

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مضامين "الميمز" عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

دراسة تحليلية لعينة من "ميمز" مجموعة الفيس بوك Algerian Comic Movies ACM

مذكرة مقدمة متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

- صابر بقور

إعداد الطالبتين:

- إيمان كادي

- مروة كادي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
أ نسبية فريجات	استاذ مساعد أ	رئيسا
د صابر بقور	استاذ مساعد ب	مشرفا ومقررا
أ.د محمد طوالبية	أستاذ التعليم العالي	مناقشا

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ / 2021م-2022م



الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين

وصل الله على سيدنا محمد وعلى اصحابه اجمعين

الشكر اولا واخيرا لله سبحانه وتعالى على نعمة التوفيق فمن فضله علينا ان تمكنا من اتمام
هذه الدراسة

ونرجو من الله ان تكون نفعا لنا ولكل من اطلعا عليها من القراء الكرام

ونتوجه بالشكر والعرفان الكبير لأستاذنا المشرف الدكتور "صابر بقور"

فهو حقا نعم الاستاذ علما وسلوكا، فقد منحنا الكثير من العلم والوقت والجهد فقد
كان نعم المشرف والموجه الذي أكرمنا بتواضعه وعلمه ورعانا بتوجيهاته السديدة
سائلين الله ان يوفقك وينعم عليك بالصحة والبركة في العمر حفظك الله ورزقك خير
الدارين.

دون ان ننسى جميع اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال عامة

و الدكتور "طوالبية محمد" خاصة.

كما نشكر كل الاسرة الجامعية وكل العاملين بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية

بجامعة غرداية.

إيمان & مروءة



الإهداء

إلى قرة أعيننا، دنيانا، وتين قلبنا، رضانا و مرضاتنا، غاليتنا، بدعائها
توفيقنا وسداد خطوتنا

"أمننا العريزة".

إلى سندنا، قائدنا وقدوتنا، إلى مرشدنا، لو شكرناه لم ولن نوفيه حقه

"والدنا الغالي".

إلى الصدر الحنون التي لم تنسانا بدعائها في كل صلاة فلا توجد كلمة توفى
حقها جدتي **"حماني مستورة"** أطال الله في عمرها.

إلى اخوتنا وأخواتنا ومن بهم يشد عضدنا، **"مريم، صليحة، محمد، أيوب"**،
والكتكوتة الصغيرة **"ريتا"**، حفظهم الله وجعلهم سندا لنا طول الحياة.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة بنات اختنا **"عائشة وأسماء"**.

...إلى أحوالنا وخالتنا وعائلتهم ...

...إلى أعمامنا وعماتنا وعائلتهم....

...إلى جميع الأحبة والأصدقاء...

إلى كل من جمعتنا بهم أسوار الجامعة.

إلى كل من ذكرهم قلبنا ولم يصلهم قلمنا

إلى كل الأرواح التي فارقتنا لكن ما زالت في قلوبنا

نهدي هذا العمل المتواضع الذي استمتعنا من خلال

حلاوة التعب والمسؤولية العلمية في استثمار ما

تعلمناه طيلة مشوارنا الدراسي.



ملخص الدراسة باللغة العربية

يتمحور موضوع الدراسة حول مضامين الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث هدفت الدراسة الى التعرف على اهم المواضيع التي تناولها منشورات Algerian Comic Movies عبر صفحات الفيس بوك، وتبنت هذه الدراسة نظرية الأدوار من خلال الدراسة على عينة من منشورات ACM عبر الفيس بوك قوامها 208 منشور وذلك ف الفترة الممتدة بين 2021/12/1 الى 2022/03/31 وتمحور السؤال الرئيسي للدراسة كالآتي:

➤ ماهي مضامين الميمز من خلال مجموعة Algerian Comic Movies ACM على موقع الفيسبوك؟

حيث أجريت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة من منشورات مجموعة A C M عبر الفيسبوك ، وقد اعتمدت الدراسة على منح تحليل المضمون، وتم الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون من خلال استمارة تحليل المحتوى طورها الباحث للإجابة على أسئلة الدراسة.

وقد تم التحقق من صدق الأداة عن طريق توزيع استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين، وفي الأخير توصلت إلى نتائج أهمها أن المواضيع الاجتماعية هي الأكثر تناولا في منشورات الميمز، في حين يكمن هدف منشورات مجموعة A C M عبر الفيسبوك من خلال مضامينها في الترفيه ووصف الواقع المعاش في الجزائر، كما احتوت معظم هذه المضامين على موقف السخرية والاستهزاء، كما استخدمت منشورات ميمز في مجموعة A C M اللغة العامية بشكل كبير في مختلف مضامينها ، فاعتمدت على النص والصورة في نشرها ، وفي الأخير تم التفاعل معها من خلال الإعجاب والتعليق.

الكلمات المفتاحية: مضامين الميمز، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك

SUMMARY IN ENGLISH

The topic of the study revolves around the content of memes on social media sites. The study aimed at identifying the most important topics of Algerian Comic Movies Facebook publications. This study embraced role theory by studying a sample of 208 ACM Facebook posts from 1/12/2021 to 31/03/2022.

The study's main question was as follows:

- **What are the contents of memes through the ACM Facebook group?**

The study was conducted on a systematic random sample of the publications of the group A C M via Facebook. The study relied on the content analysis course, and relied on the content analysis method through the content analysis form developed by the researcher to answer the study's questions.

The authenticity of the tool was verified by the distribution of the analysis form to a group of arbitrators, in which the most important findings were that social subjects were the most frequently dealt with in Mims' publications. While the aim of the publications of the A C M Group via Facebook through its contents is to entertain and describe the living reality in Algeria, most of these content also contained a position of irony and ridicule, and Memes' posts in the A C M Group used vernacular greatly in its various contents, She relied on the text and image in her posting, and in the end was interacted with her by liking and commenting.

Keywords Content of Memes, Social Media Sites, Facebook

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	البسمة
	الشكر والتقدير
	الاهداء
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الاجنبية
	فهرس المحتويات
	قائمة جداول
	قائمة الاشكال
	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: الجانب المنهجي	
4	1-الإشكالية:
5	2-تساؤلات الدراسة:
6	3-أهداف الدراسة
6	4-أهمية الدراسة
7	5-أسباب اختيار الموضوع
7	6-حدود الدراسة

7	7- منهج الدراسة والادوات المستخدمة في البحث
13	8- مجتمع وعينة الدراسة
15	9- مصطلحات الدراسة
17	10- لدراسات السابقة
20	11- المقاربة النظرية
22	12- صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الجانب النظري	
24	تمهيد
25	المبحث الأول: مدخل الى الميمات الانترنت
25	المطلب الأول: نشأة الميمز
26	المطلب الثاني: مفهوم الميمز
28	المطلب الثالث: خصائص الميمز
30	المطلب الرابع: فئات الميمز
32	المطلب الخامس: انتشار وزوال الميمز
33	المطلب السادس: تأثير الميمز على المجتمع
35	المبحث الثاني: مواقع تواصل الاجتماعي وتطبيقاتها
35	المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:
37	المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
39	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

40	المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
44	المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
48	المبحث الثالث: خصوصية الفيس بوك كمنصة تواصل اجتماعي
48	المطلب الأول: نشأة الفيس بوك
49	المطلب الثاني: مفهوم الفيس بوك
51	المطلب الثالث: سمات وخصائص الفيسبوك
53	المطلب الرابع: خدمات الفيس بوك
54	المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات الفيس بوك
58	خلاصة الفصل
الفصل لثالث: الجانب التطبيقي	
60	تمهيد
60	بطاقة فنية حول مجموعة الدراسة
60	العينة ومجتمع الدراسة
62	عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية
62	أولاً: البيانات الخاصة بالمحتوى
63	ثانياً: فئات المضمون "ماذا قيل؟"
63	1- التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع
71	2- التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف
72	3- التحليل الكمي والكيفي لفئة المواقف

73	4- التحليل الكمي والكيفي لفئة الفاعل
75	ثالثا: فئات الشكل " كيف قيل؟ "
75	1- التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة
76	2- التحليل الكمي والكيفي لفئة العناصر التيبوغرافية
77	3- التحليل الكمي والكيفي لفئة درجة التفاعل
79	4- التحليل الكمي والكيفي لفئة الصور والرسومات
81	- النتائج العامة للدراسة
83	- خاتمة
84	- قائمة المصادر والمراجع
92	- الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	المحتوى	رقم الجدول
62	جدول يوضح تاريخ نشر المحتوى	01
63	يوضح فئة الموضوعات الرئيسية	02
64	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات السياسية	03
65	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الاقتصادية	04
66	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية	05
68	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الدينية	06
69	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات التعليمية	07
70	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الرياضية	08
71	يوضح فئة الاهداف	09
72	يوضح فئة المواقف	10
73	يوضح فئة جنس الفاعل	11
74	يوضح فئة طبيعة الفاعل	12
75	يوضح فئة اللغة المستخدمة	13
76	يوضح فئة العناصر التيبوغرافية	14
77	يوضح فئة الاعجاب	15
78	يوضح فئة الاعجاب	16
79	يوضح فئة الصور والرسومات	17

قائمة الاشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الشكل
28	ميمز متكون من جزئين	01
29	خصائص الميمز	02
30	قطة غاضبة	03
31	تعديل الصورة: تغيير وجه الرئيس بارك اوباما وزوجته	04
62	جدول يوضح تاريخ نشر المحتوى	05
63	يوضح فئة الموضوعات الرئيسية	06
64	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات السياسية	07
65	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الاقتصادية	08
67	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية	09
68	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الدينية	10
69	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات التعليمية	11
70	يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الرياضية	12
71	يوضح فئة الاهداف	13
72	يوضح فئة المواقف	14
73	يوضح فئة جنس الفاعل	15
74	يوضح فئة طبيعة الفاعل	16
75	يوضح فئة اللغة المستخدمة	17
76	يوضح فئة العناصر التيبوغرافية	18
77	يوضح فئة الاعجاب	19
78	يوضح فئة الاعجاب	20
80	يوضح فئة الصور والرسومات	21

قائمة الملاحق

الصفحة	المحتوى	رقم الشكل
92	استمارة تحليل المحتوى	01
102	اسماء المحكمين	02
103	عينة من منشورات الميمز	03

مقدمة

أحدث التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقة في عالم الاتصال، حيث انتشرت في كافة أنحاء أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف و تبادل الآراء والافكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، واصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الالكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الاعلام الحديث، وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى. حيث أدت مواقع التواصل الاجتماعي إلى فتح آفاق جديدة غير مسبوقة في نقل الاعلام ونشره، و أعطى فرص كبرى لمستخدميه بالتأثر و التأثير في تغير ملامح المجتمعات، حيث اقتضت سابقا على استخدام هذه المواقع للدردشة، وبعد سريان موجة من النضح الشبابي أصبحوا يتبادلون وجهات النظر المتشابهة والمختلفة فيما بينهم، وشجع ذلك الإعلام في احتياج مواقع التواصل الاجتماعي، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والحادة للوصول الى اكبر قدر ممكن لجميع شرائح المجتمع المحلي والعالمي بأقصر وقت، وكما تعد شبكات التواصل الاجتماعي أحد مظاهر التفاعل في اطار ثورة تكنولوجية الاتصال الرقمي، أو ما يسمى الاعلام الجديد، والتي يتيح من خلالها استخدام جميع الأنشطة التفاعلية بكل حرية، فلم تعد تقتصر على كونها أدوات اتصال وتبادل الآراء والتسلية بين الافراد والمجتمعات فقط، بل تجاوز ذلك لتشكل واحدة من اهم أدوات الاعلام التفاعلي، اذ يتواصل من خلالها الملايين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث اتاحت هذه المواقع لروادها التعليق الحر ومشاركة الملفات والصور ومقاطع الفيديو، وانشاء المدونات وارسال الرسائل، بالإضافة الى اجراء المحادثات الفورية.

ويعتبر الفيس بوك أهم هذه المواقع فقد اصبح له تأثير كبير على العديد من فئات المجتمع وخاصة الشباب فقد ظهرت بينهم لغة جديد ما تسمى بالميزر ولد من قلب العلوم البيولوجية، حيث صكه علم الاحياء ريتشارد دو كيتز ليكون نظيرا للكلمة جين حينما يعد وحدة نقل المعلومات البيولوجيا، مع بزوغ عصر الأنترنت والسوشيال ميديا سرعان ما اصبح الميزر يعبر عن الصور والفيديوهات تحمل نصا لتعبير عن موقف معين بشكل فكاهي، بحيث يختص من غيره من

الموارد بعفوية صناعته، وعفوية تناقله، ، فهو يعالج غالبا قضايا مجتمعية معينة بطريقة ساخرة، وسريعة الانتشار منشورة بدون مراجعة أو تدقيق أو ضوابط أو تدخل من طرف الغير . ويتفاعل معها المجتمع الافتراضي سلبا او ايجابا. مما يجعلها مصدرا مهما لقياس الرأي العام في المجتمع.

وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة الى ثلاثة فصول وهي كالتالي:

تضمن الفصل الأول الاطار المنهجي: الاشكالية كتقديم للموضوع وطرح تساؤل البحث مع اهداف الدراسة، واسباب اختيارنا للموضوع، انطلاقا من الدراسات السابقة، وكيف تناولت الموضوع، مع طرح مفاهيم الدراسة، والنظرية المؤطرة لبحث التي لها علاقة بلب الموضوع، كذلك ادوات البحث المستعملة، حيث اعتمدنا على تحليل المضمون كأداة عرض وتحليل لعينة الدراسة، من مجتمع البحث الكلي المتحصل عليها عن طريق العينة العشوائية المنتظمة ومنهج الدراسة المتمثل في المنهج الوصفي.

اما بالنسبة بالفصل الثاني المتعلق بالاطار النظري، تم تقسيمه الى ثلاثة مباحث التي حاولنا من خلالها تقديم صورة شاملة للمتغير المرتبط بالدراسة. فالمبحث الأول الذي جاء تحت عنوان: مدخل الى ميقات الانترنت تناولنا فيه نشأة الميمز ومفهومه، و خصائصه، و فئاته، و انتشار و زوال الميمز، وتأثيره على المجتمع. اما المبحث الثاني الذي يندرج تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها تطرقنا فيه الى: نشأة ومفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصه وأنواعه، وإيجابيته وسلبياته. وفي الاخير المبحث الثالث بعنوان خصوصية الفيس بوك كمنصة تواصل اجتماعي حيث احتوى كذلك على: نشأة ومفهوم الفيس بوك و سمات و خصائص و خدمات الفيس بوك، وفي الاخير إيجابيته وسلبياته.

أما الفصل الثالث للدراسة فخصصناه لاطار التطبيقي الذي يمثل المنعطف الرئيسي للدراسة، بإجراء دراسة تحليلية لمجموعة Algerian Comic Movies ACM عبر موقع الفيس بوك، من خلال اعطاء لمحة عن المجموعة، وتحليل البيانات، واعطاء النتائج العامة للدراسة وفي الاخير وضع خاتمة الدراسة مع ذكر قائمة المصادر والمراجع والاشارة الى الملاحق.

الفصل الأول: الجانب المنهجي

- 1- اشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- حدود الدراسة
- 7- منهج الدراسة والادوات المستخدمة
- 8- مجتمع وعينة الدراسة
- 9- مصطلحات الدراسة
- 10- الدراسات السابقة
- 11- المقاربة النظرية للدراسة
- 12- صعوبات الدراسة

1- الإشكالية:

اصبح استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال ضرورة اساسية من ضروريات الحياة اليومية للإنسان، لما تقدمه من خدمات في مختلف المجالات، وشهد العالم خلال العقود الاخيرة تغير متسارع في طريق استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال، فتغيرت المفاهيم وتطورت الادوات فاصبح الفرد يعيش في عالم افتراضي، تحكمه برامج وتطبيقات جديدة تركز اساسا على ارتباط اجهزة الحواسيب المحمولة والهواتف الذكية واللوحات الرقمية بالشبكة العنكبوتية.

وتعتبر شبكة الانترنت كيان واحدة مترابط وموزعا في شتى انحاء العالم، فهي من اكثر تكنولوجيايات الاتصال انتشارا والاكثر اثارة من العديد النقاشات والحوارات، حول تأثيرها وانعكاساتها وتداعيتها المختلفة سواء بالإيجاب او السلب، حيث اصبحت من الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها ويرجع الاهتمام الكبير بشبكة الانترنت الى عدة عوامل اهمها: التفاعلية والمعلومات الوفيرة والافكار والنصائح والارشادات حول العديد من المواضيع والمجالات، كما تتميز الشبكة بفرص التواصل بين المستخدمين، وتوفر لهم خدمات تساعدهم في الاشباع العديد من احتياجاتهم كالحصول على المعلومات والايخبار وكذلك اشباع رغبة التسلية و الاسترخاء والهروب من الواقع والتفاعل الاجتماعي .

ومع الاعتماد المتزايد عليها اصبح استخدام منصات التواصل الاجتماعي جزءا اساسيا للتواصل اليومي والاستقبال لكثير من الاشخاص في العالم، ويعد الشباب هم المستخدمين الرئيسيين لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث ان معظم شباب اليوم يقضون اغلب اوقاتهم في استخدام هذه الوسائل، حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الاخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، حيث يكون فيها المتلقي الحلقة الاساسية في بنائها وصياغتها وتبادلها عن نطاق واسع ، على اعتبار ان التواصل الاجتماعي هو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف النقالة لتحويل عملية الاتصال الى حوار تفاعلي فيما بينهم، يتم عبر تداول الصور والفيديوهات والايخبار وقد تعددت شبكات التواصل الاجتماعي فنجد مثلا اليوتيوب، الفيسبوك، الانستغرام، التويتر، واتساب، فقد خلقت هذه المواقع مساحة ثم انشائها للمستخدمين لنشر مختلف المضامين عن طريق الصور المضحكة أو عبارات او مقاطع فيديو تسمى بـ ميمات الإنترنت.

فهذه الاخيرة قد انتشرت في مواقع التواصل الاجتماعي بقوة، فوجدوا فيها متنفس لهم عن ضغوط الحياة اليومية، من خلال تداول هذه الصور فيما بينهم واصبحت هذه المواقع مسرح لمشاهير هذا النوع، ينشرون في صفحات متعددة مستوحات من افلام كوميدية والتعليق عليها في قالب كوميدي، بينما ابتكر بعضهم شخصيات كرتونية كطريقة لعمل اسقاطات معينة تحشد الرأي العام ضد بعض القرارات والقضايا، فقد استطاعت هذه الصور الساخرة ايجاد حيز لها في العالم الرقمي تحت ما يسمى الميمز، حيث انشأت صفحات عديدة في الجزائر خاصة بالميمز ومن بينهم مجموعة Algerian Comic Movies ACM وعليه نطرح الاشكالية التالية:

➤ ماهي مضامين الميمز من خلال مجموعة Algerian Comic Movies ACM على

موقع الفيسبوك؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ما هي ابرز الموضوعات التي يتناولها الميمز في مجموعة الفيس بوك Algerian Comic Movies ACM ؟
- ما هي ابرز الاهداف التي يحققها الميمز في عينة الدراسة؟
- ما هي المواقف الواردة في الميمز في عينة الدراسة ؟
- ما هي الشخصيات الفاعلة في مواضيع الميمز في عينة الدراسة؟
- ما هي أساليب نشر الميمز في مجموعة عينة الدراسة ؟
- كيف يتفاعل المتابع مع مضامين الميمز في عينة الدراسة ؟
- ما هي اللغة المعتمدة في منشورات الميمز ؟
- ما هي درجة تفاعل الجمهور مع منشورات الميمز في عينة الدراسة ؟

3- أهداف الدراسة:

- الكشف عن اهم المواضيع التي تناولتها منشورات الميمز.
- السعي لمعرفة ابرز الاهداف التي يحققها الميمز.
- معرفة المواقف المتضمنة في مواضيع الميمز .
- التعرف على الشخصيات الفاعلة في مواضيع الميمز.
- تحديد أساليب نشر الميمز في مجموعة الفيس بوك .
- معرفة كيف يتفاعل المتابع مع مضامين الميمز .
- تحديد اللغة المعتمدة في منشورات الميمز .
- تحديد درجة تفاعل الجمهور مع منشورات الميمز.

4- أهمية الدراسة

تعد مسألة تحديد أهمية الدراسة ضرورة من ضرورات البحث، وذلك لان البحث العلمي نشاط منظم وهادف، ولذا وجب علينا كباحثين أن نحدد أهمية بحثنا، وما الذي يمكن أن يضيفه في معارفنا وعليه تبرز اهمية هذا البحث في:

- تبرز قيمة هذه الدراسة كونها من الدراسات النادرة التي تدرس محتوى الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بحيث لا توجد أي دراسة لرسالة الماجستير او الدكتوراه باللغة العربية تدرس هذا الموضوع تحديدا، مما يعطي لهذه الدراسة طابع الجدة.
- تكمن اهمية هذه الدراسة انها تساهم في توسيع دائرة البحوث الاكاديمية حول اهمية مضامين الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر لأنها اصبحت وسيلة تعبيرية مهمة يستخدمها الافراد لتمرير محتوهم او لإيصال فكرة معينة.
- و تكمن اهميتها كذلك من خلال قيام بتحليل مضامين التي تنشرها صفحات Algerian Comic Movies ACM والكشف عن اهدافها وطريقة التفاعل مع منشوراتها.

5- أسباب اختيار الموضوع

اسباب الذاتية:

- اهتمامنا كباحثين لموضوع الميمز.
- رغبتنا في اجراء دراسة تحليلية باستخدام أداة تحليل المضمون كأداة من ادوات البحث المنهجي التطبيقي لجمع المعلومات والحقائق حول موضوع الميمز.
- إثراء مكتبتنا ومجالنا نحن طلبة علوم اعلام واتصال.بمثل هذا النوع من المواضيع.

اسباب موضوعية:

- موضوع جديد و قلة الدراسات العربية في هذا الموضوع.
- قابلية الموضوع للدراسة وتماشى الموضوع مع تخصصنا.
- الفائدة العلمية للموضوع، اذ يعتبر موضوع ذو أهمية علمية لما يقدمه من وصف عميق للظاهرة.

6- حدود الدراسة

الحدود المكانية: تمثلت في مجموعة Algerian Comic Movies ACM على الفيس بوك
الحدود الزمنية: تقتصر هذه الدراسة في حدودها الزمنية في الفترة ما بين شهر أكتوبر 2021 الى غاية 2022.

7- منهج الدراسة والادوات المستخدمة في البحث

1 - منهج الدراسة

لكل بحث منهج يسير عليه لدراسة المشكلة فمنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد ابعادها ومعرفة اسبابها وطرق

علاجها والوصول الى نتائج عامة يمكن تطبيقها فالمنهج فن تنظيم الافكار، سواء للكشف عن حقيقة غير معلومة لنا أو لأثبات حقيقة نعرفها.¹

ويعرف كذلك بانه هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الافكار العديدة، إما من اجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون بها جاهلين، أو من اجل البرهنة عليها للأخرين، حين نكون بها عارفين.²

وكذلك هو مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات المنهجية التي يستعين بها الباحث في تنظيم النشاط الذي يقوم به من اجل التقصي عن الحقائق العلمية او الفحص الدقيق له.³

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أن دراستنا تتمحور حول مضامين الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر فإنها تنتمي الى الدراسات الوصفية التحليلية كونها تقوم على وصف وتحليل المضامين المنشورة في مجموعة الفيسبوك وكشف ابعادها والهدف منها.

وللقيام بهذه الدراسة اعتمدنا على منهج تحليل المضمون: وهو وصف منظم ودقيق، لحتوى تقرير معين حول ظاهرة او حدث ما، من خلال تحديد مشكلة الدراسة واهميتها وهدفها، وتحديد مجتمع الدراسة الذي سيتم اختيار الحالات الحاصلة فيه، لدراسة مضمونها وتحليله.⁴

ويعرف بانه: أسلوب للبحث العلمي يسعى الى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في

¹ محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، 1992، القاهرة، ص26.

² عبد الرحمان بدوي، دار القلم، مناهج البحث العلمي، لبنان، 1977، ط3، ص4.

³ محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، مكتبة النور، 2020، ص10.

⁴ كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016، ص64.

تساؤلات البحث طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك أما في وصف هذه المواد الاتصالية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الاتصالية، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، وذلك بشرط ان تتم عملية التحليل بصفة منتظمة.¹

2 - اداة الدراسة

وقد اعتمدنا على استمارة تحليل المضمون وهي عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث والسؤال الجوهرى له، وتوضيح استعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين، وفي اسفل هذه الورقة يكتب اسم ولقب الباحث على اليمين، واسم ولقب المشرف على الباحث على اليسار.²

وتعرف كذلك بانها الاستمارة التي يصممها الباحث ليفرغ فيها محتوى كل مصدر في حال تعدادها، بحيث تنتهي علاقته بعد ذلك المحتوى وتحتوى استمارة التحليل على "البيانات الأولية فئات التحليل - وحدات التحليل - الملاحظات".³

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 136.

² حياة رحو ، عمومن هناء، مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك دراسة تحليلية للصفحات الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2015، ص12.

³ خديجة بروسى ، جهاد بكوش ، الحملات الانتخابية عبر الفايسبوك دراسة تحليلية من صفحات الالكترونية للحملات الانتخابية الجزائرية لمخليات 2017، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017/2018، ص28.

❖ فئات تحليل المضمون: غالباً ما ترتبط عملية التصنيف و تحديد الفئات في تحليل المضمون، بمفهوم التجزئة، أي تحويل الكل إلى أجزاء (وحدات، فئات) قابلة للعد والقياس، ذات موصفات وخصائص طبقاً لمحددات ومعايير يتم وصفها دقيقاً، ويتوقف نجاح تحليل المضمون بشكل أساس على الفئات المستخدمة في التحليل ودقة وضوحها وتكيفها مع مشكلة البحث ومع طبيعة المضمون، وتعتبر هذه العملية من أكثر المراحل صعوبة وتحتاج إلى دقة ومهارة بالغة من الباحث. وينبغي على الباحث تقديم تعريفات إجرائية دقيقة وموضوعية بما يساعد على تحديد التعابير المناسبة لتصنيف وحدات التحليل وفئاته.¹

وتصنف فئات التحليل الى نوعيتين رئيسيتين هما: الأولى فئة الموضوع (ماذا قيل)، والثانية: فئة الشكل (كيف قيل) الذي قدمت به المادة الإعلامية.²

أ- الفئات الخاصة بالمضمون: أي محتوى المادة الاتصالية، وما تشتمل عليه من أفكار وكلمات ومعان، ومن قضايا وموقف.³

- فئة الموضوع: هي من أكثر الفئات استخداماً في بحوث الإعلام و الاتصال، و ذلك للسهولة النسبية التي تتطلبها، إذا أنها تحاول الإجابة عن السؤال: علاماً يدور المحتوى؟، أي ما هي المواضيع الأكثر بروزاً في المحتوى؟، و في هذه الحالة يبدأ الباحث بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها و التي يمكنها الإجابة عن إشكالية بحثه، ثم يقوم بتقسيم كل موضوع إلى مواضيع فرعية يمكنه من خلالها حساب ضبط المواضيع الرئيسية.⁴

¹ سعد سلمان المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص 183.

² مرجع نفسه، ص 184.

³ محمد عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص 227.

⁴ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم لنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 60.

- فئة الاهداف: وتعني برصد الاهداف التي يرغب صاحب المحتوى او الرسالة في توجيهها من خلال معالجته للموضوع.¹
 - فئة القيم: وتتعلق بالوقوف على القيم التي تتضمنها مادة الاتصال.²
 - فئة الفاعل: وتقصد هذه الفئة رصد الأشخاص، الهيئات، المؤسسات، التي تحرك الموضوع المتار في الرسالة سياسيون، مجاهدون، احزاب، علماء..... الخ³
 - ب-الفئات الخاصة بالشكل (كيف قيل؟): وتهتم برصد شكل عرض المادة الاعلامية وعادة ما تحاول الاجابة عن السؤال (كيف قيل؟) وتصدر أهمية هذه الفئة من قوة تأثير شكل التقديم أو عرض أو الكتابة في قناعات المستقبلين إذا كثيرا ما يميل المستقبلون الى الرسالة الاعلامية من مجرد شكلها، بل ربما هو النافذة الاولى التي يتعرفون من خلالها على الرسالة، ومعروف أن الشكل يحمل في ذاته دلالات معينة يقصدها القائم بالاتصال⁴ ومن بين الفئات التي اعتمدنا عليها في دراستنا هي:
 - العناصر التيبوغرافية: يقصد بها الكيفية التي يتم بها اخراج المادة الاعلامية⁵.
 - فئة اللغة: يقصد بها اللغة التي قدمت بها الرسالة.⁶
- وقد اعتمدنا في دراستنا الفئات المذكورة اعلاه بالإضافة الى فئة التفاعلية وهي الطريقة التي يتفاعل بها الجمهور بالإضافة الى فئة درجة التفاعل.

¹ محمد البشير بن طبة، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال مقارنة في الاشكالية والصعوبات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمزة لخصر، الوادي، العدد 14/13 ديسمبر 2015، ص323

² عمار بوحوش وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، المانيا، 2019، ص 156.

³ محمد البشير بن طبة، مرجع سبق ذكره، ص 322.

⁴ مرجع نفسه، ص 324.

⁵ يوسف ثمار، مرجع سبق ذكره، ص55.

⁶ محمد البشير، مرجع سبق ذكره، ص 324

❖ وحدات تحليل المضمون: هي وحدات المحتوى التي يمكن اخضاعها للعد والقياس ويعطي وجودها او غيابها وتكرارها دلالات في تفسير النتائج الكمية هناك خمسة وحدات رئيسية وهي:

- وحدة الكلمة: تعبر عن رمز أو مفهوم أو مدلول.
 - وحدة الموضوع والفكرة: عبارة عن جملة أو عبارة عن فكرة يدور حولها موضوع التحليل كموضوع التربية مثلا.
 - وحدة الشخصية: تشير الى الاشخاص او الشخص محور الاهتمام.
 - الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية: قد تكون خطاب او كتاب او برنامج تلفزيوني ويستطيع الباحث ان يصنف البرنامج التلفزيوني الى برامج سياسية، اقتصادية، ثقافية .
 - مقاييس المساحة والزمن: المقاييس المادية التي يتبعها للتعرف على المساحة التي تشغلها المادة المنشورة في الكتب او الصحف المطبوعة، او المدة الزمنية التي استغرقتها المادة في الاعلام.¹
- وفي دراستنا اعتمدنا على وحدة الموضوع و الكلمة كونها الانسب لدراستنا بين كل الوحدات والكفيلة بإعطاء تحليل دقيق للمضامين المحددة في الدراسة

❖ صدق الاستمارة

يعد الصدق من الشروط المهمة الواجب توفرها في اداة جمع البيانات، وعليه يقصد بالصدق، وعليه يقصد بالصدق " صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل اليه الباحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها الى التعميم.²

¹ سليمة بوخيوط، ياسمينة كنفى، تحليل المضمون في الدراسات السوسولوجية، مجلة الفتح للدراسات النفسية والتربوية، المجلد

5، العدد 01

² حنان بشتة ، بوعمشة نعيم، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، جامعة جيجل، مجلد03، عدد02، جوان، 2020، ص118.

و في هذه الدراسة تم إجراء أداة الصدق من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المحكمين في قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية، لتقدير مدى صلاحيتها وابداء رأيهم وإعطاء توجيهات وارشادات منهجية، حيث مر بناء الاستمارة بعدة مراحل منها أولاً إعداد استمارة أولية بناء على الاطلاع على جزء من المادة التي سيتم تحليلها ومن اجل تحقيق الصدق تم وضع تعريفات لفئات التحليل، وبعد ذلك عرضت الاستمارة مع دليل التعريفات الإجرائية على الأستاذ المشرف وعلى مجموعة من الأساتذة المختصين من اجل تحكيم الاستمارة من طرف الأساتذة (شرايطي فوزي، طوابية محمد) وفي الأخير تم بناء الاستمارة النهائية بالأخذ بملاحظتهم، وترد استمارة التحكيم في الملحق رقم (02).

8- مجتمع وعينة الدراسة

1-8 مجتمع الدراسة:

ويقصد به كامل افراد او احداث او مشاهدات موضوع البحث او الدراسة.¹ ولكن هل يستطيع الباحث ان يدرس جميع افراد مجتمع البحث؟ ان على الباحث ان يختار جزء من مجتمع البحث يسميه عينة البحث اد في مثل هذه الحالة يشبه الطبيب الذي يحلل دم المريض انه لا يحلل كل دم المريض انما يأخذ عينة صغيرة فقط ولا شك ان لهذه العينة الصغيرة نفس خصائص الدم كله ، فالطبيب لا يحتاج لتحليل كل الدم، ولا ضرورة لذلك، وكذلك الباحث لا يحتاج الى دراسة كل افراد المجتمع بل يختار جزء منهم او عينة منهم.²

ويتمثل مجتمع بحثنا في منشورات مجموعة Algerian Comic Movies ACM عبر موقع

الفييس بوك في الفترة الممتدة ما بين 1 ديسمبر 2021 الى غاية 31 مارس 2022.

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999،

ص 84.

² حميدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر، د ت، ص 109، ص 110.

2-8 عينة الدراسة:

ويقصد بالعينة على انها المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها، حيث تكون ممثلة بخصائص مجتمع الدراسة الكلي.¹

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على العينة العشوائية المنتظمة وهي العينة التي يتم اختيار مفرداتها بصفة منتظمة بعد اختيار المفردة الأولى عشوائيا ويقصد بالمنتظمة اختيار مفردات العينة على مسافات متساوية على مستوى المجتمع البحثي دون ترك فجوات غير مغطاة، ويشترط أن تكون للباحث جميع قوائم مفردات مجتمع الدراسة لأجل استخراج المدى. ويحسب المدى بقسمة عدد مفردات مجتمع الدراسة على عدد مفردات العينة²

وتعرف أيضا العينة العشوائية المنتظمة: هي التي يتم اختيار أفرادها من قائمة بطريقة منتظمة، مثل: اختيار طالب من عشرة طلاب، وهذا يعتمد على حجم القائمة والعينة، والفرق بين العينة المنتظمة وبقية الأنواع من العينات، ان في العينة المنتظمة لا يوجد مجال للصدفة إذ أن الشخص بعد الاختيار الأول يأتي بشكل أوتوماتيكي وهكذا.³

تم اختيار حجم العينة من مجتمع الدراسة في الفترة الزمنية المحددة من 1 ديسمبر 2021 الى غاية 31 مارس 2022. حيث قدر مجمل المنشورات 2600 منشور، واخترنا منها نسبة 8% لتتحصل على 208 منشور، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية المنتظمة بعد حساب المسافة التي قدرت بـ 12 وعليه فقد اخترنا اول منشور لمجتمع الدراسة بشكل عشوائي ثم قمنا بحساب مسافة معينة

¹ خليف رزقي، شيقارة هجيرة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة المعارف، جامعة البويرة، البويرة، العدد 23 ديسمبر، 2017، ص 282.

² محمد الفاتح حمدي، سمير سطوطاح، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال وطريقة اعدادا البحوث، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2019، ص 61

³ منذر عبد الجميد الظامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 173.

لنختار المنشور التالي ثم في كل مرة نحسب مسافة العينة 12 ونختار المفردة الموالية حتى تمكنا من تحديد مفردات عينة التحليل.

9- مصطلحات الدراسة

تتعد خطوة تحديد المفاهيم من الخطوات الهامة في اي دراسة او بحث العلمي وخاصة في العلوم الاجتماعية والانسانية وعليه سنحاول هنا التعرض للمفاهيم الاساسية التي وردت في هذه الدراسة والتي تمثلت في:

1- المضامين

1-1 التعريف اللغوي: قال ابن منظور في لسان العرب: والمضامين: ما في بطون الحوامل من كل شيء كأنهن تضمنه، وهي جمع مضمون. ويقال: ضمن الشيء بمعنى تضمنه، ومنهم قولهم: مضمون الكتاب كذا وكذا، قال: إذا كان في بطن الناقة حمل فهي ضامن ومضمان، وهن ضوامن ومضامين.¹

2-1 التعرف الاصطلاحي: هو اي مضمون ينتجه مستخدمين وسائل الاعلام الجديدة بأنفسهم، وبشكل مستقل عن أي مؤسسة اعلامية او غير اعلامية، ويستهدف مستخدمين اخرين.²

3-1 التعريف الإجرائي: هو محتوى جميع منشورات صفحة Algerian Comic Movies ACM عبر موقع الفيس بوك.

¹ عبد الله بن محمد الإسماعيلي، المضامين التربوية في كتاب بستان العارفين للأمام النووي وتطبيقاتها في مجال الاسرة والمدرسة، مذكرة لنيل الماجستير، قسم التربية، كلية الدعوة والاصول الدينية، جامعة الاسلامية بالمدينة المنورة، السعودية، 1935هـ/1436هـ، ص، 9.

² حسبية حميتي، أم كلثوم نوحه، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الاعلامية في اليوتيوب، دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، نخصص تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016/2017، ص 19.

2- الميمز: (Memes)

1-2 التعريف الاصطلاحي: تعني الفكرة التي تنتقل من شخص إلى آخر ضمن إطار ثقافي واحد، أما في مفهومها الإلكتروني فهي عبارة عن صور مركبة مرفقة بتعليق 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 أحياناً، وبالكتابة أحياناً أخرى. لكن الصور المرفقة بتعليق تبقى الشكل الأكثر انتشاراً والأسهل في عملية التنفيذ والتأويل والفهم.¹

2-2 تعريف الإجرائي: الميمز هو وسيلة من وسائل إيصال المعلومات أو نشر فكرة من شخص إلى آخر من خلال الإنترنت، بطريقة ساخرة أو فكاهية بواسطة صور أو فيديوهات.

3- مواقع التواصل الاجتماعي:

1-3 التعريف الاصطلاحي: هي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب، تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية، وتبادلها بسهولة ويسر، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية.² وتعرف كذلك بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح لأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، و إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر.³

2-3 التعريف الإجرائي: نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه دراسة مجموعة ACM على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك.

¹ <https://ultratunisia.ultrasawt.com> تم الاطلاع عليه في 2022/03/14 على الساعة 14:45

² علي سيد اسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعية بين التصرفات المرفوضة، والاخلاقيات المرفوضة، بحث مقدم لجائزة خدمة

الدعوة والفقهاء الاسلامي، دار التعليم الجامعي، إسكندرية، 2020، ص 20.

³ ايهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 42.

4- الفيس بوك:

1-4 التعريف الاصطلاحي: هو أشهر موقع الكتروني على شبكة الانترنت يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً، اذ ينشئ المستخدمون ملفاً يتضمن صور واهتمامات شخصية ويتبادلون وسائل خاصة وعامة ويقومون بتكوين مجموعات من الاصدقاء لتبادل الآراء والافكار.¹

10- الدراسات السابقة

9-1 الدراسات العربية:

دراسة لمياء مرتضى 2020

تحت عنوان منطلقات لأنثروبولوجية ميمات الانترنت رصد للتمثلات والممارسات تسعى هذه الدراسة للتعرف على واقع تلقي ميمات الانترنت لدى الطلبة الجزائريين ومدى انتشار هذه الظاهرة في مجتمع الجزائري وقد تمثل مجتمع البحث في الطلبة أما عن المعاينة فقد كانت غير احتمالية نمطية، وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة في ان المواضيع المضحكة والفكاهية لما تمثله من واقع المعاش تجذب الطلبة وتولي لها اهمية كبيرة

اهتمت هذه الدراسة بظاهرة الميمز كظاهرة جديدة الذي يعيشها الافراد في مجال الرقميات لذلك استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري لما تطرقت له من واقع تلقي الميمات وماهي المواضيع التي تجلب الطلبة في محتويات الميمز.²

9-2 الدراسات الأجنبية:

1- دراسة انوشكا كولكارني بعنوان ميم الإنترنت والخطاب السياسي دراسة عن تأثير الانترنت

في ايصال الهجاء السياسي، جامعة أميبي، 2017

¹ سعد سليمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة، عمان، دار مجد للنشر والتوزيع، 2020، ص 87

² مرتاض لمياء ، منطلقات الأنثروبولوجيا ميمات الانترنت، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد 16، عدد 04، 2020.

يدرس هذا البحث استخدام ميم الإنترنت كأداة للخطاب الذي ينقل السخرية السياسية ويفحص هذا العمل ميم الإنترنت الذي يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكذلك تأثير الميم السياسي على المواطنين وتأثيرها على التفاعلات السياسية بناء على تحليل محتوى استخدام ميمات الإنترنت في قضيتين سياسيتين في الهند.

فرضيات الدراسة:

- تستخدم ميم الإنترنت كأداة لتوصيل السخرية السياسية ولكن ليس لها تأثير على الجمهور.
- أحدثت ميم الإنترنت نقلة نوعية في الخطاب السياسي وأثرت على المشاركة السياسية للمواطنين في الهند.

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهجية الكمية والنوعية للدراسة بالاعتماد على الاستبيان المنظم كأداة لإجراء المسح وقد تم إجراء مسح لمستهلكي وسائل الإعلام لفهم تأثير هذه الهجاء السياسية على الناس وتأثيرها على المشاركة السياسية

نتائج الدراسة

- تستخدم الأحزاب السياسية الميمات لمعارضة أو انتقاد قضايا معينة من خلال منصات التواصل الاجتماعي لتوصيل الأفكار إلى جمهور أكبر، ويتم إنشاء ميمات الإنترنت في الغالب بواسطة المستخدم ولكن هناك أيضاً الميمات التي طورتها الأحزاب السياسية كأداة للدعاية.
- الميمات تعتبر دعابة للتعليق على شخص أو فكرة أو أيديولوجية بطريقة ساخرة.
- تساعد ميم الإنترنت في إيصال السخرية السياسية ولكن ليس لها تأثير على التغيير في سلوك التصويت والآراء السياسية وأيديولوجيات الناس.

- تعتبر الميمات مجرد مصدر للترفيه وأيضاً تساعد ميم الإنترنت من قبل المؤسسات الإعلامية في تأطير القضايا في أذهان الجماهير.¹

وتكمن نقاط التشابه بين الدراستين في دراسة الميمز على انه يستخدم لمعارضة او انتقاد او قضايا معينة وبأنها دعابة للتعليق اما نقاط الاختلاف بينهما تكمن في ان هذه الدراسة تهتم بدراسة تأثير الميمز السياسي على المواطنين على غرار دراستنا اهتمت بتحليل مضامين الميمز للتعرف على الموضوعات المتجسدة فيه.

2- دراسة محمد عامر مسعود وآخرون

بعنوان فهم الميمات المرئية: تحليل تجريبي للنص المتراكب على الميمات المشتركة على تويتر، جامعة بوفالوا تطرقوا فيها حول الموضوعات الواردة في نص هذه الميمات، والتي يشير إليها بأنها صورة مع نص الميمات. وجدوا أن 30% من الميمات التي تحتوي على صورة مع نص في عينتهم والتي تحتوي على موضوعات محددة ذات صلة سياسية، ووجدوا أيضاً تباينات في من يعبر عن نفسه عبر الميمات المصورة بالنص، والصور بشكل عام، مقابل أشكال التعبير الأخرى على Twitter تشير حقيقة أن بعض الأفراد يستخدمون الصور مع النص للتعبير عن أنفسهم ، بدلا من إرسال تغريده نصية عادية ، إلى عواقب محتملة على تمثيل التحليلات التي تتجاهل النص الموجود في الصور.²

يكمن وجه الشبه بين هذه الدراسة ودراستنا في ان كلا منها اهتمت بالميمز والموضوعات الواردة ضمن محتويات الميمز والاسلوب المعتمد في نشرها، اما وجه الاختلاف فيتمثل في ان هذه

¹ Anushka Kulkarni, **internet meme and political Discourse : A study on the impact of internet meme as a tool in communicating political satire**, *Journal of Content, Community & Communication, Amity School of Communication, Vol. 6, June, 2017.*

² Yuhao Du, Muhammaad Amir Masood, **kenneth Joseph, Unnderstandding Visual Memes :An Empirical Analysis of text suuperimposed on Memes Shared onn Twitter**, *Computer Science and Engineering, University at Buffalo, Buffalo,2020.*

الدراسة اهتمت بمنشورات الميمز عبر التوتير في حين دراستنا اهتمت بمنشورات الميمز عبر مواقع الفيس بوك .

11- المقاربة النظرية

سنعتمد في دراستنا هذه على نظرية الأدوار لارفينغ غوفمان، لان ميمات الانترنت تعبر عن سخرية أو اعتراض عن أدوار معينة يقوم بها الافراد داخل المجتمع.

قدم الباحث ارفينغ غوفمان جملة من التحليلات والاسس ضمن علم الاجتماع الوحدات الصغرى الميكروسوسولوجيا وعلم النفس الاجتماعي لدراسة التفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية وقد انطلقت نظريته من خلفية إيستمولوجية مفادها ان الانسان كإنسان يرى الحقيقة فقط بواسطة الرموز فالعالم الاجتماعي ليس نظاما ذاتيا والمعاني غير موروثه في السلوك ولكن دلالة سلوك ما تكمن في المعاني المنسوبة اليه¹

حين يؤدي فرد من الافراد دورا من الادوار، يطلب مراقبيه ضمنا بان يأخذوا على محمل الجد الانطباع الذي تعزز أمامهم يطالبهم بان يؤمنوا ان الشخصية التي يرونها تمتلك حقا تلك السمات التي يبدووا انها تمتلكها وان المهمة التي تؤديها سوف تترتب عليها عواقب التي تزعم ضمنا انها سوف تترتب عليها، واما الامور عموما هي ما تبدوا عليه وتمشيا مع هذا تم وجهة نظر الشائعة التي مفادها ان الفرد يؤدي ادائه ويعرض عرضه لنفحة آخريين²

حيث تعتبر النظرية أن أكثر ما يكشف في فهم السلوك الاجتماعي أثناء التفاعلات ليس تحليل الخصائص الفطرية، ولا تحليل السمات النفسية للشخص، بل هو بالأحرى دراسة ما يسميه "سطح المظهر" الذي يتم إنشاؤه للآخرين الذين يتفاعل المرء معهم. ويرى غوفمان أن الأفراد

¹ باديس لونيس، إرفنغ غوفمان والظاهرة الاتصالية قراءة إيستمولوجية في أهم أفكاره النظرية، مجلة دراسات وابحث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 10، عدد4، ديسمبر 2018، ص728.

² ارفنغ غوفمان ت ر: ثائر ديب، تقدم الذات في الحياة اليومية، دار المعنى للنشر والتوزيع، ط1، 2021، ص35.

يقدمون أنفسهم من خلال الأدوار التي يقومون بها، أي أن الأفراد حين يقومون بأداء الأدوار فإنهم في الحقيقة يحاولون التعبير عن خصائصهم الشخصية وتقديم صورة مثلى لأنفسهم.¹

ويكمن نجاح الفرد في تقديم ذاته حسب قدرتك على أداء تلك الأدوار وما يتعلق بها على وجه مسرحي صحيح، يتلاءم مع مكانته الاجتماعية داخل هذا الدور، شرط أن لا يحدث تداخل في هذه الأدوار أو انتقال للمعلومات التي قد تفسد وتغير من مجريات المسرحية، إننا إذا في الحياة كما يرى غوفمان: نراعي في كل مسرح متطلباته من اللغة والإشارات والملابس والتعبيرات التي تتلاءم معه تماما دون أن نخلط بين هذه المسارح؛ إذ لدينا القدرة على الانتقال بسلاسة من مسرح لآخر دون وعي منا، وإذا ما حدث أي خلل وإقحام لكلمات أو إشارات معينة لا تناسب المسرح الذي نحن فيه، نصاب بالحرج والارتباك، ومفاد ما ذهب إليه ارفينغ غوفمان، أننا نمتلك سرعة الانتقال والتحول في أدائنا لأدوارنا وسلوكنا وردود أفعالنا، لكن نحن ضمن رقابة تحيط بنا، قد تقودنا للسخرية، الاستغراب، الدهشة، والغضب في حال ما أخطأنا أي مسار أو افتراض من أدوارنا المسرحية المنتظمة والروتينية، وسيظل من يراقب ذاتنا يصقل ويحفر ويغير فينا ضمينا كل ما يوقعنا فيما سبق ذكره من مزاج ورد فعل، غضب، دهشة، سخرية، لكننا سنظل كذلك تبعا للمواقف والسياقات نفرض تحولات مفاجئة في المواقف والأدوار.²

ويضيف غوفمان، أن أداءنا للدور له جوانب واعية وغير واعية. أي أننا نعطي معلومات للآخرين عن أنفسنا بقصد من أجل إدارة انطباعهم عنا، ولكننا أيضا نعطي معلومات بغير قصد قد يلتقطها الآخرون ويأخذونها في الاعتبار عند اتخاذ أي قرار بشأن كيفية التفاعل معنا.³

¹ ريم الانصاري 2021/05/24، نظرية غوفمان ادارة الانطباع، تم الاطلاع عليه 2022 /03/02 على ساعة 15:20

<https://drasah.com/Description.aspx?id=4197&url>

² خلود نذار خادم، عبد القادر مالفى، عرض الذات في العالم الرقمي رؤية تحليلية وفق منظور ارفينغ غوفمان الدرامي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 10، العدد 02، 2021، ص 118.

³ مرجع نفسه، ص 119.

12- صعوبات الدراسة

ان أي بحث لا يخلو من صعوبات ولهذا فقد واجهتنا بعض الصعوبات في هذه الدراسة

وتتمثل في :

- ندرة المراجع التي تتعلق بموضوع الميمز
- نقص الدراسات السابقة التي تخص الموضوع
- مواجهة صعوبة في ترجمة الدراسات الاجنبية

الفصل الثاني: الجانب النظري

تمهيد

➤ المبحث الأول: مدخل الى ميمات الانترنت

- المطلب الأول: نشأة الميمز
- مطلب الثاني: مفهوم الميمز
- المطلب الثالث: خصائص الميمز
- المطلب الرابع: فئات الميمز
- المطلب الخامس: انتشار وزوال الميمز
- المطلب السادس: تأثير الميمز على المجتمع

➤ المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها

- المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

➤ المبحث الثالث: خصوصية الفيس بوك كمنصة تواصل اجتماعي

- المطلب الأول: نشأة الفيس بوك
- المطلب الثاني: مفهوم الفيس بوك
- المطلب الثالث: سمات وخصائص الفيس بوك
- المطلب الرابع: خدمات الفيس بوك
- المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات الفيس بوك

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الجانب النظري

تمهيد

التطورات العلمية الحديثة، التي عرفها الانسان انعكست ايجابيا حتى على عملية الاتصال، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي من اهم الوسائل الحديثة التي اصبح يعتمد عليها الانسان في عملية التواصل وذلك من خلال ظهور العالم الازرق او ما يعرف بالفيس بوك وهذا من أجل تبادل المعارف والمهارات ومختلف الأنشطة التي يقوم بها الانسان بطريقة سهلة.

كما ان وسائل التواصل الاجتماعي كانت السبب في اتجاه الفرصة لتعبير عن جميع الآراء والافكار بجرية كاملة بالإضافة الى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي المعارض وعرض افكار غريبة وغير الاعتيادية حتى يتعرف عليها الافراد، كما ان وسائل التواصل الاجتماعي قد اتاحت للعديد من اصحاب المواهب بالظهور بالإضافة الى امكانية عرض مواهبهم وجذب انتباه الاخرين لهم.

ومع هذا التطور يبحث الانسان بشكل دائم عن طرق جديدة لتعبير عن واقع الحياة، ويعتبر الميمز ظاهرة جديدة لتواصل وتعبير عن الآراء والمواقف الخاصة بالحياة اليومية وبأحداث معينة مثل: الفن الهابط، الانتخابات. الرياضة... الخ

حيث يعتبر الميمز لغة العصر التي غزت العالم عن طريق الفيس بوك فهو الساحة الأولى لانتشاره عالميا، وقد بينت الدراسات و الابحاث بأنه يتواجد العديد من المواقع الاجتماعية، والتي سنحاول ان نشرح بعضها، وفي دراستنا هذه سنركز على الفيس بوك "كأنموذج"

المبحث الأول: مدخل الى الميمات الانترنت

المطلب الأول: نشأة الميمز

وُجد مصطلح الميم قبل عقودٍ عديدة من تطوّر وسائل الإعلام الاجتماعية التي تنتشر فيها ميمات القطط المضحكة. إذ تشير كلمة "ميم" في الواقع إلى مفهوم أنثروبولوجي لمنتج ثقافي ينتقل من فرد إلى آخر ومن جيل إلى آخر، مثل حركات الرقص والمزحات وما إلى ذلك¹.

وقد صاغ عالم الأحياء ريتشارد دو كيتز مصطلح meme لأول مرة في كتابه عام 1976 بعنوان الجين الأناني ، وكان دو كيتز يبحث عن نظير ثقافي للجين وطرح فكرة meme ، وهي كلمة مختصرة من اليونانية mimeme (شيء تم تقليده). وفقاً لتعريفه، يُنظر إلى الميمات على أنها وحدات ثقافية، مثل الأغاني، والشعارات... الخ، التي تنتقل مثل الجينات ، وكان اهدف دو كيتز هو صياغة تفسير لانتشار المعلومات الثقافية عن طريق تشبيهها بالتطور والانتشار الفيروسي بشروطه الخاصة².

و قدم سكوت فالمان في عام 1982 الرموز التعبيرية حيث تعتبر أولى أوجه التشابه بين ميمات الإنترنت. ، والتي هي عبارة عن الوجه المبسم الجانبي الذي يتكون من علامات الترقيم، بهدف خلق عاطفة والتعبيرات، حيث تم اقتراح مفهوم ميم الإنترنت لأول مرة من قبل مايك واين جودوين في عدد يونيو 1993 من مجلة وايرد Wired³.

و في عام 2013 عرف دو كيتز ميم الإنترنت بأنها ميم غيرت عمدا من قبل ابداع الانسان لتميزها عن الجينات البيولوجيا الذي كان قبل الانترنت التي كانت بمعنى الطفرة التي تحدث بسبب تغير عشوائي وانتشار من خلال النسخ المتماثل الدقيق كما هو الحال في اختيار الدارويني ووضح دو كيتز ان ميمات الانترنت هي بالتالي اختطاف الفكرة الاصلية، بعد ان تحولت وتطورت في هذا الاتجاه الجديد، علاوة على ذلك ميمات الإنترنت تحمل خاصية اضافية على ميمات العادية،

¹ <https://www.noonpost.com> ثم اطلاع عليه في 2021/12/4 على الساعة 10:00

² Annaëlle Zollinger, Méltimodality on the Internet : Recent meme Genres as Tools for Online Communication, Mémoire de maitrise, Faculté lettres, des Université ès lettres en Anglais, Université de Lausanne, 2021,p6

³ <https://stringfixer.com> ثم اطلاع عليه في 2021/12/4 على الساعة 10:10

اذ تركزت ميمات الأترنت بصمة واضحة في مجال الاعلام والشبكات الاجتماعية والتي من خلالها انتشرت¹.

نمت ميمات الإنترنت كمفهوم في منتصف التسعينيات. في ذلك الوقت ، كانت الميمات عبارة عن مقاطع قصيرة تمت مشاركتها بين الأشخاص في منتديات Usenet . مع تطور الإنترنت، تطورت الميمات أيضاً. عندما تم إصدار You Tube في عام 2005، أصبحت ميمات الفيديو شائعة. في هذا الوقت تقريباً، وتم إرسال رابط الفيديو عبر البريد الإلكتروني أو مواقع المراسلة الأخرى. أدت مشاركة الفيديو أيضاً إلى إنشاء صور meme مثل " Harlem Shake "، وتم بعدها إنشاء مواقع ميمي لتتيح للمستخدمين إنشاء الميمات الخاصة بهم من القوالب الموجودة. يمكن أن تظل الميمات خلال هذا الوقت شائعة لفترة طويلة ، من بضعة أشهر إلى عقد من الزمن ، وهو ما يتناقض مع العمر السريع للميمات الحديثة، على مر السنين، فقد نشأت العديد من الميمات على الموقع 4chan (فورتشان) ، والتي وصفت بأنها "مهد الميمات".²

مطلب الثاني: مفهوم الميمز

أ- لغة:

أصل الكلمة مأخوذ من الكلمة اليونانية «minema» التي تعني الشيء الذي يتم تقليده³

ومفردتها "ميم" هي وحدة نقل أو نسخ الأفكار. وهو مصطلح بدأ في علم البيولوجيا التطورية وتقاطع مع علوم طبيعية وإنسانية واجتماعية مختلفة مثل الأنثروبولوجيا والدراسات الثقافية. ويطلق مصطلح Meme على تلك الأفكار أو التصرفات التي تنتقل من شخص لآخر عبر المحاكاة، ويستعمل الشباب المعاصر هذا المصطلح في سياق آخر ككلمة تطلق على تلك الصور، و الفيديوهات، والنصوص المضحكة التي تحاكي هدفاً أو رأياً معيناً.⁴

¹ <https://www.aminoapps.com> ثم الاطلاع عليه في 2022/03/14 الساعة 20:25

² https://upwikiar.top/wiki/internet_meme تم الاطلاع عليه في 2022/03/14 الساعة 20:30

³ Viriya Taecharungroj, **The Effect of Humour on Virality: The Study of Internet Memes on Social Media International Forum on Public Relations and Advertising**, Media Impacts on Culture and Social Communication, August 13-15, 2014, Bangkok, p152

⁴ <https://almaidaniyamag.com> ثم اطلاع عليه في 2021/12/3 على الساعة 10:25

ب- اصطلاحاً

ميم الإنترنت هو مصطلح يتم تطبيقه بشكل شائع على انتشار المحتويات الرقمية عبر الإنترنت مثل النكات أو الصور أو الشائعات أو مقاطع الفيديو في مواقع الويب من شخص لآخر عبر الإنترنت.¹

عرف Knobel and Lankshear الميمات بأنها أفكار أو ظواهر منتشرة على نطاق واسع عبر الإنترنت.²

وقد عرف الميمز كذلك بأنه صور مركبة تحمل تعليقاً قصيراً وساخرًا، يحدد الفكرة المراد إيصالها، وأول انتشار عالمي له كان على «فيسبوك»، لتقدم النكات، وخصوصاً تلك التي تتناول المشاهير، سواء في الفن أو السياسة أو غيرهما.³

وقد تم تعريف الميمز على إنه شكل من أشكال الاتصال المرئي، يتجلى في أشكال مختلفة مثل: الصورة أو GIF المتحركة أو الفيديو، وله مصدر هائل للإبداع: الأفلام وألعاب الفيديو والبرامج التلفزيونية والأخبار والأحداث السياسية والشائعات حول السياسيين أو المشاهير، الرياضة وحتى الكتب.⁴

ميمز هو نص أو عبارة ساخرة أو دعاية تستجيب لحدث معين وتنتشر بسرعة ، لا سيما من خلال الشبكات الاجتماعية والمنصات وتطبيقات الهاتف المحمول.⁵

الميمز او الميم meme هو مصطلح ترفيهي، يرمز الى تعبير عن شيء او حدث ما او فكرة ما في صورة مضحكة قد يكون التعبير هذا على صورة مشهد من فيلم او مسلسل او برنامج او فيديو

¹ Viriya Taecharungroj, aforementioned reference, p152

² Foster Bobbie, **It's All in a Meme: A Content Analysis of Memes Posted to 2012 Presidential Election Facebook Pages**, Master of Arts in Journalism, University of Arkansas, 2014, p5

³ <https://aawsat.com> ثم اطلاع عليه في 2021/12/3 على الساعة 12:21

⁴ Andrea Victoria, Carranza García, **Más allá de la popularidad de crudo ecuador: Análisis de sus memes y comentarios**, Magíster en Comunicación Social : Universidad de Chile. . 2016, p12.

⁵ misma referencia, p33.

مضحك منتشر على الانترنت، وتكون الصور على هيئة جزئيين، ليأتي في الجزء العلوي نصف الفكرة والجزء السفلي يأتي باقي الفكرة او الميم، وهناك ميمز تكون في صورة 3 أجزاء وهناك ميمز رباعية وخماسية وسداسية الاجزاء.¹

الشكل (01): ميمز متكون من جزئيين



المصدر: فيس بوك صفحة students.dz

وبشكل عام، يُشير المصطلح عادةً إلى أيّ شعار أو فكرة تنتشر بسرعة كبيرة من شخص إلى آخر في منصّات الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعيّ فيها، وقد يكون كل صورة أو رابط تشعبي أو فيديو أو موقع أو هاشتاج، أو مجرد كلمة أو عبارة. ولو بحثت في تلك المواقع أو في محرّكات البحث لوجدت عددًا لا يُحصى منها والتي تُخدم الكثير من الأهداف والمواقف.²

المطلب الثالث: خصائص الميمز

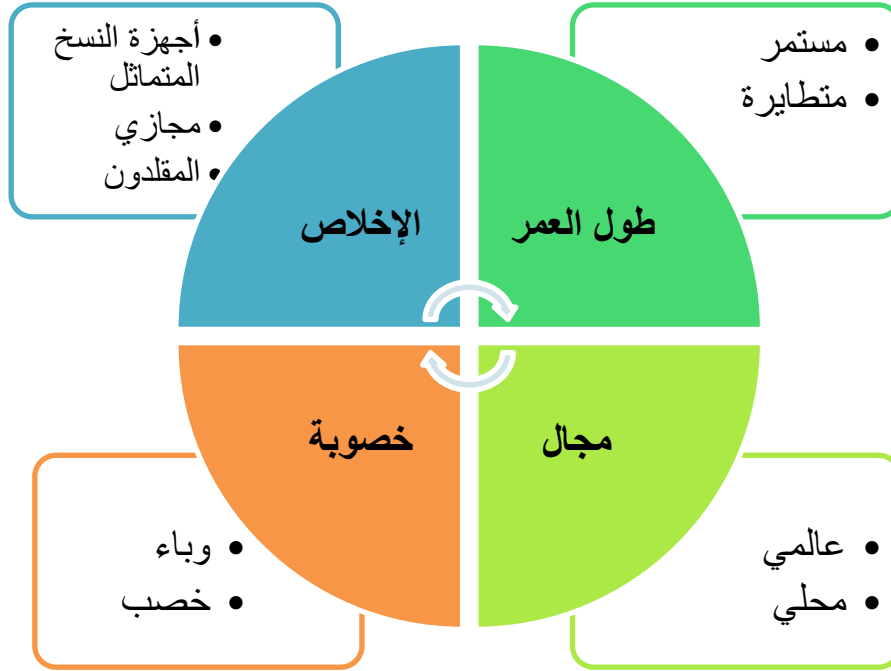
وتتجلى خصائص الميمز التي حددها دو كيتز: طول العمر ، والإخلاص والخصوبة وإضافة

الى النطاق:

¹ <https://www.egyptlly.com> ثم اطلاع عليه في 2021/12/3 على الساعة 21:35

² <https://www.noonpost.com> ثم اطلاع عليه في 2021/12/3 على الساعة 21:30

الشكل (02) خصائص الميمز



Source : Andrea Victoria, Carranza García, aforementioned reference, p13

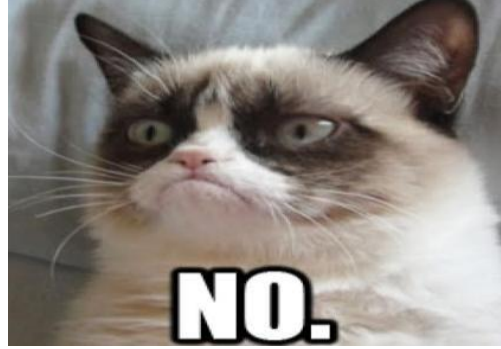
- 1-الإخلاص: هي امانة النقل او النسخ، فالأفكار التي تنقل بأمانة تبقى وتدوم أكثر من تلك التي تموت بسبب تعرضها لتشويه.
- 2-طول العمر هي: تعني مقاومة الفكرة للفناء عبر تكيفها حسب البيئات والظروف،¹ وتكون الميمات دائمة و هي تلك التي تم تكرارها لفترة طويلة أو تلك التي تختفي وتعود وتتكسر. وكذلك تكون الميمات مؤقتة وهي التي تختفي حيث تكون مرتبطة بحدث معين.
- 3-الخصوبة: ترتبط بعدد النسخ المتماثلة للميم وسرعته. الوباء والخصوبة هي تلك التي يمكن تصنيفها ضمن هذه الفئة. الوباء هو الذي ينتشر عبر شبكات مختلفة مثل الوباء. وفي الوقت نفسه، فإن الخصوبة تفهم الميمات التي يتم إعادة إنتاجها من قبل مجموعات أصغر.
- 4-النطاق: أخيراً ضمن ميزة النطاق هناك تصنيفان: الميمات العالمية والمحلية. الأولى هي الميمات البعيدة عن بعضها البعض داخل ملف شبكة اجتماعية معينة، بينما الميمات المحلية تقتصر على شبكات معينة.¹

¹ حليلة عايش، ميمات الانترنت انتاج واستهلاك للثقافة الرقمية ظاهرة الميمز نموذجاً، مجلة الراسة لدراسات الاعلامية، جامعة قسنطينة، المجلد6، العدد1، الجزائر، مارس2022، ص 248.

المطلب الرابع: فئات الميمز

- الترويح الذاتي: كما يوحي اسمه ، يتوافق مع الميمات التي تنشأ كوسيلة لنقل فكرة أو شعور ، على أمل أن تصبح فيروسية وشائعة (كقطعة غاضبة). يندرج مستخدمو You Tube أيضاً في هذه الفئة ، حيث يتم إنشاء المحتوى الخاص بهم (مقاطع الفيديو) لهذا الغرض.

الشكل (03) قطة غاضبة



Source : Camila Munozn villar, aforementioned reference, p23

- شهرة غير ملحوظة: على عكس الترويح الذاتي ، يتم إنشاء هذا النوع من الميمات بشكل عام من قبل أطراف بقصد الاحتفال أو السخرية من شيء أو شخص فعل شيئاً مضحكاً أو مثيراً للسخرية ، أو صورة تمثيلية جداً لعاطفة أو صورة نمطية ينتقلون إليها يتم نشرها وفقاً لذلك. يتم إنشاء هذه في معظم الأحيان دون موافقة الأنصار لأن تعميمها ليس الهدف المركزي ، ولكن نتيجة لاستقبال الجمهور. هذه الحالة أكثر شيوعاً من الترويح الذاتي لأنها تحدث بشكل طبيعي².
- الأساطير الحضرية: الميمات التي تم إنشاؤها من خلال الشائعات والأخبار الحقيقية أو الكاذبة وتستخدم بشكل عام للمتعة الشخصية بدلاً من إيصال شيء محدد إلى المجتمع.
- التسويق والإعلان: إنها الشكل الأقل شيوعاً للميمز ، ومع ذلك إنه موجود للإعلان مجاناً على أمل أن ينتشر المحتوى، و تستخدم العديد من الشركات هذا النوع من الاتصال، نظراً لتكلفته المنخفضة وقدرته على الوصول غير المتوقع لهذا المستوى من الإنفاق.

¹ Andrea Victoria, Carranza García, aforementioned reference, p,14 ,15.

² Camila Munozn villar, **el meme come evolucion de los medios de expresion social**, seminario para optar al titulo ingeniero comercial, facultad de economia ynegocios escuela de economia y administracion, universidad de chile,2014,p p 23..

- تعديل الصورة: هذه الأنواع من الميمات هي الأكثر شيوعاً، ويتم إنشاؤها من خلال تحرير الصور الموجودة على الإنترنت، بغرض التواصل أو السخرية من شيء معين. وأيضاً من خلال إنشاء صور جديدة لنفس الغرض، وذلك بفضل الأدوات الموجودة على الإنترنت وسهولة استخدامها. يتم أيضاً إنشاء هذا النوع من الميمات كرد فعل على الأحداث التي حدثت أو على الميمات الأخرى التي تم إنشاؤها بالفعل. علاوة على ذلك، يمكن تحرير صورة واحدة وإعادة تحريرها عدة مرات لتحقيق هذا الغرض¹

الشكل (04) تعديل الصورة: تغيير وجه الرئيس بارك اوباما وزوجته



Source : Camila Munozn villar, aforementioned reference, p26

¹ Camila Munozn villar, op, cit, p24

المطلب الخامس: انتشار وزوال الميمز

أ- انتشار الميمز:

ان الانترنت قد مكن الميمز من الانتشار بواسطة السرعة التي يمكن بها مشاركة هذه الافكار عبر الانترنت والتي لا تستغرق الا ثوان معدودة، وامكانية وصول هذه الميمز الى جمهور واسع عند مشاركتها بواسطة حسابات المشاهير والسياسيين الذين عادة ما تستخدم صورهم لصناعة النكتة.¹

وقوة انتشار “الميمز” كثقافة رقمية بين الناس عبر مواقع التواصل، هي بسبب إقناع الجمهور بفكرة ما عن طريق الصور التي تعطي تعبيراً أوسع يتضمن إحاء أو ترميزاً يداعب بسخرية أحاسيس الجمهور، ويفهم بطريقة أسرع، ويرسخ بذكرياتهم لفترات أطول.²

وأما عن امكانية دوام الميمز وبقائه لفترة معينة، يرجع ذلك الى الموضوع فإذا كان هذا الاخير غير مؤقت، وذلك يعني انه ليس ضروريا ان يكون الميمز حول موضوع الساعة، فيجب ان يعكس موضوع الميم جانبا من جوانب الحياة الاجتماعية في قالب طريف. كما ان الميمز الذي يظهر اثر حدث معين كوجود حملة انتخابية في بلد ما، وما يخلق عن طريقها من ميمز سيختفى بالتأكيد بمجرد زوال الحدث. لذلك يجب أن يتحدث الميم عن موضوع عام معروف لدى الناس، وبالتالي سيستمر تداوله فالميمات تعمل كالفيرسات تنتقل بشكل سريع، وغالبا ما تتطور او تتحول أثناء هذه العملية، فالميمات الناجحة هي تلك التي تعبر عن حاجات ثقافية وجدانية معينة تبعا لحاجات كل جماعة اجتماعية لوجود حاجات يومية يتطلب التعبير عنه عن طريق ميم مخصص له. والميمات الناجحة حسب دوامها هي تلك القابلة للتكرار والنسخ بين الافراد، كما انها قابلة للنشر بشكل سريع، لفضل انتقالها وتداولها ونشرها في مواقع التواصل الاجتماعي.³

¹ حليلة عايش، مرجع سبق ذكره، ص 291.

² على الساعة 14:45 <https://www.enabbaladi.net/archives/489832#ixzz7U97hWwnm> تم الاطلاع عليه في 2022/04/04

³ لمياء مرتاض، منطلقات الأنثروبولوجيا ميمات الانترنت، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد 16، عدد 04، 2020، ص 182.

ب- زوال المميز:

اما عن زوال المميز فيرجع ذلك بسبب انها تكون في حد ذاتها غير مضحكة، او ان ذلك الذي قام بنشرها ليس معروفا، أو تمس بكرامة شريحة من المجتمع، او تأتي مكانها ميمز تتميز بأنها تواكب ما يحدث في المجتمع، فهي بذلك تلك التي توضح مواضيع زائلة او مناسبيه. ويضاف الى ذلك ضعف الميز على مستوى الصورة أو الفكرة مما يؤكد الدور الفعال الذي يقوم به المتلقي اثر تعرضه للرسائل المختلفة، من حيث قدرته على تقييم هذه الرسائل ونقدها واعادة حتى تغير شكلها ومضمونها، الامر لم يكن ممكنا الا بفعل الامكانيات التي تتبعها وسائل الاعلام والاتصال الجديدة اليوم أكثر من أي وقت مضى نتعرض بشكل مستمر الى تدفقات معلوماتية التي ترد الينا إمكانية التدخل والنشر والتبادل عبر الانترنت.¹

المطلب السادس: تأثير الميمز على المجتمع

بالتأكيد انه لول وجود الانترنت لما عرفت وانتشرت ميمات الانترنت، ذلك انا الانترنت مناسب بشكل كبير لتكاثر الميمات حيث انه يدعم الاتصال، وكذلك يضمن طول العمر والنقل والتخزين وهكذا خلقت الميمز مجتمع الواب مجتمع شبكي يقيم اعضاؤه علاقات بينهم ويتواصلون من خلال التفاعل بينهم في عالم افتراضي، يتوحدون حول الافكار التي يقومون بنشرها وتشاركها مع بعضهم البعض كما انهم يهتمشون وينفون كل من لا ينتمي الى الجماعة التي قاموا بإنشائها وبالفعل لكل جماعة اجتماعية منظومة من الميمز التي تسيروها وتفهمها وذلك بتوظيف اللغة المتعارف عليها من طرف الجماعة التي تنشرها وتلقاها حيث يتم دمج استخدام اللغة اللفظية مع اللغة المرئية، باستخدام تجربة ومجمل المعارف لدى المتلقى لفهم الرسالة المتداولة. فللصورة تأثير قوي على المتلقي غير انها لا تدرك مباشرة، فهي نتاج تمثلات عنها، ومعارف مسبقة اكتسبها من ثقافته، بعد سيرورة من انتاج الدلالات.²

وفي هذا الانتشار الواسع للميمات الانترنت يعتقدون الناس أنهم محصنون ضد التأثير، على الرغم من أنهم في الحقيقة لا يختارون ما الذي يتأثرون به، يظهر بحث أجرته شركة الاستخبارات

¹لمياء مرتاض، مرجع سبق ذكره، ص 184.

²لمياء مرتاض، مرجع سبق ذكره، ص 187.

الإعلامية "زيقنال لابس" كيف أصبحت "الميمز" أداة فعالة لنشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت حول لقاح كوفيد 19، تشير البيانات أن "ميم" واحد، تم تداوله لأول مرة في أواخر ديسمبر الماضي ساعد على تحفيز آلاف التعليقات التي تشير لأشخاص آخرين باستخدام خاصية "المنشن" أو إعادة التغريد عبروا عن مؤامرة تتحدث عن وجود شرائح في لقاح كوفيد19، الأمر الذي تسبب بانخفاض قدره ست نقاط مئوية تقريبا في نية الأشخاص في الحصول على اللقاح.¹

¹ <https://www.akeed.jo> تم الاطلاع عليه في 2022/04/04 على الساعة 23:06

المبحث الثاني: مواقع تواصل الاجتماعي وتطبيقاتها

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

ظهر ما يسمى بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت وهي ناتج نشأة لاحتياج الأشخاص والأفراد الى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم وفتح مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وبشكل واسع وإعادة العلاقات بين الأفراد وبعضهم سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة ما ببعض، ونشأت الشبكات الاجتماعية لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الالي في جميع انشطته، مما جعلها من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان وذلك لما لها من مميزات وانتشار فعال وتستخدم للتعبير الحر عن ما يراه الانسان وتشجعه على رصد افكاره بصفة مستمرة واشترائه مع الاخرين في نفس الافكار او تشجيع فكر معين او راي معين أو تقديم مجال اهتمام واحد¹.

وقد مرت شبكات التواصل الاجتماعي خلال نشأتها وتطورها بمرحلتين: المرحلة الأولى: هي مرحلة الجيل الأول في الويب (web.1.0) ، والمرحلة الثانية هي مرحلة الجيل الثاني من الويب (web.2.0) ، وقد ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عددا وشهرة في المرحلة الثانية.²

الجيل الأول في الويب (web.1.0) يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web1 وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات، ومن ابرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع sixdegree وهو الموقع الذي يمنح للأفراد المتفاعلين في اطاره فرصة طرح حياتهم ولحائهم العامة وادراج اصدقائهم، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع classmates ذلك الموقع الذي ظهر في منتصف التسعينيات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة. شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من اشهرها ايضا موقع live journal وموقع Cyworld الذي

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الدار

المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص18، 19

² عبد الغني أحمد علي الحاوري، العلاقات الاسرية في ظل الادمان على وسائل التواصل الاجتماعي، المركز الديمقراطي العربي، المانيا، 2021، 65.

أنشئ في كوريا وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال، لتسهيل التعاملات التجارية. وتجد الإشارة في الطرح التالي الى ان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من انها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، فإنها لم تستطع أن تدر ربحاً على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء¹.

أما الجيل الثاني من الويب فهو يشير الى مجموعة من التطبيقات على (الويب، المدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...)، اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركز على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج والتعاون، وقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل اساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية وتشهد هذه المرحلة اقبال متزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية على مستوى العالم.²

ومن ابرز الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل موقع التواصل الاجتماعي الشهير MySpace الذي ظهر في 2003، وهو من اوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة واكثرها شهرة على المستوى العالم، وكما ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع LinkedIn ثم كانت النقلة الكبيرة بإطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيس بوك Facebook في 4 فبراير 2004، والذي تطور من المحلية الى الدولية في عام 2006.³

وقد مثل العقد الاول من القرن الحادي والعشرين مرحلة يمكن أن نطلق عليها مرحلة الازدهار او الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، إذ سارت هذه الوسائل في مسارين، الأول: الانتشار إذ انتشرت بشكل هائل تخطت جميع الحدود، ووصلت الى كل البلدان والمجتمعات والأفراد والأسر حتى المجتمعات والأسر الفقيرة أو الاشد فقرا، ودخلت الى قطاعات الاعمال

¹ محمد صادق اسماعيل، الاعلام الامني والشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، دار جامعة نايف للنشر، الرياض، 2017، ص 36.

² دعاء عمر محمد كتام، وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها على الأسرة دراسة فقهية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الفقه و التشريع، كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015، ص 31.

³ محمد الامين احمد عبد مرزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي، المركز الديمقراطي المانيا، برلين، ط1، 2020، ص 59، 60.

والمؤسسات والجامعات والمراكز البحثية والعلمية، فأصبح لكل مؤسسة أو جامعة أو مركز أو معهد أو منظمة حساب واحد أو أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي، ومن خلاله تنشر أنشطتها وتتواصل مع أعضائها ومتابعيها، والثاني: التنوع وكفاءة الخدمات إذ ظهرت عشرات البرامج الاجتماعية سواء ما كان منها ذان طابع اجتماعي أو مهني أو سياسي أو اقتصادي أو ترفيهي. رافق ذلك التنوع توسع في الخدمات التي تقدمها، فلم تعد قاصرة على إرسال الرسائل النصية أو الصور المحدودة، وإنما توسعت خدماتها وتعددت لتشمل: الصور بلا حدود والفيديوهات والملفات والروابط وغيرها من الخدمات.¹

المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحوا للعرض.²

ويعرف قسم من الباحثين وسائل الاعلام على انها: مجموعة من الأنشطة والممارسات التي تتم عبر الانترنت بغرض تبادل المعلومات والمعرفة والآراء ووجهات النظر وذلك باستخدام خدمات الدردشة والمحادثات الجماعية. وهناك من يرى ان وسائل الاعلام الاجتماعية هي عبارة عن تطبيقات الانترنت تهدف الى تسهيل التعاون والتفاعل وتبادل وتوزيع المحتوى الذي يتم انشاؤه من قبل الجمهور.³

ويعرفها **Anderson**: هي ادوات تدعم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من خلال شبكة الانترنت مثل منتديات الحوار: وتبادل الملفات، الشات، المدونات، وخلصات المواقع والعالم

¹ عبد الغني أحمد علي الخاوري، مرجع سبق ذكره، ص 66.

² ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 200.

³ - سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مرجع سبق ذكره 2020، ص 85

الافتراضي، وهذه جميعا مواقع تعمل معا على ابقاء تحكم الافراد في وقتهم ونشاطهم، وعلاقتهم ببعض.¹

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: تلك المواقع التي توجد على شبكة الانترنت العالمية، وتتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، وتكوين علاقات مع مستخدمين اخرين للمواقع نفسها، ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض، وتواصلهم مع اصداقائهم وعائلاتهم وزملائهم.²

وعرفها محمود عبد الستار: هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل: التعارف والصدقة، والمراسلة والمحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الاخرين كالصور والفيديو والبرمجيات.³

فيما عرفها حسنين شفيق بالقول بأنها: مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر ، الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وأنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، واجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، انها تتيح التواصل مع الاصدقاء، وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت.⁴

مواقع التواصل الاجتماعي: مثل المقهى الموجود في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات و الاخبار، الفرق انك لا تستطيع حمل هذا المقهى في جيبيك. واطلق على التعبير عن التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت العديد من المصطلحات منها: (موقع الشبكة الاجتماعية،

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، مرجع سبق ذكره، ط1، 2015، ص22،23

² ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الاعماق، دار القلم، دمشق، 2020، ص 22.

³ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، مرجع سبق ذكره، ط1، 2015، ص22،23

⁴ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص

مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات التواصل الاجتماعي) وجميع هذه المصطلحات تعبر عن التواصل و التفاعل بين مجموعة من الافراد من خلال الشبكات الاجتماعية على الويب.¹

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الالكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة منها التالية:

- المشاركة **Participation** : وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.
- الانفتاح **Openness** : معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الانشاء والتعديل على الصفحات، حيث تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- المحادثة **Conversation**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الاعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- المجتمع **Community** : وسائل الاعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعليم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العامل بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.
- الترابط **Connectedness**: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع اخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله الى معارفك على الفيس بوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.²

¹ محمد الامين احمد عبد مرزوك الجنابي، مرجع سبق ذكره، ص 56، 57.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 26، 27.

- تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وافراد المجتمع للتواصل وهكذا.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالاضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الاخرين.
- اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكامل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على اصحاب الأموال، او حكرا على جماعة دون أخرى¹.

المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدمة المقدمة او للهدف من انشائها الى الانواع التالية:

1. تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام الى ثلاثة انواع رئيسية:

شبكات شخصية او محلية خاصة بأشخاص معينة: تقتصر على مجموعات خاصة من الاصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي بينهم، حيث يتم اعادة ملفات للصور الشخصية والمنسابات والاجتماعات لتسهيل تواصلهم وبناء حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات، وهذه المواقع عديدة وكثيرة.

شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة: هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها لطب والهندسة وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات مثل Library thing أو شبكات شاركة في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت في السنوات الاخير لتوجيه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدمت هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبنية تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية لمشاركين، وتقديم خدمات على مستوى مختلف المهن أشهرها

2. LinkedIn

¹عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2015، ص 67

² صونية عبيدش، الشبكات الاجتماعية على الانترنت رؤية ابستمولوجية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة

الشهيد حمى لخضر، الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016، ص 103.

2. كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل الى ثلاثة انواع ايضا وهي:

- شبكات تتيح التواصل الكتابي
- شبكات تتيح التواصل الصوتي
- شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير اكثر من طريقة للتواصل حتى تلبى حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.¹

3. هناك تقسيم ثالث يقسم الشبكات الاجتماعية الى قسمين:

- شبكات داخلية خاصة: وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الافراد داخل شركة أو تجمع ما، او داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الاشخاص فقط وليس غيرهم من ناس لدخول للموقع والمشاركة في انشطتهم من تدوين وتبادل اراء وملفات وحضور الاجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الانشطة
- شبكات خارجية عامة.²

¹ نورة حفناوي، المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة لنيل شهادة ماستر في صحافة وإعلام

إلكتروني، قسم العلوم الانسانية،، 2015/2014، ص49

² نورة حفناوي، مرجع سبق ذكره، ص 50

الأهم المواقع الاجتماعية :

I. موقع الويكي Wiki:

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع، موقع Wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

II. موقع اليوتيوب:

هو احد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا في شركة باي (paypal) عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (ادوب فلاش)، ويشتمل المواقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت غوغل عام 2006 بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار امريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي مواقع الويب (2.0) واصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الاولى حسب اختيار مجلة (تايم) الامريكية.¹

III. موقع تويتر:

تم تأسيس تويتر في آذار 2006 من قبل جاك دورسي Jack Dorsey وايقان ويليامس Evan Williams وبزستون Biz Stone. والبنية الأساسية لتويتر هي ماكرو بلوغينغ، وهو يجيب عل سؤال "ماذا تفعل؟" لكل مستخدم، والذي يتشارك الرسائل مع الآخرين، ويقرأ رسائلهم ويرسل رسائله. وهي اداة للتواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بالتواصل عبر الرسائل النصية القصيرة المتواصلة او الوسائط الصغيرة الحجم كالصور أو الصوت أو الفيديو من إنشاء ومشاركة أفكار ومعلومات بشكل آني دون قيود. ويمكن للمستخدم استعمال الموقع باسم مستعار او حتى ابقاء

¹ حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، 2016، ص 118.

هويته مغلقة. وتبقى احدث التغريدات لغاية 3200 تغريدة tweet مرئية من الجمهور فيما يحافظ الباقي ضمن الارشيف المرئي فقط من قبل صاحب الحساب نفسه فقط.¹

IV. الوتساب:

تأسس هذا البرنامج عام 2009 على يد موظفين كانا يعملان في موقع ياهو فانفصلا عنها في نفس عام هما برين اکتون Brain Acton وجين كوم Gean com ، وهو تطبيق مجاني فوري يتم تحميله على الهاتف لأجراء محادثة بينك وبين جميع الموجودين في قائمة الاسماء، ويشترط ان يمتلك من يستخدمه البرنامج نفسه ايضا لكي يمكنه اجراء محادثة كتابية معهم، ويستخدم الوتساب لإرسال الرسائل الصوتية والفيديو والوسائط المتعددة والصور.²

V. تيك توك:

يعد من تطبيقات التواصل الاجتماعي، وهو منصة لتبادل الفيديوهات شديدة الصغر، وتسمح للمستخدمين بصناعة الفيديوهات الخاصة بهم، والتي تستمر من ثوان معدودة الى عدة دقائق، ثم يتم نشرها مع قطاع واسع من جمهور تيك توك. ويستغل المستخدمون التطبيق في صناعة عدة انواع من المحتوى، سواء اعادة تمثيل أجزاء من الافلام والاعمال الدرامية، أو الرقص والغناء مع موسيقى، وهناك أشكال أخرى من المحتوى، والذي تتجه له المؤسسات المعتمدة، مثل المحتوى الاعلامي والاخباري. وبعد الدخول الى الصفحة الرئيسية في تيك توك تظهر الفيديوهات التي يتم التوصية بها من قبل التطبيق للمستخدمين، ويمكن لمستخدمي التطبيق الانتقال بصورة سهلة بين الفيديوهات، وذلك عبر سحب الشاشة الى الاعلى.³

¹ وسيم شفيق الحجار، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، لبنان، 2017، ص 21.

² عبد الحكيم بن عيد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم التربية والدراسات الانسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان، 2016/2015، ص 28، 29.

³ محمد فتحي يونس، محمد عبد الغفار عبد الغفار، سمات المحتوى الاعلامي لتطبيق التيك توك دراسة مقارنة بين المنصات العربية والاجنبية، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، العدد 24، الجزء 3، جويلية 2020، ص 1623.

VI. سناب شات Snapchat:

يحمل هذا التطبيق على الهاتف الذكي شعبية كبيرة بين الشباب، يسمح بتبادل الرسائل أو الصور أو مقاطع الفيديو القصيرة، خصوصيتها أن عمر الرسائل محدودة. وبالتالي عند استلام snap سيتم عرضها فقط لمدة قصيرة (بضع ثوان لمعظم الرسائل، 24 ساعة في بعض الحالات المحددة). هذا التطبيق يطرح مشاكل حقيقية من حيث السرية، في الواقع، مستخدموها توقع أنه لا يمكن الاحتفاظ بالرسائل أثناء الأساليب الاستمرار في السماح بتسجيلهم. بالإضافة الى ذلك، يمكن للشركة نفسها الوصول الى المحتوى بعد محوه من الهاتف¹.

المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

أ- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الاكثر شيوعا، ولعلا الفكرة الأولى لشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الان برغم تطور شبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات وبرمجيات، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب لتعارف والصادقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الافكار والرغبات غالبا، وان اختلفت اعمارهم واماكنهم ومستوياتهم العلمية.²

- الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دور في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على اضافة الجانب الاجتماعي لها، والمشاركة من كل الاطراف في منظومة التعليم للمدير المدرسة والمعلم والاولياء الامور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر واستخدام شبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل لخارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع

¹ حليلة خياط، الرقابة القانونية على مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص قانون اداري، قسم

الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2020، 2021، ص 15، 16

² حمزة إسماعيل أبو شنب، مقال بعنوان تقنيات التواصل الاجتماعي الاستخدامات والمميزات،

تم الاطلاع عليه في 2022/03/15 على الساعة 20:35 <http://www.alukah.net>

المعلم، ما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية كما انا التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات اخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وابداء الراي¹.

- الاستخدامات الاخبارية: اتاحت شبكات الالكترونية نقل الاخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها احيانا ضعيفة المصدقية مما قد يضاف اليها من مبالغات مقصودة او غير مقصودة في تهوين الخبر او تدويله بغرض التأثير عن الرأي العام².

- الاستخدامات الدعوية: اتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة لتواصل والدعوة مع الاخرين مسلمين او غير مسلمين، وانشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال ايجابي لتواصل الاجتماعي في ظل انظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكليف³.

ب- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أيضاً لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات كثيرة من الممكن أن تضر المستخدم إن أساء استخدامها، و منها ما يأتي:

- يقلل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فان ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع. وكما هو معروف فان مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني فافي الحياة الطبيعية لا تستطيع ان تخلق محادثة شخص ما فورا وان تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.

- الادمان على مواقع التواصل: ان استخدمها خاصة من قبل النساء الماكثات في بيت والمتقاعدین، يجعله بسب الفراغ احد النشاطات الرئيسة في حياة الفرد اليومية ، زهو ما

¹ سعدية خاخة وآخرون، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم انسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2014، ص 25.

² عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 68.

³ مرجع نفسه، 69.

يجعل ترك هذا النشاط او استبداله امر صعب للغاية خاصة و انها تعد مثالية من ناحية الترفيه للميء وقت الفراغ الطويل.

- ضياع الهوية الثقافية العربية: واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث ان لعولمة الثقافية هي من الاثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.¹
- الانعزال عن الواقع وضعف الاحساس الشعوري: خاصة لدى فئة الشباب والمراهقين، نتيجة الانسلاخ عن المجتمع.²
- هدر و إضاعة الوقت: من الممكن أن يقضي الشخص ساعات طويلة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي دون أن يدرك عدد الساعات التي هدرها من وقته بلا فائدة، و بالتالي يهمل واجباته الوظيفية أو التعليمية، و العائلية بسبب استخدامه وسائل التواصل بشكل خاطئ.
- انتهاك الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الاضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الاحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية اضافة الى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة الى يد اشخاص قد يستغلونها بعرض الاساءة والتشهير³
- التمر: مواقع التواصل الاجتماعي سهلت للشخصيات المحتالة العثور على ضحايا للاحتيال عليها و تخويفها و ذلك بانتحال شخصية أخرى غير شخصيتها و كسب ثقة المستخدم و من ثم تهديده و مضايقته، وقد يصل تأثير التمر إلى ترك علامات سلبية في ذهن المرء وعقله، وقد يتطور به الأمر إلى الانتحار في بعض الحالات.

¹ ابتسام دراجي، آليات واشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية، عدد 47، المجلد أ، جوان 2017، 268.

² منصات الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الامريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، لبنان، 2016، ص 47.

³ جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية اداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة، تخصص علوم الاجتماع السياسي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 02، الجزائر، 2016/2017، ص 133.

- عرض المواد الإباحية و المشاهد الغير أخلاقية: لوسائل التواصل الاجتماعي دور في نشر المواد الإباحية و المشاهد الغير الأخلاقية لما في مشاهدته ضرر كبير على الأطفال، المراهقين و حتى البالغين إذ تقوم بإحداث تغيير كبير ودائم في مكونات الدماغ وتحدث تأثيراً في السلوكيات.
- تأثير سلمي على الأطفال: استخدام الأطفال مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة يؤدي إلى حصولهم علاماتٍ دراسيةٍ منخفضة عن غيرهم من الطلاب، كما أن الأطفال الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من الممكن أن يكونوا أكثر عُرضةً للإصابة بالاكتئاب والقلق، ومن الممكن أيضاً أن يُعانوا من اضطرابات في الأكل، وتدني احترام الذات.
- خلق نمط حياة غير صحي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب استخدام أجهزة الهواتف الذكية والحواسيب و التحديق بها لساعات طويلة خصوصاً في الليل مما يسبب الأذى للعينين، ويضر النظر¹.
- الاستخدام السيء والابتزاز: فتقنية البلاك بيرى التي ظهرت في العالم لتسهيل ادارة الاعمال استخدمت من قبل المراهقين استخدام سيئ.
- الاختراقات: من خلال محاولة الدخول على جهاز أو شبكة حاسب آلي من قبل شخص غير مصرح له بالدخول وذلك بغرض الاطلاع، السرقة، التخريب، التعطيل
- يتمتع بعض السكان في العالم بوفرة في مصادر المعلومات المتاحة على الانترنت بينما يعاني الآخر من قلة المعلومات، مما ادى الى زيادة الفجوة المعرفية بين من يملكون المعلومات ووسائلها وبين من لا يملكونها.
- قد يدخل بعض الممارسات التي تتعرض مع الدين والثقافة الإسلامية وتهدم قيم المجتمع².

¹ <https://arabistgroup.com> ثم الاطلاع عليه في 2021/11/7 على الساعة 19:00

² محمد عوض محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان،

المبحث الثالث: خصوصية الفيس بوك كمنصة تواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة الفيس بوك

يعتبر الفيس بوك أكبر منصة تجمع الانسان خلال تاريخ البشرية على اطلاق، فهو المواقع الذي يسهل المستخدمين تبادل المعلومات فيما بينهم، فقد انشاه احد طلبة هارفاد اسمه "مارك زوكربيرغ" مع "داستين موسكوفيتز" و"كريس هيوز" الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسوب وكان رفيقي مارك في سكن الجامعة، اطلق في سنة 2004 وكان الهدف بادئ الامر هو اقامة شبكات تضم طلبة جامعة هارفاد الامريكية ويمكنهم من تبادل اخبارهم ورائهم وصورهم وقد كان الفيس بوك حصريا لمن يمتلك عنوان بريد الكتروني، وقد حقق نجاح سريع في وقت قصير واكتسب شعبية واسعة وسرعان ما انتشرت اصداء الفكرة في جماعات اخرى وطلبة المدارس الذين يسعون لتعرف على الحياة الجامعية، واستمر الموقع مقتصر على الجامعات والمدارس والثانوية حتى عام 2006، فقرر ان يفتح مارك ابواب موقعه امام كل من يرغب في استخدامه وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، اذ ارتفع من 12 مليون في شهر جانفي من عام 2006 الى اكثر من 40 مليون في نهاية عام 2007، وقرر ان يفتح ابواب الموقع للمبرمجين ليقدم خدمات جديدة لزوره وان يدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة خلال الدردشة التفاعلية.¹

وقد اعلن مارك زوكربيرج مؤسس الفيس بوك عبر صفحته الشخصية على الموقع انه بحلول عام 2017 بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك حول العالم 2 مليار مستخدم، ليمثل بذلك مستخدم الفيس بوك نحو ربع سكان العالم البالغ عددهم 7.5 مليار نسمة في عام 2017، وبهذه المناسبة اعلنت الشركة عن توفير المزيد من التطبيقات لمستخدميها في الفترة القادمة، ويوجد متوسط 104 مليار مستخدم نشط على الفيس بوك يوميا وحوالي 2.13 مليار مستخدم نشط شهريا حول

¹ على لفته العيساوي، الفيس بوك والوطن البديل لشباب، المركز الاسلامي لدراسات الاستراتيجية، النجف الاشرف،

العراق، 2021، ص11،10.

العالم، كما ارتفعت ايرادات الشركة بنسبة 47% مسجلة أكثر من 40 مليار دولار أمريكي عام¹ 2017.

وبلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في الوطن العربي 188 مليون مستخدم عام² 2020.

ووفق التقرير الرقمي للجزائر بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر الى غاية جانفي 2021، أكثر من 23 مليون مستخدم يمثلون 71.8% من عدد السكان الذين يتجاوز سنهم 13 سنة³.

المطلب الثاني: مفهوم الفيس بوك

أ- لغة:

الفيس بوك كلمة أعجمية، مكونة من جزأين: فيس Face وبوك Book، وهي تعني كتاب الوجوه، مثلما أراد بها مؤسس الموقع⁴

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول عليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها⁵.

ب- اصطلاحاً:

هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الأترنت لتكوين اصدقاء الجدد والتعرف على اصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام الى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من اشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو اماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء

¹ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 24، الجزء 2، 2018، د ص

² www.-almasryalyoum.com ثم الاطلاع عليه في 2021/12/21 على الساعة 11:43

³ www.echoroukonmine.com ثم الاطلاع عليه في 2021/12/21 على الساعة 11:45

⁴ حسان أحمد قمحية، الفيس بوك تحت المجهر، دار الخبة، مصر، ط1، 2017، ص58

⁵ كامليا عبد السلام محمد محمود، دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال

أزمة كوفيد 19، مجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، العدد20، يوليو/ديسمبر 2020، ص516

الدين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم ان يضيفوا اصدقاء لصفحاتهم، ويتيح لهم رؤية صفحاتهم الشخصية¹.

ويعرف ايضا الفيس بوك على أنه احد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول اليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط face book وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال ادوات تقنية تفاعلية².

ويعرف قاموس الاعلام والاتصال dictionary of media :communication انه موقع للتواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، تأسس عام 2004، حيث يمكن نشر الملفات الشخصية، وقد تم انشائه في الأصل لطلاب الجامعات وأعضاء هيئة التدريس والموظفين، ولكنه توسع منذ ذلك الحين ليشمل كل الأشخاص. موقع الويب: www.facebook.com³

يعرف على انه: شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات او صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وارسال الرسائل الى العائلة ولزملاء بهدف التواصل⁴.

ويعرف كذلك بانه هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين(كالشركات) أن يبرز وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع

¹ امين رضاء ، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2015، ص113، 114.

² صفاء بوقلول، مريم بوحلمة، دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015/2016، ص 9

³ Marcel Danesi :**dictionary of media and communication. M . E. sharpe.** New york2009. P117

⁴ هاجر صاوشي، وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التبرع بالدم، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة 8ماي

1945، قامة،2018/2019، ص 52

أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين¹.

المطلب الثالث: سمات وخصائص الفيسبوك

يتميز فيس بوك بعدة سمات وخصائص وهي كالآتي:

1-الملف الشخصي **profiwl** : فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، وصورك، والأمور المفضلة لك، وكل معلومات مفيدة من اجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر المعلومات للشركات التي تريد أن تعلن سلعها بالتحديد.

2-إضافة صديق **Add friand**: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة، فيس بوك بواسطة بريده الالكتروني

3-إنشاء مجموعة **Groups**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والاصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعاتها².

4-لوحة الحائط **Wall**: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث

تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة الى هذا الاستخدام، اي ان يقوم احد اصدقاء المستخدم بالكتابة والنشر على حائطه ان سمح له بذلك.

5-النكزة: اذ يتاح للمستخدم ارسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم الى بعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدمين بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

6-خاصية الصور **photos**: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الالبومات

والصور من الأجهزة الشخصية الى الموقع وعرضها.

¹ مرزاقه بلباله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2019، ص

- 7-خاصية الحالة **status**: هي التي تتيح للمستخدمين امكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال، وما يفكرون به.¹
- 8-خاصية التعليقات **comment**: وهي خاصية متاحة بين الاصدقاء والمجموعات في الصفحات المنضمين اليها، وذلك يعتمد على الصلاحيات الممنوحة من صاحب الصفحة الشخصية لأصدقائه، اذ يمكن للمستخدم كتابة تعليقا في مساحة التعليقات والضغط على اضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكن له اضافة صورة او رابط او رمز تعبيرى.
- 9-خاصية الإعجاب **like**: وهي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الاصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين اليه، وذلك يعتمد ايضا على الصلاحيات الممنوحة للمستخدم التي تمكنه من ان يقوم بعمل اعجاب like لأي نص او صورة او مقطع فيديو.²
- 10- الإشعارات **Notifications**: تستخدم للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات التي قام بنشرها او التعليق عليها.
- 11- الهدايا **Gifts**: ميزة تتيح للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية الى اصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم والذي يقوم باستقبال الهدية.
- 12- التغذية الاخبارية **News Feed**: تعرض باستمرار كل جديد من اخبار عن أنشطة المستخدمين واصدقائهم، وتظهر على الصفحة الرئيسة لجميع المستخدمين، اذ تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل: التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الاحداث المرتقبة، واعياد الميلاذ الخاصة بأصدقاء المستخدم، ويكمل هذه القائمة جزء آخر يتيح عرض احداث ما فعله هذا المستخدم على فيس بوك.³

¹ حمداني حورية و حمداني نسرين، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري الفيس بوك نموذجا- دراسة ميدانيا لعينة من شباب ولاية غليزان، مدمرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الاعلام المجتمع، قسم

العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017/2018 ص62

² أنس سواكر و محمد الطاهر ضو، استخدامات الفيس بوك لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة وعلاقته ببعض جوانب التنشئة الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية،

جامعة الشهيد همه لخضر، الوادي، 2017/2018، ص46،47

³ عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص، 154.

13- خاصية الإشارة **Tags**: متاحة في النص والصورة والفيديو بحيث يمكن ان نلفت انتباه

الاصدقاء عبر الإشارة اليهم، ويتم إرسال تنبيه لهم لأي تحديد جديد.

1-السوق **Market place**: وهو المكان او الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر

اعلانات مبنوبة مجانية

2- إنشاء صفحات خاصة على الموقع: تستطيع انشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون

اسم الدومين الخاص لها منتهيا بالفيس بوك، ويتيح لك لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع ادوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست ادوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح ادوات لترويج الصفحة التي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على فيس بوك¹

المطلب الرابع: خدمات الفيس بوك

يتميز الفيس بوك بتقديم خدمات كثيرة أبرزها:

- مجانية الاشتراك في الفيس بوك.
- البحث على الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم.
- تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيس بوك. يمكنه وضع فيها ما يشاء وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الاشخاص الذين يسمح لهم مشاهدتها او السماح لهم بمشاهدتها.
- وضع الصور الخاصة للفرد على صفحاته الشخصية وتكوين البوم صور خاصة به وتحديد ما يمكنه رأيته.
- وضع فيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد ما يمكنه رأيته وتكوين مجموعات أو الاشتراك في مجموعات (تحدث عن أمر معين) وبدون أدنى شروط.
- المحادثة المباشرة مع الاصدقاء وارسال واستلام الرسائل مع الاصدقاء²
- يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء وقت مع الاخرين
- يساعد على اكتشاف الاشخاص والافكار ومواهب والقدرات الشخصية

¹ صفاء بوقلول، مريم بوحمنة، مرجع سبق ذكره. ص41، 42.

² ياسر خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص393

- حلول الاعمال والدعاية للفرد او جهة او منظمة او شركة والخدمات المرتبطة بها
- حصول على تغذية راجعة و آراء الناس في الخدمات او المنتجات الافكار المعروضة
- جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص او الجهة بربطه مع صفحة الفيس بوك
- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الاخرين، اضافة الى الاحتفاظ بالمواضيع المطروحة للنقاش والملاحظات
- يساعد على تبادل المعلومات والافكار¹

المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات الفيس بوك

تمكن موقع الفيس بوك خلال سنوات قليلة، خلال سنوات قليلة، أن يأسر عقول وقلوب الاف المستخدمين من كلا الجنسين، ومن مستويات علمية متفاوتة، و اعمار مختلفة لا سيما الشباب، ومما لا شك فيه انه مثل غيره من الوسائل التكنولوجية الحديثة قد يكون له استخدامات نافعة ومفيدة واخرى سيئة وضارة، فهو كما يقال سلاح ذو حدين فيه الخير والشر، وعليه سنحاول فيما يلي ذكر بعض محاسنه ومساوئه.²

1- ايجابيات الفيس بوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات الى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من اعمالهم وتواصلهم وقد تمثلت في الإيجابيات التالية :

1. اتاحة الفرصة لصداقة والتواصل بين اعضاء المشتركين في هذا الموقع وذلك عن طريق:

- اتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو اضافته من الاصدقاء للتواصل معهم بعد الأخذ موافقتهم.
- ارشاد صدقين الى بعضهم على هذا الموقع، حتى و ان كان لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

¹دليله شتوان، خيرة صلوبي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي فيس بوك أنموذج، مذكر ماستر تخصص سمعي بصري، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018/2019 ص 65، 66

² ابتسام مباركي، الرهان القيمي في الفيس بوك: بين تعزيز القيم الدينية و تحديدها، مجلة المعيار، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، مجلد20، العدد 60، 2021، ص384

- اقتراح اصدقاء جدد لمن يريد من الاصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
- اتاحة الفرصة لمشاهدة كل الاصدقاء مرة واحدة مرتبة اسمائهم ابجديا مع ارقام هواتفهم الموجد عن نبذ حياتهم اذ كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- امكانية فرز الاصدقاء وتصنيفهم حسب اي معلومات مضافة عن الكل منهم كزملاء الدراسة او زملاء العمل او حسب المهنة.
- امكانية التواصل والتفاعل مع الاصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وابلاغهم عن الاعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الواقع الافتراضي.
- اقامة المجال لحذف اسم اي صديق من لائحة الاصدقاء اذ كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.¹

- II. خدمة الشركات واصحاب الاعمال: في الاعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، وكذلك اسداد خدمات كبيرة في التسويق والترويج في المنتجات.
- III. يتيح للفيس بوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور: بشكل اكبر واسهل مما يتيح المواقع الاخرى، حيث يتم تحميل اكثر من مليار صورة شهرية على الفيس بوك.
- IV. التواصل مع المجتمعات الافتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.
- V. متابعة اخبار الشخصيات المشهور في كافة المجالات: فالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث اصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيس بوك يمكن لمن يتواصل معهم ان يطلع على اخبارهم وافكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الاحداث والقضايا.

¹ فارس كاتب ، دنيا عقون ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة

الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قيم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015/2016، ص48.

VI. إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع الفيديو: كمقاطع فيديو يغرب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيس بوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة¹.

2- سلبيات الفيس بوك

الفيس بوك حاله حال كثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة الكثير من البشر وبالأخص شريحة الشباب، فإلى الجانب المضيء للمجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ أعمال مفيدة، والتحقيق الكثير من الأهداف، إلا أنه هناك الكثير من السلبيات علة مستخدميه نذكر منها:

I. أثره على القيم الدينية: يتواجد على الفيس بوك صفحات عدة تعمل جاهدة على تنسيق القيم الاجتماعية والثقافية والدينية في عقول الأفراد، وبالعكس هناك ما يهدف إلى غرس الرذيلة والفاحشة، وتهديم قيم الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى عدم وجود موانع، أو حدود للممنوعات الثقافية كالمجموعات الإباحية والقمار والتحرير... الخ.

II. أثاره على الجانب النفسي: سرعان ما تحول موقع الفيس بوك إلى إدمان يستترق وقت الناس بشكل لا يصدق ويقوم بتشجيع عادات سيئة مثل الفضول، مراقبة حياة الآخرين، التلصص على قوائم أصدقائهم والتفرج على صورهم. ومن بين التأثيرات التي يوجهها الفرد عند استخدامه للفيس بوك هو مشكل الخصوصية مما قد يسبب له الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية كملف المستخدم يحتوي على جميع معلوماته الشخصية، إضافة إلى ما يبته من هموم ومشاكل وصور قد تستغل لغرض الإساءة والتشهير. وإن الأشخاص جراء تكوّنهم لصدقات افتراضية ومجموعات تواصلية تجعله يعيشون نوعاً من الانفصال بين الواقع الافتراضي، أي بين الحقيقي والرمزي وهذا ما قد يخلق نوعاً من الاكتئاب والقلق والازمات النفسية الأخرى.²

¹علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014. ص68، 69

² عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أنموذجاً وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم اجتماع التربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، بالوادى، 2016/2017 ص42.

- III. أثره على الجانب الاجتماعي: يعتبر الفيس بوك احد اسباب تدهور العلاقات الاسرية، فأسهم في افساد الاحساس الاجتماعي بين افراد المجتمع، فقد قرب ما هو بعيد وابتعد القريب كما فرض حول من يستخدمها نوعا من العزلة والوحدة والانقطاع عن الحياة العامة و الاجتماعية. حيث ينشئ منعزل مكتسبا لقيم افتراضية قد تتعارض مع واقعهم الحقيقي، وهذا يعود بالسلب على الاسرة والمجتمع بصفة عامة¹.
- IV. ظهور لغة جديد بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل الجوال أو محادثات عبر الانترنت وباستخدام التواصل عبر الشبكات الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل اكبر وهي لغة ليست بالعربية ولا الانكليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة الى الارقام والرموز لا يفهما سوء المتعاملين بها، ومن يعاشرهم بصفة مستمرة، وإن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي الى تهديد لغتنا العربية والى ضياعها مع مرور الايام، فمثلا اصبحت كلمة محمد تكتب mo7amed وكلمة اخبار تكتب a7bar ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يزيد هوة بين الاجيال السابقة والاجيال الناشئة.
- V. التعرض للجرائم الالكترونية: كما اعلنا بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 الف فيروس خبيث عام 2008 ثما نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك².

¹ عبد السلام الأشهب، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² صفاء بوقلول، مريم بوحملة، مرجع سبق ذكره، ص 45

خلاصة الفصل:

اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل بين الافراد، حيث ساعدت في التعرف والربط والغاء الحواجز الجغرافية بين المجتمعات ومن هذا المنطلق سعت شبكات التواصل الاجتماعي لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل، وفي مقدمتها موقع القيس بوك حيث مثلة الساحة الاولى لانتشار الميمز عالميا، حيث انه اصبح جزء مهما من الثقافة الشعبية المنتشرة بين الجيل الحالي، الذين ابتكروا لغتهم الخاصة لتواصل والتعبير عن آرائهم والاحتجاج والمشاركة في الحياة بطريقة خاصة، فلا يكادوا يخلوا حدث اجتماعي او سياسي او رياضي من هذه الصيغة التعبيرية عن الافكار والآراء وبقدر ما تحمله من روح الابداع والابتكار.

الفصل لثالث: الجانب التطبيقي

- تمهيد

- بطاقة فنية حول مجموعة **Algerian comic**

Movies ACM

- مجتمع الدراسة والعينة

- عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

1-البيانات الخاصة بالمحتوى

2-التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

3-التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

- النتائج العامة للدراسة

- الخاتمة

تمهيد

بعدها تطرقنا الى الجانب المنهجي والنظري لهذه الدراسة الذي يحدد لنا الاطار العام للجانب التطبيقي التي تنصب على دراسة مجموعة Algerian comic Movies ACM فإننا في هذا الفصل الثالث نسعى الى التحليل الكمي والكيفي لبيانات التي تم جمعها بأداة تحليل المضمون لنصل بعد ذلك الى تفسير نتائج الدراسة، كل هذا من اجل الإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية للوصول لنتائج النهائية لدراسة.

بطاقة فنية حول مجموعة الدراسة Algerian comic Movies ACM

لقد ظهرت العديد من مجموعات الخاصة بالميز عبر موقع التواصل الاجتماعي وعلى راسها موقع الفيس بوك وذلك لغرض نشر هذه الظاهرة ومن بين الصفحات قد قمنا باختيار مجموعة Algerian comic Movies ACM كعينة لدراسة حيث تم انشاء هذه الصفحة في 30 ماي 2016 ، حيث تحتوى فقط على منشورات المميز وقد أنشأت قصد الترفيه والتسلية بين الشباب وبلغ عدد أعضائها 519627 عضو.

العينة ومجتمع الدراسة

1-مجتمع الدراسة:

ويتمثل مجتمع بحثنا في مجموعة Algerian Comic Movies ACM عبر موقع الفيس بوك في الفترة الممتدة ما بين 1 ديسمبر 2021 الى غاية 31 مارس 2022، حيث هناك 2600 منشور خلال هذه الفترة

2-عينة الدراسة وطريقة اختيارها

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على العينة العشوائية المنتظمة وهي العينة التي يتم اختيار مفرداتها بصفة منتظمة بعد اختيار المفردة الأولى عشوائيا ويقصد بالمنتظمة اختيار مفردات العينة على مسافات متساوية على مستوى المجتمع البحثي دون ترك فجوات غير مغطاة، ويشترط أن تكون

للباحث جميع قوائم مفردات مجتمع الدراسة لأجل استخراج المدى. ويحسب المدى بقسمة عدد مفردات مجتمع الدراسة على عدد مفردات العينة

أ- العينة:

مجتمع الدراسة = 2600 بنسبة 8%

$$\text{العينة} = \frac{2600 \times 8}{100}$$

$$\text{العينة} = 208$$

ب- العينة العشوائية المنتظمة

$$\text{المسافة} = \frac{\text{حجم مجتمع الدراسة}}{\text{حجم العينة}}$$

$$\text{المسافة} = \frac{2600}{208}$$

$$\text{المسافة} = 12.5$$

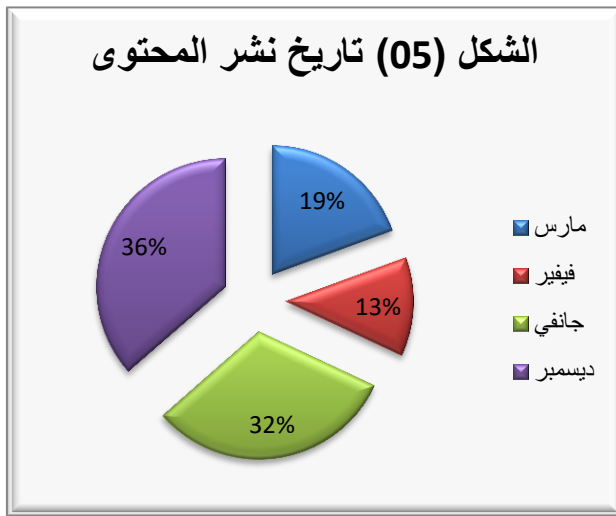
وعليه قمنا باختيار المفردة الأولى من عينة الدراسة من أول منشور في بداية شهر ديسمبر، ثم قمن بالتخلي عن 12 منشور كمسافة معينة ثم نختار المنشور الثاني، ثم نكرر العملية على مجتمع الدراسة المقدر ب 2600 منشور حتى نحدد جميع مفردات عينة التحليل المقدر بـ 208 منشور كما وضحنا أعلاه.

عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

بعد تفرغ استمارة تحليل المحتوى في الجداول، سنقوم بعرض النتائج المتحصل عليها وتحليلها من حيث المضمون والشكل، بما يتوافق مع إشكالية الدراسة والتساؤلات المطروحة ومناقشتها في إطار الدراسات التحليلية في البحوث العلمية.

أولاً: البيانات الخاصة بالمحتوى

الجدول رقم (01) يوضح تاريخ نشر المحتوى:



المصدر: اعداد الطالبتين

الاشهر	التكرار	النسبة
ديسمبر	76	36.5%
جانفي	66	31.7%
فيفري	26	12.5%
مارس	40	19.2%
المجموع	208	100%

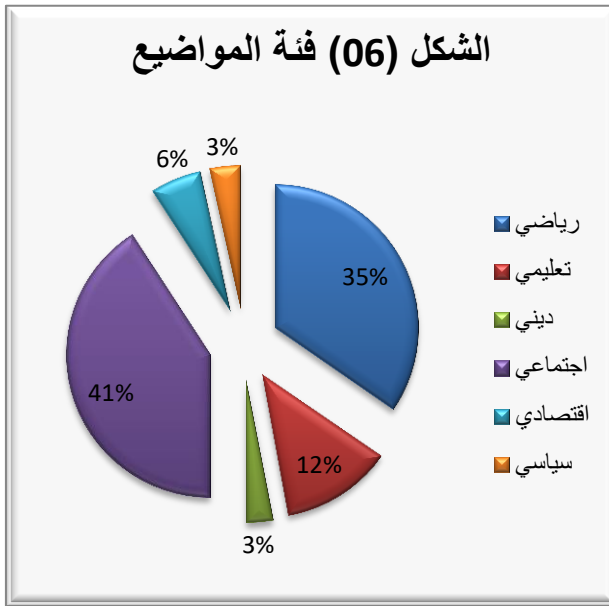
المصدر: اعداد الطالبتين

يشير الجدول رقم (01) الى ان عينة الدراسة التي تم نشرها في ديسمبر 2021 تعتبر الأكثر من حيث النسبة التي بلغت (36.5%) ب 76 بتكرار ، ويليها شهر جانفي 2022 بتكرار 66 ما يماثل (31.7%) أما شهر مارس 2022 كان اقل بتكرار 40 بنسبة (19.2%) تم يأتي في الاخير شهر فيفري 2022 حيث بلغ 40 تكرار نسبته (12.5%).

ثانيا: فئات المضمون "ماذا قيل؟"

1- التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع

الجدول رقم (02) يوضح فئة الموضوعات الرئيسية



المصدر: اعداد الطالبتين

الموضوعات	التكرار	النسبة
سياسي	7	3.36%
اقتصادي	12	5.76%
اجتماعي	85	40.86%
ديني	6	2.88%
تعليمي	26	12.50%
رياضي	72	34.60%
المجموع	208	100%

المصدر: اعداد الطالبتين

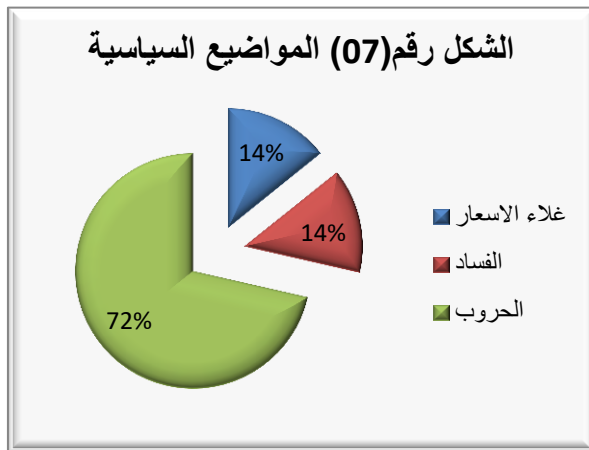
يتبين من الجدول رقم (02) ان المنشورات في مجموعة Algerian Comic Movies ACM عبر موقع الفيس بوك ركزت بصفة كبيرة في منشوراتها على المواضيع الاجتماعية بتكرار 85 حيث بلغت نسبتها 40.86% والتي يمكن إرجاعها إلى الظروف و المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع، ثم تليها المواضيع المتعلقة بالرياضة بتكرار 72 والتي بلغت نسبتها 34.60% والتي يمكن إرجاعها إلى احداث الرياضة التي عاشها المنتخب الوطني في تلك الفترة الزمنية، ثم تليها المواضيع التعليمية بنسبة 12.50% بـ 26 تكرار ، وتليها المواضيع الاقتصادية بتكرار 12 بنسبة 5.76% وبعدها المواضيع السياسية التي بلغت بتكرار 7 نسبتها 3.36%، وفي الاخير جاءت المواضيع الدينية بـ 6 تكرارات بنسبة 2.88% وهذا لكونها مواضيع حساسة لا يمكن التلاعب بها.

و تشير هذه الإحصائيات إلى وجود تناقض في النتائج المتعلقة بفئة الموضوع بين هذه الدراسة والدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع الميمز، كما تشير الإحصائيات ان المواضيع المتعلقة بالجانب الاجتماعي لعبت دورا هاما لما تبرزه في توجيه الأفراد وتوعيتهم بالمشاكل والظواهر الاجتماعية بطريقة ساحرة، ثم تلتها المواضيع الرياضية ثم التعليمية ثم الاقتصادية ثم السياسية واخيرا الدينية.

و يمكن القول من خلال هذا أن ظهور منشورات الميمز لعب دورا كبيرا للتعبير عن الراي مما جعل المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكتب في شتى الميادين والموضوعات وبدون ضغوطات من قبل الغير.

وانطلاقا من هذه النتائج يمكن القول أن منشورات الميمز في الجزائر اعتمدت على المواضيع الاجتماعية بدرجة كبيرة كونها أحد المواضيع الأكثر جذبا وتأثرا بها من طرف المواطن أو المتصفح للفييس بوك خصوصا وأن الجزائر تعيش مشاكل اجتماعية قصد إيجاد حلول لها.

الجدول رقم (03) يوضح الفئات الفرعية للموضوعات السياسية



المواضيع السياسية	التكرار	النسبة
غلاء الاسعار	1	%14.28
الفساد	1	%14.28
الحروب	5	%71.42
المجموع	7	%100

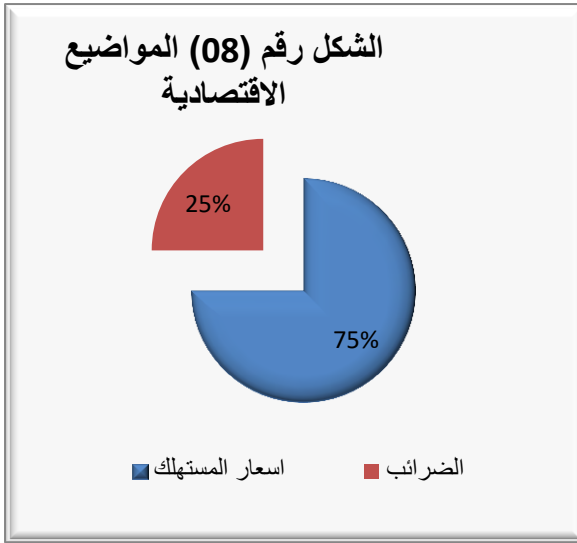
المصدر: اعداد الطالبتين

المصدر: اعداد الطالبتين

يشير الجدول رقم (03) على مجموعات المواضيع السياسية التي تعالجها مضامين الميمز في مواقع التواصل الاجتماعي قد بلغت فئة الحروب بتكرار 7 بنسبة 71%، ثم تليها فئتي غلاء الاسعار و الفساد بتكرار 1 بنسبة 14.28% لكلا منهما.

ويتضح من خلال الجدول ان مضامين الميمز في الجزائر اهتمت في تلك الفترة الزمنية بالحرب التي وقعت بين أوكرانيا وروسيا وما قد تسببه من اثار في العلاقات وما قد تحدث من ازمات داخل الجزائر عن طريق ارتفاع في بعض الايرادات التي تستوردها الجزائر، فيما جاءت غلاء الاسعار والفساد بنسبة ضعيفة وذلك لي اهتمام الشعب بالحرب.

الجدول رقم (04) يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الاقتصادية



المواضيع الاقتصادية	التكرار	النسبة
اسعار المستهلك	9	75%
الضرائب	3	25%
المجموع	12	100%

المصدر: اعداد الطالبتين

المصدر: اعداد الطالبتين

يتبين من خلال الجدول رقم (04) أن فئة أسعار المستهلك تصدرت بتكرار 9 ما يعادل نسبة 75%، فيما جاءت فئة الضرائب بتكرار 3 فيما يمثل 12%.

ومن خلال الجدول المعروض يمكن القول ان مضامين الميمز في مواقع التواصل الاجتماعي اهتمت بأسعار المستهلك في المواضيع الاقتصادية لما تعيشه الجزائر من ارتفاع وغلاء في السلع في الآونة الاخيرة.

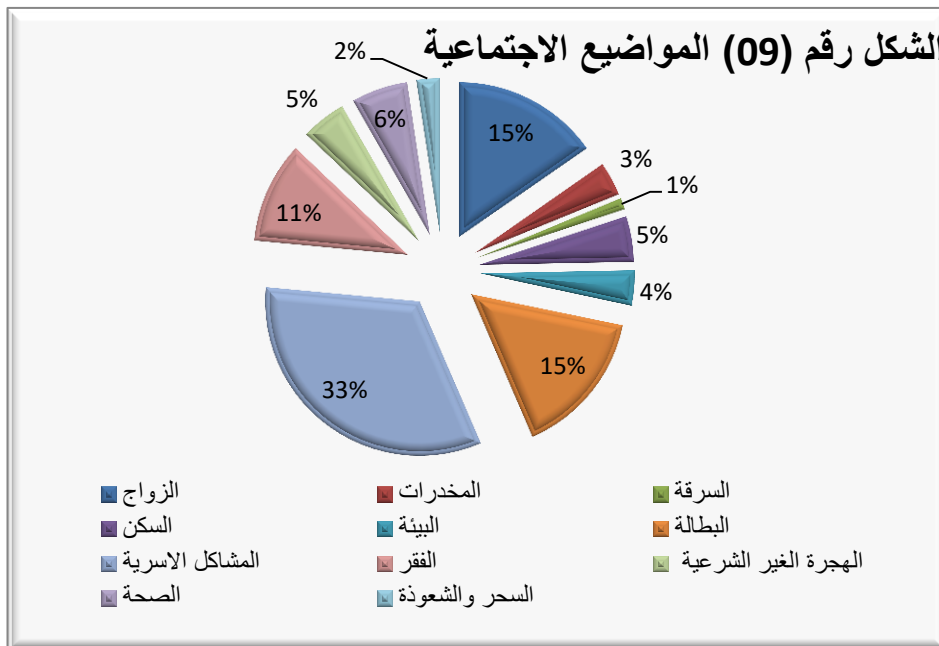
الجدول رقم (05) يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الاجتماعية

النسبة	التكرار	المواضيع الاجتماعية
%15.29	13	الزواج
%3.52	3	المخدرات
%1.17	1	السرقه
%4.70	4	السكن
%3.52	3	البيئه
%15.29	13	البطالة
%32.94	28	المشاكل الاسريه
%10.58	9	الفقر
%4.70	4	الهجرة الغير الشرعيه
%5.88	5	الصحة
%2.35	2	السحر والشعوذة
%100	85	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين

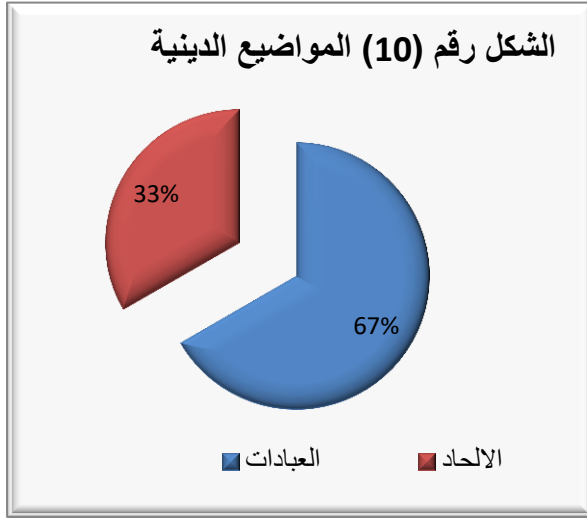
نلاحظ حسب الجدول رقم (05) تنوع في المواضيع الاجتماعية التي تناولتها منشورات الميمز في مواقع التواصل الاجتماعي وقد اتضح من خلال المعطيات ان المشاكل الاسرية كانت الأكثر تداول بتكرار 28 ما يمثل 32.94% ، ليتساوى بعدها فئتي الزواج والبطالة بمعدل تكرار 13 بنسبة 13.29%، ثم تليها فئة الفقر بتكرار 9 ما يمثل نسبة 10.58% ، في حين جاءت فئة الصحة بتكرار 5 بنسبة 5.88%، ويليهما السكن والهجرة الغير الشرعية بالتساوي حيث بلغت 4 تكرارات ما يمثل 4.70%، ثم تليها ايضا بالتساوي فئتي البيئة والمخدرات بتكرار 3 بنسبة 3.52%، فيما جاءت بعدها فئة السحر والشعوذة بتكرارين بنسبة 2.35%، وفي الاخير جاءت فئة السرقة بتكرار واحد متمثلة بنسبة 1.17%.

من خلال المعطيات الكمية التي تحصلنا عليها انطلاقا من تحليلنا لمنشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وصلنا الى نتيجة مقادها ان المنشورات تركز أكثر في معالجتها للقضايا على الاوضاع الاجتماعية للمواطن بشكل عام وعلى المشاكل داخل الاسرة بشكل خاص ويظهر هذا جليا من خلال النسبة التي تحصلت عليها المشاكل الاسرية، حيث نجد اغلب المنشورات تناولت المواضيع المتعلقة بالخلافات داخل الاسرة يرجع ذلك للضغوطات الكبيرة في الحياة حيث ثما نقلها في قالب هزلي فكاهي.



المصدر: اعداد الطالبتين

الجدول رقم (06) يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الدينية



المواضيع الدينية	التكرار	النسبة
العبادات	4	66.66%
الإلحاد	2	33.33%
المجموع	6	100%

المصدر: اعداد الطالبتين

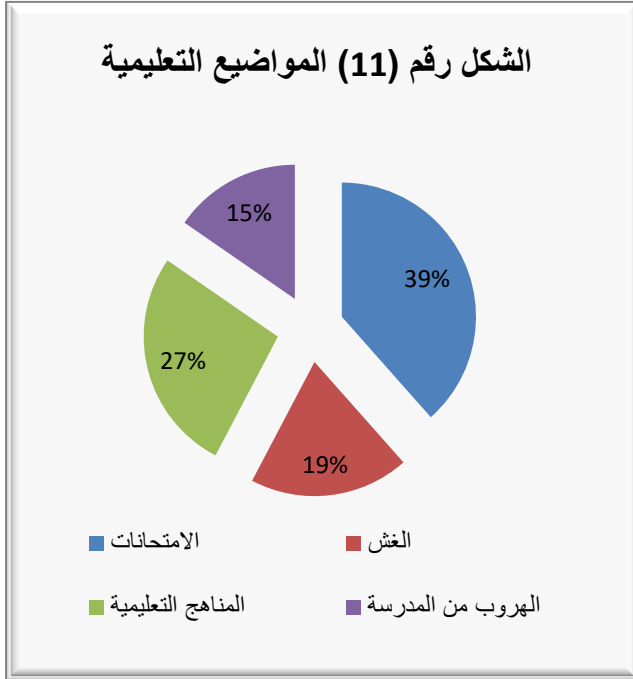
المصدر: اعداد الطالبتين

يتبين حسب الجدول رقم (06) أن فئة العبادات قد تصدرت وتحصلت على 4 تكرارات ما يعادل 66.66%، ثم تلتها فئة الإلحاد بتكرارين بنسبة 33.33%.

ويتضح من خلال هذا أن منشورات الميمز تطرقت لموضوع العبادات على سبيل تصحيح بعض الأفكار الشائعة والمتداول عليها في العبادات كالصلاة و ثم بعدها جاءت الموضوعات الخاصة بالإلحاد فقد أصبح ينتشر في المجتمعات الإسلامية بسبب الانبهار بظهور الماديات التي ظهرت على أيادي غير المؤمنين بالله وما أصاب قلوب ضعفاء الإيمان من انبهار تام برونق تلك الحضارة الزائفة لهذا جاءت منشورات الميمز لنقد هذه الظاهرة .

الجدول رقم (07) يوضح الفئات الفرعية للموضوعات التعليمية

المواضيع التعليمية	التكرار	النسبة
الامتحانات	10	%38.46
الغش	5	%19.23
المناهج التعليمية	7	%26.92
الهروب من المدرسة	4	%15.38
المجموع	26	%100



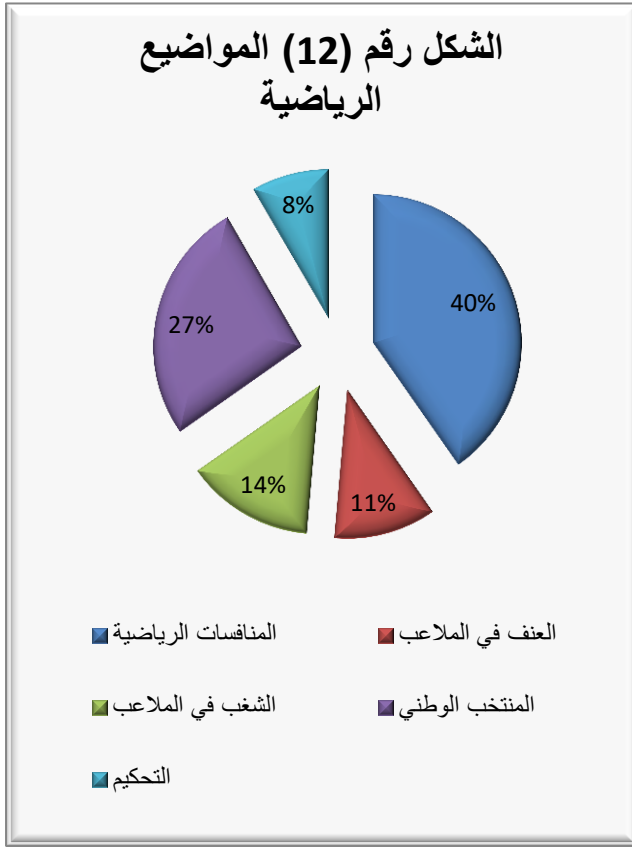
المصدر: اعداد الطالبتين

المصدر: اعداد الطالبتين

نلاحظ حسب الجدول رقم (07) ان فئة الامتحانات قد تصدرت الفئات الفرعية بتكرار 10 ما يعادل %19.23، ثم تلتها المناهج التعليمية بـ 7 تكرارات ما يمثل %26.92، وجاءت بعدها الغش بـ 5 تكرارات بنسبة %19.23، وفي الاخير الهروب من المدارس بلغت 4 تكرارات بنسبة %15.38.

نلاحظ من خلال الجدول ان منشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت تتمحور حول فئة الامتحانات حيث يتعرض الطالب لضغوطات نفسية في فترة الامتحانات فيعبر عنها بطريقة مضحكة من اجل الترفيه على النفس، وكما تمحورت كذلك على المنهج التعليمي المتبع فهي في غالب الاحوال كارثية ولا تلبى الطموح ومليئة بالحشو وتعيق تطوير الافكار.

الجدول رقم (08) يوضح الفئات الفرعية للموضوعات الرياضية



المواضيع الرياضية	التكرار	النسبة
المنافسات الرياضية	29	40.27%
العنف في الملاعب	8	11.11%
الشعب في الملاعب	10	13.88%
المنتخب الوطني	19	26.38%
التحكيم	6	8.33%
المجموع	72	100%

المصدر: اعداد الطالبتين

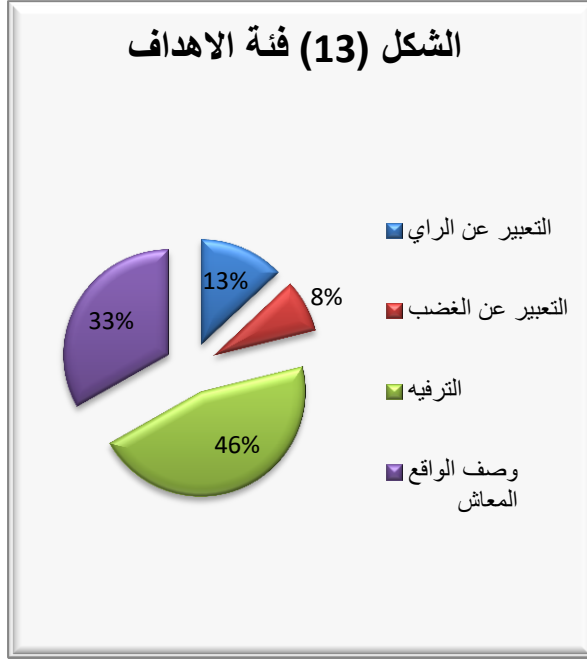
المصدر: اعداد الطالبتين

يبين حسب الجدول رقم (08) ان المنافسات الرياضية حلت في المرتبة الاولى بتكرار 29 ما يمثل 40.27%، ثم المنتخب الوطني التي تحصلت على 19 تكرار بنسبة 26.38%، وبعدها جاءت الشعب في الملاعب بـ 10 تكرارات بنسبة 13.8%، ثم العنف في الملاعب حظيت بـ 8 تكرارات ما يعادل 11.11%، وفي الاخير جاء التحكيم ما يمثل 8.33%.

ويتبين من المعطيات السابقة ان منشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي تطرقت الى المنافسات الرياضية حيث شهدت السنوات الاخيرة تزايد ملحوظ في الاهتمام بالرياضات التنافسية بصفة عامة والمنافسات ذات الطابع الجماهيري بصفة خاصة، كذلك تزايد الاهتمام الشعب الجزائري بالمنتخب الوطني لما حققه من احداث رياضية في البطولات السابقة مع ظهور بعض السلوكيات العدوانية مثل العنف والشعب في الملاعب التي قد تؤدي الى القتل والحرق والتدمير.

2- التحليل الكمي والكيفي لفئة الاهداف

الجدول رقم (09) يوضح فئة الاهداف



المصدر: اعداد الطالبتين

النسبة	التكرار	فئة الاهداف
33.17%	69	وصف الواقع المعاش
45.67%	95	الترفيه
8.17%	17	التعبير عن غضب
12.98%	27	التعبير عن الرأي
100%	208	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين

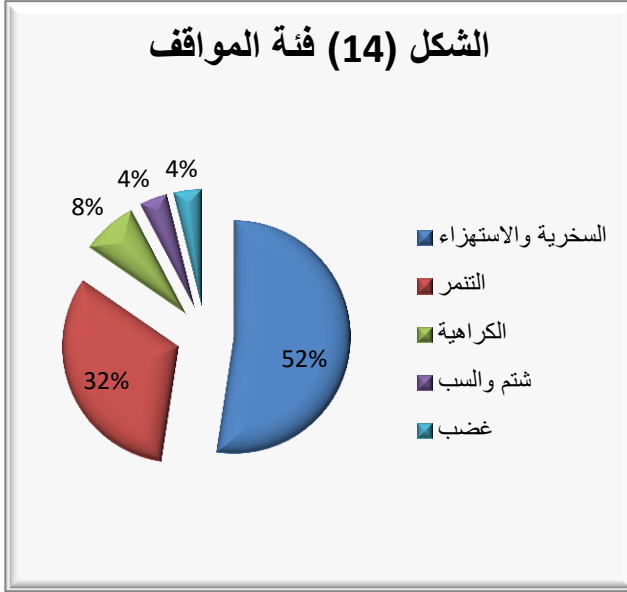
يتبين من خلال بيانات الجدول (09) أعلاه ان ابرز الاهداف التي تحققها منشورات الميمز كانت لغرض الترفيه حيث بلغت 95 تكرارا نسبتها 45.67% ثم تليها وصف الواقع المعاش كالفقر والفساد والبطالة والعنف... الخ بتكرار 69 بنسبة مئوية تساوي 33.17% في حين جاء التعبير عن الرأي في المرتبة الثالثة بـ 27 تكرار ما يمثل 12.98% وفي الاخير جاء التعبير عن الغضب من الاوضاع الاقتصادية وسياسية واجتماعية ... الخ بتكرار 17 بلغت نسبته 8.17%.

يمكن أن نرى من خلال هذا الجدول وجود تشابه في الدور التي تلعبها منشورات الميمز عبر موقع الفيس بوك مقارنة مع الدراسات السابقة حيث كانت منشوراتها تسعى غالبا الى الترفيه بنسب كبيرا تم تليها وصف الواقع المعاش بنسبة متقاربة، في حين نجد أن النسبة الضعيفة كانت لتعبير عن الغضب وهذا يعني مجموعة Algerian comic Movies ACM تهتم بالترفيه والتسلية.

3- التحليل الكمي والكيفي لفئة المواقف

الجدول رقم (10) يوضح فئة المواقف

النسبة	التكرار	فئة المواقف
3.84%	8	غضب
3.84%	8	شتم والسب
7.69%	16	كراهية
32.21%	67	التنمر
52.40%	119	السخرية والاستهزاء
100%	208	المجموع



المصدر: اعداد الطالبتين

المصدر: اعداد الطالبتين

تعكس بيانات الجدول رقم (10) المواقف المتضمنة في منشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، حيث نلاحظ من خلال الجدول طغيان موقف السخرية والاستهزاء مثل نقد جماعات او حدث او واقعة... الخ بتكرار 119 بنسبة تصل إلى 52.40% تليها التنمر بـ 67 تكرار ما يعادل 32.21% والتي يتم فيها الاساءة لشخصيات، ثم جاءت موقف الكراهية بتكرار 16 التي بلغت نسبتها 7.69% في حين نلاحظ تساوي بين موقف الشتم والغضب بتكرار 8 ما يعادل 3.84%.

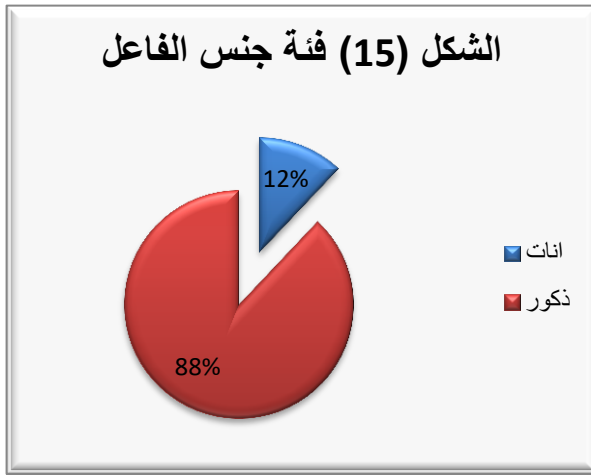
يتضح من خلال الجدول أن منشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد سجلت في المرتبة الاولى موقف السخرية فهي أغلب المواضيع المطروحة فالمجموعة تسعى الى نقد والسخرية الهادفة من القضايا الاجتماعية والواقع المعاش ويليه بالمرتبة الثانية موقف التنمر وذلك عن طريق

الاساءة أو التحقير أو الاستهزاء من عناصر معينة، وفي المرتبة الاخيرة جاءت مواقف الغضب والشتيم والسب في مرتبة الاخيرة وذلك لندرة استعمالها في المنشورات.

4- التحليل الكمي والكيفي لفئة الفاعل

أ- فئة جنس الفاعل

الجدول رقم (11) يوضح فئة جنس الفاعل



المصدر: اعداد الطالبتين

النسبة	التكرار	جنس الفاعل
87.98%	183	ذكور
12.01%	25	اناث
100%	208	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين

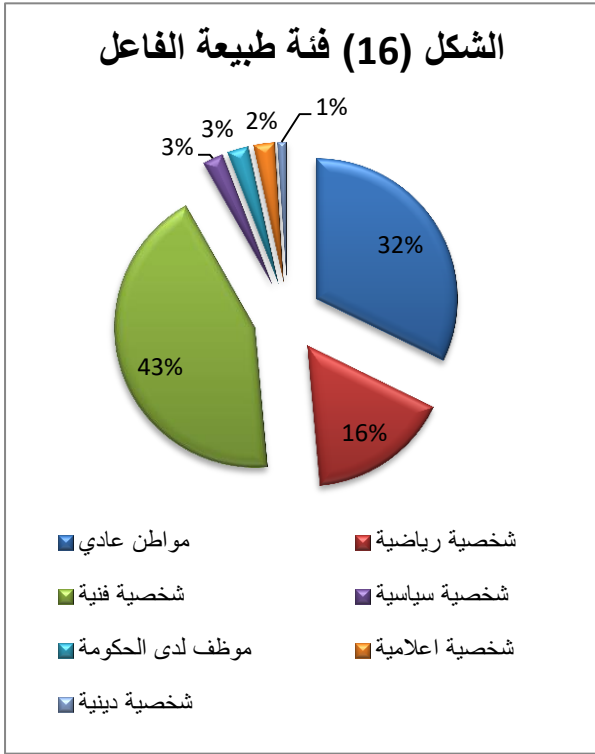
يبين الجدول رقم (11) جنس الفاعل في منشورات المميز حيث سجلت اكبر نسبة لجنس الذكور التي بلغت 87.98 % بـ 183 تكرار بينما جنس الاناث حصرت نسبة قليلة تساوي 12.01 % بتكرار 25 .

ومن ذلك يمكن القول ان هناك تفاوت بين الجنسين فيما يخص في جنس الفاعل في المنشورات، اد أن هذه المجموعة استهدفت جنس الذكور أكثر حيث حظيت بدور قوي في ايصال المضمون على عكس جنس الإناث ويمكن تفسير ذلك بطبيعة المواضيع التي نشرت في تلك الفترة الزمنية.

ب - طبيعة الفاعل

الجدول رقم (12) يوضح فئة طبيعة الفاعل

النسبة	التكرار	طبيعة الفاعل
%0.96	2	شخصية دينية
%2.40	5	شخصية اعلامية
%2.40	5	موظف لدى الحكومة
%2.40	5	شخصية سياسية
%43.26	90	شخصية فنية
%16.34	34	شخصية رياضية
%32.21	67	مواطن عادي
%100	208	المجموع



المصدر: اعداد الطالبتين

المصدر: اعداد الطالبتين

نلاحظ من الجدول رقم (12) أن الشخصيات الفنية بتكرار 90 كانت أكثر الفئات الفاعلة في مضامين ومنشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر بنسبة تصل إلى 43.26 % وهي الشخصيات المشهورة مثل غوستافو غاس و khaby lame و عادل امام و بيونة ، ثم تليها مواطن عادي المتمثل بتكرار 67 بنسبة 32.21 %، ثم جاءت الشخصيات الرياضية التي بلغت بتكرار 34 نسبة 16.34 % وكانت متمثلة في بغداد بونجاح وجمال بلماضي ورياض محرز... الخ ، في حين نلاحظ تساوي في النسب بـ 5 تكرارات بين كل من موظف لدى الحكومة مثل كمال رزيق و شخصيات اعلامية مثل خالد خلفاوي و ستيف هارفي و شخصيات سياسية كيم

جونغ اون و الرئيس عبد المجيد تبون حيث بلغة كل منها نسبة 2.40% ، وجاءت الشخصية الدينية في الاخير المتمثلة بتكررين بنسبة 0.96%.

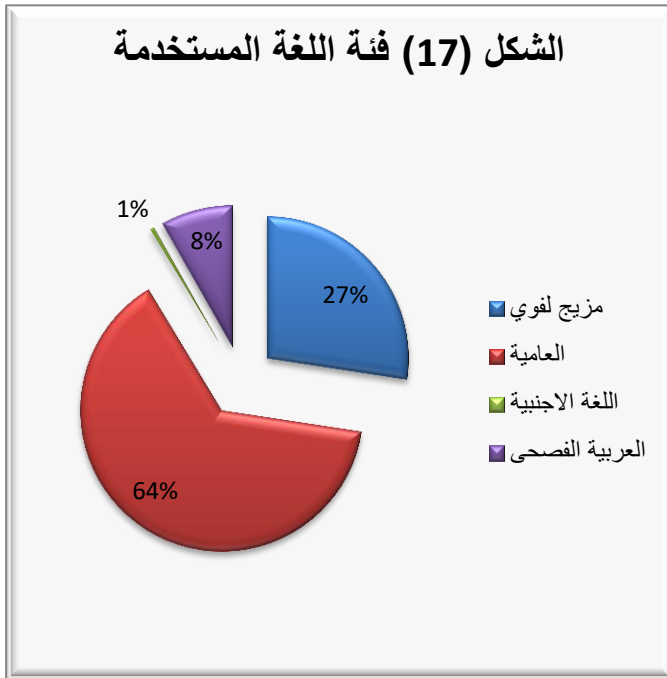
يتضح من خلال الجدول (06) ان منشورات الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر جعلت من الشخصيات الفنية كأكثر الفئات التي لعبت دور بارز في المنشورات التي تنشرها عبر موقع الفيسبوك، وهذا لكونها أكثر الفئات عرضة للسخرية والانتقادات من قبل المواطن الجزائري.

ومنه نستنتج أن منشورات الميمز في مجموعة غير قادرة على رصد كل الفئات، إنما تعمل على اختيار أكثر الفئات فاعلية في المجتمع وتبني عليها مواضيعها و منشوراتها التي تنشرها عبر موقع الفيسبوك.

ثالثا: فئات الشكل " كيف قيل؟ "

1- التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة

الجدول رقم (13) يوضح فئة اللغة المستخدمة



المصدر: اعداد الطالبتين

النسبة	التكرار	اللغة المستخدمة
8.17%	17	العربية الفصحى
0.48%	1	اجنبية
63.94%	133	عامية
27.40%	57	مزيج
100%	208	المجموع

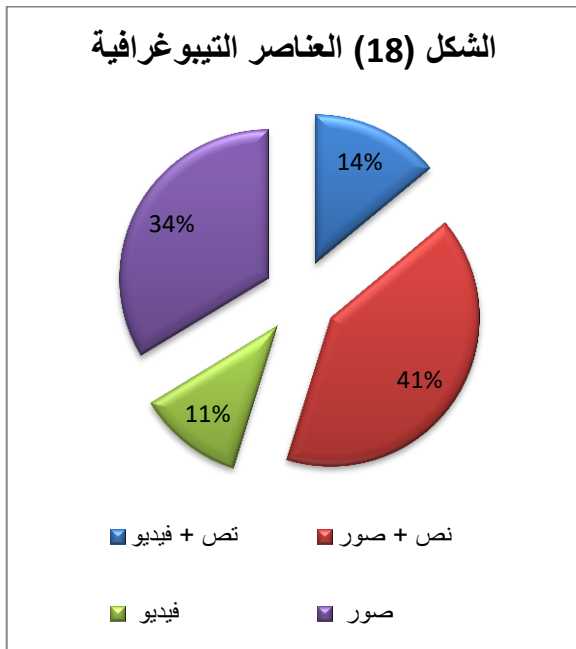
المصدر: اعداد الطالبتين

تعكس بيانات الجدول رقم (13) النسب الخاصة بفئة اللغة المستخدمة في منشورات مجموعة Algerian comic Movies ACM عبر الفيس بوك حيث اكبر نسبة بتكرار 57 كانت لفئة اللغة العامية 63.94%، تليها فئة المزيج اللغوي لها نسبة اقل وهي 27.40% بـ 57 تكرار ، ثم جاءت في المرتبة الثالثة اللغة العربية الفصحى بتمثيل 17 تكرار بنسبة 8.17% ، اما فئة اللغة الاجنبية فكانت نسبتها 0.48% ما يعادل تكرار واحدا وهي ادنى نسبة في الجدول.

يمكن القول من خلال هذا الجدول أن مضامين الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر قد استخدمت اللغة العامية في جل منشوراتها على موقع الفيس بوك وهذا يدل على ان اغلبية المواضيع تستدعي استخدام اللغة العامية لسهولة استيعابها من طرف المواطنين الجزائريين، ثم تليها المزيج اللغوي الذي استخدم من خلال مزج بين اللغة العربية الفصحى و اللغة العامية واللغة الاجنبية في المنشورات ليصل لجميع فئات المجتمع بما فيهم المثقف والغير المثقف، ثم جاءت اللغة العربية الفصحى بنسبة قليلة وذلك يرجح الى امكانية عدم فهم الرسالة والغاية منها وفي الاخير اللغة الاجنبية التي نالت على نسبة أدنى.

2- التحليل الكمي والكيفي لفئة العناصر التيبوغرافية

الجدول رقم (14) يوضح فئة العناصر التيبوغرافية



العناصر التيبوغرافية	التكرار	النسبة
صورة	70	33.65%
فيديو	24	11.53%
نص + صور	85	40.86%
نص + فيديو	29	13.94%
المجموع	208	100%

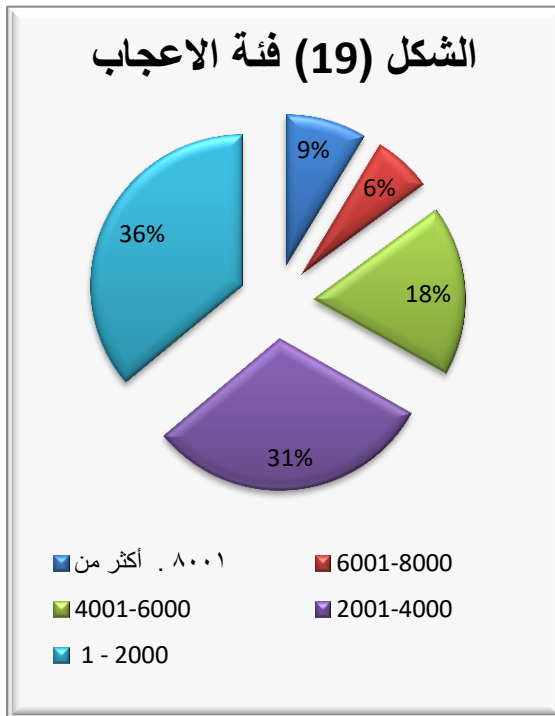
يبين الجدول رقم(14) الخصائص الطبوغرافية التي تستخدمها منشورات الميمز في نشر مضامينها عبر موقع الفيس بوك، حيث بلغت فئة نص + صور بتكرار 85 نسبة 40.86% اما فئة صورة بتكرار 70 كانت في المرتبة الثانية بنسبة 33.65%، وتلتها فئة نص + فيديو بنسبة 13.94% متمثلة في 29 تكرار، واما فئة الفيديو 11.53% كأقل نسبة بتكرار 24.

يتضح من تحليل جدول رقم (14) المتعلق بالخصائص التبوغرافية ان منشورات الميمز اعتمدت على الصور في منشوراتها وذلك حسب فئة نص + صورة لان الصورة معبرة عن الف كلمة وكذلك سهولة استخدامها وتوظيفها لإيصال المعلومة، في حين جاءت فئة فيديو وفئة نص + فيديو بنسبة متقاربة وضعيفة ولكن احيانا رغم قوة الفيديو لكنها تعجز عن ايصال المعلومة الا من خلال تدعيمها بالنص.

3- التحليل الكمي والكيفي لفئة درجة التفاعل

أ- فئة الاعجاب

الجدول رقم (15) يوضح فئة الاعجاب



الاعجاب	التكرار	النسبة
من 1 الى 2000	75	36.05%
من 2001 الى 4000	64	30.76%
من 4001 الى 6000	38	18.26%
من 6001 الى 8000	13	6.25%
أكثر من 8001 تعليق	18	8.65%
المجموع	208	100%

المصدر: اعداد الطالبيتين

المصدر: اعداد الطالبيتين

نرى في الجدول رقم 15 الموضح اعلاه ان عدد الإعجابات بالمنشورات التي تنشرها مجموعة Algerian comic Movies ACM كانت تتراوح من 01 الى 2000 اعجاب متكررة 75 مرة بنسبة قدرت حوالي 36.05%، تليها الإعجابات تتراوح بين 2001 الى 4000 اعجاب متمثلة بـ 64 تكرار التي بلغت نسبتها 30.76%، وفي المرتبة الثالثة ما بين 4001 الى 6000 تتراوح بنسبة 18.26% بـ 38 تكرار، ثم تليها اكثر من 8001 اعجاب بتكرار 18 قدرت نسبتها 8.65%، أما بالنسبة لعدد الإعجابات ما بين 6001 الى 8000 قدرت بـ 6.25% بتكرار 13.

من خلال الإحصائيات في الجدول اعلاه يتضح بان اغلبية الإعجابات كانت محدودة ما بين 2001 الى 4000 و 4001 الى 6000 وهذا ما يوضح تفاعل واعجاب الافراد بالمنشورات كانت متوسطة على عكس فئات التي بين 6001 الى 8000 و أكثر من 8001 اعجاب التي كانت نسبتها ضئيلة.

ب- فئة التعليق

الجدول رقم (16) يوضح فئة الاعجاب

النسبة	التكرار	التعليق
87.98%	183	من 1 الى 500
8.17%	17	من 501 الى 1000
3.84%	8	أكثر من 1001 تعليق
100%	208	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين



المصدر: اعداد الطالبتين

يمثل الجدول اعلاه رقم (16) فئة التعليق على المنشورات المميز عبر مواقع التواصل في الجزائر حيث ان معظم التعليقات سجلت في فئة 1 الى 500 ب بتكرار 183 نسبة 87.98، تلتها فئة 501 الى 1000 تعليق فقد بلغت نسبة تكرار 17 ب 8.17%، وفي الاخير جاءت فئة 1001 وأكثر بنسبة 3.8% ب 8 تكرارات.

ومن خلال ذلك يتضح ان التفاعل في منشورات المميز عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان يتراوح ما بين 1 الى 500 مما يدل على ان التعليق على المنشورات كان بشكل ضعيف.

4- التحليل الكمي والكيفي لفئة الصور والرسومات

الجدول رقم (17) يوضح فئة الصور والرسومات

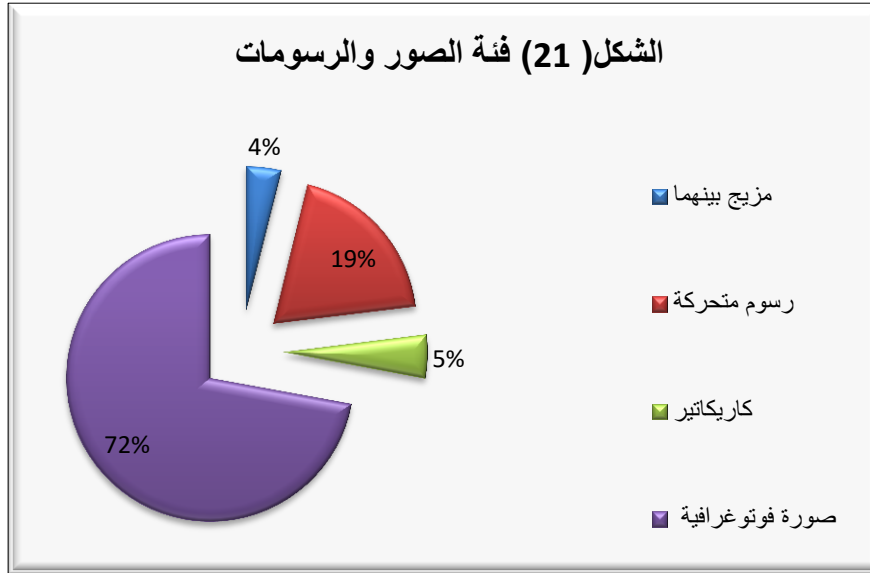
النسبة	التكرار	الصور والرسومات
72.11%	150	صورة فوتوغرافية
4.80%	10	صورة كاريكاتير
19.23%	40	رسوم متحركة
3.84%	8	المزيج بينهم
100%	208	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين

تشير البيانات من خلال الجدول رقم (17) النسبة المئوية لفئة الصور والرسوم لمنشورات المميز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة Algerian comic Movies ACM عبر الفيس بوك حيث جاءت الصور الفوتوغرافية بنسبة 72.11% ب 150 تكرارا وهي النسبة الاعلى في الجدول، أما الرسوم المتحركة فكانت بتكرار 40 نسبتها تقدر ب 19.23%، ثم صور كاريكاتير التي بلغت 10 تكرارات نسبتها 4.80%، تليها المزيج بينهما بتكرار 8 ما يمثل 3.84%، وهي أدنى نسبة.

قد اعتمدت بدرجة اولى على الصور الفوتوغرافية للترفيه والاستهزاء من الواقع المعاش وذلك باستخدام صورة شخصيات مشهورة او غير مشهور والقيام بالتعديل عليها بشكل ساخر حيث تؤدي دور كبير في إثارة اهتمام المواطن الجزائري، ونجد نسبة الرسوم المتحركة بعد فئة

الصور الفوتوغرافية وهي الاخرى احدى طرق التي تعبر بها في منشورات الميمز، اما المزيج بين الصور فجاءت في الترتيب الاخير فلم يتم الاعتماد عليها كثيرا في المنشورات.



المصدر: اعداد الطالبتين

النتائج العامة للدراسة

من خلال الدراسة التحليلية لعينة من منشورات الميمز في مجموعة الفيس بوك Algerian

Comic Movies ACM تحصلنا على النتائج التالية:

- توصلت الدراسة الى أن اغلب المواضيع التي تناولها الميمز هي مواضيع اجتماعية بنسبة 40.86% التي تمحورت حول مختلف القضايا الاجتماعية كالمشاكل الاسرية بنسبة 32.94%، والزواج والبطالة بنسبة 15.29%، والفقر بنسبة 10.85% والصحة بنسبة 5.88%، بالإضافة الى الهجرة الغير الشرعية و السكن بنسبة 4.70%، المخدرات و البيئة بنسبة 3.52%، السحر والشعوذة بنسبة 2.35%، والسرقة بنسبة 1.17% حي تسعى من خلال هذه المنشورات الى انتقاد و وصف الواقع الذي يعيشه المجتمع الجزائري بطريقة فكاهية والمطالبة بتغيير الاوضاع.
- وجاءت المواضيع الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة 34.60%، والتي حددت في المنافسات الرياضية بنسبة 40.27%، المنتخب الوطني 26.38%، الشغب في الملاعب 13.88%، العنف في الملاعب 11.11% التحكيم 8.33%
- تباينت اهداف منشورات الميمز في مجموعة ACM عبر الفيس بوك الى انها تسعى بالدرجة الاولى للترفيه بنسبة 45.67% ووصف الواقع المعاش بنسبة 33.17% من خلال مضامينها.
- اما فيما يخص المواقف نلاحظ من خلال الدراسة طغيان كبير لموقف السخرية والاستهزاء بنسبة 52.40% في مضامين الميمز ويعبر هذا العنف الرمزي عن عجز الشباب في تغيير واقعهم المعاش مما يؤدي بهم الى تبادل السخرية والاستهزاء ببعضهم البعض.
- جاء التنمر كهدف للميمز بنسبة 32.21%، حيث يأتي في المرتبة الثانية مباشرة بعد الاستهزاء والسخرية، وهو ما يعبر عن الاتجاه اللاأخلاقي لمحتوى الميمز الجزائري في مجموعة
- كما بينت الدراسة كذلك ان هناك تفاوت فيما يخص جنس الفاعلين في منشورات المجموعة اذ ان نسبة المشاركة الذكور أكثر من نسبة مشاركة الاناث، حيث تقدر نسبة منشورات الذكور الخاصة بالميمز في عينة الدراسة 78.98%.
- خلصت الدراسة الى ان اكثر الشخصيات الفاعلة في مضامين الميمز هي الشخصيات الفنية بنسبة 43.26%، ويمكن ارجاع هذا الى كونها الاكثر بروز في الوسط الاجتماعي والاعلامي.

- تعددت طبيعة نشر الميمز في مضامين مجموعة ACM عبر الفيس بوك حسب طبيعة الموضوع والهدف المنشود الى انها جل مضامينها نشرت باللغة العامية بنسبة 63.94%.
- اختلفت اساليب نشر الميمز في ACM عبر الفيس بوك لكن اعتمدت بشكل كبير على نص + صور بنسبة 40.86%، و الصور بنسبة 33.65%، في عرض مضامينها، وهذا يؤكد مرة أخرى على قوة الصورة في نقل الفكرة والتعبير عنها.
- تحظى منشورات الميمز في مجموعة ACM بتفاعل كبير من قبل أعضاء المجموعة حيث جاءت فئة من واحد الى 2000 اعجاب على المنشورات بنسبة 36.05%، تما فئة من 2001 الى 4000 اعجاب فقط بـ 30.76%، في حين جاءت فئة التعليق على المنشورات من واحد الى 500 تعليق بنسبة 87.98%

خاتمة

انطلقت دراستنا من اشكالية مفادها ماهية مضامين الميمز من خلال مجموعة **Algerian Comic Movies ACM** على موقع الفيسبوك وارتكزنا على تحليل مضامين الميمز التي تنشر في المجموعة عينة الدراسة بهدف الاطلاع على اهم المواضيع التي يتناولها الميمز وكذا المواقف والاهداف التي يرمي تسعى لها منشورات الميمز

وعليه يمكن القول ان الميمز رغم تميزه بالطابع الهزلي الغرض منه الاضحاك او الفكاهة الا انها من اهم الوسائل الاتصالية التعبيرية التي يعتمدونها المواطن الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد اصبح الميم نمطا اعلاميا وسط الثقافة الرقمية، في تغطية ونشر مختلف القضايا الاجتماعية والرياضية والسياسية والاقتصادية والتعليمية والدينية بأسلوب ساخر، او بنقد الشخصيات الفنية والعامية او المسؤول الرسمي والسياسي، حيث اصبح الميمز يحاكي الجماهير التي لها مشاكل وقضايا مختلفة في جل مناحي الحياة، وقد تركز النقاش في هذه المواضيع على السخرية، حيث تتميز هذه الاخيرة بأسلوب تعبيرى خاص عن واقع الحياة، مما جعل استخدامها يتزايد في وقتنا على كافة المستويات في مختلف الوسائط والاساليب الاتصالية، حيث يحرص مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي على استخدام نص يكتب مع الصورة او مع الفيديو كتعليق، بحيث يلعب هذا النص دورا محوريا في خلق الرسالة التي يحملها الميمز.

واخيرا ومن خلال دراستنا لمضامين الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر يمكن القول ان ظاهرة الميمز في بلادنا لازالت تقال عنها الكثير، وتثير نوعا من الجدل لذلك نقول ان الميمز لازال ميدانا حصبا للدراسة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية

أ- كتب:

- 1- بن ابراهيم الشاعر عبد الرحمن ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2015.
- 2- بدوي عبد الرحمان، مناهج البحث العلمي، دار القلم، ط3، لبنان، 1977.
- 3- بوحوش عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، المانيا، 2019.
- 4- البياتي ياسر خضير ، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
- 5- تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم لنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 6- الجنابي محمد الامين احمد عبد مرزوك ، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي، المركز الديمقراطي المانيا، برلين، ط1، 2020.
- 7- الحاوري عبد الغني أحمد علي، العلاقات الاسرية في ظل الادمان على وسائل التواصل الاجتماعي، المركز الديمقراطي العربي، المانيا، 2021.
- 8- بن حسن العريشي جبريل ، الدوسري سلمى بنت عبد الرحمن محمد ، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 9- حمدي محمد الفاتح ، سطوطاح سمير، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال وطريقة اعدادا البحوث، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2019.
- 10- خليفة ايهاب، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
- 11- دشلي كمال، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016.
- 12- الدليمي عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
- 13- ذوقان حميدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر، د ت.

قائمة المصادر والمراجع

- 14- رضاء امين، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2018.
- 15- السوداني حسن، المنصور محمد، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، 2016.
- 16- سيد اسماعيل علي ، مواقع التواصل الاجتماعية بين التصرفات المرفوضة، والاخلاقيات المرفوضة، بحث مقدم لجائزة خدمة الدعوة والفقهاء الاسلامي، دار التعليم الجامعي، إسكندرية، 2020.
- 17- شفيق الحجار وسيم، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، لبنان، 2017.
- 18- شقرة علي خليل، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
- 19- الشمائلة ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 20- شمسي باشا حسان ماجد، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الاعماق، دار القلم، دمشق، 2020.
- 21- صادق اسماعيل محمد، الاعلام الامني والشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، دار جامعة نايف للنشر، الرياض، 2017.
- 22- الظامن منذر عبد الحميد، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 23- عبد الحميد محمد ، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروف، 1963.
- 24- عبد السلام محمد، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، مكتبة النور، 2020.
- 25- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.
- 26- العيساوي على لفته، الفيس بوك والوطن البديل لشباب، المركز الاسلامي لدراسات الاستراتيجية، النجف الاشرف، العراق، 2021.
- 27- غوفمان ارفنغ ت ر: ناثر ديب، تقديم الذات في الحياة اليومية، دار المعني للنشر والتوزيع، ط1، 2021.

قائمة المصادر والمراجع

- 28- قمحية حسان أحمد ، الفييس بوك تحت المجهر، دار الخبة، مصر، ط1، 2017.
- 29- القواسمة رشدي وآخرون، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، الاردن، عمان، 2012.
- 30- محمد الصاوي محمد مبارك، مبارك، البحث العلمي وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، 1992.
- 31- محمد عوض محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
- 32- المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
- 33- المشهداني سعد سليمان ، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة، عمان، دار مجد للنشر والتوزيع، 2020.
- 34- المقداي خالد غسان يوسف ، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
- 35- منصات الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الامريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، لبنان، 2016
- 36- هتمي حسين محمود ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- ب- مجلات العلمية:

1. باديس لونيس، إرفنغ غوفمان والظاهرة الاتصالية قراءة إيستمولوجية في اهم أفكاره النظرية، مجلة دراسات وابحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 10، عدد4، ديسمبر 2018.
2. بشتة حنان، نعيم بوعمشة، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، جامعة جيجل، مجلد03، عدد02، جوان، 2020، ص118.
3. بوخييط سليمة ، ياسمينة كنفي، تحليل المضمون في الدراسات السوسولوجية، مجلة الفتح للدراسات النفسية والتربوية، المجلد 5، العدد 01

قائمة المصادر والمراجع

4. توفيق ميمي محمد عبد المنعم، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 24، الجزء 2، 2018.
5. رزقي خليفي ، شيقارة هجيرة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة المعارف، جامعة البويرة، البويرة، العدد 23 ديسمبر، 2017.
6. دراجي ابتسام ، آليات واشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية، عدد 47، المجلد أ، جوان 2017.
7. بن طبة محمد البشير، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال مقارنة في الاشكالية والصعوبات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمدة لخضر، الوادي، العدد 14/13 ديسمبر 2015.
8. عايش حليلة ، ميمات الانترنت انتاج واستهلاك للثقافة الرقمية ظاهرة المميز نموذجاً، مجلة الدراسة لدراسات الاعلامية، جامعة قسنطينة، المجلد6، العدد1، الجزائر، مارس2022.
9. عبد السلام كامليا ، محمد محمود، دور شبكات التواصل في تحقيق تكييف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19، مجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، العدد20، يوليو/ديسمبر 2020
- 10.عبدش صونية، الشبكات الاجتماعية على الانترنت رؤية ابستمولوجية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمي لخضر، الوادي، العدد20، ديسمبر2016.
- 11.مباركي ابتسام ، الرهان القيمي في الفيس بوك: بين تعزيز القيم الدينية و تحديدها، مجلة المعيار، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، مجلد20، العدد 60، 2021.
- 12.مرتاض لمياء ، منطلقات الأنثروبولوجيا ميمات الانترنت، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد 16، عدد 04، 2020.
- 13.نذار خادم خلود ، مالفى عبد القادر ، عرض الذات في العالم الرقمي رؤية تحليلية وفق منظور ارفينغ غوفمان الدرامي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 10، العدد02، 2021.

قائمة المصادر والمراجع

14. يونس محمد فتحي ، محمد عبد الغفار عبد الغفار، سمات المحتوى الاعلامي لتطبيق التيك توك

دراسة مقارنة بين المنصات العربية والاجنبية، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، العدد

24، الجزء 3، جويلية 2020.

ت- الرسائل والمذكرات:

1- الإسماعيل عبد الله بن محمد، المضامين التربوية في كتاب بستان العارفين للأمام النووي

وتطبيقاتها في مجال الاسرة والمدرسة، مذكرة لنيل الماجستير، قسم التربية، كلية الدعوة

والاصول الدينية، جامعة الاسلامية بالمدينة المنورة، السعودية، 1935هـ/1436هـ.

2- الأشهب عبد السلام ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أنموذجا وعلاقتها

بالتنشئة الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص علم اجتماع التربية، قسم العلوم

الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر،

بالوادي، 2016/2017.

3- بروسي خديجة، بكوش جهاد، الحملات الانتخابية عبر الفايسبوك دراسة تحليلية من صفحات

الالكترونية للحملات الانتخابية الجزائرية لمحيات 2017، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص

تكنولوجيا الاتصال الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،

2017/2018.

4- بلبالة مرزاقا ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة

لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية

والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2019.

5- بوقلول صفاء ، بوحملة مريم، دور الفايسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، مذكرة

لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم

الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي،

2015/2016.

6- حفاوي نورة ، المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة

ماستر في صحافة وإعلام إلكتروني، قسم العلوم الانسانية، 2014/2015.

قائمة المصادر والمراجع

- 7- حمداني حورية و حمداني نسرين، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الافتراضية لدى الشباب الجزائري الفيس بوك نموذجاً — دراسة ميدانيا لعينة من شباب ولاية غليزان، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الاعلام المجتمع، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2018/2017.
- 8- حميتي حسبية ، نوحه أم كلثوم، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الاعلامية في اليوتيوب، دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، تخصص تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017/2016.
- 9- خاخة سعدية وآخرون، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم انسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2013.
- 10- خياط حليلة ، الرقابة القانونية على مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص قانون اداري، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2021 /2020.
- 11- رحو حياة، عمومن هناء، مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك دراسة تحليلية للصفحات الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2015.
- 12- سواكر انس، محمد الطاهر ضو، استخدامات الفيس بوك لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة وعلاقته ببعض جوانب التنشئة الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2018/2017.
- 13- شتوان دليلة ، صلوبي خيرة ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي فيس بوك أنموذج، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص سمعي بصري، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019/2018.

قائمة المصادر والمراجع

- 14- صاوشي هاجر ، وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التبرع بالدم، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2019/2018.
- 15- بن عبد الله بن راشد الصوافي عبد الحكيم ، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم التربية والدراسات الانسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوى، عمان، 2016/2015.
- 16- عمر محمد كتام دعاء، وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها على الأسرة دراسة فقهية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الفقه و التشريع، كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015.
- 17- كاتب فارس، عقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قيم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016/2015.
- 18- كانون جمال، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية اداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة، تخصص علوم الاجتماع السياسي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 02، الجزائر، 2017/2016

المراجع باللغة الأجنبية

1. Andrea Victoria, Carranza García, Más allá de la popularidad de crudo ecuador: Análisis de sus memes y comentarios, Magíster en Comunicación Social : Universidad de Chile, 2016.
2. Annaëlle Zollinger, Méltimodality on the Internet : Recent meme Genres as Tools for Online Communication, Mémoire de maitrise, Faculté lettres, des Université ès lettres en Anglais, Université de Lausanne, 2021.
3. Bobbie Foster, It's All in a Meme: A Content Analysis of Memes Posted to 2012 Presidential Election Facebook Pages, Master of Arts in Journalism, University of Arkansas, 2014.
4. Danesi Marcel :dictionary of media and communication. M . E. sharpe. New York, 2009.

5. Kulkarni Anushka, **internet meme and political Discoourse : A study on the impact of internet meme as a tool in communicating political satire**, *Journal of Content, Community & Communication, Amity School of Communication, Vol. 6, June, 2017*
6. Munozn villar Camila, **el meme come evolucion de los medios de expresion social**, seminario para optar al titulo ingeniero comercial, facultad de economia ynegocios escuela de economia y administracion, universidad de chile, 2014.
7. Taecharungroj Viriya, **The Effect of Humour on Virality: The Study of Internet Memes on Social Media International Forum on Public Relations and Advertising**, Media Impacts on Culture and Social Communication, August 13-15, 2014, Bangkok.
8. Yuhao Du, Muhammaad Aamir Masood, **kenneth Joseph, Unnderstanding Visual Memes :An Empirical Analysis of text suuperimposed on Memes Shared onn Twitter**, Computer Science and Engineering, University at Buffalo, Buffalo,2020.

المواقع الالكترونية:

1. <https://www.noonpost.com>
2. <https://stringfixer.com>
3. <https://almaidaniyamag.com>
4. <https://www.egyptlly.com>
5. <https://aawsat.com>
6. <https://www.noonpost.com>
7. www.echoroukonmine.com
8. <https://ultratunisia.ultrasawt.com>
9. <https://www.akeed.jo>
10. <https://almaidaniyamag.com>
11. <https://www.aminoapps.com>
12. https://upwikiar.top/wiki/internet_meme
13. <https://drasah.com/Description.aspx>
14. <http://www.alukah.net>



جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصالات وعلاقات عامة

استمارة تحليل المحتوى



بالنظر إلى المكانة العلمية التي تتمتعون بها، يطيب لنا أن نتقدم إلى حضرتكم برجاء الاطلاع على الوثيقة التي بين أيديكم و المتمثلة في استمارة تحليل المحتوى الخاصة بإنجاز مذكرة تخرج ماستر لتخصص اتصالات وعلاقات عامة تحت العنوان مضامين "الميمز" عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر (دراسة تحليلية لعينة من "ميمز" مجموعة الفيس بوك **Algerian Comic Movies** (ACM) وذلك بغرض تحكيمها و تقديم الملاحظات القيمة حولها إن كان من حيث المبنى، و الصياغة اللغوية للفئات ومؤشراتها أو من حيث مدى توافق هذه الفئات والمؤشرات مع موضوع و أهداف الدراسة.

كما نطلب من سيادتكم:

- التمعن بشكل دقيق في الاستمارة والاطلاع على دليلها.
- كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص لها.

وفي الأخير تقبلوا منا اسمى عبارات الاحترام و التقدير.

اشراف الاستاذ:

اعداد الطالبتين:

- صابر بقور

- كادي إيمان

- كادي مروة

الموسم الجامعي: 1443-1444هـ / 2021م-2022

1. عنوان الدراسة: مضامين "الميمز" عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر (دراسة تحليلية لعينة من "ميمز" مجموعة الفيس بوك Algerian Comic Movies ACM)
2. إشكالية الدراسة: ماهي مضامين الميمز من خلال مجموعة Algerian Comic Movies ACM على موقع الفيسبوك؟
3. تساؤلات الدراسة:

- ما هي ابرز الموضوعات التي يعالجها الميمز في مجموعة الفيس بوك Algerian Comic Movies ACM ؟

- ما هي ابرز الاهداف التي يحققها الميمز في عينة الدراسة؟
- ما هي المواقف المتضمنة في الميمز في عينة الدراسة ؟
- ما هي الشخصيات الفاعلة في مواضيع الميمز في عينة الدراسة؟
- ما هي أساليب نشر الميمز في مجموعة عينة الدراسة ؟
- ما هي اللغة المعتمدة في منشورات الميمز ؟
- ما هي درجة تفاعل الجمهور مع منشورات الميمز في عينة الدراسة ؟
- ماهي الصور والرسومات المستعملة في منشورات الميمز في عينة الدراسة؟
- ماهي الالوان الاكثر بروزا في الميمز؟

4. أهداف الدراسة:

- 13- كشف عن اهم المواضيع التي تناولتها منشورات الميمز .
- 14- السعي لمعرفة ابرز الاهداف التي يحققها الميمز .
- 15- معرفة المواقف المتضمنة في مواضيع الميمز .
- 16- التعرف على الشخصيات الفاعلة في مواضيع الميمز .
- 17- تحديد أساليب نشر الميمز في مجموعة الفيس بوك .
- 18- تحديد اللغة المعتمدة في منشورات الميمز .
- 19- تحديد درجة تفاعل الجمهور مع منشورات الميمز .
- 20- معرفة الصور والرسومات المستعملة في منشورات الميمز في عينة الدراسة
- 21- معرفة الالوان الاكثر بروزا في منشورات الميمز

استمارة تحليل المحتوى

أولاً: البيانات الأولية

• تاريخ نشر المحتوى

--	--	--

اليوم الشهر السنة

ثانياً: فئات المضمون ماذا قيل

• فئة موضوع الميمز

سياسي اقتصادي اجتماعي

تعليمي ديني رياضي

مواضيع أخرى

- المواضيع السياسية

غلاء الاسعار الفساد الحروب

- المواضيع الاقتصادية

اسعر المستهلك الضرائب

- المواضيع الاجتماعية

الزواج المخدرات

السرقه السكن

البيئه البطالة

المشاكل الاسريه الفقر

الملاحق

الهجرة الغير الشرعية الصحة

السحر والشعوذة

- المواضيع الدينية

العبادات الاحاد

- المواضيع التعليمية

الامتحانات الغش

المناهج التعليمية الهروب من المدرسة

- المواضيع الرياضية

المنافسات الرياضية العنف في الملاعب

شغب في الملاعب المنتخب الوطني

التحكيم

• فئة اهداف الميمز

وصف الواقع المعاش الترفيه التعبير عن الغضب

التعبير عن الراي

• فئة المواقف المتضمنة في الميمز

الغضب الشتم والسب كراهية التمر

السخرية والاستهزاء

• فئة الفاعل في الميمز

أ- جنس الفاعل

ذكر انات

الملاحق

ب- طبيعة الفاعل

شخصية دينية شخصية إعلامية
شخصية موظفة لدى الحكومة شخصية سياسية
شخصية فنية شخصية رياضية مواطن عادي

ثالثا: فئة الشكل كيف قيل

• فئة اللغة المستخدمة في الميمز

اللغة العربية اللغة الاجنبية اللغة العامية
مزيج لغوي

• فئة العناصر التيبوغرافية للميمز

صورة فيديو
نص + صورة نص + فيديو

• فئة درجة التفاعل في الميمز

أ- الاعجاب

من 01 الى 2000 من 2001 الى 4000
من 4001 الى 6000 من 6001 الى 8000
اكثر من 8001 اعجاب

ب- التعليق

من 01 الى 500 من 501 الى 1000
اكثر من 1001 تعليق

• فئة الصور والرسومات

<input type="checkbox"/>	صورة كاريكاتير	<input type="checkbox"/>	صورة فوتوغرافية
<input type="checkbox"/>	مزيج بينهما	<input type="checkbox"/>	صور رسوم كرتونية

التعريفات الاجرائية للفئات

1-فئات التحليل

أولا فئة ماذا قيل

✓ فئة الموضوع: هي فئة عامة تتعلق بالموضوع الذي تدور حوله مادة الاتصال وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على 7 فئات فرعية وهي:

- مواضيع سياسية: وهي المواضيع التي تعالجها المجموعة وتتعلق بالنظام السياسي وافكاره وتندرج ضمنها فئات فرعية وهي ارتفاع الاسعار، والحروب
 - مواضيع اقتصادية: وهي المواضيع التي تعالجها المجموعة وتكون مرتبطة بالنظام الاقتصادي وتضم اسعار المستهلك، الضرائب.
 - مواضيع اجتماعية: وهي المواضيع التي تعالجها المجموعة المتعلقة بالآفات والظواهر الاجتماعية وتضم كل من: الزواج المخدرات، السرقة، السكن، البيئة، البطالة، المشاكل الاسرية، الفقر، الهجرة الغير الشرعية، الصحة، السحر والشعوذة.
 - مواضيع تعليمية: وهي المواضيع التي تعالجها المجموعة المتصلة بالجاني العلمي في المجتمع وتتضمن هذه الفئة فئات فرعية وهي الامتحانات، الغش، المناهج التعليمية، الهروب من المدرسة.
 - مواضيع دينية: وهي المواضيع ذات طابع ديني وتضم العبادات والاحاد
 - مواضيع رياضية: هي المواضيع التي تعالجها المجموعة تنتمي الى الجانب الرياضي بكل انواعها وتندرج ضمنها فئة فرعية وهي المنافسات الرياضية، العنف في الملاعب، شغب في الملاعب، المنتخب الوطني، التحكيم.
 - مواضيع أخرى: هي كل الموضوعات التي لا يتم تصنيفها ضمن الفئات السابقة
- ✓ فئة الاهداف: تهتم هذه الفئة برصد الأغراض أو الغايات ، التي تسعى لها مضامين الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- وصف الواقع المعاش: وذلك من خلال وصف الحالة التي تعيشها الجزائر.
 - الترفيه: وهي المنشورات التي تنشرها المجموعة بغرض التسلية والمزح
 - التعبير عن الغضب: وهي تعبير القائم بالاتصال عبر منشورات الميمز ازاء قضية ما بانفعال وغضب.

الملاحق

- التعبير عن الرأي: وهي المنشورات التي تقدم رأي القائم بالاتصال حول قضية معينة
 - ✓ فئة القيم: هي مجموع الأخلاق والاسس والمبادئ والمعاملات التي يتسم بها الانسان والمتعارف عليها في المجتمع الواحد.
 - الغضب: وهي عبارة عن منشورات الميمز لردة فعل لبعض المشاعر الانفعالية.
 - الشتم والسب: وهي عبارة عن منشورات الميمز التي تحمل عبارات بذيئة.
 - كراهية: وهي عبارة عن منشورات الميمز التي تحمل كراهية اتجاه عرق او فئة معينة
 - التنمر: وهي عبارة عن منشورات الميمز التي تحمل شكل من اشكال الاساءة والايذاء موجه لفرد او مجموعة.
 - السخرية والاستهزاء: هي عبارة عن منشورات الميمز التي تحمل استخفاف او احتقار بشخص او بشيء معين.
 - ✓ فئة الفاعل: هي الفئة التي تكشف عن الأشخاص التي تدور حولها مضامين الميمز
- أ- جنس الفاعل
- ذكور
 - انات
- ب- طبيعة الفاعل
- شخصية دينية: وهي الشخصيات المختصة في الجانب الديني والفقهي والتي يمكن ان تكون فاعلة في منشورات الميمز.
 - شخصية إعلامية: وهي الشخصيات العاملة في المجال الإعلامي والتي يمكن أن تكون فاعلة في منشورات الميمز.
 - شخصية موظفة لدى الحكومة: وهي الشخصيات التي تعمل في السلك الحكومي والتي يمكن ان تكون فاعلة في منشورات الميمز.
 - شخصية سياسية: وهي الشخصيات الفاعلة في الاحزاب والتي يمكن ان تكون فاعلة في منشورات الميمز.
 - شخصية فنية: وهي الشخصيات المشهورة التي تعمل في المجال الفني والتي يمكن ان تكون فاعلة في منشورات الميمز.

الملاحق

- شخصية رياضية: هي الشخصيات التي تعمل في مجال الرياضة والتي يمكن أن تكون فاعلة في منشورات الميمز.
- مواطن عادي: وهو أي مواطن جزائري غير موظف في الدولة ويمكن أن يكون فاعل في منشورات الميمز

ثانيا فئة كيف قيل

✓ فئة اللغة المستخدمة: هي اللغة التي صيغتها بها مضامين الميمز في تقديم المحتوى عبر مجموعة وتضم 4 فئات وهي:

- اللغة العربية: وهي لغة القراءان الكريم، وهي اللغة الرسمية في الجزائر
- اللغة الاجنبية وهي اللغة التي يتعلمها الفرد غير لغته الام مثل الفرنسية والانجليزية.
- اللغة العامية: هي اللغة المتداولة بين افراد الشعب (الدارجة) او تحريف بعض الفاظ اللغة الفصحى.

- مزيج لغوي: هي مزيج بين اللغة العربية والاجنبية والعامية في منشورات المجموعة.

✓ فئة العناصر التيبوغرافية: ويقصد بها الوسائل والوسائط التي تنشر من خلالها المضامين

- صور: وهي الصور المضحكة التي تصمم وتنشر من طرف القائم بالاتصال في المجموعة.
- فيديو: وهي لقطات المضحكة التي تصمم وتنشر من طرف القائم بالاتصال في المجموعة.
- نص + صورة: وهي الصورة المضحكة تكون مرفقة مع كلمات
- نص + فيديو: وهي اللقطات المضحكة تكون مرفقة مع كلمات

✓ فئة درجة التفاعل: وهي درجة ونسبة تفاعل المتابعين مع منشورات الميمز داخل المجموعة.

● الاعجاب:

- من 01 الى 2000
- من 2001 الى 4000
- من 4001 الى 6000
- من 6001 الى 8000
- اكثر من 8001 اعجاب

● التعليق:

- من 01 الى 500
- من 501 الى 1000
- أكثر من 1001 تعليق
- فئة الصور والرسومات: ويقصد بها تلك الصور التي تكون داخل الوسائط التي تنشر من خلالها المضامين

- الصور الفوتوغرافية هي
- صور كاريكاتير
- صور رسوم كرتونية
- مزيج بينهما

2-وحدة التحليل:

وحدة الموضوع: تستخدم هذه الوحدة لحساب المواضيع النوعية المتجسدة في مضامين الميمز.

وهدة الكلمة: : تعبر عن رمز أو مفهوم أو مدلول

الملحق رقم (02)

أسماء المحكمين

القسم	الرتبة	الاسم
علوم الاعلام والاتصال	استاذ محاضر	شرايطي فوزي
علوم الاعلام والاتصال	أستاذ التعليم العالي	طواليبة محمد



واحد خليجي : تتوما تصيرو بيزاف، فهمني
كيفاش ديرو؟

واحد جزائري : نتا كاش نمار قارعت للصفحة
تاع Google خمس دقائق باش تطلع.



الخليجي : لا.





⊕ كي تسمع الناس تشكي مالزمة
تاع كانديا و نتا موالف بالازمة
تاع لحليب تاع شكارا



