

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أثر "الميمز" عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك الواقع الاجتماعي للمتلقي

دراسة ميدانية على عينة من شباب ولايتي ورقلة وغرداية

مذكرة مقدمة الاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بقور صابر

إعداد الطالبة:

تومي جهيدة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة
د. قلاعة كريمة	أستاذ محاضرا أ	رئيسا
د. بقور صابر	أستاذ مساعد ب	مشرفا ومقررا
أ. فريجات نسبية	أستاذ مساعد أ	مناقشا

الموسم الجامعي: 1441-1442هـ/2021-2022م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

أثر "الميمز" عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك الواقع الاجتماعي للمتلقي
دراسة ميدانية على عينة من شباب ولايتي ورقلة وغرداية

مذكرة مقدمة الاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: الاتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بقور صابر

إعداد الطالبة:

تومي جهيدة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة
د. قلاعة كريمة	أستاذ محاضرا أ	رئيسا
د. بقور صابر	أستاذ مساعد ب	مشرفا ومقررا
أ. فريجات نسبية	أستاذ مساعد أ	مناقشا

الموسم الجامعي: 1442-1443هـ/2021-2022م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أقدم عملي هذا خالصا لوجه الله تعالى راجية
منه سبحانه وتعالى أن يتقبله مني ويجعل ثوابه في
صحيفة أعمالي إلى من أحمل اسمه إلى مفخرتي ورمز شموخي، من
كله

الله بالهبة والوقار إليك أبي الغالي حفظه الله.
إلى من كان دعائها سر نجاحي إلى من ظلت ترقب
كل خطوة لي على درب الحياة... إلى رمز الحب
فمايزيدها إلا فخرا أُمي حبيبة.

إلى القلوب الطاهرة رياحين حياتي... إلى من قاسموني طريق نجاح
إخوتي إلهام، سارة، فيروز، وسندس، وعائشة، إلى بنتي أختي منيسا
وليّنا و صغيرنا ماستن وأخي محمد شرف الدين.

إلى من لهن مكانة خاصة في قلبي إلى اللواتي معهن أكون كل شيء
وبدونهن أكون أي شيء بنات خالاتي وعماتي وأعمامي
إلى إخوتي اللواتي لم تلدهن أُمي إلى من تحلوا بالإخاء
وتميزوا بالوفاء، إلى ينابيع الصدق، إلى من معهم

سعدت، وبرفقتهن في لحظات الفرح والحزن سرت، إلى من كانوا
معي على طريق النجاح والخير، صديقاتي الغاليات بالإقامة الجامعية

إلى كل من له حق على.

الشكر والعرفان

بعد حمد الله والثناء عليه جل في علاه لتوفيقني في إتمام هذا العمل
الشكر الجزيل موصول إلى: أستاذي ومشرفي الفاضل الدكتور
" صابر بقور" أتوجه بخالص شكري، وتقديري وعظيم امتناني الذي له الفضل
بعد الله تعالى في إتمام هذه الرسالة بما قدمه من توجيهات
ونصائح سديدة وملاحظات قيمة فله دعائي بالخير والعافية.
كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى من مد يد العون والمساعدة
وزودني بالمعلومات اللازمة دكتور الفاضل "رقاودة سعيد" وفقه الله وزاده
من علمه ونفع به

كما أتقدم بفائق الشكر والتقدير إلى من علمونا حروفا من ذهب وعبارات
العلم، إلى من صاغوا لنا علمهم حروفا ومن فكرهم منارة تنير
لناسيرة العلم والنجاح إلى "أساتذتنا الكرام"
إلى جميع " طلبة قسم اتصال وعلاقات عامة"
إلى من ساهم في إنجاز هذا البحث من قريب أو بعيد
وأخص بالذكر الأساتذة الذين قاموا بتحكيم
العمل في جانبه العملي

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك الواقع الاجتماعي للمتلقي من خلال تطبيقها على عينة من شباب ولايتي ورقلة وغرداية، حي اعتمدنا على المنهج المسحي من خلال أداة الاستبيان، عن طريق توزيع استمارة إلكتروني لجمع البيانات من المبحوثين الذين بلغوا في عينة متاحة حجمها 400 من الشباب الذين يتراوح أعمارهم ما بين 18-37 من الجنسين.

توصلنا في الأخير إلى مجموعة من النتائج أهمها أن شباب ولايتي ورقلة وغرداية يرون أن الميمز تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري، كما أن من بين دوافع وأسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على موقع الفايسبوك التسلية والترفيه، بالإضافة إلى أنتعرض المبحوثين للميمزاتلم يؤثر على إدراكهم للواقع المدرسي وعلى الرغم من المحتوى الساخر للميمات من الدراسة إلا أن ذلك يدفع المتدرسين إلى النجاح أكثر، إلا أن أصحاب المستوى الدراسي الضعيف يتأثرون سلبا بهذه المحتويات، في حين أثر على إدراك الواقع الوظيفي وخاصة البطال، ولم يؤثر التعرض للميمز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى شباب ولايتي ورقلة وغرداية.

الكلمات الدالة: الميمز، مواقع الشبكات الاجتماعية، الفايسبوك، إدراك الواقع الاجتماعي.

Summary:

This study aims to reveal the impact of memes through social networking sites on the awareness of the social reality of the recipient by applying them to a sample of youth in the states of Ouargla and Ghardaia, where we relied on the survey method through the questionnaire tool, by distributing an electronic form to collect data from respondents who reached An available sample size is 400 young people between the ages of 18-37 of both sexes.

Finally ,we came up with a set of results, the most important of which is that Young people of Ouargla and Ghardaia state that the memes express the true social reality of Algerian society. Also, among the motives and reasons for the exposure of young people in the state of Ouargla and Ghardaia to memes on Facebook are purely for entertainment purposes. In addition to the respondents' exposure to meme, this affects their perception of the school reality. Despite the satirical content of the meme from the study, this pushes the learners to succeed more. However, those with a poor academic level are negatively affected by these contents, While Exposure to memes affected the perception of job reality, especially unemployment, and does not affect the perception of the image of the opposite sex among young people in the state of Ouargla and Ghardaia

Keywords: memes, social media, Facebook, awareness of social reality..

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر وعرهان
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	إشكالية الدراسة
5	فرضيات الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
6	أسباب اختيار الموضوع
6	حدود الدراسة
7	تحديد المصطلحات والمفاهيم
10	منهج الدراسة وأدواتها
11	مجتمع الدراسة وعينتها
12	الدراسات السابقة
15	المقاربة النظرية للدراسة
17	صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري	

19	تمهيد
المبحث الأول: ماهية الميمز	
20	المطلب الاول: مفهوم الميمز memez ونشأته
21	المطلب الثاني: الفئة العمرية لمستخدمي ميمز وتأثيراتها على المجتمع
24-26	المطلب الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للميمز وأشكاله
26	المطلب الرابع: سليات وإيجابيات الميمز وأشهرها
المبحث الثاني: الميديا الاجتماعية الجديدة مفهومها ومؤشراتها	
29	المطلب الاول: مفهوم تكنولوجيا إعلام الاتصال وخصائصها
30	المطلب الثاني: مفهوم الميديا الاجتماعية الجديدة مفهومها وأنواعها
37	المطلب الثالث: استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها
المبحث الثالث: التلقي وإدراك الواقع الاجتماعي	
43	المطلب الاول: التلقي نظريته ومرتكزاتها
46	المطلب الثاني: عملية التلقي الحدود والأبعاد
47	المطلب الثالث: الأنا (الفرد) والذات الاجتماعية وعلاقتها بإدراك الواقع الاجتماعي
49	المطلب الرابع: أبعاد الواقع الاجتماعي
الفصل الثالث: إطار التطبيقي دراسة	
58	تمهيد
59	تحليل البيانات.
140	نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
144	نتائج العامة للدراسة
148	خاتمة
149	قائمة مصادر ومراجع
158	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	59
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	59
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة	60
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوي التعليمي	61
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الشهادة الجامعية	62
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة	62
07	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية	63
08	يوضح استخدام الفايسبوك باسم مستعار أو حقيقي حسب متغير الجنس	64
09	يوضح الفروق فيما يتعلق باستخدام عينة الدراسة للفيسبوك باسم مستعار أو حقيقي حسب متغير الجنس	65
10	يوضح توزيع المبحوثين لمدة استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس	66
11	يوضح الفروق فيما يتعلق لمدة استخدام عينة الدراسة للفيسبوك حسب متغير الجنس	67
12	يوضح عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس	68
13	يوضح الفروق فيما يتعلق بعينة الدراسة لعدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس	69
14	يوضح درجة متابعة الميمز على الفايسبوك حسب متغير الجنس	70
15	يوضح الفروق فيما يتعلق بعينة الدراسة لدرجة متابعة الميمز على الفايسبوك حسب متغير الجنس	70
16	يوضح متابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن	72
17	يوضح الفروق المتعلقة بمتابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن	72
18	يوضح متابعة منشورات الميمز عبر الفايسبوك الجنس	74

75	يوضح الفروق فيما يتعلق بمتابعة عينة الدراسة لمنشورات الميمز عبر الفايسبوك حسب متغير الجنس	19
76	يوضح الصفحات الساخرة الأكثر تأثيرا حسب متغير الجنس	20
77	يوضح الفروق المتعلقة بأكثر صفحات الميمز متابعة حسب متغير الجنس	21
78	يوضح التفاعل لعينة دراسة مع الميمات على الفايسبوك حسب متغير الجنس	22
79	يوضح الفروق المتعلقة بالتفاعل مع الميمات على الفايسبوك حسب متغير الجنس	23
80	يوضح العناصر التي تجذب عين الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن	24
81	يوضح الفروق المتعلقة بالعناصر التي تجذب عينة الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن	25
83	يوضح مواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	26
84	يوضح الفروق المتعلقة بمواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	27
85	يوضح مشاهد الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية	28
86	يوضح الفروق المتعلقة بمشاهدة الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية.	29
87	يوضح أن ميمز الانترنت هادف أو مجرد سخرية وتتم حسب متغير السن	30
88	يوضح الفروق المتعلقة بميمز الانترنت هادف أو مجرد سخرية وتتم حسب متغير السن.	31
89	يوضح أن الميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة	32
90	يمثل الفروق المتعلقة بميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة	33
91	يوضح العناصر المشاركة في مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي	34
92	يوضح الفروق فيما يتعلق بمشاركة مضامين الميمز لعينة الدراسة عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي	35

93	يوضح نظرة المميز لعينة الدراسة في الفايسبوك حسب متغير السن	36
94	يوضح الفروق المتعلقة بنظرة ميمز الفايسبوك حسب متغير السن	37
95	يوضح أن موضوع الميمز يستهدف أو يتقاطع مع حالة معاشك حسب متغير الإقامة.	38
96	يمثل الفروق المتعلقة بمواضيع الميمز التي تستهدف أو يتقاطع مع حالات معاشك حسب متغير الإقامة	39
97	يوضح الشعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة	40
98	يوضح الفروق المتعلقة يوضح شعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة	41
99	ردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير إقامة	42
100	يوضح الفروق المتعلقة بردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير الإقامة	43
101	يوضح توزيع عبارة الأولى من المحور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك	44
103	يوضح توزيع عبارة الثانية من المحور الثالث حسب متغير مستوي التعليمي	45
104	يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك	46
105	يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الثالث حسب متغيرالجنس	47
106	يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الثالث حسب متغير المستوي التعليمي	48
107	يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الثالث حسب متغير وضعيتك اتجاه الدراسة	49
108	يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الثالث حسب متغير المستوي التعليمي.	50
109	يوضح عبارة الثامنة من محور الثالث إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.	51
101	يوضح اختبار T لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين حسب الجنس	52
112	يوضح اختبار T لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين حسب الجنس	53
112	يمثل اختبار T لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين حسب	54

	متغير الإقامة	
113	يوضح اختبار T'لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين حسب الوضعية المهنية.	55
113	يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الرابع حسب متغير الجنس	56
114	يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الرابع حسب متغير وضعية المهنة	57
115	يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الرابع حسب متغير الجنس	58
116	يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الرابع حسب متغير السن	59
117	يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الرابع حسب متغير الجنس	60
118	يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الرابع حسب متغير الإقامة	61
120	يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الرابع حسب متغير السن	62
121	يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الرابع حسب متغير المستوي التعليمي	63
122	يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الرابع حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك	64
123	يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الرابع حسب متغير الإقامة	65
124	يوضح اختبار T'لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب الجنس	66
125	يوضح اختبار T'لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة	67
125	يوضح اختبار T'لأثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الوضعية المهنية	68
126	يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الخامس حسب متغير الجنس	69
127	يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الخامس حسب متغير الجنس	70
128	يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الخامس حسب متغير الجنس	71
129	يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس	72
130	يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الخامس حسب متغير السن	73

131	يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الخامس حسب متغير السن	74
132	يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس	75
133	يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الخامس حسب متغير السن	76
134	يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الخامس حسب متغير الجنس	77
135	يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الخامس حسب متغير الإقامة	78
136	يوضح توزيع عبارة الحادي عشر من محور الخامس حسب متغير الجنس	79
137	يوضح توزيع عبارة الثاني عشر من محور الخامس حسب متغير الجنس	80
138	يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الأخر لدبللمتلقي حسب الجنس	81
138	يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الأخر لدبللمتلقي حسب متغير الإقامة	82
139	يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الأخر لدبللمتلقي حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة	83
139	يوضح اختبار ANOV لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الأخر لدبللمتلقي حسب متغير السن	84

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	منحى بياني يوضح شعبية الميمز على الأنترنت في 2016	24
02	صورة لميمز فلاش موب	24
03	صورة لميمز فكاهي	25
04	صورة كايود إيومي	28
05	صورة للقطعة الغاضبة	28
06	الجدول الزمني لتواريخ إطلاق العديد من الشبكات الاجتماعية	33
07	إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر	42
08	يوضح نسبة المبحوثين حسب الجنس	59
09	يوضح نسبة المبحوثين حسب السن	60
10	يوضح نسبة المبحوثين حسب الإقامة	61
11	يوضح نسبة المبحوثين حسب المستوى التعليمي	61
12	يوضح نسبة المبحوثين حسب المستوى الجامعي	62
13	يوضح نسبة المبحوثين حسب الوضعية اتجاه الدراسة	63
14	يوضح نسبة المبحوثين حسب الوضعية المهنية	64
15	يوضح استخدام الفايسبوك باسم مستعار أو حقيقي حسب متغير الجنس.	66
16	يوضح توزيع المبحوثين لمدة استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس.	68
17	يوضح عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس.	69
18	يمثل عينة الدراسة لدرجة متابعة الميمز على الفايسبوك حسب متغير الجنس	71
19	يوضح متابعة الميمز عبر الفايسبوك عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن	73
20	يوضح متابعة منشورات الميمز عبر الفايسبوك الجنس	75
21	يوضح أكثر صفحات الميمز متابعة حسب متغير الجنس	78
22	يوضح كيفية التفاعل مع الميمات على الفايسبوك حسب متغير الجنس	80

82	يمثل العناصر التي تجذب عينة الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن	23
85	يوضح مواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير السن	24
87	يوضح مشاهدة الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية	25
89	يوضح أن ميمز الأنترنت هادف أو مجرد سخرية وتنمر لدى عينة الدراسة حسب متغير السن	26
91	يوضح أن ميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة	27
93	يوضح العناصر المشاركة في مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي	28
95	يوضح لكيف ترى ميمز الفايسبوك في نظرك حسب متغير السن	29
96	يوضح أن موضوع الميمز يستهدف أو يتقاطع مع حالة معاشك حسب متغير الإقامة.	30
99	يوضح الشعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة.	31
101	يوضح ردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير الإقامة.	32
102	يوضح توزيععبارة الأولى من محور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك	33
103	يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الثالث حسب متغير مستوي التعليمي.	34
105	يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك	35
106	يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الثالث حسب متغيرالجنس	36
107	يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الثالث حسب متغير المستوي التعليمي.	37
108	يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الثالث حسب متغير وضعيتك اتجاه الدراسة	38
109	يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الثالث حسب متغير المستوي التعليمي.	39
110	يوضح عبارة الثامنة من محور الثالث إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.	40

114	يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الرابع حسب متغير الجنس.	41
115	يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الثالث حسب متغير وضعية المهنة.	42
116	يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الرابع حسب متغير الجنس	43
117	يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الرابع حسب متغير السن	44
118	يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الرابع حسب متغير الجنس	45
119	يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الرابع حسب متغير الإقامة.	46
120	يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الرابع حسب متغير السن	47
122	يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الرابع حسب متغير المستوى التعليمي.	48
123	يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الرابع حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.	49
124	يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الرابع حسب متغير الإقامة.	50
126	يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الخامس حسب متغير الجنس	51
127	يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الخامس حسب متغير الجنس	52
128	يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الخامس حسب متغير الجنس	53
129	يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس	54
130	يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الخامس حسب متغير السن.	55
131	يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الخامس حسب متغير السن	56
132	يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس	57
133	يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الخامس حسب متغير الجنس	58
134	رسم بياني يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الخامس حسب متغير الجنس.	59
135	رسم بياني يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الخامس حسب متغير الإقامة.	60
136	رسم بياني يوضح توزيع عبارة الحادي عشر من محور الخامس حسب متغير الجنس	61
137	رسم بياني يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الخامس حسب متغير الجنس	62

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة من هذا القرن تقدماً تكنولوجياً وتطورات متسارعة في مجال الاتصال وتقنياته، نتج عنها انتشار لوسائل حديثة، ومنها شبكة الأنترنت التي تعد المحرك الرئيسي لها، ونظراً لتمييزها بخصائص كثيرة وإتاحتها لخدمات متعددة وتطبيقات مختلفة فقد أحدثت نقلة سريعة لشعوب العالم من جمهور واقعي إلى جمهور افتراضي، وفتحت المجال لما يسمى "بالشبكات الاجتماعية، وهذا بتوفر مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أهم وسائل الاتصال في هذا العصر.

فقد تنوعت تلك المواقع الاجتماعية التي تستخدم بواسطة تطبيقات على الهاتف أو الحاسوب، إذ ارتبطت بأنشطة الأفراد اليومية، كما أن موقع الفيسبوك يعتبر من بين أشهر تلك التطبيقات وأكثرها استخداماً إذ يحتوي على العديد من الخصائص الاتصالية من خلال الدردشة والنشر في المجموعات والصفحات فتشكلت من خلاله جماعات افتراضية بعدة تسميات وعدة مجالات، من خلال نشر صور أو كتابات أو فيديوهات عبر تلك المجموعات.

يعد الميمز شكلاً من أشكال النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحمل منشورات في إطار ساخر يعبر فيه الأفراد عن آرائهم حول قضايا من حياتهم اليومية في شكل ميمات ساخرة من الواقع الاجتماعي للأفراد، فموضوعنا يتطرق لانتشار الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على إدراك الواقع الاجتماعي للأفراد، من خلال مواطني ولايتي ورقلة وغرداية، وفيها سنتحدث عن الميمز وعلاقته بالواقع الاجتماعي ومدى أثره على إدراك الواقع الاجتماعي للأفراد، حيث تبدأ دراستنا بمقدمة كمدخل للموضوع المعالج.

كما تم تقسيم دراستنا إلى ثلاثة فصول وهي كالتالي: الفصل المنهجي والنظري والتطبيقي وخاتمة ونتائج الدراسة والملاحق.

الفصل الأول: حيث تضمن الفصل المنهجي إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أهمية وأهداف الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، حدود الدراسة وتحديد المفاهيم إضافة إلى الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تضمنت منهج الدراسة ومجتمع الدراسة والعينة، إضافة إلى مجالات الدراسة، ثم الدراسات السابقة ثم مدخل النظري للدراسة والمتمثل في نظرية الغرس الثقافي وصعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني: تضمن الإطار النظري للدراسة مقسم إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول: ماهية الميمز المطلب الأول: مفهوم الميمز ونشأته، المطلب الثاني: الفئة العمرية لمستخدمي ميمات وتأثيراتها على المجتمع، المطلب الثالث: سائل التواصل الاجتماعي كمنصة وأشكاله، المطلب الرابع: سلبيات وإيجابيات الميمز وأشهرها.

المبحث الثاني: الميديا الاجتماعية الجديدة مفهومها ومؤشراتها، المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا إعلام الاتصال، المطلب الثاني: مفهوم الميديا الاجتماعية الجديدة وأنواعها، المطلب الثالث: استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها.

المبحث الثالث: التلقي وإدراك الواقع الاجتماعي، المطلب الأول: التلقي نظريته ومرتكزاتها، المطلب الثاني: عملية التلقي الحدود والأبعاد، المطلب الثالث: الأنا (الفرد) والذات الاجتماعية وعلاقتها بإدراك الواقع الاجتماعي، المطلب الرابع: أبعاد الواقع الاجتماعي.

أما الفصل الثالث: فقد تم عرض وتحليل بيانات من خلال تفرغ البيانات المتحصل عليها من الاستمارة في جداول والتعليق عليها واستخلاص النتائج حسب فرضية الدراسة وأخيرا النتائج العامة للدراسة وخاتمة مبررين أهم التوصيات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- إشكالية الدراسة
- فرضيات الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها
- منهج الدراسة وأدواتها
- مجتمع الدراسة وعينتها
- الدراسات السابقة
- الخلفية النظرية للدراسة
- صعوبات الدراسة

إشكالية الدراسة:

أشعلت مقولة "ديكارت": "أنا أفكر إذن أنا موجود"، الإلهام لدى مخترعي الوسائل التكنولوجية ليبتكروا للبشرية ألوانا شتى من وسائل الاتصال والتواصل، مخلدين بذلك الشرط الثاني من تلك المقولة لتصبح "أنا أتصل إذن أنا موجود"، هذه المقولة أصبحت النسخة الجديدة لنوع جديد من الإنسان.¹

وقد شهد العقد الأخير من القرن الماضي تقدما تكنولوجيا كبيرا أدى إلى بروز وسائل اتصال حديثة منها شبكة الانترنت التي تعد أساس العملية الاتصالية الحديثة، باعتبارها تتجاوز حدود الزمان والمكان، ومع انتشارها أصبحت الانترنت في متناول شريحة كبيرة من المجتمعات عبر العالم بفضل ما تتميز به من قدرات عالية ساهمت في تقارب الأفراد وتسهيل عمليات الاتصال الاجتماعي بينهم. أفرز انتشار شبكة الانترنت عبر العالم عن مواقع اجتماعية متنوعة كوسائل اتصال تسمى شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد أحد مظاهر استخدامات الأنترنت، بحيث تتكون هذه الشبكات من مجموعة تطبيقات اجتماعية يتم من خلالها الاتصال بين الأفراد.

ويعتبر موقع الفايسبوك من أشهر هذه التطبيقات المنتشرة عبر الانترنت، والذي يعتبر من أهمها خاصة من حيث اعتماد الجمهور عليه كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من خلال التفاعل مع منشوراته التي يعبر فيها الأفراد عن آرائهم وأفكارهم في أشكال عديدة من صور وفيديوهات ومنشورات مكتوبة.

يعد الميمز أحد تلك الأشكال التي يعبر فيها مستخدمي الفايسبوك عن آرائهم اتجاه القضايا المختلفة، بحيث أصبحت متنفساً لهم بعيداً عن ضغوط الحياة اليومية من خلال تداول صور فيما بينهم لتعبير عن واقعهم الاجتماعي بطريقة فكاهية أو ساخرة.

لهذا أصبح الميمز عبر الفايسبوك ممارسة ثقافية جديدة يعكس الواقع الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال بناء الحقائق وغرس أنماط جديدة من التفكير والسلوك الإنساني وإدراك الواقع الاجتماعي المحيط بهم باستخدام الصورة خاصة لدى فئة الشباب الذي يعتبر أكثر فئة مستخدمة لموقع الفايسبوك.

¹ صونية عبديش: الشبكات الاجتماعية على رؤية إستيمولوجية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، ع 20، ديسمبر 2016. ص 100.

وقد تمحور موضوع دراستنا حول أثر المميز عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك الواقع الاجتماعي للمتلقي، من خلال إبراز العلاقة بين المميز عبر موقع الفايسبوك وإدراك الواقع الاجتماعي لشباب ولايتي ورقلة وغرداية الجزائري، وبناء على ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما هو أثر المميز عبر الفايسبوك على إدراك الواقع الاجتماعي لشباب ولايتي ورقلة وغرداية جزائري؟

تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1) ما هي عادات وأنماط تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز على موقع الفايسبوك؟
- 2) ما هي دوافع وأسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز على موقع الفايسبوك؟
- 3) ما هو أثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين؟
- 4) ما هو أثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين؟
- 5) ما هو أثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي؟
- 6) هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تأثير المميز على إدراك الواقع الاجتماعي لشباب ولايتي ورقلة وغرداية من حيث متغير الجنس؟

ب. فرضيات الدراسة:

- 1) يتعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية بشكل عرضي يومي للمميز على موقع الفايسبوك.
- 2) من أسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية لمحتوى المميز التسلية والتفاعل.
- 3) يؤثر تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز على اتجاهاتهم لإيجابية نحو الدراسة والتعليم.
- 4) يؤثر تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز سلبا على توقعاتهم بالحصول على وظيفة.
- 5) يؤثر تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز لمحتوى المميز سلبا على صورة الجنس الآخر وبالتالي انخفاض توقعاته إزاء العلاقات العاطفية والزواج.
- 6) توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تأثير المميز على إدراك الواقع الاجتماعي لشباب ولايتي ورقلة وغرداية من حيث متغير الجنس.

ت. أهداف الدراسة:

- لكل بحث غاية وهدف محدد، حيث تتمثل أهداف دراستنا فيما يلي:
- تهدف الدراسة إلى إعطاء صورة واضحة حول الميمز .
- حيث تهدف الدراسة أيضا الى محاولة الكشف عن الأسباب التي تدفع المتابعين الى استخدام الميمز على الفايسبوك.
- التعرف على تأثيرات الميمز من خلال المحتوى بعد عملية التفاعل في عملية التلقي لمضامينه لدى متابعي صفحاته.
- إبراز تأثير الميمز عبر الفايسبوك على إدراك الواع الاجتماعي لشباب ولايتي ورقلة وغرداية.
- معرفة الفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأثر الميمز على إدراك واقعهم الاجتماعي

ث. أهمية الدراسة:

- تكمن أهميته في حدائته وجدته حيث لم يتناول هذا الموضوع بالدراسة كثيرا خصوصا في الجزائر والعالم العربي.
- يعد هذا الموضوع في نوعيته وتناوله الأكاديمي من المواضيع المتداولة حديثا.
- تعتبر هذه الدراسة كخطوة من أجل إثراء هذا الموضوع نظرنا شحه في المكتبات والمنصات العالمية.

ج. أسباب اختيار الموضوع:

1. أسباب ذاتية:
 - اهتمامنا بالوسائل التكنولوجية الحديثة واستخداماتها خاصة مواقع التواصل الاجتماعي.
 - الاهتمام الشخصي والميول لمنشورات الميمز عبر الفايسبوك.
2. أسباب موضوعية:
 - حداثة الموضوع إذ يرتبط موضوع الدراسة بالتكنولوجيات الحديثة وتأثيراتها.
 - إثراء المكتبة الجامعية بمادة علمية حول هذا الموضوع.

ح. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، ولتأكيد الاتفاق على هذه المحددات والتقسيمات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا لهذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من مفاهيم.

أولاً: الميمز : Memes Internet

التعريف اللغوي: "الميمز" من الكلمة الانكليزية "Memez"، تعني الفكرة التي تنتقل من شخص إلى آخر ضمن إطار ثقافي واحد. وتعمل «الميمات» على شكل فيروسات تنتقل بسرعة، تاركة أثراً في كل من مرت عليهم.¹

التعريف الإصطلاحي: الميمز "Memes" هي عبارة عن صور أو مقاطع فيديو قصيرة يكون محتواها على الأغلب هزلياً أو ساخراً، وهي الآن فكرة شائعة انتشرت بشكل فيروسي على شبكة الانترنت وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي. وأصبحت " الميمز " الوسيلة الجديدة لإلقاء النكات التي تليق بالعصر الرقمي ، فانتشرت وبجميع اللغات ، وكان من أكثر ما استرعى انتباه العلماء النفس والاجتماع في هذه الثقافة أن الكثير من "الميمز" التي يشاركها الشخص مع الآخرين تدور حول السخرية من النفس ، وهو الأمر الذي حول السخرية من النفس ، وهو الأمر الذي اختلف علماء النفس والاجتماع حول نفعه وضرره.²

التعريف الإجرائي: ميمز له أفكار عميقة ومشفرة تحمل تعبيرات ساخرة وهزلية تتداول بين مستخدمي الفايسبوك .

ثانياً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي Socil Media

¹ سارة خازم: ميمز لغة جديدة تسخر من الواقع، مواضيع شباب ميديا، <http://shabab.assafir.com> ، 2021/10/02، ساعة 23: 09 .

² هالة الحفناوي. البرامج الساخرة "جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية"، ع20، 2007، ص52.

التعريف اللغوي: يطلق على مواقع التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية «Socil Media»، كما نجد مصطلح آخر وهو Sociale Network أي الترابط الاجتماعي، وهو أدق باللغة العربية ويعرف أيضا بالشبكات الاجتماعية.¹

التعريف الاصطلاحي: منظومة من الشبكات الاجتماعية، التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.²

تعرف أيضا: بأنها مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام ، حيث يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من الموضوعات والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعيقات عليها من خلال المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة ، وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر.⁽³⁾

التعريف إجرائي: هو فضاء الكتروني متاح للجميع للمشاركة وتفاعل في برامجه بإنشاء حسابات تسمح بالتواصل والردشة فيما بينهم ونقصد بها في هذه الدراسة موقع الفيسبوك.

ثالثا: إدراك الواقع الاجتماعي

الإدراك: هو العملية النفسية التي تسهم في الوصول إلى المعاني ودلالات الأشياء الأشخاص والمواقف التي يتعامل معها الفرد عن طريق تنظيم المثيرات الحسية المتعلقة بها أو تفسيرها وصياغتها في كليات

¹ تيري سامية، واقع استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تحسين صورة المؤسسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إشهار وعلاقات عامة، جامعة محمد لمين الدباغين سطيف 2، الجزائر، 2020، ص 21.

² رشا أديب محمد عوض، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من جهة نظر ربات البيوت، قدم كمشروع تخرج للحصول على درجة البكالوريوس، تخصص خدمة اجتماعية في كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس المفتوحة، 2013. ص 19.

³ بابشي عبد الحميد، عبد الله الثاني قدور، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي، مجلة رفوف، مخبر المخطوطات الجزائرية الجامعة افريقية ع 11، مارس 2017. ص 324-325.

ذات معنى، وبالتالي فالإدراك عملية نفسية تهدف للوصول إلى فهم كل ما يثير انتباه الإنسان من خلاله دلالاته ومعانيه.¹

الواقع الاجتماعي (Social reality):

التعريف اللغوي: مصطلح يتكون من مفهومين الأول لفظ الواقع والثاني لفظ الاجتماعي، والواقع قد جاء بمعنى: الحاصل، والكائن، والقائم، أو الحقيقة الثابتة، ومنه وقع وقوع، وحصول، ووجود وتحقيق، وقع، وبأن دلالات هذه المفاهيم تنسجم مع استخدامات علماء الاجتماع لمصطلح الواقع الاجتماعي، في الإشارة إلى ماهو موجود كحقيقة حاصلة أو قائمة من مكونات وجوانب الحياة الاجتماعية. يأتي للإشارة إلى ماهو اجتماعي دون التقييد بنموذج تصوري معين، فهو يستخدم الإشارة إلى الأبعاد أو الجوانب أو الظروف أو العوامل أو المتغيرات الاجتماعية المتعلقة بفئة أو شريحة أو مجتمع معين.²

التعريف الاصطلاحي: يشير مصطلحات العلوم الاجتماعية إلى الواقع الاجتماعي على أنه الرأي القائل إن المجاميع كالدولة والمجتمع والجماعات والنظم والعلاقات لها كيان ذاتي وأنها ليست مجموعة من الأفراد، والواقع الاجتماعي في البحث الراهن يشير إلى تلك الأوضاع الاجتماعية التي يعيشها الحدث وترتبط ببيئته الأسرية.³

ويعرف أيضا: هو مصطلح في علم الاجتماع يعني الواقع الاجتماعي الكائن أو القائم أو الحاصل و يتمثل بذلك الكل المتكامل الذي يتكون من عدة أبعاد نسقية أساسية هي: البعد البيئي أو الجغرافي والبعد البشري والبعد الحضاري والبعد الثقافي وأخيراً البعد التفاعلي التنظيمي، وجميعها تتجسد بصورة مترابطة ومتكاملة في ضوء تجليات الوعي الاجتماعي (الذاتي والموضوعي) سواء على مستوى الأشخاص أو الجماعات أو المجتمعات المحلية، أو على مستوى المجتمع ككل وتنظيماته المختلفة.⁴

¹ عبد الرحمان قدي، تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي اليوتيوب والفيسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، رسالة دكتوراء، في علوم اعلام واتصال جامعة الجزائر3، الجزائر، 2020. ص

² شائم الهمزاني، علاقة الواقع الاجتماعي ب الوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا، دكتوراء كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض 1998م، ص 19.

³ على بن سلمان بن إبراهيم الحناكي: الواقع الاجتماعي لأسر الأحداث العائدين إلى الانحراف، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002م. ص 19.

⁴ موقع الكتروني، موسوعة العريق، <https://areq.net/mB.html>، 2022/03/26 ساعة 21:32.

التعريف الإجرائي: نقصد بإدراك الواقع الاجتماعي في هذه الدراسة تصورات وتوقعات المتلقين حيال واقعه الدراسي والوظيفي والعاطفة.

رابعاً: المتلقي

التعريف اللغوي: جاء في لسان العرب بمعنى الاستقبال، ومنه قوله تعالى: ﴿وما يلقاها إلا الذين صبروا وما يلقاها إلا ذوحظ عظيم﴾ وتلقاه أي استقبله، وفلان يتلقى فلان أي يستقبله، والرجل يلقي الكلام أي يلقيه وقوله تعالى: ﴿إذا تلقونه بألسنتكم﴾ أي بعض عن بعض، وأما قوله تعالى: ﴿فتلقى آدم من ربه كلمات﴾ فمعناه أنه أخذها عنه ومثله لقتها، وقيل أي تعلمها ودعا بها.¹

التعريف الاصطلاحي: هو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتأثر بها أو يتفاعل معها، وهو عنصر مهم جداً لأنه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة وقياس درجة تأثيره في عقلية ذلك الجمهور، يعتبر المتلقي هو أهم حلقة في عملية الاتصال، فالقارئ هو الشخص عندما نكتب والمستمع هو المهم عند التحدث، ويجب أن يوضع المصدر في اعتباره طبيعة المتلقي حتى يضمن طبيعة الهدف من الرسالة، كما يعرف أيضاً على أنه شخص أو جماعة أو جمهور الذي توجه إليه الرسالة من المرسل بقصد مشاركتهم في خبرة أو توصيل المعلومات والآراء إليهم وتعديل سلوكهم أو اتجاهاتهم.²

المتلقي: الشخص الذي يجرى إلى النص بتوقعات مستمدة من أنه تعلم وظائف وأهداف وعمليات الأدب، أو هو المبدع المشارك في المعنى والأهمية والقيمة.³

التعريف الإجرائي: استقبال الاخبار أو المنشورات بتأويلات مختلفة من قبل الشباب.

خ. حدود الدراسة:

المكانية: تمت هذه الدراسة الميدانية على مستوى ولايتي ورقلة وغرداية.

البشرية: شباب ولايتي ورقلة وغرداية

الزمنية: من خلال السنة الدراسية 2022/2021، من الأواخر جانفي 2022 بداية جوان 2022.

¹ جميلة طيب، حورية طيب، قصيدة الخلوة يوسفية للزبير دردوخ قراءة وفق آليات التلقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي، تخصص دراسات نقدية، جامعة أكلي محند أولحاج لبويرة، الجزائر، 2015، ص 11.

² مباركة منمان، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقي الجزائري في القضايا السياسية، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، مج 03، ع 04، ديسمبر، 2021، ص 59.

³ سمير سعيد حجازي: معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس والاجتماع نظرية المعرفة، دار الكتب العلمية، لبنان 2005. 247 ص 247.

م. منهج الدراسة وأدواتها:

يعد المنهج في البحث العلمي أسلوباً لتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة. ويقصد بالمنهج الطريق التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما.¹

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على "منهج المسحي" الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات ومعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، يعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم مجموعة المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها.²

تم اختيار هذا المنهج لملاءمته ولسهولة استعماله في الدراسات الوصفية فقد تم توظيف هذا المنهج من أجل معالجة الإشكالية والتساؤلات المطروحة حول الموضوع لغرض وصف وتحليل البيانات كميًا للحصول على إجابات وردود المبحوثين بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة الأثر المميز عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك الواقع الاجتماعي للمتلقي.

كل دراسة أو بحث يعتمد على مجموعة من الأدوات التي من شأنها أن تسهل على الباحث القيام بدراسة على أفضل وجه، وقد اعتمدت في هذا البحث على أداة واحدة كونها أنسب وهي: الاستبيان، وتعرف استمارة (الاستبيان): بأنها وسيلة من وسائل جمع البيانات الذي يتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأفراد (عينة البحث) الذي تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليسجلوا إجاباتهم على الأسئلة الواردة فيه، ومن ثم إعادته ثانية، ويتم ذلك من مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عليها.³

وعرفه أيضا "سهيل رزق دياب": بأنه صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد الدراسة، حيث يطلب منهم الإجابة عنها بكل حرية.⁴

¹ محمد سرحان على المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب. ط.3. صنعاء، 2019. ص 35.

² سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017، ص 163.

³ ناهد عبد زيد الدليمي، أسس وقواعد البحث العلمي، كلية التربية الرياضية، دار صفاء، عمان، 2016م، ص 134.

⁴ سهيل، رزق دياب: مناهج البحث العلمي، (د.م.ط)، غزة، 2003م. ص 52.

يعرفه أبو النيل بأنه: عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها البحث.¹

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى خمسة (05) محاور: المحور الأول: عادات وأنماط تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على موقع الفايسبوك. المحور الثاني: دوافع وأسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على موقع الفايسبوك واتجاهاتهم نحوها. المحور الثالث: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين. المحور الرابع: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين. المحور الخامس: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى للمتلقين.

وقد وزعت الكترونيا على عينة عشوائية تمثلت في 400 شاب من ولايتي ورقلة وغرداية لموسم 2022/2021.

وقد حكمت من قبل دكتور "هشام بطاهر" بجامعة جيجل و دكتور "عبدالرحمان قدي" بجامعة آفلو ودكتور "رقادة سعيد" بجامعة غرداية.

ذ. مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، في مجتمع الدراسة.² ونقصد بمجتمع البحث في دراستنا شباب ولايتي ورقلة وغرداية.

عينة الدراسة: تعد العينة جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة⁽³⁾ وهي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.⁽⁴⁾

وتتم عملية المعاينة في دراستنا بالأسلوب غير احتمالي باستخدام نوع العينة كرة الثلج، والتي تقوم على اختبار فرد معين وبناء على مايقدمه هذا الفرد من معلومات تم موضوع دراسة الباحث من هو الشخص الثاني الذي سيقوم باختيار لاستكمال المعلومات والمشاهدات المطلوبة، لذلك سميت بعينة

¹ زياد بن علي بن محمود الجرجاوي: القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، 2010. ص 16

² رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج البحث العلمي النظرية والتطبيق، دارالصفاء، عمان، 2000م. ص 137.

³ محمد عبد العال النعيمي، وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، دار الوراق، عمان، 2014. ص 78.

رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، عمان، دار الدجلة، 2008. ص 161.⁴

الكرة الثلجية، حيث يعتبر الفرد الأول النقطة التي سيبدأ حولها التكيف لاكتمال الكرة أي اكتمال العينة.¹

وذلك بهدف جمع المعلومات والبيانات لأن هذا النوع من العينة تخدم نوع الدراسة التي نحن بصدد القيام بها، وكان هذا الاختيار توافقا مع بيئة الدراسة أي الفضاء الإلكتروني. تتمثل في مستخدمي الميمز في موقع الفيسبوك، لذلك سنعتمد على الإستمارة الإلكترونية التي سنضعها في مختلف المجموعات والصفحات الشبابية لولايي ورقلة وغرداية حتى نصل إلى أكبر عدد منهم في إطار عينة كرة الثلج التي تسمح بنشر الاستمارة الكترونيا في مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل عشوائي للحصول على إجابات أكثر من قبل المبحوثين .

ر. الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة خطوة أساسية إذ تحتم أصول البحث العلمي رجوع الباحث إلى ما كتب عن موضوع بحثه باعتبار أن البحث العلمي يعتمد على التراكم المعرفي فهي إحدى الركائز العلمية التي يستند عليها الباحث في معرفة المناهج المتبعة وتساعد في الاختيار السليم لبحثه وعدم تكرار ما ورد فيها وكذا تجنب الأخطاء التي وقعت فيها هذه الدراسات،² كما تساعد الباحث على توضيح المفاهيم الأساسية والإلمام بطبيعة موضوعه محل البحث كما توجهه في تنظيم بحثه شرط أن تكون وثيقة الصلة ببحثه،³ وقد قمنا بتقسيم الدراسات السابقة المشابهة لموضوعنا إلى دراسات أجنبية وجزائرية، مرتبين عربيا جزائريا وأجنيبا وهم كالتالي:

1 -دراسة عبد الرحمان قدي: وهي بعنوان تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي إلتويتوب والفيسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، دراسة لعينة من المستخدمين الشباب في الجزائر، وهي أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام واتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الحديثة، بجامعة الجزائر 3، سنة 2020، حيث تركز إشكاليته حول كيفية تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي الفيسبوك والتويتوب وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي للشباب الجزائري، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الإثنوغرافي باستخدام أداة الملاحظة والمقابلة لجمع البيانات من عينة مستخدمي

¹ ربحي مصطفى العليان: البحث العلمي أسسه مناهجه وأساليبه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، عمان، 2004م. ص 172.

² سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي. دار أسامة. عمان. الأردن. 2019. ص 109.

³ مهدي محمد القصاص: تصميم البحث الاجتماعي. دار نيبور. بغداد. العراق. 2014. ص 157.

الفايسبوك واليوتيوب في الجزائر، كما توصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج منها أن لكل مستخدم عادات خاصة باستخدام التقني والاجتماعي لموقعي الفايسبوك واليوتيوب، كما تكون لديه أيضا عادات خاصة بتلقي محتوياتها، إضافة إلى تميز بعض المستخدمين بتلقي محتويات عن مواضيع أو اهتمامات بطريقة تصل إلى حد الإدمان، وأيضا من نتائجها يوصف التلقي كظاهرة تواصلية تحدث بين الإنسان من جهة وبين المحتويات التي توفرها الوسائط الجديدة للاتصال من جهة أخرى، ووصف تأثير هذه الظاهرة على إدراك الواقع الاجتماعي الذي أصبح مرتبطا بحياة الإنسان في كل لحظة من هذا العصر واتسع مجاله إلى حدود لم يعد بالامكان استيعابها بفضل تكنولوجيا التي مكنت العلماء والباحثين من محاكاة الواقع الاجتماعي المبرمج بالذكاء الاصطناعي لتجسيد الأشخاص والتفاعلات الاجتماعية من الواقع الاجتماعي الفعلي.¹

التعقيب عن الدراسة: تطرقت هذه الدراسة إلى موضوع تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي إوتيوب والفايسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي من خلال عينة من الشباب الجزائري المستخدم للموقعين، حيث تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث تطرقها إلى تأثير المواقع الاجتماعية على إدراك الواقع الاجتماعي للشباب الجزائري، كما تختلف مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد فهي اعتمدت على المنهج الإثنوغرافي ودراستنا على المنهج المسحي، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات وهي الملاحظة والمقابلة عكس دراستنا التي نعتمد فيها على استمارة الاستبيان، كما تختلف مع دراستنا من حيث مضمون مواقع التواصل الاجتماعي المعالج وهو المميز، وقد استفدنا من هذه الدراسة من معلومات في الجانب النظري حول موقع الفايسبوك وإدراك الواقع الاجتماعي، كما استفدنا منها من خلال معرفة تأثير تلقي مضامين المواقع الاجتماعية على إدراك الواقع الاجتماعي.

2- الدراسة لمياء مرتضي النفوسي: بعنوان: منطلقات الانترنتوبولوجية ميمات الانترنت، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، جامعة عبد الحميد بن باديس الجزائر، ع 04، مج 16، 2020/12م. لدى عينة من طلبة الجزائريين، كما توصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج منها إلى فهم الظاهرة المدروسة، من حيث كونها ظاهرة سوسيو أنتروبولوجية لكون الأفراد الذين يتعاملون مع المميز هم في الواقع في علاقة حميمة مع التقنية، من حيث الاستخدامات والممارسات الجديدة لهذه

¹ عبد الرحمان قدي، تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي إوتيوب والفايسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، رسالة دكتوراء في علوم اعلام واتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2020.

التقنية وما يترتب عنها من تفاعلات، وأن معظم مبحوثين يلجؤون إلى الميمز بغية الترفيه، لما يحدثه للإطلاع عليها من متعة وتسلية لدى المتلقي.¹

التعقيب على الدراسة: تطرقت هذه الدراسة إلى موضوع منطلقات الانترنتوبولوجية ميمات الانترنت، وللتعرف على واقع تلقي ميمات الانترنت لدى الطلبة الجزائريين، كما تختلف هذه الدراسة مع دراستنا فهي اعتمدت على الدراسات الاستطلاعية، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات وهي المقابلة عكس دراستنا التي نعتمد فيها على الاستبيان، وقد استفدنا من هذه الدراسة من معلومات في الجانب النظري حول الميمز.

3-دراسة Kinza Mushfiq: بعنوان التأثير النفسي على الشباب من خلال الميمات على Facebook و Twitter و Instagram قسم الفنون والاعلام جامعة، حرم روالبندي 2017، يستكشف البحث بإيجاز كيف بدأت الميمات على وسائل التواصل الاجتماعي وكيف أصبح Facebook و Twitter و Instagram أكبر منصة للميمات، كما يفحص كيف يتأثر الشباب نفسياً من خلال الميمات الموجودة على هذه المنصات، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، إضافة إلى أدوات جمع البيانات وهي الاستبيان.

من نتائج البحث بوضوح أن الميمات أصبحت شائعة جداً في باكستان وكيف يشارك الشباب بنشاط في وضع علامات على الميمات ومشاركتها وكيف أصبحوا جزءاً منها يؤثر على الشباب نفسياً. يقبل غالبية الشباب حقيقة أن الميمات تؤثر على الشباب نفسياً على المواقع الاجتماعية لأنهم يشاركون في الميمات بأنهم يربطون كل موقف مع الميمات وكيف أن الميمات التي تستند إلى الدين أو الثقافة أو الميمات العرقية، تؤثر على شبابنا بشكل سلبي.²

التعقيب على الدراسة: تطرقت هذه الدراسة إلى موضوع التأثير النفسي على الشباب من خلال الميمات على Facebook و Twitter و Instagram، من خلال عينة من شباب جامعة روالبندي في باكستان، حيث تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج المسحي، إضافة إلى

¹المياء مرتضي النفوسي: منطلقات الانترنتوبولوجية ميمات الانترنت، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، جامعة عبد الحميد بن باديس الجزائر، ع 04، ديسمبر 2020.

²Kinza Mushfiq. Psychological effect on youth through memes on Facebook, Twitter & Instagram. FOUNDATION UNIVERSITY, RAWALPINDI CAMPUS Foundion university June – 2017.

أدات جمع البيانات وهي الاستبيان، وإضافة إلى ذلك أنها تتشابه مع دراستنا من حيث النظرية وهي نظرية الغرس الثقافي، وتختلف مع دراستنا هذه دراسة تعالج موضوع نفسي ودراستنا تعالج موضوع اجتماعي وقد اسفدنا من هذه الدراسة من معلومات في الجانب النظري حول المميز، كما استفدنا منها من خلال أسئلة الاستبيان .

ن. الخلفية النظرية للدراسة:

من المعروف أنه لكل دراسة أو موضوع مجموعة من النظريات التي تناولت الموضوع، وعلى الباحث أن يختار أو يتبنى النظرية المناسب وذلك من أجل تحقيق الأهداف والتحقق من وجود أثر بين متغيرات الدراسة وقد تبين أن نظرية هي من إحدى النظريات الأنسب لموضوع الدراسة.

نظرية الغرس الثقافي:

تعريف نظرية:

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقياً لأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة والادوار التي تقوم بها وسائل الاعلام في هذه المجالات حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الاعلام في التأثير على معرفة الأفراد وادراكهم للعوامل المحيطة بهم، وخصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة، وترتبط هذه النظرية بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة - واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الاعلام بعيداً عن العالم الواقعي - وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي.⁽¹⁾

ويعد جورج جرنير G.Gerbner أبرز المنظرين لهذه النظرية الإعلامية، ويرى منظرو نظرية الغرس أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثراً على إدراك الناس للعالم الخارجي وخاصة الذين يتعرضون لتلك وسائل لفترات طويلة ومنتظمة، وي طرح جرنير مفهوماً موازياً للغرس الثقافي وهو الإنماء الثقافي ويمكن وصف الإنماء بأنه العملية التي تقوم بها الثقافة في المجتمع ما، والثقافة هي ذلك الكل من الفنون والعلوم والعادات والتقاليد والعلوم والفنون والديانة، والقانون والمهارات واللغة، والموسيقى، والسلوك... الخ. ويمكن وصف عملية الإنماء أنها نوع من التعلم العرضي بدون وعي وتخطيط نتيجة

محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004. ص 331.

التعرض لوسائل الاتصال حيث يتعرف الفرد على حقائق الواقع الاجتماعي التي تصبح جزءاً من صورة الذهنية المكونة لديه.¹

والغرس الثقافي يعني أن كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام غير الانتقائي للرسائل تقود المشاهد إلى الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه.²

الدعائم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس

- يعتبر التلفزيون وسيلة فريدة للغرس بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى
- يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل والصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد معاني مشتركة بنسبة أكبر من قلبي المشاهدة.
- تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم مفاتيح للغرس.
- يركز تحليل على الغرس النتائج العامة والمتجانسة.⁽³⁾

الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي:

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة، أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي ترتبط عناصر الوجود معا وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام.
- إن التلفزيون مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وغن الناس يمتصون المعاني⁴ المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع.
- يدور الفرض الثالث حول التعرض التراكمي للتلفزيون حيث أن خلق وجهات نظر غرس معتقدات لدى آخرين، يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم التلفزيون.

¹ كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020. ص 131.

² رضا عكاشة: تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر

³ وجددي حلمي عبد الظاهر، نظريات الاعلام والاتصال، قسم الاعلام جامعة أم القرى،

⁴ <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765> يوم 2022/03/12 ساعة 18:58.

➤ يرتبط هذا الغرض يتمثل وسائل التلفزيون حيث يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الوسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدين أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي تصور من خلال التلفزيون.

➤ يوجد ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة ويظهرون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر ارتباطهم بالواقع الاجتماعي.¹

انتقادات نظرية الغرس الثقافي:

- يرى كل من هاوكنز وبنجري "أن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي عند مشاهدته يمكن أن ترجع إلى بعض محتوى مواد أو البرامج التلفزيون، ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج، وكذلك فإن تلك العلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد أو برامج التلفزيون في عمومها، ولكنها قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.
- أن المادة المقدمة من خلال التلفزيون، من الممكن أن تتعرض إلى القلب والنزيف من قبل المشاهدين، كما أن استجابات المشاهدين قد تكون متحيزة. وبالتالي تصبح الأسس التي تبني عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهدة والتأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيمها وأبعادا غير دقيقة.

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصوير تطبيقي لأفكار الخاصة بعمليات بناء المعاني، فموضوع دراستنا الذي يتحدث عن أثر المميز عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون في عدة أشكال كالصور والفيديوهات والتي تحمل معاني بدورها، في حين تنتقل إلى المتلقي قد تضع في ذهنه أفكارا غير التي معاني للشباب المتلقي وتغرس لديه بحيث يختلف هذا من فرد لآخر.

و. صعوبات الدراسة:

- وتكمن صعوبات الدراسة في قلة المراجع التي تتناول الموضوع المميز بشكل خاص
- وتكمن أيضا أن جل المراجع باللغة الأجنبية ما جعلنا نتعب مرتين في حصول على المعلومة.

¹ عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال، دار اليازوري، عمان، 2016م، ص172.

الإطار النظري المميز في الميديا الجديدة

تمهيد

المبحث الأول: المميز الماهية والأبعاد

المطلب الأول: مفهوم الميمز memez ونشأته

المطلب الثاني: الفئة العمرية لمستخدمي ميمات وتأثيراتها على المجتمع.

المطلب الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للميمز وأشكاله.

المطلب الرابع: سليات وإيجابيات الميمز وأشهرها

المبحث الثاني: الميديا الاجتماعية الجديدة مفهوما ومؤشراتها

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا إعلام الاتصال الحديثة

المطلب الثاني: مفهوم الميديا الاجتماعية الجديدة مفهوما وأنواعها

المطلب الثالث: استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها

المبحث الثالث : التلقي وإدراك الواقع الاجتماعي

المطلب الأول: التلقي نظريته ومرتكزاتها

المطلب الثاني: عملية التلقي الحدود والأبعاد.

المطلب الثالث: الأنا (الفرد) والذات الاجتماعية وعلاقتها بإدراك الواقع

الاجتماعي.

المطلب الرابع: أبعاد الواقع الاجتماعي.

تمهيد:

عرف العالم تقدماً ملحوظاً في حقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة واستخدامها، بحيث ساهمت في ظهور أساليب جديدة وأنماط متعددة، يصف منها الواقع المعيشي ويعبر فيها الأفراد عن آرائهم من خلال منشورات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك، ويعد "الميمز" أحد تلك الأساليب والأنماط التي تعتبر من استخدامات هذه المواقع، وفي هذا الفصل سنتعرف على هذا النوع من الأساليب من خلال استخدامه عبر موقع الفيسبوك من طرف الشباب الجزائري.

المبحث الأول : ماهية الميمز

المطلب الاول : مفهوم الميمز والنشأة "memez"

1) مفهوم الميمز memez

اصطلاحاً : الميمز هو مفهوم مشتق من البيولوجيا . واستعارة مفاهيم من حقل علمي إلى آخر مسألة مشروعة على المستوى الإبيستيمولوجي، شريطة أن تحترم بعض الضوابط العلمية وهكذا، قام Robert Dawkins باستعارة مفهوم الميمز من البيولوجيا ليسقطه على دراسة ظاهرة ثقافية شاسعة الاستخدام في أيامنا ، ألا وهي ميمات الانترنتينطلق Dawkins في كتابه The Selfich gene من فكرة أنه يوجد تنافس بين الميمات التي تولد سلوكيات فردية وجماعية مما يترتب عن هذا الوضع تطور ثقافي ، ويحدد في كتابه أصل الكلمة التي يقول إنها يونانية الأصل مضيفاً " أرجو أن يغفر لي أصدقائي الكلاسيكيون اختصار كلمة Mimeme الى meme ، ويقارن عمل الميمات بعمل الجينات قائلاً " مثلما الجينات تنتشر في حوض الجينات عن طريق القفز من الجسم إلى الجسم عن طريق القفز من الدماغ إلى الدماغ عبر عملية التي يمكن أن تسمى في معناها الواسع بالتقليد وبذلك، فالميم هو المرادف الثقافي للجين البيولوجي، وعلى هذا النحو، الميمات شأنها شأن الجينات هي نسخ مماثلة، وبالتالي فإن الغرض الرئيسي منها هو التكرار فكلاهما (الجين البيولوجي أو الميم) نتاج تطور، بيد أنه في حين تكون الجينات نتاج تطور بيولوجي، تكون الميمات نتاج تطور ثقافي.¹

عرّف داوكنز: "الميمز" Memes بوصفها وحداتٍ أو عناصر ثقافية، تنتقل من فردٍ إلى آخر عبر النسخ أو المحاكاة خاضعةً - مثل الجينات - إلى التغيير والمنافسة والانتقاء، وأورد حينها أمثلةً على ذلك كالنغمات، أو العبارات، أو الموضة، وصولاً إلى المفاهيم المجردة.²

¹ لمياء مرتضي النفوسي : منطلقات الانترنتوبولوجية ميمات الانترنت ،مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ ، جامعة عبد الحميد بن باديس الجزائر ، ع 04، ديسمبر 2020، ص 167.

² محمد استانبولي: الميمز كالعُدوى أو أسرع بقليل، العربي الجديد ،موقع الكتروني <https://www.alaraby.co.uk/>

، 23:05 ساعة 2022/04/06،

وعرف أيضا: يتم استخدام الميمز على الانترنت لوصف فكرة أو نكتة أو مفهوم مشترك على نطاق واسع عبر الانترنت، وهي عادة صورة تحتوي على نص أعلاها أو أسفلها، ولكنها يمكن أتأتي أيضا في شكل فيديو أو رابط ومن أمثلة الشائعة على ذلك ميم أساجي الذي ظهر في 2012 ومستمر للآن.¹

الميمز مفهومها الإلكتروني: فهي عبارة عن صور مركبة مرفقة بتعلق ساخر قصير يمكن المتلقي من فهم الفكرة المراد إيصالها. غير أنه لا يمكن حصر "الميمز" في الصور، فهي بشكل أساسي تقوم على فكرة، قد تنفذ بالصوت والصورة أحيانا، وبالكتابة أحيانا أخرى. لكن الصور المرفقة بتعلق تبقى الشكل الأكثر انتشارا والأسهل في عملية التنفيذ والتأويل والفهم.²

2) نشأة الميمز " Memez "

مع الشعبية الهائلة للميمات ، لا يُعرف الكثير عن ماهي الميمات ومن أين يأتي المصطلح ما يجعل التعريف بالميمات صعبا بشكل خاص هو الغموض المتزايد حول مصطلح "meme" مقارنة بانتشاره. من المؤكد أن مصطلح "meme" يعود إلى مساهمة عام 1976 لريتشارد دوكينز، ظهر في نصه "الجين الأناني" ، "meme" دوكينز كان يقصد به تقليد مصطلح الجين عن طريق القافية مع عكس حركة الجين وانتشاره.

يعرف دوكينز الميمز: على أنه "وحدة نقل ثقافي أو وحدة تقليد ما الذي يمكن أن يكون مثالا على نوع الميم الذي طرحه دوكينز؟ وفقاً لدوكينز، تشمل هذه الأمثلة اللغة العامية واتجاهات والأسلوب والسلوكيات والأفكار الدينية شعبية الميم هي ما يضمن بقائها. تتصارع Memes ضد بعضها البعض من أجل الاهتمام، مع تأقلم أكثر الميمات ازدهارا مع السياقات المختلفة ما يجعلهم "أنانيين" هو قدرتهم التنافسية مع الميمات الأخرى بسبب كفاحهم من أجل الفوز وبالتالي، تعيش الميمات وتموت بسبب الثقافة والمجتمع الذي يتبناها أو يرفضها.

تستند "ميم الإنترنت" إلى طبيعة ما أوجزه دوكينز وقد جمع عددا لا يحصى من التعريفات. وقد زاد هذا من عدم وضوح ما هو ميم وما هو ليس ميم. كثيرا ما يُنظر إلى ميم الإنترنت على أنه مزحة

¹ محمد الخالدي، الدليل الشامل في مصطلحات وسائل التواصل الاجتماعي، دولفينوس،

<http://anyflip.com/lklk/ztxq> 2022/02/12 ساعة 11:08.

² المكّي أمل: "الميمز": صور تسخر من الواقع.. أنشرها ولك الأجر، تونس ULTRA،

<https://ultratunisia.ultrasawt.com>، يوم 2021/10/12 ساعة 23:04.

تجذب الانتباه من خلال نشرها الرقمي، دوكينز بعد أن لاحظ شعبية ميم الإنترنت، لتوضيح كيفية توسيع ميم الإنترنت لمفهومه عن الميم. "بدلاً من التحول عن طريق التغيير العشوائي والانتشار من خلال شكل من أشكال الانتقاء الدارويني، فإنهم [إشارة إلى ميمات الإنترنت] يتم تغييرهم عمداً من خلال الإبداع البشري بشكل عام، ولأغراض هذا النص، أرى الميمات على أنها "وحدة معلومات ثقافية تنتقل من عقل إلى آخر تصارع التعبير والثقافة والمعلومات وانتشارها. مما لا شك فيه أن الميمات متنوعة بقدر ما هي منتشرة. من نص مدمج مع صورة واحدة، وتوضيح، وصور متحركة، وفيديو، وصور متعددة، وأكثر من ذلك.¹

المطلب الثاني : الفئة العمرية لمستخدمي ميمات وتأثيراتها على المجتمع

1) الفئة العمرية لمستخدمي ميمات

تُظهر العديد من الدراسات التي أجريت في السنوات الأخيرة أن الميمات تُستخدم عمومًا من قبل فئة عمرية محددة: المراهقون إلى جيل الألفية الذي يبلغ من العمر 20 عامًا، يرجع هذا في الغالب إلى الحقيقة الوحيدة المتمثلة في أن الشباب الذين ينتمون إلى الفئة العمرية المذكورة أعلاه يقضون وقتًا على الإنترنت أكثر بكثير من أفراد المجتمع الأكبر سنًا. لقد كان لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت منذ أن كانوا صغارًا جدًا لذا فقد اعتادوا على قواعد الاتصال الجديدة التي وضعتها المراسلات عبر الإنترنت. ليس لديهم أيضًا أي مشاكل في فهم السياق وراء الميمات والمراجع من الثقافة الشعبية، يتشارك الشباب في جميع أنحاء العالم الاهتمامات والهوايات والمشاكل وأوجه التشابه في الحياة اليومية وما إلى ذلك فهم بطريقة ما يتحدثون نفس اللغة. إنهم يستمعون عمومًا إلى نوع معين من الموسيقى، ويشاهدون نفس البرامج التلفزيونية الشهيرة، وبرامج الواقع والأفلام، ويقرؤون الكثير من نفس أنواع الكتب، ويتابعون فنانيين وسياسيين ومصورين ومؤثرين ومشاهير مشاهيرين. وبالتالي، فهم يفهمون بعضهم البعض ويفهمون ميمات بعضهم البعض الميمات هي انعكاس للتنوع المجتمعي، وأفضل وصف له هو من قبل الآباء المرتبكين الذين يحاولون فهم ما يجده أطفالهم مضحكًا جدًا في منشور شبيه بالكوميديا لا معنى له بالنسبة لهم.²

¹ Constance Iloh, Do It for the Culture: The Case for Memes in Qualitative Research. International Journal of Qualitative Methods Volume . University of California, CA, USA.2021p02

²Bisera Kostadinovsk, Internet Memes And Their Socio-Linguistic Features. European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies 2BA, Faculty of Education, Bitola University ,Issue 4,2018.p162

2) تأثير الميمات على المجتمع:

يزداد الأمر خطورة كلما ازداد تفاعل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي مع الطابع الفكاهي الذي يثيره الميم ومع سرعة فهمنا لمضمونه، تتولد لدينا رغبة في مشاركته، من خلال إعادة نشره أو إرساله لمن نحب من أجل أيشاركونا ابتسامة، لا ننتبه في الكثير من الأحيان إلى أثره قد يكون مهيننا للآخرين، ويخفي خلفه محتويات عنصرية تعزز صوراً نمطية ليصبح مع مرور الوقت أمراً بديها لأنه مغلف بالفكاهة.¹

في المجتمع الموسع نربط وننقل ونصنع ونعيش في مجالات مادية ومنتقدمة غير قابلة للتجزئة. ويمكن أن يكون تأثير الميمات إيجابياً أو سلبياً على المجتمع. بالنسبة إلى ميمي الإيجابية، يمكن أن تساعد في تصوير مشاكل الحياة الحقيقية، والأعراف الاجتماعية والثقافية والأخلاقية والنمطية للمجتمع بطريقة مضحكة ولكنها معبرة. مثل المشاكل السياسية على سبيل المثال أيها بيك غاي هاي جورمينت ميمي، قضية بنما. لشرح أصوات المئات في صورة لإعطاء رسالة مفادها أن الحكومة لا تعمل وما إلى ذلك. تُحدث Memes التغيير في مجتمعنا بطريقة توضح شيئاً يستخدمه الناس الميمات، سواء كانت مشكلة اجتماعية أو أي قضايا سياسية أخرى، ويتفاقم تأثير الميمز ليصبح أشد عدائية وعنصرية في الفضاء الافتراضي الذي لا تحكمه أي معايير أو سياسات قادرة على تمييز المحتوى العنصري في الميمز.

المطلب الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للميمز وأشكاله

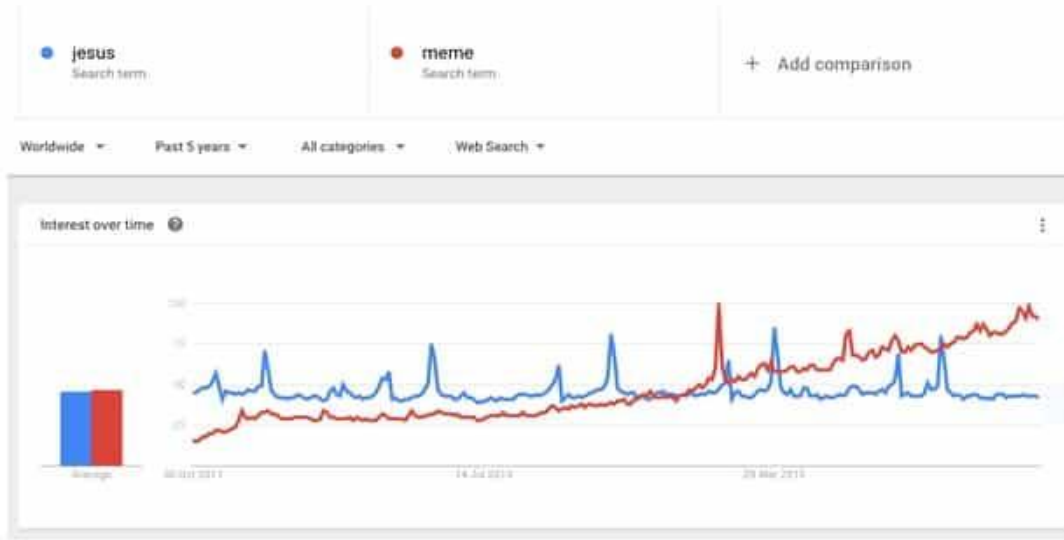
1) وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للميمز

النقطة الأكثر أهمية هي سبب مشاركة الميمات عبر Facebook فقط. تويتر وانستغرام. تتم مشاركة الملايين من الميمات في هذه المواقع الاجتماعية على أساس يومي لأن هذا هو النظام الأساسي الوحيد الذي يستخدم فيه ملايين الأشخاص إنه مستوى اتصال جماعي، لذا يستخدم الأشخاص الذين يصنعون الميمات وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة لجمهورهم المستهدف.²

¹ حليلة عياش، ميمات الأنترنت: "نتاج واستهلاك للثقافة الرقمية"، مجلة الرسالة الدراسات الإعلامية، جامعة قسنطينة، ع01، الجزائر، 2020. ص288.

²Kinza Mushfiq. Psychological effect on youth through memes on Facebook, Twitter & Instagram. FOUNDATION UNIVERSITY, RAWALPINDI CAMPUS Foundion university June – 2017.

الشكل رقم 01: يوضح المنحى البياني شعبية الميمز على الأنترنت في 2016



المصدر: صحيفة Mirror باعتماد على احصائيات Google Trends.

43% من الأشخاص الذين يتراوح أعمارهم بين 13 و17 عاما، انهم يتابعون صفحات وحسابات الميمز على وسائل التواصل الاجتماعي، فيما 56% من أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و20 عاما، انهم يفعلون نفس الأمر 74% بالمئة من مشاركي الميمز، يرسلونها إلى أصدقائهم أو أفراد عائلاتهم من أجل إضحاحهم، فيما يرسلها 53% من أجل التفاعل معهم أو لتلقي رد فعل منهم حولها، ويقول مؤسس شركة Memeois لصناعة الميمز، أنوشك ميتال، مجلة "فوريس" الأمريكية، إن الباحثين بشركته توصلوا الى أن هناك أكثر من عشرة مليون تفاعل على مواضيع شتى من الميمز وأوضح ميتال أن أفراد جيل Millennials، ينظرون من 20 الى 30 ميم بشكل يومي، انهم استطاعو تحقيق مشاركة عضوية بنسبة 60% بعد أن كانت 5% فقط على فيسبوك وانستغرام، من خلال استخدام الميمز في عمليات التسويق.¹

(2) أشكال الميمز:

تختلف أشكال تقديم ميمات الانترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي فلكل مستخدم نظره الخاصة وطبيعة أفكاره التي يحاول التعبير عنها سواء بالاستنساخ أو من خلال التناص ومن أهم الأشكال المقدمة نجد:

¹ لغة العصر التي غزت العالم كيف أصبحت الميمز أداة جديد للتأثير، مركز الانذار المبكر، <https://ewc-center.com/2020/12/08/3800>، 2021/12/12، ساعة 00:52.

- الفيديو: ميمات الانترنت اتخذت شكل الفيديو في معظم حيث يسهل تفاعل الجمهور مع المحتوى بطريقة سريعة وقد أسهم تواجد موقع اليوتيوب في انتشار هذا النوع من الميم الانترنت وأشهر الفيديوهات من هذا النوع "فلاش موب" حيث ارتبطت الصورة الذهنية لدى الناس عند ذكر فلاش موب بأنها رقصة جماعية وفي الأساس ماهي إلا تصرف جماعي تقوم به مجموعة مثل مجموعة من الناس ترتدي لباس موحدًا ويقوموا بالغناء فجأة كما موضح في (صورة 02) لأفضل استخدامات لفلاش موب.¹

الشكل 02: صورة لميمز فلاش موب



- الصورة: مع انتشار الجيل الثالث للهواتف الذكية كانت الصورة قد استولت على حيز كبير من المشاركة، ومع تطور التطبيقات الحديثة أصبحت الصور تستخدم بشكل فكاهي للتعبير عن قصة معينة أو عن ردة فعل معينة، وبعض الصور تداولها الناس لمناقشة قضايا معينة مثل قضية الفستان الأزرق المتغير إلى اللون الذهني كان دور ميم الانترنت في خاصية الصور بالغ الأثر في بعض التصرفات الشاذة في المجتمعات وتأخذ طابعا فكاهيا لكل الدرس خلف هذه الصورة له مغزى عميق جدا.

الشكل 03: صورة لميمز فكاهي



¹ ماهو ميم الانترنت ، <https://saudinew.media/blog/287.html> يوم 2022/04/06، ساعة 01:03.

- الصوت: ليس ببعيد عن الإعلام الجديد اعتماد الصوت كأداة لميم الانترنت وهو في الغالب اقتباس عن استخدام الفيديو فيتم استعمال المقطع الصوتي فقط لينتج منه ميم انترنت وربما أشهر تلك الأصوات العربية التي اتخذت حيز الانتشار هو مقطع لامرأة مصرية كانت تهاجم سياسة الرئيس الأمريكي أوباما لأوضاع مصر، تم نشره حتى استخدمه منتجو الأصوات للتعبير عن رأيها، أما بطريقة فكاهية أو استخدام صوتها لتعبير عن رأي مسيء.¹

المطلب الرابع: سلبيات وإيجابيات الميمز وأشهرها

1) سلبيات وإيجابيات الميمز

أولاً: سلبيات الميمز

تعتبر الميمز ظاهرة حديثة وما زالت تحت الدراسة والبحث بغرض معرفة تأثيراتها السلبية والإيجابية على المجتمع، ولكن الميمز التي تسخر من المرض النفسي جذبت اهتمام علماء النفس والاجتماع بشكل خاص، يرى بعض العلماء جانباً سلبياً في انتشار هذه النوعية من الميمز، خاصة تلك التي تعبر عن النظرة السلبية للمجتمع اتجاه الفرد، مثال على ذلك: ينشر أحدهم «ميم» يسخر ممن تأخرت في الزواج، لتشاهده فتاة تعاني من المشكلة نفسها، وهنا تأتي سخرية المجتمع من الفرد، يكون الميم مضرًا نفسيًا واجتماعيًا، لأنه حتى وإن أضحك صاحب المشكلة في وقتها كون له تأثير في اللاوعي بأنه لا يزال منبؤدًا ومرفوضًا من المجتمع.

«الميمز» قد تكون جذابة للدرجة التي تدفع بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أحيانًا إلى إيهام أنفسهم بأنهم مرضى بالفعل، حتى يمكنهم مشاركة هذه النكات وجذب تعاطف الآخرين، ومع الوقت قد يطورون أعراض الذي يوهمون أنفسهم أنهم مصابون به، مثل الاكتئاب والقلق² وتطرت دراسات غربية عديدة إلى مانشير إليه في هذا المقال، ففي دراسة نشرتها مجلة Computerin Human Behavior وجد الباحثون أن جميع من أجريت عليهم الدراسة من أجناس، بما فيهم البيض، وجد وأن الميم الذي يتناول موضوعات تتعلق بالعرق المسئ أكثر من أي محتوى آخر وأجريت دراسات حول الميمز في ولايات المتحدة، وجدت دلائل على محتوى

¹ حليلة عياش، مرجع سابق، ص 289.

² الميمز وحى الساخرة من نفس هل هي ضارة أم مفيدة، ساسه sas، <https://www.sasapost.com/self-reflective-internet-memes>، 2021/10/12، ساعة 10:02.

عنصري ومسىء للنساء ويعبر عن سيطرة الذكورية البيضاء ، والمتابع لصفحات الميمز العربية، لا بد وأن يكون قد اصطدم بين الحين والآخر، بمحتوى عنصري يتخذ من لون البشرة مادة للتنمر خصوصاً وأن الميمز تعتمد على الأفلام والمسلسلات.¹

يصر بعض الأطباء النفسيين أن الميمز الخاصة بالمرض النفسي والعقلي هي قنبلة اجتماعية موقوتة، لأنها تجعل من المرض النفسي أمراً جذاباً، وقد يشعر الأشخاص الأصحاء بالغيرة من تلك الأشياء المضحكة التي لا يستطيعون ربط أنفسهم بها، ولذلك فرمما تجد نسبة كبيرة جداً من أصدقائك على مواقع التواصل الاجتماعي يشاركون ميمز عن الاكتئاب، غير مدركين أن الاكتئاب حالة نفسية وعقلية معقدة يحتاج صاحبها للعلاج الفوري؛ لأنها قد تعرضه لإيذاء نفسه

ثانياً: الجانب الإيجابي: وسيلة للدفاع في وجه الأزمات

بالرغم من ذلك فإن «الميمز» التي تتناول المرض العقلي والنفسي قد يكون لها جوانب إيجابية فبحسب دراسة علمية نشرت في يناير (كانون الثاني) الماضي، وجد عدد من مرضى الاكتئاب هذه «الميمز» مضحكة، وجعلتهم يشعرون شعوراً أفضل، لأنها توفر للمكتئبين دعم أقرانهم الذين يعانون أعراضهم نفسها، وتمنحهم منظوراً آخرًا للتجارب السلبية التي يمرون بها. نشرت دراسة أمريكية جانباً إيجابياً فيما يخص «الميمز» والسخرية من النفس، وكانت الدراسة بعنوان السخرية من الذات: دراسة عن «الميمز» التي تعكس الذات في مضمونها، أثبتت هذه الدراسة على بعض الطلبة أن استخدام «الميمز» ومشاركتها عبر الإنترنت قد تكون وسيلة دفاعية فعالة للتغلب على التوتر والشعور بالضغط النفسي، خاصة بين الطلبة في الفترة التي تسبق الامتحانات المهمة والنهائية وبعد التفكير في وجهتي النظر لعلماء النفس حول مدى تأثير «الميمز» التي تسخر من الصحة العقلية والنفسية، نخلص إلى أن «الميمز» التي تناقش أوضاعاً بعينها، أو أوضاعاً مؤقتة تسبب بعض التوتر لمن يمر بها، قد تكون مفيدة بالفعل للتخفيف من حدة التوتر ومساعدة الفرد على الخروج من الأزمة المؤقتة بطاقة إيجابية أكبر.²

¹ علاء الدين عسقول، أحمد رضوان، الميمز... عن المغلقة بالفكاهة ومخاطرها،

https://raseef22.net/article/1078655 ، 10:21 .2022/05/15.

² لغة العصر التي غزت العالم كيف أصبحت الميمز أداة جديد للتأثير، مرجع سبق ذكره.

(2) : أشهر ميمز في التاريخ:

نعلم جميعًا ما هي الميم. بعد كل شيء، رسخت هذه الكلمة نفسها كعنصر كلاسيكي في مجتمع الإنترنت، وفيتطبيقات المراسلة والشبكات الاجتماعية ومع ذلك، في حين أن معظمهم روح الدعابة، إلا أن البعض الآخر لديهم رسالة جادة وعميقة إلى حد ما. ومن خلال الصور يمكننا التعرف على بعض من أشهر ميمًا في التاريخ.

الشكل رقم 04: كايبود إيومي



روجت شبكات التواصل الاجتماعي لصورة الرجل بإصبعه على صدغه كبادرة للناس للتفكير في الأمور قبل القيام بها. في معظم الأحيان، يكون مصحوبًا بنصائح غريبة إلى حد ما للحياة اليومية من أحد المشاهد في فيلم وثائقي بأسلوب محاكاة ساخرة يسمى "Roll Safe" نشأت الصورة التي أطلق عليها اسم في عام 2016. ومنذ ذلك الحين، حصد المسلسل أكثر من مليون مشاهدة وزادت شعبية الميم You Tube. بث على Hood Documentary.⁽¹⁾

الشكل رقم 05 : صورة للقطعة الغاضبة



¹ أشهر 20 ميمز في تاريخ (صور توضيحية) <https://ar.warbletoncouncil.org/memes-mas->

famosos-historia-4646 يوم 2022/01/25، ساعة: 21:11

الصورة الأصلية للقط الذي أطلق عليه لقب "القط الغاضبة" بسبب "شفيتها" المتجهتين للأسفل. تُظهر تعبير حيوانه Reddit أصبح هذا القط الغاضب أحد أشهر الوجوه على الإنترنت. بدأ كل شيء عندما نشر مالكها صورة على موقع الإليف. على الفور، تمت مشاركة الصورة من قبل المستخدمين لأنهم لم يصدقوا أن القطط كانت حقيقية¹.

المبحث الثاني: الميديا الاجتماعية الجديدة مفهومها ومؤثراتها
المطلب الأول: تكنولوجيا إعلام الاتصال الحديثة وخصائصها

1) تكنولوجيا إعلام الاتصال الحديثة

أولاً: مفهوم التكنولوجيا

تعريف اللغوي: يرجع أصل كلمة تكنولوجيا (Technique Logie) إلى الكلمة اليونانية، وهي تتكون من مقطعين المقطع الأول Techno ويعني حرفة أو مهارة أو الفن والمقطع الثاني Logie وتعني علم أو دراسة ومن هنا فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم التطبيق، أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، وهي علم التشغيل الصناعي².

التعريف الاصطلاحي: مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستحدثة لبحوث أو دراسات مبتكرة في مجالات الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة التي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستعملها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية³.

ثانياً: مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة

يعرفها معالي فهمي حيدر: بأن التكنولوجيا الجديدة الاتصال تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات

1. Sara Cannizzaro Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital .Lincoln School of Film and Media University of Lincoln Brayford Pool, culture 2016.p565..Lincoln Lincolnshire LN6 7TS

محمد الصيرفي: إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009، ص 13.

3 خالد منصر: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2016م، ص 21.

الآلية، ووسائل الاتصالات وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصال.¹

2) خصائص التكنولوجيا الحديثة لإعلام والاتصال:

- التفاعلية: *interactivité* يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه أي تبادلية حيث يكون الحوار بين طرفين.²
- اللامهائية: *démassificatio* وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها
- اللاتزامنية: *Asynchroonisation* وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من المنتج الرسالة إلى مستقبلها دون الحاجة لتواجد مستقبل الرسالة.
- قابلية التحرك أو الحركية: *Mobilité* فبذلك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته....
- قابلية التحويل: *Converbilité* وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى الرسالة مطبوعة وبالعكس⁽³⁾
- قابلية التوصيل: *Connectivité* وتعني إمكانية توصيل الأجهزة اتصالية بتنويعا كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع .

¹ عبد الرحمان سولمية: استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، ع 21، ديسمبر، 2015م. ص198.

² عبد القادر علال، رشيد بكاي: دور وسائل الاعلام في صناعة صورة ذهنية، مجلة المواقف للبحوث في المجتمع والتاريخ، ع 02، جامعة مار ثيلجي أغواط، ديسمبر 2018. ص144.

³ سميرة شيخاني. الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، مج 26 ع الاول + الثاني، كلية الآداب وعلوم انسانية 2010. ص 447

➤ الشبوع أو الانتشار: Ubiquité ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل حول العالم، وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة كلما زاد عد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية.

➤ الكونية: Globalisation البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتي تستطيع المعلومات أن تتبع الممارسات المعقدة تعقد المسالك التي يندفق عليها رأس المال الإلكتروني عبر الحدود الدولية من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على ألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم .

لقد نجحت التكنولوجيا للإعلام والاتصال ولأول مرة في تحقيق المعادلة الصعبة في أن تجمع بين الأكفأ أو أعلى قدرة وبين الأرخص والأكثر سهولة في الاستخدام.¹

المطلب الثاني: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الوسائل والجمهور والمجتمع

أثرت التطورات الراهنة في التكنولوجيا الاتصال على الاتصال الجماهيري وعلى وسائله ويمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال في الجوانب الآتية:

1. التأثيرات على وسائل الاتصال: ويمكن حصرها:

✓ أن التكنولوجيا الجديدة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة بل تطورها، فعلى مستوى الاتصال الذاتي مثلا كانت الوسائل: تدوين الملاحظات، المذكرات الشخصية.. الخ، أما المستحدثات التكنولوجية فهي: الأشرطة المسموعة، الحاسبات الإلكترونية.. الخ، وعلى مستوى الاتصال الجماهيري كانت الوسائل هي: الجريدة، التلفزيون، الراديو أما الآن فنجد التلفزيون بالاشتراك، أنظمة المعلومات الرقمية، الكتاب الإلكتروني... الخ

✓ أن الحدود والفروق التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها بعض قد زال بعضها وبعض الآخر في طريقة للزوال، ولم تعد الحدود بين الأنماط المختلفة ومتنوعة من وسائل الاتصال حادة جدا كما كان من قبل.

✓ أن التطورات الراهنة في التكنولوجيا الاتصال خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني مكان لها آثارها على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة.

¹ عبيدة صبطي، فكري لطيف متولي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطبيقاتها في مجال التعليم، المركز العربي للنشر والتوزيع والمؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، (د.م.ن) 2018م. ص. 42-43.

✓ أن وسائل الاتصال الجماهيرية قد أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، حيث أحدثت الثورة المعاصرة طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال.¹

2. التأثيرات على الجمهور:

يلاحظ أن تطورات وسائل الاتصال الجماهيرية قد صاحبه أيضا نمو وتطور الجمهور معها، ويمكن تحديد تأثيرات ثورة الاتصال الراهنة على الجمهور في:

- تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الفرد.
- التكنولوجيات الاتصالية الراهنة تتسم التفاعل بين المستقبل ومرسل، وإمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية.
- ونتيجة لتلك انتقائية، فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك على المدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير سارة أو مزعجة أو جادة وليست مسلية، وزيادة عمليات الإدراك الانتقائي والتعرض الانتقائي.
- تكنولوجيا الاتصال لها تأثير على عادات استخدام الجمهور للاتصال.²

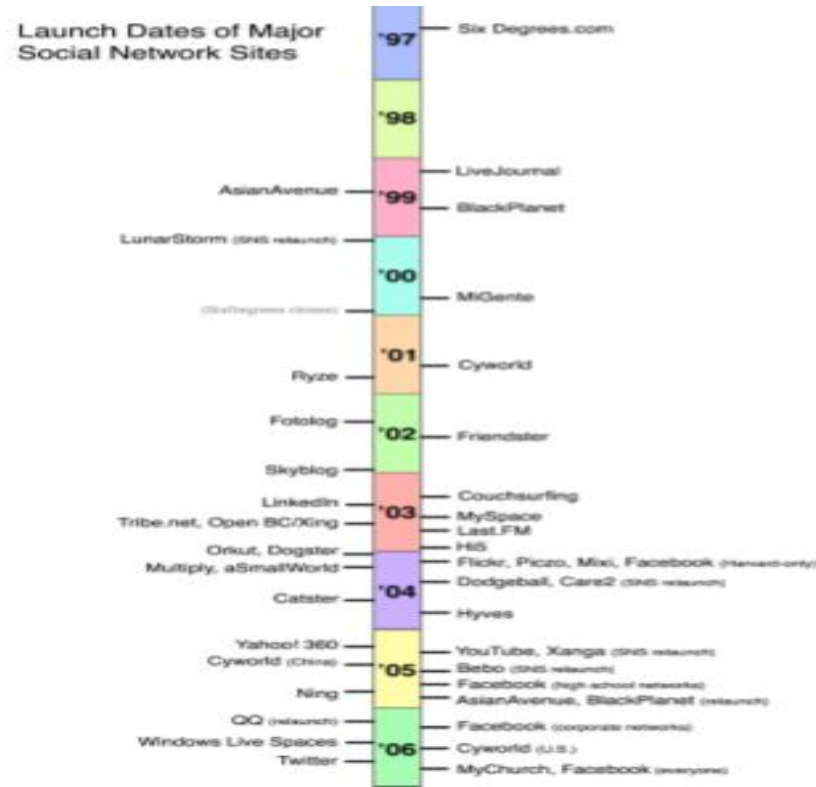
3. تأثيرها على المجتمع: تظهر التأثيرات تأثيرات وسائل الاتصال على المجتمع من خلال استخدامها في حل المشاكل الاجتماعية والإنسانية، كالأستعانة بها في التشخيصات الطبية والأعمال الخيرية والقضاء على البطالة من خلال استحداث مناصب شغل جديدة، والقضاء على الآفات الاجتماعية، إضافة إلى التوعية والإرشاد، كما اعتبرت مسؤولية عن ارتفاع مستوى المعيشة للأفراد نتيجة تحقيق وفرة في الوقت و إنجاز المهام بسرعة فائقة، كما أن لها تأثيرا على الجوانب النفسي الاجتماعية من خلال الاتصال الافتراضي خاصة بالنسبة للأفراد الذين في معزل، حيث ساهمت في تقريب المسافات.³

¹ حورية بالعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 85.

² داودي الشابحة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية مهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال: تخصص اتصال، جامعة مسيلة، الجزائر، 2013م، ص 51.

³ خالد عصام، غربي حمزة: " واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في المؤسسات الجزائرية، مجلة آفاق علوم إدارة والاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ع03، جامعة مسيلة، 2018، ص 55.

الشكل رقم 06 : الجدول الزمني لتواريخ إطلاق العديد من الشبكات الاجتماعية.¹



المطلب الثالث: مفهوم الميديا الاجتماعية الجديدة وأنواعها

1) مفهوم الميديا الاجتماعية الجديدة

أولاً: التعريف الميديا: Media

هي وسيلة وأداة تقنية تمكن الناس من التعبير ومن التعبير ومن إيصال هذا التعبير إلى الآخر، مهما كان موضوعه أو شكله ولكن تعرف الميديا أيضا باستخدامها الذي يعين في الوقت نفسه دورا محددًا في السيطرة، والطريقة الفضلى في اللعب هذا الدور، فهي تتلخص بصعوبة من المهمة التي حددت لها النظام إعلامي، وسيلة تسلية وهو أو معرفة، ركيزة لمؤلفات أو روائع فنية.²

ثانياً: الميديا الاجتماعية: يشير مصطلح الميديا الاجتماعية: إلى تلك المواقع المنشرة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، والتي تشكل قفزة كبيرة للتواصل الافتراضي بشكل تفاعلي

¹ Nicole B. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. School of Information University of California-Berkeley. Department of Telecommunication, Information Studies, and Media p6.

² مسقم رزيقة، التلقي في الميديا الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2018، ص35.

أكبر، والتشارك المعلومات والأفكار بين جميع مستخدمي الشبكة مع التفاعل المباشر والحر، ومن أهم هذه المواقع الفيس بوك...¹

وتعرف أيضا: أنها فضاءات عمومية مشبّكة، تنظمها التكنولوجيات الشبكية، وهي كذلك فضاءات جماعية «متخيلة» كنتيجة لتقاطع التكنولوجيات والناس والممارسات. وللفضاءات العمومية المشبّكة وظائف مماثلة لأنواع الأخرى من الفضاءات العمومية تتيح للناس الاجتماع لغايات اجتماعية وثقافية ومدنية والارتباط والتواصل مع عالم يتجاوز المجالات الضيقة التي تنحصر الأصدقاء والعائلة... الخ، وتحيل الميديا الاجتماعية بشكل عام إلى مواقع الشبكات الاجتماعية **sites social network** وكل الفضاءات الافتراضية **virtual spaces** التي من وظيفتها إتاحة تبادل المضامين بين المستخدمين باعتبارهم منتجين ومستهلكين في الوقت ذاته.²

تمثّل الميديا الاجتماعية **social media** فضاء من فضاءات الميديا

الجديدة. **newmedia** وقد صمّمت تطبيقات الميديا الاجتماعية ومنها مواقع الشبكات

الاجتماعية على غرار الفايسبوك **facebook** والتويتير **Twitter** والإينستغرام **Instagram**

لإتاحة إمكانية إنشاء ملامح عام **Public profile** أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد.

كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين قائمة الأصدقاء.³

ثالثا: الاعلام الاجتماعي: مصطلح يطلق على مجموعة من الواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...) كل هذا يتم

¹ إيمان محمد عز العرب، اعتماد الطلاب على الميديا الاجتماعية وانتشار التطرف والعنف، مجلة كلية الآداب بقينا (دورية أكاديمية علمية محكمة، جامعة طنطا، دون سنة نشر، ص 219).

² الصادق الحتماني: الميديا الاجتماعية والإرهاب الاستخدامات وسبل ترشيدها، ورقة بحثية قدّمت في الورشة الدولية بعنوان **التعاطي الإعلامي مع ظاهرة التطرف والإرهاب، تونس، 7-8 نيسان، 2015**، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية..)

³ مسقم رزيقة، مرجع سابق. ص 35.

عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.¹

عرفها رضا أمين: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك التي تسمح فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.²

تعرفها هبة محمد خليفة بالقول: الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداني تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.³

2) أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها

أولا: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من، وفي كل يوم يظهر المزيد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي منها ولكن لتسهيل عملية الاستيعاب ويمكن تصنيفها كالتالي:

النوع الأول: يختص بالاتصالات وتبادل المعلومات، من الأمثلة هذا النوع من التواصل الاجتماعي.

- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فيس بوك ولينكدإن وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة.

- المدونات (Blogs): هذا الموقع مثال لمدونة شخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمور شخصية

¹ مهر عودة الشمالية، وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، دارالاعصارالعلمي للنشر، عمان، 2015م. ص 199.

² رضا أمين: الاعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر، 2015. ص 111.

³ عادل فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر، القاهرة، 2011م. ص 187.

ويومية.⁽¹⁾ تعد المدونات مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.²

• مواقع الفعاليات (Events): هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعويين، كما يمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية LBS لتحديد موقع التجمع. مما يميز هذه المواقع الإلكترونية إمكانية التحديث التلقائي، فيمكن الداعي للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعويين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدة.³

النوع الثاني: من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل. الويكي (Wiki): هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع ، وهو موقع Wikipedia الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم⁽⁴⁾

النوع الثالث: هي مواقع الرأي والاستعراض Opinions &Reviews استعراضات السلع Reviews Product⁵

النوع الرابع: هي مواقع الوسائط المتعددة: مواقع التصوير والفن (Sharing Photo) يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين وبث الفيديو، باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن للموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني.⁶

¹ على محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها أخلاقية والقيمية، قسم الدعوة والثقافة الاسلامية،الجامعة الاسلامية، دون ذكر بلد، وسنة،ص 04

² خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفايس، عمان، 2013م. ص 25 .

³ رانده عاشور عبد العزي: دور مواقع شبكات التواصل في تدعيم الصورة الإعلامية الرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورة العربية القاهرة.المكتب العربي للمعارف ، القاهرة ، 2015م.ص 24 .

⁴ نسرين حسونة، الاعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص) ،شبكة الالوكة،الرياض،ص 163

⁵ محمد مصطفى رفعت،الرأي العام في الواقع الافتراضي، العربي للنشر، القاهرة، 2017،ص 31.

⁶ صفاء زمان: الشبكات الاجتماعية(Social Networks) (تعريفها آثارها وأنواعها ،مجلة

المنتدي، <https://aboadwy.yoo7.com/t872-topic>، 2022/04/09، ساعة 11:38.

النوع الخامس: من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية الاجتماعية: مواقع العوالم الافتراضية Worlds Virtual

ثانيا: أهم المواقع والأكثر انتشارا : تويتر ، فيسبوك، يوتيوب.¹



تويتر (Twitter) :

يعد التويتر من المواقع النشر المجانية للمستخدمين المسجلين فيه، حيث يمكنهم نشر منشورات قصيرة على شكل تغريدات Tweets. ويستطيع مستخدموا تويتر نشر التغريدات ومتابعة تغريدات الآخرين باستخدام أجهزة ومنصات متعددة.²



فيس بوك (Facebook) :

هو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت ،تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية ،وتحميل الصور والفيديو ، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء لهدف التواصل ،وطبقا لبعض الإحصائيات فإن مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية – مثلا- ينفقون وقتا على الفيسبوك أكثر من أي موقع آخر.³

وعرف أيضا: على أنه موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب- أو بيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع المشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية.⁽⁴⁾



إلوتيوب (youtube) :

¹ على محمد بن فتح محمد. مرجع سابق ص 04.

² حسان أحمد قمحية .الفيس بوك تحت المجهر. دار النخبة، مصر ،2017 ص 25.

³ زهرة درول، تأثير الفيسبوك على التحصيل الدراسي لتلاميذ المتوسط، مشروع تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم إعلام واتصال ، تخصص اتصال ،جامعة أكلي محند أولحاج البويرة ،الجزائر،2020.ص17.

⁴ ليلى أحمد حرار. الفيسبوك والشباب العربي .مكتبة الفلاح .القاهرة .2012.م.ص51.

هو أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، كمستخدمين عاديين لانعرف تفاصيل كثيرة عن هذا الموقع الضخم، لأنه مازال يتطور بشكل سريع¹

المطلب الرابع: استخدامات الشبكات الاجتماعية والقضايا التي تثيرها:

شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما واسعا منذ بدايات ظهور الأولى، ونجحت هذه المواقع في كسب المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تتيحها، هذا الاستخدام بدأ من العديد من القضايا إلى تؤثر في المستخدم ويختلف التأثير باختلاف ساعات الاستخدام والجنس وطبيعة البيئة ولاستخدام وأسبابه، لكن في الجمل هناك عدد من القضايا المهمة التي يثيرها موضوع استخدام الأنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات بصفة خاصة نظرا لطبيعة الخدمات التي تتيحها وسنركز في هذا الجانب عن ثلاث قضايا أساسية وهي: الهوية، الخصوصية، والعزلة الاجتماعية

أولا: خدمات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية

تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية، والدلائل على مدي العموم والانتشار من حيث أعداد الشبكات أو المستخدمين يؤكد على إنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية التي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات و ندرج أهمها فيما يلي:.

➤ الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هوبوابة الوصول الى عالم الشخص.²

➤ الأصدقاء /العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف إليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق

¹ ماهر عودة الشمايلة، مرجع سابق، ص218.

² وليد رشاد زكي: "نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا"، المتدي العربي للعلوم الاجتماعية والانسانية، 2022/04/10، ساعة 22:41، <https://socio.yoo7.com/t3886-topic>,

بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" contact على الشخص المضاف القائمة.¹

➤ إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.²

➤ ألبوم الصور: وقد أصبحت الانترنت تتيح المجال لمستخدميها أن يتحفظوا بصورهم الشخصية وبخصوصية على حساباتهم أو تركها للعالم لمشاهدتها حسب رغبتهم أو اختيارهم.³

➤ المجموعات: تتيح المواقع الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية.⁴

➤ الصفحات: وهي تستخدم أكثر لدى المؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية والتجارية والإعلامية وكذلك هناك الصفحات الشخصية وهي وسيلة للإعلان والتعريف بالمؤسسة أو الفرد ولا حدود لها في العالم.⁵

ثانيا: القضايا التي يثيرها استخدام الشبكات الاجتماعية

أ. الهوية: تعب الهوية دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهي الخطوة الأولى التي تمكن استخدام من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وتعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع الشبكات وتعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم عليها المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات الاجتماعية فبعد التسجيل فيها يكون استخدام مطلبا بخلق صفحته الشخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة مواقع. على سبيل المثال "الفايسبوك

¹ أسامة غازي المدني: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام"، مجلة الآداب وعلوم اجتماعية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 08/06/2015. ص 399.

² توتاوي صليحة، استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعية وانعكاساتها على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم نفس الأسرى، جامعة وهران، الجزائر. 2014. ص 84

³ ياسر عبيد الله: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي الشبابي بالحقوق في التنظيم، مجلة جامعة الاستقلال لأبحاث، جامعة الاستقلال، ع 01، جوان، 2019. ص 271.

⁴ بثينة قليدة، فيروز مرابط، التفاعل الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الواقعي لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص علم اجتماع، جامعة حمه لخصر الوادي، الجزائر، 2015، ص 27.

⁵ ياسر عبيد الله، مرجع سبق ذكره، ص 271.

"يوفر نظام يسمح للمستخدم بإنشاء معلومات مفصلة جدا عنهم وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات مثل العمر، الاهتمامات الشخصية إلى جانب بعض التفاصيل غير أنه ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من بين أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض غير أنه ومع زيادة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل مختلف الفئات أصبح موضوع الهوية من بين أهم القضايا التي أثارها هذا الاستخدام، ففي الوقت الذي يفضل البعض تجسيد هويته الحقيقية على الشبكات فإن البعض يتجه اتجاهها آخر بانتحال الشخصيات أو خلق هويات جديدة ولأغراض مختلفة من السهل على شخص ما إنشاء العديد من الهويات الالكترونية المرتبطة به كأصل مشترك لها والتي على الرغم من إنها غير مرئية إلا إنها ذات أهمية كبرى في العالم الافتراضي.¹

ويختلف التعامل مع الهوية في مواقع الشبكات الاجتماعية فهناك من يضع هويته الحقيقية وهناك من يجب إخفاء هويته خلف اسم مستعار ولا يكشف عنها وبالتالي يكون بوسعه أن يقوم بالعديد من الأدوار في موقع الافتراضي وفي كل مرة حسب هويته الالكترونية التي ينشئها وبالتالي تتعدد التفاعلات التي يقوم بها والعلاقات التي يتفاعل من خلالها حسب طبيعة الهوية، فأن الهوية في المجتمع الافتراضي ليست موثوقة دائما، يمكن تزييف اسم الحساب وتسجيل محددات هوية كاذبة وبالتالي الملامح الاجتماعية تكون مضللة.²

ب. الخصوصية: الخصوصية هي حق الأفراد في عدم إنشاء أو نشر المعلومات عن أنفسهم، فثمة أمور تدخل في عداد الأمور الخاصة مثل الإدلاء بصوتك في الانتخابات، وعلى أية حال فإن السهولة التي قد تتوحد بها قواعد البيانات وخطوط الاتصالات قد وضعت الخصوصية تحت ضغوط هائلة وصعبة،³ ويقصد بالخصوصية المعلومات الشخصية مثل اسمه الأول واسم العائلة

¹ سعاد حمدوش، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر، 2017، ص 60.

² نزيان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علوم إعلام واتصال، تخصص الإعلام تكنولوجيا والاتصال الحديثة، جامعة حاج لخضر باتنة الجزائر. 2011. ص 73-74.

³ أحمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال، جامعة مسلة الجزائر، 2013، ص 47.

وعنوان البريد الإلكتروني وكلمة المرور والجنس وتاريخ الميلاد، كما يمكن أن يطلب الموقع بعض المعلومات الأخرى مثل مؤهلاته وخبرته المهنية التي يدلى بها في ملفه الشخصي عند التسجيل.¹ وتعتبر الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعية حق المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف يصل الى المعلومات الخاصة به الى الآخرين من المستخدمين لكل فرد حق في حماية من التدخل في شؤونه وله الحق في الاختيار الحر للإلته التي يعبر بها عن نفسه ورغباته وتصرفاته للآخرين، والخصوصية ترتبط بسرية الحياة الخاصة لمستخدمي تلك مواقع سواء كانت وقائع أو معلومات في الحاسب الآلي او الهاتف الذكي، أو تم تخزينها في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك فيها مستخدم والتي قد يتم اختراقها حيث يتم سرقتها أو اعتداء عليها بعد انتهاكها للخصوصية، كذلك التجسس الإلكتروني أو اعتراض الرسائل البريدية بغرض الاطلاع عليها، أو معرفة محتوياتها ومن صم افشاء الأسرار التي قد تحتويها وغيرها من الانتهاك والاختراق.²

إعدادات الخصوصية في بعض الشبكات الاجتماعية: وتختلف إعدادات الخصوصية من شبكة اجتماعية إلى أخرى فموقع "الفايسبوك" مثلا تتضمن صفحة إعدادات الخصوصية ما يلي:

- صورك حالتك ومنشوراتك وسيرتك واقتباساتك المفضلة.
- عائلتك وعلاقاتك الاجتماعية.
- صور ومقاطع الفيديو التي قام أحد بإضافتك فيها (Tagged in).
- الديانة، وجهة نظرك السياسية والأماكن التي قمت بتسجيل الدخول منها. وبإمكانك أن تعطي هذه الصلاحية إلى مجموعات مصنفة، وهي: الجميع، أصدقاء أصدقاءك، أصدقاءك، أنت فقط.³

¹ محمد أحمد المعداوي: "حماية الخصوصية المعلوماتية عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي" كلية القانون، ع33، جامعة بنها، ص1957.

² فضيلة تومي: "إيدولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق"، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، ع30، الجزائر، 2017/09، ص44.

³ سعاد حمدوش، مرجع سبق ذكره، ص61.

ت. العزلة الاجتماعية:

يحذر الكثير من التربويين والاختصاصيين النفسيين من خطورة إدمان الأفراد للانترنت أو أي مستحدث تكنولوجي آخر، لما له من انعكاسات سلبية على وسلوكياتهم، حيث تؤدي إلى تدمير قيم المجتمع ومعاييرها، وانتشار السلوك المضاد للمجتمع كالجريمة والعنف بالإضافة إلى تعرض الأبناء وخاصة المراهقين لكافة أشكال الاضطرابات النفسية كالاكتئاب والشعور بالوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية، والضغط النفسي المتزايدة فالعزلة الاجتماعية من بين القضايا الاجتماعية التي أفرزها استخدام الانترنت حيث ومع التطور الكبير للشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت أصبح الأفراد يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي ينشئونها عبرها يقضون وقت كبير أمام شاشة أكثر من وقت الذي يخصصونه لأشخاص الواقعيين في حياتهم وهو ما يؤدي للعزلة الاجتماعية أكدت الكثير من الدراسات أنه كلما زادت ساعات استخدام الانترنت، كلما قل الوقت الذي يقضيه الأفراد مع الأشخاص الحقيقيين في حياتهم وهذا من شأنه أن يؤثر على العلاقات الاجتماعية ويتسبب في العديد من المشاكل.¹

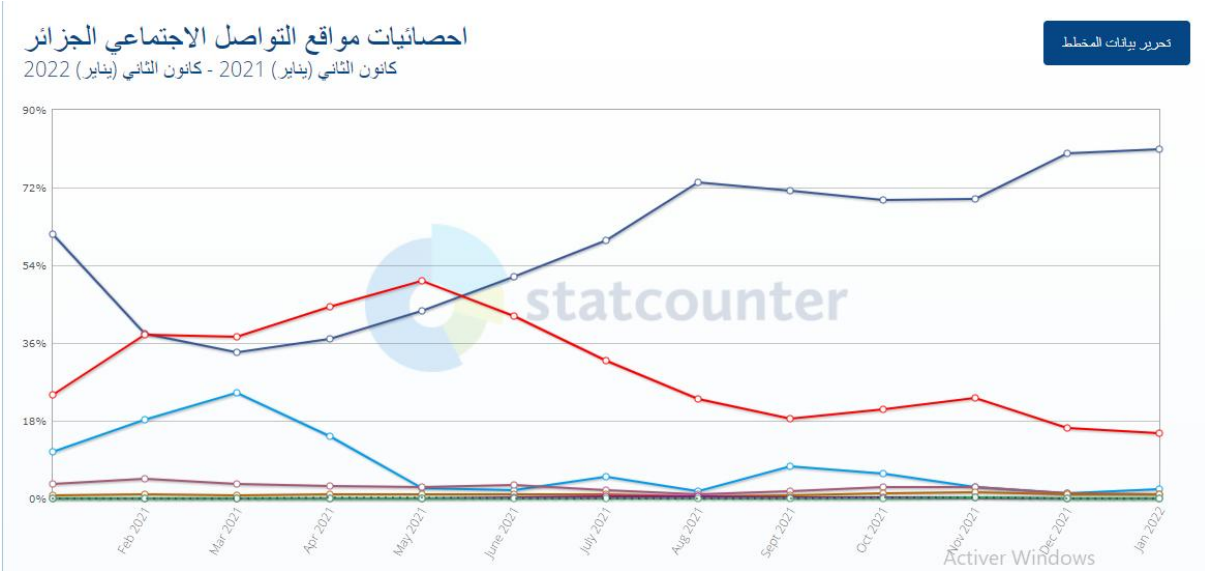
ويزداد اهتمام المواطن العربي لاسيما الجيل الجديد بما تحويه الشبكة العنكبوتية من خدمات والدخول إلى غرف الدردشة تعبيراً عن صيحة علمية وتكنولوجيا باهرة، فإنها في وجهها الآخر تعبير عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض الأفراد وخصوصاً في هذا العصر الذي يغلب عليه الطابع المادي، كما أن الإقبال الشديد على غرف الكمبيوتر والدردشة عبر الانترنت يعبر في أحيان عديدة، عن غياب الضبط الأسري والهروب عن العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة في العلاقات المحكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا إنها قد تقود في نهاية المطاف الى مزلق خطيرة تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم.²

¹ بالعربي سعاد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، مذكرة انيل شهادة الماستري علوم الاعلام واتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغام، الجزائر، 2014، ص 53.

² نريمان نومان، مرجع سبق ذكره، ص 57.

الشكل 07: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي في أواخر العام الماضي وبداية العام الحالي في الجزائر من حيث الزيارات هي كالتالي:



- موقع فيسبوك (80.91%)، موقع يوتيوب (14.98%)، موقع انستجرام (0.86%)، موقع بنترست (0.93%)، موقع تويتر (2.09%).

وفي الجزائر يحتل موقع فيسبوك المرتبة الأولى في منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، علماً بأن اليوتيوب له مكانة كبيرة أيضاً.¹

المبحث الثالث: التلقي وإدراك الواقع الاجتماعي

المطلب الأول: نظرية التلقي ومرتكزاتها

1) معنى التلقي

تعريف اللغوي: ينبثق الأصل اللغوي للفظة التلقي من الجذر "لقي، أي لقي فلان فلانا ولاقاه وتلقاه لقيانا وملاقاته وتلقيا أي صادفه وقابله واستقبله فالمتلقي المستقبل.

وذهب إلى نفس المفهوم الأزهري في معجمه تهذيب اللغة بقوله: "والتلقي هو المستقبل" ومنه قوله تعالى ﴿وما يلقاها إلا الذين صبروا وما يلقاها إلا ذو حظ عظيم﴾. قال الفراء: يريد ما يلقي دفع السيئة بالحسنة إلا من هو صابر أو حظ عظيم، فأنتها لتأنيث إي يستقبله، الكلمة، وقيل في قوله وما يلقاها أي ما يعملها ويوفق لها إلا الصابر، وتلقاه أي استقبله وفلان يتلقي فلان والرجل

¹ مصدر الصورة والإحصائيات موقع statcounter. يوم 2021/12/28، ساعة 12:42

يلقى الكلام أي يلقيه واما قوله تعالى ﴿ فتلقى آدم من ربه كلمات فتاب عليه ﴾ فبمعناه أنه أخذها عنه ومثله لقنها وتلقنها.¹

و تدل كلمة التلقي على استقبال شيء ما، كما تدل أيضا على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطاب الإعلامي والفني والادبي، وبعبارة أخرى ذلك الفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والانفعالية والاجتماعية لتفسير ما يقدم له هذا المعنى، حيث يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى.²

تعريف اصطلاحي: مجموعة من الاتجاهات والنشاطات التي يظهرها المتلقي في تلقيه لرسائل الإعلامية، كما يمثل أيضا الطريقة أو الأسلوب الذي يستخدم فيه المتلقي للمعلومات التي يتلقاها من الخطاب مهما كانت طبيعته. إذ أن التلقي هو نشاط ايجابي، يتم في شكل انتقاء لبعض ما يقع على حواسنا دون البعض الآخر وينظم الحكم النقدي الذي هو محاولة للارتفاع بفعل التلقي إلى مستوى شعوري وتنظيمي أعلى.³

2) نظرية التلقي وعلاقتها بوسائل الإعلام

لقد شكل التطور الذي شهدته التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال وتطبيقاتها الإعلامية نقلة نوعية في تغيير علاقة الجمهور بوسائل الإعلام وخاصة في عملية التلقي للآراء والأفكار والمضامين الإعلامية، مما يفتح المجال أمام الباحثين للاهتمام ببحوث الاستخدامات والتلقي لوسائل الإعلام سوى الرقمية منها ام التقليدية والعلاقة بين إشكالية التلقي التي حدثت في ظل هذا التطور الكبير في وسائل الإعلام الرقمي وانعكاسها على طبيعة ونوع وعادات وسلوك تعرض الجمهور لتلك الوسائل. ترجع بدايات نظرية التلقي الأولى إلى ما كان يعرف عند أرسطو باسم التطهير في كتابه فن الشعر، أذان فكرة التطهير هي مقولة أساسية من مقولات التجربة الجمالية، يكتسب الجمهور دورا أساسيا من خلال استجابته للأعمال الأدبية والفنية.

¹ مولاي حورية: "مصطلح التلقي في النقد العربي المعاصر" قراءة في المفهوم وإشكالية، مجلة تاريخ العلوم، ع 05، جامعة سيدي بلعباس، د.ت. ط. ص 102.

² عادل عبد الرزاق مصطاف: "إشكالية التلقي في ظل الإعلام الرقمي وتأثيرها على جمهور وسائل الإعلام التقليدية"، مجلة مداد للأدب، ع 22، جامعة بغداد. د.ت. ط. ص 459

³ الشريف مرزوق: "نظرية التلقي وأطروحاته"، مجلة النص، مج 07، ع 01، 2021. ص 194.

ويشكل موضوع التلقي جانباً هاماً في الدراسات الإعلامية، فنظرية التلقي تبحث في العلاقة بين النص والمتلقي في الدراسات الأدبية، فهي تركز من جهة على التفاعل بين النص والمتلقي، ومن جهة ثانية تركز على ابداع المتلقي، حيث جعلت منه المصدر النهائي والأساسي والفاعل الحقيقي في انتاج الدلالات.¹

وتولي نظرية التلقي في الدراسات الإعلامية عناية بالغة لسياق التلقي والمتلقي، وذلك من خلال أنتاج معاني وتأويل النصوص انطلاقاً من خبرات المتلقي وتكوينه الشخصي، لان فعل التلقي يختلف من قارئ لأخر حسب تكوينه النظري والميول والرغبات، وحسب قدرته الاجتماعية والثقافية التي يحملها.

وإن التلقي هو فعل استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية من خلال الوسيلة الإعلامية الجماهيرية، ويرتبط فعل التلقي بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات ويصاحبه في ذلك عنصر إتاحة وتوافر هذه الوسيلة وتوافقها

مع الجمهور وهناك ناحية أخرى متعلقة بخصائص وعادات الأفراد والجماعات ومرجعيتها فضلاً ويمكن تحديد عدة من إسهامات الأفراد النفسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية... إلخ أشكال لفعل التلقي والتي تختلف باختلاف التطبيقات والرسائل والوسائل الإعلامية والوسائط والتطبيقات الرقمية ومنها: (التلقي إختياري، والتلقي غير إختياري، التلقي مباشر، والتلقي غير مباشر).²

3) أهم مرتكزات في نظرية التلقي

لقد إرتكزت نظرية التلقي على ثلاث محاور تدور حولها، وتشكل دعائمها الأساسية، وهي القارئ- بناء المعنى- أفق التوقعات.

القارئ: للقارئ دور كبير الذي أولته نظرية التلقي للقارئ، حيث جعلته المحور الذي تدور حوله العملية الأدبية في تلقي النصوص، وإنتاج المعنى.

بناء المعنى: لتحديد المعنى عند أصحاب هذه النظرية لابد من التعرّيج على مفهوم "الفجوات" "أو البياضات" داخل النص، وكيف يسهم القارئ في ملئها لبناء المعنى، وفي هذا الصدد يقول

¹ عادل عبد الرزاق، مرجع سابق.ص 460

²المرجع نفسه.ص.460.

"امبيرطوراكو": إذا فالنص إن هو إلا نسيج فضاءات وفرجات سوف تملأ، فيتركها بيضاء لسببين: الاول، وهو إن النص يمثل آلة كسولة تحيا من قيمة المعنى الزائدة التي يكون المتلقي قد أدخلها إلى النص.

أفق التوقعات أو (أفق الإنتظار): لقد بين الدكتور عبد العزيز حمودة أن محور نظرية التلقي الذي يجمع عليه روادها، هو أفق التوقع، قائلًا: إن محور نظرية التلقي الذي لا يختلف عليه أي من أقطاب النظرية منذ ظهوره "أفق توقع القارئ" في تعامله مع النص. قد تختلف المسميات عبر الخمسين عاما، ولكنها تشير إلى شئ واحد: ماذا يتوقع القارئ أن يقرأ في النص؟ وهذا التوقع، وهو المقصود، وتحدده ثقافة القارئ، وتعليمه، وقراءته السابقة، أو تربيته الأدبية والفنية.¹

ويقول محمد خرماش: "وقد كان مفهوم "أفق الانتظار بمثابة حجر الزاوية في نظرية يابوس التي استهدفت تحديد تاريخ الادب الذي لم يكن يستند إلى الوقائع الأدبية نفسها بقدر ما كان يستند إلى ماتكون حولها من آراء أو أحكام لدى الأجيال المتعاقبة، وهي أحكام قد لا تكون ناتجة عن التلقي المتعاود للعمل الأدبي، ولا عن بنيته الحقيقية، وإنما عما ورثه الخلف عن السلف مما قيل عنها وتشعبت به الأفكار تجاهها، أو تجاه نوعها وثقافتها، ولذلك فتاريخ الأدب هو في الغالب تاريخ لتلك التلقيات أو آفاق الانتظار المتكونة، وليس تاريخا للنصوص الأدبية في حد ذاتها، ومن ثم تكون المهمة الاولى لجمالية التلقي عنده هي إعادة تكوين أفق انتظار الجمهور الأول لاستكشافها سيرورة التلقي ومعرفة كيفية تحاور القراءة مع النصوص، وهذا يستدعى عنده تحديد عوامل ثلاثة :

- الخبرة السابقة التي يمتلكها الجمهور القارئ عن النوع الأدبي الذي ينتمي إليه النص المقروء.
- التشكيلات الموضوعية التي يفترض النص معرفته بها او مايسمى بكفاءة التناص.
- مدى المعرفة أو التمييز بين اللغة الشعرية أو جمالية واللغة العملية العادية، بين العالم التخيلي والعالم اليومي.²

¹شرف العرب الداودي:رشيد لولو: " في قراءة ونظرية التلقي"،<https://www.academia.edu/38545>، 2020/02/11، ساعة 13:20.

² طلبة اللغة والأدب العربي بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، قراءة حول نظرية التلقي،
<https://www.facebook.com/ELLAUATL/posts/1209686492392156/>

المطلب الثاني: أنماط التلقي

أنماط التلقي أو المتلقين: وفي سياق إختلاف المتلقين تبعاً لثقافتهم وخبراتهم ومعارفهم، وضع أيمن صالح ستة أنماط للمتلقين في علاقتهم بالنص، وذلك وفقاً لغرضهم من وراء النص.

1. تلقي غير المهتم: وهو ان يياشر المتلقي فعل التلقي، استماعاً أو نظراً، دون أن يعبأ بالخطاب ذاته أو بمعناه، وهو نوعان:¹

- لا يريد الوصول إلى المعنى الخطاب أياً كان المعنى، لكنه يتحصل على شئ على الرغم من ذلك، كمتصفح الجريدة مثلاً عن خبر معين، يقع نظره على كثير من النصوص التي لا يبتغيها قبل الوصول إلى مبتغاه.

- يهتم بالخطاب لكن لا لمعناه، وإنما لشئ آخر غير المعنى، كرجل يستمع إلى أغان تقال بلغه هو لا يفهمها، للحصول على الطرب.

2. تلقي المغرض: هو الذي يبغى الوصول إلى معنى لا يؤديه الخطاب، وإن كان قد يحتمله لغة احتمالاً بعيداً، فالمعرض هو الذي يريد أن يوظف الخطاب لغرضه وهو، لا لغرض قصده المتكلم، وفيه قال الله عز وجل ﴿يخرفون الكلم عن مواضعه﴾. والجدير بالذكر هنا أن المغرض يطلع على المعنى الصحيح للنص، ولكنه يحاول أن يصرفه إلى غير ماأراده المتكلم لغرضه متعمداً.

3. تلقي المقتصد: المتلقي هنا ينبغي الوصول إلى المقصود القريب المتكلم، ولا يكلف نفسه محاولة الوصول إلى المقصود الأبعد. فهو يقتنع بما يدل عليه النص بعبارته، أو بظاهره، مثال ذلك من قراءة الله تعالى: ﴿إذا دخلوا عليه فقالوا سلاماً قال سلام﴾. فأدرك حصول التحية من الملائكة لإبراهيم، وبالعكس.²

4. التلقي البياني: وهو النمط الذي ينبغي فيه صاحبه الوصول إلى المعنى المقصود من الخطاب فحسب فالعبرة عنده بما قصد المتكلم الإفصاح عنه أو بيانه من خلال خطابه.

5. التلقي المختص: وهو النمط الذي ينبغي فيه صاحبه الوصول إللكامل معنى الخطاب أي إلى كل المعاني المقصودة وكل المعاني غير مقصودة.

¹ عثمان فكري: التلقي والأسلوب الصحفي دراسة في العلاقة بين القارئ والنص، مكتب العربي معارف، القاهرة، 2016م. ص 107.

² عثمان فكري، مرجع سابق. ص 108.

6. التلقي المتدبر: وهو أن يريد المتلقي الوصول إلى كامل معنى الخطاب، أي إلى كل المعاني المقصودة أصلاً وتبعاً، وكل المعاني اللازمة غير المقصودة. مثلاً ذلك الشراح والمفسرون الذين غايتهم البحث عن كل معنى ممكن للنص.¹

المطلب الثالث: الأنا (الفرد) والذات الاجتماعية وعلاقتها بإدراك الواقع الاجتماعي أولاً: مفهوم الأنا (الفرد)

تعريف اللغوي: ورد في معجم لسان العرب بأنها اسم مكنى وهو للمتكلم وحده، وإنما يبين على الفتح فرقا « ورد مفهوم الأنا اللغوي في معجم لسان العرب بأنها بينه وبين أن ، التي هي حرف ناصب للفاعل ، والألف الأخيرة إنما هي لبيان الحركة في الوقف.²

تعريف اصطلاحي: يجد الباحث صعوبة جلية في وضع مفهوم للأنا اصطلاحاً محددًا، وذلك لاشتراكه في العديد من العلوم الإنسانية منها: الفلسفة وعلم النفس، وعلم الاجتماع... حيث نجد كل علم عرفه تعريفًا خاصًا، حيث يقول الأنا مفهوم مراوغ يستعصى على التعريف والحد الاصطلاحي لأنه يدخل في مشاركة: « عباس يوسف الحداد كبيرة في أغلب فروع العلوم الإنسانية (الفلسفة- علم النفس -علم الاجتماع -علوم العربية -العلوم السياسية... الخ) دليل على أن هناك اختلاف متباين في مفهوم الأنا في كل العلوم الإنسانية، وبالرغم من أحادية المصطلح إلا أن النظرة والمفهوم يختلفان وكل علم من هذه العلوم يرى بمنظوره الخاص " ويتخذ في كل هذه العلوم معنى مختلفاً ورؤية جديدة.³

¹ الشريف مرزوق: مرجع سابق، ص208.

² آسيا بن اعمر، تمظهرات الأنا في الرواية العربية المعاصرة رواية قنديل أم هاشم ليحيى حقي، مذكرة مكملة نيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي، تخصص نقد حديث ومعاصر. جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر، 2017 م. ص 25

³ حاتم زيدان، العيد جلولي: " جمالة المراوغة والتوظيف الضمائري للأنا والآخر عبر اللغة الشعرية دراسة في قصائد مختارة من ديوان مسقط قلبي لسمية محنش " ،مجلة الأثر ، جامعة قاصدي مرباح ، ع29، ورقلة ، 2017/12، ص195.

عرف جيمس James الآنا : ذلك التيار من التفكير الذي يكون إحساس المرء بهويته الشخصية وقد رأى كولي coolly أن طبيعة الآنا هو شعور أو خبرة شعورية يمكن أن نطلق عليها شعوري "my feeling" أو الشعور والاستحواذ sense of Appropriation وهذه المشاعر غريزية ووظيفتها الرئيسية هي توحيد ضروب نشاط الفرد، ودفعها إلى الأمام، وتنتج الجوانب المختفية للآنا من خلال التعامل مع الآخرين.

الآنا في علم الاجتماع : تعرف بأنها فرد واع لهويته المستمرة ولا ترتباطه بالمحيط فإحساس الفرد يتحقق إلا بعد إدراكه لكيونته أولاً كيف لا وجسدي هو مركز التوجه نقطة الصفر منه أدى كل ما أستطيع رؤيته... فهو عامل محرك لمجرى الإدراك.¹

ثانيا: الذات الاجتماعية

تعد مؤشرا لقدرة الفرد على بناء العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، والتكيف مع المواقف الحياتية والقدرة على التأثير بالآخرين نحوه، بالإضافة إلى توقعاتهم حول سلوك الفرد وخصائصه، تتكون الذات الاجتماعية من عدد من الذوات تشمل الذات المعرفية المرتبطة بالمظهر العقلي للفرد وعملياته العقلية والذات الثقافية التي ينتمي إليها الفرد وأنماطها ومعاييرها في ضبط السلوك وتوجيهه، والذات الدينية المتعلقة بالجانب العقائدي للفرد، علما أن الذات الاجتماعية تتطور من خلال الثقافة السائدة، وعمليات التنشئة الاجتماعية والخبرات والمواقف الاجتماعية التي يمر بها الفرد.²

ثالثا: الإدراك

من المنظور إعلامي هو العملية التي من يقوم بها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات ومعاني المدركات الحسية sensation، وتفسيرها في إطار التفاعل بين الرموز التي تم استقبالها وبين المعرفة ذات العلاقة بها والتي يستعين بها الفرد المتلقي.³

1 آسيا بن اعمر، نفس مرجع سابق، ص 25-26.

² عماد عبد الرحيم الزغول. العلاقة بين الذكاء الاجتماعي ومفهوم الذات الاجتماعية، المجلة الدولية لتطوير والتفوق، كلية العلوم التربوية، مج 07، ع12، جامعة مؤتة الأردنية، 2016 م، ص 85.

³ وفاء فرغل سيد فرج: "البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي"، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، ع15، افريل، 2021، ص 43.

كما يعرف الإدراك: بأنه يتمثل في قدرة الفرد على تنظيم المنبهات الحسية الواردة عبر الحواس المختلفة ومعالجتها ذهنياً في إطار الخبرات السابقة، والتعرف عليها وإعطائها معانيها ودلالاتها المعرفية المختلفة.¹

المطلب الرابع: أبعاد الواقع الاجتماعي

أولاً: الواقع الاجتماعي

يقصد بالواقع الاجتماعي كل الجوانب التي تستمد معناها من داخل المجتمع كنظام إنساني مألوف، تدل على وقائع حدثت أو يمكن حدوثها بمجرد التعبير عنها من خلال الطرق المناسبة، وتتكون من حقائق الطبيعية المتمثلة في شبكة العلاقات معقدة ومتداخلة والتفاعلات في جميع المجالات (اقتصادية، ثقافية، سياسية... الخ)، كما تشمل أنواع الفعل والسلوك الذي يؤسس لموضوع وجود أو موضوع استمرار.²

ثانياً: الأبعاد الأساسية للواقع الاجتماعي

يذكر الشهري أن الواقع الاجتماعي لأي مجتمع من المجتمعات يتألف من عدة أبعاد أساسية هي: البعد البني أو الجغرافي، البعد البشري، البعد الحضاري، البعد الثقافي، البعد التفاعلي التنظيمي.³

ثالثاً: تكوين الواقع الاجتماعي ومظاهره

1. تكوين الواقع الاجتماعي

يختلف الواقع الاجتماعي من مجتمع لآخر باختلاف الحجم والظروف البيئية والثقافية والنظم السائدة، ونجد أن التفاعل المحدد بتوقعات الدور يمثل أصغر وحدة في هذا التكوين، ويتكون من مجموعة من السلوك المتوقع من الشخص في المكانة التي يوجد فيها، وتحدد المكانة في إطار المركز والأدوار التي تعكس الوضع الاجتماعي وترتبط بالمكانات ببعضها عن طريق قواعد معينة هي المعايير التي تسود المجتمع وتشكل هذه المكانات نظاماً يتكون من مجموعة عناصر متشابكة يعتمد بعضها على بعض. لذلك فإن الأعضاء الذين يحتلون مكانات معينة أو يقومون بدور معين في النظام الاجتماعي يرتبطون معاً من السلوك يمكن التنبؤ بها. والمكانات بشكل عام إما مورثة أو

¹ حنان شعبان، أثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام واتصال جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، 2009م، ص26.

² عبد الرحمان قدي. مرجع سابق، ص33.

³ الموسوعة العربية، واقع - لاجتماعي <https://3rabica.org>، 2022/04/17، ساعة 18:08.

مكتسبة، ومما يميز المجتمعات العصرية تعدد المكانات المكتسبة، وإضفاء أهمية متزايدة على جهد الشخص وكفاحه، ليحدد بنفسه مكانته في السياق الاجتماعي.

ومن خلال ارتباط المكانات بالأدوار يتشكل السلوك الإنساني، فمعظم أنشطتنا اليومية تتحدد متطلبات الأدوار التي نقوم بها. وغالبا ما يتسبب تعدد الأدوار في أنواع من ضغوط الدور كما يمكن أن تؤدي التوقعات التي لا تنسجم مع المعايير الاجتماعية السائدة، أو في حالة تفاوت البنية المعيارية، لكل من شركاء الدور إلى أنواع من صراع الدور الذي قد يحدث داخل الشخص كنوع من التناقض بين المكونات البنائية للشخصية، عندما ينخفض معدل التكامل اللازم بين الأشخاص والجماعات التي يندرجون في عضويتها حيث يحدث ما يسمى بصراع شركاء الدور.

إن نظم مكانات الأدوار تشكل جماعات إنسانية، يعني أعضائها ويحس كل منهم بعمل الآخر وفعله، وغالبا ما توصف الجماعات بأنها إما جماعة أولية أو جماعة ثانوية ويتوقف ذلك على درجة القرب وعدم التكلف وعلى عمق العلاقات وتعمل عضوية الجماعات على تزويد الأشخاص بالمعارف اللازمة، وبالدعم للانفعالي اللازم للقيام بالأدوار المطلوبة. وتتيح الجماعات المرجعية المعايير التي يقوم الشخص على ضوءها سلوك الدور، سواء كان عضوا أم غير عضوا فيها فالجماعات المختلفة التي نخرط في عضويتها خلال مسيرة حياتنا، تشكل اتجاهاتنا وقيمنا، والمعايير التي نقوم بها سلوكنا، وللجماعات خصائصها، مثل الحجم وتقسيم للعمل، ويتضمن التفاعل داخل الجماعة بعض مبادئ المقايضة وتباين كل جماعة وتختلف من حيث احتوائها على مزيج من هذه العمليات التفاعلية.

وتتجمع الجماعات في عدد من الوحدات، لتشكل أنساقا هي التنظيمات. وفيها تتحدد الوحدات الأصغر لتحقيق بعض الأهداف الخاصة مثل: التنشئة الاجتماعية والمقايضة والتعاون والتنافس والتوفيق والصراع... الخ.¹

¹ تبصرف، شائم بن لافي بن غانم الهمزاني، علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا، لنيل درجة دكتوراه قسم علم الاجتماع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية المملكة العربية السعودية، الرياض، 1998م. ص 20-21

2. مظاهر الواقع الاجتماعي

أولاً: مظاهر الأخلاقية و الدينية والفكرية.

- **مظاهر الأخلاقية:** تعتبر الأخلاق الركيزة الأساسية في حياة الأمم، وبدونها لا يمكن الحديث عن سلامة المجتمع واستقراره فقد بعث النبي ﷺ من أجل إتمامها لحديثه «إنما بعثت لأتمم كرام الأخلاق» وقال تعالى ﴿وإنك لعلی خلق عظیم﴾. فمن أخلاقه صلى الله عليه وسلم الصدق والأمانة والتي كان متحلياً بها قبل وبعد البعثة. فكان أهل مكة يقولون: جاء الصادق الأمين، وذهب الصادق الأمين، والخلق هو صفة مستقرة في النفس والإسلام يدعو إلى محمود الأخلاق وينهي عن مذمومها يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: «أربع من كن فيه كان منافقاً خاصاً، ومن كانت فيه خصلة منهن كانت فيه خصلة من النفاق حتى يدعها، إذا ائتمن خان، وإذا حدث كذب وإذا عاهد غدر، وإذا خاصم فجر» وإصلاح المجتمع يبدأ بالنفس، من تأديبها، وتطبيها، وتركيتها، وتطهيرها لقوله تعالى: ﴿قد أفلح من زكاهها وقد خاب من دساها﴾.
- **مظاهر الفكرية:** يعتبر الفكر، السبيل الوحيد الذي يجعل الإنسان أكثر وعياً لما يحيط به، لأن من خلال فكره تتسم رؤيته بالشمولية التي تجعله أكثر وعياً بالحقائق، وأكثر قدرة على معرفة ما كان يجهله فيما سبق، وتمثل الأفكار البناءة لدى كل إنسان الثروة الحقيقية التي يتمكن بها من تيسير حركته نحو تحقيق أهدافه المنشودة، وكل هذا تعاني المجتمعات العربية خاصة الشباب العربي، من مشاكل فكرية تؤثر على مستقبلهم وبالتالي على مستقبل المجتمع ككل.¹

ثانياً: مظاهر الثقافية والسياسية

- **مظاهر الثقافية:** الثقافة لغة: ثقف ثقافة: صار حاذقاً خفيفاً، وثقف الكلام فهمه بسرعة ويعرف الثقافة بأنها مجموعة أفعال لحضارة خاصة تنتمي لمجموعة اجتماعية وهي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات وكل القدرات والتقاليد الأخرى التي يكسبها الفرد باعتباره عضو في مجتمع ما.²

¹ بتصرف، مبروك خياط، البرامج التلفزيونية ونقد الواقع الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة غرداية، الجزائر، 2016م. ص 51-52-53.

دنيس كوش ترجمة منير السعيداني: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2007، ص 31.²

والثقافة عند مالك بن نبي أنها مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي يلقيها الفرد منذ ولادته كإسمال أولى في الوسط الذي ولد فيه، والثقافة على هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته. الثقافة ليست علما خاصا لطبقة من الشعب دون أخرى، بل هي دستور تتطلبه الحياة العامة بجميع مافيهها من ضروب التفكير والتنوع الاجتماعي، فالثقافة هي الجسر الذي يعبره المجتمع إلى الرقي والتمدن، فإنها أيضا ذلك الحاجز الذي يحفظ بعض أفراد من السقوط من فوق الجسر إلى الهاوية. تتدخل في شؤون الفرد، وفي بناء المجتمع، وتعالج مشكلة¹

● **مظاهر السياسية:** أصبحت السياسة في وقتنا الحالي، تمثل مسألة حيوية، وموضوعا أساسيا في الحياة، حيث نجد كل أفراد المجتمع يناقشون موضوعاتها وتساؤلاتها شأنها شأن أي موضوع آخر في حياتهم.²

فالسياسة ظاهرة من ظواهر الاجتماعية منتشرة على مستوى الشعبي فظلا عن انتشارها على مستوى الرسمي فهي مرتبطة بنظام الحكم والسلطة وكيفية ممارستها، وحقوق وواجبات الافراد تجاه الحكومة والدولة والمجتمع.

فالسياسة لا تخلو من مشاكل والسلبيات التي تهدد المجتمعات ،ولعل أهم المشاكل التي تواجه المجتمعات العربية وترتبط مؤشراتنا بالمناخ السياسي والبيروقراطية الذي يسمح للفساد أن ينمو، أو محاولة القضاء عليه بتجريمه بقوانين رديئة .وتجدر الاشارة أن الفساد تفقد الحكومات مصداقيتها في الديمقراطية ومناهضة الفساد، كما تعرض مؤسساتها لعدم الثقة نتيجة ثقافة سلبية تعطي الأولوية فيها للنجاح الفردي والانجاز قصير الاجل، وينجر عن ذلك حروب داخلية والثورات تقوم على درجة عالية من التنظيم غير الرسمي بدعم من التنظيم السياسي وتأخذ شكل أعمال العصابات والارهاب والاعتقالات واسعة النطاق، وهذا ما قامت من استيلائها على ثلاثية الاستبداد (القمع والإقصاء ورعاية الفساد).

وقد تدفع الحروب الأهلية والصراعات الداخلية وعدم الاستقرار السياسي والأمني وانتهاك حقوق الانسان في بعض البلدان العربية، ما يضطر العديد من الأفراد الى الفرار واللجوء الى دول أخرى طلبا للحماية ومساعدتهم.

¹ مالك بن نبي: شروط النهضة، دار الفكر، دمشق، 1987، ص 86.

مبروك خياط، مرجع سبق ، ص 54.²

ولم تتوقف مشاكل البيئة الى هذا الحد بل تعددت ذلك ووصلت الى الماء، ويعتبر من أهم ضروريات حياة الانسان، مصدقا لقوله تعالى: (وجعلنا من الماء كل شئ حي). ولعل أهم مشكل فكري تعاني منه دول العربية هو مشكل تغيير أحوال المسلمين السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية عن طريق تغيير العقول وغزوها، وتحويل ولائها، الأفكار والقيم والعقائد فانتقلت المعركة من ساحة الحرب إلى ميدان الفكر والثقافة. ولعبت وسائل الاعلام دورا هاما في ترويج للأفكار الدخيلة على مجتمعات العربية، فيقع الأفراد ضحية هذا الغزو ويناقدون له لأفكار لتحقيق أهدافه المنشودة وبذلك تصبح الأمة مسيطرة عليها فكريا، ومن الجدير ذكره أن الغزو الفكري يدمر البنية التحتية لسلوكيات الأفراد في أمه ما، ويشار إلى أن الغزو الفكري يستهدف غالبا الأمم المسلمة سعيا لتحقيق انسلاخها عن عقيدتها وطريق الحق ودثر الهوية الإسلامية وتشويهها.¹

رابعا: بناء الاجتماعي

1. مفهوم البناء الاجتماعي

مفهوم البناء الاجتماعي: استخدام مفهوم البناء الاجتماعي بمعان مختلفة عند علماء الاجتماع والانثروبولوجيا، وهذا الاختلاف يعد من الظواهر الواضحة التي يعاني منها الكثير من الباحثين، وقد ساعد في ترسيخه طبيعة تكوين المجتمعات التي تقبل ذلك التنوع والاختلاف بسبب تنوع وتعقد انتظام البناء الاجتماعي لتلك المجتمعات، يحدد علماء الاجتماع إلى أكثر من تفسير في تعدد معاني المفهوم أو المصطلح الواحد نظرا لتعدد المداخل إلى علم الاجتماع واختلاف وجهات النظر إلى مكوناته وتنظيماته الأساسية، في هذا مجال وكما يأتي:

1. **تعريف رادكلف براون هو** (شبكة العلاقات الاجتماعية الفعلية التي تقوم بين سائر الأشخاص في المجتمع الواحد)

ويعني: التمييز بين البناء الواقعي والصور البنائية لكون التعريف يؤكد على الشبكة المعقدة من العلاقات الاجتماعية التي يوجهها البعد الزمني يسيرها التغيير الدائم عبر الزمن.

2. **تعريف ايفانز بريجاردس هو** (تلك العلاقات التي تربط بين الجماعات والتي تتميز بدرجة عالية من الثبات والتركيب.

¹ مبروك خياط، مرجع سابق، ص 55.

ويعني: هذا أن الجماعات تدوم وتستمر في الوجود نظرا لما يحتويه البناء من أفراد وتتابع فيه الأجيال حين يولدون ويخرجون من الدنيا فهم متغيرون على الدوام، أما البناء فيبقى ويدوم عبر الأجيال.

3. تعريف رايمند فيرث هو (مجموعة العلاقات المنظمة التي تربط الأجزاء بالكل الذي تعمل فيه)

ويعني: ان فيرث يؤكد على فهم البناء الاجتماعي على أساس دراسته العلاقات الواقعية المتحققة بالفعل في المجتمع مع ضرورة فهم العلاقات المثالية والعلاقات التي تتحكم فيها قواعد الضبط الاجتماعي، ويتحقق ذلك الفهم لطبيعة تلك العلاقات المثالية عن طريق السلوك المتوقع.¹

2. خصائص البناء الاجتماعي

1. النظم الاجتماعية

النظام الاجتماعي: مصطلح على الرغم من شيوعه في الدراسات السوسيولوجية والانتروبولوجية الحديثة، لم يتفق العلماء على تعريف واحد له، وإنما يحاول كل منهم أن يعرفه من وجهة نظره الخاصة، ومن هنا كان المء يجد نفسه أمام عدد هائل من التعريفات التي تتفاوت فيما بينها في عرض بناء النظم الاجتماعية ووظائفها وخصائصها. فالأستاذ كابلو: في كتابه مبادئ التنظيم يشير مثلا إلى أن النظام الاجتماعي هو: مجموعة من الافراد لهم خصائص وصفات معينة، بالإضافة إلى مجموعة من العلاقات التي تقوم بين هؤلاء الأفراد بواسطة التفاعل.

بمقتضى هذا التعرف فإن النظم تتضمن وجود جماعة من الناس والذين ينظمون فيما بينهم بطريقة معينة، ويدخلون في علاقات محددة أحدهم بالآخر.

بناء النظام الاجتماعي: لقد اختلف علماء الاجتماع حول ماهية بناء النظام الاجتماعي، أو ما يجب البعض تسميته بعناصر النظام، أي العناصر التي يتكون منها بناءه، إلا أن معظم هؤلاء العلماء قد اتجهوا إلى الأخذ بوجهه نظر عالم الاجتماع summer سمنر الذي يرى أن بناء النظام يتكون من هيئة ومعدات وأدوات وإجراءات وتنظيم.

ومن أجل فهم عميق وشامل لهذه العناصر، عرض بالتفصيل الواحدة تلوى أخرى .

2. الجماعة الاجتماعية

¹ إيمان محمود طائي: التكوين الاجتماعي والثقافي ودورها في التنمية المستدامة، مجلة البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، ع 11، (د.ت.ط)، ص101

إذا ما تجاوزت المفهوم اللغوي للجماعة، وحاولت أن تعرف علة المفهوم السوسولوجي لها، فإني أجدتها مجموعة من التعاريف الاصطلاحية فقد عرفها "جورج هامانز" بأنها: عدد معين من الأشخاص الذين يتصل كل منهم بالآخر خلال فترة زمنية معينة بما يحقق تبادل العلاقات¹ الاجتماعية بينهم. وليس بعيدا عن مضمون تعريف "هامانز" أشار عالم الاجتماع الأمريكي "البيون سمول" إلى أن الجماعة الاجتماعية هي عدد من الأفراد الذين تقوم بينهم علاقات معينة تحتم عليهم التفكير بعضهم في الآخر، أو بعضهم في بعض.

في هذين التعريفين تأكيد واضح على أن الجماعة الاجتماعية هي عدد معلوم من الأشخاص، فوجود هؤلاء يعتبر أساس تكوين أية جماعة وعصبها الحي، لأنه بدونهم لا يمكن لأية جماعة مهما كانت أن تتكون من أصلها، فلا يجوز لفرد أن يكون مع نفسه، فالثابت عند كل العلماء الذين تناولوا تكوين الجماعة، أنها تتكون من شخصين اثنين على الأقل.

3. تعريف المركز الاجتماعي.

يشير المركز الاجتماعي إلى: الوضع الذي يشغله الشخص أو الجماعة من الأشخاص داخل جماعتهم. وهنا يجب ملاحظة أن مصطلحي "المركز" و"المكانة" الاجتماعيين غير متطابقين، فبينما تشير المكانة الاجتماعية إلى موقع الفرد على مستوى النسق أو المجتمع ككل، فالمكانة الاجتماعية عبارة عن عدة مراكز اجتماعية يشغلها الفرد في المجتمع، وتحدد هذه المكانة بناء على هذه المراكز، وتخضع للمعايير والقيم الاجتماعية، فقد يحتل الفرد في ضوء المعايير الاجتماعية مكانة اجتماعية عليا في سلم التدرج لاجتماعي، وقد يشغل مكانة متوسطة أو دنيا، وقد يصنف المجتمع المكانة الاجتماعية تبعا للمراكز التي يشغلها الفرد، تصنيفا اقتصاديا على أساس طبيعة المهنة أو الوظيفة أو حجم الدخل الشهري، وقد يكون أساس التصنيف الانتماء العائلي أو القرابة أو تصنيف على أساس سياسي تبعا للسلطة التي يمتلكها الفرد وهكذا، أما مصطلح المركز الاجتماعي فيشير إلى وضع الفرد في الجماعة ويتحدد هذا لوضع تبعا لاعتبارات البعض منها موروث والبعض الآخر مكتسب.²

¹ العقبي الازهر، القيم الاجتماعية والثقافية المحلية وأثرها على السلوك التنظيمي للعاملين، أطروحة مقدم لنيل الدكتوراه في العلوم علم الاجتماع تخصص علم اجتماع تنمية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008، ص 67-89.

² العقبي الازهر، مرجع سبق ذكره، ص 107.

الدراسة الميدانية

- 1- تمهيد
- 2- مجتمع عينة الدراسة
- 3- تحليل البيانات
- 4- نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
- 5- نتائج العامة للدراسة

1- تمهيد

يعتبر الجانب التطبيقي للدراسة جوهر الدراسة لما له من أهمية كبيرة كونه يساعد في الإجابة عن تساؤلات الدراسة كما يمكننا من إثبات أو نفي فرضيات دراستنا وذلك من خلال تفرغ بيانات الاستمارة وتحليل البيانات المتوصل إليها من خلال الجداول وتفسيرها، فالفصل التطبيقي هو عنصر مكمل للفصل المنتهى والنظري.

2-1. لمحة عامة حول توزيع وخصائص عينة الدراسة:

تعد البيانات الشخصية من بين المداخل المهمة في البحوث العلمية، حيث يتوجب على الباحث معرفة جنس أو نوع المبحوث ذكراً أو أنثى بالإضافة إلى السن والمستوي التعليمي وغيرها من السمات الشخصية التي قد تكون مهمة حسب طبيعة متغيرات الدراسة وفروضها.

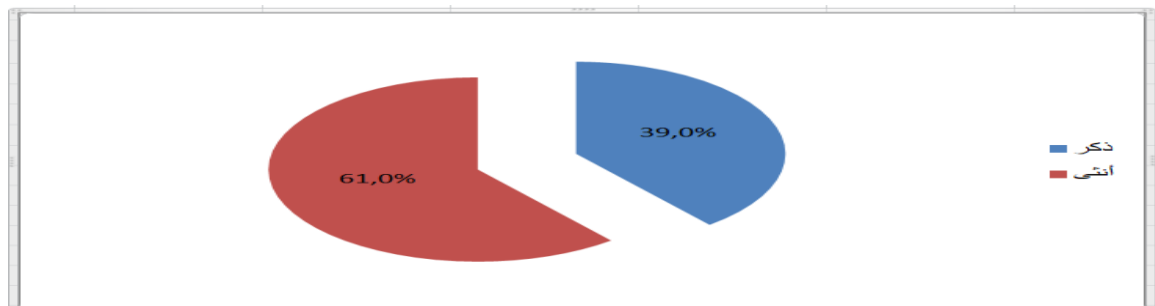
الجدول رقم 01: يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

المتغيرات	الفتات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	156	39%	
أنثى	244	61%	
المجموع	400	100%	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه يتمثل في توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث نلاحظ أن أعلى نسبة من فئة الإناث وذلك بتكرار 244 وبنسبة 61%، وتليها فئة نسبة الذكور حيث تقدر بتكرار 156 وبنسبة 39%.

الشكل رقم 08: يوضح نسبة المبحوثين حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

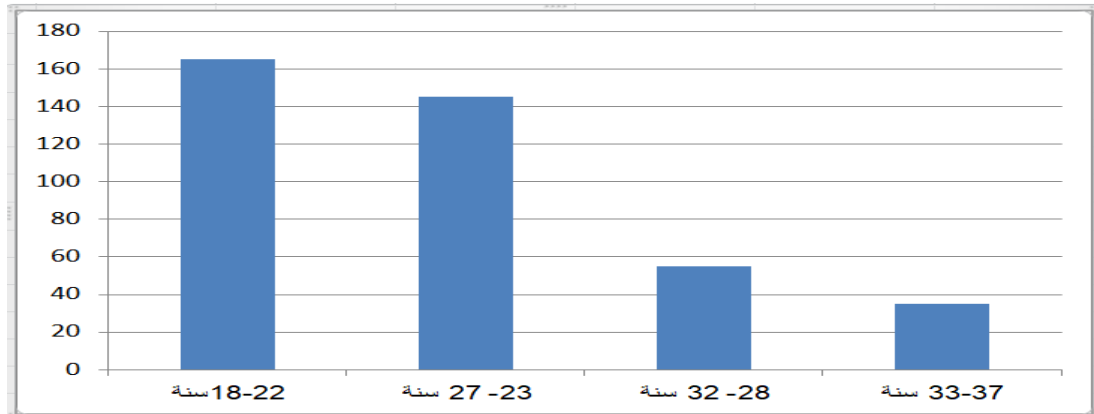
الجدل رقم 02: يوضح توزيع المبحوثين حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	
41.3%	165	22 – 18
36.3%	145	27 – 23
13.8%	55	32– 28
8.8%	35	37 – 33
100%	400	المجموع

المصدر: Spss من إعداد الطالبة بناء على مخرجات

يوضح الجدول أعلاه يمثل توزيع المبحوثين حسب السن حيث يتوزع أفراد عينة إلى أربعة فئات عمرية ونلاحظ أن أكبر نسبة هي الفئة العمرية المحصورة بين [18.22] بتكرار 156 وبنسبة 41.3%، وتليها فئة العمرية [27-23] حيث قدر عدد تكرارات ب 145 وبنسبة 36.3%، ثم [32-28] بتكرار 55 وبنسبة 13.8%، وأقل فئة عمرية محصورة بين [37-33] بتكرار 35 وبنسبة 8.8%. ونستنتج أن الفئات العمرية صاعدة من أصغر سن إلى أكبر وذلك راجع تقريبا سن الثانوي والجامعي باعتبارهم على أنهم من جيل المجتمع الشبكي.

الشكل رقم 09: يوضح نسبة المبحوثين حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدل رقم 03: يوضح توزيع المبحوثين حسب الإقامة

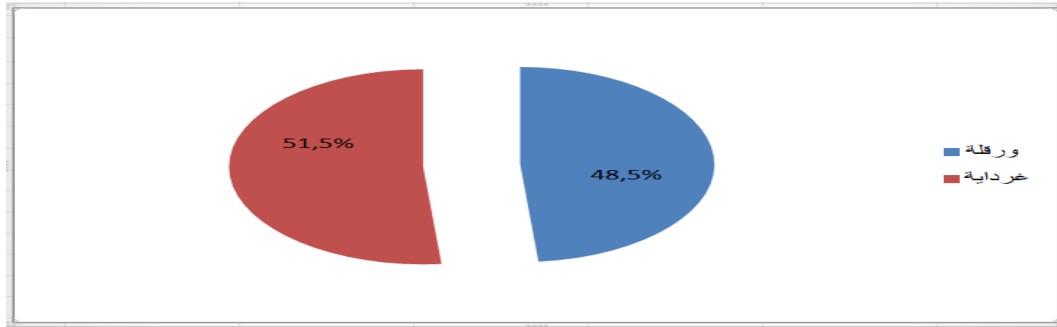
النسبة المئوية	التكرار	
48.5%	194	ورقلة
51.5%	206	غرداية

المجموع	400	%100
---------	-----	------

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه توزيع الباحثين حسب الإقامة فنلاحظ أن أعلى نسبة إقامة غرداية حيث قدر عددهم بتكرار 206 وبنسبة 51.5%، وإقامة ورقلة بتكرار 194 بنسبة 48.5%.

الشكل رقم 10: يوضح نسبة الباحثين حسب الإقامة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

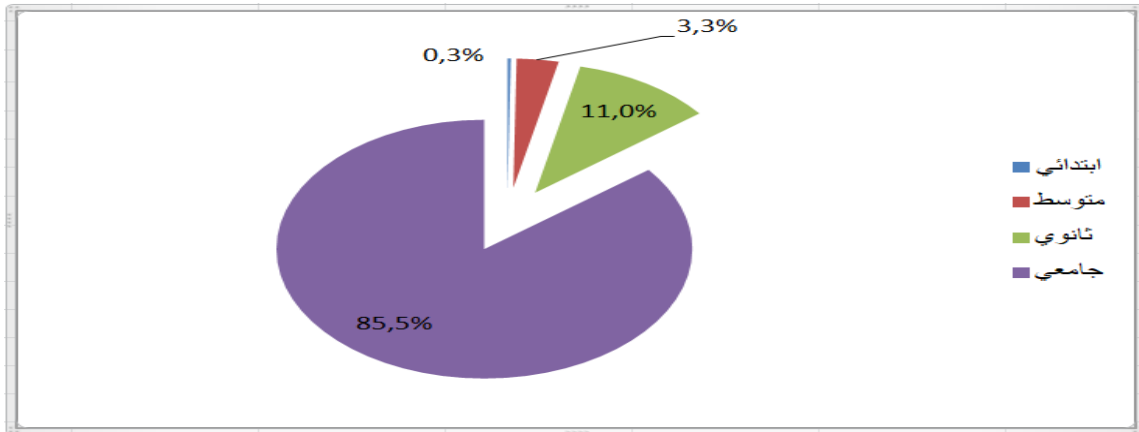
الجدول رقم 04: يوضح توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي

التكرار	النسبة المئوية	
01	0.3%	ابتدائي
13	3.3%	متوسط
44	11.0%	ثانوي
342	85.5%	جامعي
400	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي، نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة طلبة جامعة بتكرار 342 بنسبة 85.5%، ثم يليها المستوى الثانوي بتكرار 44 بنسبة 11%، و ثم المتوسط بتكرار 3.3%، وأقل مستوى ابتدائي بتكرار 01 وبنسبة 0.3% تكاد منعدمة.

الشكل رقم 11: يوضح نسبة الباحثين حسب المستوى التعليمي



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

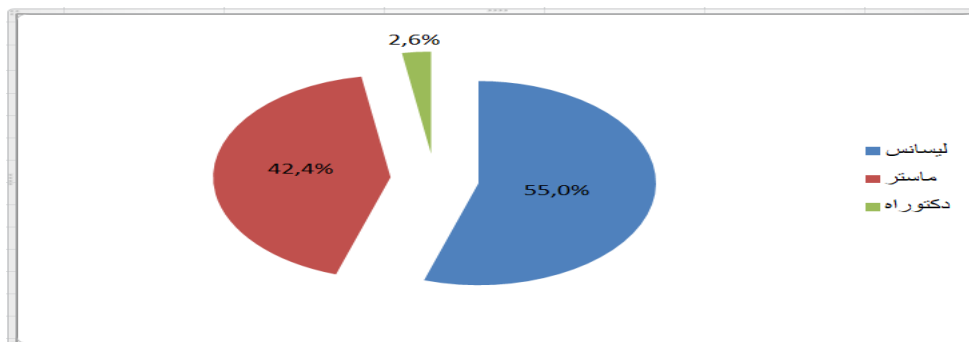
الجدول رقم 05: يوضح توزيع الباحثين حسب شهادة ذو مستوى الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	
55%	188	ليسانس
42.4%	145	ماستر
2.6%	09	دكتوراه
	400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه توزيع الباحثين حسب شهادة ذو مستوى الجامعي ونلاحظ أن أغلبية أفراد عينة ذو شهادة ليسانس جاء عددهم بتكرار 188 بنسبة 55%، في حين أن طلبة الماستر بتكرار 145 وبنسبة 42.4%، وقل نسبة شهادة الدكتوراه بتكرار 09 وبنسبة 2.6%.

الشكل رقم 12: يوضح نسبة الباحثين حسب المستوى الجامعي



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

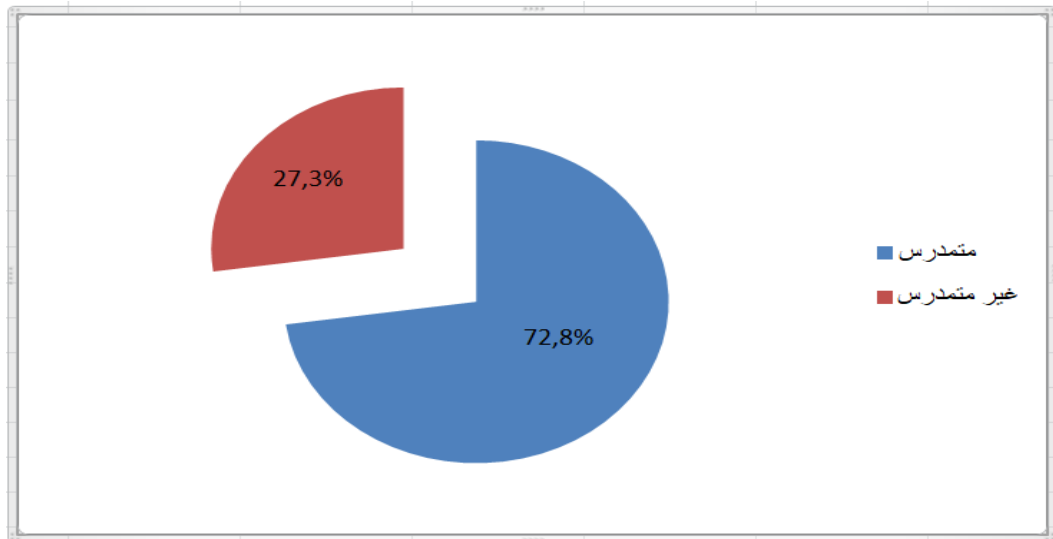
الجدول رقم 06: يوضح توزيع المبحوثين حسب الوضعية اتجاه الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	
72.8%	291	متمدرس
27.3%	109	غير متمدرس
100%	400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه يمثل توزيع المبحوثين حسب الوضعية اتجاه الدراسة نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة متمدرسين حيث قدر عددهم بتكرار 291 مفردة وبنسبة 72.8%، أما فيما يتعلق بالفئة الغير متمدرس حيث جاءت بتكرار 109 وبنسبة 27.3%.

الشكل رقم 13: يوضح نسبة المبحوثين حسب الوضعية اتجاه الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

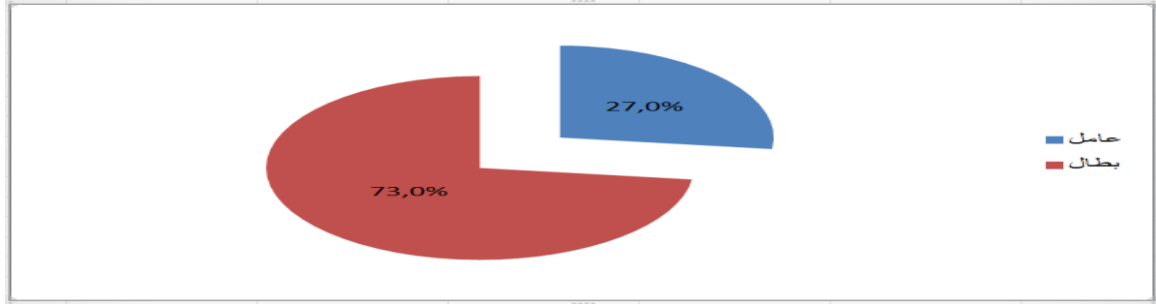
الجدول رقم 07: يوضح توزيع المبحوثين حسب الوضعية المهنية

النسبة المئوية	التكرار	
27%	108	عامل
73%	292	بطل
100%	400	المجموع

مصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه يمثل توزيع الباحثين حسب الوضعية المهنية نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة بطالون حيث قدرت عددهم بتكرار 292 بنسبة 73% وهذا يدل على أن أغلبية الباحثين بدون دخل الفئة العاملة جاءت بتكرار 108 بنسبة 27%.

الشكل رقم 14: يوضح نسبة الباحثين حسب الوضعية المهنية



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

I. المحور الأول: عادات وأنماط تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على موقع الفايسبوك

جدول رقم 08: يوضح استخدام الفايسبوك باسم مستعار أو حقيقي حسب متغير الجنس

	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	الكلية	النسبة
مستعار	20	12.8%	119	34.8%	139	65.3%
حقيقي	136	87.2%	125	51.2%	261	34.8%
المجموع	156	100%	244	100%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدول أعلاه يوضح استخدام الفايسبوك باسم مستعار أو حقيقي حسب متغير الجنس، حيث لوحظ أن عدد مفردات العينة أن من يستخدمون اسم مستعار بتكرار 139 بنسبة 65.3%، منها إناث بتكرار مفردة 119 بنسبة 34.8%، وذكور بتكرار مفردة 20 بنسبة 12.8%، ومن يستخدمون الفايسبوك باسم حقيقي حيث قدر عددهم 261 بنسبة 34.8%، منها ذكور بتكرار 136، بنسبة 87.2% وإناث بتكرار 125 بنسبة 51.2%.

ومنه نستنتج أن الذكور هم من يستخدمون أسمائهم الحقيقية أكثر من الإناث في استخداماتهم للفايسبوك

الجدول رقم 09: يوضح الفروق فيما يتعلق باستخدام عينة الدراسة للفيسبوك باسم مستعار أو حقيقي حسب متغير الجنس

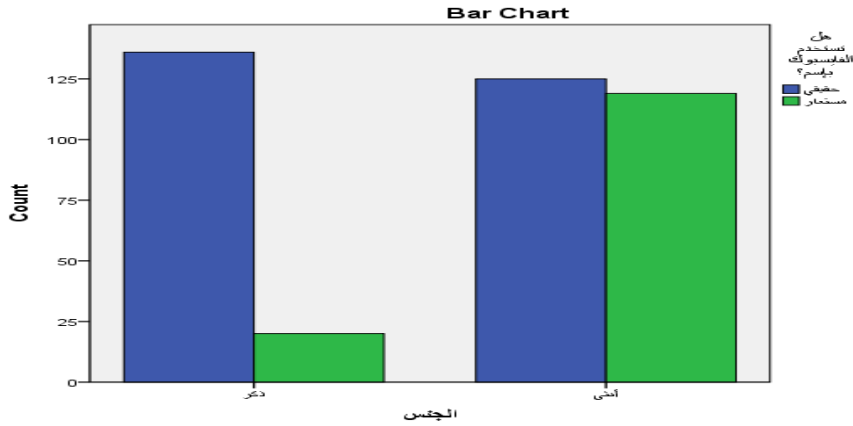
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	54,240 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	52,666	1	,000		
Likelihood Ratio	59,116	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	54,104	1	,000		
N of Valid Cases	400				

Spss. المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك 2 الذي يختبر العلاقة في استخدام الفيسبوك باسم مستعار أو حقيقي ومتغير الجنس فقد قدرت ك 2 / 0.000 وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الفيسبوك باسم مستعار أو حقيقي فيما يتعلق بالجنس لدى عينة الدراسة¹، من حيث متغير الجنس حيث يعتبر الإناث أكثر استخداماً للفيسبوك باسم مستعار من الذكور.

¹ ملاحظة: اختبار t-tests / khi 2 / anov إذا أقل من 0.05 توجد فروق ذات دلالة إحصائية وإذا أكبر من 0.05 لا توجد فروقات

الشكل رقم 15: رسم البياني يوضح استخدام الفايسبوك باسم مستعاراً وحققي حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

جدول رقم 10: يوضح توزيع المبحوثين لمدة استخدام الفايسبوك حسب متغير الجنس.

المتغير	أقل من سنة		من 1-2 سنة		من 2-3 سنوات		أكثر من 3 سنوات	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	02	1.3%	4	2.6%	10	6.4%	140	89.7%
أنثى	08	3.3%	23	9.4%	20	8.2%	193	79.1%
المجموع	10	2.5%	27	6.8%	30	7.5%	333	83.3%

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه سنوات استخدام الفايسبوك حسب متغير السن فنجد أن أكثر من 3 سنوات حيث جاء عددهم بتكرار 333 وبنسبة 83.3%، ومنها ذكور بتكرار 140 وبنسبة 89.7% والإناث بتكرار 193 وبنسبة 79.1%، ثم يليها فئة استخدام من 2-3 سنوات جاءت بتكرار 30 وبنسبة 7.5% منها فئة الأناث بتكرار 20 وبنسبة 8.2% وذكور بتكرار 10 وبنسبة 6.4%، بينما من

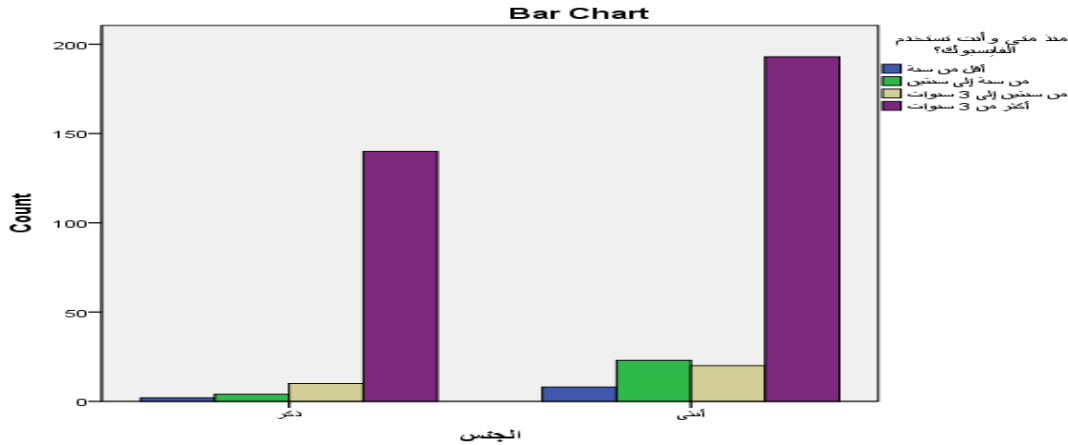
حيث استخدام من 1-2 سنة بتكرار 27 ونسبة 6.8% ويؤكد ذلك الإناث بتكرار 23 وبنسبة 9.4% وذكور بتكرار 04 وبنسبة 2.6%، و أقل نسبة هم من يستخدمون أقل من سنة بتكرار 10 وبنسبة 2.5% منها الإناث بتكرار 08 بنسبة 3.3% وذكور بتكرار 02 بنسبة 1.3%.
الجدول رقم 11: يوضح الفروق فيما يتعلق لمدة استخدام عينة الدراسة للفيسبوك حسب متغير الجنس.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,856	3	,020
Likelihood Ratio	^a 10,983	3	,012
Linear-by-Linear Association	8,978 400	1	,003
N of Valid Cases			

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر العلاقة بين منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك ومتغير الجنس فقد قدرت ك² 2/0.020 وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمنذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك لدى عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الشكل رقم 16: رسم البياني يوضح توزيع المبحوثين لمدة استخدام الفيسبوك حسب متغير الجنس.



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدول رقم 12: يوضح عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس

المجموع	أقل من 1 سا	1 سا-2 سا	2 سا-3 سا	أكثر من 3 سا	المجموع
الذكور	18 (11.5%)	36 (23.1%)	43 (27.6%)	59 (37.8%)	156 (100%)
الإناث	42 (17.2%)	60 (24.6%)	45 (18.4%)	97 (39.8%)	244 (100%)
المجموع	60 (15%)	96 (24%)	88 (22%)	156 (39%)	400 (100%)

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس نلاحظ أن أكبر نسبة لمدة الزمنية لأكثر من 3 سا حيث قدر عددهم بتكرار 156 وبنسبة 39%، منها الإناث بتكرار 97 وبنسبة 39.8% وذكور بتكرار 59 وبنسبة 37.8%، ثم تليها من 1 سا- 2 سا بتكرار 96 بنسبة 24% منها الإناث بتكرار 60 وبنسبة 24.6% ذكور بتكرار 36 وبنسبة 23.1% ثم تليها، من 2 سا-3 سا بتكرار 88 وبنسبة 22% ما يؤكد هذا عدد تكرار الذكور 43 وبنسبة 27.6% وإناث بتكرار 45 بنسبة 18.4%، ثم تليها أقل نسبة أقل من 1 سا بتكرار 60 وبنسبة 15%.

ومنه نستنتج أن أغلبية مبحوثين يستغرقون أكثر من 3 ساعات ويعود ذلك إدمانهم على هذه المواقع وسهولة استخدامها.

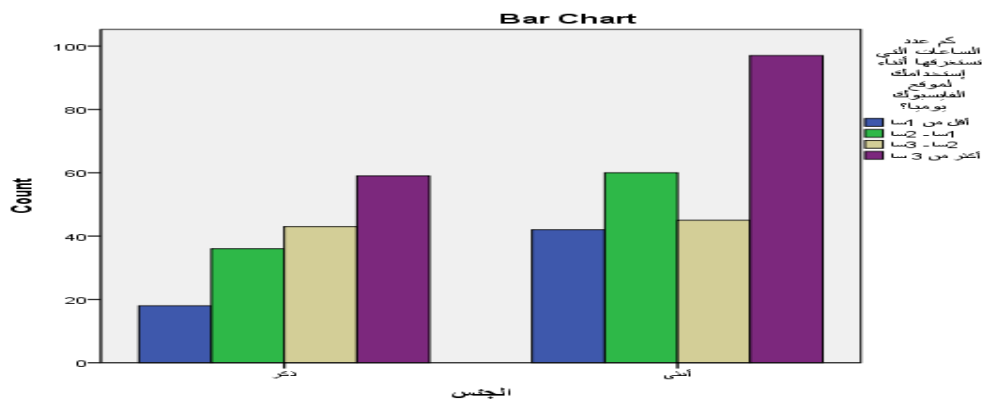
الجدول رقم 13: يوضح الفروق فيما يتعلق بعينة الدراسة لعدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,824 ^a	3	,121
Likelihood Ratio	5,814	3	,121
Linear-by-Linear Association	,939	1	,333
N of Valid Cases	400		

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر العلاقة عدد الساعات عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس فقد قدرت ك² 0.121/ وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لعدد الساعات التي تستغرقتها أثناء استخدامك لموقع الفايسبوك يوميا لدى عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الشكل رقم 17: رسم بياني يوضح عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس.



الجدول رقم 14: يوضح درجة متابعة الميمز على الفاييسبوك حسب متغير الجنس

	أحيانا	غالبا	نادرا	دائما	المجموع
	التكرار النسبة	التكرار النسبة	التكرار النسبة	التكرار النسبة	التكرار النسبة
ذكر	67 42.9%	33 21.2%	26 16.7%	30 19.2%	156 100%
أنثي	107 43.9%	48 19.7%	62 25.4%	27 11.1%	244 100%
المجموع	174 43.5%	81 20.3%	88 22%	57 14.3%	400 100%

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه درجة متابعة الميمز على الفاييسبوك حسب متغير الجنس نلاحظ أن للإناث الذين أجابوا على متابعة الميمز على الفاييسبوك أحيانا كانت أعلى نسبة حيث قدرت عدد تكرار 174 مفردة وبنسبة 43.5% منها الإناث بتكرار 107 وبنسبة 43.9% وذكور بتكرار 67 وبنسبة 42.9%، ثم تليها نادرا بتكرار 88 وبنسبة 22%، ثم تليها غالبا بتكرار 81 وبنسبة 20.3%، ثم دائما بتكرار 57 وبنسبة 14.3% منها الذكور 30 وبنسبة 19.2% والإناث بتكرار 27 وبنسبة 11.1%، ونستنتج أن أغلبية المبحوثين إناث ويتابعون الميمز على الفاييسبوك بين الحين والآخر ويمضون أغلب أوقاتهم في الدراسة أو أمور أخرى فتكون متابعة أثناء وقت الفراغ.

الجدول رقم 15: يوضح الفروق فيما يتعلق بعينة الدراسة لدرجة متابعة الميمز على الفاييسبوك

حسب متغير الجنس

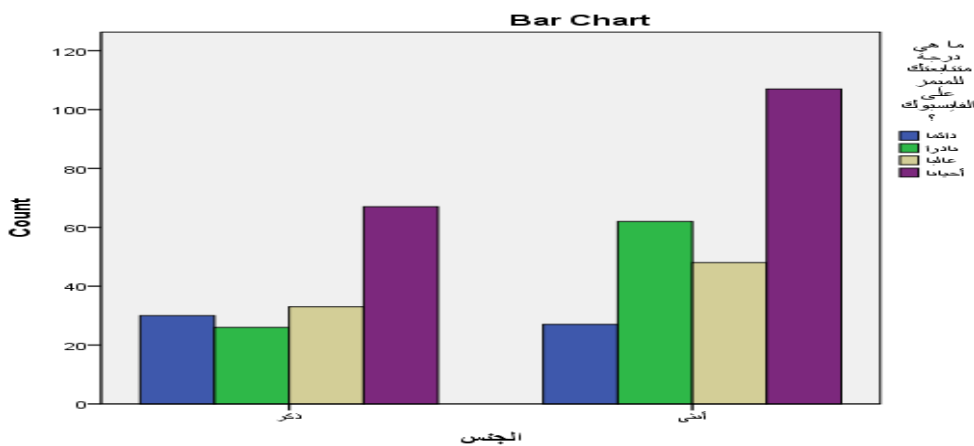
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,880 ^a	3	,049
Likelihood Ratio	7,879	3	,049
Linear-by-Linear Association	,561	1	,454
N of Valid Cases	400		

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,880 ^a	3	,049
Likelihood Ratio	7,879	3	,049
Linear-by-Linear Association	,561	1	,454
N of Valid Cases	400		

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك2 الذي يختبر العلاقة لدرجة متابعة الميمز على الفايسبوك لمتغير الجنس فقد قدرت ك2 / 0.049 وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة متابعة الميمز على الفايسبوك لدى عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الشكل رقم 18: رسم بياني يمثل عينة الدراسة لدرجة متابعة الميمز على الفايسبوك حسب متغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدول رقم 16: يوضح متابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن.

المجموع	الصدفة	الاختيار مقصود
---------	--------	----------------

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
33	20.0%	132	80.0%	165	100%
20	13.8%	125	86.2%	145	100%
10	18.2%	45	81.8%	55	100%
11	31.4%	24	68.6%	35	100%
74	18.5%	326	81.5%	400	100%

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه متابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن، نلاحظ أن المتابعة أعلى من خلال الصدفة جاءت بتكرار 326 وبنسبة 81.5%، منها فئة [27-23] بتكرار 125 وبنسبة 86.2%، وفئة [32-28] بتكرار 45 وبنسبة 81.8%، وفئة [22-18] بتكرار 132 وبنسبة 80%، وأقل فئة [37-33] بتكرار 24 وبنسبة 68.6% . ومنه نستنتج أن أغلبية الباحثين يتابعون الميمز عن طريق الصدفة وبنسبة عالية وبجميع الأعمار . الجدول رقم 17: يوضح الفروق المتعلقة بمتابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن

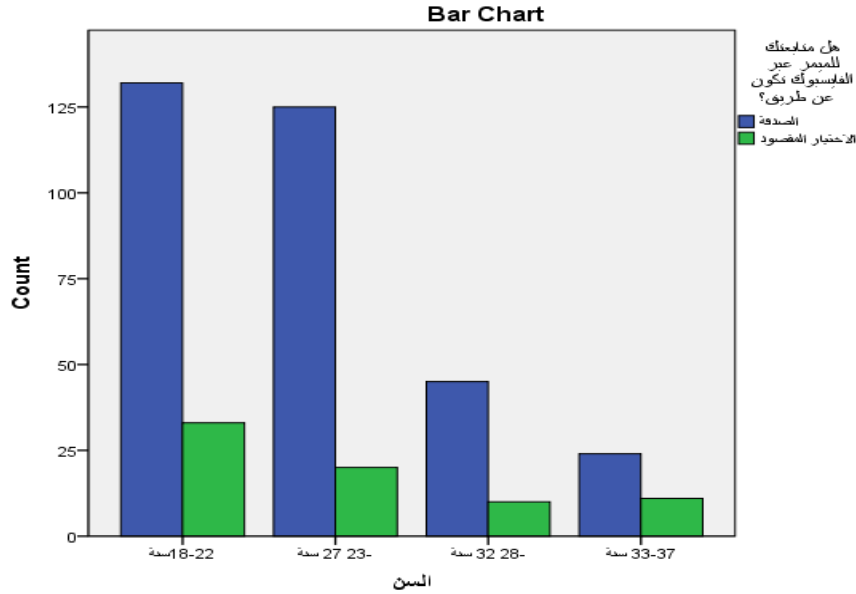
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,261 ^a	3	,100
Likelihood Ratio	5,906	3	,116
Linear-by-Linear Association	,761	1	,383
N of Valid Cases	400		

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,261 ^a	3	,100
Likelihood Ratio	5,906	3	,116
Linear-by-Linear Association	,761	1	,383
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر علاقة الفروق المتعلقة بمتابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن فقد قدرت ك² / 0.100 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة متابعة الميمز على الفايسبوك لدى عينة الدراسة حسب متغير السن.

الشكل رقم 19: رسم بياني يوضح متابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss .

الجدول رقم 18: يوضح متابعة منشورات الميمز عبر الفاييسبوك الجنس

المجموع	الصفحات	المجموعات	الحسابات الشخصية للأصدقاء
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
39%	156	23.0%	92
61%	244	35.0%	140
100%	400	58.0%	232
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
21.3%	85	11.8%	47
31.5%	126	12.0%	48
52.8%	211	23.8%	95
ذكر			
أنثي			
المجموع			

مصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدول أعلاه يوضح متابعة منشورات الميمز عبر الفاييسبوك حسب متغير الجنس، فنلاحظ أن من يتابعون منشورات الميمز عبر الصفحات أعلى نسبة حيث قدر عددهم بتكرار 232 وبنسبة 58% وما يؤكد هذا عدد يتكرر 140 الإناث 35%، وذكور بتكرار 92 وبنسبة 23% ، أما في ما يتعلق بالمجموعات حيث قدر عددهم بتكرار 211 وبنسبة 52.8% ، منها الإناث بتكرار 126 وبنسبة 31.5% وذكور بتكرار 85 وبنسبة 21.3%، أما الحسابات الشخصية للأصدقاء حيث قدر عددهم بتكرار 95 وبنسبة 23.8%، منها الإناث بتكرار 48 وبنسبة 12% وذكور بتكرار 47

وبنسبة 11.8%، ومنه نستنتج أن أغلبية الباحثين يتابعون منشورات الميمز عبر الفايسبوك عبر الصفحات ودرجة متابعة الإناث أكبر من الذكور في صفحات موقع الفايسبوك.

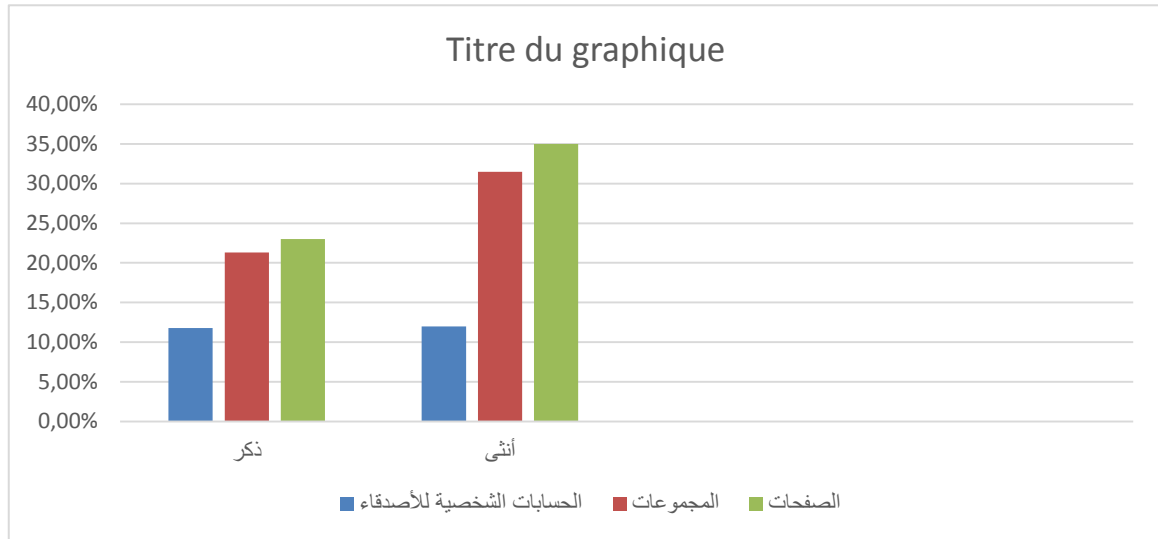
الجدول رقم 19: يوضح الفروق فيما يتعلق بمتابعة عينة الدراسة لمنشورات الميمز عبر الفايسبوك حسب متغير الجنس

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	,100 ^a	1	,752		
Continuity Correction ^b	,045	1	,832		
Likelihood Ratio	,100	1	,752		
Fisher's Exact Test				,757	,417
Linear-by-Linear Association	,099	1	,753		
N of Valid Cases	400				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك2 الذي يختبر العلاقة لمتابعة منشورات الميمز عبر الفايسبوك لمتغير الجنس فقد قدرت ك2 / 0.752 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة لدرجة متابعة منشورات الميمز عبر الفايسبوك حسب الجنس.

الشكل رقم 20: رسم بياني يوضح متابعة منشورات الميمز عبر الفايسبوك حسب الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدول رقم 20: يوضح الصفحات الساخرة الأكثر تأثيرا حسب متغير الجنس

المجموع	أنثى		ذكر		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
AlgerianMemes	29.5%	118	19.5%	78	49.2%
HouseOfMemes	4.5%	18	5.3%	21	9.8%
The KndomMemes	5.8%	23	8.8%	35	14.6%
عالم الميمز	22.6%	90	15.6%	62	38.2%
لا أتابع أي صفحة	3.8%	15	0.5%	2	4.3%
أخرى	4.3%	17	5.3%	21	9.5%
المجموع	61.1%	243	38.9%	155	100%

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه صفحات الساخرة الأكثر تأثيرا حسب الجنس، ونلاحظ عدد مفردات العينة كأعلى نسبة هم الإناث وذلك بتكرار 243 ونسبة 61.1%، منها صفحة AlgerianMemes وذلك بتكرار 118 مفردة ونسبة 29.5%، وتليها صفحة عالم الميمز بتكرار 90 ونسبة 22.6%، ثم صفحة The KndomMemes بتكرار 23 ونسبة 5.8%، وبعدها صفحة HouseOfMemes بتكرار 18 ونسبة 4.5%، ثم تليها صفحات

أخري بتكرار 17 بنسبة 4.3%، ثم أقل نسبة هي من لا يتابعون أي صفحة بتكرار 15 بنسبة ضعيفة وهي 3.8%. أما فيما يتعلق بالذكر حيث قدر عددهم بتكرار 155 مفردة بنسبة 38.9%، منها صفحة Algerian Memes وذلك بتكرار 78 مفردة بنسبة 19.5%، وتليها صفحة عالم الميمز بتكرار 62 بنسبة 15.6%، ثم صفحة The Kndom Memes بتكرار 35 بنسبة 8.8%، وبعدها صفحة HouseOfMemers بتكرار 21 بنسبة 5.3%، ثم تليها صفحات أخري بتكرار 21 بنسبة 5.3%، ثم أقل نسبة هي من لا يتابعون أي صفحة بتكرار 2 بنسبة ضعيفة وهي 0.5%، مما يدل على أن أغلبية مبحوثين يتابعون صفحات الميمز.

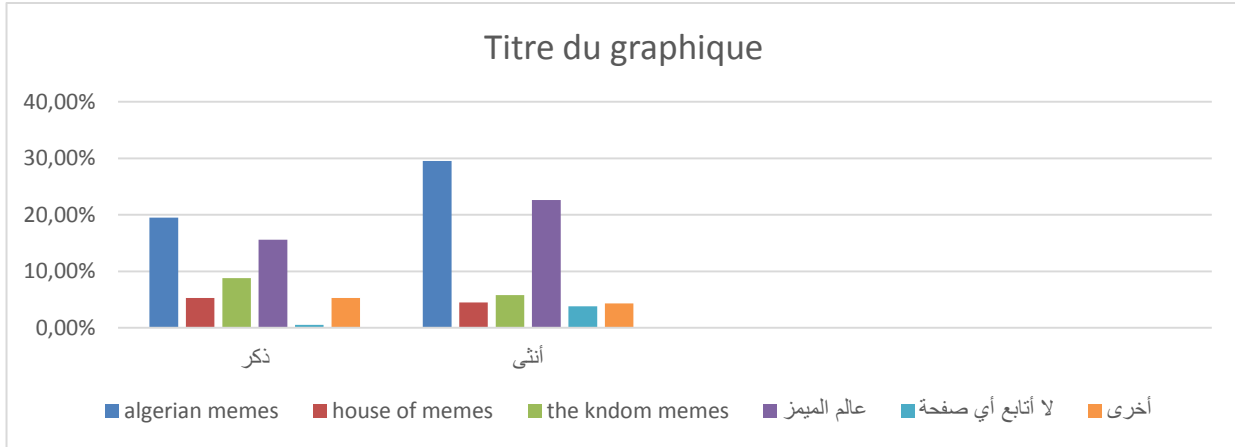
الجدول رقم 21: يوضح الفروق المتعلقة بأكثر صفحات الميمز متابعة حسب متغير الجنس

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,102 ^a	1	,749		
Continuity Correction ^b	,047	1	,828		
Likelihood Ratio	,102	1	,749		
Fisher's Exact Test				,759	,414
Linear-by-Linear Association	,102	1	,749		
N of Valid Cases	400				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك2 الذي يختبر علاقة أكثر صفحات الميمز متابعة حسب متغير الجنس فقد قدرت ك2 / 0.749 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة لدرجة الصفحات الساخرة الأكثر تأثيرا حسب متغير الجنس.

الشكل رقم 21: يوضح أكثر صفحات الميمز متابعة حسب متغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

الجدول رقم 22: يوضح التفاعل لعينة دراسة مع الميمات على الفايسبوك حسب متغير الجنس

	المجموع		أنثى		ذكر	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تسجيل إعجاب على منشورات الميمز	79.0%	316	47.8%	191	31.3%	125
مشاركة لمنشورات الميمز	10.3%	41	4.8%	19	5.5%	22
التعلق على منشورات الميمز	13.9%	55	7.6%	30	6.3%	25
كلها تعلق وإعجاب ومشاركة	8.8%	35	6.0%	24	4.8%	11
	100%	397	61%	242	39%	155

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه كيفية تفاعل المبحوثين مع الميمات على الفايسبوك من خلال متغير الجنس فنلاحظ أن أكبر نسبة للإناث حيث قدر عددهم بتكرار 242 ونسبة 61%، منها إعجاب بتكرار 191 بنسبة 47.8%، وتليها التعليق بتكرار 30 بنسبة 7.6%، وتليها كلها تعلق

وإعجاب ومشاركة بتكرار 24 وبنسبة 6%، في حين أن من ياركون منشورات المميز قدر عددهم بتكرار 19 وبنسبة 4.8%، أما في ما يتعلق بذكور حيث بلغ عددهم بتكرار 155 وبنسبة 39%، منها تسجيل إعجاب بتكرار 125 و بنسبة 31.3%، ثم التعليق بتكرار 25 و بنسبة 6.3 ومشاركة منشورات المميز بتكرار 22 بنسبة 5.5% وأقل نسبة كلها تعليق وإعجاب ومشاركة بتكرار 11 وبنسبة 4.8%.

الجدول رقم 23: يوضح الفروق المتعلقة بالتفاعل مع الميمات على الفاييسوك حسب متغير

الجنس

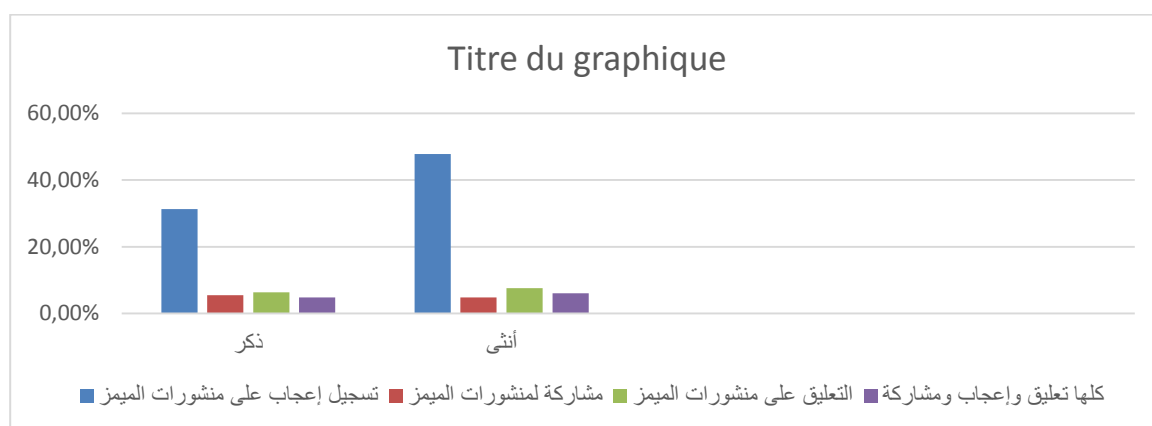
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,196 ^a	1	,658		
Continuity Correction ^b	,101	1	,751		
Likelihood Ratio	,197	1	,657		
Fisher's Exact Test				,707	,377
Linear-by-Linear Association	,196	1	,658		
N of Valid Cases	400				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر العلاقة الفروق المتعلقة بالتفاعل مع الميمات على الفاييسبوك حسب متغير الجنس فقد قدرت ك² / 0.658 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة لدرجة كيفية التفاعل مع الميمات على الفاييسبوك حسب متغير الجنس.

الشكل رقم 22: رسم بياني يوضح كيفية التفاعل مع الميمات على الفاييسبوك حسب

متغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مخرجات Spss

II. المحور الثاني: دوافع وأسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على موقع

الفايسبوك واتجاهاتهم نحوها

جدول رقم 24: يوضح العناصر التي تجذب عين الدراسة لمشاهدة الميمز على الفاييسبوك

حسب متغير السن

صورة	النص المكتوب		موضوع الميمز		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
18-	82	20.5%	82	20.5%	165	100%
22 سنة						
23-27	70	17.5%	64	10.3%	145	100%
سنة						
28-32	25	6.3%	30	3.5%	55	100%
سنة						
33-37	18	4.5%	15	3.0%	35	100%

سنة

المجموع 195 48.8% 104 26% 191 47.8% 400 100%

مصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول أعلاه يمثل توزيع بيانات العناصر التي تجذب عين الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن، نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة تجدهم صورة لمشاهدة ميمز بتكرار 195 مفردة وبنسبة 48.8%، ومن بين فئات التي تؤكد هذا فئة محصورة بين [18-22] بتكرار 82 وبنسبة 20.5%، ويليهما فئة [23-27] بتكرار 70 وبنسبة 17.5%، ومن يجذبهم موضوع الميمز بلغ عددهم بتكرار 191 وبتكرار 47.8%، منها فئة بين [18-22] بتكرار 82 وبنسبة 20.5% بنفس نسبة مع صورة وتليها فئة بين [23-27] بتكرار 64 وبنسبة 16%، أما في ما يتعلق بالنص المكتوب جاءت بتكرار 104 وبنسبة 26%، منها فئة [23-27] بتكرار 41 وبنسبة 10.3%، وأقل فئة محصورة بين [33-37] بتكرار 12 وبنسبة 3.0%. ومنه نرى أن أغلبية الباحثين تجذبهم صورة الميمز وأغلبهم ذو سن 18 و22 سنة لما تحمله من معاني معاكسة لواقعهم.

الجدول رقم 25: يوضح الفروق المتعلقة بالعناصر التي تجذب عينة الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن.

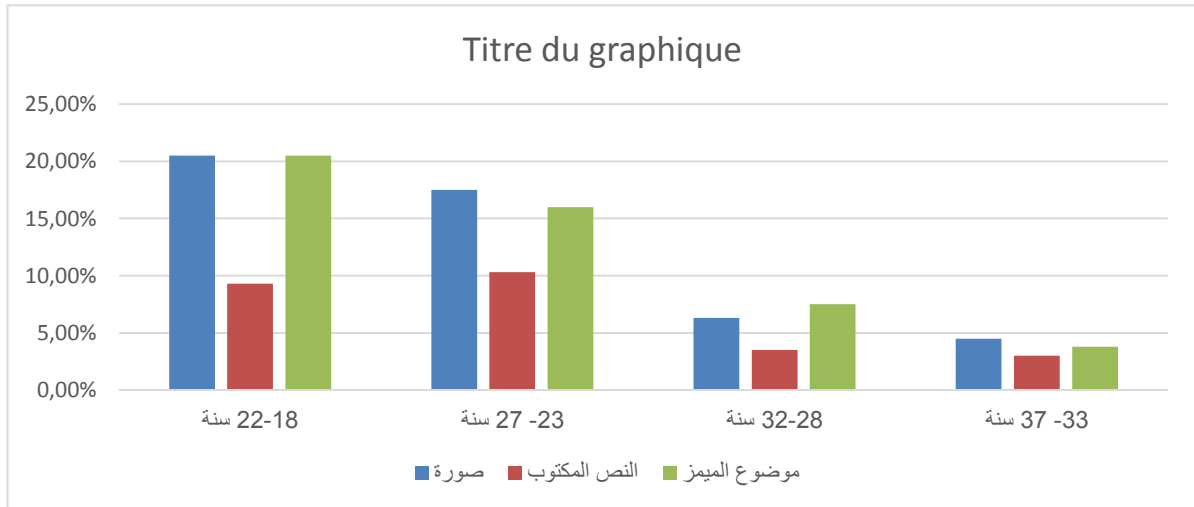
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,690 ^a	1	
Continuity Correction ^b	,530	1	,233
Likelihood Ratio	,690	1	
Fisher's Exact Test			

Linear-by-Linear Association	,688	1	
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك2 الذي يختبر علاقة الفروق المتعلقة العناصر التي تجذب عينة الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن فقد قدرت ك2 / 0.233 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ما الذي يجذبك لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن

الشكل رقم 23: رسم بياني يمثل العناصر التي تجذب عينة الدراسة لمشاهدة الميمز على الفايسبوك حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول 26: يوضح مواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي
النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة

30.5%	122	%	10	2%	08	1.3%	05	00%	00	مواضيع سياسية
			27.3							
			9							
21.5%	86	%	77	1.8%	07	5%	02	00%	00	المال واقتصادية
			19.3							
33.8%	135	%	11	4.3%	17	8%	03	00%	00	مواضيع الصداقة
			28.8							
			5							
31.3%	125	%	10	3%	12	8%	03	100%	01	العلاقات العاطفية
			27.3							
			9							
25%	100	%	90	1.8%	07	8%	03	00%	00	مواضيع الزواج
			22.5							
39.5%	158	%	14	2.3%	09	10%	04	00%	00	مواضيع العائلة
			36.3							
			5							
40%	160	%	14	2.8%	11	10%	04	00%	00	مواضيع الرياضة
			36.3							
			5							
29%	116	%	99	35%	14	8%	03	00%	00	مواضيع العمل
			24.8							
3.8%	15	3.5%	14	3%	01	00%	00	00%	00	أخرى
100%	400	100%	34	100%	44	100%	13	100%	01	المجموع
			2							

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

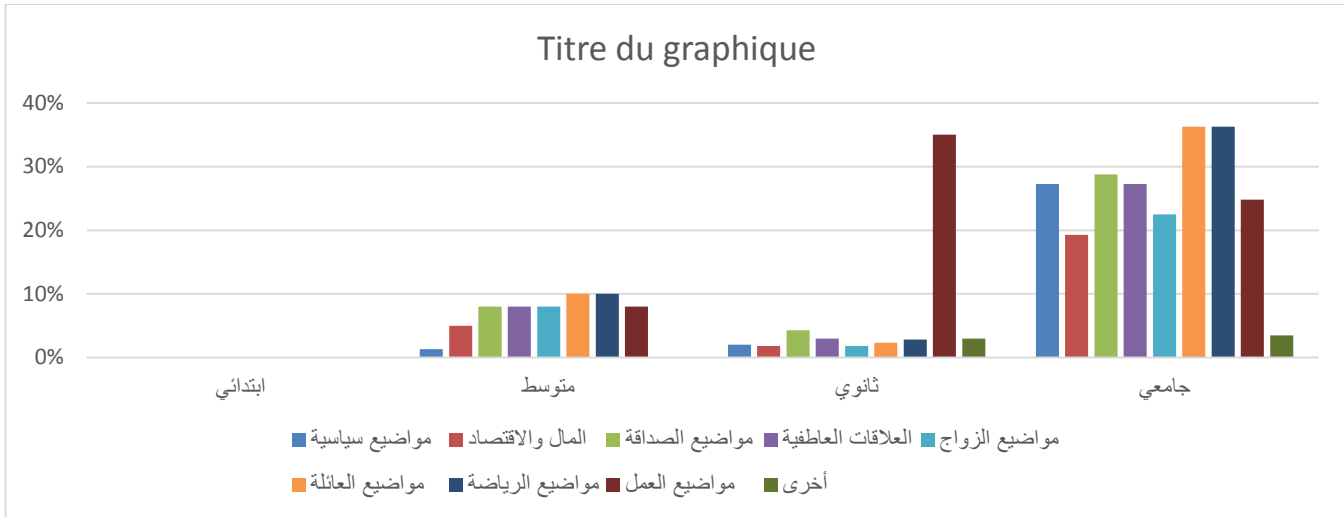
يوضح الجدول اعلاه مواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث نلاحظ المواضيع الأبرز في الميمات هي مواضيع الرياضة بنسبة 40% بتكرار 160 فرد، وأقل المواضيع متابعة هي مواضيع المال والاقتصاد بنسبة 21.5% وتكرار 86 فرد، كما نلاحظ أن الذين يتابعون مواضيع الرياضة من أصحاب المستوى الجامعي بنسبة 36.3% وتكرار 145 فرد، ومن المستوى الابتدائي بنسبة منعدمة 00% وتكرار 00 فرد، أما مواضيع المال والاقتصاد فكذلك لدى

أصحاب المستوى الجامعي بنسبة 19.3% وتكرار 77 فرد، ومن أصحاب المستوى الابتدائي بنسبة منعدمة 00% وتكرار 00 فرد. أي أن أغلب المبحوثين يتابعون الميمز التي تتحدث عن مواضيع الرياضة، وأصحاب المستوى الجامعي أكثر من المستوى الثانوي والمتوسط والابتدائي. الجدول رقم 27: يوضح الفروق المتعلقة بمواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square ^a	3,980	1	.029
Continuity Correction ^b	3,534	1	
Likelihood Ratio	4,057	1	
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	3,971	1	
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر علاقة فروق مواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي فقد قدرت ك² 0.029/ وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمواضيع الميمز يجذبك أكثر حسب متغير المستوى التعليمي. الشكل رقم 24: يوضح مواضيع الميمز التي تجذب عينة الدراسة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 28: يوضح مشاهد الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية

المجموع	بطل		عامل			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
33%	132	26.3%	105	6.8%	27	التخلص من الملل
9.5%	38	7.5%	30	2.0%	08	إزالة القلق
67%	268	49.5%	198	17.5%	70	للتسلية والترفيه
24.5%	98	17.5%	70	7.0%	28	التفاعل مع الأصدقاء والعائلة حولها
3.5%	14	1.5%	06	2.0%	08	أخرى
100%	400	73%	292	27%	108	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يوضح مشاهد الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية بأن أغلبية أفراد يهتمون بدافع التسلية والترفيه بنسبة 67% ما يؤكد على ذلك 49.5% و17.5% بطل العامل تليها نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الميمات على الفايسبوك التخلص من الملل بنسبة 33% يؤكد ذلك نسبة البطل 26.3% والعامل 6.8% في حين نجد أن من يشاهد بهدف التفاعل مع العائلة والأصدقاء والعائلة حولها بنسبة 24.5% ويؤكد ذلك نسبة البطل 17.5% والعامل بنسبة 7% ثم تليها نسبة المبحوثين الذين يشاهدون بدافع إزالة القلق بنسبة 9.5% يؤكد ذلك

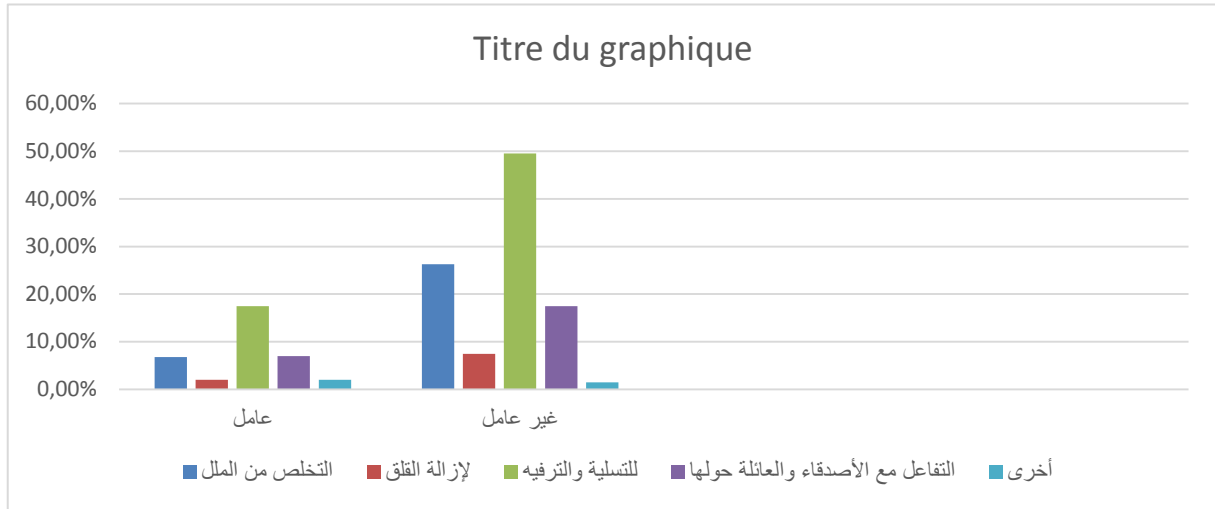
البطلان بنسبة 7.5% والعامل بنسبة 2% في حين نجد أن المبحوثين يشاهدون لأهداف أخرى 3.5% ويؤكد على ذلك العامل بنسبة 2% والبطلان بنسبة 1.5%.
ومنه نستنتج بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة هم فئة البطالين والذين يشاهدون الميمات على الفايسبوك من أجل التسلية والترفيه والتخلص من الملل.
الجدول رقم 29: يوضح الفروق المتعلقة بمشاهدة الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,282 ^a	1	,024
Continuity Correction ^b	3,801	1	
Likelihood Ratio	4,421	1	
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	4,272	1	
N of Valid Cases	400		

مصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر علاقة مشاهد الميمات على الفايسبوك لمتغير الوضعية المهنية فقد قدرت ك² 0.024/ وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية هل تشاهد الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية.

الشكل رقم 25: رسم بياني يوضح مشاهدة الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 30: يوضح أن ميمز الانترنت هادف أو مجرد سخرية وتتمر حسب متغير السن

السن	مجرد سخرية وتتمر		هادف	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
22-18	56.4%	93	43.6%	72
27-23	57.9%	84	42.1%	61
32-28	54.5%	30	45.5%	25
37-33	34.3%	12	65.7%	23
المجموع	54.8%	219	45.3%	181

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول أعلاه يوضح توزيع بيانات على أن ميمز الانترنت هادف أو مجرد سخرية وتتمر حسب متغير السن، نلاحظ أن أفراد عينة الذين يرون أن الميمز الأنترنترنت مجرد سخرية وتتمر قدر عددهم بتكرار 219 ونسبة 54.8%، منهم فئة محصورة بين [27-23] بتكرار 84 ونسبة 57.9%، ثم تليها فئة بين [22-28] يتكرر 93 ونسبة 56.4%، ثم تليها [32-28] بتكرار 30 ونسبة 54.5%، ثم تليها [37-33] بتكرار 12 ونسبة 65.7%، أما فيما يتعلق بميمز الأنترنترنت هادف بتكرار 181 مفردة تقريبا تفاوت بنسب ضعيف بين فئات، أما فيما يتعلق بميمز الأنترنترنت هادف بتكرار 181 مفردة

وبنسبة 45.3%، منها فئة ما بين [37-33] بتكرار 23 وبنسبة 56.7%، وباقي نسب بتفاوت متقارب منها أقل فئة محصورة ما بين [27-23] بتكرار 61 وبنسبة 44.1%. ومنه نستنتج أن أغلبية المبحوثين يرون أن ميمز الأنترنت مجرد سخرية وتنمر، وهذا لصغار السن عكس كبار السن.

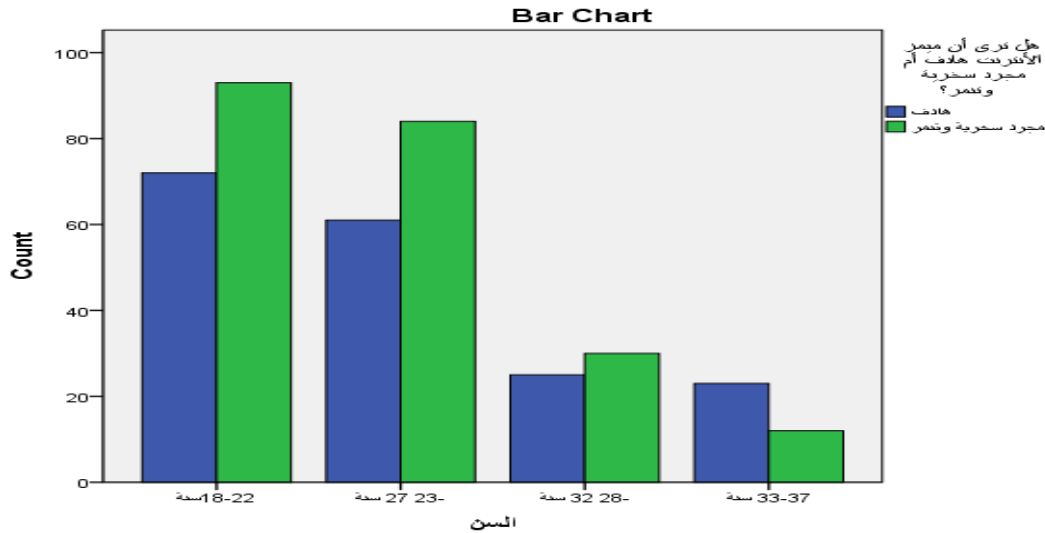
الجدول رقم 31: يوضح الفروق المتعلقة بميمز الانترنت هادف أو مجرد سخرية وتنمر حسب متغير السن.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,683 ^a	3	,083
Likelihood Ratio	6,700	3	
Linear-by-Linear Association	3,307	1	
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر علاقة فروق ميمز الانترنت هادف أو مجرد سخرية وتنمر لمتغير فقد قدرت ك² / 0.083 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالىلا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لهل ترى أن ميمز الانترنت هادف أم مجرد سخرية وتنمر لدى عينة الدراسة حسب متغير السن

الشكل رقم 26: رسم بياني يوضح أن ميمز الأنترنت هادف أو مجرد سخرية وتنمر لدى عينة الدراسة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول رقم 32: يوضح أن الميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة.

	نعم تعبر		لا تعبر		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
غرداية	144	74.2%	50	22.7%	194	100%
ورقلة	152	73.8%	54	28.6%	206	100%
المجموع	296	74%	104	25.8%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول أعلاه يوضح أن ميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة، ونلاحظ أن أفراد العينة أغلبهم يجيبون بنعم تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حيث بلغ عددهم بتكرار 269 وبنسبة 74%، وهذا ما أكد من خلال إقامة غرداية بتكرار 144 وبنسبة 74.2% وورقلة بتكرار 152 وبنسبة 73.8% تفاوت بسط بين نسب ولايتين، أما في ما يتعلق بلا تعبر حيث جاءت بتكرار 104 وبنسبة 25.8%، وهذا ما أكدته إقامة ورقلة بتكرار 54 وبنسبة 28.6% وإقامة غرداية بتكرار 50 وبنسبة 22.7%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون بأن الميمز المعروف عبر الفايسبوك يعبر عن الواقع، والمقيمون بولاية ورقلة يرون ذلك أكثر من المقيمون بولاية غرداية.

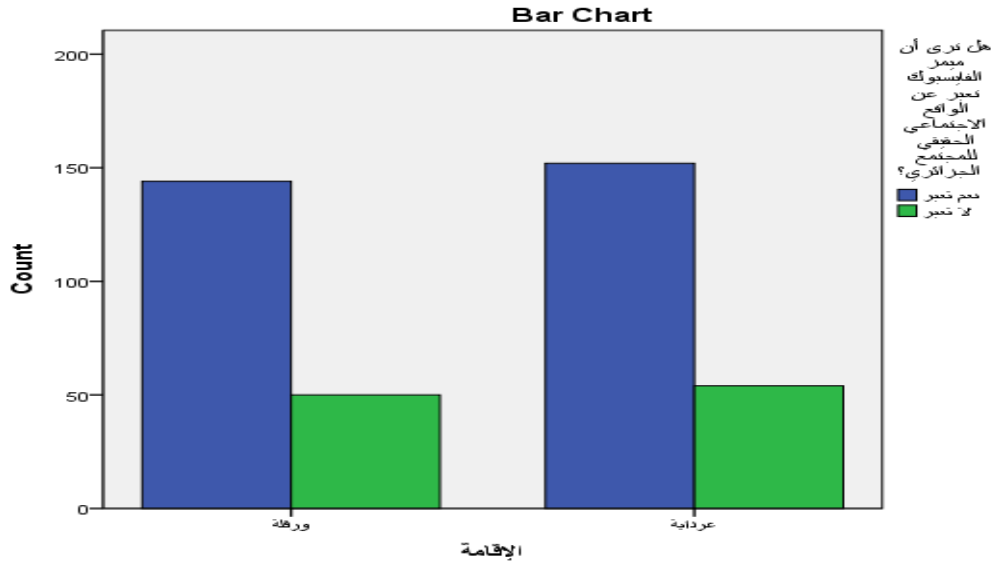
الجدول رقم 33: يمثل الفروق المتعلقة بميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,010 ^a	1	,506
Continuity Correction ^b	,000	1	
Likelihood Ratio	,010	1	
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	,010	1	
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر علاقة فروق أن ميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير فقد قدرت ك² / 0.506 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة احصائية لهل ترى أن ميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري لدى عينة الدراسة حسب متغير الإقامة.

الشكل رقم 27: رسم بياني يوضح أن ميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري حسب متغير الإقامة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 34: يوضح العناصر المشاركة في مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي

	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
إبتدائي	01	0.0%	00	0.0%	01	100%
متوسط	10	76.9%	03	32.1%	13	100%
ثانوي	31	70.5%	13	29.5%	44	100%
جامعي	174	50.9%	168	49.1%	342	100%
المجموع	216	54.0%	184	46.0%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

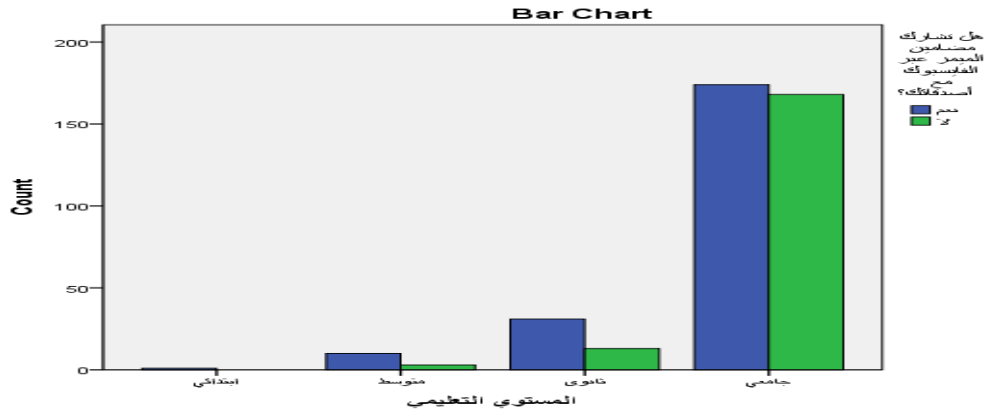
يوضح الجدول أعلاه العناصر المشاركة في مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي، ونلاحظ أن أغلب الباحثين نعم يشاركون مضامين الميمز مع أصدقاء بنسب عالية بنسبة 54% وهذا ما أكد من خلال المستوى المتوسط بنسبة 76.9% و الثانوي 70.5%، الجامعي بنسبة 50.9% وأقل نسبة الإبتدائي 0.0% تكاد معدومة، ومن لا يشاركون مضامين الميمز بنسبة 46% وما يؤكد هذا النسب التالية منها الجامعي 49.1%

ومتوسط 32.1% وثنوي 29.5% وابتدائي 0.0%، ومنه نستنج أن أغلبية المبحوثين يشاركون مضامين الميمز على الفايسبوك مع أصدقاء التي تعد من مميزات التي يتمتع بها هذا الموقع .
الجدول رقم 35: يوضح الفروق فيما يتعلق بمشاركة مضامين الميمز لعينة الدراسة عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي.

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,740 ^a	3	,021
Likelihood Ratio	10,489	3	
Linear-by-Linear Association	9,311	1	
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر علاقة المشاركة لمضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي فقد قدرت ك² 0.021/ وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية للمشاركين في مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء لدى عينة الدراسة حسب متغير مستوي تعليمي.
الشكل رقم 28: رسم بياني يوضح العناصر المشاركة في مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقاء حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

الجدول رقم 36: يوضح نظرة المميز لعينة الدراسة في الفايسبوك حسب متغير السن

المجموع	37-33		32-28		27-23		22-18			
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		
36.8%	147	2.5%	10	5.3%	21	12.5%	50	16.5%	6	ساخرة
									6	
27.8%	111	1.8%	07	3.5%	14	10.8%	43	11.8%	47	متنمرة
15.3%	61	0.5%	02	1.3%	05	6.8%	27	6.8%	27	لا أخلاقية
58.6%	234	5.8%	23	9%	36	19%	76	24.8%	99	مضحكة مبدعة
2.8%	11	0.5%	2	0.5%	02	0.8%	03	1.0%	04	أخرى
100%	399	8.8%	35	13.8%	55	36.3%	14	41.1%	164	المجموع

الجدول أعلاه يوضح نظرة المميز لعينة الدراسة في الفايسبوك حسب متغير السن، نلاحظ أن أفراد عينة الذين يرون أن المميز في نظرهم مضحكة ومبدعة قدر عددهم بتكرار 243 ونسبة 58.6%، من بينهم فئة محصورة بين [22-18] بتكرار 99 ونسبة 24.8%، ثم تليها فئة بين [23-27] بتكرار 76 ونسبة 19%، أما في ما يتعلق من يرونه ساخر قدر عددهم بتكرار 147 ونسبة 36.8%، من بينهم فئة محصورة بين [22-18] بتكرار 66 ونسبة 16.5%، في حين من يرونه

تمر حيث قدر عددهم بتكرار 111 وبنسبة 27.8%، من بينهم [22-18] بتكرار 47 وبنسبة 11%، أما من يرونه لا أخلاقي جاءت بتكرار 61 وبنسبة 15.3%، من بينهم ذو [22-18] بتكرار 47 وبنسبة 6.8% وبنفس النسبة مع ذو [27-23] أما في ما يتعلق بمن يرونه في نظرهم شئ آخر جاءت بتكرار 11 وبنسبة 2.8%، من بينهم فئة محصورة بين [22-18] بتكرار 04 وبنسبة 1.0%.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون بأن ميمات الفايسبوك مضحكة ومبدعة وهذا لدى صغار السن، أي كلما قل السن كلما زادت رؤية الميمز عبر الفايسبوك مضحكة ومبدعة والعكس صحيح.

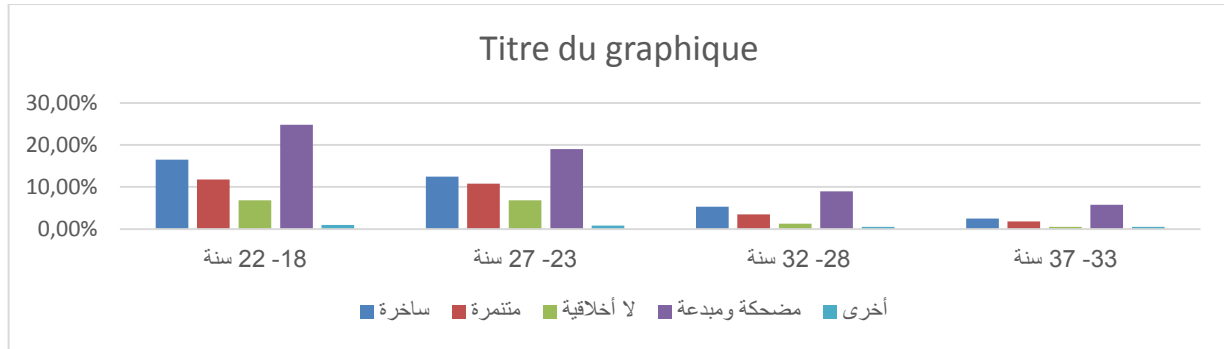
الجدول رقم 37: يوضح الفروق المتعلقة بنظرة ميمز الفايسبوك حسب متغير السن

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,320 ^a	1	,326
Continuity Correction ^b	,198	1	
Likelihood Ratio	,317	1	
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	,319	1	
N of Valid Cases	400		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك2 الذي يختبر علاقة نظرة الميمز في الفايسبوك حسب متغير السن، فقد قدرت ك2 / 0.326 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكيف ترى ميمز الفايسبوك في نظرك لدى عينة الدراسة حسب متغير السن.

الشكل رقم 29: رسم بياني يوضح لكيف ترى ميمز الفايسبوك في نظرك حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 38: يوضح أن موضوع الميمز يستهدف أو يتقاطع مع حالة معاشة حسب متغير الإقامة.

	المجموع		لا		نعم	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ورقلة	100%	194	22.7%	44	77.3%	150
غرداية	100%	206	28.6%	59	71.4%	147
المجموع	100%	400	25.8%	103	74.3%	279

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يوضح أن موضوع الميمز يستهدفك أو يتقاطع مع حالة تعيشها حسب متغير الإقامة، نلاحظ أن أفراد العينة مجيبين بنعم بلغ عددهم بتكرار 179 وبنسبة 74.3%، إقامة بتكرار 150 وبنسبة 77.3%، وإقامة غرداية بتكرار 147 وبنسبة 71.4%، أما في مايتعلق بلا يستهدف أو يتقاطع حالة تعيشها جاءت بتكرار 103 وبنسبة 25.8%، منها إقامة غرداية بتكرار 59 وبنسبة 28.6% وإقامة ورقلة بتكرار 44 وبنسبة 22.7%، ومنه نستنتج أن أغلب الأفراد يرون أن موضوع الميمز يستهدفهم أو يتقاطع مع حالة يعيشونها، حيث أن المقيمين في غرداية أكبر من المقيمين في ورقلة.

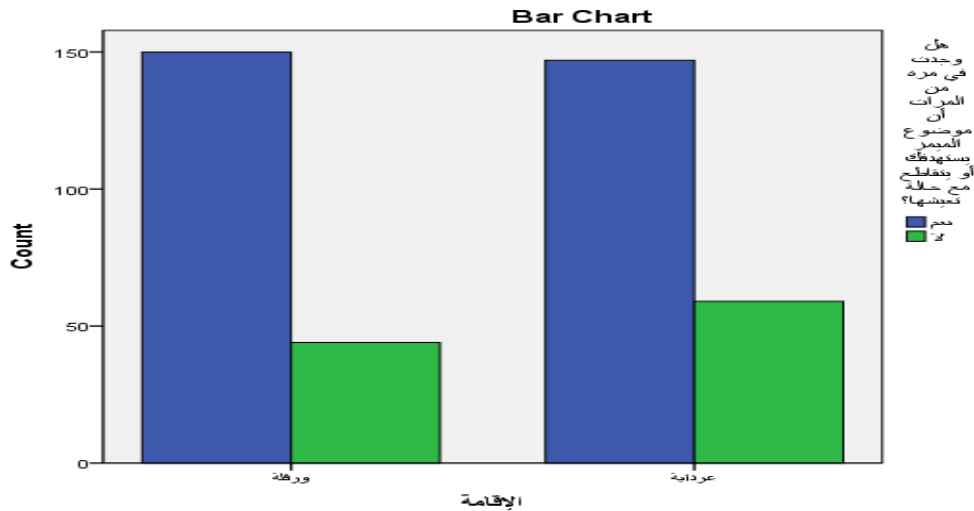
الجدول رقم 39: يمثل الفروق المتعلقة بمواضيع الميمز التي تستهدف أو يتقاطع مع حالات معاشة حسب متغير الإقامة

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)

Pearson Chi-Square	1,856	1	,106
Continuity Correction ^b	^a 1,558	1	
Likelihood Ratio	1,863	1	
Fisher's Exact Test	1,85	1	
Linear-by-Linear Association	2400		
N of Valid Cases			

يوضح الجدول أعلاه اختبار (ك2) الذي يختبر العلاقة هل وجدت في مرة من المرات أن موضوع الميمز يستهدفك أو يتقاطع مع حالة تعيشها حسب متغير الإقامة)، فقد قدرت ك2 / 0.106 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية هل وجدت في مرة من المرات أن موضوع الميمز يستهدفك أو يتقاطع مع حالة تعيشها لمتغير الإقامة لدى عينة الدراسة.

الشكل رقم 30: رسم بياني يوضح أن موضوع الميمز يستهدف أو يتقاطع مع حالة معاشة حسب متغير الإقامة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 40: يوضح الشعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة.

المجموع		غرداية		ورقلة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
41.8%	124	17.5%	52	24.2%	72

شعرت بالفرح

6.4%	19	3.7%	11	2.7%	02	شعرت بالغضب
12.8%	38	7.1%	21	5.7%	17	شعرت بالحزن
5.7%	17	3%	09	2.7%	08	شعرت بالاكتئاب
45.1%	134	23.6%	70	21.5%	64	لم أشعر بشي
297%	297	49.5%	147	50.5%	150	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول أعلاه يوضح الشعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة، نلاحظ أن أفراد عينة مجيبين لم يشعر بشي جاءت بتكرار 134 وبنسبة 45.1%، منها إقامة غرداية بتكرار 70 وبنسبة 23.6% وإقامة ورقلة بتكرار 64 وبنسبة 21.5%، أما فيما يتعلق بإجابة شعرت بالفرح جاءت بتكرار 124 وبنسبة 41.8%، منها إقامة ورقلة بتكرار 72 وبنسبة 24.2% وإقامة غرداية بتكرار 52 وبنسبة 17.5%، أما إجابة شعرت بالحزن حيث جاءت بتكرار 38 وبنسبة 12.8%، منها إقامة غرداية بتكرار 21 وبنسبة 7.1% وإقامة ورقلة بتكرار 17 وبنسبة 5.7%، أما في ما يتعلق بإجابة على شعرت بالغضب جاءت بتكرار 19 وبنسبة 6.4%، منها إقامة غرداية بتكرار 11 وبنسبة 3.7%، وإقامة ورقلة بتكرار 02 وبنسبة 2.7%، وأقل إجابة كانت شعر بالاكتئاب بتكرار 17 جاءت وبنسبة 5.7%، منها إقامة غرداية بتكرار 09 وبنسبة 3% وإقامة ورقلة بتكرار 08 وبنسبة 2.7%. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة لم يشعروا بشيء عند مشاهدة الميمز سواء المقيمين بولاية غرداية أو ولاية ورقلة.

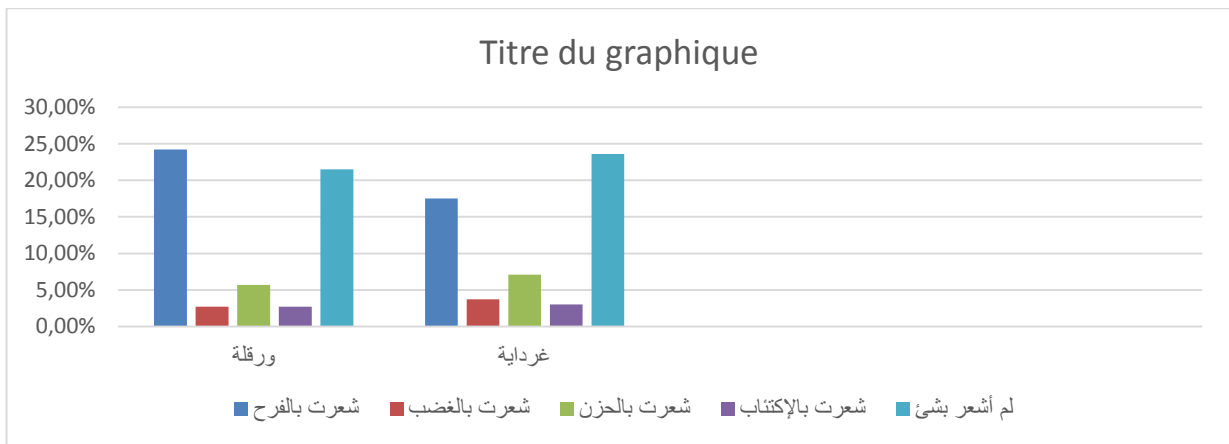
الجدول رقم 41: يوضح الفروق المتعلقة يوضح شعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,573 ^a	1	,302
Continuity Correction ^b	,270	1	
Likelihood Ratio	,575	1	
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	,571	1	
N of Valid Cases	297		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر العلاقة يوضح الشعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة حسب متغير الإقامة، فقد قدرت ك² / 0.302 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية إذا الإجابة نعم، كيف كان شعور لدى عينة الدراسة حسب متغير الإقامة، أي أنه لا توجد فروق دالة بين العبارة ومتغير الإقامة.

الشكل رقم 31: رسم بياني يوضح الشعور لدى عينة الدراسة إذا الإجابة نعم حسب متغير الإقامة.



مصدر : من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 42: يوضح ردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير إقامة.

المجموع	ورقلة		غرداية		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
قمت بإعادة نشره	14.5%	43	9.4	28	23.9%
تفاعلت معه بالضحك	23.2%	69	31.6%	94	54.9%
علقت على المميز بانه مسيء ومتنمر	1.7%	05	2.7%	08	4.4%
لم تقم بأي ردة فعل	16.5%	49	12.8%	38	29.3%
أخرى	1.0%	03	0.3%	01	1.3%
المجموع	50.5%	150	49.5%	147	297

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول أعلاه يوضح ردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير إقامة، نلاحظ أن أفراد عينة مجيبين بتفاعل بضحك جاءت بتكرار 163 ونسبة 54.9%، منها إقامة ورقلة بتكرار 150 ونسبة 50.5% وإقامة غرداية بتكرار 147 ونسبة 49.5%، أما فيما يتعلق بإجابة لم تقم بأي ردة فعل جاءت بتكرار 87 ونسبة 29.3%، منها إقامة ورقلة بتكرار 49 ونسبة 16.5% وإقامة غرداية بتكرار 38 ونسبة 12.8%، أما إجابة بقت بإعادة نشره حيث جاءت

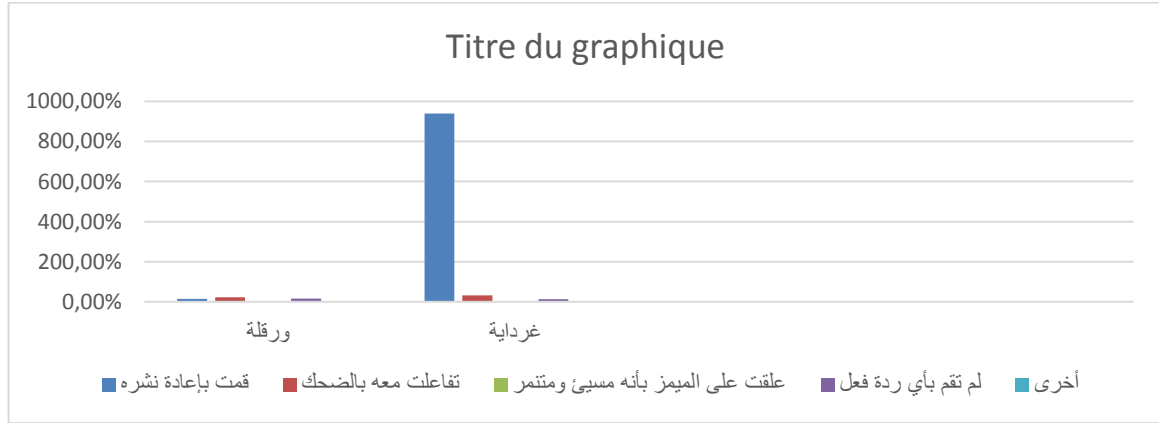
بتكرار 71 وبنسبة 23.9%، منها إقامة ورقلة بتكرار 43 وبنسبة 14.5% وإقامة غرداية بتكرار 28 وبنسبة 9.4%، أما في حين أن إجابة على علقته على الميمز بأنه مسيء ومتنمر جاءت بتكرار 13 وبنسبة 4.4%، منها إقامة غرداية بتكرار 08 وبنسبة 12.8%، وإقامة ورقلة بتكرار 05 وبنسبة 1.7%، وأقل إجابة كانت لأخرى بتكرار 04 وجاءت وبنسبة 1.3%، منها إقامة ورقلة بتكرار 03 وبنسبة 1.0% وإقامة غرداية بتكرار 01 وبنسبة 0.3%. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة كانت ردة فعلهم بالتفاعل مع منشور الميمز بالضحك، والمقيمين بغرداية أكثر من ورقلة.

الجدول رقم 43: يوضح الفروق المتعلقة بردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير الإقامة

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,789 ^a	1	,273
Continuity Correction ^b	,365	1	
Likelihood Ratio	,795	1	
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	,786	1	
N of Valid Cases	297		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ك² الذي يختبر الفروق بين ردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعمومتغير الإقامة فقد قدرت ك² / 0.273 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية إذا كانت اجابتك نعم: كيف كانت ردة فعلك لمتغير الإقامة لدى عينة الدراسة. الشكل رقم 32: رسم بياني يوضح ردة الفعل لدى عينة الدراسة إذا إجابة نعم حسب متغير الإقامة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

III. المحور الثالث: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقيين
الجدول رقم 44: يوضح توزيع عبارة الأولى من المحور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك

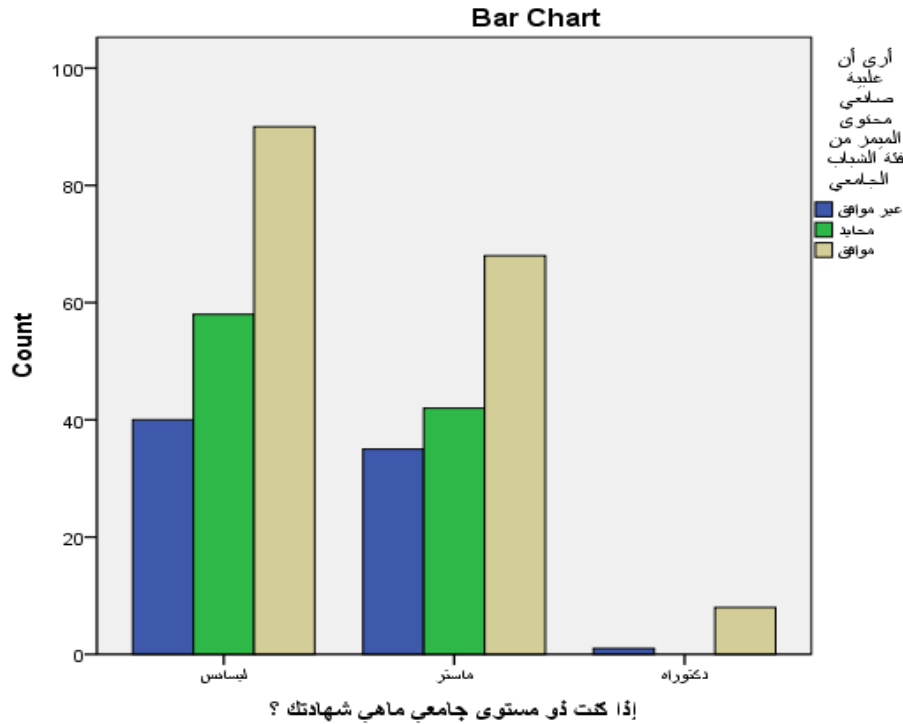
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ليسانس	47.5%	90	30.9%	58	21.3%	40	100%	188
ماستر	46.9%	68	29%	42	24.1%	35	100%	145
دكتوراه	88.9%	08	0.0%	0	11.1%	01	100%	09
المجموع	48,5%	166	29,2%	100	22.2%	76	100%	392

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أرى أن أغلبية صانعي محتوى الميمز من فئة الشباب الجامعي") و متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك، نلاحظ أن درجة الموافقة على متغيرات المذكورة من قبل المبحوثين كانت عالية حيث يقدر عدد هم بتكرار 166 بنسبة %

48.5، منها شهادة ليسانس قدر عددهم 90 بنسبة 47.5% أما شهادة الماستر قدر عددهم بتكرار 86 بنسبة 46.9%، وتليها شهادة دكتوراه حيث قدر عددهم بتكرار 08 بنسبة 88.9%. أما في ما يتعلق بدرجة المحاييد حيث قدر عددهم بتكرار 100 مفردة بنسبة 29.2%، منها شهادة ليسانس قدر عددهم 58 بنسبة 30.9% أما شهادة الماستر قدر عددهم بتكرار 42 بنسبة 29%، وتليها شهادة دكتوراه منعدمة تماما ، أما درجة غير موافق جاءت بتكرار 67 بنسبة 22.2%، منها شهادة ليسانس قدر عددهم 40 بنسبة 21.3% أما شهادة الماستر قدر عددهم بتكرار 35 بنسبة 24.1%، وتليها شهادة دكتوراه حيث قدر عددهم بتكرار 01 بنسبة 11.1%، ومنه نستنتج أن أغلبية مفردات عينة الدراسة هم ذو شهادة ليسانس وهذا ما أكدته إجاباتهم بدرجة " موافق " هي نسبة أكبر أي أن المبحوثين لديهم قابلية لصناعة الميمز.

الشكل رقم 33: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الأولى من المحور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

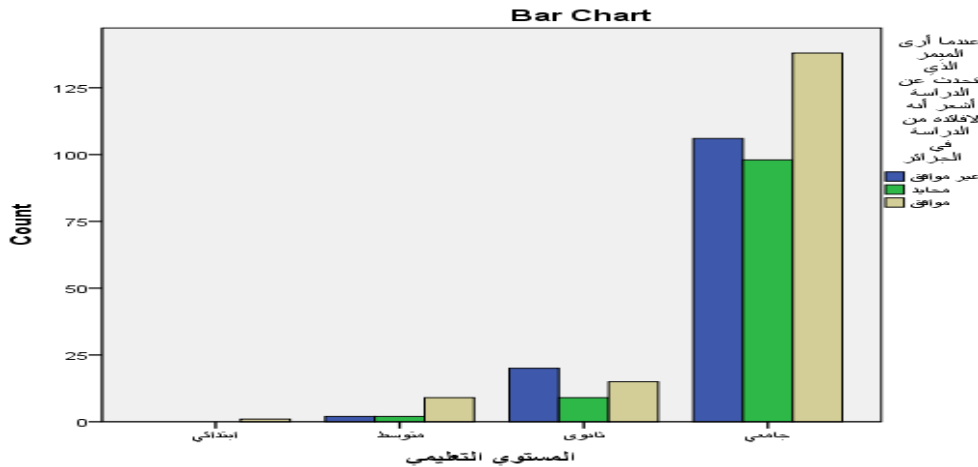
الجدول رقم 45: يوضح توزيع عبارة الثانية من المحور الثالث حسب متغير مستوى التعليمي

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ابتدائي	100.0%	01	0.0%	00	0.0%	01	100%
متوسط	69.2%	09	15.4%	02	15.4%	13	100%
ثانوي	34.1%	15	20.5%	20	45.5%	44	100%
جامعي	40.4%	138	28.7%	98	31%	342	100%
المجموع	40.8%	163	27.3%	109	32%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("عندما أرى المميز الذي يتحدث عن الدراسة أشعر أنه لافائدة من الدراسة في الجزائر") ومتغير مستوى التعليمي، فنلاحظ أن عدد مفردات العينة المجهين بدرجة موافق أعلى نسبة حيث قدر عدد هم بتكرار ب 163 وبنسبة 40.8%، ما يؤكد هذا مستوى الجامعي حيث جاءت بتكرار 138 وبنسبة 40.4%، ثم تليها درجة محايد بتكرار 109 وبنسبة 27.3%، منها مستوى الجامعي حيث قدر عددهم 98 وبنسبة 28.7% أما المستوى الثانوي قدر عددهم بتكرار 09 بنسبة 20.5%، أي أن أغلبية المبحوثين ذو مستوى الجامعي موافقين على أن لافائدة من الدراسة في الجزائر وهذا ما يبرز تطلعاتهم ونظراتهم المستقبلية إلى الأفضل.

الشكل رقم 34: يوضح توزيع عبارة الثانية من المحور الثالث حسب متغير مستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 46: يمثل توزيع عبارة الثالثة من محور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك

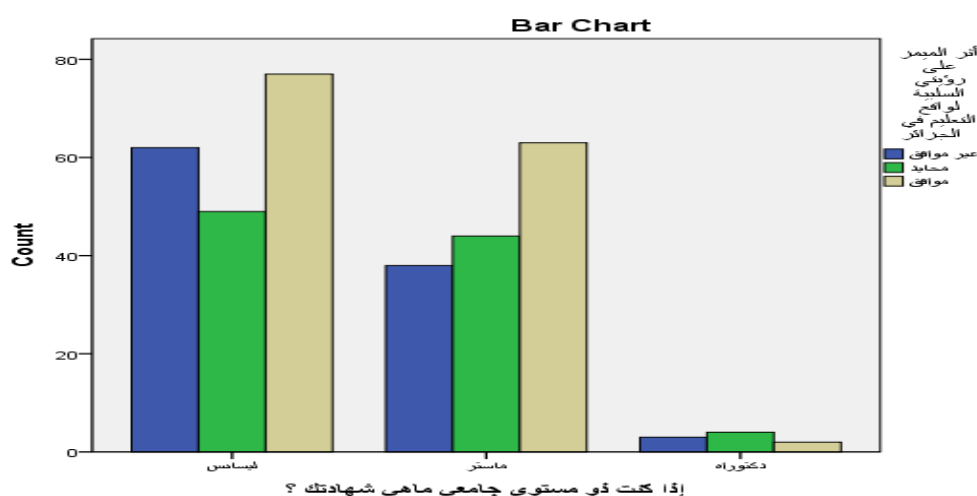
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ليسانس	41%	77	26.1%	49	33%	62	100%	188
ماستر	43.4%	63	30.3%	44	26.2%	38	100%	145
دكتوراه	22.2%	02	44.4%	04	33.3%	03	100%	09
المجموع	41.5%	142	28.4%	97	30.1%	103	100%	342

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

لجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أثر المييز على رؤيتي السلبية لواقع التعلم في الجزائر") و متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك، نلاحظ عدد مفردات العينة أكبر نسبة هي درجة الموافقة على متغيرات المذكورة من قبل الباحثين حيث يقدر عدد هم بتكرار 142 مفردة وبنسبة % 41.5، ما يؤكد هذا ذو شهادة ليسانس حيث قدر عددهم بتكرار 77 بنسبة 41% أما شهادة الماستر قدر عددهم بتكرار 63 وبنسبة % 43.4، وتليها شهادة دكتوراه حيث قدر عددهم بتكرار 0 وبنسبة % 22.2، أما في ما يتعلق بدرجة غير موافق جاءت بتكرار مفردة 103 وبنسبة % 30.1، منها شهادة ليسانس قدر عددهم بتكرار 62 بنسبة % 33 أما شهادة

الماستر قدر عددهم بتكرار 38 بنسبة 38%، وتليها شهادة دكتوراه حيث قدر عددهم بتكرار 01 بنسبة 11.1%. المحايد حيث قدر عددهم بتكرار 97 مفردة بنسبة 28.4%، منها شهادة ليسانس قدر عددهم 49 بنسبة 26.1%، وشهادة دكتوراه منعدمة تماما، أي أن نسب متحصل عليها إيجابية وأن أغلبية مبحوثين موافقين على عبارة أثر الميمز على رؤيتي السلبية لواقع التعلم في الجزائر .

الشكل رقم 35: رسم بياني يمثل توزيع عبارة الثالثة من محور الثالث حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول رقم 47: يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الثالث حسب متغير الجنس

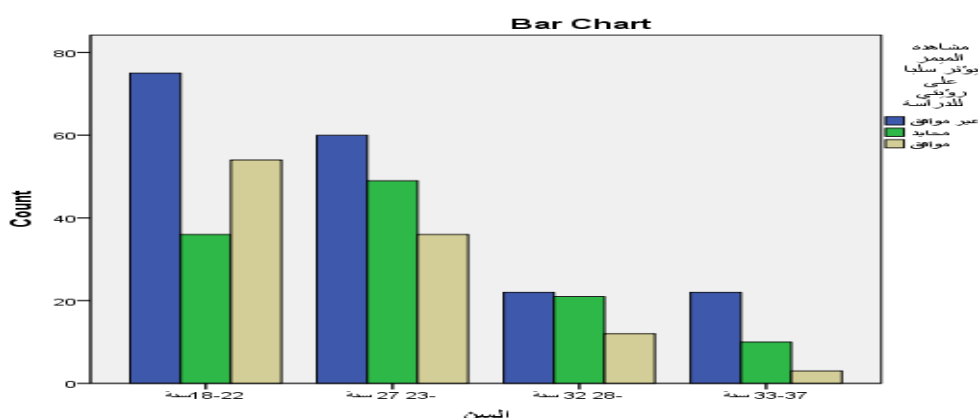
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكر	32.1%	50	25%	39	42.9%	67	100%	156
أنثى	22.5%	55	31.6%	77	45.9%	112	100%	244
المجموع	26.3%	105	29%	116	44.8%	179	100%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("مشاهدة الميمز يؤثر سلبا على رؤيتي للدراسة") و متغير الجنس ، فنلاحظ أن أفراد عينة الدراسة الجيمين بدرجة الغير موافق حيث قدر عددهم بتكرار 149 وبنسبة 44.8% ما يؤكد ذلك نسبة الإناث بتكرار 67 وبنسبة 45.9% وذكور بتكرار 67

وبنسبة 42.9%، أما في ما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 116 وبنسبة 29% ، منها الإناث بتكرار 39 وبنسبة 31.6% وذكور بتكرار 39 وبنسبة 25% ، ثم تليها درجة موافق جاءت بتكرار 105 وبنسبة 26.3%، منها الإناث بتكرار 55 وبنسبة 22.5% وذكور بتكرار 50 وبنسبة 32%، أي أن أغلبية المبحوثين وخاصة الإناث بأن المميز لم يؤثر على رؤيتهم للدراسة وهذا دليل على طموحاتهم وثباتهم نحو الغد.

الشكل رقم 36: يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الثالث حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 48: يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الثالث حسب متغير المستوي التعليمي

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
إبتدائي	100.0%	01	0.0%	00	0.0%	00	100%	01
متوسط	61.5%	08	30.8%	04	7.7%	01	100%	13
ثانوي	47.7%	21	34.1%	15	18.2%	08	100%	44
جامعي	35.4%	121	36.8%	126	27.8%	95	100%	342
المجموع	37.8%	151	36.3%	145	26%	104	100%	400

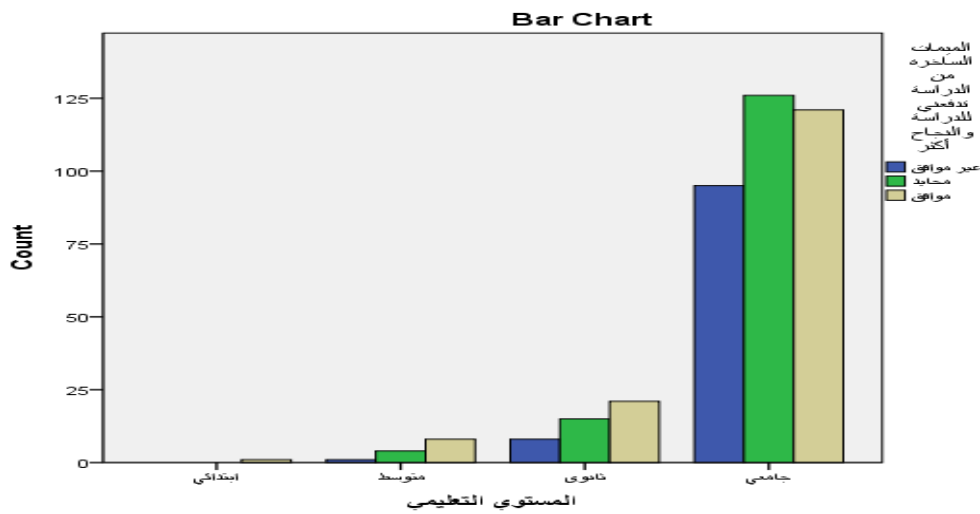
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("الميمات الساخرة من الدراسة تدفعني للدراسة والنجاح أكثر") و متغير مستوي التعليمي، فنلاحظ أن عدد مفردات العينة الجيبين بدرجة موافق أعلى نسبة

حيث قدر عدد هم بتكرار ب 151 وبنسبة 37.8%، ما يؤكد هذا مستوى الجامعي حيث جاءت بتكرار 121 وبنسبة 35.4%، ومستوي الثانوي بتكرار 21 وبنسبة 47.7%، ثم مستوي متوسط بتكرار 08 وبنسبة 61.5%، وأقل نسبة إبتدائي، أما في مايتعلق بدرجة محايد بتكرار 145 وبنسبة 36.3%، منها مستوى الجامعي حيث قدر عددهم 126 وبنسبة 36.8%، أما المستوى الثانوي قدر عددهم بتكرار 15 بنسبة 34.1%، وأقل مستوي متوسط وإبتدائي، وآخر درجة غير موافق جاءت بتكرار 104 وبنسبة 26%، ومنها أعلى مستوي الجامعي بتكرار 95 وبنسبة 27.8%، مستويات أخرى بنسب متقاربة.

نستنتج أن الميمات الساخرة من دراسة يمكن أن تكون بداية جديدة أو قوة للبعض لبذل جهد وكدافع للدراسة النجاح أكثر.

الشكل رقم 37: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الثالث حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 49: يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الثالث حسب متغير وضعيتك إتجاه الدراسة.

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
متمدرس	21.6%	81	27.8%	147	50.5%	291	100%
غير	27.5%	31	28.4%	48	44%	109	100%

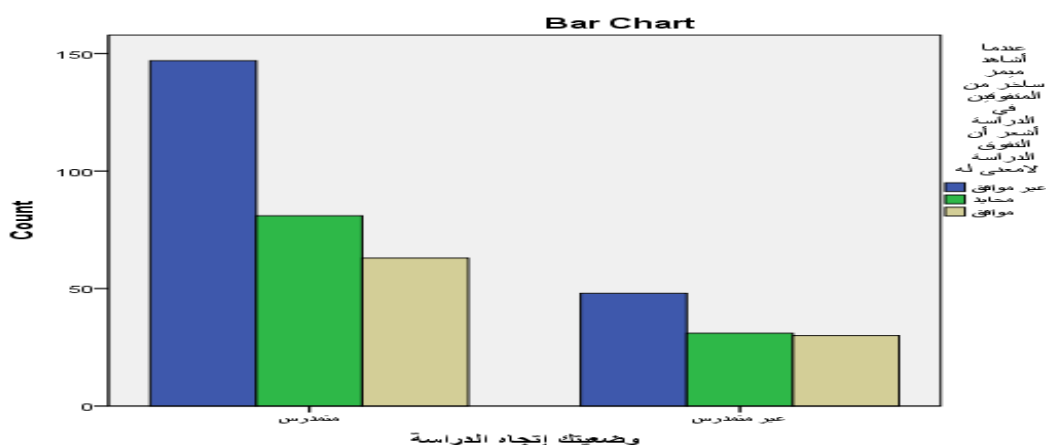
متمدرس

المجموع 93 23.3% 112 28% 195 48.8% 400 100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("عندما أشاهد ميمز ساخر من المتفوقين في الدراسة أشعر أن التفوق الدراسة لأمعنى له") ومتغير وضعيتك إتجاه الدراسة ، نلاحظ أن أفراد العينة المجيبين بدرجة غير موافق جاءت بتكرار 195 ونسبة 48.8%، منها الغير المتمدرسن بتكرار 147 ونسبة 50.5%، والغير متمدرسين بتكرار 48 ونسبة 44%، فيما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 112 ونسبة 28% ، منها متمدرس بتكرار 81 ونسبة 27.8%، و غير متمدرسين بتكرار 31 ونسبة 28.4% ، وكأقل درجة هي موافق حيث جاءت بتكرار 93 ونسبة 23.3%، منها متمدرس بتكرار 63 ونسبة 21.6%، و غير متمدرسين بتكرار 30 ونسبة 27.5%.

الشكل رقم 38: يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الثالث حسب متغير وضعيتك إتجاه الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

الجدول رقم 50: يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الثالث حسب متغير المستوي التعليمي.

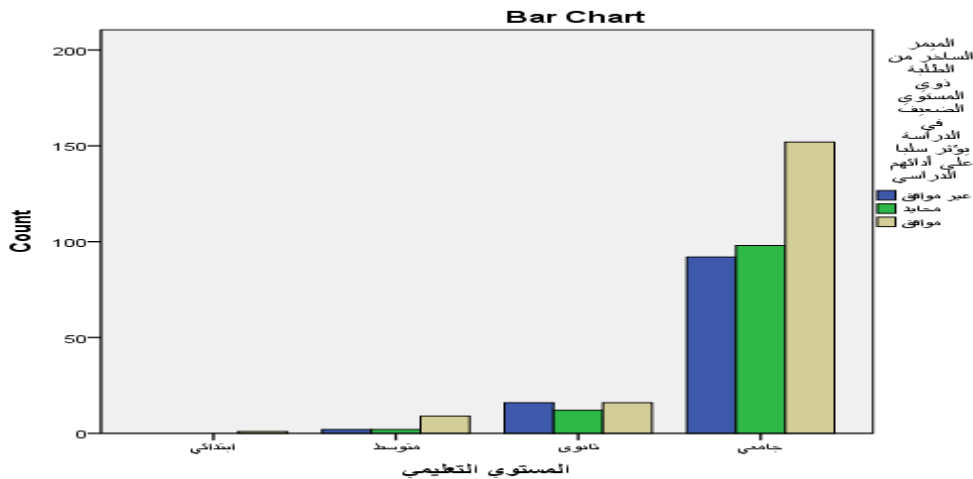
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ابتدائي	100.0%	01	0.0%	00	0.0%	01	100%

متوسط	09	69.2%	02	15.4%	02	15.4%	13	100%
ثانوي	16	36.4%	12	27.3%	16	27.3%	44	100%
جامعي	152	44.4%	98	28.7%	92	26.4%	342	100%
المجموع	178	44.5%	112	20%	110	27.5%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة (" المميز الساخر من الطلبة ذوي المستوى الضعيف في الدراسة يؤثر سلبا على أدائهم الدراسي ") و متغير المستوى التعليمي، فنلاحظ أن أغلبية أفراد العينة مجيبين بدرجة موافق جاءت بتكرار 178 وبنسبة 44.5% ، منها المستوى الجامعي بتكرار 152 وبنسبة 44.4% ، وباقي المستويات بنسب ضعيف ومتقاربة من بعض ، أما فيما يتعلق بدرجة غير موافق جاءت بتكرار 110 وبنسبة 27.5% ، منها المستوى الجامعي بتكرار 92 وبنسبة 26.4% ، ومستوى الابتدائي منعدمة تماما ، أما درجة محايد جاءت بتكرار 112 وبنسبة 20%، منها مستوى الجامعي بتكرار 98 وبنسبة 28.7%، وأقل مستوى الابتدائي منعدمة تماما. أغلبية المبحوثين وافقون عبارة المميز الساخر من الطلبة ذوي المستوى الضعيف في الدراسة يؤثر سلبا على أدائهم الدراسي.

الشكل رقم 39: يمثل توزيع عبارة السابعة من محور الثالث حسب متغير المستوى التعليمي.



الجدول رقم 51: يمثل عبارة الثامنة من محور الثالث إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.

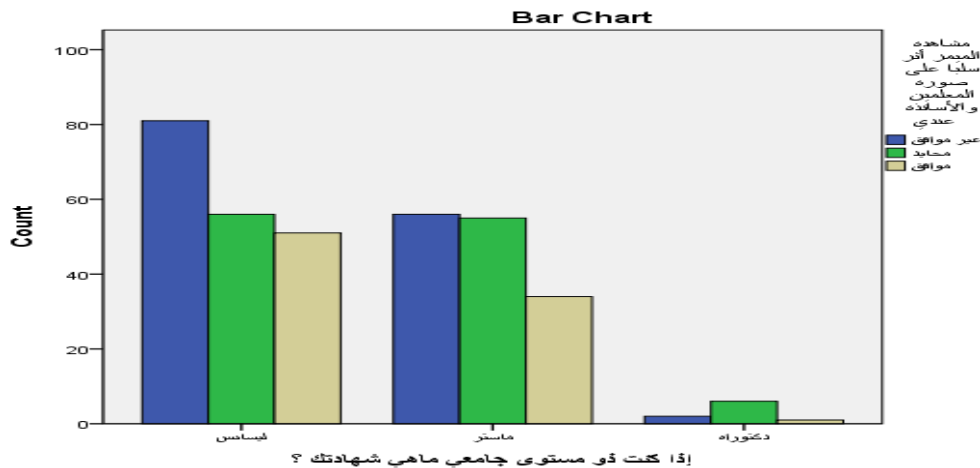
موافق	محايد	غير موافق	المجموع
-------	-------	-----------	---------

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
51	27.1%	56	29.8%	81	43.3%	188	100%
34	23.4%	55	37.9%	56	38.6%	145	100%
01	11.1%	06	66.7%	02	22.2%	09	100%
86	25.1%	117	34.2%	139	40.6%	342	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("عبارة مشاهدة الميمز أثر سلبي على صورة المعلمين والأساتذة عندي") ومتغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ما هي شهادتك ، فنلاحظ أن أفراد عينة مجيبين على درجة غير موافق حيث جاءت بتكرار 139 مفردة وبنسبة 40.6% ، يؤكد هذا شهادة ليسانس بتكرار 81 وبنسبة 43.3% ، و تليها شهادة ماستر بتكرار 56 وبنسبة 36.8%، أما في ما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 117 وبنسبة 34.2%، منها شهادة ليسانس بتكرار 56 وبنسبة 29.8%، و ماستر بتكرار 55 وبنسبة 29.8% ، ثم دكتوراه بتكرار 06 وبنسبة 66.7%، أما في ما يتعلق بدرجة موافق جاءت بتكرار 86 وبنسبة 25.1%، منها شهادة ليسانس بتكرار 51 وبنسبة 27.1%، و ماستر بتكرار 34 وبنسبة 23.4%، و دكتوراه بتكرار 01 وبنسبة 11.1% . نستنتج ان أغلبية المبحوثين يجيبون بغير موافق هذا ما يعني أنهم لا يهتمون لهذه الأمور وأن الميمز لا يؤثر سلبي على صورة المعلمين والأساتذة.

الشكل رقم 40: رسم بياني يمثل عبارة الثامنة من محور الثالث إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 52: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين حسب الجنس

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
M Equal variances assumed	6,417	,012	1,668	398	,096	,07512	,04505	-	,16369
Equal variances not assumed			1,602	286,607	,110	,07512	,04690	-	,16743

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين حسب الجنس فقد قدرت **Test** / 0.096 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين لدى عينة الدراسة.

الجدول رقم 53: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقيين حسب الجنس.

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
M3	Equal variances assumed	6,417	,012	1,668	398	,096	,07512	,04505	-,01344	,16369
	Equal variances not assumed			1,602	286,607	,110	,07512	,04690	-,01719	,16743

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقيين حسب الجنس، وهي 0.96 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقيين لدى عينة الدراسة حسب الجنس.

الجدول رقم 54: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقيين حسب الإقامة.

Independent Samples Test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
M3	Equal variances assumed	2,981	,085	1,900	398	,058	,08343	,04392	-,00291	,16977
	Equal variances not assumed			1,905	397,640	,058	,08343	,04380	-,00268	,16954

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين حسب الإقامة، وهي 0.058 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين لدى عينة الدراسة حسب الإقامة. الجدول رقم 55: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين حسب الوضعية المهنية

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
M3 Equal variances assumed	,437	,509	-,490	398	,625	-,02431	,04965	-,12191	,07330
Equal variances not assumed			-,496	196,377	,620	-,02431	,04897	-,12088	,07227

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين حسب الوضعية المهنية، وهي 0.625 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين لدى عينة الدراسة حسب الوضعية المهنية.

IV. المحور الرابع: ما هو أثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين

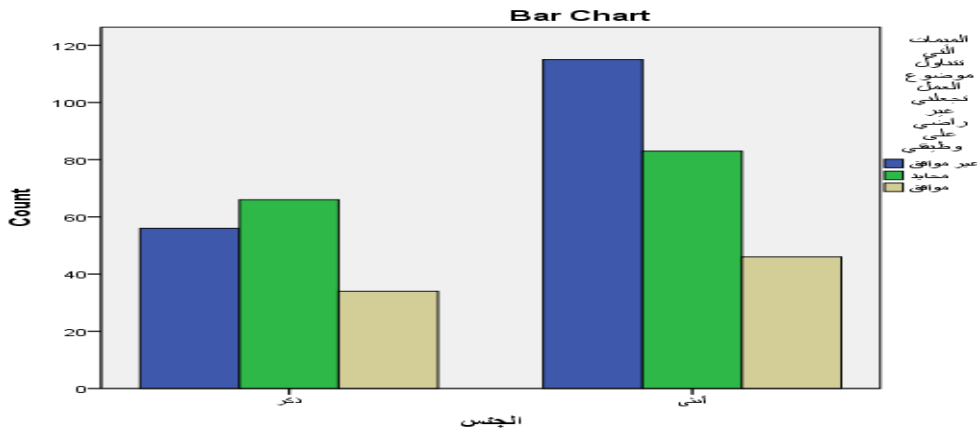
جدول رقم 56: يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الرابع حسب متغير الجنس

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
ذكر	34	21.8%	66	42.3%	56	35.9%	156
أنثى	46	18.9%	83	34%	115	47.5%	244
المجموع	80	20%	149	37.3%	171	42.8%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("الميمات التي تتناول موضوع العمل تجعلني غير راضي على وظيفتي") و متغير الجنس، نلاحظ أن أفراد عينة غير موافقين جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 171 وبنسبة 42.8%، منهم إناث بتكرار 115 وبنسبة 47.5%، وذكور بتكرار 56 وبنسبة 39.9%، أما فيما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 149 وبنسبة 37.3%، منهم ذكور بتكرار 66 وبنسبة 42.3% وإناث بتكرار 83 وبنسبة 34%، في حين مجيبين بموافق قدر عددهم بتكرار 80 وبنسبة 20%، منهم إناث بتكرار 46 وبنسبة 18.9%، وذكور بتكرار 34 وبنسبة 21.8%. نستنتج أغلبية الباحثين وخاصة الإناث غير موافقين على عبارة الميمات التي تتناول موضوع العمل تجعلني غير راضي على وظيفتي.

الشكل رقم 41 : رسم بياني يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الرابع حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 57: يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الرابع حسب متغير وضعية المهنة.

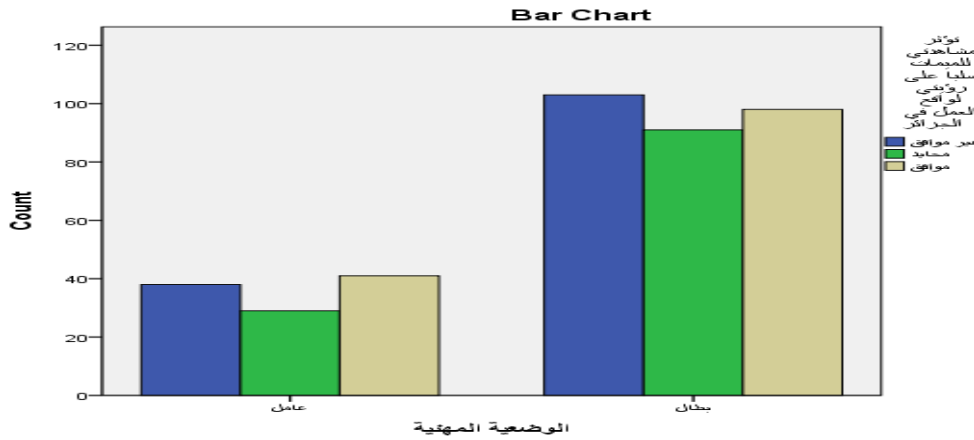
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
عامل	38%	29	26.9%	38	35.2%	108	100%
بطال	33.6%	91	31.2%	103	35.3%	292	100%
المجموع	34.8%	120	30%	141	35.3%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة (" تؤثر مشاهدتي للميمات سلبا على رؤيتي لواقع العمل في الجزائر") حسب متغير وضعية المهنية، نلاحظ ان أفراد عينة غير موافقين جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 141 وبنسبة 35.3%، منهم بطل بتكرار 103 وبنسبة 35.3%، وعامل تقريبا متساويان حيث جاءت بتكرار 38 وبنسبة 35.2%، أما فيما يتعلق بدرجة موافق جاءت بتكرار 139 وبنسبة 34.8%، منهم عامل بتكرار 41 وبنسبة 38%، وبطل بتكرار 98 وبنسبة 33.6%، في حين مجيبين بمحايد قدر عددهم بتكرار 120 وبنسبة 30%، منهم بطل بتكرار 91 وبنسبة 31.2%، وعامل بتكرار 29 وبنسبة 26.9%.

نستنتج أن نسب تقريبا متساوية بين موافق وغير موافق وعامل وبطل من طرف المبحوثين على عبارة تؤثر مشاهدتي للميمات سلبا على رؤيتي لواقع العمل في الجزائر مما يعني العامل موافق، وبطل غير موافق مما يعاينه من حقيقة وواقع العمل في الجزائر.

الشكل رقم 42: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الرابع حسب متغير وضعية المهنية حسب متغير وضعية المهنية.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

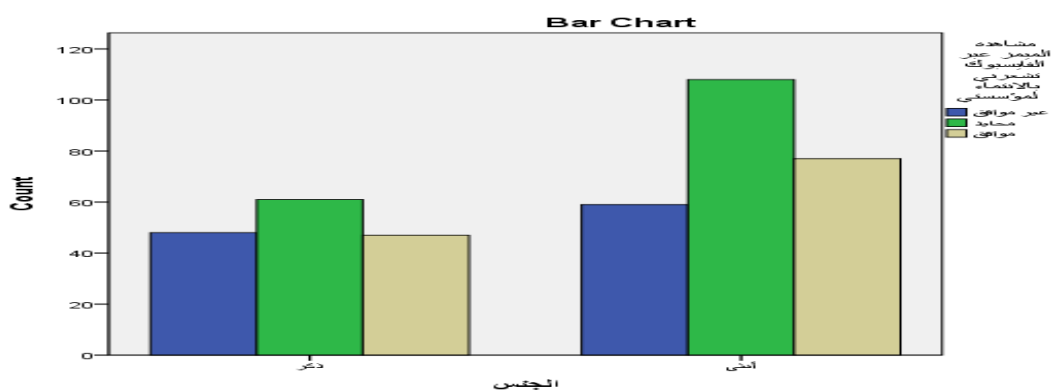
الجدول رقم 58: يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الرابع حسب متغير الجنس.

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ذكر	30.1%	47	39.1%	61	30.8%	156	100%
أنثى	31.6%	77	44.3%	108	24.2%	244	100%
المجموع	31%	124	42.3%	169	26.8%	400	100%

الجدول أعلاه يوضح توزيع (عبارة مشاهدة الميمز عبر الفايسبوك يشعرني بالانتماء لمؤسستي) حسب متغير الجنس، نلاحظ ان أفراد عينة مجيبين بمحايد جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 169 ونسبة 42.3%، منهم إناث بتكرار 108 ونسبة 44.3%، وذكور بتكرار 61 ونسبة 39.1%، أما فيما يتعلق بدرجة موافق جاءت بتكرار 124 ونسبة 31%، منهم إناث بتكرار 77 ونسبة 31.6% وذكور بتكرار 47 ونسبة 30.1%، في حين مجيبين بغير بموافق قدر عددهم بتكرار 107 ونسبة 26.8%، منهم إناث بتكرار 59 ونسبة 24.2%، وذكور بتكرار 48 ونسبة 30.8%.

نستنتج أن أغلبية الباحثين موافقين على عبارة مشاهدة الميمز عبر الفايسبوك يشعرني بالانتماء لمؤسستي مما يعني أنهم راضين عن عملهم.

الشكل رقم 43: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الرابع حسب متغير الجنس



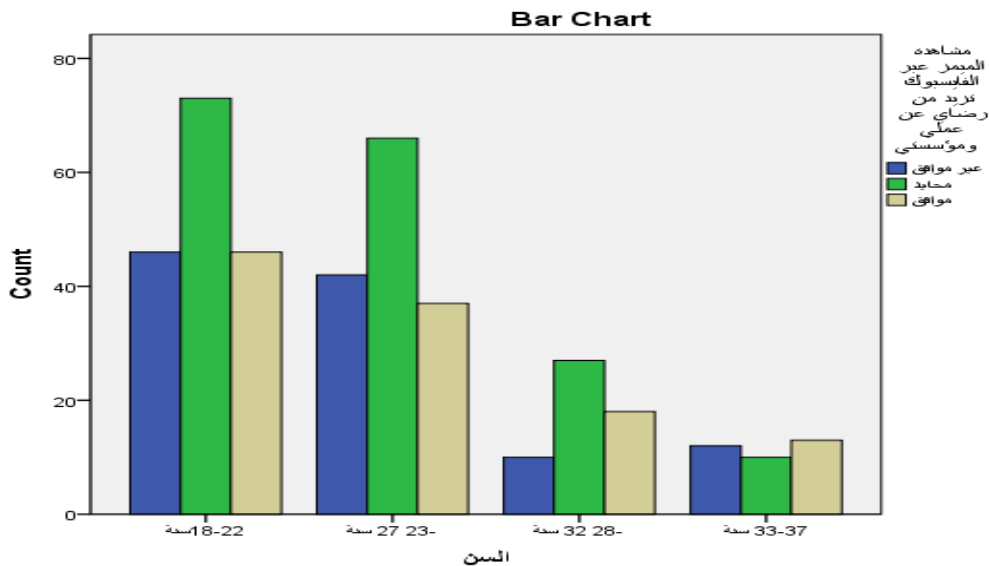
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 59: يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الرابع حسب متغير السن

المجموع	غير موافق		محايد		موافق		22-18
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	27.9%	46	44.2%	73	27.9%	46	22-18
100%	29%	42	45.5%	66	25.5%	37	27-23
100%	18.2%	10	49.1%	27	32.7%	18	32-28
100%	34.3%	12	28.6%	10	37.1%	13	37-33
100%	27.5%	110	44%	176	28.5%	114	المجموع

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("مشاهدة الميمز عبر الفايسبوك تزيد من رضاي عن عملي ومؤسستي") ومتغير السن، نلاحظ ان أفراد عينة درجة محايد جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 176 وبنسبة 44%، ما يؤكد هذا من بين فئات محصورة بين [28-32] بتكرار 27 بنسبة 49.1%، و فئة [33-37] بتكرار 10 وبنسبة 28.6 %، أما في ما يتعلق بدرجة موافق حيث جاءت بتكرار 114 وبنسبة 28.5% ما يؤكد هذا من بين فئات محصورة بين [33-37] بتكرار 13 بنسبة 37.1%، و فئة [28-32] بتكرار 18 وبنسبة 32.7 %، أما في ما يتعلق بدرجة غير موافق حيث جاءت بتكرار 110 وبنسبة 27.5%، ما يؤكد هذا من بين فئات محصورة بين [33-37] بتكرار 12 بنسبة 34.3%، و فئة [23-27] بتكرار 42 وبنسبة 29 %، نستنتج أن أغلبية مبحوثين محايدين لعبارة مشاهدة الميمز عبر الفايسبوك تزيد من رضاي عن عملي ومؤسستي.

الشكل رقم 44: رسم بياني توزيع عبارة الرابعة من محور الرابع حسب متغير السن



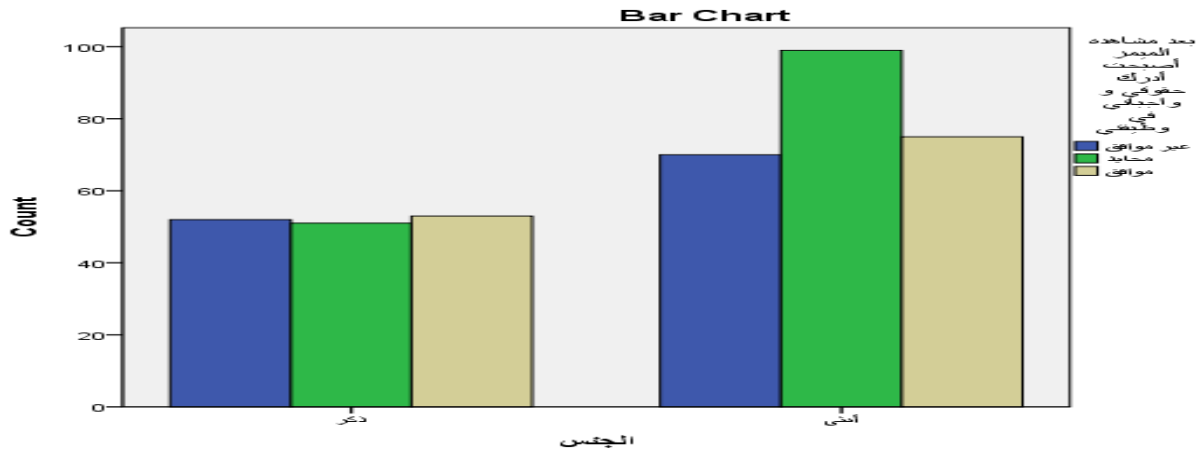
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 60: يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الرابع حسب متغير الجنس.

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكر	34%	53	32.7%	51	33.3%	52	100%	156
أنثى	30.7%	75	40.6%	99	28.7%	70	100%	244
المجموع	32%	128	37.5%	150	30.5%	122	100%	400

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة (" بعد مشاهدة الميمز أصبحت أدرك حقوقي وواجباتي في وظيفتي") ومتغير الجنس، نلاحظ أن أفراد عينة مجيبين بمحايد جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 150 وبنسبة 37.5%، منهم إناث بتكرار 99 وبنسبة 40.6%، وذكور بتكرار 51 وبنسبة 32.7%، أما فيما يتعلق بدرجة موافق جاءت بتكرار 128 وبنسبة 23%، منهم إناث بتكرار 75 وبنسبة 30.7% وذكور بتكرار 53 وبنسبة 34%، في حين مجيبين بغير بموافق قدر عددهم بتكرار 122 وبنسبة 30.5%، منهم إناث بتكرار 70 وبنسبة 28.7%، وذكور بتكرار 52 وبنسبة 33.3%، نستنتج أن أغلبية مبحوثين محايدين لعبارة (بعد مشاهدة الميمز أصبحت أدرك حقوقي وواجباتي في وظيفتي).

الشكل رقم 45: رسم يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الرابع حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

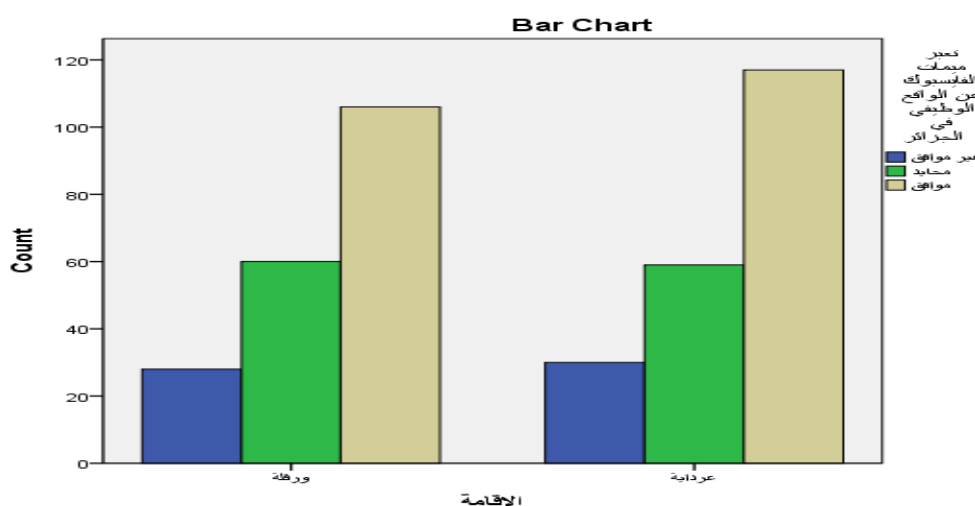
الجدول 61: يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الرابع حسب متغير الإقامة.

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ورقة	54.6%	106	30.9%	60	14.4%	28	194
غرداية	56.8%	117	28.6%	59	14.6%	30	206
المجموع	55.8%	223	29.8%	119	14.5%	58	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("تعتبر الميمات الفايسبوك عن الواقع الوظيفي في الجزائر") و متغير الإقامة، نلاحظ أن أفراد عينة بدرجة موافق جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 223 ونسبة 55.8%، منهم إقامة غرداية بتكرار 117 ونسبة 56.8%، وإقامة ورقلة بتكرار 106 ونسبة 54.6%، أما فيما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 119 ونسبة 29.8%، منهم إقامة ورقلة بتكرار 60 ونسبة 30.9%، وإقامة 59 ونسبة 28.6%، وإقامة، أما فيما يتعلق بغير موافق جاءت بتكرار 58 ونسبة 14.5%، منهم إقامة غرداية بتكرار 30 ونسبة 14.6%، وإقامة ورقلة بتكرار 28 ونسبة 14.4%.

الشكل رقم 46 : رسم بياني يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الرابع حسب متغير الإقامة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

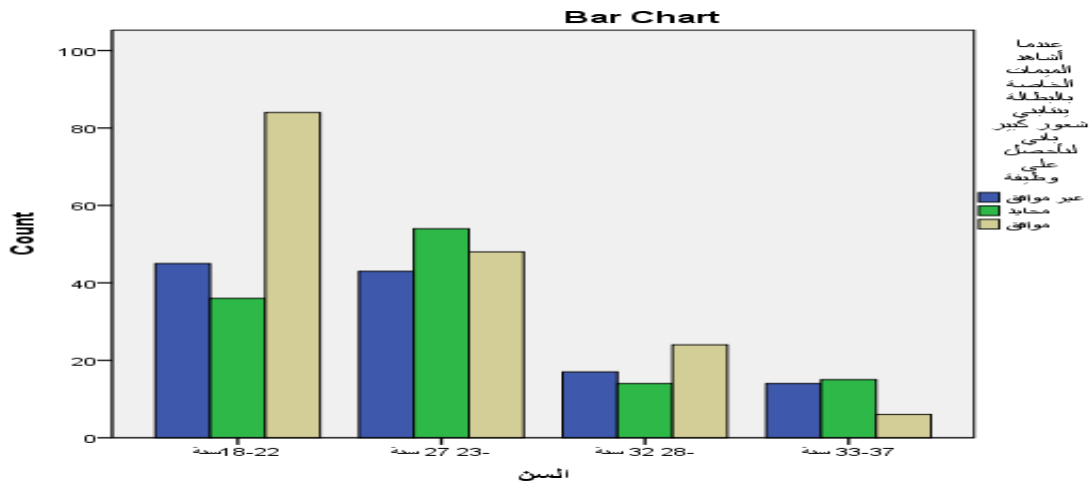
الجدول رقم 62: يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الرابع حسب متغير السن

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
22-18	84	50.9%	36	21.8%	45	27.3%	165
27-23	48	33.1%	54	37.2%	43	29.7%	145
32-28	24	43.6%	14	25.5%	17	30.9%	55
37-33	06	17.1%	15	42.9%	14	40%	35
المجموع	162	40.5%	119	29.8%	119	29.8%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("عندما أشاهد الميمات الخاصة بالبطالة ينتابني شعور كبير بأني لن أحصل على وظيفة") و متغير السن، نلاحظ أن أفراد عينة مجيبين بدرجة موافق جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 162 ونسبة 40.5%، ما يؤكد هذا من بين فئات محصورة بين [18-22] بتكرار 84 بنسبة 50.9%، و فئة [33-37] بتكرار 06 بنسبة 17.1 %، أما في ما يتعلق بدرجة غير موافق ومحايد حيث جاءت بنفس تكرار 119 بنسبة 29.8%، نستنتج أن أغلبية المبحوثين يوافقون على عبارة (عندما أشاهد الميمات الخاصة بالبطالة ينتابني شعور كبير بأني لن أحصل على وظيفة)

الشكل رقم 47: رسم بياني يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الرابع حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 63: يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الرابع حسب متغير المستوى التعليمي

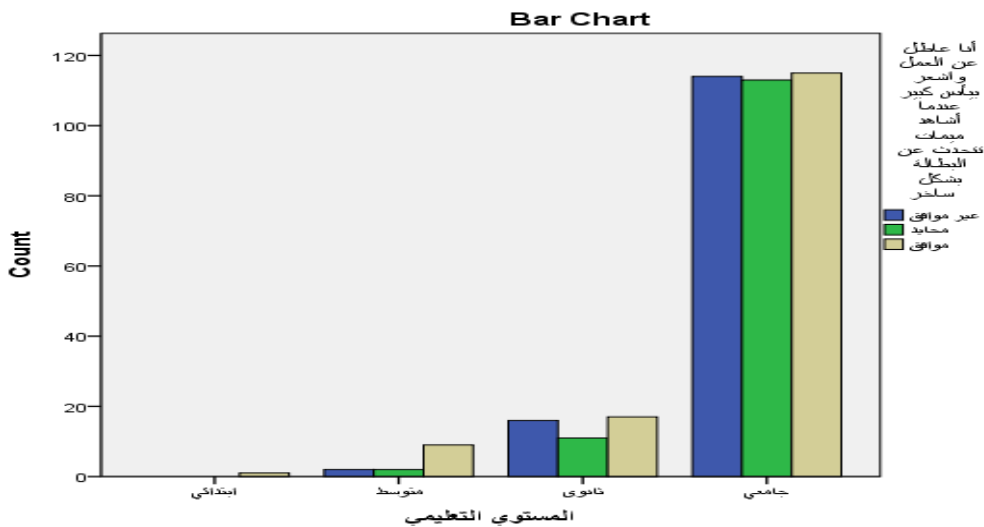
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ابتدائي	01	100.0%	00	0.0%	00	0.0%	1	100%
متوسط	09	69.2%	02	15.4%	02	15.4%	13	100%
ثانوي	17	38.6%	11	25.0%	16	36.4%	44	100%
جامعي	115	33.6%	113	33.0%	114	33.3%	342	100%
المجموع	142	35.5%	126	31.5%	132	33%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أنا عاطل عن العمل وأشعر بياس كبير عندما أشاهد ميمات تتحدث عن البطالة بشكل ساخر") و متغير المستوى التعليمي، نلاحظ أن أفراد عينة بدرجة موافق جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 142 ونسبة 35.5%، منهم المستوى الجامعي بتكرار 115 ونسبة 33.6%، المتوسط بتكرار 09 ونسبة 69.2%، ثم تليها ثانوي بتكرار 17 ونسبة 38.6%، أما في ما يتعلق بدرجة غير موافق حيث جاءت بتكرار 132 ونسبة 33%، منها الجامعي بتكرار 114 ونسبة 33.3%، ثم تليها الثانوي بتكرار 16 ونسبة 36.4%، وأقل نسبة من بين مستويات الابتدائي منعدمة تماما، في حين أن درجة محايد جاءت بتكرار 126 ونسبة 31.5%، منهم المستوى الجامعي بتكرار 113 ونسبة 33%، ثم تليها و الثانوي بتكرار 11 ونسبة 25%، ثم تليها متوسط بتكرار 02 ونسبة 145.4%، وابتدائي منعدمة تماما.

نستنتج أن أغلبية مبحوثين يوافقون (عبارة أنا عاطل عن العمل وأشعر بياس كبير عندما أشاهد ميمات تتحدث عن البطالة بشكل ساخر) لأنها تنقل لهم واقعها الحقيقي وساخر لما حولهم.

الشكل رقم 48: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الرابع حسب متغير المستوى التعليمي



مصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 64: يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الرابع حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.

المجموع

غير موافق

محايد

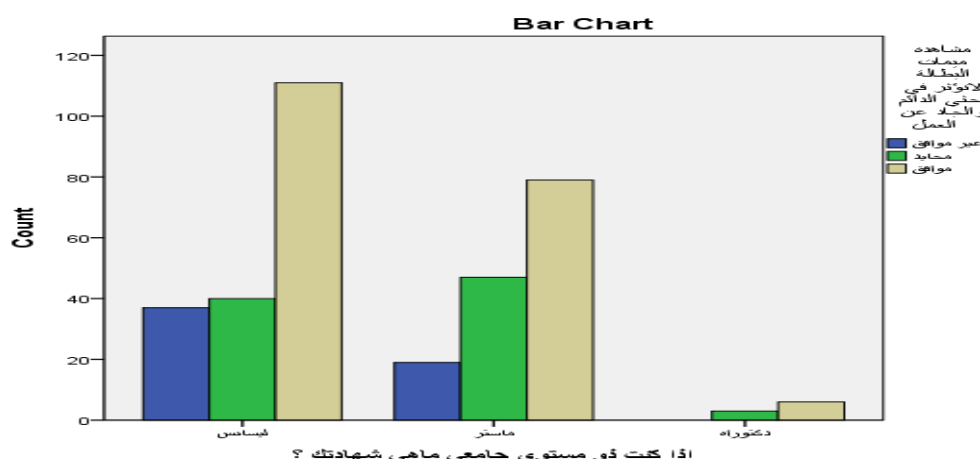
موافق

التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
68	36.2%	58	30.9%	62	33%	188	100%
46	31.7%	48	33.1%	51	35.2%	145	100%
02	22.2%	05	55.6%	02	22.2%	09	100%
116	33.9	111	32.5	115	33.6	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("مشاهدة ميمات البطالة لا تؤثر في بحثي الدائم والجاد عن العمل") ومتغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك، نلاحظ أن أفراد عينة بدرجته موافق جاءت بتكرار 116 وبنسبة 39.9%، منهم شهادة ليسانس بتكرار 68 وبنسبة 36.2%، وشهادة ماستر بتكرار 46 وبنسبة 31.7%، ثم تليها دكتوراه بتكرار 02 وبنسبة 22.2%، أما في ما يتعلق بدرجته غير موافق حيث جاءت بتكرار 115 وبنسبة 33.6%، منها شهادة ماستر بتكرار 51 وبنسبة 35.2%، ثم تليها شهادة ليسانس بتكرار 62 وبنسبة 33%، وأقل نسبة شهادة دكتوراه بتكرار 02 وبنسبة 22.2%، في حين أن درجة محايد جاءت بتكرار 111 وبنسبة 32.5%، منهم شهادة دكتوراه بتكرار 05 وبنسبة 55.6%، ثم تليها شهادة الماستر بتكرار 48 وبنسبة 33.1%، ثم تليها شهادة ليسانس بتكرار 58 وبنسبة 30.9%، نستنتج أن أغلبية الباحثين مجيبين بموافق وتقريبا بفارق تكرار واحد مع مجيبين بغير موافق مما يدل بوجود من يتأثرون ومنهم من لا يتأثرون بعبارة (مشاهدة ميمات البطالة لا تؤثر في بحثي الدائم عن العمل).

الشكل رقم 49: رسم يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الرابع حسب متغير إذا كنت ذو مستوى جامعي ماهي شهادتك.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 65: يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الرابع حسب متغير الإقامة.

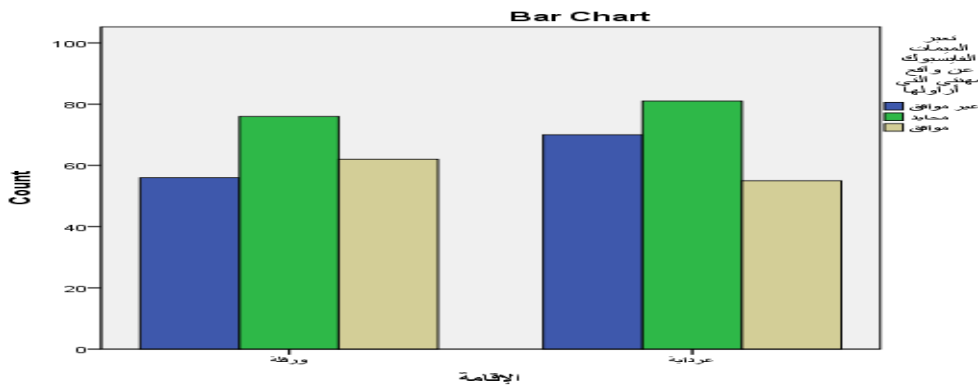
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ورقلة	62	32%	76	39.2%	56	28.9%	194	100%
غرداية	55	26.7%	81	39.3%	70	34%	206	100%
المجموع	117	29.3%	157	39.3%	126	31.5%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("تعتبر ميمات الفايسبوك عن واقع مهنتي التي أزاولها") ومتغير الإقامة، نلاحظ أن أفراد عينة بدرجة محايد جاءت بأعلى نسبة حيث قدرت بتكرار 157 وبنسبة 39.3%، منهم إقامة غرداية بتكرار 81 وبنسبة 39.3%، وإقامة ورقلة بتكرار 76 وبنسبة 39.2%، أما فيما يتعلق بدرجة غير موافق جاءت بتكرار 126 وبنسبة 31.5%، منهم إقامة غرداية بتكرار 70 وبنسبة 34% وإقامة ورقلة بتكرار 56 وبنسبة 28.9%، أما فيما يتعلق بموافق جاءت بتكرار 117 وبنسبة 29.3%، منهم إقامة ورقلة بتكرار 62 وبنسبة 32%، وإقامة غرداية بتكرار 55 وبنسبة 26.7%.

نستنتج أن أغلبية مبحوثين محايدين لعبارة (تعتبر ميمات الفايسبوك عن واقع مهنتي التي أزاولها).

الشكل رقم 50: يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الرابع حسب متغير الإقامة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 66: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني

للمتلقين حسب الجنس

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
المحور الرابع	Equal variances assumed	3,214	,074	,715	398	,475	,03140	,04393	-,05497	,11777
	Equal variances not assumed			,693	296,637	,489	,03140	,04531	-,05776	,12056

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الجنس، وهي 0.475 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين لدى عينة الدراسة حسب متغير الجنس. الجدول رقم 67: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
المحور الرابع	Equal variances assumed	,973	,325	-1,843	398	,066	-,08836	,04795	-,18263	,00591
	Equal variances not assumed			-1,790	183,481	,075	-,08836	,04937	-,18578	,00905

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة، وهي 0.066 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين لدى عينة الدراسة حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة. الجدول رقم 68: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الوضعية المهنية

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
المحور الرابع	Equal variances assumed	,085	,771	-,977	398	,329	-,04713	,04824	-,14197	,04770
	Equal variances not assumed			-,990	196,256	,323	-,04713	,04759	-,14099	,04673

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب متغير الوضعية المهنية، وهي 0.329 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين لدى عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية.

V. المحور الخامس: ما هو أثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدبلتلميقي

الجدول رقم 69: يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الخامس حسب متغير الجنس

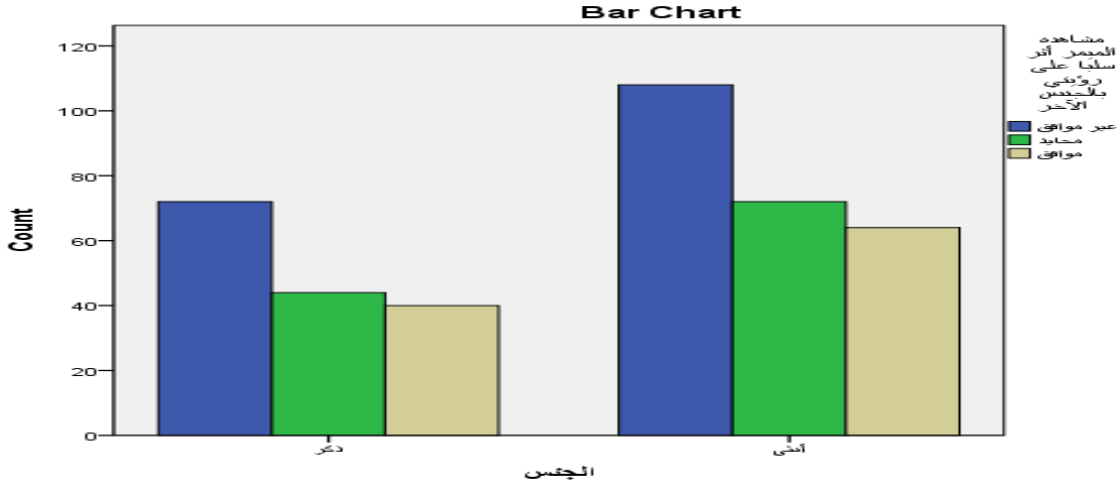
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	40	25.6%	44	28.2%	72	46.2%	156	100%
أنثي	64	26.2%	72	29.5%	108	44.2%	244	100%
المجموع	104	26%	116	29%	180	45%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي") و متغير الجنس، فنلاحظ عدد مفردات العينة محيين بدرجة غير موافق كأعلى نسبة حيث قدر عددهم بتكرار 180 مفردة بنسبة 45%، منها إناث بتكرار 108 ونسبة 44.2% وذكر بتكرار 72 بنسبة 46.2%، ثم تليها درجة محايد بتكرار 116 ونسبة 29%، أقل نسبة درجة موافق بتكرار 104 ونسبة 26% منها الإناث بتكرار 64 بنسبة 26.2% وذكر بتكرار 40

وبنسبة 25.2%، ومنه نستنتج أن أغلبية جنسين غير موافقين على أثر التعرض للميمز على كلا الطرفين .

الشكل رقم 51: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الأولى من محور الخامس حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

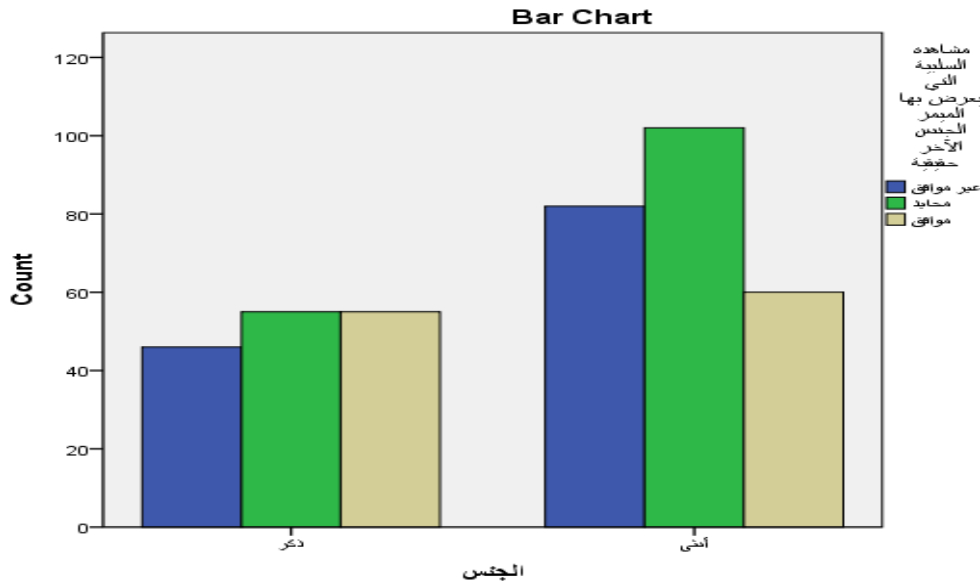
الجدول رقم 70: يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الخامس حسب متغير الجنس

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
ذكر	55	35.3%	55	35.3%	46	29.5%	156
أنثى	60	24.6%	102	41.8%	82	33.6%	244
المجموع	115	28.8%	157	39.3%	128	32%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("مشاهدة السلبيية التي يعرض بها الميمز الجنس الآخر حقيقة") و متغير الجنس، فنلاحظ عدد مفردات العينة مجيبين بدرجة محايد كأعلى نسبة حيث قدر عددهم بتكرار 157 مفردة بنسبة 39.3% منها إناث بتكرار 102 وبنسبة 41.8% وذكور بتكرار 55 وبنسبة 35.3%، ثم تليها درجة موافق بتكرار 115 وبنسبة 28.8% ، أقل نسبة درجة غير موافق بتكرار 128 وبنسبة 32% منها الإناث بتكرار 82 بنسبة 33.6% وذكور بتكرار 46 وبنسبة 29.5%، أي أن أغلبية المجيبين بمحايد ممكن لأنهم ضد صورة التي تبرز الجنس لأخر إناث أو ذكور في شكل سلبي.

الشكل رقم 52: رسم يوضح توزيع عبارة الثانية من محور الخامس حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 71: يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الخامس حسب متغير الجنس

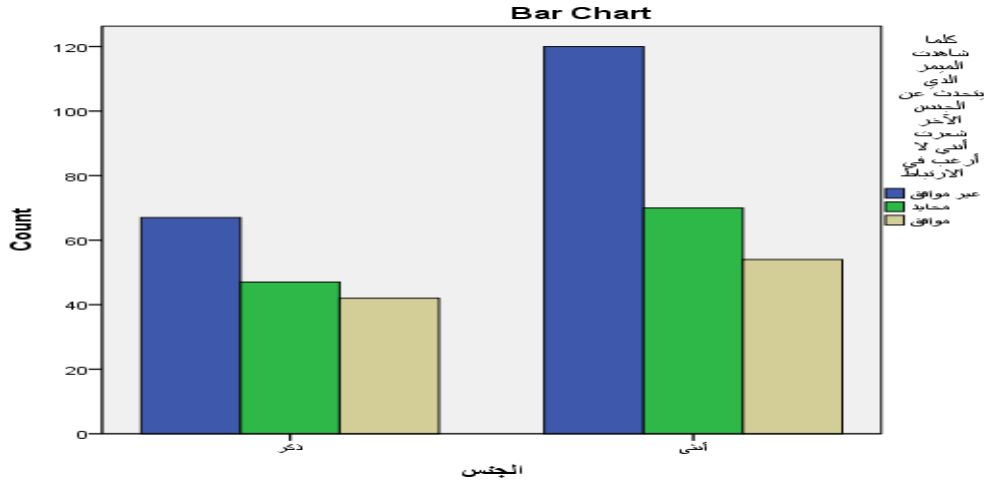
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	42	26.9%	47	30.1%	67	42.9%	156	100%
أنثى	54	22.1%	70	28.7%	120	49.2%	244	100%
المجموع	96	24%	117	29.3%	187	46.8%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("كلما شاهدت الميمز الذي يتحدث عن الجنس الآخر شعرت أنني لا أرغب في الارتباط") و متغير الجنس، فنلاحظ عدد مفردات العينة مجيبين بدرجة بغير موافق كاعلى نسبة حيث قدر عددهم بتكرار 187 مفردة بنسبة 46.8%، ما يؤكد ذلك إناث بتكرار 120 وبنسبة 49.2% وذكور بتكرار 67 وبنسبة 42.9%، ثم تليها درجة محايد بتكرار 117 وبنسبة 29.3%، أقل نسبة درجة موافق بتكرار 96 وبنسبة 24% منها الإناث 70 بتكرار و بنسبة 22.1% وذكور بتكرار 42 وبنسبة 26.9%.

ومنه نستنتج أن أغلبية مفردات العينة أنهم غير موافقين ومحايدين مما يثبت عكس العبارة في نفس الوقت على العبارة كلما شاهدت الميمز الذي يتحدث عن الجنس الآخر شعرت أنني لأرغب في الارتباط.

الشكل رقم 53: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الثالثة من محور الخامس حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 72: يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس

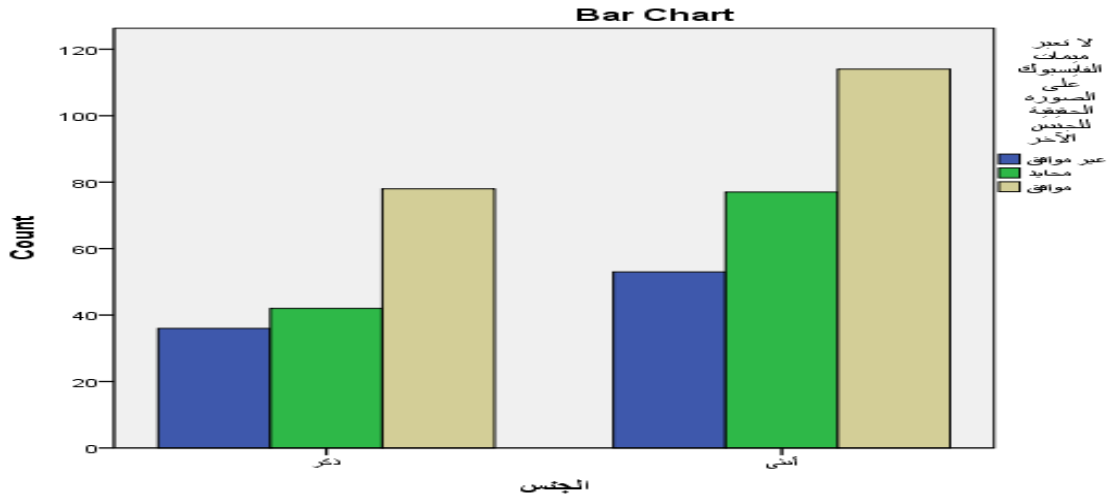
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	78	50%	42	26.9%	36	23.1%	156	100%
أنثى	114	46.7%	77	31.6%	53	21.7%	244	100%
المجموع	192	48%	119	29.8%	89	22.3%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("لا تعبر ميمات الفايستوك على الصورة الحقيقية للجنس الآخر") و متغير الجنس، فنلاحظ عدد مفردات العينة مجيبين بدرجة موافق كاعلى نسبة حيث قدر عددهم بتكرار 192 مفردة بنسبة 48%، مايوكد ذلك ذكور بتكرار 78 وبنسبة 50% وإناث بتكرار 114 وبنسبة 46.7%، ثم تليها درجة محايد بتكرار 119 وبنسبة 29.8%، أقل نسبة درجة غير موافق بتكرار 89 وبنسبة 22.3% وذكور بتكرار 36 وبنسبة 23.1%، منها الاناث 53 بتكرار و بنسبة 21.7%.

أغلبية المبحوثين لا يوافقون ومحايدين للعبارة لا تعبر ميمات الفايسبوك على الصورة الحقيقية للجنس الآخر مما يؤكد على أن كلا جنسين لهم تقريبا نفس الرأي.

الشكل رقم 54: يوضح توزيع عبارة الرابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول رقم 73: يوضح توزيع عبارة الخامسة من محور الخامس حسب متغير السن.

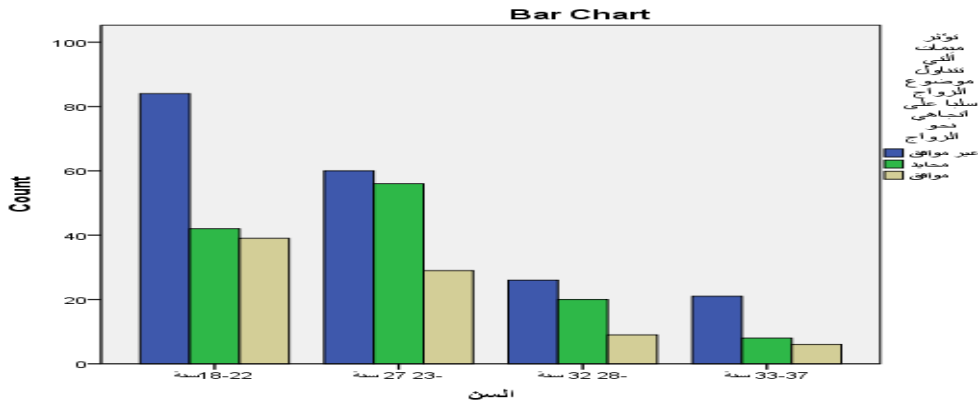
المجموع	غير موافق		محايد		موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	50.9%	84	25.5%	42	23.6%	39	22-18
100%	41.4%	60	38.6%	56	20%	29	27-23
100%	47.3%	26	36.4%	20	16.4%	09	32-28
100%	60%	21	22.9%	08	17.1%	06	37-33
100%	47.8%	191	31.5%	126	20.8%	83	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("تؤثر ميمات التي تتناول موضوع الزواج سلبا على اتجاهي نحو الزواج") و متغير السن.، فنلاحظ عدد مفردات العينة محيين بدرجة موافق كاعلى نسبة حيث قدر عددهم بتكرار 191 مفردة و بنسبة 47.8%، ما يؤكد ذلك أعلى فئة من بين فئات المحصورة [37-33] بتكرار 21 وبنسبة 60% ، وأقل فئة محصورة بين [32-28] حيث قدر عددهم بتكرار 26 وبنسبة 47.3%، اما في ما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 126 وبنسبة 31.5% ، وكأقل

درجة محايد حيث قدر عدد تكرار ب 83 وبنسبة 20.8%، محصورة بين 4 فئات منها [18-22-23] بتكرار 39 وبنسبة 23.6%، نلاحظ أن الفئات الأربعة نسبها متقاربة وأغلبية أفراد العينة غير موافقين ومحايدين لعبارة ميمات التي تتناول موضوع الزواج سلبا على اتجاهاي نحو الزواج وأيضا أغلبهم ذو أعمار ناضجة عكس البعض الأخر.

الشكل رقم 55: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الخامسة من المحور الخامس حسب السن.



جدول رقم 74: يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الخامس حسب متغير السن

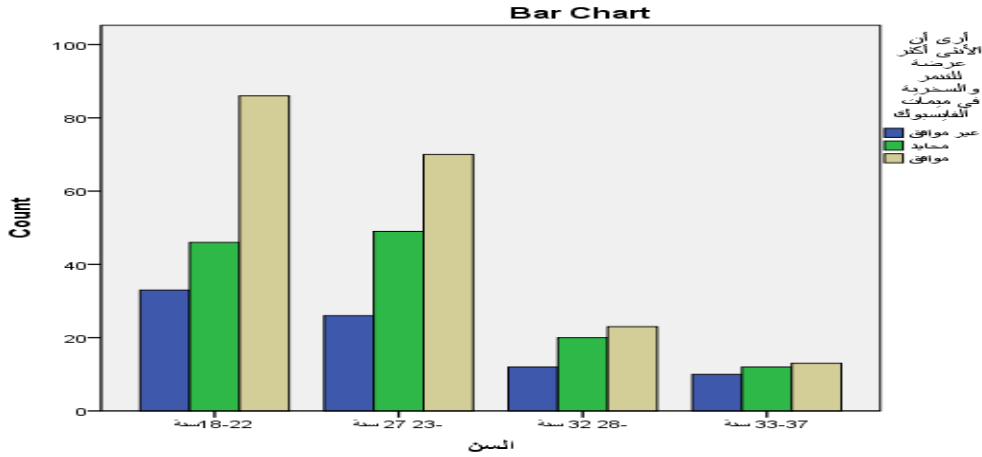
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
22-18	52.1%	86	27.9%	46	20%	33	100%	165
27-23	48.3%	70	33.8%	49	17.9%	26	100%	145
32-28	41.8%	23	36.4%	20	21.8%	12	100%	55
37-33	37.1%	13	34.3%	12	28.6%	10	100%	35
المجموع	48%	192	31.8%	127	20.3%	81	100%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة (" أرى أن الأنثي أكثر عرضة للتنمر والسخرية في ميمات الفاييسبوك") ومتغير السن ، فنلاحظ أن أفراد العينة مجيبين بدرجة موافق أعلى نسبة حيث جاءت بتكرار 192 وبنسبة 48%، منها فئة محصورة بين [22-18] بتكرار 86 وبنسبة 52.1% ، وأقل فئة محصورة بين [37-33] بتكرار 13 وبنسبة 37.1%، في حين أن درجة غير موافق جاءت بتكرار 81 وبنسبة 20.3%، منها فئة محصورة بين [37-33] بتكرار 10 وبنسبة 28.6%، أما

درجة محايد حيث جاءت بتكرار 127 وبنسبة 31.8%، منها فئة محصورة بين [28-32] بتكرار 20 وبنسبة 36.4%، وفئة [33-37] بتكرار 12 وبنسبة 34.3%.

الشكل رقم 56: رسم يوضح توزيع عبارة السادسة من محور الخامس حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

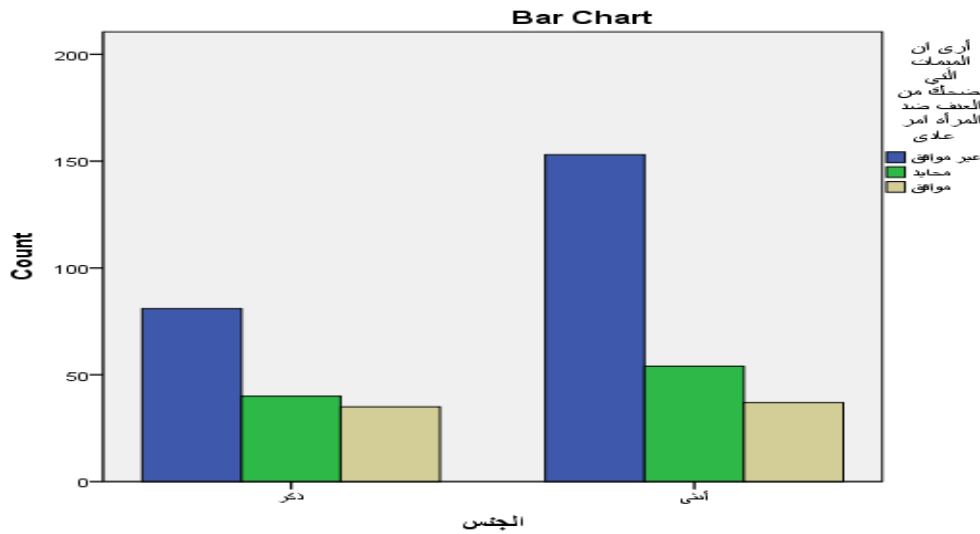
الجدول رقم 75: يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الخامس حسب متغير الجنس

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكر	22.4%	35	25.6%	40	51.9%	81	100%	156
أنثى	15.2%	37	22.1%	54	62.7%	153	100%	244
المجموع	18%	72	23.5%	94	58.5%	234	100%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أرى ان الميمات التي تضحك من العنف ضد المرأة أمر عادى") ومتغير الجنس، نلاحظ أن أفراد العينة الغير موافقين جاءت بتكرار 234 وبنسبة 58.5%، منها الإناث بتكرار 153 وبنسبة 62.7%، والذكور بتكرار 81 وبنسبة 51.9%، أما فيما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 94 وبنسبة 23.5%، منها الإناث بتكرار 54 وبنسبة 22.1%، والذكور بتكرار 40 وبنسبة 25.6%، أما فيما يتعلق بدرجة موافق جاءت بتكرار 72 وبنسبة 18%، منها الإناث بتكرار 37 وبنسبة 15.2%، والذكور بتكرار 35 وبنسبة 22.4%.

الشكل رقم 57: رسم بياني يوضح توزيع عبارة السابعة من محور الخامس حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مستخرجات SPSS

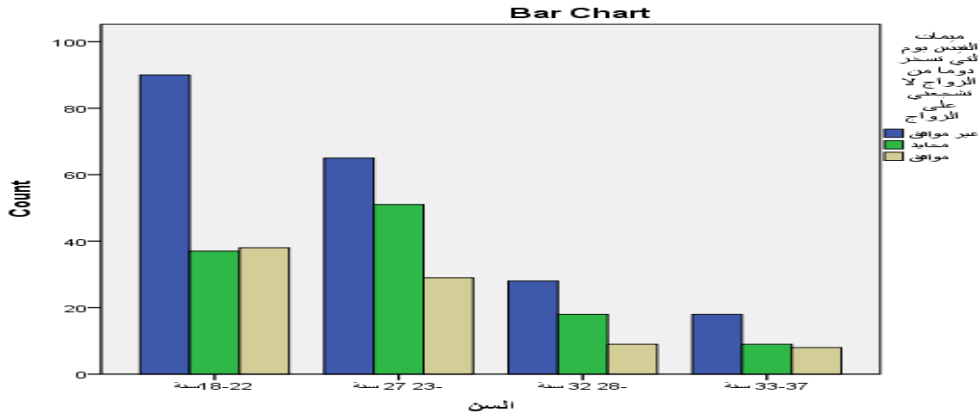
الجدول رقم 76: يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الخامس حسب متغير السن.

المجموع	غير موافق		محايد		موافق		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	54.5%	90	22.4%	37	23%	38	22-18
100%	44.8%	65	35.2%	51	20%	29	27-23
100%	50.9%	28	32.7%	18	32.7%	09	32-28
100%	51.4%	18	25.7%	09	25.7%	08	37-33
100%	50.3%	201	28.8%	115	28.8%	84	المجموع

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("ميمات الفيس بوم التي تسخر دوماً من الزواج لا تشجعني على الزواج") و متغير السن، فنلاحظ أن أفراد العينة مجيبين بدرجة غير موافق أعلى نسبة حيث جاءت بتكرار 201 وبنسبة 50.3%، منها فئة محصورة بين [22-18] بتكرار 90 وبنسبة 54.5%، وأقل فئة محصورة بين [37-33] بتكرار 18 وبنسبة 51.4%، في حين أن درجة محايد جاءت بتكرار 115 وبنسبة 28.8%، منها فئة محصورة بين [27-23] بتكرار 29 وبنسبة 20%، وأقل فئة محصورة بين [22-18] بتكرار 37 وبنسبة 22.4%، أما فيما

يتعلق بدرجة موافق بتكرار 84 وبنسبة 28.8%، منها فئة محصورة بين [28-32] بتكرار 09 وبنسبة 32.7%، و فئة محصورة بين [33-37] بتكرار 08 وبنسبة 25.7%، نستنتج أن أغلب أفراد العينة غير موافقين على أن عبارة (أن ميمات الفايبيوك التي تسخر دوما من الزواج لا تشجعني على الزواج)، كما أن صغار السن لا يوافقون على ذلك أكثر من الكبار.

الشكل رقم 58: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الثامنة من محور الخامس حسب متغير السن.



الجدول رقم 77: يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الخامس حسب متغير الجنس

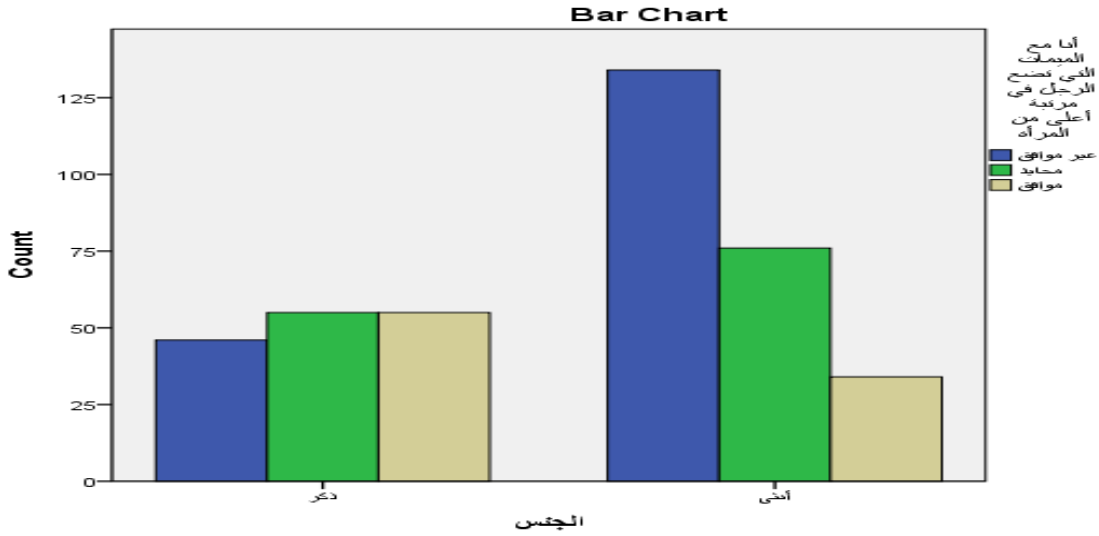
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكر	35.3%	55	35.3%	55	29.5%	46	100%	156
أنثي	13.9%	34	31.1%	76	54.9%	134	100%	244
المجموع	22.3%	89	32.8%	131	45%	180	100%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أنا مع الميمات التي تضع الرجل في مرتبة أعلى من المرأة") و متغير الجنس، نلاحظ أن أفراد العينة الغير موافقين جاءت بتكرار 180 وبنسبة 45%، منها الإناث بتكرار 134 وبنسبة 54.9%، والذكور بتكرار 46 وبنسبة 29.5%، أما فيما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 131 وبنسبة 32.8%، منها الإناث بتكرار 76 وبنسبة 31.1%، والذكور بتكرار 55 وبنسبة 35.3%، في حين أن موافقين جاءت بتكرار 89 وبنسبة 22.3%، منها الذكور بتكرار 55 وبنسبة 35.3%، والإناث بتكرار 34 وبنسبة 13.9%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد

العينة لا يوافقون على أنهم مع الميمات التي تضع الرجل في مرتبة أعلى من المرأة، والإناث لا يوافقون أكثر من الذكور.

الشكل رقم 59: رسم بياني يوضح توزيع عبارة التاسعة من محور الخامس حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول 78: يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الخامس حسب متغير الإقامة

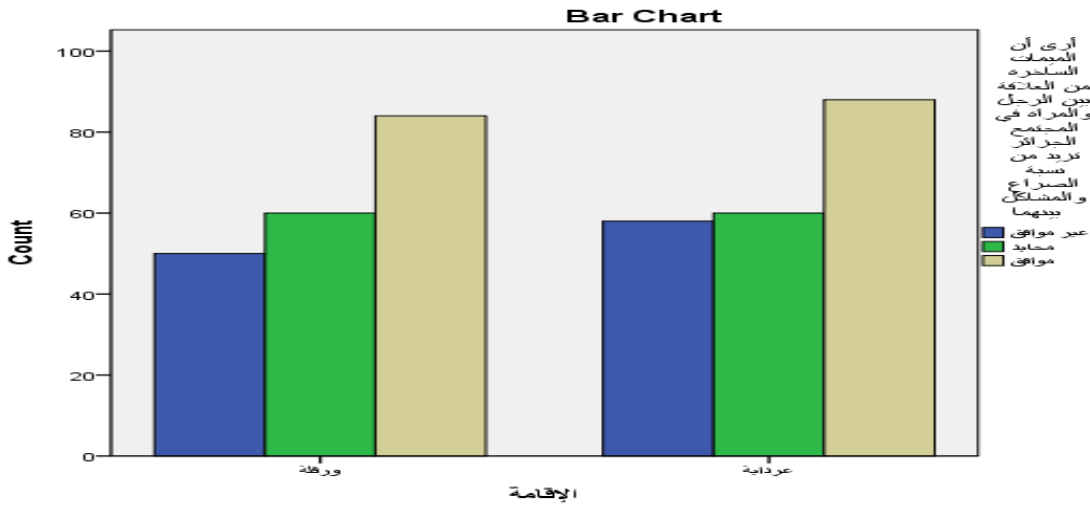
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ورقلة	84	43.3%	60	30.9%	50	25.8%	194	100%
غرداية	88	42.7%	60	29.1%	58	28.2%	206	100%
المجموع	172	43%	120	30%	108	27%	400	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء إلى مستخرجات spss

جدول اعلاه يوضح توزيع بيانات عبارة (أرى أن الميمات الساخرة من العلاقة بين الرجل والمرأة في المجتمع الجزائري تزيد من نسبة الصراع والمشاكل بينهما) حسب متغير الإقامة، نلاحظ أن أفراد العينة موافقين جاءت بتكرار 172 وبنسبة 43%، ما يؤكد هذا إقامة ورقلة جاءت بتكرار 84 وبنسبة 43.3%، إقامة غرداية جاءت بتكرار 88 وبنسبة 42.7%، أما في ما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 120 وبنسبة 30%، ما يؤكد هذا إقامة ورقلة جاءت بتكرار 60 وبنسبة 30.9%، إقامة غرداية جاءت بتكرار 60 وبنسبة 29.1%، في حين أن مجبين بغير موافق قدر عددهم بتكرار

108 وبنسبة 27%، ما يؤكد هذا إقامة غرداية جاءت بتكرار 58 وبنسبة 28.2% ، وإقامة ورقلة جاءت بتكرار 50 وبنسبة 28.2%، أغلبية المبحوثين يوافقون العبارة (أن الميمات الساخرة من العلاقة بين الرجل والمرأة في المجتمع الجزائري تزيد من نسبة الصراع والمشاكل بينهما).

الشكل رقم 60: رسم بياني يوضح توزيع عبارة العاشرة من محور الخامس حسب متغير الإقامة.



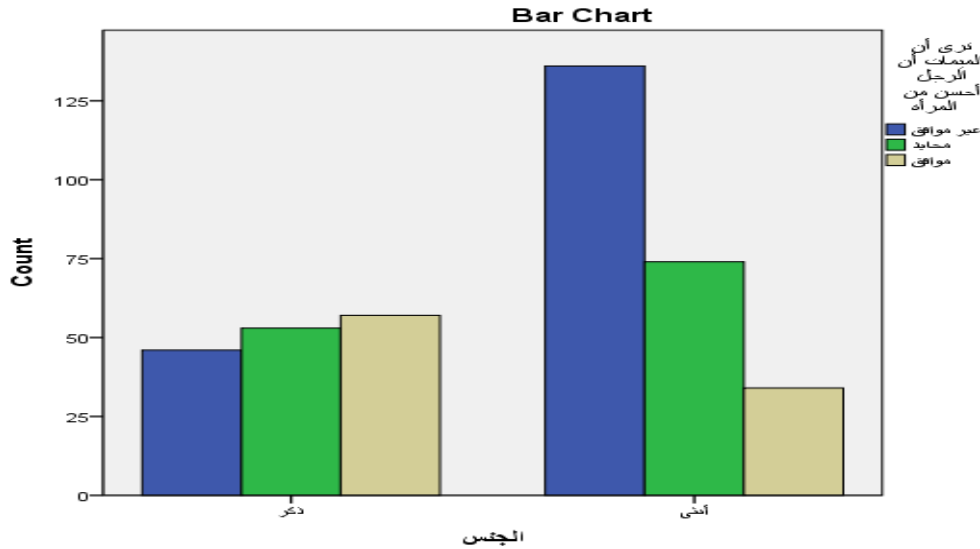
الجدول 79: يوضح توزيع عبارة الحادي عشر من محور الخامس حسب متغير الجنس

	موافق		محايد		غير موافق		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكر	36.5%	57	34%	53	29.5%	46	100%	156
أنثى	13.9%	34	30.3%	74	55.7%	136	100%	244
المجموع	22.8%	91	31.8%	127	45.5%	182	100%	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("ترى أن الميمات أن الرجل أحسن من المرأة") ومتغير الجنس، نلاحظ أن أفراد العينة الغير موافقين جاءت بتكرار 182 وبنسبة 45.5%، منها الإناث بتكرار 136 وبنسبة 55.7%، والذكور بتكرار 46 وبنسبة 29.5%، أما فيما يتعلق بدرجة محايد جاءت بتكرار 127 وبنسبة 31.8%، منها الإناث بتكرار 74 وبنسبة 30.3%، والذكور بتكرار 53 وبنسبة 34%، وأما درجة موافق جاءت بتكرار 91 وبنسبة 22.8%، منها الذكور

بتكرار 57 وبنسبة 36.5%، الإناث بتكرار 34 وبنسبة 13.9%، ومنه أن أغلب أفراد العينة غير موافقين على أن ميمات التي تنشر أن الرجل أحسن من المرأة الإناث غير موافقين أكثر من ذكور. الشكل رقم 61: رسم يوضح توزيع عبارة الحادي عشر من محور الخامس حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

جدول رقم 80: يوضح توزيع عبارة الثاني عشر من محور الخامس حسب متغير الجنس

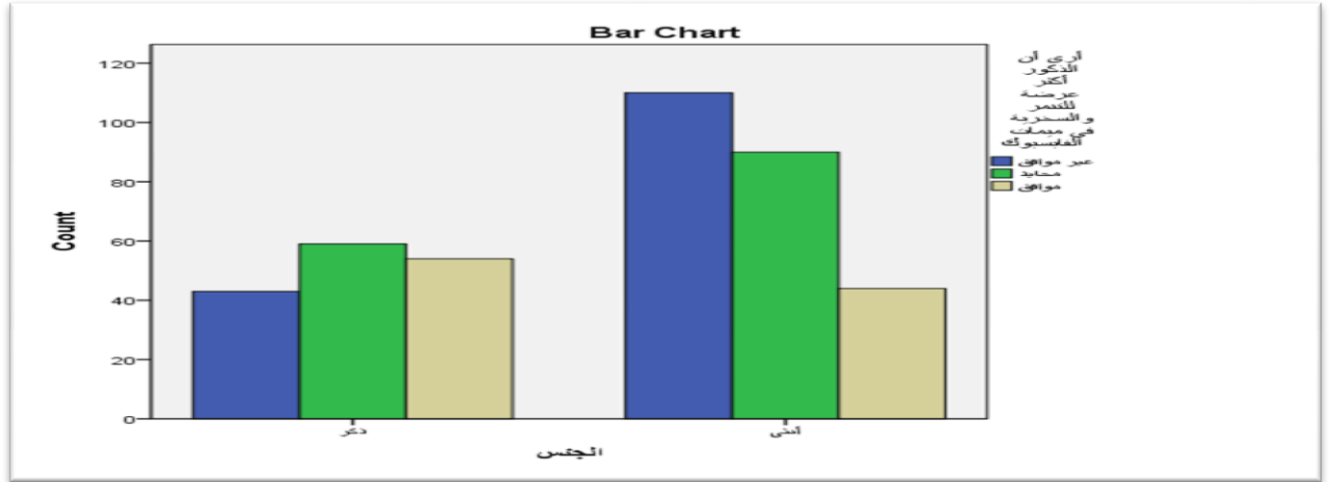
	موافق		محايد		غير موافق		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ذكر	34.6%	54	37.8%	59	27.6%	43	156
أنثى	18%	44	36.9%	90	45.1%	110	244
المجموع	24.5%	98	37.3%	149	38.3%	153	400

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

الجدول أعلاه يختبر العلاقة بين العبارة ("أرى أن الذكور أكثر عرضة للتنمر والسخرية في ميمات الفايستوك") و متغير الجنس، نلاحظ أن أفراد العينة أغلبهم محايدين جاءت بتكرار 149 وبنسبة 37.3%، منها الإناث بتكرار 90 وبنسبة 36.9%، والذكور بتكرار 59 وبنسبة 37.8%، أما فيما يتعلق بغير موافقين حيث جاءت بتكرار 153 وبنسبة 38.3%، منها الإناث بتكرار 110 وبنسبة 45.1%، والذكور بتكرار 43 وبنسبة 27.6%، وأما درجة موافق جاءت بتكرار 98 وبنسبة 24.5%، منها الذكور بتكرار 54 وبنسبة 34.6%، الإناث بتكرار 44 وبنسبة

18%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على أن الذكور أكثر عرضة للتممر والسخرية في ميمات الفايسبوك، حيث ان الاناث غير موافقين أكثر من الذكور.

الشكل رقم 62: رسم بياني يوضح توزيع عبارة الثاني عشر من محور الخامس حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

الجدول رقم 81: يوضح اختبار T لأثر التعرض للميزم على إدراك صورة الجنس الأخر لدللمتلقي حسب الجنس

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
المحور الخامس	Equal variances assumed	4,488	,035	2,563	398	,011	,11397	,04447	,02654	,20140
	Equal variances not assumed			2,459	285,643	,015	,11397	,04634	,02275	,20518

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للميزم على إدراك صورة الجنس الأخر لدللمتلقي حسب الجنس، فقد قدرتب 0.011 وهي دلالة أقل من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك صورة الجنس الأخر لدللمتلقي حسب الجنس لدى عينة الدراسة.

الجدول رقم 82: يوضح اختبار T لأثر التعرض للميزم على إدراك صورة الجنس الأخر لدللمتلقي حسب متغير الإقامة

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
--	--	---	--	------------------------------	--	--	--	--	--

		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
لمحور الخامس	Equal variances assumed	,119	,730	1,263	398	,207	,05514	,04367	-,03071	,14100
	Equal variances not assumed			1,262	396,373	,208	,05514	,04368	-,03072	,14101

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي حسب متغير الإقامة، فقد قدرته بـ 0.207 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي حسب الإقامة لدى عينة الدراسة. الجدول رقم 83: يوضح اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
لمحور الخامس	Equal variances assumed	4,176	,042	-1,509	398	,132	-,07391	,04898	-,17020	,02237
	Equal variances not assumed			-1,384	166,245	,168	-,07391	,05339	-,17932	,03150

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة، فقد قدرته بـ 0.132 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي حسب الوضعية اتجاه الدراسة لدى عينة الدراسة.

الجدول رقم 84: يوضح اختبار ANOVA لأثر التعرض للمميز على إدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي حسب متغير السن

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
السن	Between Groups	25,138	24	1,047	1,187	,249
	Within Groups	330,862	375	,882		
	Total	356,000	399			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه اختبار ANOV لأثر التعرض للميمز على إدراك صورة الجنس الأخر لدللمتلقي حسب متغير السن، فقد قدرت ANOV / 0.249 وهي دلالة أكبر من 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك صورة الجنس الأخر لدللمتلقي حسب السن لدى عينة الدراسة.

2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى: يتعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية بشكل عرضي يومي للميمز على لموقع الفايسبوك

بناء على نتائج الجدول رقم 16 والذي يوضح متابعة الميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق الاختيار أو الصدفة حسب متغير السن، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتابعون الميمز عن طريق الصدفة وبنسبة عالية والأقل سن يتعرضون لها صدفة أكثر من الأكبر سنا.

ومما سبق نستنتج أن شباب ولايتي غرداية وورقلة يستخدمون الفايسبوك كثيرا، لكن متابعتهم للميمز عبره أحيانا ويتعرضون لمحتواها عن طريق الصدفة في صفحات الفايسبوك، أي أن الفرضية الأولى والتي تفترض أن شباب ولايتي ورقلة وغرداية يتعرضون بشكل عرضي يومي للميمز على لموقع الفايسبوك محققة.

الفرضية الثانية: من أسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية لمحتوى الميمز التسلية والتفاعل.

من خلال نتائج الجدول رقم 28 والذي يوضح هل مشاهدة الميمات على الفايسبوك حسب متغير الوضعية المهنية، حيث نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يشلهدون الميمات على الفايسبوك من أجل التسلية والترفيه غير العاملين أكثر من العاملين.

ومما سبق نستنتج أن من أسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية لمحتوى الميمز التسلية والتفاعل، أي أن الفرضية الثانية والتي تفترض أنه من أسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية لمحتوى الميمز التسلية والتفاعل محققة.

الفرضية الثالثة: يؤثر تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على اتجاهاتهم لإيجابية نحو الدراسة والتعلم

من خلال نتائج الجدول رقم 45 والذي يوضح توزيع عبارة عند رؤية أفراد العينة للميمز الذي يتحدث عن الدراسة أشعر انه لافائدة من الدراسة في الجزائر حسب متغير مستوى التعليمي، حيث نلاحظ أن أغلبهم من المستوى الجامعي موافقين على أن لافائدة من الدراسة في الجزائر.

من خلال نتائج الجدول رقم 46 والذي يوضح عبارة تأثير الميمز على رؤية أفراد العينة سلبية واقع التعليم في الجزائر حسب متغير الشهادة المتحصل عليها، حيث نرى أن أغلبهم يقرون بأن الميمز يؤثر سلبا على رؤية واقع التعليم في الجزائر.

ومن خلال نتائج جدول رقم 47 والذي يوضح توزيع عبارة أن مشاهدة أفراد العينة للميمز يؤثر سلبا على رؤيتهم للدراسة حسب متغير الجنس، حيث نرى أن أغلبهم لا يوافقون على ذلك، وخاصة الإناث.

وكما جاء في نتائج الجدول رقم 48 والذي يوضح عبارة أن الميمات الساخرة من الدراسة تدفعني للدراسة والنجاح أكثر حسب متغير المستوى التعليمي، بحيث أن أغلب شباب ولايتي غرداية وورقلة يقرون بأن الميمات الساخرة من الدراسة تدفعهم للدراسة والنجاح أكثر.

وبناء على نتائج الجدول رقم 49 والذي يوضح توزيع عبارة أنه عندما أشاهد ميمز ساخر من المتفوقين في الدراسة أشعر أن التفوق الدراسة لا معنى له حسب متغير الوضعية اتجاه الدراسة، حيث نلاحظ أن أغلب الأفراد لا يوافقون على ذلك وأن أغلبهم من المتمدربين.

ومن خلال نتائج الجدول رقم 50 والذي يوضح عبارة أن المميز الساخر من الطلبة ذوي المستوى الضعيف في الدراسة يؤثر سلبا على أدائهم الدراسي حسب مستواهم التعليمي، حيث نلاحظ أن أغلبهم يوافقون على ذلك وأن أغلبهم من المستوى الجامعي.

وكما تشير نتائج الجدول رقم 51 والذي يمثل عبارة مشاهدة المميز أثر سلبا على صورة المعلمين والأساتذة عندي حسب الشهادة، حيث نرى أن أغلب شباب ولايتي ورقلة وغرداية لا يوافقون على ذلك وأغلبهم يملكون شهادة ليسانس.

ومما سبق نستنتج أن التعرض للمميز عبر الفايسبوك أثر على لرؤية الواقع التعليمي في الجزائر لدى شباب ولايتي ورقلة وغرداية، في حين أنه يؤثر على اتجاهاتهم الايجابية نحو الدراسة والتعليم ، إذا لم يؤثر على رغبتهم في الدراسة بل تدفعهم نحوها ، أي أن الفرضية الثالثة التي تفترض أن تعرض شباب شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز يؤثر على اتجاهاتهم لإيجابية نحو الدراسة والتعليم غير محققة. **الفرضية الرابعة: يؤثر تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز سلبا على توقعاتهم بالحصول على وظيفة**

من خلال نتائج الجدول رقم 62 والذي يوضح عبارة أنه عندما أشاهد الميمات الخاصة بالبطالة ينتابني شعور كبير بأني لن أحصل على وظيفة حسب متغير السن، حيث نرى أن أغلب أفراد العينة يوافقون على ذلك.

وكما جاء في نتائج الجدول رقم 63 والذي يوضح عبارة أنا عاطل عن العمل وأشعر بياس كبير عندما أشاهد ميمات تتحدث عن البطالة بشكل ساخر حسب المستوى التعليمي، حيث نلاحظ أن أغلب المبحوثين يوافقون على ذلك وأن أغلبهم من أصحاب المستوى الجامعي.

وبناء على نتائج الجدول رقم 64 والذي يوضح عبارة أن مشاهدة ميمات البطالة لا تؤثر في بحثي الدائم والجاد عن العمل حسب الشهادة، بحيث نلاحظ أن أغلب المبحوثين يوافقون على ذلك، وأن أغلبهم يملكون شهادة ليسانس.

ومما سبق نستنتج أن أغلب شباب ولايتي ورقلة وغرداية يتأثرون سلبا عند التعرض للمميز عبر الفايسبوك من حيث توقعاتهم على الحصول على وظيفة، أي أن الفرضية الرابعة والتي تفترض أن تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز يؤثر سلبا على توقعاتهم بالحصول على وظيفة محققة.

الفرضية الخامسة: يؤثر تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للمميز لمحتوى المميز سلبا على صورة الجنس الآخر وبالتالي انخفاض توقعاته إزاء العلاقات العاطفية والزواج من خلال نتائج الجدول رقم 62 والذي يوضح عبارة أنه عندما أشاهد الميمات الخاصة بالبطالة ينتابني شعور كبير بأني لن أحصل على وظيفة حسب متغير السن، حيث نرى أن أغلب أفراد العينة يوافقون على ذلك.

وكما جاء في نتائج الجدول رقم 63 والذي يوضح عبارة أنا عاقل عن العمل وأشعريأس كبير عندما أشاهد ميمات تتحدث عن البطالة بشكل ساخر حسب المستوى التعليمي، حيث نلاحظ أن أغلب الباحثين يوافقون على ذلك وأن أغلبهم من أصحاب المستوى الجامعي. وبناء على نتائج الجدول رقم 64 والذي يوضح عبارة أن مشاهدة ميمات البطالة لا تؤثر في بحثي الدائم والجاد عن العمل حسب الشهادة، بحيث نلاحظ أن أغلب الباحثين يوافقون على ذلك، وأن أغلبهم يملكون شهادة ليسانس.

ومما سبق نستنتج أن أغلب شباب ولايتي ورقلة وغرداية يقرون بأن التعرض للمميز عبر الفايس بوك لا يؤثر سلبا على صورة الجنس الآخر، أي أن الفرضية الخامسة والتي تفترض أن تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية لمحتوى المميز يؤثر سلبا على صورة الجنس الآخر وبالتالي انخفاض توقعاته إزاء العلاقات العاطفية والزواج غير محققة.

الفرضية السادسة: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تأثير المميز على إدراك الواقع الاجتماعي شباب ولايتي ورقلة وغرداية من حيث متغير الجنس

بناء على نتائج الجدول رقم 52 والذي يمثل اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين حسب الجنس، حيث نلاحظ من خلاله أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الدراسي/التعليمي للمتلقين لدى عينة الدراسة من حيث الجنس. وكما جاء في نتائج الجدول رقم 66 والذي يمثل اختبار T لأثر التعرض للمميز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين حسب الجنس، حيث نلاحظ من خلاله أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين لدى عينة الدراسة من حيث الجنس.

وكما تشير نتائج الجدول رقم 82 والذي يمثل اختبار T لأثر التعرض للميمز على إدراك صورة الجنس الآخر لدللمتلقي حسب الجنس، حيث نلاحظ من خلاله أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بإدراك صورة الجنس الآخر لدللمتلقي لدى عينة الدراسة من حيث الجنس.

ومما سبق نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لكل من أثر التعرض للميمز فيما يتعلق بإدراك الواقع الدراسي/التعلمي وفيما يتعلق بإدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين وفيما يتعلق بإدراك صورة الجنس الآخر لدى المتلقي وهذا حسب الجنس، أي أن الفرضية السادسة والتي تفترض أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تأثير الميمز على إدراك الواقع الاجتماعي شباب ولايتي ورقلة وغرداية من حيث متغير الجنس محققة.

3- النتائج العامة للدراسة:

- معظم أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك باسم مستعار و بنسبة 65.3%، كما أن الأغلبية من الإناث بنسبة 34.8% .
- أغلبية أفراد العينة من فئة الذكور، حيث لهم الأسبقية على الإناث في استخدام موقع الفايسبوك أكثر من 3 سنوات بنسبة 89%.
- عدد الساعات المستغرقة في استخدام الفايسبوك يوميا حسب متغير الجنس، لأكثر من 3 ساعات بنسبة 39%، معظمهم إناث بنسبة 39.8%.
- يتابع أفراد العينة الميمز بنسبة 43.5%، وأغلبهم إناث بنسبة 43.9%.
- يتابع أغلب مفردات عينة الدراسة الميمز بشكل عرضي بنسبة 81%، منها فئة 23 إلى 17 سنة في المرتبة الأولى من حيث الأكثر متابعة بنسبة 86.2%.
- أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع الميمات على الفايسبوك حسب متغير الجنس من خلال إعجاب بنسبة 47.8%، وأغلبهم إناث بنسبة 61%.
- جاءت مواضيع الرياضة في المرتبة الأولى من حيث المتابعة في محتويات الميمز من قبل الباحثين وذلك بنسبة 40%، و 36.3%.
- ترى الفئة العمرية التي تقع بين 18 و 28 سنة أن الميمات الأنترنت هادفة حيث يشكلون بنسبة 45.3%، من عينة الدراسة.

- يرى 74% من عينة الدراسة الذين يمثلون في غالبيتهم شباب ولاية غرداية بنسبة 74.2%.
- أغلبية أفراد العينة يشاركون مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقائهم بنسبة 54% وأغلبهم مستواهم جامعي بنسبة 50.9%.
- يرى أغلبية المبحوثين أن مواضيع الميمز تتقاطع وتعبر عن الحياة التي يعيشونها بنسبة 74.3% كما أن أغلبية هذه النسبة من ولاية غرداية بنسبة 77.3%.
- هناك علاقة بين التعرض للميمز والشعور بعدم الجدوى من الدراسة بنسبة 40% لدى عينة الدراسة.
- تدفع الميمات الساخرة من الدراسة، المبحوثين إلى السعي للنجاح أكثر بنسبة 37.8%.
- تؤثر الميمات الساخرة من الذين يعد مستواهم الدراسي ضعيفا سلبا على أدائهم الدراسي بنسبة 44.5%.
- تؤثر الميمات الساخرة من الذين يعد مستواهم الدراسي ضعيفا سلبا على أدائهم الدراسي بنسبة 44.5%.
- تؤثر الميمات الساخرة من الأساتذة سلبا على صورة المعلمين والأساتذة لدى المبحوثين بنسبة 40.6%.
- تزيد ميمات الانترنت التي تتناول موضوع "العمل" من عدم رضي المبحوثين عن وظيفتهم بنسبة 42.8%.
- يرى 55.8% من المبحوثين أن الميمات الانترنت تعبر عن الواقع المهني والوظيفي في الجزائر.
- يرى 40% من المبحوثين أنه عدد مشاهدتهم للميمات الخاصة بالبطالة ينتابهم شعور بأنهم لن يتحصلوا على وظيفة بنسبة 40.5%.
- يوافق 33.9% من المبحوثين على إن تعرضهم للميمات التي تتناول موضوع لا تؤثر في بحثهم الدائم والجاد عن العمل.
- أجاب 45% من عينة الدراسة أن مشاهدتهم للميمز لا تؤثر سلبا على رؤيتهم للجنس الآخر، في حين عبر عن هذا الرأي الإناث أكثر من الذكور بنسبة 26.2%.
- يوافق 48% على أن الميمات الفايسبوك لا تعبر عن الصورة الحقيقية للجنس.

- يرى 60% من المبحوثين أن الميمات الانترنت التي تتناول موضوع الزواج لا تؤثر سلبا على اتجاهاتهم نحو الزواج.
- يرى 48% من عينة الدراسة أن الإناث أكثر عرضة للتنمر والسخرية في الميمات الفايسبوك.
- لا يوافق 58.5% من المبحوثين على محتوى الميمات التي تسخر من العنف ضد المرأة وتعتبره شيئا عاديا.
- يرى 43% من عينة الدراسة أن الميمات الساخرة من العلاقة بين الرجل والمرأة في المجتمع الجزائر تزيد من نسبة الصراع والمشاكل ومعظمهم يقيمون غرداية .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص استخدام الفايسبوك من حيث متغير الجنس لدى عينة الدراسة.

الخاتمة:

لقد سعينا من خلال دراستنا هذه إلى تناول موضوع "أثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك واقع الاجتماعي للمتلقي" محاولين بذلك الكشف عن هذا الأثر من خلال الواقع الاجتماعي نظرا لتوسع الهائل لاستخدام مواقع الاجتماعية التي تحاول إعادة إنتاج هذا الواقع الاجتماعي بطريقة ساخرة تحاكي الواقع وتحاول إعطاءنا صورة رمزية لما يعيشه الفرد في هذا الكيان الاجتماعي الذي يتفاعل معه بالإيجاب أو السلب ضمن الوعي الجماعي وكذلك لطبيعة الموضوع المعالج وقد عرف الميمز في الآونة الأخيرة استهلاك كبير من كل شرائح وأطياف المجتمع وبالأخص الشباب الجامعي الذي يلجأ لهذه الثقافة الرقمية من أجل الهروب من إكراهات واقعه داخل الجامعة بطريقة ساخرة يحاول من خلالها الانتقام من هذا الواقع الذي يراه مجحفا، وبذلك أصبح الميمز من يوميات الشباب، ولذلك نعتقد أن دراسة ظاهرة الميمز ظاهرة تتطلب الكثير من العناية كونها أصبحت لغة جديدة في قاموسه ومتداولة بكثرة في الفضاء الإلكتروني وفي الأخير نعتقد أن هذه الدراسة يجب دعمها بدراسات ثانية في نفس الصياغ من الجانب النفسي حيث أصبحت هذه الظاهرة في الواقع شبه إدمان أو إدمان على مواقع التواصل. وفي الأخير يمكننا تقديم التوصيات التالية:

- مراعاة القيم الأخلاقية والقيم المجتمعية في التعامل أو استهلاك محتوى الميمز.
- الإبتعاد عن التنمر في مواقع التواصل الاجتماعي لتتأجه السلبية من ناحية النفسية والاجتماعية على المتلقي.
- الإبتعاد عن المساس بالثوابت الدينية والوطنية مهما كانت مبررات .
- الميمز يتطلب نباهة وتركيزا كبيرا من متلقي حتي يدرك دلالات التي من ورائه.

اقتراحات :

- إنشاء مرصد وطني لمراقبة التفاعلات داخل مواقع التواصل الاجتماعي .
- نشر الوعي الاجتماعي في مؤسسات التنشئة الاجتماعية حول الآثار النفسية والاجتماعية السلبية التي يمكن أن يسببها الميمز للشباب
- على صانعي الميمز معالجة مواضيع التي لها فائدة على الفرد والجماعة ضمن الوعي الجماعي.
- معالجة الواقع الاجتماعي بطريقة بناءة تساهم في ترميم التصدعات الاجتماعية والنفسية التي يعاني منها الشباب الجزائري بشكل عام وشباب ولايتي ورقلة وغرداية بشكل خاص.

قائمة المصادر والمراجع

المعاجم:

- 1- حجازي سمير سعيد: معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس والاجتماع نظرية المعرفة، دار الكتب العلمية، لبنان، 2005م.
- الكتب بالعربية:
- 2- أمين رضا: الاعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر، 2015م.
- 3- بن فتح محمد على محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها أخلاقية والقيمية، قسم الدعوة والثقافة الاسلامية، الجامعة الاسلامية، (د.م.ط)، (د.ت.ط).
- 4- بن محمود الجرجاوي زياد بن على: القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، 2010م.
- 5- بن نبي مالك: شروط النهضة، دار الفكر، دمشق، 1987م.
- 6- جرار ليلي أحمد: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2012م.
- 7- حسونة نسرين: الاعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص)، شبكة الالوكة، الرياض، (د.ت.ن).
- 8- حسين عادل فتحي: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر، القاهرة، 2011م.
- 9- رضا عكاشة: تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة مصر للعلوم وتكنولوجيا، (د.ت.ط).
- 10- الدليمي عبد الرزاق: نظريات الاتصال، دار إلنازوري، عمان، 2016م.
- 11- صبطي عبيدة، فكري لطيف متولي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطبيقاتها في مجال التعلم، المركز العربي للنشر والتوزيع والمؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، (د.م.ن) 2018م.

- 12- الدليمي ناهد عبد زيد: أسس وقواعد البحث العلمي، كلية التربية الرياضية، جامعة بابل، دار صفاء ، عمان، 2016م.
- 13- دنيس كوش: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ، 2007م.
- 14- دياب سهيل رزق: مناهج البحث العلمي، (د.م. ط)، غزة، 2003م.
- 15- رفعت محمد مصطفى: الرأي العام في الواقع الافتراضي ، العربي للنشر ، القاهرة ، 2017م.
- 16- الشمالية ماهر عودة ، وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان ، 2015م.
- الصيرفي محمد: إدارة تكنولوجيا المعلومات ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2009م. 17-
- 18- عبد العزيز رانده عاشور: دور مواقع شبكات التواصل في تدعيم الصورة الإعلامية الرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورة العربية القاهرة . المكتب العربي للمعارف ، القاهرة ، 2015م.
- 19- العلمان ربحي مصطفى، عثمان محمد غنيم: مناهج البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار الصفاء ، عمان ، 2000م.
- 20- العلمان ربحي مصطفى: البحث العلمي أسسه مناهجه وأساليبه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية ، عمان ، 2004م.
- 21- غسان خالد ، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس، عمان ، 2013م.
- 22- فكري عثمان: التلقي والأسلوب الصحفي دراسة في العلاقة بين القارئ والنص، لمكتب العربي معارف، القاهرة ، 2016م.
- 23- القصاص مهدي محمد: تصميم البحث الاجتماعي . دار نيبور . بغداد . العراق . 2014.
- 24- قمحية حسان أحمد . الفيس بوك تحت المجهر ، مصر . دار النخبة 2017م.
- 25- الكافي مصطفى يوسف: الرأي العام ونظريات الغرس، دار الحامد للنشر، عمان، 2015م.
- 26- كرو العزاوي رحيم يونس: مقدمة في منهج البحث العلمي، عمان، دار الدجلة ، 2008م.
- 27- المحمودي محمد سرحان على: مناهج البحث العلمي، دار الكتب. ط. 3. صنعاء، 2019م.

- 28- المشهداني سعد سلمان: منهجية البحث العلمي، دار أسامة، عمان، 2019م.
- 29- المشهداني سعد سلمان: مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017م.
- 30- منصر خالد : تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2016م.
- 31- النعيمي محمد عبد العال، عبد الجبار توفيق البياتي، غازي جمال خليفة: طرق ومناهج البحث العلمي، دار الوراق، عمان، 2014م.

الملتقيات:

- 32- الصادق الحمّامي: الميديا الاجتماعية والإرهاب الاستخدامات وسبل ترشيدها، ورقة بحثية قدّمت في الورشة الدولية بعنوان التعاطي الإعلامي مع ظاهرة التطرف والإرهاب، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، 8 - 7 نيسان، 2015م.

الرسائل مذكرات :

- 33- الأزهر العقبي، القيم الاجتماعية والثقافية المحلية وأثرها على السلوك التنظيمي للعاملين، أطروحة مقدم لنيل الدكتوراه في العلوم علم الاجتماع تخصص علم اجتماع تنمية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008م.
- 34- بالعربي سعاد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، مذكرة انيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام واتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغام، الجزائر، 2014م.
- 35- بالعويدات حورية، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007م.

- 36- بن اعرآسيا، تظاهرات الأنا في الرواية العربية المعاصرة رواية قنديل أم هاشم ليحي،مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادةالماستر في اللغة والأدب العربي،تخصص نقدحديث ومعاصر. جامعة محمدالصاديق بني يحي جيجل، الجزائر، 2017 م
- 37- تبري سامية، واقع استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تحسين صورة المؤسسة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إشهار وعلاقات عامة، جامعة محمد لمين الدباغين سطيف2،الجزائر، 2020م.
- 38- توتاوي صليحة،استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعية وانعكاساتها على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم نفس الأسرى، جامعة وهران ، الجزائر .2014م.
- 39- حمدوش سعاد،استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة ،جامعة محمد الصاديق بن يحي جيجل ، الجزائر ، 2017م.
- 40- خياط مبروك، البرامج التلفزيونية ونقد الواقع الاجتماعي ،،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة غرداية ،الجزائر، 2016م.
- 41- درول زهرة،تأثير الفايسبوك على التحصيل الدراسي لتلاميذ المتوسط، مشروع تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم إعلام واتصال ، تخصص اتصال ،جامعة أكلي محند أولحاج البويرة،الجزائر،2020.
- 42- مسقم رزيقة، التلقي في الميديا الاجتماعية دراسة وصفية لعينة من متابعي صفحات الجرائد اليومية الجزائرية على الشبكة الاجتماعية فيس بوك مذكرة مكملة لنيل لشهادة الماستر،تخصص اتصال وعلاقات عامة. جامعة محمدبوضياف المسيلة، الجزائر، 2018م.
- 43- شعبات حنان،أثر الفواصل الإخبارية التلفزيونية على عملية التلقي ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام واتصال جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر،2009 م .

- 43- طيب جميلة، حورية طيب ،قصيدة الخلوة يوسفية للزبير دردوخ قراءة وفق إلمات التلقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي، تخصص دراسات نقدية ،جامعة أكلي محند أولحاج لبويرة ، الجزائر، 2015م.
- 44- عصام أحمد، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال، جلمعة مسلة، الجزائر، 2013م.
- 45- على بن سلمان بن إبراهيم الحناكي: الواقع الاجتماعي لأسر الأحداث العائدين إلى الانحراف ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2002م.
- 46- عوض رشا أديب محمد ،آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من جهة نظر ربات البيوت ،قدم كمشروع تخرج استكمالا درجة البكالوريوس ، تخصص خدمة اجتماعية في كلية التنمية الاجتماعية والأسرية ،جامعة القدس المفتوحة ، 2013م.
- 47- قدي عبد الرحمان، تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي إلتويوب والفيسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، رسالة دكتوراء ، في علوم اعلام واتصال جامعة الجزائر3، الجزائر ، 2020م.
- 48- نومار نريمان ،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، رسالة ماجستير في علوم إعلام واتصال ، تخصص الإعلام تكنولوجيا والاتصال الحديثة ، جامعة حاج لخضر باتنة الجزائر. 2011م.
- 49- الهمزاني شائم ،علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا ، دكتوراء كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية ،الرياض 1998م.
- مجالات :**
- 50- أسامة غازي المدني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مجلة الآداب وعلوم اجتماعية ،جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية ،08، جوان، 2015م.
- 51- إيمان محمد عز العرب :اعتماد الطلاب على الميديا الاجتماعية وانتشار التطرف والعنف ،مجلة كلية الآداب بقينا، دورية أكاديمية علمية محكمة، جامعة طنطا، (د.ت.ط).

- 52- إيمان محمود طائي ، التكوين الاجتماعي والثقافي ودورهما في التنمية المستدامة ، مجلة البحوث التربوية والنفسية ، جامعة بغداد ، ع 11، (د.ت.ط).
- 53- بابشي عبد الحميد ، عبد الله الثاني قدور : دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي ، مجلة رفوف ، مخبر المخطوطات الجزائرية الجامعة افريقية ع 11، مارس، 2017م.
- 54- حاتم زيدان ، العيد جلولي: جمالية المراوغة والتوظيف الضمائي للأنا والآخر عبر اللغة الشعرية دراسة في قصائد مختارة من ديوان مسقط قلبي لسامية محنش، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح ، ع29، ورقلة ، ديسمبر، 2017م.
- 55- حليلة عياش : ميمات الأنترنت، نتاجواستهلاك للثقافة الرقمية، مجلة الرسالة الدراسات الإعلامية، جامعة قسنطينة ، ع01، الجزائر، 2020م.
- 56- سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد 1*2، كلية الآداب وعلوم انسانية 2010م.
- 57- الشريف مرزوق: "نظرية التلقي وأطروحاته" ،مجلة النص ، ع01 ، 2021م.
- 58- صفاء زمان : الشبكات الاجتماعية (Social Networks) .. تعريفها آثارها وأنواعها ،مجلة المنتدى ، <https://aboadwy.yoo7.com/t872-topic> ، 2022/04/09، ساعة 11:38.
- 59- عادل عبد الرزاق مصطفى: إشكالية التلقي في ظل الإعلام الرقمي وتأثيرها على جمهور وسائل الإعلام التقليدية" ، مجلة مداد للأدب ، ع 22 ، جامعة بغداد.(د.ت.ط).
- 61- عبد الرحمان سوامية : استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة باتنة، ع 21، ديسمبر ، 2015م.
- 62- عبد الرحمان سوامية : استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة باتنة، ع 21، ديسمبر ، 2015م.
- 63- عبد القادر علال، رشيد بكاي: دور وسائل الاعلام في صناعة صورة ذهنية ،مجلة المواقف للبحوث في المجتمع والتاريخ ، مج13، ع 02، جامعة مار تليجي أغواط ، ديسمبر، 2018م.

- 64- عماد عبد الرحيم الزغول .العلاقة بين الذكاء الاجتماعي ومفهوم الذات الاجتماعية ، المجلة الدولية لتطوير والتفوق، كلية العلوم التربوية ع12، جامعة مؤتة الأردنية، 2016 م.
- 65- فضيلة تومي :إيديولوجيا الشبكات الاجتماعية وخصوصية المستخدم بين الانتهاك والاختراق،مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،ع30، الجزائر ،سبتمبر2017م.
- 66- لمياء مرتضي النفوسي : منطلقات الانتروبولوجية ميمات الانترنت ،مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ ، جامعة عبد الحميد بن باديس الجزائر ، ع 04، ديسمبر،2020م.
- 67- مباركة منمانى، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقي الجزائري في القضايا السياسية،المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، جامعة 20 أوت 1955سكيكدة ، ع04، ديسمبر،2021م.
- 68- محمد أحمد المعداوي : حماية الخصوصية المعلوماتية عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي ،كلية القانون ، ع33، جامعة بنها،1957م.
- 69- مولاوي حورية :مصطلح التلقي في النقد العربي المعاصر، قراءة في المفهوم وإشكالية ،مجلة تاريخ العلوم ، ع 05، جامعة سيدي بلعباس ، د.ت.ط .
- 70- هالة الحفناوي . البرامج الساخرة ،جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية،المستقبل للأبحاث ودراسات المتقدمة ،ع21، 2017م.
- 71- وفاء فرغل سيد فرج :البرامج الساخرة بالتلفزيون وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي،المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل ،ع15، أبريل 2021م.
- 72- ياسر عبيد الله :مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي الشبابي بالحق في التنظيم ،مجلة جامعة الاستقلال لأبحاث ،جامعة الاستقلال ،ع01، جوان،2019م.

مواقع إلكترونية :

- 73- محمد الخالدي، الدليل الشامل في مصطلحات وسائل التواصل الاجتماعي، دولفينوس،
<http://anyflip.com/klk/ztxq> 2022/02/12 ساعة 11:08.

- 74- المكي أمل ، "الميمز": صور تسخر من الواقع.. أنشرها ولك الأجر، تونس **ULTRA**، <https://ultratunisia.ultrasawt.com>، يوم 2021/10/12، ساعة 23:04.
- 75- لغة العصر التي غزت العالم كيف أصبحت الميمز أداة جديد للتأثير، مركز الانذار المبكر <https://ewc-center.com/2020/12/08/3800>، 2021/12/12، ساعة 00:52.
- 76- ماهو ميم الانترنت ، <https://saudinew.media/blog/287.html> ، يوم 2022/04/06، ساعة 01:03.
- 77- الميمز وحمى الساخرة من نفس هل هي ضارة أم مفيدة ، ساسه sas، <https://www.sasapost.com/self-reflective-internet-memes>، 2021/10/12، ساعة 10:02.
- 78- علاء الدين عسقول ، أحمد رضوان ، الميمز.... عن المغلقة بالفكاهة ومخاطرها <https://raseef22.net/article/1078655> ، 2022/05/15، ساعة 10:21.
- 79- <https://ar.warbletoncouncil.org/memes-mas-famosos-historia-4646> ، يوم 2022/01/25، ساعة: 21:11.
- 80- وليد رشاد زكي: "نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا"، المتدي العربي للعلوم الاجتماعية والانسانية، <https://socio.yoo7.com/t3886-topic>، 2022/04/10، ساعة 22:41.
- 81- شرف العرب الداودي: رشيد لولو : " في قراءة ونظرية التلقي "، <https://www.academia.edu/38545>، 2020/02/11، ساعة 13:20.
- 82- محمد استانبولي: الميمز كالعدي أو أسرع بقليل، العربي الجديد، موقع الكتروني <https://www.alaraby.co.uk/>، 2022/04/06، ساعة 23:05.
- 83- طلبة اللّغة والأدب العربي بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، قراءة حول نظرية التلقي موقع الكتروني

:
<https://www.facebook.com/ELLAUATL/posts/1209686492392>

156

- 84- وجدى حلمي عبد الظاهر ، نظريات الاعلام واتصال ، قسم الاعلام جامعة أم القرى
18:58 ساعة 2022/03/12، <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765>
- 85- الموسوعة العربية ، واقعا لاجتماعي <https://3rabica.org> ، 2022/04/17 ، ساعة
.18:08
- 86- <https://taqnia24.com/> ، 2022/03/14 ، ساعة 12:22 .
- 87- موسوعة العريق ، <https://areq.net/mB.html> ، 2022/03/26 ساعة 21:32 .
- 88- سارة خازم : ميمز لغة جديدة تسخر من الواقع ، مواضيع شباب ميديا ،
<http://shabab.assafir.com> ، 2021/10/02 ، ساعة 09: 23
- 89- أشهر 20 ميمز في تاريخ (صور توضيحية)
<https://ar.warbletoncouncil.org/memes-mas-famosos-historia-464621>
يوم 2022/01/25 ، ساعة: 21:11

مراجع باللغة الانجليزية والفرنسية

مذكرات :

- 90- Cannizzaro Sara. Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture، Lincoln School of Film and Media University of Lincoln Brayford Pool, Lincoln Lincolnshire LN6 7TS، 2016.
- 91- Iloh Constance, Do It for the Culture: The Case for Memes in Qualitative Research. International Journal of Qualitative Methods Volume . University of California, CA, USA. 2021.
- 92- Kostadinovsk Bisera، Internet Memes And Their Socio-Linguistic Features .European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies 2BA, Faculty of Education, Bitola University ، Issue 4، 2018
- 93- Mushfiq Kinza. Psychological effect on youth through memes on Facebook, Twitter & Instagram. FOUNDATION UNIVERSITY, RAWALPINDI CAMPUS Foundion university June – 2017.



جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

السلام عليكم

تحية طيبة وبعد

في إطار انجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات العامة حول أثر " الميمز" عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك الواقع الاجتماعي للمتلقي، دراسة ميدانية لعينة من الشباب ولايتي ورقلة وغرداية".

أضع بين أيديكم هذه الاستمارة وأرجو من حضرتكم التلطف والإجابة على الأسئلة التالية بكل صراحة وموضوعية من خلال وضع علامة (*) في الخانة المناسبة، علما أن هذه المعلومات سوف تعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن التعاون.

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

د. بقور صابر

تومي جهيدة

السنة الجامعية: 2022/2021

البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 18-22 سنة 23-27 سنة
25-30 سنة 33-37 سنة
- 3- الإقامة: ورقلة غرداية
- 4- المستوى التعليمي: إبتدائي متوسط
ثانوي جامعي
- 5- إذا كانت ذومستوى جامعي ماهي شهادتك ؟
لسانس ماستر دكتوراه
- 6- وضعيتك إتجاه الدراسة: متمدرس غير متمدرس
- 7- الوضعية المهنية: عامل بطال

المحور الأول: عادات وأنماط تعرض شباب ولايتي ورقلة وغرداية للميمز على موقع الفايسبوك

- 1- هل تستخدم الفايسبوك بإسم؟
حقيقي مستعار
- 2- منذ متى وأنت تستخدم الفايسبوك؟
أقل من سنة من سنة إلى سنتين من سنتين إلى 3 سنوات
أكثر من 3 سنوات
- 3- كم عدد الساعات التي تستغرقها أثناء استخدامك لموقع الفايسبوك يوميا؟
أقل من 1 سا 1 سا- 2 سا 2 سا- 3 سا أكثر من 3 سا
- 4- ما هي درجة متابعتك للميمز على الفايسبوك ؟
دائما نادرا
غالبا أحيانا
- 5- هل متابعتك للميمز عبر الفايسبوك تكون عن طريق؟

الصدفة الاختيار المقصود

6- هل تتابع منشورات الميمز عبر الفايسبوك عن طريق؟

الصفحات المجموعات الحسابات الشخصية للأصدقاء

7- أي الصفحات الساخرة الأكثر تأثيراً تشاهد؟

Algerian Memes

House Of Memes

The kindom Memeز المملكة ميمز

عالم الميمز

صفحات أخرى، أذكرها.....

8- كيف تتفاعل مع الميمات على الفايسبوك؟ مستوي تعلمي

تسجيل الإعجاب like على منشورات الميمز

التعلق Comment على منشورات الميمز

مشاركة Shaer لمنشورات الميمز

كلها تعلق واعجاب ومشاركة

المحور الثاني: دوافع وأسباب تعرض شباب ولايتي ورقلة و غرداية للميمز على موقع

الفايسبوك واتجاهاتهم نحوها

1- ما الذي يجذبك لمشاهدة للميمز على الفايسبوك؟

الصورة النص المكتوب موضوع الميمز

2- أي مواضيع الميمز يجذبك أكثر؟ وضعية دراسة

مواضيع سياسية

مواضيع المال وإقتصادية

مواضيع الصداقة

مواضيع العلاقات العاطفية

مواضيع الزواج

مواضيع العائلة

مواضيع الرياضة مواضيع العمل

ميمات أخرى أذكرها.....

3- هل تشاهد الميمات على الفايسبوك من أجل؟

التخلص من الملل

لإزالة القلق

للتسلية والترفيه التفاعل مع الأصدقاء والعائلة حولها

أخري أذكرها.....

4- هل ترى أن ميمز الأنترنت هادف أم مجرد سخرية وتنمر ؟

هادف مجرد سخرية وتنمر

5- هل ترى أن ميمز الفايسبوك تعبر عن الواقع الاجتماعي الحقيقي للمجتمع الجزائري؟

نعم تعبر لا تعبر

6- هل تشارك مضامين الميمز عبر الفايسبوك مع أصدقائك؟

نعم لا

7- كيف ترى ميمز الفايسبوك في نظرك؟

ساخرة متممة لا أخلاقية مضحكة مبدعة

أخري أذكرها.....

8- هل وجدت في مرة من المرات أن موضوع الميمز يستهدفك أو يتقاطع مع حالة

تعيشها؟

نعم لا

9- إذا كانت الإجابة نعم ، كيف كان شعورك ؟

شعرت بالفرح شعرت بالغضب

شعرت بالحزن شعرت بالإكتئاب

لم أشعر بأي شيء

10- إذا كانت اجابتك نعم : كيف كانت ردة فعلك على الميمز ؟

قمت بإعادة نشرها تفاعلت معه بالضحك

علقت على الميمز بأنه مسيء ومتنمر لم تقم بأي ردة فعل

أخري أكرها.....

المحور الثالث: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الدراسي/التعلمي للمتلقين

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1- أرى أن غلبة صانعي محتوى الميمز من فئة الشباب الجامعي			
2- عندما أرى الميمز الذي يتحدث عن الدراسة أشعر أنه لافائدة من الدراسة في الجزائر			
3- أثر الميمز على رؤيتي السلبية لواقع التعلم في الجزائر			
4- مشاهدة الميمز يؤثر سلبا على رؤيتي للدراسة			
5- الميمات الساخرة من الدراسة تدفعني للدراسة والنجاح أكثر			
6- عندما أشاهد ميمز ساخر من المتفوقين في الدراسة أشعر أن التفوق الدراسة لامعنى له			
7- الميمز الساخر من الطلبة ذوي المستوي الضعيف في الدراسة يؤثر سلبا على أدائهم الدراسي			
8- مشاهدة الميمز أثر سلبا على صورة المعلمين والأساتذة عندي			

المحور الرابع: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك الواقع الوظيفي/المهني للمتلقين

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1- الميمات التي تتناول موضوع العمل تجعلني غير راضي على وظيفتي			
2- تؤثر مشاهدي للميمات سلبا على رؤيتي لواقع العمل في الجزائر			
3- مشاهدة الميمز عبر الفايسبوك تشعرني بالانتماء لمؤسستي			
4- مشاهدة الميمز عبر الفايسبوك تزيد من رضاي عن عملي ومؤسستي			
5- بعد مشاهدة الميمز أصبحت أدرك حقوقي و واجباتي في وظيفتي			
6- تعبر ميمات الفايسبوك عن الواقع الوظيفي في الجزائر			

			7- عندما أشاهد الميمات الخاصة بالبطالة ينتابني شعور كبير بانني لنأحصل على وظيفة
			8- أنا عاطل عن العمل واشعر بياس كبير عندما أشاهد ميمات تتحدث عن البطالة بشكل ساخر
			9- مشاهدة ميمات البطالة لا تؤثر في بحثي الدائم والجاد عن العمل
			10- تعبر الميمات الفايسبوك عن واقع مهنتي التي أزاولها

المحور الخامس: ما هو أثر التعرض للميمز على إدراك صورة الجنس الآخر لدبللمتلقي

غير موافق	محايد	موافق	العبارة
			1- مشاهدة الميمز أثر سلبا على رؤيتي بالجنس الآخر
			2- مشاهدة السلبية التي يعرض بها الميمز الجنس الآخر حقيقية
			3- كلما شاهدت الميمز الذي يتحدث عن الجنس الآخر شعرت أنني لا أرغب في الارتباط
			4- لا تعبر ميمات الفايسبوك على الصورة الحقيقية للجنس الآخر
			5- تؤثر ميمات التي تتناول موضوع الزواج سلبا على اتجاهي نحو الزواج
			6- أرى أن الأنثى أكثر عرضة للتنمر والسخرية في ميمات الفايسبوك
			7- أرى ان الميمات التي تضحك من العنف ضد المرأة امر عادى
			8- ميمات الفيس بوم التي تسخر دوما من الزواج لا تشجعني على الزواج
			9- أنا مع الميمات التي تضع الرجل في مرتبة أعلى من المرأة
			10- أرى أن الميمات الساخرة من العلاقة بين الرجل والمرأة في المجتمع الجزائر تزيد من نسبة الصراع والمشاكل بينهما
			11- ترى أن الميمات أن الرجل أحسن من المرأة
			12- أرى أن الذكور أكثر عرضة للتنمر والسخرية في ميمات الفايسبوك