتحقيق المشاركة المهنية للمرأة في ميادين العمل.														
٣	٧٠	٢٣,٣	١٦٨	٥٦,٠	٤٥	١٥,٠	١٧	٥,٧	٠	٠,٠	٣,٩٧٠	٠,٧٨٢	٧٩,٤%	
العبارة / تحرص النقابة العمالية على تبني برامج وحلقات تأهيلية خاصة بالمرأة، بهدف رفع كفاءتها المهنية														
٤	٨٢	٢٧,٣	١٥٧	٥٢,٣	٤٧	١٥,٧	١٠	٣,٣	٤	١,٣	٤,٠١٠	٠,٨٢٨	٨٠,٢%	
العبارة / تسعى النقابة إلى إقامة برامج تنمية تدريبية تأهيلية بهدف تأهيل الكوادر النسائية، لتكون على إلمام تام بقوانين وانظمة العمل النقابي														
٥	٧٤	٢٤,٧	١٧٨	٥٩,٣	٣٧	١٢,٣	٧	٢,٣	٤	١,٣	٤,٠٣٧	٠,٧٦٤	٨٠,٧%	
العبارة / تحرص النقابة على رفع مستوى الثقافة العمالية لدى المرأة العاملة														
٦	٨٥	٢٨,٣	١٦٢	٥٤,٠	٤٢	١٤,٠	١١	٣,٧	٠	٠,٠	٤,٠٧٠	٠,٧٥٣	٨١,٤%	
العبارة / تسعى النقابة إلى التواصل الدائم مع المرأة العاملة في سبيل نيل حقوقها الوظيفية														
الدرجة الكلية														
٤,٠١٦														
٠,٧٢٥														
٨٠,٣%														

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لدرجة اهتمام النقابة العمالية بتأهيل الكوادر النقابية النسائية بلغ (٤,٠١٦) درجة، بانحراف معياري (٠,٧٢٥)، وبلغ الوزن النسبي (٨٠,٣٪). مما يشير الى أن درجة اهتمام النقابة العمالية بتأهيل الكوادر النقابية النسائية جاءت بدرجة مرتفعة. أما الاستجابة على عبارات المحور، فقد جاءت على النحو التالي:

- جاءت في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٤,٠٧٠) العبارة التي نصها «تسعى النقابة إلى التواصل الدائم مع المرأة العاملة في سبيل نيل حقوقها الوظيفية»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨١,٤٪)

وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

- جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٤,٠٣٧) العبارة التي نصها «تحرص النقابة على رفع مستوى الثقافة العمالية لدى المرأة العاملة»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨٠,٧٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

- جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٤,٠٢٠) العبارة التي نصها «تسعى النقابة إلى تأهيل الكوادر النقابية النسائية لتحقيق المشاركة المهنية للمرأة في ميادين العمل»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨٠,٤٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

- جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (٤,٠١٠) العبارة التي نصها «تسعى النقابة إلى إقامة برامج تنمية تدريبية تأهيلية بهدف تأهيل الكوادر النسائية، لتكون على إلمام تام بقوانين وانظمة العمل النقابي»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٨٠,٢٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

- جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (٣,٩٨٧) العبارة التي نصها «تقوم النقابة العمالية بالإعداد للبرامج والأنشطة التي تتناول قضايا المرأة في بيئة العمل»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٧٩,٧٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

- جاءت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (٣,٩٧٠) العبارة التي نصها «تحرص النقابة العمالية على تبني برامج وحلقات تأهيلية خاصة بالمرأة، بهدف رفع كفاءتها المهنية»، وحصلت على وزن نسبي مقداره (٧٩,٤٪) وجاءت العبارة بناء عليه في التصنيف المرتفع.

رابعاً: بيانات متعلقة بمستوى إلمام الموارد البشرية العاملة بأهمية تأهيل الكوادر النقابية النسائية.

٤. مدى إلمام العينة بالقضايا التي تخص المرأة العاملة بالمؤسسة التي يعملون بها:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٦)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول مدى الإلمام بالقضايا التي تخص المرأة العاملة بالمؤسسة التي يعملون بها

الترتيب	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	عالي	76	25.3%
٢	متوسط	122	40.7%
٣	ضعيف	90	30.0%
٤	لا أعلم	12	4.0%
المجموع		300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن (٧٦) فرداً من عينة الدراسة أكدوا على أن مستوى إلمامهم بالقضايا التي تخص المرأة العاملة بالمؤسسة التي يعملون بها كان عالياً، وشكلوا نسبة بلغت (٢٥,٣٪) من

العينة، وأن (١٢٢) فرداً من عينة الدراسة قالوا أكدوا على أن مستوى إلمامهم بالقضايا التي تخص المرأة العاملة بالمؤسسة التي يعملون بها كان متوسطاً، وشكلوا نسبة (٤٠,٧%) من العينة، كما أن (٩٠) فرداً من عينة الدراسة أكدوا على أن مستوى إلمامهم بالقضايا التي تخص المرأة العاملة بالمؤسسة التي يعملون بها كان ضعيفاً، وشكلوا نسبة (٣٠,٠%) من العينة، وهنالك (١٢) فرداً من عينة الدراسة أكدوا بعدم علمهم بذلك.

٥. مدى وجود كوادرنسائيةضمنتشكيلةمجلسإدارةالنقابة:
تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول لتالي:

جدول رقم (٧)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول وجود كوادرنسائيةضمنتشكيلةمجلسإدارةالنقابة

الترتيب	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	144	48.0%
٢	لا	59	19.7%
٣	لا أعلم	97	32.3%
	المجموع	300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن عدداً كبيراً من عينة الدراسة بلغ (١٤٤) فرداً أكدوا على وجود كوادرنسائيةضمنتشكيلةمجلس إدارة النقابة ونسبتهم (٤٨,٠%) من العينة، في حين أن (٥٩) فرداً من عينة الدراسة أكدوا على عدم وجود كوادرنسائيةضمنتشكيلة مجلس إدارة النقابة ونسبتهم (١٩,٧%) من العينة، وهنالك عدد كبير نوعاً ما من عينة الدراسة بلغ (٩٧) فرداً أكدوا عدم علمهم بهذا الجانب، ونسبتهم (٣٢,٣%) من العينة.

٦. مدى وجود لجنة خاصة تعني بقضايا المرأة العاملة في النظام الأساسي للنقابة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول لتالي:

جدول رقم (٨)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول مدى وجود لجنة خاصة تعني بقضايا المرأة العاملة في النظام الأساسي للنقابة

الترتيب	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	98	32.7%
٢	لا	62	20.7%
٣	لا أعلم	140	46.7%
	المجموع	300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن عدداً كبيراً من عينة الدراسة بلغ (١٤٠) فرداً أكدوا على عدم علمهم بوجود لجنة خاصة تعني بقضايا المرأة العاملة في النظام الأساسي للنقابة ونسبتهم (٤٦,٧%) من العينة، في حين أن (٩٨) فرداً من عينة الدراسة أكدوا على وجود لجنة

٧. مدى اهتمام إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول لتالي:

جدول رقم (٩)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول مدى اهتمام إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة

الترتيب	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	عالي	55	18.3%
٢	متوسط	117	39.0%
٣	ضعيف	71	23.7%
٤	لا يوجد	21	7.0%
٥	لا أعلم	36	12.0%
	المجموع	300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن (١٨,٣%) من عينة الدراسة بينوا أن اهتمام إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة كان عالياً، وأن (٣٩,٠%) من العينة بينوا أن اهتمام إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة كان متوسطاً، و(٢٣,٧%) من العينة بينوا أن اهتمام إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة كان ضعيفاً، أما نسبة بلغت (٧,٠%) من عينة الدراسة فبينوا أن عدم وجود اهتمام من إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة.

٨. مدى وجود متابعة مستمرة من قبل إدارة النقابة العمالية للقضايا التي تهم المرأة العاملة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول لتالي:

جدول رقم (١٠)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول مدى وجود متابعة مستمرة من قبل إدارة النقابة العمالية للقضايا التي تهم المرأة العاملة

الترتيب	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	165	55.0%
٢	لا	32	10.7%
٣	لا أعلم	103	34.3%
	المجموع	300	100%



١٠. مستوى مشاركة المرأة بالعمل النقابي

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١٢)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول مستوى مشاركة المرأة بالعمل النقابي

الدرجة	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	عالي	39	13.0%
٢	متوسط	91	30.3%
٣	ضعيف	126	42.0%
٤	لا يوجد	20	6.7%
٥	لا أعلم	24	8.0%
	المجموع	300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن تقييم عينة الدراسة لمستوى مشاركة المرأة بالعمل النقابي كان عالياً بنسبة (١٣,٠٪)، ومتوسطاً بنسبة (٣٠,٣٪)، في حين أن تقييم عينة الدراسة لمستوى مشاركة المرأة بالعمل النقابي كان ضعيفاً بنسبة (٤٢,٠٪).

١١. أبرز القضايا التي تعاني منها المرأة العاملة (يمكن تحديد أكثر من خيار):

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١٣)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول أبرز القضايا التي تعاني منها المرأة العاملة

الدرجة	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	القضايا الاجتماعية	112	37.3%
٢	القضايا الاقتصادية	42	14.0%
٣	القضايا الحقوقية	90	30.0%
٤	القضايا الصحية	42	14.0%
٥	القضايا الخاصة بالمرأة	199	66.3%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أبرز القضايا التي تعاني منها المرأة العاملة كانت القضايا الخاصة بالمرأة بنسبة (٦٦,٣٪)، ثم القضايا الاجتماعية في الترتيب الثاني بنسبة (٣٧,٣٪)، في حين جاءت القضايا الحقوقية في الترتيب الثالث بنسبة (٣٠,٠٪)، والقضايا الاقتصادية والقضايا الصحية في الترتيب الرابع بنسبة (١٤,٠٪).

١٢. الأسباب الجوهرية المؤدية إلى عزوف المرأة عن المشاركة بالعمل النقابي (يمكن تحديد أكثر من خيار):

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن (١٦٥) فرداً من عينة الدراسة أكدوا على وجود متابعة مستمرة من قبل إدارة النقابة العمالية للقضايا التي تهم المرأة العاملة، ونسبتهم (٥٥,٠٪) من العينة، في حين أن (٣٢) فرداً من عينة الدراسة أكدوا على عدم وجود متابعة مستمرة من قبل إدارة النقابة العمالية للقضايا التي تهم المرأة العاملة ونسبتهم (١٠,٧٪) من العينة، وهنالك عدد من عينة الدراسة بلغ (١٠٣) فرداً أكدوا على عدم علمهم بوجود متابعة من قبل إدارة النقابة العمالية للقضايا التي تهم المرأة العاملة، ونسبتهم (٣٤,٣٪) من العينة.

٩. الصعوبات التي تواجهها النقابة للنهوض بقضايا المرأة العاملة (يمكن تحديد أكثر من خيار):

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١١)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول الصعوبات التي تواجهها النقابة للنهوض بقضايا المرأة العاملة

الدرجة	الإستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	عدم وجود اهتمام بقضايا المرأة العاملة	76	25.3%
٢	عدم توافر كادر نسائي بتشكيلة مجلس إدارة النقابة العمالية	132	44.0%
٣	عدم وجود لجنة تعني بقضايا المرأة ضمن لجان النقابة العمالية	73	24.3%
٤	قلة وجود الكوادر النسائية العاملة بالمؤسسة.	64	21.3%
٥	عدم توافر مقر دائم للنقابة العمالية	98	32.7%
٦	عدم وجود إلمام بقضايا المرأة العاملة	104	34.7%
<	صعوبة وسائل التواصل بين مجلس إدارة النقابة والأعضاء المنتسبين لها	56	18.7%
>	نشاط وطبيعة عمل المؤسسة	151	50.3%
م	أخرى	3	1.0%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أهم الصعوبات التي تواجهها النقابة للنهوض بقضايا المرأة العاملة كانت كما يلي:

- جاءت في الترتيب الأول «نشاط وطبيعة عمل المؤسسة» بنسبة (٤٤,٠٪).
- جاءت في الترتيب الثاني «عدم توافر كادر نسائي بتشكيلة مجلس إدارة النقابة العمالية» بنسبة (٤٤,٠٪).
- جاءت في الترتيب الثالث «عدم وجود إلمام بقضايا المرأة العاملة» بنسبة (٣٤,٧٪).
- جاءت في الترتيب الرابع «عدم توافر مقر دائم للنقابة العمالية» بنسبة (٣٢,٧٪).
- جاءت في الترتيب الخامس «عدم وجود اهتمام بقضايا المرأة العاملة» بنسبة (٢٥,٣٪).



جدول رقم (١٤)

يوضح استجابات عينة الدراسة حول الأسباب الجوهرية المؤدية إلى عزوف المرأة عن المشاركة بالعمل النقابي

الترتيب	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	قلة خبرة المرأة بالعمل النقابي	216	72.0%
٢	عدم التفرغ	249	83.0%
٣	لا يوجد حرية لممارسة العمل النقابي بالمؤسسة	174	58.0%
٤	عدم وجود إلمام بقضايا المرأة العاملة	162	54.0%
٥	عدم وجود مساندة وتشجيع من الملمين بالعمل النقابي	199	66.3%
	المجموع	300	100%

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق أن أبرز الأسباب الجوهرية المؤدية إلى عزوف المرأة عن المشاركة بالعمل النقابي كانت عدم التفرغ بنسبة (٨٣,٠٪)، ثم قلة خبرة المرأة بالعمل النقابي في الترتيب الثاني بنسبة (٧٢,٠٪)، كذلك عدم وجود مساندة وتشجيع من الملمين بالعمل النقابي في الترتيب الثالث بنسبة (٦٦,٣٪)، وعدم وجود حرية لممارسة العمل النقابي بالمؤسسة في الترتيب الرابع بنسبة (٥٨,٠٪).

إستنتاجات الدراسة والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

تالياً أهم النتائج واستنتاجات الدراسة:

- إن أهم اساليب التواصل بين العمال والنقابة العمالية كانت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ثم من خلال اللقاءات المباشرة، ثم من خلال الهاتف وأيضاً من خلال البريد الإلكتروني، وأن أكثر الوسائل الإتصالية أهمية بالنسبة للنقابة العمالية كانت مواقع التواصل الاجتماعي، ثم البريد الإلكتروني، ثم الهاتف الجوال، وأخيراً من خلال النشرات والمطبوعات.
- إن مستوى أهمية الجهود الإتصالية التي تبذلها النقابة العمالية في توعية العمال بحقوقهم وواجباتهم جاءت بدرجة مرتفعة، وكانت أهم هذه الجهود هي تركيز النقابة العمالية على وسائل إعلامية غير مكلفة، وتحسن النقابة العمالية إلى إستخدام شبكة الإنترنت للترويج لخدماتها، كما تقوم النقابة العمالية بترويج مميز للتوعية بالحقوق والواجبات، كذلك تقيم النقابة العمالية اللقاءات والندوات للتوعية بحقوق وواجبات العمال.
- إن درجة اهتمام النقابة العمالية بقضايا المرأة العاملة كانت مرتفعة، وكانت أهم مجالات الإهتمام قيام النقابة بإعداد البرامج ذات الطابع الاجتماعي، وسعيها إلى التواصل الدائم مع كوادرها العاملة لأجل حصر القضايا العمالية لمعالجتها وتوثيقها، وسعي النقابة العمالية جاهدة إلى حصول المرأة العاملة على كامل حقوقها ببيئة العمل، كذلك أيضاً حرصها على رفع مستوى الثقافة العمالية لدى المرأة العاملة في كل ما تحتاجه من معلومات ومتطلبات في بيئة العمل.

- إن اهتمام النقابة العمالية بتأهيل الكوادر النقابية النسائية جاء بدرجة مرتفعة، وكانت أكثر جوانب هذا الإهتمام هي سعي النقابة إلى التواصل الدائم مع المرأة العاملة في سبيل نيل حقوقها الوظيفية، وحرص النقابة على رفع مستوى الثقافة العمالية لدى المرأة العاملة، كذلك سعي النقابة إلى تأهيل الكوادر النقابية النسائية لتحقيق المشاركة المهنية للمرأة في ميادين العمل.

- إن عدداً كبيراً من عينة الدراسة أكدوا على عدم علمهم بوجود لجنة خاصة تعني بقضايا المرأة العاملة في النظام الأساسي للنقابة، في حين نسبة كبيرة من عينة الدراسة بينوا أن اهتمام إدارة الشركة بالقضايا التي طرحها النقابة العمالية الخاصة بالمرأة العاملة كان عالياً، كما أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة أكدوا على وجود متابعة مستمرة من قبل إدارة النقابة العمالية للقضايا التي تهم المرأة العاملة.

- إن أهم الصعوبات التي تواجهها النقابة للنهوض بقضايا المرأة العاملة كانت نشاط وطبيعة عمل المؤسسة، وعدم توافر كادر نسائي بتشكيلة مجلس إدارة النقابة العمالية، ثم عدم وجود إلمام بقضايا المرأة العاملة، وعدم توافر مقر دائم للنقابة العمالية.

- إن أبرز الأسباب الجوهرية المؤدية إلى عزوف المرأة عن المشاركة بالعمل النقابي كانت عدم التفرغ، ثم قلة خبرة المرأة بالعمل النقابي، كذلك عدم وجود مساندة وتشجيع من الملمين بالعمل النقابي.

ثانياً: توصيات الدراسة:

هذه مجموعة من التوصيات لمختلف الجهات المعنية بمشاركة المرأة في العمل النقابي:

١. ضرورة عمل حملات توعوية من خلال مختلف وسائل الإعلام لتوضيح أهمية مشاركة المرأة البحرينية في العمل النقابي ودورها الفعال في ذلك.
٢. عرض تجارب نسائية بحرينية عملت في مجال العمل النقابي من خلال عمل لقاءات صحفية ومقابلات تلفزيونية معها.
٣. توعية النساء البحرينيات العاملات، خصوصاً الجدد بمختلف القوانين والبنود المتعلقة بالعمل النقابي.
٤. إقامة ندوات وبرامج وورش عمل مكثفه في العمل النقابي للنساء البحرينيات المقبلين على سوق العمل.
٥. ضرورة الإطلاع على تجارب الآخرين ولاسيما العناصر النسائية بالدول الأخرى سواء كانت عربية أو أجنبية من لهم خبرات عملية طويلة بالعمل النقابي.

المراجع

١. الاتحاد العربي للنقابات، برنامج العمل بشأن تحقيق المساواة في الجندر بنقابات العمال، ط١ (المركز الإعلامي: عمان، ٢٠١٩م).
٢. الاتحاد العربي للنقابات، ميثاق حقوق المرأة العاملة، ط١ (المركز الإعلامي: عمان، ٢٠١٩م).
٣. اتحاد عمال البحرين، "الحريات والحقوق النقابية في البحرين"، ط١ (بيروت: دار النهضة العربية، ١٩٩١م).
٤. إحسان محمد حسن، علم الاجتماع الصناعي، ط١، (الأردن: دار الواصل للنشر، ٢٠٠٥م).
٥. أحمد سعيد الأصبحي، الحركة النقابية الكويتية لمحة تاريخية، ط١ (دولة الكويت: إصدار الاتحاد العام لعمال الكويت ٢٠٠٩م).
٦. المجلس الأعلى للمرأة، "الخطوة الاستراتيجية لتنفيذ الخطة الوطنية لنهوض المرأة البحرينية" (٢٠١٩م - ٢٠٢٢م).
٧. المنصف الشنوفي، محمد معوض وآخرون، دراسات إعلامية (دولة الكويت: ذات السلاسل، ١٩٩٥م).
٨. جمال شحاته حبيب. السلوك الانساني والبيئة الإجتماعية (الأسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٠م).
٩. جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط١ (الأردن: مكتبة دار الثقافة، ٢٠١١م).
١٠. جور لوفران، "الحركة النقابية حول العالم"، ترجمة إلياس مرعي، ط٣ (بيروت: منشورات عويدات، ١٩٨٦م).
١١. جيل فيسار، النقابات العمالية في الميزان، منظمة العمل الدولية (مكتب العمل الدولي: ٢٠١٩م).
١٢. حامد عبدالله ربيع، مقدمة في نظرية الرأي العام، ط١ (القاهرة: نشر وتقديم وتحرير حامد عبدالمجيد قويسني ٢٠٠٧م).
١٣. حسين عبدالحاميد أحمد رشوان، "التصنيع والمجتمع دراسته في علم الاجتماع الصناعي"، (مصر: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٠م).
١٤. حسين عبداللطيف حمدان، قانون العمل، دراسة مقارنة، ط١ (لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠٠٩م).
١٥. حميد سميسم، الرأي العام وطرق قياسه، ط١ (القاهرة: دار ومكتبة حامد، ٢٠٠٢م).
١٦. حنفي علي، "الجوانب النظرية والتطبيقية في إدارة الموارد البشرية"، (مصر: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٨م).
١٧. دافيد ج. ليرمان، كيف تغير تصرفات أي شخص (لبنان: الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٦م).
١٨. رائد يوسف الحاج، إدارة السلوك الإنساني والتنظيمي (عمان: دار غيداء، ٢٠٠٨م).
١٩. ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه مناهجه واساليبه إجراءاته، (الأردن: بيت الأفكار الدولية، ٢٠٠١م).
٢٠. زبيدة البلوشي، المرأة العربية ودورها بالعمل النقابي، ط١ (مملكة البحرين: مؤسسة الأيام للنشر، ٢٠٢٢م).
٢١. زيد منير عبوي، "إدارة الموارد البشرية"، ط١، (الأردن: كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
٢٢. سعيد بن علي بن ثابت، الرأي العام "دراسات تأصيلية على عصر الخلافة الراشدة"، ط١، (الرياض: دار الحضارة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).
٢٣. سامية لطفي الأنصاري و سيد محمود الطواب، الصحة النفسية وعلم النفس الاجتماعي والتربية الصحية (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٧م).
٢٤. سعد الدين إبراهيم، "النقابات العربية"، سلسلة من إنتاج ثقافة المجتمع المدني (القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع، ١٩٩٧م).
٢٥. سعيد بن علي بن ثابت، الرأي العام (دراسات تأصيلية على عصر الخلافة الراشدة)، ط١، (الرياض: دار الحضارة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).
٢٦. سمير محمد حسين. بحوث الاعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة: علم الكتاب، ١٩٩١م).
٢٧. سمير محمد حسن، الرأي العام "الأسس النظرية والجوانب المنهجية"، ط١، (القاهرة: علم الكتاب، ١٩٩٧م).
٢٨. سمير حسين، بحوث الإعلام، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦م).
٢٩. سلسلة إصدارات معهد البحرين للتنمية السياسية، مفاهيم وآليات العمل النقابي، (الإصدار ٢٠٠٨م).
٣٠. شمس الدين أبي عبدالله محمد، رحلة ابن بطوطة ج١، (المملكة المغربية: مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية، ١٩٩٧).
٣١. ضياء محمد الموسوي، سوق العمل والنقابات العمالية في إقتصاد السوق الحر، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٧م).
٣٢. عبدالمجيد نشواني، علم نفس التربوي (عمان: دار الفرقان، ٢٠٠٣م).
٣٣. عبدالوهاب الكيالي، "الموسوعة السياسية"، ط١ (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٥٤م).

٣٤. عوض هاشم، أثر التلفزيون في تعدي الإتجاهات النفسية (مملكة البحرين: المطبعة الحكومية لوزارة الإعلام، ١٩٩٢م).
٣٥. قاموس المصطلحات السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، (مملكة البحرين: سلسلة كتب ٢٠١٤م).
٣٦. كاميليا عبدالفتاح، سيكولوجية المرأة العاملة، (القاهرة: نهضة مصر للطباعة والنشر، ١٩٩٠م).
٣٧. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج ٢، ط ٣ (القاهرة: مطابع الأوفست بشركة الإعلانات الشرقية، ١٩٨٥م).
٣٨. محمود إسماعيل وجمال معوض، علم السياسة، ط ٢ (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٧م).
٣٩. محمود عبدالفتاح رضوان، "المدير المتميز وتطوير الأداء الإداري"، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٤م).
٤٠. محمد الريشهري، "موسوعة الإمام علي بن أبي طالب (ع) في الكتاب والسنة والتاريخ"، الجزء ٧ (لبنان: دار الحديث للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م).
٤١. محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية، ط ١ (المكتب الجامعي الحديث: ٢٠١٠م).
٤٢. محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م).
٤٣. محمد عبدالقادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، (الجمهورية اللبنانية: مكتبة لبنان ناشرون، ١٩٨٩م).
٤٤. محمد رفقي عيسى، اتجاهات عينة من شباب الكويت نحو بعض المفاهيم المرتبطة بالنظام المدرسي والخدمة العامة، المجلة التربوية (جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي، ١٤٠٤، ١٩٨٧م).
٤٥. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط ٣ (الجمهورية اليمنية: دار الكتب، ٢٠١٩م).
٤٦. محمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣م).
٤٧. محمد محمود الجوهري، علم الاجتماع الصناعي والتنظيم، ط ٢ (عمان: دار مسيرة للنشر، ٢٠١١م).
٤٨. محمد مسعود العجمي، الحركة العمالية النقابية في الكويت، ط ١ (دولة الكويت: شركة الربيعان للنشر والتوزيع، ١٩٨٢م).
٤٩. محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية رقم ٨١ (دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٨م).
٥٠. محمد نعمان جلال، "النظام السياسي في مملكة البحرين"، ط ٢ (مملكة البحرين: مركز البحرين للدراسات والعلوم، ٢٠٠٧م).
٥١. معن محمود عياصرة و مروان بني أحمد، "إدارة الصراع والأزمات وضغوط العمل والتغيير"، (عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
٥٢. نبيه إبراهيم إسماعيل، الإنسان والسلوك الاجتماعي (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٤م).
٥٣. الموقع الإلكتروني: أحمد السيد كردي. تنمية العمل النقابي، تاريخ نشأة النقابات، <http://kenanaonline.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٩/٠٣ م ١٣:٠٠.
٥٤. الموقع الإلكتروني: أبن منظور، لسان العرب، <https://www.al-jawaab.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/٠٣ م ١٠:٠٠.
٥٥. الموقع الإلكتروني: الأكاديمية العربية بالدخار، <http://www.ao-academy.org>، تم الإطلاع عليها بتاريخ ٢٠٢١/١٠/٠٣ م ١١:٠٠.
٥٦. الموقع الإلكتروني: الأمم المتحدة، <https://www.un.org>، تم الإطلاع بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١٨ م ١٨:٠٠.
٥٧. الموقع الإلكتروني: الاتحاد الحر لنقابات عمال البحرين، www.bflufbh.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/٢٠ م ١٥:٠٠.
٥٨. الموقع الإلكتروني: الاتحاد العام لعمال البحرين، www.gfbtu.org، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٦ م ١٤:٠٠.
٥٩. الموقع الإلكتروني: الاتحاد الأوروبي للنقابات، www.arabtradeunionsunity.wordpress.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٢/٢٦ م ١٠:٠٠.
٦٠. الموقع الإلكتروني: الاتحاد العام لعمال سلطنة عمان، www.gfow.om، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٦ م ١٥:٠٠.
٦١. الموقع الإلكتروني: الاتحاد العام لنقابات عمال مصر، www.etufnews.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٦ م ١٢:٠٠.
٦٢. الموقع الإلكتروني: افريت، www.eferrit.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١١ م ١٥:٠٠.
٦٣. الموقع الإلكتروني: أكاديمية علم النفس، مفهوم الاتجاهات، <https://www.acofps.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠ أكتوبر ٢٠٢١ م ١٥:٠٠.
٦٤. الموقع الإلكتروني: المجلس الأعلى للمرأة، www.scw.bh، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٧ م ١٦:٠٠.
٦٥. الموقع الإلكتروني: الحزب الشيوعي العراقي، www.iraqicp.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٤ م ١٠:٠٠.
٦٦. الموقع الإلكتروني: اللجنة الوطنية للجان العمالية بالمملكة العربية السعودية، www.snc.org.sa، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٨ م ١٦:٣٠.

٦٧. الموقع الإلكتروني، الموضوع، مفهوم عمل المرأة، <https://mawdoo3.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١٢ م ٢١:٠٠.
٦٨. الموقع الإلكتروني جرنان، www.jrannan.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٢/٢٧ م ١٦:٠٠.
٦٩. الموقع الإلكتروني، جريدة العرب الاقتصادية الدولية، خالد صالح الحميدي، أوائل التنظيمات النقابية في الإسلام، ٩ يناير ٢٠١٢، www.aleqt.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٢/١٧ م ٨:٣٠.
٧٠. الموقع الإلكتروني، حياتك، <https://hyatoky.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١٥ م ١٤:٠٠.
٧١. الموقع الإلكتروني، سترينج فكسر، المرأة في الحروب العالمية، www.stringfixer.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١٢ م ١٩:٠٠.
٧٢. الموقع الإلكتروني، صحيفة الوسط البحرينية العدد ٦٠٢ الجمعة ٣٠ أبريل ٢٠٠٤ م الموافق ١٠ ربيع الاول ١٤٢٥ هـ، <http://www.alwasatnews.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٩/٠٥ م ١٦:٣٠.
٧٣. الموقع الإلكتروني، صندوق النقد الدولي، <https://www.imf.org>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١٦ م ١٢:٠٠.
٧٤. الموقع الإلكتروني، شبكة النبأ المعلوماتية، <http://www.annabaa.org>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/٠٢ م ١٦:٠٠.
٧٥. الموقع الإلكتروني، مجلس النواب البحريني، www.nuwab.bh، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٢/١٢ م ١٤:٠٠.
٧٦. الموقع الإلكتروني، مفهوم العمل النقابي، <http://medicable.unblog.fr>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٩/٠٥ م ١٧:٣٠.
٧٧. الموقع الإلكتروني، منظمة العمل الدولية، www.ilo.org، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٢/١٥ م ١١:٠٠.
٧٨. الموقع الإلكتروني، منظمة العمل العربية، <https://alolabor.org>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/١٥ م ١٣:٠٠.
٧٩. الموقع الإلكتروني، مجلة أجيال الألكترونية، <http://ajyaal.ma3ali.net>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١٠/٠١ م ١٢:٠٠.
٨٠. الموقع الإلكتروني، هيئة التشريع والرأي القانوني، دستور مملكة البحرين، www.lloc.gov.bh، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٥ م ١٢:١٠.
٨١. الموقع الإلكتروني، وزارة العمل والتنمية الاجتماعية، قانون العمل في القطاع الأهلي، www.mlsc.gov.bh، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٦ م ١٠:٠٠.
٨٢. الموقع الإلكتروني، وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية، www.hrsd.gov.sa، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٧ م ١٢:٣٠.
٨٣. الموقع الإلكتروني، حمود عقلة العنزي، المفاهيم العشر في إدارة العمل النقابي، (الإتحاد الوطني لطلبة الكويت - فرع جامعة الكويت) www.paldf.net، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/١٨ م ١٠:٠٠.
٨٤. الموقع الإلكتروني، الحوار المتمدن، عبد الحميد الأمين، الحركة العمالية والنقابية، (العدد: ٢٢١٠ - ١١ / ٢٠٠٨ / ٣ - ٤ - ٠٨)، <http://www.ahewar.org>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٩/٠٦ م ١٢:٠٠.
٨٥. الموقع الإلكتروني، مفهوم الاتجاهات، <http://www.moqatel.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١١/٣٠ م ١٠:٣٠.
٨٦. الموقع الإلكتروني، سيكولوجية الإتجاه، <http://tarbiya.maktoobblog.com>، ٢٠ ديسمبر ٢٠١١.
٨٧. الموقع الإلكتروني، الاتجاهات النفسية، <http://taouinet.maktoobblog.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٦/٢٧ م ١٣:٠٠.
٨٨. الموقع الإلكتروني، الهيئة العامة للتأمين الإجتماعي، مملكة البحرين ٢٠٢١، www.sio.gov.bh، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢٢/٠٣/٠٣ م ١٥:٠٠.
٨٩. الموقع الإلكتروني، سطور، النقابات العمالية، <https://sotor.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٦/٢٧ م ١٤:٠٠.
٩٠. الموقع الإلكتروني، جعفر محمد العيد، الاتجاهات الإيجابية كيف يمكن تقويتها لدى الأفراد، <http://www.alwahamag.com>، ٢٠٢١/٧/١٩ م ١٤:١٥.
٩١. الموقع الإلكتروني "المرسال"، تعريف عمل المرأة حديثاً <https://www.almrsal.com>، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/٠٦/٢٦ م ١٢:٣٠.
٩٢. الموقع الإلكتروني "الاتحاد العام لطلبة تونس"، تعريف العمل النقابي، www.ugetipein.wordpress.com، تم الإطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢٢/٠٤/١٦ م ١٦:٠٠.
٩٣. رجا عاصي، دراسة ميدانية، " المرأة في العمل: فرص العمل في الشرق الأوسط على وشك أن تتضاعف في ظل الثورة الصناعية الرابعة"، ٢٠٢٠ م.
٩٤. هبة عبد المنعم و سفيان قعلول، دراسة إستطلاعية، "محددات مشاركة المرأة في القوى العاملة في الدول العربية"، ٢٠١٨ م، صندوق النقد العربي.
٩٥. محمود محمد عبد الحليم، "إتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية و مواقع الصحف الإلكترونية". دراسة ميدانية،

منشورة (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٧م).

٩٦. محمد سيف الإنصاري، "إتجاهات الشباب الخليجي نحو مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٧م).

٩٧. مجيد ميلاد الجزيري، "إتجاهات الرأي العام لمواطني الخليج العربي نحو أداء مجلس التعاون الخليجي"، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٦م).

٩٨. مضايي الصالح، "إتجاهات الجمهور السعودي نحو صورة العرب و المسلمين في الصحافة الغربية"، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٦م).

٩٩. رحيمي شرقي، النقابات العمالية، "محاضرة غير منشورة في مقياس إدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية، مستوى سنة ثالثة علم الاجتماع تنظيم وعمل"، جامعة قاصدي مرباح ورقلة: كلية العلوم الإنسانية، ٢٠١٦م.

١٠٠. عبدالقادر لصواني، "تطور العمل النقابي في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم سياسية، تخصص تنظيم إداري (جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ٢٠١٤م).

١٠١. حنان شطبي، "الحركة النقابية العمالية في الجامعة الجزائرية دافع أو معرقل للأداء البيداغوجي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة منتوري، الجزائر، ٢٠١٠م).

١٠٢. سهام إبراهيم كامل محمد، اتجاهات معلمات رياض الأطفال نحو العمل مع الطفل في ضوء بعض المتغيرات النفسية والديموغرافية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية رياض الأطفال - جامعة القاهرة، مصر، ٢٠٠٨م.

١٠٣. حوري عيوش، "إستراتيجية الممارسة النقابية في المؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، دراسة حالة لنقابة الطيارين المدنيين الجزائريين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠٠٦م.

communication and interaction. We will also examine the ways in which these norms are enforced and how they can impact virtual identity formation.

The third section of the paper will focus on digital environments and the ways in which they shape virtual identity formation. We will explore the role of online platforms and social media networks in facilitating virtual identity formation and the impact that these environments can have on our sense of self and our relationships with others. We will also examine the ways in which digital environments can influence the formation of social norms and the ways in which individuals interact with one another.

In conclusion, this paper aims to provide a comprehensive exploration of the complexities involved in virtual identity formation. By examining the interplay between self-representation, social norms, and digital environments, we hope to gain a deeper understanding of the factors that shape our virtual identities and the impact that this has on our sense of self and our relationships with others. Ultimately, this knowledge can help us to navigate the complex world of online interactions and build more authentic and meaningful connections with others.

PROBLEMATIC

The widespread use of digital technologies and online platforms has given rise to virtual identities that individuals create and maintain to interact with others. The process of virtual identity formation is complex and multifaceted, involving factors such as self-representation, social norms, and digital environments. However, despite the importance of virtual identities in our lives, there is a lack of understanding about the complexities involved in their formation and the impact that this has on our sense of self and our relationships with others. From here we pose the Main question: What are the complexities involved in virtual identity formation, and how do self-representation, social norms, and digital environments shape the formation of virtual identities? Under this question we pose 4 secondary

Questions:

- What strategies do individuals use to create and maintain their virtual identities, and how do these strategies impact their sense of self?
- What are the different types of social norms that exist in online communities, and how do they influence online

behavior and virtual identity formation?

- How do digital environments, such as online platforms and social media networks, shape the formation of virtual identities and impact our relationships with others?
- What are the implications of virtual identity formation for building authentic and meaningful connections online, and how can we navigate the complexities of virtual identity formation to achieve this goal?

IMPORTANCE OF STUDY

The study of virtual identity formation and its complexities is important for several reasons. First, as the world becomes increasingly digital and online interactions become more prevalent, understanding how individuals form and present their virtual identities is crucial. Second, virtual identities have significant implications for how individuals interact with each other online and how they perceive themselves in the digital space. Third, digital platforms and social media networks have a significant impact on virtual identity formation, and understanding this relationship is important for developing policies and interventions that promote healthy online interactions and protect users from negative consequences.

This study is also important because it highlights the need to examine the interplay between self-representation, social norms, and digital environments when studying virtual identity formation. By taking a comprehensive approach to this topic, this study provides insights into how these factors interact to shape virtual identities and influence online behavior. Ultimately, this study has the potential to inform the development of interventions and strategies that support healthy virtual identity formation and promote positive online interactions.

AIMS OF THE STUDY

This study aims to examine how individuals present themselves online, how they navigate social norms and expectations in these virtual environments, and how their virtual identity interacts with their offline identity. The research also seeks to explore how the virtual identity formation process differs across different digital environments and social media platforms.

Through this investigation, the study hopes to gain a deeper understanding of the complex and multifaceted nature of virtual identity formation, and the impact of these identities

Exploring the Complexities of Virtual Identity Formation:

An Examination of Self-Representation, Social Norms, and Digital Environments

Dr. Amina Backar

University Mohamed Lamine Debaghine -Setif2
imen.guergouri@univ-constantine3.dz

Dr. Bununi Mahdi

University Mohamed Lamine Debaghine -Setif2
fathallahfakia91@gmail.com

Abstract

This paper explores the complexities of virtual identity formation by examining the interplay between self-representation, social norms, and digital environments. The first section focuses on self-representation, exploring the strategies individuals use to create and maintain their virtual identities and the impact this has on their sense of self. The second section examines the influence of social norms on online behavior, including the different types of norms that exist in online communities and their enforcement. The third section looks at digital environments and their role in virtual identity formation, including the impact of online platforms and social media networks on our sense of self and our relationships with others. Ultimately, this paper provides a comprehensive exploration of the factors that shape our virtual identities and the implications for building authentic and meaningful connections online.

Keywords

virtual identity formation, self-representation, social norms, digital environments, online behavior

INTRODUCTION

The rise of digital technologies and online platforms has transformed the way we interact with each other and present ourselves to the world. In today's digitally connected world, we are increasingly reliant on virtual identities to communicate, conduct business, and socialize. Virtual identities refer to the digital representations of ourselves that we create and maintain through various online platforms such as social media, messaging apps, and online gaming platforms. These virtual identities play a crucial role in our lives as they allow us to connect with others and express ourselves in ways that were not possible before.

The process of creating and maintaining a virtual identity is complex and multifaceted. It involves a range of factors such as self-representation, social norms, and digital environments. Self-representation refers to the way in which individuals portray themselves through their virtual identities. This can include aspects such as profile pictures, status updates, and online interactions. Social norms, on the other hand, refer to the unwritten rules and expectations that govern online behavior. These norms can differ depending on the online platform and the specific community that one is a part of. Finally, digital environments refer to the technological infrastructure that supports virtual identity formation, such as

online platforms and social media networks.

Given the importance of virtual identities in our lives, it is essential to understand the complexities involved in their formation. This paper aims to explore these complexities by examining the interplay between self-representation, social norms, and digital environments. We will explore how individuals navigate these factors to create and maintain their virtual identities and the impact that this has on their sense of self and their relationships with others.

The first section of the paper will focus on self-representation and the ways in which individuals present themselves through their virtual identities. We will explore the different strategies that people use to create and maintain their online persona, such as selective self-disclosure and impression management. We will also examine the role that virtual identities play in the construction of identity and the ways in which they can both reflect and shape our sense of self.

The second section of the paper will focus on social norms and the ways in which they influence online behavior. We will explore the different types of social norms that exist in online communities, such as normative expectations around

by which individuals create and shape their online presence and communicate with others in digital environments.»

«Virtual identity formation also encompasses the ways in which individuals present themselves online, the types of information they share, and the interactions they have with others in digital environments.» , and according to “boyd” «Virtual identity formation involves the active construction of a digital persona that represents an individual’s self-concept and social identity in digital environments.»

Virtual identity formation can be defined as the process of constructing and developing an online persona that represents an individual’s digital presence. This persona is shaped by various factors such as personal interests, beliefs, behaviors, and experiences, as well as the social and cultural norms of the online community. This definition can be visualized as a three-part process:

- 1. **Creation:** The first stage involves creating a digital identity by choosing an online username, profile picture, and other identifying information. This may also involve establishing a presence on various social media platforms and online communities.
- 2. **Development:** The second stage involves developing and shaping the virtual identity by engaging in online activities such as posting content, commenting on posts, and interacting with other users. This stage is influenced by factors such as personal values, beliefs, and interests, as well as the norms and expectations of the online community.
- 3. **Maintenance:** The final stage involves maintaining the virtual identity over time. This may involve updating or modifying the online persona to reflect changes in personal values, beliefs, or experiences, as well as adapting to changes in the online community.

Overall, virtual identity formation is an ongoing process that involves constructing, developing, and maintaining a digital persona that represents an individual’s online presence.

At the individual level, virtual identity formation involves the construction and development of a digital persona that reflects an individual’s personal interests, values, beliefs, and experiences. This includes choosing an online username, profile picture, and other identifying information, as well as engaging in online activities such as posting content, commenting on posts, and interacting with other users. The maintenance of the virtual identity over time is also important at the individual level, as an individual’s personal values, beliefs, and experiences may change over time and require updates to their online persona.

At the micro level, virtual identity formation involves the construction and development of a digital persona within a specific online community or social network. This includes conforming to the norms and expectations of the online community, which may be influenced by factors such as the type of platform, the demographics of the users, and the shared interests of the community. The maintenance of the virtual identity within the online community may also involve adapting to changes in the community over time.

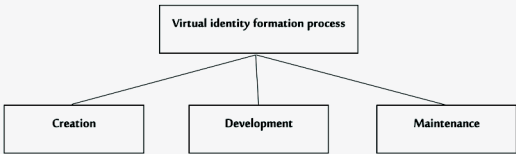
At the macro level, virtual identity formation involves the construction and development of digital personas within the broader cultural and societal context. This includes considering the larger cultural values and norms that may influence online behavior and identity formation, as well as the social and political implications of online identity. The maintenance of virtual identity at the macro level may involve engaging in discussions and debates about the impact of online identity on society and advocating for changes that promote ethical and responsible online behavior.

• self-representation

Self-representation in the context of virtual identity formation refers to how individuals choose to portray themselves online through various means such as usernames, profile pictures, and personal information. It also encompasses how individuals present their beliefs, values, and interests through their online activities, such as the content they post and the interactions they have with other users.

There are various perspectives on self-representation in virtual identity formation. Some researchers argue that individuals

Shape 1
Virtual identity formation process



on individuals' offline lives. The research findings may also have practical implications for individuals, educators, and policymakers working in the digital realm, such as promoting positive online identity development and navigating online social norms.

LITERATURE REVIEW

- Boyd, D: «Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life», 2007, MacArthur Foundation Series on Digital Learning. This paper explores the ways in which teenagers use social network sites to construct their virtual identities. Boyd argues that social network sites allow teenagers to create «networked publics» - spaces where they can connect with others, share information, and establish social norms. Through a series of case studies, Boyd demonstrates how teenagers use social network sites to experiment with different identities and establish their sense of self.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C: «The Benefits of Facebook «Friends»: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites», 2007, Journal of Computer-Mediated Communication. This study examines the role of Facebook in virtual identity formation among college students. The authors argue that social network sites like Facebook allow individuals to build social capital by connecting with others and sharing information. They find that Facebook use is positively correlated with measures of social capital, including the size and diversity of individuals' social networks.
- Gosling, S. D., Gaddis, S., & Vazire, S: «Personality Impressions Based on Facebook Profiles», 2007, International Conference on Weblogs and Social Media. This study examines the extent to which Facebook profiles accurately reflect individuals' personalities. The authors find that individuals who are high in extraversion and openness tend to have more «positive» profiles, while those who are high in neuroticism and agreeableness have more «negative» profiles. They also find that Facebook profiles are a relatively accurate predictor of individuals' real-life personalities.
- Joinson, A. N. Title: «Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity» 2001 European Journal of Social Psychology. This paper explores the ways in which self-disclosure

is influenced by the anonymity of digital environments. Joinson argues that individuals are more likely to disclose personal information in digital environments because they feel less self-aware and less accountable for their behavior. However, he also notes that individuals may be more likely to engage in self-disclosure when they are visually anonymous, rather than completely anonymous.

- Turkle, S. Title: «The Second Self: Computers and the Human Spirit» 1984, This classic work explores the psychological and social implications of virtual identity formation. Turkle argues that digital environments allow individuals to experiment with different identities and explore aspects of themselves that may be difficult to express in real-life interactions. She also notes that digital environments can create a sense of distance and anonymity that can lead to new forms of self-expression and intimacy.
- Auteur: Toma, C. L., & Hancock, J. T. Title: «What Lies Beneath: The Linguistic Traces of Deception in Online Dating Profiles», 2010 Journal of Communication. This study examines the extent to which individuals engage in deception in their online dating profiles. The authors find that individuals tend to selectively self-present in online environments, emphasizing certain traits and characteristics while downplaying or omitting others. They also find that individuals are more likely to engage in deception when they perceive their audience as less knowledgeable about the topic being discussed.

THEORETICAL BACKGROUND

• Virtual identity formation

Virtual identity formation refers to the process by which individuals create and manage their online persona or digital identity. It involves the selection and curation of personal information, communication styles, and online behaviors in digital environments such as social media, online gaming, or virtual reality platforms.

And «Virtual identity formation refers to the ways in which individuals construct and manage their online identities through various digital platforms.» And «Virtual identity formation involves the creation, maintenance, and management of a digital persona that reflects an individual's self-concept and social identity in digital environments.» In another definition «Virtual identity formation is the process

gaming.»¹⁰

«Online behavior includes all forms of human activity on the internet, including the creation and consumption of content, communication with others, and participation in online communities.»¹¹

«Online behavior encompasses the various ways that individuals interact with digital media and information, including search behavior, online shopping, and social media usage.»¹²

STRATEGIES OF SELF-REPRESENTATION

- **Selective self-presentation:** This strategy involves presenting only certain aspects of oneself while concealing others. For example, an individual might choose to highlight their achievements and positive qualities on social media while downplaying their flaws or weaknesses. This strategy can be effective for managing impressions and projecting a favorable image, but it can also lead to a lack of authenticity and a sense of disconnection between one's online and offline selves.¹³
- **Self-disclosure:** This strategy involves revealing personal information about oneself online, such as one's feelings, experiences, and beliefs. Self-disclosure can help to build trust and intimacy with others online, but it can also be risky if the information disclosed is too personal or sensitive.¹⁴
- **Impression management:** This strategy involves actively manipulating one's online image to project a certain identity or persona. For example, an individual might create a professional-looking LinkedIn profile to impress potential employers, or they might adopt a certain style or persona in online gaming communities. This strategy can be effective for achieving specific goals, but it can also be exhausting and lead to feelings of inauthenticity.¹⁵

- **Social comparison:** This strategy involves comparing oneself to others online and adjusting one's self-presentation accordingly. For example, an individual might start posting more photos of themselves at the gym after seeing their friends' fitness posts on Instagram. This strategy can be motivating and help to establish social norms, but it can also lead to feelings of insecurity and self-doubt.¹⁶

SOCIAL NORMS

Social norms also play a crucial role in virtual identity formation. Social norms are the unwritten rules and expectations that guide social behavior in a given context. In the context of virtual identity formation, social norms can influence how individuals present themselves online and how they interact with others.

Here are a few examples of social norms that can affect virtual identity formation:

- **Norms of authenticity:** Some online communities place a high value on authenticity and expect individuals to present themselves honestly and transparently. In such communities, self-representation strategies that involve selective self-presentation or impression management may be frowned upon or even punished.
- **Norms of anonymity:** In some online environments, individuals may be encouraged or even required to use pseudonyms or other forms of anonymity. This can allow individuals to experiment with different identities or express themselves more freely without fear of judgment or backlash.
- **Norms of reciprocity:** Online communities may also have norms of reciprocity, where individuals are expected to contribute to the community in some way in exchange for the benefits of membership. This can create pressure to present oneself in a certain way or engage in certain

10 Joinson, A. N. Understanding the psychology of internet behaviour: Virtual worlds, real lives. Palgrave Macmillan, 2014, p3.

11 Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 2017, p313

12 Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. Is Facebook creating «Disorders»? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 2013. p1244

13 Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Reading between the lines: linguistic cues to deception in online dating profiles. *Journal of communication*, 60(3), 413-433.

14 Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Sage Publications.

15 Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.

16 Festinger, L. A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 1954, 117-140.

tend to present an idealized version of themselves online, highlighting their positive traits and downplaying their negative traits¹. Others argue that self-representation online is more complex, as individuals may present different versions of themselves depending on the context and the audience²

Regardless of the perspective, self-representation is an important aspect of virtual identity formation, as it helps individuals to establish and maintain their online persona. However, self-representation is also influenced by social norms and the digital environments in which individuals operate, which can complicate the process of identity formation.

• Social Norms

Social norms refer to the unwritten rules and expectations that govern behavior in a particular social group or culture. They are the shared beliefs, values, and practices that shape how individuals interact with each other and influence what is considered acceptable or unacceptable behavior in a given context.

Here are some definitions of social norms from reputable sources:

According to Bicchieri (2006), social norms are «regularized patterns of behavior that prescribe what people should do and what they should not do, given that others are also following or expected to follow these patterns.»³ In their seminal work on social norms, Cialdini and Trost (1998) define norms as «injunctive and descriptive beliefs about what people ought to do and what people do do, respectively.»⁴

Miller and Prentice (2016) define social norms as «culturally defined expectations about appropriate and inappropriate attitudes and behaviors, which serve as a guide for individuals' behavior in social situations.»⁵

Sherif and Sherif (1969) describe social norms as «the expectations and standards for appropriate behavior shared by members of a particular social group.»⁶

Overall, social norms play a significant role in shaping behavior and influencing the process of virtual identity formation. They affect the ways in which individuals present themselves online and interact with others in online communities. digital environments

Concept	Definition
Digital Environments	Digital environments refer to comput-er-mediated environments that allow people to communicate, collaborate, interact, and learn with digital tools and ⁷ «digital media
	Digital environments are comput-er-based contexts or spaces that support various forms of communication, interaction, and collaboration between ⁸ «individuals and groups
	Digital environments are technologi-cal spaces in which people can create, connect, communicate, and consume content, and where users can interact ⁹ «with digital media

• Online Behavior

«Online behavior refers to the actions and interactions that individuals engage in while using the internet and digital technologies, including social media, email, and online

1 Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet, *Journal of Social Issues*, 58(1), 2022, 33-48.

2 Boyd, D. Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, 2010, pp 39-58.

3 Bicchieri, C., *The grammar of society: The nature and dynamics of social norms*, Cambridge University Press, 2006, p05.

4 Cialdini, R. B., & Trost, M. R. . Social influence: Social norms, conformity, and compliance. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* 4th ed., Vol. 2, McGraw-Hill,1998, p 152

5 Miller, D. T., & Prentice, D. A. (2016). Changing norms to change behavior. *Annual Review of Psychology*, 2016, p341

6 Sherif, M., & Sherif, C. W. *Social psychology*,1969, p 207.

7 Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. The effects of social media on college students. *Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 4(1), 2011, p 2.

8 Souza e Silva, A., & Hjorth, L. *Introduction: Mapping digital networks*. MIT Press, 2009, p2.

9 Jenkins, H: *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press, 2006, p18.

- Implications for building authentic and meaningful connections online: Virtual identity formation can have implications for building authentic and meaningful connections online, as individuals may struggle to reconcile their online personas with their real-life selves. However, by understanding the complexities of virtual identity formation and being intentional about their self-presentation and interactions online, individuals can work towards building genuine connections with others. This may involve being authentic and transparent about their identities and motivations, and seeking out communities and platforms that align with their values and interests.

CONCLUSION

In conclusion, virtual identity formation is a complex process that is influenced by a variety of factors, including self-representation, social norms, digital environments, cultural and individual differences, and more. The design and features of digital environments, such as social media platforms, virtual worlds, and online dating platforms, can shape how individuals present themselves and interact with others online. Understanding these factors is important for individuals and researchers alike, as virtual identity formation has implications for a wide range of areas, including identity development, social interactions, and even online safety and security. By exploring the complexities of virtual identity formation, we can gain a deeper understanding of the role that digital technologies play in shaping our lives and relationships in today's increasingly digital world.

behaviors to gain social approval or acceptance.

- **Norms of civility:** Online interactions can be fraught with conflict and hostility, but some online communities may have norms of civility and respect that encourage constructive dialogue and discourage trolling or other forms of negative behavior.

Overall, social norms can shape how individuals perceive themselves and others in virtual environments and influence their self-presentation strategies. Researchers have examined the ways in which these norms affect online behavior and how individuals navigate and negotiate them¹⁷

ROLE OF DIGITAL ENVIRONMENTS IN VIRTUAL IDENTITY FORMATION

The design and features of digital environments play an important role in virtual identity formation, as they can shape how individuals present themselves online and interact with others. Here are some examples of how digital environments can impact virtual identity formation:

1. **Social media platforms:** Social media platforms are designed to enable individuals to create and share content with others, and this can influence how individuals present themselves online. For example, Instagram's emphasis on visual content may encourage users to present a curated image of themselves, while Twitter's focus on short, text-based updates may foster a different type of self-presentation. Some researchers have examined the ways in which individuals use social media to construct and manage their online identities¹⁸.
2. **Virtual worlds:** Virtual worlds are digital environments in which users can create avatars and interact with others in a simulated environment. Virtual worlds offer a unique opportunity for individuals to experiment with different identities and self-presentation strategies. For example, individuals may create avatars that differ significantly from their real-life selves, or they may engage in behaviors that they would not in real life. Researchers have explored the ways in which virtual worlds can im-

part self-concept and identity development¹⁹.

3. **Online dating platforms:** Online dating platforms are designed to facilitate romantic connections between individuals, and this can influence how individuals present themselves on these platforms. For example, individuals may highlight certain aspects of their personalities or physical appearance in order to attract potential partners. Researchers have examined the ways in which individuals use language and other cues in online dating profiles to present themselves in a positive light²⁰

RESULTS

Based on the questions posed, here are the results:

- **Strategies for virtual identity formation:** Individuals use a variety of strategies to create and maintain their virtual identities, including selective self-presentation, impression management, and online self-disclosure. These strategies can impact individuals' sense of self in a number of ways, such as by influencing their self-esteem and self-worth, and can have implications for how they interact with others online.
- **Types of social norms in online communities:** Online communities have their own sets of social norms, which can include rules around behavior, language use, and sharing of personal information. These norms can vary depending on the platform or community, and can influence individuals' behavior and virtual identity formation.
- **Impact of digital environments on virtual identity formation:** The design and features of digital environments, such as online platforms and social media networks, can shape how individuals present themselves and interact with others online. For example, the visual nature of Instagram may encourage users to focus on their physical appearance, while the text-based nature of Twitter may foster a different type of self-presentation. These digital environments can also impact the development of virtual relationships and connections.

17 McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of social issues*, 58(1), 2002, 9-31.

18 Marwick, A. E., & boyd, d. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 2011, 114-133.

19 Yee, N., & Bailenson, J. The Proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human communication research*, 33(3), 2007, 271-290.

20 Toma, C. L., & Hancock, J. T. Reading between the lines: linguistic cues to deception in online dating profiles. *Journal of communication*, 60(3), 2010, 413-433.

BIBLIOGRAPHY

1. Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet, *Journal of Social Issues*, 58(1), 2022.
2. Bicchieri, C.. The grammar of society: The nature and dynamics of social norms, Cambridge University Press, 2006.
3. Boyd, D. Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, 2010.
4. Boyd, D. Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *MacArthur foundation series on digital learning–Youth, identity, and digital media volume*, 2007.
5. Cialdini, R. B., & Trost, M. R. . Social influence: Social norms, conformity, and compliance. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* 4th ed., Vol. 2, McGraw-Hill, 1998.
6. Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Sage Publications.
7. Ellison, N. B., Vitak, J., Gray, R., & Lampe, C.: Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 2014.
8. Festinger, L. A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2).
9. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
10. Jenkins, H: *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press, 2006.
11. Joinson, A. N. *Understanding the psychology of internet behaviour: Virtual worlds, real lives*. Palgrave Macmillan, 2014.
12. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 2017.
13. Li, Y., & Chen, Y. Virtual identity formation and communication in digital environments. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(1), 2019.
14. Lin, Y.: Virtual identity formation and social networking, *Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 4(1), 2011.
15. Marwick, A. E., & boyd, d. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 2011.
16. McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of social issues*, 58(1), 2002.
17. Miller, D. T., & Prentice, D. A. Changing norms to change behavior. *Annual Review of Psychology*, 2016.
18. Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. Is Facebook creating «iDisorders»? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 2013.
19. Sherif, M., & Sherif, C. W. *Social psychology*, 1969.
20. Souza e Silva, A., & Hjorth, L. *Introduction: Mapping digital networks*. MIT Press, 2009.
21. Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Reading between the lines: linguistic cues to deception in online dating profiles. *Journal of communication*, 60(3).
22. Toma, C. L., & Hancock, J. T. Reading between the lines: linguistic cues to deception in online dating profiles. *Journal of communication*, 60(3), 2010.
23. Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. The effects of social media on college students. *Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 4(1), 2011.
24. Yee, N., & Bailenson, J. The Proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human communication research*, 33(3), 2007.
25. Zhao, S., & Lu, X. Virtual identity and consumer behavior in virtual communities. In T. Novak & D. Hoffman (Eds.), *the Handbook of Consumer Psychology*, 2012.

countries. The Arab-Muslim heritage which largely governs the lives and bodies of women also brings together the two grounds. Moreover, the two countries ruled, between 2011 and 2021, by Islamic-inspired political parties. The recent evolution of the fields media and digital uses and the political upheavals of the last decade in both countries strengthen the interest they offer for our object.

In this contribution, we will take a cross and contrastive look at the peculiarities of the forms of activism for individual freedoms, types of claims and their temporalities different from those of the western lands.

What are the main subjects of demand, in favor of more freedoms individual, carried by activist and citizen actors in the digital space tunisian and Moroccan? What are the new forms of engagement and what specificities in this Arab-Muslim context? After a review of the achievements and current conditions of women in both countries, we will carry out an inventory of the main claims made during the last ten years. We will focus, subsequently, on the illustration by precise and recent examples of what today falls under the evolution of forms expression and commitment of women particularly allowed and facilitated by digital media. Our objective is to observe and describe the devices, the uses and the actors engaged in these new media of mobilization and online activism for the benefit of women in Tunisia and Morocco.

To answer these questions, we refer in the first part, devoted to the state of play of the condition of women and their achievements, to a watch regular on the websites of the main feminist associations in both countries as well than the documentation and bibliography work started during previous research. In the second part devoted to the new forms of claims we are referring to the content analysis of a double web corpus. The Tunisian corpus is the result of a regular monitoring on thirty Facebook accounts. For the needs of the study, we selected twenty very active accounts during a mobilization initiated online in April 2019 to denounce the working conditions of women workers agricultural. This corpus allows us to study the modalities of online mobilization and on the ground concerning the situation of female agricultural workers in rural areas. This corpus it also allows us to question the use of new methods of action like the flashmobs and the sit-ins relayed on Youtube.

For the Moroccan corpus, the study focuses on the analysis of the controversy born of the sitin digital launched in 2021 for the Hors-la loi collective, asking for the repeal of article 490 under the hashtag #STOP490 penalizing sexual relations outside marriage and the counter-mobilization born on social networks with the counter

hashtag #KEEP490. The digital sit-in was launched on February 3, 2021 in support of Hanaa (young veiled woman), sentenced to a month in prison after a man published and broadcast, without her consent, a video of her in the middle of a sexual act.

1. NEW MEDIA AND THE EVOLUTION OF WOMEN'S AND FEMINIST DEMANDS IN TUNISIA

1.1 Institutional demands and achievements of women in Tunisia

In Tunisia, feminist demands and discourses, carried by thinkers, associations and women activists, date back to the 1920s. We are we will limit here to pointing out the phases and the decisive associative actors since the independence of the country in 1956 by showing the historically institutional expression and demands. Tunisia had endowed itself from 1956 of a Personal Status Code (CSP) which abolished the right of coercion matrimonial, polygamy and unilateral repudiation and which established divorce in court by imposing a monthly annuity to compensate for the material damage in favor of the wife. The code also established equality between men and women in matters of citizenship (right to vote). The CSP, presented as a compromise between religion and modernity, was subsequently supplemented by a series of measures and forward-thinking amendments in favor of improving the socio-economic condition woman. In 1965, a law authorized abortion and strengthened the family planning policy. In 1993, several texts reinforced this framework legislative with reforms that tend towards equality such as the sharing of authority between the two spouses and the law allowing the woman to transmit her surname and his nationality. In 2007, a law grants the right to housing for the benefit of the mother having custody of the children and reduces the minimum age of marriage to 18 for two sexes. The new Constitution of January 2014 strengthens these rights as in the article 21 which proclaims equality between citizens before the law without any discrimination. Article 34 guarantees the representativeness of women in the elected assemblies and Article 40 grants the right to work carried out in conditions decent and at a fair salary. Moreover, Article 46, dedicated specifically to women's rights, commits the state to protect their acquired rights, to support them and to improve them, to guarantee women's access to the various responsibilities, to establish a principle of parity and to eradicate violence against women. There is a lag between the texts and reality; the laws remain difficult to apply, especially in the rural where girls are often out of school to work in the fields or as domestic workers in the city. Social and cultural

Mobilization of women, digital media coverage and the emergence of bottom-up activism in Maghreb

Amina Duada

University of Algeria - 2
douidamina51@gmail.com

Fakiah fath Allah

University of Algeria - 2
fathallahfakia91@gmail.com

Abstract

This contribution addresses the development of women's mobilization and digital activism in Maghreb and their media coverage. The objective is to observe and describe the main themes of more than individual liberties and women's rights claims made by actors and citizen activists in the digital space of Tunisia and Morocco. The study included a dual data warehouse due to the frequent monitoring of Facebook pages, Twitter accounts and YouTube platforms. This analysis made it possible for to point to the new forms of interaction created by digital media and to show the emergence, in these countries, of a new activism from below. complements but is independent of classical activism.

Keywords

media coverage, digital media, activism, women, Morocco, Tunisia

INTRODUCTION

The digital transformations of recent years, the omnipresence of networks social and digital media in daily practices, the expression of new demands and the involvement online and on the ground of new actors non-institutional, non-partisan, push us to question the forms of militancy that are emerging, the tools mobilized, the specificities of these struggles and the forms of their mediatization. Digital media and social networks are of great importance a greater role in authoritarian regimes or traditional societies and patriarchal institutions that do not allow minority groups to have a presence in public space, nor a media visibility. Our study is part of the field of research on mediatization understood first of all as part of the process of communicative construction of the current socio-cultural reality (Couldry & Hepp, 2013) of a world in which norms, values and institutions are handed over in question and which sees the intermingling effects of classical media, media emerging issues and challenges of symbolic interactions in everyday life.

This contribution is located in the field of social science research on digital communication (Herring, 2004) in particular emerging media, in the extension of studies on new forms of participation or commitment politics (Mabi & Théviot, 2014) and cyberactivism (Cardon & Granjon, 2013; Krebs, 2017). Without falling into technical angelism, it is not wrong to affirm today that the Internet can transform power relations or mediations and makes possible a new socio-political order (Poster, 2007). As well, The Internet

can facilitate citizen mobilizations by introducing into the public spaces social issues forgotten by the classical media (Bennett & Segerber, 2011).

We are particularly interested in feminist struggles and actions in favor of individual freedoms in the Arab-Muslim countries in which the daily life, privacy and law are governed by the precepts of Islam and the norms traditional social practices. The study presented in this contribution is part of the extension of our research on new forms of engagement and online activism in Morocco and Tunisia (Atifi & Touati 2021; Atifi, 2017, Touati 2013), and is part of the continuity of research on the forms of mobilization at the benefit of minority groups (Mattelart, 2009; Lévy, Dumas, Ryan & Thoër, 2011).

Our study focuses on the evolution of forms of mobilization and activism digital representation of women in two Arab-Muslim societies in Tunisia and Morocco.

Despite their historical, social and political differences, several similarities allow us, for a few years, to work on these two countries. Our focusing on these two fields is justified by the very active feminist movements for several decades with egalitarian demands, and which arrive at degrees and in different fields, to gradually obtain rights. Indeed, we note legislative developments in the status of women in both countries for a few years in comparison with other Arab

raising "Yezzi matoskotch, tkallem" (Stop, Don't shut up, talk) launched on 11/25/16 to combat violence against women. The success of the various digital mobilizations of activists and citizen collectives, has demonstrated the effectiveness digital tools and facilitated their recovery by public institutions more accustomed to classic communication campaigns with display and spots televisive.

Between 2010 and 2019, feminist demands focused in Tunisia on the right to dispose of one's body, violence against women and gender equality in the Constitution. Since then, we have been observing a shift towards other claims that were initially brought to Facebook before being recovered by feminists and political parties. A socio-economic dimension is now present in the main cases relating to women's rights and lets think that these cyber activists and committed Internet users are launching the third wave of feminism in Tunisia since the massive denunciation on Facebook of living and working conditions of women agricultural workers.

1.3 Activism from below or the return to local causes

We will, in this part, give a synthetic account of the main methods of mobilization and online expression in favor of women workers victims of accidents, as well as the main themes and arguments presented by the facebookers. We also aim to show the impact of a mobilization from below, born from the indignation of Internet users about the status of agricultural workers and the consequences that this mobilization of anonymous generates as legislative and legal changes.

For this study, we have chosen the Netnography (Kozinets, 2015) of comments on the selected Facebook pages (subject of a regular monitoring). Choice netnography allows us to observe communication practices users' digital profiles; to compile the publications of the profiles selected before a immersion phase in the discussion threads allowing us to collect precise data on the nature and evolution of exchanges. Our corpus of publications (comments, statuses and images) comes from twenty private accounts and audiences that we have selected from the accounts that have been followed for ten years because that they were very active on the events and facts studied. Our sample of accounts is composed of 10 women's accounts, 8 men's accounts and 2 accounts of feminist associations whose publications have been the subject of an analysis qualitative content.

On April 27, 2019, 8 women die and 21 others are injured in an accident from the road¹² on board the truck that transported them between their village and the fields in which they work. This third¹⁴ accident in fifteen days indicates the precariousness and the dangerousness of the working conditions of agricultural workers in Tunisie. It is a little-known and invisible reality: between the beginning of 2015 and May 2019, 40 agricultural workers have died and 496 have been injured in road accidents related to their condition of transport. Photos of the accident circulate during the day of 04/27 on social networks allowing Internet users to discover the reality of these agricultural workers living in rural environment far from feminist demands for free disposal of the body or of equal inheritance carried by urban women. The first reactions of sadness give way to indignation following the publication by Faten Kallel, a former Secretary of State, explaining that this risky mode of transport is advantageous in terms and allows the balance of the agricultural sector. All publications recorded between April 2019 and December 2019 in relation to what has become the "business of the agricultural workers" express the indignation of the internet users who recognize discovering this situation or the shame of some others who regret not having mobilized earlier. We also note the participation of intellectuals and thinkers who publish texts on their pages personal and express themselves individually as is the case with the two poems published on 04/28 and 05/03. After a phase of indignation, the tone and content of the publications change and are formalized by dealing with the reality of the figures on women in rural areas. In some publications highlight the figures on the informal work of these women. As well almost 80% of the agricultural workforce is female. These workers touch in average between 10 and 15 dinars / day (from 3 to 5 euros) of which 3 to 4 dinars return directly to the truck driver. The association "The Way of Eve" communicates the figures of a survey carried out among 1000 women from the disaster region of Sidi Bouzid who show that 94% of them work without a contract, 97% do not benefit from no social protection and 20% are minors. These figures prove the discrepancy between the texts adopted in the capital and promoted by feminist associations, the laws on equal pay presented as trophies by feminists and politicians and the precariousness and the absence of law in the sectors informal populated by women.

resistances persist and affect women's daily lives in terms of physical violence, harassment or even inequality in inheritance.

The transition phase that Tunisia has experienced since 2011 has been marked by the shortness of breath of the classic feminism of the UNFT and favored the appearance of new associations independent of political power such as the "Group Tawhida", "Women voters", "Equality and Parity" or even "Women and progress ». The feminist associative movement is also crossed by restructuring due first of all to the arrival of male activists who integrate the rights women in more general demands for human rights, and then reconfiguration in the form of networks bringing together several associations of permanently or ad hoc depending on crises and temporalities. The Tunisian institutional feminism also discovers the arrival of collectives and feminist associations that make demands for women's rights within the framework of respect for religion. Alongside these new formations, new demands are emerging women and feminists carried by activists and anonymous women citizens who mobilize social networks to focus on causes neglected by association. These new activists are mostly familiar with the uses of digital media that they use on a daily basis for entertainment, information and express yourself. For some, digital media is a response to the lack of visibility and the impossibility of presence in the conventional media.

1.2 The digital space: from an outlet for women to a globalization of causes and tools

The Internet and in particular blogs and forums have, since the mid-2000s, represented a virtual outlet and a space of liberation for some women in their allowing you to express yourself around taboo issues such as sexuality, abortion or harassment (Touati, 2012). The emerging media allow them a voice public while expressing the intimate and the forbidden. Thus, women engage in deliberately public practices while having an impression of intimacy (Lövheim, 2011). The expression of women and their personal performances in digital media are characterized by a communicative intention and a desire for authentic personal expression (Lövheim & Lundmark, 2019). They digital uses will develop and diversify by appropriating the tools, web 2.0 formats and applications. From 2011/2012, activists and committed anonymous people have largely invested Facebook to wear different women's and feminist demands such as the right to the free disposal of the body, freedom of conscience and worship, recognition of the diversity of practices and sexual orientations (Touati, 2013 and

2015; Atifi & Touati, 2020).

The web has transformed feminism in Tunisia on several levels. He allowed the associations and collectives battered by the power of having a showcase and mediatizing their demands by reaching a wider audience than their adherents and the supporter. The transformation can also be seen in the arrival of new independent actors, anonymous activists mainly women but also men sensitive to the issue of women's rights and individual freedoms. The characteristics of the web: possible anonymity, accessibility and low availability they have promoted the emergence of new actors whose commitment can be punctual: mobilization for the liberation of Femen Amina Sboui (2013), mobilization against the article on the complementarity of men and women.

(absence of equality) in 2014, participation in the digital campaign to support equality in inheritance (2017). Activists move from one cause to another without permanent commitment, nor registration over time, which confirms a trend that we had identified between 2012 and 2013 with the development of an activism post-it, to use the expression of Jacques Ion, who is directly related to the web 2.0 development (Touati 2012, 2015).

The web has also allowed anonymous activists to quickly access the modalities and contents of feminist mobilizations elsewhere in the world. Media they have concretized an internationalization of causes and modalities action by benefiting from the circularity of information and content on the social networks (Cardon & Granjon, 2013). The same is true for some feminist demands that have crossed borders such as the denunciation of the harassment with the #MeToo or more recently the Chilean song "The rapist is you ". A month after the media coverage of this song, Tunisian activists they organized, after an online call, a flashmob taking up the singing in Tunisian. This action was born online following the digital transmission of the various choreographies around the world, it was organized online and received media coverage in online thanks to the broadcast of the flashmob video on Youtube. In addition to his whistleblower dimension, this action marked a shift in the denunciation in line with the physical presence in the public space The impact of digital technology in the field of women's rights is not limited to uses of independent activists and feminist associations. It extends to institutional actors as evidenced by the use of digital tools by the Ministry of Women, Family and Children as part of the campaign of awareness

rights in Morocco. The two women hope by their actions, contribute to changing attitudes by changing the law: "we are launching a call, all together, for the outright repeal of Article 490 of the Criminal Code, in order to put an end to the systematic sexism of public institutions and the mentality patriarchal which is rampant in our country" can be read in the communiqué of the collective who invited Internet users to post on their social networks, on Wednesday, February 3, 2021, the #Stop490 on a red background, symbol of their participation in the digital sit-in. Moreover, as part of this awareness-raising and citizen action campaign online, the collective has initiated other offline mobilization actions, by filing a petition in parliament, demanding that the withdrawal of all offenses individual freedoms and by launching a campaign on the social networks, entitled "Love is not a crime", to collect the 5000 legal signatures required for the petition to be discussed by parliamentarians and by asking the Moroccan political parties to position themselves on the repeal of article 490 of the Criminal Code punishing sexual relations outside of wedding. The digital sit-in and the mobilization campaign were a great success and generated a strong media response. According to the Instagram statistics of the account @moroccanoutlaws, the official account of the Outlaw collective, the hashtag #MoroccanOutlaws has reportedly been shared more than a million times. In addition, on the social networks, many artists, intellectuals and public figures influential people have mobilized. But, in the image of public opinion and reality social, the Web has divided on this issue of individual freedoms and a counter mobilization was born on social networks under the hashtag #KEEP490 advocating the maintenance of the law.

plan a frank opposition or even a fracture between two camps: on the one hand, the "reformist" promoters in favor of more individual freedoms and the promotion new rights for Moroccan women and on the other hand, "conservatives", guardians of traditional values and an unchanging reading of the Islamic sacred texts. This opposition takes place in a country, Morocco where, by the Constitution, Islam is the state religion and the king commander of believers. In short, Morocco has acquired a legal and constitutional arsenal favorable to gender equality. But these legal advances have not really advanced the mentalities and reality does not follow the texts. This is why new actors are emerging alongside traditional feminist organizations and creating a new space digital for the cause of Moroccan women. They use digital technology that offers more possibilities, impact and visibility to these new commitments and feminist mobilizations questioning the traditional patriarchal model and unequal. This confrontation shows the vivacity of the fight for the change of mentalities and the virulence of the reluctance to obtain new rights for the women in Morocco. The fight for equality will undoubtedly be slow and long. Certainly, the fight for the repeal of the law is well carried, debated and

discussed in space media and digital. He also enjoys a wide support from the media especially western and progressive forces, but does not yet seem to convince the majority of Moroccans. According to a survey published in early February 2020 by the group Sunergia, four out of five Moroccans continue to oppose the decriminalization of sexual relations outside marriage. According to this poll, to the question: "Do you think that two consenting adults have the right to have sex out of wedlock?", Moroccans are unanimous, 79% answer no and 9% cite reasons religious (Haram/illicit). The younger ones are not more open in comparison with the other age groups, 88% of 18-24-year-olds also say no. However, voices, with an Islamic frame of reference, are rising even among some cadres of the PJD party (ruling Islamist party) to affirm that nothing prohibits the sexual relations outside marriage as long as they remain confined to the intimacy of fireplace. Others are beginning to support the repeal of the law, such as the theologian Asma Lamrabet who tries to get out of the binarity Islam versus feminism by favoring a modern reading of the Quranic texts, hadiths (facts and gestures) of the prophet and fiqh (legal corpus) and clearly challenging the arguments according to which Islam and the decriminalization of Article 490 would be incompatible: "interfering in the private life of people and in their intimacy is contrary to Islam ... The law of Moroccan penal code 490 which today criminalizes sexual relations outside marriage is in contradiction with Muslim ethics and with ethics in short. It is unacceptable in today's Morocco". The sociologist Soumaya Naamane Guessous goes further by asserting that Islam explicitly recommends respect for privacy since the offending act took place in privacy. It deplors that the young Hanaa, victim of digital violence, finds herself guilty and sentence. She is outraged, especially since no one has filed a complaint, because there has been no adultery, no indecent assault and concludes that justice does not have to condemn morality.

3. CONCLUSION

Our study allows us to point out a specificity in the commitment and the feminist demands in the Maghreb. The examples studied in the Tunisian and Moroccan fields clearly indicate the evolution of feminist demands brought by independent activists and the support role that digital media play in the formalization and media coverage of these claims. In both countries the media coverage of these causes is done first in the digital space before finding an echo in the media classics and finally an institutional takeover. Emerging media play a role of accelerator of visibility and registration of claims in the agendas policy. In both terrains, we observe a correlation between the digital mediatization and questioning of the socio-cultural order, norms and values. The specific role of certain media in the processes of change already established socio-cultural (Tudor and Bratosin, 2020) is

2. THE NEW DIGITAL SPACE FOR THE CAUSE OF WOMEN IN MOROCCO

2.1 Advances and shortcomings

Morocco has taken a big step in favor of women's rights with the provisions integrated into the new Moudawana (family code) of 2004: submission of the polygamy under severe conditions in order to make its use almost impossible, the end of the obligation of a matrimonial guardian (wilaya) for the marriage of a woman major, submission of the repudiation to the prior authorization of the judge, possibility for the woman to file for divorce, placing the family under the responsibility spouse of both spouses as well as the disappearance of the concept of the head man of family, raising the legal minimum age of marriage from 15 to 18, grandchildren the daughter can benefit from the mandatory bequest in the same way as the grandchildren on the boy's side, the division of property acquired during the marriage after separation spouses is admitted and is subject to the judge's discretion (Benradi, 2006). There Moudawana had also established for the first time the right of the illegitimate child to the recognition of his paternity in the event that he was born of a relationship outside marriage due to force majeure (Fassi Fihri, 2011). Currently, new generations and collectives of women activists or ordinary people emerge in the public space, like the Outlaw collective. They take up the cause of women and use the new media as well as the power of social networks, which "move the boundaries of activism in offering new tools to make your voice heard. They facilitate new forms of socialization and engagement, passing through a "like", the use of a hashtag or sharing a link. " (Blandin, 2017). These new initiatives are prove to be a powerful tool for creating, expanding and mediating a new "space for the cause of women", a term coined by Laure Bereni (Bereni, 2015) and which seems, according to Jouët Josiane et al. (2017), more appropriate than that of feminist movement to better understand diversity, fragmentation, conflictuality and the convergences of female and feminist commitments and mobilizations legitimate or protesting for and on behalf of women. Thus, the shortness of breath of the militant feminism of historical organizations is correlated with a revival of spontaneous mobilizations of civil associations or women citizens less politically inset. On social networks several collectives of accounts moroccans were born as, ZankaDialna (The street is ours) for the reappropriation of public space by Moroccan women, Masaktach (I would not be silent) against violence against women, 7achak (With all due respect) against the menstrual precariousness, No Hshouma (No shame), Bent Darhoum (Well-mannered girl),

to change mentalities, etc.

2.2 #STOP 490: individual freedoms and women's rights in Morocco

The debate around women's rights and the question of individual freedoms has occupied the public space (media and digital) in Morocco in 2021 and was marked by the #STOP 490 campaign, launched in February 2021 by the collective "Hors la Loi" in support of Hanaa, a 24-year-old young Moroccan woman, mother of two children and victim of pornographic revenge. This case is not isolated or trivial since the Moroccan penal code punishes sexual relations with prison sentences out-of-wedlock and abortion when the mother's life is not threatened. Even if a some tolerance or social hypocrisy exists in fact as long as everything is hidden, without denunciation by a third party or complaint by a potential victim, the current laws punish homosexuality from six months to three years, adultery and the illegal abortion of a at two years old, sexual intercourse outside marriage from one month to one year in prison. In 2018, 503 people for debauchery, 3,048 for adultery, 170 for homosexuality and 73 for abortions and some 600 to 800 clandestine abortions would be performed each day in Maroc. And women are particularly affected and are more numerous to find themselves incriminated and in prison for sexual relations outside marriage or adultery unlike unfaithful men or husbands. Moreover, according to an investigation by the Ministry of the family, carried out in 2019, one in two Moroccans claims to have been a victim of violence carried out in 2019, one in two Moroccans claims to have been a victim of violence and in 30% of cases, it is a rape. But only 6.6% of women dare to file a complaint because the raped woman must prove physical injuries attesting to that she fought against her attacker (Article 486 of the criminal code) and is especially at risk of being accused of having had sex outside marriage and of being imprisoned, in under section 490. The young Hanaa is visible in a video shared massively on social networks social, without her consent, by the man with whom she had intimate relations. She was sentenced on January 14, 2021 to one month in prison and a fine of 500 dirhams, under articles 488 and 490, respectively relating to the contempt of the modesty and sexual relations outside marriage. Paradoxically, while the young woman is in prison, the author of the video, also prosecuted, is free, being given that he resides in the Netherlands and that there is no extradition agreement. The judgment of first instance was confirmed on appeal in June 2021 but the judge extended the search mandate of the author of the video internationally. Naturally, this harsh judgment was violently denounced by civil society and feminist associations as well as the Hors la loi collective which have strongly revived the debate around individual freedoms and women's

18. Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the "mediation of everything". *European Journal of Communication*, N° 28, 615-629.
19. Ion, J. (1997). The end of the militants. Paris: Ed. from the Workshop.
20. Jouët, J. Niemeyer, K. & Pavard, B. (2017). Making waves. Feminist mobilizations in line. *Networks*, /1 (n° 201), 21-57.
21. Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*, London, Sage Edition.
22. Krebs, Dr. V. (2017). Cybervolunteering: a concept and actions. Definition of a type of cyberaction . *The Digital Notebooks*, 2017/2 (Vol. 13), 25-50.
23. Lévy, J-J., Dumas, R. B., & Thoer C. (2011). Sexual minorities, the Internet and health. Quebec :University of Quebec Press.
24. Lövheim M. & Lundmark, E. (2019). Gender, religion and authority in digital media. *Essachess. Journal for Communication Studies*, Vol. 12, N°2(24), (2019, 23-35.
25. Lövheim, M. (2011). Young Women's Blogs as Ethical Spaces. *Information, Communication & Society*, 14(3), 338-354.
26. Mabi, C., Lövheim M. & Theviot, A. (eds.). (2014). Engage on the Internet. Mobilization digital and political practices. *Communication Policies*, vol. 3, no. 2, 2014, 5-24.
27. Marzouki, I. (1993). The women's movement in Tunisia in the twentieth century: feminism and policy. Tunis: Ceres Ed.
28. Mattelart, T. (2009). Diasporas in the age of information technologies and communication: small state of knowledge. *Journal Ict & Society*, Vol. 3, n° 1-2, 35-48.
29. Mehl, D. (2008). The television of intimacy. *The Time of the Media*, 2008/1 (n° 10), 265-279.
30. Murgue, B. (2011). The Moudawana: the underside of an unprecedented reform. *The Notebooks of the Orient*, 2011/2 (N° 102), 15-29.
31. Omar, M. (2005). The Moudawana, the new family law in Morocco: Presentation and analysis. Casablanca: Marcham.
32. Pasquier, D. (2018). The Internet of modest families. Investigation in rural France. Paris : Mining Presses.
33. Poster, M. (2007). "Internet Piracy as Radical Democracy", in Dahlberg L. and Siapera E. (eds.), *Radical Democracy and the Internet. Questioning Theory and Practice*. Nueva York: Palgrave-macmillan, 207-225.
34. Touati, Z. (2015). " Socio-symbolic interactions and social taboos between evolution sociopolitics and communication on the internet", in Daghmi, Toumi and Amsidder, *Media and change. Forms and modalities of citizen action*. Paris: L'Harmattan, 181-196.
35. Touati, Z. (2013). "The Internet, Facebook and the emergence of new forms of engagement in Tunisia", in Daghmi, Toumi and Amsidder, *Do the media make revolutions? Look criticism of the Arab uprisings*. Paris: L'Harmattan, 165-181.
36. Touati, Z. (2012). " Social networks and the voice of Tunisian women between space of liberation and virtual outlet", *Proceedings of the International symposium "Uses and practices of audiences in the countries of the South: From classical media to ICT"*, Ibn Zohr University, 311-316.
37. Tudor, M-A. & Bratosin, S. (2020). Believing in Technology, Communication [Online], vol.1/37 | 2020, URL: <http://journals.openedition.org/communication/11021>
38. Wojick, S. (2011). "Take e-democracy seriously. Of some issues and controversies on online political participation", in Forey E. and Geslot C. (ed.). *Internet, voting machines, democracy*. Paris: L'Harmattan, 111-141.

clearly identifiable in the Moroccan and Tunisian contexts where the coupling between political logic, strongly linked to activism, and media logic based on visibility transforms these two companies.

We have also, in both fields, observed how these new forms of claim initiated online are taken up by institutional actors and associative. Our study shows a continuity between online engagement and the field activism, between the "online" and the "offline" and a complementarity between citizen activism and institutional feminism. There is a permanent back and forth between digital media and conventional media which allows the displacement of new causes of the digital sphere towards the public space in particular through the organization of demonstrations, sit-ins, draft laws discussed in the parliaments of both countries. The scarf, which has become a symbol on the profiles of Tunisian Facebookers, has become a sign

of support displayed by all the activists feminists, by the presenters of television channels in Tunisia and carried by the members of the National Assembly. These new forms of action federate, create ad hoc communities and manage to obtain legal answers and political. The texts voted in Tunisia in favor of agricultural workers and the debate carried in the public space and in the Moroccan parliament show the rise in power the demands of ordinary people and their concrete impact as well as the importance of what we call "bottom-up activism" in reference to the concept of "expertise from below" developed by Cardon (2010). This activism from below, liberated classical media-institutional actors can be initiated by collectives from civil society or ordinary citizens who are increasingly appropriating the social networks, build new modes of engagement and carry new feminist demands

BIBLIOGRAPHY

1. Abounai, A. (2012). Moroccan women and "the Arab spring. Tumults, 2012/1-2 (n°38-39), 115-132.
2. Atifi, H. & Touati Z. (2020). New feminist demands and digital media. Circumvention of social and religious prohibitions in Tunisia and Morocco. *Essachess* Vol 13, n°1 (25),
3. Atifi, H. (ed.). (2020). Internet and vulnerability in Morocco. Between precariousness and empowerment. Paris: the Harmattan.
4. Atifi, H. (2018), Online video as a new media of grievances. The appeal to the King of MOTHER victims of real estate spoliation. Migration, mobility, borders: from representations to media treatments, Agadir, ibn Zohr University, 443-465. Coordinated by F. Toumi, F. Daghami, A. Amsidder.
5. Atifi, H. (2017), The charity video on the internet: new solidarity mobilizations in Morocco. *French Journal For Media Research* "New media and digital dynamics" (n°8). Coordinated by H. Atifi, 2017.
6. Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2011). Digital media and the personalization of collective action: Social technology and 43 the organization of protests against the global economic crisis. *Information, Communication & Society*, vol. 14, n° 6, 770-799.
7. Benradi, M. (2006). Social dynamics and evolution of the status of women in Rabat. Prospective "Morocco 2030".
8. Bereni, L. (2012). " Thinking about the transversality of feminist mobilizations: the space of the cause woman ». Christine Bard (Dir.). *The feminists of the 2nd wave*, Rennes : Presses university of Rennes, 27-41.
9. Blandin, C. (2017). Presentation. The web: new militant practices in history feminism?. *Networks*, 1 (n° 201), 9-17.
10. Bras, P. (2020). The Collective 490 of the Outlaws of Morocco receives the Simone-de-Beauvoir Prize for women's freedom 2020. *Man & Society*, 1 (n° 209), 9-12.
11. Bras, J-P. (2007). The reform of the family code in Morocco and Algeria: what advances for democracy?. *International Criticism*, 2007/4 (n° 37), 93-125.
12. Bratosin, S. (2016). The mediatization of the religious in the theory of post neo-Protestantism. *Social Compass*, September no. 63, 405-420.
13. Cardon, D. (2010). Internet democracy: promises and limits. Paris: Threshold.
14. Cardon, D. & Granjon, F. (2013). *Mediactivists*. Paris: Press of Sc. Po.
15. Fassi Fihri, H. (2021). Status of women in Morocco: the complexity of an ongoing evolution. *The Conversation*, March 7, 2021.
16. Couldry, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, argument. *Communication Theory*, 23 (3), 191-202.
17. Herring, S.C. (2004). " Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Communities " in S. A. Barab, R. Kling, J. H. Gray (eds), *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. Cambridge / New York: Cambridge University Press, 338-376.

2. LITERATURE REVIEW

2.1 The Use of Social Media Accounts for Marketing and its Influence on Purchase Intention.

Many research studies focused on the notion that social media accounts such as Instagram, Facebook, Twitter, etc. can be used effectively as a tool for marketing the brands. For example, Cleo and Sopiah (2021) found that the activities of social media marketing and brand awareness are essential elements that influence purchase intention.

Also, Nugroho and Herdinata (2021) clarified showed that social media marketing has a positive impact on brand awareness of Hive & Honey Solo and purchasing its products.

In addition, both Kamal and Eren (2019) found that consumers' engagement with Facebook and Instagram has a positive influence on brand awareness, word-of-mouth (WOM), and brand purchase intention.

Moreover, Zhang, Ryzhkova, Tan, and Li (2019) found that social media marketing activities affect brand purchases and create online selling by the support of social media accounts mediated by brand image, customer's trust toward the brand and its company, and perceived value of the product or service.

In the same vein, Balakrishnan, Dahnil, and Yi (2014) clarified the effective role of online marketing communications such as online advertisement, online communities, and E-WOM in promoting the loyalty of the brand and the intention of product purchase.

2.2 The Content of the Social Media Accounts of the Brands and its Influence on Purchase Intention

Several researchers found that consumers' brand familiarity and the quality of the content of the brands on social media accounts play a major role in enhancing the brand's purchase intention. For example, McClure and Seock (2020) indicated that the familiarity with the brand and the quality of the information in the brand's social media accounts had a positive impact on consumers' involvement with the brand's accounts on social media. Also, the consumer's involvement with the brand's social media accounts encourages future purchase intention. In the same vein, Dabbous and Barakat's (2020) confirmed that the content quality and the interactivity of brands on Facebook increase the Millennials' motive, online engagement, and brand awareness which can lead to an increase in their purchase intention. Also, Irelli and Chaerudin (2020) confirmed that both brand-generated content and consumer-generated content have an influence on the consumer's purchase intention.

2.3 The Impact of Social Media Accounts on Consumer Decision-Making Process

Social media accounts have an influence on purchasing decisions as 81% of the consumers are influenced by the posts on their friends' accounts (Nosto, 2021). The reasons behind this influence are the shortened journey of the customer in social media as he/she can buy the products in a minute compared to the TV or radio advertising which takes time to go to the market and purchase the desired product, the posts of social media users that recommend purchasing the product, and the influencer's power on convincing the followers to purchase the product (Barysevich, 2020). Thus, many researchers focused on examining the effect of social media accounts on the decision-making process of consumers. For example, Kaur and Gnasigamoney (2014) indicated that social media is one of the key sources for the students in Malaysia in their decision-making process because of its information availability 24/7. Also, these students can rely on the feedback of other users about their purchase experience. Moreover, Chung, Kramer, and Wong (2018) confirmed that the users of touch interface devices are more engaging in the shopping experience with greater intention to purchase compared with the mouse users.

After reading the literature review and understanding the importance of this research topic, the researcher found that a few numbers of research studies explored how the use of social media in marketing can influence purchase intention. These research studies were conducted in a few Asian countries like Malaysia, Indonesia, China, Arabian Gulf, and Lebanon like the work of the following researchers; Balakrishnan et al. (2014), Nugroho & Herdinata (2021), Zhang et al. (2019), Kamal & Eren (2019), and Dabbous & Barakat's (2020). Moreover, only one study was conducted in the USA which is the work of McClure & Seock (2020). Since no research examined the UAE context, this research will be the first of its kind to study the effect of the social media accounts of the brands on the purchase intention of the youth in the UAE in terms of brand familiarity, information quality, online involvement, and youth's perception of social media accounts.

2.4 2.5 The Research Questions

1. To what extent the brand familiarity can influence the purchase intention of youth in the UAE?
2. To what extent the quality of the content of social media accounts of the brands and the youth's online involvement can influence their purchase intention?
3. To what extent the youth's perception of social media accounts of the brands can influence their purchase intention?

The Impact of Social Media Accounts of Brands on the Youth Purchase Intention in the UAE

Mahboobah Abdolrahman

University of Sharjah / Sharjah, United Arab Emirates

mabdolrahman@sharjah.ac.ae

Abstract

Social media accounts are used by businesses as an effective tool for marketing. Global brands use these accounts to create brand awareness and increase their sales on the global level. These global brands overcome the border constraints by creating high-quality content supported by visual aids to create brand recall and influence the purchase intention of social media users. Therefore, this research aims to examine the influence of social media accounts of global brands on the youth's purchase intention in the United Arab Emirates. This research uses Reasoned Action Theory to identify the influence of the individual and normative factors on the youth purchase intention of brands. An online survey of 19 questions is circulated to a total of 104 participants aged from 18 to 35 years old. The results enhanced that social media accounts have an influence on the future purchase intention of the youth in the UAE. As Reasoned Action Theory stated that behavioral intention is a result of individual and normative factors, the results of the current research demonstrated a significant relationship between purchase intention and the individual factors represented in brand familiarity, quality of social media content of brands, and the youth's perceptions. While there is no significant relationship between the normative factors represented in youth's involvement and their purchase intention.

Keywords

brands, youth, social media, purchase intention, involvement, brand familiarity, UAE

1. BACKGROUND OF THE STUDY

1.1 Introduction

The use of social media accounts is not limited to entertainment purposes or socializing. These accounts are used by the business market as a marketing tool by connecting its audiences with brands to increase sales (Buffer, 2022). Social media accounts are a key element in creating brand awareness in which the audience can recall a brand. Also, the company of the brand creates content and publishes it on its social media accounts which can be used as an engagement tool with its followers. So, the followers can share the content, comment, like, and create brand awareness indirectly by themselves to their friends and peers (Mosley, 2019).

The advantage of social media in crossing boundaries and countries is used effectively by global brands in marketing their products and services on the global level through the use of social media marketing activities. Moreover, companies of the brands work on overcoming the language barrier by implementing visual-based communication which can create brand awareness and reach the eyes of the consumers (Yuan, 2017). Therefore, this research aims to examine the influence of familiarity of the youth in the UAE with

the global brands, the quality of the content of the social media accounts of the brands, and the youth's online involvement on their purchase intention.

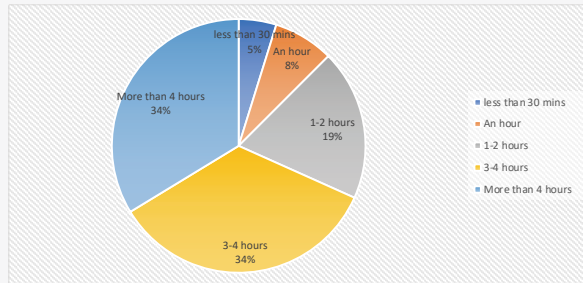
1.2 Statement of the problem

Although the effective role of social media accounts in marketing the brands, few numbers of research studies explored this topic. These research studies were conducted in a few Asian countries and only one in the USA like the work of; Nugroho and Herdinata (2021), Dabbous and Barakat (2020), McClure and Seock (2020), Ryzhkova, Tan, and Li (2019), Zhang, Kamal and Eren (2019), and Balakrishnan, Dahnili, and Yi (2014). Therefore, it is important to conduct this research in the UAE since no research examined the UAE context, especially the Annual Social Media Report of New Media Academy (2021) clarified that the UAE is ranked number eight in the middle east for the use social media accounts by users aged between 14 to 64 to search for information about brands with a percentage of 49%.

three most social media account used by the youth in the UAE are Instagram with a percentage of 90.4%, followed by WhatsApp with a percentage of 88.5%, and followed by Snapchat with a percentage of 84.6%.

Chart 2

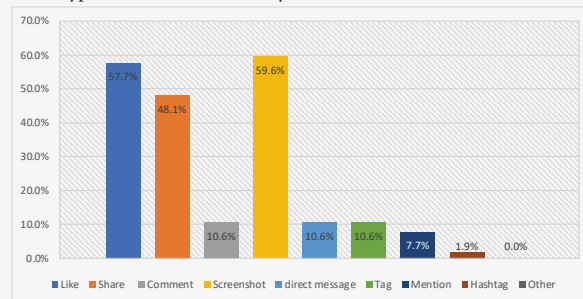
The Time Spent on Social Media Accounts During a Day



The percentages of the youth who spent 3 to 4 hours and more than 4 hours on social media during a day are the same, for each one of them the percentage is 34%. Then it is followed by 1 to 2 hours with a percentage of 19%, followed by one hour with a percentage of 8%, and followed by less than 30 minutes with a percentage of 5%.

Chart 3

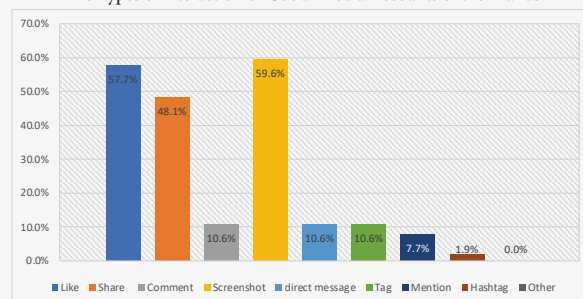
The Types of Brands Followed by the Youth on Social Media Accounts



The youth follow different types of brands on social media accounts. They follow clothing brands with a percentage of 63.5%, then followed by jewelry brands with a percentage of 41.3%, followed by cosmetics brands with a percentage of 39.4%. This result is due to the high percentage of females who participated in the research compared to the male.

Chart 4

The Types of interaction on Social Media Accounts of the Brands



The youth undertake different types of interaction on social media accounts of the brands such as liking the post, sharing the post with others, commenting on the posts with writing or emojis, taking a screenshot of the products of the brands, sending direct messages to the social media accounts of the brands, putting tag for the name of the brands that they bought the products from them, mentioning the name of the brands that they bought the products from them, and writing hashtag of the name of the brands.

The first type of interaction is taking screenshots with a percentage of 59.6%, followed by liking the post with a percentage of 57.7%, and followed by sharing the post with others with a percentage of 48.1%. Related to Brand familiarity, the majority of the youth are familiar with the brands. After merging the results of both strongly agree and agree, the results showed that 88.4% of the youth heard about the brand before, 81.7% of the youth made a purchase from the brand, then 75.9% of them are familiar with the brand, 61.5% of them have a clear understanding of the person who would use the brand, and 59.6% know what the brand stands for.

Related to Information Quality of the Content of the Brands in Social Media Accounts, the results showed that the youth found that the information quality is useful, correct, valuable, factual, comprehensive, interesting, reliable, official, and good varied. After merging the results of both strongly agree and agree, the results indicated that 80.7% of the youth find a good variety of the information in the social media accounts of the brands, followed by interesting information with a percentage of 66.4%, followed by comprehensive information with a percentage of 62.5%, followed by useful information with a percentage of 60.6%, and followed by official information with a percentage of 58.6%.

Related to the Youth's Perception of the Social Media Accounts of the Brands, 72.2% of the youth think social media accounts of the brands are friendly, 68.3% of the youth considered the good quality of social media accounts of the brands, followed by 64.4% of the youth who perceived the social media accounts of the brands reliable, followed by 63.5% of the youth who like the social media accounts of the brands, and followed by 52.8% of the youth who perceived the social media accounts of the brand are valuable.

Related to the Youth's Involvement in the Social Media Accounts of the Brands, the youth are more likely to not be involved in the social media accounts of the brand. 52.9% of the youth do not give feedback related to participation in the social media accounts of the brands, 44.3% of them are not actively involved in the social media accounts of the brands, 43.3% do not spend a lot of time engaging

3. THEORETICAL FRAMEWORK

This research draws on the Reasoned Action Theory that was developed by both Martin Fishbein and Icek Ajzen in 1975 to examine the relationship between both attitudes and behavior (Morisky, 2019). This theory aims to explain the volitional behaviors and excludes other behaviors that are impulsive, spontaneous, simply scripted, or the results of carvings. It excludes the behaviors that require the cooperation of others to be achieved, and behaviors that require specific skills or unique resources and opportunities. The assumption of this theory is that behavior intention is the predictor of volitional behavior. Behavioral intention is the outcome of both a normative influence and individual influence (Hale, Householder, and Greene, 2002). The normative influence is the subjective norm of the individual which means how much the individual feels social pressure to perform a behavior. While the individual influence is the individual's attitude toward the performance of the volitional behavior (Learn Psychology, 2020).

This theory will help in examining the occurrence of the behavioral intention which is the youth brand purchase intention as the outcome of the normative influence and individual influence by investigating the youth's familiarity with the brands, the quality of the content in the social media accounts of the brands as an individual influence, and the youth's online involvement on the social media accounts as a normative influence.

4. METHODOLOGY

This research is a quantitative research method. Online survey was used to collect the data and consisted of nineteen close-ended questions in form of multiple-choice questions and Likert scale questions.

The population of the research is all the youth in the UAE and the sample is snowballing sampling. The participants were chosen based on the specific criteria namely the participants should be aged between 18 to 35, should have one account at least on one of the social media accounts like Instagram, Facebook, Twitter, and follow global brands of jewelry, sportswear, cars, clothing, cosmetics, electronics, etc. This range of age is chosen because youth are continuing their education and they are in the early process of working that may influence their purchase intention. Data were collected between April 12 to 19, 2022.

4.1 The Participants

The total number of participants is 104 participants. The demographic results of the gender showed that 13.5% are male and 86.5% are female.

In terms of the age, the majority of the participants aged between 26 to 29 years old with a percentage of 29.8%, followed by the age of 30 to 35 with a percentage of 28.8%, followed by the age of 22 to 25 with a percentage of 26.9%, and 14.4% of youth aged between 18 to 21 years old. For the educational level, 52.9% hold Bachelor's degree, 27.9% graduated from high school, 18.3% hold a Master's degree, and 1% hold a Ph.D. degree. 52.9% of the participants are employees. While 47.1% of the participants are students. Finally, the majority of the participants are Emirati with a percentage of 68.3%, followed by Arab participants with a percentage of 19.2%, followed by non-Arab (other) participants with a percentage of 8.7%, and followed by participants from GCC countries with a percentage of 3.8%.

4.2 Data Analysis

The collected data were entered to SPSS software which provided a summary of the results as frequencies and percentages. Also, SPSS software was used to test the correlation between the variables by using the Pearson correlation coefficient.

4.3 The Validity and Reliability of the Research

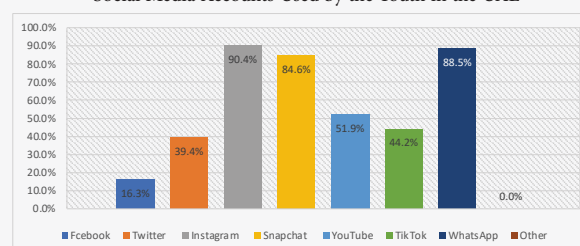
The measurement is based on face validity, in which the literature review and the method used for data collection enlightened the researcher to choose the survey. In addition, the reasoned action theory helped to examine the study under investigation and to measure the research variables. For reliability, the survey questions were tested by using SPSS software and computing Cronbach's Coefficient Alpha. The result indicated that the value of Cronbach's Coefficient Alpha is 0.829 which means there is good reliability in the survey.

5. RESULTS

The results of the survey are addressed in this section with the use of charts.

Chart 1

Social Media Accounts Used by the Youth in the UAE



All social media accounts are used by the youth in the UAE and it is in line with a news report published by Gokulan (2021) who stated that more than ten social media accounts are used by social media users in the UAE. In this research, the chart shows that the

weak linear relationship between the two examined variables. Thus, it means that there is no correlation between the type of brand accounts followed by the participants in social media and future purchase intention especially since the results indicated that there is no significance between the two variables ($\text{Sig.} = 0.984$). This result contradicts the work of Blakrishnan, Dahnil, and Yi (2014) that confirmed a strong relationship between social media accounts that can reach youth and can influence their intention of purchasing the brands.

In addition, the Pearson Correlation between the type of interaction of youth in the social media accounts of the brands and the future purchase intention equals 0.146. It means that there is a positive but weak linear relationship between the two variables. Also, there is no significance in the relationship because it equals 0.139.

The third research question (RQ3) has sought to examine the influence of youth's perception of social media accounts of the brands on their purchase intention. So, this research examined the relationship between these two variables by using Pearson Correlation in SPSS software. The results showed that the Pearson Correlation equals 0.597 which means that there is a positive strong linear relationship between the youth's perception of social media accounts of the brands on their purchase intention. Also, the relation is significant as it equals 0.000. this result goes in line with the work of Irelli and Chaerudind (2020) who confirmed that the perception of the users towards the credibility, usefulness, and relevance of social media accounts of the brands influences their purchase intention.

Based on the results and correlations discussed above and related to the Reasoned Action Theory, only the individual factor has an influence on behavioral intention. The individual behavior which is known as the individual's attitude to performing the volitional behavior is based on being familiar with the brands, the quality of the content in the social media accounts of the brands, and the youth's perceptions and beliefs of the brands. The Pearson Correlation determined the positive moderate linear relationship between brand familiarity, the quality of social media accounts of the brands, and the future purchase intention. In addition, it confirmed the positive strong linear relationship between the youth's perception of social media accounts of the brands and their future purchase intention. On the other hand, the results indicated that the normative factor which is explained as the social pressure on the individual to perform a behavior is not approved. In this research, the youth's involvement in the social media accounts of the brands is

determined as a normative factor of the behavioral intention. The Pearson Correlation confirmed that the relationship between the youth's involvement in the social media accounts of the brands and their future purchase intention is weak. The reason behind it can be related to the use of snowballing sampling which led to the lack of the demographic diversity since most of the participants are female, Emirati, from the emirate of Sharjah, aged between 26 to 29 years old, and hold a bachelor degree. The results may differ if the demographic diversity occurred especially in terms of gender, nationality, age, and educational level. Therefore, different interpretations of the data may be stated and the influence of youth's involvement and social pressure may appear.

7. CONCLUSION

Social media accounts are important tools for marketing (Buffer, 2022). The companies of the brands can use social media accounts to influence the youth's future intention in purchasing the brands. Thus, this research provides a new indicator in the UAE in terms of using social media accounts of the brands to influence the purchase intention of the youth. It indicated that social media accounts of the brands created an influence on the youth in the UAE to purchase from its brands in the future because of their familiarity to the brands and the quality of the information posted. Besides, the positive perception of the youth in the UAE toward the social media accounts of the brands as they see them as friendly, reliable, and valuable. Therefore, there is a need for the companies of the brands to hire a specialized employee who can handle Instagram accounts and implement these indicators of familiarity, involvement, and perception (Nugroho and Herdinata, 2021).

8. LIMITATIONS

This research has three limitations. First, more participants need to participate from all the emirates because more than half of the participants are from the emirate of Sharjah with a percentage of 57.7%. Second, there is a need for more males to take part in the research because they only represent 13.5% of the sample. Third, different nationalities need to participate because the research examines all the youth in the UAE aged between 18 to 35 years old regardless of their nationality since the majority of the participants are Emirati and represent 68.3% of the sample.

in the social media accounts of the brands, 36.6% do not frequently interact with other members in the social media accounts of the brands, and 22.1% do not always read the reviews and comments of the members in the social media accounts of the brands.

Related to the Future Purchase Intention, the results confirm the future intention of the youth to purchase brands. After merging the answers of strongly agree and agree, the results indicated that 73.7% of the youth are very likely to purchase from the brands, followed by 73.1% of the youth who expect to purchase the brand in the future, and 73.1% of the youth intend to purchase brands in the future.

6. DISCUSSION

The first research question (RQ1) has sought to examine the extent to which brand familiarity can influence the purchase intention of youth in the UAE by the use of Pearson Correlation in SPSS software. The Pearson Correlation between the Likert scale questions of brand familiarity and the future purchase intention equals 0.464. It means that there is a positive moderate linear relationship between brand familiarity and future purchase intention. Also, the relation is significant because it equals 0.000. It goes in line with the work of Cleo and Sopiah (2021) who assured that the activities of social media accounts in creating brand awareness influence the purchase intention of the brand.

The second research question (RQ2) has aimed to identify the influence of both the quality of the content of social media accounts of the brands and the youth's online involvement on their future purchase intention of the brands.

The result of the Pearson Correlation between the quality of the content of social media accounts of the brands and the future purchase intention of the youth is 0.479 which means that there is a positive moderate linear relationship between these two variables. Also, the relation is significant because it equals 0.000. It goes in line with the work of Nugroho and Hedinat (2021) and Dabbous and Barakat (2020) who identified that the quality of the content in social media accounts increases the online engagement and purchase intention.

Related to the relation between the youth's involvement in the social media accounts of the brands and the future purchase intention, there Pearson Correlation equals 0.105 which means that there is a positive but weak linear relationship between the two variables. Also, the relation is not significant as it equals 0.286. It is the opposite of the work of Kamal and Eren (2019) and McClure and Seock (2020) who emphasized that the users' involvement in the social media

accounts of the brands increases their purchase intention.

In addition, this research examined the influence of other survey questions related to youth's involvement on future purchase intention such as; the most device used for browsing social media accounts, the time spent on social media accounts, the frequency of interaction with social media accounts, the type of brands followed by the participants in social media accounts, and the type of interactions in social media accounts of the brands. After testing the Pearson Correlations of each one of them, the results approved that there are no significant relationships between these variables and the future purchase intention of the youth in the UAE.

The Pearson Correlation between the most device used for browsing social media accounts and the future purchase intention equals - 0.019 which means that there is a negative very weak linear relationship between the two variables. Also, there is no significance in the relationship because it equals 0.850. Thus, it goes against the work of Chung, Kramer, and Wong (2018) who confirmed that the users who use touch interface devices are more likely to purchase compared to mouse users. In this research, the relation cannot be defined between these two variables because the participants chose mobile phones and tablet/iPad as the two devices they use to browse the social media accounts of the brands. They did not choose a laptop or a personal computer which is a mouse user device. Therefore, the relation between the touch interface devices and mouse click and their influence on future purchase intention cannot be examined.

Besides, the Pearson Correlation between the time spent on social media accounts and the future purchase intention equals 0.051. It means that there is a positive but very weak linear relationship between these two variables. It means that there is no correlation between the time spent on social media accounts and future purchase intention, especially since the results indicated that there is no significance between the two variables (Sig. = 0.608).

Moreover, the Pearson Correlation between the frequency of interaction with social media accounts and the future purchase intention equals - 0.242. It means that there is a negative weak linear relationship between the two variables. Also, there is no significance in the relationship because it equals 0.013.

Also, the Pearson Correlation between the type of brand accounts followed by the participants in social media and the future purchase intention equals 0.002. It means that there is a positive but very

BIBLIOGRAPHY

1. Balakrishnan, B. K., Dahnil, M. I., & Yi, W. J. (2014). The impact of social media marketing medium toward purchase intention and brand loyalty among Generation Y. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 177-185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.032>
2. Barysevich, A. (2020). How social media influence 71% consumer buying decisions. *Search Engine Watch*. <https://www.searchenginewatch.com/2020/11/20/how-social-media-influence-71-consumer-buying-decisions/>
3. Buffer. (2022). What is social media marketing? Simpler social media tools for authentic engagement. <https://buffer.com/social-media-marketing>, accessed Feb. 10, 2022
4. Chung, S., Kramer, T., & Wong, E. M. (2018). Do touch interface users feel more engaged? The impact of input device type on online shoppers' engagement, affect, and purchase decisions. *Psychology & Marketing*, 35(11), 795–806. <https://doi.org/10.1002/mar.21135>
5. Cleo, & Sopiah. (2021). The Influence of Social Media Marketing Activities on Purchase Intention Through Brand Awareness. *KnE Social Sciences*, 220–238. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9361>
6. Dabbous, A., & Barakat, K. A. (2020). Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on brand awareness and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101966>
7. Gokulan, D. (2021, March 14). UAE users have over 10 social media accounts, survey reveals. *Khaleej Times*. <https://www.khaleejtimes.com/tech/uae-users-have-over-10-social-media-accounts-survey-reveals>
8. Hale, J., Householder, B., & Greene, K. (2002, January 1). The theory of reasoned action, in the persuasion handbook: Developments in theory and practice. *ResearchGate* https://www.researchgate.net/publication/309045638_The_theory_of_reasoned_action_in_the_persuasion_handbook_Developments_in_theory_and_practice, accessed Feb. 18, 2022
9. Irelli, R. S., & Chaerudin, R. (2020). Brand-Generated Content (BGC) and Consumer-Generated Advertising (CGA) on Instagram: The Influence of Perceptions on Purchase Intention. *KnE Social Sciences*, 882–902. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6649>
10. Kamal, K., & Eren, Ö. (2019). The Role of Social Media on Brand Awareness and Purchase Intention: A Case Study on the Coffee and Snack Shops Industry. *Global Journal of Emerging Trends in E-Business, Marketing & Consumer Psychology*, 5(1), 694–712.
11. Kaur, K., Gnasigamoney, S., & Muthiah, S. (2018). The Influence of Social Media on the Consumer Decision Making Process Amongst University Students in Malaysia. *Researchgate*. https://www.researchgate.net/publication/278021956_The_Influence_of_Social_Media_on_the_Consumer_Decision_Making_Process_Amongst_University_Students_in_Malaysia
12. LearnPsychology. (2020, June 16). Theory of Reasoned Action and Planned Behavior [video]. YouTube. <https://youtu.be/yJhKheZNGpM>
13. McClure, C., & Seock, Y.-K. (2020). The role of involvement: Investigating the effect of brand's social media pages on consumer purchase intention. *Journal of Retailing & Consumer Services*, 53, N.PAG. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101975>
14. Morisky, D. (2019). Theory of Reasoned Action. *Encyclopedia.com*. <https://www.encyclopedia.com/education/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/theory-reasoned-action>, accessed Feb. 8, 2022
15. Mosley, M. (2019, February 4). How social media increases brand awareness. *Business 2 Community*. <https://www.business2community.com/social-media/how-social-media-increases-brand-awareness-02165638>, accessed Feb. 10, 2022
16. Nosto. (2021). How does social media influence consumer behavior? 14 stats | Stackla. <https://www.nosto.com/blog/how-does-social-media-influence-customer-behavior/>
17. Nugroho, M. C., & Herdinata, C. (2021). The Influence of Instagram on Purchasing Decisions through Brand Awareness (a Study at Hive & Honey Solo). *KnE Social Sciences*, 474–486. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8835>
18. Webdesign, T. |, & Webshops & E-marketing | Dubai. (2021, September 9). 2020 annual social media report. *New Media Academy*. <https://nma.ae/en/report/2020-annual-social-media-report/>
19. Yuan, M. (2017, January 19). Global branding: How to create and spread your message. *EastWestBank ReachFurther*. <https://www.eastwestbank.com/ReachFurther/News/Article/Global-Branding-How-to-Create-and-Spread-Your-Message>, accessed Feb. 13, 2022
20. Zhang, H., Zhang, Y., Ryzhkova, A., Tan, C. D., & Li, F. (2019). Social Media Marketing Activities and Customers' Purchase Intention: The Mediating Effect of Brand Image. 2019 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 2019 IEEE International Conference On, 369–373. <https://doi.org/10.1109/IEEM44572.2019.8978520>



ص.ب 10878 | المنامة | مملكة البحرين
هاتف: 17298999 فاكس: 17290083
البريد الإلكتروني: admissions@ahlia.edu.bh

www.ahlia.edu.bh