



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أم البواقي



رقم التسجيل
الرقم التسلسلي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

الإعلام الإلكتروني ومشكلة الاغتراب لدى الشباب -دراسة ميدانية على عينة من الشباب
الجزائري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي-

تخصص إعلام جديد وقضايا المجتمع
شعبة علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

د.بومشطة نوال

إعداد الطالبة:

درقالي حياة

الاسم و اللقب	الجامعة الأصلية	الدرجة العلمية	الصفة
أ.د. ليندة ضيف	جامعة أم البواقي	أستاذ	رئيسا
د. بومشطة نوال	جامعة أم البواقي	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا و مقررا
د. محمد علاوة	جامعة أم البواقي	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا
د. يوسف بومشعل	جامعة أم البواقي	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا
أ.د. مراد ميلود	جامعة باتنة 1	أستاذ	عضوا مناقشا
د. رزاق لحسن	جامعة سطيف 2	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

مُلخَص:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني والتمثلية أساسًا في مواقع التواصل الاجتماعي "موقع الفيس بوك" وبين الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، من خلال طرح الإشكالية: ما طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذا حدوث الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري المستخدم لموقع الفيس بوك؟. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وهذا بالاستعانة باستمارة استبيان كأداة لجمع البيانات حيث طبقت الدراسة على عينة قسدية قدرت ب 510 مفردة من الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" وقد تم تحليل 400 استمارة التي مثلت الاستثمارات المسترجعة والصالحة لتحليل، حيث استخدمنا ببرنامج التحليل الإحصائي لحزمة العلوم الاجتماعية v 21 spss في تحليل النتائج .

لقد أسفرت الدراسة على جملة من النتائج من أهمها:

- من أكثر الدوافع التي تدفع بأفراد العينة لاستخدام موقع الفيس بوك هو التخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي.
 - درجة الرضا للإشباع المحققة من خلال استخدام موقع الفيس بوك فقد أظهرت النتائج أن أفراد العينة أغلبهم راضون نسبيًا عن الإشباع المحقق حيث كان إختيارهم لإشباع مقبول.
 - تحديد مفهوم الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة، فأغلب أفراد العينة يرون أنه "البتعاد الفرد عن ثقافته الأصلية".
 - أسباب الاغتراب الثقافي حسب أفراد العينة يرجعون الاغتراب الثقافي للميول لتقليد الأسلوب الغربي.
 - المسؤول عن نشر الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري بين الشباب أن أغلب أفراد العينة يرون في الإنترنت المسؤول الأول عن نشر الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري بين الشباب.
 - إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" له علاقة متوسطة بأبعاد الاغتراب الثقافي حيث أظهرت النتائج ما يلي:
 - بعد العزلة الثقافية يتصدر الترتيب بمتوسط حسابي 2.03، ثم يليها في المرتبة الثانية بعد للاً معنى بمتوسط حسابي 1.98، بينما احتل بعد اللامعيارية المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 1.80، وأخيرًا في المرتبة الرابعة بعد العزلة الاجتماعية بمتوسط حسابي 1.74.
- الكلمات المفتاحية : الإعلام الإلكتروني - مواقع التواصل الاجتماعي - الاغتراب - الاغتراب الثقافي - الشباب الجزائري.

Abstract:

The present study aims to identify the relationship between the use of electronic media, mainly social media “Facebook,” and cultural alienation among Algerian youth who use “Facebook” .Hence, we raised the following question: What is the nature of the relationship between the use of social media and cultural alienation among Algerian youth Facebookers? The study is a survey descriptive research, using a questionnaire form for collecting data.

It was applied to a purposive sampling of 510 individuals from the Algerian youth Facebookers. 400 questionnaires were analysed and retrieved. To this end, we used the Statistical Package for the Social Sciences (spss v 21) in results analysis.

The study yielded a set of findings:

- The Key motivation to using Facebook by the sampled population is to get rid of emotional and social void.
- The results showed that most of the sampled population were relatively happy with the satisfaction achieved, as their choice of satisfaction was acceptable.
- Defining the concept of cultural alienation among the sampled population, as most of them consider it as “the individual’s distance from his original culture.”
- According to the sampled population, cultural alienation is caused by imitating the Western style.
- Most of the sampled population consider that the internet is the reason behind spreading cultural alienation among Algerian youth.
- The use of social media “Facebook” has a moderate relationship with the dimensions of cultural alienation, as the results showed the following:
 - The cultural isolation dimension tops the ranking with an arithmetic mean of 2.03. The Meaninglessness dimension comes in the second place with an arithmetic mean of 1.98. The non-standard dimension ranks third with an

arithmetic mean of 1.80. In the fourth place, comes the social isolation dimension with an arithmetic mean of 1.74.

Key words: electronic media, social media, alienation, cultural alienation, Algerian youth

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول والأشكال
أ	مقدمة
الفصل الاول: البناء المنهجي والفكري للدراسة	
20	أولاً: موضوع الدراسة
20	1 تحديد إشكاليّة الدراسة وتساؤلاتها
20	1.1. إشكاليّة الدراسة
21	1.2. تساؤلات الدراسة
22	2 أسباب اختيار الموضوع، أهميته وأهدافه
22	1.2. أسباب اختيار الموضوع
22	2.2. أهمية الدراسة
23	3.2. أهداف الموضوع
23	ثانياً: المقاربة المنهجية للدراسة
23	1. نوع الدراسة، منهجها
23	1.1. نوع الدراسة
23	2.1. منهج الدراسة
24	2. أدوات جمع البيانات
24	1.2. الاستبيان
25	2.2. الملاحظة
26	3 الأساليب الإحصائية المستخدمة
27	4 مجتمع الدراسة، وعينتها وحدودها
27	1.4. مجتمع و عينة الدراسة
30	2.4. حدود الدراسة
31	ثالثاً: المقاربة النظرية للدراسة
31	1. المداخل النظرية للدراسة
32	1.1. نظرية الاستخدامات والإشباع
36	2.1. نظرية الغرس الثقافي

43	رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة
43	1 تحديد مفاهيم الدراسة
54	2 الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني (الإطار العام للمفهوم)	
61	1. مفهوم الإعلام الإلكتروني، ومرادفاته
65	2 نشأة الإعلام الإلكتروني (أسباب النشأة ومراحل التطور التاريخي)
67	3 خصائص الإعلام الإلكتروني
73	4 أهمية الإعلام الإلكتروني وإيجابياته
75	5 الصعوبات التي تواجه الإعلام الإلكتروني
77	6 أشكال الإعلام الإلكتروني
الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي (النشأة ، الخصائص، والنماذج)	
91	أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي (المفهوم والنماذج)
91	1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
92	2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، خدماتها وأنواعها
99	3 استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وظائفها، ودوافعها
105	4 أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، وأهدافها
107	5 تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
111	6 نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي
119	ثانياً: موقع الفيس بوك
119	1. نشأة موقع الفيس بوك، وخصائصه
123	2. خدمات موقع الفيس بوك، واستخداماته
125	3 جمهور موقع الفيس بوك
127	4 أسباب، ودوافع استخدام موقع الفيس بوك
128	5 تأثيرات موقع الفيس بوك
الفصل الرابع: الاغتراب الثقافي	
133	أولاً: رؤية شاملة حول مفهوم الاغتراب
133	1. الاغتراب عند المفكرين والفلاسفة و المسار التاريخي لتطور مفهوم الاغتراب
136	2. النظريات والاتجاهات المفسرة للظاهرة الاغتراب
142	3. مراحل الاغتراب

143	4. أنماط الاغتراب
149	ثانيا: الثقافة
150	1. أبعاد الثقافة
152	2. سمات، خصائص وملامح الثقافة
158	ثالثا: الاغتراب الثقافي
158	1. تحديد نطاق مفهوم الاغتراب الثقافي
159	2 أبعاد الاغتراب الثقافي
164	3. خصائص الاغتراب الثقافي
165	4. مظاهر الاغتراب الثقافي
167	5. أسباب ومصادر الاغتراب الثقافي
الفصل الخامس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية	
	تمهيد
	أولا: عرض ومناقشة النتائج
173	عرض و مناقشة نتائج محور عادات أنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
186	عرض و مناقشة نتائج محور عادات وأنماط الاستخدام الفيس بوك من طرف افراد العينة المدروسة
200	عرض و مناقشة نتائج محور الدوافع و الإشباعات الاستخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة
212	عرض و مناقشة نتائج محور مظاهر الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة
217	عرض و مناقشة نتائج محور علاقة استخدام موقع الفيس بوك بحدوث مشكلة الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة.
231	ثانيا: النتائج العامة للدراسة في ضوء التساؤلات
238	خاتمة

فهرس الجداول و الأشكال

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
26	جدول يوضح الأساتذة المحكمين للاستبيان	01
28	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	02
28	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	03
29	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	04
29	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	05
30	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	06
110	جدول يمثل إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي	07
173	جدول يوضح أقدمية استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	08
173	جدول يوضح الجهاز المفضل لدى أفراد العينة للولوج لمواقع التواصل الاجتماعي	09
175	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد العينة	10
177	جدول يوضح المدة التي يستغرقها أفراد العينة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	11
178	جدول يوضح الفترة المفضلة لدى أفراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	12
179	جدول يوضح نشاطات أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي	13
181	جدول يوضح اللغة التي يستخدمها أفراد العينة في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي	14
183	جدول يوضح الأساس الذي عليه يختار أفراد العينة مع من يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
186	جدول يوضح أقدمية امتلاك أفراد العينة حساب على موقع الفيس بوك	16
188	جدول يوضح مدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب على موقع الفيس بوك	17
189	جدول يبين عدد الحساب التي يملكها أفراد العينة على موقع الفيس بوك	18
190	جدول يوضح الاسم الذي يستخدمه أفراد العينة كمستخدمين لموقع الفيس بوك	19
191	جدول يوضح أسباب اعتماد الاسم الحقيقي لأفراد العينة على موقع الفيس بوك	20
192	جدول يوضح أسباب اعتماد الاسم المستعار لأفراد العينة على موقع الفيس بوك	21
194	جدول يوضح مدى قبول أفراد العينة لطلبات الصداقة على موقع الفيس بوك	22
195	جدول يمثل الجنسيات الأكثر تفضيلا لدى أفراد العينة في ربط الصداقات معها على موقع الفيس بوك	23

196	جدول يمثل المجموعات المفضلة لدى أفراد العينة من حيث الانضمام والتفاعل	24
198	جدول يمثل طبيعة المضامين المفضلة لدى افراد العينة للمتابعة عبر موقع الفيس بوك	25
200	جدول يمثل الدوافع التي تدفع بأفراد العينة لاستخدام موقع الفيس بوك	26
203	جدول يوضح الاشباعات المحققة من خلال استخدام موقع الفيس بوك لدى افراد العينة	27
204	جدول يوضح الاشباعات النفسية التي تحقق لدى أفراد العينة من خال استخدام موقع الفيس بوك	28
205	جدول يمثل الاشباعات الاجتماعية التي يحققها استخدام الفيس بوك لدى افراد العينة	29
207	جدول يمثل الاشباعات الثقافية التي يحققها استخدام الفيس بوك لدى افراد العينة	30
208	جدول يمثل شعور أفراد العينة في حالة عدم استخدام موقع الفيس بوك لمدة	31
210	جدول يمثل الحاجات التي يلبها موقع الفيس بوك لدى افراد العينة	32
212	جدول يمثل مفهوم الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة	33
213	جدول يمثل أسباب الاغتراب الثقافي الذي ينتشر بين الشباب لدى أفراد العينة	34
215	جدول يمثل المسؤول عن نشر الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري بين الشباب من وجهة نظر أفراد العينة	35
216	جدول يمثل انعكاسات الاغتراب الثقافي على الشباب في المجتمع حسب وجهة نظر افراد العينة	36
217	يوضح علاقة بعد اللامعيارية باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة	37
220	يوضح علاقة بعد العزلة الاجتماعية باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة	38
223	يوضح علاقة بعد العزلة الثقافية باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة	39
226	يوضح علاقة بعد اللامعنى باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة	40
228	يوضح المتوسطات الحسابية والاتجاه العام لأبعاد الاغتراب الثقافي	41
230	يوضح معامل الارتباط بيرسون بين محاول الدراسة	42

الصفحة	عنوان الأشكال	الرقم
97	مخطط توضيحي يبين أصناف مواقع التواصل الاجتماعي	1
102	مخطط يوضح وظائف مواقع التواصل الاجتماعي حسب نموذج العسل لسميث	2

مقدمة

عرف العالم عدّة ثورات في مجالات مُختلفة أدت إلى التغيّر الاجتماعيّ، والاقتصاديّ، والسّياسيّ والثقافيّ، بل ومست حتّى الجانب التكنولوجيّ، الذي لم يُسلم من التغيّرات والتطوّرات، حيث تُعتبر الثورة التكنولوجيّة من بين أهمّ وأبرز الثورات تأثيرًا على المجتمعات، والأفراد، وهذا ما تعكسه مقولة " مارشال ماكلوهان " بأنّها جعلت العالم قرية صغيرة.

فوسائل الإعلام اليوم أصبحت تفرض وجودها على حياة الفرد، بعدما أصبحت على درجة من التطور المتسارع بفضل التكنولوجيا الحديثة، إذ لم يعد بوسع الفرد تجاهلها وهي تفرض وجودها في كلّ مكان وزمان بالصوت والصورة والنصّ.

فالتقدم والتطور الهائل في المجال التكنولوجيّ، والذي مسّ مجال الإعلام والاتصال قد مهد للبشريّة جمعاء العيش في عالم جديد دون حواجز مكانية أو إقليمية. من بين التحوّلات الجذريّة في مجال علوم الإعلام والاتصال ظهور مواقع التواصل الاجتماعيّ التي قلبت موازين القوى وأحدثت جملة تغيّرات عميقة، ومهمة نظرًا لما تتميّز به من خصائص، وميزات فريدة مكّنتها من احتلال موقع مهم في حياة الأفراد والمؤسسات فأصبح لا يمكن الاستغناء عنها بفضل مرونتها، خدماتها الكثيرة، والمهمة في جميع المجالات، واستخداماتها المتعدّدة والمتنوّعة، حيث تُعتبر أداة مهمّة من أدوات التسويق، وكذا الإشهار، وحتّى العلاقات العامّة، وغيرها من المجالات الحيويّة، والاستراتيجية لدى المنظمات والدول.

رغم كلّ الخصائص والمميزات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعيّ، إلا أنّها تُشكّل إشكاليّة تُورق الباحثين نظرًا للمخاوف، التي تتزايد يوميًا بعد يوم جزاء التأثيرات السلبية، التي تنتج عن الاستخدام المكثف، والغير المدروس من قبل المستخدمين، حيث توصلت الدراسات السابقة التي اطّلت عليها الباحثة والتي اهتمت بموضوع مواقع التواصل الاجتماعيّ، إلى جملة من النتائج التي كانت تتمحور حول الآثار السلبية التي تنجر من استخدام هذه المواقع والتي سيتم التطرق إليها لاحقًا بالتفصيل.

من بين التحدّيات التي أصبحت يطرحها الاستخدام للوسائط التكنولوجيّة الجديدة عامّة ومواقع التواصل الاجتماعيّ بشكل خاصّ، نجد التحدّيات الثقافيّة التي تعمل على محاولة التأثير على مختلف المستويات فهي قادر على التوغّل داخل الذهنية الثقافيّة وبالتالي محاولة إقناعه بتلك الاتجاهات والسلوكيات والقيم، نظرًا لكون وسائل الإعلام الجديدة من أهمّ مصادر الأخبار في وقتنا الراهن فأصبحت تتحكّم في كلّ ما يتعلّق بوعي الفرد.

فمؤخرًا أصبحت تنتشر بعض الظواهر، والنّسرفات، والسلوكيات، والمظاهر الغريبة عن مجتمعا الجزائريّ، من غياب الأفراد عن المناسبات الاجتماعيّة، والدينيّة، والتجمّعات العائليّة، والتصاقهم بهواتفهم حتّى عند الحضور، وكأنّهم يعيشون في عالم آخر، بالإضافة لتقليد لعادات، وتقاليد، وسلوكيات دخيلة عن

مُجْتَمَعَنَا الْجَزَائِرِيِّ، حَيْثُ ظَهَرَتْ أَنْمَاطٌ حَيَاتِيَّةٌ جَدِيدَةٌ لَمْ يَعْرِفْهَا الْمَجْتَمَعُ مِنْ قَبْلُ وَلَكِنَّهَا أَصَبَتْ بِشَكْلِ طَاغٍ، وَهَذِهِ الْمَظَاهِرُ مِمَّا تُشَكِّلُ ظَاهِرَةَ الْاِغْتِرَابِ.

فَالاِغْتِرَابُ الْإِنْسَانِيُّ يُمَثِّلُ أَهَمَّ الْمَظَاهِرِ السَّلْبِيَّةِ الَّتِي أَنْتَجَتْهَا الْحَدَاثَةُ الْغَرْبِيَّةُ، حَيْثُ نَجِدُ هَيْجَلًا يَرَى أَنَّهُ يُمَثِّلُ انْفِصَالَ الذَّاتِ الْإِنْسَانِيَّةِ، فَمَا أَنَهَا كِيَانٌ رُوحِيٌّ تَبَعْدٌ وَتَنْفَصَلُ الْوُجُودِ كَكِيَانٍ اِجْتِمَاعِيٍّ. بِالْإِضَافَةِ لِذَلِكَ يَعتَبِرُهُ تَنَازُلُ الْمَرْءِ عَنِ اسْتِقْلَالِهِ الشَّخْصِيِّ الذَّاتِيِّ، وَتَوَحُّدُهُ مَعَ الْجَوْهَرِ الْاجْتِمَاعِيِّ".¹

حَيْثُ يَتَشَكَّلُ الْاِغْتِرَابُ فِي عِدَّةِ صُورَةٍ وَلَهُ مِنَ الدَّلَالَاتِ، وَالْمَوْشَرَاتِ الَّتِي تَظْهَرُ عَلَى الْفَرْدِ مِنْهَا الْعُجْزُ، التَّمَرُّدُ، الرَّفُضُ، الْعَزْلَةُ الْاجْتِمَاعِيَّةُ، مَرَكِزِيَّةُ الذَّاتِ، التَّشْيُؤُ، وَغَيْرَهَا مِنَ الْأَبْعَادِ الَّتِي سَنُلْقِي عَنْهَا الضُّوءَ فِي الدِّرَاسَةِ، إِذْ يُعْتَبَرُ الْاِغْتِرَابُ ظَاهِرَةً وَمَشْكَلَةً فِي أَنْ وَاحِدٍ تَتَّخِذُ أَنْوَاعَ كَثِيرَةً بِحَسَبِ الْمَجَالِ الَّتِي تَأْتُرُ بِهِ.

وَيُعْتَبَرُ الْاِغْتِرَابُ الثَّقَافِيُّ مِنْ بَيْنِ أَكْثَرِ أَنْوَاعِ الْاِغْتِرَابِ اِنتِشَارًا فِي عَصْرِنَا، حَيْثُ يَتَّخِذُ عِدَّةَ صُورٍ وَيَمَسُّ شَرَايِحَ الْمَجْتَمَعِ، وَلَكِنَّ الشَّبَابَ بِصِفَةِ خَاصَّةٍ وَهَذَا لِمَا أَظْهَرْتُهُ الدِّرَاسَاتُ السَّابِقَةُ الَّتِي اِطَّلَعْتُ عَنْهَا الْبَاحِثَةُ أَثْنَاءَ بَحْثِهَا فِي الْمَوْضُوعِ كدِرَاسَةِ وَالَّتِي خَلَصَتْ إِلَى أَنَّ إِيمَانَ نَوِي، سَهَامَ قَنِيْفِي، خَالِدَ مَنْصَرٍ وَغَيْرَهَا مِنَ الدِّرَاسَاتِ الَّتِي تَنَاقَلَتْ مَوْضُوعَ الْاِغْتِرَابِ الثَّقَافِيِّ.

حَيْثُ يُعَانِي الشَّبَابُ الْيَوْمَ مِنْ إِفْرَازَاتِ الْعَوْلَمَةِ عَلَى جَمِيعِ الْأَصْعَدَةِ وَخَاصَّةً الْمَجَالِ الثَّقَافِيِّ، حَيْثُ يَتِمُّ اسْتَهْدَافُ الشَّبَابِ نَظْرًا لِأَهْمِيَّةِ هَذِهِ الْفِئَةِ فِي الْمَجْتَمَعِ فِي بِنَاءِ الْمَجْتَمَعِ، وَلِهَذَا تَرَاوَدَ اِهْتِمَامُ الْبَاحِثِينَ وَالْمُفَكِّرِينَ بِهَذِهِ الشَّرِيحَةِ مِنَ الْمَجْتَمَعِ وَحَتَّى الدُّوَلِ وَالْمُؤَسَّسَاتِ وَالْمُنظَّمَاتِ بِاِعْتِبَارِهَا الْفِئَةُ الْنَشِيطَةُ وَالَّتِي تُكُونُ مُسْتَقْبَلِ الدُّوَلِ.

وَعَلَيْهِ فَإِنَّ الدِّرَاسَةَ تُعْنَى بِشَكْلِ مُبَاشِرٍ بِتَأْثِيرَاتِ وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ الْجَدِيدَةِ بِشَكْلِ عَامٍ وَمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ " مَوْقِعِ الْفَيْس بوك " بِشَكْلِ خَاصِّ بِاِعْتِبَارِهِ الْمَوْقِعِ مِنْ أَكْثَرِ الْمَوَاقِعِ اِنتِشَارًا وَاسْتِخْدَامًا فِي الْعَالَمِ وَفِي الْجَزَائِرِ أَكْثَرَ مِنْ نِصْفِ سُكَّانِ الْعَالَمِ حَالِيًا، الْبَالِغُ عَدَدُهُمْ 7.87 مِلْيَارَاتٍ نَسْمَةً، يَسْتُخْدَمُونَ وَسَائِلَ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ، فِي الْمَقَابِلِ بَلِغَ أَعْدَادِ الْمُسْتَخْدِمِينَ النَّشْطِينَ شَهْرِيًّا لِمَوْقِعِ الْفَيْس بوكِ وَفَقْ اِخْصَائِيَّاتِ 18 يُولِيُو / تَمُّوزِ 2021 بَلِغَ 2.85 مِلْيَارِ مُسْتَخْدِمِ نَشْطٍ شَهْرِيًّا، حَيْثُ تُعْتَبَرُ مَوَاقِعُ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ ظَاهِرَةً تَخْضَعُ لِلتَّطَوُّرِ الْمَتَسَارِعِ وَالْكَبِيرِ، وَهَذَا مَا يُفْرِزُ تَأْثِيرَاتٍ مُسْتَحْدَثَةً وَأَكْثَرَ تَعْقِيدًا فِي الْمَجْتَمَعِ عَلَى عَكْسِ كُلِّ الْأَصْعَدَةِ وَمَا يَغْنِينَا فِي هَذِهِ الدِّرَاسَةِ الْمَجَالِ الثَّقَافِيِّ أَكْثَرَ مِنْ سِوَاهِ.

وَمِنْ أَجْلِ تَحْقِيقِ أَهْدَافِ الدِّرَاسَةِ قُمْنَا بِتَقْسِيمِهَا كَمَا يَلِي:

¹ نور الدين بوزار، مقارنة مدرسة فرانكفورت لمشكلة الاغتراب الانساني كأزمة للإنسان المعاصر، مجلة التدوين، المجلد 12، العدد 2، 30 جويلية 2020، ص 281-267-288 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123286>

الفصل الأول: وكان بعنوان البناء المنهجي والفكري للدراسة، حيث تضمن ثلاث عناصر أساسية وهي موضوع الدراسة فمما فيه بتحديد الإشكالية وتساؤلاتها، بالإضافة لتحديد أسباب اختيار الموضوع، أهميته وأهدافه، أما المبحث الثاني فتضمن المقاربة المنهجية للدراسة حيث فمما بتوضيح نوع الدراسة ومنهجها، وكذا أدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية التي تم الاستعانة بها، كما تم توضيح مجتمع الدراسة، عينتها، وحدودها المكانية والزمانية.

الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني المفهوم والنشأة والخصائص وقد تم تقسيمه إلى ستة محاور أو مباحث أساسية، حيث فمما بتوضيح مفهوم الإعلام الإلكتروني وكذا مرادفاته من: من الإعلام الجديد، الإعلام الشبكي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الاجتماعي، الإعلام الرقمي، الإعلام التثقيبي، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام البديل، الإعلام السيبروني.

في حيث تطرقنا في المبحث الثاني لنشأة الإعلام الإلكتروني وكذا عوامل النشأة والتي تمثل في العامل التقني والتكنولوجي، العامل الاقتصادي، العامل السياسي والعامل الاجتماعي. في المبحث الثالث تضمن خصائص الإعلام الإلكتروني، أما المبحث الرابع فتضمن أهميته، في حين المبحث الخامس فتضمن الصعوبات التي تواجه الإعلام الإلكتروني، وأخيراً المبحث السادس فتضمن أدوات الإعلام الإلكتروني.

الفصل الثالث: كان بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي (النشأة، الخصائص، والنماذج) وتم تقسيمه إلى سبعة مباحث، تحدثنا في المبحث الأول عن نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، أما المبحث الثاني فدمجنا فيه بين الخصائص والخدمات وكذا الأنواع التي تتفرع إليها مواقع التواصل الاجتماعي، في حين جمعنا بين وظائف مواقع التواصل الاجتماعي وكذا أهم استخداماتها في المبحث الثالث، هذا وأدرجنا في المبحث الرابع أهدافاً وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي، ثم توصلنا إلى أهم التأثيرات التي تنتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابية والسلبية في المبحث الخامس من الفصل الثالث، أما المبحث السادس فتضمن نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تطرقنا في حديثنا عن موقع الفيس بوك، الانستغرام، تويتر، يوتيوب، لينكدان، واتس أب، ماي سبيس، فوكل +، سناب شات. وفي الأخير أدرجنا مبحثاً حول موقع الفيس بوك حيث يتضمن نشأة الموقع وكذا مراحل تطوره، بالإضافة للخدمات التي يقدمها موقع الفيس بوك، وقد دمجنا بين خصائصه ومميزاته، ثم تطرقنا للحديث عن نماذج جماهير الفيس بوك، وفي الأخير تأثيراته الإيجابية والسلبية.

الفصل الرابع: الاغتراب الثقافي (الاغتراب ، الثقافة والاغتراب الثقافي)، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث أساسية، أول مبحث تم الحديث فيه عن الاغتراب بصفة عامة، حيث تطرقنا فيه للحديث عن السار التاريخي للتطور مفهوم الاغتراب وكذا النظريات والاتجاهات المفسرة للاغتراب، وكذا مراحل الاغتراب ومراحله ؛ في حين تضمن المبحث الثاني الحديث عن الثقافة، وأخيراً المبحث الثالث الذي يتناول موضوع دراستنا حيث تضمن تحديد مفهوم الاغتراب الثقافي، وكذا خصائص الاغتراب الثقافي، ثم أبعاد الاغتراب الثقافي، بالإضافة إلى مظاهر الاغتراب الثقافي، وكذا أسبابه ومصادره.

الفصل الرَّابِع: عَرَضُ وَمناقشة نَتائِجِ الدِّراسة المِيدانيَّة حَيْثُ قَسَّمُ إِلى مَبْحَثين، حَيْثُ أَوَّلُ مَبْحَثِ
عَرَضُ وَمناقشة النِّتائِجِ فِي صَوءِ تِساؤِلاتِ الدِّراسة، أَمَّا المَبْحَثُ التَّانِي فَتَضَمَّنَ النِّتائِجَ العامَّةَ لِلدِّراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً: موضوع الدراسة

تحديد إشكاليّة الدراسة وتساؤلاتها
أسباب اختيار الموضوع، أهميّته وأهدافه

ثاني: المقاربة المنهجية للدراسة

نوع الدراسة، منهجها

أدوات جمع البيانات

الأساليب الإحصائية المستخدمة

مجتمع الدراسة، وعيّنتها وحدودها

ثالثاً: المقاربة النظرية للدراسة

المداخل النظرية للدراسة

الدراسات السابقة

أولاً: موضوع الدراسة:

1. اشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تُعد مواقع التواصل الاجتماعيّ مواقع واسعة الانتشار حيث أصبحت وسيلة اتصاليّة مهمة ضمن حياة الأفراد ونشاطاتهم اليوميّة، ولأنّ فئة الشّباب هي الفئة الأكثر تأثيراً وتأثراً في المجتمع والأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعيّ، فلشباب خصائص نفسيّة واجتماعيّة تميّزهم عن مختلف فئات المجتمع نظراً للشغفهم الكبير للاكتشاف والتعرّف على العالم الخارجيّ، بالإضافة إلى كونهم يجتذبون إلى كلّ ما هو جديداً بما في ذلك التكنولوجيات الجديدة وبذلك سجل الشباب الدخول ضمن إطار الاتصال التفاعليّ الحيّ فالاستخدام المكثف والمستمر لهذه المواقع فتح لهم المجال للاطلاع على ثقافات وبيئات جديدة لديهم.

ولهذا تُعدّ فئة الشّباب الأكثر تأثراً بالتغييرات التي تحدث داخل المجتمعات أمام هذا التطوّر الهائل في المجال التكنولوجيّ والإعلاميّ، فمن بين هذه المواقع الاجتماعيّة نجد موقع Facebook الذي يُعتبر الموقع الأكثر استخداماً. وهذا حسب احصائيات موقع DataREPORTAL لسنة 2022 اقتربت المنصة من 3 مليارات مستخدم نشيط¹ حيث نتيجّة الإقبال المكثف على خدماته وكذا استخدامه في ميادين كثيرة جدّاً.

وعليه فقد تزايد الاهتمام بدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ باعتبارها ظاهرة اجتماعيّة منتشرة بكثرة بين أفراد المجتمع، لها انعكاسات متعدّدة منها ما هو إيجابيّ ومنها ما هو سلبيّ على المستخدم، فهي حتمًا تقود لتأثير مباشر في الهويّة الثقافيّة وكذا الاتجاهات والقيم في المجتمع، وبذلك تُظهر العديد من الآثار النفسيّة والاجتماعيّة والصحيّة، حيث الملحوظ على الفرد التآثر وعدم التفاعل الاجتماعيّ، والاتجاه نحو العزلة، بالإضافة لظاهرة التفكير الأُسريّ، والكثير من الظواهر الناتجة عن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعيّ.

من هذه الانعكاسات إتجه عدد من الباحثين على غرار كارل ماركس الذي اهتم بدراسة الاغتراب لدى الشباب اهتم باحثون معاصرون بالعلاقة الكامنة بين الاغتراب وكذا استخدام التكنولوجيات الجديدة الخاصة بالإعلام والاتصال وأثبتت الدراسات أنّه وفي إطار دراستنا البحثيّة هذه سنحاول الوقوف على العلاقة التي تربط استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ وكذا الاغتراب الثقافيّ وأطلاقاً ممّا سبق تسعى هذه الدراسة للبحث وكذا توصيف العلاقة بين الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعيّ " موقع Facebook " وبين تفسيّ مظاهر وأبعاد الاغتراب الثقافيّ في أوساط الشّباب الجزائريّ ضمن حيز الفضاء الافتراضيّ.

¹ <https://datareportal.com/reports/digital-2022-future-of-facebook?rq=FACEBOOK> التصفح تم يوم

18 ديسمبر 2023 على الساعة 13:09

وتتطلب الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي: ما طبيعة العلاقة القائمة بين استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي " Facebook " وحدوث مشكلة الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري؟

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري المستخدم لموقع الفيس بوك؟
- ما هي الدوافع والاشباع التي يحققها استخدام الشباب الجزائري من استخدام موقع الفيس بوك؟
- ما هي مظاهر الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري؟
- ما هي علاقة استخدام موقع الفيس بوك بمشكلة الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري المستخدم لموقع لفييس بوك؟

• ما هي أبعاد الاغتراب الثقافي الأكثر تجسيدا لدى أفراد العينة في ظل استخدام موقع الفيس بوك؟

من بين الأبعاد الأربعة التالي: (بعد اللامعيارية، بعد اللامعنى، بعد العزلة الثقافية، بعد العزلة الاجتماعية).

2. اسباب اختيار الموضوع، أهميته وأهدافه

1.2 اسباب اختيار الموضوع

- ارتباط الموضوع بمجال الباحثة.
- شعور الباحثة بأهمية الموضوع، وهذا يرجع لكون موضوع وعنصر الثقافة أمر أساسي ومهم في حياة الفرد والمجتمع باعتبارها هوية الإنسان المعبرة عن تميّزه عن الآخر.
- بعد إجراء مسح شبه شامل حول المواضيع المشابهة لموضوع دراستنا لاحظنا وجود نقص واضح في الدراسات التي تناولت الاغتراب الثقافي في مجال علوم الإعلام والاتصال، والتي تدرس الإعلام الإلكتروني وعلاقته بالاغتراب الثقافي.
- النقطن لظاهرة الاغتراب الثقافي المنتشرة بدرجة كبيرة بين أوساط الشباب الجزائريين وهذا حسب ما أفترته العديّد من الدراسات والأبحاث مؤخرًا والتي تمّ الاطلاع عليها.
- اقتناعنا التام بأن وسائل الإعلام الإلكتروني وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعيّ تحتل أهمية بين مختلف الوسائل حيث استقطبت اهتمام الشباب وأصبحت مصدر أساسي لتلقي الأخبار والترفيه وغيرها.
- تزايد الاستخدام بشكل كثيف وملفت للانتباه لمواقع التواصل الاجتماعيّ حيث أضحت أدوات مؤثرة في الوعي الاجتماعيّ والثقافيّ والسياسيّ، وكذا غرسها لقيم وسلوكيات واتجاهات مغايرة لما ألفه المجتمع الجزائريّ.

2.2 أهمية موضوع الدراسة:

تشكل الثقافة العنصر الأساسي في حياة الفرد والمجتمع. وبالتالي تُمثّل عنصر التمايز للمجتمعات فتجعل لكلّ مجتمع خصائصاته وهويته الثقافية المعيّنة، لكن في الآونة الأخيرة ظهر ما يُعرف بالعولمة وهي دعوة لتبني منهج ثقافيّ لغويّ واحد ... وهذا ما يؤثّر على التمايز والثقافي الذي يميّز المجتمعات، وزيادة وتيرة ذلك خاصّة مع الثورة المعلوماتية والتكنولوجية التي تنتشر بوتيرة سريعة جدًا.

التأثير الثقافيّ الهائل على ثقافة وقيم وعادات وسلوكيات الأفراد والمجتمعات، وهذا بظهور أفكار دخيلة على مجتمعاتنا العربية عامّة والجزائر بشكل خاصّ، خاصّة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعيّ والتي تُعبّر عن عوامل التغيير الاجتماعيّ والثقافيّ.

الانبهار بالمنشآت الثقافية العربية وكذا الإعجاب بنمط العيش العربيّ مما جعل من شبابنا اليوم يسير في دوامة لا سبيل للخروج منها إلا إلى بالرجوع إلى المرجعيات التي ساهمت في عملية التنشئة لديهم.

تكمن أهمية دراستنا في الجمع ما بين متغيرين أساسيين "الإعلام الإلكتروني والاغتراب الثقافيّ" وبالتالي بين مجالين الإعلام وعلم الاجتماع.

تزايد الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعيّ وكذا تأثيرات الاجتماعيّة والنفسية والثقافية والسياسية والاقتصادية على الأفراد.

تسليط الضوء على ظاهرة جديدة عرفها العالم مؤخرًا وهي انتشار مواقع التواصل الاجتماعيّ كوافد تكنولوجي جديد وكذا ظاهرة الاغتراب الثقافيّ كظاهرة جديدة قديمة عرفت منذ الأزل بطابع جديد.

ضرورة مواكبة البحث العلميّ وظواهر ومشاكل المجتمع. لمعالجتها وتحليلها بشكل علميّ دقيق.

تعتبر مرجعا مساعدا لفهم ظاهرة الاغتراب الثقافي وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة للشباب الجزائري.

3.2 أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري المستخدم لموقع Facebook.
- الكشف عن الدوافع والاشباع التي يحققها استخدام الشباب الجزائري من استخدام موقع Facebook.
- التعرف على ظاهرة الاغتراب الثقافي بأبعادها وأسبابها ومظاهرها وما ينتج عنها من آثار خطيرة على هوية وثقافة وانتماء الشباب العربي عامة و الجزائري خاصة.
- الكشف عن العلاقة التي تربط بين ظاهرة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها وسائل جديدة طرحتها الثورة التكنولوجية و بين ظاهرة الاغتراب الثقافي.
- إشباع الفضول العلمي و كذا إثراء البحث العلمي والرصيد البحثي في مجال علوم الإعلام والاتصال.
- تحديد أهم أسباب انتشار الاغتراب الثقافي بين الشباب الجزائري.
- محاولة تفسير أبعاد الاغتراب الثقافي "بعد اللامعيارية، بعد اللامعنى، بعد العزلة الثقافية، وبعد العزلة الاجتماعية" في ظل استخدام موقع Facebook .

ثانيا: المقاربة المنهجية للدراسة

1. نوع ، منهجها ومجالاتها

1.1 نوع الدراسة:

تتمحور دراستنا حول وسيلة من الوسائل الحديثة التي تعدّ من أهم الوسائل تأثيرا في مجال الإعلام الجديد ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع Facebook الذي يستحوذ على قاعدة جماهيرية كبيرة من المستخدمين في كل أنحاء العالم وهذا حسب الإحصائيات التي نتجت عن الدراسات أو حتى التقارير.

حيث تعالج الدراسة موضوع " علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و بخاصة الفيس بوك وإحداث الاغتراب الثقافي لدى فئة الشباب الجزائري المستخدم لموقع الفيس بوك"، حيث تندرج هذه الأخيرة ضمن حقل الدراسات الوصفية، وبالتالي تسعى الدراسة لتحديد العلاقة بين استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة موقع facebook ومشكلة الاغتراب الثقافي، وهذا من أجل الحصول على المعلومات التي تهم الظاهرة وتحليلها واستخلاص أهم النتائج

2.1 منهج الدراسة:

إن اختيار المنهج يعتبر خطوة من بين أهم خطوات البحث العلمي، هذا لأنه ذو أهمية كبيرة في بناء البنية المنهجية، إذ أنّ اختيار يخضع لنوع الدراسة والأهداف المدرجة من طرف الباحث والتي تم التخطيط

إليها من قبل سعيا للوصول إليها وتحقيقها، ويعرف المنهج بأنه "فن يتميز بالتنظيم الصحيح لجملته من العديده من الأفكار، إمّا للكشف عن الحقائق الغير المعروفة لدينا أو للبرهنة على حقائق غير معروفة".¹ ويمكن أن نعرف الوصف على أنه دراسة الظاهرة في الواقع كما هي، ووصفها بدقة، والتعبير عنها بشكل كمي وكيفي، تمهيداً لفهمها وتشخيصها، ونؤكد على ذلك مما سبق، فوصف الظاهرة يعد مرحلة تحتويها جُل المناهج. فهو مرحلة تجعل الباحث يضطر لاتخاذ القرار حول الاعتماد على منهج معين بهدف الوصول لاستنتاجات من شأنها تفسير الظواهر.²

وتنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية حيث تعتمد على المنهج الوصفي سبيلا في الوصول إلى الحقائق العلمية، ويعرف هذا المنهج على أنه "الطريق أو سلسلة الطرق التي يتمكن الباحثون، من وصف الظواهر العلمية وكذا الظروف التي تحيط بها في بيئتها وفي مجالها العلمي الذي تنتمي إليه، وتستخدم أساليب وأدوات البحث العلمي لوصف الظواهر المؤثرة وكذا المتأثرة فيها، شكل العلاقات بين متغيراتها، فالأهداف التي يهدف الباحثون لتحقيقها من جراء استعمال هذا المنهج تجدر الإشارة إلى أن جُل الأبحاث التي تجرى باستعمال المنهج الوصفي تسمى بأبحاث وصفية ونجد أن مفهوم البحث الوصفي يرتبط بشرح وكذا توضيح المواقف والأحداث المتنوعة، الصادرة عن ظاهرة أو سلسلة ظواهر مهمة، بالإضافة لمحاولة إعطاء تحليل للواقع الذي تجري عليه الأحداث والوقائع، عن طريق إعطاء وصف تقريرى عن ذلك الواقع، وكذا محاولة تحليل وتفسير العوامل الظاهرية لتلك الوقائع والأحداث، لهدف الحصول على استنتاجات منطقية مهمة، تساهم في إعطاء حلول للمشكلات أو إزالة العقبات والغموض المحيطة ببعض الظواهر، وبهدف تطوير الواقع الحقيقي، وتقديم أفكارا ومعلومات وكذا نماذج لسلكيات جديدة.³ لقد تم استخدام المسح الاجتماعي "وهو مسح يستهدف معالجة الظواهر الاجتماعية وغالبا ما تكون وحداته من كل أطراف المجتمع".⁴

2. أداة جمع البيانات

1.2 الاستبيان:

اختارت الباحثة استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات نظرا لكونها تحقق أهداف الدراسة وتتلاءم وطبيعة الموضوع، إذ قامت الباحثة بإعداد أسئلة الاستمارة وهذا بالرجوع للدراسات السابقة للاستفادة منها في

¹ محمد جلال الغندور، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق (القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص 19.

² زهرة تيغزة، و آخرون، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1، 2019) ص118. متاح

على موقع <https://democraticac.de>

³ مصطفى حميد الطاني، خير ميلاد ابو بكر، مناهج البحث العلمي، و تطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، ط1، 2007) ص90.

⁴ سعد الحاج بن جخل، العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة جدا (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ط2019، 1)،

ص 126 . متاح على الرابط https://archive.org/details/20200416_20200416_1853

تصميم الأسئلة وكذا مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاعتراب الثقافي لدى الشباب، حيث تم صياغة الأسئلة وعرضها على جملة من الأساتذة المحكمين في مجالي علوم الإعلام والاتصال وكذا علم الاجتماع للتأكد من صحتها.

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى محاور أساسية تمثلت فيما يلي:

المحور الأول البيانات الشخصية :

حيث تم إدراج أسئلة تهم المبحوث من حيث: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الحالة العائلية والحالة الاجتماعية.

المحور الثاني : عادات أنماط الاستخدام شبكات التواصل من طرف أفراد العينة المدروسة

حيث تضمن هذا المحور جملة من الأسئلة كانت تتمحور حول أهم الأنماط التي يستخدمها بها المبحوث مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بإجابته على ثمانية أسئلة.

المحور الثالث عادات وأنماط الاستخدام الفيسبوك من طرف أفراد العينة المدروس

وتضمن سبعة أسئلة.

المحور الرابع: الدوافع والإشباع استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة

تضمن سبعة أسئلة

المحور الخامس: مظاهر الاعتراب الثقافي لدى أفراد العينة

أربعة أسئلة.

المحور السادس : علاقة استخدام الفيسبوك بمشكلة الاعتراب الثقافي لدى أفراد العينة

وتمثل في مقياس لتحديد اتجاهات أفراد العينة وعلاقته بالاعتراب الثقافي وكان الهدف منه معرفة طبيعة العلاقة الموجودة بين استخدام أحد أكثر المواقع شهرة واستخداما حسب الدراسات في الجزائر وبين أخطر ظاهرة وهي الاعتراب الثقافي، هذا وشمل المقياس 20 عبارة صيغة بعد الاطلاع على الدراسات والأدبيات حول الاعتراب والاعتراب الثقافي وخاصة الباحثة حامد زهران التي تناولت كثيرا هذا الموضوع وبعد ذلك تمت صياغته مع إضافة الباحثة وتغييرها لبعض العبارة حتى تتلاءم وطبيعة الموضوع وكذا الشباب الجزائري الذي يختلف عن باقي الشعوب باعتباره يملك خصوصية فريد يستمد منها من تنشئته ومجتمعه.

3.2 الملاحظة " Observation :

عندما يريد الباحث القيام بدراسة، فعليه جمع معلومات من خلال الملاحظة، فالملاحظة تمثل تلك العملية التي تُعنى بجمع المعلومات من خلال ملاحظة الأفراد أو الأماكن، فالبحوث النوعية عكس البحوث

الكمية، فهي لا تعتمد على أدوات ووسائل مطورة من طرف باحثين آخرين، وإنما يُطوِّرون أنماطاً من الملاحظة لهدف جمع البيانات، فالملاحظة لها إيجابياتها وسلبياتها، فمن إيجابياتها أن الباحث له إمكانية تسجيل المعلومات كما تجري في الواقع، بالإضافة لدراسة السلوكيات الحقيقية، وكذا دراسة الأفراد الذين يواجهون صعوبات التي تواجه الفرد خاصة ما تعلقاً بالتعبير اللفظي فمثال على ذلك نجد أطفالاً ما قبل سن المدرسة يواجهون هذه الإشكالية. ومن سلبياتها أنها تُحدِّد لدراسة مواقف بعينها فإن هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى من الصعب تكوين صداقات وألفة مع الأفراد الذين تتم ملاحظتهم.¹

3. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لقد تمَّ اعتماد جُملة من الأساليب الإحصائية في إعداد دراستنا الميدانية والتي نُجملها في :

- استخدام التكرارات وكذا النسب المئوية
- استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية (لدى الأبعاد الأربعة التي تمَّ اختيارها لملاءمتها وطبيعة الموضوع : بُعد الأعمار، بُعد اللامعنى، بُعد العزلة الاجتماعية وبعد العزلة الثقافية) .
- مقياس تحديد درجة الثبات للمقياس Alpha de Cronbach
- مقياس لتحديد العلاقة بين المتغيرات (العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - موقع Facebook - وكذا حدوث الاغتراب الثقافي لدى الشباب المستخدم لموقع (Facebook حيث تجدر الإشارة إلى حساب كلِّ ما تمَّ ذكره عن طريق برنامج spss v 21 الحزمة الخاصة بالعلوم الاجتماعية).

جدول رقم 1: الأساتذة المحكمين للاستبيان

اسم الاستاذ(ة) المحكم	التخصص والرتبة	الجامعة
صالح بن نوار	علم اجتماع الاتصال أ ت ع	جامعة أم البواقي
عبدة صبتي	علم اجتماع الاتصال أ ت ع	جامعة بسكرة
وائل اسماعيل عبد الباري	استاذ الإعلام	جامعة عين شمس
سيساوي ساسي	علم الاجتماع	جامعة سوق أهراس
بسام أحمد شريف	علوم واتصال	جامعة المدية
إيمان صابر شاهين	مدرس إعلام	جامعة عين شمس

¹منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1، 2007)ص94. متاح على الرابط

https://archive.org/details/sam1977797_gmail_20160611_2023/page/n1/mode/1up

4. مجتمع الدراسة وعينتها وحدودها

1.4 مجتمع، وعينة الدراسة

يَتَحَدَّدُ مُجْتَمَعُ الدِّرَاسَةِ فِي الشَّبَابِ الجَزَائِرِيِّ ، ولجأت الباحثة لإختيار إحدى المُدن من الجزائر وهي مدينة قَالِمَة " باعتبارها مدينة إقامة الباحثة وهذا ما يُسهلُ عَلَيْهَا البَحْثَ والتَّعَامُلَ مع العِيْنَةِ بِشَكْلِ أَفْضَلٍ وَفِي أَيِّ وَقْتٍ. وقد إختارت الباحثة العينة القصدية لملاءمتها وموضوع الدراسة وكذا لتحقيقها أهدافها التي وضعت مُسَبِّقًا وتتمثل العينة الغرضية أو القصدية : Judgment or Purposive حيث تعريف على أنها " يلجأ فيها الباحث لإختيار العينة القصدية بشكل حرّ، بناء على أنها تُحَقِّقُ أهداف البحث أو الدراسة.¹

إذ يُعَدُّ إختيار العينة مرحلة وَخُطْوَةٌ وَمَهْمَةٌ جَدًّا فِي إِجْرَاءِ البَحْثِ العِلْمِيِّ ، وَذَلِكَ أَنَّ الوُصُولَ إِلَى جَمِيعِ أَفْرَادِ المَجْتَمَعِ أَمْرٌ صَعْبٌ جَدًّا (نَظْرًا لِكَوْنِ مُكَلَّفٍ وَيَسْتَعْرِقُ وَقْتًا طَوِيلًا). يجب على الباحثين إختيار عيّنات أو مجموعات فرعية من مُجْتَمَعِ الدِّرَاسَةِ لِكَيْ تُسَاعِدَهُمْ عَلَى فَهْمِ أَنْوَاعِ وَمتغيّرات المجتمع قيد الدراسة. لِيُمكنَ أَنْ نَعْرِفَ العِيْنَةَ بِكَوْنِهَا تُمَثِّلُ شَرِيحَةً أَوْ فَرْعًا مِنَ المَجْتَمَعِ مَحَوْرَ الدِّرَاسَةِ تَتَمَيَّزُ بِخِصَائِصٍ وَوَصْفَاتٍ هَذَا المَجْتَمَعِ وَتُمَثِّلُهُ فِيمَا يَتَعَلَّقُ مَوْضُوعَ الدِّرَاسَةِ.²

تَتَمَثَّلُ عِيْنَةُ الدِّرَاسَةِ بِعَدَدِ 400 مُفْرَدَةٍ مِنَ الشَّبَابِ الجَزَائِرِيِّ بِمَدِينَةِ قَالِمَةِ المُسْتَحْدَمِ لِمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإجتماعيِّ هَذَا بِاعْتِبَارِ مَدِينَةِ قَالِمَةِ تُمَثِّلُ مَنطِقَةً مِنْ 58 وَايَةَ جَزَائِرِيَّةً وَنَظْرًا لِسَهُولَةِ الحُصُولِ عَلَى الإِجَابَاتِ مِنْ قِبَلِ أَفْرَادِ العِيْنَةِ حَتَّى نَلْتَقِيَ وَجْهًا لِوَجْهِهِ وَبِالنَّاتِي تَوْضِيحِ أَيِّ عُمُوضٍ أَوْ التَّبَاسُ قَدْ يُحِيطُ بِفِكْرِ الفَرْدِ عَنِ الإِجَابَةِ عَنِ الأَسْئَلَةِ نَظْرًا لِعَدَمِ تَخْصِيصِهِمُ بِالإِغْلَامِ وَكَذَا عِلْمِ الإِجْتِمَاعِ أَوْ عَادَةِ لِتَدْبِيّ المُسْتَوَى التَّعْلِيمِيِّ لَدَيْهِمْ.

¹ يوسف عبد الأمير طباجة، منهجية البحث: تقنيات ومناهج (بيروت: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1،

2008)ص 170.

²ريما ماجد، منهجية البحث العلمي إجابات عملية لأسئلة جوهريّة(بيروت: مؤسسة فريديش، دط اكتوبر 2016) ص 29.

متاح على الرابط <https://drive.google.com/file/d/1YQmsfCBU8AM5A4-gWvdqaZ3btXKQXano/view>

خصائص العينة:

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
23.5%	94	ذكر
76.5%	306	أنثى
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

كما هو موضح في الجدول أعلاه فإنَّ عينة الدراسة تتكون من 400 شاب وشابة، حيث تم اختيار هذه العينة عن طريق العينة القصدية، وقسمت بشكل عشوائي بين الذكور والإناث. حيث قسمت ما بين 76.5% من الإناث و23.4% ذكور وهنا نلاحظ عدد الإناث يفوق عدد الذكور.

الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	العمر
37.5%	150	من 18 سنة إلى أقل من 23 سنة
27%	108	من 23 سنة لأقل من 29 سنة
35.5%	142	من 29 سنة إلى 35 سنة
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنَّ أفراد العينة يتوزعون على فئات عمرية مختلفة حيث تقدر نسبة الشباب الذين يبلغون من العمر من (18 سنة إلى أقل من 23 سنة) قدر مثلت نسبة 37.5%، في حين فئة الشباب الذين يبلغون من العمر ما بين (29 سنة إلى 35 سنة) قد بلغت 35.5%، بينما الفئة الأخيرة فهي من (23 سنة إلى 29 سنة) فقد مثلت 27%.

ومنه نستنتج أنَّ عدد الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "موقع فيس بوك" في تزايد فالقمة الأصغر سنا ما بين (18 سنة إلى أقل من 23 سنة) تأتي في أول الترتيب، لتليها الفئة ما بين (29 سنة إلى 35 سنة) وهذا يرجع لكون السن الطبيعي للشباب لاستخدام التكنولوجيات الحديثة هو في المرحلة العمرية الأولى لأنه متعطش لتجريب كل شيء.

الجدول 4: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
1.8%	7	ابتدائي
5.5%	22	متوسط
12.0%	48	ثانوي
80.8%	323	جامعي
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه نلاحظ أن المستوى التعليمي لأغلب أفراد العينة هو المستوى الجامعي بعدد مفردات يصل إلى 323 مفردة أي ما نسبته 80.8%، في حين أنّ الأفراد الذين يمتلكون المستوى الثانوي قدر عدد مفرداتهم بـ 48 مفردة أي ما نسبته 12%، بينما نجد الذين يمتلكون مستوى متوسط قد مثلت مفرداتهم بـ 22 مفردة أي ما نسبته 5.5%، وأخيراً عدد مفردات أفراد العينة ممن بلغوا المستوى الابتدائي بعدد مفردات 7 أي ما نسبته 1.8%.

وهذا ما يتوافق مع دراسة ربحانة بلوطي¹، وكذا دراسة قنيفي سهام² حيث نستنتج من نتائج الجدول أعلاه أنّ أغلب الشباب يملكون مستوى تعليمي جامعي، وهذا بفضل سياسية الدولة الجزائرية في القضاء على الأمية وتشجيع التعليم حيث يعتبر التعليم مجاني مقارنة بدول العالم الأخرى وهذا ما يوضح نجاح الدولة في وضع استراتيجيات وهيكل هامة ساهمة في توفير مجتمع متعلم.

الجدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية

النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
77.5%	310	أعزب
10.8%	43	متزوج
11.8%	47	مطلق
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب أفراد العيّنة يمثلون شباب أعزب بعدد مفردات وصل إلى 310 مفردة أي بنسبة تفوق النصف تقدر بـ 77.5%، في حين تقدر عدد مفردات الشباب المطلق بـ 47 مفردة أي ما نسبته 11.8%، بينما الشباب المتزوج فقد مثلت بعدد مفردات قدر بـ 43 مفردة أي ما نسبته 10.8%. وهذا ما يوضح لدينا عزوف فئة الشباب عن الزواج مقارنة بما كانت عليه الأوضاع قديما، وهذا لانشغالهم بالدراسة، ولعدم القدرة على تحمل مسؤولية أو ممكن نظرا للبطالة التي يعاني منها الشباب.

الجدول رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
48%	192	متدرس
17%	68	يطال
35%	140	موظف
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الاحصائية للجدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب أفراد العينة هم متمدرسون بعدد مفردات يصل إلى 192 مفردة أي ما نسبته 48%، في حين قدر عدد مفردات الموظفين بـ 140 مفردة أي ما نسبته 35%، وأخيرا نسبة البطالين التي تعد أقل مقارنة بما سبقها حيث مثلت 68 مفردة أي ما نسبته 17%. حيث يتضح لنا من النتائج أنّ استراتيجية الدولة في القضاء على الأمية وكذا البطالة حققت نتائج ملحوظة وهذا لحماية مستقبل الشباب.

2.4 حدود الدراسة

الحدود المكانية:

الإطار الجغرافي لدراسة هو مدينة قالمة إذ أخذنا عينة من المجتمع الجزائري والمتمثلة في منطقة قالمة باعتبارها جزءا من الجزائر وهذا لصعوبة مهمة إعداد الدراسة على 58 ولاية جزائرية فأخترنا المنطقة بحكم قُطون الباحثة فيها لئلا يتسنى لها الانتقال بمفردات البحث وجها لوجه وتوضيح ما في الاستمارة من أسئلة نظرا لصعوبة الموضوع لدى البعض منهم باعتبار أنّ العينة تحوي كلّ المستويات .

الحدود الزمانية:

امتدت دراستنا منذ إعداد الاستبيان إلى تقديمه للأستاذة المشرفة، وتوزيعه على المحكّمين، واسترجاعه لتوزيعه إلى مفردات البحث واسترجاع الاستمارات ، إلى تفرغ المعطيات التي أسفرت عن إجابات مفردات

العينة في برنامج spss، مُنذ بداية سنة 2021، وُصولاً إلى تحكيم الاستبيان في 24 - 4 - 2021، وتوزيعها على مفردات العينة حيث كانت أصعب مرحلة والتي أخذت وقتاً في استرجاع الاستمارات وفرزها بين استمارات صالحة لتحليل، وما بين أخرى غير صالحة نظراً لكون المعلومات لم تكن مكتملة، ويوجد عدد من الاستمارات التي لم يتم استرجعها.

ثالثاً: المقاربة النظرية للدراسة

إن كل دراسة تأخذ أهميتها عندما يتم إسقاطها من النظري إلى الميدان، وهذا ما يتطلب تبني إطار نظري كمرحلة أولية تمكن الباحث من تتبع الطريق وفقاً لمحاورة للوصول إلى مجموعة من النتائج والتوصيات، وقد وقد تبيننا في هذه الدراسة المعنونة "باستخدام الإعلام الإلكتروني ومشكلة الاغتراب لدى الشباب الجزائري المستخدم لموقع فيسبوك" اعتمدنا على نظريتي الاستخدامات والإشباع التي تدخل في إطار المدخل البنائي الوظيفي بالتوازي مع نظرية الغرس الثقافي.

حيث لقد اعتمدنا في دراستنا على متغيرين مواقع التواصل الاجتماعي وكذا الاغتراب الثقافي بما يخلانه من دلالة مفاهيمية متباينة وأبعاد متعددة والتي يجمعها الشباب فمدخل الاستخدامات والإشباع من النماذج المهمة في شرح الظواهر التي تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي.

كما وتعد من أشهر النظريات الإعلامية التي تستند على المدخل البنائي الوظيفي وقد طورت التصور السليبي إلى إيجابي فيما يتعلق بالجمهور من متلقٍ لتفاعل له القدرة في التحكم في العملية الاتصالية.

بناء على هذه المؤشرات فإننا اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن حيث المبدأ فإن نظرية الاستخدامات والإشباع تعتمد على دراستها للدوافع من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيس بوك خاصة، وكذا الإشباعات والحاجات التي يتم تحقيقها من جراء الاستخدام وهذه المكونات تسحب بشكل مباشر على موضوعنا لتوجيه دراستنا وتفسير نتائجها وكذا ملاءمتها لإشكاليتنا حيث تكشف إفرزات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك على سلوكيات الأفراد وتشكيل مشكلة الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري.

1 المداخل النظرية للدراسة

1.1 نظرية الاستخدامات و الإشباعات: " Uses and Gratifications "

تتناقض استخدامات الجماهير وإشباعاتها مع أكثر المقاربات إستعمالا الذي يتركز على تأثير وسائل الإعلام لدى الأشخاص، مجموعات من الأفراد والمجتمع ككل.¹ حيث جاءت أبحاث الاستخدامات والإشباعات كتكملة لدراسات الأولوية في الإعلام الجماهيري.² كما ويُطلق عليها " نظرية الاستخدامات والرّضا".³

هناك العديد من المناهج نظرية لدراسة جمهور وسائل الإعلام، ومن بين هذه النظريات والمناهج، مدخل الاستخدامات والإشباعات " حيث إنه يركز على استخدام جميع وسائل الاتصال من قبل الجماهير، ودوافعهم لاستعمالها درجة الرضا الذي تحصل عليه من هذا الاستخدام.⁴ ويعد هذا المنهج أحد مداخل، ومقربات، ونظريات الإعلام الأولى التي تشرح العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال من الناحية الاجتماعية، فهذا النوع يركز على دراسة الاتصال الجماهيري بطريقة وظيفية منتظمة.⁵

يطلق عليها نظرية المنفعة فهي تطرح سؤال عن الطريقة التي يستفيد الجمهور بها من وسائل الاتصال الجماهيرية، كم من الإشباعات كتعلم كيفية التصرف في المواقف المختلفة، والاسترخاء، والتعرف على أنفسهم وعن الآخرين، وهنا ينظر للجماهير على أنها نشيطة عن طريق تحديد الحاجات التي يريدون الحصول عليها. وكما ذكر Willet ، فنظرية الاستخدامات والرّضا جاءت كنتيجة لمزيج من علم النفس ومن التيار الوظيفي.⁶

إنّ الاهتمام بدراسة الإشباع الذي تُقدمه وسائل الإعلام لجماهيرها كان بداية البحوث التجريبية في مجال علم الاتصال. إذ ظهرت هذه البحوث في دراسات لأزار سفيلد، وستاتون، وبيرسون في الأربعينيات.⁷

¹ آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع: وجهة نظر نقدية، تر صالح خليل أبو أصعب، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 386، مارس 2012، ص 90. متاح على <https://booksjadid.top>

² مارك بالنافر، ستيفاني هيميلرمك، بريان شوسميت، نظريات ومناهج الإعلام، تر عاطف حطبية (القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 2017) ص 100.

³ نضال فلاح الضلعين ، و آخرون، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري، (عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط1، 2016) ص 245.

⁴ رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، (مصر: قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، 2007)، ص 65. متاح على الموقع www.noor-book.com

⁵ وجدان فهد جاسم، الانفتاح الإعلامي وتداعياته على المرأة، (البحرين: هيئة شؤون الكتاب، 2010)، ص 159.

⁶ حسن علي الموسوي، حسين دبي الزويني، تجليات الإعلام التلفزيوني: عوالم خفية وقضايا المعاصرة (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2020) ص 144.

⁷ صالح خليل أبو أصعب، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان: دار البركة للنشر والتوزيع، ط6، 2010) ص 130.

إنَّ النَّمُودَج طُوِّر عام 1974 مِن قَبْل بُلُومَر وَكَاتَر يُحَدِّد أَنَّ العِلاقَةَ بَيْنَ الفَرْدِ ووسائِلِ الإِعلامِ تَتَضَمَّنُ العَدِيدَ مِنَ المَتَغَيِّرَاتِ الَّتِي تَصْنَعُ النَّمُودَجَ فِي النِّهَايَةِ. وَعِناصِرُ النَّمُودَجِ هِيَ :

- الأَصُولُ النَّفْسِيَّةُ وَالاجْتِمَاعِيَّةُ لِلجِماهيرِ حَسَبِ المَتَغَيِّرَاتِ الدِّيموغِرافِيَّةِ وَالإِختِلافاتِ الفَرْدِيَّةِ.
- مُسْتَوَى نَشَاطِ الجِماهيرِ فِي التَّعامُلِ مَعَ وَسائِلِ الإِعلامِ.
- أنماطُ وَعادَاتُ التَّعَرُّضِ لِوَسائِلِ الإِعلامِيَّةِ.
- الدَّوافِعُ لِلتَّعَرُّضِ الإِعلامِيِّ كَمَا هُوَ رِضًا مُتَوَقَّعٌ.
- الرِّضَا النَّاتِجُ عَنِ التَّعَرُّضِ لِوَسائِلِ الإِعلامِيَّةِ. وَمِمَّا سَبَقَ مِنَ العَمَلِيَّاتِ السَّابِقَةِ يَتِمُّ تَحْدِيدُ دَرَجَةِ تَوَقُّعِ الرِّضَا، وَمِنْهُ عاداتُ وَأَشْكالُ التَّعَرُّضِ، وَبِالتَّالِي تَنَشَكِّلُ العِلاقَةَ بِشَكْلِ أَوْضَحِ بَيْنَ الشَّخْصِ وَالأَدواتِ.¹

كان رُوزِغرين Rosegren مُهْتَمًّا بِبِناءِ العِلاقَةِ بَيْنَ الاستِعمالِ والرِّضَا كالتَّالِي :

- البِدايَةُ وَجُودُ حَاجَةِ الفَرْدِ لِلتَّعامُلِ وَالخِصائِصِ العامَّةِ والنَّفْسِيَّةِ، وَكَذا البِناءُ الاجْتِماعيُّ الَّذِي يُحيطُ بِالشَّخْصِ بِمَا فِي ذَلِكَ بِناءِ وَسائِلِ الإِعلامِ.
- يَنْتِجُ عَنِ ذَلِكَ ظُهُورَ إِشْكالِيَّاتٍ لِلْمَرءِ، سِوَاها كانَ إِحْساسُهُ بِها بِشَكْلِ قَوِيٍّ أَوْ ضَعيفٍ فَيُبْحَثُ عَنِ حُلُولِ لَهَا مِنْ بَيْنِ الخِياراتِ المَتَنَوِّعَةِ المَتاحَةِ فِي مُحَاوَلَةِ إِبْجادِ السُّلُوكِ الَّذِي يُؤَدِّي لِرِضًا أَوْ حَلِّ المُشْكلَةِ.
- يَنْتِجُ عَنِ هَذَا السُّلُوكِ ظُهُورَ أنماطٍ مُتَنَوِّعَةٍ لِلاستِعمالِ الحالِيِّ لِوَسائِلِ الإِعلامِيَّةِ تَحْقِيقًا لِرِضًا وَحَلِّ المُشْكلَاتِ.
- إِختِلافُ أنماطِ السُّلُوكِ مَعَ الوَسائِلِ الإِعلامِيَّةِ الَّتِي تُؤَدِّي إِلى أنماطٍ مِنَ الرِّضَا أَوْ عَدَمِهِ؛ يَتَأَثَّرُ ذَلِكَ بِالخِصائِصِ العامَّةِ المُحيطَةِ بِالْمَرءِ، البِئِيَّةِ والنَّفْسِيَّةِ وَالاجْتِمَاعِيَّةِ كِبِناءِ الوَسائِلِ الإِعلامِيَّةِ وَكَذا البِناءِ الثَّقافيِّ وَالاِقْتِصادِيِّ لِلْمُجْتَمَعِ.²
- يَخْتارُ الأَشْخاصُ ما يَقومونَ بِهِ بِشَكْلِ إِجابِيٍّ لِوَسائِلِ الَّتِي يُفَضِّلونها لِإِعْراضِ مُحدَدَةٍ، مِثْلُ تَلْبِيَةِ حاجاتِهِم مِنَ المَعلُومَاتِ أَوْ التَّرْفيهِ أَوْ القِيمِ الاجْتِمَاعِيَّةِ أَوْ لِغايَاتِ عاطِفيَّةِ³

¹ عبد الله محمد الرفاعي، البيئة الإعلامية والانتقال الإعلامي، أشغال الملتقى الدولي، 7 و8 أبريل 2016، تونس، التلفزيون و حالة الانتقال (التحديات و السياقات الجديدة، معهد الصحافة و علوم الأخبار، مؤسسة كونراد أدنياور، ص 33. متاح على

الموقع <https://ipsi.rnu.tn/useruploads/files/Som%20Coll%202016%20Ar.pdf>

² سعد سلمان المشهداني، الإعلام التلفزيوني وتأثيره في الجمهور (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012) ص108.

³ محمد محمد الباوي، فنون الكتابة في العلاقات العامة (القاهرة: دار النهضة العربية، ط1، 2018) ص 24. متاح على

موقع www.noor-book.com

اتَّضح أَنَّ نَظْرِيَّةَ الاسْتِخْدَاماتِ والرِّضَا مُسْتَمَدَّةٌ مِنْ مَفْهُومٍ مَعْرُوفٍ وَشَائِعٍ فِي عُلُومِ الْاِتِّصَالِ هُوَ " مَبْدَأُ النَّعْرُضِ الْاِنْتِقَائِيّ " . وَيَفْسِّرُ هَذَا الْمَبْدَأُ بِأَنَّ الْمَرْءَ يَعْرِضُ نَفْسَهُ، طَوَاعِيَّةً لِمُضَدِّرِ الْمَعْلُومَاتِ (هُنَا وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ)¹.

يُقَدِّمُ كَاتِبُ وَزَمَلَاؤُهُ مَفْهُومًا لِنَظْرِيَّةِ الْاِسْتِخْدَامِ وَالرِّضَا عَنْ طَرِيقِ تَحْدِيدِ الْغَرَضِ وَالْفَرْضِيَّةِ، وَعِنَاصِرِ النَّظْرِيَّةِ .

أَهْدَافُ النَّظْرِيَّةِ :

- تُحَاوِلُ النَّظْرِيَّةُ التَّعَرُّفَ عَلَى اسْتِعْمَالِ الْأَشْخَاصِ لِلْوَسَائِلِ الْاِتِّصَالِيَّةِ، بِاعْتِبَارِ أَنَّ الْجُمْهُورَ نَشِطٌ وَقَادِرٌ عَلَى اخْتَارِ الْوَسَائِلِ الَّتِي تُلَبِّي إِحْتِيَاجَاتِهِ وَتَوَقُّعَاتِهِ.
- تَحْدِيدِ الْاِزْتِبَاطَاتِ بَيْنَ الدَّافِعِ لِلِاسْتِخْدَامِ وَأَشْكَالِ النَّعْرُضِ وَالرِّضَا.
- تَحْدِيدِ دَافِعِ تَعْرُضِ الْمَرْءِ لِلْوَسَائِلِ الْاِتِّصَالِيَّةِ وَالتَّوَقُّعِ الَّذِي يَنْجُمُ عَنْ هَذَا التَّعْرُضِ.
- التَّأَكِيدِ عَلَى النَّتَائِجِ الَّتِي تَنْجُمُ عَنْ اسْتِخْدَامِ الْوَسَائِلِ الْاِتِّصَالِيَّةِ لِفَهْمِ الْعَمَلِيَّةِ الْاِتِّصَالِيَّةِ لِلْجُمَاهِيرِ².

فروض النَّظْرِيَّةِ: تعتمد النَّظْرِيَّةُ عَلَى الْفَرْضِيَّاتِ الْآتِيَّةِ:

- الْمَشَارَكَةُ لِفَعَالَةِ الْجُمْهُورِ فِي عَمَلِيَّةِ الْاِتِّصَالِ وَاسْتِخْدَامِ وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ لِتَحْقِيقِ الْأَهْدَافِ الْمَرْجُوءَةِ مِنْ تَلْبِيَةِ تَوَقُّعَاتِهِمْ.
- الْعِلَاقَةُ بَيْنَ الرَّغْبَةِ فِي تَلْبِيَةِ حَاجَةِ مُعَيَّنَةٍ وَاخْتِيَارِ وَسِيلَةٍ إِعْلَامِيَّةٍ مُعَيَّنَةٍ هِيَ عِلَاقَةُ الْجُمْهُورِ نَفْسِهِ وَتَتَحَدَّدُ بِالْاِخْتِلَافَاتِ الْفَرْدِيَّةِ.
- التَّأَكِيدِ عَلَى أَنَّ الْجُمَاهِيرَ هِيَ مِنْ تَخْتَارِ وَسَائِلِ وَمُضْمُونِ وَسَائِلِ الْاِتِّصَالِ، وَلَيْسَتْ الْوَسَائِلُ الْاِتِّصَالِيَّةُ هِيَ مِنْ تَسْتَحْدِمُ الْأَفْرَادَ.
- يُدْرِكُ الْجُمْهُورُ مَصْلَحَتَهُ، تَسْمَحُ لَهُ دَوَافِعُهُ وَاهْتِمَامَاتُهُ بِإِعْطَاءِ الْبَاحِثِينَ صُورَةَ حَقِيقِيَّةٍ عَنْ اسْتِخْدَامِهِ لِلْوَسَائِلِ الْإِعْلَامِيَّةِ³.
- يُمَكِّنُ الْاسْتِدْلَالَ عَلَى الْمَعَايِيرِ النَّقَافِيَّةِ الْعَامَّةِ لَيْسَ فَقَطْ مِنْ مُحْتَوَى الرِّسَالَةِ، وَلَكِنْ أَيْضًا مِنْ اسْتِخْدَامِ الْجُمْهُورِ لَوَسَائِلِ الْاِتِّصَالِ⁴.

¹ محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب (الرياض: مكتبة العبيكان، ط2، 1998) ص 27.

² كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال (الجمهورية العربية السورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020) ص93. متاح على الموقع الإلكتروني <https://pedia.svuonline.org/>

³ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال (عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص 215.

⁴ محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، (الرياض: العبيكان للنشر، ط1، ، 2014) ص 135.

أهم أسباب إنكار النظرية:

- إن جماهير وسائل الإعلام نشيطة وفعالة وتختار ما يتناسب واحتياجاتها ورغباتها.
- الجمهور هو من يبادر بتحديد وسائل وطرق تلقي الإعلام وما يليها وحاجاتهم ورغباتهم
- إن الحاجيات التي تلبّيها وسائل الإعلام هي جزء من الحاجات الإنسانية، فرغبات الجماهير كثير لا يلبّي الإعلام إلا بعضاً منها.¹

الرد على الانتقادات الموجهة للنظرية:

رغم الانتقادات التي تواجه مدخل الاستخدامات والرضا، إلا أنها تعتبر مرحلة بحثية متقدمة لتحديد الرابطة بين من هو المرسل والمتلقي ضمن إطار اجتماعي، إضافة لمساهمة المدخل في توضيح الأسباب المؤثرة في اختلافات السلوك التواصلي للجمهور، حدّد الباحثون قائمة هائلة من دوافع الجمهور لمشاهدة المواد الإعلامية المختلفة وفقاً لخصوصيات كل مجتمع، ولديه ظروفه المتباينة. إضافة إلى أن استخدام مدخل الاستخدام والرضا مهم جداً في دراسة القنوات الفضائية وجماهير الإنترنت، ففتيح هذه النظم مشاهدة واسعة وتحفز الاختيار للنشاط للمحتويات الإعلامية المتنوعة. هذا المدخل هو جزء من الجهد المستمر لتطوير الدراسات الإعلامية بعيداً عن النماذج الاتصالية البسيطة التي تؤثر مباشرة (تثير الاستجابة) لمحاولات متطورة لفهم الرابطة بين من هو قائم بالاتصال وكذا الجمهور ووضعها ضمن إطار اجتماعي واسع. فمدخل الاستخدام والرضا لا يعد مدخلاً وظيفياً تطبيقياً، وإن التغير يكون في سلوك الجماهير إتجاه الوسيلة أو في المحتويات المقدمة من الوسيلة نفسها، فالتناقض بين الرضا الذي يحث عنه الجمهور والرضا الذي يتحقق بالهدف من التعرض للوسيلة لا يمكن أن يغير اختيارات الجماهير للوسائل المفضلة لديه. في الآونة الأخيرة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعية، قام عدد من الباحثين بتطبيق مدخل الاستخدامات والرضا للكشف عن الدوافع التي تدفع المستخدمين والرضا والإشباع، التي تحققت جزاء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.²

¹ سعد علي زابر، عهود سامي هاشم، علاء عبد الخالق المنداوي، الاتصال والتواصل التعليمي (عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، ط1، 2020) ص 132.

² محمد عبد الوهاب الفقيه الكافي، حاتم علي حيدر الصالحي: تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي، ضمن المطبوعات العربية المحكمة للكرسي عام 2016، كرسى اليونسكو للإعلام المجتمعي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، فهرسة مكتبة الملك فهد اثناء النشر، ص 30 متاح على الرابط

https://archive.org/details/20200506_20200506_1739/page/n1/mode/1up

2. نظرية الغرس الثقافي :Cultivation Approach

كما واعتمدنا بالتوازي مع نظرية الاستخدامات والإشباع على نظرية الغرس الثقافي والتي تُعتبر من أهم النظريات التي عالجت العنف والجريمة وارتبط ذلك بالتعرض المكثف للتلفزيون، لكن مؤخراً أصبحت تُستخدم من قبل الباحثين للبحث في أثر التعرض المكثف للوسائط الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي فهي تتطرق من كون عملية الغرس تتم ببطء، فتعرض الشباب الدائم والمكثف لمواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفيس بوك بشكل خاص التعرض (للشاشات الرقمية الجديدة) يؤدي إلى بناء وغرس سلوكيات جديدة لدى الشباب وتبني اتجاهات جديدة نظراً لما يعرض حالياً على تلك المواقع الاجتماعية.

وباعتبارها مواقع لا تعترف بالحدود المكانية ولا الزمنية فهي أي وقت وأي مكان يمكن التواصل والتفاعل مع جميع أفراد العالم وكل ثقافات ومجتمعات العالم بأسره ولهذه مؤشرات كلها تم تبني النظرية ضمن سياق دراستنا للتعرف على ما تأثير استخدام موقع الفيس بوك وكذا حدوث أبعاد الاغتراب الثقافي لدى المستخدمين من الشباب الجزائري

"هذا النهج يعد تطبيقاً للأفكار التي تخص بناء المعاني وتكوين الحقائق الاجتماعية،¹ وكذا التعلم عن طريق الملاحظة، بالإضافة لدور الوسائل الإعلامية ضمن هذه المجالات.²"

تعد نظرية الغرس الثقافي أو ما يطلق عليها أيضاً البذر الثقافي أحد الموضوعات الجديدة نسبياً في مجال النظريات الاتصالية الجماهيرية والتي تدرس تأثير الوسائل الإعلامية على أفراد المجتمع. وقد تمت مناقشة النظرية عن طريق عدد من المفاهيم المتنوعة منها المقاييس الثقافية وكذا (الثقافة الشعبية) وفي الأخير (فرضية الغرس أو الإنماء الثقافي). وأكدت النظرية على تأثير الوسائل الإعلامية يعد تأثير بغاية الدقة وله قابلية الانتشار والهيمنة والمضامين التي تتضمنها الوسائل الإعلامية.³

¹ خضرة عمر المفلح، الاتصال (المهارات والنظريات وأسس عامة) (عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط2015، 1) ص 159.

² إيمان فتحي عبد المحسن حسين، برامج المصارعة الحرة بالفضائيات والعنف لدى المراهقين (القاهرة: المكتب العربي للعارف، ط1، 2016) ص 74.

³ ميخائيل، سينجليتري، جبر الدستون، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، ترجمة عبد الله بن أهينة، سعد هادي القحطاني، (المملكة العربية السعودية: مركز البحوث والدراسات الإدارية، معهد الإدارة العامة، 1420) ص 135. متاح على الموقع الإلكتروني

<https://archive.org/>

تُعرف عمليّة الغرس الثقافيّ على أنّها " زرع "، بالإضافة لأنّها تُنمّي المكونات المعرفيّة والنفسية التي تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرّض لها، ومُنذ مُنتصف السبعينيات أصبح مُصطلح الغرس يُحاول إعطاء تفسير للآثار الاجتماعيّة والمعرفيّة للوسائل الإعلاميّة، وخاصّة التّلفزة، ويعتبر الغرس حالة من عمليّة التّنشئة الاجتماعيّة التي يُطلق عليها Socialization فيقدّر ما يشترك الأفراد في شكل الثقافة، فإنهم يتحدّون معاً على أساس من الوعي الاجتماعيّ .

يُعتقد مورجان " أنّها أولاً وقبل كلّ شيء نظريّة ثقافية تهدف لتحديد المدى الذي يُمكن أن تساهم به رسائل مُعيّنة في وعي وإدراك مُصطلحات الواقع الاجتماعيّ بطريقة تتشابه والرسائل الإعلاميّة.¹

في الختام تجدر الإشارة أنّ مُصطلح الزرع لا يشير إلى التأثير حيث إنّ الزرع لا يعني عمليّة أحاديّة الجانب، أيضاً يجب ألاّ يتداخل مفهوم الزرع مع التّعزيز " حيث أنّ الزرع يعمل على تغيير مُعظم المُعتقدات عند الأشخاص كثيفي المشاهدة في حين يحافظ على تلك المُعتقدات عند من هم قليلي المشاهدة، إذ يحدث ذلك عن طريق التّعرّض التّراكميّ للتّلفزة.²

لذلك أكّد جيرينر وزملاؤه أنّ نظريّة الإنماء لا تُعد بديلاً بل مُكمّلة للبحوث وللدراسات التّقليديّة لتأثير الوسائل الإعلاميّة، ففي الزرع ليس هناك نموذج قبلي أو بعدي للتّعرّض أو نموذج للاستعدادات المُسبقّة.³

وتعتبر نظريّة الغرس الثقافيّ من أهمّ أجزاء المشروع الذي يُطلق عليه اسم " المؤشّرات الثقافيّة أو ما يُعرف ب Cultural Indicator " حيث تهتم بثلاث قضايا مترابطة هي:

- فحص العمليّات والضغوط المؤثّرة في المضمون الذي تُقدمه وسائل الإعلام.
- الصّور الذهنيّة " التي تُعرضها الوسائل الإعلاميّة.
- العلاقة بين التّعرّض للتّلفزة ومُعتقدات وسلوكيّات الجماهير.

أسس " مورجرينر وزملاؤه في سنوات الثمانينيات نظريّاً واستراتيجيّة تجريبية للبحث في تأثير العُنف في التّلفزة على اعتقادات لتتسع دائرة اهتمامهم لتتّصل أنماطاً من السلوك الذي تُعرضه التّلفزة إلى جانب العُنف.⁴

¹ رفعت عارف أبو الضبع، صناعة النجم، (القاهرة: الهيئة المصرية، العامّة للكتاب، 2014) ص 244.

² محمد عمارة، دراما الجريمة التليفزيونية دراسة سوسيو إعلامية، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008) ص 71.

متاح على الموقع الإلكتروني www.noor-book.com

³ غادة ممدوح سيد أمين، العُنف الإعلامي: سيكولوجية العدوان نفسياً واجتماعياً (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط1،

2019) ص 220. متاح على الموقع الإلكتروني <https://books.google.com/?hl=ar>

⁴ أسامة عبد الرحيم علي، القيم التربوية في صحافة الأطفال (دراسة في تأثير الواقع الثقافيّ) (مصر: ايتراك للنشر والتوزيع،

ط1، 2005) ص 61. متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org

يُوضِّح الباحث البيروفي " غوركي تابيا " النموذج الذي يعمل عليه البرنامج الترفيهي الأمريكي :
 البيئة: مجتمَع استهلاكي فآخر بلا تناقضات.
 القيم الأساسية: الفردية والأنايية والمنافسة الشرسة.
 النَّجَاح يعني: الاستمتاع بفرحة الحياة والتفوق المادي على الآخرين.
 المجتمع: بشكل عام، نميل إلى مكافأة النَّاجحين ومعاقبة الخاسرين.
 فبدلاً من التَّمرد أو محاولة التَّغيير، يجب أن يكتفي الخاسر بمصيره واستسلامه.
 من هذه النتيجة، من السهل أن نرى غلبة النظرة المادية الواقعية لهذه المواد. على الرغم من أن هذه
 المواد مقدمة فقط للترفيه أو الترفيه، يؤكد الباحث الأمريكي هيربرت تشيرلر:¹
 الواقع هو شكل تعليمي، شكل إيديولوجي لوعي. أيده ميئن ديفلر بقوله: "إن اعتماد وسائل الإعلام
 الشديد على أنظمة الترفيه يجعل من السهل رؤيتها من خلال تعديل القيم وقواعد السلوك"، وتعتمد نظرية
 الزرع الثقافي على هيمنة الصور التلفزيونية على المشاهدين.²
 بدأ غارنر وأنصاره ببعض الافتراضات الأساسية. والأهم من ذلك كله، أن التليفزيون ينفرد بوسائل
 الإعلام الأخرى في استخدامه غير الانتقائي للأفراد، وخاصة الأطفال، حيث يستوعبون المعنى الكامل الذي
 يحويه عالم التلفزيون السحري. إن التعرض التراكمي للمحتوى التلفزيوني يعمل على غرس وتطوير وجهات
 نظر معينة ليس واقعا، ولكنه واقع تلفزيوني إصطناعي.³
 استندت فرضيتها إلى نتائج دراسة استمرت عقدا من الزمن في الستينيات من القرن الماضي، بحثت
 في العلاقة بين وسائل الإعلام وانتشار العنف ضد الأطفال في الولايات المتحدة.⁴

¹ لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، ط1، 2014، ص 144.

² رؤوف سالم أحمد حسين، الإعلام الصحي وتطبيقاته في المجالات الطبية (مصر: دار العلم و الإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2018) ص 239. متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org

³ اعتماد خلف معبد، الطفل والعنف في التلفزيون: دراسة وثائقية (القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية، الإدارة المركزية للمراكز العامة، مركز توثيق و بحوث أدب الطفل، 2004) ص 22. متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org

⁴ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2007) ص 272.

يؤكد جورج جيربнер ضمن هذه النظرية على مفهومين أساسيين في عملية الغرس هما:

الاتجاه السائد Main streaming :

إنَّه التَّجانس بين الأفراد الذين لديهم نفس التَّعَرُّض، وبين المجموعات ذات الخصائص المختلفة، في اكتساب الخصائص الثقافيَّة المشتركة للمجتمع الذي يُقدِّمه التِّلْفزيون.

فسر Gerbner الاتجاهات العامَّة على طول ثلاثة محاور رئيسيك:

- المحور الأول مَفْقُود: بِمَعْنَى آخَر، يُزِيل الزَّرْع الاختلافات الطَّبِيعِيَّة في وُجْهات النَّظَر الفرديَّة حَوْل العالم ويجعلها تَحْتَفِي.
- المحور الثَّاني يَخْتَلِط: يَمزُج التِّلْفزيون المفاهيم الشَّخصِيَّة مع إتِّجاه التُّقافة التِّلْفزيونيَّة الشُّعْبِيَّة.
- المحور الثَّالث: تَحْوِيل أو تَوَجِيه الانتباه إلى مَصالِح التِّلْفزيون ومموليه وأصْحاب المصلحة.¹

الصدى أو الرنين "Resonance" :

الرنين يعني تأثير جَعْل المشاهد يَشْعُر بالتَّقْدِير والتَّقْدِير لِأَنَّهُ إختبر إحدى التَّجارب المعروضة على شاشَة التِّلْفزيون بِالإضافة إلى التَّجربة الأَصْلِيَّة التي مرَّ بِهَا المشاهد. عُمق الخبرة في كثافات أعلى.² ويتطلب بحث الغرس الثقافي كَأقل تقدير مقياسا على شكل متغيَّرين هما:

- التَّعَرُّض لوسائل الإعلام كمتغيَّر مُسْتَقِل.
- المتغيَّر التَّابع هُو الغطاء النَّباتي، إمَّا إفتراضات المبحوثين أو مُعتقداتهم أو وُجْهات نَظَرهم حَوْل الواقع الاجتماعي قَيْد البحث.³

¹ سعد سلمان الشهداني، منهجية البحث الإعلامي (الإمارات العربية المتحدة، العين: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2020) ص 368 369.

² قراءات سوسيولوجيا نظرية الغرس الثقافي، تم كتابته يوم 29 مارس 2021، متاح على الرابط،

³ غادة عبد التواب اليماني، بحوث ودراسات في الإعلام البناء المنهجي والاستدلال الإحصائي (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر، 2014) ص47.

المطلب الأول **Fist order**:

ويشمل ذلك تحليل محتوى البرمجة التلغزيونية الذي يعكس الاتجاهات العامة ومقارنته بالتوقعات الكمية للمستجيبين حول حدوث الظواهر الاجتماعية مثل العنف والجريمة والمهين وكذا الأدوار. تحديد مدى تطور التلغزيون من خلال قياس الفرق بين المشاهدين الكبار والصغار. أظهرت الأبحاث السابقة أن هناك علاقة بين كثافة المشاهدة والنقطة في المطلب الأولى، لكن هذه العلاقة تفقد أهميتها عندما لا ترتبط بالمعتقدات والسلوكيات.

المطلب الثاني **Second order** :

يهدف إلى التعرف على معتقدات المستجيبين حول إحدى الظواهر الاجتماعية، وهذه المعتقدات لها تأثيرات مهمة على سلوكهم الاجتماعي. يتم ذلك من خلال تصميم العديد من التمثيلات التي تقيس المواقف الاجتماعية تجاه ظواهر معينة، مثل الخوف من الجريمة، وتصورات الواقع الاجتماعي، والعلاقات الشخصية. ثم يقارن أولئك الذين يشاهدون الكثير من المشاهدين بمن يشاهدون أقل لتحديد تأثير مشاهدة التلغزيون. يُعرف هذا بالاختلاف في الزراعة.¹

قدم جورج غارنر تعريفاً لمفهوم الإنماء، وهو ما تُعطينا إياه الثقافة، والثقافة هي الوسيلة أو المجال الذي تعيش فيه البشرية وتتعلم.²

العناصر الرئيسية في عملية الغرس:

يعتقد الباحثون في HAWKINS و BINGREE و POTTER أن هناك العديد من المكونات الرئيسية لعملية الزرع، والتي يشرحونها:
التعلم: يشمل عناصر متعددة.

القدرات أو المهارات العقلية: تلعب القدرات أو المهارات دوراً مهماً في عملية التعلم. قد يعمل أيضاً بشكل مختلف عن العوامل الأخرى مثل العمر.³

¹ حسن المكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1998) ص ص 309 310.

² دعاء فريد، الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي (الجيزة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط1، 2016) ص ص 39 40.

³ طلعت حكيم، تقديم مصطفى الشراوي، علم النفس الإعلامي، رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية (مصر: مكتبة الانجلو

العربية، 2018) ص 59. متاح على الموقع الإلكتروني www.books.google.com

إستراتيجية التّركيز: تلعب القدرة على التّركيز على بعض المعلومات الأولى بدلا من المعلومات الثانوية دورا مهما في التأثير على عمليّة الرّزغ.

ملاحظة: تُؤدّي المشاهدة السّلبية إلى التّعلّم العرضي واكتساب الثقافة من التّلفزيون بطريقة عرضية، وبالتالي فإن درجة الاهتمام المرصّي، أشار إليها بالمشاهدة النشطة أو المشاهدة السّلبية، قد تكون مهمّة نسبيا.

مشاهدة المشاركة: مشاهدة المشاركة تلعب دورا مهما. على وجه الخصوص، فإن وجهة النظر هي أن الانغماس الأقل في المشاهدة يُعزّز أنواعا معينة من التّعلّم والفعاليّة.¹

البناء: يقصد به العلاقة بين تصوّر عالم التّلفزيون والعالم الحقيقي. دون هذه العلاقة سيكون من الصّعب القول بأن هناك علاقة بين التّعرّض التّلفزيوني وقياسات الرّزغ. يبني تصوّره للواقع الحقيقي الذي يعيش فيه. التّعميم: يُشير إلى العلاقة بين مُعتقدات المقياس الأول، وهي مقاييس لمدى تّعلّم المشاهدين صفات أو سمات مُعيّنة يُقدمها المحتوى التّلفزيوني، والقياسات الثقافيّة، وهي مُعتقدات المشاهدين حول الواقع. حول نفس الموضوع.

الغرس: العلاقة بين مشاهدة التّلفزيون وقياسات العالم الحقيقي ممثلة بالمستويين الأول والثاني.²

من ناحية أخرى، يعتقد د. محمود شمال حسن أن " اكتساب الرّزغ الثقافي، الذي تركز عليه النّظريّة، يتم بطريقتين: التّعلّم والبناء". بقدر ما يتعلّق الأمر بالطريقة الأولى، يكتسب الأفراد معلومات عن أنفسهم من خلال التّعرّض المستمرّ للبرامج التّلفزيونيّة، ممّا يُؤدّي إلى تكوين نتائج معرفية حول العالم الذي نعيش فيه. بالنسبة للطريقة الثانية، تُشير بشكل خاصّ إلى استخدام المعلومات والمعرفة التي يكتسبها الأفراد من خلال الخطّاب التّلفزيوني.³

¹ طلعت حكيم، تقديم مصطفى الشراوي، المرجع نفسه ص 59.

² عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين (عمان: دار اليازوري العلميّة للنشر والتوزيع، 2016) ص 164.

³ محمود شمال حسن، سايكولوجيّة خطاب الفضائيات: جاذبيّة الصورة والثّقافة الوافدة (بيروت: دار الكتب العلميّة، 2013)، ص 48.

الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

يتم التعبير عن أهم الانتقادات لنظرية الزرع الثقافي في النقاط التالية.

- هناك متغيرات أخرى في العملية التي يؤثر بها التلفزيون على الجماهير، ولعل أهمها ديموغرافي.
- يلاحظ PINGREE، HAWKINS أن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي للمشاهد قد تعزى إلى محتوى بعض البرامج أو المواد التلفزيونية ولا تنطبق على البرامج الأخرى وهذه العلاقة هي أنني لا أعتقد أنها تنطبق على المشاهدة ككل البرامج التلفزيونية. على الرغم من أنه عام، إلا أنه يمكن أن يحدث نتيجة مشاهدة عروض معينة.

- وجد بعض الباحثين أن استخدام الجمل والعبارات غير السلبية يمكن أن يؤدي إلى تحير الناس في رؤودهم عند استخدام المقياس الثاني لهذه النظرية .

- فيما يتعلق بالعلاقة بين العرض التلفزيوني والغرسات الثقافية والمشاهدين، من المهم النظر في كيفية استجابة المشاهدين لأن المواد المقدمة يمكن أن تتعرض وتزيف في أذهان المشاهدين، مما قد يؤدي إلى تحير رؤود أفعالهم. يكون الأساس لبيم بناء المفهوم البعدي للعلاقة بين الرؤية والتأثر وفقاً لمنظور الزرع . مفاهيم وأبعاد غير دقيقة.

- راجع Gerbner وزملاؤه بعض هذه الانتقادات المنهجية في عملهم، ولكن دون التحلي عن افتراضاتهم الأساسية، وقوة التأثيرات الاجتماعية الأخرى والصدى التي تؤدي إلى التضخم، ومع ذلك، فقد أدخلنا مفهوم التدفق العام الذي يكتسح نحو التطور المتوقع. تنمية جميع الأشخاص الذين أكدت الرسائل التلفزيونية تجاربهم الشخصية¹.

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، 2015) ص 181 182.

رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة

1. تحديد مفاهيم الدراسة

1.1 الإعلام الإلكتروني:

ويختلف عن الإعلام التقليدي في أنه يعتمد على أساليب جديدة للإعلام المعاصر تُدمج جميع وسائل الاتصال التقليدية بهدف إيصال المحتوى المطلوب بصيغة واضحة وأكثر فاعلية، ويعرفه البعض على أنه شكل جديد من وسائل الإعلام، ويعتمد بشكل أساسي على الإنترنت، مما يوفر للإعلاميين فرصة مُمتازة لتقديم مواد إعلامية متنوعة بطريقة إلكترونية بحتة.¹

يعرفها حسين هتيمي على أنها " التحوّل الذي حدث في أنظمة الاتصال واعتمادها على الرقمية بدلاً من التناظرية."²

2.1 مواقع التواصل الاجتماعي:

" ربما تكون مواقع التواصل الاجتماعي إحدى أكثر الوسائل جذرية لتغيير تفاصيل الحياة اليومية بشكل جذري لمليارات الأشخاص حول العالم، وهذا لا يحتاج إلى دليل. المجتمعات الافتراضية (Facebook YouTube Twitter Linked)."³

" يُتيح ذلك إنشاء وتبادل المحتوى بين المستخدمين أو نظام شبكات إلكترونية عبر الإنترنت يُتيح للمستخدمين إنشاء مواقعهم الخاصة وربطهم بأعضاء آخرين من خلال النظام الاجتماعي الإلكتروني. نفس الاهتمامات والهوايات وفلسفتهم تقوم على تحويل التواصل إلى حوار تفاعلي."⁴

يصفها محمد عواد بأنها " بنية اجتماعية إلكترونية لأفراد أو مجموعات أو مؤسسات، تُسمى أجزائها الأساسية، مثل (الأفراد المنفردين)، العُقد (العُقد) والتي ترتبط بها هذه العُقد. "امتلاك جنسية بلد ما في هذا العالم، يُمكن أن تصل هذه العلاقات إلى مستويات أعمق، مثل طبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص."⁵

¹ عباس ناجي، الصحفي الإلكتروني، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، 2011) ص 19.

² حسين محمود هتيمي (العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي (الأردن: دار أسامة ، ط1، 2015) ص 62.

³ عبد الله الوزان دراسات إعلامية حول دور القنوات الفضائية - ومصادقتها واستخدامات الشباب لوسائل التواصل

الاجتماعي- (الفييس بوك تويتر اليوتيوب)، (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، ط1، 2017) ص 93

⁴ طه أحمد الزيدي، الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل الألعاب الإلكترونية (بغداد: اصدار المجمع الفقهي

العراقي ، قضايا الفقه المعاصرة 4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2018) ص 20. متاح www.noor-book.com

⁵ مريشيش خالد، مجالدي رابح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصفية، المجلة الجزائرية

للبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 3 ، العدد 2 ، ديسمبر 2020 ، ص 298. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/141999>

كان لهذا الاختراع تأثير عميق على قواعد الصحافة وحرية التعبير، وعلى مناصرة الأفكار الديمقراطية، وعلى حقوق الإنسان وعلى المفاهيم السياسية والاجتماعية والتجارية الأخرى التي انتشرت حولها الجماعات التي تشكلت. إنضمّ دون خبرة فنية أو تكاليف مادية.¹

وسائل التواصل الاجتماعي هي قنوات قائمة على الإنترنت ومنفصلة ومستمرة، يُسهّل الاتصال الجماهيري تصور التفاعلات بين المستخدمين التي تستمد قيمة في المقام الأول من المحتوى الذي يُنشئه المستخدم، في حين أنّ هذا التعريف دقيق، فإنّه بلا شكّ مُعقدّ وتقني. على هذا النحو، فإنّه يُوفّر إعادة صياغة أكثر تفصيلا قليلا ولكن من المحتمل أن تكون أكثر بديهية للوصف. وسائل التواصل الاجتماعي هي " قنوات قائمة على الإنترنت تُتيح للمستخدمين التفاعل بشكل انتهازيّ وانتقائيّ لتقديم أنفسهم إمّا في الوقت الفعليّ أو بشكل غير مُتزامن ، مُستمدة القيمة من المحتوى الذي يُنشئه المستخدم وعناصر التعريف الرسميّ الرئيسيّ لجمهور الواسع والضيق الذي نخيّله في توضيح ووصف تفاعلات المستخدم.²

هيكّل اجتماعيّ إلكترونيّ يتكوّن من أفراد أو مجموعات أو مؤسسات، تتم تسمية الجزء المُكون منها باسم عقدة، والتي تُشجّع فريقاً مُعينا أو ينتمي إلى شركة أو جزء من العالم. احتفظت بجنسية بلد ما. درجة أعمق من العلاقة، مثل طبيعة الوضع الاجتماعيّ للشخص أو المعتقدات الطبقيّة.³

تعريف نيكول إيسون "لمواقع الشبكات الاجتماعية :

تُنشئ مواقع الشبكات الاجتماعية مواقع ويب عامّة أو ملفات تعريف شبه عامّة داخل نظام مع فُيود شخصية، وتعرض قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين شاركوا معهم اتصالات، وتعرض قائمة اتصالاتهم والاتصالات التي تم إجراؤها والخدمات المستندة إلى الويب التي تسمح بالمرور. آخرون في النظام. تعرّف أيضًا باسم صفحة الويب التي تُسهّل التفاعل الحيويّ بين أعضاء الشبكات الاجتماعية المشاركة الموجودة بالفعل على الإنترنت وتهدف إلى توفير سُبُل الاهتمام، المراسلة والدردشة وتبادل الملفات ومجموعات المناقشة والبريد الإلكترونيّ.⁴

¹ أسامة هيكّل، حروب الجيل الرابع، الإعلام وتفتيت المجتمعات (القاهرة: سما للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص ص 28 29

² Caleb T. Carr and The authors , Social Media: Defining, Developing, and Divining , Atlantic Journal of Communication , Directions in Social Media Theory , Volume 23,(2015) - Issue 1 page8., <https://www.researchgate.net/> متاح على موقع

³ صونبديا قاسمي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين دراسة حالة

بجامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري مجلة الباحث الاجتماعي الصفحات، مجلة الباحث الاجتماعي، المجلد 13، العدد 1،

ماي 2017، 109_128 . ص 111 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/46212>

⁴ بوطهرة آسيا، الفيسبوك وتأثيره على الاتصال الأسري في الجزائر : دراسة ميدانية على عتنة من الأسر لمدينة أم البواقي

،المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 1، العدد 2، جوان 2018، ص138. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/125631>

3.1 الاغتراب

الِاغْتِرَابُ هُوَ أَحَدُ الْمَفَاهِيمِ الَّتِي لَا يُمَكِّنُ تَفْسِيرَهَا بِوَضُوحٍ بِسَبَبِ الِاسْتِخْدَامِ الْمُتَنَوِّعِ لِصَطْحِ الِاغْتِرَابِ بَيْنَ الْعِدِيدِ مِنَ الْعُلُومِ مِثْلِ الْفَلْسَفَةِ وَعِلْمِ الْاجْتِمَاعِ وَعِلْمِ النَّفْسِ، كَمَا تَمَّ اسْتِخْدَامُهُ أَيْضًا فِي الْخِيَالِ الْأَدَبِيِّ وَالشُّعْرِ، لَهَا مَعَانِي وَمَفَاهِيمُ كَثِيرَةٌ.¹

تعريف الاغتراب في اللغة العربية:

تَقَدَّمَ مُعْظَمُ الْقَوَامِيسِ وَالْقَوَامِيسِ الْعَرَبِيَّةِ وَالْفَلْسَفِيَّةِ مَفْهُومًا شَبَّهَ عَامَ لِالِاغْتِرَابِ. وَرَدَ فِي مُخْتَارِ الْقَامُوسِ وَالصَّحِيحِ بِأَفْعَالِ إِشْتِقَاقِيَّةٍ، عَرَبُ الِاغْتِرَابِ هُوَ الِاغْتِرَابُ، يَقُولُ إِنَّهُ سَيَسَافِرُ إِلَى الْخَارِجِ، إِذَا تَرَوَّجَتْ مِنْ شَخْصٍ آخَرَ غَيْرِ أَقَارِبِكَ. كَلِمَةُ الْبِعْدِيِّ اسْتَعْمَلَتْ فِي لَفْظِ الْحَرْبِ: الْبَعْدُ، وَفِي الْغَرْبِ اسْتَعْمَلَتْ فِي الضَّمِّ وَالِاغْتِرَابِ وَالْغَرْبَةَ وَالِاغْتِرَابُ: الْخُرُوجُ مِنَ الْوَطَنِ. وَظَهَرَتْ فِي قَامُوسِ عَرَبِيٍّ جَدِيدٍ: مَعَ بَدَايَةِ الْعَامِ، غَابَتْ شَمْسُ النُّجُومِ غَرْبًا: ذَهَبَ، وَاخْتَفَتِ الشَّمْسُ فِي الْغَرْبِ. الرَّجُلُ: بَعْدَ هَذَا وَذَلِكَ ذَهَبَ غَرْبًا: ابْتَعَدَ عَنْهُ فِي أَسْفَارِهِ: ذَهَبَ بَعِيدًا، وَغَادَرَ، وَسَافَرَ إِلَى الْخَارِجِ، لِذَا فَهُوَ غَرِيبٌ. وَقَدْ وَرَدَ هَذَا الْمَصْطَلَحُ فِي الْعِدِيدِ مِنَ الْقَوَامِيسِ وَالْقَوَامِيسِ الْعَرَبِيَّةِ الْأُخْرَى بِمَعْنَى الْمَسَافَةِ الْمَكَانِيَّةِ، أَيْ الْهَجْرَةَ مِنَ الْوَطَنِ، وَأَصْبَحَ غَرِيبًا بِسَبَبِ بَلَدْتِهِ أَوْ بَعْدَهُ عَنِ وَطَنِهِ. وَهَكَذَا يَنْقَسِمُ مَعْنَى الْغَرِيبِ إِلَى قِسْمَيْنِ: كَوْنُهُ غَرِيبًا عَنِ الْوَطَنِ الْأُمِّ وَالْمَكَانِ الَّذِي يَبْتَعِدُ عَنْهُ بِمَحْضِ إِرَادَتِهِ، فَإِنَّ هَذَا النَّوْعَ مِنَ الِاغْتِرَابِ يَعْتَبَرُ تَلْقَائِيًّا إِغْتِرَابًا بِإِرَادَةِ الْوَافِدِ، وَيَسْمَى هَذَا الْأَجْنَبِيَّ عَنِ وَطَنِهِ أَوْ مِنْ نَازِحِينَ مِنْ وَطَنِهِ... مِنْ يَقُولُ الْكُوَيْرِ: أَيُّ ابْتِكَارِ كَلَامٍ شَاذٍ أَوْ رِوَائِيٍّ، إِحْسَاسٌ وَاحِدٌ بِالْغَرْبَةِ وَهُوَ الْمَعْنَى الْبِيُولُوجِيَّةُ.²

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع الإعلام و ضبط المجتمع، أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع (بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات، ط1، 2014) ص131.

² منى أبو القاسم جمعه عبد الرحمان، الاغتراب الفكري والاجتماعي في الشخصية القومية العربية، دراسة تحليلية نقدية للشخصية القومية العربية المعاصرة (دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ط1، 2008) ص ص 14 15 16.

تعريف الاغتراب فلسفياً:

يَزَخِرُ مَفْهُومُ الاغْتِرَابِ بِالْكَتَبِ وَالْمَرَاجِعِ، حَيْثُ يَتَحَدَّثُ عَنْهُ الْعَدِيدُ مِنْ عُلَمَاءِ الْاجْتِمَاعِ وَالْفَلَسَفَةِ وَالسِّيَاسِيِّينَ مِنْ وَجْهَاتِ نَظَرٍ مُخْتَلَفَةٍ. كَانَ هِيْجَلٌ مِنْ أَوَائِلِ الَّذِينَ تَحَدَّثُوا عَنْهُ عِنْدَمَا اسْتُخْدِمَ مَعْنَى النَّحْلِيِّ عَنِ شَخْصِيَّةِ الْمَرْءِ وَأَسَاسِهِ الْمَادِيِّ، لِذَلِكَ اسْتُخْدِمَ الْمِصْطَلَحُ لِإِكْمَالِ مُصْطَلَحِ الْعَهْدِ، الْعَمَلِ الشَّخْصِيِّ.¹

كَانَ لِمِصْطَلَحِ الاغْتِرَابِ ثَلَاثَةٌ اسْتِخْدَامَاتٍ تَقْلِيدِيَّةٍ قَبْلَ هِيْجَلٍ، الَّتِي أَسَّسَ الْمِصْطَلَحَ أَوَّلًا مِنَ النَّاحِيَةِ الْفَلَسَفِيَّةِ.

1- الاستخدام الأول (بمعنى نقل الملكية)

الاسْتِخْدَامُ الْأَسَاسِيُّ لِلاغْتِرَابِ يَتَعَلَّقُ بِالْمَلِكِيَّةِ فَالْفِعْلُ " ALIENARE " يَعْنِي نَقْلَ مِلْكِيَّةِ شَيْءٍ إِلَى شَخْصٍ آخَرَ؛ وَهَذَا يَعْنِي جَعْلَ الشَّيْءِ مَا مُنْتَمِيًا إِلَى شَخْصٍ آخَرَ.

2- الاستخدام الثاني (بمعنى الاضطراب العقلي):

كَانَ مُصْطَلَحُ الاغْتِرَابِ يَسْتُخْدِمُ أَيْضًا فِي مَجَالِ الطِّبِّ بِمَعْنَى الاضْطِرَابِ الْعَقْلِيِّ فَلَفْظُ ALIENALO " فِي اللَّاتِينِيَّةِ يُشِيرُ إِلَى حَالَةٍ مِنْ فَقْدَانِ الْوَعْيِ أَوْ الْفُصُورِ فِي الْقُوَى الْعَقْلِيَّةِ وَلَفْظُ " ALIENIST " فِي اللَّاتِينِيَّةِ يُطْلَقُ عَلَى الطَّيِّبِ الْمُخْتَصِّ فِي عِلَاجِ الْأَمْرَاضِ الْعَقْلِيَّةِ.

2- الاستخدام الثالث (بمعنى الغربة بين البشر):

الاسْتِخْدَامُ التَّقْلِيدِيُّ الثَّلَاثُ لِمِصْطَلَحِ الاغْتِرَابِ يَعْنِي الْغُرْبَةَ أَوْ فَقْدَانَ الْأَلْفَةِ وَالْعِلَاقَاتِ الْوَدِّيَّةِ بَيْنَ الْبَشَرِ فَالْفِعْلُ " ALIENARE " فِي الاسْتِخْدَامِ اللَّاتِينِيِّ يُعِيدُ أَيْضًا مَعْنَى النَّسَبِ فِي فُتُورِ عِلَاقَةِ وَدِّيَّةٍ مَعَ شَخْصٍ آخَرَ أَوْ حُدُوثِ انْفِصَالٍ أَوْ جَعْلِ شَخْصٍ مَا مَكْرُوهًا وَالاغْتِرَابِ بِهَذَا الْمَعْنَى (الْغُرْبَةَ بَيْنَ الْبَشَرِ هُوَ أَقْرَبُ الْمَعَانِي الثَّلَاثَةِ إِلَى الاسْتِخْدَامَاتِ الْمَعَاوِرَةِ لِهَذَا الْمِصْطَلَحِ.²

¹ ياسر نعيم عبد الله ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي الشباب في الجامعات الفلسطينية نموذجاً (الأردن: دار الرأية للنشر والتوزيع، 2017) ص76

² محمد عباس يوسف، الاغتراب الإبداعي، لدى الفئات الإكلينيكية (القاهرة: دار غريب، ط2005، 1) ص ص 13 14.

4.1 مفهوم الثقافة:

قَبْلَ النَّطْرُقِ لِمَفْهُومِ الاغْتِرَابِ النَّقَافِيِّ كَانَ مِنَ الضَّرُورِيِّ أَنْ نُشِيرَ إِلَى أَنَّهُ مَفْهُومٌ مُرَكَّبٌ مِنْ كَلِمَتَيْ هُمَا " الاغْتِرَابِ " وَالَّذِي سَبَقَ النَّطْرُقُ لَهُ فِيمَا سَبَقَ وَكَذَا " النَّقَافَةُ " وَلِهَذَا كَانَ لِرِزَامِ عَلَى الْبَاحِثَةِ النَّطْرُقِ لِمَفْهُومِ النَّقَافَةِ ، حَيْثُ عَرَفَهَا الْعَدِيدُ مِنَ الْبَاحِثِينَ وَكُلٌّ حَسَبَ تَخْصِصِهِ وَمَجَالِهِ وَسَنَذَكُرُ بَعْضَ التَّعَارِيفِ لِتَوْضِيحِ مَعْنَى النَّقَافَةِ قَبْلَ الْمُرُورِ إِلَى مَفْهُومِ الاغْتِرَابِ النَّقَافِيِّ.

نَاقَشَ عُلَمَاءُ الْأَنْثُرُوبُولُوجِيَا وَعُلَمَاءُ الْاجْتِمَاعِ وَغَيْرِهِمْ مَعْنَى كَلِمَةِ " نَقَافَةُ ". إِنَّهُ مُصْطَلَحٌ مُجَرَّدٌ، لِذَلِكَ مِنَ الصَّعْبِ تَحْدِيدِهِ. لِذَلِكَ تَعَرَّفَ النَّقَافَةُ غَالِبًا عَلَى أَنَّهَا " مُعْتَقَدَاتٌ وَقِيمٌ وَمَعَايِيرٌ وَقَوَاعِدٌ وَرُمُوزٌ وَتَقَالِيدٌ ". مَا يَجْعَلُ الْمَجْمُوعَةَ مَجْمُوعَةً فَرِيدَةً هُوَ الْعُنْصُرُ الَّذِي يَشْتَرِكُ فِيهِ أَعْضَاءُ الْمَجْمُوعَةِ فِي النَّقَافَةِ".¹

تَمَّ تَطْوِيرُ أَحَدِ أَقْدَمِ التَّعْرِيفَاتِ لِلنَّقَافَةِ، وَالَّذِي لَا يَزَالُ يَتَرَدَّدُ صِدَاقًا فِي الْكُتَابَاتِ النَّقَافِيَّةِ حَتَّى يَوْمَنَا هَذَا، مِنْ قَبْلِ إِدْوَارْدِ تَايلُورِ إِي. يَقُولُ تَايلُورُ فِي كِتَابِهِ النَّقَافَةُ الْبَدَائِيَّةُ (1871) : (النَّقَافَةُ هِيَ كُلُّ مُعَقَّدٍ يَتَّصِفُ بِالْمَعْرِفَةِ وَالْمُعْتَقَدَاتِ وَالْفُنُونِ وَالْأَخْلَاقِ وَالتَّقَالِيدِ وَجَمِيعِ الْقُدْرَاتِ وَالْعَادَاتِ الْآخَرَى الَّتِي يَكْتَسِبُهَا الْبَشَرُ كَأَعْضَاءِ فِي الْمَجْتَمَعِ".²

تُعَرَّفُ مَوْسُوعَةُ شَارْلُوتْ سِيمُونِ لِلْأَنْثُرُوبُولُوجِيَا مُصْطَلَحَ النَّقَافَةِ عَلَى النَّحْوِ التَّالِي: "الخصائص الثقافية أو التقاليد المشتركة. يُعَدُّ تَحْدِيدُ حُدُودِ هَذِهِ الْوَحْدَاتِ السُّكَّانِيَّةِ أَمْرًا صَعْبًا لِلْغَايَةِ، كَمَا أَنَّ التَّقْسِيمَاتِ التَّعْسُفِيَّةِ تَشْتَبَهُ إِنْتِبَاهَ عُلَمَاءِ الْأَنْثُرُوبُولُوجِيَا عَنْ دِرَاسَةِ الْعِلَاقَاتِ الْمَهْمَةِ الَّتِي تَتَخَطَّى هَذِهِ الْحُدُودِ. وَعَادَةً لَا يَتِمُّ وَصْفُ مَعْنَى هَذَا الْمِصْطَلَحِ بِدَقَّةٍ لِأَنَّهُ يُمَكِّنُ أَنْ يَصْرِفَ الْإِنْتِبَاهَ عَنِ الْمَعْنَى يُمَكِّنُكَ أَيْضًا تَقْسِيمَ الْقِيَمِ وَالْأَفْكَارِ وَالْأَلْوَانِ إِلَى إِجْرَاءَاتٍ يُمَكِّنُكَ إِتِّخَاذَهَا".³

وَفَقًّا لِقَوَامِيْسِ عِلْمِ الْاجْتِمَاعِ، يُعَدُّ تَعْرِيفُ فَرَانْزِ بُوْسِ نَمُودَجًا لِلتَّعْرِيفِ الْوَصْفِيِّ لِلنَّقَافَةِ. تَشْمَلُ النَّقَافَةُ جَمِيعَ مَظَاهِرِ التَّقَالِيدِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ فِي الْمَجْتَمَعِ وَالاسْتِجَابَاتِ الْفَرْدِيَّةِ نَتِيجَةً لِاتِّقَاعِيَّاتِ الْمَجْمُوعَاتِ الَّتِي يَنْتَمُونَ إِلَيْهَا. نَتَاجُ نَشَاطِ حَيِّ وَبَشَرِي".⁴

¹بيترج نورت هاوس، القيادة الإدارية النظرية و التطبيق، تر صالح بن معاذ المعيوف، (الرياض: مركز البحوث والدراسات، 2018)، ص 446. متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org

² كايد قرعوش، وآخرون، الثقافة الإسلامية: مفهوما، مصادرها، خصائصها، مجالاتها (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2014، ص 19. متاح على موقع <https://books.google.com>

³شاروت سيمور سميث، موسوعة علم الإنسان، المفاهيم والمصطلحات الانثروبولوجية، تر مجموعة أساتذة بإشراف الجوهري (القاهرة: المركز القومي للترجمة، ط2، ، 2009) ص 246.

⁴أحمد فضل شبلول، تكنولوجيا أدب الأطفال (الإسكندرية: دار الوفاء لعنوا الطباعة والنشر، ط1، 2000) ص 30.

يُعرف المؤتمر الدولي للسياسة الثقافية الذي عُقد في مكسيكو سيتي عام 1982 بأنه: فهو لا يشمل الأخلاق فحسب، بل يشمل أيضًا أنماط الحياة وحقوق الإنسان الأساسية والقيم والتقاليد والمعتقدات.¹ يعرفها مالينوفسكي بأنها "مجموعة متكاملة من الأدوات والسلع والأفكار والمعتقدات والعادات لمختلف الفئات الاجتماعية. تسمى بعض التعريفات الأخرى التعريفات الثقافية لأنها تهتم بالإشراف على الجوانب التاريخية للثقافة، ولكن فوق ذلك تعريف "مارغريث ميد"، الذي يعرف الثقافة على أنها كائنات بشرية، وهي تقول إنها سلوك مُعقد.

يعتقد راذكليف براون أن الثقافة هي اكتساب كامل للتقاليد الثقافية وأيضًا العملية التي يتم من خلالها تكوين اللغة والمعتقدات والأفكار والنقضيات الجمالية والمعرفة، المهارات والاستخدامات المختلفة تنتقل من شخص لآخر ومن جيل إلى جيل.²

¹ مجدى عزيز إبراهيم، موسوعة المناهج التربوية (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2000) ص 638.

² نهلة إبراهيم، الثقافة في مواجهة العصر، قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي (الاسكندرية: الرواد

للكمبيوتر والتوزيع، ط1، 2008) ص 29. متاح على www.noor-book.com

أمّا " ريتشارد ماكوين " في كتابه "الأصالة الثقافيّة ودورها في التفاهم الدوّلي، فقد كتب أنّها" ناتجة عن النّظورات التّاريخيّة مثل السّياسة والحقوق والفنّ والدّين وأشكال المعرفة الفكريّة المختلفة". كما يُمكن مُتّابغة آثارها في كلّ دوائر النّشاط الإنسانيّ، كالسياسة، والحقوق، والفنّ، والدّين، والمعرفة العقليّة في مُختلف صورها.¹

في عام 2002، نشرَت اليونسكو التّعريف التّالي للثقافة: الأدب ونمط الحياة وأساليب التّعاشيش والقيم والعادات والتقاليد.

أمّا مُحمّد بن موسى الشّريف، فقد وصفها ب "مجموعة مُعقّدة من الأخلاق والموادّ التي تُملَى السلوك الإنسانيّ في المجتمع، مَصبُوعَة بِصنّعات مُحدّدة، وعقائديّة وتشريعيّة ومنهجية". أخلاق الأدب، إلخ، والفنون واللّغة والأشياء الماديّة مثل أنماط الحياة وأساليب الحياة والزّواج والمأكل والملبس والترفيه والعادات والتقاليد".²

أمّا تايّيلر فيعرفه على النّحو التّالي: الأصدقاء، الغرباء، كيف نُؤدّب أطفالنا، كيف نلعب معهم، وسائل النّقل التي يستخدمها أطفالنا، ووسائل التّرفيه التي نستمتع بها.³

من ناحية نجد أنّ " بدني Bidney " يرى فتقافة على أنّها " تتكوّن من أنماط سلوكيّة، وفكريّة يكتسبها الأشخاص من المجتمع والذي يُؤمن بها، ويقرّها، ويكافح الأفراد من أجل طاعتها".⁴

التّعريف الاجرائي لمصطلح الثقافة:

نقصد بالثقافة في دراستنا جميع العادات التي ورثتها عن أجدادنا، وكذا اللّغة والدّين الإسلاميّ.

5.1 الاغتراب الثقافيّ:

أمّا الاغتراب الثقافيّ فهناك العديد من الباحثين الذين تطرّفوا لمفهوم الاغتراب الثقافيّ والتي نذكر منها: يعرفه صالح (2008) "الشّعور بالضعف الشّخصي وَعَدَم القُدرة على تحديد مصير المرء، وَعَدَم القُدرة على إتخاذ قرارات حَوْل كِيفِيَةِ التّعامل مع حياة المرء، والفشل في فهم وقبول القيم والمعايير السّائدة في المجتمع. وأفتقاره لشيء ما، وفشله في تكوين علاقات إجتماعيّة مع الآخرين، وَعَدَم إتصاله بنفسه، وَعَدَم قُدّرتَه على إِبْجَاد الرِّضَا عن النّفس".⁵

¹ محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث في إعلام الطفل (القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 1996) ص31. متاح على

www.ketabpedia.com

² محمد بن موسى الشّريف، الثقافة الآمنة، (دار ابن كثير، 2012) ص 24. متاح www.noor-book.com

³ عطية خليل عطية، أسس التّربية (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، 2012) ص 294.

⁴ عقاف أحمد عويس، ثقافة الطفل بين الواقع و الطموحات (مكتبة الزهراء، ط3، 1993) ص 12.

⁵فاطمة مدحت إبراهيم، الاغتراب الثقافيّ و علاقته بمرونة الأنا لدى طلبة المرحلة الإعداديّة، مجلة الأنبار للعلوم

الإنسانيّة، العدد4، المجلد4، بغداد، كانون الأول 2018، ص 317. متاح <https://www.iasj.net/iasj/article/158131>

أما شاخت 1980 فيقصد بها "بالإضافة إلى ميلهم إلى عزل أنفسهم عن الناس، فإنهم يتميزون بعدم قدرة الفرد على التواصل والتصال مع الهياكل الثقافية السائدة في المجتمع، وضعف القدرة على تفسير الأحداث بوضوح وموضوعية، والشعور بأن الحياة لا معنى له الشاعر".¹

أما حسب محمد 1995 فالإغتراب الثقافي "هو إحساس بالخسارة أو نقص المعايير التي تحكم سلوك الفرد والالتزام بها، شعور بالعجز في مواجهة المشاكل، رغبة في العزلة، وخوف من المستقبل".²

في حين يعرفه مالك بن نبي: على أنه "أزمة ثقافية يمر بها المجتمع وتؤثر على الحياة الاجتماعية، وتتجلى في شكل تكيفات غير طبيعية للأفراد داخل المجتمع نتيجة حرمانهم من مناخ ثقافي صحي، في شكل انعزال، هروب من المسؤولية، وعدم القدرة على توليد الأفكار لمواجهة المشاكل على مستوى المجتمع، وعدم القدرة على التعايش بشكل صحيح مع الثقافات الأخرى".³

التعريف الاجرائي للاغتراب الثقافي:

الاجتراب الثقافي هو ذلك الشعور، في الابتعاد عن كل ما يربطه بماضيه وحاضره، وكذا محاولة السعي لاستبداله بأخر، أجنبي عن ثقافته الأصلية، وتبنى النموذج الأجنبي بكل ما يجمع من سلبيات وإيجابيات.

6.1 الشباب:

الشباب ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة الحياة التي تلي البلوغ، وعلامتها الهلالية تدل بوضوح على النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي. يُعتبر الشباب من أكثر القطاعات تأثيراً في التغييرات التي تحدث في المجتمع. تميل معظم المجتمعات إلى تحديد بداية المراهقة ونهايتها وفقاً لعدد من المعايير، وقد تلجأ إلى طقوس معينة يتمتع بها الشباب. تُصبح العملية التي تُحدد بداية مرحلة الشباب أحد مظاهر التطور الاجتماعي، حيث ينتج عن النظام الاقتصادي والتطورات التي شهدتها الثورات الصناعية والإدارية مجتمع أكثر تعقيداً وتعقيداً واختلافاً، وهو عامل في الثقافة الكبرى. التطورات والتغيرات في المجتمع ككل. يتعلق هذا القرار بالتغيرات التي تحدث في النظام التعليمي للمجتمع. المجتمع هو المجتمع الذي يقوم فيه عددًا كافيًا من الشباب المتعلمين بشكل رسمي بإحداث التغييرات الاجتماعية المرغوبة التي تدعم المزيد من التقدم الاجتماعي والنمو الاجتماعي.⁴

¹ سناء أحمد حسام، الحضور الوجودي وعلاقته بالاجتراب الثقافي لدى مدرسي المدارس الثانوية، مجلة الاستاذ، المجلد 2، العدد 221، بغداد، 2017، ص 353. متاح على الرابط <https://www.iasj.net/iasj/article/126273>

² حسن علي سيد الدراجي، وطنية رهن أمير، أثر أسلوب صرف التفكير في خفض الشعور بالاجتراب الثقافي لدى طلبة جامعة بغداد، مجلة نسق، العدد 2، حزيران 2014، ص 84. <https://www.iasj.net/iasj/article/171172>

³ بوطورة حنان، منصور سميرة، الاغتراب الثقافي بالمجتمعات المعاصرة وعلاقته بالثقافة الجماهيرية من منظور نظرية الثقافة الجماهيرية لماكدونالد، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 8، العدد

4، 2021، ص 195. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/173918>

⁴ سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغيير الاجتماعي (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2003) ص 15.

التعريف اللغوي لمصطلح الشباب:

الشَّبَاب جَمْعُ لِكَلِمَةِ شَابٍ ، وَفِي اللَّغَةِ أَصْلُهَا شَبَّ ، وَهِيَ كَلِمَةٌ تَحْمُلُ مَعَانِي الْقُوَّةِ وَالنَّمَاءِ وَالنُّوْقْدَ . قَالَ ابْنُ فَارِسٍ: شَبَّ: الشَّيْنُ وَالْبَاءُ أَصْلٌ وَاحِدٌ يُدُلُّ عَلَى نَمَاءِ الشَّيْءِ وَقُوَّتِهِ فِي حَرَارَةِ تَعْتَرِيهِ، مِنْ ذَلِكَ شَبَبَتِ النَّارُ أُسْبُهًا شَبًّا وَشَبَبًا وَشَبُوبًا، وَهُوَ مَصْدَرٌ شَبَّتْ، وَكَذَلِكَ شَبَبَتِ الْحَرْبُ، إِذَا أُوقِدَتْهَا، فَالْأَصْلُ هَذَا، ثُمَّ أُسْتُقِ الشَّبَابُ، الَّذِي هُوَ خِلَافُ الشَّيْبِ. يُقَالُ: شَبَّ الْغُلَامُ شَبِيبًا وَشَبَابًا.¹

أَمَّا تَحْدِيدُ فَتْرَةِ الشَّبَابِ زَمَنِيًّا مِنْ الْأُمُورِ التَّجْرِبِيَّةِ، لِأَنَّ عُمُرَ الْإِنْسَانِ مُتَدَاخِلٌ بَعْضُهُ بِبَعْضٍ، غَيْرَ أَنَّ هَذِهِ الْمَرْحَلَةَ تَتَمَيَّزُ بِخِصَائِصِهَا الْجِسْمِيَّةِ وَالنَّفْسِيَّةِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ وَالْعَمَلِيَّةِ بِمَا يُمَيِّزُهَا عَمَّا مَرَّجِلَ أُخْرَى فِي حَيَاةِ الْإِنْسَانِ. وَقَدْ حَدَّدَ مُؤْتَمَرُ وُزَرَاءِ الشَّبَابِ الْأَوَّلُ فِي جَامِعَةِ الدُّوَلِ الْعَرَبِيَّةِ بِالْقَاهِرَةِ عَامَ 1969 م مَرْحَلَةَ الشَّبَابِ بِأَنَّهَا فِي الْعَالِبِ مَا كَانَ بَيْنَ السِّنِّ 15، وَ 25 سَنَةً. فَقَالَ فِي تَوْصِيَّتِهِ: " يَرَى الْمُؤْتَمَرُونَ أَنَّ مَفْهُومَ الشَّبَابِ يَتَنَاوَلُ أُسَاسًا مِنْ تَتْرَاحِ 15 - 25 سَنَةً؛ إِنْجَامًا مَعَ الْمَفْهُومِ الدُّوَلِيِّ الْمُتَّفَقِ عَلَيْهِ فِي هَذَا الشَّأْنِ".²

يَتَّبِعُ مَفْهُومَ الشَّبَابِ لِغَدِيدٍ مِنَ الْإِتِّجَاهَاتِ الَّتِي أُبْرَزَهَا:

الاتجاه البيولوجي:

وَهَذَا الْإِتِّجَاهُ يُقُومُ عَلَى أُسَاسِ الْحَثْمِيَّةِ الْبِيُولُوجِيَّةِ بِإِعْتِبَارِهَا مَرْحَلَةَ الشَّبَابِ مَرْحَلَةَ عُمُرِيَّةٍ أَوْ طُورًا مِنْ أَطْوَارِ نُمُو الْإِنْسَانِ فِيهِ يَكْتَمِلُ نُضْجُهُ الْعَضْوِيَّ وَكَذَلِكَ نُضْجُهُ الْعَقْلِيَّ وَالنَّفْسِيَّ. وَتَبْدَأُ هَذِهِ الْمَرْحَلَةُ مِنْ سِنِّ 15 - 25 سَنَةً، وَهَنَّاكَ مِنْ يُحَدِّدُهَا مِنْ سِنِّ 13 - 30 سَنَةً.

الاتجاه السيكولوجي:

يَرَى هَذَا الْإِتِّجَاهُ أَنَّ الشَّبَابَ مَرْحَلَةَ عُمُرِيَّةٍ تَخْضَعُ لِنَمُوِّ بِيُولُوجِيٍّ مِنْ جِهَةٍ وَلِتَقَافَةٍ الْمَجْتَمَعِ مِنْ جِهَةٍ أُخْرَى. وَتَبْدَأُ هَذِهِ الْمَرْحَلَةُ مِنْ سِنِّ الْبُلُوغِ، وَتَنْتَهِي بِدُخُولِ الْفَرْدِ إِلَى عَالَمِ الرَّاشِدِينَ الْكِبَارِ، حَيْثُ تَكُونُ قَدْ اكْتَمَلَتْ عَمَلِيَّاتُ النَّطْبِيعِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ.³

¹ ناقد حسين حماد، وليد الغرابوي، الشباب في السنة النبوية دراسة موضوعية، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية)، المجلد 19، العدد 1، يناير 2011، ص 7.

<https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJIS/article/view/1337>

² عبد القادر بن محمد عطاء صوفي، آثار العولمة على تهديد الشباب، سلسلة دعوة الحق، كتاب شعري محكم، رابطة العالم الإسلامي، السمة 23، العدد 215، 1427هـ، ص 25. متاح على موقع <https://ktabpdf.com>

³ مدحت محمد أبو النصر، الشباب وصناعة المستقبل (القاهرة: دار الكتب المصرية، الناشر المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، 2019) ص 26.

وهذا التعريف يُحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع. الاتجاه الاجتماعي: ينظر هذا الاتجاه للشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليس مجرد ظاهرة بيولوجية؛ بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص التي إن توافرت في فئة من السكان عدت هذه الفئة من الشباب.

الاتجاه الديني:

يُحدد معياراً بيولوجياً محدداً وواضحاً لكون الشخص يتحول من طفل إلى شاب، ألا وهو الاختلام.

الاتجاه القانوني:

يرى أن الطفل يُصبح شاباً وشخصاً مسؤولاً عن أفعاله عندما يكتمل عمره 18 سنة. مرة أخرى لقد تعددت الآراء واختلفت بدرجات متقاربة حول تحديد مرحلة الشباب كإحدى مراحل النمو عند الإنسان، وبرغم هذه الاختلافات فإن معظم الآراء اتفقت على تحديد مرحلة الشباب كمرحلة عمرية مداها 10 سنوات تقع ما بين 15 و 25 سنة، وفي حدود عامين أقل أو أكثر حول نقطة البدء والانهاء، إلا أن هذا التحديد يختلف في بدايته ونهايته من فرد إلى آخر، ومن جنس إلى آخر، ومن ثقافة إلى أخرى.¹

هذه البوابات الضيقة تتجاهل الاختلافات في الأبعاد الاجتماعية والأصول الاجتماعية للشباب، ويتم تعريف الشباب بما يؤهلهم المجتمع لشغل المناصب الاجتماعية والقيام بأدوار اجتماعية، ويرى البعض أن الوقت قد حان خارج الأسرة، تنتهي هذه المرحلة عندما يستقر الشخص في شغل منصبه وشغل الدور الذي يحق له. هذا يعني أنهم أصبحوا جزءاً من نظام مُستقر ومستقر في المجتمع.²

وما يمكن استنتاجه من كل ما سبق ذكره أن تحديد مرحلة الشباب في أي سن يبدأ وفي أي سن ينتهي من أكثر الصعوبات التي تواجه أي باحث، فقد اعتبر إدريس بن سعيد، بأن مفهوم الشباب على المستوى السوسولوجي، مفهوم ليس له حدود واضحة ومضبوطة. وتشير إلى ذات الأمر تقارير ودراسات علم الاجتماع، فحصر مرحلة الشباب بمجال مُحدد يعتمد على العمر كمتغير وحيد قد لا يصح دائماً، ففي بعض البيئات الاجتماعية قد يتمدد عمر الشاب إلى فوق الثلاثين عام، وهو ما يُسمى بعلم الاجتماع "تُمطط" مرحلة الشباب. ففي هذه البيئات قد تطول المدة التي يبقى معها الشاب ضمن كنف الأسرة.³ وبالتالي يُعد تحديد مرحلة الشباب عملية يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها بصورة قاطعة.⁴

¹ المرجع السابق، ص 26.

² محمود صديق عبد الواحد، الولاء التنظيمي في المؤسسات الرياضية في القرن الواحد والعشرين - رؤية مستقبلية - (مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص 17.

³ يحي السيد عمر، الشباب العربي: أزمة هوية و مستقبل مهتد (اسطنبول: دار الأصالة للنشر والتوزيع، ط1، 2021) ص 48 49.

⁴ محمد الدين إسماعيل الديهي، الإعلام التربوي الحديث (الإسكندرية: الناشر مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015) ص 523.

التعريف الاجرائي لمفهوم الشباب:

هي تلك المرحلة التي يمر بها الإنسان يكون في أوجه قوته البدنية، والفكرية، وقد تبيننا العمر من 18 سنة إلى 35 سنة.

7.1 مفهوم الاستخدام:

لُغَةُ اسْتِخْدَامِ الرَّجُلِ غَيْرِهِ أَيُّ هُوَ مُسْتَعْدَمٌ وَالْآخِرُ اسْتِخْدَامُهُ خَادِمًا ، طَلَبَ مِنْهُ أَنْ يَخْدُمَهُ، وَاسْتَعْدَمَ الْإِنْسَانَ الْآلَةَ وَالسَّيَّارَةَ ، إِلَى آخِرِهِ، أَيُّ اسْتَعْمَلَهَا فِي خِدْمَةِ نَفْسِهِ.¹

يُشِيرُ الدُّكْتُورُ عَبْدِ الْوَهَّابِ بُوخُونُوفَةَ إِلَى أَنَّ مَفْهُومَ الْاسْتِخْدَامِ يُؤَدِّي إِلَى مَعْنَى مَاذَا يَفْعَلُ النَّاسُ حَقِيقَةً بِالْأَدْوَاتِ أَوْ الْأَشْيَاءِ التَّقْنِيَّةِ؟، مَفْهُومَ الْاسْتِخْدَامِ يُحِيلُ بِدَوْرِهِ عَلَى مَسْأَلَةِ التَّمَلُّكِ الْاجْتِمَاعِيِّ لِتِكْنُولُوجِيَّاتِ، وَعَلَاقَةِ الْفَرْدِ بِالْأَشْيَاءِ التَّقْنِيَّةِ وَبِمَحْتَوِيَّاتِهَا أَيْضًا كَمَا أَنَّ الْاسْتِخْدَامَ فِيزِيَاءِيًّا يُحِيلُ إِلَى اسْتِعْمَالِ وَسِيلَةِ إِعْلَامِيَّةٍ أَوْ تِكْنُولُوجِيَّةٍ قَابِلٍ لِلِاكتِشَافِ وَالتَّحْلِيلِ عِبْرَ مُمَارَسَاتِ وَتَمَثُّلَاتِ خُصُوصِيَّةٍ، فَمَفْهُومَ الْاسْتِخْدَامِ يَقْتَضِي أَوَّلًا الْوُصُولَ إِلَى تِكْنُولُوجِيَّاتٍ مَا بِمَعْنَى أَيِّ تَكُونُ مُنَوَّفَرَةً فِيزِيَاءِيًّا "مَادِيًّا"، وَعَلَى صَعِيدِ آخِرِ فَإِنَّ الْاسْتِخْدَامَاتِ الْاجْتِمَاعِيَّةَ هِيَ أَنْمَاطٌ مِنَ الْاسْتِعْمَالَاتِ تُبْرَزُ بِشَكْلِ مُتَكَرِّرٍ وَفِي صِيغَةِ عَادَاتِ اجْتِمَاعِيَّةٍ مُنْدَمَجَةٍ فِي يَوْمِيَّاتِ الْمُسْتَعْدِمِينَ كَيْ تَكُونُ قَادِرًا عَلَى الْمَقَاوِمَةِ كَمُمَارَسَاتِ خُصُوصِيَّةٍ.²

فِي حِينِ يَعْرِفُهُ (Le Coadic) بِأَنَّهُ عِبَارَةٌ عَنِ نَشَاطِ اجْتِمَاعِيٍّ، وَبِأَنَّهُ فَنُّ الْفَعْلِ أَوْ طَرِيقَةُ لِلْفَعْلِ، فَهُوَ نَشَاطٌ تَجْعَلُ مِنْهُ الْأَقْدَمِيَّةَ أَوْ التَّكْرَارَ شَيْئًا عَادِيًّا وَمَأْلُوفًا فِي مُجْتَمَعٍ مَا، وَلَكِنْ لَيْسَتْ لَهُ قُوَّةُ الْقَانُونِ، مِثْلَ بَعْضِ السُّلُوكِيَّاتِ وَالْأَعْرَافِ وَالطُّقُوسِ وَالْعَادَاتِ وَالتَّقَالِيدِ الَّتِي يَتَقَيَّدُ بِهَا أَغْلَبُ أَفْرَادِ الْجَمَاعَةِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ.³

التعريف الاجرائي لمفهوم الاستخدام:

نَقْصِدُ بِالْاسْتِخْدَامِ فِي دِرَاسَتِنَا هِيَ جَمِيعُ النِّشَاطَاتِ الَّتِي يَقُومُ بِهَا الْمُسْتَعْدَمُ عَلَى مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ مِنْ نَشْرِ لِأَفْكَارٍ، وَالتَّعْلِيقِ عَلَى مَنَشُورَاتِ الْآخَرِينَ، أَوْ مُمَارَكَةِ الْمَحْتَوَى عِبْرَ مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ.

¹ نسمة إمام سليمان، لغة التليفزيون وآثارها على الطفل (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، 2019) ص 165.

² شفيقة مهري، قضايا و رهانات بحثية راهنة (عمان دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019) ص 86.

³ إبراهيم بوداود، استخدام تكنولوجيا المعلومات Tic في ظل مفهوم وساطة المعرفة: ارساء نظري، إشارة، مجلة علوم

المعلومات، علم الأرشيف وعلم المكتبات، عدد 6 خاص، 2016، ص 172. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/83639>

2. الدراسات السابقة:

يُفترض بالباحثين أن يطلعوا على الدراسات السابقة لموضوعهم، بل يختارون أهم الكتب والدراسات التي أكملوها، ويفحصونها بدقة لتحديد ما تم قبوله، ويفترض أن يقوم البحث بدراستها. إظهار المفروضة وصلتها بالموضوع وأهميتها تفصيلها والتفسيرات التي تحتوي عليها. من خلال هذه الآراء النقدية المتعمقة، يمكن للباحثين تحديد ما إذا كانوا متقدمين على الدراسات السابقة أو إذا فشلوا في فهمها. باختصار، المحتوى الموضوعي دون استخدام أساليب البحث من قبل الباحثين. مهاجمة الأبحاث السابقة، بينما لا يزال الباحثون في بداية الطريق، لا تقع في فخ الغرور والأنا العلمية المتضخمة.¹

1.2 دراسة لمنصر خالد تحت عنوان علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باعتبار الشباب الجامعي "دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة" جاءت في إطار مناقشة رسالة الماجستير، بجامعة الحاج لخضر بباتنة، بقسم العلوم الإنسانية، وقام بالإشراف على الرسالة د. صحراوي مقالاتي في عام 2012:

وبهدف توضيح العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الحديثة وتكنولوجيا الاتصال وتغريب طلاب الكلية، ضمّ مجتمع البحث طلاب جامعة باتنة في العام الدراسي 2011 - 2012. توصل البحث إلى النتائج التالية: أظهر الاستطلاع أنّ التعليم والتعلم هما الهدفان الرئيسيان لطلبة الجامعات الصغار لمشاهدة القنوات الفضائية، وأنّ العلم هو أحد الاستخدامات الأكثر شيوعاً المقبولة من قبل طلاب الجامعات الشباب على الإنترنت، كما ثبت أنه بحث.

كما أظهرت نتائج هذه الدراسة أنه بالإضافة إلى شعور الأفراد بالغرابة والوحدة عند مشاهدة التلفزيون، قلّت الهواتف المحمولة من عدد الأفراد الذين يزورون الأقارب، واستمرّ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إبراز الشعور بالوحدة المتزايدة. يفضّل الشباب العزلة عند استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، واستخدام التكنولوجيا يجعل الطلاب ينسون دراساتهم واهتماماتهم لأنّ الشباب لا يستطيعون إيجاد معنى للحياة دون وسائل الاتصال الحديثة. ولا توجد قواعد محددة للعيش دون تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة. يوضح هذا البحث أنّ أهمّ أساس يجب تطبيقه لحماية النفس من مخاطر الاغتراب هو مراعاة القيم والأخلاق العامة في المجتمع، وتفعيل دور المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة

¹ عبدوا عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية (دمشق: دار النمير، سلسلة منهجية البحث العلمي 1، ط2، 2004، ص35 .

والمساجد وغيرها. استنتجت أن هناك. والمدارس والكتليات، وتنمية المعتقدات الدينية، وتوعية شباب الجامعة بمخاطر هذه التكنولوجيا.

دراسة لإيمان نوي، بعنوان البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة المستخدمين لبعدي البيئة الرقمية، وجاءت في إطار مناقشة رسالة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، بجامعة محمد خيضر بسكرة، بقسم العلوم الاجتماعية، وقام بالإشراف على الرسالة أ.د. بلقاسم سلاطية في سنة 2016:

تناولت هذه الدراسة التساؤل الرئيسي عن طبيعة العلاقة بين البيئة الرقمية والاغتراب الثقافي لدى طلبة الجامعة، أمّا بالنسبة للبيئة الرقمية بجامعة خيضر محمد التي تم اختيارها بطريقة كرة الثلج، فقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي والمقارنة. مقياس البيئة الرقمية، واعتمد على مقياس التهميش الثقافي الذي تم إنشاؤه. توصلت هذه الدراسة التي توصلت إليها مجموعة بحثية (سميرة حسن أبكر) باستخدام مقياس الاغتراب بين طلاب الكلية، إلى عدد من النتائج، منها:

- لا يحدث متغير الجنس فرق ذي دلالة إحصائية في استجابات العينة على مقياس البيئة الرقمية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابات المعجمية للعينة على مقياس البيئة الرقمية حسب تغيرات تخصص الكلية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لمقياس الاغتراب الثقافي حسب متغير الجنس.
- توجد علاقة بين استخدام طلاب الجامعات للبيئة الرقمية وسلوكهم غير المعياري.
- توجد علاقة بين استخدام طلاب الجامعات للبيئة الرقمية والعزلة الاجتماعية.
- هناك علاقة بين استخدام طلاب الجامعات للبيئة الرقمية والتركز على الذات.
- توجد علاقة بين استخدام طلاب الجامعات لبعدين من البيئة الرقمية وبين تمردهم.

3.2 دراسة لفينصل بن سعد محمد المنبع ، بعنوان وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب الاجتماعي، وجاءت في إطار مناقشة رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، بقسم علم الاجتماع، وقام بالإشراف على الرسالة أ.د. يسرى سعيد حسنين، سنة 2018 بدأ الباحثون بسؤال رئيسي: ما دور وسائل الاتصال الإلكترونية في إحداث الإقصاء الاجتماعي، وهل هي معرفة واقع التهميش الاجتماعي للطلاب، وواقع التهميش الاجتماعي للطلاب بوسائل الاتصال الإلكترونية في تغيير الهوية. العلاقات الاجتماعية إذا كان مجتمع البحث ممثلاً بطلاب السنة الأولى المشتركة بجامعة الملك سعود بالرياض في الفصل الدراسي الثاني من الأعوام الدراسي 1437-1438هـ،

استخدم الباحثون الوسائل الإحصائية للحصول على عينة مناسبة من الطلاب. تَعْلِيم). جَمَعَ الباحثين 420 استبانة صالحة للتَّحْلِيل الإحصائي، بِمَسْتَوَى نَقْمَة 95 لِجَمْعِيَّة اللَّي حَدَّتْ أَلْحَد الأذنى لِجَمْعِ العِيَّة (364 شَخْصًا)، وَتَسْتَعْمِد أَدْوَاتِ الاستنبان ومقاييس الإقصاء الاجتماعي، بِالإضافة إلى أدلة المقابلات للخبراء والخبراء في مَجَال مَوْضُوع البَحْث.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

• يَنفِقُ المُسْتَعْمِلُونَ إلى حَدِّ مَا على مُسَاهِمَة أَدْوَاتِ الاتِّصَالِ الإلِكْترونيِّ في تَغْيِيرِ هُويَّاتِ العلاقات الاجتماعية لِلطُّلَّابِ.

• نادرًا مَا يَنفِقُ المُسْتَجِيبُونَ مع واقِع الإقصاء الاجتماعي لِلطُّلَّابِ، مُشِيرِينَ إلى أَنَّ السِّمَة الأَبْرَزَ لِوَقْعِ الطُّلَّابِ الاجتماعيِّ تَلْيِهَا السَّلْبِيَّةُ، وَوَصَلَتْ أخيرًا إلى بُعْدِ العُزْرِ.

• سَاهَمَتْ وَسَائِلُ الاتِّصَالِ الإلِكْترونيَّةِ في إِحْدَاتِ تَغْيِيرَاتِ في هُويَّةِ العلاقات الاجتماعية. أَصْبَحَ مِنَ الواضِحِ أَنَّهُ كُلَّمَا زَادَتْ مُسَاهِمَة وَسَائِلِ الاتِّصَالِ الإلِكْترونيَّةِ، زَادَ الشُّعُورُ أَلْعَامَ بِالاعْتِرَابِ الاجتماعيِّ في هَذَا البُعْدِ.

دراسة لِلبَّاحِثَةِ سِهَامِ فُنَيْفِي، تَحْتِ عُنْوَانِ عِلَاقَة إِسْتَعْمَادِ مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإلِكْترونيِّ بِالاعْتِرَابِ الاجتماعيِّ لَدَى الشَّبَابِ الجَزَائِرِيِّ - دِرَاسَة مِيدَانِيَّة على عِيَّة مِنَ مُسْتَعْمِلِي مَوْقِعِ أَلْفَيْس بُوَك - جَاءَتْ في إِطَارِ مُنَاقِشَة رِسَالَةِ دُكْتُورَاهِ الطُّورِ الثَّالِثِ في عُلُومِ الإِعْلَامِ وَالاتِّصَالِ بِجَامِعَةِ مُحَمَّدِ حَيْضَرِ بَسْكَرَة، بِقِسْمِ العُلُومِ الإِنْسَانِيَّةِ، تَحْتِ إِشْرَافِ د. سَامِيَةِ جَفَّالِ، لِعَامِ 2019.

هَدَفَتْ هَذِهِ الدِّرَاسَة إلى تَوْضِيحِ طَبِيعَةِ العِلَاقَةِ بَيْنَ إِسْتَعْمَادِ مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الاجتماعيِّ وَمَسْتَوِيَّاتِ الإِقْصَاءِ الاجتماعيِّ لَدَى الشَّبَابِ الجَزَائِرِيِّ، وَالتَّعَرُّفِ على أَهَمِّ العَوَامِلِ المؤَثِّرَةِ فِيهِ، مِنَ عِيَّةِ مِنَ مُسْتَعْمِلِي فَيْسْبُوك. 433 فَرْدًا تَتَرَاوَحُ أَعْمَارُهُمْ بَيْنَ 18 إلى 30 كَأَدَاةِ لِجَمْعِ البَيَانَاتِ. وَكَشَفَتْ الدِّرَاسَة عَنِ مُسْتَوَى مُتَوَسِّطِ مِنَ الإِقْصَاءِ الاجتماعيِّ بَيْنَ الشَّبَابِ الجَزَائِرِيِّ نَتِيْجَة إِسْتَعْمَالِهِمْ لَلْفَيْسْبُوك، حَيْثُ إِحْتَلَّ البُعْدُ غَيْرِ المَوْضُوعِيِّ المَرْتَبَةِ الأُولَى بِمَتَوَسِّطِ حِسَابِيٍّ 2.83 وَأَنْحِرَافِ مِعْيَارِيٍّ 0.59 وَتَهْمِيْشِ مُرْتَبَعِ 16.3.

الاعْتِرَابُ مُنْخَفِضٌ جِدًّا بِنِسْبَةِ 4.8 وَالاعْتِرَابُ مُرْتَبَعٌ جِدًّا بِنِسْبَةِ 1.3، تَلْيِهَا الجَوَانِبُ غَيْرِ المِعْيَارِيَّةِ. إِحْتَلَّ البُعْدُ غَيْرِ المَوْضُوعِيِّ المَرْتَبَةِ الأُولَى بِمَتَوَسِّطِ حِسَابِيٍّ 3.08، بَيْنَمَا إِحْتَلَّ البُعْدُ غَيْرِ المِعْيَارِيٍّ المَرْتَبَةَ الثَّانِيَّةَ بِمَتَوَسِّطِ حِسَابِيٍّ 2.84، وَحَلَّ البُعْدُ الاجتماعيِّ في المَرْتَبَةِ الثَّالِثَةِ بِمَتَوَسِّطِ حِسَابِيٍّ. أَبْعَادٌ لَا مَعْنَى لَهَا 2.73، وَأخيرًا مُتَوَسِّطِ حِسَابِيٍّ 2.67.

فيما يتعلّق بالعوامل المؤثرة في هذه العلاقة، لم يُوجد فرق مُعدّد به إحصائيًا في درجة الإقصاء الاجتماعيّ حسب مُتغيّرات الجنس، ولكن لم يتم العثور على فروق ذات دلالة إحصائية حسب مُتغيّرات العمر أو مُتغيّرات المستوى التعليمي. لم يكن هناك فرق ذو دلالة إحصائية حسب دورية الاستخدام والأقدمية، ولكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية حسب مدة الاستخدام.

5.2 دراسة للباحثة مقرّي خديجة ، بعنوان الميديا الجديدة ودورها في تجسيد مظاهر الاغتراب لدى الشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سيدي بلعباس"، رسالة دكتوراه نظام LMD في علوم الإعلام والاتصال، بجامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم - تحت إشراف أ.د. منصور مرفومة، لعام 2021:

حاولت أن تتطرق إلى السؤال: هل الوسائط الجديدة ذات الوسائط والمحتوى المختلف مرتبطة بإظهار أشكال من الاغتراب بين طلاب الكلية. الغرض من هذه الدراسة هو استكشاف كيفية نمط الشباب في سن الكلية واستخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة، لا سيما في الفصول الجامعية والأماكن في حياتهم، وكيف يمكن لوسائل الإعلام الجديدة أن تحل محل البيئة الأصلية في بيئات جديدة ومتنوعة. كان الغرض من ذلك شرح كيف ساهمت كثيرا في إنشائها. تُعتبر من أهم مصادر الترفيه اليوم، حيث يُمكنك تلقي الأخبار اليومية. يُمكننا أيضًا أن نرى العلاقة بين تأثير التعرض لوسائل الإعلام الجديدة والتغيرات التي تحدث في حياة الشباب. تفاعلات الطلاب الاجتماعية، الجوانب النفسية، العلاقات مع الآخرين، طبيعة الانتماء السياسي والثقافي في المجتمع، إلخ). اعتمد الباحث المصحح على استبيان وصفي بالعينة، وقال إن الدراسة أُجريت على طلاب السنة الثانية والثالثة من البكالوريوس المتخصصين في "الإعلام والاتصال" وطلاب السنة الأولى والثالثة في تخصص "الاتصال والعلاقات العامة". في طلاب السنة الثانية. قدر إجمالي المجتمع ب 700 شخص مع حجم عينة من 185 شخصًا. تم اختيار ذلك عن طريق التقسيم الطبقي للعينة العشوائية، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات حول طريقة ليكرت. وتنقسم إلى خمسة محاور.

تعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على مضمين الدراسات السابقة إزتاينا اختيار دراسات لها صلة مباشرة بموضوع دراستنا، فقد تمحورت جلها حول موضوع بيئة الإعلام الإلكتروني والاعتراب حيث تنوعت في الحديث عن أنواع الاعتراب فمنها من تطرق للاعتراب بشكل عام وهناك من اختار الحديث ومعالجة الاعتراب الاجتماعي والثقافي، حيث وإن اختلفت إختلافًا طفيفًا في التسميات التي تشير إلى موضوع الإعلام الإلكتروني حيث نجد هناك من تناول موضوع الميديا الجديدة وكذا تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة، مواقع التواصل

الإلكتروني، البيئة الرقمية، وسائل التواصل الإلكتروني لكنها كلها مصطلحات تدل على الإعلام الجديد الذي عرفه العالم في الآونة الأخيرة إذ كلها دراسات تصب في قالب واحد محور الوسائل الجديدة التي جاءت نتيجة الثورة التكنولوجية الحديثة؛ هذا وقد أظهرت بعض نتائج الدراسات السابقة كدراسة (2020)

الاستفادة من الدراسات السابقة:

إختيار المنهج الملائم للدراسة وكذا إختيار العينة المناسبة مع موضوع دراستنا، بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، توضحت لدينا المداخل المناسبة للدراسة، ألا وهي مدخل الاستخدامات ونظرية الغرس الثقافي، فالاستفادة من الدراسات السابقة في إختيار أداة البحث، حيث بعد الاطلاع قمنا باختيار الاستبيان وقد ساعدتنا الدراسات السابقة في وضع التساؤلات ومقياس الاتجاه، وكذا بالأساليب الإحصائية الواجب استخدامها، والتي نحتاجها في دراستنا.

أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسات السابقة:

أوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي تميث الاستعانة بها في ربطها لمتغير وسائل الاتصال الحديثة عموماً بمتغير الاغتراب بنوعيه الاجتماعي والثقافي والاهتمام بجانب الاستخدام. بالإضافة إلى كون جميع الدراسات التي تمت الاستعانة بها قد استخدمت العينة القصدية، وكذا الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات. هذا و أجمعت على استخدام نظرية الاستخدامات والاشباع في أغلب الدراسات.

أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

تختلف دراستنا مع الدراسات السابقة المذكورة في عينة الدراسة فأغلب الدراسات إختارت الطلبة الجامعيين كعينة لإجراء الدراسة (باستثناء دراسة قنفيي سهام التي اجرتها على الشباب) عليها بينما في دراسة تم توسيع المجال على الشباب ككل وهذا إيماناً من أن الاغتراب الثقافي يُصيب الشباب بكل مراحل عمره.

الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني

تمهيد

شَهِدَت الوسائل التكنولوجية الحديثة تطورات هائلة أدت لظهور الإعلام الإلكتروني وهذا ما أدى بدوره لظهور أساليب إعلامية جديدة تعتمد في عملها على شبكة الإنترنت وعلى عنصر التفاعلية وهذا ما أفرز خدمات وتطبيقات جديدة للإعلام الإلكتروني مما نتج عنه نوع من التغيير على كل الأصعدة وفي شتى مجالات الحياة سنحاول في هذا الفصل الحديث عن مفهوم الإعلام الإلكتروني، وكذا تحديد العوامل التي ساعدت على ظهوره، بالإضافة إلى أهم خصائصه وكذا أهميته، ولا ننسى أن الإعلام الإلكتروني يحقق الكثير من الايجابيات التي سنتطرق لبعض منها، مع العديد من الصعوبات التي تواجهه، وختما نتناول مجموعة من أشكال الإعلام الإلكتروني.

مفهوم الإعلام الإلكتروني و مرادفاته :

1.1 تعريف الإعلام الإلكتروني:

وَيُمْكِنُ تَعْرِيفَ الإِغْلَامِ الإِلِكْتُرُونِيِّ إِذَا نَظَرْنَا إِلَى التَّحَوُّلَاتِ عَلَى أَنَّهُ ذَلِكَ التَّحَوُّلُ الَّذِي مَسَّ النُّظْمَ الإِتِّصَالِيَّةَ، وَاسْتُخْدِمَهَا الرِّقْمِيَّةَ كَبَدِيلٍ لِلتَّمَاتِلِيَّةِ، حَيْثُ أَصْبَحَتْ أَلْعَدِيدُ مِنْ وَسَائِلِ الإِتِّصَالِ الْقَدِيمَةِ تَسْتَعِينُ بِاسْتِخْدَامِ النُّظْمِ الرِّقْمِيِّ مِثْلَ الصَّحِيفَةِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ وَحَتَّى التِّلْفُزِيُونِ الرِّقْمِيِّ.¹

2.1 تعريف الإعلام الرقمي الإلكتروني:

يُعدُّ وَسِيلَةً مِنَ الْوَسَائِلِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ الْجَدِيدَةِ الَّتِي تَسْتُخْدِمُ عَالَمَ الأَرْقَامِ أَوْ مَا يُطْلَقُ عَلَيْهِ (Digital World) وَالَّذِي يُعْتَبَرُ نَاتِجَ الثَّوَرَاتِ الثَّلَاثِ الَّتِي شَهِدَهَا عَالَمُنَا هِيَ: ثَوْرَةُ المَعْلُومَاتِ، الإِتِّصَالِ، الحَاسِبَاتِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ، حَيْثُ إِنَّ كُلَّ الْوَسَائِلِ الإِتِّصَالِيَّةِ وَضَعَتْ فِي إِطَارِ تِكْنُولُوجِيٍّ وَحِيدٍ، وَبِالتَّالِيِ فَالإِغْلَامُ الرِّقْمِيِّ يُشَكِّلُ أَلْحَدَ الْفَاصِلِ بَيْنَ الْوَسَائِلِ التِكْنُولُوجِيَّةِ وَالْوَسَائِلِ الإِتِّصَالِيَّةِ الْحَدِيثَةِ.²

3.1 تعريف الإعلام الرقمي (Digital Media):

يُعرفُ الإِغْلَامُ الرِّقْمِيُّ عَلَى أَنَّهُ ذَلِكَ الإِغْلَامُ الَّذِي يَسْتَعْمِلُ كُلَّ الأَدْوَاتِ الإِتِّصَالِيَّةِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ المَتَوَفَّرَةِ عَلَى شَبَكَةِ الْوَيْبِ لِلْوَصُولِ إِلَى الجُمهُورِ فِي أَيِّ مَكَانٍ وَبِأَيِّ طَرِيقَةٍ يُفَضِّلُهَا.³

وَيُمْكِنُ تَعْرِيفَ الإِغْلَامِ الرِّقْمِيِّ عَلَى أَنَّهُ ذَلِكَ الإِغْلَامُ الْجَدِيدُ الَّذِي يَعْتَمِدُ عَلَى إِنْشَارِ المَعْلُومَاتِ عَلَى شَبَكَةِ الْوَيْبِ وَالهَاتِفِ الْجَوَالِ حَيْثُ يَنْقَلُ الإِغْلَامُ الرِّقْمِيُّ وَبِحَوِيلِ الحَرْفِ وَالصُّورَةِ وَالصَّوْتِ بِشَكْلِ رَقْمِيِّ أَوْ إِكْتُرُونِيِّ، كَبَدِيلٍ عَنِ الطَّبَاعَةِ الحَبْرِيَّةِ أَوْ الصُّورَةِ بِمَا يُطْلَقُ عَلَيْهِ النُّظْمُ المِثْمَاتِلُ النَّقْلِيَّةِيُّ. وَبِذَلِكَ يَنْتِجُ الإِغْلَامُ الرِّقْمِيُّ: عَنِ طَرِيقِ الأَزْدُواجِيَّةِ فِيمَا بَيْنَ الكُمْبِيُوتَرِ وَالشَّبَكَاتِ وَكَذَلِكَ الْوَسَائِلُ.⁴

¹ عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي، نظرة عن قرب (المنهل، 2020) ص30. متاح على موقع

[/https://books.google.com](https://books.google.com)

² عبير الرحباني، الإعلام الإلكتروني (الرقمي) (الأردن: دار أسامة، ط1، 2012) ص40.

³ عادل عبد الرزاق مصطفى، زينة سعد نوشي، استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي (دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أنموذجا)، مجلة الباحث الاعلامي، العدد42، ص 55.

متاح www.researchgate.net رابط التحميل <file:///C:/Users/PC/Downloads/pdf.pdf>

⁴ بشري حسين الحمداني، التربية الاعلامية و محو الامية الرقمية (الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص

137. متاح على موقع <https://books4arab.me>

4.1 تعريف الإعلام البديل (Alternative Media)

مفهوم الإعلام أو إعلام أو صحافة المواطن كما يُسميه البعض يدل فقط على أشكال إعلامية أو أدوات إتصالية تم تطويرها واستعملها في العملية الاتصالية، لكنه يتضمن الإشارة إلى مسألة جديدة حول طبيعة العلاقة التي تجمع بين وسائل الإعلام المتنوعة، فهذه الفلسفة التي أخذت في الانتشار والتطبيق وهذا راجع لعدد من الأسباب منها السياسي واقتصادي وإعلامي واجتماعي وثقافي وتكنولوجي قد تفاعلت جميعها لتشكيل أنماطاً ووسائل إعلامية حديثة.¹

5.1 تعريف الإعلام التفاعلي (Interactiv Media):

يعتبر خاصية أو خدمة داعمة بأي وسيلة إعلامية أي كان نوعها سواء مطبوعة أو مرئية أو حتى الإلكترونية تسمح للجمهور أن يبدي رأيه. فنستطيع القول إن الإعلام التفاعلي يمثل عملية الدمج بطريقة آنية أو متأنية في نمط الاتصال والتواصل الذي يحدث بين المرسل والمرسل إليه، حيث تكون الرسالة أو المادة محور عملية الدمج بهدف توصيل الفكرة أو الإقناع بها أو الاشتراك حولها.²

أما عبد الله الحقيق فيعرفه بأنه تلك العملية الاتصالية التي تتم بشكل تبادلي حيث يتشارك طرفي العملية (المرسل والمستقبل) أو أكثر، حول خطاب مشترك، ويسيطرون على توقيته ومضمونه بدرجة مستقلة ومتساوية.³

6.1 الإعلام السيبروني :

نسبة إلى "السيبرميديا" والذي يعني العالم المصنوع من، المعلومات الصرفة، وينطوي على وسائل التحكم على وسائل التحكم الإلكتروني، ويستخدم الوصف فضاء المعلومات في شبكة الإنترنت، وإعلام المعلومات نظراً لاستفادته من تطور تكنولوجيا المعلوماتية، والتزاوج داخله بين الحاسوب والاتصال.⁴

¹ خالد جمال عبده ، الإعلام البديل على الإنترنت فلسفة جديدة في الإعلام و الاتصال (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، ط1، 2016) ص 16 .

² رامي حسين حسني الشرافي، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، مذكرة ماجستير منشورة ، جامعة الأزهر، غزة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2012، ص 8. متاح على موقع جامعة الأزهر <https://www.alazhar.edu.ps/arabic/index.asp>

³ عبد الله موسى علي الشعراني، عاصمة الحزم، دراسة علاقة بين الإعلام التفاعلي والوعي السياسي (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، 2017) ص 18.

⁴ بتول السيد مصطفى، الإعلام التفاعلي (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، ط 1، 2019) ص 24 25 .

7.1 إعلام الوسائط المتعددة:

الوسائط المتعددة هُوَ الاسم الَّذِي يُطْلَقُ عَلَى ثَوْرَةِ الْوَسَائِطِ الَّتِي نَرَاهَا الْيَوْمَ: الصَّوْتُ وَالْفَيْدِيُو وَالرَّسْمُ وَالْهَنْدَسَةُ الْمَعْمَارِيَّةُ وَالْأَدَبُ وَالْمَهَارَاتُ اللَّغَوِيَّةُ وَالتَّكْنُولُوجِيَا وَالْبَثُّ الرَّقْمِيُّ وَاسْتِخْدَامُ الْكُمْبِيُوتَرِ وَالْإِنْتَرْنِتِ تَعَاوَنُوا لِإِنْشَاءِ وَسَائِطٍ لِلْبَالِغِينَ مُجْمَعٍ، مُكْتَفَةً وَرَائِعَةً. تَتَكَوَّنُ الْوَسَائِطُ الْمَتَعَدَّةُ مِنْ كَلِمَتَيْنِ، مُتَعَدَّةٌ، بِمَعْنَى الْجَمْعِ، وَالْوَسَائِطُ، وَتَعْنِي الْوَسَائِطُ أَوْ الْوَسِيطُ، وَفَقًا لِتَرْجَمَةِ عَرَبِيَّةِ، الْوَسَائِطُ الْمَتَعَدَّةُ هِيَ سِلْسَلَةٌ مِنَ الْمُسْتَنْدَاتِ الَّتِي يُمَكِّنُ أَنْ تُخْزِنَ الْمَعْلُومَاتُ فِي أَشْكَالٍ مُخْتَلَفَةٍ، مِثْلَ النُّصُوصِ وَالصُّوْرِ الثَّابِتَةِ وَالرُّسُومِ الْمَتَحْرِكَةِ، كَتَطْبِيقِ كُمْبِيُوتَرِ لُوفَقًا لِمَسَارَاتِ الْمُسْتَخْدَمِ، مِنْ الْوَاضِحِ أَنَّ الْوَسَائِطُ الْمَتَعَدَّةَ هِيَ مَزِيْجٌ مِنْ أَجْهَزَةِ الْكُمْبِيُوتَرِ وَالْوَسَائِلِ الْآخَرَى لِإِنْتَاْجِ بِيْنَاتٍ نَصِّ تَشْعِبِي تَفَاعِلِيَّةٍ تَحْتَوِي عَلَى بَرَامِجِ صَوْتٍ وَصُورَةٍ وَفَيْدِيُو. يَتِمُّ رِبْطُهَا بِبَعْضِهَا الْبَعْضُ مِنْ خِلَالِ الرُّسُومَاتِ الْمُسْتَخْدَمَةِ فِي الْبَرْنَامِجِ.¹

إِرْتَبَطَتْ عِدَّةُ أَسْمَاءٍ بِتَطْبِيقَاتِ آلَاةِ الْحَاسِبَةِ، بَعْضُهَا مُشْتَقٌّ مِنْ طَبِيعَةِ وَسِيلَةِ الْإِتِّصَالِ، وَالْبَعْضُ الْآخَرُ مِنَ النَّجَارِبِ الثَّقَافِيَّةِ الَّتِي يَصْعُبُ فِيهَا الْعُثُورُ عَلَى تَعْبِيرَاتٍ مُقَابِلَةً خَارِجِ الْبِيئَةِ الَّتِي تُوجَدُ فِيهَا. قَاعِدَةُ التَّعْرِيفِ وَأَسَاسُ الْوَسَائِطِ الْجَدِيدَةِ الْوَسَائِلِ وَالتَّطْبِيقَاتِ وَالْخِصَائِلِ وَالتَّأْتِثِرَاتِ.²

الْوَسَائِطُ الْجَدِيدَةُ هُوَ مُصْطَلَحٌ يَشْمَلُ مُخْتَلَفِ الْإِتِّصَالَاتِ الرَّقْمِيَّةِ وَتَقْنِيَّاتِ الْمَعْلُومَاتِ الَّتِي جَعَلَتْ مِنَ الْمُمْكِنِ إِنْتَاجًا وَنَشْرًا وَاسْتِهْلَاكًا وَتَبَادُلِ الْمَعْلُومَاتِ الْمَطْلُوبَةِ بِالتَّنْسِيقِ الْمَطْلُوبِ فِي الْوَقْتِ الْمَطْلُوبِ مِنْ خِلَالِ الرَّقْمِنَةِ. الْأَجْهَزَةُ وَالْوَسَائِلُ الْمَتَّصِلَةُ بِالْإِنْتَرْنِتِ أَوْ غَيْرِ الْمَتَّصِلَةُ بِالْإِنْتَرْنِتِ، وَالتَّفَاعِلَاتُ مَعَ الْمُسْتَخْدَمِينَ الْآخَرِينَ.³

8.1 تعريف الإعلام الاجتماعي (Social Media):

يَتَّصِلُ الْإِعْلَامُ الْاجْتِمَاعِيُّ بِبَرَامِجِ التَّوَاصُلِ التَّفَاعِلِيِّ عَلَى الْإِنْتَرْنِتِ مِثْلَ: الْمَدَوَّنَاتِ عَلَى إِخْتِلَافِهَا؛ وَالْفَيْس بُوْكَ (Facebook) حَيْثُ يَعْرِضُ كُلُّ مُشْتَرِكٍ أَحْبَابَهُ وَصُورَهُ وَمَنَاسِبَاتِهِ الَّتِي يَطَّلِعُ عَلَيْهَا الْمَشْتَرِكُونَ الْآخَرُونَ مِنَ الْأَصْدِقَاءِ عَادَةً، وَيَتَفَاعَلُونَ مَعَهَا ؛ وَالتَّوَيْتِر (Twitter) الَّذِي يَتِمُّ فِي رِسَائِلِ نَصِيَّةٍ قَصِيرَةٍ نُعْبَرُ عَنْ أَحْبَابٍ أَوْ مَوَاقِفِ، وَتَلْقَى إِجَابَاتٍ مِنَ الْمَشْتَرِكِينَ؛ وَكَذَلِكَ الْيُوتِيُوب (Youtube) حَيْثُ يَتِمُّ تَبَادُلُ صُورِ الْفَيْدِيُو.⁴

¹ محمود خضر، الإعلام والمعلومات والانترنت (الأردن: دار وكتبة الكندي لنشر والتوزيع، ط 1، 2015) ص 17 .

² محمد فخرى راضي، دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي (عمان: دار المجد لنشر والتوزيع، 2014) ص 17

³ بوعمامة العربي، عمر أوسامة، الإعلام الجديد وتحديده لاتجاهات الأستاذ الجامعي نحو قضية التدخل الأجنبي في منطقة

الساحل (دراسة وصفية تحليلية لعينة من أساتذة جامعة مستغانم وسيدي بلعباس)، مجلة الحوار المتوسطي، جامعة

الجيلالي لياس، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، المجلد 6، العدد 2، سبتمبر 2015، ص 158 . متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/11726>

⁴ مصطفى حجاري ، الإعلام الاجتماعي و تأثيرته على الناشئة في دول مجلس التعاون (البحرين: سلسلة الدراسات

الاجتماعية ط 1، العدد 63، 2011) ص ص 18 19 .

يَصِفُ قَامُوس (مَرْيَامُ وَبِسْتَر) وَسَائِلَ الإِعْلَامِ الإِجْتِمَاعِيَّةِ بِأَنَّهَا (أَشْكَالُ الإِتِّصَالَاتِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ الَّتِي مِنْ خِلَالِهَا يَتِمُّ الْمُسْتَخْدَمُونَ مِنْ خَلْقِ الْمَجْتَمَعَاتِ عَلَى الإِنْتَرْنِتِ لِتَبَادُلِ الْمَعْلُومَاتِ وَالْأَفْكَارِ وَالرَّسَائِلِ الشَّخْصِيَّةِ وَالْمَحْتَوِيَّاتِ الْآخَرَى).¹

9.1 إعلام الوسائط التشعبية Hypermedia

تَمَّ وَصْفُهَا بِهَذَا الاسْمِ بِسَبَبِ طَبِيعَتِهَا الْمُتَشَابِكَةِ وَإِمْكَانِيَّةِ إِنْشَاءِ شَبَكَاتِ مَعْلُومَاتٍ مُتْرَابِطَةٍ بِوَسِطَةِ إِزْتِبَاطَاتٍ تَشْعِبِيَّةٍ أَوْ رَوَابِطٍ قَاطِرَةٍ. الْمِيزَاتُ الْخَاصَّةُ لِلْإِنْتَرْنِتِ هِيَ تِلْكَ الَّتِي تُوفِّرُ مِيزَةَ الْإِزْتِبَاطَاتِ التَّشْعِبِيَّةِ وَالرَّوَابِطِ إِلَى الْمَوَادِّ الْمُنْشُورَةِ أَوْ الَّتِي يَتِمُّ بِتَبَّهَا عِبْرَ الإِنْتَرْنِتِ.²

وَالْوَاقِعُ أَنَّ الْكَثِيرَ مِنَ الْمِصْطَلِحَاتِ تُثِيرُ خَلْطًا مَفَاهِيمِيًّا، وَخَاصَّةً مُصْطَلِحَ الإِعْلَامِ الْجَدِيدِ الَّذِي يَصِفُ ظَاهِرَةً حَدِيثَةً تَطَوَّرَتْ كَوَسِيلَةٍ إِعْلَامِيَّةٍ جَدِيدَةٍ حَتَّى هَذِهِ اللَّحْظَةِ، وَخَاصَّةً إِذَا كُنَّا نَقْصِدُ بِهِ الْوَسَائِلَ الرَّقْمِيَّةَ فَقَطْ، الَّتِي قَدْ تُصْبِحُ وَسِيلَةً تَقْلِيدِيَّةً مَعَ أَوَّلِ إِكْتِشَافِ أَوْ تَطَوُّرِ جَدِيدٍ فِي عَالَمِ الْكَمْبِيُوتَرِ وَالْإِنْتَرْنِتِ فِي الْمُسْتَقْبَلِ، بَلْ إِنَّ الْكَثِيرَ مِنَ الْمَحَلِّينَ يُطْلِقُونَ مُصْطَلِحَ الإِعْلَامِ الْجَدِيدِ عَلَى كُلِّ التَّطَوُّرَاتِ التَّكْنُولُوجِيَّةِ الَّتِي عَرَفَهَا الْإِنْسَانُ بِدَايَةِ مِنْ إِخْتِرَاعِ التِّلْغَرَفِ وَصَوْلَا إِلَى الْكَمْبِيُوتَرِ، لِذَلِكَ يَجِبُ أَنْ نَعْتَرِفَ أَنَّ " مُصْطَلِحَ الإِعْلَامِ الْجَدِيدِ " بَرَّغَمَ أَنَّهُ يُشِيرُ إِلَى الْخِصَائِصِ الْجَدِيدَةِ وَوَسَائِلِ الْإِتِّصَالِ وَالتَّوَاصُلِ الْحَدِيثَةِ إِلَّا أَنَّهُ خَلَطَ مَفَاهِيمِيًّا، وَذَلِكَ لِعِدَّةِ أَسْبَابٍ أَهْمُهَا: لَا يَزَالُ هَذَا النَّوعُ مِنَ الإِعْلَامِ فِي مَرْحَلَةِ إِنتِقَالِيَّةٍ مِنَ الْوَسَائِلِ وَلَمْ تَتَّبَلُورْ بِشَكْلِ كَامِلٍ وَوَضِيحٍ، فَهِيَ لَا تَزَالُ فِي مَرْحَلَةِ تَطَوُّرٍ سَرِيعٍ، وَمَا يَبْدُو الْيَوْمَ جَدِيدًا يُصْبِحُ قَدِيمًا فِي الْيَوْمِ التَّالِيِ؛ إِذَا مَا أَرَدْنَا وَضَعُ ثَوَابِتٍ لِتَعْرِيفِ الْمَفْهُومِ بِنَاءٍ عَلَى الْوَسَائِلِ الْجَدِيدَةِ فَهِيَ بِالتَّأَكِيدِ سَوْفَ تَكُونُ قَدِيمَةً بِمَجْرَدِ ظُهُورِ مُبْتَكِرَاتٍ جَدِيدَةٍ.³

10.1 الإعلام الجديد New Media:

نَمَطٌ مِنَ أَنْمَاطِ الْإِتِّصَالِ الإِلِكْتُرُونِيِّ أَصْبَحَتْ مُمَكِّنَةً بِإِسْتِعْمَالِ الْكَمْبِيُوتَرِ، كَمَقَابِلِ لِإِعْلَامِ الْقَدِيمِ، تَشْمَلُ الصَّحَافَةَ الْمَكْتُوبَةَ عَلَى الإِنْتَرْنِتِ يَهْدَفُ إِلَى الإِسْرَاعِ فِي تَحَوُّلِ مُجْتَمَعٍ مَا مِنْ حَالَةِ الْفَقْرِ إِلَى حَالَةِ دِينَامِيكِيَّةٍ مِنَ النُّمُوِّ الْاِقْتِسَادِيِّ وَالْإِجْتِمَاعِيِّ وَالسِّيَاسِيِّ.⁴

¹ يوسف حجيم الطائي، علي عبودي نعمه الجبوري، التسويق الاعلامي كمدخل لسايسلوجية الجمهور (مصر المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2018) ص 61 .

² محمود النفاظطة ، علاقة الاعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفيسبوك نموذجا ، المركز الفلسطيني للتمتية و الحريات الإعلامية (مدى)، 2011، ص 18 . متاح على https://accronline.com/book_detail.aspx?id=84

³ حمدى بشير محمد علي ، الاعلام الرقمي و اقتصاديات صناعته ، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الاعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "منتدى الإعلام والاقتصاد... تكامل الأدوار في خدمة التنمية" الرياض 11 12 ابريل 2016

، ص 5 . متاح على موقع <https://www.esraa.edu.iq>

⁴ مي العبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات (بيروت: دار النهضة العربية، ط1، 2014) ص 46.

في حين يعرفه مُصطَفَى عَبَّاس صَادِق على أَنَّهُ: "الإعلام الرِّفْمِي هَذَا يَرْجِع لِبَعْض تَطْبِيقَاتِهِ الَّتِي تَسْتُخِدم التِّكْنُولُوجِيَّة الرِّفْمِيَّة كالتَّلْفِزَة الرِّفْمِيَّة والإذاعة الرِّفْمِيَّة وغيرهما، أو لِلحَدِيث عن أَي نِظَام أو أداة أو وَسِيلَة إِعْلَامِيَّة تَنَدْمِج مع الحاسوب. كما يرى أَنَّ مُصطَلَح الإِغْلَام الجَدِيد هُو التَّزْوَج (Convergence) مَا بَيْن التِّكْنُولُوجِيَّات الإِتِّصَال والْبَيْتِ الجَدِيدَة والتَّقْلِيدِيَّة مع الكُمبِيوتِر وشبكاتِه".¹

2 نشأة و تطور الإعلام الإلكتروني: (النشأة، التطور التاريخي، وعوامل الظهور)

1.2 نشأة الإعلام الإلكتروني:

لظهور الإعلام الإلكتروني الجديد علاقة بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت، وبالأخص الخصائص التفاعلية التي أتاحتها Web 2.0، وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات إجتماعية وأدوات إتصال للمضامين، والأفكار، والتجارب. ومع تطور التقنيات الإعلامية الجديدة، أصبحت المفاهيم الإعلامية، وأنظمة الإتصال الجماهيري أشكالاً جديدة، حيث اضطرت وسائل الإعلام التقليدية على التكيف ومواكبة المتغيرات التي فرضتها الإنترنت والتي أصبحت معايير إتصال جديدة.²

يُعدُّ الظُّهور الرِّسْمِي للإِغْلَام الإِلِكْتُرُونِي عام 1992، وَكَانَ ذَلِكَ بِظُهُور أَوَّلِ صَحِيفَةِ الكُّتْرُونِيَّة فِي العَالَمِ، وَالَّذِي أَظْهَرَ أَنَّهُ أَكْثَرُ فَائِدَة فِي الأَوْصُول إِلَى الجُمهُور مِنَ الصُّحُفِ التَّقْلِيدِيَّةِ، وَكَثِيرًا مَا يُلَبِّي إحتِجَايَات قُرَاء الصُّحُفِ ومُشَاهِدِي التِّلْفِزِيُونِ وَمُسْتَمْعِي الإِذَاعَة فِي آن وَاحِدٍ، كَمَا تُعَدُّ هَذِهِ الوَسِيلَة الإِغْلَامِيَّة مع الوَسَائِلِ الفَاعِلَة فِي مَجَالِ التَّوَاصُلِ مع الجُمهُور.³

تطور الإعلام الإلكتروني عبر التاريخ: 1972

اكتشاف رأي توملينسون للبريد الإلكتروني 1991 تطوير جامعة مينيسوتا الأمريكية واجهة سهلة الاستخدام للإنترنت، 3 يناير 1995 إطلاق نطاق ياهو دوت كوم، سبتمبر 1997 إطلاق عملاق البحث على الشبكة العنكبوتية جوجل، 1998 شركة مايكروسوفت نظام التشغيل ويندوز 98، أما 1999 صحيفة الجارديان البريطانية تُطلق نُسختها الإلكترونية.⁴

1 علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل (عمان: المعتر للنشر والتوزيع، ط1، 2017) ص316. متاح على موقع

<https://www.overdrive.com/media/3649205>

2 قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني) جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو 2012، ص 9. متاح على الرابط

https://drive.google.com/file/d/1P_VnwUM4NfS-5qVePwNwHcQHGCJTKmWj/view

3 حيدر كريم الجزائري، علم النفس الإلكتروني، (بغداد: مكتب نور الحسن للطباعة والتنضيد، الجمعية العراقية للدراسات

التربوية والنفسية ط1، 2021) ص145 متاح على <https://www.psydz.info/2021/12/electronic-psychology-pdf.html>

4 مروة عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل (عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط1، 2013)

بدءاً من عام 2002 فصاعداً، تم إطلاق عدد كبير من مواقع الشبكات الاجتماعية. تمتع البعض - مثل Friendster - بشعبية كبيرة، إلا أنها تآلشت. طُور آخرون مجتمعات متخصصة: ناشد موقع MySpace، على سبيل المثال، هوة الموسيقى المراهقين. على سبيل المثال، في نوفمبر 2012، وأعلن Facebook أن لديه مليار مستخدم في جميع أنحاء العالم، منهم 18 مليوناً في كندا.¹

2.2 العوامل الرئيسية لظهور الإعلام الإلكتروني:

و من عوامل ظهور الإعلام الإلكتروني نذكر :

1.2.2 العوامل التكنولوجية المتمثلة في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر:

المعدات والبرمجيات وتكنولوجيا الاتصالات، خاصة فيما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف البصرية. جميع وسائل الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية والتطورات التكنولوجية. تنعكس في جميع القنوات الإعلامية مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وفي طبيعة العلاقات التي تربط المنتجين ببعضهم البعض، وهي أخطرها. رسالة إعلامية وموزعة ومتلقياً.²

2.2.2 العامل الاقتصادي العولمة الاقتصادية:

ما هو ضروري لتسريع حركة البضائع ورأس المال، وبالتالي الحاجة إلى تسريع تدفق المعلومات، ليس لأن المعلومات هي القاسم المشترك الذي يدعم جميع الأنشطة الاقتصادية دون استثناء، ولكن لأن المعلومات أصبحت أكثر فأكثر كل يوم، والبيعة الاقتصادية نفسها، أي عولمة نظم المعلومات والاتصالات، هي وسيلة للقوة الاقتصادية لعولمة السوق، وتطوير الاستهلاك من جهة، وتداول سلع الصناعة الثقافية. من ناحية أخرى، الموسيقى والألعاب والبرامج التلفزيونية وما إلى ذلك.

1.2.2 العامل السياسي:

الذي يقصد به الاستعمال المتزايد لوسائل الإعلام من طرف القوى السياسية بغرض السيطرة على زمام الأمور والعمل على الحفاظ على ثبات موازين القوى في هذا العالم الذي يتسم بكونه شديد الاهتزاز والاضطراب من جهة ويعج بالسرعات والتناقضات الكثيرة من جهة أخرى.³

¹ Micheal Dewing , **Social Media : an introduction** 20 novembre 2012, IN BRIEF ,
bibliothèque du parlement, Ottawa , Canada , page2.
<https://lop.parl.ca/staticfiles/PublicWebsite/Home/ResearchPublications/InBriefs/PDF/2010-03-f.pdf>

² رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مدخل الى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي (عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، ط 1، 2015) ص 28 .

³ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ط 1، 2014) ص 318 .

وقد التبتت هذه الأسباب التكنولوجية والاقتصادية والسياسية بشكل كبير ولافت للانتباه، جاعلة من التعامل مع الوسائل الإعلامية الجديدة مسألة في غاية التعقيد والصعوبة، وفضاء جدي للنزاعات على المستوى العالمي، والإقليمي، وحتى على المستوى المحلي.¹

هناك عدة أسباب لهذه الزيادة السريعة في مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي. وتشمل هذه العوامل التكنولوجية مثل زيادة توافر النطاق العريض، وتحسين أدوات البرمجيات، وتطوير أجهزة كمبيوتر وأجهزة محمولة أكثر قوة. عوامل اجتماعية مثل التنبؤ السريع لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الفئات العمرية الأصغر. العوامل الاقتصادية مثل زيادة القدرة على تحمل تكاليف أجهزة وبرامج الكمبيوتر وزيادة الاهتمام التجاري بمواقع الشبكات الاجتماعية.²

3 خصائص الإعلام الإلكتروني

1.3 الحالية أو الفورية Immediacy:

تقدم وسائل الإعلام الجديدة الأخبار والمعلومات الجديدة بلا إنقطاع، التي لم يكن المتلقي على دراية بها، ولم يسبق معرفتها إلا لحظة مطالعتها، فالمشاهدة في التليفزيون لم يعد كما كان سابقاً مجبر للانتظار حتى قدوم موعد عرض النشرة ليتعرف على الأخبار ومستجدات الأحداث في العالم، وهذا نظراً لكون كل قناة تتيح شريط أخبار متحرك أسفل الشاشة يعرض ما يحدث من أحداث أولاً بأول، وإذا كان الحدث ذا أهمية بالغة فتضطر القناة لقطع إرسالها المعتاد بشكل فوري، لتقوم بتغطية الحدث من مكانه وبشكل مباشرة مع زمن حدوثه ما يطلق عليه باللغة الإنجليزية Breaking news ، وكذلك تنفرد بإستضافة كل الفاعلين والمهتمين بالموضوع من مختصين والمحليلين والمسئولين للإلمام بموضوع الحدث وهذا بالتحليل وتفسير ما يحدث، وكذا الكشف على عوامله وتطوراتهِ وانعكاساته، وما يسر مهمة نقل الأخبار بشكل آني وسريع لوسائل الإعلام هو توفر الأرقام الصناعية وكذا التطورات في مجال التكنولوجيا الرقمية، فأني يكون مكان الحدث بعيداً أو قريباً من مقر المحطة التليفزيونية يتم نقل الأنباء، في حين قديماً كان النقل المباشر لما يحدث داخل دولة معينة وداخل نطاق أضيق. وإن قام المشاهد بالولوج إلى أي موقع إخباري على الإنترنت سيعثر على عدد هائل من المعلومات ذات الصيغ المختلفة وأشكال متنوعة مطبوعة ومصورة، مرئية كانت أو مسموعة، مع المزيد من الروابط للمزيد من المعلومات حول الموضوع أو الحدث.³

¹ المرجع نفسه ص 318 .

² Micheal Dewing , Social Media مرجع سابق، ص2.

³ إبراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته (قطر: وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط1، 2014) ص 25 .

وما ينطبق على الإعلام المرئي ينطبق على الإعلام المطبوع، لم يعد على القراء الانتظار حتى يوم غد لقراءة آخر الأخبار العاجلة في جريدتهم المفضلة. فيما يتعلّق بلحظة حدوثها، فإنه يرغب في تقديم معلومات في شكل نُصوص وصور فوتوغرافية ومقاطع فيديو وفيما يتعلّق بالتعليقات والمحلّين والخبراء والبيانات الرّسميّة وآراء القراء والمشاهدين ستجد أكثر من واحد، ولم يكن هذا متاحاً في عصر الوسائط الجديد أو قبل انتشار شبكة الويب العالميّة.¹

2.3 التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.²

2.3.1 قابليّة التنوع:

أصبح النّص الفائق أو ما يُطلق عليه بالّلغة الإنجليزيّة (Hyper text) هو المتحكّم في هذا التّنوع في مجال الإعلام الإلكتروني، الذي استطاع تكوين مزيج إعلامي حقيقي يستعمل أنواع متنوّعة من المصادر والأدوات الإعلاميّة التي تربط كلّها بشبكة من المراجع. لقد أحدثت الرّوابط النّصيّة التّشابهية أو الفائقة نقلة نوعية في المجال الصّحفيّ، وشجّعت إلى إعادة عدد هائل من البيانات الرّمانيّة والمكانيّة التي تتعلّق بإنتاج ومعالجة الأنباء. فما يمنع إنتاج نشره هو عدم التّواصل بالإنترنت حيث بالاستعانة بها تتم عمليّة دمج أخبار اليوم، إضافة لخاصيّة احتوائها على الأرشيف التاريخيّ وجلّ النّصوص المنشورة التي تتعلّق بالمسائل المعالجة، وجلّ هذا يتم بطريقة افتراضيّة. وتجدر الإشارة إلى أنّ خاصيّة القابليّة للتّنوع تعتبر واحدة من عناصر الإعلان الإلكترونيّ الأساسيّة ذات الأهميّة البالغة، فهي أنّها تمثّل مجموعة مُعطيات يُمكن معالجتها بأساليب مُعايرة تماماً، فيما بقي الإعلام التّقليديّ على علاقة بحالة إنتاج النّسخة الواحدة المتعدّدة المتماثلة، في حين يُمكن للإعلام الإلكترونيّ إنتاج نُسخ مُخصّصة أو ما يُطلق عليها بالإنجليزيّة (Customized) ومستجيبة لحاجة الفردانيّة أو ما يُطلق عليها (Individualized) أو بإضافة الطّابع الشّخصي التي يُطلق عليها في اللّغة الإنجليزيّة (Personalized).³

¹ المرجع نفسه، ص 25 .

² إياد هلال حمادي الدليمي، الشبكات الإذاعيّة والتلفزيونيّة وشبكات التواصل الاجتماعيّ، وظيفة إخبارية أم ترف إعلامي (الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2021) ص 179.

³ جليّة عبد الله خلف، الوظيفة الإخبارية للبوابة الإلكترونيّة -دراسة تحليليّة للبوابة الإلكترونيّة العربيّة نسيج-محيط-البوابة (الإمارات العربيّة المتحدّة: دار الكتاب الجامعيّ، ط 1، 2014) ص ص 56 57 .

4.3 خاصية المرونة :

5.3 تُبرز للمستلم، مُستخدم الإنترنت. يُمكن لِحِدِّ الأذنى من المعرفة بالإنترنت التَّغَلُّب على العديد من المشكلات الإجرائية التي تُواجهها. تلعب أجهزة الكمبيوتر هنا دورًا مُزدوجًا، بالإضافة إلى قدرتها الأساسية على مُعالجة المعلومات وتخزينها بتنسيقات وطرق مُختلفة، فهي الحاويات المادية التي تُؤمن إتصالك بالإنترنت وتعالجها. كلما زادت قُوَّة جهاز الكمبيوتر لديك، زادت المرونة في التَّعامل مع الإنترنت من وجهة نظر فنية. على مُستوى الوسائط، يتم التأكيد على ميزة المرونة من خلال سهولة وصول المُستخدم إلى العديد من مصادِر المعلومات والمواقع الإلكترونية. يَمُنح هؤلاء المُستخدمين الفرصة لِاخْتِيار ما يُعتبرونه مُناسبًا وصحياً وتمييز تلك المعلومات عن بقية الموقع. تَقْدِيم معلومات خاطئة، مع العلم أنه مع ظُهور الإنترنت، زادت القُدرة على تزوير المعلومات بشكل كبير، مما يُسهل العديد من العمليات مثل تجميع الصور وضبط الأصوات وما إلى ذلك.¹

5.3 التفاعلية Interactivity

هذه ميزة تُتيح لِمتلّقي المواد الإعلامية أو الأخبار أو الإعلانات أو المعلومات المشاركة في مُناقشة هذه المادة، والتعبير عن آرائهم، والتعليق، والتّصحيح، وإضافة أو التوضيح، تسمَح هذه الميزة للمتابعين بالتفاعل المباشر مع مُبدعي المواد الإعلامية من خلال الدردشة، أو المشاركة في المنتديات من خلال عرض آرائهم. هذه من أهم خصائص الوسائط الإلكترونية، يُمكنك أن تُصبح مُشاركًا في هذه الوسيلة من خلال التفاعل مع من هم من خلالها.²

فالتفاعلية هي من أهم الخصائص التي اِختصَّ بها الإعلام الإلكتروني بشكل مُميز عن بقية وسائل الإعلام الأخرى لِدرجة أطلق عليه الإعلام التفاعلي.³ يَصِف الباحثون ستة جوانب للتفاعل في هذه التّقنيات الجديدة: - مجموعة مُتشابهة من الخيارات المتاحة: هذا يعني مقدار الخيارات وتنوعها أمام المُستخدم ويشير أيضًا إلى الانتقائية. - الجُهود المطلوبة للمُستخدمين لِالوصول إلى المعلومات.

الاستجابة هي درجة النّشاط الإعلامي في الاستجابة للمُستخدمين.⁴

¹ منال قدواح، الإعلام الإلكتروني والديمقراطية، دراسة تحليلية لمواقع الأحزاب والحكومات الإلكترونية العربية، مذكرة دكتوراه علوم، جامعة قسنطينة 3، 2016، ص 71.

² علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ط1، 2014) ص 55 .
³ بن عمروش فريدة، حميدي حياة، التنظيم القانوني للإعلام الرقمي في الجزائر - بين النصوص القانونية والممارسة العلمية، 30 - 31 ديسمبر 2009، شبكة المؤتمرات العربية، الملتقى العلمي الدولي المعاصر للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية والقانونية و الطبيعية نظرة بين الحاضر والمستقبل، اسطنبول، تركيا. ص 372. متاح على موقع

<https://www.researchgate.net>

⁴ عبد المحسن حامد احمد عقيله، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري (المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط 1،

(2015) ص 59 . متاح على موقع <https://www.noor-book.com>

تَعْنِي مُرَاقِبَةَ اسْتِخْدَامِ الْمَعْلُومَاتِ كَيْفَ تُرَاقَبُ إِخْتِيَارَاتِ الْمُسْتَعْمِدِ لِلْمَعْلُومَاتِ.

- سُهُولَةُ إِضَافَةِ الْمَعْلُومَاتِ: وَهَذَا يَعْْنِي الدَّرَجَةَ الَّتِي يُمَكِّنُ لِلْمُسْتَعْمِدِينَ مِنْ خِلَالِهَا إِضَافَةَ مَعْلُومَاتٍ يُمَكِّنُ الْوُصُولَ إِلَيْهَا لِلْجُمْهُورِ فِي مَجْمُوعَاتٍ مُخْتَلَفَةٍ، وَالَّتِي أَصْبَحَتْ تَعْرِفُ بِالْمَحْتَوَى الَّذِي يُنْشِئُهُ الْمُسْتَعْمِدُ.
- تَسْهِيلُ الْإِتِّصَالِ بَيْنَ الْأَشْخَاصِ فِي شَكْلَيْنِ عَلَى الْأَقْلَى: الْإِتِّصَالُ غَيْرَ الْمُتَرَاوِمِ، وَالَّذِي يَسْمَحُ لِلْمُسْتَعْمِدِينَ بِالرَّدِّ عَلَى الرِّسَالِ كَمَا يَرُونَ مُنَاسِبًا، وَالْإِتِّصَالُ الْمُتَرَاوِمِ الَّذِي يَسْمَحُ لِلْمُسْتَعْمِدِينَ بِالْمُشَارَكَةِ فِي وَقْتٍ وَاحِدٍ.¹

6.3 خاصية الانفتاحية:

مُعْظَمُهُمْ مُسْتَقْلُونَ عَنِ الْهَيْئَاتِ الْحُكُومِيَّةِ وَيَتَمَتَّعُونَ بِدَرَجَةٍ مُعَيَّنَةٍ مِنَ الْحُرِيَّةِ، وَفَرَضُوا قِيُودًا مُعَيَّنَةً عَلَى تَقْوِيضِ السَّيْطَرَةِ الْوَاسِعَةِ لِرَأْسِ الْأَمَالِ وَالشَّرَكَاتِ الْكُبْرَى وَالْحُكُومَاتِ عَلَى وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ الْعَالَمِيَّةِ.

7.3 خاصية الانسيابية من الرقابة

إِذْ أُعْطِيَ الْحُرِيَّةُ الْمَطْلُوقَةُ وَتَخَطَّى الْأَحْدُودَ وَالْحَوَاجِزَ الْمَحَلِّيَّةَ وَالذَّوْلِيَّةَ وَحُدُودَ الْقَانُونِ وَالرِّقَابَةَ الْمُرْتَكِزَةَ عَلَى تَقْيِيدِ حُرِيَّةِ الْإِعْلَامِ وَالْمَعْتَقَدِ وَالتَّعْبِيرِ فِي مُعْظَمِ بُلْدَانِ الْعَالَمِ، فَهُوَ يَتَمَيَّزُ بِسُرْعَةِ تَعْطِيَةِ الْأَحْدَاثِ وَنَقْلِ الْخَبَرِ بِشَفَافِيَّةٍ دُونَ قِيُودٍ وَسُهُولَةِ التَّصَفُّحِ وَالْحُصُولِ عَلَى الْمَعْلُومَةِ وَالتَّبْحُثِ عَنْهَا، وَسَمَحَ لِلْفَرْدِ مِنْ إِبْدَاءِ رَأْيِهِ دُونَ قَلِقٍ أَوْ خَوْفٍ مِنَ الْمَلَاحِقَةِ وَالتَّنْقِدِ وَالتَّعْلِيْقِ عَلَى الْمَوْضُوعِ الْإِلِكْتُرُونِيِّ.²

8.3 اللاتزامنية و التزمانية :

يَعْْنِي غَيْرَ الْمُتَرَاوِمِ هُنَا أَنَّهُ يُمَكِّنُ إِرْسَالَ الرِّسَالِ وَاسْتِلَامَهَا فِي أَوْقَاتٍ مُنَاسِبَةٍ لِلْمُسْتَعْمِدِينَ الْفَرْدِيِّينَ، وَلَا يَحْتَاجُ جَمِيعَ الْمَشَارِكِينَ إِلَى اسْتِخْدَامِ النِّظَامِ فِي نَفْسِ الْوَقْتِ. عَلَى سَبِيلِ الْمَثَالِ، التَّفَاعُلُ الْمُبَاشِرُ مَعَ الْأَصْدِقَاءِ عَبْرَ Messenger، وَبَعْضُ تَطْبِيقَاتِ الْوَسَائِلِ الْجَدِيدَةِ تُقَدِّمُ آيَاتٍ لِلتَّوَاصُلِ الْمُبَاشِرِ، مِثْلَ Facebook و Twitter و Instagram و Offers. جَدِيدٌ عِنْدَمَا يَكُونُ التَّوَاصُلُ مَعَ الْأَصْدِقَاءِ الْمُتَاحِينَ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ فُورِيًّا أَمْ لَا.

تَوْفُرُ الْوِظِيْفَةُ غَيْرَ الْمُتَرَاوِمَةِ أَيْضًا الْوُصُولَ إِلَى الْمَعْلُومَاتِ وَالتَّطْبِيقَاتِ وَالصَّفَحَاتِ وَمَوَاقِعِ الْوَيْبِ دُونَ التَّقْيِيدِ بِأَوْقَاتٍ مُحَدَّدَةٍ يَعْْنِي غَيْرَ الْمُتَرَاوِمِ هُنَا أَنَّهُ يُمَكِّنُ إِرْسَالَ الرِّسَالِ وَاسْتِلَامَهَا فِي أَوْقَاتٍ مُنَاسِبَةٍ لِلْمُسْتَعْمِدِينَ الْفَرْدِيِّينَ، وَلَا يَحْتَاجُ جَمِيعَ الْمَشَارِكِينَ إِلَى اسْتِخْدَامِ النِّظَامِ فِي نَفْسِ الْوَقْتِ. عَلَى سَبِيلِ الْمَثَالِ، التَّفَاعُلُ الْمُبَاشِرُ مَعَ الْأَصْدِقَاءِ عَبْرَ Messenger، وَبَعْضُ تَطْبِيقَاتِ الْوَسَائِلِ الْجَدِيدَةِ تُقَدِّمُ آيَاتٍ لِلتَّوَاصُلِ الْمُبَاشِرِ، مِثْلَ Facebook و Twitter و Instagram و Offers. جَدِيدٌ عِنْدَمَا يَكُونُ التَّوَاصُلُ مَعَ الْأَصْدِقَاءِ الْمُتَاحِينَ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ فُورِيًّا أَمْ لَا. تَوْفُرُ الْوِظِيْفَةُ غَيْرَ الْمُتَرَاوِمَةِ أَيْضًا الْوُصُولَ إِلَى الْمَعْلُومَاتِ وَالتَّطْبِيقَاتِ وَالصَّفَحَاتِ وَمَوَاقِعِ الْوَيْبِ دُونَ التَّقْيِيدِ بِأَوْقَاتٍ مُحَدَّدَةٍ.³

¹ يوسف عبد علي حسين، حنين حاتم عبد الله، الإعلام الإلكتروني (الأردن: دار دجلة، ط1، 2016) ص 26

² إيمان عبد الرؤوف سليمان، الإعلام الآلي والأداء التنظيمي، (عمان: دار غيداء للنشر، ط1، 2020) ص 18.

³ عواج سامية وآخرون، تطبيقات التواصل الاجتماعي، في المجال الإعلامي، الإعلاني، العلاقات العامة والسياحة (عمان: دار الأيام لنشر والتوزيع، ط 1، 2019) ص 51.

9.3 خاصية البناء الثقافي:

خاصة في مجالات التعليم الإلكتروني والحقائب الإلكترونية للطلاب، سنساهم في نشر الثقافة الإلكترونية بين العاملين والتوسع في استخدام التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وهي العمليات التي تُعزز الأعمال. بالإضافة إلى البيع للعملاء باستخدام الإنترنت، وزيادة عدد مستخدمي الإنترنت بشكل عام، وانخفاض تكلفة النشر الإلكتروني، مقارنة بأسعار النشر الورقي.¹

10.3 اتساع التمدد الجغرافي Breadth of geographical expansion

على عكس الغالبية العظمى من وسائل الإعلام التقليدية، والتي غالبًا ما تكون مقيدة بحدود جغرافية محدودة، تسمح مواقع الويب بالوصول إلى أجزاء مختلفة من العالم، وبالتالي إزالة عوائق الوسائط الإلكترونية عبر الإنترنت. لا توجد حدود وطنية. أنا أسير في طريقي الخاصة وأحاول إنشاء نسخة إلكترونية على الإنترنت. وهذا يعني إيصال رسائل إعلامية ذات امتداد عالمي يتجاوز الرسائل التقليدية التي تمنع التلفزيون والطباعة. وقال الدكتور البياتي إن أخطر شيئًا في العالم اليوم هو أن مجال الإعلان وتكنولوجيا الاتصال يشهد ثورة كبيرة في أدواته وأساليبه ومحتوياته، مما أدى إلى ما يُسمى واضحًا اعتقاد أن المفهوم لم يعد موجودا. كما قال ماكلوهان، لم يعد العالم (قرية صغيرة)، بل عُرفَة صغيرة تحت سلطة الكلمات والصور، الأغنى والأفضل.²

نظرًا لأن البنية التحتية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة علمية عالمية، فإن المعلومات تتبع مسارات مُعدّة، مما يسمح لرأس المال بالسفر إلكترونيًا عبر الحدود الوطنية من أبعد نقطة على وجه الأرض إلى أدنى نقطة في الألف. يمكن أن تكون مسارات التدفق مُعدّة. بالإضافة إلى تتبع الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.³

11.3 خاصية التطور السريع:

تتطور الوسائط الإلكترونية بسرعة وباستمرار، وبفضل أدواتها الرئيسية، أصبحت الإنترنت أداة رئيسية في تنفيذ الاقتصاد الرأسمالي المعولم والإدارة الحكومية، مما يجعلها موردًا عالميًا لا غنى عنه، وقد أصبحت ظاهرة.⁴

1 الدليمي عبد الرزاق، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015) ص 384.

2 عباس ناجي حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دراسة مقارنة - العربية نت، حيط، راديو سوا، اذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، وكالة نينا أنموذجا- (الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، 2016) ص 104.

3 خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية، مفاهيم تأسيسية عربية (جمهورية مصر العربية: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)، 2022)، ص 63.

4 فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية، الحاضر والمستقبل، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط 1، 2018) ص 179.

12.3 خاصية التعددية الثقافية:

التعبير عن الذات وتعزيز موضوع الحوار الحضاري. تم منح الجماهير من مختلف شرائح المجتمع الفرصة ليصبحوا مُحترفين في مجال الإعلام من خلال المساهمات والكتابات وعروض البرامج الإعلامية المهنية والتبادلات المتبادلة.¹

خاصية المستقبلية: هي إعلام المستقبل، التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة بطرق تقلل التكاليف وتوسع دائرة المستخدمين، ومع انتشار أجهزة النشر الإلكترونية المحمولة على شكل كفت، ووسائل الاتصال الإلكترونية. يُمكن لِمالكها الوصول إلى الإنترنت في أي وقت وفي أي مكان لعرض مواقع الويب المفضلة لديهم أو قراءة الصحف المفضلة لديهم. يأتي هذا مع استمرار انخفاض أسعار هذه الأجهزة.²

1 الدليمي عبد الرزاق، الإعلام المتخصص (عمان: دار اليازوري العلمية، 2015) ص 99.
2 الدليمي عبد الرزاق، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، المرجع السابق، ص 284.

4 أهمية الإعلام الإلكتروني، وإيجابياته:

1.4 أهمية الاعلام الالكتروني :

للإعلام الإلكتروني أهمية كبيرة والتي نوجزها فيما يلي:

مُنْتَشِرٌ دُونَ اسْتِثْنَاءٍ خَاصَّةٍ بَيْنَ فِئَاتِ الشَّبَابِ الَّذِينَ يَعْتَبِرُونَ أَمُّهُمُ فِئَةٌ فِي الْمَجْتَمَعِ. حُضُورٌ إِعْلَامِيٌّ مَجَانِيٌّ وَتَنَوُّعٌ فِي وُجْهَاتِ النَّظَرِ. وَهَذَا يُشَجِّعُ مُتَابِعِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ الْإِلِكْتُرُونِيَّةِ عَلَى الْبَحْثِ عَنْ وُجْهَاتِ نَظَرٍ مُخْتَلَفَةٍ وَاخْتِيَارِ الْأَقْرَبِ إِلَى قُلُوبِهِمْ وَاعْتِمَادَهَا فَوْزَ رُؤْيَا مَصَادِرِ الْأَخْبَارِ الْمُخْتَلَفَةِ فِي الْإِتِّجَاهِ وَالْإِتِّجَاهِ: رُؤْيَا:

- إِمْكَانِيَّةُ اسْتِفَادَةِ مِمَّنْ مَوَاهِبِ الْجَمِيعِ وَالتَّعْبِيرِ عَنِ الْآرَاءِ بِحُرِّيَّةٍ وَعَرَضَ وَجْهَةً نَظَرِ الْمَرْءِ لِالْآخِرِينَ دُونَ قُيُودٍ أَوْ مَخَافٍ أَمْنِيَّةٍ ؛ مِنْ السَّهْلِ تَلْقَى الْمَعْلُومَاتِ مِنْ جَمِيعِ أَنْحَاءِ الْعَالَمِ، وَمِنْ السَّهْلِ تُقَلِّ الْمَعْلُومَاتِ إِلَى الْعَالَمِ مِنْ خِلَالِ الْأَصْوَاتِ وَالصُّورِ وَالْحُرُوفِ. عِنْدَمَا يَتَعَلَّقُ الْأَمْرُ بِالْإِنْتَرْنِتِ، لَا تُوجَدُ حُدُودٌ. مِثْلَمَا تُرَكِّزُ وَسَائِلُ الْإِعْلَامِ الْآخَرَى عَلَى آخِرِ الْأَخْبَارِ، لَدَيْنَا أَيْضًا إِمْكَانِيَّةُ الْوُصُولِ إِلَى الْمَعْلُومَاتِ وَالْأَخْبَارِ الْقَدِيمَةِ. وَهَذَا يَعْنِي أَنَّ الْوَسَائِلَ الْإِلِكْتُرُونِيَّةَ تُسَجِّلُ الْعَدِيدَ مِنَ الْأَحْدَاثِ الَّتِي تَحْدُثُ فِي هَذَا الْعَالَمِ.

- إِمْكَانِيَّةُ التَّوَاصُلِ بِسَهُولَةٍ وَيُسْرٍ مَعَ الْآخِرِينَ. هَذَا لِأَنَّ الْإِنْتَرْنِتَ لَا يَحْتَكِرُهُ حَالِيًّا فِئَةٌ وَاحِدَةٌ، حَيْثُ يَمْتَلِكُ الْعَدِيدُ مِنَ الْأَشْخَاصِ مِنْ فِئَاتٍ مُخْتَلَفَةٍ الْإِنْتَرْنِتَ وَيَتَصَفَّحُونَ الْمَوَاقِعَ الْإِخْبَارِيَّةَ عَلَى وَجْهِ الْخُصُوصِ. وَعَلَى صَعِيدِ التَّنْظِيمِ، فَإِنَّ الْإِعْلَامَ الْإِلِكْتُرُونِيَّ يَسْمَحُ لِلْقَاعِدَةِ بِالْعَمَلِ عَلَى الْمَسْتَوَى الْإِعْلَامِيَّ دُونَ قُيُودِ قَادَتِهَا.¹

¹ فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014) ص 136.

2.4 إيجابيات الإعلام الإلكتروني

نظراً لقيود المفروضة على الوسائط والتفاعلية، فقد حققت الوسائط الإلكترونية فوائد قد لا تتمكّن الوسائط التقليدية من تقديمها، بما في ذلك:

- لا يتطلّب تكاليف ماديّة كبيرة (كمبيوتر، إتصال إنترنت). لقد أتاح للناس الفرصة للتعبير عن أنفسهم، وتقدير العوالم التي كانت حتى وقت قريب جداً لا يمكن تصورها، ومساحات من وجهات نظر مختلفة، وحقائق متنوعة سابقاً. أصبح الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا.
- مساعدة الأشخاص غير الواثقين من تكوين علاقات إجتماعية مباشرة لبقاء الأصدقاء وبدء الإتصال عن بُعد.
- تقوية التضامن بين الجماعات والأشخاص الذين لديهم هدف مشترك. يساعد في التغلب على "استبعاد المسافة" في مجال الإتصال. على سبيل المثال، المغتربين وعائلاتهم.
- يساعد الصحفيين على معرفة إتجاه الرأي العام.
- ساعد القوات وحركات التحرير على التواصل واستخدمها كمنصة إخبارية للديكتاتوريات. يمكن لأي شخص بسهولة إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين.¹
- قد تتمكّن صفحات الويب أو الصفحات ذات الاهتمام أو الهوايات أو الرُود التي يتم إنشاؤها بواسطة الوسائط المتعددة عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني من إضافة معلومات بحيث يمكن للفرد الذي يتلقّى محتوى الرسالة أن تصبح مُنشئ الرسالة وتتدخل بشكل مباشر. أو بشكل غير مباشر في إنتاج المحتوى المعلوماتي والثقافي والفكري والعقائدي حسب رغبته واحتياجاته وتطلّعاته، وربما حتى أهواؤه.
- يُسهّل تحسين الكُنة والرؤية والتنسيق في الكتابة والتاريخ والعلوم والمنطق.
- يرفع مستوى العقل وتطور الطبيعة، كما يوسع الثقافة والتعلم.
- وسائل الإعلام تُسهّل التغييرات في الخصائص الاجتماعية للأغلبية.²

¹ أحمد عبد الغفار بسيوني، الإعلام الرقمي الجديد، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2018) ص 16 .

² Asia Khatoun, Rameez Ali Mahesar, Arshad Saleem. **STUDY THE ROLE OF ELECTRONIC MEDIA TO IMPROVE THE QUALITY OF EDUCATION AT UNIVERSITY LEVEL**. Academic Journal of Social Sciences , Vol 3 , Issue 2 (July - September 2019) .page 286 P 284 290. Disponible <https://www.researchgate.net/publication>

5 الصعوبات التي يواجهها الإعلام الإلكتروني:

على الرغم من مزاياها العديدة، إلا أن الوسائط الإلكترونية تُواجه العديد من التحدّيات التي تُعيق وتحد من اعتمادها وتوسّعها.

- صعوبات في الوصول والتحقّق من صحّة البيانات المتدفّقة عبر الوسائط الإلكترونية.
- عدم وجود ضوابط تنظيمية لضمان عدم انتهاك قيم وتقاليد المستفيدين.
- الانتشار الواسع للعنف والتطرف عبر الإعلام الإلكتروني وعدم السيطرة عليه.
- التّعدي على حقوق النشر وحقوق الملكية الفكرية.
- انتشار الجريمة السيبرانية والتكنولوجيا الحديثة على نطاق واسع يجعل استخدام هذه الطريقة نوعاً من القلق والخوف.
- نظراً لصعوبة الحصول على الإنترنت في بعض أجزاء العالم، لن يتمكن معظم الناس من متابعة الوسائط الرقمية. وجود شريحة كبيرة غير مدركة للتعامل مع العالم الرقمي تعتبر عقبة أخرى أمام انتشار هذه الطريقة الجديدة.
- وبناء على ما تقدّم، تعتبر وسائل الإعلام السلطة الرابعة ويمكن حتى القول بأنّها من أهمّها، لذا ستكون الساحة مفتوحة ومفتوحة لأيّ شخص يهتم بهذا المحتوى أيضاً. يهتم بهذا المحتوى يستطيع من خلاله توجيه الرأي العام ونشر أفكاره وتوجيهاته.¹
- تكسر دائرة الاستقبال وتركز على تلبية احتياجات الأفراد والمجموعات الصغيرة وفقاً لميولهم واحتياجاتهم الفردية.²
- التّعدي على حقوق النشر وحقوق الملكية الفكرية.
- استخدام أحدث التقنيات في تنفيذ الجرائم الإلكترونية.³
- البيئة الجديدة تفتقر إلى القواعد الحاكمة والتنظيمية لأخلاقيات العمل الإلكترونية.⁴
- صعوبات في الثقة والتحقّق من صحّة ووثوقية الكثير من البيانات والمعلومات الواردة في بعض المواقع في ضوء الحاجة إلى التعزيز المستمر للكفاءات الثقافية والتعليمية للمتلقين.⁵

¹ الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، مصر لا تزال تعتمد في دساتيرها على القوانين التقليدية، القاهرة: مركز هردو لدعم

التعبير الرقمي، القاهرة هردو لدعم التعبير الرقمي، 2016، ص 6 7

² سليمان الطعاني، الوجيز في التربية الإعلامية (عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع، ط1، 2020) ص 21.

³ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الرقمي و المجتمعات المعاصرة (عمان: الابتكار للنشر والتوزيع، ط 1، 2018) ص 284 .

⁴ عبد العظيم كامل الجميلي، ثناء اسماعيل العاني، الإعلام الجديد واشكاليات التواصل الرقمي (الأردن: ، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، 2016) ص 133 .

⁵ علي كنعان، صحافة، مفهوما وأنواعها (الأردن: دار المعتر للنشر والتوزيع، ط1، 2013) ص 188.

- صعوبات التمويل: تُعاني وسائل الإعلام الإلكترونية من صعوبات مالية تتعلق بتمويلها ودفع تكاليفها، ويؤثر قلة الدخل من مواقع الوسائط الإلكترونية على عمليّة التمويل. الاعتماد على الوسائط الإلكترونية.¹
- تتبّع المخاوف بشأن الموثوقية في بيئة الوسائط الرقمية من حقيقة وجود معايير قليلة لمراقبة الجودة وتقييمها. كما لا يوجد معيار عالمي لنشر المعلومات على الإنترنت. يُمكن بسهولة تغيير المعلومات الرقمية أو سرقتها أو تشويهها أو نشرها بشكل مجهول بموجب إدعاءات كاذبة. يُمكن أن تؤدي الطبيعة المرنة والديناميكية للمعلومات الرقمية إلى تفاقم مشكلات الثقة في المعلومات. ويرجع ذلك إلى الطبيعة العالمية للشبكة العنكبوتية (الويب)، بالإضافة إلى صعوبة التعرف على التغييرات في المعلومات الرقمية، إن لم تكن مستحيلة. تجعل من الصعب تمرير معايير مراقبة الجودة في شكل تشريعات حكومية.²
- حاولت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق حرب إلكترونية ضدّ الإعلام التقليدي، ووجد أن العديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية تنشر أخبار ومعلومات، معظمها كاذبة، من خلال مقاطع فيديو مزيفة ومبالغ فيها.
- معظم مالكي الصحف الإلكترونية هم من غير المهنيين وغير الصحفيين، ولا علاقة لهم بمهنة الصحافة، ولا يلتزمون بأخلاقيات مهنة الصحافة. وأدى ذلك إلى تآرجح الرأي العام بين الإيمان بالإعلام التقليدي والإلكتروني.
- تفقد اللغة العربية قيمتها لأنها لغة ضعيفة وغير متنافسة تستخدمها معظم المواقع.³
- ضعف الضوابط اللازمة لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمع.
- ضعف الضوابط للسيطرة على إنتشار العنف والتطرف والإرهاب.
- اختلال التوازن بين حجم وجودة الرسائل الإعلامية الموجهة وجاهزية المتلقين فيما يتعلق بالأراء والآراء الأخرى.⁴

¹ فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص 186.

² أندرو فلاناجين، ميريام ميتزجر، الإعلام الرقمي والشباب، فرصة فريدة غير مسبوقه، تر مصطفى هبة متولى (القاهرة: يصدرها الهيئة العامة لقصور الثقافة، سلسلة الثقافة الرقمية، سلسلة شهرية، 2009) ص 38.

³ عبير شفيق رحباني، الاستعمار الجديد الإلكتروني والإعلام (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، ط1، 2015) ص 37.

⁴ علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2014) ص 17.

6 أشكال الإعلام الإلكتروني :

1.6 المدونات الإلكترونية:

في عام 1997 ظهر ما يُعرف بالمدونات Blogs بالولايات المتحدة وبدأت الظاهرة على شكل مذكرات أو مفكرات شخصية.¹ يُنظر إليه على أنه تطبيق إنترنت يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى (المحتوى)، الصفحات الموجودة على الشبكة التي تعرض المدونات (معلومات الإدخال)، مؤرخة ومرتببة بترتيب تصاعدي. كمدیر مدونة (ناشر)، يشتمل النظام على آلية لأرشفة الإدخالات القديمة حتى يتمكن القراء من العودة إلى منشورات محددة لاحقاً.²

يُعتقد تيموثي بوردو أن الكثير من الناس يعتبرون المدونات مجرد شكل آخر من أشكال مواقع الويب. هناك، يتم إنشاء المدونات ويمكن للقراء التعليق وانتقاد محتواها. يتم عرض الرسائل إلى المنشورات والإدخالات على الموقع بشكل عام في نظام زمني عكسي، وتحتوي على روابط لمواقع أخرى على الويب، وتتميز بطابع غير رسمي وشخصي. غالباً ما تكون هذه النصوص مؤقتة أو غير محررة أو عفوية، وتخضع لأهمية الاعتبارات القانونية والأخلاقية.³

تمثل المدونة وسيلة أو قناة ينشر من خلالها المدونون المواد ويضعون في التواصل مع مستخدمي الإنترنت الآخرين. لذلك، فهي تشكل عملية إعلامية متكاملة، تبدأ بجمع وتسجيل محتوى أو محتوى المدون، ثم ما يتم معالجته واختياره. فصح لزوار المستقبل أو بلوق.⁴

هناك العديد من العوامل التي ساهمت في شعبية المدونات الإلكترونية، وهي تختلف في الواقع من بلد إلى آخر، ولكن هناك مجموعة مشتركة من العوامل التي لعبت دوراً كبيراً في شعبية المدونات الإلكترونية منها مرونة التقنية:

تعد تقنية الجيل الثاني 2.0 لخدمات الإنترنت من أهم التقنيات التي ساهمت في انتشار المدونات الإلكترونية، مثل السماح للأشخاص الذين ليسوا على دراية بالإنترنت بإنشاء مدونات بسهولة. دون بذل الكثير من الجهد أو البحث، جاءت القدرة على الكتابة مع تطور الإنترنت على نطاق واسع.⁵

¹ سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي (المملكة العربية السعودية: الناشر القنوات، ط 1، 1427) ص 163 .

² أنتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، اشراف موسى جواد الموسوي (بغداد: سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع ط1، 2011) ص30. متاح على الموقع [/https://wordpress.com/fr](https://wordpress.com/fr)

³ محمد عبد الحميد، المدونات الإعلام البديل (القاهرة: عالم الكتاب، ط 1، 2009) ص 56

⁴ فوزي شريطي مراد، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد (عمان: دار أسامة للنشر، ط 1، 2015) ص 132 .

⁵ لامية طالة، المدونات الإلكترونية، أداة لممارسة السبيرديقراطية في الفضاء الافتراضي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، المجلد 19، العدد 39، ديسمبر 2018، ص 185. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/80176>

3.6 إتاحتها لحرية التعبير عن الرأي:

عندما عجز الإعلام التقليدي عن تحقيق ما تصبو إليه المجتمعات من حرية، ساهمت المدونات في تحرير مبدأ حرية التعبير عن الرأي وثقافة النقد السياسي والاجتماعي عبر الاتصال الإلكتروني، وعن طريق المدونات وآرائهم حول ما يدور في هوامش مجتمعاتهم، لا سيما تلك التي لا تصل بسهولة إلى الرأي العام، كما يتناقلون أخبارًا لا تنقلها وسائل الإعلام التقليدية الرسمية وحتى الخاصة، ويعلقون عليها بكل حرية وبلغة نقدية وجزئية، فأتاحها لحرية التعبير عن الرأي أدى إلى زيادة انتشارها والإقبال على قراءتها.

4.6 إظهار قضايا الشأن العام :

إظهار قضايا الشأن العام: ذلك أن المدونات الإلكترونية ساهمت في إظهار الواقع الاجتماعي، سواء المحلي أو الإقليمي أو الدولي، حيث إن المدونات الإلكترونية ومن خلال مضامينها وموضوعاتها أصبحت عبارة عن فضاء رافض ومناهض يتجه إليه المهتمون سياسيًا، وأنها ليست بالضرورة فضاء إنصاليًا يقبل ثقافة الإجماع، فهي تأخذ من قضايا الشأن العام مجال وتفصيل الحياة اليومية ملاذًا، وهي قضايا تقع بين إهمال المسؤول الكلي لها (الحياة اليومية) وتعلق صاحب القرار المفرد بها (الشأن العام، السياسة).¹

5.6 الصحافة الإلكترونية :

يقول الباحث عمر غازي إن مفهوم الصحافة الإلكترونية دخل مؤخرًا نتيجة التطور الهائل الذي لحق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، واكتسب هذا النوع الجديد من الصحافة أهمية بالغة منذ ظهوره أوائل التسعينيات من القرن الماضي، وتزايدت أهمية الصحافة الإلكترونية مع توالي الأعوام وانتشار الإنترنت وتضاعفت أعداد مستخدميها فأصبحت غالب المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد ظهور نوع جديد من الصحف الغير التقليدية ما يعرف بالصحف الإلكترونية.²

تُعرف على أنها نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني، تستخدم فيه الفنون والآليات ومهارات العمل في الصحيفة المطبوعة، وأن الصحافة الإلكترونية ظهرت في ثورة الاتصالات والمعلومات والإنترنت، التي فرضت بدورها تحديات كبرى في استخدام وسائل وأساليب جديدة للتواصل، وجاءت الصحافة الإلكترونية تعبيرًا عن إحدى صور هذا التطور.³

¹ نزهة حنون، المدونات الإلكترونية فضاء لحرية الرأي والتعبير دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسنطينة 3، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 1، العدد 2، ديسمبر 2015، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، ص 116. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2587>

² كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي والجديد، وتصعد السلطة الرابعة (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ط 1، 2013) ص 199 .

³ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، في ظل الثورة التكنولوجية (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2014) ص 53. متاح على الرابط www.ketabpedia.com

ويتبنّى البعض وجهة النظر التي ترى أنّ الصحيفة الإلكترونية صحيفيّة تجمّع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة، فهي منشور إلكترونيّ دوريّ يحوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامّة، أو بموضوعات ذات طبيعة خاصّة، وتتم من خلال جهاز الكمبيوتر، وتكوّن متاحة عبر شبكة الإنترنت والصحيفة الإلكترونية غالباً ما تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة.¹

النسخ الإلكترونية من الصحف الورقيّة: ونعني بها واقع الصحف الورقيّة على الشبكة والتي تقصّر خدماتها على تقديم كلّ أو بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقيّة مثلاً: خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقيّة وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالمواقع الأخرى.²

وتتجد سمات الصحافة الإلكترونية بما يلي :

النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطوّرات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أو وقت ما جعلها تتنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون، بل إنّها باتت تتنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفوريّة الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتّى القنوات الفضائيّة التي تبتث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقلّ من 30 ثانية من وقوع الحدث.³

وتعتمد الصحيفة الإلكترونية على التّقنيّات التّالية من خلال التّقنيّة المعجزة الإنترنت:

- تقنيّة إنشاء وتصميم موقع إلكترونيّ.
- تقنيّة البريد الإلكترونيّ.
- تقنيّة التّصفّح المكتبيّ.
- تقنيّة تصفّح الويب.
- تقنيّة البرمجة والتّصميم.
- تقنيّة التّحرير والإخراج ومعالجة النصوص.
- تقنيّة الصورة ومعالجتها.
- تقنيّة الاتّصال.⁴

¹ خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح (جمهورية مصر العربية: وكالة الصحافة العربية، ط1، 2016) ص 105 .

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد (الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2012) ص ص 187 188 .

³ عثمان محمد ذويب، الخبر الصحفي والإلكترونيّ (الأردن: دار أسامة لنشر والتوزيع، ط1، 2019) ص 165 .

⁴ نزار بشير الجديد، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقيّة والصحافة الإلكترونية (عمان: دار الإعصار العلميّ نشر والتوزيع، ط1، 2014) ص 117.

كما تَتَمَيَّزُ بَعْدَهُ مُمَيِّزَاتٌ نَذَكُرُ مِنْهَا مَا يَلِي:

- إمكانية تخطي الحدود بيسر وسهولة.
- وسعت المشهد الإعلامي وأصبح أكثر انفتاحاً واتساعاً، فكل فرد يُمكنه أن يسمع صوته دونما تعقيدات الصحافة الورقية.
- وسعت من الحريات الصحافية فدرتها على تنوع الأخبار وتحديثها في كل وقت.
- إمتيازها بقيمة الفورية في تلقي الأخبار وتضمين الصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقية الخبر
- سهولة تبادل البيانات عبر الإنترنت بسرعة فائقة.
- التفاعلية التي تُسهل اللقاء بين القارئ والكاتب بأقرب لحظة.
- مشاركة المستخدم "القارئ" في عملية التحرير من خلال التعليقات. عدم حاجة الصحافة الإلكترونية لمقر واحد لجميع العاملين، وإنما يُمكن إصدار الصحف بفريق عمل مُتفرق في العالم. تقريب المعرفة العلمية من خلال إمكانية زيارة مراكز الوثائق المختلفة.
- التّجديد المُستمرّ في نشر المعلومات وبسرعة قياسية لتسهيل تواصل المستخدم "القارئ" مع الجريدة بالوقت الذي يشاء.
- بساطة التصفّح إذ يُمكن أن يكون القارئ مُلمّاً بأبسط القواعد التّقنيّة حتّى يتِمكّن من الاطلاع على كافة المعلومات
- دقّة التّركيز والاختصار في ثقل تفصيل الحدث.¹

6.6 المنتديات الإلكترونية :

هي أحد تطبيقات الإعلام الجديد التي تمتاز بوجود مستوى عالٍ من التفاعل والمشاركة الاتصالية، وقد ظهر أول مُنتدى حواري في العالم على الشبكة عام 1996 م على يد مطور الإنترنت الأمريكي تيد أونيل؛ وهي فضاء للتفاعل والاتصال عن بُعد الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقة حقيقية مباشرة وتجسدها في الواقع، لذلك فهي أداة لإقامة روابط بين الأفراد وتشكيل النسيج الاجتماعي.² مواقع على الشبكة يتم تحميل برنامج المنتدى عليها، وتتفرّع منه وصلات تبويب مُصنّفة، والمعرفات فيها ثابتة للمشرفين والأعضاء على حدّ سواء، ولكل مُنتدى عادة مُشرف عامٍ _ يُسمّى في بعض المنتديات المراقب العام _ وفريق من المشرفين لهم صلاحيات مُتفاوتة.³

¹ فاضل محمد حسني البدواني، أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني (عمان: دار البداية، ط1، 2014) ص 213.

² قجالي آمنة، المنتديات، آلية من آليات التفاعل بين مستخدمي الصحافة الإلكترونية -دراسة حالة لمنتدى نقاش حر للشروق أولان الجزائري- الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، العدد 14، جوان 2015، ص 74. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/73645>

³ سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة (لبنان: جداول للنشر والتوزيع، ط 1، 2011) ص 107.

تتمتع المنتديات بالعديد من المزايا أهمها الموضوعات العادية، واستطلاعات الرأي، والإعلانات، والرسائل الخاصة، والمناقشات أو الدردشات، وإضافة المرفقات. على الرغم من هيمنة المنتديات في الظهور أمام أدوات الوسائط الجديدة الأخرى، إلا أننا نشهد تراجع المنتديات قبل السبل الأخرى مثل الشبكات الاجتماعية والمدونات.¹

7.6 الراديو الإنترنت:

هو خدمة بث الصوت غير المنقطع عبر الإنترنت. وغالبا ما يستخدم مصطلح "ويب كاست" Web casting عوضا عنه، حيث تولدت مصطلحات "راديو الإنترنت" وإذاعات الإنترنت و "راديو الويب" في المقالات الإعلامية والتحليلات الأكاديمية من خلال ما أوجدته تجربة "لنت كاستينج" وما يتم في هذه العملية هو أن المستخدم لا "يُبث" الصوت بوسائط لاسلكية، ولا يمكن للطرف المتلقي التحكم بمحتوى البث الذي يستقبله، على خلاف تحميل الملفات من الإنترنت أو الخدمات الأخرى، ويمكنه استقبال البث على الكمبيوترات أو الأجهزة الأخرى المتصلة بالإنترنت.

الفرق بين راديو الإنترنت والبريد كاستينج:

البودكاست هي تقنية حديثة تتيح لأصحاب مواقع الويب تسجيل أصواتهم في شكل ملفات صوت وفديو مثل برامج الراديو أو الأغاني أو المقاطع عبر الإنترنت باستخدام خدمات RSS. يسمح لمئات المحطات الإذاعية، من تلك المعروفة بالاسم إلى تلك التي يديرها الهواة، على الإنترنت باستقبال عدد متزايد من المحطات الإذاعية، وهي مقسمة إلى محطات إذاعية رسمية ومحطات إذاعية أخرى. المحطات الخاصة والثالثة الموجودة فقط عبر الإنترنت، أي لا يمكن التقاطها. يمكن لراديو الإنترنت نقل التحكم من الدول والوكالات المهنية إلى الجمهور ومقدمي المعلومات بحيث يمكن للشبكة أن تقرّر للجميع. إنه راديو تفاعلي... ببرنامج إذاعي دون الحاجة إلى شغل قناة معينة في وقت محدد.²

¹ محمد سيد ريان، الإعلام الجديد (القاهرة: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، ط 1، 2012) ص 32 .

² حسن على الفلاحي، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد (عمان: دار غيداء، 2013) ص157

8.6 التلفزيون الرقمي Digital Television :

أحدث التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني، حيث سمح ببث ثماني قنوات في الفضاء الترددي للقنوات التلفزيونية، يوفر البث الرقمي جودة صورة عالية الوضوح، مما يضمن صوتاً أنقى وأسعاراً أرخص. وفي ضوء ذلك، ظهرت البرامج في أوائل عام 1993 وظهرت قنوات متخصصة لعامة الناس.¹

التلفزيون الرقمي هو الجيل الثالث من التلفزيون بعد التلفزيون الأبيض والأسود والتلفزيون الملون، وفي الوقت الحاضر، تحول البث الرقمي من القنوات الفضائية إلى القنوات التلفزيونية الأرضية، وتوسعت التكنولوجيا الرقمية في مجال التلفزيون إلى نطاق أوسع وأكثر ابتكاراً. عملية تصوير وتحرير وإنتاج ونقل واستقبال البرامج التلفزيونية. تختلف تقنية التلفزيون الرقمي عن تقنية التلفزيون التناظري. يتم تحويل صور وصوت التلفزيون الرقمي إلى إشارات ثنائية من 0 و 1 في نفس النظام الذي تستخدمه أجهزة الكمبيوتر. يتم استقبال هذه الإشارات بواسطة هوائي التلفزيون أو هوائي التلفزيون المدمج جهاز استقبال خارجي إضافي.²

وكالات الأنباء الإلكترونية:

وكالة الأنباء الإلكترونية الدولية أو المحلية هي نفسها التي تقوم بحجز موقع على الإنترنت، ويتم سرد أسماء المؤسسات الكبيرة مثل رويترز، ووكالة أسوشيتد برس، ووكالة فرانس برس ويونايتد برس حسب المنطقة والبلد، وإلى جانب الوكالات المحلية، فإننا نقدم خدمات إخبارية، بينما يقدم البعض الآخر خدمات إخبارية سياسية واقتصادية ورياضية بمجموعة متنوعة من اللغات العالمية. بالإضافة إلى خدمات التلفزيون التي تقدم نماذج من المقاطع التلفزيونية.

تتمثل ميزة الأخبار الإلكترونية في أنها بسيطة، وآلية، ومحسنة بالصورة الناطقة لمواقع الأحداث، وتوفر معلومات لن تحصل عليها بأي طريقة أخرى، وكل من Yahoo و Google خبراء، ويعتقد أن هناك حتى واجهة عالم البحث عن الأخبار ونشرها جاءت في مقدمة مصادر الأخبار لأنها تساهم في طمس العديد من الأحداث المهمة في عالم البحث عن الأخبار ونشرها. حقل الأرز هم في طليعة مصادر الأخبار لأنهم يساعدون في إزالة الغموض عن العديد من الأحداث المهمة، ويتصفح مستخدمو الإنترنت مواقع الإنترنت وينقلون من خدمة إلى أخرى للحصول على هذه الأخبار. ستلاحظ أنك مستعد.³

¹ خليدة صديق، أساسيات في الإعلام الدولي (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2016) ص 229

² وديع العززي، الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات (الأردن: دار المناهج لنشر والتوزيع، ط 1، 2015) ص 37 .

³ الصادق رابح وآخرون، دراسات في الإعلام الإلكتروني، الاشكاليات المنهجية، الممارسات ومرحلة ما بعد الإعلام الإلكتروني (الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي، ط 1، 2019) ص 391.

إنَّ أَسْمَةَ المميّزة للنشرة الإخبارية الإلكترونية في الوصول السريع إلى الأخبار من مصادر مُتعدّدة تضع المواطنين في المقدّمة، حيثُ تُساهم إضافة الصور الثابتة ومقاطع الفيديو باستمرار من أماكن الأحداث لتزويد الجماهير بالتفاصيل الكاملة في القيام بذلك. بناءً على ذلك، فإنَّ الثقة حول ما يحدث في المجتمع من صراع ونقاش وحوار.¹

10.6 الإعلان الإلكتروني:

اختلفت التعاريف المقدّمة للإعلان نظراً لاختلاف تخصصات الباحثين في العلوم المختلفة: كالإدارة، التسويق، الإعلان، العلاقات العامة، ومن أهمّها ما يلي:²

وجاء تعريف الأمريكي "Gaw Walter" للإعلان بأنه "أداة لبيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لمجموعة من الناس، ويستخدم في ذلك مساحات من المصنّعات أو الصحف أو المجلات، أو أوقاتاً في إرسال الراديو أو التلفزيون أو دور العرض السينمائي نظير أجر مُعيّن".³ وتكون الأهداف المنتظرة من الحملة الإعلانية محدّدة مُسبقاً حيث يسعى الإعلان بصفة عامّة إلى تحقيق أهداف مُعيّنة.⁴

الإعلان الإلكتروني يعرف على أنه: "عملية اتصال غير شخصية لنشر المعلومات من خلال وسائل الإعلام المختلفة، ويكون ذا طبيعة مُقنعة حول المنتجات (السلع والخدمات أو الأفكار)، وعادة ما تدفع أجوره من قبل راعي الإعلان إلى المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت أو البريد الإلكتروني". فالإعلان الإلكتروني يُؤازر الإعلان في وسائل الإعلام التقليديّة من قبل المؤسسات في تحديد وإبراز محتوي الإعلان.⁵

1 غالب كاظم جواد الدعي، الإعلام الجديد اعتماديّة متصاعدة وسائل متجدّدة (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2016) ص 94 95.

² يامين بودهان، مريم يخلف عزة، التصميم الجرافيكي في الإعلان ودوره في جذب انتباه المتلقي دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 7 العدد 1، ماي 2018، ص 9. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/50307>

³ منى الحديدي، الإعلان؟ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 2002) ص 20.

⁴ مسلتي عامر، لرباع الهادي، الإعلان كخيار استراتيجي للتأثير على سلوك المستهلك الجزائري تجاه علامة حمودة بوعلام للمشروبات الغازية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12 العدد 2، ديسمبر 2018، ص 122.

متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/72040>

⁵ جلول بن قشوة، زينب الرق، أثر الإعلان الإلكتروني على سلوك المستهلك دراسة تحليلية لآراء عينة من متصفح الموقع الإلكتروني لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، مجلة معارف، قسم العلوم الاقتصادية، المجلد 11، العدد 21، ديسمبر 2016،

ص 68. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/53793>

وتكمن أهمية الإعلان الإلكتروني في توفير تقنية متقدمة لتقييم مدى فاعلية الإعلان وبشكل دقيق من خلال قياس عدد مرّات المشاهدة للإعلان؛ وسهولة تنفيذ أوامر الشراء عبر المواقع الإلكترونية واستلام البضائع حسب الطريقة المتفق عليها في أمر الشراء؛ وإقامة علاقة دائمة ومستمرّة مع العملاء وإيصال الرسالة الإشهارية للملايين من المتلقين، القدرة في إمكانية زيادة وقت الإشهار والتحكّم فيه حسب رغبة المعلن؛ تثبيت اسم منتجك أو شركتك لدى قاعدة واسعة من الزوّار والمستخدمين.¹

فقد كان الإعلان الإلكتروني من أبرز نتائج ثورة المعلوماتية دخول الإنترنت إلى عالمنا من أوسع الأبواب، حيث صار هذا الجهاز السحري من أكثر وسائل الاتصال شعبية وفاعلية، خصوصاً في عالم الأعمال.²

11.6 الأرشيف الإلكتروني:

في عالم المعلومات الإلكترونية، فإنّ الوحدة الأساسية للمعلومة هي عبارة عن سلسلة من الرموز، مسجلة على أوعية إلكترونية، مما يستلزم اللجوء إلى وسائل تكنولوجية، لقراءتها والاستفادة منها، ولذلك فهي تختلف جذرياً عن الوثائق الورقية التي تحوي معلومات قابلة للاستغلال فوراً ودون تجهيزات خاصة.³

دعامات متنوعة مصحوبة بالبرامج (Software) والأجهزة (Hardware) وللدعامات أنواع:

- القرص المرن (floppy) والكثير الاستعمال من قبل الأشخاص في المعاملات اليومية، وطاقته تسمح بتخزين ko 1.475 من الأرشيف الإلكتروني.
- القرص المدمج (CD)، وطاقته 700 MB تساوي 474 أقرص مرّنة.
- القرص دي في دي (DVD)، طاقته تساوي 4.7 GB = CD.
- كاسيت (DLT) ويمكنها تخزين ما يُعادل 150 CD = 105 GB.
- أصبُع التخزين الخارجي (USB - stick). آخر تكنولوجية لتخزين الأرشيف الإلكتروني وحجمه أقلّ من قلم جبر؛ تتراوح طاقة التخزين من 32 mb إلى 4 GB.
- إضافة إلى هذه الدعامات المنقولة، الأجهزة الثابتة: القرص الصلب Hard Disk Drive والجهاز المركزي Server (المزود المركزي للبيانات)، تستعمل كلّ هذه الدعامات لتخزين الأرشيف في الشكل الرقمي.⁴

¹ صليحة غلاب، ليليا عين سوية، الإشهار الإلكتروني - متطلباتها، أشكاله، أساليبه - (الجزائر: ألفا للوثائق، ط2020، 1)، ص 81.

² بشير العلق، أساسيات وتطبيقات الترويج الإلكتروني والتقليدي، مدخل متكامل (الأردن: دار اليازوري العلمية، 2008)، ص 187.

³ فتحة شرقي، دور الأرشيف في حفظ ومعالجة الأرشيف الإلكتروني، مجلة المكتبات والمعلومات، مجلد 2، العدد 1، ديسمبر 2003، ص 73. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2352>

⁴ منير طبي، الأرشيف في المؤسسات الإعلامية وضرورة التحول نحو الرقمنة، مجلة بيليو فيلدا لدراسات المكتبات والمعلومات، المجلد 1، العدد 03، سبتمبر 2019، ص 20. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123705>

تُتيح الأرشفة الإلكترونية إستعمالات أو إجابيات عديدة نذكر من بينها:

- سرعة وسهولة الوصول إلى المعلومات: البحث الآلي المتنوع بواسطة الكلمات المفتاح، الأسماء، أو غيرها، وهذا حسب التكتيف المسبق.

- السرعة الفائقة في الإجابة على أسئلة الباحثين باعتبار أنّ جهاز الإعلام الآلي بإمكانه تأدية عمليات بحث في وقت زمني وجيز جدًا.

- تمكّن من تحقيق نسخ للوثائق المحصلة بإعداد غير منتهية، وعلى حوامل متنوعة؛ إمكانية إطلاع عدّة باحثين على نفس الوثيقة في آن واحد.¹

12.6 المواقع الإلكترونية :

هو مجموعة من الصفحات الإلكترونية المرتبطة ببعضها والتي تحتوي على نصوص وصور ورسم متحركة وصلات وربما موسيقى وأفلام بها معلومات حول موضوع ما قد يكون شركة أو جهة حكومية أو شخصًا أو بحثًا داخل صفحات منسقة، ويحمل الموقع اسمًا منفردًا يُمكن فتحه بواسطة من خلال شبكة الإنترنت، ويتم إنشاؤها أما عن طريق دفع تكلفة أو مجانًا.²

تُتيح المواقع الإلكترونية وسائل غير مسبقة للمعرفة والحصول على المعلومات بكميّات هائلة، ومن مصادر متنوعة ومتعددة، فضلًا عن تخصيص مضمونها بما يتوافق مع إختيارات واحتياجات المستخدمين، دون فرض أنواع معينة من المضمون عليهم، إلا أنّ هذا الحق يواجه عدّة تحديات منها كثافة الكم المعلوماتي والمعرفي بصورة قد تُربك المستخدمين.³

تاريخ المواقع الإلكترونية:

يتواجد في حالي الملايين من المواقع الإلكترونية الموجودة عبر شبكة الإنترنت العالمية، إلا أنّ هذه المواقع جميعها لم تكن موجودة منذ ما يقارب عِشرون عامًا ماضية،⁴

¹ ختير فوزية فاطمة، إدارة المخاطر الخاصة بالأرشيف الإلكتروني، إشارة مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف وعلم

المكتبات، المجلد 3، العدد 1، جوان 2016، ص 40. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/96579>

² بن البار موسى، تبني التسويق الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد 02، ديسمبر 2019، ص 292.

متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/104186>

³ عبد الأمير فيصل، مدخل في الصحافة الإنترنت (الإمارات العين: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2014) ص 233.

⁴

https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7_%D9%87%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9# هديل البكري، 26 أفريل 2021. تم التصفح يوم

حيث يعود تاريخ إنشاء أول موقع إلكتروني على الإطلاق إلى العام 1991 م وتحديداً في السادس من شهر آب، وقد عُني هذا الموقع بتقديم معلومات عن مشروع شبكة الويب العالمية.

وقد تم إعداد هذا الموقع من قبل عالم الكمبيوتر البريطاني تيم بيرنرز لي (Tim Berners - Lee) وتم تشغيله على كمبيوتر (NeXT) في مختبر المنظمة الأوروبية للأبحاث النووية (CERN). وقد رفض العالم البريطاني أن يتم تسجيل براءة اختراع تكنولوجيا الويب له، حيث أراد أن تكون هذه الشبكة عالمياً حُرّاً ومفتوحاً بحيث يتطور بشكل سريع، وبالفعل شهد العام 1993 م إطلاق أول مُنصفِح ويب والذي عرف باسم (Mosaic).¹

كما وتتميز بعدة سمات وخصائص نذكر منها مايلي: سعة المعلومات تنوع المعلومات إمكانية تعديل وتحديث المعلومات التفاعلية.²

أهداف مواقع الويب

لمواقع الويب دور مهم في عالم الإنترنت إضافة إلى دورها المتميز عند مستخدمي الويب لما تقدمه للمستخدمين من معلومات بها عدة أهداف تتحصر وتتجلى في عدة أمور، تشمل مواكبة التغييرات والتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال المعلومات عن طريق تقديم المعلومات الحديثة والمستجدات في مختلف المجالات بصفة فورية وسريعة، وبفضل توفيرها لأدوات إتاحة المعلومات العلمية والتقنية والوثائق متعددة الوسائط فإنها جلبت أكبر عدد ممكن من المستفيدين والزائرين، وسعيها المتواصل لإعطاء نظرة وتعريف عن مجموعة من المؤسسات العلمية، وإتاحة المعلومات العلمية والتقنية بواسطة نشر نشاطاتهم وإنجازاتهم العلمية لأغراض استخدامهم في البحوث والإنجازات العلمية، والإعلان لمختلف المنتجات للمؤسسات الاقتصادية عن طريق فتح مجالات معاملات البيع والشراء والتسويق وإتاحة المعلومات وخدمة الويب للمستخدمين بسرعة فائقة وقلّة التكلفة وتغطية الأحداث المهمة في مختلف أنحاء العالم على شكل دوريات مباشرة، كما تقدم المواقع محركات البحث التي تتضمنها بالمواضيع والعناوين المقترحة في البحوث العلمية وغيرها.

وتنفرد كل خدمة تقدمها الإنترنت بخصائص تميزها عن بعضها البعض وتشارك مع بعضها الآخر، ولفهم آلية وطريقة عمل شبكة الإنترنت، فيجب التعرف على كم من المصطلحات المتعلقة بهذه الشبكة ومن أبرزها بروتوكول نقل النص المترابط HTTP وهو يمثل اللغة التي تشبه لغة الإنسان، فأحوايب ذات لغات مختلفة لا يمكنها الاتصال فيما بينها إلا عن طريق وسيط، والذي أُصطلح عليه Hypertext Transfer

¹ https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7_%D9%87%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9# هديل البكري، 26 أفريل 2021. تم التصفح يوم

² انتصار رسمي موسى، اوراق علمية ورؤى مستقبلية في التصميم الكرافيكي (بغداد: مكتب الفتح، 2017) ص ص 123

Protocol فهو يُحقّق الاتّصال بين الخادم والْمُتصَفِّح Servers / clients حيث يعمَل وَفْق طَرِيقَة بَسِيطَة جِدًّا وَهِيَ اسْتِغْلَام أو طلب Requite تَحْتَوِي مَوْقِع المَصْدَر بِصُورَة مُحَدَّدة وَجَوَاب تَحْت هَيْئَة مِلَفّ البَيانات فمحدّد مَوْقِع المَصْدَر.

1

¹ جاسم رمضان الهلالي، الدعاية الإعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية (عمان: دار النفائس لنشر والتوزيع، 2012) ص ص 69 70.

خلاصة

ونظرا للخدمات التي أتاحتها الإعلام الإلكتروني وتجسيدها القوي لمفهوم التفاعلية أصبح الأفراد يقومون من خلالها بمختلف الأدوار وهذا ما دفعهم للاندماج داخل المجتمع الافتراضي الذي لم يكن معروف سابقا، فبفضل التطبيقات التي أتاحتها خلق نوعا مختلف من المجتمعات المختلفة عن المجتمعات التقليدية الحقيقية، حيث أدى إلى تغيير جذري في طريقة تشكيل النسيج الاجتماعي، وكذا في بناء العلاقات.

وبما أنه هناك يعتبر أن الاعلام الالكتروني هو الاعلام الجديد فمن تطبيقاته نجد مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت روجا كبيرا على مختلف أنواعها والتي وفرت الكثير من الخصائص والخدمات التي لا يمكن للفرد المستخدم أن يستغني عنها. والتي سنتحدث عنها بالتفصيل في الفصل الموالي.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

تعرّف مواقع التواصل الاجتماعي حركة ديناميكية من التغيير والتطور والانتشار الواسع فقد بدأت كمواقع تحوي نصوصاً وفي وقت قصير تحولت إلى مواقع إعلامية سمعية بصرية لها مكانة مؤثرة في المجتمعات فبفضل ما تحتويه من خصائص جعلت منها الوسائل الأكثر استخداماً ما بين الشباب وحتى الفئات الأخرى وهذا لما تحقّقه من وظائف وأهداف تأسست لأجلها حيث تعمل على الأدوار العديدة والمختلفة أهمها الثقافية والاجتماعية والاتصالية وكذا الإعلامية في حياة الأفراد وأصبح تأثيرها يتصدّر الأخبار والأحداث نظراً لإزدياد الأثر من الأفراد بها.

فبعض النظر عن أنّ هناك أفراد يستخدمونها وهذا ما يُحقّق لهم الأضرار فهناك من الأشخاص المستخدمين الذين يستخدمونها لتحقيق أرباح مادية وفي مجالات البحث العلمي وفي شتى المجالات يستفيد منها الفرد والمجتمع. وفي هذا الفصل سنتطرّق للحديث بالتفصيل عن مواقع التواصل الاجتماعي بكلّ التفاصيل

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي (المفهوم والنماذج)

1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية يعود مفهوم "الشبكة الاجتماعية" إلى عالم الأنثروبولوجيا الإنجليزي جون بارنز

في عام 1954.¹

المرحلة الأولى:

إن بداية العديد من المواقع الاجتماعية قد ظهر في أواخر التسعينيات ، نذكر على سبيل المثال (كلاس ميس) الذي ظهر عام 1995م، الذي يعمل على الربط بين زملاء الدراسة، وكذا موقع (بجريس) الذي ظهر عام 1997م، حيث يعمل الموقع على التركيز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.²

المرحلة الثانية

وكان ذلك بداية عام 2002م، وهي لولادة الفعالية مواقع التواصل الاجتماعي مثل ما نعرفها حالياً حيث ظهر موقع "فرن ديستر" الذي حقق نجاحاً دفع غوغل إلى محاولة شرائه سنة 2003م، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكاي روك" كمنصة للتدوين، ليتحول بشكل كلي إلى شبكة اجتماعية عام 2007م. ومع بداية 2005م ظهر موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على فوكل في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبيس" من أوائل المواقع الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك، والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس"، عام 2007م فأتاحت تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة عدد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم ونجح في التفوق على منافسه "ماي سبيس"، وأيضاً ظهرت عدة مواقع أخرى مواقع "تويتر" "انستغرام" "يوتيوب"... إلخ لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور إلى يومنا هذا.³

¹ Abdelmadjif OUNIS , Lynda OUENDI :Les réseaux sociaux , nouveau canal du marketing digital, International Journal of Economic Performance , M'hamed Bougara - Boumerdes University, Volume2, Numéro2, 31_12_20 19 , p99.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122355>

² علي سيد إسماعيل ،مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة...والأخلاقيات المرفوضة (الإسكندرية: دار العلم الجامعي، 2019) ،ص37.

³ أحمد قاسمي، سليم جدي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1، 2019) ص 18. متاح على الرابط

<https://democraticac.de/?p=58944>

2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، خدماتها وأنواعها

1.2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المشاركة: إنَّ عمل مواقع التَّواصل الاجتماعيّ بَعرض السَّعي لإزالة أَلحُدود بَيْن كُلِّ مِنَ الوسيطة الإعلَاميّة وكذا الجمهور، وذلك عن طريق تَشجيع المُستخدِّمين على المساهمة وتقييم التَّغذية الرَّاجعة حَوْل المسائل والفضايا المُختلفة.¹

المرونة: وَيتم ذلك عن طريق إمكانيّة أَلولوج لِشَبكات التَّواصل الاجتماعيّ مِنْ خِلال الهواتف النّقالة فلا يَسْتوجب تَوَقُّر جِهَاز حاسوب لِلوصول لِتلك الأَدوات، بل أَصبحت الشَّركات الَّتِي تُنتج الأجهِزة الخلويّة تُضمّن أنظِمة التَّشغيل تطبيقات خاصّة تُسمّى بِرَامج الوسائل الاجتماعيّة.

عالم افتراضيّ للتواصل: إنَّ رُؤية الأصدقاء أو استكمال الدِّراسة لم يُعد مَرَبوطاً بِشَرط السَّفَر، حَيْث إنَّه أَصبح يوسَع الأَشخاص الملاقاة عِبر شَبكات التَّواصل الاجتماعيّ.²

إرسال الرِّسائل: سَمح بِإرسال الرِّسائل بَيْن الأَشخاص المُستخدِّمين سَواء كَانت لَدِيهم عَلاقة مُباشرة أ غَيْر مُباشرة.³

سهولة الاستخدام: لِأَنَّها لَا تَحْتَاج لِإِجراءات مُعقَّدة لِلاشتراك بِها وَلَا إلى مَهارات صَعب اِكْتسابها فِي التَّعامل مَعها.

استخدامها لِأَشكال مُتعددة مِنَ الاتِّصال الكِتابيِّ واللفظيِّ والبصريِّ والسَمعيِّ: لِإِثراء عَمليّة التَّواصل ويجعلها مُحَقَّقة لِأَهدافها بِسهولة وَيُسَر.⁴

¹ -هاني رمزي عزيز، هاني شفيق رمزي عمرو محمد نحلة، استخدام الأطفال لفيديوهات التعلّم على مواقع التواصل

الاجتماعي والاشباع المحققة منها، دراسات الطفولة، المجلد 22، العدد 10، أكتوبر 2019، ص 134. متاح على

الرابط https://jsc.journals.ekb.eg/article_80741.html

² - عبد الكريم سرحان، عائدة فخر الدين، مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال (الأردن: دار الشامل للنشر والتوزيع، ط 1،

2021) ص 64. متاح على الموقع <https://archive.org>

³ - العربي بوعمامة، وآخرون، المرأة وتكنولوجيات الاتصال الجديدة، نحو استحضار مقاربة النوع الاجتماعي (الجزائر:

ألغا للوثائق، ط1، 2020) ص 175.

⁴ الصديق عبد الصادق البدوي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري-دراسة ميدانية بكلية التربية بجامعة

البطانة السودان - مجلة الروائز، المجلد 3، العدد 2، ديسمبر 2019، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص 24. متاح على

الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/129935>

التلقائية: يَتميّز التّواصل عبر مواقع التّواصل الاجتماعيّ بِكونه تلقائيّ وغير رسميّ أو مُتوقّع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتّواصل بين الأعضاء، وكذلك عدم توفّر لوائح وقِيود تنظيميّة تحكّم ذلك التّواصل فهو يَتميّز بالتلقائية بين طرفي الاتّصال.¹

التفاعلية: لقد هدفت شبكات التّواصل الاجتماعيّ مُنذ نُشوّها لتَحسين التّفاعلية بين مُستخدميها لِضمان الاستمرارية والتطوّر.²

التنوع الغزير في المحتوى: هذا إذا ما تمّت مقارنة الإعلام القديم التقليديّ الَّذي يَنحصر بأنواع وأنماط مُحدّدة من المضامين الإعلاميّة.³

خاصية الفيديو: تُوفّر خاصية الفيديو للمُشترك إمكانية تحميل الفيديوهات المختلفة ومشاركتها.⁴

الملفات (الصفحات) الشخصية: يُمكن التّعرف من خلال الملفات الشخصية على اسم الشّخص، المعلومات الأساسيّة عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، الصّور الشخصية وهتماماته وغير ذلك من المعلومات.⁵

خاصية معرفة الموقع: تحتوي منصّات التّواصل الاجتماعيّ على العديد من الخصائص والتي من أهمّها: معرفة الموقع الحقيقيّ للمُتصل من خلال الطّريقة المشهورة في الهواتف الذكيّة والتي تقوم باستخدام ال GPS في تحديد المكان ومشاركتها على تلك المواقع؛ وذلك عن طريق بعض العلامات الجغرافيّة.⁶

¹-هدى عبد ربه حميد القرشي، تأثير وسائل التواصل الاجتماعيّ على ثقافة الاستهلاك في المجتمع، المجلة العلميّة لكلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد 37، العدد 6، يونيو 2021، ص 114. متاح على الرابط

https://mfes.journals.ekb.eg/article_184014.html

²-نرجس زكري، آمال بوعيشة، معنى الحياة عند مستخدميّ الفيس بوك-دراسة ميدانيّة على بعض الطلبة بجامعة محمد خيضر بسكرة، مجلة العلوم النفسيّة والتربويّة، المجلد 6، العدد 3، جوان 2020، ص 380. 374 388 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/120115>

³-سلمي حميدان، تأثير مواقع التواصل الاجتماعيّ على الهوية للشباب الجزائريّ-دراسة ميدانيّة-مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، المجلد 24، العدد 1، 2020، ص 527. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/108015>

⁴-أحمد عبد الحكيم بن بعطوش، سمية مجبونة، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ على الجوار بين الزوجين-دراسة ميدانيّة على موظفي بلدية نشفي ولاية جيجل - مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 17، العدد 2،

جانفي 2022، ص 441. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/178967>

⁵ريمة كايبي، مواقع التواصل الاجتماعيّ والدفع الجديد للعولمة-دراسة حالة: أثر مواقع التواصل الاجتماعيّ في الوطن العربيّ في ظلّ العولمة - المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعيّة والإنسانيّة، المجلد 8، العدد 2، جامعة الجزائر 3، ديسمبر

2020، ص 611. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/140239>

⁶-Hugh Brooks , Ravi Gupta، وسائل التواصل الاجتماعيّ وتأثيرها على المجتمع، تر عاصم سيد عبد الفتاح (القاهرة: المجموعة العربية للنشر، ط1، 2017) ص 64.

الجمهور كبيرًا و لا يمكن تحديده:

هذه هي، التي تتم مشاركتها مع التبادلات العامة الأخرى بحيث يتعايش الجمهور المتخيل على الشبكات الاجتماعية الرقمية، أي أنه حاضر في الاعتبار عند مشاركة المعلومات وجمهور غير مرئي.¹ وقد أكد كثير من الخبراء اليقنيين أن وسائل التواصل الاجتماعي تُسيطر في الوقت الراهن على نحو 71% من السوق الإعلامية والاتصالية عالمياً. "ولكل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها وتفردها في نقل المحتوى المطلوب بثه، ولكنها جميعًا تتفق في سمة واحدة، القدرة على تحقيق التواصل بين البشر دون حُدود مكانية أو زمنية."²

2.2 خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء:

ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

تكوين العديد من الأصدقاء:

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقًا للمعايير التي يختارها هو.

التسلية وممارسة الهوايات:

مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تُشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف.³

¹ Ariane Ollier - Malaterre : **La compétence numérique de gestion des frontières sur les réseaux sociaux numériques : un capital culturel technologique à la Bourdieu**, magazine érudit , Lien social et Politiques , numéro 81 , mai 2019, p127 .. https://www.researchgate.net/publication/331459715_La_competence_numerique_de_gestion_d_es_frontieres_sur_les_reseaux_sociaux_numeriques_un_capital_culturel_technologique_a_la_Bourdieu

² جمال السند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفاسبوك (مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ط4، 2014) ص ص 20. [/https://archive.org](https://archive.org)

³ -غروبة دليلة، غروبة سلمى، إشكالية الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد3، أبريل 2019. ص 89. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/94523>

الملفات الشخصية أو صفحات الويب:

وهي ملفات يتمكّن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل: الاسم والسّن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصّور الشخصية، ويعد الملف الشخصي بوابة الوصول إلى عالم الشخص.

إرسال الرسائل: تسمّح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلى الأصدقاء الذي في قائمة الشخص، أم الأصدقاء غير الموجودين في القائمة.

ألبومات الصور: تُتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضًا.¹

المجموعات :

تمتلك جُلّ الشبكات الاجتماعية خاصيّة تحضير مجموعة إهتمام ذات هدف مشترك، وكذا تقديم الخدمات على مستوى الشبكة، قد تقتصر هذه الخاصيّة على مالكيها، كما يُمكن أن تكون عامّة متاحة للجميع؛ فعلى سبيل يُمكن لأسرة بأكملها إنشاء مجموعة على أحد مواقع التواصل الاجتماعي وإغلاقها، منع الغرباء من الانضمام إلى هذه المجموعة، وحتى جعلها مجموعة عامّة، حيث يُمكنها استقبال عضو مشترك جديد على الموقع، فتتيح هذه الميزة مشاركة الأفكار، واستضافة منصة حوار تفاعليّ مستمرّة بين الأفراد الأعضاء في كلّ وقت، وإخطار الأفراد الأعضاء في المجموعة والذين يكونون غير متصلين بالإنترنت عند اتصالهم بما جرت تطوّرات وتفاعلات وغيرها، وهذه الميزة أيضًا يُمكنها استعمال ميزة الفيديو، وكذا الصور.

خدمة المدونات:

يُمكن إنشاء مدونة من خلال الموقع، وتقدّم هذه الخدمة للمستخدمين إمكانية إعداد ملف بشكل كامل حوله، وكذا عن حياته، بالإضافة لإهتماماته، ويمكن أن تُوفّر روابط مفيدة للأشخاص الذين يعملون في المجال نفسه، ولديهم الاهتمامات مُماثلة.²

¹ محمد صادق إسماعيل، الإعلام الأمنيّ والشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، دراسة مسحية على جمهور شبكات

التواصل الاجتماعيّ (الرياض: دار جامعة نايف للنشر، 2017) ص ص 16 17.

² الدراسات المستقبلية (الإمارات العربية المتحدة: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، 2019) ص ص

227، 228. متاح على الموقع <https://www.ecssr.ae>

3.2 أنواع ومكونات مواقع التواصل الاجتماعي:

1.3.2 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

شبكات أساسية:

يُمْكِنُ أَنْ نَصِفَهَا بِأَنَّهَا تَلِكُ الشَّبَكَاتِ الاجْتِمَاعِيَّةِ الَّتِي تَتَّصِفُ بِكُونِهَا عَامَّةً، تَمَكَّنُ مِنْ مُشَارَكَةِ مُخْتَلَفِ مِلْفَاتِ الصُّورِ وَكَذَا المِلْفَاتِ المَرْئِيَّةِ إِضَافَةً لِمِلْفَاتِ الفِيدْيُو وَكَذَا النُّصُوصِ.

شبكات العمل:

لَا تُعَدُّ شَبَكَاتُ ذَاتِ طَبِيعَةٍ عَامَّةٍ وَهِيَ نَوْعٌ مِنَ الشَّبَكَاتِ الَّتِي يَنْصَبُ إِهْتِمَامُهَا عَلَى الأَشْخَاصِ المَحْرَفِينَ، كَمَا أَنَّهَا مُرْتَبِطَةٌ بِالأَفْرَادِ أَرَبَابِ الأَعْمَالِ وَالمُؤَسَّسَاتِ وَالشَّرَكَاتِ، وَتَحْتَوِي عَلَى مِلْفَاتِ المُسْتَحْدِمِ الشَّخْصِيَّةِ حَيْثُ تَحْتَوِي عَلَى السَّيْرِ الذَّاتِيَّةِ وَالإِنجَازَاتِ الخَاصَّةِ بِهَؤُلَاءِ.

شبكات المميزات الإضافية:

هُنَاكَ العَدِيدُ مِنَ الشَّبَكَاتِ تُوفِّرُ فُرْصًا لِالأَعْضَاءِ الَّذِينَ يَنْتَمُونَ لَهَا لِتَقْدِيمِ مَزَايَا إِضَافِيَّةٍ مِثْلُ المَدُونَاتِ الصَّغِيرِ أَوْ مَا يُطَلَقُ عَلَيْهِ بِاللُّغَةِ الإِنجِلِيزِيَّةِ Micro Blogging عَلَى سَبِيلِ المَثَالِ: مَوْعٌ تُؤَيِّرُ وَكَذَا مَوْعًا بِبِلَازِك.¹

إِنَّ تَصْنِيفَ أَوْ تَقْسِيمَ الشَّبَكَاتِ الاجْتِمَاعِيَّةِ يَتِمُّ حَسَبَ مَعَايِيرٍ مُتَنَوِّعَةٍ:

شَبَكَاتُ مَنَصَّاتِ المِشَارَكَةِ: تَمَنَحُ هَذِهِ المَنَصَّاتُ مِيزَةَ تَوَزِيعِ المَحْتَوَى، عَنِ طَرِيقِ الوَسَائِلِ المَتَعَدِّدَةِ أَيُّ تَجَمُّعِ بَيْنَ (الصُّورَةِ وَالصَّوْتِ وَالنَّصِّ)، لِمُسْتَحْدِمِي الأَوِيْبِ. مِثْلُ: يُوتِيُوبِ. الرُّوتِينِ الأَيُّومِيِّ...

الشَّبَكَاتُ الشَّخْصِيَّةُ وَذَاتُ الطَّابِعِ العَامِ: غَالِبُ مَا يُرَكِّزُونَ عَلَى إِهْتِمَامَاتِ مُشْتَرَكَةِ (مِثْلُ القِرَاءَةِ وَمِشَاهِدَةِ السِّيْنِمَا وَغَيْرِهَا)، بِغَرَضِ مُشَارَكَةِ شَغْفِهِمْ وَإِهْتِمَامَاتِهِمْ مَعَ أَفْرَادِ المَجْتَمَعِ ذَاتِهِ أَوْ مُجْتَمَعَاتٍ أُخْرَى، عَلَى سَبِيلِ المَثَالِ مَوْعِ MySpace، وَمَوْعِ فَرِينْدْسْتِر Skyblog.

الشَّبَكَاتُ الشَّخْصِيَّةُ وَالمَوْضُوعِيَّةُ: يُرَكِّزُ هَذَا النُّوعُ مِنَ المَنَصَّاتِ حَوْلَ مَوْضُوعٍ وَاحِدٍ (عَلَى سَبِيلِ المَثَالِ سَيَّارَةٌ مَطْبِخ...) وَمِنْ أَمثلةِ هَذِهِ المَوَاقِعِ نَجِدُ Eonscon، Boompa.

الشَّبَكَاتُ المِهْنِيَّةُ: هَذَا النُّوعُ يُوفِّرُ إِمْكَانِيَّةً إِقَامَةِ عِلَاقَاتٍ بَيْنَ المُسْتَحْدِمِينَ، بِالإِضَافَةِ لِتَبَادُلِ المَعْلُومَاتِ (مَعْلُومَاتِ حَوْلِ الشَّرَكَاتِ، وَالإِخْدَاقَاتِ...) عَلَى سَبِيلِ المَثَالِ، مَوْعِ لِينِكِدِ إِنْ، وَكَذَا أُوْبِنِ بِي سِي.²

¹ فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي (الأردن: الجندرية للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص ص11

¹². متاح على الموقع <https://www.overdrive.com/search>

² Ali Kourtiche: sara Bouredja, 'L'impact des réseaux sociaux sur les entreprises cas de l'Algérie et Union Européenne', 2ème Conférence internationale sur les systèmes

المواقع
الاجتماعية

مواقع اجتماعية على الإنترنت تتيح للمستخدمين من إنشاء حسابات شخصية، والتواصل مع الآخرين من خلال تبادل الأفكار وكذا الأنشطة بالإضافة إلى الأحداث والصور... وما إلى ذلك. وتشمل: موقع الفيسبوك **Facebook** ، موقع التويتر **Twitter** ، موقع لينكدان **LinkedIn**، قوقل+

ويكي
Wiki

تطبيق مفتوح يتيح إمكانية تحرير محتوى من طرف المستخدمين، حيث توجد إمكانية التعديل أو الحذف في بيئة تعاونية، ومن أمثلة ذلك موقع الويكيبيديا **Wikipedia**

المدونة
blog

سجل قصير على الإنترنت حيث يتم من خلالها التبادل للقصص وكذا الصور: ومقاطع الفيديو وكذا الروابط حسب موضوع المدونة، وغالبا ما تتم مقارنتها بالمدونة، بما في ذلك **Word press** ، ، **Squarespace. Type** ، **Typepad**, **Blogger** ، **Tumblr**

مواقع
مشاركة
الصور و

تنتشر هذه المواقع عن طريق الهواتف الذكية، تضيف مقاطع فيديو أو صور، وقد يتم تحميلها على الحساب الخاص بالمستخدم، وكذا مشاركتها مع أفراد المستخدمين الآخرين، مثل موقع **Instagram** ، **Vimeo** ، **Flickr** ، وموقع اليوتيوب **youtube** .

الشكل رقم 1: مخطط توضيحي يوضح أصناف وأقسام مواقع التواصل الاجتماعي¹

numériques en Paper, université KHAMISS MILIANA, April 2014, . page 4_5 .

[https://www.researchgate.net/profile/Ali-](https://www.researchgate.net/profile/Ali-Kourtiche/publication/338955148_L%27impact_des_reseaux_sociaux_sur_les_entreprises/links/5e3475f0299bf1cdb90268a3/Limpact-des-reseaux-sociaux-sur-les-entreprises.pdf)

[Kourtiche/publication/338955148_L%27impact_des_reseaux_sociaux_sur_les_entreprises/links/5e3475f0299bf1cdb90268a3/Limpact-des-reseaux-sociaux-sur-les-entreprises.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ali-Kourtiche/publication/338955148_L%27impact_des_reseaux_sociaux_sur_les_entreprises/links/5e3475f0299bf1cdb90268a3/Limpact-des-reseaux-sociaux-sur-les-entreprises.pdf)

¹ سلمى كوندة، التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، قراءة في صفحات الفاسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 1، جوان 2018، ص 400. متاح

على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/58818>

2.3.2 مكونات منصة الشبكة الاجتماعية

تتميز جُلُّ منصات الشبكات الاجتماعية بهندسة برمجية تتحكم بإدارة الأنشطة المتنوعة، وتراقب عن قُرب سبل نبضات الاتصال المتدفقة عبر القنوات الرقمية التي تنتشر في نسيج اتصالات مُعقد. ومع ذلك فإنها تجتمع بالعديد من السمات العامة، ويمكن تمثيلها بالنظام الرقمي الذي يتكوّن من سلسلة طبقات

1.2.3.2 الطبقة الأولى : طبقة خزن البيانات

تتكوّن طبقة تخزين البيانات من طبقتين Data Storage Layer أو مركبتين: الأولى تُمثّل إدارة التخزين المسؤولة عن تخزين المعلومات التي تنتمي إلى الرّسم البياني الاجتماعي أو ما يُطلق عليها بالّلغة الإنجليزية Social Graphs أثناء التّعامل مع الزيادة المحتملة في تحميل قاعدة بيانات الشبكات الاجتماعية في حين المركبة الثانية تُسمّى طبقة مُستودع أو مَخزن البيانات ، والتي تتكوّن من مجموعة مُستودعات رقمية تُكوّن مُخصّصة لتخزين البيانات وكذا العناصر المرتبطة بخدمات الشبكات الاجتماعية . وتتضمّن هذه المُستودعات مجموعة مَخازن خاصّة بالوسائط المتعدّدة ، وكذا قواعد البيانات ، بالإضافة إلى قواعد المعلومات الخاصّة بالمُستخدمين، وإلى ذلك من البيانات الرقمية الأخرى في بيئات الشبكات الاجتماعية.

2.2.3.2 الطبقة الثانية: طبقة إدارة المحتوى

طبقة إدارة المحتوى يُقوم هذا المِركب أو الطبقة التي يُطلق عليها بطبقة إدارة المضمون أو المحتوى أو ما تُعرف في اللّغة الإنجليزية ب (Content Management Layer) بإدارة ثلاثة مهام رئيسية، المهمة هي إدارة ومراقبة العملية الخاصّة بدمج البيانات التي ترد من مواقع بعيدة في شبكات المعلومات عن طريق مُجمّع للمحتوى، الذي يُقوم بمهمة الجمع، والتنظيم، للمحتوى الرقمي الصادر في قنوات التواصل الاجتماعي، ومن ثمّ القيام بتوزيعه على باقي منصات التواصل الاجتماعي. أمّا بالنسبة للمهمة الثانية: فهي إدارة عملية الإدامة والصيانة مُخطّط المضمون الاجتماعي عن طريق مدير البيانات. أمّا المهمة الثالثة، التّحكم في وُصول المُستخدم إلى بيئة الشبكات الاجتماعية من خلال إنشاء الهياكل الماديّة والبرمجية والحفاظ عليها.

الطبقة الثالثة: التطبيقات البرمجية

التطبيقات البرمجية كلّ موقع مواقع التواصل الاجتماعي يُوفّر مجموعة من الخدمات لمُستخدميه ، كالبُحث في مضمون الموقع ، وكذا مُتابعة التعلّيقات، والمُستجّدات، الُوصول الفوري، بالإضافة لخدمات أخرى، فإنّ مهمّة (Application Layer) « هي توفير مُحيط برمجي يستطيع دَعْم أشكال مُختلفة من نشاط الاتصال المتحرّك عبر قنوات التواصل الاجتماعي. ونظراً لتنوع الخطّاب اللّغوي المنشور بالشبكات الاجتماعية فنقوم هذه الطبقة بمجموعة عمليات مُعالِجة من شأنها ضمان سلسلة خدمات لُغوية، التي تقوم بتدعيم أنواع مُختلفة من الخطّاب اللّغوي السائدة ضمن هذه الشبكات.¹

¹ - حسن مظفر الرزوز، فضاء التواصل الاجتماعي العربي، جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي (بيروت: مركز دراسات الُوحدة العربيّة، ط1، مارس 2016) ص ص 152 153.

3. استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وظائف ، ودوافعها:

1.3 استخدامات مواقع التواصل الاجتماعية

ليس من العذل ومن غير الحكمة تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي ضمن فئات تستخدم فقط لإقامة معارف جديدة وصدقات، أصبحت من أعظم المؤثرات في جذب الناس وتوجيههم.¹

2.3 ومن بين استخدامات مواقع التواصل الاجتماعية:

تمتع كل مشترك بالتحكم التام في من يرى المعلومات التي تظهر في ملفاته، وبالإمكان إضافة أصدقاء، والكتابة على لوحاتهم أو الازتباط بالصور أو المشاركة في مقاطع الفيديو من موقع YouTube، أو الدردشة على برامج المراسلة الفورية، أو ممارسة الألعاب أو استضافة الأحداث أو إرسال رسائل خاصة.²

بينما أنشأت الشبكات الاجتماعية أساساً لغرض للتواصل، فقد توسع استخدامها ليشمل العديد من الأنشطة بما في ذلك استخدامها كوسيلة تسويقية لمنتجات، وكذا خدمات المؤسسة وكما عبر Kotler، Armstrong أنه في كل مكان يجتمع المستهلكون، يتبعهم المسوقون، ولذا توجد أكثر من نسبة 90 % من المؤسسات الأمريكية اليوم تستعمل الشبكات الاجتماعية في العملية التسويقية.³

يسعى المستخدمون للحصول على رأس مال رمزي من هذه المشاركة الإعلامية أكثر من المشاركة في تحقيق رأس مال مادي الذي تزدهر به مبادرات المجتمع.⁴

الاستخدامات التعليمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً مهماً في تطوير التعليم الإلكتروني، فهي تُضيف بُعداً اجتماعياً للعديد من المواقع والصفحات الخاصة بالتعليم ، وتجمع ذوي الاختصاص في مجموعات تُسمى (group) بالإضافة لتوافر دُرُوس تعليمية بنتقنين صوت وصورة لجميع التخصصات وكل المراحل الدراسية.⁵

¹ -محمود أحمد السيد، دليل استشاري لمعلم اللغة العربية حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، المنظمة العربية للتربية والثقافة و العلوم، ص12. متاح على موقع www.archive.org

² - أيمن بن ناصر، بن حمد العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة مقارنة- (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد، ط1، 2016) ص ص 66 67. متاح على الموقع www.archive.org

³ محمد شباح، موسى سعادوي، التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على السلوك الشرائي للمستهلك- دراسة عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، Revue des réformes

economiques et intégration en économie mondiale، المجلد 13، العدد 1، 2019، ص 239. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/93937>

⁴ عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني (عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2014) ص 186.

⁵ مهدي حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي، تكامل أم صراع؟ (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2017) ص 92.

2.3 وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

1.2.3 الوظيفة الإخبارية:

تُعد وظيفة الإخبار وظيفة تقوم على عملية الشرح، وكذا عملية التفسير، بالإضافة لعملية التعليق على ما يتم نشره في وسائل الإعلام التقليدية، حيث لا يوجد إمكانية للرفض أو المعارضة. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بحرية التعبير، وإبداء الرأي، فتعتبر أدوات مهمة في معظم المجتمعات في العالم، ولذلك في دعم الفكر الحر والممارسة الديمقراطية والإصلاح السياسي. تعود مصدرًا إخباريًا يقدم حقائق وأحداثًا ويطرحها على وسائل الإعلام لنشرها أو يجبرها على النشر إذا تم تجاهلها من طرف وسائل الإعلام الأخرى.

وظيفة الترفيه والتسلية هي إحدى الوظائف الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة لوظائف التسويق والإعلان وخدمات المستهلك أو المستفيد عن طريق تلك المواقع. الابتعاد عن العزلة التي قامت بفرضها وسائل الإعلام لمدة طويلة على الأفكار التي تختلف عنها مساعدة القراء أو المتلقين المشاركين على فهم العالم الداخلي والخارجي من حولهم، عن طريق قراءة ومشاركة الآراء فيما ينشر من الأخبار وكذا الأفكار الخاصة بالعالم.¹

2.2.3 الوظيفة الإعلانية:

أصبحت الوظيفة الإعلانية لمواقع التواصل الاجتماعي تشكل بيئة جديدة للإعلانات، حيث تحاول حطف الأضواء من الوسائل الإعلامية القديمة التقليدية، ونجد من الوظائف الرئيسية والعامّة لمواقع التواصل الاجتماعي وظيفة تكوين الأفكار والآراء ومختلف الاتجاهات لدى الأشخاص والجماعات وكذا الشعوب، فهذه الوظيفة لا نستطيع عزلها عن معظم الوظائف الأخرى على سبيل المثال: الوظيفة الإخبارية والإعلامية، فهي تتميز بخصوصية تتمثل في الغرض من هذه الوظيفة التي تهتم بتشكيل الآراء والأفكار الاتجاهات للجمهور، إضافة إلى أنها تعمل على المساهمة في تشكيل الوعي والإدراك بالقضايا الاجتماعية وكذا المشاركة السياسية.²

صناعة الرأي العام فنجد العديد من المجالات الحيوية وصناع القرار تقوم بتوظيف هذه المواقع المتطورة، وتنمية وتطوير مهارات الأشخاص وتأهيل هؤلاء إلى مستوى أعلى والرفع من الفاعلية لديهم ضمن المعايير العامة للمجتمع، فمن مجال التعليم إلى التوظيف للأفراد ضمن عملية التنشئة والتنمية.³

¹ هيثم بهجت عمار أبو المجد، دور مواقع التواصل في تكوين الرأي العام الرياضي نحو قضايا جماهير كرة القدم،

(الإسكندرية: مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء لنديا للطباعة، ط 1، 2019)، ص 38

² فيصل محمد عيسى عسيري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطفل و الاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية (مصر: دار النهضة للنشر والتوزيع، ط 1، 2019) ص ص 65 66.

³ سفيان رباش، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إحياء و ترقية المواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة الراصد لدراسات

العلوم الاجتماعية، المجلد 2، العدد 1، 2022، ص 102. متاح <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/175710>

3.2.3 وظيفة التعبئة:

لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في المجال السياسي خلال موجة ثورات الربيع العربي عن طريق تعبئة الرأي العام وحشده للجماهير لينزل إلى الشارع. لذلك لعبت دورًا مباشرًا في تسهيل وسائل الدعوة إلى التظاهر والاحتجاج على أعمال وممارسات الأنظمة السياسية؛ أو بشكل غير مباشر عن طريق التركيز على عيوب هذه الأنظمة والاستعداد التدريجي للاحتجاج.¹

أما محمد العوض وداعة الله فقد ذكر العديد من وظائف الشبكات الاجتماعية وهي كالتالي:

- تجنّب قيود العزلة المفروضة من قبل الاتصالات الرقمية، إذ يتعامل المرء لفترة طويلة مع جهاز الحاسوب مُبتعدًا عن الأشخاص الآخرين في الحياة الواقعية.
 - وفي إطار الوظيفة السابقة تنشأ ما يُسمى بالمجتمعات الافتراضية Virtual Community التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد. مثل: مناهضة العنصرية، الدعوة إلى الديمقراطية، أو تحرير الجيوش وغيرها من الأهداف والغايات التي تجمع حولها هذه المجتمعات الجديدة.
 - نقل الوقائع والأحداث التي تحدث في بقاع كثيرة من العالم.
 - القدرة على القيام بالتعبئة Mobilization لتأييد الأفكار التي تُنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار التي تُنادي بها.
 - تدعم وظيفة الدعاية التي تُسهم - في جانب أسلبي - في تحقيق الغزو الثقافي Cultural Invasion والهيمنة الثقافية Cultural Domination والتبعية الثقافية Cultural Dependency.²
- وظيفة مواقع التواصل الاجتماعي حسب نموذج قرص العسل الخاص بسميث :

نموذج قرص العسل لسميث يُحدّد سبعة كُتل وظيفية لمواقع التواصل الاجتماعي: الهوية المحادثة المشاركة، الحضور، العلاقات، تسمّح لنا كل كُتلة بفهم بنية مواقع التواصل الاجتماعي بناء على تسهيلات التي يوفرها لمستخدميها، تُحاول هذه الدراسة فهم وظائف مواقع التواصل الاجتماعي هذه البنيات ليست متعارضة وليست جزء من كل منها.³

¹ نجلاء محمود رؤوف المصليحي، مواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب السياسي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي في مصر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 9، العدد 3، جويلية 2020، ص113. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/126110>

² محمد العوض محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي (دار الخليج للنشر والتوزيع، 2020) ص34. متاح على الرابط www.books.google.com

³ Mohammad Furqan Khan , Anisa Jan , **Social Media and Social Media Marketing : A Literature Review** , Islamic University of Science and Technology , School of Business ,IOSR ,journal of business and management , Volume 17, Issue 11, Nov2015, P12 <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol17-issue11/Version-1/C0171111215.pdf>



الشكل رقم 2: مخطط يوضح وظائف مواقع التواصل الاجتماعي حسب نموذج العسل لسميث

قرص العسل لوسائل التواصل الاجتماعي:

تم اقتراح إطار عمل قرص العسل لمساعدة مديري الأعمال على فهم مشهد الوسائط الاجتماعية من أجل تطوير استراتيجيات مناسبة لهم أنشطة ومحتوى وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لذلك يُصور أيضاً وسائل التواصل الاجتماعي على أنها عامل تمكين لطبقة أخرى من بيئة المعلومات، كما تُسمى الطبقة الاجتماعية في هذه الدراسة، والتي تُوفر قيمة للتحقيق في كيفية استهلاك المعلومات وتوليدها ونشرها في بيئة الاتصال العالمية عبر الإنترنت. تشير "الهوية والسمعة" إلى تأثير المستخدمين. يُسلط الحضور والعلاقات والمجموعات الضوء على نمط تفاعلات المجتمعات عبر الإنترنت. تركز "المشاركة والمحادثات" على الميزات الديناميكية والواقعية للاتصالات. يشير هذا التصنيف لوظائف وسائل التواصل الاجتماعي إلى أهمية أدوار المستخدمين وخصائص نقل المعلومات. أولاً أصبح محتوى الوسائط الاجتماعية مصدر معلومات مُتزايد الأهمية بالإضافة إلى البيانات التقليدية السائدة مثل: الصحف والمطبوعات. ثانياً، يتأثر تفسير البيانات السائدة الآن ديناميكياً بمرور الوقت الإضافي بسبب مشاركة المجتمعات عبر الإنترنت، وخاصة آراء المؤثرين. أخيراً، يكون لهيكل الشبكة الاجتماعية وعوامل تأثير المستخدمين تأثير كبير على طريقة إعادة معالجة المعلومات ونشرها. المعلومات المتراكمة على اتصال الأصدقاء والاشتراكات.¹

¹Yuijie Wang, Daminda Alahakoon, Daswin De Silva, **Extended Cognitive Situation Model for Capturing Subjective Dynamics of Events from Social Media**, Australasian Journal of Information Systems, Vol 22, 2018, pgs 1,20. p 8.
<https://journal.acs.org.au/index.php/ajis/article/view/1701>

3.3 دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1.3.3 للتسلية والمرح والفرح:

رُود هذا المجال غالبيتهم من الشباب والمراهقين، ومن لا يمتلكون أهدافاً واضحة من الاشتراك في وسائل التواصل الاجتماعي، فهم يتركون كل ما يُفيد ويبحثون عمّا يُمتعهم فقط سواء من فيديوهات مُضحكة ومسلية، أو ألعاب إلكترونية أو منشورات نصية ذات طابع كوميدي

2.3.3 تكوين العلاقات والصدقات الاجتماعية:

هناك من يجد فيها فرصة كبيرة لنسج علاقاته الاجتماعية، وتأسيس روابطه المهنية، وتكوين دائرة واسعة من الأصدقاء والمعارف، وخاصة أولئك الذين وجدوا صعوبة في تأسيس تلك الروابط والصلة في عالمهم الحقيقي. فهم يجدون مكاناً آخر لتعويض ما يرونه ناقصاً في حياتهم.¹

3.3.3 الفراغ:

يُعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو من استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث إن عدد التطبيقات غير المتناهية الذي تُنتجها شبكة الفيس بوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيس بوك وشبكات التواصل الاجتماعي عامّة إحدى الوسائل ملء الفراغ.²

4.3.3 دوافع طقوسية :

وهي تُشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهرب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات والبرامج الترفيهية المختلفة ويمكن للمستخدم أن يذهب بعيداً بالهرب من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي ويتعامل مع أناس غير حقيقيين ويطلع على أمور تختلف عمّا هو موجود في بيئته وعالمه الحقيقي وإذا كان المستخدم من الذين يعانون صعوبات في إقامة العلاقات الاجتماعية فإنه يكون تحت خطر إدمان التفاعل على المواقع الاجتماعية وقد يُصاب بالإحباط والاكتئاب عند عودته إلى عالمه الواقعي المختلف عمّا وجدّه في المواقع الاجتماعية.³

¹ - عبد الغني أحمد علي الحاوري، العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي (برلين ألمانيا:

المركز الديمقراطي العربي، ط1، جانفي 2021) ص 76. متاح على <https://democraticac.de>

² علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد (دار المعتر للنشر والتوزيع، ط1، 2017) ص86. متاح على

www.books.google.com

³ سعد سليمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة (عمان: دار

امجد للنشر و التوزيع ، 2020) ص ص 112 113.

5.3.3 البحث عن المعلومات:

شكّلت مواقع التواصل الاجتماعيّ موضوعاً مُعقداً في البحث، فمن الصَّعب استنتاج دافعٍ مثل البحث عن المعلومات، حينها يكون الدافع الأكثر وضوحاً للعيان هو التواصل الاجتماعيّ في هذه المواقع، والتي تُعدّ إحدى، الأماكن الأساسية التي يتجمّع فيها أبناء الجيل الجديد.¹

في حين أنّ كلاً من كاتر وجيرفينش وهاوس يُصنّفون الدوافع من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ إلى خمسة دوافع رئيسية هي:

- الحاجات المعرفية: وهي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف ومراقبة البيئة.
- الحاجات الوجدانية: وهي الحاجات المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر.
- حاجات التكامل النفسي: وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتيّ وبتحقيق الاستقرار الشخصي.
- حاجات الهروب: وتعكس كلُّ ما هو مُرتبط بالتّرفيه والتّسلية.

وقد أضاف بعض الباحثين دافعاً خامساً يتعلّق بدوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعيّ، وهو الدافع الاجتماعيّ:

ويتمثّل في السعي إلى إقامة علاقات جيّدة ، والحِرص على التفاعل الاجتماعيّ مع أفراد الأسرة والأصدقاء ، فضلاً عن حُرّيّة التعبير عن الرّأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.²

هناك العديد من الدّراسات إتفقت على جُملة من الدوافع من أبرزها:

الحفاظ على التواصل مع الأصدقاء القدامى، التواصل مع الأهل والأقارب، مُقابلة أشخاص جُدُد، لمُعرفة أماكن تواجد الأصدقاء القدامى، نشر ومشاهدة الصور، معرفة الأحداث الجارية، التعبير عن الذات ومشاركة المعلومات حول الأفراد أنفسهم، لأغراض البحث عن المعلومات، التّرفيه والتّسلية، قضاء وقت الشعور بالُعزلة، الفراغ، بناء علاقات إجتماعية مع الأصدقاء بدلا عن أفراد الأسرة أو الغرباء.

تفاديّ وتسقيد الدّراسة من مدخل الاستخدامات والإشباع في معرفة دوافع استخدام الشّباب العربيّ لمواقع التواصل الاجتماعيّ سواء أكانت دوافع نفعية (معرفية، وتواصل)، أو دوافع طُوقسية (ترفيه وتسلية، وتمضية الوقت، والهروب من الواقع).³

¹ التربية الإعلامية في العصر الرقمي، المركز العربيّ للبحوث التربوية لدول الخليج، الكويت، العدد 3 المجلد4، 2019، ص ص 28 29. متاح على موقع <https://books.google.com>

² خير الدين سهبان عبد الله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعيّ ودورها في التّحولات السياسية (عمّان: ، شركة الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، 2019) ص ص 36 37.

³ محمد عبد الوهاب فقيه الكافي، حاتم علي حيدر الصالحي، مرجع سابق. ص ص 30 31.

4 أهمية وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

1.4 أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعدّ الشبكات الاجتماعية مُورداً جديداً هاماً لتنظيم وتنفيذ ونجاح الحركات الاجتماعية والمشاركة المعبرّة لأعضائها، حيث تُعطي لهم الفرصة للتعبير عن حياتهم الاجتماعية.¹

تساعد على تقوية شخصية الفرد، إذ تجعله يُثقن فنّ الحديث، ويرتّب الأفكار، والعبارات، والجمل بشكل متواتر، وذلك يجعله قادراً على إنشاء علاقات مع من حوله، سواء أكانت علاقات في العمل، أم المدرسة، أو الجامعة، يساهم التواصل الاجتماعي على النجاح في العمل، وليس المقصود هنا الوساطة، أو ما يُعرف بالمحسوبية، إنّما القدرة على إنشاء علاقات صحيحة في المكان الصحيح.

يُزوّد الأشخاص المنسجمون مع محيطهم بروح المرح، والفكاهة، إضافة إلى صحّة الجسد على عكس الأشخاص الانطوائيين الذين يمتلكون روحاً تتسم بالجفاء، والحزن، والكآبة، والتي تمنعهم من التمتع باللحظات الآنية.²

تكوين علاقات مختلفة مع الأشخاص من مختلف أنحاء العالم هذا ما يسمح بالتعرّف على عادات وتقاليد وثقافات المجتمعات وتبادلها معهم.

تُعتبر مصدر لإستقاء أخبار العالم والمعلومات العامّة في مختلف المجالات، وبهذا يكون الفرد على صلة أكبر ودراية بما يجري حوله من أحداث.

التواصل مع الكثير من الأشخاص والتفاعل معهم في وقت واحد ودون تكلفة.

التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي: هو إستغلال الشركات للشبكات الاجتماعية لأغراض تسويقية من خلال تحديد وتحليل المحادثات والمشاركة والشروع في التفاعلات الاجتماعية داخل المجتمعات.³

حرية التعبير عن الآراء والأفكار والمعتقدات السياسية والدينية، وتبادل الأفكار والآراء والخبرات والمعلوم

القدرة على إدارة الحوار وتقبّل النقد من الآخرين.⁴

¹ -يناس السعيد إبراهيم، السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2018) ص 91.

² -حيدر فاتح زايد، نور كريم ياسر، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة (طلبة كلية الإعلام جامعة قار/أنموذجاً)، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين ألمانيا، العدد 5، نوفمبر 2018، ص 333. متاح على <https://democraticac.de>

³ - الزواوي أحمد المهدي، الزواوي خيرة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المقاصد السياحية الداخلية مدينة بوسعادة أنموذجاً"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 3، العدد 6، ديسمبر 2018، ص 181. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/72357>

⁴ بوالصوف مريم، قرناني ياسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المسؤولية الاجتماعية لجمعيات حماية البيئة دراسة تحليلية لصفحة جمعية Green bike لولاية عنابة على الفايسبوك، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية المجلد 7، العدد 01، 2021، ص 953. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/156185>

2.4 أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن حالياً تقسيم عدد من الشبكات الحالية من حيث الأهداف:

1.2.4 شبكات اجتماعية عامة تهدف للتواصل العام:

وهذا النوع من الشبكات يعتمد الخدمات العامة كالمراسلات ومشاركة ملفات الصور والملفات الصوتية وملفات الفيديو، ويهتم مستخدموها أساساً على البيانات والمعلومات المتوفرة للآخرين بغرض التعرف عليهم، والبحث عن أصدقاء، الدراسة أو العمل أو المنطقة السكنية، ومن شبكات هذا النوع (ماي سبيس، فوكل بلس، الفيس بوك).

2.2.4 شبكات اجتماعية تهدف لربط مستخدميها من خلال العمل:

وهو نوع يربط أصدقاء العمل بشكل خاص ويتجه إتجاهاً آخر حيث يتضمن الملفات الشخصية للمنضمين لها بيانات مثل سيرتهم الذاتية وخبراتهم العملية، ويعدّها البعض من النوع المهم في الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، وذلك أن بعضها يقوم بربط صنّاع الأعمال وأصحاب الشركات كموقع " لينكد إن LINKED IN"، ويقوم بعض المستخدمين بدعوة أصدقائه لتزكيته للآخرين كتسويق وبيان لمهاراته وخبراته.

3.2.4 شبكات اجتماعية تهدف لنشر المعلومة:

تتضمن هذه الشبكات تطبيقات تتعلق بوظائف المدونات، ولكن بطريقة أصغر، وتعيين مجالات محددة لكتابة المعلومات والأخبار، ونشر الأخبار السريعة والفورية داخلها، والعديد من التطبيقات على الرغم من أننا لا نعدّم الفرصة لكتابة التفاعلات، إلا أن بعض التطبيقات تشمل التفاعلات مع الشبكات الاجتماعية أو مواقع الويب الأخرى (Twitter) التي تحتوي على تفاصيل كاملة لمعلومات موجزة وتعتبر شبكات اجتماعية.

وتوفر فرصة للتفاعل عبر الروابط عند إنشائها. تحدث ميزة كونه موقعا إعلاميا ومشاركة البيانات والمعلومات مع الآخرين ضمن شبكة اجتماعية إلكترونية، على الرغم من تحديدها بعبارة (متابعة). بدأت العديد من الشبكات الاجتماعية العربية في الظهور وتحاول الانتشار في جميع أنحاء العالم. استقطاب العرب ومحاولة الحفاظ على ثقافتهم قدر الإمكان ورفض قبول أي شيء غير أخلاقي¹.

إنها وسيلة لمساعدة المستخدمين على الإنترنت في العثور على أنواع معينة من المعلومات أو الموارد أو البيانات، بما في ذلك قوائم جهات الاتصال وقوائم كيفية الوصول إلى المعلومات والموارد ذات الصلة مثل Digg، وهو الإنترنت. ينشر موقع الارتباط.²

¹ هناء عوض محمد الحسن، أحمد عبد العزيز الكاروري، شبكات التواصل الاجتماعي: الطريق إلى تنمية الشباب (مصر:الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2018) ص ص 16 17.

² الدراسات المستقبلية، المرجع السابق، ص 218.

5. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

1.5.1 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بالكثير من الإيجابيات والتي نذكر منها:

1.1.5 تكوين الصداقات والبحث عن الأصدقاء:

فالتواصل مع الأصدقاء والأقارب، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يُساعد الشخص على توطيد علاقاته الاجتماعية من خلال التهئة بالمناسبات، والنجاح، وبث كلمات المودة، والتعبير عن المكونات وغيرها.

2.1.5 تفعيل عمليات تنظيم الحملات الإعلامية والتعبئة الاحتجاجية المطلوبة:

عوضت وسائل التواصل عن سيطرة الحكومات على أجهزة الإعلام التقليدية: التلغز والإذاعة والفضائيات

3.1.5 إزدياد فرص الإبداع والابتكار والتطور التقني والفني والعلمي:

تُساعد وسائل التواصل الاجتماعي على بناء ورش إفتراضية تؤدي إلى بناء أرضية معرفية لتراكم الخبرات والمعارف وتزيد من فرص الإبداع والابتكار وتبادل المعلومات التقنية.¹

4.1.5 في التقليل من صراع الحضارات:

فقد تُعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها الآن ذاتها تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للعرب دون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول.²

في عالم الإنترنت تطل المعلومات مُحزنة على حوايد الموقع، وتقوم مُحركات البحث بالوصول إليها عند الطلب، وكلما كانت المعلومات أكثر ثراءً وثرًا، ستبرزها مُحركات البحث بشكل أكبر، وإذا كان أحد المواقع يَبثُ محتوىً سلبيًا، فهذا يعني أن المعلومات السلبية قد تُظهر مرة كل ستة نتائج.

تتمتاز مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة وسهولة الحصول على المعلومات، وأصبحت وسيلة أساسية للصحافة ووسائل الإعلام لنقل الأفكار والآراء بسهولة حول موضوع معين إلى عدد كبير من الناس. في أي وقت وفي أي مكان.³

¹ شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة (لبنان: مركز الحرب الناعمة للدراسات، ط1، ، 2016)

ص ص 57 58. متاح على موقع <https://www.noor-book.com>

² - علي لطفي علي قشمر، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الخلافات الزوجية من وجهة نظر المتزوجين العاملين في الجامعات الفلسطينية، مجلة العلوم النفسية و التربوية، المجلد 6، العدد 1، مارس 2020، ص 149. متاح على

الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111140>

³ سليمان الطعاني، المرجع السابق، ص 22.

2.5 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1.2.5 تشتيت الذهن :

هذا الانتقاد موجه للإنترنت بشكل عام، ولشبكات التواصل بشكل خاص. والمقصود أن كثرة المواضيع وسهولة التنقل من موضوع إلى آخر تشتت ذهن المستخدم. ومع الوقت لا يستطيع الشخص التركيز على موضوع واحد لفترة طويلة.¹

2.2.5 تشوه العادات والتقاليد:

إذ إن ما يتعلمه الأبناء من عادات وتقاليد خلال التنشئة الاجتماعية قد تخالفه المعلومات التي تتلقاها وسائل التواصل الاجتماعي مما يؤدي إلى زعزعة الإيمان بكل ما تعلمه الفرد ويقود إلى انتشار قيم دخيلة على مجتمعنا تؤدي إلى انحلال وتفكك القيم الأصلية، وتحريف وطمس الهوية عبر تشويه اللغة العربية، الغزو الثقافي، والتطرف الفكري والإرهاب.²

3.2.5 أضرار على الفرد والأسرة:

أثر المعلومات الخاطئة: فمن الناس من يثق بالأخبار والمعلومات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حتى وإن كانت غير صحيحة، ويبدأ كل شخص بمشاركتها مع أصدقائه. وقد يتحول فرط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند البعض إلى إدمان شديد وضياع الأوقات الثمينة.³

4.2.5 أضرار جسدية ونفسية:

أكدت دراسة أن هناك عدة أضرار تظهر على مدمني مواقع التواصل الاجتماعي كاضطراب النوم، والاضطرابات الغذائية، وأمراض العيون والخمول وكذا أضرار نفسية حيث أثبتت الدراسة العلمية أن إدمان استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يسبب نوبات من الاكتئاب الحاد ويزيد من عزلة الشخص وتفاقم المشكلات الأسرية.⁴

¹- عادل بن عبد القادر المكينزي، الإعلام الرقمي وسبل مواجهة الإرهاب (الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر، 2019) ص 62 63.

²- اخلاص محمد عبد الرحمان حاج موسى، إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وسط طلاب الجامعات و أثره على الهوية الثقافية -دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة ودمدني الأهلية ولاية الجزيرة السودان، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي، برلين ألمانيا، العدد 19، جوان 2021، ص 69. متاح على الموقع <https://democraticac.de>

³-حسان شمسي باش، ماجد حسان باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق (أبوظبي: دار القلم، حروف للنشر والتوزيع، ط1، 2020) ص 45 .

⁴وارم العيد، قرين العيد، العلاقات الاجتماعية السائدة بين طلبة الجامعة عبر الفيسبوك (دراسة ميدانية)، مجلة المعيار مجلد24، عدد 2، مارس2020، ص 657. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111659>

5.2.5 نشر الأفكار المخالفة للعادة والقيم الاجتماعية المحصنة ضد الانحراف والجريمة:

أتاحت منصات التواصل الاجتماعي للبعض لا سيما في المجتمعات الغريبة أو غير الإسلامية القدرة على النشر والترويج لأفكارهم وعاداتهم وتقاليدهم ومعتقداتهم الفكرية أو الدينية التي تخالف العادات والقيم الاجتماعية والإسلامية أو التي تشكل خطراً عليها.¹

6.2.5 تراجع استخدام اللغة العربية لصالح العامية:

أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل العربية الفصحى خاصة على شبكات المعارف والمحادثة فنحوت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء 7 والعين 3 وهذا ما أكدته دراسة على صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي".²

7.2.5 التمر:

ويُقصد بها السخرية من الآخرين، حيث يصبح الكثير من الناس لا سيما الأطفال ضحية للتمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لأن أي شخص يمكنه إنشاء حساب مزيف وعمل أي شيء دون تتبع فقد أصبح من شيء دون تتبع فقد أصبح من السهل جداً على أي شخص التمر وإرسال التهديدات ورسائل التخويف والشائعات إلى الجماهير لإثارة الفوضى في المجتمع.³

8.2.5 الإغراق Spam:

هو بريد إلكتروني غير مرغوب فيه، حيث يتعرض كثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية لمشكلة الإغراق، وكلما قام أحدهم بالتعليق على إحدى الصور الخاصة بالمستخدم وغيرها من الأنشطة، تأتي رسالة على بريده الإلكتروني مما يؤدي في بعض الأحيان إلى عدم استجابة البريد الإلكتروني عند محاولة الوصول إليه، أو مسح رسائل مهمة أثناء مسح المستخدم لهذه الرسائل.⁴

¹ - خالد حمد الحمادي، اسهامات منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الأمن ومواجهة الأمن ومواجهة الجريمة، (الإمارات العربية المتحدة: مركز الشرطة، الشارقة، ط1، ، 2017) ص ص53 54. متاح على موقع

<https://www.socioclub.net>

² خالد أحمد علي محمود، الاستثمار المعرفي، وعلاقتها بالآثار السياسية والاجتماعية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، ط1، 2019) ص169.

³ خالد محمد غازي، صحافة الخط الساخن، أثر قديمة وأخرى مستحدثة، وكالة الصحافة العربية، 2021، ص141.

⁴ أمينة نبیح، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد، موقع facebook نموذجاً (عمان: دار غيداء للنشر و التوزيع، ط1، 2019)، ص 115.

مواقع التواصل الاجتماعي	ايجابيات	سلبيات
FACBOOK تم اطلاقه 2004 و هو عبارة عن شبكة اجتماعية لبت المحتوى و مشاركته (نصوص وصور و مقاطع فيديو و ما الى ذلك	*فهم افضل لعادات و سلوك المستخدمين *ولاء العملاء *التفاعل مع العملاء *إنشاء مجتمع حقيقي من المستهلكين	*حان وقت التفكير و الابداع *حضور يومي *ميزانية مخصصة *ساعة دائمة للتعرف افضل مواقع مشاركة
Instagram: *تأسست في عام 2010 ، هي شبكة اجتماعية من المشاركة الصور ومقاطع الفيديو .	*حيوية *إشراك محتوى العملاء *استخدام الكلمات الرئيسية *محتوى الراعي	*فقط على الهاتف المحمول *يستغرق وقتاً طويلاً للتأثير *يختلف حسب العلامة التجارية
YouTube تم إنشاؤه في: 2005 و هو شبكة اجتماعية و خدمة مشاركة الفيديو .	*خدمة أساسية لمقاطع الفيديو المستضاف . *قائمة مجانية على محرك قوغل *تدفق الفيديوهات بسهولة في مواقع اخرى *فيديو ممول	*سقوط المنافسين و النقاد *يتطلب المزيد من الموارد (انعكاس ، وقت ، إنجاز) *مخاطر التعليقات السلبية *السلبيات.
LinkedIn تم إطلاقه في 2013 و هو شبكة تواصل اجتماعي ذات طابع المحترفين	*التمايز و الاهتمام يسهل الوصول إليه. *تقسيم سهل. *موقع مرجعي فعال الويب *موقع مرجعي فعال الويب	*إدارة معقدة عند زيادة العدد *يجب أن يكون هناك وقت طويل تكون مكرسة.
Twitter تم انشاءه في 2006 و هو شبكة اجتماعية من نشرة الأخبار في نصوص قصيرة	*يظهر جهد و ثقافة الشركات *مشاركة سريعة من مستخدمي الانترنت *رؤية أفضل للعلامة	*صعوبة التكيف مع المحتوى *خطر تحطيم الرسالة *يتطلب المزيد من الموارد

جدول رقم 7: يمثل إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي¹

¹ NASRI Aboubakeur, DJERMANE Rabei, *Les réseaux sociaux ,un levier incontournable du marketing digital - Application dans le processus de vente des entreprises économiques en Algérie - Social networks : an essential lever of digital marketing - Application in the sales process of economic companies in Algeria* - Revue Alafak des études économiques, Volume7, N°1, ، page 399. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/185548>

6 نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي: 1.6 موقع الفيس بوك Facebook :

عرفته موسوعة Webopedia بأنه أحد مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة، يربط الأفراد بزملائهم في العمل والدراسة ومعارفهم أو أفراد جدد في محيطهم. ويستخدم الأفراد شبكة الفيس بوك للتواصل مع الأصدقاء ونشر الصور والفيديوهات، ومشاركة الروابط وتبادل المستندات، ويمكن لمستخدمي الفيس بوك الاطلاع على الملفات الشخصية لأصدقائهم ومتابعة ما ينشرون¹.

بينما يظل الفيس بوك موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة على الإنترنت، فإنه ليس الموقع الوحيد في هذه الفئة بأي حال من الأحوال. في أوائل عام 2010، أعلن موقع تويتر أن عدد الرسائل التي يتم إرسالها من خلاله وصل إلى 50 مليون رسالة يوميًا، وهو رقم يعد علامة مميزة. كما يوجد موقع يوتيوب وما إلى ذلك، على سبيل المثال وذلك بغض النظر عن شبكات الشركات والأعمال مثل لينكد إن والأكاديمي².

يعد موقع الفيس بوك من بين أكبر الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار حيث انطلقت تطبيقاته بسرعة الصاروخ على شبكة الإنترنت وتميز بعدة مزايا لذا نحاول طرح جملة من المفاهيم والتعريفات لتوضيح مفهوم الفيس بوك - ويعرف أيضًا موقع من مواقع التواصل الاجتماعي تأسس عام 2004، حيث يسمح بنشر وإنشاء الصفحات الخاصة تسمى بروفيل sflorP ، وكان في البداية عبارة عن مدونة شخصية أنشأها مازك في جامعة هازفازد، حيث إنه كان مقتصرًا على طلاب الجامعة، لكنه سرعان ما انتشر إلى أبعد من ذلك³.

¹التالية بوشناق، حفصة جرادى، المرأة الجزائرية في المجال العام الافتراضي دراسة تحليلية لآليات ظهور ومشاركة المرأة في النقاش العام الافتراضي عبر الفاسبوك، مجلة انسنه للبحوث والدراسات، المجلد 11، العدد 1، جويلية 2020، ص 51.

متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123623>

²اليكس بليث، التسويق الإلكتروني المتميزة كيف نسفيد الاستفادة قصوى من الإنترنت في تسويق عملك، تر أسماء عليوه، (القاهرة : مجموعة النيل العربية، ط1، 2013) ص 148.

²سعداوي فاطمة الزهراء، اتجاه النخب الجزائرية نحو استخدام موقع الفاسبوك دراسة ميدانية لعينة من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 2، العدد 3، سبتمبر 2021، ص 9.

متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/168321>

²يوسف بلعباس، اللغة العربية في وسائل التواصل الاجتماعي بين مآلات الاضمحلال ومقومات الصمود، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفاسبوك من طلبة قسم اللغة العربية بجامعة أحمد زبانه غليزان، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 7، العدد 2، أبريل 2022، ص 735. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/184799>

ويمثّل مَوقِعَ الفيس بوك الآن شبكة ذات بنية إجتماعية وديناميكية مُشكّلة من قِمْمٍ وأطرافٍ فالقيمة تُشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مُرتبطة ببعضها البعض بتفاعلات إجتماعية والأطراف هم المشتركون أصدقاء المُستخدم¹.

2.6 موقع الإنستغرام Instagram:

تعريفه:

هُوَ تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة إجتماعية مُستحوذ من الفيس بوك، يُعزّز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليق عليها، أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسّساتي، ويعتبر تطبيق إضافة إلى أنه شبكة إجتماعية². وفي تعريف آخر: هُو تطبيق للهواتف الذكية يُقدّم دعماً لالتقاط الصور أو نقل مقطع فيديو وعرضه على المتابعين، ممّا يُتيح للأفراد مشاركة حياتهم واللقاءات مع الرفقاء وغيرهم من خلال تسلسل الصور الملتقطة بهاتف خلوي أو بكاميرا أخرى (بويناك ولوندرج، 2016). يُمكن المُستخدمين من التقاط الصور أو الصور، وتطبيق أدوات التلاعب المختلفة لتحويل مظهر الصور ومشاركتها على الفور مع الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي³.

نشأته:

تمّ إطلاق الإصدار الأول في عام 2010 وهو الآن مملوك لـ Facebook تمّ شراؤها بحوالي مليار دولار في عام 2012 من قبل شركة بآلو ألتو العملاقة، ولم تتوقف شبكة مشاركة الصور عن النمو. لديها الآن 900 مليون مُستخدم حالي و 800 مليون مُستخدم شهرياً (2018) تُناشد جميع الجماهير. في سبتمبر 2017 ، أعلن Instagram أنّ لديه الآن أكثر من 2 مليون مُعلن نشط شهرياً. تضاعف هذا الرقم منذ مارس 2017 . كما أفادت الشبكة الاجتماعية أنّ 50 من الشركات أنشأت قصة على Instagram في الشهر الماضي وأنّ 80 من مُستخدمي Instagram يُتابعون العلامات التجارية⁴.

² هالة يحيى، خالد بوشارب بولوداني، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي و دورها في تعزيز القيم الاجتماعية الانستغرام نموذجاً دراسة ميدانية على عينة من جامعة الشاذلي بن جديد الطارف، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 6، عدد 2، جوان 2022، ص ص 95_96. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189643>

³ Hiram Ting , & athors, **Beliefs about the Use of Instagram : An Exploratory Study** , International Journal of Business and Innovation , Vol . 2 , Issue 2 , 2015 , page 17 https://www.researchgate.net/publication/272026006_Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study

⁴ BENBOUZIANE Fatima ,BENSMINE Lamia, **L'influence des réseaux sociaux sur la communication d'entreprise, Cas de l'entreprise DJEZZY** , Al Bashaer Economic Journal Vol.6 , n ° 2 , Décembre 2020),. Page 953. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/133534>

3.6 موقع تويتر:

تعريف موقع تويتر Twitter :

هُوَ إِحْدَى شَبَكَاتِ التَّوَاصُلِ الاجْتِمَاعِيِّ الَّتِي تَعْتَمِدُ عَلَى خِدْمَةِ التَّدْوِينِ الْمُصَغَّرِ حَيْثُ تَسْمَحُ بِإِرْسَالِ 140 حَرْفًا فِي الرِّسَالَةِ الْوَاحِدَةِ.¹ وَيُمْكِنُ أَنْ تَتَّصَمَّنَ رَوَابِطٌ إِلَى الْمَدَوَّنَاتِ وَصَفَحَاتِ الْوَيْبِ وَجَمِيعِ الْمَوَادِّ الْأُخْرَى عِبْرَ الْإِنْتَرْنِتِ. عَلَى الرَّغْمِ مِنَ الْإِجْازِ الَّذِي يُفْرَضُهُ اسْتِخْدَامُ **Twitter** عَلَى نِطَاقٍ وَاسِعٍ فِي مَجْمُوعَةٍ مُتَّوَعٍ مِنَ الظُّرُوفِ.²

البعض قد يُجَادِلُ بِأَنَّ الـ **Facebook** أَكْثَرَ اسْتِخْدَامًا مِنَ **Twitter** وَأَنَّ عَدَدَ الْمُسْتَعْدِمِينَ عَلَى **Facebook** أَكْثَرَ مِنَ **Twitter** لَكِنَّ فِي الْحَقِيقَةِ هُنَاكَ فَرْقًا بَيْنَ الْخِدْمَتَيْنِ، فَالْأَخْبَارُ تَنْشُرُ عَلَى **Twitter** ثُمَّ تَنْتَشِرُ عَلَى مِئْصَةِ **Facebook** عَلَى الرَّغْمِ مِنَ أَنَّ **Facebook** لَهُ مِيزَةٌ مُشَارِكَةٌ مَا يَقُولُهُ الْآخَرُونَ وَهِيَ الْمَعْرُوفَةُ بِالـ Share ، فَإِنَّهَا لَا تُسْتَعْدِمُ بِالْقَدْرِ نَفْسَهُ الَّذِي تُسْتَعْدِمُ فِيهِ مِيزَةٌ Retweet أو إعادة التَّغْرِيدِ المتاحة عِبْرَ **Twitter**.³

نشأة وتطور موقع تويتر :

ظَهَرَ تُوَيْتِرُ كَمَشْرُوعِ تَطْوِيرِ بَحْثِي أَجْرَتْهُ شَرَكَةُ (Obvious) الْأَمْرِيكِيَّةِ فِي مَدِينَةِ سَانِ فِرَانْسِيْسْكَو ثُمَّ أُطْلِقَتْ رَسْمِيًّا لِلْمُسْتَعْدِمِينَ بِشَكْلِ عَامٍّ فِي أَكْتُوبَرِ 2006 م، وَبَعْدَ ذَلِكَ بَدَأَ الْمَوْقِعُ فِي الْإِنْتِشَارِ كَخِدْمَةٍ جَدِيدَةٍ عَلَى السَّاحَةِ فِي عَامِ 2007 م مِنْ حَيْثُ تَقْدِيمِ التَّدْوِينَاتِ الْمَصَغَّرَةِ وَفِي أَفْرِيلِ مِنَ الْعَامِ نَفْسِهِ قَامَتِ شَرَكَةُ (Obvious) بِفَضْلِ الْخِدْمَةِ عَنِ الشَّرَكَةِ وَتَكْوِينِ شَرَكَةٍ جَدِيدَةٍ بِاسْمِ (**Twitter**) وَقَدْ سُمِّيَ الْمَوْقِعُ " تُوَيْتِر " بِمَعْنَى الرِّزْقَةِ تَشْبِيهًا لِأَصْوَاتِ الْهَوَاتِفِ عِنْدَ التَّوَاصُلِ بِزَرْقَةِ الْعَصَافِيرِ، وَهُوَ فِكْرَةٌ جَاكِ دُورِسِي مُهَنْدِسِ بَرْمَجِيَّاتٍ، أَمْرِيكِي الْجَنْسِيَّةِ مَوْلِيدِ 1976 م.⁴ يَتَمَيَّزُ بِكَوْنِهِ يُسَهِّلُ أَشْكَالًا جَدِيدَةً مِنْ اسْتِخْدَامِ تَغْذِيَّةِ الْمُسْتَعْدِمِ، وَحَيْثُ يُمَكِّنُهُ مِنْ رُؤْيَةِ تَارِيخِ تَغْرِيدَاتِكَ بِدَايَةِ مِنَ الْمَوْسِيقِي إِلَى حَقِيقَةٍ أَنْ وَاحِدَةً نَسِيْتُ أَنْ تَقُومَ بِعَمَلِيَّةِ الْغَسِيلِ.⁵

¹ محمد خيرت يوسف، مؤشرات التقييم الإعلامي (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص 152 متاح على موقع <https://books.google.com/?hl=ar>

² Fiona Maclean , & aothers , **Understanding Twitter** , Article in British Journal of Occupational Therapy - June 2013 76(06) , p295. https://www.researchgate.net/publication/239901618_Understanding_Twitter

³ محمد الجندي، الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ط1، 2020) ص 108.
⁴ محمد بوحوالي، استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي شبكة تويتر نموذجاً دراسة تحليلية لعينة من الصفحات وسائل الإعلام عبر التويتر، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 8، العدد 1، ص ص71-72 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142097>

⁵ ديراج ميرثي، تويتر التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، تر محمد عبد الحميد مهران (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2014) ص 19

4.6 موقع اليوتيوب YouTube :

تعريف اليوتيوب:

هُوَ عبارة عن موقع إلكتروني يعرض فيديوهات مُنوعة في شتى المجالات ويسمح لمستخدميه من مُشاهدة حياة للفُيُديوهات التي يعرضها بشكل مُباشر ودون الحاجة إلى تحميل الفيديو، أو إنشاء حساب للمشاهدة، كما ويمنح مُشاهديه فرصة التعبير عن رأيهم بالفيديو أو إبداء إعجابهم به أو عدمه، يُمكن الدُخول لليوتيوب عن طريق الموقع.¹

هُوَ أحد أشهر المواقع الإلكترونية وثالث أكبر موقع زيارة على شبكة الإنترنت حسب تصنيف موقع "الينسكا العالمي" والموقع الأول في عرض ملقات الفيديو، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملقات تتكوّن من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون تكلفة مالية.²

نشأة اليوتيوب:

تأسس موقع يوتيوب " YouTube " من طرف ثلاث موظفين سابقين في شركة " باي بال pay « » pal وهم "تشاد هيزلي" و "ستيف تشين" و "جاود ريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأديبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث إنّ محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. من خلال إيجاد وسيلة تمكنهم من إرسال مقاطع الفيديو ذات الحجم الكبير سنة 2005 . وبعد عام واحد من إطلاق الموقع الذي أطلق عليه يوتيوب " YouTube " استطاع أن يتربّع ضمن أكثر عشرة مواقع مُستهدفة بالزيارة والتصفح في العالم، وفي نهاية شهر ديسمبر 2008، بلغ عدد مقاطع الفيديو التي شاهدتها الأمريكيون وحدهم من خلال موقع يوتيوب نحو 5.4 مليار مقطع فيديو.³

¹ نجاة حبيرش، عبد الرحمان سوامية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر-اليوتيوب أنموذجاً- من وجهة نظر طلبة علم اجتماع الاتصال بجامعة عمار ثلجي بالأغواط، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد7، العدد 2، جوان 2022، ص112. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189381>

² مفيدة بلهامل، نادية جبار، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية-دراسة تحليلية على عينة من تنزيلات المدونين على موقع اليوتيوب، مجلة المعيار، مجلد 32، العدد2، 2019، ص387 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82489>

³ رادية شيخي، الأشكال اللغوية للكتابة على مواقع الاجتماعي دراسة اثنوغرافية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد2، العدد 1 ، ديسمبر 2019 ، ص 13-14. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/154837>

ويذكر خالد المقدادي عدد من الخصائص والمزايا التي يتمتع بها الموقع هي: عامّ ومجانّي، داعم لتحميل الأفلام، سهل الاستعمال من قبل العامة، سهل المشاهدة، سهل البحث، الرقابة، أداة رائعة للترويج، ميزة البثّ المباشر.¹

حيث نجد الموقع يتمتع بالكثير من الخصائص والمميزات حيث " يُشكّل اليوتيوب مصدرًا مهمًا للثقافة والعلوم وتنمية أفكار وإبداعات"² بالإضافة إلى أنه " يُتيح الموقع العالمي اليوتيوب إمكانية تعلم اللغات من مصدرها الحقيقي ومتحدثيها الأصليين ، الأمر الذي يزيد من نسبة إتقانها."³ هناك قواعد يجب إتباعها لنشر على موقع اليوتيوب، فمثلا نجد أنه لا يسمح بنشر المقاطع الفيديوية التي تعمل على تشجيع الإزهاق، والإجرام، والمقاطع الإباحية، أو تلك التي تُسيء للأديان والمذاهب؛ ويستخدم هذا الأخير (51) لغة من لغات العالم.⁴

وفي المقابل يطرح عدّة قضايا ومشكلات نذكر منها: "الأفلام والفيديوهات الجنسية: حيث تُشكل هذه النوعية الأفلام حجماً كبير من مضامين الموقع، وكذا الأفلام والفيديوهات السياسية المحظورة: قد تتعلّق بجرائم فسّاد لشخصيات في السلطة الحاكمة، وكذا مشكلة التّعدي على "حقوق الملكية الفكرية" وغيرها من القضايا المطروحة.⁵

¹ -خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها (التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم (الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2013) ص ص 44-45.

² شرشار خديجة، بن دنيا فطيمة، الطفل الجزائري والتعليم الرقمي عبر اليوتيوب في ظلّ جائحة كورونا، قراءة في ظلّ التحديات، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها المجلد 13، العدد 01، 15 مارس 2021، ص ص 2269، 2268 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/146990>

³ هناء عاشور، الإنجليزية التدوين المرئي في الجزائر ودوره في تعليم اللغة الإنجليزية دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات التعليمية بقناة اليوتيوب، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 05، العدد 01، جويلية 2021، ص ص 129 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/163913>

⁴ محمد توفيق سلام، التنشئة السياسية و تعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، 2015) ص 111. متاح على الرابط <https://rafbokasafnid.overdrive.com/media/3129277>

⁵ وداد سميثي، أمنة قجالي، أهمية القنوات التعليمية عبر اليوتيوب في تعزيز تعلم اللغات الأجنبية دراسة تحليلية لقناة FrenchPod101 نموذجاً، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 33، العدد 02، 2019، ص ص 768 769 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/99668>

5.6 موقع لينكدإن LINKEDIN :

هي من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التخصص بالأعمال Business Related وتسهل تواصل بين العملاء بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو موجه للاتصال المحترف Professional Networking بين العاملين في قطاعات متعددة أو ضمن القطاع أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها. وتم إطلاق هذا الموقع عام 2003 بهدف تسجيل الأفراد المنتسبين لمختلف المهن والوظائف وإيقائهم على تواصل دائم مع المستخدمين الذين يشاركونهم نفس المهنة أو نفس التخصص أو نفس الاهتمام. وتختلف استخدامات موقع لينكد إن LINKEDIN من شخص إلى آخر باختلاف أهدافهم، فمن أوجه استخدامه البحث عن أشخاص ذوي خبرة في مجال محدد، أو زبائن وعملاء محتملين، أو منتجين، كما نجد من يوظفها في البحث عن فرص عمل جديدة أو إتاحة فرص عمل للآخرين والتمكّن من إنتقاء الشخص المناسب للوظيفة الشاغرة.¹

وكأي موقع يتمتع بالكثير من الخصائص والمميزات مثل: "يستفاد من شبكة التواصل تعزيز العلاقات مع أولئك الموجودين في قائمة الاتصالات، إضافة لذلك يمكن استخدامها للتعرف على أشخاص آخرين ومعرفة المزيد عنهم من خلال الاتصال المتبادل."²

كما ونشير إلى أنه مخصص " للبالغين فقط رغم أنه بدأ في السماح بإشتراك الطلاب، ومفتوح طوال 24 ساعة خلال أيام الأسبوع السبعة للتعامل على الشبكة."³

6.6 الواتس آب Whats Up:

يستخدم أكثر من مليار شخص في أكثر من 180 دولة وسيلة التواصل الاجتماعي واتس آب للاتصال بالعائلة والأصدقاء في أي وقت وفي أي مكان وللتواصل دون حواجز. وكلمة " WhatsApp " هي تلاعب لفظي للعبارة " What ' s Up "، أي ما يعني "ما الخبر الجديد؟". وواتس آب هي مجانية وتقدم خدمة سهلة وأمنة عبر شبكة الإنترنت للاتصال الصوتي والنرسل وإرسال واستقبال النصوص والصور وأفلام الفيديو والصوت والمستندات وإحداثيات المواقع location. وواتس آب هي آمنة كونها مشفرة فلا يستطيع أي طرف ثالث ولا حتى مشغل واتس آب قراءة الرسائل أو الاستماع إلى الاتصالات المجارة. وهي مجانية كونها تستعمل الإنترنت ما عدا كلفة خدمة الإنترنت ذاتها.⁴

¹ وداد سميشي، الاستخدامات المهنية لشبكة لينكدإن في التعليم العالي والبحث العلمي منظور تحليلي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد1، ماي2019، ص 253. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90668>

² رضا أمين، الإعلام الجديد (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص ص 123 124 .

³ ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تر أحمد مغربي (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2016) ص 66.

⁴ - دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحريّة الشخصية والمسؤولية والاختصاص (بيروت: المركز العربي للبحوث القانونية، ط1، 2017) ص ص 22 21.

7.6 ماي سبايس my space :

يقع مقر الشركة في "سانتا مونيكا" في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ويُعد موقع ماي سبايس my space هو سادس أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، كما أنه يُعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية، ويُعتبر موقع "ماي سبايس" هو أكبر شبكة على الإنترنت للتثبيت الاجتماعي للأصدقاء وهو يُقدم لهم أركاناً خاصة لتقديم لمحات حياتهم الخاصة ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في المواقع، إذ يحتوي الموقع على محرك بحث خاص به ويعرض نظام الترويني داخلي.

وقد تأسست خدمة ماي سبايس في يوليو 2003 بواسطة "توم أندرسون" و "كريس دي" وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجربة سابقة تأسست في 1998 وهي حالياً جزء من إمبراطورية الشركة الإعلامية العملاقة "نُبور كوربوريشن" التي يملكها "روبرت مردوخ" على موقع ماي سبايس يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب.¹

8.6 فوغل " Google + :

هو منصة ذات إمكانات عالية ونمو متزايد فبفضل 359 مليوناً من المستخدمين النشطين فعلاً، وهذا خاص بفضل الجهد المبذول من طرف " Google + " فيمكن الحديث أن ل " Google + " كل الفرص لمنافسة " فيس بوك " لا يزال " Google + " أرض عذراء التي من السهل الحصول فيها على أعلى معدلات الالتزام ومن المشتركين في وقت قصير، ويكون الأوائل الأكثر قوة في النهاية وبالتالي فمن الأفضل الإسراع في التواجد على هذه المنصة " Google + ".²

¹ اسعيداني سلامي، فقيري ليلي، اخلاقيات الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين من خلال شبكات التواصل الإعلامي دراسة ميدانية، مجلة اسهامات للبحوث والدراسات، كلية العلوم انسانية واجتماعية، جامعة غرداية،

المجلد3، العدد1، جوان 2018، ص 131. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166626>

² عبدة صبطي، الإعلام الجديد والمجتمع، اشراف عبد الوهاب جودة حاييس، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018)

قَدَّم جُوجَل بِلِس خِدْمَات كَثِيرَة وَمَتَعِدَّة لَا يَسْعُنَا ذِكْرُهَا بِالتَّفْصِيل فَعَلَى سَبِيلِ المَثَالِ: " الدَّوَائِر (Circles)، ومكالمات الفيديو (Hangouts) والاهتمامات (Sparks) والمحادثات الجماعية (Huddles)، والمنتديات والصفحات. وَغَيْرَهَا أَكْثِير، مَعَ دَمَج بَعْض خِدْمَات جُوجَل القَدِيمَة، مِثْل: صدى جُوجَل (Google Buzz)، المِلْفُ الشَّخْصِيّ Google profile وَجُوجَل (+).

تُتِيح الدَّوَائِر (Circles) مُكالمات الفيديو (Hangouts) فَالْخِدْمَة مُرَوِّدَة بِخَاصِيَّة (Instant Upload)، (Sparks) لِلْمُسْتَعْمَلِ كِتَابَة وَإِدْخَالِ إِهْتِمَامَاتِهِ؛ لِكَيْ يَتِمَّ تَرْوِيدُهُ بِكُلِّهَا المَوْضُوعَاتِ ذَاتِ الصَّلَاةِ، بِمَا فِي ذَلِكَ الأَخْبَارِ وَمَقَاتِعِ الفيديو وَغَيْرِهَا مِنْ أَنْوَاعِ مَحْتَوَى، وَهِيَ شَبِيهَةٌ بِخِدْمَةِ (RSS).¹

9.6 سناب شات Snapchat

هُوَ تَطْبِيقٌ تَوَاصُلٌ إِجْتِمَاعِيٌّ لِتَسْجِيلِ وَبَثِّ وَمِشَارَكَةِ الرِّسَائِلِ المِصَوَّرَةِ وَيَمَكِّنُ لِلْمُسْتَعْمِلِينَ التَّقَاتِ الصُّورِ، وَتَسْجِيلِ الفيديوها، وإضافة نصِّ ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التَّحَكُّمِ مِنَ المُنْتَظِمِينَ. وَمِنْ المَعْرُوفِ أَنَّ هَذِهِ الصُّورَ وَمَقَاتِعِ الفيديو المُرْسَلَةَ هِيَ لَقَطَاتٌ " يُعَيِّنُ المُسْتَعْمِلُونَ مُهَلَّةَ زَمَنِيَّةٍ لِعَرْضِ لَقَطَاتِهِمْ مِنْ ثَانِيَّةٍ وَاحِدَةٍ إِلَى عَشْرِ ثَوَانٍ، وَبَعْدَ ذَلِكَ سَوْفَ يَتِمُّ حَذْفُ الرِّسَائِلِ مِنْ جِهَازِ المِسْتَعْمَلِ وَمِنْ الخِوَادِمِ الخَاصَّةِ بِسَنَاب شَاتِ، وَلَكِنْ تَمَّتْ بِرِمَجَةٍ بَعْضُ التَّطْبِيقَاتِ الَّتِي تَقُومُ بِحَفْظِ الفيديو المَعْرُوضِ.

جَاءَتْ فِكْرَةُ السَّنَاب شَاتِ Snapchat مِنْ طَالِبِينَ فِي جَامِعَةِ سِتَانْفُورْدِ هُمَا بَرَاوْنُ وَشَبِيغَلُ Evan

Spiegel بوبي ميرفي Bobby Murphy، حَيْثُ أَوْضَحَا أَنَّ الرُّمُوزَ التَّعْبِيرِيَّةَ فِي المَوَاقِعِ الإِلِكْتُرُونِيَّةِ لَيْسَتْ كَافِيَةً لِلتَّعْبِيرِ عَنِ المِشَاعِرِ الَّتِي قَدْ يَرِغِبُ المُسْتَعْمَلُ بِإِصَالِهَا مَعَ رِسَالَةِ نَصِيَّةٍ، وَفِي المِقَابِلِ إِعْتَبَرُوا نَشْرَ لَقَطَاتِ لِصُورٍ تُعَبِّرُ عَنِ عَوَاطِفِ مُعَيَّنَةٍ، وَيَتَمَتَّعُ بِالعَدِيدِ مِنَ المِمَيَّزَاتِ مِنْهَا أَنَّهُ سَهْلُ الِاسْتِخْدَامِ، وَغَيْرِهَا مِنَ المِيزَاتِ.²

¹ دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً (الرياض: مركز المحتسب للاستشارات، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1، 1438هـ) ص 33 34.

² أحمد بل مودن، ثاني عتيق، ثاني الرشدان، فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل لدى طلبة الصف الثاني الثانوي في مدارس محافظة المحرق - مملكة البحرين في ظل جائحة كورونا، مجلة جامع الناصر، المجلد 1، العدد 17، يناير 2020، ص 20. متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=287331>

ثانيا: موقع الفيس بوك Facebook (الخصائص، الاستخدامات)

الفيس بوك هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يُوفّر فرص دخول واشتراك مجانية تُتيح للمستخدمين الانضمام إلى مجموعات للتواصل والتفاعل مع الآخرين. يتحكّم موقع Facebook في كلّ جانب من جوانب النشاط البشري على شبكة الويب العالمية

على هذا النحو، فهو " دليل لسكان العالم، يسمّح للأفراد العاديين بأن يكون لهم كيانه (الافتراضي) من خلال توفير وتبادل المعلومات الضرورية عن أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصي، ومقاطع الفيديو الخاصة بهم، لذا فإنّ الغرض من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر إنفتاحا.¹

1. تاريخ موقع الفيس بوك، وخصائصه:

2.2 تاريخ تطوّر موقع الفيس بوك:

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقّع من موقع " فيس ماش " Face Match التابع لجامعة هارفارد، ويعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثمّ اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. مارك زوكربيرج " بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 م، عندما كان يترتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. في الأثناء، كان زوكربيرج يقوم بإنشاء مدونة حول إحدى الفتيات ويحاول التفكير في القيام بأمر ما قد يُنّيه عن التفكير في هذه الفتاة.

مارك زوكربيرج وسرعان ما تمّ توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالبحر الجامعي، ولكن تمّ إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد. وفي النصف الثانية من العام الدراسي نفسه، قام زوكربيرج بتأسيس موقع "الفيس بوك" على النطاق وتخليداً في 4 نوفمبر من عام 2004 وانضمّ كلٌّ من "إدواردو سافرين" (المدير التنفيذي للشركة) و "داستين موسكوفيتز" تطوّر (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004، فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل، اتّسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئاً فشيئاً أصبح متّاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة.²

¹ رانيا محمود الكيلاني، التحرش الجنسي من الواقع الاجتماعي إلى الفضاء الافتراضي (القاهرة: روابط للنشر والتوزيع، ط1، 2018) ص147.

² على محمد عبد الله، شباب الفيس بوك ، (مصر: وكالة الصحافة العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2017) ص48.

2.1 خصائص وسمات الفيس بوك:

صفحة الملف الشخصي:

غالبًا ما يُطلق عليه "الجدار"، حيث يُقدّم المستخدمون أنفسهم. تُضيف صورة الملف الشخصي الصغيرة إلى صورة غلاف كبيرة في أعلى الصفحة، يتم تقديم اسم المستخدم أدناه مع بعض المعلومات الأساسية وبعض الأزرار التي تشير للأصدقاء والصور و "الإعجابات". يُوجد أدناه المنطقة التي تظهر فيها "تحديثات الحالة".

يُمكن للمستخدمين نشر أي شيء يُريدونه في حالتهم، ويمكن للأصدقاء الرد على هذا البيان عن طريق التعليقات النصية أو بالإعجاب (يُظهر مباشرة أسفل الحالة). في الصفحة الرئيسية ، أيضًا غالبًا ما يُطلق عليه "موجز الأخبار"، يتم إبلاغ المستخدمين بتحديثات الحالة والأنشطة الأخرى (الانضمام إلى المجموعات أو أن يصبحوا مُعجبين بشيء يحلو لهم) من أصدقائهم.

وبالتالي فهو يعكس بشكل تلقائي وترتيب زمني أبرز ما كان يفعله الأصدقاء في الماضي ساعات بمجرد إنشاء ملف تعريف، يُمكن للمستخدم الجديد البدء في البحث عن أصدقاء وإرسال طلبات صداقة. وظائف كتطبيق عبر الإنترنت لمشاهدة والإطلاع أو "عرض" الإنتاج والاستهلاك في نفس الوقت.¹

الإشعارات :

تُشبه الإشعارات الطلبات ولكنها تفتقر إلى العبارة التي تحت المستخدم على اتخاذ إجراء. يُمكن لتطبيقك إرسال إشعارات نيابة عن المستخدم دون طلب تفاعله. على عكس الطلب الذي يُمكن إرساله فقط إلى أصدقاء المستخدم، يُمكن إرسال الإشعارات إلى أي مُستخدم لتطبيقك. يُحدّد Face - book عدد الإشعارات التي يُمكن أن يُرسلها التطبيق للمستخدم في يوم مُعيّن. يُمكن للمستخدمين إختيار حظر الإشعارات من التطبيقات الخاصة ويمكنهم أيضًا وضع علامة على إشعار على أنه بريد عشوائي. كُن حذرًا عند إرسال الإشعارات بما يكفي من المستخدمين لوضع علامة على إشعاراتك كرسائل غير مرغوب فيها، وستقد القدرة على إرسال الإشعارات لمدة ثلاثين يومًا.²

¹ Ralf Caers , Tim De Feyter & others, **Facebook : A literature review** , New Media & Society, SAGE ,2013, 15 (06), PAGE 983/984.

<https://www.researchgate.net/publication/258173969> Facebook A literature review

² Michael J. Mangino , **Developing Facebook Platform Applications with Rails** , THE pragmatic bookshelf , USA , 2008, p 30. <https://theswissbay.ch/pdf/Gentoomen%20Library/Programming/Pragmatic%20Programmers/Developing%20Facebook%20Platform%20Applications%20with%20Rails.pdf>

قصص عامة وقصص حديثة:

يَسْتَعْمِلُ نِظَامَ الْفَيْسِ بُوكَ مُصْطَلَحَ (قِصَص) لِيعَيِّرَ عَن مَنشُورَاتٍ وَتَحْدِيثَاتِ الْأَصْدِقَاءِ، وَقَدْ قَامَ بِتَقْسِيمِ هَذِهِ الْقِصَصِ (الْمَنشُورَاتِ) إِلَى قِصَصِ مُهَمَّةٍ وَقِصَصِ حَدِيثَةٍ، حَيْثُ تُظْهِرُ الْقِصَصِ الْمُهَمَّةِ أَوْلَا فِي بَدَايَةِ الصَّفْحَةِ، وَتَحْتَهَا تُظْهِرُ الْقِصَصِ الْحَدِيثِ الْقِصَصِ الْمُهَمَّةِ يَكُونُ مُعَلِّمٌ عَلَيْهَا فِي زَاوِيَتِهَا الْعُلُويَّةِ مَثَلَتْ بَاهِتِ اللَّوْنِ وَإِذَا أَرَادَ الْمُسْتَعْمِدُ أَنْ يُنَبِّهَ النِّظَامَ إِلَى أَنَّ هَذَا الْمَنشُورَ غَيْرُ مُهِمٍّ فَمَا عَلَيْهِ إِلَّا النَّقْرَ عَلَى هَذَا الْمَثَلِ لِيُنَبِّهَ النِّظَامَ إِلَى ذَلِكَ، وَكَذَلِكَ هُوَ الْأَمْرُ بِالنِّسْبَةِ لِلْمَنشُورَاتِ غَيْرِ الْمُهَمَّةِ حَيْثُ يُمَكِّنُ لِلْمُسْتَعْمِدِ النَّقْرَ عَلَى مَكَانِ الْمَثَلِ الْبَاهِتِ لِتَصْبِحَ قِمَّةُ مُهَمَّةٍ وَتُظْهِرُ فِي الْمَقْدَمَةِ.¹

مربع التنبيهات السريعة أو Ticker

أَصَافَتْ إِدَارَةُ الْفَيْسِ بُوكَ مَرْبَعًا جَانِبِيًّا يُظْهِرُ فِي صَفْحَةِ الْمُسْتَعْمِدِ الرَّئِيسِيِّ، هَذَا الْمَرْبَعِ يَقُومُ بِعَرْضِ تَنْبِيهَاتٍ لِمَا يَقُومُ بِهِ أَصْدِقَاؤُكَ الْآنَ، فَإِذَا قَامَ صَدِيقُكَ بِالتَّغْلِيْقِ عَلَى مَنشُورٍ أَحَدُهُمْ فَإِنَّ تَنْبِيهًا بِهَذَا الْخُصُوصِ سَيُظْهِرُ لَكَ مُبَاشَرَةً فِي هَذَا الْمَرْبَعِ، فَقَدْ قَرَّرَتِ إِدَارَةُ الْفَيْسِ بُوكَ إِرسَالَ رِسَالَةٍ وَاحِدَةٍ يَوْمِيًّا تَحْوِي مُلْخَصًا لِمَا تَمَّ وَمَا قَامَ بِهِ أَصْدِقَاؤُكَ، بَدَلًا مِنْ إِرسَالَ رِسَالَةٍ مُنْفَصِلَةٍ لِكُلِّ نَشَاطٍ أَوْ رِدٍّ أَوْ مَنشُورٍ. وَإِذَا نَقَرْتَ عَلَى هَذَا التَّنْبِيهِ سَيُظْهِرُ لَكَ مَرْبَعًا يَعْضِضُ لَكَ تَفَاصِيلَ هَذَا التَّنْبِيهِ بِأَنْ يَعْضِضُ لَكَ مَثَلًا نَصَّ التَّغْلِيْقِ الَّذِي كَتَبَهُ صَدِيقُكَ. عَلِمًا بِأَنَّ التَّنْبِيهَاتِ تُظْهِرُ دَاخِلَ الْمَرْبَعِ عَلَى شَكْلِ شَرِيْطٍ مُتَحَرِّكٍ.

الإشارة على الصور أصبحت بإذن:

مَنْ لَا يَعْرِفُ خَاصِيَّةَ الْإِشَارَاتِ عَلَى الصُّورِ، هِيَ خَاصِيَّةٌ تَسْمَحُ لِلْمُسْتَعْمِدِ بِوَضْعِ عِلَامَاتٍ عَلَى الصُّورِ الَّتِي يَقُومُ بِرَفْعِهَا إِلَى حِسَابِهِ فِي الْفَيْسِ بُوكَ، هَذِهِ الْعِلَامَاتُ تَدُلُّ عَلَى أَصْدِقَاءِ لَهُ مَوْجُودِينَ فِي الصُّورَةِ بِحَيْثُ تُظْهِرُ هَذِهِ الصُّورَةَ فِي صَفْحَةِ أَصْدِقَائِهِ الْمُعَلِّمِ عَلَيْهِمْ فِيهَا، لَكِنْ الْمَشْكَلَةُ أَنَّ الْكَثِيرَ مِنَ الْمُسْتَعْمِدِينَ يَسْتَعْمِلُونَ هَذِهِ الْخَاصِيَّةَ لِتَنْبِيهِ الْأَخْرِينَ بِالصُّورِ الَّتِي يَرْفَعُونَهَا مِنْ دُونِ أَنْ يَكُونُوا مَوْجُودِينَ فِعْلًا دَاخِلَ هَذِهِ الصُّورِ، وَهُوَ مَا يُزْعِجُ الْكَثِيرَ مِنَ الْمُسْتَعْمِدِينَ الْمِيْزَةَ الْجَدِيدَةَ الَّتِي أَصَافَهَا الْفَيْسِ بُوكَ هِيَ أَنَّهُ عِنْدَمَا يُشِيرُ أَحَدُ أَصْدِقَائِكَ إِلَيْكَ فِي صُورَةٍ خَاصَّةٍ بِهِ فَإِنَّهُ لَنْ يَتِمَّ إِعْتِمَادُ الْإِشَارَةِ إِلَّا إِذَا وَافَقَتْ أَنْتَ عَلَيْهَا، سِتْلَاحِظْ عِنْدَ فَتْحِ صَفْحَتِكَ الشَّخْصِيَّةِ أَنَّهُ يُوجَدُ تَصْنِيفٌ جَدِيدٌ بِجَانِبِ الْقَائِمَةِ الْجَانِبِيَّةِ تَحْتَ كَلِمَةِ (خَائِطٌ) مَكْتُوبٌ عَلَيْهَا (بِحَاجَةٍ لِلْمَرَاجَعَةِ) وَعِنْدَ النَّقْرِ عَلَى هَذِهِ الْكَلِمَةِ سَيَفْتَحُ لَكَ صَفْحَةً بِهَا الصُّورُ الَّتِي تَمَّتْ الْإِشَارَةُ لَكَ فِيهَا مُنْتَظَرَةُ الْإِذْنِ مِنْكَ أَوْ عَدَمِ الْإِذْنِ.²

¹ ماهر عودة الشمالية، محمود عزة اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص 207.

² مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2016) ص 123 124.

سمة Gifts أو الهدايا:

أطلق الفيس بوك في 8 فبراير عام 2008، سمة **Gifts** أو الهدايا، التي تُتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها في 14 مايو من عام 2008، أطلق الفيس بوك سمة **Marketplace** أو السوق الذي يُتيح للمستخدمين نشر إعلانات مَبَوَّبة مجانية.

وقد قامت شركة "سي نت" بمقارنة هذا التطبيق مع موقع كريجزليست، حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام **Marketplace** تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كريجزليست فيمكن لأي شخص مشاهدتها في 20 يوليو من عام 2008، قدم الفيس بوك إمكانية "Facebook Beta" نسخة تجريبية من الفيس بوك. عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة كما تم دمج سمي "Mini - Feed" و "Wall" ، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جُهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً.¹

وقد أضافت إدارة موقع الفيس بوك مع مطلع الشهر الخامس من 2016 خاصية جديدة بترجمة التعليقات إلى اللغة الإنجليزية والعربية أو من أية لغة أخرى يكتب بها المتحدث إلى اللغة الإنجليزية، وهذه تُتيح للأفراد التواصل بعيداً عن مُعوق اللغة، فضلاً عن إضافة خاصية الاتصال المباشر عن طريق موقع الفيس بوك لأكثر من (50) شخصاً في آن واحد، والإدارة في صدد تحويلها إلى مُكالمة مرئية تُتيح للمستخدمين من المجموعات التواصل ومناقشة الموضوعات المشتركة لأجل حلها من دون الحاجة لقطع مسافات لعقد مثل هذه الندوات ويمكن عرض هذه الحوارات المرئية بواسطة شاشات مناسبة لأجل تحقيق غنصر الجذب والانتباه.²

¹ مجموعة من الأكاديميين في مجال العلوم الإنسانية، مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز تفاعل الثقافات في العصر

الرقمي، إشراف السعيد مبروك ابراهيم، (القاهرة: دراسة من اعداد مؤسسة الباحث للاستشارات البحثية، 2019) ص 74

² غالب كاظم جياذ الداعي، المرجع السابق، ص 84.

أهمّ ملامح تلك التّعدّلات الجديدة مع إعطاء مُوجزٍ لِكُلِّ مِنهَا .التّحكّم في إظهار نشاطك على الصّفحة الرّئيسيّة News « هي خاصيّة جيّدة تسمّح لك بتحديد مُستوى أمان لِكُلِّ قِطَاعٍ أو نشاط مُنفصل من مُحتوى صفحتك لعرضه في الصّفحة الرّئيسيّة « News Feed ، في تلك الرّوابط links والحالة status updates، والفيديوهات ، والصّور ، وتحديث بياناتك من الهويّات والحالة الاجتماعيّة وغيرها.¹

2 خدمات، واستخدامات موقع الفيس بوك.

1.2 خدمات موقع الفيس بوك:

يُتيح موقعًا الفيس بوك العديد من الخدمات الاتّصاليّة والتّواصلية التي يُوفرها لمُستخدمين والتي لها دور كبير في زيادة شعبيّة موقع الفيس بوك، وهذه الخدمات:

محتوى المجموعة يقوم ببنائه المُستخدمون:

يُوفّر موقع الفيس بوك لِجميع الأدوات المبتكرة والخدمات الاتّصاليّة الفعّالة، بحيث يُؤمّن كُلّ مُستخدمٍ ببناء مُحتوى صفحته، وبالتالي تتكوّن شبكة مُتفرّعة لا نهاية لها من المُحتوى الخاص بِكُلِّ مُستخدمٍ. التّواصل المستمر بين المُستخدمين: يُوفّر موقع الفيس بوك خدمة التّواصل الفعّال ليس فقط الاتّصال المباشر بين الأفراد، وإنّما هو أن تصل نشاطات وأخبار مُستخدمٍ إلى مُستخدمٍ آخر بِشكل آليّ دون تدخّل يدويّ، ويمكن أيضًا الإعجاب والتعليق وإبداء الآراء والمناقشة بشأن تلك النّشاطات والأخبار والموضوعات التي تمّ نشرها.

التحكم في المُحتوى المعروف:

يُتيح موقعًا الفيس بوك روابط لخدمات والأدوات التي يُمكن إستخدامها في إضافة الأصدقاء، وتحديد من يرغب في مُشاهدة أنشطته وأخباره، وروابط المواقع والصفحات التي ترغب في عرض مُحتواها لديه، وعلى أساس إختياراته يتمّ تحديد مُحتوى صفحته، فالشّخص هو فقط من يُحدّد المُحتوى الذي سيُعرض على صفحته.

اكتساب خبرات متعدّدة:

يُوفّر موقع الفيس بوك للمُستخدمين العديد من الصفحات التي من شأنها رفع الخبرة الشّخصيّة للفرد المُستخدم، فإن الاتّصال والتّواصل الإلكترونيّ الذي يُقوم به مُستخدمو موقع الفيس بوك يجعلهم يكتسبون خبرات جيّدة عبر وجود أشخاص مُتخصّصين في المجالات كافّة.²

¹ شريف كمال، سامي الطرابيشي، كل شيء عن الفيس بوك وثروة الغضب (دار الروضة للنشر والتوزيع، ط1، 2011) ص 39 40.

² بوهدة شهرزاد، دور الإذاعة المحليّة في تنمية المجتمع المحليّ الجزائريّ دراسة ميدانيّة على عينة من مُستخدمي صفحة الفيس بوك لإذاعة المدينة نموذجًا، المجلة الجزائريّة لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد3، العدد 2، جانفي 2021 ص 367. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142002>

- إعادة الاتصال بالأصدقاء القدماء وإقامة صداقات جديدة .
- تعقب ما يقوله أصدقاؤك وما يفكرون به وما يفعلونه
- المشاركة بالمعلومات مع الأصدقاء بنشر ملاحظات وارتباطات وصور وأفلام فيديو.
- استعمال التطبيقات للعب ألعاب مع أصدقاء حول العالم، تبادل الهدايا فضلا عن نشر الأخبار في المجالات المختلفة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحث على نشر الأفلام والصور حول هذه المواضيع للإطلاع عليها.¹

عدد مرات الإعجاب Numbers of Likes:

حيث يوفر الفيس بوك خاصية التعرف على عدد مرات الإعجاب "Likes" سواء إجمالي عدد مرات الإعجاب على الصفحة بشكل عام، أو عدد الإعجاب على كل منشور بشكل منفرد، وكذلك يوضح مصادر الإعجاب المختلفة سواء كانت نتيجة توصيات المستخدمين "Suggestions"، أو من خلال الإعلانات على الفيس بوك "Banner Ads"

معدلات الوصول Reach:

يوفر الفيس بوك الرسوم البيانية التي تستعرض نسب تفاعل جمهور الصفحة في الأوقات المختلفة التي تقوم المنظمة بتحديدتها مسبقاً، من حيث أعداد مشاهدي المنشورات "Views" في الأوقات المختلفة، والتعليقات "Comments"، ونسب المشاركة "Shars".

هذا بالإضافة إلى خدمة معدلات التفاعل مع المنشورات Posts ومعدلات الزيارة Visits.²

2.2 استخدامات موقع الفيس بوك:

كشفت دراسة أجرتها مؤسسة الأبحاث الوطنية بالولايات المتحدة أن العديد من الأمريكيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول صحتهم، ويستخدم معظمهم موقع Facebook الاجتماعي الشهير كوجهة لهم أو إختيارهم الأفضل.³

¹ مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة على موقع الفيس بوك، (قسنطينة: ألفا للوثائق، ط1، 2016) ص164.

² نرمين علاء الدين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات، عبر وسائل التواصل الاجتماعي (القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2020) ص ص 25 26.

³ عامر ابراهيم القندبجلي، الإعلام والمعلومات والإنترنت (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2013) ص ص 287 288.

مُتفقون على أن يكون خيار ل تعود مواقع فيديو **YouTube** أكثر الأماكن شهرة للحصول على مثل هذه المعلومات ، حيث يعتبر **MySpace** و **Twitter** من الأماكن المفضلة للعثور على المعلومات يُعتقد واحد من كل أربع مشاركا أيضا أن هذه المواقع الاجتماعية مهمة جدًا أو يمكن أن تؤثر على القرارات المتعلقة بالصحة في المستقبل. مع كثرة المستخدمين العرب والأجانب الذين لديهم حسابات على موقع فيس بوك اليوم، تجدر الإشارة إلى أن موقع فيس بوك أصبح ميزة شائعة للجميع في فترة زمنية قصيرة نسبيًا، على سبيل المثال، رصدت صحيفة العرب اليوم الأردنية آراء الشباب الأردني فيما يتعلق بالمراجع الشعبية للمواقع الإلكترونية.

لأن مواقع الويب هي ملذات لسحب المعلومات المهمة لحياتهم العامة والخاصة يستخدمه بعض الأشخاص، وخاصة النساء، كمرجع وحيد للجمال، وغالبًا ما يحصلون على معلوماتهم من العديد من المواقع المخصصة لهذا المجال. نعتقد أنك تحصل على ما تحتاجه فيما يتعلق بالمعلومات المتعلقة بالعائلة، والأبوة والأمومة، وكيفية التعامل معها.¹

3 جمهور الفيس بوك.

النموذج الأول: المتخفي

ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثير ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يفهمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، ويقول الكاتبان: هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين.

النموذج الثاني: رفيق المدرسة (لم تلتق منذ وقت طويل)

بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان: هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبًا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة رسالة تثير فضولًا كبيرًا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يخفي ولا يبقى سوى اسمه لأتحة الأصدقاء.²

¹ المرجع نفسه، ص 288.

² محمد الدين إسماعيل الديهي، تأثير التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين (الإسكندرية: الناشر مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015) ص ص 462

النموذج الثالث : الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة

هُم أصدِقاء غَيْر مُرِجِين ، وَيتَوَقَّف الكاتِبان عِنْد هَذِهِ النُّوعِ مِنَ الأَصْدِقاء ، الَّذِينَ يَتَجَسَّسون عَلى صَفَحات المُشترِكين فِي أَلْفِيس بُوْكَ ، وَقَد يُثيرون بَعْض المُشاكل غَيْر المَريحَة لِصاحب الصَّفحة ، كَوْن أَنهُم يُحاولون التَّأثير عَلى عَلاقته الجَديدة ، وَخَلق المُشاكل فِي عَلاقته مَعَ أَصدِقاءه الجُدد.¹

النموذج الرابع : الأبوين

لَا شك أَنَّ الكَثِير مِنَ الآباءِ والأُمَّهات لَما يَعرِفون عَن أَلْفِيس بُوْكَ ما يَكفي ، إِضافةً إِلى أَنهُم لَما يَربِغون فِي حَوضِ هَذِهِ التَّجربة الجَديدة ، لَكن حِرْصهم عَلى أولادهم يَُدفعهم فِي الكَثِير مِنَ الأَحيان إِلى التَّطَلُّ عَلى إهْتِمامات الأَبناء والأَبْناة بِهَذَا التَّواصلِ الاجْتِماعيِّ ، وَالدُّخولُ إِلى صَفحاتهم وَطَلَبِ صَدَاقَة أبنائهم ، الَّذِينَ يَقومون بِتَشكيلِ مَجاميع مِنَ الأَصْدِقاء تَحديِّ مِنَ تَدخُّلاتِ الآباءِ فِي شُؤونهم ، وَمِن هَذِهِ المَجموعاتِ الَّتِي يُشكِّلونها الأَبْناة (دَعوْنَا نُقْصي الآباءِ مِنَ أَلْفِيس بُوْكَ).²

النموذج الخامس : المدير

يَتَسِم هَذَا النَّمُودج بِطابعِ أَكثَر ما يُقالُ عَنهُ تَجَسُّبي - نَرَجِسيِّ فالْمَدير يَفْتَح صَفحةً شَخْصِيَّةً لَهُ عَلى الفِيس بُوْكَ، وَيَدعو العَاملين عِنْدَه بِالتَّسجِيلِ فِي الفِيس بُوْكَ وَالدُّخولِ إِلى صَفحاتِهِ الخاصَّة، وَمِن هُنَا يُحَقِّق نَرَجِسيَّةً بِإِعتبارِهِ يَتَحَكَّم فِيهم حَتَّى وَهُم فِي العالَمِ الافتِراضِيِّ، هَذَا مِنَ نَاحِيَةِ، وَمِن نَاحِيَةِ أُخْرَى يُصْبِحون تَحْتِ أنظَرِهِ وَيراقِب تَحركاتِهِم وسلوكِهِم.

النموذج السادس : القريب

يَرى الكاتِبان فِي هَذَا النَّمُودج أَنَّهُ: "لَا دَاعِي لِمَكالمةِ القَريبِ البَعيدِ، لِمَعرِفَةِ كَيْفِ حالِهِ. فالخَبَرُ يُمكن قِراءَتَهُ عَلى الفِيس بُوْكَ. وَلَا حَاجَة لِلحديثِ عَن الجَدِّ أو الجَدَّةِ أو عَن أَشياءِ لَا أَهمِيَّةَ لَهَا. فمَوقِعِ فِيس بُوْكَ يَمَنحُ إِمكانِيَّةَ البَقاءِ عَلى إِتصالِ بِهِؤلاءِ الأَقاربِ دُونَ الحَاجةِ لِلإِتصالِ بِهِم.

النموذج السابع : الأصدقاء الحقيقيون

يَخْلُص الكاتِبان إِلى أَنَّ الأَصْدِقاءَ الحَقيقيُّونَ هُم أَصدِقاءُ بِصَرفِ النَّظَرِ إِن أُضيفوا إِلى العالَمِ الافتِراضِيِّ أو لَا، وَيقولان " :الَصَدِيقُ الحَقيقيُّ هُوَ الصَدِيقُ الَّذِي نَعرِفُهُ مُنذُ وَقْتِ طَويلِ. فِي هَذِهِ الحَالةِ لَا يَحْتَاجُ المرءُ لَأَلْفِيس بُوْكَ لِلحَفَاطِ عَلى الصَّدَاقَة. لَكن ضَمَّ هؤلاءِ الأَصْدِقاءِ إِلى لِأِحةِ الأَصْدِقاءِ عَلى الفِيس بُوْكَ هُوَ أَمْرٌ طَبِيعِيٌّ.³

¹ المرجع نفسه، ص 463.

² الحسن السوداني، محمد المنصور هيبه، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين (الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، 2016) ص112.

³ محمد الدين إسماعيل الديهي، تأثير التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، المرجع السابق، ص 463 464.

4 أسباب و دوافع استخدام الفيس بوك:

1.4 أسباب استخدام الفيس بوك:

- هُنَاكَ عِدَّةُ سَبَابٍ تَدْفَعُ الْجُمْهُورَ لِاسْتِخْدَامِ مَوْعِ فَيْسِ بُوكِ، إِذْ إِنَّ مَوْعًا فَيْسِ بُوكِ جَاءَ بِعَدَدٍ كَبِيرٍ مِنَ الْمُمَيَّزَاتِ الَّتِي جَعَلَتْهُ يَتَصَدَّرُ قَائِمَةً إِهْتِمَامَاتِ الْمُسْتَحْدِمِينَ، وَمِنْ هَذِهِ السَّبَابِ هِيَ:
- يَسَاعِدُ عَلَى التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ وَقَضَاءِ أَوْقَاتٍ مَعَ الْآخَرِينَ
 - يُسَاعِدُ عَلَى اكْتِشَافِ الْأَشْخَاصِ وَالْأَفْكَارِ وَالْمَوَاهِبِ وَالْقُدْرَاتِ الشَّخْصِيَّةِ.
 - سُرْعَةَ تَبَاذُلِ الْمَعْلُومَاتِ وَالْأَخْبَارِ. يُمَكِّنُ الْأَشْخَاصَ مِنْ اسْتِخْدَامِ التَّطْبِيقَاتِ وَالِاسْتِقْصَاءَاتِ وَالْمَشَارَكَةِ مَعَ الْآخَرِينَ.
 - يُمَكِّنُ اسْتِخْدَامَ مَوْعِ فَيْسِ بُوكِ فِي الْمَرَاسِلَةِ كَبَدِيلٍ لِلْبُرِيدِ الْإِلِكْتُرُونِيِّ.
 - تَوَاجَدُ الْعَدِيدِ مِنَ الْمَوْسَّسَاتِ وَالْمُنظَّمَاتِ وَالشَّرَكَاتِ مِمَّا يُتِيحُ لِلْجُمْهُورِ التَّفَاعُلَ مَعَ تِلْكَ الْمَوْسَّسَاتِ وَالتَّعَرُّفَ عَلَى أَخْبَارِهَا.
 - الْحُصُولَ عَلَى تَعْدِيَةِ مُرْتَدَّةٍ لِأَشْخَاصٍ وَالتَّعَرُّفَ عَلَى آرَائِهِمْ وَتَوَجُّهَاتِهِمْ وَالتَّعَرُّفَ عَلَى عَادَاتِهِمْ وَتَقَالِيدِهِمْ جَلِبَ الرُّؤَاةِ وَالْمُعْجِبِينَ لِمَوْعِ الشَّخْصِ أَوْ الْجِهَةِ بِرَبْطِهِ مَعَ صَفْحَةِ فَيْسِ بُوكِ.
 - الْحُصُولَ عَلَى الْحَافِزِ الْاجْتِمَاعِيِّ وَتَشْجِيعِ الْآخَرِينَ.¹

2.4 دوافع استخدام الفيس بوك:

الحاجة لمعرفة شخص آخر:

يَحْتَاجُ الْفَرْدُ فِي مَرَحَلَةِ الشَّبَابِ أَنْ يَبْدَأَ فِي التَّعَرُّفِ وَتَكْوِينِ إِتِّصَالٍ مَعَ الْجِنْسِ الْآخَرَ، وَبِالنَّظَرِ إِلَى مُجْتَمَعَاتِنَا الْمَحَافِظَةِ فَإِنَّ هَذِهِ الْحَاجَةَ يَصْعُبُ إِشْبَاعُهَا لَدَى الشَّبَابِ ضِمْنَ الْأَطْرِ التَّقْلِيدِيَّةِ لِلْعَلَاقَاتِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ فِي الْمَجْتَمَعِ، فَيَجِدُ أَنَّ اسْتِخْدَامَهُ لِمَوْعِ (الفيس بوك) يُشْبِعُ هَذِهِ الْحَاجَةَ عِنْدَهُ سَوَاءً كَانَ هَذَا الْإِشْبَاعُ أَوْ جُزْئِيًّا.

الحاجة للمعرفة:

يَحْتَاجُ الشَّبَابُ إِلَى الْمَعْرِفَةِ الْوَاسِعَةِ فِي مُخْتَلَفِ الْمَجَالَاتِ، فَهُمْ تَوَاقُونَ دَائِمًا لِلْمَعْرِفَةِ الْوَاسِعَةِ، يَحْتَاجُونَ لِمَعْرِفَةِ مَا يَدُورُ حَوْلَهُمْ، وَمَا يَدُورُ فِي الْمَجْتَمَعَاتِ الْآخَرَى، إِذْ إِنَّ حُبَّ الْمَعْرِفَةِ وَالْمَغَامِرَةَ وَالْحَاجَةَ إِلَيْهِنَّ سِمَةٌ بَشَرِيَّةٌ تَجَلَّى فِي مَرَحَلَةِ الشَّبَابِ، وَيَبْدُو أَنَّ مَوْعِ (الفيس بوك) قَادِرٌ عَلَى تَقْدِيمِ الْإِشْبَاعِ الْمَعْرِفِيِّ وَتَرْوِيدِ الشَّبَابِ عُمُومًا بِمَعْرِفَةٍ مُتَعَمِّقَةٍ بِالعَالَمِ، لِمَا فِيهِ مِنْ تَنُوعٍ فِي كَافَّةِ الْمَجَالَاتِ.²

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2017) ص 202.

² ليلي أحمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012) ص ص 128 130.

5 إيجابيات و سلبيات الفيس بوك.

1.5 إيجابيات استخدام موقع الفيس بوك:

الفوائد الصِّحِّيَّة النَّفْسِيَّة والعواقب قام عدد من الباحثين، في السَّنوات الأخيرة، بتحرِّي احتمال وُجود صِلات بَيْن استخدام موقع الفيس بوك وغيره من مواقع التَّواصل الاجتماعي والصِّحَّة النَّفْسِيَّة. وَلَكِن هَذِهِ الأبحاث لَمْ تُقَدِّم حَتَّى الآن نَتَائِج قَاطِعَة. المنافع بِالنِّسْبَة لِلصِّحَّة النَّفْسِيَّة لَقَدْ جَرَى وَضَع عدد من الحُجج الَّتِي تُشير إلى أَنَّ الفيس بوك يُمكن أن يَكُون مُفيدًا لِلصِّحَّة النَّفْسِيَّة.

الفوائد الجدلية بالنسبة للصحة النفسية:

- التَّواصل الاجتماعي يُقلِّل من الاكتئاب والقلق .
- الفيس بوك ووسائل التَّواصل الاجتماعي يُمكن أن يَكُونًا مُفيدين لِالأشخاص الَّذِينَ يُعانون من القلق الاجتماعي، لِأَنَّ هَذِهِ الوسائل توفِّر الفرصة لِتَطْوِير العلاقات الاجتماعيَّة على شَبَكَة الإنترنت دُونَ حُدُوث الشَّدَّة الَّتِي تَنجُم عن التَّفاعل وَجَهًا لِوَجْه. يَتَرافَق التَّواصل على الفيس بوك مع نَقْص الاكتئاب والقلق وزيادة الرِّضاء.
- يَضُم الفيس بوك العَدِيد من مَجْموعات الدَّعْم المتبادل الخاصَّة بِالأفراد الَّذِينَ يتعرَّضون لِظروف صَعْبَة، ويستفيد من ذَلِكَ بِشكَل خاصِّ الأشخاص الَّذِينَ يعيشون في مَنَاطِق لَا تَتَوَفَّر فِيهَا وسائل أُخْرَى لِلتَّواصل والدَّعْم¹.

التعليم:

يُعد مَوْع الفيس بوك في الدُّول المتحضِّرة أسلوبًا رائدًا حَقَّق نجاحات كَبِيرَة على كُلِّ المستويات التَّعليميَّة، ممَّا أَعزَّى الكَثِير من الباحثين والدَّارسين إلى البَدْء بِدراسة ذَلِكَ أكاديميًّا، مَعْرِفَة تأثيراته الحاليَّة والمُسْتقبليَّة والعمل على تَطْوِير أدائِهِ.

فسح المجال للعلاقات الشَّخصيَّة:

وُجد **Facebook** أساسًا لِتسهيل التَّواصل والتَّعارف بَيْن الأصدقاء، وفسح المجال للعلاقات الشَّخصيَّة الَّتِي راحَت تَتَطَوَّر لَدَى البعض إلى مشاريع زَوَاج².

¹حسان أحمد قمحية، الفيس بوك تحت المجهر (الجيزة: النخبة للنشر والتوزيع، ط1، 2017) ص ص81 82.

²أمينة نبیح، المرجع السابق، ص 139.

2.5 سلبيات موقع الفيس بوك:

- زيادة حدة الاضطراب والتنافر الاجتماعي عن طريق وجود أزمات عدم الثقة والتدخل بشؤون الآخرين وتعزيز القيم الفردية والشعور بالنرجسية والانا والغرور لدى قسم من المشاركين.
- انتقال الإشاعات والمعلومات والأفكار السلبية من فرد أو مجموعة صغيرة إلى سائر أفراد المجتمع وخصوصاً الطلبة وهو ما يهمننا في موضوع البحث .
- انتهاك خصوصية المستخدمين وكشف الأسرار وتسريب المعلومات وقيام قرصنة الإنترنت بقرصة الصفحات واللجوء إلى الابتزاز بقصد الحصول على المنافع المادية وغيرها.
- تقلب الحالة المزاجية لعدد كبير من المستخدمين بسبب تلقي أخبار ومعلومات ومعطيات تؤدي إلى مشاعر مختلطة ومتضاربة في لحظة أو مدة قصيرة مثل الفرح أو الحزن أو الازتباك، التردد أو الحيرة وغير ذلك.
- وازدياد نزعة التسلية وهدم الوقت وعدم استثمار الطاقات والإبعاد عن الأجواء الدراسية.¹

ازدياد حالات الطلاق:

فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها **facebook** الواسع الانتشار، إحدى وسائل الإزعاج لمعظم الأزواج، رغم أهميتها للتواصل مع المعارف، إذ تؤكد الإحصائيات أن حالة من بين كل خمسة دعوى طلاق في بريطانيا كان السبب الرئيسي وراءها موقع **facebook** ، ونقلت صحيفة " ديلي ميل " البريطانية أن 20% من الدعاوى كانت من وراء **facebook** ، وأن السبب المشترك بينها هو أن أزواجاً أو زوجات أجزوا درذشات جنسية غير ملائمة مع رفاق آخرين.

تشجيع العلاقات العابرة:

أكدت دراسة تناولت ظاهرة مواقع التعارف وتأثيراتها الاجتماعية أن موقع **facebook** الذي يضم مئات ملايين المشتركين بات يؤثر في كيفية تعرف الشبان على الفتيات، كما تبدلت بسببه أساليب التعبير عن الحب وإعلان ألقوع في الغرام خاصة، وأن لدى فئة المراهقين ميل كبير إلى التواصل الاجتماعي، ويبدو أن الموقع يلعب دوراً كبيراً في صياغة علاقات الحب، أو بما يسمى العلاقات العابرة، التي قد تحدث صدمة لدى بعض الأشخاص أو حتى تدفعهم إلى الانتحار عند وقوع مشكلة.²

¹ سعد سليمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، المرجع السابق، ص 96.

² أمينة نبيح، المرجع السابق، ص ص 141 142.

خلاصة:

لقد أدت التحوّلات الكبيرة التي عرفها العالم بفضل الثورات الثلاث وخصّصة الثورة الإعلامية التي أفرزت وسائط جديدة لم تكن تُعرف من قبل ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي حيث تعددت استعمالاتها ووظائفها وخصائصها ومنها موقع الفيس بوك الذي يُعد أحد أكثر المواقع استخدامًا من قبل الشباب وهذا لسهولة استخدامه لجميع الفئات وشرائح المجتمع بالإضافة إلى المرونة في الاستخدام.

أين أفرزت هذه المواقع العديد من القضايا والمشكلات لمعالجتها وهنا نتحدث عن العزلة الاجتماعية التي يتسبب استخدام موقع الفيس بوك فيها وكذا العلاقات الاجتماعية الحقيقية التي تمّ تعويضها بأخرى افتراضية بالإضافة إلى ظهور نوع من حُبّ التقليد والتأثر البالغ الذي أثار على حسّ الانتماء وكذا الثقافة الفرديّة لدى الشباب بالإضافة إلى غياب الحسّ بالهوية الوطنية الثقافية وما تحمله من معاني سامية وقد زادت مواقع التواصل الاجتماعي وخصّصة موقع الفيس بوك من هذه المظاهر الخطيرة التي أصبح المجتمع الجزائري يُعاني منها ألا وهي ظاهرة تفشي الاغتراب الثقافي حيث أجريت دراسات كثيرة في هذا الصدد لتربط بين استخدام مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال موقع الفيس بوك وحوث الاغتراب الثقافي وتفشيهِ في المجتمعات العربية عموماً وكذا المجتمع الجزائري بشكل خاصّ ولذلك سنتحدث في الفصل الموالي ونحاول ربط نتائج وكذا تحديد طبيعة العلاقة بين استخدام موقع الفيس بوك والاغتراب الثقافي.

الفصل الرابع: الاغتراب والاعتراب الثقافي

تمهيد

تُعد ظاهرة الاغتراب عامّة والاعتراب الثقافي بشكل خاصّ بين من أخطر الظواهر الاجتماعيّة التي تُؤثر على الحياة وتمس بالشباب المعاصر وما زادها تأثيرًا على حياة الإنسان التطور التكنولوجي الهائل الذي يعرفه العالم اليوم في جميع مناجي الحياة .

حيث أضحت سيطرة تلك الوسائط التكنولوجيّة تفوق كلّ التوقعات وقامت بتحويل الشباب إلى عبد لها لا يستطيع العيش دونها وبالمقابل تراجع الجانب القيمي والأخلاقي والإنساني . فأصبح الإنسان بذلك يعيش ضمن دوامة القلق والتوتر والخوف والعزلة في ظلّ غياب العلاقات الاجتماعيّة الإنسانيّة الحقيقية بين الأفراد وكذا الإحساس بالانتماء للوطن والاعتزاز بهويته وعاداته وتقاليدّه . فأخذت العولمة الثقافيّة أبعادًا خطيرة في تشكيل الاغتراب الثقافي

أولاً: رؤية شاملة حول مفهوم الاغتراب

1. الاغتراب عند المفكرين والفلاسفة، ومسار تطوره:

1.1. الاغتراب عند بعض المفكرين والفلاسفة:

وهو ذلك الشعور بالبعثرة وكذا فقدان الثقة وقلة الانتماء ومعارضة القيم والأعراف الاجتماعية والمعاناة من الضغط النفسي والوحدة الشخصية المعرضة للضعف والتفكك بتأثير العمليات الثقافية والاجتماعية التي تحدث داخل المجتمع.¹

يعد هيجل أول من استخدم مفهوم الاغتراب بالشكل الكيفي، حيث يعتبر الاغتراب عنده حقيقة متأصلة لدى طبيعة وجود الشخص، حيث إنه يوجد انفصال متأصل في وجود الفرد كفاعل وموضوع لأفعال الآخرين، بين الشخص كقوة إبداعية تسعى لتحقيق الذات، وبين الفرد كموضوع يتأثر ويتشكل من قبل الآخرين.²

إن "الاغتراب" لدى هيجل يعني أن الفرد قد فقد نفسه ولم يعد يعتبره مركز لنشاطه فالفرد يمتلك العديد ويستعمل الكثير، لكنه كائن صغير كلما كنت تافها، قل تعبيرك عن حياتك، وكلما زاد عدد الممتلكات لديك، كلما أصبحت حياتك أكثر اغتراباً. ليس الفرد غير مهم فحسب، بل إنه لا معنى له لأنه محكوم بأشياء وظروف عسامية.³

إن الجذور اللغوية والفكرية لمصطلح الاغتراب عند فروم، حيث يُعتبر من المفكرين القلائل الذين منحوا لدراسة الاغتراب أهمية كبيرة لا تقل شأنًا عن دراسة أي إشكالية من إشكاليات الفلسفة الأخرى، فيرجع له الفضل في أنه قد جعل هو وآخرون مثل ماركيز، ولوكاتش - مفهوم الاغتراب من المفاهيم المعروفة في عصرنا الحالي. فمعنى الاغتراب هو ذلك النمط من التجربة التي يعيش فيها الفرد نفسه كغريب، ونستطيع القول إنه أصبح غريباً عن نفسه، إنه لم يعد يعيش نفسه كمركز لعالمه وكخالق لأفعاله - بل إن أفعاله ونتائجها تُصبح سادته الذين يُطيعهم، أو الذين حتى قد يعبده.⁴

¹ عبد الله، عبد الله، الاغتراب النفسي وعلاقته بالصحة النفسية لدى طلاب الجامعة دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعة في الجزائر العاصمة، مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، مارس 2020، المجلد 08، العدد 01، جوان 2020، ص 177. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112114>

² عبد الله عويدات، حمادنة لورنس، مظاهر الاغتراب عند معلمي المرحلة الأساسية في الأردن، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 2، ص 129. متاح على الرابط <http://repository.yu.edu.jo/jspui/handle/123456789/2946>

³ إيريش فروم، كينونة الإنسان، تر محمد حبيب (دار الحوار لنشر والتوزيع، ط1، 2013) ص 28

⁴ حسن حماد، الإنسان المغترب عند ايريك فروم (القاهرة: مكتبة دار الكلمة، 2005) ص 59 - 60.

وَفِي الْأَخِيرِ نَسْتَنْتِجُ أَنَّ فِكْرَةَ فُرُومٍ تَأَسَّسَتْ عَلَى أَسَاسٍ أَنَّ لِكُلِّ شَخْصٍ طَبِيعَتَهُ الْبَشَرِيَّةَ وَأَنَّ وَظِيفَةَ الْحَضَارَةِ وَالْمُجْتَمَعِ هِيَ أَنْ تُعْطِيَهُ الْفُرْصَةَ لِتَحْقِيقِ هَذِهِ الطَّبِيعَةِ وَيَرَى أَنَّهُ عَلَى الرَّغْمِ مِنْ أَنَّ كُلَّ الْمُجْتَمَعَاتِ تُعْطِي حُلُولَ الْمَوَاقِفِ الْإِنْسَانِيَّةِ وَأَنَّ الْعَدِيدَ مِنْهَا مُجْتَمَعَاتٌ غَيْرٌ صَحِيحَةٌ نَظْرًا لِكُونِهَا تُعِيقُ تَقَدُّمَ الْفَرْدِ وَنُمُوهُ وَتَجْعَلُ مِنْهُ شَخْصًا مُغْتَرِبًا وَتَحْرِمُهُ مِنَ الشُّعُورِ الْحَقِيقِيِّ بِهَيُوتِهِ الدَّاتِ وَيَأْمَلُ فُرُومٌ فِي مُجْتَمَعٍ عَامِلٍ سَلِيمٍ قَائِمٍ عَلَى الْحُبِّ وَالْتِمَاسِكِ إِجْرَاءَاتِ الْبَحْثِ.¹

وَيُعْتَبَرُ الْمَفْكَرُ كَارْلُ مَارِكْسُ الْإِشْتِرَاكِيَّ مِنْ رُؤَادِ تَحْلِيلِ مُصْطَلَحِ الْإِغْتِرَابِ، إِذْ حَاوَلَ أَنْ يَبْحَثَ مُصْطَلَحَ الْإِغْتِرَابِ فِي مَجَالِ الْحَيَاةِ الْاِقْتِصَادِيَّةِ، وَنَظَرَ إِلَى هَذَا الْمِصْطَلَحِ مِنْ زَاوِيَةِ الْأَشْيَاءِ الَّتِي يَتِمُّ إِنتَاجُهَا، كَمَا نَظَرَ إِلَى هَذَا الْجَانِبِ كَنْتِيجَةَ لِحَقِيقَةِ أَنَّ الْفَرْدَ قَدْ أَصْبَحَ مَفْضُولًا عَنْ عَمَلِيَّةِ الْإِنتَاجِ نَفْسَهَا، وَرَأَى أَنَّ الْإِغْتِرَابَ صُورَةً مِنْ صُورٍ عَجَزَ الْفَرْدُ أَمَامَ قُوَى الطَّبِيعَةِ وَالْمُجْتَمَعِ وَإِنْ كَانَ السَّبَبُ يَرْتَبِطُ بِنَشَاطِهِ بَعْدَهُ نَشَاطًا مُقِيدًا فَإِنَّهُ عَلَى عِلَاقَةٍ بِهِ بِوَضْعِهِ نَشَاطًا يَتِمُّ فِي خِدْمَةِ فَرْدٍ آخَرَ وَتَحْتَ سَيْطَرَتِهِ، فَهُوَ يَظُنُّ أَنَّ إِغْتِرَابَ الْعَمَلِ يَتَضَمَّنُ تَسْلِيمًا .

فِي حِينِ نَجِدُ فُوير باخ - وَالَّذِي يُعْتَبَرُ أَحَدَ تَلَامِيذِهِ هِيْجِل - فَقَدْ قَصُرَ مَجَالُ اسْتِخْدَامِ هَذَا الْمِصْطَلَحِ عَلَى (الوَعْيِ الدِّينِيِّ وَالْفَلْسَفِيِّ وَالتَّأْمُلِيِّ)، نَظْرًا لِكُونِهِ يَرَى أَنَّ الْإِغْتِرَابَ الدِّينِيَّ يُشَكِّلُ قَاعِدَةَ كُلِّ إِغْتِرَابٍ سَوَاءً (فَلْسَفِيٍّ أَوْ إِجْتِمَاعِيٍّ نَفْسِيٍّ أَوْ بَدَنِيٍّ)، فَحَسَبَهُ الدِّينُ يُعَدُّ أَسَاسَ كُلِّ نِظَامٍ سِيَاسِيٍّ، وَنَظْرًا لِذَلِكَ يُعْتَبَرُ أَنَّ الْفَرْدَ يَخْتَاجُ لِشَرِيعَةِ الدَّوْلَةِ الْفَعْلِيَّةِ الْإِنْسَانِيَّةِ، وَلَيْسَ إِلَى شَرِيعَةِ الدَّوْلَةِ الْمَسِيحِيَّةِ. أَمَّا سَارْتِرُ فَيَرَى أَنَّ الْإِغْتِرَابَ عَنِ الدَّاتِ يَنْتِجُ عَنِ ظُرُوفِ الْحَيَاةِ الْمُعَاشَةِ فِي هَذَا الْعَالَمِ الَّذِي يَتَمَيَّزُ بِاللَامَعْنَى وَالْعَبَثِيَّةِ، لِأَنَّ الْإِغْتِرَابَ فِي مَفْهُومِهِ مَا هُوَ إِلَّا إِنْجَامُ الْحُرِيَّةِ الْإِنْسَانِيَّةِ، وَنَظْرَةَ الْآخَرِينَ فِي نَظَرِهِ سَبَبٌ مِنْ أَسْبَابِ الْإِغْتِرَابِ عَلَى الْمَسْتَوَى الْفَرْدِيِّ، وَالْقَهْرُ وَالِاسْتَبْدَادُ وَالتَّغْذِيبُ وَالِاسْتِعْمَارُ جُلُهَا مِنْ أَسْبَابِ الْإِغْتِرَابِ عَلَى الْمَسْتَوَى الْجَمْعِيِّ.²

لَكِنْ رُوسُو، إِعْتَدْنَا عَلَيْهِ يَسْتَحْدِمُ، صِرَاحَةً، الْكَلِمَةَ الْفَرَنْسِيَّةَ (alienation) إِغْتِرَابَ) لِلتَّسْمِيَةِ تِلْكَ وَالْفِكْرَةَ، الَّتِي كَانَتْ عِنْدَ غُوير وَلُوكِ، وَإِنْ كَانَتْ، أَيُّ الْفِكْرَةِ، قَدْ بَلَغَتْ عَلَى يَدَيْهِ دَرَجَةَ مِنَ النُّضْجِ، اسْتِطَاعَ مَعَهَا أَنْ يُذْرِكَ، لَيْسَ فَقَطْ جَانِبَهَا الْإِجَابِيَّ، بَلْ وَأَيْضًا جَانِبَهَا السَّلْبِيَّ. فَفِي كِتَابِهِ "العقد الاجتماعي" أَتْنَاهُ مُنَاقَشَتَهُ لَجَرْتِيوسِ وَبَعْدَ أَنْ يُنَبِّهَ إِلَى مَا فِي مُصْطَلَحِ الْإِغْتِرَابِ مِنْ لُبْسٍ، نَرَاهُ يَقُولُ: إِنَّ الْإِغْتِرَابَ مَعْنَاهُ التَّسْلِيمُ أَوْ الْبَيْعُ فَالْفَرْدُ الَّذِي نَفْسُهُ عِنْدًا لِآخَرِ فَرْدٍ لَا يُسَلِّمُ نَفْسَهُ، وَإِنَّمَا هُوَ بِالْأُخْرَى يَبِيعُ نَفْسَهُ، مِنْ أَجْلِ بَقَائِهِ عَلَى الْأَقْلِ.³

¹ سناء احمد حسام، المرجع السابق ص 356.

² أحمد على الفلاح، الاغتراب في الشعر العربي في القرن السابع الهجري دراسة اجتماعية نفسية (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013) ص 22.

³ محمد رجب، الاغتراب سيرة مصطلح (القاهرة: دار المعارف، ط3، 1988) ص 58

2.1 المسار التاريخي لتطور مفهوم الاغتراب.

عموماً أن مفهوم الاغتراب مرّ بثلاث مراحل تاريخية هي:

1.2.1 مرحلة النشأة:

وهي المرحلة التي ظهر فيها مصطلح الاغتراب بمعنى الانفصال والتخرج وكانت خلال بداية الخمسينيات أمداً لم تكثر الناس بهذا المعنى كان غير قابل لتصديق، فلم تُظهر دراسات الاغتراب لدى الفلاسفة والباحثين اليونانيين والألمانيين ولم يتواجد إنذاك أي كتاب أو دراسة باللغة الإنجليزية لهذا المصطلح. أبرز من تطرق للمصطلح آنذاك لوكاتش وهيجل حيث استعمل هيجل هذا المفهوم كثيراً باللغة الألمانية في كتابه الأول (ظاهرياً العقل الباطن). حيث نجد فصله بأكمله يقع فيما يزيد عن مائة صفحة يحمل عنواناً (العقل المغترّب عن ذاته: الثقافة) أما الاغتراب فلم تُجر مناقشته في العالم الناطق بالإنجليزية.

2.2.1 مرحلة التكوين:

وتُعدّ المرحلة التي تكون فيها مصطلح الاغتراب بمعنى الانفصال والتخارج وأُشقت هذه الكلمة طريقها إلى القواميس الفلسفية في الستينيات حيث جذبت الأنظار إلى مصطلح الاغتراب وبدأت فيها ظهور الدراسات والكتب باللغة الإنجليزية، وذلك خلال فترة الستينيات وصل الاغتراب والاهتمام به إلى ذروته فيها ظهر في هذه الفترة هيربرت ماركيز الذي سجّل تقدّم على لوكاتش الذي لم يتمكّن من نشر كتابه عن هيجل الذي وضعه بالألمانية في حين استطاع ماركيز الذي وضع كتابه باللغة الإنجليزية في الولايات المتحدة الأمريكية تحت عنوان (العقل والثورة: هيجل ونشأة النظرية الاجتماعية) حيث نُشر كتابه عام 1941. وقد نال مصطلح الاغتراب اهتماماً كبيراً يُمكن إعتبار هذا الكتاب الأول من نوعه الذي يحتوي فهرسة لإصطلاحات الاغتراب.

3.2.1 مرحلة النضج:

وتُعدّ المرحلة الأكثر تعقيداً وتمتدّ منذ بداية القرن التاسع عشر حيث التطورات سواء في المجال العسكري أم الاقتصادي أم السياسي الاجتماعي وغيرها.¹

¹ أسماء ربحي العرب، علاء زهير عبد الجواد الرواشيد، الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الأردني في عصر العولمة، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 9، العدد 2، 2016، ص ص 224 225 . متاح على الرابط

2 النظريات والاتجاهات المفسرة لظاهرة الاغتراب:

1.2 النظريات المفسرة للاغتراب:

فالاغتراب ظاهرة إنسانية عالجتها ميادين كثيرة من العلم والمعرفة، وتتصدى لتفسيرها نظريات ومدارس متعددة ولهذا نجد أن البحث في موضوع الاغتراب يكشف عن فيض من المفاهيم كثيرا ما يكون مشوبة بالغموض والتعقيد أو التناقض أو التداخل.

1.1.2 الاغتراب في نظرية العقد الاجتماعي:

تمثل استعمال مفهوم الاغتراب في النظرية السياسية وعلى الأخص في نظرية العقد الاجتماعي وكان ذلك قبل هيجل، ويظهر أول مستخدم له كان هوجو جروتويس " Hugo Grotius، حيث يرى جروتويس إلى السلطة السيادية للفرد أو حقه في تقرير تصرفاته، كحقه في الملكية، فكما يمكن تغريب الأشياء؛ أي تحويل ملكيتها لشخص آخر، يمكن تحويل السلطة السيادية. فجروتويس ينظر إلى هذا الاغتراب باعتباره تحويل السلطة يتأتى حينما تتخلى الحق المطلق لكل شخص من أعضائها في تقرير طريقه، مجموعة من الناس. وهكذا تصبح وتقوم بالإجماع على تحويل السلطة السيادية إلى شخص منها، السلطة مغتربة، كما أن المتخلى عن هذه السلطة يعتبر مغتربا.¹

2.1.2 الاغتراب عند نيتشه 1844-1900: nietzsche

يعتبر نيتشه راديكالياً في تحسين وأفكاره، وإنما يريد أن يقيم فوق العدم جديداً مغايراً للقديم تماماً. ينطلق نيتشه في أفكاره من محور إرادة القوة، بحيث إن كل كائن لا يكون إلا بشرط إرادة القوة، هذه الأخيرة التي يعتبرها فعلية لا تتجسد إلا بالتمرد على القوالب الثابتة أو المعاني المجردة، فالمجتمع المؤسسي هو أفكاره إلى أبعد الحدود، فقد رفض معظم معتقدات وأفكار الغربيين من الفلسفة إلى الفن الدين والأخلاق ووصفها بالعدمية والانحطاط، فهو لا ينتظر الواقع الخادع الذي أراد أن يُقنعنا دائماً بكونه الواقع الحقيقي، وهو في النهاية سوى تجريد، لذلك لم يولد فكر الواقع الغربي، إذ طالما بقيت هذه المؤسسات قائمة فليس ثمة تطبيق لإرادة القوة، إلا عن طريق ما يضادها، بمعنى آخر فإن ثمة واقعا مكبوتا، يزيفه واقعا آخر مُصطنعا. ومما سبق نستنتج أن نيتشه يرفض ما يبني المشروع الثقافي الغربي، ويدعو إلى تحرير إرادة القوة، لأن الفرد المعاصر يعيش الانحطاط الذي يرى أنه الصورة المرضية لأزمة العالم المعاصر، والفرد المعاصر يعيش هذا الانحطاط، وهو انحطاط يرتبط بجسده، وكذا قواه، بالإضافة لكونه يتصل بقيمه.²

¹ لزهرة مساعديّة، نظرية الاغتراب عند المنظرين العربي والغربي (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2013) ص ص 18 19.

² نور الدين تاويريت، الفلسفي إلى ما بعد الحداثة محاولة لتحليل تطور مفهوم الاغتراب وأزمة الانسان المعاصر، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 1، العدد 1، جانفي 2013، ص 196. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/65615>

3.1.2 نظرية كينستون:

قَدَّمَ كينستون نظريّة حَوْل الاغتراب، وانبثقتُ محاورها مِنْ خِلال الدِّراسة الَّتِي قامَ بِها وَالتِّي نالتْ شهرةً كَبيرةً حَيْثُ صدرتْ بِعنوان: (اللاملتزم) **The uncommitted** فمن خِلال هَذِهِ الدِّراسة حَاولَ القيامَ بِتَحديدِ صُورِ الاغتراب لدى الشَّبَابِ في المِجتمَعِ الأَمْرِيكِيِّ حَيْثُ إِنَّ الاغترابَ يَتَبَيَّنُ في ثَنايا المِجتمعاتِ بِالنَّظَرِ لِاِختلافِ الأنماطِ الثقافيَّةِ والاجتماعيَّةِ والسِّياسِيَّةِ السَّائدةِ في هَذِهِ المِجتمعاتِ، وأنَّ الاغترابَ فِيها يَحْتَوِي دِلالَاتَ التَّشاؤمِ والتَّوتُّرِ والصِّراعِ النَفْسيِّ تَبَعًا لِمَا تُحَدِّثُهُ تِلْكَ الأَطْرُ من ضُغُوطٍ لا يَتَقَبَّلُها الشَّبَابُ.¹

4.1.2 نظرية أريكسون الاغتراب وأزمة البحث عن الهوية

تَسْتَنِدُ نَظَريَّةُ أريكسون لِعَامِ 1968 **Erikson** في دِراسَتِهِ حَوْلَ أزمَةِ الشَّبَابِ والهويَّةِ على مِحورِ أساسِيٍّ، وَهُوَ الاِهتمامُ بِتَطوِيرِ الهويَّةِ الذَّاتيَّةِ، مِمَّا يَعبُرُ أَنَّ لِلْفَرْدِ مَجمُوعَةً مِنَ الأَهْدافِ يُمكنُهُ مِنَ خِلالِها التَّعبيرَ عن دَرَجَةِ وَعيِ الفَرْدِ بِهِ، وَتَحديدِ تَوَقُّعاتِهِ حَوْلَ الأَخْرينِ، وَبِناءِ على تَقديرِهِ لِكُلِّ هَذِهِ الأَشْياءِ يَتِمُّ تَحديدُ هُويَّتِهِ وَترافِقُها مِنَ عَواملٍ مِنَ بَيْنِها الأُلُفَةُ والائْتِماءُ إِذا كَانَتْ (هُويَّتُهُ) فَقد تَحَدَّدَتْ إِستنادًا على هَذِهِ الأَبْعادِ السَّابِقَةِ فيستطيعُ الفَرْدُ التَّوَصُّلَ معِ الجِماعَةِ، فَتَراه يَتَخَلَّى عن مَطالِبِهِ في سَبيلِ المِجتمَعِ. يَتَصَرَّفُ الشَّخْصُ لِأَنَّهُ يَشعُرُ بِقِيمَتِهِ وَيحاولُ دَعْمَ هَذِهِ القِيمةِ، وَلَكِنْ إِذا لَمْ يَكُنِ الشَّخْصُ قادِرًا على تَحقيقِ هَذِهِ (الهويَّةِ) فَإِنَّهُ يَقعُ في الإحْساسِ بِالْعزلةِ والاغترابِ.²

وَمِنَ الأَثارِ السَّلْبِيَّةِ النَّاتِجَةِ عن فِقدانِ الهويَّةِ الشَّخْصِيَّةِ أو النِّقَاطِيَّةِ تُظْهِرُ العَديدُ مِنَ السُّلوكِيَّاتِ غَيْرِ المُقبُولَةِ على سَبيلِ المِثالِ: الانسحابُ والبُعدُ عن التَّعامُلِ معِ المَجمُوعَةِ، وَعَدَمُ المِشارَكَةِ في المَسئُولِيَّةِ الاجْتِماعِيَّةِ، وَالتَّركيزُ على الذَّاتِ، وإِغْلاقِ الدَّوائِرِ الشَّخْصِيَّةِ بِما فِيها الأَهْدافُ والمِصالحُ دُونَ المِصالحِ العامَّةِ، وَنَبْذِ القَوانينِ والأَعْرافِ الاجْتِماعِيَّةِ وَالثَّقافيَّةِ.³

¹ سيد صبحي، راحة البال والشباب (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2001) ص ص 48 49

² سليمان عبد الواحد إبراهيم، الشخصية الإنسانية واضطراباتها النفسية، رؤية في إطار علم النفس الإيجابي (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2014) ص ص 200 201.

³ عبد اللطيف محمد خليفة، دراسات في سيكولوجية الاغتراب (القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع، 2013) ص 62.

5.1.2 نظرية فرانكل:

يعتقد "فرانكل" أنه إذا وجد الشخص معنى أو هدفاً في حياته، فإن وجوده مهم وذو مغزى، والحياة تستحق العيش، أي أن الاغتراب عنده هو تعبير عن غياب المعنى والجوع النفسي. والفرد يبحث عن معنى لحياته لأنها ستكون القوة الدافعة لتحقيق أهدافه. إنها القيمة التي يحصل عليها المرء عن طريق وضع قوته وطاقته موضع التنفيذ. لأن الشخص يُشبه حزمة من الاحتمالات التي تحاول التحقق أو إنها تمثل مجموعة القوى الضمنية التي يجب مراعاتها ليتجنب الفرد حالات الإخباط أو الاغتراب. وفقاً لفرانكل، يحدث الاغتراب وفقاً للشروط التالية:

- إذا لم يجد الأفراد هذا المعنى، فإن عزمهم على الوصول إلى المعنى الذي يرغبون فيه يتلاشى بمرور الوقت.
- الوقوع فريسة للامتثال والتوافق مع الآخرين يُعاني من الفراغ الوجودي الذي يتسم بالملل والشك بالنفس والخسارة.
- الشخص الذي يتجنب المسؤولية لأنه لا يستطيع مواجهة الموقف وتحمل المشكلة، فيفقد الإحساس بالالتزام بالمسؤولية والإرادة التي تسمح له بالنصرف بشكل صحيح فيما يتعلق بها واختيار أهدافه بدقة ووعي وتفهم.
- عندما يقدم الفرد بديلاً مادياً لإرادته الأخلاقية، فإنه يجعل المال أو المتعة هو المحور الأساسي وهو تعويض ضروري لتحقيق الهدف النهائي لإرادة الفعل التي تطمح إلى بذل قصارى جهد¹.

6.1.2 النظرية اللامعيارية :

يُعتبر إميل دوركايم 1858 - 1917 Durkheim مؤسس هذه النظرية وهو عالم الاجتماع إذ يُعتبر أول من استعمل مفهوم اللامعيارية Anomie ' في علم الاجتماع حين قدم نظريته حول الانتحار عام 1951، بالإضافة إلى تقسيم العمل أو باللغة الإنجليزية The Division of Labour، فاستعمله لتعبير عن حالة التفتك التي تتعارض مع التضامن والتآزر السائدة في المجتمع، أي تلك الحالة التي تُشير إلى التخبُّط والقلق وعدم التوازن الاجتماعي وانعدام الأمن على نطاق واسع بين الأشخاص وهذا الانهيار الاجتماعي الذي يحدث في المجتمع هو نتيجة لموجة مفاجئة وسريعة من التغيير الاجتماعي².

¹ طارق بن موسى العتيبي، الاغتراب، دراسة تأصيلية فلسفية علمية (الرياض: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط2018، 1) ص ص 47 48.

² عبد الله أحمد المصراتي، الفساد الإداري، نحو نظرية اجتماعية في علم الاجتماع الانحراف والجريمة (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 2011) ص 29.

ويرى دوركايم إلى أن ظاهرة ال **Anomie** تنتشر في المجتمع الذي يشهد تطوراً سريعاً في الحياة تمس الجوانب الاجتماعية والثقافية والصناعية، حيث يكون غير قادر على التحكم في القيم والمعايير ويهين عليه ميل إلى الأنانية والفردية، وينتشر الاغتراب عن المجتمع ليس بسبب صعوبة تلبية احتياجاته، ولكن لأننا لم نعد نعي حدود احتياجاتنا المشروعة، وما لم يعرف أفراد المجتمع حدود احتياجاتهم المشروعة فإن هذا ينظر إليه على أنه انهيار للثقافة الشعبية، ورفض للقيم الأساسية التي يبنى عليها المجتمع الذي يعيشون فيه، وعدم قبول السلوكيات السائدة في المجتمع، وتوقع استحالت تحقيق الأهداف الاجتماعية إلا عن طريق الانحراف عن مثل هذه المعايير، حيث يمكن أن يقال بصورة ملائمة إنهم يعيشون هذه الأعراف باعتبارها شيئاً غريباً عنهم وعمّا يؤمنون به - كما يقول شاخت.¹

ينتقد سميت الاستخدام الواسع للمفهوم الدوركهايمي اللامعيارية (**anomie**) في علم الإجرام مجادلين في أن الاغتراب يقدم منظورا أكثر شمولاً وإفادة. يُحاج المؤلفين في أن مفهوما " الخلو من المعايير (**normlessness**) "معلم مركزي لنظرية اللامعيارية، ولكن هذا واحد من خمسة أبعاد فقط داخل نظرية الاغتراب. ومن ثم، فإن الأبعاد الأربعة الأخرى:

- فقدان القوة وفقدان المعنى والعزلة والانسلاخ عن الذات

- لاتزال متجاهلة في أكثر الأحيان. نحا هذا الوضع إلى إنتاج علم الإجرام يبقى قريباً جداً من سياسة ضبط الجريمة ويفشل في تفسير السلوك الإجرامي. يُجادل سميت وبوهم في أن الاغتراب هو مفهوم أكثر شمولية.² وهناك خمسة عوامل تؤدي إلى اللامعيارية:

- فقدان السيطرة نتيجة قلة الإرادة والقدرة على التأثير في البيئة الاجتماعية.
- يصبح فقدان المعنى والافتقار إلى الهدف لتوجيه الحياة بلا معنى.
- فقدان معايير واضحة لتوجيه السلوك الفردي. فالاغتراب الجماعي يعني الانفصال عن الأهداف المحددة ثقافياً.³

¹ أيمن حماد، الاغتراب في الرواية العربية المعاصرة (مركز الكتاب الأكاديمي، 2021) ص 35.

² أنتوني غيدنز، فيليب صانتن، مفاهيم أساسية في علم الاجتماعي، تر محمود النوادي، مراجعة سعود المولى (قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2018) ص 86.

³ Emil Oversveen, **Capitalism and alienation: Towards a Marxist theory of alienation for the 21st century**, European Journal of Socail Theory, SAGE, Volume 25 Issue 3, august 2021, P 3 .
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/13684310211021579>

- الاغتراب الأنفسي هو انفصال الإنسان عن ذاته الحقيقية مما ينتج عنه الانسحاب والعضيان. كي تكون نظرية الاغتراب متوافقة مع النقد الماركسي للرأسمالية " MARXIT critique of capitalism " يجب أن تكون تتوفر على ما يلي:
- شرح الاغتراب كميزة محددة للمجتمعات الرأسمالية بدلا من كونها عالمية لحالة الوجود البشري.
- التطرق بالتفصيل لكيف ينشأ الاغتراب كعملية موضوعية من التنظيم إلى الإنتاج.
- أن تكون متوافقة مع النقد السياسي رؤية لشكل أكثر إجتماعياً وأقل تنفيراً من المجتمع.¹

7.1.2 نظرية هورني:

وصفت هورني اغتراب الذات بأنه الفرديّة والعقوبة لدى الإنسان، فإذا كانت الذات الروحية والعقوبة لإنسان ما قد أوقعت نوحها الطبيعي أو أصفى عليها الغموض، وأن هذا الإنسان يوصف بأنه مغترّب عن نفسه، كما أكدت هورني أنّ الاغتراب يحدث عندما يقوم الفرد ببناء صورة للذات المثالية تختلف عنه، وتعطي تفسيراً لذلك أنّ الشخص قد يصل لكره ذاته نظراً لضعفها أو كونها فاشلة في تحقيق رغباته ومطالبه، وذلك يكون نتيجة لإضطهادها بسبب الظروف الاجتماعية المتنوعة وهذا ما يدفع إلى صراع داخلي ينشأ بين الذات الحقيقية من جهة والذات المثالية من جهة أخرى. كما تميز هورني في مفهوم الاغتراب هماً الاغتراب عن الذات الفعلية: وهي اغتراب الفرد عن مشاعره ورغباته ومعتقداته وطاقاته وماسية وعدم إفراره بها لذلك تُصبح مكبوتة ويعتبر تلك الاغتراب سمة الشخص المصاب بالإحساس الاغتراب عن الذات الحقيقية: تعدّ الذات الحقيقية جوهر وجود الإنسان ومصدر الطاقات الداخلية والاهتمام العضوي ومنبع القوى العاطفية واغتراب الفرد عنها من خلال انفصاله عن ذلك المركز وتؤدي إلى حُمول الذات الحقيقية.²

8.1.2 تفسير نظرية السمات والعوامل:

تستند هذه النظرية على عوامل معينة التي تُفسر السلوك البشري وتسمح بتحديد سمات الشخصية. حسب دراسات أُجريت على الأشخاص لديهم مستويات عالية من الاغتراب فتمكّنوا من إيجاد أنّ السمات التي تميزهم هي: الأنانية، عدم الثقة والأمان، التشاؤم، القلق، الابتعاد، الوحدة النفسية، التوتر، الحياة اليومية، فقدان السيطرة، اضطراب الهوية الشخصية، عدم وجود علاقات صادقة مع الآخرين، عدم القدرة على قبول القيم المرغوبة، عدم القدرة على الاتحاد مع الأبوين، عدم القدرة على الكشف عن التواصل بين الماضي والمستقبل عدم الانسجام بين الشخص والأجيال السابقة.³

¹ نفس المرجع ص3.

² راضي حسن الجبوري، حلاحي البديري عباس، الاغتراب النفسي لدى طالبات كلية التربية للبنات، مجلة كلية التربية، العدد35، ماي 2019، ص359 متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=249372>

³ عثمانى نعيمة، سايكولوجية الاغتراب، مجلة تطوير أكاديمية فصيلة محكمة، المجلد5، العدد1، ماي 2018،

ص176. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/50761>

ومنه نستنتج أنّ هناك مدرستين تُفسّر نشوء الاغتراب:

المدرسة نفسية: حيث ترى في الاغتراب مشكلة نفسية سببها الاضطراب في الشخصية، وأنّ الشخص المغترب يعتبر صحيّة لتجارب الطفولة المبكرة، بالإضافة لتثنية الأسرة، وبالتالي ينظر إلى الاغتراب على أنّه آلية دفاعية ضدّ الصراعات النفسية.

المدرسة الثانية: تعاملت مع الاغتراب من منظور اجتماعي، واعتبرته ينشأ كردّ فعل للضغط ولانعدام العدالة في النظم الاجتماعية، خاصة في المجتمعات الحديثة، ويعتبر الفرد كصحيّة للمجتمع الذي يفرض أنظمة وقوانين تتميز بكونها غير عادلة.¹

2.2 الاتجاهات التي حاولت تفسير الاغتراب للقياس:

1.2.2 اتجاه يرى أنّ الاغتراب حالة ذات بعد واحد:

وتعدّ (نترلر) من بين الرواد الذين برعوا في هذا الاتجاه، إذ تعتبر أنّ الاغتراب هو شعور الفرد بالانفصال عن مجتمعه، أمّا كلابرك فيرى أنّ الاغتراب يُمثّل شعور الفرد بفقدان القدرة على التمييز بين الدور الذي الممارس حقًا، والدور الذي يظن أنّه يستحقّ ممارسته، وذلك عند حدوث موقف معين، ويعتقد أنّ قياس الاغتراب لا يُمكن في موقف معين نظرًا لكون درجة اغتراب الشخص الواحد تتباين من موقف لآخر.

2.2.2 اتجاه يرى أنّ الاغتراب عبارة عن مجموعة من الأبعاد قد تربط بينها علاقة، ولكن ندرج تحت ظاهرة واحدة:

تصّف (ميلتون) الاغتراب في ستة أبعاد كالآتي: الشعور بالعجز، واللامعيارية، واللامعنى، والاغتراب الاجتماعي، والاغتراب الثقافي، واغتراب العمل. ويرى أنّها أنواع مختلفة للاغتراب.

3.2.2 اتجاه يرى أنّ الاغتراب ظاهرة تتكوّن من مجموعة أبعاد:

ينظر (دين) إلى الاغتراب على أنّه ظاهرة متكاملة تجمع عدد من المكونات الاغترابية، والتي تتمثّل في الشعور بالعجز، واللامعيارية، والشعور العزلة الاجتماعية، بالإضافة إلى أنّ الاغتراب لا يُعدّ ظاهرة أحادية البعد، وإنما يُمثّل عدّة أعراض فالشخص المغترب لدى ديفيد هو ذلك الشخص الذي يسجل درجات مرتفعة على مقياس الاغتراب الذي يقوم بقياس هذه الأبعاد التي تشمل الشعور الشؤم، القلق، وكذا الشك، الاستياء.²

¹ خلفون أسماء، الاغتراب الثقافي دراسة نفسية واجتماعية، الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 2، 2018، ص 204. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/81843>

² عظيمة عباس السلطاني، حسين عمر سليمان الهروتي، علم النفس الرياضي: مفاهيم ومقاييس نفسية (دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2021) ص 221. متاح على الموقع <https://books.google.dz>

في ظلِّ هذه النظريّات والاتجاهات النَّفسيّة نَسْتنتج أنّ بداية مَوْضوع الاغتراب كان في الأصل فلسفيًا، وأنّ الكتابة عنه كانت بِشكّل تأملي. وقد عالجتها الأكاديميون، من عِلْم النَّفس وَعِلْم الاجتماع، حيث إنّ نجد علماء النَّفس قد انفردوا بإخضاع الاغتراب لِلقياس النَّفسيّ، فَمِنْ خِلالِ دراسات ميدانيّة والتجربة استطاعوا تحديد أهمّ أبعاد الاغتراب وأبرز مظاهره. وتمّ الاتفاق بين علماء النَّفس على أنّها ظاهرة إنسانيّة، يقصد بالاغتراب أن يكون حالة نفسيّة وسلوكيّة يمرُّ بها أولئك الذين يقعون فيها.¹

3 مراحل الاغتراب.

المرحلة الأولى: مصادر الاغتراب

- النَّجْزئة والتفكُّك الاجتماعيّ.
- سيطرة الدّولة على المجتمع: أزمة في المجتمع المدنيّ.
- هيمنة النّظم الاجتماعيّة القسريّة: بمعنى النّظام الأبويّ والهيمنة على المؤسسات الدينيّة؛ والتربّية الاستظهارية.
- الاستغلال الطّبقيّ والظلم والحرمان والْفُهر ووجود فجوة عميقة بين الضعيف والفقير من جهة، والقوى والغنى من جهة أخرى.
- الاعتماد الخارجيّ والهيمنة على الموارد العربيّة من خلال التحالف مع الحكام وكذا الطبقات الحاكمة.
- طُفوس الماضي واتّساقها: صراع بين ما هو قديم وما هو جديد.

المرحلة الثانية:

التّجربة الإنسانيّة في الاغتراب الفردي على مُستوى الوعي الذاتيّ وفي علاقة المجتمع ومؤسساته.

المرحلة الثالثة:

التأثير السلوكي للاغتراب هو بديل للانسحاب أو العزلة أو الخُضوع أو التمرّد أو الثّورة لتغيير الواقع الذي نعيش فيه.²

¹ صلاح الدين أحمد الجماعي، الاغتراب النفسي الاجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي (عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2010) ص65.

² حلّيم بركات، الاغتراب في الثقافة العربيّة، متاهات الإنسان بين الحلم والواقع (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربيّة، ط1، 2006) ص 60 .

4 أنماط الاغتراب

ظاهرة الاغتراب تُعد ظاهرة إنسانية ليست مرتبطة بمكان أو زمان مُعَيَّن، فحينما يُوجد الفرد قد ينشأ الاغتراب بمظاهره وأشكاله ومعانيه.¹

يُقسّم فروم " Fromm " أنواع وصور ومظاهر الاغتراب على النحو التالي:

1 الاغتراب وانغماس الفرد في الطبيعة، فهذه الأخيرة بالنسبة لفروم Fromm " تعني العالم، حيث يأخذ العالم خصائص المجتمع.

2 الاغتراب والعلاقات بين البشر، إذ يعتقد فروم أن أحد جوانب عملية الفرد هو الوعي بأنه كيان مُنفصل عن الآخرين.

3 الاغتراب والعلاقات مع الآخرين، حيث ينظر " فروم " لذلك أن الفرد يعتريه عن الأفراد الآخرين، ورغم ذلك يبقى لا يدرك تماماً أن هناك شيء ما ينقصه في علاقاته مع الآخرين، الشعور بالبعد عن الآخرين لا يعد المعيار المحدد لحدوث مثل هذا الاغتراب، بل امتلاك نمط ارتباط ليس نمط ارتباط صحيح.

4 الاغتراب الذاتي كتجربة، ويعني بها " فروم " نوع التجربة التي يختبر فيها الشخص نفسه على أنه غريب.

5 الاغتراب والعمل، لقد تبع " فروم " " ماركس " باعتماده الموقف الذي يقول بأنّ الناس داخل المجتمع الحديث يجب عليهم أن يقوموا بعمل ليس هو نشاطهم الحر الخلاق، كما أنه مجرد من المعنى ولا يرضيهم ولا تربطه علاقة بشخصياتهم، وباختصار فإنه عمل غريب بالنسبة لهم.²

في حين هناك من يصنّف نمطان للاغتراب بحيث تندرج تحتها أنماط أو أنواع فرعية وهي:

النمط الأول الاغتراب الموضوعي Objective Alienation:

ينشأ الاغتراب الموضوعي عندما تُصبح الأشياء والأفكار والأنظمة التي ساهم البشر طواعية في إنتاجها لتلبية الاحتياجات الاجتماعية إلى أقوى مغربه له تتحكم في إدارته خطئه وتزليلها، أي تهدد وجوده وتسيطر عليه، ومن النماذج الأساسية لهذا النمط من الاغتراب الموضوعي:

- الاغتراب الاقتصادي، اغتراب الأنساق الاجتماعية السياسية، اغتراب العناصر الأيديولوجية والنمط

الموضوعي للاغتراب يتسق مع صور أو أنواع الاغتراب عند كارل ماركس والتي تتمثل في:³

¹سمية بن عمارة ، منصور بن زاهي، الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب مستخدم الإنترنت : دراسة ميدانية لعينة من الشباب بمقاهي الإنترنت بولاية وقلّة، مجلة دراسات نفسية وتربوية ،مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، المجلد6، العدد1، 10/06/2013، ص 56. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/5432>

² بهجات محمد عبد السميع، الاغتراب لدى المكفوفين، ظاهرة وعلاج (الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، ط1، 2006) ص ص 25 26 .

³رويي محمد، عمر عمور، مؤشرات الصحة النفسية من منظور نفس اجتماعي، الاغتراب النفسي/الرضا عن الحياة (الأردن: دار البداية، ط1، 2016) ص 128 .

الاغتراب الاقتصادي: وفي تسود الرأسمالية وتستهولي طبقة خاصة على الإنتاج كُله.

الاغتراب الاجتماعي: والاغتراب عن المجتمع، والشعور بالعزلة والعجز عن ممارسة السلوك الاجتماعي العادي.

الاغتراب الثقافي: ويتمثل في اغتراب الشخص عن ثقافته مجتمعه ونبذها والانبهار بكل ما هو غريب أو أجنبي مثل تعليم اللغات الأجنبية على حساب اللغة العربية، واستخدام أسماء أجنبية للمدن والفري السياحية والأسواق والمحال التجارية.¹

الاغتراب السياسي:

كما هو الحال مع أي ظواهر إنسانية الأخرى لا يوجد إجماع على تعريف ظاهرة الاغتراب السياسي لكن المفهوم استند إلى مصادر أسباب الظاهرة، والمنهج العلمي الذي يعتمد كل باحث في تفكيره حول لميزات الظاهرة. وفيما يأتي نذكر أهم من درسوا هذه الظاهرة:

سايدمان ج : SEIDMAN يعتقد سايدمان أن الاغتراب السياسي هو الحالة المرضية التي تُصاحبها مشاعر الإحباط والكراهية، يعينها المواطن نتيجة إحساسه بالغرابة تجاه السلطة الحاكمة، مع استغرابه للفتوة الكبيرة في القيم بينه وبين النظام الذي يفرض كينونته وثقافته واختياراته ما يستلزم بالفعل قبوله بعد الانتماء لدائرته الحيوية.

محمود رجب: وهو منظم له أكثر من إسهام في هذا المجال أن الاغتراب السياسي يُمثل "شعور الفرد بالعجز إزاء المشاركة الإيجابية في الانتخابات السياسية المعبرة بصدق عن رأي الجماهير، والشعور نتيجة لذلك بالعزلة عن المشاركة الحقيقية الفعالة في صنع القرارات المصيرية المتعلقة بمصالحه واليأس من المستقبل على اعتبار أن رأيه لا يسمعه أحدًا وأن سُمعة لا يهتم به ولا يُؤخذ به.

أحمد النكلاوي: يرى أن الاغتراب السياسي هو نتيجة طبيعة لتراكم مجموعة من السياسات المكرسة بقصد ودون قصد ليس أقلها من: عدم الاستقرار السياسي، فشل الحكومات في الوفاء بوعودها، زيف وانحسار المشاركة الفعلية في اتخاذ القرار. تراكم مشكلات الفقر وانعدام العدالة الاجتماعية، تبعية الفكر التتموي وعدم استقلالية توظيف التكنولوجيا لمزاد من سيطرة المراكز الإنتاجية. هذه تؤدي لا محالة لاستجابات عكسية مؤثرة على دينامية الحياة السياسية.²

¹ عبد الله العبد النبالي، علم الاجتماع (عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع، 2019) ص224 .

² ولد الصادق ميلود، الاغتراب السياسي، في الوسط الطلابي دراسة استطلاعية لرأي المجتمع الطلابي في العملية السياسية في العالم العربي (مركز الكتاب الأكاديمي، 2015) ص74.

الاغتراب التاريخي:

إنّ الاغتراب التاريخي نَعْنِي بِهِ عدم القدرة الذات على العيش في الحاضر، بل تُقْصِل العيش في ما مضى، وهنّا نتولّد الحركة السلفيّة ، فالماضي أحسن بكثير من الحاضر، والصُّحْبَة والتَّابِعِينَ أَكْثَر جاذبية من اللُّصُوص والرِّشَاوِي اليوم، الماضي يَفْتَح بِالْخِيَالِ بِالنَّمْيِ، والحاضر يَحْبُه الْعَقْل وَالْفِعْل. والتُّرَاث الدِّينِي يُدَعِّم هَذَا الاغْتِرَاب. فَالتَّوَاصِل مَعَ مَا مَضَى أَيْسَر مِنَ التَّوَاصِل مَعَ مَا فِي الْحَاضِر. والانفصال عن الماضي يُعَدُّ أَصْعَب مِنَ الانفصال عن الحاضر. لِذَلِكَ مِنَ الصَّعْب القيام بِعَمَلِيَّة الغرس لمفهوم النِّقْدَم، والثقافة هي أَيُّ شَيْء يَعْكِس هَذَا الِاتِّجَاه. وقد يَكُون الاغْتِرَاب التَّارِيخِي حَافِزًا لِتَحْقِيق قَفْرَةٍ نَحْوِ الْمُسْتَقْبَل، وبالتالي نتولّد الحركة العلمانيّة التي تَسْعَى لِتَحْوِيل الحاضر إِلَى نَمُودَج عَلَى شَكْل وَاحِد قَائِم عَلَى مَا يُسَمَّى بِالْمُجْتَمَعِ الْمَدَنِي فِي الْمَجْتَمَعَاتِ الدِّينِيَّة، وَالْدِيمُقْرَاطِيَّة فِي الْمَجْتَمَعَاتِ ذَاتِ الثَّقَافَاتِ الْاسْتَبْدَادِيَّة، وَالتَّعَدُّدِيَّة فِي الْمَجْتَمَعَاتِ، حَيْثُ يَقُومُ الْحَاضِرُ عَلَى نَمُودَجٍ ذِي بَعْدٍ وَاحِدٍ بِحَيْثُ يَكُونُ قَائِمًا عَلَى الْمَجْتَمَعِ الْمَدَنِي ضَمَّنَ الْمَجْتَمَعَاتِ الدِّينِيَّة، وَالْحَقُوقِ فِي جَانِبٍ وَاحِدٍ، وَالْمَسَاوَاةِ فِي مُجْتَمَعٍ تَكُونُ فِيهِ الثَّقَافَةُ قَائِمَةً عَلَى التَّمْيِيزِ الطَّبَقِيّ كَتَمْيِيزِ طَبِيعِيّ قَائِمٍ عَلَى سُوءِ تَفْسِيرِ آيَةِ (وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضِ دَرَجَاتٍ)، وَيَسْعَى إِلَى تَأْسِيسِ عَقْلَانِيَّةٍ فِي مُجْتَمَعٍ يَقُومُ عَلَى الْخِرَافَةِ، وَيَطْمَعُ فِي إِقَامَةِ مُجْتَمَعٍ عِلْمِيّ، وَثِقَافَتَهُ تَقُومُ عَلَى الْأَسْطُورَةِ . أَمَّا التَّوَاصِلُ مَعَ الْحَاضِرِ الَّذِي يُسَاعِدُ فِي اسْتِزَادِ الْهَوِيَّةِ وَالْقَضَاءِ عَلَى الْاِغْتِرَابِ فَنَادِرًا مَا يَسْعَى إِلَيْهِ أَحَدٌ. وَإِنْ حَدَثًا فَالْحَاضِرُ لَدَيْهِ هُوَ السُّلْطَةُ وَالْحُكْمُ. حَتَّى لَوْ وَقَعَ نِظَامٌ ثَوْرِيٌّ. فَهُوَ اسْتِبْدَالُ نِظَامٍ بِنِظَامٍ، وَمُؤَسَّسَاتٍ بِمُؤَسَّسَاتٍ، وَخَطَابٍ بِخَطَابٍ، مِنْ دُونِ أَنْ تَتَغَيَّرَ الْعُقْلِيَّةُ وَالْمَنْظُورُ.¹

الاغتراب التعليمي:

إنّ الجامعة أو المدرسة يَنْدُرُ أَنْ يَجِدَ فِيهَا الطَّالِبُ أَوْ الْأُسْتَاذُ وَقْتًا مُتَاحًا لِإِقَامَةِ عِلَاقَاتِ شَخْصِيَّةٍ مَعَ الْآخَرِ. وَلَا يَجِدُ آلَافَ الطُّلَّابِ لِمَا يَتَلَقَّوْنَهُ مَعْنَى أَوْ مَغْزَى وَلَكِنَّهُمْ يَتَّقُونَ الْعِلْمَ وَيَكْتَسِبُونَ الثَّقَافَةَ إِضْطْرَارًا. فَهُمْ مُعْتَرِبُونَ فِعْلًا، كَمَا أَنَّ أَسَاتِذَتَهُمْ لَا يَمْلِكُونَ أَنْ يَحْجُبُوا إِغْتِرَابَهُمُ الشَّخْصِيَّ عَنِ تِلَامِيذِهِمْ، فَضْلًا عَنِ تَدْرِيسِ الثَّرَاثِ الْإِنْسَانِي الَّذِي يَضُمُّ بَيْنَ طَيَّابَتِهِ تَرَاثًا ضَخْمًا مِنَ الْاِغْتِرَابِ، وَالْاِغْتِرَابِ يُمَكِّنُ تَعَلُّمَهُ أَوْ يُمَكِّنُ التَّوَعُّبَ بِهِ.²

¹ رمزي منير بعلبكي، اللغة و الهوية في الوطن العربي، إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية (قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، كانون الثاني/يناير 2013) ص 192.

² عدي غانم الكواز سلوان خالد محمود، محمود مطر علي، دراسة مقارنة في ظاهرة الاغتراب النفسي بين طلبة الصف الأول وطلبة الصف الرابع في كلية التربية الرياضية، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 11، العدد4، 2012، ص 453. متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=85569>

الاغتراب المهني:

يرى عزّام 1997 أنّ الاغتراب " يَدُورُ فِي مَحَوْرَيْنِ رَئِيسِيَيْنِ عَمَّا سُلُوكِ الْعَامِلِينَ وَاتِّجَاهَاتِهِمْ نَحْوِ الْخِيَارَاتِ وَالْفُرصِ الْمَتَاحَةِ لَهُمْ مِنْ قَبْلِ الْأَنْظِمَةِ الْعَمَالِيَّةِ وَمَدَى اسْتِعْدَادِهِمْ لِمَحَاوَلَةِ تَبْدِيلِ مَالٍ يَرْضَوْنَ عَنْهُ مِنْ تِلْكَ الْخِيَارَاتِ وَالْفُرصِ الْوِظِيفِيَّةِ الْمَطْرُوحَةِ فِي تِلْكَ الْمَجْتَمَعَاتِ".

وَيُعَرَفُ رُولَانُ دُورُونُ وَفِرَانْسُوَازُ بَارِيِ الْاِغْتِرَابَ الْمَهْنِيَّ بِالْقَوْلِ " إِنَّ الْعَامِلَ الْمُغْتَرِبَ فِي نِتَاجِ عَمَلِهِ غَرِيبٌ عَنِ نَفْسِهِ لِأَنَّهُ مُغْتَرِبٌ عَنِ نَشَاطِ الْعَمَلِ ، النِّشَاطِ الَّذِي يَمْلِكُهُ شَخْصٌ آخَرَ وَالْمُنْتَجِ الْمُغْتَرِبَ يَعِيشُ نَفْسَهُ وَكَأَنَّهُ نِتَاجٌ فَيُخْسِرُ بِذَلِكَ قِسْمٌ مِنْ هُوِيَّتِهِ الذَّاتِيَّةِ الَّتِي ذَابَتْ إِذَا جَازَ التَّعْبِيرُ فِي هَذَا النِّتَاجِ بِمَغْزَلٍ عَنِ الشُّرُوطِ الْاِقْتِسَادِيَّةِ ، فَإِنَّ مُحْتَوَى الْعَمَلِ بِالذَّاتِ قَدْ تَغْتَرِبَ الْعَامِلُ مِنْ حَيْثُ إِنَّهُ يُفْقِرُ مَوَارِدَهُ الْفِكْرِيَّةَ حَتَّى يُصْبِحَ مِنْ غَيْرِ الْمَعْقُولِ بِالنِّسْبَةِ إِلَيْهِ تَحْسِينِ وَضَعِهِ الرَّهْنِ ، فَالْاِغْتِرَابُ يَكُونُ أَكْبَرَ كُلَّمَا كَانَ الْعَمَلُ دُونَ مَعْنَى بِالنِّسْبَةِ لِلْعَامِلِ ، وَنِظَامِ الْمَكَافَاةِ مُرْتَبِطٌ بِعَوَامِلٍ خَارِجِيَّةٍ عَنِ اِئْتِنَاجِيَّةِ الْفَرْدِ ، وَكُلَّمَا كَانَ التَّنْظِيمُ لَا يُقَدِّمُ أَوْ يُقَدِّمُ الْقَلِيلَ مِنَ الْوَسَائِلِ لِلْعَامِلِ لِتَحْقِيقِ أَهْدَافِهِ الْخَاصَّةِ ، يَتَبَلَّوْرُ الْاِغْتِرَابُ بِالْمَلْمُوسِ بِشُعُورِهِ بِالْعَجْزِ وَبِغِيَابِ الْقُدْرَةِ وَبِالْغَرَابَةِ تُجَاهَ الْعَمَلِ وَالْآخَرِينَ وَيَفْقِدُ النِّقَّةَ بِالنَّفْسِ وَبِعَدَمِ الرِّضَا عَنِ الْعَمَلِ وَأَخِيرًا بِعَدَمِ الْقُدْرَةِ عَلَى دَمَجِ الْقِيمِ الَّتِي يَنْشُرُهَا التَّنْظِيمُ .

يرى أحمد عزّت راجحاً أنّ الاغتراب المهنيّ هو " شعور الفرد بالاغتراب عن عمله فينشأ حين لا يجد الفرد لشخصيته صورة في عمله حين يشعر أنّ العمل قد سلّبه شخصيته وجرّده من حرّيته وقدرته على الابتكار أمّا اغتراب الفرد عن نفسه فيبدو في شعوره أنّه أصبح مسلوب الحرية والإرادة".

ارتكز مفهوم الاغتراب المهني في دراسات الاغتراب على فكرة الفاعلية الوظيفية بمعنى شعور الفرد بمدى قدرته على التأثير في مجريات العمل الذي يمتنه سواء على مستوى القرار الوظيفي أو مستوى الأحداث الناتجة عنه في المجتمع الذي يعيش فيه وعلى هذا الأساس اعتبر الفرد الذي يشعر بضالة الفرص أمامه للتأثير على هذه العملية في المجتمع بأنه مغترب وظيفياً.¹

¹ بحري صابر، خرموش منى، الاغتراب المهني من منظور على النفس العمل والتنظيم بين التناول وإشكالية المفهوم، مجلة أفاق للعلوم، المجلد1، العدد1، جانفي 2016، ص 75. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12686>

الاغتراب الوظيفي:

عرّفه KANUNGO عام 1992 بأنه " شعور الفرد بالغربة ، الضياع ، الوحدة، عدم الانتماء، فقدان الثقة والإحساس بالقلق والعدوان، رفض القيم والمعايير الاجتماعية وكذا المعاناة من الضغوط النفسية، كما يُشير إلى شعور الفرد بالانفصال عن عمله نفسياً طالما أنّ العمل يفتقر إلى تلبية احتياجاته وتوقعاته، ويعبر كذلك عن حالة الرّفص والشعور بعدم الرضا التي قد يعيشها الفرد في المنظمة التي يعمل فيها.¹

الاغتراب التنظيمي:

يُعتبر الاغتراب التنظيمي " Organizational Alienation " أحد أنواع الاغتراب التي نالت اهتمام الباحثين في مجال الإدارة بشكل عام والسلوك التنظيمي بشكل خاص لما له من تأثير على أداء المؤسسات والعاملين. ويشير الاغتراب التنظيمي إلى عدم إكتراث العاملين بأهداف المؤسسة وقواعدها ومبادئ العمل، وبيئة العمل والزُملاء، والأحداث التنظيمية المختلفة، وباختصار يُمكن التعبير عنه على أنه اللامبالاة بفعل العمل. ويشمل الاغتراب التنظيمي شعور العامل بفقد السيطرة على العمل والعجز عن المشاركة في تحديد الأهداف الفعّالة، وهذا بدوره يؤدي إلى الإهمال، حيث يفترب العامل من العمل مع ألقيل من الطاقة ويعمل في المقام الأول على المكافآت الخارجية بدلا من الرضا الذاتي الداخلي وتحقيقه، ويعبر العامل المغترب عن نفسه من خلال الانسحاب السلبي من العمل، أو الدوران، أو التغيّب عن العمل، أو الصراعات مع الزُملاء والمشرفين وتعطيل إجراءات العمل.²

وهو عبارة عن حالة نفسية اجتماعية تُسيطر على بعض العاملين، ويمكن وصفها بأنها حالة من عدم التّكّيف مع البيئة المحيطة في العمل ، أو عدم القدرة على التّكّيف مع الظروف البيئية الجديدة في المؤسسة والتي تعرف أحياناً ب (مقاومة التغيير)، ويمكن قياس هذه الحالة من خلال المقابلات الشخصية مع العاملين، أجزاء بعض الاستقراءات، والتعرّف على مُعدّلات الدوران في المؤسسة، وقياس مُعدّلات ضعف الإنتاجية.³

¹ عبد المجيد قدي، فيروز زوروشي، عبد الرزاق سلام، دور العدالة التنظيمية في الحد من الاغتراب الوظيفي-دراسة ميدانية- *Revue des Reformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale*، المجلد 14، العدد 03، ديسمبر 2020، الجزائر، ص4. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/140329>

² سربير الحرّسي حياة، ربحي كريمة، تأثير أبعاد الثقة التنظيمية-دراسة تحليلية لأراء العاملين في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات NCA- مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد03، 2020، ص 269 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112781>

³ رجب عبد الحميد حسنين، المكتبات الأكاديمية ودورها في إدارة رأس المال الفكري (العربي للنشر والتوزيع، 2022) ص 104. متاح على الموقع <https://www.google.dz/books>

الاغتراب الديني:

لهذا فإن الاغتراب الديني يبقى موجودا ما دام هناك اغترابا عمق، وهذا ما يراه ماركس موجودا في كل المراحل التي تمر على المجتمع ماعدا المرحلة الشيوعية، وهي المرحلة الأخيرة التي سيؤول فيها كل اغتراب، لا سيما الاغتراب الديني، ذلك أن هذه المرحلة هي التي تقيم الإنسان الحقيقي، الإنسان المجرّد من كل اغتراب، لأن الإنسان هنا سيكون في مأمن من التمايز الطبقي.

إن الدين لا يعني لماركس مجرد (موضعه) للجوهر الإنساني بل هو تشير (بمعنى الاغتراب الذاتي)، فالدين هو عالم مقلوب. وهذا الانقلاب سيحدث بالضرورة ما دام الجوهر الإنساني مقترا كجوهر إلى عالم حقيقي، عالم لا تحكمه طبقة معينة، ولهذا السبب فإن النضال ضد الدين هو نضال ضد العالم الدنيوي، الذي تجعله حالته يحتاج إلى الدين لاستكمال وتغيير ذاته، فالبؤس الديني هو تعبير عن البؤس الواقعي واحتجاج ضده، فالنقد الماركسي الديني لا يرجع إلى إضفاء طابع إنساني كما فعل فيورباخ، بل مطالبة في التحلي عن أي شيء يسمح عموم بظهور الدين في ذاته.¹

¹ نذير مخلوفي، الاغتراب الديني، مجلة تنوير للدراسات الأدبية والإنسانية، مجلد 2، عدد 3، سبتمبر 2018، ص 298.

متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112781>

ثانيا: الثقافة

الثقافة هي مجموعة قيم ومعتقدات ومعايير سلوكيات وأفكار مشتركة هذا القاسم المشترك الذي يصنع سلوكيات واضحة لجميع أعضاء المجموعة لكونهم يشتركون في هوية ثقافية مشتركة ، يُمكنهم توقع سلوك مُحتمل لأقرانهم في موقف مُعَيَّن والرَّد عليه له عواقب ، ومع ذلك حتَّى لو كانت الثقافة مشتركة فهي ليست مُوحدة لجميع الأشخاص فلكل شخص نظرة خاصة لثقافته وتلك الاختلافات تكون على حسب العُمر والجِنس والوظيفة والطبقة الاجتماعيَّة.¹

يرى دِنيس كُوش أن كلمة الثقافة ظهرت في أواخر القرن 13 مُتجذرة من اللاتينية cultura التي تعني المؤكولة للحقل والماشية وذلك للإشارة إلى قِسمة الأرض المحروسة وقد عرُفت الكلمة بعض التغيرات الطفيفة لكنّها لم تخرج عن المعنى الفلاحيّ بداية القرن السادس عشر لم تعد الكلمة تدل عن حالة الشيء المحروس لتدل على فعل هو فِلاحة الأرض ولم يتكوّن المعنى المجازي إلا مُنتصف القرن السادس عشر حيث أصبحت تُشير كلمة ثقافة إلى تطوِير كفاءة ولم يكن المعنى دارجًا حتَّى مُنتهى القرن السابع عشر وتطوّر دلالات كلمة ثقافة وتغيرت بتغير الأفكار والقناعات ما أدّى إلى ظهور المفهوم الحديث في قرن الأنوار لدى الفرنسيين ثمّ عند الإنجليز والألمان.²

كان تاييلور أوّل من عرف الثقافة بمعناها الانتوجرافي الواسع هي ذلك الكل الذي يتضمّن المعرفة، المعتقد، الفن، الموروث. والعادات التي يرثها الإنسان كعضو في المجتمع يعرفها كلابد كلوكتون وسترودثبيك " أنها طريقة التفكير للشعور والتفاعل مع مجموعة بشرية خاصة المكتسبة والتي تنتقل عن طريق الرموز والذي يُمثّل هويته المحددة ويتكوّن جوهر الثقافة من الأفكار التقليدية والقيم المرتبطة به.³

¹ Karine désaulniers , **La publicité dans un contexte diversité culturelle : regards croisés QUÉBEC-FRANCE** , comme exigence partielle de la maitrise en administration des affaires ,université du QUÉBEC à TROIS-RIVIÈRES , octobre 2011 ,Page23 <https://depot-e.uqtr.ca/2274/>

² الصديق الصادقي العماري، الثقافة بين الأنا و الآخر - مقاربات التفكير، مجلة الرستمية، المجلد 2 ، العدد 1، جوان 2021، جامعة فاس، المغرب، ص 29 . متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/152411>

³ Pauline breduillieard , **L'efficacité du message publicitaire à argumentation biréférentielle au Mexique , un pays collectiviste membre de l'Alena ?**, comme exigence partielle de la maitrise maitrise en administration des affaires , L'université du QUÉBEC à MONTRÉAL , FÉVRIER 2009 , Page5-6 <https://archipel.uqam.ca/1901/1/M10802.pdf>

1 أبعاد الثقافة:

1.1 الفردية مقابل الجماعية: Individualism vs. Collectivism

ويعرف هذا البعد بمنصل يمتد طرفه الأول إلى ما يُسمى بالفردية ويُعنى بزيادة الاعتماد على الذات في المواقف الاجتماعية التي تضمن تفاعلاً مع الأفراد داخل نسق المجتمع وانخفاض مؤشر الترابط والتعاون مع الآخرين.¹ وتعني الفردية تحمل مسؤولية نفسه وحرية، بينما تعني الجماعية بأن الفرد مسؤول أمام عائلته ومجموعته ووطنه.²

2.1 بُعد الأنوثة و الذكورة

يستخدم هوفستد هذا البعد لوصف الاستقطاب بين أدوار الجنسين في بلد ما. ويذكر أن الخصائص العامة لأدوار الجنسين موجودة دور الرجل يُعزز الحزم والمنافسة، ويتمحور حول النجاح المادي، في حين أن دور المرأة يُشدد على الرعاية والتواضع والحنان والاهتمام بالعلاقات والبيئة المعيشية في الدول ذات الدرجات العالية، ستكون أدوار الجنسين مميزة جداً.³

وتيسير إلى المجتمعات التي تسود ثقافتها القيم الذكورية، ومنها على سبيل المثال التمييز الواضح بين أدوار الجنسين داخل المجتمع. ويهتم إلى حد كبير بالدوافع والقيم الأساسية للمجتمع. وتكون المجتمعات الذكورية، قادرة على التنافس ويقودها الإنجاز والنبالة والإصرار إلى جانب النزعة المادية، أما المجتمعات الأنثوية فتكون قائمة على توافق الآراء وتفضيل بعض القيم، مثل التعاون والتواضع والعناية بالضعفاء ونوعية الحياة.⁴

¹ عدنان مشرف العنزي و بدر محمد الأنصاري، العلاقة بين الأبعاد الثقافية العالمية ونموذج العوامل الخمسة للشخصية لدى المعلمين الكويتيين وغير الكويتيين، مجلة الدراسات التربوية والنفسية جامعة سلطان قابوس، مجلد 12، العدد 1، يناير 2018، ص 82. متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=127238>

² محمد حويش علاوي الشجري، دور الأبعاد الثقافية للمجتمع في تشكيل ملامح التطبيقات المحاسبية المقبولة دراسة ميدانية لآراء عينة من المحاسبين والمدققين العاملين في البيئة العراقية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، المجلد 2 العدد 23، جوان 2011، ص 291. متاح على الرابط

<https://journals.qou.edu/index.php/jrresstudy/article/view/1144>

³ Paola Signorini , Rolf Wiesemes, and Roger Murphy , **Developing alternative frameworks for exploring intercultural learning : a critique of Hofstede's cultural difference model** , Teaching in Higher Education Vol . 14 , No. 3 , June 2009 , page 256.

https://www.researchgate.net/publication/248966852_Developing_alternative_frameworks_for_exploring_intercultural_learning_A_critique_of_Hofstede%27s_cultural_difference_model

⁴ دنيا عرابي، العلاقة بين استخدام الانستغرام والأبعاد الثقافية لشباب في المجتمع المصري، دراسة مسحية في اطار نموذج هوفستد، المجلد 18، العدد 4، ديسمبر 2019، ص 616. متاح على الرابط.

https://joa.journals.ekb.eg/article_92471.html

3.1 القلق وعدم اليقين:

ويمكن شرح الفكرة يتعلّق البعد بتسامح المجتمع مع الغموض في الثقافات هذا التجنب يكون الناس أكثر تسامحاً مع أفكار الجديدة عندما يكون اليقين منخفضاً بينما في الثقافات تجنب اليقين العالية يكون الناس عكس ذلك.¹

يمكن تعريفها بأنها إلى أي مدى يشعر الجمهور المستهدف بالتهديد من عدم اليقين والغموض ومحاولة تجنب هذه الحالات فنجد في الثقافات تجنب عدم اليقين أقوى هناك حاجة إلى وضع قواعد وإشكاليات لهيكل الحياة ولهذا يُترجم إلى البحث عن الحقيقة والإيمان في الخبراء فأفراد الذين ينتمون لثقافات تتسم بمستوى عالٍ من الحرص على تجنب القلق وعدم اليقين هم أقل عرضة للتغيير والابتكار مثل الدول العربية التي درسها هوفسترد إيطالياً، اليابان، بلجيكا، بينما الأفراد الذين ينتمون لثقافات تتسم بمستوى منخفض من الحرص على تجنب أكثر عرضة للتغيير والابتكار وهذا ما يفسر الاختلافات في تبني الابتكارات والإبداعات مثل الولايات المتحدة الأمريكية، السويد، المملكة المتحدة، هولندا، فنجد أن الثقافات عالية الحرص على تجنب القلق وعدم اليقين لديها موقف سلبي من الصحة من خلال التركيز على البقاء في الطعام والشراب واستخدام المزيد من الأدوية من خلال التركيز على اللياقة الرياضية.²

4.1 التفاوت في القوة والنفوذ:

حدّد بعد مسافة القوة إلى أي مدى تتكيف الثقافة مع عدم المساواة في توزيع القوة في العلاقات والمنظمات " حدّد بحث هوفستد التمييز بين أولئك الذين ينتمون إلى ثقافات المسافة ذات القوة العالية - المسافة ومنخفضة القوة -، حيث تتمييز الأولى بفجوات هرمية أكبر نسبياً بين الأفراد على أساس عوامل التفاضل مثل العمر والجنس والجيل والمكانة.³

¹ إلهام عبد الرحمان خليل، تكافؤ القياس لمقياس CVSCALE لقيم هوفستيد الثقافية: دراسة عبر ثقافية، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 4، العدد 18، أكتوبر 2020، ص 71. متاح على الرابط

https://jasep.journals.ekb.eg/article_117887.html

² شادي ربيع محمد علي، التحليل السيميولوجي لخطاب الإعلانات الخدمية دراسة تحليلية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة، المجلة المصرية للبحوث الاتصال الجماهيري، دورية محكمة نصف سنوية، تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف، المجلد 1، العدد 1، عدد ديسمبر 2020 ص 182. متاح على الرابط

https://mebp.journals.ekb.eg/article_159409_222e20aa1894043f00f9e2231f11c6e1.pdf

³ Divine Agodza & author : **Six Approaches to Understanding National Cultures : Hofstede's Cultural Dimensions paradigm**, Intercultural Communication (COM 609 Spring Arbor University November 4 , 2014 page 3_4
file:///C:/Users/PC/Downloads/SixApproachestoUnderstandingNationalCultures_HofstedesCulturalDimensions.pdf

وتتعلق بالاستعداد لقبول التوزيع غير المتكافئ للسلطة في المنظمات والمؤسسات (على سبيل المثال، الأسرة). في مجتمع به مسافة سلطة كبيرة، يتم إنشاء التسلسل الهرمي بوضوح ولا يشكك الناس في السلطة. تميل درجات المؤشر لهذا الأبعد إلى أن تكون أقل بالنسبة للبلدان الغربية الناطقة بالإنجليزية وأعلى في دول آسيا، وأفريقيا، واللاتينية، ودول أوروبا الشرقية.¹

2 سمات خصائص، وملامح الثقافة:

1.2 سمات الثقافة:

1.1.2 سمة الاستمرارية والتواصل:

من جيل إلى جيل إلا أنها تكون قابلة للتغيير، وتختلف المجتمعات الإنسانية في مقدار هذا التغيير الذي يحدث على مستوى المجتمع بفعل تغيير الظروف الاقتصادية ووجود المخترعات والاكتشافات الجديدة وانتشارها. ونتيجة لهذا التغيير الثقافي قد نسمع مثل هذه التعبيرات: الصدمة الثقافية **Shook culture** والثورة الثقافية **Culture revolution**.

قابليتها للانتشار والانتقال:

من وسط ثقافي إلى وسط ثقافي آخر، ويمكن أن يتم هذا الانتقال بشكل عرسي أو شكل مقصود، وقد يحدث الانتقال بكل سهولة دون صعوبة أو اعتراض، وقد يلقي هذا الانتقال نوعاً من الصراع بين الثقافة المحلية والثقافة الوافدة.

3.1.2 وهي تؤدي دوراً مهماً في تكوين المجتمعات الإنسانية أو التجمعات العرقية المتميزة:

فهي التي تولد بين أفرادها مجموعة من الروابط التي تتمثل في طرق التفكير والشعور والسلوك المشترك، كما أنها تساهم من جهة أخرى بطريقة رمزية تشبه نظام اللغة في تأكيد هذه الروابط. وتتمثل الوظيفة الاجتماعية للثقافة:

تجمع وتوحد عدد من الأفراد في جماعة متميزة، وهي تحقق للإنسان حالة من التوازن مع ما يحيط به وهي تتطوّر بهذا المفهوم على قيمة إنسانية للإنسان مع الطبيعة من ناحية ومع أفراد مجتمعه من ناحية أخرى.²

¹ MOHAMMAD ZAINUDDIN & ISHTIAQUE ARIF : **Alternative Cross - Cultural Theories : Why Still Hofstede ?** Conference: International Conference on Economics, Management and Social Study 2018At: Morrissey Hotel, Jakarta, Indonesia , Page 4
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3309633

² منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات (القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 2006) ص ص 76 77.

2.2 خصائص للثقافة:

الثقافة نتاج اجتماعي إنساني:

حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية وهي من اختراع واكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان.¹

الثقافة عضوية:

إذا كانت الثقافة تشتمل على العناصر المادية واللامادية معاً فإن كلاً من العناصر المادية وغير المادية يرتبط بعضها ببعض ارتباط عضوي فيؤثر كل عضو في غيره من العناصر كما يتأثر به فالنظام الاقتصادي يتأثر بالنظام السياسي والعكس صحيحاً كما أن النظام التعليمي يتأثر بالنظامين معاً ويؤثر فيهما ومن جهة ثانية فإن العادات والتقاليد تؤثر في نظام الأسرة من حيث طريقة الزواج والعلاقة بين الكبير والصغير وإذا تغير أي عنصر من هذه العناصر فإنه سيتبعه تغيراً حتمياً في النظم الأخرى، أضف إلى هذا أن التغير في أساليب المعيشة يتبعه تغييراً في القيم والعادات ومن ثم فإن عناصر الثقافة يرتبط بعضها ببعض ارتباطاً عضوياً يتسم هذا الارتباط بالديناميكية وليس بالاستاتيكية.²

- أنها تنشأ عن الحياة الاجتماعية البشرية وتعد من اختراع واكتشاف الإنسان.
- أنها تنتقل من جيل إلى جيل على شكل نظم وتقاليد وعادات وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق المخلفات المادية والرؤى اللغوية، كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط اجتماعي آخر.
- أنها قابلة للتعديل والتغيير، إذ يلجأ كل مجتمع وكل جيل إلى تغيير نماذجها وفق ما يحيط به من ظروف خاصة تميزه عن سواه من المجتمعات والأجيال الأخرى.³

¹ محمد كحط الربيعي، حسين الأنصاري، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، 2015) ص37. متاح على موقع <https://archive.org>

² منال البارودي، مدحت محمد ابو الناصر، البناء النفسي والوجداني للقائد الصغير (مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، 2015) سلسلة قائد المستقبل رقم ص 204. متاح على الرابط <https://www.noor-book.com>

³ زكريا الدوري، أحمد على صالح، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019) ص102.

3.2 ملامح الثقافة

- مِنْهَا أَنهَذَا نَاشِطٌ مُكْتَسِبَةٌ مِنْ إِرْتِيَادِ دُورِ الْعِبَادَةِ وَالتَّرَاوِرِ وَالتَّعَامُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ.
- أَفْكَارٌ مُكْتَسِبَةٌ كَالْإِعْتِقَادِ فِي اللَّهِ وَكِرَاهِيَةِ الْعُنْصَرِيَّةِ وَالْحَرِيَّةِ.
- مُنْتَجَاتٌ مَادِّيَّةٌ كَالسِّيَّارَاتِ وَالْآلَاتِ وَالْأَبْنِيَّةِ.
- التِّكْنُولُوجِيَا (الْوَسَائِلُ الَّتِي بِوَسْطِهَا يُعَالِجُ الْعَالَمَ الْمَادِّيَّ).
- الأَيْدِيُولُوجِيَّةُ وَهِيَ الْمَعْرِفَةُ وَالْقِيَمُ وَالْمَعْتَقَدَاتُ الَّتِي تَصْمِنُهَا التَّقَاةُ وَيُمْكِنُ أَنْ نُوضِّحَ الْعِلَاقَةَ بَيْنَ الْهَوِيَّةِ وَالتَّقَاةِ بِأَنَّهَا تَعْنِي عِلَاقَةَ الذَّاتِ بِالإِنْتِاجِ التَّقَايِّ، أَيْ أَنَّ الذَّاتَ الْمَفْكَرَةَ هِيَ الَّتِي تَقَدِّمُ الإِنْتِاجَ التَّقَايِّ وَتَحَدِّدُ نَوْعَهُ فِي كُلِّ مُجْتَمَعٍ مِنَ الْمَجْتَمَعَاتِ، وَبِذَلِكَ فَهِيَ تَخْتَلِفُ بِإِخْتِلَافِ التَّوْجُّهَاتِ الْفِكْرِيَّةِ وَالسِّيَاسِيَّةِ لِمُنْتَجِي التَّقَاةِ.¹

3 وظائف الثقافة:

وظيفة السعي إلى تجديد الفكر:

أُسْلُوبُ التَّفْكِيرِ، وَالتَّعَمُّقُ فِي دِرَاسَةِ وَتَحْلِيلِ الْمُؤَثِّرَاتِ، عَلَى مُنْتَجَاتِ الْعَقْلِ وَالتَّفْكِيرِ، مِنَ الْوِظَائِفِ الرَّئِيسِيَّةِ لِلتَّقَاةِ وَإِنَّ أَمَّهُ مَا يَجِبُ أَنْ نُقُومَ بِهِ النُّقْدَ الْمُؤْضُوعِيَّ لِعَقْلِنَا الْعَرَبِيِّ.²

إِنَّ وِظِيْفَةَ التَّقَاةِ فِي تَحْدِيدِ أَيِّ عُنَاصِرِ الطَّبِيعَةِ الْبَشَرِيَّةِ:

يُكُونُ الْعُنْصُرُ السَّائِدُ الْغَالِبُ عَلَى سَائِرِهَا؛ وَفِيْمَا عَسَى أَنْ يَكُونَ طِرَازَهَا أَوْ تَنْظِيمُهَا مِنْ حَيْثُ إِتِّصَالُ هَذِهِ الْعُنَاصِرِ بَعْضُهَا بِبَعْضٍ هَذِهِ الْوِظِيْفَةُ تَمْتَدُّ إِلَى مَا وَرَاءَ أَيَّةِ نَقْطَةٍ خَاصَّةٍ سَبَقَ أَنْ لَفَّنَّا النَّظْرَ إِلَيْهَا. فَهِيَ تُؤَثِّرُ لَا شَكَّ فِي فِكْرَةِ الْفَرْدِيَّةِ ذَاتِهَا. فَفِكْرَةُ أَنَّ الطَّبِيعَةَ الْبَشَرِيَّةَ فَرْدِيَّةٌ فِي صَمَمِيَّهَا هِيَ نَفْسُهَا نَتِيجَةُ حَرَكَةِ تَقَاةِيَّةٍ ذَاتِ نَزْعَةٍ فَرْدِيَّةٍ. وَفِكْرَةُ أَنَّ كُلًّا مِنَ الْعَقْلِ وَالشُّعُورِ فَرْدِي فِي جَوْهَرِهِ لَمْ تُخْطَرِ بِبَالٍ أَحَدُ طَوَالِ الْجُزْءِ الْأَكْبَرِ مِنَ تَارِيخِ الْبَشَرِيَّةِ، وَلَوْ خَطَرَ لِأَحَدٍ أَنْ يَفْتَرِحَهَا لَكَانَ نَصِيْبَهَا الرِّفْضُ بِإِعْتَابِهَا مَصْدَرًا لِلْفُؤْضَى وَالِاضْطِرَابِ اللَّذِينَ لَا مَنَاصَ مِنْهُمَا هَذَا، وَلَيْسَ ذَلِكَ لِأَنَّ آرَاءَهُمْ كَانَتْ فِي هَذِهِ النَّاحِيَةِ خَيْرًا مِنَ الْآرَاءِ الَّتِي ظَهَرَتْ بَعْدَهُ، وَلَكِنْ لِأَنَّهَا كَانَتْ هِيَ الْآخَرَى مِنَ وَظَائِفِ التَّقَاةِ الْبَشَرِيَّةِ.³

¹ زينب احمد عبد الرحمان، تقديم مصطفى رجب الطفل العربي والثقافة الالكترونية (دسوق: دار العلم و الإيمان لنشر والتوزيع، ط1، 2015) ص ص82 83. متاح على الرابط على https://books4arabs.com/BORE01-2/_BORE01-362.pdf

² غالب الفريجات، العولمة والهوية في الثقافة، طبع بدعم من وزارة الثقافة، 2019، ص15. متاح على الرابط <https://books.google.dz/books?id=2LvcDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr#v=onepage&q&f=false>

³ چون ديوي، ترجمة أمين مرسي فنديل، الحرية والثقافة، وكالة الصحافة العربية، 2020، ص32. متاح على الرابط <https://www.noor-book.com>

حفظ التراث:

تَحْفَظُ الثَّقَافَةُ لِلْمُجْتَمَعِ تَرَاثَهُ الْقَدِيمِ، وَتَعْمَلُ عَلَى نَقْلِهِ عِبْرَ الْأَجْيَالِ الْمَتَعَابِقَةِ مِنَ الْقَدِيمِ إِلَى الْحَدِيثِ فَالْأَحْدَثِ، وَلَوْلَا هَذِهِ الْعَمَلِيَّةُ الْمَحَافِظَةُ عَلَى التَّرَاثِ وَنَقْلِهِ لَأَنْقَطَعَتْ أَلْسَلَةُ بَيْنَ الْأَجْيَالِ الْحَالِيَّةِ فِي مُجْتَمَعَاتِهَا وَبَيْنَ مَاضِيهَا، وَضَاعَتْ فِي الْوَقْتِ نَفْسَهُ، خِبْرَاتُ هَائِلَةٍ مَرَّتْ بِهَا الْجَمَاعَاتُ الْبَشَرِيَّةُ فِي صِرَاعِهَا الطَّوِيلِ مَعَ الطَّبِيعَةِ، وَمَعَ بَعْضِهَا الْبُغْضُ، وَلَكَانَ عَلَى كُلِّ جِيلٍ أَنْ يَبْدَأَ الْمَسِيرَةَ مِنْ جَدِيدٍ، وَأَنْ يَكْتَسِبَ خِبْرَاتَهُ بِذَاتِهِ.¹

وظيفة التطوير للموروثات:

فَأَيُّ ثَقَافَةٍ حَيَّةٍ لَا بُدَّ مِنْ أَنْ تَسْمَحَ بِقَدْرِ مِنَ التَّغْيِيرِ وَالتَّطَوُّرِ لِعِنَاصِرِهَا الْمَادِّيَّةِ وَالْمَعْنَوِيَّةِ، بِحَيْثُ تُسَاعِدُ مُجْتَمَعَهَا عَلَى التَّكْيِيفِ وَالنُّمُوِّ وَالْإزْدِهَارِ. فَإِذَا لَمْ تُؤَدِّ الثَّقَافَةُ هَذِهِ الْوِظِيْفَةَ فَإِنَّهَا تَحْكُمُ عَلَى نَفْسِهَا وَعَلَى مُجْتَمَعِنَا بِالتَّدهُورِ وَالدُّبُولِ، إِنْ لَمْ يَكُنْ بِالْإِنْهِيَارِ أَوْ الْإِنْدثارِ. وَكَمَا أَنَّ الْفَرْدَ مُطَالِبٌ بِأَنْ يَتَغَيَّرَ وَيَتَطَوَّرَ عَمَّا كَانَ عَلَيْهِ آبَاؤُهُ لِيَتَكَيَّفَ مَعَ مُسْتَجِدَّاتٍ لَمْ تُوجَدِ فِي حَيَاةِ أَبِيهِ، فَكَذَلِكَ الثَّقَافَةُ.²

تمييز المجتمعات عن بعضها:

أَنَّهَا تَمَيَّزُ الْمُجْتَمَعَاتُ الْبَشَرِيَّةُ عَنْ بَعْضِهَا، وَتَوْضِحُ السِّمَاتِ الْعَامَّةِ الَّتِي يَتَّصِفُ بِهَا أَفْرَادُ كُلِّ مُجْتَمَعٍ عَنِ الْآخَرِ، وَلَا نَقُولُ إِنَّ الثَّقَافَاتِ تَجْعَلُ مُجْتَمَعًا أَفْضَلَ مِنَ الْآخَرِ، أَوْ تَجْعَلُهُ أَكْثَرَ رُقِيًّا مِنْ غَيْرِهِ، إِذِ الْوَاقِعُ أَنَّ كُلَّ مُجْتَمَعٍ مُتَّفَرِدٌ بِثِقَافَتِهِ، مُعْتَزٌّ بِهَا، بَلْ وَمَدَافِعُ عَنْهَا عِنْدَ اللُّزُومِ. إِنَّ الثَّقَافَاتِ تَتَّمَايَزُ فِيمَا بَيْنَهَا، وَلَكِنَّهَا لَا تَتَّفَاضِلُ.

تماسك البناء الاجتماعي:

تَعْمَلُ الثَّقَافَةُ عَلَى تَمَاسِكِ الْبِنَاءِ الْاجْتِمَاعِيِّ Social Structure دَاخِلِ الْمَجْتَمَعِ، حَيْثُ يَعْرِفُ كُلُّ شَخْصٍ مَوَاقِعَهُ دَاخِلَ جَمَاعَتِهِ ، وَمِنْ ثَمَّ يُؤَدِّي أَدْوَارَهُ الْاجْتِمَاعِيَّةَ الْمَطْلُوبَةَ مِنْهُ دُونَ أَنْ يَتَّصَادَمَ مَعَ غَيْرِهِ مِنَ الْأَشْخَاصِ. أَنَّ شُغْلَ أَفْرَادِ الْمَجْتَمَعِ لِمَرَكَزِهِمُ الْاجْتِمَاعِيَّةِ، وَمِمَارَسَةُ الْأَدْوَارِ الْمُنَوَّطَةِ بِهِمْ يَتِمُّ عَلَى أَسَاسِ تَوْفُّعَاتِ الْمَجْتَمَعِ مِنْ هَؤُلَاءِ الْأَفْرَادِ، وَذَلِكَ يُسَاعِدُ عَلَى تَمَاسِكِ الْمَجْتَمَعِ أَسَاسِ تَوْفُّعَاتِ الْمَجْتَمَعِ مِنْ هَؤُلَاءِ الْأَفْرَادِ، وَذَلِكَ يُسَاعِدُ عَلَى تَمَاسِكِ الْمَجْتَمَعِ وَإِزَالَةِ عَنَاصِرِ الصِّرَاعِ.³

¹ محمد عبد العليم مرسى : المنظور الإسلامي للثقافة والتربية دراسة في اجتماعيات التربية (الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 1996) ص 67.

https://books.google.dz/books?id=dJCRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

² سعد الدين إبراهيم، الخروج من زقاق التاريخ دروس في الفتنة الكبرى في الخليج الأعمال الكاملة القاهرة: دار ابن رشد، المجلد الخامس، 2018، ص 216.

³ محمد عبد العليم مرسى: المنظور الإسلامي للثقافة والتربية دراسة في اجتماعيات التربية، المرجع السابق، ص 66.

وظيفة التعبئة والإلهام:

بِحُكْمِ مَا تَنْطَوِي عَلَيْهِ الثَّقَافَةُ مِنْ أَنْظِمَةٍ رَمْزِيَّةٍ لِلتَّوَاصُلِ وَالتَّفَاعُلِ بَيْنَ أبنَاءِ المَجْتَمَعِ الوَاحِدِ أَوْ الأُمَّةِ الوَاحِدَةِ ، فَإِنَّ إِحْدَى وَظَائِفِهَا بِمَعْنَى أَنْ يَسْتَجِيبَ كُلُّ المُنْتَمِينَ إِلَيْهَا إِلَى نَفْسِ، التَّعْبِئَةِ وَالإِلْهَامِ « المُنِيرَاتِ » (stimulations). مِنَ القَصِيدَةِ إِلَى الأَغْنِيَةِ، وَمِنَ الأَمْثَالِ وَالحُكْمِ وَالأَقْوَالِ المَأْتُورَةِ إِلَى الإِحْسَاسِ بِالمَخَاطِرِ وَالتَّحْدِيَّاتِ وَالأَمْنِيَّاتِ. «وَالإِلْهَامِ» بِمَعْنَى اسْتِنْفَارِ المَشَاعِرِ وَالوُجْدَانِ مِنْ أَجْلِ تَحْقِيقِ وُجُودِ أَوْ مُسْتَقْبَلِ أَفْضَلِ.¹

تَشْكَالُ البُعْدِ النَفْسِيِّ:

تُشْكَلُ الثَّقَافَةُ بُعْدًا نَفْسِيًّا Psychological مُهِمًّا لِلفردِ دَاخِلِ جَمَاعَتِهِ، حَيْثُ يَشْعُرُ بِالأَمَانِ حِينَ يَكُونُ بَيْنَهَا، لِأَنَّهُ يَتَعَامَلُ مَعَ أَفْرَادِهَا عَلَى أَسَاسِ الأَطْرِ وَالأنْسَاقِ وَالنُّظْمِ وَالقِيمِ الَّتِي ارْتَضَتْهَا الجَمَاعَةُ لِنَفْسِهَا، وَتَشْرِبُهَا هُوَ أَيْ الفَرْدُ خِلَالَ تَنْشِئَتِهِ الاجْتِمَاعِيَّةِ الطَّوِيلَةِ مُنْذُ الطُّفُولَةِ، كَمَا أَنَّهُ يَشْعُرُ بِالأَمَانِ النَفْسِيِّ حِينَ يَكُونُ خَارِجَ جَمَاعَتِهِ وَيَلْتَقِي بِنَفَرٍ مِنْ أبنَاءِ ثِقَافَتِهِ يُحْسِ بِأَحَاسِيْسِهِمْ، وَيَشْعُرُ بِشَعُورِهِمْ. إِنَّ الطَّمَأْنِينَةَ النَفْسِيَّةَ، وَإِشْبَاعَ الحَاجَةِ لِالأَمْنِ لِمَنْ أَهَمَّ وَظَائِفِ الثَّقَافَةِ.

تَوْضِيحُ المَعَايِيرِ وَالقِيمِ:

تُوضَّحُ وَتَجَلِي المَعَايِيرِ وَالقِيمِ الَّتِي تَتَبَنَّاها جَمَاعَةٌ بِعَيْنِهَا، دَاخِلَ ثِقَافَةٍ مُعَيَّنَةٍ، كَمَا تُوضَّحُ لِلفَرْدِ حُدُودَ عِلاَقَاتِهِ وَتَعَامَلَاتِهِ مَعَ الأَفْرَادِ الأَخْرِينَ، وَمَعَ الهَيْئَاتِ وَالمُنظَّمَاتِ دَاخِلِ الجَمَاعَةِ أَوْ المَجْتَمَعِ بِاتِّسَاعِهِ، وَمَعْرِفَةَ هَذِهِ الأَحْدُودِ وَالأَلْتِمَازِ بِهَا أَمْرٌ مُهِمٌّ لِلطَّرْفَيْنِ: الأَفْرَادِ مِنْ جِهَةٍ وَالهَيْئَاتِ وَالمُنظَّمَاتِ مِنْ جِهَةٍ أُخْرَى، حَيْثُ يَسْلُكُ كُلُّ مِنْهُمُ وَهُوَ عَلَى بَيِّنَةٍ مِنْ أَمْرِهِ ، مِمَّا يَجْعَلُ العَمَلَ وَالتَّفَاعُلَ يَسِيرًا بِهَدْوٍ وَسَلَاسَةٍ دُونَ تَصَادِمَاتٍ، بَلْ مِمَّا يَجْعَلُ الحَيَاةَ نَفْسَهَا هَيِّئَةً وَسَهْلَةً.

إِيجَادُ اِهْتِمَامَاتٍ مَشْرُوكَةٍ:

تَعْمَلُ الثَّقَافَةُ عَلَى إِيجَادِ اِهْتِمَامَاتٍ مُشْرُوكَةٍ بَيْنَ أَفْرَادِ المَجْتَمَعِ الوَاحِدِ، وَوُجُودِ الأَهْدَافِ المَشْرُوكَةِ، وَالسَّعْيِ لِتَحْقِيقِ تِلْكَ الأَهْدَافِ يَرْتَبِطُ أَفْرَادُ المَجْتَمَعِ بِبَعْضِهِمْ وَيُوَجِّدُهُمْ، كَمَا يَكْسِبُهُمُ الشُّعُورَ بِالانْتِمَاءِ وَالتَّضَامُنِ وَالتَّعَاوُنِ، وَمِنْ ثَمَّ يُجَنِّبُهُمُ الصَّرَاعَ وَالتَّمَرُّقَ، وَيَحَقِّقُ بَيْنَهُمْ رُوحَ الجَمَاعَةِ الوَاحِدَةِ، وَوُجُودَ هَذِهِ الرُّوحِ دَافِعَ رَائِعٍ لِإِنجَازِ المَعْجَزَاتِ، خَاصَّةً إِذَا كَانَتْ هُنَاكَ أَهْدَافٌ وَاضِحَةٌ يَجْمَعُ الكُلُّ عَلَيْهَا، وَيَسْعُونَ لِتَحْقِيقِهَا بِكُلِّ جُهْدِهِمْ وَطَاقَتِهِمْ.²

¹ سعد الدين إبراهيم، المرجع السابق، ص 217

² محمد عبد العليم مرسي، المنظور الإسلامي للثقافة والتربية دراسة في اجتماعيات التربية ، المرجع السابق، ص ص 66

تمدنا بالوسيلة للتنبؤ:

بجزء كبير من سلوك الفرد والجماعة في مواقف معينة فإذا عرفنا الأنماط الثقافية التي تسود الجماعة التي ينتمي إليها فرد ما أمكننا التنبؤ بسلوكه في معظم المواقف التي يواجهها، فالثقافة تقوم بخدمة إنسان معين في زمان ومكان معينين إذ تقدم لكل من الفرد والمجتمع وسائل حياته وسبل تعامله في الزمان والمكان المعينين ولذا ليس من السهل التعرف على الفرد أو المجتمع إلا من خلال الثقافة لكل منهما. فالثقافة بمثابة الشخصية التي تميز الفرد عن غيره من الأفراد وتتميز المجتمع عن غيره من المجتمعات.¹

¹ رأفت عبد العزيز البوهي، وآخرون: أصول التربية المعاصرة (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2018)

ثالثاً: الاغتراب الثقافي

1 تحديد نطاق مفهوم الاغتراب الثقافي:

"إنّ الاغتراب الثقافيّ هو شعور الفرد بتباعده عن ثقافة المجتمع ورفضه للواقع الثقافيّ، ويتمثّل هذا الموقف في تمرد المتقنين أو الطلبة على المؤسسات التقليديّة في المجتمع".¹

يُشير الاغتراب الثقافيّ إلى عمليّة التقليل من قيمة الثقافة أو الخلفيّة الثقافيّة أو التخلّي عنها، الشّخص المنفصل ثقافياً لا يُعطي قيمة تُذكر لثقافته أو ثقافته المضيفة، وبدلاً من ذلك يتوق إلى ثقافة الأمة المستعمرة المفروضة.

يرتبط منظور ما بعد الاستعمار بيل أشكروفت و غاريت جريفيث وهيلين تيفين بين الاغتراب والإحساس بالتشرد أو النزوح الذي يشعر به بعض الناس (خاصة أولئك الذين ينتمون إلى ثقافات المهاجرين) عندما يتطلعون إلى أمة بعيدة من أجل قيمهم .

غالباً ما تُظهر المجتمعات المنفردة ثقافياً إحساساً ضعيفاً بالهويّة الثقافيّة الذاتيّة وتضع القليل من القيمة على نفسها. لقد قيل إنّ المظهر الأكثر شيوعاً لهذا الاغتراب بين الناس من دول ما بعد الاستعمار في الوقت الحاضر هو الشهية لكلّ الأشياء الأمريكيّة، من التلفزيون والموسيقى إلى الملابس والعاميّة وحتى الأسماء. ومع ذلك، فإنّ شعبيّة الثقافة الأمريكيّة عبر كلّ من البلدان المستعمرة والمستعمرة سابقاً ربما تُلغي هذه الحجّة.

سيظهر الأفراد المنفصلون ثقافياً أيضاً القليل من المعرفة أو الاهتمام بتاريخ المجتمع المضيف، ولا يضعون أيّ قيمة حقيقيّة لمثل هذه الأمور. الكلمات المفتاحيّة : الاغتراب الثقافيّ ، المنهجية التفسيرية، التي لا مفرّ منها، ما بعد الاستعمار، الاغتراب الثقافيّ يُشير الاغتراب الثقافيّ إلى عمليّة عدم الاحترام وعدم الاهتمام بالثقافة التي ينتمي إليها الفرد ويطمح إلى أن يكون جزءاً من ممارسات الثقافة السائدة أو يعرّسها. الخلع/ التهجير/ الهجرة هو السبب المحتمل للاغتراب الثقافيّ لأنّ هؤلاء الناس يبحثون عن قيم في ثقافة أو أمة مختلفة، يرى منظور ما بعد الاستعمار بيل أشكروفت و غاريت جريفيث وهيلين تيفين الأمر نفسه.²

¹ عبد الرحمان عبد الهاشمي، وآخرون، أدب الأطفال: فلسفته.. أنواعه.. تدريسه، (الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2009)ص113.

² Preetham Krishnappa : Ineludible Cultural Alienation , Journal of Interdisciplinary Cycle Research , Volume XII , Issue III , March / 2020 .page 1262
https://www.researchgate.net/publication/343320238_Ineludible_Cultural_Alienation

2 أبعاد الاغتراب الثقافي:

الاغتراب ظاهرة مُتعددة الأبعاد أي أنها ظاهرة تتكوّن من أكثر من مُكوّن، تُسمّى مُكوّناتها الأساسيّة بالأبعاد، وقد اختلف الباحثون في تحديد تلك الأبعاد كلّ حسب مفهومه للظاهرة، ووجهة نظره فيها والتصنيف الأكثر شمولاً بالنسبة للاغتراب كظاهرة هو تصنيف "سناء حامد زهران" التي حدّدت له ستة أبعاد هي:¹

وأن هذه الحالة مُتعددة الأبعاد يُمكن إجمالها بالآتي: العزلة الاجتماعيّة - التسيؤ - اللامعيارية - العجز - اللامعنى - التمرّد - اللاً هدف - اغتراب الذات - فقدان الثقة - أزمة الهوية). وهناك من يختزل هذه الأبعاد أو العوامل إلى ثلاثة فقط، ومنهم من يوسعها إلى (13) عاملاً (كينستون، 1964 م).

وهذا يعني أنّ الاغتراب ليس ظاهرة أحاديّة البعد، بل مُتعددة كتعدّد أبعاد الإنسان النفسي والاجتماعي وينفق علماء النفس على أنّ الفرد حين يلوذ بذاته ويتمركز عليها، على حساب تفاعله مع الواقع واستجابته الفعّالة لحركة الحياة، وانتمائه الإيجابي للحياة، فإن حياته النفسيّة تختل وتظهر عليه الأعراض المصاحبة للاغتراب من عزلة موحشة واكتئاب وقلق وتسلط وتثريب وعدوان وهذا يعني أنّ للاغتراب أضراراً تشمل كلاً من الفرد والمجتمع. فالفرد قد يُعاني من الإحساس بالعجز وفقدان القدرة على توجيه ما يقوم به من نشاط على وفق تخطيطه فيصاب نتيجة لذلك بالإحباط ويفقد الاهتمام بالأمر الحياتية وفقدان الهدف أو المعنى من سلوكه، فضلاً عن إحساسه بعدم جدوى الأخلاق.²

1.2 العجز: powerlessness

ويقصد به شعور الفرد بأنه لا يستطيع التأثير في المواقف التي يواجهها، كما أنّه لا يستطيع أن يتخذ قراراته أو يُعزّر مصيره، فأرادته ومصيره ليس بيديه، بل تحددهما قوى خارجة عن إرادته الذاتية مثل القدر والحظ، ومن ثمّ يشعر بالإحباط والعجز عن تحقيق ذاته، ويذل هذا البعد على أنّ الشخص يضع قيماً علياً لأهدافه وفي الوقت نفسه لديه توقّعات منخفضة لتحقيقها. والذين يشعرون بالعجز تتسم تصرفاتهم بالتمرّد والثورة.³

¹ جديدي زليخة، الاغتراب، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وادي سوف (الجزائر)، المجلد 4، العدد 08، جوان 2012، ص 352. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/20489>

² صلاح الدين أحمد الجماعي، المرجع السابق، ص 65.

³ خالد محمد ابوشعيرة، الاغتراب في النسق الاجتماعي لدى الشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 21، العدد 2، ابريل 2013، المملكة العربية السعودية، ص 102. متاح على الرابط <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJEPS/article/view/529/489>

2.2 اللامعنى "Meaning lessness" :

ويَقْصِدُ بِهِ مَدَى إِدْرَاكِ الْفَرْدِ وَفَهْمِهِ أَوْ اسْتِيعَابِهِ لِمَا يَدُورُ حَوْلَهُ مِنْ حَوَادِثِ وَأُمُورٍ عَامَّةٍ وَخَاصَّةً، وَعَرَفَهُ سِيْمَانُ " (Seemen)) بِأَنَّهُ تَوَقَّعَ الْفَرْدَ أَنَّهُ لَنْ يَسْتَطِيعَ التَّنَبُّؤَ بِدَرَجَةِ عَالِيَةِ مِنَ الْكِفَاءَةِ بِالنَّاتِجِ الْمُسْتَقْبَلِيَّةِ لِلْسُّلُوكِ، فَالْفَرْدُ يَعْتَرِبُ عِنْدَمَا لَا يَكُونُ وَاضِحًا أَدْيُهُ مَا يَجِبُ عَلَيْهِ أَوْ يَثِقُ فِيهِ، وَكَذَلِكَ عِنْدَمَا لَا يَسْتَطِيعُ تَحْدِيدَ مَعْنَى لَمْ يَقُمْ بِهِ وَمَا يَتَّخِذُهُ مِنْ قَرَارَاتٍ . وَيَرَى الْفَرْدَ الْمُعْتَرِبَ وَفَقًّا لِمَفْهُومِ اللَّامَعْنَى، أَنَّ الْحَيَاةَ لَا مَعْنَى لَهَا لِكُونِهَا تَسِيرَ وَفَقَ مَنْطِقَ غَيْرِ مَعْقُولٍ ، يَفْقِدُ الْفَرْدُ وَاقِعِيَّتَهُ وَيَشْعُرُ بِالْأَمْبَالَاةِ.¹

3.2 اللامعيارية "Normalessness":

إِنَّ دُورْكَايمَ يَعْتَبِرُ الْأَنْوَمِيَّ حَالَةَ طَارِئَةٍ تُعْبَرُ عَنْ فِقْدَانِ الْمَعَايِيرِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ نَتِيجَةَ التَّغْيِيرَاتِ السَّرِيعَةِ. بَيْنَمَا يَرَى مِيرْتُونُ أَنَّ الْأَنْوَمِيَّ حَالَةَ مُلَازِمَةٍ وَمَعْيَرَةٍ عَنِ التَّنَاقُضَاتِ الَّتِي يَعِيشُهَا الْفَرْدُ فِي الْمَجْتَمَعِ يُعْطِي الْأَهْمِيَّةَ الْقُصْوَى لِلنَّجَاحِ فِي حِينٍ أَنَّ ذَلِكَ الْمَجْتَمَعُ لَا يَمْنَحُ الْفُرْصَ بِالنِّسَاوِي فِي اسْتِخْدَامِ الْوَسَائِلِ الَّتِي يَرْضَاهَا لِجَمِيعِ أَفْرَادِهِ لِلْوُصُولِ إِلَى تِلْكَ الْغَايَةِ الْمَطْلُوبَةِ اجْتِمَاعِيًّا _ النَّجَاحِ.²

اللامعيارية بمعاني ثلاثة:

- النَّفْكَكُ الشَّخْصِيَّ وَبِخَاصَّةِ هَذَا النَّوْعِ الَّذِي يُؤَدِّي إِلَى وُجُودِ مَنْ يَفْتَقِدُ وَالْإِرْشَادَ وَلَا يَحْتَرِمُ الْقَانُونَ، وَذَلِكَ مِمَّا يُهْدِدُ الْبِنَاءَ وَالتَّمَاسِكَ الْاجْتِمَاعِيَّ.
- الْمَوْقِفُ الَّذِي يَشْهَدُ صِرَاعًا بَيْنَ الْمَعَايِيرِ وَبَيْنَ الْجُهُودِ الَّتِي يَبْذُلُهَا الْفَرْدُ لِمَسَايِرَةِ الْمَعَايِيرِ.
- الْمَوْقِفُ الْاجْتِمَاعِيَّ الَّذِي تَغَيَّبَ فِيهِ الْمَعَايِيرُ نَتِيجَةَ لِتَغْيِيرَاتِ اجْتِمَاعِيَّةٍ وَثَقَافِيَّةٍ تَغْلِبُ التَّوَقُّعَاتِ السُّلُوكِيَّةَ الْعَادِيَّةَ لِلْفَرْدِ.³

الابتعاد الذاتي:

المشاركة في الأفعال التي لا تُوفِّرُ الرِّضَى وتَدْرِكُ كَظَرُورَةَ خَارِجِيَّةِ، الْعُزْلَةَ الْاجْتِمَاعِيَّةَ بِرَفْضِ وَعَدَمِ قَبُولِ الْآخَرِينَ.⁴

¹ياسر نعيم عبد الله ، المرجع السابق ص 87 .

² سلاطنية بلقاسم، نوي إيمان، الاغتراب الثقافي-دراسة ميدانية على عينة من طلبة القطب الجامعي شتمة(بسكرة)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 5 العدد 11، جوان 2013، ص 22.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/20774>

³سناء حامد زهران ،إرشاد الصحة النفسية لتصحيح مشاعر معتقدات الاغتراب (مصر: عالم الكتب لنشر و التوزيع، ط1، 2004) ص 108.

⁴ إيغوركون، البحث عن الذات-دراسة في الشخصية ووعي الذات، ترجمة غسان بن نصر، دار معد للنشر والتوزيع، دمشق، ص 183. <https://drive.google.com/uc?id=1FLwHts8ikOmKL4-chywdowbMBnap6D5O&export=download>

4.2 العزلة الاجتماعية "Social isolation"

وَيَقْصِدُ بِهَا شُعُورَ الْفَرْدِ بِالْوَحْدَةِ وَالْفَرَاغِ الْنَفْسِيِّ وَالْاِفْتِقَادَ إِلَى الْأَمْنِ وَالْعَلَاقَاتِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ الْحَمِيمَةِ، وَالْبُعْدَ عَنِ الْآخَرِينَ حَتَّى وَإِنْ وَجَدَ بَيْنَهُمْ كَمَا قَدْ صَاحِبَ الْعُزْلَةَ بِالرَّفْضِ الْاجْتِمَاعِيِّ وَالانْعِزَالَ عَنِ الْأَهْدَافِ الثَّقَافِيَّةِ لِلْمَجْتَمَعِ، وَالانْفِصَالَ بَيْنَ أَهْدَافِ الْفَرْدِ وَبَيْنَ قِيَمِ الْمَجْتَمَعِ وَمَعَايِيرِهِ.¹

يَقُولُ إِيْرِيْكَ فُرُومُ IRIK FROM إِنَّ الشُّعُورَ بِالْعُزْلَةِ تَمَامًا يُفْضِي إِلَى الْمَوْتِ، فَالْفَرْدُ قَدْ يَكُونُ وَحِيدًا بِمَعْنَى فِيزِيَائِيٍّ لِعِدَّةِ سَنَوَاتٍ، وَمَعَ هَذَا لَا يُمَكِّنُ أَنْ يَتَعَلَّقَ بِالْأَفْكَارِ أَوْ الْقِيَمِ أَوْ عَلَى الْأَقْلِبِ بِالْأَنْمَاطِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ الَّتِي تَمْنَحُهُ الشُّعُورَ بِالْتَوَاصُلِ وَأَنَّهُ يَنْتَمِي إِلَى شَيْءٍ، وَقَدْ يَعِيشُ وَسْطَ النَّاسِ وَمَعَ هَذَا يَفْهَرُ شُعُورًا لَا يُطَاقُ بِالْعُزْلَةِ وَتَكُونُ النَّتِيجَةُ إِذَا تَجَاوَزَ الْأَمْرَ حَدًّا مُعِينًا إِصَابَةَ الْفَرْدِ بِالْأَمْرَاضِ الْعَقْلِيَّةِ".

وَحَقًّا مِنْ أَشَدِّ مَعَارِكِ الْإِنْسَانِ مَعَ نَفْسِهِ. وَالْعُزْلَةُ تَعْنِي فِي مُجْمَلِهَا انْفِصَالَ الْفَرْدِ عَنِ مُجْتَمَعِهِ وَبِرَاثِهِ وَغُرْبَتَهُ عَنِ أَهْدَافِهِ وَقِيَمِ مُجْتَمَعِهِ السَّائِدَةِ، لِأَنَّهُ لَا يَرَى قِيَمَةَ لِهَذِهِ الْأَهْدَافِ الَّتِي يُتْرَاهَا هَذَا الْمَجْتَمَعُ، وَهَذَا الْمُنْفَرِدُ بِنَفْسِهِ يُحَاوِلُ الْهُرُوبَ لِأَنَّ وَاقِعَهُ يَحُولُ أَحْلَامُهُ وَأَفْكَارُهُ تُصْبِحُ أَوْهَامًا، وَيَظَلُّ مُسْتَرْسَلًا فِي أَحْلَامِ يَقْظَتِهِ وَتَخْتَلِطُ عِنْدَهُ الْحَقِيقَةُ بِالْخَيَالِ فَهُوَ لَا يَعْرِفُ كَمَا يَقُولُ شَاخْت "مَاذَا يَكُونُ، وَلَا مَاذَا لَا يُرِيدُ، وَلَا مَاذَا يُرِيدُ مِنْهُ الْآخَرِينَ".²

ويشير "أحمد خيرى حافظ" إلى العزلة الاجتماعية أنها مظهر من مظاهر الاغتراب التي تتمثل في تجنّب الاتصال بالآخرين والبعد عن المشاركة في أي أنشطة اجتماعية نتيحة الشعور الفرد بالغرابة بين الآخرين. أنّ الشعور بالعزلة الاجتماعية يعني الانفصال الإرادي والاختياري للفرد نتيحة ضعف الصلة بينه وبين المجتمع، وعدم مبالاته بما يجري حوله وانخفاض مستوى مشاركته في أية أنشطة اجتماعية.³

5.2 الاغتراب عن الذات : Self – estrangement

استمد "Seemen" مفهوم الاغتراب عن الذات من كتاب "إريك فُروم" "المجتمع السليم" حيث يُتَبَرَّ مَا كَتَبَهُ فُرومُ مِنْ أَكْثَرِ الْبُحُوثِ دِقَّةً وَعَمَقًا عَنِ الْمَوْضُوعِ، فَقَدْ تَنَاوَلَ مَوْضُوعَ الْاِغْتِرَابِ مِنْ زَاوِيَةِ نُمُو الشَّخْصِيَّةِ وَطَوَّرَهَا وَقَدْ أَوْضَحَ أَنَّ الْاِغْتِرَابَ نَمَطٌ مِنَ التَّجْرِبَةِ يَرَى الْفَرْدُ نَفْسَهُ فِيْمَا كَمَا لَوْ كَانَتْ غَيْبَةً عَنْهُ، فَالْفَرْدُ يُصْبِحُ مُنْفَصِلًا عَنِ نَفْسِهِ.⁴

¹ عيسى قيقوب، عتيقة سعيدي، الاغتراب النفسي وتعاطي المخدرات لدى المراهق المتمدرس (دراسة حالة)، مجلة العلوم

النفسيّة والتربويّة، المجلد 1، العدد 1، أكتوبر 2015، ص 221. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4836>

² صغير غريب الله العنزى، الاغتراب في العصر العباسي حتى القرن الثالث الهجري، رسالة ماجستير، اشراف عبد الله أحمد

باقازي، المملكة العربية السعودية، كلية اللغة العربية، جامعة أم القرى، 1423هـ، ص 13 متاح على الرابط

<https://down.ketabpedia.com/files/bkb/bkb-ar01523-ketabpedia.com.pdf>

³ صالح نانسي كمال، فرقوش إبراهيم زكي، علي، شند سمير محمد، مقياس العزلة الاجتماعية، مجلة الارشاد النفسي،

القاهرة، العدد 33، ديسمبر 2012، ص 504. متاح على الرابط <https://www.abhathna.com/files/maqa/588.pdf>

⁴ روبي محمد، عمر عمور، المرجع السابق ص 128.

ويُعتبر الاغتراب عن الذات عن الفجوة بين الصور المثالية لذات الفرد كما يتمناها والصور الواقعية الموجودة بالفعل وأنت تُحددها الظروف السائدة في مجال العمل فتتولد لدى الفرد مشاعر بأنه مُستعبد ومغزول تنظيمياً . ويعتبر البعض الاغتراب عن الذات جوهر الشعور بالاغتراب وهو معنى صعب التحديد حيث تكمن الفكرة الأساسية فيه إفتقاد المعنى الداخلي لنشاط الفرد، أي أنّ نشاط الفرد لا يُحقق إشباعاً ذاتياً له، كذلك لا يجد الفرد لعمله ونشاطه معنياً ولا يجد فيه متعة بل يجده شيئاً مُملًا.¹

6.2 الأهداف : Aimlessness

ويرتبط الأهداف ارتباطاً وثيق بالامعنى، ويقصد به شعور المرء بأن حياته تَمضي دون وجود هدف أو غاية واضحة، ومن ثم يفقد الهدف من وجوده ومن عمله ونشاطه وفق معنى الاستمرار في الحياة.

7.2 التمرد : Rebelliousness

هو شعور الفرد بالبعد عن الواقع، ومحاولته الخروج عن المألوف والشائع، وعدم الانصياع للعادات والتقاليد السائدة، والرفض والكراهية والعداء، لكل ما يحيط بالفرد من قيم ومعايير، وقد يكون التمرد على النفس أو على المجتمع بما يحتوي من أنظمة ومؤسّسات أو على موضوعات قضايا أخرى.²

8.2 فقدان الشعور بالانتماء :

المقصود به أن يشعر اللاجئ بأنه جزء من مجموعة ينتمي إليها، كاللغة والدين، الوطن، التاريخ، فلا يصبح متواجداً معها، لذا فقد يغترّب عن ذاته، وعن مجتمعه من خلال الشعور بالوحدة والفراغ النفسي، حتى لو كان مع الآخرين، مع سعيه للابتعاد عن الناس.³

9.2 الانسحاب :

هو وسيلة دفاعية يلجأ إليه الفرد لكي يزيل القلق عن نفسه من خلال انسحابه من المواقف وعدم مواجهتها؛ وبالتالي يشعر الفرد على أنه غير قادر على تحقيق أهدافه، فمصيره وإرادته ليسا بيده بل تُحددها عوامل وقوى خارجة عن إرادته الذاتية.⁴

¹ عبد الحميد المغربي، المهارات السلوكية والتنظيمية لتنمية الموارد البشرية (المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2008) ص 322.

² عتيقة سعدي، الاغتراب النفسي وتعاطي المخدرات لدى المراهق المتمدرس (دراسة حالة) مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة محمد خضير، بسكرة - الجزائر، المجلد 1، العدد 1، أكتوبر 2015، ص 221. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4836>

³ كوكب الزمان بليدروخ، واقع الاغتراب السيكولوجي لدى اللاجئين السوريين بالجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 8، العدد 27، ديسمبر 2016، ص 520 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/40739>

⁴ محمد زهير حسين جنجون، الاغتراب النفسي و علاقته بالصحة النفسية لدى الطلبة، 2017، ص 553

10.2 التشيؤ "Réification" :

يبدو لنا أنّ ماركيز مُتفق مع ماركس في الفكرة التي مُفادها تشيؤ العلاقات الكامنة بين الإنسان والإنسان الآخر في ظلّ النّظام الرأسماليّ القائم، إلّا أنّه يُؤكّد أنّ مفهوم التشيؤ أو الاغتراب ليس بظاهرة اقتصادية فقط كما كان ماركس يحضرها في هذا المجال، ولكن أكثر من ذلك، أنّه يعكس ظاهرة أونترولوجية تُعبّر عن فقدان الإنسان ماهيته، التي تتجلى لنا في قوّته العقلية التي تُمارس وظيفة سلب الوضع القائم، ومختلف قيمه الروحية التي تتماشى مع طبيعته الإنسانية كالحريّة والسعادة، وطاقته الجنسية البيولوجية (الحياة الإيروتية) التي تجعله يخلو إلى التلذذ والاستمتاع بكلّ حريّة دون أي قيد أو شرط، وذلك بتأثير الفكر العلميّ الوضعيّ الذي ينظر إلى العالم على أنّه كليّة من الأشياء حتّى أصبح يحضّر مجال البحث في هذه الأشياء.¹

ويمكننا الوقوف على جذور مفهوم التشيؤ إذا استعرضنا تعريف الاغتراب لدى "جون جاك روسو" (Jean Jack Rousseau) والذي عرف الاغتراب بأنّه: "التسليم أو البيع، فالإنسان الذي يجعل نفسه عبداً لآخر، إنسان لا يُسلم نفسه، وإنما هو بالأحرى يبيع نفسه من أجل بقائه على الأقل"، ويشمل هذا التعريف على معنيتين أحدهما إيجابياً والثاني سلبياً، أمّا المعنى الإيجابي فهو أن يُسلم الإنسان ذاته إلى الكل في سبيل هدف نبيل، وأمّا المعنى السلبى أو التشيؤ يفقد الإنسان فيه من خلال ذاته.²

11.2 العزلة الثقافية:

أضافت دائرة المعارف البريطانية بُعداً سادساً لأبعاد الاغتراب تُمثّل بالعزلة بالثقافية، وتعني شعور الفرد بأنّ القيم الموجودة في المجتمع غريبة عليه، مثلما يحدث في تمرد الطلّاب أو التمرد ضدّ المؤسسات التقليدية.³

¹ شريف بوعلام، النقد الاجتماعي في النظرية النقدية فرانكفورت: أنموذج هيربرت ماركيز (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، 2018) ص 141. متاح على موقع WWW.BOOK.GOOLE.COM

² كريمة يونسى، الاغتراب النفسي وعلاقته بالتكيف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة : دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة مولود معمري بتيزي وزو ، مذكرة ماجستير منشورة ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012 ، ص ص 43 44 .

³ محمد محي الموسوي، تلفزيون الواقع وظاهرة الاغتراب الثقافي عند الشباب الجامعي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2016، ص 85. متاح على موقع <https://archive.org>

3 خصائص الاغتراب الثقافي :

ويمكن تحديد أبرز خصائص الاغتراب الثقافي بالآتي:

- تتأثر مراحل الاغتراب الثقافي بكل مرحلة سبقتها، وبكل مرحلة تلحق بها؛ وعليه، فهو عملية ذات أبعاد متفاعلة، ومراحل متتابعة، ومتلاحقة.
- الاغتراب الثقافي ظاهرة نفسية، ذات انعكاسات إجتماعية، أو العكس صحيح، أو كلاهما معاً، فهو عملية نفسية إجتماعية.
- يحدث الاغتراب الثقافي نتيجة لظروف داخلية، أو خارجية للفرد، فالداخلية تتعلق بالفرد ذاته في حين أن الظروف الخارجية، تكون متعلقة بالمجتمع الذي يعيش فيه.
- تختلف أشكال الاغتراب الثقافي في المجتمع الواحد، فهي عملية ذات مضامين ثقافية متعددة، وفقاً لعمق الثقافة، ونراء دلالاتها، وسعة أطرها.
- إن الاغتراب الثقافي هو حالة مؤقتة يمر بها الفرد، وليس صفة ملازمة له طوال حياته، وهو يكون نوعاً من الخبرة لدى الفرد المغترب نفسه، تقوم على الإدراك والوعي، فإذا انتفت الخبرة أو فقد الإدراك والوعي بهذه العملية، إنتفى معها الشعور بالاغتراب.¹

4 مظاهر الاغتراب، والاغتراب الثقافي:

1.4 مظاهر الاغتراب:

1.1.4 السلبية :

تحتاج التنمية في أي مجتمع إلى روح المشاركة والمبادرة، ومن الخطورة أن يوجد لدى بعض المواطنين إحساس بعدم المسؤولية والوقوف موقفاً سلبيًا من القضايا المجتمعية العامة، ويكون الأمر أكثر خطورة أن يوجد هذا الإحساس لدى فئات الشباب.

2.1.4 اهتزاز بناء القيم :

نتيجة للتغيرات السريعة والمنتالية التي مرّ بها المجتمع المصري، فقد عدد قليل من الناس مبراز القيم، ممّا يشير إلى أنّ هناك أشخاصاً يتعدون القانون والنظام العام والأخلاق.²

¹ محمد محي الموسوي، حسين دبي الزويني، مرجع سابق، ص ص 98 99.

² عبد الحميد محمد إيشاذلي، الاغتراب النفسي لدى الشباب الجامعي (القاهرة: مجموعة اجيال لخدمات التسويق والنشر ط1،

(2008) ص ص 18 20. <https://drive.google.com/file/d/1eU7YjZh3EGWpnTdeBKUtdYSoPrshT-OZ/view>

3.1.4 ضعف الشعور بالانتماء :

يبدأ الانتماء مبكراً في الحياة بالانتماء إلى الأسرة لأنه يُوفّر كلُّ إحتياجات الفرد، ثمّ تتسع هذه الدائرة لتشمل بيئة المجتمع والمدارس، بيئة يسود فيها الاضطراب والانهزامية، والمدارس التي لا تتجج في الاتحاد. الطلاب نحو الأهداف، وربط عقولهم بالأنشطة، وإشباع رغباتهم ومراعاة إحتياجاتهم. في كلِّ هذه الحالات يتلاشى الانتماء ويضعف ويتحوّل إلى مجرد ذرف، ومن العوامل التي تُضعف روح الانتماء ميل الشباب إلى إيجاد وظائف ومهام وأنشطة يرون أنها إيجابية وواقعية، وأن يختار المجتمع القيام بذلك. المشاركة في بناء البلد أو تسجيلهم في المؤسسات التي لا تُريدهم أو تحتاج إلى خدماتهم أو الرواتب التي يتقاضونها. ولا شك في أن عدم القدرة على تلبية إحتياجات المجتمع يُؤدّي إلى نقص الولاء للمجتمع.

4.1.4 الأناملية :

نشاهد كثيراً من الأخطاء التي ترتكب في الطريق العام أو في المرافق العامة ولا يتحمس أحد لمحاسبة من يرتكب خطأ أو يُفسد مرفقاً دفاعاً عن القيم والمبادئ أو محافظة على المرافق العامة التي يستفيد منها الجميع ويكتفي كثير من الناس بقول (وأنا مالي) وهذا مظهر من مظاهر الإحساس بالاغتراب.

5.1.4 اللامبالاة :

من بين المظاهر التي تُشير إلى اغتراب أفراد المجتمع عن وطنهم ما يُظهر من سلوك اللامبالاة حيث يصدر الأفراد سلوكهم دون مراعاة قيم المجتمع وعاداته وتقاليده. بل يصل الإمعان في اللامبالاة إلى حدّ عدم الاعتراف بالقوانين التي تُنظم السلوك الإنساني داخل المجتمع وتحديدها عن طريق الإتيان بسلوك يُعاقب عليه القانون دون خوف منه.¹

2.4 مظاهر الاغتراب الثقافي :

هناك ثلاثة أشكال من الاغتراب الثقافي :

- نتيجة لعدم إلمامهم بوسائل تقنية المعلومات ، فإنهم غير قادرين على التكيف مع ثورة المعلومات التكنولوجية ، مما يُؤدّي إلى الشعور بالنخلف .
- عدم قدرة الإنسان على متابعة وتنفيذ التغييرات التي تحدث في جميع مجالات المعرفة.
- انجذاب الإنسان إلى بونقة النزعات المعلوماتية ، حيث يكون الإنسان مُغمساً تماماً وبعيداً عن أي علامة على الحياة البشرية الطبيعية ، وهذا واضح بين شباب هذا العصر وعلمائه .²

¹ المرجع نفسه، ص20

² عكلة سليمان الحوري، كامل عبود العزاوي، الإعداد النفسي للرياضيين (الأردن: دار الكتاب الثقافي للنشر، 2016)

إنَّ التَّطَوُّرَ السَّرِيعَ وَالْمُسْتَمِرَّ فِي الْعَالَمِ وَعَلَى جَمِيعِ الْمَسْتَوِيَّاتِ يَنْطَوِي عَلَى الْإِحْسَاسِ الْبَشَرِيِّ بِأَنَّ الْأَلَاتِ تُدْمِرُ الْقِيَمَ الرُّوحِيَّةَ لِلْإِنْسَانِيَّةِ، وَعَدَمَ وُجُودِ مَعْرِفَةٍ كَافِيَةٍ وَمَتَابَعَةِ هَذَا التَّطَوُّرِ السَّرِيعِ فِي جَمِيعِ الْمَجَالَاتِ. قَدْ تَسَاعَدَ الْمَعْرِفَةَ فِي نَشْرِ جَمِيعِ مَظَاهِرِ الْاِغْتِرَابِ، وَخَاصَّةً الْاِغْتِرَابِ الْتَّقَافِيِّ. التَّفْسِيرُ الْحَدِيثُ لِلْاِغْتِرَابِ الْتَّقَافِيِّ هُوَ أَنَّهُ يُمَكِّنُ رُؤْيَتَهُ مِنْ خِلَالِ مَسْأَلَةِ الْمَعْلُومَاتِ وَالْاِغْتِرَابِ.

وَبِحَسَبِ هَذَا التَّفْسِيرِ، فَإِنَّ هَذَا التَّهْمِيشَ يَعودُ إِلَى زِيَادَةِ تَعْقِيدِ التَّمَايزِ بَيْنَ الْفَرْدِ وَالْبِيئَةِ، حَيْثُ أَظْهَرَتِ الْأُبْحَاثُ أَنَّ مُعْدَلَاتِ التَّهْمِيشِ تَزْدَادُ مَعَ زِيَادَةِ التَّقَدُّمِ الْعِلْمِيِّ وَالتَّكْنُولُوجِيِّ، وَذَلِكَ لِأَنَّهَا مِنَ الْمَشْكَلاتِ الَّتِي تُوَجِّهُ الْمَجْتَمَعَ الْحَدِيثَ. تُؤَدِّي سُرْعَةُ التَّحَكُّمِ إِلَى زِيَادَةِ دَرَجَاتِ الشُّعُورِ بِالْوَحْدَةِ وَالْعَزَلَةِ.¹

أَوْضَحَ حُسَيْنُ مُؤَنِّسٌ أَنَّ ثِقَافَةَ الْأُمَّةِ تَنْتَقِلُ دُونَ وَعْيٍ مِنْ جِيلٍ إِلَى جِيلٍ وَتَقُومُ بِأَرْبَعَةِ أَشْيَاءٍ فِي حَيَاتِنَا. أَنْوَاعُ الطَّعَامِ وَطَرِيقَةُ تَحْضِيرِهِ، الْمَلَابِسُ، الْأُفْرَشُ، الْمَلَابِسُ، الْأُمْتَالُ، الْحِكَايَاتُ الشَّعْبِيَّةُ، فُصُورُ النَّاسِ الَّذِينَ لَدَيْنَا، طَرِيقَةُ عَمَلِهِمْ فِي الصَّنَاعَةِ، الزَّرَاعَةِ، التَّجَارَةِ، الْمَلَاخِظَةِ، الْمَعْنَى الثَّقَافِيَّةُ شَائِعَةٌ أَيْضًا. تَتَّسِعُ لِتَشْمَلِ الثَّقَالِيدَ وَأَسَالِيبَ الْحَرْفِ الْيَدَوِيَّةِ الْقَائِمَةَ عَلَى الثَّقَالِيدِ الْمُورُوثَةِ وَالْأَغَانِي الشَّعْبِيَّةِ الَّتِي يُغْنِيهَا النَّاسُ وَمَا يَعْرِفُونَهُ عَنِ الْمَوْسِيقَى وَكُلِّ مَا يَنْدَرِجُ تَحْتَ مَا يُسَمَّى بِالْفُولْكلُورِ الْيَوْمِ.²

الهوية الثقافية وآثار العولمة:

يُطْلَقُ مَفْهُومُ الْهَوِيَّةِ عَلَى نَسْقِ الْمَعَايِيرِ الَّتِي يُعْرَفُ بِهَا الْفَرْدُ، وَيَفْرَقُ عُلَمَاءُ النَّفْسِ بَيْنَ نَوْعَيْنِ مِنَ الْهَوِيَّةِ بَيْنَهَا دَرَجَةٌ كَبِيرَةٌ مِنَ الْاِزْتِبَاطِ هُمَا الْهَوِيَّةُ الشَّخْصِيَّةُ وَالْهَوِيَّةُ الْاجْتِمَاعِيَّةُ، وَتَقُومُ الْأُولَى عَلَى الْخِصَالِ الْفَرْدِيَّةِ وَالْوَعْيِ، أَمَّا الثَّانِيَّةُ فَتَقُومُ عَلَى الْاِئْتِمَاءِ لِلْجَمَاعَةِ، وَيَفْقِدُ الْأَشْخَاصُ أحيانًا الْإِحْسَاسَ بِالْهَوِيَّةِ الشَّخْصِيَّةِ وَلِذَلِكَ يَسْلُكُونَ طُرُقَ عَنِيفَةٍ ضِدَّ الْمَجْتَمَعِ وَمَعَايِيرِهِ، كَمَا يَشْعُرُ الْفَرْدُ فِي الْجَمَاعَاتِ أحيانًا بِالْاِنْتِفَادِ وَاللَّامَسْؤُولِيَّةِ الشَّخْصِيَّةِ لِمَا تَفْعَلُهُ الْجَمَاعَةُ.³

¹ المرجع نفسه، ص 148.

² النوعي عبد القادر، سحوان عطاء الله، ظاهرة الاغتراب بين التحليل الاستمولوجي والتحليل السوسولوجي، مجلة

الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 1، ص 327. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90671>

³ خالد منصر، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة واغتراب الشباب (دولة الإمارات العربية الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب

الجامعي، ط1، 2016) ص ص 97،98. متاح على موقع <https://archive.org>

والهوية الشخصية كما حددها "أريكسون" هي عملية متعلمة من الواقع الثقافي والاجتماعي الذي يعيشه الفرد في مجتمعه، وأن حالات التمرد والعصيان والخروج عن الأعراف والقيم إنما تُعبر عن أساليب الرّفص لثقافة المجتمع بل والشعور بالغربة والاغتراب، وحدد صور رّفص الهوية الثقافية في إظهار سلوكيات غير مألوفة في ثقافة المجتمع، ورفص النظام القيمي، وعدم القدرة على الاندماج في المجتمع.¹

والسبب يعود في ذلك لمبدأ الاستتارة الذي تفرضه أدوات العولمة المختلفة في الثقافة والهوية المحلية، وفقاً لمبدأ الإغراق الإدراكي على المستقبلات الحسية على الجهاز العصبي برمته للفرد العربي، وهي بعيدة كل البعد عما يمكن وصفه بالثقافة في إطارها الإيجابي وهي بعيدة كذلك عن ما يمكن وصفه بالسلوك الاجتماعي؛ إذ يعد السلوك الاجتماعي أحد فروع سلوك السلوك الإنساني أي أنه السلوك الذي يشمل توافق الشخص في تعامله مع وبدل ذلك يمكن وصفه بالسلوك الثقافي الاجتماعي سلوك القطيعة، حسب الدكتور يوسف القرضاوي وهو سلوك جماعة من الأفراد تتصف بالقدرة على تطوير قواعد وعادات للسلوك الثقافي بطريقة تلقائية تخالف ما هو شائع ومقبول في المجتمع ويتسم هذا النوع بأنه سلوك ثقافي مؤقت ومرحلة وسرعة التأثير عليه خصوصاً في ظل عولمة²

5 أسباب الاغتراب، والاغتراب الثقافي:

يمكن أن نرجع الاغتراب الذي تعاني منه مختلف فئات المجتمع إلى أسباب نفسية وأخرى ذاتية، بالإضافة لوجود عوامل اجتماعية وأخرى ثقافية، دون أن ننسى الأسباب الاقتصادية.³ ومن بين هذه العوامل نذكر:

1.5 أسباب الاغتراب التي لها علاقة بالثقافة:

التوجيهات القيمية: تأتي نتيجة الأوضاع السائدة في المجتمع أو ثقافة بعينها والتي تتعلق بالجانب السياسي الاجتماعي الاقتصادي، والفكري، تعتبر انعكاساً للثقافة التي تسود المجتمع حيث تعتمد على تنمية وتدعيم توجهاتها القيمية في المجتمع دون الأخذ في الاعتبار التنوعات والاختلافات الثقافية في المجتمع الواحد وهذا ما يؤدي إلى الاغتراب لدى أفراد.⁴

¹ المرجع نفسه، ص 98 .

² زياني، مروان؛ حجاج، المدني، الاغتراب في ظل العولمة، مجلة العلوم الانسانية والحضارة، العدد 1، جانفي 2020، ص 25. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/730/2/1/151007>

³ محمد فنوري، بن زاهي منصور، علاقة الأسلوب المعرفي في تحمل /عدم تحمل الغموض بالاغتراب لدى إدارات مديرية الشباب والرياضة بتمنراست، مجلة آفاق علمية، المجلد 9، العدد 2، 2017. ص 231. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/33711>

⁴ كريمة عطوب، و يوسف حنطابلي، أثر التحولات الثقافية للمجتمع الجزائري على بنية الأسرة الجزائرية وتحدياتها الاغترابية. حوليات جامعة الجزائر، المجلد 33. العدد 2. (جوان، 2019). ص 573. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/96478>

2.1.5 تحلل معايير المجتمع:

كُلُّ مُجْتَمَعٍ يَتَمَيَّزُ بِامْتلاكِهِ مَجْمُوعَةٍ مِنَ الْمَعَايِيرِ الَّتِي تُقَوِّمُ بِنَائِهَا الْفِكْرِي وَالاجْتِمَاعِي وَلَكِنْ مَعَ التَّغْيِيرَاتِ الاجْتِمَاعِيَّةِ السَّرِيعَةِ وَالتَّطَوُّرَاتِ الْحَدِيثَةِ وَجَدَتْ أَغْلَبَ الْمَجْتَمَعَاتِ نَفْسَهَا عَاجِزَةً عَنِ مُسَايَرَةِ الْحَيَاةِ الْمَعاصرةِ وَمَتَطَلِّبَاتِهَا الْمُتَجَدِّدَةِ وَالْمُتَنَوِّعَةِ مِمَّا أَتَى إِلَى ضَعْفِ النُّظْمِ وَالْبِنَى الاجْتِمَاعِيَّةِ وَأَنْهِيَارِ لِلنُّظْمِ وَالْقَوَانِينِ لِتَحْلِيلِ مَعَهَا الْمَعَايِيرِ الاجْتِمَاعِيَّةِ وَتَبْدَأُ فِي التَّلَاشِي وَالضُّمُورِ لِتَحْتَفِي تَدْرِيجِيًّا.

3.1.5 الثقافة الفرعية:

وَتَشكِّلُ جُزْءًا مِنَ الْثقافةِ الَّتِي تَسُودُ الْمَجْتَمَعِ أَوْ الْثقافةِ الْكُلِّيَّةِ وَتَقُومُ عَلَى نَمَطِ حَيَاةٍ تَتَمَيَّزُ بِهِ جَمَاعَةٌ عَنِ غَيْرِهَا مِنَ الْجَمَاعَاتِ الْآخَرَى ضِمْنَ نِطَاقٍ وَاحِدٍ فَالْثقافةُ الْفرعيةُ قَدْ تَبْعَثُونَ عَنِ الْاِغْتِرَابِ فِي أَحْيَانٍ مُعَيَّنَةٍ وَذَلِكَ يَعودُ إِلَى أَنَّ الْأَفْرَادَ وَهُمْ يُحَاوِلُونَ الْإِدْمَاجَ فِي الْثقافةِ السَّائِدَةِ قَدْ تَعْتَرِضُهُمْ صُعُوبَاتٌ تَحْوِلُ وَتَعْيِقُ تَوَافِقَهُمْ وَأَنْدِمَاجَهُمْ مَعَ مَعَايِيرِ وَقِيمِ هَذِهِ الْثقافةِ.

4.1.5 الفجوة بين الأجيال:

وَبَيْنَ الْفَرْدِ وَالْمَجْتَمَعِ وَخَاصَّةً إِذَا كَانَتْ هَذِهِ الْفجوةُ وَاسِعَةً مَعَ إِخْتِفَاءِ الْقِيَمِ الَّتِي كَانَتْ مَوْجُودَةً فِي الْمَاضِي مِثْلَ التَّعَاطُفِ وَالتَّرَاحُمِ وَالْمَحَبَّةِ وَظُهُورِ قِيَمٍ جَدِيدَةٍ وَمَغَايِرَةٍ يَتَمَسَّكُ بِهَا أَفْرَادُ الْجِيلِ الصَّاعِدِ مِمَّا يَخْلُقُ شَكْلًا مِنَ الصِّرَاحِ الْقِيَمِيِّ بَيْنَ أَبْنَاءِ هَذَا الْجِيلِ وَالْأَجْيَالِ سَابِقَةٍ مِنَ الْآبَاءِ وَالْأَجْدَادِ بِالإِضَافَةِ إِلَى الْفُرُوقِ الْمَوْجُودَةِ بَيْنَ مَا يَتَعَلَّمُهُ الْفَرْدُ مِنْ أُمُورٍ مِثَالِيَّةٍ سِوَاءِ دَاخِلِ الْأسرةِ أَوْ فِي الْمَوْسَّسَاتِ التَّرْبَوِيَّةِ. الْمَخْتَلَفَةِ وَمِنْ بَيْنَ مَا يَجِدُهُ فِي الْوَاقِعِ الْفَعْلِيِّ مِنْ مُمَارَسَاتٍ لَا تَمُتُ بِصِلَةٍ لِكُلِّ تِلْكَ الْمَكْتَسَبَاتِ النَّظَرِيَّةِ وَهَذَا مَا يُمَثِّلُ أَوْلَى مُؤَشِّرَاتِ الْاِغْتِرَابِ.

5.1.5 انتشار وسائل الاتصال الجمعي:

ووسائل الاتصال الجمعي (التلغزيون وغيرها) من الممكن أن تعمل إلى تزييف الشباب ومن ثم تعريضهم عن المجتمع ، إن أسباب ومصادر الاغتراب ترجع أساساً إلى طبيعة المجتمع الحديث وسيطرة الآلة التكنولوجية الحديثة على الإنسان.

6.1.5 إشاعة مراكز ثقافية مرتبطة بثقافات أجنبية:

وتتمثل في الزيارة غير منتظمة أو المخططة لها لعدد المدارس أو الجامعات أو الأندية الثقافية سواء كانت أجنبية أو تقدم تعليمًا وثقافة أجنبيتين تُشكِّلُ حَالَةً مِنَ الْاِنْبِهَارِ وَالْإِعْجَابِ بِالْآخَرِ وَتَكُونُ هُنَاكَ قَابِلِيَّةً كَبِيرَةً لِتَبْنِي أَسْلُوبِ الْحَيَاةِ السَّائِدَةِ فِيهَا وَيَتَجَلَّى ذَلِكَ مِنْ خِلَالِ مُحَاكَاةِ بَعْضِ الْمَظَاهِرِ السُّلُوكِيَّةِ الْمُرْتَبِطَةِ بِالْثقافةِ الْاِجْنَبِيَّةِ فِي الْحَيَاةِ الْعَادِيَّةِ وَثقافته.¹

¹ المرجع نفسه، ص 574.

2.5 أسباب الاغتراب الثقافي.

أسباب انتشار ظاهرة الاغتراب الثقافي و تناميها في الجزائر فنجد أنّ أهمّ العوامل كالتّالي:

1.2.5 مخلفات الاستعمار الفرنسي:

وتأثيره على معالم الهوية العربيّة الجزائريّة خاصّة بالنسبة نلاحظ سيطرة اللّغة الفرنسيّة داخل دواليب الإدارة الجزائريّة حتّى بالنسبة للمجتمع المدنيّ وداخل المدارس في حدّ ذاتها.

2.2.5 التبعيّة السياسيّة والاقتصاديّة للخارج :

وهي ما عبّر عنه مالك بن نبيّ بالقابليّة للاستعماريّ التي ما زالت بُدان العالم الثالث تُعاني منها ف ظلّ غياب الحصانة الفكرية لهذه المجتمعات؛

3.2.5 تجاذب تيارات الأصالة والمعاصرة للشباب الجزائريّ خاصّة في مرحلة المراهقة وهو الأمر الذي

جعلّه لا يفهم واقع مجتمعه في ظلّ غياب الإرشاد التوجيهيّ المعتدلين من قبل وسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة الاجتماعيّة.¹

3.2.5 تخلي المؤسسات الثقافية

الاجتماعيّة في التنشئة ونشر الوعي الثقافيّ بالنظر إلى حقيقتة المخرجات التربويّة والجامعيّة حيث لم تُعد ذات كفاءة علميّة فهي غير قادرة على إنتاج شخصيات وطنيّة متفكّة بعيدًا عن جعل الثقافة في خدمة السّلطة السياسيّة.²

¹ زينب قريوة، لمين هباش، رهانات تحصيل الهوية في ظل غزو العولمة الثقافية:دراسة ميدانية وفق مقاربة سوسيو ثقافية على عينة من الأساتذة الجامعيين. مجلة العلوم الإنسانيّة لجامعة أم البواقي، المجلد 3، العدد2، ديسمبر

2016، ص 89 90. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/9033>

²المرجع نفسه، ص90.

خلاصة

تختلف البيئة الحالية التي يعيش فيها الشباب عن بيئة الأجداد ففي هذا العصر أصبحت شاشات الرقمية تحيط الشباب من كل جانب وفي كل مكان فقد أفرزت الثورة الإعلامية وسائط جديدة للتواصل مهدت لعصر جديد والتي تعرف اليوم بمواقع التواصل الاجتماعي.

والتي قد تدعم القيم والمبادئ والاتجاهات للشباب في بعض الرسائل الإعلامية الهادفة التي تحملها إلا أنها من جهة أخرى قد تحمل رسائل ومضامين مضرّة بقيم وسلوك الشباب العربي المسلم وقد تؤثر على إنتمائه وهويته فما يُعرض اليوم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وما يتم تسويقه إلى الشباب الجزائري أخذ منا خطر جدًّا على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري من خلال تقليد الكثير من السلوكيات التي تُعرض عبر هذه الوسائط وبالتالي شكّل ذلك صراعًا بين الأجيال في غياب الدور التوعوي الإرشادي للمؤسسات الاجتماعية عن القيام بدورها ومن خلال دراستنا في شقها الميداني سوف نُلقِي الضوء على مظاهر الاغتراب الثقافي لدى الشباب في ظل استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيس بوك في الفصل الموالي.

الفصل الخامس
عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد:

تعد الدراسة الميدانية أهم جزء في البحث فمن خلالها يتم الحصول على الاجابات لحل تساؤلات الدراسة المطروحة وكذا الاشكالية العامة وهذا بالاعتماد وتوظيف مختلف الأساليب الإحصائية الملائمة . وقد قامت الباحثة في هذا الفصل بعرض النتائج المتحصل عليها من خلال جميع البيانات من 400 مفردة من الشباب الجزائريّ المستخدم لموقع الفيس بوك والذين يتراوح سنهم ما بين (18_35 سنة) حيث تم عرض النتائج المتعلقة بالمحو الثاني والتي تتناول عادات أنماط الاستخدام شبكات التواصل من طرف أفراد العينة المدروسة وكذا المحور الثالث والمتعلق بعادات وأنماط الاستخدام الفيس بوك من طرف أفراد العينة المدروسة، بالإضافة إلى عرض نتائج المحور الرابع والمتعلق بالدوافع والإشباعات الاستخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة، في حين تناول المحور الخامس مظاهر الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة، بينما تناول المحور السادس علاقة استخدام الفيس بوك بمشكلة الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة. هذا واختتمنا عرض النتائج بطرح النتائج العامة في ظل التساؤلات التي قمنا بتصميمها.

المحور الأول: البيانات الشخصيةالمحور الثاني: عادات أنماط الاستخدام شبكات التواصل من طرف أفراد العينة المدروسة

الجدول رقم(8) أقدمية استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة%	التكرار	
17.5%	70	منذ عام
21.0%	84	منذ ثلاث سنوات
61.5%	246	منذ أكثر من أربع سنوات
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه نلاحظ من خلال النتائج أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح "لأكثر من ثلاث سنوات" بنسبة قدرت ب (61.5 %)، وبنسبة أقل لأولئك الذين يملكونه "منذ ثلاث سنوات" وهذا ما مثلته النسبة المئوية المقدرة ب (21 %)، وتليها نسبة من يملكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي منذ مدة " سنة " بنسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها قدرت ب (17.5%).

تشير النتائج إلى أن أقدمية امتلاك أفراد العينة لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي يرجع إلى أكثر من ثلاث سنوات، وهذا يرجع لتشجيع الدولة واستثمارها في مجال التكنولوجيا، عن طريق فتح المجال لتصدير والاستيراد لمختلف الأجهزة الإلكترونية، بالإضافة لتخفيض أسعارها مع ما يتناسب والقدرة الشرائية للمواطنين، وفتح مصانع لتصنيع مثل: شركة كوندور، إيريس ستريم، وستار لايت وغيرها. وكذا تنافس شركات الاتصالات في الجزائر على سوق الهواتف والإنترنت وتقديم العروض للزبائن .

الجدول رقم9: الجهاز المفضل لدى أفراد العينة للولوج لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة%	التكرار	الوسيلة المفضلة
4.1%	21	الحاسوب المكتبي
16.9%	87	الحاسوب المحمول
75.1%	387	الهاتف الذكي
3.9%	20	اللوحة الذكي
00%	00	أخرى تذكر

المجموع	515	100%
---------	-----	------

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

يظهر من خلال الجدول أعلاه والذي يُمثّل الجهاز الذي يُفضله أفراد العيّنة في استخدامه لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أنّ أغلب أفراد العيّنة يُفضّلون استخدام الهاتف الذكي بنسبة وصلت لـ 75.1%، في حين تليها نسبة الأفراد الذين يستخدمون الحاسوب المحمول بنسبة 16.9%، أمّا الحاسوب المكتبيّ واللّوح الذكيّ فقد مثلا نسبا ضئيلة 4.1%، 3.9% على التوالي.

توافقت نتائج دراستنا ودراسة رياض زروقي (2021)¹ حيث بلغت نسبة من يُفضّلون استخدام الهاتف الذكي بنسبة 100%، وتليها نسبة الأفراد الذين يُفضّلون استخدام جهاز الكمبيوتر المحمول في اللّوج لوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 30.3%، أمّا جهاز الكمبيوتر المنزليّ واللّوحة الرقمية بنسب ضئيلة 5.20%، 3.70% على التوالي.

وقد توافقت مع دراسة وسام طایل البشابشة (2013)² حيث النتائج على النحو التالي: الهاتف المحمول بنسبة وصلت لـ 44.9%، وتليها الحاسوب الشخصي بنسبة متقاربة قدرت بـ 30.6%، ونسب ضئيلة متقاربة لكلّ من الحاسوب المكتبيّ واللّوح الذكي بنسبة قدرت بـ 12.9% و 11.7% على الترتيب.

وتعارضت نتائج دراستنا ودراسة ریحانة بلوطي 2015³ حيث نجد الحاسوب الشخصي يُمثّل الوسيلة المفضّلة لدى أفراد العيّنة المستهدفة من قبل الباحثة حيث مثلت أعلى نسبة بعدد مُفردات قدر بـ 100

¹ رياض زروقي، الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك_ طالبة جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجا_ أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة خيضر محمد بسكرة، 2021. متاح على الرابط <http://thesis.univ-biskra.dz/5397>

² وسام طایل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيس بوك وتويتر)، رسالة ماجستير، جامعة البترا، 2013. متاح على الرابط

<https://fr.scribd.com/document/567578466/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D9%85-%D8%B7%D8%A7%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B4%D8%A7%D8%A8%D8%B4%D8%A9>

³ ریحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد_ دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر_باتنة، 2015.

متاح على الرابط http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en-ligne/doc_details/4857

مُفْرَدَة مِنْ أَصْل 190 مُفْرَدَة بِنِسْبَة وَصَلَتْ ل 52.63 %، ثُمَّ تَلَيْهَا نِسْبَة الْمُسْتَحْدِمِينَ الَّذِينَ يُفَضِّلُونَ اسْتِخْدَامَ الْحَاسُوبِ الشَّخْصِيِّ بَعْدَ مُفْرَدَاتِ 41 مُفْرَدَة أَيَّ مَا نِسْبَتَهُ 21.57%، لِأَيَّ حَاسُوبِ الْعَمَلِ، الْهَاتِفِ الذِّكِيِّ، وَاللُّوْحِ الذِّكِيِّ فِي ذَيْلِ التَّرْتِيبِ بِنِسْبِ ضَيْئِلَة كَانَتْ كَالتَّالِي: 12.10 %، 8.94 %، 4.37 %.

الجدول رقم 10: مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد العينة

النسبة %	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي
50.6%	400	Facebook
31.5%	249	Instagram
13.1%	104	Wats app
4.8%	38	أخرى تذكر
100%	791	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

مِنْ خِلَالِ الْجَدُولِ نُلَاحِظُ أَنَّ أَغْلَبَ أَفْرَادِ الْعَيْنَةِ يُفَضِّلُونَ اسْتِخْدَامَ الْفَيْسِ بُوكِ (Facebook) بِنِسْبَةِ 50.6%، وَيَلِيهَا الْإِنْسْتِغْرَامُ (Instagram) بِنِسْبَةِ 31.1%، وَلِلْوَاتْسِ آبِ (Watsapp) بِنِسْبَةِ 13.1%، وَأُخْرَى تَذْكُرُ بِنِسْبَةِ 4.8%.

حَيْثُ تَتطَابَقُ هَذِهِ النَتَائِجُ مَعَ نَتَائِجِ الدِّرَاسَةِ الرَّأْسِيَةِ عَلَيِ ابْتِسَامِ (2019)¹، حَيْثُ جَاءَ ذِكْرُ اسْتِخْدَامِ الْفَيْسِ بُوكِ (Facebook) عَلَى كَوْنِهِ أَدَاةَ إِتِّصَالِ يَوْمِيَّةٍ وَمَيُولِ الْعَيْنَةِ لِاسْتِخْدَامِ الْفَيْسِ بُوكِ (Facebook) كَوْنَهُ وَسِيلَةً تَوْفَّرُ خِدْمَاتُ تُشْبِعُ رَغَبَاتِ أَفْرَادِ الْعَيْنَةِ. وَحَسَبَ التَّقْرِيرِ الرَّقْمِيِّ لِلْجَزَائْرِ فِي 2021¹ أَنَّ 97,9 % مِنَ الْمُسْتَحْدِمِينَ فِي الْجَزَائْرِ يَسْتَحْدِمُونَ مَوْقِعَ الْفَيْسِ بُوكِ (Facebook)، وَوَقْفُ نَفْسِ التَّقْرِيرِ بَلَغَ عَدَدَ هَؤُلَاءِ الْمُسْتَحْدِمِينَ 23 مِلْيُونِ جَزَائِرِيِّ، الرَّجَالُ أَكْثَرُ اسْتِخْدَامًا لِتَطْبِيقِ بِنِسْبَةِ 62 %، وَالْإِنَاثُ 38 %.

¹ الرَّأْسِيَةِ عَلَيِ ابْتِسَامِ، اسْتِخْدَامِ الطَّلَبَةِ الْجَامِعِيِّينَ الْجَزَائِرِيِّينَ لِمَوْقِعِ الْفَيْسِبُوكِ (جامعة وهران 1) دِرَاسَةٌ اسْتِطْلَاعِيَّةٌ فِي الْأَنْمَاطِ وَالْآثَارِ عَلَى ضَوْءِ تَطْرِيَةِ الْاسْتِخْدَامَاتِ وَالْإِشْبَاعَاتِ مَجَلَّةُ آفَاقِ لِلْعُلُومِ، جَامِعَةُ زِيَانِ عَاشُورِ الْجَلْفَةِ، الْعَدَدُ 15، الْمَجْلَدُ 4، مَارِسُ 2019، الْمَقَالُ مَتَاحٌ عَلَى الرَّابِطِ <http://afak-revues.com/index.php/afak/article/view/160/267>

يُعود هذا الميول لإستخدام موقع الفاسبوك (Facebook) لدى أفراد العينة يعكس إفتتاحهم بما يُقدمه التطبيق من خدمات كذلك تحوله لوسيلة إتصاليّة لا يُستغنى عنها.

وجاء الأستغرام (Instagram) على أنه ثاني تطبيق إستخدام من قبل أفراد العينة وذلك راجع لكون الأستغرام (Instagram) يتماثل مع الفيس بوك (Facebook) هو الآخر يُوفّر خدمات للأفراد تُشبع رغباتهم وكون الأستغرام (Instagram) تمّ شراؤه من قبل الفيس بوك (Facebook) عام 2012، ومن هنا نلاحظ أنّ الفيس بوك (Facebook) له الأقدميّة على الأستغرام (Instagram) وهو تطبيق مشاركة الصور، الرائج بين الشّباب يستغلونه للوصول للمازكات والمنتجات، وفيما يتفصل على الفيس بوك (Facebook) ويجعله مُستقل عنه هو مجموع الخصائص التي يتوفّر عليها كخاصيّة القصص والويلز والفلاتر وغيرها ما يجعله فريداً من نوعه.

فيما جاءت الإحصائيات الخاصّة بإستخدام الأستغرام (Instagram) بالجزائر وفق التقرير الرقّمي بالجزائر لسنة 2021 فإنّ 6,80 مليون مُستخدم للأستغرام (Instagram) في الجزائر بينهم 55,9% إناث؛ في حين بلغت نسبة الذكور 44,1%.

ومن خلال النتائج نلاحظ أنّ الفيس بوك (Facebook) هو التطبيق المُفضل لجنس الرّجال والأستغرام (Instagram) المُفضل لِنساء. كما ورد الواتس آب (Whatsapp) بنسبة أقلّ من الفيس بوك (Facebook)، والأستغرام (Instagram) بين أفراد العينة ضعيف مقارنةً بالفيس بوك (Facebook) والأستغرام (Instagram) لدى الشّباب الجزائريّ لكون هذا التطبيق غير رائج كثيراً بين أوساط المجتمع ككل، حيث يبرز بكثرة في دول الخليج العربيّ والشرق الأوسط بالرغم من أنّه من تطبيقات التّواصل الاجتماعيّ التي تتمييز بخصائص فريده من نوعها.

وكانت أخرى تذكر أقلّ نسبة 4.8%، ويُندرج ضمنها موقع اليوتيوب (You tube) والتّويتير (Twiter) والتي تُستخدم في أوقات الفراغ كاليوتيوب الذي يستوجب توفير وقت لكون فيديوهات طويلة ويحتوي على الأفلام وميل الجمهور اليوم للسرعة في الحصول على المعلومة من خلال الفيديوهات القصيرة، ومع ذلك يبقى جمهور كبير جداً يوفّر له وقت لتصفحه.

فيما جاء موقع التّويتير (Twiter) ضمن أخرى تذكر لقلّة التّغريد فيه كما أنّه يُستخدم من قبل المتعطّشين للأخبار، وهذا من أبرز خصائص التطبيق حيث يستغل فقط 140 حرفاً لا يُجاز الأخبار الدّوليّة العلميّة والمحليّة، وأضحى مسانداً للمرسلين والصحفيين والقنوات لا يُجاز الأخبار وإبقاء المتتبّعين

¹ التقرير الرقّمي لجزائر سنة 2021 متاح على الرابط <https://datareportal.com/reports/tag/Digital+2021>

على دراية بالمستجدات، نُدرّة الاستخدام كَوْن تَتَوَع وسائل التّواصل الاجتماعيّ التي تَتَوَفّر على خصائص مُمتعة أكثر. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج دراسة سعيدة حيمر وبعزيز إبراهيم.¹

الجدول رقم 11: المدة التي يستغرقها أفراد العينة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعيّ

النسبة%	التكرار	ساعة
15.5%	62	ساعة
32.5%	130	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
52.0%	208	أكثر من ثلاث ساعات
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

تَعكس مُعطيات الجدول السابق بأنّ أغلبية الشّباب من أفراد العينة ما نسبته 52% تتراوح مُدة استخدامهم وولوجهم لمواقع التّواصل الاجتماعيّ أكثر من ثلاث ساعات يوميًا، فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين يستخدمونها من ساعتين إلى ثلاث ساعات 32.5%، في حين أنّ أفراد العينة الذين يقضون سوى ساعة في وولوجهم لمواقع التّواصل الاجتماعيّ مثلت نسبة ضئيلة قدرت ب 15.5%.

تتوافق نتائج دراستنا ودراسة آمال عسّاسي² حيث أنّ أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التّواصل الاجتماعيّ لمُدّة أكثر من ثلاث ساعات بعدد مُفردات قدر ب 45 مُفردة أيّ بنسبة 41.7%، في حين الذين يستخدمونها من ساعة إلى ساعتين بعدد مُفردات 44 مُفردة بنسبة 40.7%، بينما أقلّ نسبة لمن يستخدمونه أقلّ من ساعة ب 17.6%.

وقد كانت نتائج الجدول أعلاه تُظهر بوضوح أنّ أفراد العينة يستغرقون في وولوجهم لمواقع التّواصل الاجتماعيّ وقتًا كثيرًا وهذا ربما راجع للكَم الهائل الذي تزخر به مواقع التّواصل الاجتماعيّ من أخبار

¹ حيمر سعيدة، بعزيز إبراهيم، الاستخدامات الترفيحية لموقع اليوتيوب وأثرها على التحصيل الدراسي_دراسة ميدانية من المراهقين في ولاية المسيلة، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 11، العدد 1، عدد الصفحات 582 606، نشر يوم 28 6 2021. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/160511>

² عسّاسي آمال، اثنوغرافيا مستخدم الفيس بوك في المجتمع الجزائري_دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الأمازيغية بالفيس بوك، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2015، متاحة على الرابط http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en-ligne/doc_details/4892

ومستجدات على كافة الأضعدة تطراً في مختلف الجوانب والتي تُهم كل شرائح المجتمع وخاصة الشباب محاولة منهم للاستفادة بأكبر قدر من المعلومات على الشبكة هذا فيما يخص الاستخدام الإيجابي؛ وننوه من جهة أخرى إلى أن السبب الرئيسي هو أنه أغلب الشباب يُعاني البطالة فبدلاً من استثمار وقتهم في أمور مفيدة لهم وللمجتمع يقضون وقتاً طويلاً أمام شاشات هواتفهم مما يخلق العديد من المشاكل الصحية والنفسية لديهم يصعب معالجتها والتخلص منها لاحقاً وتكون لها آثار سلبية عليه وعلى المجتمع.

الجدول رقم 12: الفترة المفضلة لدى أفراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
2.0%	8	الفترة الصباحية
16.8%	67	الفترة المسائية
40.5%	162	الفترة الليلية
40.8%	163	جميع الأوقات
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

بعد القراءة الإحصائية للجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الأوقات بنسبة 40,8%، بينما يميل آخرون لاستخدامها في أوقات محددة كالفترة الليلية بنسبة قدرت بـ 40,5%، وفي الفترة المسائية بنسبة قدرت بـ 16,8%، في حين الفترة الصباحية بنسبة 2,8%. ومن خلال النتائج نلاحظ أغلب أفراد العينة ليس لديهم وقتاً محدداً لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لكون الشباب اليوم مرتبطين بأجهزتهم الذكية وحواسيبهم الشخصية ويشعرون بالنقص إذا ما لم يُلْقُوا نظرة على حساباتهم وهذا الأمر يُشير للقلق ولإيمان مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أن الاطلاع على هذه المواقع ليس له مكان محدود فالفرد اليوم لم يعد مرتبطاً بزمان معين لتصفح هذه المواقع وهي من الخصائص التي نتجت عن التطورات بفضل التكنولوجيا الحديثة، ما يجعل الفرد يحمل هاتفه ويتصفح في المنزل في الشارع في الجامعة في السوق، وغيرها حتى في المناسبات الأفرح وهذا الارتباط بالمواقع يشعر أفراد العينة بالارتياح والمتعة، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في جعل مستخدميها يتعلقون بها لدرجة مجرد الخروج من التطبيق يُولد الرغبة في العودة إليه مجدداً، فينجم عن ذلك حالة من الانطوائية، والعزلة الاجتماعية وغيرها، من مؤشرات إغتراب الشباب، وهذه النتيجة

تتوافق مع دراسة حياة لموشي¹ حيث يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي في الفترات الليلية وهذا راجع لكون هذه الفئة من العينة لا تمتلك الإنترنت في هواتفها ما يجبرها على الانتظار للعودة للمنزل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، فيما قد يكون السبب أيضا عدم امتلاك الوقت الكافي لتصفح بينما، والصّرر لهذه الفئة يكون مضاعفا فأضرار استخدام الهاتف ليلا لتصفح يؤدي لضعف في النظر تسببه أشعة الهاتف التي تزداد تركيزا ليلا وذلك لعدم وجود أشعة أخرى تكسر من حدتها فيما يؤثر السهر على قدرة استيعاب الفرد، وفهمه للمعلومات والتشتت، وعدم التركيز بالإضافة لهذا أضرار جسدية حيث يتوقف الجسم عن حرق الجلوكوز، فيما تتأثر الحالة النفسية والعاطفية للفرد وتؤدي لتقلبات مزاجية وغيرها من المشاكل الصحية والنفسية التي تحرم الفرد من وجعل جسمه يزتاح، وهذه النتائج التي توصلنا إليها متطابقة مع ما ذكر في تحليل الخاص بدراسة بوثلجة رمضان ويحي باشا محمد²

وتتصفح فئة أخرى مواقع التواصل في المساء وهو وقت العودة للمنزل وهو وقت حيد لتصفح لكون الفرد إنتهى من أشغاله. وفئة أخرى ممن يتصفحون المواقع صباحا لعدم إرتباطهم بمسؤوليات في تلك الفترة تتوافق النتائج مع دراسة مصطفى سحاري وخير الدين بوهدة.³

الجدول رقم 13: نشاطات أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة%	التكرار	
15.5%	89	مشاركة المحتوى
42.0%	241	القراءة و التعليق
35.2	202	الردشة
7.3%	42	لا أتفاعل
100%	574	المجموع

¹ لموشي حياة، الإدمان على الفيسبوك وعلاقته بالتوافق الدراسي لدى المراهق، مجلة آفاق للعلوم، العدد 9، المجلد 2، جامعة الجلفة، 11 2017. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/29050>

² بوثلجة رمضان، يحي باشا محمد، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وجهة نظر رواد موقع الفيسبوك نودجا، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد 3، المجلد 8 عدد الصفحات 145 167. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/170322>

³ مصطفى سحاري، خير الدين بوهدة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية دراسة ميدانية على عينة من الأسر في ولاية المدية من جانفي إلى جوان 2018، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 15، العدد 1، جانفي 2021. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/143439>

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة تقرأ ما يُنشر وتُعلق عليه بنسبة 42,2%، أما الدردشة فقدت بنسبة 35,2%، في حين مشاركة المحتوى بلغت بنسبة 15,5%، بينما الذين أجابوا بأنهم لا أتفاعل فقد بلغت نسبتهم 7,3%.

تتوافق جزئياً مع دراسة بلعباس بدر الدين¹ حيث أغلب أفراد العينة يقومون بالحوار كنشاط على مواقع التواصل الاجتماعي بعدد مفردات 147 مفردة بنسبة 51.04%، في حين مثل عدد أفراد العينة الذين يطلعون على ما يتم نشره فقط وكذا النشر بنسبة متساوية قدرت بـ 20.83%، بينما الذين يتفاعلون مع المناشير بنسبة 7.29%.

يُعود السبب وراء هذا التفاعل مع المنشورات والتعليق عليها أن أفراد هذه الفئة يتأثرون بالمحتويات المنشورة، فحوارزيمات التطبيقات تعمل على قراءة المستخدم وما يستهويه، وكذا مجالاته المفضلة لتشرها له ليكون بذلك المستخدم داخل دائرة يشعر بأنه ينتمي لها فيعلق على المنشورات، في حين يعود السبب أيضاً لكون الفرد المستخدم يجمع حوله أفراد معروفون بالنسبة له عائلة وأصدقاء ليكون هذا التفاعل على أساس شخصي فيما يعلق الباقون على منشورات تستهوي مجالاتهم البحثية أو العلمية، وأخرى ترفيهية، بينما تكون بعض المنشورات استغزائية بالنسبة للأفراد فيكون التعليق على أساس التثمر على من نشر، أو مُنتقداً خاصة إذا كان المنشور يتناقى مع قيم المجتمع وهو ما يحرص الشباب على عدم تقبله والنقد اللاذع له. فيما يعتبر آخرون التعليق منبرا لتفاهل وطرح أفكارهم حول المضامين المنشورة خاصة بالنسبة للإناث وذلك لتوفر قدر كافٍ للحرية لهن.

فيما يستغل أفراد العينة الباقين مواقع التواصل الاجتماعي لدردشة والتواصل مع أصدقائهم وعائلاتهم وحتى لتكوين صداقات جديدة والدردشة من الوظائف الرئيسية التي قامت عليها مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع الفيسبوك (Facebook) والتي كان الهدف منها تمكين الطلبة من التواصل، ولم

¹ بدر الدين بن بلعباس، استخدامات الفيس بوك والهوية الإقرائية لدى الطلبة الجامعيين _ طلبة جامعة بسكرة نموذجا _ ، أطروحة دكتوراه العلوم في علم اجتماع التربية منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، متاح على الرابط

<http://thesis.univ->

<http://thesis.univ-biskra.dz/4822/1/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B0%D9%83%D8%B1%D8%A9%D8%>

[B2.pdf](#)

يَبْقُ مَفْهُومُ الدَّرْشَةِ كِتَابِيًّا فَقَطْ فَقَدْ أَصْبَحَتِ الْفِيدْيُوهُاتُ تُسَاهِمُ فِي فَكِّ غُرْبَةِ الْمُعْتَرِبِينَ، حَيْثُ يَتَوَاصَلُونَ مَعَ أَهْلِيهِمْ مِنْ دَوْلَةٍ لِدَوْلَةٍ صَوْتٌ وَصُورَةٌ، وَآخِرِينَ يَسْتَعْلُونَهَا فِي مَلَأَ شَغْفِهِمْ بِالسَّفَرِ وَالتَّعَرُّفِ عَلَى التَّقَاتِ الْأُخْرَى، وَتَكْوِينِ صِدَاقَاتٍ مَعَ أَجَانِبٍ وَعَرَبٍ، وَكَذَا التَّعَرُّفِ عَلَى مُعْتَقَدَاتِ وَأَفْكَارِ نُسَاهِمِ هَذِهِ النُّقْطَةِ فِي بِنَاءِ وَعِيِ لَدَى شَبَابِنَا وَتَثْقِيهِمْ فِي حَالِ تَمَتُّ الْاسْتِفَادَةِ مِنْ هَذَا الْاِحْتِكَافِ خَاصَّةً فِي تَعَلُّمِ اللُّغَةِ مِنْ أَهْلِ الْمُنْطَقَةِ مِنْ خِلَالِ الْمَمَارَسَاتِ الْيَوْمِيَّةِ.

فِيمَا يَسْتَعْلُ الْبَاقِي الْوَسِيلَةَ لِمَشَارَكَةِ الْمَخْتَوَى مَعَ أَصْدِقَائِهِمْ، وَفِي الْغَالِبِ يَكُونُ الْمَخْتَوَى يَذْكَرُ أَحَدَ الطَّرْفَيْنِ بِأَمْرٍ أَوْ إِعْلَانِ عَمَلٍ أَوْ مَنَاصِبِ شَعْلٍ أَوْ فِيدْيُوهُاتٍ طَرِيفَةً، الْأَهْمُ فِي هَذِهِ الْمُنْطَقَةِ هُوَ أَهْمِيَّةُ الْأَمْرِ الْمَتَشَارِكِ بَيْنَ الْمُسْتَعْدِمِينَ نُقْطَةَ مُشْتَرَكَةٍ، بَيْنَمَا يَرَى الْبَعْضُ أَنَّ مُجَرَّدَ التَّصَفُّحِ يَكْفِي، وَهِيَ الْفَنَةُ الَّتِي تُفْضِلُ أَنْ تَكُونَ غَيْرَ مَرْتِيَّةٍ وَخَفِيَّةٍ لِأَسْبَابٍ عَدَّةٍ مِنْهَا شَخْصِيَّةِ الْمُسْتَعْدِمِ قَدْ تَكُونُ شَخْصِيَّةِ انْطَوَائِيَّةٍ وَلَا تُفْضِلُ الْخَوْضَ فِي نِقَاشِ دَاخِلِ التَّعْلِيْقَاتِ مَعَ أَشْخَاصٍ مَجْهُولِينَ، أَوْ شَخْصٍ مُصَابٍ بِمَا يُطْلَقُ عَلَيْهِ فِي عِلْمِ النَّفْسِ الشَّخْصِيَّةِ النَّرْجِسِيَّةِ الَّتِي تُرْكَزُ عَلَى نَفْسِهَا كَوْنَهَا هِيَ الشَّخْصِيَّةُ الْأَكْثَرُ اسْتِحْقَاقًا وَتَنْظُرُ لِمَا يَنْشُرُ وَكَذَا الْأَشْخَاصَ الْمَعْلَقِينَ بِأَنَّهُمْ أَقْلُ مُسْتَوَى وَلَا يَزْتَمُونَ لِرَدِّ فِعْلٍ مِنْهُمْ وَكُلُّ مَا يَصْدُرُ عَنْهُ فَقَطْ جَدِيرًا بِالتَّقَاعِلِ.

الجدول رقم 14: اللغة التي يستخدمها أفراد العينة في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
20.8%	114	العربية الفصحى
42.6%	234	لعامية
24.6%	135	اللغة الفرنسية
12.0%	66	العريزي
100%	549	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

نُلاحِظُ مِنْ خِلَالِ الْجَدُولِ نُلاحِظُ أَنَّ الْعَامِيَّةَ أَخَذَتْ أَكْبَرَ نِسْبَةَ قُدْرَتِ ب 42,6 % وَتَلِيهَا اللُّغَةُ فَرَنْسِيَّةٌ بِنِسْبَةِ 24,6 % فِي اللُّغَةِ الْعَرَبِيَّةِ 20,8 % وَالْعَرَبِيَّةُ بِنِسْبَةِ 2,0 %.

من خلال النتائج نلاحظ أنّ العاميّة يعتمدها أغلب أفراد العيّنة في التّواصل عبر مواقع التّواصل الاجتماعيّ؛ وهي لغة التّعاملات اليوميّة التّخاطب والتّواصل، وانتقلت لمواقع التّواصل الاجتماعيّ ليستخدّمها الشّباب الجزائريّ في تواصله ويرى بعض العلماء أنّه أمر طبيعيّ لمسايرة الحياة والسّبب في استخدّمها لتواصل كونها لا تخضع لقواعد معيّنة، سهلة الكتابة، وتسهّل تواصل الفرد الجزائريّ، بفعل تكوينه الضعيف بسبب المنظومة التّربويّة وكذا التسرّب المدرسيّ، لا يستطيع التّعبير عن نفسه وإيصال المعلومة كما يريدّها أن تصل من غير استخدام العاميّة.

وتأتي اللغة الفرنسيّة في المرتبة الثانية في النّسب المعروضة، فلاضعاف الأمة يبدأ بلغتها، فاللغة الفرنسيّة لغة المستعمر ودُمجت مع العاميّة، في حين أنّها لم تُستخدّم ليوخدها كما قال دخمان هشام المختص في اللسانيّات " اللسان الجزائريّ تأثر في الحاضر أكثر من تأثره في الفترة الاستعماريّة الفرنسيّة " ويعود السّبب وراء ذلك أنّه في فترة الاستعمار كان الفرد الجزائريّ متفطّنًا أنّ هناك حزبًا ضدّ لغته فلا بدّ من الحفاظ على عروبتّه، وثقافته، ودينه مع ذلك استغقت بعض الكلمات بفعل الزمن الذي أمضته فرنسًا بالجزائر، أمّا في عصر التّكنولوجيا اليوم، الفرد ليس له دراية بأنّ الحزب لا تزال قائمة ضدّ ثقافته، ولغته وأصبح يتبنّى لغات أجنبيّة وهي من تبعيّات العولمة فظهر المتحدّثون بها على مواقع التّواصل الاجتماعيّ.

هناك عُرُوف واضح في استخدام اللّغة العربيّة على مواقع التّواصل الاجتماعيّ، والسّبب وراء ذلك لخضوعها لضوابط لغويّة كثيرة، والشّباب اليوم يبحث على السّريّة في إيصال أفكاره، فيما يرجع إلى أسباب أخرى كون جيل اليوم يحجّل من إنتمائه، وضعف إعتزازه بهويّته ومن يتحدّث اللّغة العربيّة يُعتبر غير مواكب للتّكنولوجيا وإنسان متخلف، بالإضافة إلى الدور السلبيّ الذي يقوم به الإعلام العربيّ والجزائريّ فمن المفروض الارتقاء باللّغة العربيّة، بالإضافة للنقص الواضح في تدعيم اللّغة العربيّة بعض وسائل الاتّصال الجديدة.¹

وتتعارض تفسيمات التي وضعه في دراستنا للغة المستخدمة من قبل أفراد العيّنة مع دراسة وليدة حدادي² حيث تمّ تقسيم اللّغات المفضّلة للاستخدام عبر مواقع التّواصل الاجتماعيّ: اللّغة الأجنبيّة

¹ سليمة بلغزوري، واقع استخدام اللّغة العربيّة في مواقع التّواصل الاجتماعيّ، مجلة الخطاب والتّواصل، العدد 3، المجلد 1،

مارس 2019، متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/83187>

² وليدة حدادي، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة لدى الشباب الجامعيّ دراسة ميدانية بجامعة

سطيف²، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14، العدد 1، 2021، متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/156359>

5.02%، أجنبية إلكترونية مثل (rien2) بنسبة 10.50%، عربية فضحى 19.18%، عربية فضحى إلكترونية (kayfa 7 aloka) بنسبة 33%، دارجة بحروف عربية (واشي أحوالك) بنسبة 30.14%، دارجة إلكترونية (wach 7 walak) بنسبة 20.09%.

كشفت الدراسة من خلال الجدول أعلاه أن 42.6% من المبحوثين يُفضّلون تصفح موقع التواصل الاجتماعي من خلال استخدام اللهجة العامية وتمثّل أعلى نسبة لدى المبحوثين، ويرجع ذلك لكون اللهجة الأصلية لدى الشعب الجزائري هي العامية، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تُتيح التواصل باللغة العربية.

ويُعرف مفهوم العريزي على أنه "أبجدية مُستحدثة غير رسمية، ظهرت في السنوات الأخيرة، تستخدم هذه الأبجدية في نطاق واسع بين فئة من الشباب في الكتابة عبر الدردشة على الشبكات، وتنطق هذه اللغة مثل العربية تمامًا إلا أن الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف، ولأرقام اللاتينية بمعنى أنه مُصطلح جديد طفا على ساحة مواقع التواصل الاجتماعي".¹

كما وتجد الإشارة إلى أننا لاحظنا غموض المصطلح لدى أفراد العينة وهذا ما دفع بنا لشرح المصطلح لتوضيح المفهوم لديهم حتى يتمكنوا من الإجابة بمصداقية أكثر..

الجدول رقم 15: الأساس الذي عليه يختار أفراد العينة مع من يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
20.0%	105	على أساس القرابة
50.2%	264	على أساس الصداقة
29.8%	157	على أساس الاهتمامات المشتركة
00%	00	أخرى تذكر
100%	526	المجموع

¹ مداني إيمان، العريزي في مواقع التواصل الاجتماعي بين العدول عن الأعراف اللغوية ومسايرة التحولات اللغوية الراهنة، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الثاني، برلين، أبريل 2018، ص 288. متاح على الرابط <https://democraticac.de/?p=53551>

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال الجدول نلاحظ أنّ على أساس الصداقة جاءت بأعلى نسبة قدرت ب 50,2%، تليها على أساس الاهتمامات المشتركة ب 29,8%، ثمّ أخيراً على أساس القرابة بنسبة 20,0%. وتتقارب نتائج دراستنا ودراسة نوي إيمان¹ حيث نجد أنّ أفراد العينة الذين يتفاعلون عبر الفيس بوك يتفاعلون مع الأشخاص على أساس الاهتمامات المشتركة بنسبة 51.21%، في حين أساس الصداقة مثل 30.48%، بينما أساس القرابة فلم يتعد 18.29%.

من خلال النتائج نلاحظ أنّ أفراد العينة يفضّلون أغلبهم التّواصل مع أصدقائهم، وليس بشرط أن يكون الصديق ذلك الفرد المعروف، والموجود في حياتنا، والذي نقتاسم معه ذكريات الطفولة تبعاً لتغيّرات التكنولوجية، وأصبح هناك صديق الفيس بوك (Facebook) الذي نتعرّف عليه من خلال المنشورات، أو من خلال مجموعات المحادثة، وغيرها، وبهذا إنطلاق الأفراد للحياة الافتراضية بعيداً عن محيطهم الاجتماعيّ الواقعيّ، وهروباً من رقابة المجتمع، والأهل وأصبح الفرد يميل للإستقلالية عنهم.

وبالتالي برز التّواصل على أساس الاهتمامات المشتركة والتي تكون من خلال الهوايات، وكذا طبيعة العمل، ونمط الحياة، أو موضوعات علمية وأكاديمية، ومشاركة الخبرات، وهذا يجعل من الفرد مُدمناً على مواقع التّواصل ومنعزلاً عن واقعه، ومغترّباً ثقافياً، عن قيم ثقافته، وما ساعد في زيادة جِدّة الوضع، هو موقع الفيس بوك (Facebook) الذي لقي رواجاً بين أوساط الشّباب منذ عهد أو أكثر من الزمن. فيما جاءت التّواصل على أساس القرابة بنسبة أقلّ من التّواصل على أساس الاهتمامات المشتركة، والصداقات، وهو ما أدى لإبتعاد الفرد عن عائلته، فمن خلال مُتطلبات العصر، الفرد إبتعد عن القيم التي نشأ، وتربى عليها، وعلى رأسها صلة الرّحم، وهي قيمة لها بُعد نفسيّ، ودينيّ، ومكانة لدى الله - عزّ وجلّ-. عن عبد الرّحمن بن عوف -رضي الله عنه- قال: سُمعت رسول الله - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يقول (قال الله تبارك وتعالى: أنا الله ونحن الرّحمان، وشققت لها من اسمي، فمن وصلها وصلته، ومن قطعها قطعته) رواه الترمذي، وأبو داود، وأحمد في المُسند وصححه الترمذي، والألباني.

¹ نوي إيمان، البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة المستخدمين لبعدي البيئة الرقمية، رسالة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، بجامعة محمد خيضر بسكرة، بقسم العلوم الاجتماعية، 2016، متاح على الرابط <http://thesis.univ-biskra.dz/2757>

كما أنّ قطع التّواصل مع الأقارب بدايةً لإنهيار الكيانات الأسريّة، فحسب تعريف الجامع المانع لصلة الرّحم تحمّل في فحواها، لئس الزيارة فقط بل تازك السّلام، والسؤال عن الأحوال؛ فرغم ارتباط الفرد الجزائريّ بالعائلة إلا أنّ التّطوّرات أحدثت تغييرًا في هذه النّاحية، ونذكر أنّ اليوم الجميع يعيش عصر السرعة، والاهتمام بمصالحه الشّخصيّة وبناء على ذلك يُكون دائرة اتّصالاته الخاصّة.

المحور الثالث: عادات وأنماط الاستخدام الفيس بوك من طرف أفراد العينة المدروسة

الجدول رقم 16: يوضح أقدمية امتلاك أفراد العينة حساب على موقع الفيس بوك (Facebook)

النسبة%	التكرار	منذ سنة
6.3%	25	منذ سنة
15.5%	62	منذ ثلاث سنوات
78.3%	313	أكثر من ثلاث سنوات
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة من يمتلكون حساب على موقع الفاسبوك (Facebook) منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 78.3%، وأفراد العينة الذين يمتلكون الحساب منذ ثلاث سنوات بنسبة 15.5%، وتليها نسبة من يمتلكون حسابًا منذ سنة بنسبة 6.3%.

من خلال النتائج نلاحظ أن أفراد العينة أغلبهم يمتلكون حسابًا على الفاسبوك (Facebook) منذ مدة طويلة، وذلك راجع كون التطبيق قديم النشأة، والظهور، وكذا أفراد العينة من الشباب، أي كان بروز التطبيق متزامنًا مع فترة إستيعابهم لتكنولوجيا فتم تبنيها من قبلهم، حيث ظهر التطبيق في 2004، فهذا الاستخدام ليس وليد الساعة لدى الشباب، واشتهر بعد ذلك ليكون متوفرًا للجميع، في حين كان يُستخدم في أمريكا بلد نشأته، بالإضافة إلى المستوى التعليمي الذي يلعب دورًا في هذا التبني، فهم لا يمتلكون خوفًا من التكنولوجيا كبقية الفئات. كما تؤكد نظرية إنتشار المبتكرات على أن أصحاب المستوى التعليمي العالي يكونون من بين أولى الفئات التي تتبنى المبتكرات، وتساهم في الترويج لها بين الفئات العمرية المتوازية معها، والشباب عادة ما يميلون لتقليد بعضهم، والاستفادة من خبرات بعضهم هذا أيضًا من بين الأسباب، التي تجعل المجال مفتوحًا لاستخدام تكنولوجيا أقرانهم، فيما نذكر أسباب أخرى بعد تبني التكنولوجيا فهي سهولة التسجيل، وسهولة التواصل من خلالها، فكل هذه الخصائص وأكثر، جعلت منه الوسيلة رقمًا واحدًا بين أوساط العينة وهذا ما تعكسه النسبة المرتفعة حسب نتائج الجدول أعلاه.

أما بنسبة لأفراد العينة المتأخرين في تبني استخدام موقع الفاسبوك (Facebook)، على الغالب يرجع ذلك لمستوى التعليمي والخوف من إكتشاف التكنولوجيا، وهذا لعدم المعرفة الواسعة بها أو باستخدامها، ويستندون لمن يساعدهم في التعرف عليها، سواء من الأصدقاء، أو من أفراد العائلة، في

حين يُمكن لِنفس الفِئَة أن تُكوّن قد تَبَنَّت تطبِيقَات أُخرى تَراها مُناسِبَة لها أَكثَر مِن مَوقِع الفاسبوك (Facebook).

أما أفراد العينة ممّا يستخدّمون مَوقِع الفاسبوك (Facebook)، مُنذ سنة وَهي أَقلّ، حيثُ تُمَثِّل أَقلّ نِسبَة لِأفراد العينة وتمثّل أشخاص قد لا يملكون وَسيلَة (جِهاز)، تمكّنهم مِن الأُصول للفاسبوك (Facebook) كالأهواتف أو حواسيب في حين أنّ الإنترنت في الجزائر، مؤخرًا فقط مُتاحة في المناطق الريفيّة، عبْر الألياف البصريّة، فقد تُمَثِّل هَذِه المَجموعَة مِن العينة شَباب يعيشون في الريف، ولا تَتوفّر لديهم الوسائل الاتّصاليّة بِصفة عامّة.

وَخَالَفت هَذِه النّتيجَة تِلْكَ الّتي تَوصلت إليها دراسة "تريمان نُومار"¹ الّتي أبانت أنّ أَكثَر مِن نِصف الأفراد العينة كانت بداية استخدامهم لمَوقِع الفيس بوك مُنذ "سنة إلى ثلاث سنوات" وَذلك ما مَثّل عدد مُفردات قُدِّر ب 138 مِن المَجموع الكلي للعينة أي بنسبة 52.07%، يليهم مِن يستخدّمون المَوقِع "أكثر مِن ثلاث سنوات" بِعدد مُفردات 66 أي بنسبة 24.90%، وتليهم بنسبة مُتقاربة مِن يستخدّمونه " مُنذ أَقلّ مِن سنة " بِعدد مُفردات قُدِّر ب 61 أي ما يُمَثِّل 23.01% مِن العدد الكلي للعينة.

وتوافقت جزئيا مع دراسة ربحانة بلوطي² حيث أنّ أغلبية أفراد العينة يمتلكون حساب على موقع الفيس بوك منذ ثلاث سنوات بعدد مفردات وصل ل69 أي ما نسبته 36.31%، يليها عدد المفردات الذين يمتلكون حساب على الموقع منذ سنتين بحيث قدر ب57 مفردة أي ما نسبته 30%، وأخيرا أفراد العينة الذين يمتلكون حساب على موقع الفيس بوك منذ سنة بعدد مفردات لا يتعدى 18 مفردة أي ما يمثل نسبة ضئيلة قدرت ب9.47%.

¹ مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية _دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط

<file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

² ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد _دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك نموذجا_، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر _باتنة_

2015. منشورة ومتاحة على الرابط <http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en->

[-----ligne/doc_details/4857](http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en-)

الجدول رقم 17: مدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب على موقع الفاسبوك (Facebook)

الاجابة	التكرار	النسبة%
نعم	118	29.5%
لا	282	70.5%
المجموع	400	100%

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه يتبين لنا أنّ أغلبية أفراد العينة أي 282 مُفردة، والتي تُقدّر نسبتهم بـ 70.5%، من إجمالي أفراد العينة المدروسة، لا يملكون سوى حساب واحد على موقع الفاسبوك (Facebook)، في حين نجد أنّ الأفراد الذين يملكون أكثر من حساب فقد مثلوا 118 مُفردة، أي بنسبة ضئيلة قُدرت بـ 29.5%.

حيث تتوافق نتائج دراستنا ودراسة ریحانة بلوطي¹، إذ قُدرت نسبة أفراد العينة الذين يكتفون بحساب واحد على موقع الفاسبوك (Facebook) بـ 63.68% أي 121 فردًا، في حين قدرت نسبة أفراد العينة الذين يملكون أكثر من حساب على موقع الفاسبوك (Facebook) بـ 36.31%، أي بـ 69 فردًا مبحوثًا. وتتوافق أيضا مع نتائج دراسة بدر الدين بن بلعباس² حيث قدرت نسبة من يملكون أكثر من حساب على موقع فيس بوك بـ 62.50%، في حين بلغت نسبة من يملكون سوى حساب واحد بـ 37.50%.

¹ ریحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد_دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك نموذجا_، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر_باتنة_

2015. منشورة ومتاحة على الرابط <http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en->

-----ligne/doc_details/4857

² بدر الدين بن بلعباس، استخدامات الفيس بوك والهوية الافتراضية لدى الطلبة الجامعيين_طلبة جامعة بسكرة نموذجا_، أطروحة دكتوراه العلوم في علم اجتماع التربية منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، متاح على الرابط

<http://thesis.univ->

[biskra.dz/4822/1/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B0%D9%83%D8%B1%D8%A91%D8%](http://thesis.univ-biskra.dz/4822/1/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B0%D9%83%D8%B1%D8%A91%D8%)

[B2.pdf](#)

قد يُفسّر ذلك طبيعة الأفراد الشّخصيّة والنّفسيّة، حيث يُفضّلون استخدام حساب واحد يُعبّر عنهم، ويتواصلون من خلاله مع دائرة معارفهم، وأقاربهم، وبالتالي لا تُوجد حاجة لديهم في استخدام حساب آخر؛ وهناك أيضًا من يستخدمه في مجال عمله فلا حاجة له في حساب آخر.

ومن جهة أخرى لدينا نسبة ضئيلة تمثل هؤلاء الأفراد الذين يُفضّلون استخدام أكثر من حساب على موقع الفاسبوك (Facebook)، وهذا يرجع لكونهم يحتاجون لحرية أكبر لم يتحصّلوا عليها في الحياة الواقعيّة، وبالتالي أُجبروا على البحث عنها من خلال استخدام حسابات على موقع الفاسبوك (Facebook)، وتجدر الإشارة إلى أنّ هناك أشخاصًا يُفضّلون استخدام أكثر من حساب بداعي النّصب، والخداع وغيرها لكي لا يكتشف أمره، وينتهي به الأمر وراءه القضبان.

الجدول رقم 18: يبين عدد الحساب التي يملكها أفراد العينة على موقع الفاسبوك (Facebook)

النسبة %	التكرار	
74.6%	88	حسابين
25.4%	30	أكثر من حسابين
100%	118	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائيّة للجدول أعلاه يتبيّن لنا أنّ أغلبية أفراد العينة أي 88 مفردة من العينة ما نسبته 74.6% يملكون حسابين على موقع الفيس بوك (Facebook)، أمّا هؤلاء الذين يملكون أكثر من حسابين فقد مثّلوا 30 مفردة من أفراد العينة أي ما نسبته 25.4%.

ومما سبق نستنتج أنّ أفراد العينة يفضلون استخدام حسابين قد يكون واحد للاستخدام الشخصي والثاني للاستخدام مع جميع الأفراد أو العكس، قد يفضل أفراد آخرون استخدام حسابين نظرا لكون حساب يمثل حياتهم وعلاقتهم الواقعية وآخر يمثل حياتهم التي يحلمون بها يرسم هوية افتراضية تتنافى وحقيقتهم، بالإضافة إلى أنّه في بعض الأحيان استخدام حساب آخر يسمح للفرد بالتمتع بحرية أكبر لأنه يشعر بالحرية في إبداء الرأي على عكس الحساب الذي يوضح هويته الحقيقية وفي الغالب هذا ما يدفع بأغلب الأشخاص نحو فتح حساب آخر على موقع الفيس بوك لتخلص من الرقابة العائلية أو من رقابة معارفه حول نشاطاته اليومية عبر الموقع.

الجدول رقم 19: الاسم الذي يستخدمه أفراد العينة كمستخدمين لموقع الفيس بوك (Facebook)

النسبة %	التكرار	
58.5%	234	الاسم الحقيقي
41.5%	166	الاسم المستعار
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال الجدول نلاحظ أن أفراد العينة الذين يستخدمون أسمائهم الحقيقية على موقع الفاسبوك يمثلون نسبة 58,5%، والأشخاص الذين يصغون أسماء مستعار يمثلون نسبة 41,5%. وتوافقت دراستنا مع نتائج (دراسة أمال عساسي)¹، حيث بلغت نسبة الأفراد الذين يتصفحون موقع الفيس بوك ويتواصلون بأسمائهم الحقيقية 61 مفردة أي ما يقابله من العينة الكلية نسبته 57.5%، في حين بلغت نسبة من يستخدمون الاسم المستعار مفردة أي ما يقابله من العينة الكلية نسبته 42.5%.

توافقت دراستنا كذلك مع نتائج (دراسة مريم نريمان نومان)²، حيث جاءت النتائج لتوضح أن أعلى نسبة لهؤلاء الذين يفضلون استخدام الاسم الحقيقي بنسبة قدرت ب 66.03 % ، في حين أن هؤلاء الذين يستخدمون الاسم المستعار بلغت نسبتهم ب 66.03%.

تتعارض نتائج دراستنا مع نتائج دراسة ربحانة بلوطي¹ ، حيث نجد أغلب مفردات العينة يملكون اسماً مستعاراً والتي يُقدَّر عددهم ب 120 مفردة أي ما نسبته 63.15%، في حين نجد من هؤلاء من

¹ أمال عساسي، اثنوغرافيا مستخدمَي اليبس بوك في المجتمع الجزائري _دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركِي

المجموعات الأمازيغية بالفيس بوك _ رسالة ماجستير منشورة، جامعة باتنة 1، 2015. متاح على الرابط

<file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D8%A2%D9%85%D8%A7%D9%84%20%D8%B9%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A.pdf>

² مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية _دراسة عينة من مستخدمِي موقع الفيس بوك في الجزائر _ رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط

<file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

يُركبون الاسم الحقيقي مع المستعار وقد بلغ عدد تلك المفردات 65 مفردة أي ما نسبته 34.21%، بينما من يعتمدون على الاسم الحقيقي في التفاعل عبر موقع الفيس بوك فقد مثل عدد مفردة أقل من غيره حيث لا تتعدى 5 مفردات بما يقابله نسبة ضئيلة تُقدر ب 2,63%.

السبب وراء اختيار أغلب أفراد العينة للاسم الحقيقي، هو لكي يكونوا بارزين في مُحركات البحث لأي شخص من أصدقائهم، وعائلاتهم، وحتى لأسباب علمية كونهم يتواصلون مع أساتذتهم، وفيما يرجع لسبب آخر وهو أن يحفظوا بثقة المتفاعلين معهم عبر الموقع. ويعود سبب اختيار باقي لأسماء أفراد العينة مستعارة لعدم التعرف عليهم لمتعة بحرية أكثر، والتعليق على المنشورات، والتعبير على آرائهم حول جميع الموضوعات حتى الحساسة منها، دون خوف أن تكشف هويتهم الحقيقية. في حين يُريد آخرون تقمص شخصيات لا تعكس شخصيتهم في الحياة الواقعية، كنوع من الهروب عن واقعهم، وبالنسبة على أساس الجنس فالإناث في الجزائر أكثر خوفاً من أن تكشف هويتهم لذلك يملون لعدم كشف أسمائهم الحقيقية، وهروباً من قيود وضغوط المجتمع.

وقد تمَّ اختيار الاسم المستعار بين أفراد العينة لأسباب عديدة، يُرجعها أفراد العينة الذين تبلغ نسبتهم 83,13% لكون القيام بهذا أكثر أمناً لهم، فيما يرجع باقي أفراد العينة اختيار الاسم المستعار لخوفهم من أن يتم التعرف عليهم بنسبة 16,86%، وكما نكرنا مسبقاً الإناث يكونون أكثر خوفاً من الذكور، ويجدر بالذكر أن أكبر نسبة من العينة هم إناث ما يُفسر النسبة المتحصّل عليها، كما أن أفراد العينة يُفضّلون الاسم المستعار، لكون حياتهم على الفاسبوك تستقل بذاتها عن الحياة الواقعية.

الجدول رقم 20: يوضح أسباب اعتماد الاسم الحقيقي لأفراد العينة على موقع الفاسبوك

النسبة%	التكرار	
56%	132	سهولة ايجادي على الموقع من قبل الآخرين
44%	102	التمتع بحرية أكبر
100%	234	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

¹ ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة -

2015. منشورة ومتاحة على الرابط <http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en->

[-----ligne/doc_details/4857](http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en-)

يُظهر من الجدول أعلاه أنّ الأسباب التي تدفع بأفراد العينة لإعتماد اسمهم الحقيقي على موقع الفاسبوك حيث كان السبب الذي يحتل المرتبة الأولى بنسبة 56%، أمّا من يستخدمون الاسم الحقيقي لغرض التمتع بحريّة أكبر فقد مثلت نسبتهم ما يُقدّر ب 44%،

وهذا ما يتوافق مع (دراسة آمال عسّاسي)¹، حيث جاءت نتائجها لتؤكد على نتائج دراستنا إذ إنّ نسبة من يستخدمون الاسم الحقيقي على موقع الفاسبوك من أفراد العينة قدرت ب 52.1%، في حين أنّ عدد الأفراد الذين يعتمدونه لغرض الحصول بثقة المتفاعلين فكان بنسبة صيّلة قدرت ب 35.2%. كذلك تتوافق مع نتائج (دراسة مريم نريمان نومان)²، حيث بلغت نسبة تفضيل استخدام الاسم الحقيقي لغرض سهولة الإيجاد ب 60.57%، أمّا من يرون في كسب لثقة المتفاعلين كان بنسبة 39.42%.

ونستج أنّ هنا شريحة كبيرة من الشباب الجزائري يفضلون استخدام الاسم الحقيقي لديهم على الموقع الافتراضي فيس بوك وهذا لتسهيل عملية البحث عنهم ضمن محركات البحث من قبل أشخاص أو مؤسسات، وهناك أيضا نسبة لئاس تفضله استخدم الاسم الحقيقي لأنها ترى فيه حرية أكثر من نظيره المستعار .

الجدول رقم 21: أسباب اعتماد الاسم المستعار لأفراد العينة على موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	
16.86%	28	الخوف من ان يتعرف عليك الاخرون
83.13%	138	أكثر أمانا لي
100%	166	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

¹آمال عسّاسي، اثنوغرافيا مستخدمي اليس بوك في المجتمع الجزائري _دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركوي المجموعات الأمازيغية بالفيس بوك_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة باتنة 1، 2015. متاح على الرابط

<file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D8%A2%D9%85%D8%A7%D9%84%20%D8%B9%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A.pdf>

²مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية _دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط

<file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

تُظهر نتائج الجدول أعلاه أنّ أفراد العيّنة المدروسة يُفضّلون استخدام اسم مُستعار، نظرًا لكونهم يرون فيه أكثر أمنًا لهم بنسبة قدرت ب 83.13 %، في حين بلغت نسبة 16.86 %، من يعتمدونه لخوفهم من أن يتعرّف عليهم الآخرون.

وهذا ما يتعارض مع دراسة (آمال عساسي)¹ حيث إنّ أغلب أفراد العيّنة يخافون التّعرّض للمضايقات وهذا ما برز من خلال النسبة التي قدرت ب 45.5 %،

وتخالفت نتائج دراستنا أيضا مع نتائج دراسة (مريم نريمان نورمار)²، حيث نجد الغرض من استخدام الاسم المستعار في التّواصل عبر موقع الفاسبوك راجع حسب نتائج الدّراسة إلى أنّ أفراد العيّنة يرون في أنّه يمنحهم التّصرّف بكلّ حُرّيّة حيث بلغت النسبة ب 57.77 %، في حين أنّ الأفراد الذين يستخدمون الاسم المستعار نتيجة الخوف من أن يعرف الآخرون هويّته فمثلت بنسبة قدرت ب 23.33 %، وبنسبة أقلّ للأفراد الذين يستخدمون الاسم المستعار لتقمّص شخصيّة غير شخصيّتهم الحقيقيّة قدرت ب 18.88 %.

وفي هذا الصّدّد أسفرت نتائج دراسة بلوطي ربحانة³، على أنّ من الأسباب التي تقف وراء إخفاء أفراد العيّنة لهويّتهم الحقيقيّة أنّهم يخافون من القرصنة واختراق حساباتهم، بالإضافة إلى أنّهم يرون في هويّتهم الحقيقيّة خصوصيّة ولا يُمكن التّعريف بها في الفضاء الرّفميّ، كما أنّهم يعتمدون الأسماء

¹آمال عساسي، انثوغرافيا مستخدميّ اليبس بوك في المجتمع الجزائري _دراسة انثوغرافية لعيّنة من مشتركّي المجموعات الأمازيغيّة بالفيس بوك_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة باتنة 1، 2015. متاح على الرابط <file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D8%A2%D9%85%D8%A7%D9%84%20%D8%B9%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A.pdf>

²مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعيّة وتأثيره في العلاقات الاجتماعيّة _دراسة عيّنة من مستخدميّ موقع الفيس بوك في الجزائر_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط <file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

³ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضيّة في الشبكات الاجتماعيّة وأثرها على الفرد_دراسة استكشافية لعيّنة من مستخدميّ الفيس بوك نموذجًا_، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر _باتنة_ 2015. منشورة ومتاحة على الرابط http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en-_____ligne/doc_details/4857

المستعارة لتجنّب مُضايقات الآخرين، وكذا التّصرّف بحريّة أكثر، والتّواصل مع الأشخاص دون أن يتعرّفوا عليهم.

نستنتج أنّ الشباب يفضل أن يستخدم الاسم المستعار على موقع الفيس بوك وهذا لكونه موقع يحقق الأمن نظرا لتفضيلهم التخفيّ ومحاولة عدم الظهور في الشبكات لأسباب قد ترجع لكونها شخصيّة أو عائليّة أو للوصول لأهداف معيّنة.

الجدول رقم 22: مدى قبول أفراد العيّنة لطلبات الصداقة على موقع الفاسبوك

هل تقبل صداقات على الفيسبوك	التكرار	النسبة%
نعم	82	20.5%
لا	318	79.5%
المجموع	400	100%

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائيّة للجدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب أفراد العيّنة لا يقبلوننا صداقة من أفراد غرباء بعدد مفردات قدر ب 318 أي ما يقابله من العيّنة الكلية نسبة 79,5%، أمّا من يقبلونها دعوة الصداقة فقد بلغ عدد أحصّي عدد مفرداتها ب 82 مفردة من مجتمع العيّنة أي ما يمثل من العيّنة الكلية نسبة 20.05%.

وتتوافق نتائج دراستنا فيما يخصّ الجدول أعلاه مع (دراسة مريم نريمان نومار)¹، حيث بلغ عدد الذين لا يقبلون طلبات الصداقة من قبل الغرباء 146 مفردة من أصل 265 مفردة، أي بنسبة قدرت ب 55.09%، في حين بلغ عدد أفراد العيّنة الذين يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص غرباء ب 119 أي ما نسبته 44.90%.

¹ مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعيّة وتأثيره في العلاقات الاجتماعيّة - دراسة عيّنة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر - رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط <file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

وتتعارض نتائج دراستنا ودراسة (بدر الدين بن بلعباس)¹، حيث نجد نسبة الأفراد الذين لا يهتمون بمعرفة الأشخاص قبل قبول طلبات الصداقة قدرت ب 69.79%، في حين بلغت نسبة من يهتمون لمعرفة الأصدقاء قبل قبول طلبات الصداقة نسبة أقل قدرت ب 30.21%.

من خلال نتائج نلاحظ أن أفراد العينة لا يقبلون دعوة الصداقات من الغرباء، وهذا راجع لخوف هذه الفئة من الوقوع في أشخاص خطيرين مجرمين مهوسين، أو هاكِر، وهذا ما شاع في فترة ما من الزمن حيث يتم اختراق الحسابات المستخدمين من قبل الهاكر، ويعود أيضًا لأسباب عائلية بالنسبة للفتيات، حيث إن المجتمع يقيدهن بعدم التحدث للغرباء، وهن يخضعن بدافع الخوف، فيما تذهب فئة أخرى لعدم قبول طلب صداقات الغرباء اعتمادًا على معايير الجمال بعد معاينة الحسابات طالبي الصداقة، ومعاينة منشوراته، وصوره، ثم يتم اتخاذ القرار بالرفض، أو القبول، وهذا ما الأمر يعود إلى درجة جدية الأفراد في استخداماتهم لموقع الفاسبوك وليدة الالتزامات، والحذر لديهم.

أما بالنسبة للفئة التي تقبل الصداقات فتمثل النسبة القليلة من أفراد العينة محل الدراسة، رغبة منهم في التعرف على أشخاص، ولغات، وثقافات، وعادات الأقوام، أو بعرض البحث عن الزواج، حيث يتم قبول الطلب على أمل الوصول لشريك الحياة الأمثل، فيما يرجع أيضًا لأسباب أخرى كالفصول لمعرفة من هو الشخص الذي يبعث بالطلب هل يعرفنا؟ هل يريد شيئًا منّا؟، ويتم قبول الصداقة لإرضاء الفضول لا أكثر. هذه الاستنتاجات استوحيناها من المقابلات الشخصية ببعض مستخدمي موقع الفاسبوك والذين كانوا من ضمن أفراد العينة لكي، نبحت في الأسباب بشكل واقعي أكثر.

الجدول رقم 23: الجنسيات الأكثر تفضيلا لدى أفراد العينة في ربط الصداقات معها على موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	بوك
82.99%	366	جنسيات عربية
6.80%	30	جنسيات مغربية
10.20%	45	جنسيات أوروبية

¹بدر الدين بن بلعباس، استخدامات الفيس بوك والهوية الإقراضية لدى الطلبة الجامعيين_ طلبة جامعة بسكرة نموذجًا_ ، أطروحة دكتوراه العلوم في علم اجتماع التربية منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، متاح على الرابط

<http://thesis.univ->

<http://thesis.univ-biskra.dz/4822/1/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B0%D9%83%D8%B1%D8%A91%D8%>

[B2.pdf](#)

المجموع	441	%100
---------	-----	------

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يُفضّلون التّواصل مع أصدقائهم ومعارفهم من الجنسيّات العربيّة بعدد مفردات وصل لـ 366 أي ما نسبته 82.99%، جاءت الجنسيّات الأوروبيّة في المرتبة الثانية بعدد مفردات قدر بـ 45 بنسبة 10.20%، بينما المجموعات المغاربيّة فقد قدر عدد مفرداته بـ 30 بنسبة 6.80% وهي آخر التّرتيب.

ويُعود مُيول الشّباب للتّعامل مع الجنسيّات العربيّة على موقّع الفاسبوك للغة المشتركة، حيث لا يُثقن الجميع اللّغات، الّتي تُمكنهم من التّحدّث مع الغربيين، فيما نستطيع تلخيص ذلك أيضًا في سهولة التّواصل مع هذه الجنسيّات باستخدام موقّع الفاسبوك، وأيضًا يبقى التّعارف، والزّواج المختلط بين الجنسيّات العربيّة رائج في مثل هذه التّطبيقات.

ويتعامل الشّباب الجزائريّ أفراد العينة من خلال الفاسبوك، أيضًا مع الجنسيّات الأجنبيّة، حيث تُستخدم هذه الجنسيّات الفاسبوك بكثرة، كغيرها من الجنسيّات، ويستغلّ الشّباب الجزائريّ أفراد العينة، هذه الوسيلة لتعرّف على الأجنبيّين من أجل الهجرة أو تعلّم اللّغات وغيرها.

وأخيرًا نلاحظ من النتائج والنّسب السابقة أن أفراد العينة، لا يُفضّلون التّواصل مع الجنسيّات المغربيّة عبر موقّع الفاسبوك، نظرًا لكون هذه الجنسيّات تُتشارك مع بعضها اللّغة، واللّهجات والتقاليد فلا يجد الكثير الفُضول في استخدام موقّع الفاسبوك لتواصل مع الجنسيّات المغاربيّة، على عكس الجنسيّات العربيّة، والأوروبيّة.

جدول رقم 24: المجموعات المفضّلة لدى أفراد العينة من حيث الانضمام والتّفاعل

النسبة %	التكرار	
43.40%	237	مجموعات المحليّة
42.12%	230	مجموعات العربيّة
14.46%	79	مجموعات الأجنبيّة
100%	546	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائيّة لنتائج الجدول أعلاه، نلاحظ أن المجموعات المفضّلة لدى أفراد العينة من حيث الانضمام، والتّفاعل، حيث تتوزّع النّسب كما يلي: المجموعات المحليّة بعدد مفردات وصل إلى

237 مفردة، أي ما نسبته 43,40%، كما تليها المجموعات العربية بعدد مفردات قدر بـ 230 مفردة من المجتمع الكلي أي ما نسبته 42,12%، وفي آخر الترتيب المجموعات الأجنبية بعدد مفردات 79 مفردة أي بنسبة 14,46%.

من خلال النتائج نلاحظ أغلب أفراد العينة يتفاعلون ضمن المجموعات المحلية، وهذا راجع لإحتوائها على شباب جزائريين يتكلمون العامية، والعربية، والفرنسية، وهي لغة يفهمها أفراد المجتمع المحلي، فيتواصلون بشكل سلس، ومرن، وسهل أكثر من غيره، وهذا النجاح في التواصل، راجع لأسباب ثقافية، واجتماعية كون الفئة المتصلة في ما بينها لها نفس التقاليد، واللغة كما ذكر سابقاً، عدا ذلك تكوين فتي تواصلٍ جديد يُسمى "بالميمز"، وهو عبارة عن صور في موقف معين لأشخاص تأخذ على حسب الموقف لتصبح فنّ تعبير عن أمور معينة، ونفس "الميمز" قد يكون له معنى مختلف من دولة لأخرى، وهذا أيضاً من بين الأمور التي تجعل هذه الفئة تتواصل ضمن مجموعات محلية، وقد يكون هذا الميل للانضمام لهذه المجموعة لعجز المستخدم على التواصل بلهجات أخرى، أو بلغات أخرى، ما يجعل نطاق تواصله محدوداً بمجموعات محلية دون غيرها.

فيما تميل فئة أخرى من أفراد العينة، للتواصل ضمن المجموعات العربية، التي تضم أفراد من المغرب العربي، أو الشرق الأوسط، أو الخليج العربي، بحيث تكون اللغة المستخدمة في هذه المجموعات، هي اللغة العربية، أو اللغة البيضاء التي يفهمها أي عربي، فيما تدرج هذه الأفضلية، ضمن رغبة أفراد العينة من الشباب الجزائري، في تكوين صداقات مع أشخاص من دول أخرى، رغبة في التعرف على دول العالم دون السفر، وأتعبه، ومشقته، وتكاليفه.

فيما يذهب آخرون للانخراط في مجموعات أجنبية، وهي الأقلية التي تتحدث اللغة الإنجليزية، واللغة الفرنسية، هذا رغبة في الاحتكاك بالأجانب، وممارسة اللغة من أهلها، فيما يحتوي الميمز الأجنبي كالعربي، على أمور من الحياة اليومية، التي لا تُدرّس في الجامعات أو المعاهد، وبالتالي يكونون قد اكتسبوا مهارة اللهجات المحلية لتلك الدول الأجنبية، أو ما يُسمى 'argot' | "الدارجة"، ويدرج ضمنه إختصارات، abréviation، والتدوير الكلمة verlan، وقد تحوي اللغة أيضاً على كلمات من العامية العربية مثل wech، وهي ماذا؟ باللهجة الجزائرية، وغيرها وكُل هذا لا يتم تعليمه ضمن التخصصات أو اللغات الأكاديمية. وقد يعود هذا الميل أيضاً بعرض كون الشاب الجزائري يميل لثقافات الغريبة ونمط عيشهم ويتلاءم مع عقليات الأجانب، أو رغبة في تعرف الشباب الجزائري على فتاة أجنبية، من أجل الزواج وتسوية أوراقه للهجرة.

جدول رقم 25: يمثل طبيعة المضامين المفضلة لدى أفراد العينة للمتابعة عبر موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	
26.55%	291	الثقافية
6.47%	71	السياسية
23.35%	256	الاجتماعية
4.92%	54	الاقتصادية
15.87%	174	العلمية
15.05%	165	الفنية
7.75%	85	الرياضية
100%	1096	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح طبيعة المضامين المفضلة لدى أفراد العينة للمتابعة عبر موقع الفيس بوك حيث جاءت بالنسب التالية: الثقافية 26,55%، الاجتماعية 23,35%، العلمية 15,87%، الفنية 15,05%، الرياضية 7,75%، السياسية 6,47%، الاقتصادية 4,82%.

من خلال الجدول أعلاه يمكن ملاحظة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك، لتصفح مضامين ذات الطبيعة الثقافية، ويرجع السبب كون الشباب يميلون لثقافة الغريبة كما يقول ابن خلدون المغلوب مولعاً أبداً بتقليد الغالب، ومن خلال تصفح لهذه النوعية من المضامين، يولد إعتراب الفرد ثقافياً، من خلال تأثره بالتكرار، سيحفظ الفرد المعلومة في اللاوعي، ليصبح بعد ذلك متبن لها، وهذا يعود لكون، وهذا التبنّي يكون ناتجاً عن ضعف الشعور بالانتماء لدى الشباب.

أمّا فيما يخص الاطلاع على المضامين الاجتماعية، وذلك لكونها تخص المجتمع الذي نعيش فيه، ولكي يبقى الفرد مطلعاً على المستجدات، وما يحدث حوله بدلاً من أن يشاهدها على الأخبار، والتي في الغالب تنطرق للحديث عن الأمور المحلية، ولا تُعطي على كلاً الأخبار ليصبح موقع الفيس بوك المنصة الجيدة التي تضم المواطن الصحفي، الذي بدوره ينشر على صفحته، ويكون له في غالب الأحيان السبق الصحفي.

بينما يهتم أفراد العينة بنسبة مُتقاربة ما بين الإطلاع على المضامين العلميّة، فيم يُخصّ آخر الاختراعات والأبحاث خاصّة في فترة جائحة كورونا أو - كلوفيد - 19، حيث يتصّحّ كُُلّ المضامين العلميّة لمعرفة تطوُّرات العلاج، وكذا حالات الإصابات، ودرجة خطورة تطوُّر الفيروس، وغيرها.

فيما جاءت المضامين الفنيّة في نفس الترتيب من حيث تصّحّ الشّباب لها وهي الفئة المتأثّرة في هذا المجال، حيث تهتمّ بكلّ ما يُخصّ الفنّانين، وأعمالهم، والإنتاجات العالميّة والمحليّة السينمائيّة وغيرها. واهتمّت نسبة أخرى من العينة بالجانب الرياضيّ، وهي نسبة قليلة، كَوْن أفراد العينة أغلبهم فنّيات ولا يهتمُّون بالمجال الرياضيّ كالشّباب.

ونجد أنّ المجال الاقتصاديّ والسياسيّ لا يتمّ تصّحّها إلا بنسبة قليلة من قبل أفراد العينة، وهذه النتيجة هذه تتطابق مع دراسة محمد حسين علوان العراق¹. حيث إنّ المواضيع الإخباريّة مثلت نسبة 30%، بينما المواضيع الفكاهيّة والترفيهيّة مثلت 28.5%، في حين المواضيع الفنيّة مثلت 13%، بينما مواضيع الفيديو الشّخصيّة فمثلت 8.5%، أمّا المواضيع السياسيّة فمثلت 3.5%، وأخيرًا المواضيع الرياضيّة التي مثلت نسبة ضئيّلة قدرت 2.5%.

وتتعارض نتائج دراستنا مع دراسة بدر الدين بلعباس² حيث إنّ نتائج دراسته أبانت أنّ أغلب أفراد العينة يُفضّلون المواضيع الرياضيّة بنسبة 32.29%، ثمّ تليها المواضيع الدّينيّة بسببة قدرت ب 21.87%، في حين المواضيع المتنوّعة قدرت نسبتها ب 17.36%، أمّا المواضيع السياسيّة فقد قدرت نسبتها ب 5.90%، بينما المواضيع الثقافيّة فلا تتعدّى نسبتها 5.60%.

¹ محمد حسين علوان، استخدامات المرأة العراقيّة للفيديو بوك والاشباكات المتحققة منها، مجلة كليات التربية للبنات، المجلد 28، 2017. متاح على الرابط <https://www.iasj.net/iasj/download/7680dca714d7f8f3>

² بدر الدين بن بلعباس، استخدامات الفيديو بوك والهوية الإقرائية لدى الطلبة الجامعيين - طلبة جامعة بسكرة نموذجاً -، أطروحة دكتوراه العلوم في علم اجتماع التربية منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، متاح على الرابط <http://thesis.univ-biskra.dz/4822/1/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B0%D9%83%D8%B1%D8%A91%D8%>

المحور الرابع: الدوافع والإشباع استخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة

جدول رقم 26: الدوافع التي تدفع بأفراد العينة لاستخدام موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	
8.13 %	90	البحث العلمي
20.14 %	223	الترفيه والتسلية
18.78 %	208	التثقيف و التعليم
18.78 %	208	الدراسة
11.20 %	124	التواصل والتعارف
3.79 %	42	الهروب من الواقع
4.24 %	47	لتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي
14.90 %	165	لتخلص من القلق و الملل
100 %	1107	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه والذي يمثل الدوافع التي تدفع أفراد العينة لاستخدام موقع الفيس بوك، من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع التسلية والترفيه وهذا ما عبرت عنه 223 مفردة بنسبة قدرت ب 20.14%، بينما نجد من يستخدم الموقع بدافع التثقيف والتعلم وكذا الدردشة بعدد مفردات متساو قدر ب 208 مفردات أي ما يمثل 18.78% من النسبة الكلية، أما الأفراد الذين يستخدمونه للتخلص من القلق والملل فقد بلغ عدد المفردات ب 165 مفردة أي بنسبة قدرت ب 14.90%، في حين نجد هؤلاء الذين يتخذونه للتواصل والتعارف يمثلون 124 مفردة أي بنسبة 11.20%، وفي ذيل الترتيب وينسب ضئيلة نجد كلاً من البحث العلمي بنسبة 8.13%، وينسب متقاربة من يستخدمونه للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي بنسبة 4.24%، وكذا الهروب من الواقع بنسبة 3.79%.

توافقت نتائج دراستنا مع دراسة مقرري خديجة¹، حيث أبانت النتائج أن دافع التسلية والترفيه يحتل المرتبة الأولى، ثم يليها دافع الاستخدام لغرض تكوين علاقات الاجتماعية، ليليها دافع تمضية الوقت، في

¹مقرري خديجة، بعنوان الميدان الجديدة ودورها في تجسيد مظاهر الاغتراب لدى الشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سيدي بلعباس"، رسالة دكتوراه نظام LMD في علوم الإعلام والاتصال، بجامعة عبد الحميد ابن

حين جاء إقتراح دافع مُشاهدة الأخبار في المرتبة الرَّابِعة، أمَّا مُتابعة المدوِّنين والمشهورين فقد إحتلَّ المرتبة الخامسة، بينما دافع الهروب من ضغوطات الحياة اليوميَّة فقد جاء في المرتبة السادسة، وفي المرتبة السابعة والأخيرة نجد دافع البُحْص العلميِّ.

وتتعارض نتائج دراستنا نسبياً مع نتائج دراسة قنفيي سَهَام¹، حيث أظهرت النتائج أنَّ الدافع الأول لإستخدام موقع الفيس بوك هو الأخبار والمعلومات بِعدد مُفردات فُدر ب 333 أي بنسبة 20.2%، ثمَّ يليها دافع التَّواصل مع العائلة والأقارب بِعدد مُفردات قدره 290 أي ما نسبته 17.6%، في حين فُدر عدد مُفردات أفراد العيِّنة ممَّن يستخدمون الفيس بوك بدافع التَّعلُّم واكتساب الخبرات فُدر ب 181 مُفردة أي ما نسبته 10.9%، بينما هؤلاء الذين يستخدمونه بدافع التَّرفيه والتَّسلية فقد ممثَّل بِعدد مُفردات فُدر ب 162 مُفردة أي بنسبة 9.8%، ويليهما بنسبة مُقارَبة دافع التَّواصل مع الأصدقاء حيث بلغ نسبة فُدرت ب 9.5%، وفيما تَبقى من الدوافع المقترحة من قِبَل الباحثة فقد كانت بنسب ضئيلة حيث نجد دافع شغل وقت الفراغ بنسبة 8.2%، وكذا إنجاز الأعمال ومتابعتها بنسبة 7.8%، وتليها مُتابعة الإعلانات التجاريَّة والتَّسوق بنسبة 6.1%، إقامة العلاقات الجديدة بنسبة 5.1%، الهروب من الواقع بنسبة 4.1%، البُحث عن وظائف بنسبة 0.3%.

وعليه، النتائج تدعم فكرة أنَّ من دوافع استخدام مواقع التَّواصل الاجتماعيِّ هو التَّسلية والتَّرفيه والمرح وتعتبر من الدوافع الطُّقوسية للإستخدام كما أشرنا في الفصل الثالث من المذكرة، جاء في قِمة التَّرتيب عند أفراد العيِّنة حيث يرجع تفسير الاستجابة لكون السَّبَاب يقضون الوقت في استخدام موقع الفيس بوك بحكم أنَّهم لا يرتبطون بمسؤوليات أُسريَّة ففي أغلب الأحيان حيث يملكون من الوقت ما يكفي لتصفح الموقع، دون الارتباط بالتزامات مُعيَّنة. وهنا تجدر الإشارة إلى نقص في الهياكل التي تدعم وترعى السَّبَاب، فيجدون مواقع التَّواصل الاجتماعيِّ وخصَّصة موقع الفيس بوك كبديل.

بأديس - مستغانم -، 2021، متاح على الرابط <http://e-biblio.univ->

[mosta.dz/bitstream/handle/123456789/19195/doctorat%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/19195/doctorat%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

y

¹سَهَام قنفيي، علاقة استخدام مواقع التَّواصل الإلكترونيِّ بالأغتراب الاجتماعيِّ لدى السَّبَاب الجزائريِّ - دراسة ميدانية على عيِّنة من مُستخدمي موقع الفيس بوك - رسالة دكتوراه الطُّور الثالث في علوم الإعلام والاتِّصال بجامعة مُحمَّد خيَّصر بسكرة، بقسم العلوم الإنسانيَّة، 2019. متاح على الرابط <http://thesis.univ-biskra.dz/4538>

فيما اختارت فئة من العينة التعليم والتثقيف كدافع لهم الاستخدام موقع الفيس بوك، نظراً لأهمية الوسيلة، خاصة في الفترة الأخيرة المتزامنة مع الحجر المنزلي الصحي، نتيجة جائحة كورونا حيث تستلزم التواصل مع الأساتذة والبقاء على الاطلاع فيما يخص الدروس والبروتوكولات، التي جرى تنفيذها خلال تلك الفترة، وكان التواصل مع الأساتذة عبر الماسنجر في ما استغلّه بعض الأساتذة في إلقاء البحوث والمداخلات صوتاً، وصورة وكلها حاجات تَصُب في الجانب العلمي المعرفي؛ وهذا ما أكدته دراسة وارم العيد وقرين العيد¹؛ بالإضافة لذلك نجد من أفراد العينة من يستخدم الفيس بوك بعرض الدردشة هذه الخدمة التي يوفرها الموقع بسهولة ويسر ولكل المستخدمين في أي مكان وفي أي وقت دون عراقيل حيث تقوم الشركة بالتحديث المستمر لتتلاءم والتطورات المتلاحقة في العالم، حيث ترتبط الدردشة، وهي من خصائص موقع الفيس بوك، التي تعتمد على طريقتين، أما من خلال ماسنجر كتطبيق مرتبط بموقع الفيس بوك الأزرق، أو من خلال ماسنجر لايت الموجود على تطبيق موقع الفيس بوك لايت، وتكون الدردشة في سبيل فك الملل والقلق.

يرجع الشعور بالملل والقلق لسوء إدارة الوقت، فيتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع الفيس بوك بشكل خاص، للتخلص من الشعور بالقلق والملل فهناك اعتماد على موقع الفيس بوك كدعامة ترفيهية تساهم في التخلص من الملل والقلق، وهذا يتخذة أفراد العينة كدافع لاستخدام الموقع، فأى مستخدم يستخدم مواقع التواصل وكذا موقع الفيس بوك بعرض رئيسي ألا وهو التواصل والتعارف، وهذا ما عززته النتائج فيمكن لأي مستخدم أن يتصل في أي وقت وأي زمان، وهذا ما يبحث عنه المستخدمون من الشباب نظراً لكوننا في عصر السرعة والابتكارات.

فمن أجل التعارف، وكسب صداقات، ويفضلون هذا نوعاً من العلاقات وراء الشاشات، خاصة الأشخاص الذين لم يحتفظوا بقدر كافٍ من العلاقات الاجتماعية في الحياة الواقعية، بسبب شكلهم أو طريقة كلامهم، الخجل أو عقد نفسية يلجؤون للتخفي وراء الشاشات، في تكوين العلاقات؛ بينما يميل آخرون لتكوين علاقات على موقع الفيس بوك، لمليء الفراغ العاطفي، أملاً منهم في إيجاد أشخاص جديرين بالثقة التي لم يجدوها في الحياة الواقعية. ويعتبر من دوافع استخدامها الرئيسية، لدى هذه الفئة

¹وارم العيد، قرين العيد، العلاقات الاجتماعية السائدة بين طلبة الجامعة عبر الفيس بوك - دراسة ميدانية -، مجلة المعيار،

المجلد 24، العدد 50، 2019. الصفحات 651 665 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/90/24/2/111659>

من العينة رُبما يُعود لديهم عائلات خارج الوطن وتواصل في المناسبات الدينية والعائلية، لتبادل التهاني، أو التّواصل مع أصدقاء خارج الوطن، أو لمجرد التعارف وتكوين صداقات. والملاحظ أنّ دافع البحث العلمي لم يكن في المقدّمة غير أنّه حقّق نسبة تُعبّر على الشّباب الذين يتّجهون للاستخدام الرّاشد والمفيد لموقع الفيس بوك بعيداً عن البحث عن التّسلية وغيرها من العوامل التي تضيع وقت الشّباب .

الجدول رقم 27: الاشباع المحققة من خلال استخدام موقع الفيس بوك لدى أفراد العينة

النسبة%	التكرار	
7%	28	اشباع كامل
82%	328	اشباع مقبول
11%	44	اشباع غير كافي
100%	400	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أنّ أفراد العينة بعدد مفردات قدره 328 مفردة أي بنسبة 82% من العينة الكلية راضون نسبياً عن الإشباع المحقق من خلال مواقع التّواصل الاجتماعيّ وهذا بإختيار الاقتراح "إشباع مقبول"، في حين نجد ما عدده 44 مفردة من العينة الكلية إختاروا إقتراح "إشباع غير كافٍ" أي ما نسبته 11%؛ بينما من كان لديهم رضى تامّ عن الإشباع المحقق بإختيار إقتراح "إشباع كامل" فمثل بعدد مفردات أقلّ حيث أخصي 28 مفردة من إجمالي عدد المفردات أي بنسبة تُقدّر 7%.

نلاحظ من خلال النتائج الواردة في الجدول أنّ أغلب أفراد العينة يُحقّقون إشباعاً مقبولاً، من خلال مواقع التّواصل الاجتماعيّ لكونها تشبّع من رغباتهم الأولوية كونها، توفّر لهم حاجاتهم كالحاجة التّفعية المتمثّل في التّعلّم، وتوفّر حاجات عاطفية، وكذا حاجات شخصيّة، يكون من خلال تعرّف التّطبيق على المستخدم، وكذا إشباعاً مقبولاً وذلك لغياب بعض التفاصيل والخصائص في وسيلتهم المفضّلة، وهي خصائص قد تختلف إختيارها من فرد لآخر، فقد يرى أحد المستخدمين التّفائص في الإشباع من خلال الوسيلة، وآخرون يرون تّفائص في المحتوى فهُم يستخدمون الوسيلة لفائدتهم،

فيما نلاحظ النسبة التّالية هي نسبة أفراد العينة الذين إختاروا إشباعاً غير كافٍ وذلك راجعاً لكون هذه الفئة لها وعي بتبعيات إيمان الوسيلة لذلك تقدّس الاتّصال الشّخصيّ المباشر، بدلا من التّواصل

الافتراضيّ الكتابي، وبالصورة والصوت، ولهم دراية أنّها فضاءات تأخذ بيد الفرد للعزلة وفقدان الهوية لذلك هؤلاء المستخدمين، يرون أنّه مهما تطوّرت هذه الوسائل وخصائصها لن تكون بديلا عن العالم الحقيقي، وإشباعاتها غير كافية بالنسبة لهم.

بينما اختار أفراد العينة بالنسبة الأقل من بين النسب المذكورة مسبقاً، أنّ الإشباع كامل بالنسبة لهم، ذلك راجع لكون أفراد العينة منغمسون بدرجة كبيرة في الوسيلة، ويعيشون تفاصيل يومهم، من خلالها فهي المكان الأمثل لهم لتفريغ الشحن العاطفيّة، من خلال خوارزميات، تقدّم من خلالها خدمات للفرد فتعرض لهم كلّ ما يؤلونه إهتماماً، كتذكيرهم بتاريخ الميلاد، وميلاد أصدقائهم، وتعرض لهم ذكريات مؤازرة ليوم من السنوات الماضية، وكذلك حاجة الهروب المتمثل في تسهيل هروبهم من الواقع وتعويضه بالعالم الافتراضيّ في إبعاد المستخدم عن واقعه، وإثراء نظره بالثقافات الغربيّة الدخيلة، والألعاب المتوفرة على التطبيق، والتواصل مع الغرباء من جنسيات مختلفة، وهذا راجع لنقص روح الانتماء، التي تجعل الفرد المغلوب ولوعاً بالغالب في قيمة، وجميع جوانب حياته، كما تُوقّر له الشعور بالرّضى الذي ينقصه في حياته الفعلية من خلال رُود الأفعال على منشوراته فالعالم الرقمي يتيح مساحة من الحرية لا يجدها سوى في مواقع التواصل الاجتماعيّ والتي تجعل الإشباع كاملاً بالنسبة لهؤلاء.

الجدول رقم 28: الاشباع النفسية المحققة من استخدام الفيس بوك

النسبة %	التكرار	
44.95%	178	الهروب والانسحاب من الواقع
55.05%	218	التنفيس والتفريغ العاطفيّ
100%	396	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الأولى لجدول أعلاه يبدو واضحاً أنّ نصف أفراد العينة يرون أنّ موقع الفيس بوك يُحقّق لديهم التنفيس والتفريغ العاطفيّ لعدد مُفردات قدر ب 218 مُفردة أي بنسبة 55,05%، حيث أفراد العينة يستخدمونه من أجل التنفيس والتفريغ العاطفيّ، بينما هؤلاء الذين يستخدمون موقع الفيس بوك للهروب ولانسحاب من الواقع جاء ب 178 مُفردة أي ما نسبته 44,95%.

من خلال النتائج نلاحظ أنّ أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك، لغرض التنفيس والتفريغ العاطفيّ، وهذا لكونه منصة تجمع أعداد هائلة من المستخدمين عبر العالم، ما يجعل فرصة

التَّعَرُّفُ عَلَى الْأَصْدِقَاءِ، وَالنَّاسِ الْجُدِّدِ، حَيْثُ يُفْرَغُ الْفَرْدُ مَعَهُمُ الْمَكْبُوتَاتِ، الَّتِي لَا يَسْتَطِيعُ إِخْرَاجَهَا أَمَامَ الْأَهْلِ، وَأَشْخَاصِ يُشَارِكُ مَعَهُمُ الْهَمُومِ، انْطِلَاقًا مِنْ فِكْرَةٍ أَنَّ الْآخَرَ لَا يَعْرِفُنِي فَلَنْ يَسْتَعْدِمَ الْكَلَامَ ضِدِّي. فِي حِينٍ يَذْهَبُ آخَرُونَ لِاسْتِخْدَامِهِ فِي تَكْوِينِ الْعَلَاqَاتِ الْعَاطِفِيَّةِ، وَالِازْتِبَاطِ، حَيْثُ نُلَاحِظُ أَنَّ أَعْدَادَ الرِّوَاجِ الَّتِي تَمَّتْ مِنْ خِلَالِ مَوْقِعِ الْفَيْسِ بَوَكَ بِالْتَّعَارُفِ عَلَى الشَّاتِ، هِيَ أَعْدَادُ لَا بَأْسَ بِهَا سَوَاءَ الرِّوَاجِ مِنْ بَيْنِ الْجَزَائِرِيِّينَ أَوْ جَزَائِرِيِّينَ مَعَ أَشْخَاصٍ مِنْ دَوْلِ عَرَبِيَّةٍ أَوْ أُجْنِبِيَّةٍ مَا يَجْعَلُ التَّطْبِيقَ هُوَ الْمَنْصَّةَ الْأَمْثَلُ فِي التَّقْرِيعِ.

بَيْنَمَا يَذْهَبُ آخَرُونَ لِاسْتِخْدَامِ مَوْقِعِ الْفَيْسِ بَوَكَ لِإِشْبَاعِ جَانِبِ آخَرَ نَفْسِي لَا يَقِلُّ أَمِيَّةً عَنْ سَابِقِهِ، وَهُوَ الْهُرُوبُ وَالْانْسِحَابُ، حَيْثُ تَرَى هَذِهِ الْفِنَّةَ أَنَّ مَوْقِعَ الْفَيْسِ بَوَكَ حَيَاةَ مُنْفَصَلَةٍ عَنِ الْوَاقِعِ، فَتَرَى الْفَرْدَ يَكُونُ أُسْرَةً، وَأَصْدِقَاءَ وَهَمِيَّينَ، وَحَيَاةَ وَهْمِيَّةٍ، كَانَ يَحْلُمُ بِامْتِلَاكِهَا فِي الْوَاقِعِ كَمَا يُشَارِكُ صُورًا مُعَدَّلَةً، وَأُخْرَى لَيْسَتْ لَهُ، هَذَا الْهُرُوبُ لِعَدَمِ التَّفَكِيرِ فِي وَاقِعَةٍ، كَمَا أَنَّهُ يُدْمُنُ عَلَى تَصَفِّحِ التَّطْبِيقِ، بِحَيْثُ يَدْخُلُ مَوْقِعَ الْفَيْسِ بَوَكَ يَوْمِيًّا، وَلَيْسَ لَهُ وَقْتُ مُحَدَّدٍ فِي ذَلِكَ بَلْ كُلُّ يَوْمِهِ يَتَمَحَوَّرُ فِي الدُّخُولِ إِلَى مَوْقِعِ الْفَيْسِ بَوَكَ، وَتَوَاصَلَهُ مَعَ أَصْدِقَائِهِ الْاِفْتِرَاضِيِّينَ، وَالنَّشَاطِ فِي حَيَاتِهِ الْاِفْتِرَاضِيَّةِ، وَلَا تَخْضَعُ حَيَاتِهِ لِقِيُودِ الْمَجْتَمَعِ وَالْأَهْلِ بَلْ هُوَ مِنْ يَضَعُ الْقَوَاعِدَ فِي هَذِهِ حَيَاتِهِ الْمَرْيَفَةِ.

جدول رقم 29: الاشباعات الاجتماعية التي يحققها استخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة

النسبة %	التكرار	
65.44%	286	ربط علاقات صداقة
5.49%	24	ربط علاقات مع الجنس الآخر
29.06%	127	ايجاد حلول للمشاكل الاجتماعية
100%	437	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

مِنْ خِلَالِ الْقِرَاءَةِ الْإِحْصَائِيَّةِ لِلْجَدُولِ أَعْلَاهُ نُلَاحِظُ أَنَّ النِّسْبَةَ الْأَعْلَى كَانَتْ لِتَكْوِينِ عِلَاقَةِ صِدَاقَةٍ بِعَدَدِ مُفْرَدَاتٍ قُدِّرَ بِ 286 مُفْرَدَةٍ أَيِّ نِسْبَةٍ بَلَغَتْ 65,44%، لِإِيلِيَّهَا مِنْ يَرَى فِي اسْتِخْدَامِ مَوْقِعِ الْفَيْسِ بَوَكَ عَلَى أَنَّ مَوْقِعَ يَسْتَعْدِمُ لِإِجَادِ حُلُولِ لِمَشَاكِلِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ بِعَدَدِ مُفْرَدَاتٍ 127 مُفْرَدَةٍ أَيِّ نِسْبَةٍ قُدِّرَتْ بِ 29,06%، لِإِيلِيَّهَا هُوَ الَّذِينَ يَسْتَعْدِمُونَ مَوْقِعَ الْفَيْسِ بَوَكَ لِكُونِهِ يُلَبِّي إِشْبَاعًا نَفْسِيًّا مُتَمَثِّلًا فِي تَكْوِينِ الْعِلَاقَاتِ مَعَ الْجِنْسِ الْآخَرَ وَذَلِكَ مَا عَبَّرَتْ عَنْهُ عَدَدُ الْمَفْرَدَاتِ الَّتِي قُدِّرَ بِ 24 مُفْرَدَةٍ أَيِّ نِسْبَةٍ صُنِّيَلَةً قُدِّرَتْ بِ 5,49%.

وقد توافقت نتائج دراستنا مع دراسة نريمان نُومار¹ في كَوْن أغلب أفراد العيّنة يستخدمون موقع الفيس بوك لربط علاقات صداقة وهذا لتحقيق إشباعهم بعدد مفردات قُدر ب 195 مفردة أي بنسبة تفوق النّصف قُدرت ب 73.86%، في حين اختلّفت معها جُزئياً، حيث نجد النسبة المئوية كانت لمن يستخدمون موقع الفيس بوك لربط علاقات مع الجنس الآخر بعدد مفردات قُدر ب 42 مفرد بنسبة 15.90%، وأخيراً لمن يرون في الموقع اشباع لإيجاد حُلُول لمشاكلهم الاجتماعية بعدد مفردات 27 مفردة أي بنسبة 10.22%.

تعدّد أسباب وعوامل استخدام موقع الفيس بوك وكذا الإشباع المحققة من استخدامه إلا أنّ رُبط علاقات الصداقة تُعتبر الأهمّ وهذا نظراً لنتائج العديد من الدراسات حيث أبانت نتائج دراستنا، أنّ أغلب أفراد العيّنة يستخدمون موقع الفيس بوك لتكوين علاقات الصداقة، أو للحفاظ عليها، حيث يكون تكوين الصداقات من خلال المشاركة للقصة أو الدُستوريّ story، والأخبار المؤثوقة، والآراء الخاصة من خلال التعلّيقات، والمناشير، والمشاركة الفعّالة على موقع الفيس بوك لتفاصيل الحياة، ويميل الفرد المستخدم لتكوين هذه الصداقات لملله من مُحيطه وأصدقائه، أو شعوره بالملل من علاقاته الواقعية فيبحث على أشخاص ينشرون أموراً إيجابية طريفة، وجاء في الصحيفة daily mail البريطانية ذكر لدراسة شجعت على التّعرف على أصدقاء يجعل الحياة تتغيّر.

فيما تميل باقي العيّنة لاستخدام موقع الفيس بوك لإيجاد حُلُول للمشاكل الاجتماعية، وهي وسيلة فعّالة في إيجاد بعض الحُلُول لمساائل تستوجب الأخذ برأي مجموعة من الأشخاص، كالتبحث عن عمل، أو البحث عن فكرة مشروع برأس مالٍ محدود، فيرى الفرد من خلال منشورة أفكار تتناسب مع ميزانيته، فيما يعود البعض لأشخاص غُرباء لاستشارتهم في أمور لا يُستحب تشاركها مع العائلة والأصدقاء؛ فيما يستخدمها البقية لتصفّح صفحات تعرّض مشاكل اجتماعية لاكتساب خبرة من تجارب الآخرين، وأخذ نظرة عن الحُلُول والآراء المقترحة.

¹ مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية _دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط <file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

بينما يُفضّل آخرون استخدام موقع الفيس بوك لكونه يُتيح لهم حَوْض مُغامرات عاطفية إفتراضية، تُوقّر لهم السريّة مقارنةً بالواقعية، نظرًا لكون مُجتمعنا مُحافظ مُسلم مُلتزم بتعاليم الدين الإسلامي الذي لا يسمَح بهذه العلاقات فيجدون في ذلك تملّص.

جدول رقم 30: الاشباعات الثقافية التي يحققها استخدام موقع الفيس بوك لدى أفراد العينة

النسبة %	التكرار	
42.12%	289	اكتشاف ثقافات أخرى
28.84%	143	تبادل الثقافات مع مختلف الأجناس في العالم
15.01%	103	اكتشاف عادات وتقاليد الشعوب
22.01%	151	تنمية القدرات التواصلية باللغات الأجنبية
100%	686	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه يبدو واضحاً أنّ ما يُقارب نصف أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك لاكتشاف ثقافات أخرى وهذا عبّر عنه عدد المفردات الذي قدّر ب 289 أي ما يقابلها نسبة 42,12 %، تليها عدد المفردات التي ترى في استخدام الموقع لتبادل الثقافات مع مختلف الأجناس في العالم حيث قدّر ب 143 مفردة بنسبة بلغت 28,84 %، وتليها بنسبة متقاربة من يرى في تنمية القدرات التواصلية باللغات الأجنبية حيث بلغت 22,01 %، وأخيراً هؤلاء الذين يرون فيه وسيلة لاكتشاف عادات وتقاليد الشعوب بعدد مفردات 103 بنسبة 15,01 %.

من خلال النتائج نلاحظ أنّ أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك، لاكتشاف ثقافات أخرى كونه الوسيلة الأقدم لتواصل والشّاعة بين الشّباب فيوجد عليه كلّ الثقافات وكلّ الأجناس حيث وصل عدد مُستخدميه وفق 2,91 مليار مُستخدم لسنة 2022 حسب موقع الإحصائيات الفرنسي¹ ما يُوفّر فرصاً أكبر أمام الشّباب لتعرّف على جنسيات أخرى وثقافات أخرى مُتواجدين على موقع الفيس بوك بسهولة، نظرًا لهندسة التطبيق الواضحة ما يجعله الأمثل في هذه المهمة رغم ظهور عدّة تطبيقات مفهوماً

¹ <https://fr.statista.com/statistiques/570930/reseaux-sociaux-mondiaux-classes-par-nombre-d-utilisateurs>

تمت زيارة الموقع يوم 1 ديسمبر 2022 الساعة 5

الأساسي يدور حول التعرف على أصدقاء أجنب، إلا أن موقع الفيس بوك يبعى القاعدة التي تتوفر على فرص أكبر من باقي التطبيقات، يساعد هذا الاحتكاك في اكتساب خبرات، واكتشاف عوالم جديدة. فيما اتجه جزء آخر من أفراد العينة لإشباع الثقافي، من خلال تبادل الثقافات بين الشباب، من خلال موقع الفيس بوك عاملاً مهماً في الحراك التعليمي للشباب، وتغير صور ذهنية وأحكام مسبقة على الشعوب، والثقافات والأديان، حيث ستفاجئ الشباب من نظرتهم الخاطئة، حول المجتمع بفعل الاحتكاك بأفراد ذلك المجتمع، على سبيل المثال نظرة الغرب للمسلمين، وللعالم الثالث والنظرة للقارة السمراء، كلها صورة وأفكار تتغير بفعل تواصلهم وتكوين ثقافات مع شبابنا، فيكون بذلك استيعاب لثقافة، وهوية أفراد وشعوب، قد يكون التبادل من خلال التواصل أو المنشورات على موقع الفيس بوك، والتبادل يكون في بعض الأحيان سلبياً إذا ما كانت تؤدي لتشنت المجتمع وتدخل أفكار دخيلة ضارة للشباب، فيما يكمن الجانب الإيجابي، في التعريف بالدين الإسلامي، وأن المسلمين ليسوا بإرهاب للقضاء على الإسلام فوئياً أو ما ظهر بتاريخ 17 \ 06 \ 2022 على التلفاز الفرنسي بمرض العباءة الإسلامية.

ذهبت فئة من العينة أن الإشباع الثقافي التي يحققها موقع الفيس بوك حسبهم تتمثل في تنمية القدرات التواصلية باللغات الأجنبية من خلال التواصل الكتابي واللفظي مع أفراد من ثقافات خرا.

جدول رقم 31: شعور أفراد العينة في حالة عدم استخدام موقع الفيس بوك لمدة

النسبة	التكرار	
34.98%	106	القلق والاضطراب
26.07%	79	فوات رسائل مهمة
70.62%	214	لا أشعر بشيء
100%	303	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من القراءة الأولية للجدول أعلاه والذي يمثل الحالة الشعورية لأفراد العينة في حالة عدم استخدام موقع الفيس بوك لمدة، حيث كانت أغلب الإجابات أنهم لا يشعرون بشيء وهذا ما عبرت عنه المفردات التي بلغ عددها 214 مفردة أي بنسبة 70.62% من النسبة الكلية، في حين كان الأفراد الذين يعانون القلق والاضطراب يمثلون 106 مفردات أي بنسبة قدرت ب 34,98%، بينما من يتأسفون لتفويت الرسائل المهمة فبلغت عدد مفرداتها 79 مفردة أي بنسبة 26,07%.

وتوافقت هذه النتائج مع نتائج دراسة نريمان نوما¹ حيث من لا يشعرون بشيء في حال غيابهم عن الفيس بوك لفترة بلغ عدد مُفرداته 128 مُفردة بنسبة 48.30%، واختلفت في كَوْن من يشعرون بالفراغ جرّاء عدم استخدام موقع الفيس بوك لمدة مثل بعدد مُفردات 106 مُفردات أي بنسبة 40%، بينما من يشعرون بالقلق نتيجة عدم استخدامه لم تُمثل سوى 31 مُفردة من العدد الكلي أي بنسبة لا تتعدى 11.69%.

كما خالفت هذه النتائج، نتائج دراسة ربحانة بلوطي² حيث الأفراد الذين يشعرون بالرغبة الملحّة في دُخول الموقع عن التغيّب لمدة عن الفيس بوك بعدد مُفردات قُدر ب 95 مُفردة بنسبة 50%، في حين من يشعرون بالقلق والاضطراب بلغ عدد مُفرداته ب 53 مُفردة بنسبة 27.89%، بينما الذين يشعرون باللامبالاة فقد قُدرت نسبتهم ب 22.10%.

الملاحظ من خلال الجدول أنّ أغلب أفراد العيّنة، لا يشعرون بشيء في حالة عدم استخدامهم لموقع الفيس بوك لمدة طويلة، وهذا راجع لعدة أسباب وعوامل قد تُفسّر ولو جزئياً هذه الأرقام، فهناك من لا يعتبر موقع الفيس بوك مصدر سعادة، فالإشباع النّابع منه إشباع مقبول، وليس كامل لكون هذه الفئة لديهم أعمال ومسؤوليات مُلتزمين بها، وأشغال تُعوّض وقت استخدام موقع الفيس بوك، كالرياضة، العمل، وغيرها من الأعمال التي تُفرز هُزْمون السعادة، أو الخروج مع الأصدقاء، في ما يرجع آخرون أنّ إرتباطهم بموقع الفيس بوك، يُعَيدهم به، ويجعلهم مُدمنين عليه، وعلى الحياة الافتراضية، كما ترى أنّ هذا الحساب لا يدر عليهم بالفائدة في حالة استخدامه ليوم كامل، أو إبتعاد عن هذا التطبيق، وعدم الشعور بشيء هو دليل أنّ الفرد غير مُدمن على موقع الفيس بوك، فالأمر هنا طبيعي.

¹ مريم نريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية _دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر_ رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012. متاح على الرابط <file:///C:/Users/user/Downloads/hsi%20%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%85%20%D9%86%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D9%86%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B1.pdf>

² ربحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد _دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015. متاح على الرابط http://theses.univ-batna.dz/index.php/theses-en-ligne/doc_details/4857

أما الفئة التي تشعر بالقلق والاضطراب جرّاء عدم تصفّح موقع الفيس بوك، وهذا يُعتبر مؤشرا عن الإذمان، حيث إنّ هذا الإذمان راجع للخوف من الفقدان والتّركيز على الخوف هنا من عدم المعرفة لما يدور حولنا، خوف أن يجعل ذلك الفرد الغير المطلع يُصبح متخلّفاً، أو غير مطلع على الأحداث والأخبار التي تتسارع كلّ ثانية، وغير مواكب للتكنولوجيا.

جدول رقم 32: الحاجات التي يلبيها موقع الفيس بوك لدى أفراد العينة

النسبة%	التكرار	
19.58%	208	التعبير عن الرأي بكل حرية
23.49%	250	الحصول على المعلومات
8.74%	93	بناء صداقات عبر الفضاء الافتراضي
13.06%	139	تبادل المعلومات والخبرات العلمية
16.07%	171	التعرف على مختلف الثقافات
19.07%	203	التواصل مع الأقارب والأصدقاء الذي يبعدون عنا بمسافة كبيرة
100%	1064	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال المعطيات الأولى للجدول نُحصي أكبر عدد للمُفردات من يرؤن في موقع الفيس بوك وسيلة لتحقيق حاجة الحصول على المعلومات بعدد مُفردات تُدرّ ب 250 مُفردة أي ما نسبته 23,49%، في حين الذين يعتبرونه يُحقّق لهم حاجة التّعبير عن الرّأي بكلّ حُرّيّة قد مثّلت 208 مُفردات أي بنسبة تُدرت ب 19.58%، بينما بلغ عدد مُفردات أفراد العينة الذين يرؤن فيه وسيلة لتحقيق حاجة التّواصل مع الأقارب والأصدقاء بعيدين بمسافات كبيرة بالنسبة لديهم فقد مثّلت 203 مُفردات وبنسبة مُتقاربة مع من سبقتها 19,07%، أمّا هؤلاء الذين يعتبرونه وسيلة لتعرف على مُختلف الثقافات بعدد مُفردات تُدرّ ب 171 مُفردة أي ما نسبته 16,07%، وبنسب ضئيلة من يعْتبره وسيلة لتحقيق تبادل المعلومات والخبرات العلميّة 13,06%، وكذا بناء صداقات عبر الفضاء الافتراضي بنسبة لا تتعدّى 8,74%.

من خلال النتائج نلاحظ أنّ أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك، للحصول على المعلومات والبقاء على إطلاع على كلّ المستجدات، وهذا يعود لكون المعلومة المقدّمة على موقع الفيس

بوك تقدّم بطريقة شبكية أو متبوعة بروابط تشعبية، أو مادة مصورة أو صوتية بصريّة، ما يزيد من شغف متابعه المستجدات عبر موقع الفيس بوك.

فيما تميل فئة أخرى لجعل موقع الفيس بوك، فضاء عام يلبّي رغبتهم في تكوين فضاء عام يناقشون ضمنه مختلف القضايا، ومجالا واسعا لنشر، والتلقي، والتحاور في ما بين المستخدمين حول أمور تشغل الرأي العام في البلاد، ولم يعد يقتصر الفضاء العمومي على التجمعات الواقعية كما كان يدرسها هابرماس، فبفعل التكنولوجيا إنتقل ليصبح يضم الآلاف في مرة واحدة، وهذا السبب الأساسي في تحويل الفضاء العمومي نحو موقع الفيس بوك، لكونه يعالج الأزمة بين شباب بالملايين، وكان له استخدام ملحوظ في فترة الحراك السياسي الذي مرّت به الجزائر سنة 2019، وهذا لتفعيل لدور الشباب في العمل السياسي، وزيادة الوعي به.

وجاءت هذه النتيجة متقاربة مع دراسة رمضان بن بخرمة¹ ويتخذ موقع الفيس بوك من قبل البعض، كوسيلة لتحقيق حاجة التعرف على الأجنبي، وثقافتهم، وهم فئة الأفراد المغتربين الثقافيين، والذين يسعون لتغيير واقعهم نحو الأفضل، متبئين على إثر ذلك أمور إيجابية وأخرى سلبية من ثقافات أجنبية، وكلّها تصب ضمن الأفكار الدخيلة.

تبادل المعلومات والخبرات هي إحدى الحاجات التي يوفرها موقع الفيس بوك لفئة من الشباب، في سبيل زيادة الوعي العلمي، ويساعد الأفراد في تخطي حاجز الجهل، فقد يجيد الفرد أشخاصا يعلمونه ما لم يستطيع تعلمه في المؤسسات التعليمية، كما أنّ سهولة استخدامه تشجّع على الاطلاع أكثر على بعض المعلومات الأخرى، كالتجارب الشخصية للآخرين، وتبادل الآراء ضمن ذلك التواصل يضمن للفرد المعلومات الأخرى، كالتجارب الشخصية للآخرين، وتبادل الآراء ضمن ذلك التواصل يضمن للفرد النقاش، والنقد، وتقبل النقد ما يساعد الفرد في حياته الواقعية.

¹ رمضان بن بخرمة، شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي : مقارنة نظرية، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 1، العدد 1، ديسمبر 2015. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/149210>

المحور الخامس: مظاهر الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة

الجدول رقم 33: مفهوم الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	المقترحات
44.61%	232	ابتعاد الفرد عن ثقافته الأصلية
19.42%	101	رفض الفرد لثقافة مجتمعه والنفور منها
10.83%	78	الانبهار بالمنتجات الثقافية الغربية
20.96%	109	الاعجاب بسلوك العيش النموذج الغربي
100%	520	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال المعطيات الأولية للجدول أعلاه والذي يُمثل مفهوم الاغتراب عند أفراد العينة المدروسة نلاحظ أنّ الطرح الأول، والذي يعرف الاغتراب الثقافي على أنّه ابتعاد الفرد عن ثقافته ومجتمع والنفور منها يُمثل أعلى نسبة بعدد مُفردات قدر ب 232 مُفردة أي بنسبة 44.61%، ثمّ ليليها الاقتراح الثاني الذي يرى في الاغتراب الثقافي هو الإعجاب بسلوك العيش مثل النموذج الغربي بعدد مُفردات قدر ب 109 مُفردات ما قدرت نسبته ب 20.96%، في حين أفراد العينة الذين يرون أنّ الاغتراب الثقافي يعدّ رفض الفرد لثقافة مجتمعه والنفور منها وهذا ما ترجمته عدد المفردات ب 101 مُفردة ما تقابل نسبة 19.42%، بينما المرتبة الأخيرة فقد عكست وجهة نظر أفراد العينة الذين يرون فيه الانبهار بالمنتجات الثقافية الغربية بنسبة ضئيلة قدرت ب 10.83%.

حيث يعتبر الابتعاد عمّا هو أصيلاً ضمن الثقافة القومية واتباع المعاصرة، ومبدأً للتّحديث والتّعامل وفق الثقافة الغربية تعدّ من أبرز مظاهر الاغتراب الثقافي هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد الانبهار بجّل ما هو غربياً أجنبياً من تقاليد وعادات، فنون وآداب، مُعتقدات وسلوكيات، والعمل على إيجاد حلول لاندماج والتغلغل ضمن الثقافة الغربية، دون التّخمين في مدى تطبّقها وتلاومها والثقافة الأم والتي تُمثل الثقافة العربية الإسلامية.¹

يرى الباحث الأمريكي كينستون أنّ معظم الحالات المتعلقة بالتمرد والعُصيان عمّا هو مألوف هو نمط من أنماط الرّفص للثقافة السائدة في المجتمع نظراً للإحساس بالاغتراب.² وهو ما نلاحظه في

¹ زينب علي محمد علي يوسف، الهوية الثقافية ومسرح الطفل (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2013)، ص 49.

² معاذ أحمد حسن، الشباب في المجتمع العربي..العراق (الأردن: أمواج للنشر والتوزيع، 2013) ص 175.

مُجتمعاتنا العربيّة اليوم، وَمِنهَا المَجْتَمَعُ الجزائريُّ حَيْثُ نَجِدُ الشَّبَابَ والمُراهقين يَعمَلون جَاهدين لِلاِبْتِعَادِ عن ثقافتهم مُجتمَعهم، ويتبنُّون ثقافتَ أوروبّيّةٍ في الكثير من الأحيان، بل والأكثر من ذلك يَرفضون ثقافتهم ويَنفرون مِنهَا بِحِجّةِ الحداثة والتطوُّر، ونَجِدُ أَغْلَبَهُم مُنْبهرين بِالْمُنْتوجاتِ الغزبيّةِ مِنَ البِسةِ، وسينما أَفلام، ويعجبون بِهَا، ويقلِّدون ذلك فَأصبحتِ الحفلات على الطريقتي التُّركيّةِ، والأكل على الطريقتي الأمريكيّةِ fast food أو على الطريقتي الإيطاليّةِ pizza، وظهور التاكوس والشاورما وغيرها مِنَ الأكلات التي دَخَلت على المَجْتَمَعِ الجزائريِّ فَأخذ في تَبنيها، والانغماس في ثقافتها بِشكل لَافِتٍ مِن جِهَةٍ، ومقلِّقٍ مِن جِهَةٍ أُخرى فَظاهرة تَدْييسِ كُلِّ ما هُوَ أَجنبيّ جَاءت كَنَتيجَةٍ لِلنُّفورِ الدَّائِي إِذ نَجِدُ الفَرْدَ يُفَضِّلُ كُلَّ أَجنبيّ، وَيَنفِرُ بل يَبْذُرُ كُلَّ ما هُوَ محلّيًّا".¹

جدول رقم (34): أسباب الاغتراب الثقافي الذي ينتشر بين الشباب لدى افراد العينة

المقترحات	التكرار	النسبة
العولمة بكل انواعها	198	28.00%
الأفكار التي تنتشر عبر الوسائط الإعلامية بأن النموذج	124	17.53%
وسائل الإعلام المختلفة	114	16.12%
ميل الأفراد إلى تقليد أسلوب الغربي	213	30.12%
الاستعمار	58	8.20%
المجموع	707	100%

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

مِن خِلالِ الجَدُولِ السَّابِقِ الَّذِي يُمَثِّلُ عَوَامِلَ اِنتِشارِ الاغْتِرابِ الثَّقَافِيِّ فِي المَجْتَمَعِ حَسَبِ أَفرادِ العِينَةِ ، فَأغْلِبُ مُفْرَداتِ العِينَةِ تُوضِّحُ أَنَّ مِن أَهمِّ العَوامِلِ المؤدِّيةِ لِلاغْتِرابِ الثَّقَافِيِّ هُوَ المِوِلُ لِتَقْلِيدِ الأَسْلُوبِ الغَرْبِيِّ بِعَدَدِ مُفْرَداتِ وَصَلَ إِلى 213 بِنِسْبَةٍ قُدِّرَتِ بِ 30.12%، فِي حِينِ تَلِيها فِي المَرْتَبَةِ الثَّانِيَةِ بِنِسْبَةٍ مُتقاربةٍ مَعَ سابقتها مِن يَروُنَ أَنَّ الاغْتِرابِ الثَّقَافِيِّ يَحْدُثُ بِسَبَبِ العَوْلْمَةِ بِأَنْواعِها بِعَدَدِ مُفْرَداتِ قُدِّرَ بِ 198 ما تُقابِلُهُ نِسْبَةٌ 28%، أَمَّا فِي المَرْتَبَةِ الثَّالِثَةِ فَكانتِ لِعامِلِ نَشْرِ الوَسائِطِ الإِعلامِيَّةِ لِأفكارِ تَدُلُّ على أَنَّ النَّمُوذَجِ الغَرْبِيِّ، هُوَ الأفضَلُ بِعَدَدِ مُفْرَداتِ قُدِّرَ بِ 124 مُفْرَدَةٍ بِنِسْبَةٍ قُدِّرَتِ بِ

¹ فيروز زاد، أمير رضائي، تطوير الثقافة: دراسة اجتماعية في مفهوم التنمية الثقافية عند على شريعي (مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي) ص 218. متاح على الرابط <https://books.google.com/?hl=ar>

17.53%، أمّا في المرتبة في الرابعة جاءت وسائل الإعلام المختلفة حيث مثلت بنسبة مُقاربة مع سابقتها قدرت 16.12%، أمّا في المرتبة الخامسة والأخيرة فكانت لمن يرون أنّ الاستعمار هو السبب الرئيسي في حدوث الاغتراب الثقافي لنسبة ضئيلة قدرت ب 8.20%.

تُعتبر العولمة من بين أهم وأخطر الأسلحة التي تستخدمها الدول المتقدمة والمهينة في العالم، ومن بين أخطر أنواعها العولمة الثقافية حيث يعد أثرها أعمق وأخطر فنتائجها لا تمس نمط الحياة الاستهلاكي، وكذا استخدام أدوات تكنولوجية متطورة التي لا تبحث سوى عن الربح.

فالعولمة الثقافية أثر بالغ الأهمية مثلها مثل العولمة الدينية لأنها أدت إلى حدوث مظاهر وإشكاليات، مثل التفكيك لنسيج الاجتماعي، وكذا الاغتراب الثقافي وتأثير في الهوية، وانعدام الشعور بالانتماء، وكذا إشكاليات تمس بالأمن الثقافي، وبعدها كانت اللحمة بين أولاد الوطن الواحد تجمعهم، لم تعد تستطيع ذلك، ولم يعد المجتمع يستطيع الحفاظ على قيمة ومقوماته وكذا هويته، حيث تم استبدالها بهوية بديلة، فالعولمة تبحث عن بناء عالم بلا هوية¹.

حيث أصبحت الوسائل الإعلامية تنتشر بكثرة في العالم ومنه العالم العربي بشكل عام والجزائر بصفة خاصة، حيث تروج للكثير من الأفكار الثقافية، وتصنع أفكار دخيلة لدى الشباب باعتباره المستهدف الأول من هذه الحملات الإعلامية، والإشهارية، والنرويجية، عبر الوسائط الإعلامية الاجتماعية بخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نجد فحوى هذه الرسائل مشفرة برسائل خاصة، تدعو إلى أن النموذج الأفضل في العالم هو الغربي، ولم يسلم حتى الأطفال والمراهقين عبر تطبيقات، والرسوم المتحركة تدعو للعيش على الطريقة الغربية. فالسيد زيدان يوسف في كتابه شجون تراثية 2021 "تحدث عن الاغتراب الثقافي وعلاقته بالتراث" الاغتراب الثقافي نجد أن تراثنا العربي الإسلامي يعد تراثنا مجهولاً، وقد امتد إمتداد زمني، ومكانيًا بشكل طبيعي دون انقطاع، إلى مجيء الحملة الفرنسية، والاستعمار لاحقاً، ثم الوسائل الإعلامية والاتصالية الحديثة، وكذا الهيمنة في المجال الإعلامي خاصة فتحدثت عملية التأثير على عقول الأجيال الجديدة، لتدفع الأجيال لتبني الحضارة الغربية بتقافتها، وسياقاتها، لتحقيق الهدف المنشود في أن يصبح تراثنا العربي الإسلامي تراثاً منسياً ومجهولاً للأجيال المعاصرة، بل ومكروه لديهم نظراً لإرتباطه بالتخلف الحضاري²، حسب البعض وهذا بالطبع جهل لأننا

¹ فتحي حسن مكاري، رؤية العالم: حضور وممارسات في الفكر والعلم والتعليم، (الأردن، المعهد العالمي للفكر

الإسلامي، ط 1، 2020) ص 340. متاح على الرابط <https://books.google.com/?hl=ar>

² يوسف زيدان، شجون تراثية (كيان للنشر) ص 93. متاح على الرابط <https://books.google.com/?hl=ar>

كما نعلم أنّ العُصور الوُسطى كانت الثقافة العربيّة والإسلاميّة في أوجها على عكس الحضارة الغربيّة الأوروبيّة هذا من وجهة نظر التّاريخ، لكنّ العزب يُروّج لفكرة أنّ الحضارة العربيّة الإسلاميّة مُناهرة تمامًا ومُنذ القدم كانت الحضارة والتّطوّر لدى الأوربيّين.

جدول رقم (35): المسؤول عن نشر الاغتراب الثقافيّ في المجتمع الجزائريّ بين الشّباب من وجهة نظر أفراد العينة

النسبة%	التكرار	المقترحات
5.88%	44	أصحاب القرار سمحوا بإسترداد كأول بداية المقعرات الهوائية
27.40%	205	الغزو الثقافيّ
34.89%	261	الانترنت
13.10%	98	جهات غربية و منظمات
18.71%	140	غياب دور مؤسسات التنشئة الاجتماعيّة
100%	748	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال القراءة الإحصائيّة للجدول رقم أعلاه نلاحظ أنّ أغلب أفراد العينة يرون في الإنترنت المسؤول الأوّل عن نشر الاغتراب الثقافيّ في المجتمع الجزائريّ بين الشّباب وهذا ما مثله عدد المفردات التي قُدرت ب 261 مفردة أيّ ما نسبته 34,89%، في حين من يرى في أنّ المسؤول عن إنتشار الاغتراب الثقافيّ هو الغزو الثقافيّ وهذا بعدد مفردات مثل ب 205 مفردات أيّ بنسبة 27,40%، بينما أفراد العينة الذين يرون أنّ لغياب دور مؤسسات التنشئة الاجتماعيّة والذي عبرت عنه 140 مفردة بنسبة 18,71%، أمّا من يضعون الجهات الغربيّة والمنظّمات فقد بلغ عدد مفرداتهم ب 98 مفردة أيّ ما نسبته 13,10%، وفي الأخير من يرون أنّ المسؤول عن الاغتراب الثقافيّ هم أصحاب القرار قُدر عدد المفردات ب 44 مفردة أيّ بنسبة صئيّلة قُدرت ب 15,88%.

تعتبر الانترنت من بين أهم الجهات المسؤولة عن تفشي الاغتراب الثقافيّ، لما لها من تأثيرات سلبية أثبتتها الدراسات فقد تعرض الفرد وتجعله فريسة للعزلة الاجتماعيّة ومن ثم التشتت، بالإضافة لذلك الغزو الثقافيّ حيث يعمل الاستعمار الجديد على محاولة طمس الثقافة المحليّة لشعوب واستبدالها بأخرى عالمية.

جدول رقم(36) : انعكاسات الاغتراب الثقافي على الشباب في المجتمع حسب وجهة نظر أفراد العينة

النسبة	التكرار	المقترحات
25.79%	284	تمس الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري
14.16%	156	تمس بمقومات الثقافة و الانتماء العربي و القومي للمجتمع
9.62%	106	تأثر على اللغة العربية و الأمازيغية في المجتمع
20.52%	226	تمس العادات والتقاليد و الأعراف الخاصة بالمجتمع الجزائري كمجتمع عربي مسلم محافظ
11.89%	131	تمس بالانتماء الوطني و حب الوطن و التاريخ المشترك
17.98%	198	تمس بالقيم الاجتماعية و الاتجاهات الفردية للأفراد
100%	1101	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال المعطيات الإحصائية للجداول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يرون أن انعكاسات الاغتراب الثقافي تتمثل بدرجة الأولى في المساس بالهوية الثقافية للمجتمع الجزائري حيث عبّر عن ذلك بعدد مفردات مقدّر ب 284 أي ما نسبته 25,79%، في حين أن الأفراد الذين يرون أن من أخطر النتائج على المجتمع الجزائري تعد المساس بالعادة والتقاليد والأعراف الخاصة بالمجتمع الجزائري كمجتمع عربي مسلم ومحافظ بعدد مفردات قدر ب 226 مفردة أي ما يمثل نسبة 20,52%، بينما نجد هؤلاء الذين يرون في المساس بالقيم الاجتماعية والاتجاهات الفردية لأفراد بعدد مفردات قدر ب 198 مفردة أي ما نسبته 17,98%، أما المساس بمقومات الثقافة والانتماء العربي والقومي للمجتمع فعبر عنها ب 156 مفردة أي ما نسبته 14,16%، وتليها المساس بالانتماء الوطني وحب الوطن والتاريخ المشترك بعدد مفردات قدر ب 131 مفردة أي ما يمثل نسبة 11,89%، وفي الأخير التأثير على اللغة العربية والأمازيغية في المجتمع حيث مثلت بعدد مفردات 106 مفردات أي ما تقابله نسبة 9,62% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسبة السابقة.

من أهم العناصر التي تؤثر على الثقافة اليوم هو محاولة بعض الجهات طمسها و كذا استبدال العادات والتقاليد لمجتمعنا بأخرى دخيلة وهذا ما سيكون بالغ الأثر على هويتنا كشعوب عربية اسلامية، وبالتالي خطر على أمننا الثقافي القومي.

المحور السادس : علاقة استخدام الفيس بوك بمشكلة الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة)

الجدول رقم(37): علاقة بعد اللامعيارية باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة

بعد اللامعيارية						
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البدائل			
			معارض	محايد	موافق	
6	0.78	1.62	227	96	77	2 استخدامي المكثف لموقع الفاسبوك يجعل مني شخص متمرد عن أفكار المجتمع
			%56.8	%24.0	%19.3	ت ن
4	0.83	1.68	223	81	96	12 لا أحبذ العادات والتقاليد التي تنتشر في المجتمع الجزائري لأنها أفكار رجعية
			%55.8	%20.3	%24.0	ت ن
3	0.85	1.74	212	80	108	13 استخدم اللغات الأجنبية في تواصلتي اليومي مع أفراد المجتمع لأنها اللغة الأفضل
			%53.0	%20.0	%27.0	ت ن
5	0.82	1.84	174	116	110	14 لا احبذ الالتزام بالقوانين والنظم الاجتماعية السائدة
			%43.5	%29.0	%27.5	ت ن
2	0.89	1.88	185	78	137	15 اشعر بالكبت لأنني أرى أنني داخل مجتمع بأفكار متخلفة، وفق النظام التقليدي
			%46.3	%19.5	%34.3	ت ن
1	0.91	2.02	162	67	171	16 لا أتقبل واقعي و اسعى لتغييره مهما كانت الوسيلة
			%40.5	%16.8	%42.8	ت ن
3	0.85	1.65	239	59	102	20 أفضل الانتماء إلى المجموعات الغربية أكثر من العربية لأنها تطرح أفكار منفردة و تتيح الحرية والانفتاح
			%59.8	%14.8	%25.5	ت ن
07	0.51	1.80	المجموع			

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال النظرة المتفحصة للجدول رقم (37) والذي يوضح استجابة العينة لبعد اللامعيارية فقد تراوحت قيمة المتوسطات الحسابية لعبارات بُعد المعيارية ما بين 1,62 _ 2,02 في البداية بعرض

العبارات ذات القيم المرتفعة المتوقعة حيث نجد أن العبارة رقم 16 والتي مفادها " لا أتقبل واقعيا وأسعى لتغييره مهما كانت الوسيلة"، تأتي في المرتبة الأولى بأعلى متوسطًا حسابيًا قدر ب 2,02، حيث وافق 42,8%، بينما عارض 40,5% من أفراد العينة، فيما حايده 16,8% من أفراد العينة، ويمكن ملاحظة تقارب النتائج بنسب بين أفراد العينة الدراسة بين من موافق ومعارض لتقبل الواقع والسعي وراء تغييره مهما كانت الوسيلة دون المبالاة إذا كانت وسيلة أخلاقية أو غير ذلك.

في المرتبة الثانية كانت لعبارة رقم 15 والتي مفادها "أشعر بالكبت لأنني أرى أنني داخل مجتمع بأفكار مختلفة، وفق النظام التقليدي"، بمتوسط حسابي قدر ب 1,88، حيث عارض أغلب أفراد العينة العبارة بنسبة 46,3%، بينما وافق على العبارة 34,3%، فيما حايده 19,5% من أفراد العينة، وبالتالي فنجد أفراد العينة لا يشعرون بالكبت داخل المجتمع يعيشون داخل مجتمع بأفكار مختلفة وفق نظام تقليدي. وهذا ما يعارض ودراسة إيمان نوى حيث جاءت العبارة بمتوسط حسابي قدر ب 2,86 واحتلت المرتبة الرابعة من الترتيب.

في المرتبة الثالثة عبارة رقم (14) والتي مفادها "لا أحيد الالتزام بالقوانين والنظم الاجتماعية السائدة"، بمتوسط حسابي قدر ب 1,84 حيث وجاءت نسبة المعارضين 43,5%، في حين قدرت نسبة المحايدون 29,0%، بينما نسبة الموافقين للعبارة قدرت 27,5%، ومنه يمكن ملاحظة إجماع أفراد العينة الدراسة على معارضة العبارة بحيث إنهم لا يحدون الالتزام بالقوانين والنظم الاجتماعية السائدة.

في المرتبة الرابعة عبارة رقم 13 والتي مفادها "استخدم اللغات الأجنبية في تواصل يومي مع أفراد المجتمع لأنها اللغة الأفضل"، بمتوسط حسابي بلغ 1,74 وجاءت النسب كالتالي المعارضين 53,0%، بينما الموافقين 27,0%، فيما المحايدون بلغت نسبتهم 20,0%، وهنا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة عارضوا العبارة فهؤلاء لا يستخدمون اللغات الأجنبية في التواصل اليومي مع أفراد المجتمع باعتبارها اللغة الأفضل.

المرتبة الخامسة العبارة رقم 12 والتي مفادها "لا أحيد العادات والتقاليد التي تنتشر في المجتمع الجزائري لأنها أفكار رجعية"، بمتوسط حسابي بلغ 1,68، إذ نجد أن أغلب أفراد العينة عارضوا العبارة بنسبة 8,55%، بينما أفراد العينة الذين يوافقونها بنسبة 24,0%، في حين بلغت نسبة المحايدون 20,3%، وهنا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يفضّلون ويجيدون العادات والتقاليد التي تنتشر في المجتمع.

المرتبة السادسة كانت من نصيب عبارة رقم 20 والتي مفادها "أفضل الانتماء إلى المجموعات الغريبة أكثر من العربية لأنها تطرح أفكارا منفردة وتتيح الحرية والانفتاح"، بمتوسط حسابي قدر ب 1,65،

حيث جاءت نتائج إجابات أفراد العينة لتوضح أنّ أغلبهم يُعارضون مضمون العبارة بنسبة 59,8%، في حين أنّ الذين يُوافقون على مضمون العبارة شكّلوا نسبة 25,5%، بينما نجد المحايدون قدرت نسبتهم بـ 14,8% وهذا ما يدل على أنّ أغلب أفراد العينة لا يُفضّلون الانتماء إلى المجموعات الغريبة أكثر من العربية لأنّها تطرح الفخار منفردة وتتيح الحرية والانفتاح.

المرتبة السابعة والأخيرة كانت للعبارة رقم 2 والتي مفادها "استخدامي للمكتف لموقع الفيس بوك يجعل مني شخصاً متمرداً عن أفكار المجتمع"، بمتوسط حسابي قدر به 1,62، حيث عارض 56,8%، بينما حايدها 24%، فيما وافق 19,3%، إذن قد أجمع أفراد العينة على معارضة العبارة وأوضحوا أنّ استخدامهم للمكتف لموقع الفيس بوك لم يجعل منهم أشخاصاً متمردين على المجتمع .

الجدول رقم(38): علاقة بعد العزلة الاجتماعية باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة

بعد العزلة الاجتماعية						
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البدايل			
			معارض	محايد	موافق	
3	0.89	1.90	181	78	141	1 استخدامي لموقع الفيسبوك يشعرني بالعزلة الاجتماعية
			%45.3	%19.3	%35.3	ت ن
5	0.77	1.61	227	102	71	6 اصبحت لا اذهب الى المسجد و افضل التفاعل عبر موقع الفيسبوك
			%56.8	%25.5	%17.8	ت ن
2	0.91	1.87	196	57	147	7 اصحبت شخصا لا يهتم بالزيارات العائلية و لا بصلة الرحم اذ افضل ان اعيد اقاربي و اسال عن حالهم من خلال رسالة عبرة تطبيق المسنجر
			%49.0	%14.3	%36.8	ت ن
4	0.86	1.62	254	43	103	17 لا أجد لحياتي معنى عند غلق الفيسبوك أو عند انقطاع الانترنت
			%63.5	%10.8	%25.8	ت ن
1	0.96	1.92	201	29	170	18 تشكو مني عائلتي من عدم اكرثائي بما يجري معهم وهذا بسبب موقع الفيسبوك
			%50.3	%7.3	%42.5	ت ن
4	0.86	1.69	229	66	105	19 أفضل انشاء صداقات افتراضية مع أشخاص بجنسيات أوروبية
			%57.3	%16.3	%26.3	ت ن
5	0.77	1.57	243	85	72	28 خسرت صداقتي الحقيقية نتيجة صداقتي في العالم الافتراضي الفيسبوك
			%60.3	%21.3	%18	ت ن
07	0.43	1.74	المجموع			

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال السابق رقم (38) نلاحظ أن جميع العبارات التي يتضمنها المحور كانت تراوحت ما بين مرتفع ومنخفض. وتراوحت المتوسطات الحسابية ما بين 1,92 و 1,57 حيث اختلّت العبارة رقم 18 المرتبة الأولى والتي مفادها "تشكو مني عائلتي من عدم اكرثائي بما يجري معهم وهذا بسبب موقع الفيس بوك"، بمتوسط حسابي بلغ 1,92، حيث عارض أغلب أفراد العينة العبارة والنسبة وصلت إلى 50,3%،

بينما قُدِّر عدد الموافقين بـ 42,5%، فيما المحايدون قُدِّرت نسبتهم بـ 7,3%، وهذا يدلُّ على أنَّ أفراد العيّنة لا يتلقَّون شكوى من أسرهم جرَّاء عدم إكترائهم بما يجري حولهم نتيجة استخدام موقع الفيس بوك، وبالتالي لم يُؤثِّر على تواصلهم العائلي.

أمَّا المرتبة الثانية فكانت للعبارة رقم 01 والتي مُفادها "استخدامي لموقع الفيس بوك يُشعرنِي بالعزلة الاجتماعية"، بمتوسط حسابي قُدِّر بـ 1,90 فيما بيَّنت النتائج عن معارضة أفراد العيّنة حيث عارضها أغلب أفراد العيّنة بنسبة قُدِّرت بـ 45,3%، بينما وافق عليها أفراد بنسبة 35,3%، فيما بلغت نسبة المحايدون لهذه العبارة 19,3%.

في حين نجد العبارة رقم 7 والتي مُفادها "أصبحت شخصًا لا يهتم بالزيارات العائلية ولا بصلة الرحم إذ أُفضِّل أن أعيد أقاربي وأسأل عن حالهم من خلال رسالة عبرة تطبيق المسنجر"، تحتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قُدِّر بـ 1,87 حيث عارض أغلب أفراد العيّنة مضمون العبارة 36,8%، فيما مثل المحايدون نسبة ضئيلة قُدِّرت بـ 14,3% وبالتالي نستنتج معارضة أفراد العيّنة لها فهم لم يُصحبوا أفراد لا يهتمون بالزيارات العائلية ولا بصلة الرحم، بالتالي لم يُؤثِّر موقع الفيس بوك وكذا استخدامه على تلك الزيارات العائلية وصلة الرحم حسب إجابات أغلب أفراد العيّنة.

أمَّا المرتبة الرابعة فكانت للعبارة 19 والتي مُفادها "أفضل إنشاء صداقات افتراضية مع أشخاص بجنسيات أوروبية"، بمتوسط حسابي قُدِّر بـ 1,69، حيث عارض أغلب أفراد العيّنة العبارة بنسبة وصلت إلى 57,3%، بينما لم يُمثل الموافقين سوى 26,3%، فيما مثل المحايدون نسبة ضئيلة قُدِّرت بـ 16,3%، فنلاحظ من النتائج السابقة أنَّ أفراد العيّنة لا يُفضلون الانتماء أو إنشاء صداقات افتراضية مع أفراد بجنسيات أوروبية.

بينما كانت المرتبة الخامسة للعبارة رقم 17 والتي مُفادها "لا أجد لحياتي معنى عند غلق الفيس بوك أو عند انقطاع الإنترنت"، بمتوسط حسابي 1,62 وأظهرت النتائج أنَّ أغلب أفراد العيّنة معارضون بنسبة 63,5%، فيما بلغت نسبة الموافقين 25,8%، بينما مثل المحايدون نسبة ضئيلة قُدِّرت بـ 10,8%، وبالتالي فأفراد العيّنة لا يتأثرون بانغلاق موقع الفيس بوك أو انقطاع الإنترنت.

فيما كانت العبارة رقم 6 والتي مُفادها "أصبحت لا أذهب إلى المسجد وأفضل التفاعل عبر موقع الفيس بوك"، في المرتبة السادسة لمتوسط حسابي قُدِّر بـ 1,61 حيث عارض أغلب أفراد مضمون العبارة بنسبة 56,8%، بينما بلغت نسبة المحايدون 25,5%، فيما مثلت نسبة ضئيلة أفراد الموافقين

للعبارة 17,8%، فأفراد العينة لا يُلهيهم التفاعل على موقع الفيس بوك من القيام بالواجبات الدينية والذهاب إلى المسجد.

وفي الأخير نجد العبارة رقم 28 تتدلل الترتيب في المرتبة السابعة والتي مفادها "خسرت صداقتي الحقيقية نتيجة صداقتي في العالم الافتراضي الفيس بوك"، بأقل متوسط حسابي قدر 1,57، حيث أوضحت النسب أن أغلب أفراد العينة يعارضون العبارة بنسبة وصلت 60,3%، بينما جاءت نسبة المحايدون بنسبة ضئيلة قدرت ب 21,3%، فيما بلغت نسبة الموافقين نسبة متقاربة مع سابقتها بنسبة 18%، ومنه فقد نفى أغلب أفراد العينة أن يكون موقع الفيس بوك قد عوض الصداقات الواقعية.

الجدول رقم(39): علاقة بعد العزلة الثقافية باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة

بعد العزلة الثقافية						
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البدائل			
			معارض	محايد	موافق	
3	0.90	1.89	188	67	145	4 استخدامي للفيس بوك اثر على لغتي العربية حيث اتفاعل باستخدام اللغات الأجنبية والرموز والاختصارات
			%47.0	%16.8	%36.3	ن
6	0.85	1.68	227	102	71	5 أثر استخدامي لمواقع التواصل لموقع الفاسبوك على خط كتابتي اذ لا استطيع الكتابة بالقلم نتيجة استعمالي للوسائط الرقمية أكثر من الورقة والقلم
			%56.8	%25.5	%17.8	ن
4	0.89	2.16	131	73	196	8 أفضل المنتجات العالمية فاستعمل ملابس و عطوري و كل مقتنياتي أفضل استخدم ماركات أجنبية على حساب المحلية نظرا لجودتها
			%32.8	%18.3	%49.0	ن
7	0.83	2.39	90	61	249	9 تعجبي الأفلام و المسلسلات الأجنبية مقارنة بالمحلية لأنها على درجة من الاحترافية و الروعة مقارنة بالعمل الفني المحلي
			%22.5	%15.3	%62.3	ن
5	0.86	2.00	149	102	149	10 أفضل تلقي الاخبار من مصادر الاخبار الاجنبية مقارنة بالعربية و المحلية لأنها على درجة من المصادقية
			%37.3	%25.5	%37.3	ن
2	0.91	2.10	149	59	192	11 أحلم بالهجرة الى الغرب لان الدول الغربية تمنح حرية الرأي لمواطنيها و كذا أسلوب معيشي مثالي
			%37.3	%14.8	%48.0	ن
1	0.94	1.97	182	45	173	3 استخدامي لموقع الفيس بوك يآثر في أداء العبادات حيث اقضي جل وقتي في استخدام موقع الفيس بوك حتى في أوقات العبادات
			%45.5	%11.3	%43.3	ن

0.47 2.03

المجموع

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

من خلال الجدول السابق رقم 41 والذي يُمثل علاقة بُعد العزلة الثقافية باستخدام موقع الفيس بوك حيث يُعَدُّ المتوسط الحسابي لهذا البُعد 2,07 حيث تراوحت المتوسطات الحسابية من 1,68 _ 2,39 حيث احتلت العبارة رقم 9 والتي مُفادها "تُعجبنى الأفلام والمسلسلات الأجنبية مُقارنةً بالمُحليّة لأنّها على درجة من الاخترافيّة والرّوعة مُقارنةً بالعمل الفنّي المُحليّ"، المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 2,39 حيث دلّت على أنّ أغلب أفراد العينة يُجمعون على إعجابهم بالأفلام والمسلسلات الأجنبية مُقارنةً بالمُحليّة بنسبة 62,3%، في حين قدرت نسبة الأفراد المعارضون فقد كانت نسبتهم ضئيلة حيث قدرت ب 22,5%، بينما قدرت نسبة المحايدون 15,3%، حيث أكّد أفراد العينة على إعجابهم بالأفلام والمسلسلات الإنتاج والعُزب الأجنبيّ بالمُقارنة بنظيرتها المُحليّة لما لها من درجة الاختراف والرّوعة وكذا الإمكانية ضخمة التي يستعين بها المنتجون في إنتاجاتهم سينمائية والإعلامية.

وقد أوضحت النتائج عن أنّ المرتبة الثانية كانت العبارة 8 والتي مُفادها "أفضل المنتجات العالمية فاستعمل ملابس وعطوري وكل مقتنياتي أفضل استخدام علامات أجنبية على حساب المُحليّة نظراً لجودتها"، بمتوسط حسابي قدر ب 2,16، بحيث أظهرت النسب أنّ أغلب أفراد العينة موافقون على العبارة بنسبة قدرت 49%، بينما قدر عدد المعارضون 32,8%، فيما مثل عدد المحايدون 18,3%، وهذا ما يُؤكّد على أنّ أفراد العينة يُفضّلون المنتجات العالمية من ملابس وعطور وغيرها من مُنتجات ذات العلامات العالمية الأجنبية على حساب نظيرتها المُحليّة نظراً لجودتها.

في حين جاءت العبارة 11 والتي مُفادها "أحلم بالهجرة إلى العُزب لأنّ الدُول العُزبيّة تمنح حريّة الرّأي لمواطنيها وكذا أسلوب معيشي مثاليّ"، في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره ب 2,10، وقد وافق على العبارة 48,0%، بينما عارضها 37,3%، فيما قدرت نسبة المحايدون 14,8%، تُلاحظ أنّ نسبة الموافقة والمعارضة مُتقاربة فيما بينها فهناك من يحلم بالهجرة إلى الدُول العُزبيّة نظراً لما يتّمنّع به من حُقوق وأسلوب عيش مُميّز وهناك من يرفض ذلك نظراً لكونه يعيش حياة الرّفاهية في بلاده فلا يبحث عن الهجرة أو لكونه مُتعلق بالبلاد.

بينما كانت المرتبة الرابعة للعبارة 10 والتي مُفادها "أفضل تلقّي الأخبار من مصادير الأخبار الأجنبية مُقارنةً بالعُربيّة والمُحليّة لأنّها على درجة من المصادقية"، متوسط حسابي قدر ب 2,00 حيث

تساوى أفراد العيّنة الذين لهم وجهة نظر موافقة مع الذين لهم وجهة نظر معارضة حيث كانت نسبة كلٍ منهما 37,3%، في حين قدرت نسبة المحايدین 25,5%، وهذا ما يؤكد على إنقسام أفراد العيّنة من يوافق ويفضل تلقي الأخبار من مصادر الأخبار الأجنبية مقارنة بالعربية وبين من يعارض ذلك.

فيما كانت المرتبة الخامسة للعبارة 3 والتي مفادها "استخدامي لموقع الفيس بوك يَأثر في أداء العبادات حيث إفضي جُلّ وقتي في استخدام موقع الفيس بوك حتى في أوقات العبادات"، بمتوسط حسابي قدر ب 1,97 حيث أنّ المعارضون بلغوا نسبة 45,5%، ونسبة متقاربة الموافقين إذ بلغت نسبتهم 43,3%، أما المحايدون بنسبة 11,3%، وهذا ما يوضح أنّ استخدام أفراد العيّنة لموقع الفيس بوك لا يؤثر في أداء العبادات.

بينما احتلت العبارة 4 المرتبة ما قبل الأخيرة السادسة والتي مفادها "استخدامي لموقع الفيس بوك أثر على لغتي العربية حيث أتفاعل باستخدام اللغات الأجنبية والرموز والاختصارات"، بمتوسط حسابي 1,89 هذا وأظهرت النتائج أنّ أغلب أفراد العيّنة معارضون بنسبة 47%، بينما بلغت نسبة الموافقين 36,3% فيما نسبة المحايدین 16,8%، وهذا ما يدل على أنّ أغلب أفراد العيّنة يعارضون استخدام موقع الفيس بوك يؤثر على لغتهم العربية واستبدالها بالرموز والاختصارات.

وفي الأخير تديلت العبارة رقم 5 والتي مفادها "أثر استخدامي لمواقع التواصل لموقع الفيس بوك على خطّ كتابتي إذ لا أستطيع الكتابة بالقلم نتيجة استعمال الوسائط الرقمية أكثر من الورقة والقلم"، ذيل الترتيب إذا احتلت المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدر 1,68 حيث تُظهر جلياً من نتائج جدول أعلاه أنّ أغلب أفراد العيّنة كان لهم موقف المعارضة بنسبة بلغت 56,8%، بينما بلغت نسبة 25,5%، المحايدین في حين بلغت نسبة الموافقين 17,8%.

الجدول رقم(40): علاقة بعد اللامعنى باستخدام موقع الفيس بوك من طرف أفراد العينة

بعد اللامعنى								
الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البدائل					
			معارض	محايد	موافق			
2	0.86	1.81	194	86	120	ت	21 عند مشاهدتي لتجارب الناس التي يقومون بعرضها على الفيس بوك أشعر بتدني قيمتي	
			%48.5	%21.5	%30.0	ن		
1	0.87	2.06	139	95	166	ت	22 استخدام الفيس بوك ارجع لي الأمل في المستقبل من خلال قصص النجاح التي تعرض بعد الفشل	
			%34.8	%23.8	%41.5	ن		
2	0.86	2.12	129	92	179	ت	23 ساهم الفيس بوك في تغيير رؤيتي لبعض العادات التي اكتسبتها من المجتمع	
			%32.3	%23.0	%44.8	ن		
1	0.87	2.01	151	91	158	ت	24 تحسن مزاجي ورؤيتي للمستقبل أصبحت ايجابية وأصبحت أقدر ذاتي منذ استخدامي للفاسبوك	
			%37.8	%22.8	%39.5	ن		
2	0.86	1.96	156	101	143	ت	25 أصبت بالإحباط النفسي منذ استخدامي لموقع الفيس بوك	
			%39	%25.3	%35.8	ن		
4	0.69	1.41	281	72	47	ت	26 لا استطيع التحكم في ذاتي عند استخدامي للفيس بوك	
			%70.3	%18.0	%11.8	ن		
3	0.80	2.48	79	47	274	ت	27 اتلقى التحفيز الذاتي والنفسي جراء استخدام موقع الفيس بوك	
			%19.8	%11.8	%68.5	ن		
	0.30	1.98	المجموع					

المصدر: مخرجات برنامج Spss V21 من إعداد الباحثة

يُوضّح الجدول السابق رقم 40 درجة إتجاه أفراد العينة بين مُنخَفِضٍ وحيث تَزَاوَحَتِ المتوسّطات الحسابية ما بين 2,48 إلى 1,41، لبعْد اللّامعنى، حيث نجد العبارة رقم 27 والتي مُفادها "ألتقى التّخفيف الذّاتي والنّفسي جرّاء استخدام موقع الفيس بوك"، تحلّل المرتبة الأولى بمتوسّط حسابي قدر ب 2,48 إذا نجد أغلب أفراد العينة يُوافقون على مُحتوى العبارة بسببة 68,5%، بينما مثل المعارضون نسبة ضئيلة قدر ب 19,8%، فيما تقاربت نسبة المحايدون مع سابقتها إذا قدرت 11,8%، وهذا ما يوضّح ويؤكد على أنّ استخدام موقع الفيس بوك يُساعد في التّخفيف الذّاتي والنّفسي لمستخدمين.

بينما كانت المرتبة الثالثة للعبارة رقم 23 والتي مُفادها "ساهم الفيس بوك في تغيير رؤيتي لبعض العادات التي اكتسبتها من المجتمع"، بمتوسّط حسابي بلغ 2,12، حيث إنّ أغلب أفراد العينة وافقوا على العبارة بنسبة 44,8%، بينما قدرت نسبة المعارضين 32,3%، فيما كانت نسبة المحايدون 23%، وهذا ما يوضّح أنّ موقع الفيس بوك في تغيير وجهة النظر لدى أفراد العينة فيما يتعلّق ببعض العادات التي اكتسبت من المجتمع .

في حين جاء في الرتبة الثالثة العبارة رقم 22 والتي مُفادها "استخدام الفيس بوك لرجع لي الأمل في المستقبل من خلال قصص النّجاح التي تعرّض بعد الفشل"، بمتوسّط حسابي قدر ب 2,06، أغلب أفراد العينة قد وافقوا على مضمون العبارة بنسبة 41,5%، بينما المعارضين قد بلغوا نسبة 34,8%، فيما مثل المحايدون نسبة 23,8%، وهذا يوضّح أنّ استخدام موقع الفيس بوك ساهم في إشعاع الأمل في المستقبل من خلال قصص النّجاح التي تعرّض عبر الموقع من طرف أصحابهم بعد فشلهم.

فيما مثلت المرتبة الرابعة العبارة 24 والتي مُفادها "تحسّن مزاجي ورؤيتي للمستقبل أصبحت إيجابية وأصبحت أقدر ذاتي منذ استخدامي موقع الفيس بوك"، بمتوسّط حسابي 2,01، حيث نلاحظ تقارباً بين نسب الموافقين والمعارضين للعبارة، حيث بلغت نسبة الموافقين 39,5%، ونسبة مُقاربتها نسبة المعارضين ب 37,8%، بينما نجد المحايدون يُمثلون نسبة ضئيلة نسبياً مُقارنة بما سبقها فلا تتعدى 22,8%، وهذا ما يدل على أنّ أفراد العينة مُنقسمون بين من يرى أنّ موقع الفيس بوك أداة تحسّين المزاج وتعطي نظرة تفاؤلية وإيجابية، وكذا التّقدير الذّاتي لديهم وبين من يُعارض ذلك ويرفضه.

فيما نجد المرتبة الخامسة للعبارة 25 والتي مُفادها "أصببت بالإحباط النفسي منذ استخدامي لموقع الفيس بوك"، بمتوسّط حسابي 1,96، حيث إنقسم أفراد العينة بين من هو مؤيّد ومعارض ونسبة ضئيلة مُحايد حيث نجد نسبة المعارضين 39%، بينما نسبة الموافقين تُمثل 35,8%، فيما بلغت نسبة

المحايدین 25,3%، وهذا ما يدل على أفراد العينة لم يصابوا بالإخباط النفسي جراء استخدامهم لموقع الفيس بوك.

أما المرتبة السادسة فكانت للعبارة 21 والتي مفادها " نُد مُشاهدتي لتجارب الناس التي يقومون بعرضها على موقع الفيس بوك أشعر بتدني قيمتي"، بمتوسط حسابي قدر ب 1,81، حيث أغلب أفراد العينة عارضوا العبارة بنسبة 48,5%، بينما بلغت نسبة المؤيدين 30%، فيما كانت نسبة المحايدین لا تتعدى 21,5%، فقد دلت النتائج على المعارضة أين اعتبروا أنّ مشاهدة التجارب التي يُقدمها الناس عبر موقع الفيس بوك لا يؤدي إلى الشعور بتدني القيمة لديهم.

أما المرتبة السابعة والأخيرة فقد مثلت العبارة 26، والتي مفادها " لا أستطيع التحكم في ذاتي عند استخدامي الفيس بوك"، حيث عارض أغلب أفراد العينة العبارة بنسبة 70,3%، بينما مثلت نسبة المحايدین 18%، فيما بلغت نسبة الموافقين 11,8%، حيث أدلى أفراد العينة بمعارضتهم للعبارة حيث إنّ لديهم القدرة في التحكم الذاتي عند استخدام موقع الفيس بوك.

جدول رقم(41): المتوسطات الحسابية والاتجاه العام لأبعاد الاغتراب الثقافي الأربعة

(اللامعيارية، العزلة الاجتماعية، العزلة الثقافية، اللامعنى)

أبعاد الاغتراب الثقافي وعلاقتها باستخدام الفيس بوك	المتوسط الحسابي العام	الانحراف المعياري العام	مستوى الاجابة العام
بعد اللامعيارية	1.80	0.51	3
بعد العزلة الاجتماعية	1.74	0.43	4
بعد العزلة الثقافية	2.03	0.47	1
بعد اللامعنى	1.98	0.30	2
الاتجاه العام	1.89	0.31	4

يوضح الجدول رقم 41 اتجاه أفراد العينة نحو عبارات أبعاد الاغتراب الثقافي، فنجد بعد العزلة الثقافية تصدراً الترتيب بأعلى متوسطاً حسابياً فدرجة بي 2,03 وانحراف معياري قدر ب 0,47 حيث نجد أنّ مستوى إحساس أفراد العينة بالعزلة الثقافية وعلاقته باستخدام موقع الفيس بوك والعزلة الثقافية كما سبق وتم تعريفها في الفصل السابق.

ثمَّ يليها في المرتبة الثانية بُعد للامعنى بمتوسط حسابي قدر ب 1,98 انحراف معياري قدر ب 0,30، وقد عرفنا بُعد اللامعنى في الفصل السابق. بينما احتلَّ بُعد المعيارية المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر ب 1,80، وأما الانحراف المعياري فقد قدر ب 0,51، وقد تمَّ تعريف بُعد اللامعيارية في الفصل السابق. وأخيراً في المرتبة الرابعة بُعد العزلة الاجتماعية بأقل متوسطاً حسابياً قدر ب 1,74 وأدنى انحرافاً معيارياً.

الجدول 42: معاملات الارتباط بيرسون بين محاور الدراسة

المحور السادس	المحور الخامس	المحور الرابع	المحور الثاني	المحور الاول	
**0.186	**0.182	0.36	**0.220	1	معامل الارتباط الأول
0.000	0.000	0.480	0.000	0.000	الدلالة الإحصائية
0.74	**0.324	**0.369	1	**0.220	معامل الارتباط الثاني
0.142	0.000	0.000	0.000	0.000	الدلالة الإحصائية
-0.115*	**0.482	1	**0.369	0.36	معامل الارتباط الرابع
0.21	0.000	0.000	0.000	0.480	الدلالة الإحصائية
0.069	1	**0.482	**0.324	**0.182	معامل الارتباط الخامس
0.169	0.000	0.000	0.000	0.000	الدلالة الإحصائية
1	0.069	*0.115	0.074	**0.186	معامل الارتباط السادس
	0.169	0.21	0.142	0.000	الدلالة الإحصائية

من الجدول السابق الذي يُمثّل معاملات الارتباط بيرسون بين محاور الدراسة حيث، جاءت أغلب العلاقات طردية قوية حيث مثّل أعلى معامل ارتباطاً بين المحور الخامس والمحور الرابع بقيمة (0.482**)، ليليه معامل الارتباط بين المحور الرابع والمحور الثاني بقيمة (0.369***)، فيما يليه معامل الارتباط بين المحور الخامس والمحور الثاني بقيمة (0.324***)، أمّا في المرتبة الرابعة فكانت لمعامل الارتباط الذي جمع بين المحور الأول والمحور الثاني بقيمة (0.220***)، ثمّ معامل الارتباط بين المحور الأول والمحور السادس بقيمة (0.186***)، بينما مثّل معامل الارتباط بين المحور الأول والمحور الخامس بقيمة (0.182***)، وفي الأخير معامل الارتباط بين المحور السادس والمحور الرابع بقيمة (0.115*).

النتائج في ضل التساؤلات:

نتائج التساؤل الأول: ما هي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ أغلب الإجابات توضح أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح "لأكثر من ثلاث سنوات" بنسبة قدرت ب (61.5%)، وبنسبة أقل لأولئك الذين يملكونه "منذ ثلاث سنوات" وهذا ما مثلته النسبة المئوية المقدرة ب (21%)، وتليها نسبة من يملكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي منذ مدة "سنة" بنسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها قدرت ب (17.5%)

✓ أغلب أفراد العينة يفضلون أولوج لمواقع التواصل الاجتماعي عبر استخدام الهاتف الذكي بنسبة وصلت ل75.1%، في حين تليها نسبة الأفراد الذين يستخدمون الحاسوب المحمول بنسبة 16.9%، أما الحاسوب المكتبي واللوح الذكي فقد مثلا نسب ضئيلة 4.1%، 3.9% على التوالي.

✓ أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام الفيس بوك بنسبة 50.6%، وتليها الانستغرام بنسبة 31.1%، ثم الواتس آب بنسبة 13.1%، وأخرى تذكر بنسبة 4.8%، و كان من ضمنها اليوتيوب وموقع البند رأست و سنا ب شات.

✓ أغلبية الشباب من أفراد العينة ما نسبته 52% تتراوح مدة استخدامهم وولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات يومياً، فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين يستخدمونها من ساعتين إلى ثلاث ساعات 32.5%، في حين أن أفراد العينة الذين يقضون سوى ساعة في وولوجهم لمواقع التواصل الاجتماعي مثلت نسبة ضئيلة قدرت ب 15.5%.

✓ أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الأوقات بنسبة 40.8%، بينما يميلون آخرون لإستخدامها في أوقات محددة كالفتره الليلية بنسبة 40.5%، وفي الفتره المسائية بنسبة 16.8%، والفتره الصباحية بنسبة 2.8%.

✓ معظم أفراد العينة تقرأ وتنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 42.0%، أما من يقومون بالردشة فنسبة 35.2%، وبنسبة ضئيلة لمن يشاركون المحتوى 15.5%، ولا يتفاعلون 7.3%.

✓ معظم أفراد العينة يفضلون استخدام اللهجة العامية بنسبة قدرت ب 42.6%، وتليها اللغة الفرنسية بنسبة 24.6%، وبنسبة متقارب اللغة العربية حيث قدرت نسبة من يفضلونها كلغة تواصلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 20.8%، وبنسبة ضئيلة العربية قدرت ب 12%.

✓ نصف أفراد العينة يختارون الأفراد على أساس الصداقة بنسبة 50.2%، ونجد بنسب متقاربة معيار الاهتمامات المشتركة حيث بلغت نسبته 29.8%، في حين معيار القرابة قد مثل نسبة 20%.

- نتائج التساؤل الثاني: ما هي عادات وأنماط استخدام الشبّاب الجزائريّ المستخدم لموقع الفيس بوك؟
- ✓ أغلب أفراد العينة يمتلكون الحساب على الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 78.3%، وأفراد العينة الذين يملكون الحساب منذ ثلاث سنوات بنسبة 15.5%، وتليها نسبة من يملكون حساب منذ سنة بنسبة 6.3%.
 - ✓ أغلب أفراد العينة لا يملكون حساب آخر على موقع الفيس بوك بنسبة 70.5%، وبنسبة ضئيلة من يملك أكثر من حساب بنسبة 29.5%.
 - ✓ أغلب أفراد العينة يمتلكون حسابين على موقع الفيس بوك بنسبة قدرت بـ 74.6%، وبنسبة ضعيفة لمن يملكون أكثر من حسابين حيث قدرت بنسبة 25.4%.
 - ✓ النتائج متقاربة نوعاً من حيث أغلب أفراد العينة يستخدمون الاسم الحقيقي بنسبة 58.5%، وبنسبة أقل نوعاً من يفضّلون الاسم المستعار بنسبة 41.5%.
 - ✓ أغلبية أفراد العينة يفضّلون استخدام الاسم الحقيقي يستخدمونه نظراً لسهولة إيجادهم على الموقع من قبل الآخرين حيث قدرت نسبة هؤلاء بـ 56%، في حين قدرت نسبة من يستخدمون الاسم الحقيقي بسبب التمتع بحريّة أكبر بنسبة 44%.
 - ✓ أغلبية أفراد العينة المدروسة يفضّلون استخدام اسم مستعار نظراً لكونهم يرون فيه أكثر أمناً لهم بنسبة قدرت بـ 83.13%، في حين بلغت نسبة 16.86% من يعتمدونه لخوفهم من أن يتعرّف عليهم الآخرون، حيث إنّ أغلب أفراد العينة يخافون التّعريض للمضايقات وهذا ما ظهر جلياً من خلال النسبة التي قدرت بـ 45.5%.
 - ✓ أغلب أفراد العينة لا يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص غرباء وهذا بلغت نسبته 79.5%، أما من يقبلون الصداقات عبر الموقع مثلوا نسبة ضئيلة قدرت بـ 20.5%.
 - ✓ أغلب أفراد العينة يفضّلون التّواصل والتّفاعل مع أشخاص أغلبهم من الجنسيّات العربيّة 82.99%، وبنسبة ضئيلة لكلٍ من الجنسيّات الأوروبيّة والمغربيّة حيث مثلت نسب التّفاعل معهم بـ 10.20%، و6.80% على التّوالي.
 - ✓ معظم أفراد العينة يفضّلون المجموعات المحليّة بعدد مُفردات 237 أي ما نسبته 43.40%، وبنسبة متقاربة للمجموعات العربيّة 42.12%، وبنسبة ضئيلة المجموعات الأجنبيّة قدرت بـ 14.46%.
 - ✓ معظم أفراد العينة يفضلون المضامين الثقافيّة مثلت أكبر نسبة قدرت 26.55%، وتليها المضامين الاجتماعيّة 23.35%، ثمّ المضامين العلميّة 15.87%، وبنسبة متقاربة مع سابقها المضامين الفنيّة

حَيْث قَدَرَت بِنِسْبَةِ 15.05%، وَبِنِسْبِ ضَيْلَةٍ لِكُلِّ مِّنِ الْمُضَامِينِ الرِّيَاضِيَّةِ، وَالْمُضَامِينِ السِّيَاسِيَّةِ وَالْمُضَامِينِ الاِقْتِصَادِيَّةِ حَيْث قَدَرَت نِسْبَةَ كُلِّ مِنْهُم ب 7.75%، 6.47%، 4.92% عَلَى التَّوَالِي.

نَتَائِجُ التَّسْأُولِ الثَّلَاثِ: مَا هِيَ الدَّوَالِعُ وَالْإِشْبَاعَاتُ الَّتِي يُحَقِّقُهَا اسْتِخْدَامُ الشَّبَابِ الْجَزَائِرِيِّ مِنْ اسْتِخْدَامِ

مَوْقِعِ الْفَيْسِ بُوكِ؟

✓ **معظم أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع التخلُّص من الفراغ العاطفي والاجتماعي الدافع الأول حسب إجابات أفراد العينة إذ قدرت بنسبة 29.66%، أمَّا الدافع فيتمثل في الترفيه والتسلية الثاني والتي قدرت ب 14.79%، وبنسبة متقاربة لكلِّ من دافع التتقيف والتعليم ودافع الدردشة قدرت ب 13.80% لكلِّ منهما، أمَّا دافع التخلُّص من القلق والملل فبلغت نسبته 10.94%، في حين دافع التواصل والتعارف وكذا البحث العلمي ودافع الهروب من الواقع بنسب ضئيلة جدًا قدرت ب 8.22%، 5.97%، 2.78%.**

✓ **أغلبية أفراد العينة راضون نسبيًا عن الإشباع المحقق حيث كان اختيارهم لإشباع مقبول ب 328 مفردة ما نسبته 82%، وتليها نسبة الإشباع الغير كافي بنسبة 11%، وبنسبة ضئيلة الإشباع الكامل حيث قدرت النسبة ب 7%.**

✓ **أغلبية أفراد العينة يحققون التنفيس والتفريغ العاطفي حيث قدرت النسبة ب 55.05%، أمَّا الهروب والانسحاب من الواقع فمثلت 44.95%.**

✓ **أغلبية أفراد العينة يرون أنَّ الإشباعات الاجتماعية التي تحقَّق من استخدام الفيس بوك، هي "ربط علاقات صداقة" بنسبة 65.44%، وتليها "إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية" بنسبة قدرت ب 29.06%، ثمَّ "ربط علاقات مع الجنس الآخر" بنسبة ضئيلة قدرت ب 5.49%.**

✓ **معظم أفراد العينة يرون أنَّ الإشباعات الثقافية التي تحقَّق من استخدام الفيس بوك، هي "اكتشاف ثقافات أخرى" بنسبة 42.12%، وتليها "تبادل الثقافات مع مختلف الأجناس في العالم" بنسبة 28.84%، وبنسبة متقاربة مع سابقتها "تنمية القدرات التواصلية باللغات الأجنبية" بنسبة 22.01%، ثمَّ بنسبة ضئيلة "اكتشاف عادات وتقاليد الشعوب" حيث مثلت نسبتها 15.01%.**

✓ **أغلب أفراد العينة في حالة غياب الإنترنت وعدم استخدام موقع الفيس بوك لمدة فإنهم لا يشعرون بشيء حيث كانت إجاباتهم "بأنه لا يُشاورون بشيء" أيَّ أنَّها لا تُحدث لديهم فارق وجود الفيس بوك من عدمه بنسبة قدرت ب 70.62%، ثمَّ تليها نسبة من يشعرون "بالقلق والاضطراب" ومثلت نسبة**

34.98%، وبنسبة ضئيلة نسبياً مقارنةً بسابقتها من يُؤثر غياب الإنترنت وعدم استخدام موقع الفيس بوك في "تقويت رسائل مهمة" وهذا ما يشعرهم بالارتباك وهذا ما توضح النسبة حيث قدرت ب 26.07%.
 ✓ معظم الحاجات التي يُلبيها استخدام موقع الفيس بوك لدى أفراد العينة حيث إن أكبر نسبة كانت لمن يرون أنها تُحقق لهم "الحصول على المعلومات" وهذا بنسبة قدرت ب 23.49%، و تليها من يرون في موقع الفيس بوك أنه يُحقق لديهم" بنسبة 19.58%، وبنسبة متساوية نسبياً لمن يعتبرونها مهمة في تحقيق" التواصل مع الأقارب والأصدقاء الذين يُبعدون عنهم بمسافة كبيرة " حيث قدرت النسبة ب 19.07%، في حين بلغت نسبة من يرون فيها تحقيقاً لغاية "التعرف على مختلف الثقافات" بنسبة ضئيلة قدرت ب 16.07%، ثم تليها "تبادل المعلومات والخبرات العلمية" بنسبة 13.06%، وأخيراً وبنسبة ضئيلة جداً لمن يعتبرونها وسيلة "لبناء صداقات عبر الفضاء الإلكتروني" حيث قدرت ب 8.74%.

نتائج التساؤل الرابع : ما هي مظاهر الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجزائري ؟

✓ معظم أفراد العينة يرون مفهوم الاغتراب الثقافي على أنه "ابتعاد الفرد عن ثقافته الأصلية" بنسبة قدرت ب 44.61%، ثم تليها النسبة الثانية لمن يعبرونه "الإعجاب بسلوك العيش النموذج الغربي" بنسبة قدرت ب 20.96%، وبنسبة متقاربة نسبياً لمن يعتبرونه "رفض الفرد لثقافة مجتمعه والنفور منها" حيث بلغت النسبة 19.42%، أما من يرون في الاغتراب الثقافي هو "الانبهار بالمنتجات الثقافية الغربية" فكانت النسبة ضئيلة جداً 10.83%.

✓ معظم أفراد العينة يرون أن أسباب الاغتراب الثقافي تكمن في ميول لتقليد الأسلوب الغربي بنسبة قدرت ب 30.12%، وتليها في المرتبة الثانية بنسبة متقاربة مع سابقتها من يرون أن الاغتراب الثقافي يحدث بسبب العولمة بأنواعها بنسبة 28%، أما في المرتبة الثالثة فكانت لعامل نشر الوسائط الإعلامية لأفكار تدل على إن النموذج الغربي هو الأفضل بنسبة قدرت ب 17.53%، أما في المرتبة الرابعة جاءت وسائل الإعلام المختلفة حيث مثلت بنسبة متقاربة مع سابقتها قدرت ب 16.12%، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة فكانت لمن يرون أن الاستعمار هو السبب الرئيسي في حدوث الاغتراب الثقافي لنسبة ضئيلة قدرت ب 8.20%.

✓ أغلب أفراد العينة يرون أن المسؤول عن نشر الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري بين الشباب هو الإنترنت فهو المسؤول الأول عن نشر الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري بين الشباب وهذا بنسبة 34,89%، وتليها الغزو الثقافي في المرتبة الثانية بنسبة 27,40%، أما المرتبة الثالثة فكانت لغياب دور

مؤسسات التنشئة الاجتماعية بنسبة 18,71%، في حين المرتبة الرابعة لجهات غربية ومنظمات نسبية 13,10%، وفي الأخير من يرون أن المسؤول عن الاغتراب الثقافي هم أصحاب القرار بنسبة ضئيلة قُدرت ب 15,88%.

✓ حسب وجهة نظر أفراد العينة فإن معظمهم يرون أن انعكاسات الاغتراب الثقافي على الشباب في المجتمع تتمثل بدرجة الأولى في المساس بالهوية الثقافية للمجتمع الجزائري حيث احتل المرتبة الأولى بنسبة 25,79% ويليهما المساس بالعادة والتقاليد والأعراف الخاصة بالمجتمع الجزائري كمجتمع عربي مسلم ومحافظ حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 20,52%، أما المساس بالقيم الاجتماعية والاتجاهات الفردية لأفراد فإن في المرتبة الثالثة بنسبة 14,16%، في حين جاء المساس بمقومات الثقافات والانتماء العربي والقومي للمجتمع بنسبة 11,89%، وفي الأخير تأثير على اللغة العربية والأمازيغية في المجتمع حيث مثلت بنسبة 9,62% وهي نسبية ضئيلة مقارنة بالنسبة السابقة.

نتائج التساؤل الخامس: ما هي علاقة استخدام الفيس بوك بمشكلة الاغتراب الثقافي لدى الشباب

الجزائري المستخدم لموقع الفيس بوك؟

✓ بالنسبة معاملات الارتباط بيرسون بين محاور الدراسة حيث، جاءت أغلب العلاقات طردية قوية حيث مثل أعلى معامل ارتباط بين المحور الخامس والمحور الرابع بقيمة (0.482***) .

✓ ليليه معامل الارتباط بين المحور الرابع والمحور الثاني بقيمة (0.369***) .

✓ فيما يليه معامل الارتباط بين المحور الخامس والمحور الثاني بقيمة (0.324***) .

✓ أما في المرتبة الرابعة فكانت لمعامل الارتباط الذي جمع بين المحور الأول والمحور الثاني بقيمة (0.220***) .

✓ ثم معامل الارتباط بين المحور الأول والمحور السادس بقيمة (0.186***) .

✓ بينما مثل معامل الارتباط بين المحور الأول والمحور الخامس بقيمة (0.182***) .

✓ وفي الأخير معامل الارتباط بين المحور السادس والمحور الرابع بقيمة (0.115***) .

✓ هنا نستنتج أن هناك علاقة متوسطة بين استخدام موقع الفيس بوك وكذا حدوث الاغتراب لدى الشباب الجزائري محور الدراسة.

نتائج التساؤل السادس: ما هي أبعاد الاغتراب الثقافي الأكثر تجسيدا لدى أفراد العينة؟ من بين الأبعاد

الأربعة التالي: (بعد الأبعاديّة، بعد اللامعنى، بعد العزلة الثقافيّة، بعد العزلة الاجتماعيّة).

✓ أظهرت النتائج أنّ بُعد العزلة الثقافيّة تصدر الترتيب بأعلى متوسط حسابيّ قدره ب 2,03 وانحراف معياري قدر ب 0,47 حيث نجد أنّ مستوى إحساس أفراد العينة بالعزلة الثقافيّة وعلاقته باستخدام الفيس بوك.

✓ ثمّ تليها في المرتبة الثانية بُعد لآ معنى بمتوسط حسابيّ قدر ب 1,98 إنحراف معياري قدر ب 0,30.
✓ بينما احتلّ بُعد المعيارية المرتبة الثالثة بمتوسط حسابيّ قدر ب 1,80 وأمّا الانحراف المعياري فقد قدر ب 0,51.

✓ وأخيراً في المرتبة الرابعة بُعد العزلة الاجتماعيّة بأقل متوسط حسابيّ قدر ب 1,74 وأدنى إنحراف معياري قدر ب 0,43.

خاتمة

شهدت تكنولوجيات الإعلام والاتصال في العقود الماضية تطورات هائلة ونوعية وهذا على مستوى الوسائط والوسائل وكذا المضامين والمحتوى فهذه الوسائل الإعلامية والاتصالية تتعدد خدماتها ووظائفها وأهدافها فقد جعلت من الإنسان يعيش ضمن نطاق الإله فيتلقى الرسائل عبر تقنيات فريدة من نوعها منها ما هو مفيد ومنها ما يلحق الضرر به.

فمع هذا ألكم الهائل من الوسائط وكذا المواقع الاجتماعية والتي تتمتع بخدمات متطورة جعلت منها المواقع الأكثر استخداما حسب الدراسات وأضحى الشباب الجزائري كغيره من الشباب العربي يرى فيها الوسيط الأمثل للتعرف وتبادل المعارف مع الآخرين وكذا الاطلاع على الأحداث والمستجدات على المستوى المحلي وكذا الدولي بالإضافة إلى كونها وسيلة للترفيه والتشلية والتخلص من القلق والهروب من واقعه وما زاد من ذلك الإقبال الكبير على تلك المواقع هو الخصائص التي تتمتع بها من إمكانية توفير الصوت الصورة النص في آن واحد مع براعة التصميم الجذاب.

وإذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي بكل ما تحتويه من تقنيات أتاحت للشباب السهولة واليسر في كل مجالات الحياة لكنها أيضا تفرز سُمومًا على المستوى العقلي والنفسي والفسولوجي للإنسان بشكل متسارع ومستمر مما جعل الشباب مُدمنًا عليها حسب الكثير من الدراسات والأبحاث.

وأمام هذا ألكم من الهائل من التعرض المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري تزايد التعرض لمخاطر لديهم بصورة أكبر فدخل معظمهم في عزلة رغم أنهم يعيشون داخل بصرهم حيث نجد أغلب الشباب اليوم يفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مُنفرد بل وحتى يقضي ساعات طويلة أمام هذه المواقع مما يجعلهم عُرضة للاختلالات النفسية وكذا أمراضا جسدية كضعف البصر والأرق وغيرها من الأمراض التي تُصيبهم وهذا ما شكّل فئة من الشباب الجزائري يستمد ثقافتها من التقليد لما يعرض عبر مواقع التواصل بطريقه الأكل اللباس الحديث وغيرها من السلوكيات وما نشاهده في مُجتمعنا دليلا على ذلك.

فالشباب اليوم أصبح يعيش حاله من الاغتراب الثقافي عن هويته وثقافته وعاداته وتقاليدته وتراثه وأمام هذا الزخم الهائل من المضامين التي تعرض أمامه في كل ثانية وحين عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيس بوك بشكل خاص فلم يعد شباب الجزائري يعيش واقعه إنما أصبح يُحاول التخلص والهروب منه عبر هذه المواقع ولم يعد قادرا على مجراه الحياة ومسؤولياتها وكذا التفكير

والتَّخْطِيطِ لِلْغَدِ وَإِنَّمَا يَعِيشُ فِي دَوَامَةٍ مُنْعَزِلًا عَنِ عَائِلَتِهِ وَمَجْتَمَعِهِ ضِمْنَ عَالَمِهِ الْخِيَالِيِّ الَّذِي طَبَعَ فِي خَيَالِهِ مِنْ مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ وَبِالْتَّالِي يُحَاوِلُ التَّمَرُّدَ عَلَى الْقِيَمِ وَالْمَبَادِئِ وَالِاتِّجَاهَاتِ الَّتِي تَرَبَّى عَلَيْهَا مُتَّبِنِي قِيَمِ تَقَاةٍ أُخْرَى فَمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ بِقَدْرِ مَا مَكَنَتِ الشَّبَابُ مِنَ الْمَعْلُومَاتِ وَالْأَخْبَارِ وَالْمُسْتَجِدَّاتِ وَكَذَا قَرَبَتْ لَهُمُ الْمَسَافَاتُ لَكِنِ الْأُمُورَ الَّتِي قَضَتْ عَلَيْهَا أَكْثَرَ.

فَلتَجِدُ أَفْصُولَ النَّظَرِيَّةِ وَلتَكُونُ مَتِينَةً لِلانْطِلَاقِ وَأَسَاسَ نَظَرِيٍّ لِلْبَحْثِ عَنِ إِجَابَةِ لِنَسْأَلِ الدِّرَاسَةِ مِنْ خِلَالِ دِرَاسَةِ مِيدَانِيَّةٍ وَالتِّي سَعِينَا مِنْ خِلَالِهَا لِلْبَحْثِ فِي طَبِيعَةِ الْعِلَاقَةِ الْقَائِمَةِ بَيْنَ اسْتِخْدَامِ مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ "الفاسبوك" وَكَذَا حُدُوثِ إِغْتِرَابِ تَقَافِي لَدَى الشَّبَابِ الْجَزَائِرِيِّ .

وَمِنْ هُنَا حَصَلْنَا عَلَى جُمْلَةٍ نَتَائِجِ عَلَى صِلَةِ بِنظَرِيَّاتِ الْمَطْرُوحَةِ وَالْمَفَاهِيمِ الْإِجْرَائِيَّةِ الْمَتَعَلِّقَةِ بِدِرَاسَتِنَا حَيْثُ تَوَصَّلَتِ الدِّرَاسَةُ إِلَى وُجُودِ عِلَاقَةٍ بَيْنَ اسْتِخْدَامِ مَوْقِعِ التَّوَاصُلِ وَالِإِغْتِرَابِ التَّقَافِيِّ عِنْدَ الشَّبَابِ الْجَزَائِرِيِّ الْمُسْتَعْمَدِ لِمَوْقِعِ فَيْس بوكِ بِشَكْلِ مَتَوَسِّطٍ.

تَجْدُرُ الْإِشَارَةُ إِلَى صُعُوبَةِ التَّعْمِيمِ النَّتَائِجِ عَلَى الشَّبَابِ الْجَزَائِرِيِّ عَامَّةً فَهَنَّاكَ فُرُوقَ فَرْدِيَّةٍ وَنَفْسِيَّةٍ فِي مَا بَيْنَ الْأَفْرَادِ وَلَعَلَّ الْمَعْطِيَّاتِ الَّتِي تَمَّ الْحُصُولُ عَلَيْهَا وَكَذَا نَتَائِجِ تَفْتَحِ آفَاقِ بَحْثِيَّةٍ جَدِيدَةٍ وَكَذَا إِشْكَالِيَّاتِ حَوْلِ اسْتِخْدَامَاتِ الْمَتَعَلِّقَةِ بِالمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الْاجْتِمَاعِيِّ أَوْ حَتَّى الْمَتَعَلِّقَةِ بِالِإِغْتِرَابِ التَّقَافِيِّ .

قائمة المراجع

I. المعاجم والموسوعات:

1. العبد الله مي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات (بيروت: دار النهضة العربية، ط1، 2014).

2. إبراهيم مجدى عزيز، موسوعة المناهج التربوية (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2000)

3. شاروت سيمور سميث، موسوعة علم الإنسان، المفاهيم والمصطلحات الانثربولوجية، تر مجموعة أساتذة بإشراف الجوهري، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، ط2، 2009)

II. الكتب

2. إبراهيم إيناس السعيد، السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2018).

3. سعد الدين إبراهيم، الخروج من زقاق التاريخ دروس في الفتنة الكبرى في الخليج الأعمال الكاملة (القاهرة: دار ابن رشد، المجلد الخامس، 2018) متاح على الموقع

<https://books.google.com/?hl=ar>

4. إبراهيم سليمان عبد الواحد، الشخصية الإنسانية واضطراباتها النفسية، رؤية في إطار علم النفس الإيجابي (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2014).

5. إبراهيم علي حجازي. الإعلام البديل(عمان: المعتر للنشر والتوزيع، ط1، 2017. متاح على موقع <https://www.overdrive.com/media/3649205>

6. إبراهيم علي حجازي، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد (دار المعتر للنشر والتوزيع، ط1، 2017). متاح على www.books.google.com.

7. إبراهيم نهلة، الثقافة في مواجهة العصر، قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع

الثقافي (الاسكندرية: الرواد للكمبيوتر والتوزيع، ط1، 2008). متاح على www.noor-book.com

8. أبو الضبع رفعت عارف، صناعة النجم (القاهرة: الهيئة المصرية، العامة للكتاب، 2014).

9. أبو أصعب صالح خليل، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة(عمان: دار البركة للنشر والتوزيع، ط6، 2010)

10. ابو الحسن منال، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات. (القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 2006).

11. أبو المجد هيثم بهجت عمار، دور مواقع التواصل في تكوين الرأْي العام الرياضي نحو قضايا جماهير كرة القدم (الإسكندرية: مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء لندنيا الطباعة، ط1، 2019).
12. أبو النصر مدحت محمد، الشَّبَاب وَ صناعة المستقبل، الشَّبَاب وَ صناعة المستقبل (القاهرة: دار الكتب المصريَّة، الناشر المجموعة العربيَّة للتدريب والنشر، ط1، 2019).
13. أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
14. اسماعيل ابراهيم، الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته (قطر: وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط1، 2014)
15. إسماعيل علي سيّد، مواقع التواصل الاجتماعيّ بين التصرفات المرفوضة... والأخلاقيّات المفروضة (الإسكندرية: دار العلم الجامعيّ، 2019).
16. إسماعيل محمد صادق، الإعلام الأمنيّ والشائعات عبر الشبكات الاجتماعيَّة، دراسة مسحيَّة على جمهور شبكات التواصل الاجتماعيّ (الرياض: دار جامعة نايف للنشر، 2017)
17. إسماعيل محمود حسن، مناهج البحث في إعلام الطفل (القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 1996). متاح على www.ketabpedia.com
18. البارودي منال ، مدحت محمد ابو الناصر، البناء النفسيّ والوجدانيّ للقائد الصغير (مصر: المجموعة العربيَّة للتدريب والنشر، ط1، 2015) سلسلة قائد المستقبل، ص 204. متاح <https://www.noor-book.com>
19. الباوي محمد محمد، فنون الكتابة في العلاقات العامَّة (القاهرة: دار النهضة العربيَّة ط1، 2018). متاح على موقع www.noor-book.com
20. البدراني فاضل محمد حسني، أسس التحرير الصحفيّ والتلفزيونيّ والإلكترونيّ (عمان: دار البداية، ط1، 2014).
21. البشر بن سعود محمد، نظريات التأثير الإعلامي (الرياض: العبيكان للنشر، ط1، 2014).
22. البوهي رأفت عبد العزيز، وآخرون، أصول التربية المعاصرة (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2018).

23. التربية الإعلامية في العصر الرقمي، المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج، (الكويت: العدد 3، المجلد 4، 2019) متاح على موقع <https://books.google.com>
24. البياتي ياس خضير، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ط 1، 2014).
25. التميمي مهند حميد، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي، تكامل أم صراع؟ (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، ط 1، 2017).
26. الجبوري خير الدين سهبان عبد الله، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية (عمان: شركة الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط 1، 2019).
27. الجديد نزار بشير، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية (عمان: دار الإعصار العلمي نشر والتوزيع، ط 1، 2014)
28. الجزائري حيدر كريم، علم النفس الإلكتروني (بغداد: مكتب نور الحسن للطباعة والتضيد، الجمعية العراقية للدراسات التربوية والنفسية ط 1، 2021) متاح على <https://www.psydz.info/2021/12/electronic-psychology-pdf.html>
29. الجماعي صلاح الدين أحمد، الاغتراب النفسي الاجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي (عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، ط 1، 2010).
30. الجميلي عبد العظيم كامل، ثناء اسماعيل العاني، الإعلام الجديد واشكاليات التواصل الرقمي (الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع ط 1، 2016).
31. الجندي محمد، الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ط 1، 2020).
32. الحاج كمال، نظريات الإعلام والاتصال (الجمهورية العربية السورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020). متاح على الموقع الإلكتروني <https://pedia.svuonline.org/>
33. الحاوري عبد الغني أحمد علي، العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي (برلين ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي، ط 1، جانفي 2021). متاح على الموقع <https://democraticac.de>
34. الحديدي منى، الإعلان؟ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 2002).

35. الحسن هناء عوض محمد، أحمد عبد العزيز الكاروري، شبكات التواصل الاجتماعي: الطريق إلى تنمية الشباب (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2018).
36. الحضيف محمد بن عبد الرحمان، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب (الرياض: مكتبة العبيكان، ط2، 1998).
37. الحمادي خالد حمد، اسهامات منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الأمن ومواجهة الأمن ومواجهة الجريمة (الإمارات العربية المتحدة: مركز الشرطة، الشارقة، ط1، 2017).
متاح على موقع <https://www.socioclub.net>
38. الحمداني بشرى حسين، التربية الاعلامية ومحو الامية الرقمية (الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2015). متاح على موقع <https://books4arab.me>
39. الحمودي، سلوى بنت عبد الله، سرى بنت إبراهيم العايد، أثر تطبيق الحكومة الإلكترونية في تحقيق الشفافية الإلكترونية ودورها في الحد من ممارسات الفساد الإداري في الأجهزة الحكومية في منطقة الرياض، بحث ميداني (مركز البحوث والدراسات معهد الإدارة العامة، ط1، 2017).
40. الحوري عكلة سليمان، كامل عبود العزاوي، الإعداد النفسي للرياضيين (الأردن: دار الكتاب الثقافي للنشر، 2016).
41. الدراسات المستقبلية (الإمارات العربية المتحدة: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، 2019). متاح على الموقع <https://www.ecssr.ae>
42. الدعي غالب كاظم جيا، الإعلام الجديد اعتماديّة متصاعدة وسائل متجددة (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2016)
43. الدليمي إياد هلال حمادي، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وظيفة إخبارية أم ترف إعلامي (الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2021).
44. الدليمي عبد الرزاق محمد، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد (الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2012).
45. الدليمي عبد الرزاق، الإعلام المتخصص (عمان: دار اليازوري العلمية، 2015).
46. الدليمي عبد الرزاق، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015).
47. الدليمي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016).

48. الدليمي عبد الرزاق، الإعلام الرقمي و المجتمعات المعاصرة (عمان: الابتكار للنشر والتوزيع، ط 1، 2018).
49. الدليمي عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي، نظرة عن قرب (المنهل، 2020).
متاح على موقع <https://books.google.com>
50. الديهي محمد الدين إسماعيل، الإعلام التربوي الحديث (الإسكندرية: الناشر مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015).
51. الديهي محمد الدين إسماعيل، تأثير التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين (الإسكندرية: الناشر مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2015)
52. الدوري زكريا ، أحمد على صالح، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019).
53. الربيعي محمد كحط، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية_ (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، 2015). متاح على موقع <https://archive.org>
54. الرحباني عبير، الإعلام الإلكتروني (الرقمي) (الأردن: دار أسامة، ط1، 2012).
55. الرحباني عبير شفيق، الاستعمار الجديد الإلكتروني والإعلام (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، ط1، 2015).
56. الرزو حسن مظفر، فضاء التواصل الاجتماعي العربي، جماعاته المتخيلة وخطابه المعرفي (بيروت: مركز دراسات الوجد العربية، ط1، مارس 2016).
57. الزيدي طه احمد، الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل الالعب الإلكترونية (بغداد: اصدار المجمع الفقهي العراقي ، قضايا الفقه المعاصرة 4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2018). متاح www.noor-book.com
58. الساعاتي سامية، الشباب العربي و التغيير الاجتماعي الشباب العربي والتغيير الاجتماعي (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2003).
59. السعدي مؤيد نصيف جاسم، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة على موقع الفيس بوك (قسنطينة: ألفا للوثائق، ط1، 2016).
60. السلطاني عزيمة عباس ، حسين عمر سليمان الهروتي، علم النفس الرياضي: مفاهيم ومقاييس نفسية (دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2021). متاح على الموقع <https://books.google.dz>

61. السوداني الحسن، محمد المنصور هيبية، شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على جمهور المتلقين (الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، 2016).
62. السويدي جمال السند، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفاسبوك (مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ط4، 2014).
[/https://archive.org](https://archive.org)
63. السيد محمود أحمد، دليل استشاري لمعلم اللغة العربية حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية (المنظمة العربية للتربية والثقافة و العلوم) متاح على موقع www.archive.org
64. عبد الحميد محمد الشاذلي، الاغتراب النفسي لدي الشباب الجامعي (القاهرة: مجموعة اجيال لخدمات التسويق والنشر ط1، 2008). متاح على الرابط
<https://drive.google.com/file/d/1eU7YjZh3EGWpnTdeBKUtdYSoPrshT-OZ/view>
65. الشريف عبد العزيز، الإعلام الالكتروني (عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2014).
66. الشريف محمد بن موسى، الثقافة الآمنة (دار ابن كثير، 2012). متاح
www.noor-book.com
67. الشعراني عبد الله موسى علي، عاصمة الحزم، دراسة علاقة بين الإعلام التفاعلي والوعي السياسي (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، 2017).
68. الشمايلة ماهر عودة ، محمود عزة اللحام ، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
69. الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، مصر لا تزال تعتمد في دساتيرها على القوانين التقليدية (القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي 2016).
70. الضامن منذر، أساسيات البحث العلمي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1، 2007). متاح على الرابط
https://archive.org/details/sam1977797_gmail_20160611_2023/page/n1/mode/1up

71. الضلاعين نضال فلاح، و آخرون، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري (عمان: دار الإصدار للنشر والتوزيع، ط1، 2016).
72. الطائي مصطفى حميد ، خير ميلاد ابو بكر، مناهج البحث العلمي، و تطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (الاسكندرية: دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، ط1، 2007).
73. الطائي يوسف حليم، علي عبودي نعمه الجبوري، التسويق الاعلامي كمدخل لسايسلوجية الجمهور (مصر: المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2018).
74. الطرابيشي شريف كمال سامي، كل شيء عن الفيس بوك وثروة الغضب (دار الروضة للنشر والتوزيع، ط1، 2011).
75. الطعاني سليمان، الوجيز في التربيّة الإعلامية (عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع، ط1، 2020).
76. العبد عاطف عدلي، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربيّة (القاهرة دار الفكر العربيّ ، دار الإيمان للطباعة، 2011).
77. العنبي طارق بن موسى، الاغتراب، دراسة تأصيليّة فلسفيّة علميّة (الرياض: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط1، 2018).
78. العززي وديع، الاعلام الجديد مفاهيم ونظريات (الأردن: دار المناهج لنشر والتوزيع، ط1، 2015).
79. العسكري عبدوا عبد الله، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية (دمشق: دار النمير، سلسلة منهجية البحث العلمي 1، ط2، 2004). متاح على الرابط <https://www.noor-book.com>
80. العلق بشير، أساسيات وتطبيقات الترويج الإلكتروني والتقليدي، مدخل متكامل (الأردن: دار اليازوري العلميّة، 2008).
81. العلي رضوان مفلح ، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مدخل الى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي (عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
82. الغندور محمد جلال، البحث العلمي بين النظريّة والتطبيق (القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
83. الفقيه محمد عبد الوهاب الكافي ، حاتم علي حيدر الصالحي، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسريّة للشباب العربيّ (ضمن المطبوعات العربيّة المحكمة للكرسيّ عام 2016، كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعيّ، جامعة الإمام محمد بن

سعودة الإسلامية ، فهرسة مكتبة الملك فهد اثناء النشر) متاح على الرابط

https://archive.org/details/20200506_20200506_1739/page/n1/mode/1u

p

84. الفلاحي احمد على، الاغتراب في الشعر العربي في القرن السابع الهجري دراسة اجتماعية نفسية (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013).
85. الفلاحي حسن على، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، عمان: دار غيداء، (2013).
86. الفطافطة محمود، علاقة الاعلام الجديد بحريّة الرأي والتعبير في فلسطين الفيس بوك نموذجاً (المركز الفلسطيني للتنمية و الحريات الإعلامية(مدى)،(2011). متاح على https://accronline.com/book_detail.aspx?id=84
87. الفريجات غالب، العولمة والهوية في الثقافة (طبع بدعم من وزارة الثقافة، 2019). متاح على الرابط <https://books.google.dz/books?id=2LvcDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr#v=onepage&q&f=false>
88. القندبجلي عامر ابراهيم، الإعلام والمعلومات والإنترنت (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2013).
89. الكيلاني رانيا محمود، التّحرش الجنسي من الواقع الاجتماعي إلى الفضاء الافتراضي (القاهرة: روابط للنشر والتوزيع، ط1، 2018).
90. آل سعود سعد، الاتصال والإعلام السياسي (المملكة العربية السعودية: الناشر القنوات، ط 1، 1427).
91. المحارب سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة (لبنان: جداول للنشر والتوزيع، ط 1، 2011).
92. المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الاتصال (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، 2015).
93. سعد سلمان المشهداني، الإعلام التلفزيوني وتأثيره في الجمهور (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012)
94. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث الإعلامي (الإمارات العربية المتحدة، العين: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2020).

95. المشهداني سعد سليمان ،فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة (عمان: دار امجد للنشر و التوزيع ، 2020).
96. المصراطي عبد الله أحمد، الفساد الإداري، نحو نظرية اجتماعية في علم الاجتماع الانحراف والجريمة (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 2011).
97. عبد الحميد المغربي، المهارات السلوكية والتنظيمية لتنمية الموارد البشرية (المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، 2007).
98. المفلاح خضرة عمر، الاتصال(المهارات والنظريات وأسس عامة) (عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
99. المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها(التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم (الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2013).
100. المقدادي كاظم شنون، الإعلام الدولي والجديد، وتصعد السلطة الرابعة (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ط 1، 2013).
101. المكاوي حسن ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1998).
102. المكينزي عادل بن عبد القادر، الإعلام الرقمي وسبل مواجهة الإرهاب (الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر، 2019)
103. الموسوي حسن علي ، حسين دبي الزويني، تجليات الإعلام التليفزيوني: عوالم خفية وقضايا المعاصرة (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2020).
104. الموسوي محمد محي، تلفزيون الواقع وظاهرة الاغتراب الثقافي عند الشباب الجامعي، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2016) متاح على موقع <https://archive.org>
105. النبالي عبد الله العبد، علم الاجتماع (عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع، 2019).
106. الهلالي جاسم رمضان، الدعاية الإعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية (عمان: دار النفائس لنشر والتوزيع، 2012).
107. الوزان عبد الله، دراسات إعلامية حول دور القنوات الفضائية ومصداقيتها العنوان الفرعي واستخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي(الفيس بوك تويتر اليوتيوب) (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، ط1، 2017).

108. اليماني غادة عبد التواب، بحوث ودراسات في الإعلام البناء المنهجي والاستدلال الإحصائي (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر، 2014).
109. رضا أمين، الإعلام الجديد (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
110. إيغوركون، البحث عن الذات-دراسة في الشخصية ووعي الذات، ترجمة غسان بن نصر (دمشق: دار معد للنشر والتوزيع)
- <https://drive.google.com/uc?id=1FLwHts8ikOmKL4-chywdowbMBnap6D5O&export=download>
111. باش حسان شمسي، ماجد حسان باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق. (أبو ظبي: دار القلم، حروف للنشر والتوزيع، ط1، 2020).
112. بالنافر مارك ، ستيفاني هيميلرمك، بريان شوسميت، نظريات ومناهج الإعلام، تر عاطف حطبية (القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 2017).
113. بركات حلیم، الاغتراب في الثقافة العربية، متاهات الإنسان بين الحلم والواقع (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2006).
114. بسيوني أحمد عبد الغفار، الإعلام الرقمي الجديد (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2018).
115. بعلبكي رمزي منير، اللغة و الهوية في الوطن العربي، إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية (قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، كانون الثاني/يناير 2013).
116. بليث اليكس، التسويق الإلكتروني المتميزة كيف نسفيد الاستفادة قصوى من الإنترنت في تسويق عملك، تر أسماء عليوه (القاهرة : مجموعة النيل العربية، ط1، 2013).
117. بن جخذل سعد الحاج ، العينة والمعينة مقدمة منهجية قصيرة جدا (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، 2019). متاح على الرابط
- https://archive.org/details/20200416_20200416_1853
118. بن ناصر أيمن بن حمد العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة مقارنة- (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد، ط1، 2016). متاح على الموقع www.archive.org

119. شريف بوعلام، النقد الاجتماعي في النظرية النقدية فرانكفورت: أنموذج هربرت ماركيوز(عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، 2018). متاح على موقع WWW.BOOK.GOOLE.COM
120. بوعمامة العربي، وآخرون، المرأة وتكنولوجيات الاتصال الجديدة، نحو استحضار مقارنة النوع الاجتماعي (الجزائر: ألفا للوثائق، ط1، 2020).
121. تيغزة زهرة، و آخرون، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1 ، 2019). متاح على موقع <https://democraticac.de>
122. بيرغر آرثر آسا، وسائل الإعلام والمجتمع: وجهة نظر نقدية، تر صالح خليل أبو أصبع (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 386، مارس 2012). متاح على <https://booksjadid.top>
123. جاسم وجدان فهد، الانفتاح الإعلامي وتداعياته على المرأة (البحرين: هيئة شؤون الكتاب، 2010).
124. جرار ليلي أحمد، الفيس بوك والشباب العربي، الفيس بوك والشباب العربي (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012).
125. حجابي مصطفى، الإعلام الاجتماعي و تأثيرته على الناشئة في دول مجلس التعاون (البحرين: سلسلة الدراسات الاجتماعية، ط1، العدد 63، 2011). متاح على الرابط <https://maqsurah.com/home/items/content/48379/81049#book/2>
126. حسن محمود شمال، سايكولوجية خطاب الفضائيات: جاذبية الصورة والثقافة الوافدة (بيروت: دار الكتب العلمية، 2013).
127. حسنين رجب عبد الحميد، المكتبات الأكاديمية ودورها في إدارة رأس المال الفكري. العربي للنشر والتوزيع، 2022). متاح على الموقع <https://www.google.dz/books>
128. حسين إيمان فتحي عبد المحسن، برامج المصارعة الحرة بالفضائيات و العنف لدى المراهقين (القاهرة: المكتب العربي للعارف، ط1، 2016).

129. حسين رؤوف سالم أحمد، الإعلام الصحي وتطبيقاته في المجالات الطبيّة (مصر: دار العلم و الإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2018). متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org
130. حسين يوسف عبد علي ، حنين حاتم عبد الله، الإعلام الإلكتروني (الأردن: دار دجلة، ط1، 2016).
131. حكيم طلعت ، تقديم مصطفى الشراوي، علم النفس الإعلامي: رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية (مصر: مكتبة الانجلو العربية، 2018). متاح على الموقع الإلكتروني www.books.google.com
132. أيمن حماد، الاغتراب في الرواية العربيّة المعاصرة (مركز الكتاب الأكاديمي، 2021).
133. حماد حسن، الإنسان المغترب عند ايريك فروم (القاهرة: مكتبة دار الكلمة، 2005).
134. خليفة عبد اللطيف محمد، دراسات في سيكولوجية الاغتراب (القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع، 2013).
135. خضر محمود، الإعلام والمعلومات والانترنت (الأردن: دار ومكتبة الكندي لنشر والتوزيع، ط 1، 2015).
136. خلف جليلة عبد الله، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية -دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية نسيج-محيط- البوابة (الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ط 1، 2014).
137. دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص. (بيروت: المركز العربي للبحوث القانونية، ط1، 2017).
138. دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا (الرياض: مركز المحتسب للاستشارات، ، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1، 1438هـ).
139. چون ديوي، الحرية والثقافة، وكالة الصحافة العربية، ترجمة أمين مرسي قنديل (2020). متاح على الرابط <https://www.noor-book.com>
140. ذويب عثمان محمد. الخبر الصحفي والإلكتروني (الأردن: دار أسامة لنشر والتوزيع، ط 1، 2019).

141. راجح الصادق وآخرون، دراسات في الإعلام الإلكتروني، الإشكاليات المنهجية، الممارسات ومرحلة ما بعد الإعلام الإلكتروني (الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي، ط 1، 2019).
142. راضي محمد فخري، دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي (عمان: دار المجد لنشر والتوزيع، 2014).
143. راضي وسام فاضل، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2017).
144. رجب محمد، الاغتراب سيرة مصطلح (القاهرة: دار المعارف، ط3، 1988).
145. ريان محمد سيد، الإعلام الجديد (القاهرة: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، ط1، 2012).
146. Hugh Brooks , Ravi Gupta ، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، تر عاصم سيد عبد الفتاح (القاهرة: المجموعة العربية للنشر، ط1، 2017).
147. زاير سعد علي، عهد سامي هاشم، علاء عبد الخالق المنداوي، الاتصال والتواصل التعليمي (عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، ط1، 2020).
148. زهران سناء حامد، إرشاد الصحة النفسية لتصحيح مشاعر معتقدات الاغتراب (مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، 2004).
149. سرحان عبد الكريم، عائدة فخر الدين، مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال (الأردن: دار الشامل للنشر والتوزيع، ط 1، 2021). متاح على الموقع [/https://archive.org](https://archive.org)
150. سلام محمد توفيق، التنشئة السياسيّة وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، 2015). متاح على الرابط <https://rafbokasafnid.overdrive.com/media/3129277>
151. سليمان إيمان عبد الرؤوف، الإعلام الآلي والأداء التنظيمي (عمان: دار غيداء للنشر، ط1، 2020).
152. سينجليتري ميخائيل، جير الدستون، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، ترجمة عبد الله بن أهينة، سعد هادي القحطاني (المملكة العربية السعودية: مركز البحوث والدراسات الإدارية، معهد الإدارة العامة، 1420هـ). متاح على الموقع الإلكتروني [https://archive.org/](https://archive.org)

153. سليمان نسمة إمام، لغة التليفزيون وآثارها على الطفل (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، 2019)
154. شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة (لبنان: مركز الحرب الناعمة للدراسات، ط1، 2016). متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111140>
155. شبلول أحمد فضل، تكنولوجيا أدب الأطفال (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2000).
156. شريطي فوزي مراد، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد (عمان: دار أسامة للنشر، ط1، 2015).
157. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ط1، 2014).
158. صبحي سيد، راحة البال والشباب (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2001).
159. صبطي عبيدة، الإعلام الجديد والمجتمع، اشراف عبد الوهاب جودة حاييس (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018).
160. صلاح مروة عصام، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل (عمان: دار الإحصار للنشر والتوزيع، ط1، 2013).
161. صديق خليفة، أساسيات في الإعلام الدولي (عمان: دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2016).
162. صوفي عبد القادر بن محمد عطاء، آثار العولمة على تهديد الشباب، آثار العولمة على تهديد الشباب (سلسلة دعوة الحق، كتاب شعري محكم، رابطة العالم الإسلامي، السنة 23، العدد 215، 1427هـ). متاح على موقع <https://ktabpdf.com>
163. طالة لمياء، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، ط1، 2014).
164. طباجة يوسف عبد الأمير، منهجية البحث: تقنيات ومناهج (بيروت: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2008).

165. عامر فتحى حسين، الصحافة الإلكترونية، الحاضر والمستقبل (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2018).
166. عبد الحميد محمد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت (القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2007).
167. عبد الحميد محمد، المدونات الإعلام البديل (القاهرة: عالم الكتاب، ط 1، 2009)
168. عبد الرحمان زينب احمد ، تقديم مصطفى رجب، الطفل العربي والثقافة الالكترونية . (دسوق: دار العلم و الإيمان لنشر والتوزيع، ط1، 2015). متاح على الرابط على https://books4arabs.com/BORE01-2/_BORE01-362.pdf
169. عبد الرحمان منى أبو القاسم جمعه، الاغتراب الفكري والاجتماعي في الشخصية القومية العربية "دراسة تحليلية نقدية للشخصية القومية العربية المعاصرة (دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ط1، 2008).
170. عبد الرزاق انتصار إبراهيم ، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، اشراف موسى جواد الموسوي (بغداد: سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع ط1، 2011). متاح على الموقع [/https://wordpress.com/fr](https://wordpress.com/fr)
171. عبد السميع بهجات محمد، الاغتراب لدى المكفوفين، ظاهرة وعلاج (الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، ط 1 ، 2006).
172. عبد الغفار فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي (الأردن: الجندرية للنشر والتوزيع، ط1، 2015). متاح على الموقع <https://www.overdrive.com/search>
173. عبد الفتاح علي، إدارة الإعلام (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2014).
174. عبد الفتاح علي كنعان، صحافة، مفهوما وأنواعها (الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع، ط1، 2013).
175. عبد الفتاح علي كنعان، الصحافة الإلكترونية، في ظل الثورة التكنولوجية (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2014). متاح على www.ketabpedia.com

176. عبد الله على محمد، شباب الفيس بوك (مصر: وكالة الصحافة العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2017).
177. عبد الله ياسر نعيم، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي الشباب في الجامعات الفلسطينية نموذجا (الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2017).
178. عبد الهاشمي عبد الرحمان، أدب الأطفال: فلسفته.. أنواعه. تدريسه (الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2009).
179. عبد الواحد أمين رضا، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني (مصر: قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، 2007). متاح على الموقع www.noor-book.com
180. عبد الواحد محمود صديق، الولاء التنظيمي في المؤسسات الرياضية في القرن الواحد والعشرين- رؤية مستقبلية- (مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
181. عبده خالد جمال، الإعلام البديل على الإنترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، ط1، 2016).
182. عسيري فيصل محمد عيسى، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطفل والاستقرار الأسري في المملكة العربية السعودية (مصر: دار النهضة للنشر والتوزيع، ط 1، 2019).
183. عطية عطية خليل، أسس التربية (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، 2012).
184. عقيله عبد المحسن حامد احمد، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري (المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط 1، 2015). متاح على موقع <https://www.noor-book.com>
185. علاء الدين نرمين، إدارة إستراتيجيات تواصل المنظمات، عبر وسائل التواصل الاجتماعي (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2020).
186. علي أسامة عبد الرحيم، القيم التربوية في صحافة الأطفال (دراسة في تأثير الواقع الثقافي) (مصر: ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2005). متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org
187. عمارة محمد محمد، دراما الجريمة التليفزيونية دراسة سوسيو إعلامية (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008). متاح على الموقع الإلكتروني www.noor-book.com
188. عمر يحي السيد، الشباب العربي: أزمة هوية و مستقبل مهدد (اسطنبول: دار الأصالة للنشر والتوزيع، ط1، 2021).

189. عويس عفاف أحمد، ثقافة الطفل بين الواقع و الطموحات (مكتبة الزهراء، ط3، 1993).
190. عواج سامية وآخرون، تطبيقات التواصل الاجتماعي، في المجال الإعلامي، الإعلاني، العلاقات العامة والسياحة (عمان: دار الأيام لنشر والتوزيع، ط 1، 2019).
191. عيساوي أحمد محمود، الإعلام الجديد، وتداعيات الموجة الاتصالية الجديدة المعاصرة -مقاربات تحليلية منهجية (القاهرة، دار الكتاب الحديث، ط1، 2017).
192. غازي خالد محمد، الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح (جمهورية مصر العربية: وكالة الصحافة العربية، ط1، 2016).
193. غازي خالد محمد (صحافة الخط الساخن، أطر قديمة وأخرى مستحدثة، وكالة الصحافة العربية، 2021).
194. غازي خالد محمد، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية، مفاهيم تأسيسية عربية . (جمهورية مصر العربية: وكالة الصحافة العربية(ناشرون)، 2022).
195. غلاب صليحة ، ليليا عين سوية، الإشهار الإلكتروني -متطلباتها، أشكاله، اساليبه- (الجزائر: ألفا للوثائق، ط 1، 2020).
196. غيدنز أنتوني ، فيليب صاتن، مفاهيم أساسية في علم الاجتماعي، تر محمود النوادي، مراجعة سعود المولى (قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2018).
197. فرح محمد علي، صناعة الواقع الإعلام و ضبط المجتمع : أفكار حول السلطة والجمهور و الوعي والواقع (بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات، ط 1، 2014).
198. فروم ايريش، كينونة الإنسان، تر محمد حبيب (دار الحوار لنشر والتوزيع، ط1، 2013).
199. فريد دعاء، الصورة الذهنية للمجتمع الإسرائيلي (الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط1، 2016).
200. فلاناجين ، أندرو ميريام ميتزجر، الإعلام الرقمي والشباب، فرصة فريدة غير مسبوقة، تر مصطفى هبة متولى (القاهرة: صدرها الهيئة العامة لقصور الثقافة، سلسلة الثقافة الرقمية ،سلسلة شهرية، 2009).
201. فيصل عبد الأمير، مدخل في الصحافة الإنترنت (الإمارات العين: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2014).

202. قمحية حسان أحمد، الفيس بوك تحت المجهر (الجيزة: النخبة للناشر والتوزيع، ط1، 2017).
203. كافي مصطفى يوسف، الرأي العامّ ونظريات الاتصال (عمان: دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
204. كافي مصطفى يوسف، الإعلام التفاعليّ (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2016).
205. ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعيّ، تر أحمد مغربي (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2016).
206. ماجد ريما، منهجية البحث العلميّ إجابات عملية لأسئلة جوهريّة (بيروت: مؤسسة فريديش، دط اكتوبر 2016). متاح على الرابط
<https://drive.google.com/file/d/1YQmsfCBU8AM5A4-gWvdqaZ3btXKQXano/view>
207. مجموعة من الأكاديميين في مجال العلوم الإنسانية، مواقع التواصل الاجتماعيّ وتعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقميّ، اشراف السعيد مبروك ابراهيم (القاهرة: دراسة من اعداد مؤسسة الباحث للاستشارات البحثية، 2019).
208. محمد روبي، عمر عمور، مؤشرات الصحة النفسية من منظور نفس اجتماعي، الإغتراب النفسي/الرضا عن الحياة (الأردن: دار البداية، ط1، 2016).
209. محمود خالد أحمد علي، الاستثمار المعرفي، وعلاقتها بالآثار السياسيّة والاجتماعيّة لاستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الاسكندرية: دار الفكر الجامعيّ، ط1، 2019)
210. مرسي محمد عبد العليم، المنظور الإسلامي للثقافة والتربية دراسة في اجتماعيات التربية (الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 1996). متاح على الرابط
https://books.google.dz/books?id=dJCRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
211. مساعديّة لزهرة، نظريّة الاغتراب عند المنظرين العربيّ والغربيّ (الجزائر: دار الخلدونيّة للنشر والتوزيع، 2013).
212. مصطفى بتول السيد، الإعلام التفاعليّ (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأء ناشرون وموزعون، ط 1، 2019).

213. ممدوح غادة سيد أمين، العنف الإعلامي: سيكولوجية العدوان نفسيا واجتماعيا (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2019). متاح على الموقع الإلكتروني <https://books.google.com/?hl=ar>
214. منصر خالد، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة واغتراب الشباب (دولة الإمارات العربية الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي، ط1، 2016). متاح على موقع <https://archive.org>
215. مهري شفيقة، قضايا و رهانات بحثية راهنة (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019).
216. موسى انتصار رسمي، اوراق علمية ورؤى مستقبلية في التصميم الكرافيكي (بغداد: مكتب الفتح، 2017).
217. ميرثي ديراج، تويتر التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، تر محمد عبد الحميد مهران (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2014).
218. ميلود ولد الصادق، الاغتراب السياسي، في الوسط الطلابي دراسة استطلاعية لرأي المجتمع الطلابي في العملية السياسية في العالم العربي (مركز الكتاب الأكاديمي، 2015).
219. معبد اعتماد خلف، الطفل والعنف في التلفزيون: دراسة وثائقية (القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية، الإدارة المركزية للمراكز العامة، مركز توثيق و بحوث أدب الطفل، 2004). متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org
220. ناجي عباس، الصحفي الإلكتروني (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، 2011).
221. ناجي عباس حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دراسة مقارنة -العربية نت، حيط، راديو سوا، اذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، وكالة نينا أنموذجا- (الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، 2016).
222. نبيح أمينة، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد، موقع facebook نموذجا (عمان: دار غيداء للنشر و التوزيع، ط1، 2019).
223. هاوس بيترج نورت، القيادة الإدارية النظرية و التطبيق، تر صالح بن معاذ المعيوف (الرياض: مركز البحوث والدراسات، 2018). متاح على الموقع الإلكتروني www.archive.org

224. هتيمي حسين محمود، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي (الأردن: دار أسامة ، ط1، 2015).
225. هيكل أسامة، حروب الجيل الرابع عنوان فرعي الإعلام وتفتيت المجتمعات (القاهرة: سما للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
226. وداعة الله محمد العوض محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي (دار الخليج للنشر والتوزيع، 2020). متاح على الموقع www.books.google.com
227. يوسف محمد عباس، الاغتراب الإبداعي، لدى الفئات الإكلينيكية (القاهرة: دار غريب، ط1، 2005).
228. يوسف محمد خيرت، مؤشرات التقييم الإعلامي (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، 2015). متاح على موقع <https://books.google.com/?hl=ar>

المقالات

229. اسعيداني سلامي، فقيري ليلي، اخلاقيات الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين من خلال شبكات التواصل الإعلامي دراسة ميدانية، مجلة اسهامات للبحوث والدراسات، كلية العلوم انسانية واجتماعية، جامعة غرداية، المجلد3، العدد1، جوان 2018، الصفحات 124 151 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166626>
230. الباردي سعود بن مبارك، جودة الحياة وتأثيرها على الاغتراب لدى المعلمين المغتربين في بعض المحافظات التعليمية بسلطنة عمان، المجلد12، العدد1، أوت 2019، الصفحات 103 157 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90663>
231. إبراهيم فاطمة مدحت، الاغتراب الثقافي و علاقته بمرونة الأنا لدى طلبة المرحلة الإعدادية، مجلة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد4، المجلد4، بغداد، كانون الأول 2018، الصفحات 313 - 337 . متاح <https://www.iasj.net/iasj/article/158131>
232. ابوشعيرة خالد محمد، الاغتراب في النسق الاجتماعي لدى الشباب الجامعي في ضوء بعض المتغيرات، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 21، العدد 2، ابريل 2013، المملكة العربية السعودية، الصفحات 99 134. متاح <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJEPS/article/view/529/489>

233. البدوي الصديق عبد الصادق ، ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري-دراسة ميدانية بكلية التربية بجامعة البطانة السودان- مجلة الروائز، المجلد 3، العدد2، ديسمبر 2019، جامعة الحاج لخضر باتنة، الصفحات 21 43 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/129935>
234. الجبوري راضي حسن، حلاحي البديري، الاغتراب النفسي لدي طالبات كلية التربية للبنات ، مجلة كلية التربية، العدد35، ماي 2019، الصفحات 589 610 متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=249372>
235. الدراجي حسن علي سيد ، وطنية رهن أمير، أثر أسلوب صرف التفكير في خفض الشعور بالاغتراب الثقافي لدى طلبة جامعة بغداد، مجلة نسق، العدد 2، حزيران 2014، الصفحات 77- 124 المقال متاح على موقع المنصة العراقية للمجلات رابط المقال <https://www.iasj.net/iasj/article/171172>.
236. الزاوي أحمد المهدي، الزاوي خيرة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المقاصد السياحية الداخلية "مدينة بوسعادة أنموذجاً"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة ، المجلد 3، العدد 6، ديسمبر 2018، الصفحات 179 193 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/72357>
237. الشجري محمد حويش علاوي، دور الأبعاد الثقافية للمجتمع في تشكيل ملامح التطبيقات الحاسوبية المقبولة دراسة ميدانية لآراء عينة من المحاسبين والمدققين العاملين في البيئة العراقية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، المجلد 2 العدد 23، جوان 2011، الصفحات 285 328. متاح على الرابط <https://journals.qou.edu/index.php/jrresstudy/article/view/1144>
238. العرب اسماء ربحي ، علاء زهير عبد الجواد الرواشيد، الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الأردني في عصر العولمة، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 9، العدد 2، 2016، الصفحات 221-224 متاح على الرابط <https://journals.ju.edu.jo/JJSS/article/download/7751/5621>
239. العماري الصديق الصادقي، الثقافة بين الأنا و الآخر - مقاربات التفكير، مجلة الرستمية، المجلد 2 ، العدد 1، جوان 2021، الصفحات 27 49 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/152411>

240. العنزي عدنان مشرف و الأنصاري بدر محمد، العلاقة بين الأبعاد الثقافية العالمية ونموذج العوامل الخمسة للشخصية لدى المعلمين الكويتيين وغير الكويتيين، مجلة الدراسات التربوية والنفسية جامعة سلطان قابوس، مجلد 12، العدد1، يناير 2018، الصفحات 76 95 متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=127238>
241. القرشي هدى عبد ربه حميد، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع، المجلة العلمية لكلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد 37، العدد6 ، يونيو 2021، الصفحات 107 131 متاح على الرابط https://mfes.journals.ekb.eg/article_184014.html
242. الكواز عدي غانم محمود ، محمود سلوان خالد ، علي محمود مطر، دراسة مقارنة في ظاهرة الاغتراب النفسي بين طلبة الصف الأول وطلبة الصف الرابع في كلية التربية الرياضية، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 11، العدد4، 2012، الصفحات 444 474 متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=85569>
243. المصليحي نجلاء محمود رؤوف ، ، مواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب السياسي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي في مصر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 9، العدد 3، جويلية 2020، الصفحات 105 143 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/126110>
244. النوعي عبد القادر ، سحوان عطاء الله ، ظاهرة الاغتراب بين التحليل الاستمولوجي والتحليل السوسولوجي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 1، الصفحات 314 340. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90671>
245. بحري صابر، خرموش منى، الاغتراب المهني من منظور على النفس العمل والتنظيم بين التناول وإشكالية المفهوم، مجلة آفاق للعلوم، المجلد1، العدد1، جانفي 2016، الصفحات 70 79 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12686>
246. بلعباس يوسف ،، اللغة العربية في وسائل التواصل الاجتماعي بين مآلات الاضمحلال ومقومات الصمود، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك من طلبة قسم اللغة العربية بجامعة أحمد زبانه غليزان، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد7، العدد 2، أبريل 2022، الصفحات 729 755. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/184799>

247. احمد بل مودن، ثاني عتيق، ثاني الرشدان، فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في التحصيل لدى طلبة الصف الثاني الثانوي في مدارس محافظة المحرق- مملكة البحرين في ظل جائحة كورونا، مجلة جامع الناصر، المجلد1، العدد 17، يناير_يونيو 2020، الصفحات 13 44 متاح على الرابط <http://search.shamaa.org/FullRecord?ID=287331>
248. بلهامل مفيدة ، نادية جبار ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية - دراسة تحليلية على عينة من تنزيلات المدونين على موقع اليوتيوب، مجلة المعيار، مجلد 23، العدد2، مارس 2019، الصفحات 381- 405 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82489>
249. بليدودح ، كوكب الزمان، واقع الاغتراب السيكولوجي لدى اللاجئين السوريين بالجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد8، العدد 27، ديسمبر 2016، الصفحات 515- 527 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/40739>
250. بن البار موسى، تبني التسويق الالكتروني من خلال المواقع الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد 02، ديسمبر 2019، الصفحات 231 290 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/104186>
251. بن بعبوش أحمد عبد الحكيم ، سمية مجبونة، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجوار بين الزوجين-دراسة ميدانية على موظفي بلدية نشفي ولاية جيجل- مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 17، العدد 2 ، جانفي 2022، الصفحات 434 457 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/178967>
252. بن عمارة سمية ، بن زاهي منصور ، الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب مستخدم الإنترنت : دراسة ميدانية لعينة من الشباب بمقاهي الإنترنت بولاية وقله، مجلة دراسات نفسية وتربوية ،مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، المجلد6، العدد1، 2013/06/10 ، الصفحات 45 70 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/5432>
253. بن قشوة جلول ، زينب الرق، أثر الإعلان الإلكتروني على سلوك المستهلك دراسة تحليلية لآراء عينة من متصفح الموقع الإلكتروني لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، مجلة

- معارف، قسم العلوم اقتصاديّة، المجلد 11، العدد 21، ديسمبر 2016، الصفحات 62-79،
متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/53793>
254. بوالصوف مريم، قرناني ياسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المسؤولية الاجتماعية لجمعيات حماية البيئة دراسة تحليلية لصفحة جمعية **Green bike** لولاية عنابة على الفيسبوك، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية المجلد 7، العدد 01، 2021 جوان، الصفحات 953-974، متاح على الرابط .
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/156185>
255. بوداود إبراهيم استخدام تكنولوجيا المعلومات Tic في ظل مفهوم وساطة المعرفة: ارساء نظري، إشارة، مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف وعلم المكتبات، عدد 6 خاص، 2016، الصفحات 163-190. متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/83639>
256. بوزار نور الدين، مقارنة مدرسة فرانكفورت لمشكلة الاغتراب الانساني كأزمة للإنسان المعاصر، مجلة التدوين، المجلد 12، العدد 2، 30 جويلية 2020، ص 281-267-288 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123286>
257. بوهدة شهرزاد، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة الفيس بوك لإذاعة المدينة نموذجاً، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 3، العدد 2، جانفي 2021 الصفحات 363\384. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142002>
258. بوحوالي محمد، استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي شبكة تويتر نموذجاً دراسة تحليلية لعينة من الصفحات وسائل الإعلام عبر تويتر، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 8، العدد 1، الصفحات 71-72 متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/142097>
259. بودهان يامين، مريم يخلف عزة التصميم الجرافيكي في الإعلان ودوره في جذب انتباه المتلقي دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 7 العدد 1، ماي 2018، الصفحات 129-154 متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/50307>

260. بوشناق التالفة، المرأة الجزائرففة فف المجال العام الافتراضف دراسة تحلففة لآفاف ظهور ومشاركة المرأة فف النقاش العام الافتراضف عبر الفاسبوك، مجلة انسنة للبحوث والدراسات، المجلد 11، العدد 1، جوففة 2020. الصفحات 46-59 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123623>
261. بوطهرة آسفا الففسبوك وتأثره على الاتصال الأسرفف فف الجزائر : دراسة مفدانفة على عفة من الأسر لمفنة أم البواقف، المجلة الجزائرففة لبحوث الإعلام والرأف العام المجلد 1، العدد 2، جوان 2018، الصفحات 130-150. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/125631>
262. بوطورة حنان، منصورف سمفرة، الاغتراب الثقافف بالمجمعات المعاصرة و علاقته بالثقافة الجماهرفة من منظور نظرفة الثقافة الجماهرفة لماكدونالد، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعف، جامعة عبد الحمفد بن بادفس مستغانم، المجلد 8، العدد 4، 2021، الصفحات 191-224 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/173918>
263. بوعمامة العربف، عمر أوسامة، الإعلام الجفدف و تحفده لاتجاهات الأستاذ الجامعف نحو قضفة التءخل الأجنبف فف منطقة الساحل (دراسة وصففة تحلففة لعفنة من أساتذة جامعة مستغانم وسفدف بلعباس)، مجلة الحوار المتوسطف، المجلد 6، العدد 2، سبتمبر 2015، الصفحات 153-185. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/11726>
264. تاورفب نور الففن: الفلسفف الى ما بعد الحءاة محاولة لتحلفب تطور مفهوم الاغتراب و ازمة الانسان المعاصر ، مجلة الحكمة للدراسات الفلسففة ، المجلد 1، العدد 1 ، جانفف 2013، الصفحات 197-211 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/65615>
265. جفدف زلفخة، مجلة الباحث فف العلوم الإنسانفة والاجتماعفة، جامعة وافف سوف (الجزائر)، المجلد 4، العدد 08، جوان 2012، الصفحات 346-361 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/20489>
266. جسام سناء أحمد الحضور الوجودف وعلاقته بالاغتراب الثقافف لاف مدرسف المدارس الثانوفة، مجلة الاستاذ، المجلد 2، العدد 221، بغداد، 2017، الصفحات 347-369. متاح على الرابط <https://www.iasj.net/iasj/article/126273>

267. جنجون محمد زهير حسين، الاغتراب النفسي وعلاقته بالصحة النفسية لدى الطلبة النازحين في المرحلة المتوسطة، العدد 34، 2017، الصفحات 549-570. متاح على الرابط <https://www.iasj.net/iasj/article/139325>
268. حاج موسى اخلاص محمد عبد الرحمان، إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وسط طلاب الجامعات و أثره على الهوية الثقافية -دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة ودمدني الأهلية ولاية الجزيرة السودان، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي، برلين ألمانيا، العدد 19، جوان 2021، الصفحات 87-64. متاح على الموقع <https://democraticac.de>
269. حبيرش نجاه، عبد الرحمان سولمية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر-اليوتوب أنموذجا- من وجهة نظر طلبة علم اجتماع الاتصال بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 2، جوان 2022، الصفحات 1107-1120. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189381>
270. حجاج، المدني، زياني مروان، الاغتراب في ظل العولمة، مجلة العلوم الانسانية والحضارة، العدد 1، جانفي 2020. الصفحات 19-35. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/730/2/1/151007>
271. حماد ناقد حسين ، وليد الغرابوي، الشّباب في السنة النبوية دراسة موضوعية، سلسلة الدراسات الاسلامية، المجلد 19، العدد 1، يناير 2011، الصفحات 1-38. متاح على الرابط <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJIS/article/view/1337>
272. حميدان سلمي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية للشباب الجزائري-دراسة ميدانية-مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر، المجلد 24، العدد 1، 2020، الصفحات 521-538 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/108015>
273. حنون نزهة، ، المدونات الإلكترونية فضاء لحرية الرأي والتعبير دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال والسمعيّ البصريّ جامعة قسنطينة 3، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 1، العدد 2، ديسمبر 2015، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، ص 116 . الصفحات 111-132. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2587>

274. ختير فوزية فاطمة، ، إدارة المخاطر الخاصة بالأرشيف الإلكتروني، إشارة مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف وعلم المكتبات، المجلد3، العدد1، جوان 2016، الصفحات 38-47، متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/96579>
275. خلفون أسماء، الاغتراب الثقافي دراسة نفسية واجتماعية، الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد4، العدد2، 2018، الصفحات 213 200 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/81843>
276. . خليل إلهام عبد الرحمان، ، تكافؤ القياس لمقياس CVSCALE لقيم هوفستيد الثقافية: دراسة عبر ثقافية، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 4، العدد18، اكتوبر 2020، الصفحات 92-65. متاح على الرابط https://jasep.journals.ekb.eg/article_117887.html
277. رباش سفيان دور مواقع التواصل الاجتماعي في إحياء و ترقية المواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة الراصد لدراسات العلوم الاجتماعية، المجلد 2، العدد1، 2022، الصفحات 95-114. متاح <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/175710>
278. زايد حيدر فاتح ، نور كريم ياسر، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة (طلبة كلية الإعلام جامعة قار/أنموذجا)، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين ألمانيا، العدد 5، نوفمبر 2018، متاح على الموقع <https://democraticac.de>
279. زكري نرجس ، آمال بوعيشة، ، معنى الحياة عند مستخدمي الفيس بوك-دراسة ميدانية على بعض الطلبة بجامعة محمد خيضر بسكرة، مجلة العلوم النفسية والتربوية، المجلد 6، العدد 3، جوان 2020، ص 380. 374 388 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/120115>
280. سرير الحرتسي حياة، ربحي كريمة، تأثير أبعاد الثقة التنظيمية-دراسة تحليلية لأراء العاملين في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات NCA- مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد03، 2020، الصفحات 265 285 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112781>
281. سعداوي فاطمة الزهراء ، اتجاه النخب الجزائرية نحو استخدام موقع الفاسبوك دراسة ميدانية لعيّنة من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، مجلة بحوث ودراسات

في الميديا الجديدة، المجلد 2، العدد 3، سبتمبر 2021، الصفحات 7-16. متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/168321>

282. سعدي عتيقة، الاغتراب النفسي وتعاطي المخدرات لدى المراهق المتمدرس (دراسة حالة) مجلة العلوم النفسية والتربوية ، جامعة محمد خضير، بسكرة - الجزائر، المجلد 1، العدد 1، أكتوبر 2015، الصفحات 216-237. متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4836>

283. سلاطنية، بلقاسم، نوي إيمان الاغتراب الثقافي-دراسة ميدانية على عينة من طلبة القطب الجامعي شتمة(بسكرة)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 5، العدد 11، جوان 2013، الصفحات 19-30 متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/20774>

284. سميشي و داد ، الاستخدامات المهنية لشبكة لينكدان في التعليم العالي والبحث العلمي منظور تحليلي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 1، ماي 2019، الصفحات 250 269 متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90668>

285. سميشي و داد ، أمانة قجالي، أهمية القنوات التعليمية عبر اليوتيوب في تعزيز تعلم اللغات الأجنبية دراسة تحليلية لقناة FrenchPod101 نموذجاً، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 33، العدد 02، 2019، الصفحات 756 - 789 ، متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/99668>

286. شباح محمد ، موسى سعادوي، التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على السلوك الشرائي للمستهلك - دراسة عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، Revue des réformes économiques et intégration en économie mondiale، المجلد 13، العدد 1، 2019، ص 239. 234 250 متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/93937>

287. شرشار خديجة، بن دنيا فطيمة، الطفل الجزائري والتعليم الرقمي عبر اليوتيوب في ظل جائحة كورونا، قراءة في ظل التحديات، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها المجلد 13، العدد 01، 15 مارس 2021، الصفحات 2265 \ 2283، متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/146990>

288. شرقي فتيحة، ، دور الأرشيفي في حفظ ومعالجة الأرشيف الإلكتروني، مجلة المكتبات والمعلومات، مجلد 2، العدد 1، ديسمبر 2003. الصفحات 73 80 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/2352>
289. كمال صالح نانسي ، قرقوش إبراهيم زكي، علي، شند سمير محمد، مقياس العزلة الاجتماعية، مجلة الإرشاد النفسي، القاهرة، العدد 33، ديسمبر 2012، الصفحات 500 529 متاح على الرابط <https://www.abhathna.com/files/maqa/588.pdf>
290. رادية شيخي الأشكال اللغوية للكتابة على مواقع الاجتماعي دراسة اثنوغرافية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 2، العدد 1، ديسمبر 2019 ، الصفحات 130-158 . متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/154837>
291. طالة لامية المدونات الإلكترونية، أداة لممارسة السبيرديقراطية في الفضاء الافتراضي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، المجلد 19، العدد 39، ديسمبر 2018، الصفحات 181 198 متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/80176>
292. طبي منير ، الأرشيف في المؤسسات الإعلامية وضرورة التحول نحو الرقمنة، مجلة بيليو فيليا لدراسات المكتبات والمعلومات، المجلد 1، العدد 03، سبتمبر 2019، الصفحات 199-213، متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123705>
293. عاشور هناء ، الإنجليزية التدوين المرئي في الجزائر ودوره في تعليم اللغة الإنجليزية دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات التعليمية بقناة اليوتيوب، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 05، العدد 01، جويلية 2021، الصفحات 120-136 ، متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/163913>
294. عبد الله ، عبد الله ، الاغتراب النفسي وعلاقته بالصحة النفسية لدى طلاب الجامعة دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعة في الجزائر العاصمة، مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، مارس 2020، المجلد 08، العدد 01، جوان 2020، الصفحات 170 197. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112114>
295. عثمانى نعيمة، سايكولوجية الاغتراب، مجلة تطوير أكاديمية فصيلة محكمة ، المجلد 5، العدد 1، ماي 2018، الصفحات 165 178. متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/50761>

296. عرابي دنيا، العلاقة بين استخدام الانستغرام والأبعاد الثقافية لشباب في المجتمع المصري، دراسة مسحية في اطار نموذج هوفستد، المجلد 18، العدد4، ديسمبر 2019، الصفحات 605 632 متاح على الرابط.
https://joa.journals.ekb.eg/article_92471.html
297. علي شادي ربيع محمد، التحليل السيميولوجي لخطاب الإعلانات الخدمية دراسة تحليلية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة، المجلة المصرية للبحوث الاتصال الجماهيري، دورية محكمة نصف سنوية، تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف، المجلد1، العدد1، عدد ديسمبر 2020 الصفحات 179 205. متاح على الرابط
https://mebp.journals.ekb.eg/article_159409_222e20aa1894043f00f9e2231f11c6e1.pdf
298. عويدات عبد الله ، حمادنة لورنس، عبد الله عويدات، حمادنة لورنس، مظاهر الاغتراب عند معلمي المرحلة الأساسية في الأردن، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم إنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد2، الصفحات 129\149. متاح على الرابط
<http://repository.yu.edu.jo/jspui/handle/123456789/2946>
299. غروبة دليلة ، غروبة سلمى، إشكالية الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد3، أبريل 2019. الصفحات 121 143 متاح على الرابط
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/94523>
300. فنوري محمد ، بن زاهي منصور، علاقة الأسلوب المعرفي في تحمل /عدم تحمل الغموض بالاغتراب لدى إطارات مديرية الشباب والرياضة بتمنراست، مجلة آفاق علمية، المجلد 9، العدد2، 2017. الصفحات 225 249.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/33711>
301. قاسمي، أحمد ، سليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1، 2019) ص 18. متاح على الرابط
<https://democraticac.de/?p=58944>
302. قاسمي صونيا، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الاكاديمي لدى الطلبة الجامعيين دراسة حالة بجامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري مجلة الباحث الاجتماعي الصفحات، مجلة الباحث الاجتماعي، المجلد13، العدد 1، ماي 2017، 109_128

الصفحات 109 128 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/46212>

303. قبقوب عيسى ، عتيقة سعيدي، الاغتراب النفسي وتعاطي المخدرات لدى المراهق

المتدريس(دراسة حالة)، مجلة العلوم النفسية والتربوية، المجلد 1، العدد 1، أكتوبر 2015،

الصفحات 216 237. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4836>

304. قجالي آمنة، المنتديات، آلية من آليات التفاعل بين مستخدمي الصحافة الإلكترونية -

دراسة حالة لمنطدى نقاش حر للشروق أولاين الجزائري - الأكاديمية للدراسات الاجتماعية

والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، العدد 14، جوان 2015 ، الصفحات 70 85. متاح على

الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/73645>

305. قدي عبد المجيد ، زوروشي فيروز ، سلام عبد الرزاق، دور العدالة التنظيمية في الحدّ

من الاغتراب الوظيفي-دراسة ميدانية- *Revue des Reformes Economiques et*

Intégration En Economie Mondiale، المجلد 14، العدد 03، ديسمبر 2020،

الجزائر، الصفحات 76 86 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/140329>

306. قشمر علي لطفي علي، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الخلافات

الزوجية من وجهة نظر المتزوجين العاملين في الجامعات الفلسطينية، مجلة العلوم النفسية و

التربوية، المجلد 6، العدد 1، مارس 2020، الصفحات 144 167 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111140>

307. قرعوش كايد ، واخرون ، الثقافة الإسلامية: مفهومها، مصادرها، خصائصها،

مجالاتها (عمان:دار المناهج للنشر والتوزيع، 2014، متاح على موقع

<https://books.google.com>

308. قريوة زينب ، لمين هباش، زينب قريوة، لمين هباش، رهانات تحصين الهوية في ظل

غزو العولمة الثقافية:دراسة ميدانية وفق مقارنة سوسيو ثقافية على عينة من الأساتذة

الجامعيين. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 3، العدد 2، ديسمبر 2016، ص

89 90. الصفحات 88 100 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/9033>

309. عطوب كريمة ، و يوسف حنطابلي ، ، أثر التحولات الثقافية للمجتمع الجزائري على بنية الأسرة الجزائرية وتجلياتها الاغترابية. حوليات جامعة الجزائر، المجلد 33. العدد 2. (جوان، 2019). الصفحات 560 580.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/96478>

310. كايلى ريمة ، مواقع التواصل الاجتماعيّ والدفع الجديد للعلومة-دراسة حالة: أثر مواقع التواصل الاجتماعيّ في الوطن العربيّ في ظلّ العولمة - المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 8، العدد 2، جامعة الجزائر 3، ديسمبر 2020، الصفحات 601 620 متاح

على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/140239>

311. كوندّة سلمى،، التسويق الاجتماعيّ للعمل التطوعيّ عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ، قراءة في صفحات الفاسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 1، جوان 2018، الصفحات 394 411 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/58818>

312. مخلوفي نذير، الاغتراب الديني، مجلة تنوير للدراسات الأدبية والإنسانية، مجلد 2، عدد 3، ، سبتمبر 2018، الصفحات 294-304 متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/112781>

313. مداني إيمان، العريزي في مواقع التواصل الاجتماعيّ بين العدول عن الأعراف اللغوية ومسايرة التحولات اللغوية الراهنة، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الثاني، برلين، أبريل 2018. متاح على الرابط <https://democraticac.de/?p=53551>

314. مريشيش خالد مجالدي رابح، دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في تشجيع ممارسة الرياضة اللاصفية، المجلة الجزائرية للبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 3 ، العدد 2 ،

ديسمبر 2020، الصفحات 293 311. متاح على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/141999>

315. مسلتي عامر ، لرباع الهادي،، الإعلان كخيار استراتيجيّ للتأثير على سلوك المستهلك الجزائريّ تجاه علامة حمودة بوعلام للمشروبات الغازية، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12 العدد 2، ديسمبر 2018، الصفحات 119 139 متاح على

الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/72040>

316. مصطفى عادل عبد الرزاق ، زينة سعد نوشي، استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقيّ (دراسة ميدانية على عينة من جمهور

مدينة بغداد أنموذجاً)، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 42 . متاح www.researchgate.net
رابط التحميل <file:///C:/Users/PC/Downloads/pdf.pdf>

317. هاني رمزي عزيز، هاني شفيق رمزي، عمرو محمد نحلة،، استخدام الأطفال لفيدوهات
التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المحققة منها، دراسات الطفولة ، المجلد
22، العدد 10 ، أكتوبر 2019، الصفحات 131 139 متاح على الرابط
https://jsc.journals.ekb.eg/article_80741.html

318. وارم العيد ، قرين العيد، العلاقات الاجتماعية السائدة بين طلبة الجامعة عبر الفيسبوك
(دراسة ميدانية)، مجلة المعيار مجلد 24، عدد 2، مارس 2020، الصفحات 651- 665 .
متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111659>

319. يحي هالة ، خالد بوشارب بولوداني ، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي و دورها في تعزيز
القيم الاجتماعية الانستغرام نموذجا دراسة ميدانية على عينة من جامعة الشاذلي بن جديد الطارف،
مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 6، عدد 2، جوان 2022، الصفحات 91-101،.
متاح على <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189643>

III. المذكرات

320. الشرافي رامي حسين حسني، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى
الشباب الفلسطينيين، مذكرة ماجستير منشورة ، جامعة الأزهر، غزة، كلية الآداب والعلوم
الإنسانية، 2012، متاح على موقع جامعة الأزهر
<https://www.alazhar.edu.ps/arabic/index.asp>

321. العنزي صفيح غريب الله الاغتراب في العصر العباسي حتى القرن الثالث الهجري،
رسالة ماجستير، اشراف عبد الله أحمد باقازي، المملكة العربية السعودية، كلية اللغة العربية،
جامعة أم القرى، 1423هـ، ص 13- [https://down.ketabpedia.com/files/bkb/bkb-](https://down.ketabpedia.com/files/bkb/bkb-ar01523-ketabpedia.com.pdf)
[ar01523-ketabpedia.com.pdf](https://down.ketabpedia.com/files/bkb/bkb-ar01523-ketabpedia.com.pdf)

322. منال قدواح ، الإعلام الإلكتروني والديمقراطية، دراسة تحليلية لمواقع الأحزاب و
الحكومات الإلكترونية العربية، مذكرة دكتوراه علوم ، جامعة قسنطينة 3، 2016.

323. كريمة يونس، الاغتراب النفسي وعلاقته بالتكيف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة :
دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة مولود معمري بتيزي وزو ، مذكرة ماجستير منشورة
، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012 ،

.IV. الملتقيات:

324. قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني) جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو 2012، ص 9. متاح على الرابط
https://drive.google.com/file/d/1P_VnwUM4NfS-5qVePwNwHcQHGCJTKmWj/view

325. بن عمروش فريدة، حميدي حياة، التنظيم القانوني للإعلام الرقمي في الجزائر - بين النصوص القانونية والممارسة العلمية، 30 - 31 ديسمبر 2009، شبكة المؤتمرات العربية، الملتقى العلمي الدولي المعاصر للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية والقانونية و الطبيعية نظرة بين الحاضر والمستقبل، اسطنبول، تركيا متاح على موقع
<https://www.researchgate.net>

326. حمدي بشير محمد علي، الإعلام الرقمي و اقتصاديات صناعته، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الاعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "منتدى الإعلام والاقتصاد... تكامل الأدوار في خدمة التنمية" الرياض 11 12 ابريل 2016، ص 5. متاح على موقع
<https://www.esraa.edu.iq>

327. عبد الله محمد الرفاعي، البيئة الإعلامية والانتقال الإعلامي، أشغال الملتقى الدولي، 7 و 8 أفريل 2016، تونس، التلفزيون و حالة الانتقال (التحديات و السياقات الجديدة، معهد الصحافة و علوم الأخبار، مؤسسة كونراد أدنياور. متاح على الموقع
<https://ipsi.rnu.tn/useruploads/files/Som%20Coll%202016%20Ar.pdf>

f

.V. المراجع الأجنبية

328. Agodza Divine & author : Six Approaches to Understanding National Cultures : Hofstede's Cultural Dimensions paradigm ,Intercultural Communication (COM 609 Spring Arbor University November 4 , 2014 11_1] صفحات] page 3_4
file:///C:/Users/PC/Downloads/SixApproachestoUnderstandingNationalCultures_HofstedesCulturalDimensions.pdf
329. BENBOUZIANE Fatima ,BENSMINE Lamia, L'influence des réseaux sociaux sur la communication d'entreprise, Cas de l'entreprise DJEZZY , Al Bashaer Economic Journal Vol.6 , n ° 2 , Décembre 2020), 950/961. Page 953. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/133534>

330. breduillieard Pauline, L'efficacité du message publicitaire à argumentation biréférentielle au Mexique , un pays collectiviste membre de l'alena ?, comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires , L'université du QUÉBEC à MONTRÉAL , FÉVRIER 2009 , Page5-6 <https://archipel.uqam.ca/1901/1/M10802.pdf>
331. Caers Ralf, Tim De Feyter & others, Facebook : A literature review , New Media & Society, SAGE ,2013, 15 (06) 982 _1002 , PAGE 983/984.
https://www.researchgate.net/publication/258173969_Facebook_A_literature_review
332. Caleb T. Carr and The authors , Social Media: Defining, Developing, and Divining , Atlantic Journal of Communication , Directions in Social Media Theory ,Volume 23,(2015) - Issue 1 page8.,
<https://www.researchgate.net/>
333. désaulniers Karine, La publicité dans un contexte diversifié culturelle : regards croisés QUÉBEC-FRANCE , comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires , université du QUÉBEC à TROIS-RIVIÈRES , octobre 2011 ,Page23 <https://depot-e.uqtr.ca/2274/>
334. Micheal Dewing , Social Media : an introduction 20 novembre 2012, IN BRIEF , bibliothèque du parlement, Ottawa , Canada , page2.
<https://lop.parl.ca/staticfiles/PublicWebsite/Home/ResearchPublications/InBriefs/PDF/2010-03-f.pdf>
335. Green M. Khalid Amedi , Dilman Kh & others, Instagram Marketing An Exploratory Study on The Customer of Using Instagram to Purchase , Volume : 08 / N ° : 1 (2021) , p 171-190 p173 .
<https://www.researchgate.net/signup.SignUp.html>
336. Furqan Khan Mohammad, Anisa Jan , Social Media and Social Media Marketing : A Literature Review , Islamic University of Science and Technology , School of Business ,IOSR ,journal of business and management , Volume 17, Issue 11, Nov2015, P12. 12 15.
<https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol17-issue11/Version-1/C0171111215.pdf>
337. Khatoon Asia, Rameez Ali Mahesar, Arshad Saleem .**STUDY THE ROLE OF ELECTRONIC MEDIA TO IMPROVE THE QUALITY OF EDUCATION AT UNIVERSITY LEVEL** .Academic Journal of Social Sciences , Vol 3 , Issue 2 (July - September 2019) .page 286 P 284 290. Disponible <https://www.researchgate.net/publication>
338. Kourtiche Ali: sara Bouredja ,**L'impact des réseaux sociaux sur les entreprises cas de l'Algérie et Union Européenne** , 2ème Conférence internationale sur les systèmes numériques en Paper, université KHAMISS MILIANA, April 2014, . page 4_5.

https://www.researchgate.net/profile/Ali-Kourtiche/publication/338955148_L%27impact_des_reseaux_sociaux_sur_les_entreprises/links/5e3475f0299bf1cdb90268a3/Limpact-des-reseaux-sociaux-sur-les-entreprises.pdf

339. Krishnappa Preetham: Ineludible Cultural Alienation , Journal of Interdisciplinary Cycle Research , Volume XII , Issue III , March / 2020 pages [1262_1266],
https://www.researchgate.net/publication/343320238_Ineludible_Cultural_Alienation
340. Maclean Fiona, & aothers ,Understanding Twitter , Article in British Journal of Occupational Therapy - June 2013 76(06) ,295/298 les pages , p295.
https://www.researchgate.net/publication/239901618_Understanding_Twitter
341. Mangino Michael J.,Developing Facebook Platform Applications with Rails , THE pragmatic bookshelf , USA , 2008, p 30.
<https://theswissbay.ch/pdf/Gentoomen%20Library/Programming/Pragmatic%20Programmers/Developing%20Facebook%20Platform%20Applications%20with%20Rails.pdf>
342. Aboubakeur NASRI, DJERMANE Rabei, Les réseaux sociaux ,un levier incontournable du marketing digital - Application dans le processus de vente des entreprises économiques en Algérie - Social networks : an essential lever of digital marketing - Application in the sales process of economic companies in Algeria - 'Revue Alafak des études économiques, Volume7, N°1, Pages396-416 ' page 399.
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/185548>
343. Ollier Ariane - Malaterre : **La compétence numérique de gestion des frontières sur les réseaux sociaux numériques : un capital culturel technologique à la Bourdieu**, magazine érudit , Lien social et Politiques , numéro 81 , mai 2019, p127 . 121 137 .
https://www.researchgate.net/publication/331459715_La_competence_numerique_de_gestion_des_frontieres_sur_les_reseaux_sociaux_numeriques_un_capital_culturel_technologique_a_la_Bourdieu
344. OUNIS Abdelmadjif, Lynda OUENDI :Les réseaux sociaux , nouveau canal du marketing digital, International Journal of Economic Performance , M'hamed Bougara - Boumerdes University, Volume2, Numéro2, 31_12_20 19 , p99. 95 106
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122355>
345. Oversveen Emil, Capitalism and alienation: Towards a Marxist theory of alienation for the 21st century ,European Journal of Socail

- Theory ,SAGE, Volume 25 Issue 3, august 2021, P 3 . 440 457
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/13684310211021579>
346. Signorini Paola, Rolf Wiesemes, and Roger Murphy ,Developing alternative frameworks for exploring intercultural learning : a critique of Hofstede's cultural difference model ,Teaching in Higher Education Vol . 14 , No. 3 , June 2009 ,page 256. 253 264
https://www.researchgate.net/publication/248966852_Developing_alternative_frameworks_for_exploring_intercultural_learning_A_critique_of_Hofstede%27s_cultural_difference_model
347. Ting Hiram, & athors, **Beliefs about the Use of Instagram : An Exploratory Study** , International Journal of Business and Innovation , Vol . 2 , Issue 2 , 2015 , Pages 15-30page 17
https://www.researchgate.net/publication/272026006_Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study
348. ZAINUDDIN MOHAMMAD & ISHTIAQUE ARIF : **Alternative Cross - Cultural Theories : Why Still Hofstede ?** Conference: International Conference on Economics, Management and Social Study 2018At: Morrissey Hotel, Jakarta, Indonesia † Page 4
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3309633
349. Wang Yuijie, Damminda Alahakoon , Daswin De Silva, **Extended Cognitive Situation Model for Capturing Subjective Dynamics of Events from Social Media** , Australasian Journal of Information Systems , Vol 22 ,2018, pges 1,20 . p 8.
<https://journal.acs.org.au/index.php/ajis/article/view/1701>

ملحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي - ام البوقري -
كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية
قسم العلوم الانسانية
تخصص اعلام جديد و قضايا المجتمع
استمارة استبيان حول

علاقة استخدام وسائل الاعلام الالكتروني و مشكلة الاغتراب لدى الشباب الجزائري
-دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي-

باحثة

اعداد :

الاشراف :

الدكتوراه حياة درقالي

الاستاذة الدكتورة نوال بومشطة

في اطار اعداد مذكرة دكتوراه بعنوان علاقة استخدام وسائل الاعلام الالكتروني و مشكلة الاغتراب لدى الشباب
الجزائري

-دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي-

نرجو من سيادتكم التعاون للإجابة على اسئلة الاستبيان بتحديد رأيكم بالنسبة لكل عبارة و ذلك بوضع اشارة * في
الخانة التي تعبر عن مدى واقعية كل عبارة في وجهة نظركم .

و نحيطكم علما بأن الاجابات التي يدلون بها سرية و لا تستخدم الا لأغراض البحث العلمي

و لكم منا جزيل الشكر

السنة الجامعة 2020-2021

المحور الاول البيانات الشخصية

ضع علامة (*) في الاجابة المناسبة

- 1-الجنس : ذكر ()
أنثى ()
- 2- العمر : من 18 لأقل من 23 () من 23 لأقل من 29 ()
من 29 الى 35 ()
- 3-المستوى : ابتدائي () متوسط ()
جامعي ()
- 4-الحالة العائلية : اعزب () متزوج () مطلق ()
أرمل ()
- 5- الحالة الاجتماعية : ممتدرس () بطل ()
موظف ()

المحور الثاني : عادات أنماط الاستخدام شبكات التواصل من طرف أفراد العينة المدروسة

- 1-منذ متى و انت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟ منذ عام () منذ ثلاث سنوات ()
أربع سنوات فاكثر ()
- 2-ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي؟
الحاسوب المكتبي () الحاسوب المحمول () الهاتف الذكي ()
اللوحة الذكي () أخرى تذكر ()
- 3-ما هي شبكات التواصل الاجتماعية التي تستخدمها؟
الفايس بوك () الانستغرام () الواتس اب ()
أخرى تذكر ()
- 4-كم من الوقت تستغرق في استخدامه؟
ساعة () من ساعتين الى ثلاث ساعات ()
أكثر من ثلاث ساعات ()
- 5-ما هي الفترة المفضلة لديك لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي؟
الفترة الصباحية () الفترة المسائية () الفترة الليلية ()
جميع الاوقات ()
- 6-كيف تتفاعل مع محتويات شبكات التواصل الاجتماعي؟
مشاركة المحتوى () القراءة والتعليق () الدردشة ()
لا اتفاعل ()

7- ما هي اللغة المستخدمة في أثناء تفاعلك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

- () العربية الفصحى () اللغة العامية () الفرنسية ()
العربي

8- على أي أساس تختار مع من تتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- على أساس القرابة () على أساس الصداقة () على أساس الاهتمامات
المشتركة () أخرى تذكر ()

المحور الثالث عادات وأنماط الاستخدام الفيس بوك من طرف افراد العينة المدروسة

1_ منذ متى و أنت تستخدم الفيس بوك؟

- منذ سنة () منذ ثلاث سنوات ()
أكثر ()

2_ هل تملك أكثر من حساب؟

- نعم () لا ()

_ إذا كانت اجابتك بنعم فهل تملك؟

- حسابين () أكثر من حسابين ()

3_ ما ذا تستخدم كاسم لحسابك؟

- اسم الحقيقي () اسم مستعارة ()

لماذا تستخدم اسمك الحقيقي لتواصل على موقع الفيس بوك؟

- لسهولة ايجادي على الموقع من قبل الآخرين ()

التمتع بحرية أكبر ()

إذا كنت تستخدم اسم مستعار برر دافع ذلك ()

عليك الاخرون ()

لأنك تراه اكثر امانا لديك ()

4- هل تقبل دعوات الصداقة من الغرباء؟

- نعم () لا ()

5_ ما هي جنسية أغلب اصدقائك الذين تتواصل معهم؟

- عربية () مغربية ()
اوروبية ()

6_ ما هي طبيعة المجموعات التي تتفاعل معها؟

- مجموعات محلية () مجموعات عربية ()
مجموعات أجنبية ()

7- ما هي طبيعة المضامين التي تفضل متابعتها على موقع الفيس بوك؟

- ثقافية () سياسية () اجتماعية ()
اقتصادية () علمية () فنية ()

المحور الرابع: الدوافع والإشباعات الاستخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة

- 1_ ما الذي يدفعك الى استخدام الفيس بوك؟
البحث العلمي الترفيه والتسلية () التثقيف و التعليم () الدردشة () التواصل و التعارف ()
للهرب من الواقع لتخلص من الفراغ العاطفي و الاجتماعي () لتخلص من القلق و الملل ()
- 2_ استخدامك لفيس بوك هل حقق لديك الاشباع الكافي ؟ اشباع كامل () اشباع مقبول () اشباع غير كافي ()
- 3_ ما هي الاشباعات النفسية التي تحققها عند التعرض لمضامين الفيس بوك ؟
الهروب و الانسحاب من الواقع ()
التفيس و التفريغ العاطفي ()
- 4_ ما هي الاشباعات الاجتماعية التي يحققها استخدامك للفيس بوك لديك ؟
ربط علاقات صداقة ()
ربط علاقات مع الجنس الاخر ()
ايجاد حلول للمشاكل الاجتماعية ()
- 5_ ما هي الاشباعات الثقافية التي يحققها استخدامك للفيس بوك ؟ يمكنك اختيار اكثر من اختيار
اكتشاف ثقافات أخرى () تبادل الثقافات مع مختلف الاجناس في العالم () اكتشاف عادات
وتقاليد الشعوب تنمية القدرات التواصلية باللغات الاجنبية ()
- 6_ عدم استخدامك للفيس بوك لمدة يشعرك ب ؟
القلق و الاضطراب () فوات رسائل مهمة () لا أشعر بشيء ()
- 7- ما هي الحاجات التي يلبها لك موقع الفيس بوك؟ يمكنك اختيار اكثر من اختيار
التعبير عن الرأي بكل حرية () الحصول على المعلومات () بناء صداقات عبر
الفضاء الافتراضي () تبادل المعلومات والخبرات العلمية () التعرف على مختلف
الثقافات () التواصل مع الاقارب والاصدقاء الذي يبعدون عنا بمسافة كبير ()

المحور الخامس: مظاهر الاغتراب الثقافي لدى أفراد العينة

- 1- ما مفهومك للاغتراب الثقافي؟
ابتعاد الفرد عن ثقافته الاصلية ()
رفض الفرد لثقافة مجتمعه والنفور منها ()
الانبهار بكل المنتوجات الثقافية الاجنبية ()
الاعجاب بسلوك العيش النموذج الغربي ()

2- ما هي أسباب الاغتراب الثقافي الذي ينتشر بين الشباب حسب ريك؟ يمكنك اختيار أكثر من اختيار العولمة بكل انواعها () الافكار التي تنتشر عبر الوسائط الاعلامية بان النموذج الغير افضل نموذج وامثل للعيش ()

وسائل الاعلام المختلفة () ميول الافراد الى تقليد اسلوب الغربي () الاستعمار ()

3- حسب رأيك من هو المسؤول عن نشر الاغتراب الثقافي في المجتمع الجزائري بين الشباب؟ يمكنك اختيار اكثر من اختيار

أصحاب القرار حيث سمحوا بإسترداد كأول بداية المقعرات الهوائية () الغزو الثقافي ()

الانترنت () جهات غربية و منظمات () غياب

دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية ()

4- ما هي انعكاسات الاغتراب الثقافي على الشباب في المجتمع؟ يمكنك اختيار أكثر من اختيار

• تمس الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري ()

• تمس بمقومات الثقافة و الانتماء العربي و القومي للمجتمع ()

• تأثر على اللغة العربية و الأمازيغية في المجتمع ()

• تمس العادات والتقاليد و الأعراف الخاصة بالمجتمع الجزائري كمجتمع عربي مسلم محافظ ()

• تمس بالانتماء الوطني و حب الوطن و التاريخ المشترك ()

• تمس بالقيم الاجتماعية و الاتجاهات الفردية للأفراد ()

المحور السادس : علاقة استخدام الفيس بوك بمشكلة الاغتراب الثقافي لدى افراد العينة)

معارض	محايد	موافق	العبارات	
			استخدامي لموقع الفيس بوك يشعرنى بالعزلة الاجتماعية	1
			استخدامي المكثف لموقع الفيس بوك يجعل مني شخص متمرد عن أفكار المجتمع	2
			استخدامي لموقع الفيس بوك يآثر في أداء العبادات حيث اقضي جل وقتي في استخدام موقع الفيس بوك حتى في أوقات العبادات	3
			استخدامي للفيس بوك اثر على لغتي العربية حيث اتفاعل باستخدام اللغات الأجنبية والرموز والاختصارات	4
			أثر استخدامي لمواقع التواصل لموقع الفيس بوك على خط كتابتي	5

			اذ لا استطيع الكتابة بالقلم نتيجة استعمالى للوسائط الرقمية أكثر من الورقة والقلم	
			اصبحت لا اذهب الى المسجد و افضل التفاعل عبر موقع الفيس بوك	6
			أصحيت شخصا لا يهتم بالزيارات العائلية و لا بصلة الرحم اذ افضل ان اعايد اقاربي و اسال عن حالهم من خلال رسالة عبرة تطبيق المسنجر	7
			أفضل المنتجات العالمية فاستعمل ملابسى و عطورى و كل مقتنياتي أفضل استخدم ماركات أجنبية على حساب المحلية نظرا لجودتها	8
			تعجبنى الأفلام و المسلسلات الأجنبية مقارنة بالمحلية لأنها على درجة من الاحترافية و الروعة مقارنة بالعمل الفني المحلي	9
			أفضل تلقي الاخبار من مصادر الاخبار الاجنبية مقارنة بالعربية و المحلية لأنها على درجة من المصادقية	10
			أحلم بالهجرة الى الغرب لان الدول الغربية تمنح حرية الرأي لمواطنيها و كذا أسلوب معيشي مثالي	11
			لا أحبذ العادات والتقاليد التي تنتشر في المجتمع الجزائري لأنها افكار رجعية	12
			استخدم اللغات الاجنبية في تواصلى اليومي مع افراد المجتمع لأنها اللغة الافضل	13
			لا احبذ الالتزام بالقوانين والنظم الاجتماعية السائدة	14
			اشعر بالكبت لأنني أرى أنى داخل مجتمع بأفكار متخلفة، وفق النظام التقليدي	15
			لا أتقبل واقعي و اسعى لتغييره مهما كانت الوسيلة	16
			لا أجد لحياتي معنى عند غلق الفيس بوك أو عند انقطاع الانترنت	17
			تشكو منى عائلتي من عدم اكثرائي بما يجري معهم وهذا بسبب موقع الفيس بوك	18
			أفضل انشاء صداقات افتراضية مع أشخاص بجنسيات أوروبية	19

ملحق

			أفضل الانتماء إلى المجموعات الغربية أكثر من العربية لأنها تطرح أفكار منفردة و تتيح الحرية والانفتاح	20
			عند مشاهدتي لتجارب النَّاس التي يقدمون يعرضنها على الفيس بوك أشعر بتدني قيمتي	21
			استخدام الفيس بوك ارجع لي الأمل في المستقبل من خلال قصص النجاح التي تعرض بعد الفشل	22
			ساهم الفيس بوك في تغيير رؤيتي لبعض العادات التي اكتسبتها من المجتمع	23
			تحسن مزاجي ورؤيتي للمستقبل أصبحت ايجابية وأصبحت أقدر ذاتي منذ استخدامي للفيس بوك	24
			أصبحت بالإحباط النفسي منذ استخدامي لموقع الفيس بوك	25
			لا استطيع التحكم في ذاتي عند استخدامي للفيس بوك	26
			انلقتي التحفيز الذاتي والنفسي جراء استخدام موقع الفيس بوك	27
			خسرت صداقتي الحقيقية نتيجة صداقتي في العالم الافتراضي الفيس بوك	28

Corrélations

	الاول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس
Corrélation de Pearson	1	-,220**	. ^b	,036	-,182**	-,186**
الاول Sig. (bilatérale)		,000	.	,480	,000	,000
N	400	399	1	398	398	400
Corrélation de Pearson	-,220**	1	. ^b	,369**	,324**	,074
الثاني Sig. (bilatérale)			.	,000	,000	,142
N	399	399	1	397	397	399
Corrélation de Pearson	. ^b	. ^b	. ^b	. ^b	. ^b	. ^b
الثالث Sig. (bilatérale)						
N	1	1	1	1	1	1
Corrélation de Pearson	,036	,369**	. ^b	1	,482**	-,115*
الرابع Sig. (bilatérale)		,000	.		,000	,021
N	398	397	1	398	396	398
Corrélation de Pearson	-,182**	,324**	. ^b	,482**	1	,069
الخامس Sig. (bilatérale)		,000	.	,000		,169
N	398	397	1	396	398	398
Corrélation de Pearson	-,186**	,074	. ^b	-,115*	,069	1
السادس Sig. (bilatérale)		,142	.	,021	,169	

N	400	399	1	398	398	400
---	-----	-----	---	-----	-----	-----

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

b. Calcul impossible car au moins une variable est une constante.