الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة -3-

كلية العلوم الإعلام والاتصال السمعي البصري

شعبة: علوم الإعلام والاتصال تخصص: سمعي بصري

توعية المراهقين من الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية

-دراسة وصفية تحليلية-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

من إعداد الطالبتان: تحت إشراف الأستاذة:

- بن جلول إيناس * وشفون سارة
- لبيض خولة

السنة الجامعية 2022/2021

الإهداء

إلى أبي وأمي

إلى الأستاذة المشرفة

إلى زميلتي في هذه الدراسة

إلى كل من ساندني ودعمني،

أهدي دراستي هذه.

الملخص

يدور موضوع الدراسة حول "توعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية"، حيث هدفت الدراسة الى تسليط الضوء على طرق التوعية الاعلامية حول الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى التعرف على اهم حجج التوعية المستخدمة في مشاهد هذا الفيلم، و استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي التحليلي، والعينة القصدية بالاعتماد على وحدة المشهد في طريقة اختيار مشاهد إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي، كما اعتمدنا على استمارة تحليل المضمون للتعرف على أساليب التوعية الإعلامية من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– أن الموظفين السابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي ركزوا على تقديم بيانات ووقائع لتوعية المراهقين من الادمان على هذه المواقع وتقريب الصورة الواقعية للمشاهد في فيلم المعضلة الاجتماعية.

– أن أهم أهداف التوعية كانت من أجل إرشاد المراهقين وكشف الحقائق.

نستنتج أن مثل هذه الأفلام الوثائقية التوعوية والمتمثلة في فيلم "المعضلة الاجتماعية" تحمل في مضامينها نصائح وطرق إرشادية لتوعية المشاهدين.

الكلمات المفتاحية:

إدمان المراهقين، مواقع التواصل الاجتماعي، التوعية الاعلامية، الأفلام الوثائقية، فيلم المعضلة الاجتماعية.

Abstract:

The subject of the study revolves around “Awareness of adolescents from addiction to social media through the film The Social Dilemma.”

In our study, we used the descriptive-analytical approach, and the intentional sample, depending on the scene unit, in the method of selecting adolescents' addiction scenes on social networking sites.

The study reached the following results:

-The former employees of social media companies focused on providing data and facts to warn adolescents about addiction to these sites and bring a realistic picture of the scenes in the movie The Social Dilemma.

-The most important goals of awareness were to guide adolescents and reveal the facts.

We conclude that such awareness-raising documentaries, represented in the movie “The Social Dilemma,” contain tips and guidelines for warning viewers.

Keywords: adolescent addiction, social media, media awareness, documentaries, the social dilemma film.

الفهرس

الإهداء

الملخص

الفهرس

فهرس الجداول والاشكال

مقدمة 1

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1-1 الإشكالية: 4

1-2 أهمية وأسباب اختيار الموضوع: 8

1-3 أهداف الدراسة: 9

1-4 نوع و منهج الدراسة: 10

1-5 مجتمع الدراسة: 10

1-6 العينة و حدود الدراسة: 10

1-7 منظور الدراسة: 12

1-8 ضبط مفاهيم الدراسة: 15

1-9 الدراسات السابقة: 19

1-10 أدوات جمع البيانات: 22

الفصل الثاني: الإطار النظري.

1-1 مواقع التواصل الاجتماعي: 30

1-2إدمان مواقع التواصل الاجتماعي: 41

3-1 التوعية الاعلامية:..... 54

4-1 الافلام الوثائقية:..... 60

الفصل الثالث: الجزء التطبيقي

1- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل..... 72

2- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون 88

3-النتائج العامة للدراسة:.....103

4- مناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة.....105

5-مناقشة النتائج على ضوء نتائج الدراسات السابقة: 105

6-آفاق الدراسة: 107

خاتمة:.....109

قائمة المصادر والمراجع:

الملاحق

فهرس الجداول:

الجدول ا: يبين وصف العينة 11

الجدول 1: يبين فئة اللغة المستخدمة 72

الجدول 2: يبين فئة المدة الزمنية. 74

الجدول 3: يبين فئة أنواع اللقطات 76

الجدول 4: يبين زوايا التصوير 78

الجدول 5: يبين فئة أنواع المشاهد 81

الجدول 6: يبين فئة الأسلوب الخبري 83

الجدول 7: يبين فئة الأسلوب الإنشائي 86

الجدول 8: يبين فئة الشخصيات الفاعلة 88

الجدول 9: يبين فئة أهداف التوعية 90

الجدول 10: يبين فئة نوع الاستمالات 92

الجدول 11: يبين فئة حجج التوعية 95

الجدول 12: يبين فئة الجمهور المستهدف 98

الجدول 13: يبين فئة الاتجاه 100

فهرس الاشكال:

الشكل1 : يبين فئة اللغة المستخدمة 73

الشكل2 : يبين فئة المدة الزمنية 75

الشكل3 : يبين فئة أنواع اللقطات 77

الشكل4 : يبين زوايا التصوير 79

الشكل5 : يبين فئة أنواع المشاهد 81

الشكل6 : يبين فئة الأسلوب الخبري 84

الشكل7 : يبين فئة الأسلوب الإنشائي 87

الشكل8 : يبين فئة الشخصيات الفاعلة 89

الشكل9 : يبين فئة أهداف التوعية 90

الشكل10 : يبين فئة نوع الاستمالات 93

الشكل11 : يبين فئة حجج التوعية 96

الشكل12 : يبين فئة الجمهور المستهدف 98

الشكل13 : يبين فئة الاتجاه 101

مقـــدمـــة.

مقدمة

لقد أصبح من الممكن بفعل التكنولوجيا الرقمية أن تشترك العديد من مجتمعات العالم في تبادل المعلومات والأفكار والثقافات، والتغلب على مختلف الحواجز الزمانية والمكانية، ولأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تحتل مساحة واسعة من اهتمام الأفراد والمراهقين خاصة اذ تسعى لبناء واقع اتصالي فعال من شأنه أن يرسخ دورا في تشكيل وبناء المجتمعات الإنسانية باختلاف عاداتهم وثقافاتهم واتجاهاتهم، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي لم يعد التواصل مجرد اداة لتوصيل المعرفة أو نقل الأخبار أو مجرد وسيلة للترويج والتسلية، بل أصبحت وسيلة تكسب مستخدميها عادات سيئة وتخلق فرصة للهروب من الواقع والعيش في عالم الأحلام الذي يؤدي الى الإدمان، ويؤثر التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على رؤية المراهق لنفسه وتجعله في محاولة دائمة للظهور بصورة مثالية، لذا وجب توعيتهم من المخاطر التي تسببها هذه المواقع. فإن دور التوعية الإعلامية في مجال التثقيف ونشر الوعي يعد مدخلا فعالا لتغيير سلوك المستخدمين نحو عادات سليمة وللحد من ظاهرة الإدمان على هذه المواقع عن طريق تقديم معلومات وبيانات حول حقيقة تصميم مواقع التواصل الاجتماعي.

لهذا يأتي دور فيلم المعضلة الاجتماعية الذي تناول موضوع ادمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على سلوكهم، وقد قدم عدة حقائق وخبايا من أجل توعية المستخدمين عامة والمراهقين خاصة عن طريق موظفين سابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي.

لهذا جاءت هذه الدراسة لمحاولة معرفة كيف يتم توعية المراهقين من الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية، حيث تضمنت الدراسة ثلاث فصول: فصل منهجي وفصل نظري وفصل تطبيقي الذي تضمن تحليل مشاهد من فيلم المعضلة الاجتماعية.

اما المقدمة فقد كانت عبارة عن عرض و تقديم للموضوع.

الفصل المنهجي: اشتمل على الإشكالية و التساؤلات و الأهمية و أسباب اختيار الموضوع و الأهداف ونوع ومنهج الدراسة والمجتمع والعينة وحدود الدراسة، منظور الدراسة، ضبط المفاهيم، الدراسات السابقة وأدوات جمع البيانات.

الفصل النظري: تناول متغير الدراسة الاول وهو مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تضمن نشأة هذه

المواقع وأنواعها وخصائصها ودوافع استخدامها والتأثيرات الجانبية، وأعراض الادمان على هذه المواقع ومعايير تشخيصها، و النظريات المفسرة للإدمان والحلول لتجنب هذا الإدمان.

ثم متغير الدراسة الثاني وهو التوعية الاعلامية وتضمنت تعريفها، مهمة الإعلام التوعوية ودوره، وابرز طرق التوعية، وأهمية الحملات الاعلامية في التوعية والإرشاد لننتقل بعدها إلى الأفلام الوثائقية كوسيلة للتوعية، ومفهومها، علاقتها بالربورتاج التلفزيوني، وظائفها وأنواعها، أساليب المعالجة في هذا النوع من الأفلام.

الفصل التطبيقي: فقد احتوى على التحليل الكمي والكيفي لكل من فئات الشكل والمضمون، نتائج الدراسة، خاتمة، قائمة المراجع.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1-1 تحديد المشكلة.

1-2 أهمية وأسباب اختيار الموضوع.

1-3 أهداف الدراسة.

1-4 نوع ومنهج الدراسة.

1-5 مجتمع الدراسة.

1-6 العينة وحدود الدراسة.

1-7 منظور الدراسة.

1-8 ضبط المفاهيم.

1-9 الدراسات السابقة.

1-10 أدوات جمع البيانات.

1-1 الإشكالية:

مع التطورات التكنولوجية السريعة أضحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاسبوك والانستغرام تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي شهد ولا زال يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، حيث كان في بدايته تحديدا في أواخر التسعينات مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق محدود، ثم كسرت هذه المواقع القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار والأخبار ونمت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافاتهم ولغاتهم وبيئاتهم ليصبح الاتصال السريع محركا أساسيا وقويا بين أفراد المجتمع فسمحت لهم بمناقشة قضايا مهمة بالنسبة لتلك المجتمعات سواء كانت قضايا بيئية، أخلاقية أو غيرها مما زاد من وعي الناس بتلك القضايا فصارت مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة منصة إعلامية تمكنهم من التعبير عن آرائهم بحريه دون التقيد باي قوانين.

بالإضافة إلى ذلك تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مزايا زادتها شعبية يوما بعد يوم، ومكنتها من تصنيف مستخدميها الى أنواع يمكن حصرهم في: نوع يستخدم الشبكات في الجانب العلمي أو المعرفي أو تجاري وغيرها ونوع يستخدمها من اجل التسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ ولأغراض التواصل الاجتماعي، ويذكر أن هذه المواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن شبكات يتواصل من خلالها الملايين من البشر الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه المواقع لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء مدونات وإرسال الرسائل و إجراء المحادثات الفورية فيما بينهم، كما تعتبر أيضا وسيلة ناجحة في نقل الأخبار والمعلومات والوثائق وغيرها بأسرع وقت وأقل تكلفة، خاصة أن وسائل الإعلام والاتصال لديها التزامات تجاه المجتمع يجب أن تتطلع بها و أن توفر المعلومات الكاملة عما يجري حتى تحصل على ثقة الجمهور مثل التلفزيون والصحف التي أصبحت تعتمد على مواقع التواصل تلك في نقل الحدث من مكانه بأقصى سرعة.

وبالرغم من نجاح هذه المواقع في التعبير عما يكنه الناس بداخلهم متأثرين بثقافة العصر والانفتاح على الثقافات العالمية إلا أنها في المقابل أداة خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الأحداث ونشر الشائعات، لأن ذلك ينعكس سلبا على الفرد والمجتمع. كما إن الإفراط في استخدام هذه المواقع يؤدي إلى انعزال الفرد عن أسرته والبعد عن المشاركة الفعلية مع أفراد أسرته ومجتمعه وتبعده حتى عن هويته. كما أن غياب الرقابة الأسرية والمجتمعية على الأبناء يعد سببا في السلوكيات غير

المرغوبة والأفعال اللاأخلاقية، ونرى أن الاستعمال المفرط لهذه المواقع يشمل جميع فئات المجتمع وخاصة المراهقين الذين هم في فترة انتقالية بين الطفولة والبلوغ التي تعتبر إعدادا للأطفال لأدوار البالغين، وتعد فترة انتقالات متعددة تشمل التعليم والتدريس والتوظيف، بالإضافة إلى التحولات الأخرى. فهي مرحلة اكتشاف الذات والعمل على تطويرها وبدلا من ذلك فالمراهقين يضيعون وقتهم في هذه المواقع إلى حد الإدمان عليها مما يجعلهم من أكثر فئات المجتمع تأثرا بسلبياتها، وصار من النادر أن تجد مراهق لا يملك حساب على الفاسبوك والانستغرام وغيرها لأنها جزء من ثقافة التواصل الاجتماعي التي انتشرت سريعا بينهم، حيث أصبحوا متصلين بشكل دائم على مواقع التواصل الاجتماعي ومنعزلين في الحياة الواقعية. وبعيدا عن الطبيعة الإدمانية لوسائل التواصل الاجتماعي، فقد ثبت أن الاستهلاك المفرط والاستخدام يؤثران تأثيرا شديدا على الصحة العقلية، خاصة في سن المراهقة. عندما يقوم المستخدمون بالنشر على هذه المنصات، فمن غير المرجح أن يشاركوا الجوانب السلبية لحياتهم. إنهم يختارون بعناية، ويحررون، ويحملون أفضل الصور التي تعرض أنفسهم المثالية، والإيجابية في كثير من الأحيان وبالتالي، تصبح المنصة ممتلئة عن آخرها باللحظات المثالية للجميع التي قد تجعل المستخدمين يعتقدون زورا أن حياتهم ليست مرضية مثل الآخرين. وينسون في كثير من الأحيان أن الكل في المواقع الافتراضية يتشاركون نفس الهوس وهو إخفاء أسوأ ما في ذواتهم.

ومما سبق يمكن القول ان بعض الأفعال تبقى لا أخلاقية مهما كانت عواقبها حسنة. كما تجدر الإشارة الى ان وسائل التواصل الجماهيري بأنواعها المختلفة التقليدية والحديثة تؤدي دورا متناميا في تثقيف الأفراد و تشكيل التوعية لديهم، وتزويدهم بشتى المعلومات والمعارف، باعتبارها واحدة من وسائل التنشئة الاجتماعية؛ نظرا لما تملكه من قوة التأثير من جهة، وبسبب التقدم التقني من والمعلوماتي والفضاء المفتوح من جهة أخرى، مما ساهم في ممارسة الإعلام لدوره في التوجيه ومخاطبة كل المستويات من شرائح الجمهور المختلفة والمتنوعة، إذ هنا يتجلى الدور الهام للإعلام لتعزيز الوعي الأخلاقي لدى المجتمع وتبيين الحقائق ونقل الوقائع كما هي بموضوعية وشمول، حيث تنطوي على تحليل وتحقيق دقيقين، فدوره التوعوي يعد عامل أساسي للتغيير وهو أحد الفروع الأساسية في النشاط الإعلامي الذي يهتم بالقضايا الراهنة، فهو إعلام شامل وهادف ومدروس، يسعى إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية. إذ يمثل عنصر مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تشكيل مقدار من الوعي في نظر الفرد إلى مختلف القضايا والمشكلات، مثل حماية البيئة، الوقاية من حوادث المرور، تقديم توعية

وإرشادات وقائية في الصحة الجسمية والعقلية إلى غاية مخاطر الإدمان بكل أنواعه، كما يقوم الإعلام التوعوي بحماية الشباب والأطفال من المخاطر والأضرار التي يسببها الاستخدام الخاطئ للمواقع الافتراضية وذاك عن طريق تشخيص الظاهرة وتوضيح الأسباب المؤدية إليها وطرق التقليل من مساوئها، وغيرها من المشكلات التي تعرقل المجتمع عن تحقيق هدفه المنشود والمتمثل في التطور السليم. كما يستند الإعلام التوعوي أيضا في مضمونه الإعلامي إلى الصدق والصراحة في التعامل مع الجمهور. فوسائل الإعلام التوعوي تعمل على تشكيل وعي الجمهور عن طريق تقديم مادة إعلامية هادفة، مستعينة بعناصر التشويق والتأثير والإقناع مثل الأفلام الوثائقية التي تهدف إلى تعديل سلوك الجمهور المستهدف وتصويب اتجاهاته سواء كانوا أفراد، مؤسسات أو هيئات.

والأفلام الوثائقية إضافة إلى أنها مادة إعلامية دسمة المعلومات فهي يشار اليها على أنها كتب صغيرة مُصاغة بعناية بحيث تجذب عددا كبيرا من المشاهدين، ورغم أنها لا تحوي كمّا كبيرا من المعلومات مقارنة بالكتب أو حتى المحاضرات العامة، فإنها قادرة دائما على وضع المادة المعرفية في سياق أنيق محبب للجمهور، لهذا السبب فإن الوثائقيات هي من اشهر الطرق التي يتخذها الإعلام لتوعية فئات مختلفة من المجتمع، إلا أن فئة المراهقين والأطفال تحظى باهتمام خاص من قبل وسائل الإعلام نظرا إلى هشاشة هذه الشريحة العمرية من الجمهور على عدة مستويات وأهمها النفسية حيث أن مرحلة المراهقة تكون حساسة مما يجعل المراهقين معرضين بشكل اكبر من غيرهم إلى الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي نظرا إلى شعبيتها المتزايدة.

في عام 2020 أخرجت منصة نتفليكس فيلما وثائقيا جديدا عن الوضع الحالي لمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية، سمي بالمعضلة الاجتماعية. "الفيلم الوثائقي الهجين حقق بشكل دقيق في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين من خلال عرض خبراء يكشفون عن الجانب المظلم من التطبيقات التي أنشأوها حيث تناول الفيلم دور الخوارزميات في التنبؤ بالسلوك البشري عن طريق الذكاء الاصطناعي وادعى الفيلم الوثائقي أن "كل إجراء تتخذه عبر الإنترنت، يتم رصده وتسجيله بعناية"[1]، كذلك كشف هاريس المؤسس المشارك ورئيس مركز التكنولوجيا الإنسانية أن المهندسين الذين يعملون في

1 Nouha Samir, Mahgoub, The Dilemma of social media: Perceptions and Ethics of AI, Cairo University, MSA University, The Arab Journal of Media and Communication Research, Issue 31, page 95, October2020.

مواقع التواصل الاجتماعي طوروا تقنيات هذه المواقع لغرض الفهم الشامل للمستخدم متى يكون في حالة ضعف من أجل تشجيع إعادة زيارات متكررة للموقع وفي حالة قيام المستخدم بتحميل صورة جديدة، على سبيل المثال، "هذه لحظة يكون فيها عقلنا عرضة جدا لمعرفة ما يعتقده الآخرون". ستقوم شركات التكنولوجيا بعد ذلك عمدا "بالتحكم في الطلب الهاتفي لمن ومتى تظهر صورة ملفك الشخصي على موجزات أخبار الآخرين ويمكنها ترتيب "الإعجابات" لتوزيعها على مدى فترة زمنية متأخرة" ونتيجة لذلك، فإنه يشجع المستخدم على العودة إلى الموقع للتحقق من وجود إشعارات جديدة[1].

ومع تزايد جهود الإعلام في نشر الوعي بين المستخدمين والمراهقين خاصة قمنا بهذه الدراسة لمعرفة كيف تتم عملية توعية المراهقين من الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل التالي: ماهي الآليات المستخدمة في فيلم المعضلة الاجتماعية لتوعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي؟

وانطلاقا مما سبق تم استخراج التساؤلات الفرعية التالية:

1. كيف اظهر الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية الضرر الذي الحقته مواقع التواصل الاجتماعي بالمراهقين؟
2. كيف قام فيلم المعضلة الاجتماعية بتنمية الوعي الأخلاقي الفردي والمؤسساتي للحد من خطورة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. كيف حث الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية القائمين على مؤسسات مواقع التواصل الاجتماعي على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستخدمين عامة والمراهقين خاصة؟
4. ما مدى التزام فيلم المعضلة الاجتماعية نحو تحقيق حق المشاهدين في الحصول على المعلومات؟ وما درجة مصداقية فيلم المعضلة الاجتماعية في نقل الوقائع؟
5. ما مدى دقة واستناد ما قدمه فيلم المعضلة الاجتماعية على مصادر موثوقة؟

1 Absolute Motivation. (2018, April 20). You Will Wish You Watched This Before You Started Using Social Media | The Twisted Truth [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=PmEDAzqswh8

1-2 أهمية وأسباب اختيار الموضوع:

ا-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتطرق الى مشكلة من المشكلات التي أفرزها العولمة الثقافية وهي الإدمان على الإنترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، الأكثر انتشارا على الإطلاق في العالم لدى فئة واسعة من الأفراد، خاصة المراهقين منهم الذين ركزت عليهم الدراسة الحالية وذلك لطبيعة شخصيتهم الغير ناضجة والانفعالية والحساسة سهلة التأثر.

وما قد ينجم عن سوء استخدام هذه المواقع من آثار على النسق القيمي لديهم فقد تعيق في اغلب الأحيان حياتهم ومستقبلهم الدراسي.

ب-أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الميل الشخصي لطبيعة الأفلام الوثائقية التي تقوم بطرح قضايا مثيرة للاهتمام وبطريقة مشوقة.
- اهتمامنا بفيلم المعضلة الاجتماعية على وجه الخصوص لما له تأثير شخصي علينا، حيث أننا طبقنا اغلب النصائح التي طرحت في الفيلم من قبل المختصين أهمها: الديتوكس الاجتماعي وإطفاء خاصية الإشعارات.
- تعايشنا يوميا مع أفراد مراهقين من عائلاتنا يعانون من إدمان مواقع التواصل الاجتماعي الذي أثر سلبا على مردودهم الدراسي بدرجة أولى واختلال جانبهم النفسي، الأخلاقي والديني.

أسباب موضوعية:

- جدية موضوع إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة من خلال الطرح والتناول الإعلامي في مختلف وسائل الإعلام.

- دور وسائل الإعلام في نقل مختلف القضايا التي تهم المجتمع خاصة الاجتماعية منها، وهنا نقصد دور فيلم المعضلة الاجتماعية الجدي في نقل موضوع إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الضجة الإعلامية والاجتماعية الكبيرة التي أثارها الفيلم منذ صدوره، حيث تمت محاكمة العديد من مسؤولي هذه المواقع أهمهم مؤسس فاسبوك الشهير "مارك زوكربيرغ" بسبب التصريحات الخطيرة التي صرح بها مهندسون وخبراء سابقون لمختلف التطبيقات خلال الفيلم.

1-3 أهداف الدراسة:

1-محاولة معرفة كيف اظهر الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية الضرر الذي الحقته شبكات التواصل الاجتماعي بالمراهقين.

2-معرفة كيف قام فيلم المعضلة الاجتماعية بتنمية الوعي الأخلاقي الفردي والمؤسساتي للحد من خطورة الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي.

3-معرفة كيف حث الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية القائمين على مؤسسات شبكات التواصل الاجتماعي على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستخدمين عامة والمراهقين خاصة.

4-محاولة الكشف عن مدى التزام فيلم المعضلة الاجتماعية نحو تحقيق حق المشاهدين في الحصول على المعلومات، وما درجة مصداقية فيلم المعضلة الاجتماعية في نقل الوقائع.

5-محاولة معرفة مدى دقة واستناد ما قدمه فيلم المعضلة الاجتماعية على مصادر موثوقة.

1-4 نوع الدراسة و منهجها:

نوع الدراسة: وتنتمي هذه الدراسة لنوع الدراسات الوصفية التي ترصد وتحلل وتفسر كيفية معالجة الأعمال السنيمائية الوثائقية لمشكلة الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال مشاهد إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي في فيلم المعضلة الاجتماعية والذي من خلاله نسعى إلى توضيح وتحليل نتائج الدراسة.

المنهج: عرف المنهج العلمي بانه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية. [1]

1-5 مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع الأحداث أو الأفراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة فهو جمع طبيعي أو جغرافي أو سياسي من الأفراد أو المواضيع، ولا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة في جميع الدراسات وإنما يستعاض عن ذلك بعينة. والمجتمع في هذه الدراسة هو فيلم المعضلة الاجتماعية "**The social dilemma**". [2]

1-6 عينة الدراسة و حدودها:

أ-عينة الدراسة:

تمثل عينة الدراسة المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي، وتعرف العينة بأنها جزء ممثل لمجتمع البحث الأصلي. [3]

1الدكتور عبد الهادي الفضلي، أصول البحث، الطبعة الأولى، دار المؤرخ العربي، بيروت 1992، ص٥٠

2Drasah, 2مجتمع البحث /2022-01-03/ https:/drasah.com\description:asp? Id=3089&ur

3 الدكتور عبد الهادي الفضلي، مرجع سابق، ص٥٠

أجريت الدراسة التحليلية على عينة قصدية وهي فيلم المعضلة الاجتماعية، حيث تم مشاهدة الفيلم واختيار المشاهد التي تناولت إدمان المراهقين على مواقع التواصل اجتماعي بالاعتماد على وحدة المشهد، وقد تمثلت في 10 مشاهد. وقد تم اختيار هذه المشاهد لأنها خادمة لموضوعنا الا وهو إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة الخوض في الأسباب والأثر الذي تتركه عليهم من خلال تحليل هذه المشاهد من فيلم المعضلة الاجتماعية.

الجدول ا: يبين وصف العينة.

رقم المشهد	المدة الزمنية
1	12 ثانية
2	12 ثانية
3	30 ثانية
4	54 ثانية
5	دقيقتين
6	37 ثانية
7	58 ثانية
8	40 ثانية
9	دقيقة ونصف
10	45 ثانية

ب-حدود الدراسة:

هي الحدود التي يلتزم الباحثين بها أثناء كتابة بحثه العلمي، ويقوم الباحث بوضعها لنفسه لكي يلتزم بمعايير جودة البحث ويضع قيود على مجال تطبيق الدراسة من خلالها.[1]

الحدود الزمانية: هي المدة الزمنية المستغرقة لإنجاز مذكرة التخرج، والتي أجريت خلال العام الدراسي 2020-2021 وتحديدا منذ بداية شهر نوفمبر الى غاية شهر جوان.

1 وائل السديمي، طريقة كتابة حدود البحث العلمي واهميتها لبحثك، 15ماي 2022، https://www.sanadkk.com/blog/post/32/حدود-البحث-العلمي.html، يوم 20ماي 2022، 22:00.

– حيث تم الشروع في ضبط الإطار المنهجي و جمع المادة النظرية ، بالإضافة الى اختيار عينة الدراسة في فترة زمنية ممتدة من شهر فيفري إلى شهر مارس، اما الجانب التطبيقي ونقصد به عملية جمع البيانات من الجانب الكمي والكيفي والوصول إلى النتائج ، واستمر ذلك خلال شهري أبريل و ماي. وخصصنا الأسبوع الأول من شهر جوان لإتمام المذكرة وتعديل ما يجب تعديله.

الحدود الوثائقية:

المعضلة الاجتماعية أو المأزق الاجتماعي "The Social Dilemma" هو فيلم دراما وثائقية أمريكي أُنشِئ في عام 2020 من إخراج جيف أورلوفسكي وكتابة أورلوفسكي وديفيز كومب وفكيي كورتيس. يستكشف الفيلم صعود وسائل التواصل الاجتماعي والأضرار التي سببتها وتُسببها للمجتمع، مع التركيز على استغلالها لمستخدميها؛ لتحقيق مكاسب مالية من خلال رأسمالية المراقبة والتنقيب عن البيانات، وكيف يهدف تصميمها إلى تنمية الإدمان، واستخدامه في السياسة؛ وللتأثير على الصحة العقلية (بما في ذلك الصحة العقلية للمراهقين وارتفاع معدلات انتحار المراهقين)، ودورها في نشر نظريات المؤامرة ومساعدة الجماعات.

1-7 منظور الدراسة:

مفهوم النظرية:

هي مجموعة من المفاهيم المتداخلة والتعريفات التي تفسر وتتنبأ بالحقائق والظواهر. [1]

وهي تضم مجموعة من المصطلحات والتعريفات والافتراضات التي لها علاقة ببعضها البعض والتي تقترح رؤية منظمة لظاهرة، وذلك بهدف عرضها والتنبؤ بمظاهرها، أي أنها تضع تفسيرا علميا لموضوع معين مما يكسبه معنى واضح في الذهن.[2]

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على نظريتين:

ا-نظرية الواجب الأخلاقي:

ويعني الواجب الأخلاقي في المطلق انه مسؤولية الإعلام والمؤسسات الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى حيث تجمع هذه النظرية بين البعدين ألعقلاني وروحي وتسعة إلى ربط المؤسسة في الوعي الأخلاقي والفرضيات والمرجعيات القيمية حيث تعتبر هذه النظرية أن الواجب الأخلاقي الواجب الأساسي الذي تتفرع منها الواجبات الأخرى (الواجب تجاه المؤسسة والجمهور والمجتمع والوطن) ومن أشهر روادها

1منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والطباعة، الأردن، 2007، ص78.

2علي عبد الفتاح علي: نظريات الإعلام والاتصال الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013، ص150.

كانط و دراز اللذان قاما بدراستين حول هذه النظرية، وقد تبين الكثير من التوافق بين الطرحين في مفهوم الواجب والطبيعة الإنسانية وإنسانية الإنسان والتعامل مع الآخر بوصفه هدفا وليس وسيلة والتركيز على الوعي الأخلاقي، رغم التباين بين الطرحين في مسألة المرونة في اتخاذ القرارات الأخلاقية ومكانة البعد الروحي في الأخلاق.

مبادئ نظرية الواجب الأخلاقي: تقوم نظرية الواجب الأخلاقي على عدة مبادئ أساسية وهي:

1-أن يمتنع الممارس والمؤسسة الإعلامية عن أحداث ضرر في الآخرين.

2-أن تكون الرسالة أخلاقية في أبعادها المعلوماتية والمعرفية والاجتماعية وثقافيا. **(**يعني إضفاء قيم إضافية على الآخر**)**.

3-بعض الأفعال تبقى لا أخلاقية مهما نتج عنها عواقب حسنة.

4-الواجب الأخلاقي يستدعي من الإنسان أن يعي بهذا الواجب باعتباره ضرورة عقلية ذاتية. [1]

5-التركيز على الوعي الأخلاقي الفردي المنفصل عن التقليد والمصلحة الشخصية.

ب-نظرية المسؤولية الاجتماعية:

أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم غربي المنشأ انتقل إلى الإعلام والصحافة عبر مجال الاقتصاد، حيث دعت التطورات الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية في الربع الأخير من القرن التاسع عشر إلى إظهار الحاجة إلى التزام المنشآت بمسؤولياتها الاجتماعية حيث قوي تيار الاحتكارية الاقتصادية، واندفعت إلى تحقيق أكبر قدر من المصالح العامة للجماهير، مما أدى إلى خلق الجو المناسب لظهور المفهوم.[2]

وقد عرف الدكتور عبد اللطيف حمزة المسؤولية الاجتماعية للصحافة بأنها المهام التي ينبغي أن تقوم بها الصحافة أمام المجتمع على أن يكون ذلك في إطار تمتع الصحافة بالحرية القائمة على المسؤولية والمنهج الأخلاقي الذي حدده المجتمع والقانون.[3]

1عبد الرحمان عزي: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2016، ص51.

2 محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص17.

3 محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص10.

نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية بعد المراجعات النقدية للنظرية الليبرالي للصحافة ابتداء من العقد الثاني من القرن العشرين ولكنها بلغت ذروتها بعد نهاية الحرب العالمية الثانية عندما تشكلت لجنة حرية الصحافة مكونة من 12 أستاذ أكاديمي يرأسهم البروفسير روبرت هوتشنز، وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية "ويليام ريفبرز" و "تيودور بيرسون". وقد أجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية بتمويل من مجلة "تايم "ودائرة المعارف البريطانية وقدمت تقريرها في كتاب أعدته لجنة كاملة عام 1947 بعنوان صحافة "حرة مسؤولة "وفي دراسة أخرى كتبها "ويليام هوكنغ" عضو اللجنة ومؤلف "حرية الصحافة إطار المبادئ" وهي الكتابات التي صاغت نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتقوم النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وذلك بأنه بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة. مما أدى إلى سوء استخدام الحرية أو مفهوم الحرية.[1]

مبادئ وافتراضات نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ويلخص دينيس ما كويل المبادئ الأساسية لنظرية المسئولية الاجتماعية في الجوانب التالية:

1-أن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للمجتمع.

2-أن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن و الشمول.

3-لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.

4-أن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدى إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية إهانات إلى الأقليات.

5-أن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.

6-أن للمجتمع حق على الصحافة هو أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.

7-أن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة. [2]

1 علي عبد الفتاح علي، المصدر السابق.

2 حسين علي إبراهيم الفالحي، الديمقراطية والإعلام والاتصال، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص150.

علاقة نظرية الواجب الأخلاقي بالدراسة:

يمكن أسقاط نظرية الواجب الأخلاقي على موضوعنا الموسوم بتوعية المراهقين من الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية، حيث نريد معرفة موقف مواقع التواصل الاجتماعي تجاه مستخدميه المراهقين ومدى التزامهم بالواجب الأخلاقي باعتباره ضرورة عقلية ذاتية، ومدى أخلاقية الرسالة المراد الوصول إليها التي تعتبر من أهم فروض هذه النظرية.

وقد ساعدتنا نظرية الواجب الأخلاقي في بناء الإشكالية وصياغة التساؤلات الفرعية ومعرفة أهداف الدراسة.

علاقة نظرية المسؤولية الاجتماعية بالدراسة:

ومن خلال دراستنا سنحاول التعرف على الآليات المستخدمة في فيلم المعضلة الاجتماعية لتوعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي في ضل نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال إسقاط مبادئ النظرية على دراستنا ومعرفة إلى أي مدى التزم وسائل بأداء مهامها تجاه المراهقين من إعلام وتوعية.

إضافة إلى مدى التزامه بمعايير الدقة، الموضوعية، الشمالية، الصدق، التوازن، في نقل ومعالجة ظاهرة إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي وهي من أهم مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية. وتجنب تزييف أي أخبار أو تقارير حول الموضوع ونقل الوقائع كما هي، والالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية وإدخالها في معالجة القضايا الاجتماعية لتحقيق المصلحة العامة، وقد ساعدتنا النظرية في تحديد اهداف الدراسة وبناء الاشكالية وصياغة تساؤلات الدراسة.

1-8 ضبط مفاهيم الدراسة:

1) التوعية:

لغة: فالتوعية تعني من الناحية اللغوية حفظ الشيء وفهمه وأدركه، من فعل وعى (يعي، وعيا) فهو واع (الواعي).[1]

1قاموس منجي الطلاب

اصطلاحا: يعرف الوعي على انه اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته وبالبيئة المحيطة به، بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد، ويتضمن ذلك وعي الفرد بالوظائف العقلية والجسمية ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي، وإدراكه لذاته والقيام بدور الآخرين.[1]

التعريف الإجرائي: والمعنى الاصطلاحي الأخير هو ما يلائم دراستنا هذه، حيث نقصد من التوعية الإدراك الذي يتعلق بالمجال الإعلامي فهو إعلام وتعليم وتوعية مجتمع أو مجموعة أفراد بأمر معين عادة ما يكون عبارة عن موضوع يهم الصحة الجسمية والنفسية، في دراستنا هذه نعنى بالجانب النفسي والعقلي الذي تؤديه التوعية الإعلامية عن طريق الفيلم الوثائقي محل الدراسة.

2) المراهقين:

لغة: المراهق من قارب الرشد، المراهقة مصدر فعل راهق، يراهق. وهي مرحلة من عمر الإنسان يقارب فيها سن الرشد.

اصطلاحا: المراهق هو الشخص الذي يكون في المرحلة العمرية ما بين 13-18 وهي مرحلة اكتمال التغييرات البيولوجية، ويكمن الخطر في هذه المرحلة التي ينتقل بها الانسان من مرحلة الطفولة إلى الرشد.[2]

التعريف الاجرائي: ونقصد بالمراهقة في دراستنا مرحلة الاضطراب العمرية التي تكون ما بين 13سنة الى 18 حيث يكون الانسان ليس ناضج كفاية لاتخاذ كل الخيارات الصحيحة وحده ونقصد بالمراهقين في دراستنا هذه المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي تحديدا.

3) الادمان:

لغة: من الفعل أدمن (يدمن، إدمانا) فهو مدمن، اعتاد ألف، تعود على فعل شيء معين وضدها نبذ، ترك[1]. **اصطلاحا:** هو اضطراب نفسي يتركز حول التعلق (التبعية) لأشياء او اشخاص والتفاعل معهم، والمدمن غير قادر على التخلي عن ادمانه.[2]

1رشاد الفقيه، الفقيه، ص12-23

2الدليمي، 2021، ص36

التعريف الإجرائي: يعد الإدمان التعود وألفة الشيء إلى حد الهوس به، حيث نريد توضيح اعتياد مجتمع دراستنا على ارتياد المواقع الاجتماعية كجزء من حياتهم اليومية لحد الإدمان عليه.

4) شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكة:

لغة: تشبَّكَ يتشبَّك، تَشَبُّكًا، فهو مُتَشَبِّك: تشبَّك الشَّيءُ تداخل واختلط، تشبّكت خيوطُ الغزل/ الأسلاك[3].

اصطلاحا: هي مجموعة من الأجهزة المتّصلة ببعضها البعض من خلال وسائط اتصال ماديّة أو لاسلكيّة، تسمح لأجهزة الحاسوب بالاتصال المباشر بين مستخدمي نفس الشبكة والأفراد مشاركة المعلومات[4].

التواصل:

لغة: بالرجوع إلى مادة وصل فان الواو والصاد واللام: أصل واحد يدل على ضم شيء حتى وصل يصل وصلا وصلة وصل الشيء بالشيء: التام به وإليه: بلغ وانتهى، ومن هذه المعاني نجد أن التواصل في المعنى اللغوي يدل على الاقتران والاتصال والإبلاغ وكذا الإعلام.[5]

اصطلاحا: التواصل هو تبادل أدلة بين ذات مرسلة وذات مستقبلة حيث تنطلق الرسالة من ذات الأخرى تقتضي العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما نتحدث عنه الذي هو الأشياء أو الكائنات أو بعبارة اشمل موضوعات العالم ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.[1]

---

1 المرجع، قاموس منجي الطلاب

2 Nnamdi godson osuagwu, Facebook addiction the life's times networking addicts, USA 2020, Page64

3معجم اللغة العربية المعاصر.

4 https://www.mosoah.com,25/10/2021, 16:00

5جبران مسعود: الرائد معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، دار النسر للملايين، ط3، 2005، ص212.

الاجتماعي:

لغة: اجتمع يجتمع اجتماعا معناه: انضم وتالف[2].

اصطلاحا: الاجتماعي هو الرجل الكثير المخالطة للناس.

التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي: هو مجموعة من المواقع الإلكترونية والتطبيقات المتصلة بشبكة الإنترنت، يرتادها الناس بغية التواصل فيما بينهم ومشاركة حياتهم اليومية مما يخلق مجتمع وهمي. اهم المواقع التي نقصدها في دراستنا (الانستغرام/الفاسبوك).

5) الفيلم الوثائقي:

الفيلم:

لغة: الفَيْلَمُ من الرجال العظيم وقيل هو العظيم الجمة وفي ذكر الدجال رأيته فَيْلَمانِيًّا، جمع أَفْلام

اصطلاحا: 1-(الثقافة والفنون) فِلْم؛ شريط تصويريّ أو تسجيليّ؛ خَيْط من السِّليلوز تعلوه قشرة من الجلاتين ومن برومور الفضَّة، يُستعمل للتصوير الشَّمسي والسِّينمائيّ.

2-قصَّة سينمائيّة: -فيلم استعراضيّ/ رومانسيّ/ حربيّ/وثائقي[3].

الوثائقي:

لغة: وثائقيّ اسم منسوب إلى وَثائِقُ، وثُقَ / وثُقَ في / وثُقَ من يوثُق، وَثاقةً، فهو وثيق، والمفعول موثوقٌ فيه وثُق الشَّيءُ قوِيَ وثبت وصار مُحكمًا، وثُق الشخصُ/ وثُق الشَّخصُ من الأمر: أخذ بالثِّقة، تيقَّن منه.

1علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي ألفبائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط 7، 1997، ص60.

2أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود: المعجم العربي -الميسر-دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري، ص7.

3معجم اللغة العربية المعاصر.

اصطلاحا: هو شخص أو جهة معينة قائم على السجلات والوثائق حيث يوفّرها للباحثين عند الطلب، كما يشرف على تقويمها والتخلّص منها، برنامج وثائقيّ: (الثقافة والفنون) برنامج يقدِّم موضوعه بشكل حقيقيّ، مزوّد عادة بأخبار ومقابلات، ومصحوب بالرِّواية.[1]

التعريف الإجرائي للفيلم الوثائقي: الفيلم الوثائقي هو فيلم تتوفر فيه جميع مكونات الفيلم من مخرج وسيناريو وطاقم عمل ومصورين. لكن في اغلب الحالات يكون بدون ممثلين حيث ان الفيلم الوثائقي تكون له نوع من المصداقية من حيث سرد القصة أو الموضوع المعالج، فيستعين المخرج بالشخصيات الحقيقية والأحداث والفيديوهات والصور الحقيقية للحادثة.

1-9 الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

1) دراسة **جمانا "محمد علي" محمد الرشيدات 2017**، بعنوان **تأثير شبكة الانترنت على المراهقين في الاردن "دراسة مسحية"** (جامعة البتراء، كلية الآداب والعلوم، تخصص الصحافة والاعلام) والتي هدفت الى تقصي أثر شبكة الانترنت على المراهقين في الاردن. وتكون مجتمع هذه الدراسة من (500) مراهق في الأردن بين ذكر وأنثى مع الاعتماد على العينة العشوائية التي قدرت بها (680) مفردة، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفقا المنهج الوصفي المسحي، وكان من أبرز نتائجها أن اغلبية المراهقين يتصفحون الإنترنت بشكل يومي، كما أكدت على الدور الرئيسي للأسرة في توجيه ابنائهم أثناء استخدام الإنترنت.

2) دراسة **خلفاوي فاطمة الزهراء ،بوروبة أمال 2021**، بعنوان **التشوهات المعرفية وعلاقتها في الإدمان على الإنترنت لدى المراهقين دراسة ميدانية** بمدينة افلو، والتي هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين التشوهات المعرفية والإدمان على الإنترنت لدى المراهقين بمدينة افلو، وتمثلت عينة الدراسة في 241 مراهق بالاعتماد على أداة مقياس التشوهات المعرفية ومقياس الإدمان على الإنترنت لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي الارتباطي المناسب لهذه الدراسة ، وتوصلت إلى أبرز النتائج أن مستوى انتشار

1معجم المصطلحات الفقهية.

التشوهات المعرفية متوسط، كما يوجد مستوى الإدمان على الإنترنت مرتفع لدى المراهقين بمدينة افلو، والتأكيد على وجود علاقة ارتباطية بين التشوهات المعرفية والإدمان على الإنترنت.

3) دراسة **نوهه سمير محجوب 2020 اكتوبر–ديسمبر**، بعنوان **The Dilemma of Social Media : Perceptions and Ethics of AI/معضلة مواقع التواصل الاجتماعي تصورات واخلاقيات الذكاء الاصطناعي**، القاهرة، هدفت الى استكشاف تصور الناس من حيث الخصوصية والاخلاق المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعية. وتكون مجتمع هذه الدراسة من 200 طلاب جامعيين ومتخرجين من اناث وذكور باعتماد على عينة قصدية، واستخدم الاستبيان الالكتروني لقياس متغيرات الدراسة وفقا للمنهج الوصفي، ومن أبرز نتائجها ان 56.2% من المشاركين يرون التأثير العام لوسائل التواصل الاجتماعي حول تصورهم للواقع على انه جيد و43.8% يعتبرونها سيئة واعتمدت هذه النتائج على عمر المجيبين ومؤهلهم الدراسي.

الدراسات الأجنبية:

4) دراسة **Hannah Volman جوان2021**، بعنوان: **The social media dilemma: Millennials dealing with data tracking in a mediatized society/معضلة وسائل الإعلام الاجتماعية تعامل جيل الالفية مع تتبع البيانات في مجتمع وسيط**، السويد، جامعة UPSSALA هدفت الى معرفة كيف يتعامل الناس مع هذه المخاوف والمعضلات في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي. تكون مجتمع البحث من جيل الألفية الهولندي، واستخدمت اداة المقابلات لجمع البيانات استنادا إلى 16 مقابلة اون لاين شبه منظمة و4 مجموعات تركيز، وفقا للمنهج الوصفي، كان من أبرز نتائجها ان جيل الالفية الهولندي حدد ثلاث معضلات تتعلق بالخصوصية وهي فقاعة التصفية، نموذج الإيرادات والقوة.

5) دراسة **Melanie Huynh 2021**، بعنوان **Social Media Addiction and the Loneliness Epidemic/إدمان وسائل التواصل الاجتماعي ووباء الوحدة**، جامعة دومينيون القديمة فيرجينيا، مجلة بحوث الدراسات العليا: المجلد 8 المقال 5، والتي هدفت الى معرفة كيفية استمرار ظهور منصات التواصل الاجتماعي في انتاج جيل من الشباب الذين يعتمدون اعتمادا كليا على القدرة على تنظيم الحقائق الافتراضية في متناول ايديهم الذي هو ادمان قوي غالبا ما يقارن بالكوكايين. من أبرز

نتائجها وصول وسائل التواصل الاجتماعي الى جمهور كبير جلب شكلا جديدا من الادمان وان مطاردة الدوبامين من خلال الإخطارات بأن المستخدم تلقى تفاعل على منشوراته وصوره أخطر من مدمن المخدرات وهو يطارد مخدراته.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بداية نجد أن معظم الدراسات السابقة تتركز حول معضلات ومخاوف مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الخصوصية والتشوهات المعرفية، فأغلب الدراسات المقدمة تبحث في تأثيرات هذه المواقع وهذا مخالف لتوجه الدراسة التي نحن بصددها.

إلا أن دراسة Melanie Huynh 2021 تعد هي الدراسة الأقرب لدراستنا من ناحية المنهجية ومن حيث الموضوع أيضا، إلا أن هذه الدراسة تختلف من حيث طبيعة مجتمع البحث التحليلي، طبيعة الدراسة وزاوية تناول موضوع ادمان مواقع التواصل الاجتماعي. اذ عالجت اشكالية اعتماد المراهقين اعتمادا كليا على مواقع التواصل الاجتماعي في بناء وعيهم وادراكهم للحقائق مما يؤدي الى ادمان قوي، وتتشارك مع دراستنا في نفس المتغيرات المتمثلة في المواقع الاجتماعية، المراهقين، الادمان والتوعية.

أهم ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

- إن اختيار الباحثتين فيلم وثائقي من حيث المضمون واستعماله في دراسة جانبه التوعوي هو أحد الركائز الأساسية التي تتميز بها هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة والتي ركزت على الحملات الاعلامية في مواضيع التوعية الاعلامية.
- إضافة الى حداثة الفيلم (المعضلة الاجتماعية) الذي أثار ضجة إعلامية كبيرة بعد عرضه سنة 2020 حيث كشف مسؤولين ومهندسين كبار سابقين عن حقائق صادمة للجانب المظلم للمواقع الافتراضية، حيث ان افاداتهم قادت ملاك هذه المنصات الى المسائلة القضائية امام الكونجرس وأشهرهم مارك زوكربيرغ في قضايا الاعلانات، التلاعب بالبيانات وخصوصية المستخدم.

مدى استفادة الطالب من الدراسات السابقة:

- استفادت الطالبتين من مطالعتهما للدراسات السابقة في التعرف على بعض المصادر والمراجع المهمة والغنية إضافة للتعرف على بعض الأدوات المخصصة لقياس مؤشرات الاندماج وغيرها من مؤشرات التلقي لدى الجمهور.
- كذلك ساعدتنا في بناء الإشكالية، تزويدنا بالمعلومات اللازمة عن موضوعنا بشكل عام وعن فيلم المعضلة الاجتماعية بشكل خاص وتحديد الأهداف. كذلك شكلت كل الدراسات المعروضة أرضية لهذا البحث حيث ساعدت الطالبتين في رسم الأطر العامة والمنطلقات المنهجية والنظرية، فساهمت في ضبط الفصل المنهجي من تحديد وصياغة التساؤلات الفرعية الواجب دراستها، تصميم استمارة تحليل المحتوى والاستبيان، كما سمحت ببلورة العلاقة الثلاثية بين المراهق وإدمان مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الإعلامية عموما ومن جهة أخرى إثراء ودعم الجانب النظري والجانب التحليلي.

1-10 أدوات جمع البيانات:

ا-الملاحظة:

هي الرصد والمشاهدة العميقة والمتأنية لظاهرة محددة، حيث تتم باختيار ما يراد البحث فيه، وتعيين طريقة بلوغه، ثم الشروع في عملية الملاحظة والتدوين، وكلما وصل البحث إلى مراحل متقدمة كلما أصبحت الملاحظة أكثر تركيزا، بما يسمح بتقديم أسئلة بحثية دقيقة وواضحة، وفي نفس الوقت تنتقي مواطن الملاحظة بدقة، وتستمر عملية جمع البيانات إلى غاية وصول الباحث لمبتغاه أو يحدث عنده تشبع نتيجة غوصه في أعماق الظاهرة المدروسة فيشعر بأن المعطيات تتكرر ولا تضيف الجديد.[1]

قمنا بتحليل العشر مشاهد المختارة للمراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي من الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية، من خلال الملاحظة المتأنية والمعمقة لها.

1 عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان: مؤسسة الوراق، 2002، ص347.

ب-الاستمارة:

اعتمدنا في دراستنا على تصميم استمارة تحليل مضمون من خلال وصف وتحليل الشكل والمضمون للمشاهد العشرة المختارة لإدمان المراهقين من فيلم المعضلة الاجتماعية، بهدف معرفة الاليات المستخدمة لتوعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

ج-فئات التحليل:

وهي التقسيمات والتوزيعات والاركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل التي توصل اليها في المادة المدروسة، وهذا بناءً على ما تتحدث فيه من صفات، او تختلف فيه من خصائص.[1]

- قمنا بتقسيم دراستنا الى فئتين هما: فئة الشكل (كيف قيل)، فئة المضمون (ماذا قيل).

أ-فئة الشكل (كيف قيل): هي تلك الفئات التي تصنف المحتوى الشكلي للمضمون المراد دراسته، وعادة ما تحاول الإجابة على السؤال (كيف قيل) وهي أحد ركائز تحليل المحتوى.[2] أي الشكل الذي يقدم به المضمون إلى الجماهير والمتتبعين مهما اختلف نوعهم وباختلاف الوسيلة الاتصالية.[3] وتضم الفئات التالية:

1-فئة اللغة المستخدمة: هي اللغة التي استخدمت في فيلم المعضلة الاجتماعية أثناء تبادل الحوار بين الشخصيات والتي قسمت إلى:

ا-لغة الفيلم الاصلية: وتضم اللغة الإنجليزية الاكاديمية واللغة الإنجليزية العالمية.

ب-لغة الترجمة المصاحبة: اللغة العربية واللغة الفرنسية.

ج-لغة الدبلجة: اللغة العربية، اللغة الفرنسية.

1أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286.

2يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع، الجزائر، 2007، ص42.

3عاطف عدلي العيد، زكي احمد عزمي، الأساليب الإحصائية واستخداماتها في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر للنشر، القاهرة، 1993، ص19.

2-فئة المدة الزمنية: وهي المدة التي استغرقتها المشاهد في تناول موضوع إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي، التي تم جمعها في 3 فئات:

اقل من 30 ثانية، من 30 إلى 59 ثانية، من دقيقة إلى دقيقتين.

3-فئة العناصر الفنية: وهي العناصر التي استخدمت في إخراج مشاهد فيلم المعضلة الاجتماعية، والتي تنقسم إلى 3 عناصر:

3-1 فئة أنواع اللقطات: ويقصد بها اللقطات المستخدمة في تصوير مشاهد إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي وتمثلت في:

أ-لقطة تأسيسية: وهي اللقطة التي يبدأ بها المشهد بتصوير المكان.

ب-لقطة عامة: تغطي المحيط العام والأشخاص الموجودين في المشهد.

ج-لقطة كبيرة: وهي التي تلتقط شيء واحد بشكل مكبر لا غيا المساحة والبعد.

د-لقطة مقربة ضيقة: وهي التي تصور الشخص من أكتافه حتى أعلى رأسه.

هـ-لقطة صدرية: تغطي الشخص من أعلى رأسه إلى صدره.

و-لقطة حزاميه :من أعلى الرأس إلى الخصر.

3-2 فئة زوايا التصوير: وهي الزوايا التي التقطت منها مشاهد فيلم المعضلة الاجتماعية، وتمثلت في:

أ-زاوية أمامية: هي الزاوية التي تكون مواجهة للموضوع المراد تصويره.

ب-زاوية خلفية: هي الزاوية التي تظهر الجانب الخلفي تماما من الموضوع المصور.

ج-زاوية جانبية: وهي التي تكون بجانب الموضوع وتغطي نصفه.

د-زاوية غاطسة: هي الزاوية التي تظهر الشيء المراد تصويره من الاعلى لتقدمه.

هـ-زاوية عكس الغاطسة: هي الزاوية التي تكون الكاميرا أسفل الشخص المصور.

و-زاوية ثلاث أرباع مواجهة: وهي التي تتيح رؤية جانبين من الموضوع المصور.

ر-**زاوية ثلاث ارباع خلفية:** وهي التي تتيح رؤية 4/1 من جانب الموضوع المصور، و4/3 من الناحية الخلفية.

3-3 فئة انواع المشاهد: ونقصد بها المشاهد الموظفة في تجسيد إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي. والتي تتمثل في:

أ-مشاهد أرشيفية: هي التي توضع فيها مشاهد قديمة من الأرشيف.

ب-مشاهد واقعية: وهي مشاهد حقيقية ومصورة من الواقع.

ج-مشاهد تمثيلية: وتعني توظيف المشاهد التمثيلية في الفيلم الوثائقي.

د-مشاهد المقابلة: هي المشاهدة التي تقوم فيها شخصيا بإجراء مقابلة حول الموضوع.

4-فئة الأساليب اللغوية: وهي اختيار الفاظ ومفردات وتراكيب للتعبير عن المعاني في فيلم المعضلة الاجتماعية، وهي نوعين:

أ-الأسلوب خبري: الإغراء، إظهار الضعف، إظهار التحسر، إظهار الفرح، التوبيخ، التحذير، الفخر، المدح.

ب-الأسلوب إنشائي: ويتضمن الأمر، النداء، استفهام، حقيقي، استفهام بلاغي، النهي، الطلب، النفي، التعجب.

ب-فئات المضمون (ماذا قيل): وهي تتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة وهذه الأجزاء وتلك الاصناف يحددها الباحث انطلاقا من إشكالية بحثه.[1]

قمنا في دراستنا باستخدام هذه الفئة من أجل التعرف على كيفية توعية المراهقين من الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية بالإجابة عن السؤال ماذا قيل؟

1يوسف تمار، المرجع السابق، ص59.

1-فئة الشخصيات الفاعلة: يقصد بها الشخصيات الفاعلة في فيلم المعضلة الاجتماعية والتي تمثلت في:

ا-موظفين سابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي.

ب-مراهقين مدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي.

ج-أولياء المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي.

د-تقنين مواقع التواصل الاجتماعي وصحفيين.

2-فئة الأهداف: يقصد بها الأهداف التي يريد الفيلم إيصالها للمشاهدين، والتي تمثلت في:

-التوعية والإرشاد حول مواقع التواصل الاجتماعي.

-الكشف عن الأضرار التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي للمجتمع.

-التنقيب في البيانات وحقيقة تصميم هذه المواقع المسببة للإدمان.

-معرفة الأثر الذي تتركه على المراهقين وصحتهم العقلية.

-الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر نظريات المؤامرة والتضليل.

3-فئة نوع الإستمالات الاقناعية: تمثلت في الأساليب الاقناعية التي استخدمت من طرف الشخصيات المتواجدة في مشاهد إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي من فيلم المعضلة الاجتماعية، والتي قسمت الى 3 فئات فرعية:

ا-عقلية.

ب-عاطفية.

ج-تخويفية.

4-فئة حجج التوعية: ويقصد بها الحجج التي استخدمت في مشاهد إدمان مواقع التواصل الاجتماعي من أجل توعية الجمهور وتمثلت في:

ا-**الرمز:** وهي أن يوظف رمز شيء دون الإشارة له فمعناه يفهم تلقائيا.

ب-**السلطة:** أن تتخذ أعمال أو أحكام شخصية ذات سلطة حجية على موضوع ما.

ج-**الاستشهاد:** يعني اللجوء إلى أقوال ومأثورات من الثقافة الرائجة.

د-**الإخبار:** تقديم معلومات أو بيانات تدعم وجهة النظر.

هـ-**السرد والحكي:** هو أسلوب توظف فيه الأحداث والوقائع لتفسير ظاهرة ما.

و-**الحوار والسؤال:** أي طرح أسئلة تدعو إلى حوار مع المتلقي.

6-**فئات الجمهور المستهدف:** يقصد به الجمهور الذي وجهت له الرسالة، والذي انقسم إلى نوعين:

أ-**جمهور عام:** مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

ب-**جمهور خاص:** المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي.

7-**فئة الاتجاه:** مؤيد، محايد، معارض.

د-وحدات التحليل:

يسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر المحتوى وصفا كميا، كان لابد من تقسيمه إلى وحدات تمكننا من حساب التكرار، وينبغي التنبيه بداية أن وحدات التحليل هي نفسها وحدات التسجيل.

وحدة الفكرة:

ليس للفكرة حدود إلا تلك التي يحملها معناها، وقد تكون عبارة أو جملة وقد تمت على طول الفقرة وقد يكون كل المحتوى عبارة عن فكرة واحدة[1].

– وقد اعتمدنا في دراستنا على هذه الوحدة من اجل التعرف على فئة اهداف وحجج التوعية التي استخدمتها الشخصيات الفاعلة والبارزة في فيلم المعضلة الاجتماعية لتوعية المراهقين، وذلك من خلال المشاهد المعروضة عن طريق فكرة إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي.

1 رشدي احمد طمعيه، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، دار النشر للفكر العربي، القاهرة، 2004، ص20.

الفصل الثاني: الإطار النظري.

الفصل الثاني: الجزء النظري

1-1 مواقع التواصل الاجتماعي.

1-2 ادمان مواقع التواصل الاجتماعي.

1-3 التوعية الإعلامية.

1-4 الافلام الوثائقية.

1-1 مواقع التواصل الاجتماعي:

تمهيد:

يواجه العالم اليوم العديد من التطورات المختلفة التي لها الأثر الكبير على المجتمع بصورة عامة وعلى الشباب بشكل خاص ومن أهم هذه التطورات في عالم الإنترنت المواقع الاجتماعية التي تطورت بشكل كبير. حيث انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية 2007، وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفاسبوك، تميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصور الحية والمعبرة، ومواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها، وهذه الشبكة مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا. وأصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل المائل لأنشطة الماضي التقليدية وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة أو المجتمع المحيط هي التي تسيطر على النظام الاقتصادي بدرجة لافتة للنظر.

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها:

ا-المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (دجريزس)عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل (لايف جورنال) وموقع (كايوورلد) الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وتشير شبكات التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (المدونات، مواقع المشاركة ،الوسائط المتعددة) وغيرها.. اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضي مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون ،ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي لتطوير خدمات شبكة الإنترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن أن نؤرخ هذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبايس Myspaceوهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفاسبوك Facebook، وتشهد المرحلة الثانية من

تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية و يتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم ، وأن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع فرندستر الذي حقق نجاحا دفع Google إلى محاولة شرائه سنة 2003 وفي النصف الثاني من العام ظهر في فرنسا موقع سكاي روك تحقيق كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 ،وقد استطاع موقع سكاي روك تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين ، ومع بداية 2005 ظهرا موقع Myspace الأمريكي الشهير الذي تفوقه على Google في عدة مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع Myspace من أول الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.[1]

ب-المرحلة الثانية:

وتشير شبكات التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (المدونات، مواقع المشاركة ،الوسائط المتعددة وغيره) واهتمت بتطوير التجمعات الافتراضي مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون ،ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي لتطوير خدمات شبكة الإنترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن أن نؤرخ هذه المرحلة بانطلاقة موقع مايسبايس Myspace وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفاسبوك Facebook، وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية و يتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم، وأن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع فرندستر الذي حقق نجاحا دفع Google إلى محاولة شرائه سنة 2003 وفي النصف الثاني من العام ظهر في فرنسا موقع سكاي روك تحقيق كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع سكاي روك تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين، ومع بداية 2005 ظهرا موقع Myspace الأمريكي الشهير الذي تفوقه على Google في عدة

1 http://.eleagypt.com/downloadds/amina.heba.doc.2022-03-15.20:00

مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع Myspace من أول الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير Facebook والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع Myspace حتى قام Facebook في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات متطورين، وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي ال Facebook بشكل كبير وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق في عام 2008 . أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى Twitter، YouTube لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.[1]

2-1 انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تمهيد: منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق اهداف معينة، ومنذ بدايتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة واخرى، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها بالنظر إلى الجماهيرية، حيث تتصدر قائمة عدد من الشبكات وأهمها فاسبوك، تويتر، جوجل، الواتس اب، والانستغرام. وهي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها اهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي وكذلك بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع سنتطرق بالتفصيل لهذه المواقع الاجتماعية المختلفة.

اولا-الفاسبوك: يعد الفاسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا. وتديره شركة الفاسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصه لها. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن المستخدمين إضافة أصدقاء وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصورة هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم. وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفاسبوك بالاشتراك مع كل من داستان موسكوفيتز وكريس هيوز اللذان تخصصا في دراسة علوم الحاسب، وكان رفيقي مارك في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفرد. كانت عضوية الموقع مقتصرا في بداية الامر على طلبة جامعة هارفرد ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة واشنطن وجامعة إيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم طلبة المدارس

[1] رامي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي؛ مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2013، ص23.

الثانوية وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما. يضم الموقع حاليا أكثر من 350,000,000 مستخدم على مستوى العالم[1]

ثانيا–اليوتيوب: اختلفت الآراء حول موقع يوتيوب ما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية او لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو، ان تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدد من الخصائص التي جعلتنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع. أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح بدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني. وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها الى أفلام خاصه يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها. وهو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية. فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقاطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائها قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع. وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة PayPal وهم تشاد هنري وستيف تشين وجاود كريم في مدينة كاليفورنيا. ويستخدم الموقع تقنية الادوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. حيث انه محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاويد كريم بعنوان (أنا في حديقة الحيوان) أول فيديو يتم ورفعه على موقع ال YouTube وكان بتاريخ 23 أبريل 2005، وتبلغ مدته (0.19) ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة عل إنترنت ولتشتريه شركة Google عن 2006 وتضمه لها. وقد أصبح ال YouTube اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم

1 عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفاسبوك، الطبعة الاولى، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2011، ص203–204.

وأغانيهم ومنتجاتها للعامة ومجانا، بل تطور ال YouTube لتستخدمه الجامعات الحكومية في بث برامج النوعية أو الحصص الإلكترونية عبره.[1]

ثالثا-الانستغرام: هو تطبيق مجاني لتبادل الصور والفيديو ومشاركتها أما علنا أو سرا وهي شبكة اجتماعية أيضا ، اطلق في أكتوبر 2010 ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي لها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمة الشبكات الاجتماعية مثل الفاسبوك وتويتر وشبكة الانستغرام نفسها ، و تضاف الصور على شكل مربع ، على غرار كوداك وصور بولاويد وتستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول ، ففي البداية كان دعم الانستغرام على الايفون والايباد وتاتش في أبريل 2012، إضافة انستغرام دعم لمنصة الأندرويد، وفي يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بشكل متقطع للمستخدمين.[2]

رابعا-الواتس اب: هو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور الرسائل الصوتية والوسائط. تأسس الواتس اب في عام 2009 من قبل الأمريكي بريان اكتون والأوكراني جان قام (المدير التنفيذي أيضا) وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو. ويقع مقرها في سانتا كلارا كاليفورنيا كما زادت مليارين في نسيان 2012 ومليار في اكتوبر الماضي وفي 13 يونيو 2013 أعلنت واتساب على تويتر أنها قد وصلت سجلاتهم اليومية جدية إلى 27 مليار رسالة. وقد قامت شركة الفاسبوك بشراء الواتس اب في 19 فبراير من العام 2014 بمبلغ 19 دولار أمريكي. وال واتساب متاح لكل نظام الأندرويد ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل. [3]

خامسا-شبكة تويتر: وكلمة تويتر تعني بالإنجليزية (مغرد) وهو ما يظهر في شكل الطائر الازرق، واتخذ من العصفور رمزا له. وهو خدمة مصغرة تسمح لي المغردين إرسال رسائل نصية قصيرة

[1] ساري حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقة الاجتماعية، مجلة الجامعة، المجلد 24، العدد الاول، دمشق، 2008، ص302.

[2] http://ar.Wikipedia.org/wiki/instagram. 2022-03-15,20:30

[3] Http: //ar. m.Wikipedia.org/wiki/whatsApp. 2022-03-03 ، 21:15

لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة، ويجوز لشخص أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات او تويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة. وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغر وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني. وقد ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع بحث قامت به شركة اوفيس الأمريكية وذلك على نطاق ضيق وغير متاح للجميع، ولكن بعد ذلك تم إطلاقه رسميا في أكتوبر 2006 وفي عام 2009 أصدرت الجمعية اللهجة الأمريكية قائمتها السنوية للكلمات الجديدة، وقد اختارت كلمة تويتر وضمنتها بمعنى جديد يختلف عن المعنى الحرفي المعروف وهو التغريد والمعنى الجديد باللغة الإنجليزية: (The ability to encapsulate human thoughts in 140 characters)

وباللغة العربية (القدرة على احتواء خواطر الإنسان في 140 حرف) ولعلى المعنى الجديد الكلمة يعبر عن الدور المتزايد والخطير في تطور دور الموقع على مستوى العالم.[1] لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط، ففي أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع، ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين في اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن كما تم إطلاق الموقع بلغت بينها العربية.[2]

1-3 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص اساسية أبرزها:

١-الملفات الشخصية او الصفحات الشخصي (profile page) ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الاساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد، والاهتمامات، والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم

[1] ريان محمد سيد، الإعلام الجديد، الطبعة الأولى، القاهرة، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع،2012، ص50.

[2] شمس الدين فتحي، شبكات التواصل الاجتماعي و التحول الديمقراطي في مصر، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013، ص78.

الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومعرفة من هم أصدقائه وما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك النشاط.[1]

٢-**المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجيع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص حيث أنها تتميز الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

٣-**الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما يوجد أي حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

٤-**المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال اتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل عن الحدث او الخبر او المعلومة المعروضة.

٥-**الاصدقاء/العلاقات:** وهي بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى (صديق) هذا الشخص مضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى الاتصال أو علاقة على الشخص المضافة لقائمة.

٦-**ارسال الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

٧-**البومات الصور:** تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.[2]

٨-**المجتمع:** وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات

[1] جرار ليلى احمد، الفاسبوك والشباب العربي، دار الفلاح للنشر، عمان، 2012، ص37.

[2] المقدادي خالد غسان، ثورة الشبكة الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر، الاردن، 2013، ص26-27.

مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي او قضية سياسية او برنامج تلفزيوني مفضل. ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

٩-المجموعات: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية انشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن انشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة. ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر والبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.

١٠-الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسل إلى اصدقائك على الفاسبوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.[1]

١١-الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع الفاسبوك واستخدمها تجاريا بطريقة فعاله، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية او الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، ويقوم الفاسبوك باستخدام مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان. اذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو شخصية أو الحادث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم ان وجدوا اهتمام بتلك الصفحات يقومون بإضافتها إلى ملفاتهم الشخصية.[2]

1-4 دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وإنشاء حساب واحد له على الاقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أهم الدوافع التي تدفع الفرد الى استخدام هذه المواقع ما يلي:

[1] المقدادي، المرجع السابق، ص27

[2] جرار، المرجع السابق، ص 42

١-**المشاكل الاسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية. ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

٢-**الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت وحسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفاسبوك لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بصور والملفات الصوتية يجعل الفاسبوك خاصة وشبكة التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضيع الوقت عند البعض منهم.[1]

٣-**البطالة:** تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي إلى دعم الاندماج الاجتماعي والنفسي، ومنه إلى الاقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي في العلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية. فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخص ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وايديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب[2].

٥-**الفضول:** تشكل مواقع تواصل اجتماعي عالم افتراضي مليئا بالأفكار وتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

[1] مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل ، العدد 395 ، لبنان ، 2012 ، ص157

[2] http://www.kanji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc,2022-03-20/22h

٦-**التعارف وتكوين العلاقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين صداقات، حيث تجمع هذه الشبكات بين الصدقات الواقعية والصدقات الافتراضية فهي توفر الفرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.[1]

1-5 التأثيرات الجانبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

اولا: التأثيرات الايجابية: لا شك أن التكنولوجيا الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل لها بعدا إيجابيا في حياة الملايين من البشر وفي أحداث التغيرات الثقافية الاجتماعية والسياسية والنفسية في حياة الأفراد والمجتمعات ومن أهم هذه الآثار الإيجابية:

نافذة مطلة على العالم: حيث يوجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية ننفذه حرة لهم للاطلاع على افكار وثقافات العالم باسره.

فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عنده فإنه عند تسجيلك في مواقع تواصل اجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح لك كيانا مستقلا وعلى الصعيد العالم.

أكثر انفتاحا على الآخر: أن اتواصل مع الغير سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الاميال في قارة أخرى.

منبر للرأي والرأي الآخر: ان من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن افكارك ومعتقداتك والتي قد تتعارض مع الغير. فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضية الأمة المصيرية. [2]

[1] الطيب محمد الظاهر، مبادئ الصحة النفسية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013، ص50.

[2] معتوق كريم، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات الافراد في المجتمع ، مجلة الامل ، عدد 8 ، الجزائر ، 2012 ، ص46.

التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوية الثقافية والحضارية وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام والنفاق السياسي مما يقتضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص والجماعات والدول.

تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فاليوم و مع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة وأنها أرخص من نظيرتها الأخرى من وسائل الإعلام المختلفة .

تقدم فرصة لإعادة روابط الصداقة القديمة: حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث على أصدقاء الدراسة أو العمل مما اختفت اخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلة فقدت أبنائها اما بسبب التبني أول اختطاف أو الهجرة السرية فيتم العثور على الأبناء. [1]

ثانيا: التأثيرات السلبية: لقد ذكرنا إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مثلما يوجد إيجابيات في المقابل له أثار سلبية فإنه سلاح ذو حدين ومن أهم هذه السلبيات:

يقلل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الاجتماعي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني. ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وتلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.[2]

إضاعة الوقت: حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمشتركين قد تكون جذابة لدرجة تنسى معه الوقت. –قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.

[1] الموسوي، موسي جواد وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، بغداد، مكتبة الإعلام و المجتمع، 2011، ص47

[2] فضل الله، اثر الفاسبوك على المجتمع ، المكتبة الوطنية النشر ، ط1 ، السودان ، 2011 ، ص20.

ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

انعدام الخصوصية: تواجه اغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على المراهقين، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية. ففي ملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة أو التشهير.

الصداقات قد تكون مبالغ فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق لأن الصداقة تشكل مع الزمن وليس فورا، ففيه نوع من النفاق.

انتحال الشخصية: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلفها مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى مستخدميها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المظلة وتشويه السمعة أو في الجريمة الدعارة أو السرقة أو اختطاف.

الإدمان على مواقع التواصل: أن استخدامها خاصة من قبل المراهقين بسبب الفراغ يجعله أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبدالها أمرا صعبة للغاية خاصة أنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لمن له وقت فراغ طويل. [1]

2-1إدمان مواقع التواصل الاجتماعي:

مفهومه:

1-حسب الجمعية الأمريكية: استخدام تطبيقات المواقع الاجتماعية بما يتجاوز (٣٨) ساعة أسبوعيا لغير حاجة العمل، وزيادة ساعات الاستخدام لإشباع الرغبات نفسها التي كانت تشبعها ساعات أقل، مع

[1] عجم محمد، الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب، دار الاركان للنشر والتوزيع، 2011، ص12.

المعاناة من أعراض نفسية وجسمية عن انقطاع الاتصال، منها التوتر النفسي الحركي، والقلق، وتركيز التفكير بشكل قهري حول المواقع.[1]

2-يعرفه اورزاك (1998): "هؤلاء الذين يقضون على الإنترنت وقتاً طويلاً جدا، ويصبحون معزولين عن أصدقائهم وأسرهم ولا يبالون بأعمالهم، وأخيرا يغيرون إدراكهم عن العالم من حولهم.[2]

3-يعرفه Widyanto & McMurray هو مفهوم متعدد الأبعاد يؤدي إلى بروز الظاهرة والاستخدام المفرط ورفض العمل ونقص الضبط ورفض الحياة الاجتماعية الحقيقية[3].

2-2 معايير تشخيصية للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي:

1-الشعور بانشغال البال حول حساباتك الاجتماعية وما قمت به وما ستقوم به لاحقاً.

2-الشعور بحاجة إلى زيادة وقت الجلوس على المواقع لكي تحقق الرضا النفسي.

3-الفشل بصورة متكررة في ضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو في التوقف عنها.

4-الشعور بالضجر وحدة المزاج والاكتئاب والغضب عندما تحاول التقليل من استخدامها أو التوقف عنها.

5-الجلوس على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مما كنت تخطط له.

6- فقدان علاقة مهمة أو عمل أو فرصة مهنية أو دراسية أو الخوف من فقدها بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

---

[1] منصور، عصام، والدبدوبي، عبد الله، إدمان الانترنت وأثاره الاجتماعية السلبية لدى طلبة الثانوية العامة كما يدركها الأخصائيون الاجتماعيون الأردن، مجلة كلية التربية،2011، ص3

[2] Orzack M.H, Computer addiction: what is it? Psychiatric times, 1998, Page22: WWW.mhsource.com/pt/p980852.htm/

[3] Widyanto,Laura & Mcmurran,Mary:the psychometric properties of the internet addiction test.cyber psychology & Behavior, 2004,Page443

7- الكذب على أفراد الأسرة أو المعالجين أو الآخرين لتخفي مدى جلوسك وإفراطك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

8-استخدام المواقع كوسيلة للهروب من المشكلات أو للتخلص من حدة المزاج أو من مشاعر اليأس والذئب والقلق والاكتئاب.[1]

2-3 اعراض ادمان مواقع التواصل الاجتماعي:

لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي أعراض تظهر على الشخص المدمن فتظهر مجتمعة أو أحدها، وتزداد ضراوة وحد بزيادة الإدمان ونذكر منها (الأعراض الصحية، والأعراض النفسية، الأرق)، وتظهر بوادره في عدم الرغبة في الذهاب إلى الفراش بالوقت الملائم، مع صعوبة شديدة في النوم. الأعراض الاجتماعية، الأعراض الأكاديمية وتتمثل في ضعف التحصيل الدراسي، بالإضافة الى الهروب من المدرسة[2].

2-4 النظريات المفسرة لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي:

ا-النظرية المعرفية:

أن المعارف السيئة كافية للتسبب في ظهور مجموعة من الأعراض المرتبطة بهذا الاضطراب أو إدمان المواقع، فالتشوهات المعرفية حول الذات تشمل الشك الذاتي، وانخفاض كفاءة الذات، وتقدير الذاتي مثل: "لا أشعر بالاحترام حينما لا أكون على مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن عندما أكون على مواقع التواصل الاجتماعي فأنني افتخر بنفسي"، وحساباتي على مواقع التواصل الاجتماعي هي المكان الوحيد الذي أشعر فيه بالاحترام. هذه التشوهات المعرفية التي يدركها الأفراد والذين يعانون من مشكلات نفسية

[1] Sato, T. "Internet Addiction among students: Prevalence and psychological problems in Japan". Health Care Center .Saga University. Saga, 2006, page 279.

[2] الطاهر، رشيد إسماعيل، ادمان الانترنت لطلاب كلية التربية بجامعة الملك فيصل وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية، جامعة النيلين، مجلة الدراسات العليا، (٢٠١٨)، ص69

مختلفة يحملون إدراكات سلبية عن ذواتهم وعن شخصيتهم، يجعلهم يفضلون الاندماج والتفاعل في الأنشطة المختلفة التي يقدمها الانترنت لأنه يعد اقل تهديد من التفاعل المباشر.[1]

ب-النظرية السلوكية:

تعتمد النظرية السلوكية بشكل كبير على الاشتراط الإجرائي وقانون الأثر، الذي يذكر أن تشكيل السلوك الذي يجلب المكافأة يتم تعزيزه، ومن ثم يصبح سلوك نموذجي لكل فرد نتيجة للإشباع النفسي الناجم عن هذه الأنشطة. والمكافئات التي توفرها المواقع مختلفة، فهي تتراوح ما بين الأشكال المختلفة للمرح إلى المعلومات العديدة، فعلى سبيل المثال للشخص الذي يشعر بالخجل من مقابلة أناس جدد وأقاربه فإنه يجد الانترنت يمثل له خبرة السرور والرضا والارتياح دون الحاجة للتفاعل المباشر وجها لوجه، ومن ثم فهي خبرة معززة في حد ذاتها. هذا بالإضافة إلى الافتراضية، ولاستخدام كلمة مرور وبريد الكتروني وهمي مستعار وغير حقيقي يتمكن الفرد من قول أو فعل ما يريده ويسمح له بالإفصاح عن رغباته وحاجاته وهواياته وشخصية المختفية الدفينة، وبذلك يتدعم هذا السلوك ويتعزز بإشباع الحاجة للحب والاهتمام للتقدير والارتياح الذي لا يتحقق في الحياة الحقيقية. ومن ثم وفقا للاتجاه السلوكي فإن الممارسة والتكرار هي التي أوجدت إدمان المواقع، وهكذا فإن أي فرد يصبح عرضة لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي في أي عمر وفي أي وقت وأيا كانت الطبقة الاجتماعية أو الثقافية للفرد. فوفقا للاتجاه السلوكي ليس فقط مجرد وجود الدافع أو الهدف في حد ذاته، ولكن أيضا لابد من ممارسة هذا السلوك لمرات عديدة، ثم يتم تدعيمه وتعزيزه بالشعور لا يتغير في نوعه ولكنه يتغير في شدته ويصبح أشد وأشد مما يوقع الفرد في العديد من الاضطرابات السلوكية النفسية والانفعالية.[2]

ج-النظرية الاجتماعية الثقافية:

تؤكد النظرية الاجتماعية الثقافية على جوانب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فالناس يستخدمونها في المقام الأول من أجل التفاعل الاجتماعي، والحاجة إلى التنشئة الاجتماعية، ويبحثون عن

[1] العصيمي، سلطان عائض"إدمان الإنترنت وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، (٢٠١٠)، ص51

[2] اربوط، بشرى إسماعيل "إدمان الإنترنت وعلاقته بكل أبعاد الشخصية والاضطرابات النفسية لدى المراهقين"، مجلة كلية التربية بالزقازيق، ٢٠٠٨،ص٦٨.

الأشخاص المشابهين لهم ليتواصلوا معهم كلما أرادوا ذلك. يرى أنصار الاتجاه الثقافي أنه لا يمكن فهم أي اضطراب نفسي إلا عندما ينظر إليه في إطار البيئة الثقافية، وقد تمسكوا بحقيقة أن انتشار العديد من الاضطرابات النفسية تختلف وفقا للعمر وللطبقة الاجتماعية والخلفية الثقافية، وعلى ذلك يرون أن السبب الرئيسي للسلوك اللاسوي ليس بمصطلحات النفس الإنسانية ولكن بمصطلحات المجتمع. [1] وطبقا لهذا الاتجاه فإن المجتمع هو السبب في السلوك اللاسوي، فالذي يموج في المجتمعات اليوم من اضطرابات يجبر أفردها على الانغماس في السلوك الشاذ والغريب للتكيف مع معايير وعادات هذا المجتمع التي تختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى. كما يرى أصحاب الاتجاه الثقافي الاجتماعي أنه لابد من أن نفحص وتدرس المحيط الاجتماعي إذ أردنا أن نفهم السلوك اللاسوي لدى الأفراد، ولذلك ركزت تفسيراتهم على البناء الأسري والتفاعل الأسري والتواصل والضغوط الاجتماعية والطبقات الاجتماعية.[2]

2-5 الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي ووباء الوحدة:

يستمر ظهور منصات التواصل الاجتماعي في إنتاج جيل من الشباب الذين يعتمدون اعتمادا كليا على القدرة على تنظيم الحقائق الافتراضية في متناول أيديهم، وهو إدمان قوي لدرجة أنه غالبا ما يقارن بالكوكايين[3]. منذ إطلاق ماي سبيس في عام 2004، أصبح مشهورا بأنه "أول موقع على وسائل التواصل الاجتماعي يصل إلى مليون مستخدم نشط شهريا" والطرق التي يتواصل بها الناس ويستهلكون المعلومات تحولت تماما. من بين ما يقدر بنحو 7.7 مليار نسمة، "هناك ما لا يقل عن 3.5 مليار [فرد نشط] على الإنترنت". [4] المشكلة الأساسية لا تنشأ من المستخدم; بدلا من ذلك، تقوم مواقع الويب والتطبيقات، مثل Facebook وInstagram، بتصميم وسائلها بشكل استراتيجي عن قصد لتكون مسببة

[1] العصيمي، مصدر سابق، ص٥٣.

[2] الهندي جمال محمد "الاستخدامات التربوية للإنترنت وأهم معوقاتها"، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص٦٧

[3] Kotler, S. (2017, February 17). How We Chase Dopamine: Porn, Social Media, and Alcohol. Retrieved November 16, 2019, from https://bigthink.com/videos/steven-kotler-on-addictions-and-dopamine.

[4] Ortiz-Ospina, E. (2019, September 18). The rise of social media. Retrieved November 21, 2019, from https://ourworldindata.org/rise-of-social-media.

للإدمان. في دراسة نفسية واحدة أجراها أستاذ جامعة ستانفورد، روبرت سابولسكي، اين درب قردا على فهم أن سحب رافعة عشر مرات سينتج الطعام بعد تأخير صغير. تم إخطار القرد بجلسة جديدة في كل مرة يتم فيها تشغيل إشارة. على عكس فرضية سابولسكي الأولية بأن مستويات الدوبامين ستزيد بعد نفقات العمل (أي سحب الرافعة)، ارتفعت مستويات الدوبامين بالفعل استجابة للإشارة التي يتم تشغيلها. "ارتفاع الدوبامين ليس عن المتعة; إنه عن توقع المتعة إنه يتعلق بالسعي وراء السعادة، وليس بالسعادة نفسها". تعزيز هذا التحقيق، خفضت سابلسكي النسبة المئوية للمكافآت المقدمة لعمل القرد من 100٪ إلى 50٪ من الوقت. وأظهرت النتائج أن الدوبامين وصل إلى أعلى مستوى له على الإطلاق عندما تم تخفيض القدرة على التنبؤ بالنتائج.[1] من خلال إدخال مستوى من عدم اليقين أو العشوائية، يُشار إليه أيضًا باسم "سحر ربما[2]، يصبح عدم اليقين الآن المكافأة ويؤدي في النهاية إلى إثارة سلوكيات الإدمان وتغذيتها.[3] لم تساهم هذه التقنية المحسوبة للغاية في نجاح الكازينوهات فحسب، بل وجد التقنيون المهندسون أيضًا طرقًا للحفاظ على مشاركة المستخدمين واهتمامهم وإطالة أمدهم لتحقيق أقصى قدر من الأرباح. تريستان هاريس، المعترف به على نطاق واسع في فيلم "المعضلة الاجتماعية" الوثائقي نيتفليكس والمؤسس المشارك ورئيس مركز التكنولوجيا الإنسانية[4]، يكشف أن المهندسين الذين يعملون في هذه المواقع الشبكات الاجتماعية قد حصلت على فهم شامل عندما يكون المستخدم هو الأكثر احتمالا أن يكون في حالة ضعف من أجل تشجيع إعادة زيارات متكررة للموقع. في حالة قيام المستخدم بتحميل صورة جديدة، على سبيل المثال، "هذه لحظة يكون فيها عقلنا عرضة جدا لمعرفة ما يعتقده الآخرون". ستقوم شركات التكنولوجيا بعد ذلك عمدا "بالتحكم في الطلب الهاتفي لمتى ومتى تظهر صورة ملفك الشخصي على موجزات أخبار الآخرين [ويمكنها ترتيب "الإعجابات" لتوزيعها] على مدى فترة زمنية متأخرة". ونتيجة

[1] FORA.tv. (2011, March 2). Dopamine Jackpot! Sapolsky on the Science of Pleasure [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?

[2] Kotler, S. المرجع السابق

[3] 'Maybe' is addictive like nothing else out there". (2016, January 6). Retrieved November 16, 2019, from http://jnack.com/blog/2016/01/06/maybe-is-addictive-like-nothing-else-out-there/.

[4] Harris, T. (2021). About Tristan Harris. Retrieved April 14, 2021, from https://www.tristanharris.com/

لذلك، فإنه يشجع المستخدم على العودة إلى الموقع للتحقق من وجود إشعارات جديدة.[1] وبعيدا عن الطبيعة الإدمانية لوسائل التواصل الاجتماعي، فقد ثبت أن الاستهلاك المفرط والاستخدام يؤثران تأثيرا شديدا على الصحة العقلية خاصة في سن المراهقة.[2] عندما يقوم المستخدمون بالنشر على هذه المنصات، فمن غير المرجح أن يشاركوا الجوانب السلبية لحياتهم. إنهم يختارون بعناية، ويحررون، ويحملون أفضل الصور التي تعرض أنفسهم المثالية، والإيجابية في كثير من الأحيان. وبالتالي، تصبح المنصة مشبعة بشكل مفرط باللحظات المثالية للجميع التي قد تجعل المستخدمين يعتقدون زورا أن حياتهم ليست مرضية مثل الآخرين. من السهل وغالبًا ما يُنسى أن كل مستخدم يشترك في هدف مشترك في إخفاء أسوأ ذواته؛ مع ذلك، "السبب الذي يجعلنا نكافح مع انعدام الأمن هو أننا نقارن ما وراء الكواليس ببكرة تسليط الضوء على الآخرين، " يقول القس ستيفن فورتيك من كنيسة الارتفاع. [3] وبالتالي فإن النتائج السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على التفكير المعرفي للمرء قد غذت وباء الوحدة المتزايد باستمرار.

يعود تاريخه إلى عام 1985، تم إجراء دراسة استقصائية وطنية في أمريكا لمعرفة عدد الأشخاص الذين لديهم شخص يمكنهم اخباره بأمورهم المهمة. "أفاد المستجيبون بمتوسط 2.94 من الأصدقاء وأفراد الأسرة ولكن عندما طرحوا نفس السؤال في استطلاع بعد عقدين من الزمن، انخفض العدد إلى 2.08." منذ ذلك الحين، "كانت الوحدة مصدر قلق لعلماء النفس الإنسانيين.[4] وكثيرا ما يستخدم مصطلحا "الوحدة" و"العزلة" بالتبادل؛ ومع ذلك، لا ينبغي الخلط بين الشعور بالوحدة أو مساواته بمصطلح العزلة. العزلة هي

[1] Absolute Motivation. (2018, April 20). You Will Wish You Watched This before You Started Using Social Media | The Twisted Truth [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=PmEDAzqswh8

[2] McLean Hospital. (2021, February 9). The Social Dilemma: Social Media and Your Mental Health. Retrieved April 14, 2021, from https://www.mcleanhospital.org/essential/it-or-not-social-medias-affecting-your-mental-health.

[3] Holland, E. (2019, February 26). Why We Compare Ourselves on Social Media and How to Stop. Retrieved November 16, 2019, from https://tinybuddha.com/blog/why-compare-others-social-media-how-to-stop/.

[4] Burger, J. M. (2017). Personality. (10th Ed). Boston, MA: Cengage Learning

FORA.tv. (2011, March 2). Dopamine Jackpot! Sapolsky on the Science of Pleasure [Video file]. page289-288,Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=axrywDP9li0

حالة جسدية وتشير إلى فرد يشارك في "اتصال ضئيل أو معدوم مع أشخاص آخرين"، في حين أن الوحدة هي حالة من العاطفة[1]، و "تحدث عندما تكون شبكة العلاقات الاجتماعية للشخص أصغر أو أقل إرضاء مما يرغب فيه الشخص. وفيما يتعلق بوسائط التواصل الاجتماعي، خلصت دراسات بحثية مختلفة إلى أنه على الرغم من أن هذه المنصات يمكن أن تكون وسيلة اتصال رائعة مع الأصدقاء وبناء اتصالات داخل مكانة المرء، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي "كبديل للاتصال الحقيقي قد يسبب مشاعر الوحدة وعدم الكفاية إلى التفاقم المحتمل."[2] بريان بريماك مدير مركز أبحاث الإعلام والتكنولوجيا والصحة في جامعة بيتسبرغ، وزملائه اجروا دراسة حول "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاكتئاب لدى الشباب" أنه "عندما يشعر الناس بالعزلة الاجتماعية، فإنهم يذهبون إلى الإنترنت كثيرا في محاولة للشعور بوحدة أقل. أو قد يكون ذلك أن قضاء الكثير من الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي يجعل الناس يشعرون بالعزلة." تُعرف هذه الفكرة عمومًا باسم FOMO، أو الخوف من الضياع. أصبح المجتمع يعتمد بشكل كبير على هذه المنصات للبقاء على اتصال، وهذا بدوره يجعل من الصعب على البعض تحمل العزلة. عندما لا يكون المستخدم متصلاً بالإنترنت، فإنه يخلق قلقًا من أنه يفقد ما قد يتلقاه أو يواجه المتصلون عبر الإنترنت. يدفع هذا المستخدم إلى التحقق باستمرار من وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة به وتفتيت مدى انتباهه على مدار اليوم. بالإضافة إلى ذلك، يكون المستخدم قادرًا على رؤية جميع التفاعلات الجارية بين المستخدمين الآخرين وهذا يمكن أن يجعلهم يشعرون كما لو أنهم "مستبعدون" مما يخلق أو يعزز الشعور بالوحدة[3] ومن بين جميع السكان، فإن الأطفال والمراهقين الصغار

---

[1] Good Therapy. (2019, March 12). Isolation and Loneliness: What's the Difference? Retrieved May 1, 2021, from https://www.goodtherapy.org/blog/isolation-loneliness-whats-the-difference0312197#

[2] Amatenstein, S. (2019, November 15). Not So Social Media: How Social Media Increases Loneliness - PsyCom. Retrieved November 15, 2019, from https://www.psycom.net/how-social-media-increases-loneliness/.

[3] Hobson, K. (2017, March 6). Feeling Lonely? Too Much Time On Social Media May Be Why. Retrieved November 24, 2019, from https://www.npr.org/sections/health-shots/2017/03/06/518362255/feeling-lonely-too-much-time-on-social-media-may-be-why.

هم أضعف الفئات المستهدفة من قبل شركات وسائل التواصل الاجتماعي. ليس لدى وسائل التواصل الاجتماعي أي قوانين أو لوائح صارمة، كما هو الحال مع الكحول التي تمنع الفرد الشاب من الوصول إلى المنتج وفي حالة مواقع التواصل الاجتماعي "فتح حساب." يصف الصحفي ستيفن كوتلر هذا بأنه "وضع المخدرات المسببة للإدمان الشديد في أيدي الأطفال قبل أن يكون لديهم أي دفاعات طبيعية ضدهم"[1]. يمكن أن يكون أداة تعليمية عظيمة بالنسبة لهم لفهم القضايا التي تحدث في عالمهم، ولكن يمكن أيضا أن يكون مكانا خطيرا بالنسبة لهم لتطوير العادات أو السلوكيات التي قد لا تكون مناسبة. المراهقة والطفولة هي أكثر اللحظات المحورية حيث يتعلم الطفل تطوير المهارات الاجتماعية (مثل إجراء اتصالات شخصية، وفهم مشاعر الآخرين، والأخلاق السليمة). إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تحل محل ذلك، فقد يكون من الصعب على الأطفال التواصل والتفاعل مع أقرانهم في العالم الحقيقي في المستقبل. تركز غالبية المدارس فقط على الامتناع عن استخدام الهاتف، لكنها لا تعلم الطلاب عن الضرر الذي يمكن أن تلحقه وسائل التواصل الاجتماعي بإنتاجيتهم وصحتهم العقلية. إذا تم التأكيد على ذلك، يمكن للعديد من الطلاب تعلم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بحكمة دون الإفراط في الاستهلاك، وهذا قد يساعد حتى في خفض معدلات الاكتئاب بين الشباب والأطفال. فقد وصل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي إلى جمهور كبير وجلب شكلا جديدا من الإدمان. مطاردة الدوبامين من خلال التحقق من الاشعارات والبحث عن القبول في شكل "خاصية احببت" قد جذبت أكثر من 3 مليارات شخص. يرتبط هذا القلق من الضياع بتفشي وباء الوحدة بين الأفراد. أصبح وصول جيل الشباب إلى وسائل التواصل الاجتماعي أسهل وأقل تقييدًا وأكثر تشبعًا من أي وقت مضى، ويُشتبه في انه يؤثر على تطورهم.

2-6 تهديدات وسائل التواصل الاجتماعي:

ان وسائل التواصل الاجتماعية تعمل على التلاعب بمستخدميها مما يؤدي إلى أشكال مختلفة من الإدمان والتي تؤثر على الصحة العقلية للمراهقين. أبرزها التسلط عبر الإنترنت وإساءة استخدام الإنترنت، والتعرض للسلبية، إيذاء الذات، الكراهية، الموالية لفقدان الشهية أو محتوى جنسي صريح، أيضا المعروفة باسم محتوى سام. خطر آخر نشأ عن الذكاء الاصطناعي هي التقنيات المرتبطة بالخوارزميات التي يتم

[1] Kotler, S. مرجع سبق ذكره

تنفيذها بشكل متزايد من قبل محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي لتصفية المحتوى ولفت انتباه المستخدمين وتوجيه اختياراتهم الى جزء مصمم خصيصا لهم من محتوى الويب. عواقب هذا السيناريو هو الاستقطاب، التطرف، وإنشاء فقاعات تصفية ودوائر الصدى.[1] مستخدمي الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي غير حذرين من آثار هذه الآليات، وعلاوة على ذلك، فإن هذه الآثار تزداد تفاقما عندما يتعلق الأمر بالمراهقين. في الواقع، المراهقين أكثر عرضة لتهديدات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث انهم غير قادرين على إدراك مدى عمق ديناميكيات تحكم الشبكات في حياتهم. يتم تغيير معنى وطبيعة الصداقات من قبل وسائل التواصل الاجتماعي على حسب التفاعلات والاتصالات التي يقوم بها الأطفال والشباب في هذه المنصات التي استبدلت الحدود المادية للتواجد مع بعضهم البعض.[2] اشارت أبحاث آل ليفينغستون وآخرون إلى أن طفل من بين كل 12 طفلا قد التقى جهة اتصال عبر الإنترنت دون اتصال، مع 30٪ أخرى مما يشير إلى أنهم تواصلوا مع شخص ما لم يلتقيا وجها لوجه لكنهما اعتبرا ذلك كأنه التقاء حقيقي[3]. وعلاوة على ذلك، فإن التقارب غير المنضبط بين الاتصال بالإنترنت والشبكات لا تساعد المستخدمين الأكثر هشاشة عاطفيا. الأدلة الناشئة عن معظم الأدبيات التي تمت مراجعتها تشير إلى أنه وبشكل عام الأطفال ذوي النسبة المنخفضة من احترام الذات أو الصداقات غير المرضية أو الوالدين البعيدين، يعتبرون عرضة لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي[4]. وأخيرا، كوان وسكوريك (2013) يجادل فيما يتعلق بالتسلط عبر الإنترنت على الفاسبوك على وجه الخصوص، أولئك الذين من المرجح أن

[1] Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin UK, and Sunstein, C. R. (2018). # Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton University Press.

[2] Willoughby, M. (2019). A review of the risks associated with children and young people's social media use and the implications for social work practice. Journal of Social Work Practice, 33(2), 127-140.

[3] O'Neill, B., Livingstone, S., & McLaughlin, S. (2011).Final recommendations for policy, methodology and research. London: EU Kids Online, LSE, p8.

[4] Ballantyne, N., Duncalf, Z., & Daly, E. (2010). Kwan, G. C. E., & Skoric, M. M. (2013). O'Neill, B., Livingstone, S., & McLaughlin, S. (2011).

يتعرضوا للتنمر في المدرسة هم أيضا الأكثر احتمالا أن يتعرضوا للتنمر على فيسبوك. أهمية المشكلة تنشأ أيضا من الدراسات التي تبين كيف أن عمر الأشخاص المعرضين للخطر كلما كان اقل كلما كان له تأثير على حصولهم على درجات أقل في دراستهم. في دراسة اجريت على 593 من طلاب المدارس المتوسطة، واكتشف أن 17 ٪ منهم بدأوا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في سن التاسعة أو أقل، 40٪ قبلوا طلبات صداقة من أشخاص لا يعرفونهم، و40٪ ذكرت أن والديهم لا يعلمون باستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي. في هذا السيناريو يظهر جليا ان الإنترنت ووسائل اتواصل الاجتماعي لم تعد أداة ولكن اصبحت "مكان" للعيش فيه، وعلى هذا الاساس يجب أن يكون للأطفال والمراهقين قدر كبير من الوعي للعيش في هذه البيئة. [1]

2-7 تتبع البيانات:

في عام 2012، نُشرت قصة عن أب تم استهداف ابنته المراهقة باستمرار بإعلانات لمنتجات تتعلق بالحمل والرضع. اشتكى الأب لمتاجر التجزئة عبر الإنترنت من أنه يعتقد أنه من السخف استهداف ابنته الصغيرة بهذه الإعلانات. ومع ذلك، كما اتضح، كانت ابنته حامل بالفعل. من خلال تتبع عمليات البحث عبر الإنترنت عن المرأة الشابة، حدد بائع التجزئة حمل المرأة بشكل صحيح.[2] قد يكون المثال متطرفًا، لكن هذا المثال يوضح لنا ما تفعله تقنية تتبع البيانات. باتباع سلوك شخص ما عبر الإنترنت، يمكن استهدافه بمحتوى مخصص. في حالة المثال، كانت الإعلانات المخصصة، المصممة وفقًا لاهتمامات المرأة المفترضة، بمثابة تبرع لعائلتها. استنادًا إلى تتبع البيانات، يمكن إجراء إعلانات مخصصة، حيث يتم توجيه الإعلانات الشخصية إلى الفرد، بناءً على سلوكه عبر الإنترنت لتحديد اهتماماته أو خصائصه أو أذواقه المفترضة.بدلاً من نهج واحد يناسب الجميع للتسويق، تم تصميم الإعلانات المخصصة خصيصًا لتناسب تفضيلات الأفراد واهتماماتهم[3]، ولكن كيف يعمل هذا؟ كيف

[1] Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W., & Wilkins, P. (2018). Middle school students' social media use. J. of Educational Technology & Society, 21(1), 213-224.

[2] Kennedy, H., Elgesem, D., & Miguel, C. (2017). On fairness: User perspectives on social media data mining. *Convergence*, *23*(3), 270-288.

[3] Parra-Arnau ET al.، 2017، p.1؛ de Keyzer ET al.، 2015، p.1؛ Segijn and van Ooijen، 2021, p1.

يؤثر نشاطك على صفحة ويب معينة على ما تراه على مواقع الويب الأخرى؟ الجواب على هذا السؤال هو تتبع البيانات. تتبع البيانات هي عملية يتم فيها البحث عن معلومات (بيانات) حول نشاط شخص ما عبر الإنترنت، ومتابعتها، وجمعها، وتفسيرها بغرض التعرف على سلوك هذا الشخص. يمكن بعد ذلك استخدام هذه المعلومات بطرق متعددة، على سبيل المثال، للحكومة والربح[1].غالبًا ما يتم استخدام تتبع البيانات بالتبادل مع مفهوم التنقيب عن البيانات في العديد من الأعمال الأكاديمية.[2] ومع ذلك يجب فهم التنقيب في البيانات كخطوة في عملية تتبع البيانات. يصف تتبع البيانات عملية تتبع سلوك شخص ما (عبر الإنترنت) أو متابعته من أجل العثور على أنماط في سلوكه.[3] يصف التنقيب عن البيانات عملية جمع المواد الخام. في هذه الجزئية، تُستخدم البيانات لوصف المعلومات المشفرة رقميًا التي تصف أنشطة الشخص عبر الإنترنت. يصف تتبع بيانات المفهوم العملية بأنها جمع المعلومات المشفرة رقميًا من أجل اكتشاف أنماط السلوك الرقمي البشري. يشكل السلوك المتتبع والمخزن رقميًا البصمة الرقمية. البصمة الرقمية هي الحساب الذي يمكن تتبعه لأنشطة الشخص على الإنترنت وتتضمن "معلومات شاملة من التركيبة السكانية إلى نمط الحياة المتوقع".[4] عند استخدام الإنترنت، يمكن وربما تتبع أفعالك (وبالتالي بياناتك) من خلال تقنيات التتبع. يتم نسج كل إجراء وحركة ومعاملة معًا في قاعدة بيانات افتراضية ويتم تضمينها في البصمة الرقمية، والتي يمكن استخدامها لتحديد هوية الفرد.

وفي مثالين مختلفين جدًا لأشكال تكنولوجيا التتبع، Google Analytics و.Matomo برنامج Google Analytics هو أداة التتبع الخاصة بـ .Google يتوفر إصدار قياسي مجانًا ويعد برؤى المستخدم الخاصة به في البيانات التي تنشئها شركتهم من أجل تحليل البيانات التي ستؤدي إلى اتخاذ قرارات أفضل (Google Analytics)، مثال آخر لتطبيق تكنولوجيا تتبع البيانات هو أداة تتبع البيانات

[1] Ruppert, E., Isin, E., & Bigo, D. (2017). Data politics. *Big data & society*, *4*(2) n.d.

[2] Coenen, F. (2011). Data mining: past, present and future. *Knowledge Engineering Review,* 26(1), p25

[3] Ge, Z., Song, Z., Ding, S. X., & Huang, B. (2017). Data mining and analytics in the process industry: The role of machine learning. *IEEE Access*, *5*, 20590-20616.p1149.

[4] Liyanaarachchi, G. (2021). Managing privacy paradox through national culture: Reshaping online retailing strategy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *60*, 1-10, p1.

مفتوحة المصدر ماتومو. تعلن أداة التتبع هذه عن نفسها على أنها "بديل Google Analytics الذي يحمي بياناتك وخصوصية عملاء Matomo، تعد Google Analytics2021 وMatomo إصدارات مختلفة تمامًا من نفس التكنولوجيا. على سبيل المثال، على عكس Google Analytics، يوفر Matomo تقنية مفتوحة المصدر. تسمح التكنولوجيا مفتوحة المصدر وصول المستخدمين إلى سلسلة الإنتاج بأكملها، وصولاً إلى مصدرها في محاولة لتوفير الشفافية الكاملة. يختلف Google Analytics أيضًا عن Matomo في أن أداة التتبع توفر لمستخدميها وصفًا تفصيليًا للأنشطة عبر الإنترنت التي تجذبها صفحات الويب المتصلة، بينما توفر Matomo فقط معلومات مجهولة المصدر حول زوار موقع الويب. أخيرًا، يختلف Google Analytics وMatomo لأنه في حالة Google Analytics، فإن Google هي مالك جميع البيانات التي تم جمعها. "يمنح" ماتومو ملكية البيانات لمضيفي موقع الويب المعنيين.

2-8 حلول ذكرت في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية:

-عدم تحديد قيمتنا على اساس الاعجابات التي نتحصل عليها من المواقع الاجتماعية.

-التغيير ممكن فيما يخص كيف تبدو وسائل التواصل الاجتماعي وما تعنيه لنا.

-تنويه انه الطريقة الاولى للتخلص من ادمان هذه المواقع هو اعترافنا ان تلك النتائج السيئة تأتي مباشرة كنتيجة لعملنا.

-ايصال فكرة انه يمكننا المطالبة بتصميم هذه المنتجات بطريقة انسانية وعدم معاملتنا كمصادر يمكن استهلاكها.

-توعية الجمهور انه للخروج من دوامة الادمان يحتاج الى الارادة الجماعية، وان هذا النظام الخاطئ لهذه المواقع لن يتغير حتى يحدث ضغط شعبي هائل.

-نصح الجمهور بإزالة التطبيقات الكثيرة التي تضيع الوقت مثل: (تطبيقات التواصل الاجتماعي و الاخبار، واغلاق خاصية الاشعارات لأي برنامج يتسبب في جعل الهاتف يهتز و يضاء بالإشعارات المختلفة التي لا تكون مناسبة او مهمة في معظم الاحيان).

-تنبيه الجمهور بجزئية عدم قبول اي فيديو موصى به لكم على المواقع مثل يوتيوب بل دائما اختيار ما يريدون ان يشاهدوا.

-نصح المشاهدين بأن يتحققوا من الحقائق وان يفكروا في المصادر قبل ان يشتركوا الاخبار، وان شعروا بأن شيئا قد صمم خصيصا لهم و لتحفيز مشاعرهم فهو في اغلب الأمر كذلك.

-حرص الفيلم على توعية الناس بأن يحصلوا على انواع عديدة ومختلفة من المعلومات في حياتهم.

-توجيه انتباه الجمهور الى حقيقة ان اغلب العاملين في مجال التكنولوجيا لا يعطون هذه الاجهزة لأطفالهم بل لا يسمحون لهم باستخدام كل وسائل التواصل الاجتماعي.

-اعطاء ثلاثة قواعد بسيطة تجعل الحياة اسهل على العائلات والتي يبررها البحث وهي:

1عدم وجود اي اجهزة في غرفة النوم في وقت محدد كل ليلة قبل الخلود الى النوم.

2وسائل التواصل الاجتماعي ممنوعة حتى الثانوية.

3وضع خطة زمنية مع اطفالكم لاستخدام الاجهزة الذكية.

3-1 التوعية الاعلامية:

ا-**تعريف التوعية:** التوعية هي تلك العلاقات التي تربط الإنسان بالعالم الخارجي وتجعله يتكيف في سلوكه مع ما يشتمل عليه محيطه من ضغوط، لذلك نجد أنه سبب الوعي يرتبط بالعقل والمعرفة واللاوعي في الجنون والجهل، ويميز علماء النفس بين عدة مستويات في حالة الوعي وهناك التوعية تلقائية والتوعية المدركة والتوعية المشتركة. ويقصد بالتوعية الإعلامية هو استخدام وسائل الإعلام المختلفة لتوعية افراد المجتمع بالقضايا التي تخصهم وتخص المجتمع ككل، وهذا يعني أن تقوم المؤسسات الإعلامية بدورها الاجتماعي أي التنشئة الاجتماعية والمساهمة في إعداد و تزويد الجمهور من خلال برامج هادفة ومسؤولة في البيانات والمعلومات اللازمة حول القضايا الأمنية والصحية والغذائية وما إلى ذلك يهدف للتوعية من أجل تكوين فرد واعي ومسؤول في المجتمع مما يساعد على تفاعلهم والتعاطي مع مختلف القضايا الاجتماعية بوعي ودراية واقتدار وسلوك حضاري اجتماعي مسؤول .ومن هنا فإن التوعية الإعلامية بصفتها عملية تهدف إلى التأثير في إدراك الجمهور ومن ثمة وعي وقناعته وأخيرا سلوكه. وتعرف أيضا هي الوصول إلى وعي الجمهور من خلال وسائل الإعلام المختلفة من اجل إدراك موضوع معين أو مشكلة محددة للتعرف على جوانبها المختلفة لفهمها والتفاعل معها بطريقة واعية ومسؤولية وإيجابية، والإدراك التوعية الإعلامية يتوجب على وسائل الإعلام تبني حملات إعلامية

واستراتيجية واضحة المعالم لتحديد المشكلة والتعريف بها ثم ما تحديد أسبابها والعوامل التي تفرزها والفئات التي تتسبب فيها والتي تتأثر بها.[1] ويجد علماء النفس صعوبة بالغة لإيجاد تعريف علمي للتوعية إذ الوعي عند الانسان هو أساس كل عملية فكرية وهو شرط أصلي لاشتغال الفكر البشري وبالتالي فهو الذي يجعل العمل العلمي ممكنا وواقعا وعملية التعريف ممكنة وواقعة فالتوعية هو تلك العلاقات التي تربط الإنسان بالعالم الخارجي وتجعله يتكيف في سلوكه مع ما يشتمل عليه محيطه من ضغوط لذلك تجد أن سبب الوعي يرتبط بالعقل والمعرفة واللاوعي في الجنون والجهل، ويسير علماء النفس بين عدة مستويات في حالة الوعي وهذاك التوعية التلقائية والتوعية المدركة والتوعية المشتركة.[2]

3-2 مهمة الإعلام التوعوية:

إن مهمة الإعلام الأساسية هي إنسانية لا تختلف عن مهن إنسانية أخرى كالطب والصيدلة والتعليم والمحاماة، ومن الضروري تسخيرها وتطويعها بالإشكال التي تثير انشاء الجمهور ويشدهم إذ يتابع الجمهور الوسيلة الأكثر جدية وموضوعية ومصداقية والتي تقدم مادتها بأساليب جذابة ومشوقة بعيدا عن إثارة العواطف والزوابع لمجرد الإثارة بل يجب أن يكون الهدف أسمى كي لا تكون أدوات الإعلام مدمرة بل بناءة تساعد في تجاوز المشكلات والأمراض الاجتماعية وتنهض بالمجتمع نحو الأفضل.[3] حيث أن الهدف النهائي للتوعية الإعلامية هو تقويم سلوك الجمهور المستهدف وتصويبه عن طريق تصحيح الفكرة الخاطئة أو التصور الذهني الخاطئ عند الفرد. وتصويب السلوك المنحرف لا يتم إلا بعد تصويب الوعي المنحرف عند الجاني. ومن هنا يجب أن نقرا أن التوعية الإعلامية هي عملية اتصالية قناعيه معقدة يجب دراستها والتحضير والتخطيط لها بطريقة منهجية وعلمية، ونظرا للميزة المعقدة للسلوك المنحرف فان

[1] هيثم عبد الرحمن احمد السامرائي، دور وسائل الاعلام في توعية وتثقيف الجماهير حول وباء covid19، دراسة منشورة، جامعة ام القيوين، الامارات العربية المتحدة، 2021، ص25.

[2] رضا بوكراع، الدفع الوقائي من منظور نفسي اجتماعي، بحث غير منشور، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض،2003.

[3] نزهت محمود الدليمي (2010) فاعلية الإعلام الحر في معالجة المشكلات الاجتماعية، مجلة الباحث الإعلامي. العدد التاسع. 134-138.

تصحيحه ليس بالعملية السهلة حيث يجئ تضافر جهود جهات عديدة ومختلفة في المجتمع من اجل الوصول إلى نتائج معتبرة وملموسة.[1]

3-4 دور الاعلام التوعوي:

تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في طرح قضايا وموضوعات سياسية واقتصادية واجتماعية يلتف حولها جموع المواطنين، والارتقاء بالبناء المعرفي والادراكي للمواطن في كافة المجالات التي تخص شؤون حياته اليومية، كما تعد وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين، المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية.

ولقد تطورت وسائل الإعلام، وزادت إمكانياتها وتقنياتها سواء من حيث انتشارها وفاعليتها وسهولة استخدامها، وبالتالي تعاظم تأثيرها على المتلقي وفقا لإمكانات كل وسيلة، وبسبب هذا التطور التقني في إمكانات هذه الوسائل فقد أصبحت تؤدي دوراً حيوياً وملموساً في مجال التوعية والتثقيف نظرا لقدرتها في الوصول إلى فئات متعددة ومختلفة من المجتمع وقيادة برامج التوعية المنظمة من خلال بثها في وقت واحد ولملايين البشر مما يمكنها من ربط المجتمع صحياً واجتماعياً وثقافياً مع بعضه البعض.[2] ويشار أن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمعات سواء في مجال تزويده بالمعلومات السليمة عن مجمل القضايا، أو في تشكيل الاتجاهات والمواقف المختلفة، فالإعلام هو ضمير المجتمع بجميع فئاته، ودوره هام في تعزيز المعرفة لدى الجمهور، وذلك من خلال الحملات الإعلامية والتوعية الهادفة التي تؤدي إلى زيادة إدراك المواطنين للمشكلات المختلفة، مع إبراز الدور الفعال الذي يمكن أن يؤديه المجتمع في التعامل مع العديد من الموضوعات التي يطرحها.[3]

---

[1] رضا بوكراع، المرجع السابق.

[2] باريان، أحمد، (2005)، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية، ص11.

[3] الموسى، 2003، ص6.

وتمثل وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة اليوم عصب الاتصالات الدولية إلى جانب أنها أصبحت من الموضوعات التي تشغل اهتمام صناع القرار والرأي العام في كل مكان، حيث باتت هذه الاتصالات تترك أثارها السلبية والإيجابية على كل مظهر من مظاهر الحياة.[1]

3-4 أبرز طرق التوعية الإعلامية:

ا-**طريقة الحملات التوعوية: مفهومها:** تعرف حملات التوعية بأنها جهود منظمة تؤديها مؤسسات معنية بالتغيير، والتي ترمي إلى إقناع جمهور مستهدف بتغيير أفكار واتجاهات وممارسات وسلوكيات محددة.[2] وتعرف ايضاً على أنها مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة، أو منشأة ما بهدف ترويج أفكار معينة أو زيادة القبول لفكرة اجتماعية وذلك لإحداث تغيير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد وإقناعهم بقبول فكرة أو سلوك اجتماعي معين، أو بهدف الترويج لخدمة أو منتج معين خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة محددة والوصول إلى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال وبوجه عام تهدف الحملات إلى نشر الثقافة والوعي الاجتماعي إصلاح حال المجتمع وأفراده.[3]

أنواعها: اذ تتنوع الحملات التوعية الإعلامية وتتعدد حسب طبيعة الموضوع، الهدف أو الأهداف من وراء الحملة وهي:

الحملات الإخبارية: تهدف في الأساس إلى توفير كم معتبر من المعلومات والبيانات للجمهور المتلقي وغالبا ما تتمحور مواضيعها حول القوانين والقرارات الجديدة والأنظمة والسبل التي قد تنتهجها جهة معينة من اجل مصلحة ومنفعة أفراد المجتمع.

حملات الصورة الذهنية: وتهدف هذه الحملات وهي غالبا ما تكون دورية للتأكيد على سلوك وخدمة واتجاه وصورة سائدة في المجتمع، والهدف هنا هو التأكيد على الاتجاه السليم والمحافظة عليه بمواصلة واستمرار الاتصال بالجمهور.

---

[1] إمام، سلوى، (2000)، الإعلام الصحي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 2، ص15

[2] Raftopoulou, c. (n.d). The Captured Citizen: A Critique of Social Marketing. United Kingdom: Manchester school of Management.P.5.

[3] فؤاد البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب،٢٠٠٧

الحملات التعليمية: مقاد هذه الحملات هو أن كلما توفرت المعلومات الكمية والتوعية لدى الجمهور حول موضوع معين كلما زاد وعيه ودرايته بحيثيات القضية وكيفية التعامل معها بمسؤولية، هذا النوع من الحملات يعنى عادة بقضايا الصحة والبيئة والتغذية وطرق التعامل مع الكوارث والأزمات والطوارئ.

حملات الإقناع: يهدف إلى التأثير في الإدراك ثم الاتجاهات والمواقف ومن ثم السلوك، فالهدف هنا هو تغيير السلوك مما يعني إقناع الجمهور المستهدف بالتخلي عن أفكار وقناعات ومواقف واتجاهات وتبني أفكار جديدة ومن ثم سلوك جديد سوى وسليم[1].

أهمية الحملات الإعلامية في التوعية والإرشاد والتوجيه:

يقع على عاتق وسائل الإعلام جميعها مسؤولية إنسانية كبيرة وبالتعاون مع المؤسسات المعنية الأخرى لتنفيذ خطط وبرامج تنقذ المجتمع من الأوبئة الاجتماعية التي تنتشر كالنار في الهشيم من اجل التغيير في السلوكيات والأنماط السائدة وبما يتناسب مع المصلحة العامة ، وتعد الحملات الإعلامية الأكثر نفعا وايجابية لتغطية هكذا موضوعات لها تأثيرها في حياة المواطنين وفق ما تعنيه بمفهوم الحملات من تكثيف مدروس ومخطط له المضامين ومواد تقدم عبر الصحف والإذاعة والتلفزيون إزاء قضية ما أو مشكلة ما يعاني منها المجتمع اعتمادا على أساليب فنية مؤثرة ومقنعة وبما يتناسب مع طبيعة كل وسيلة، ويذكر المتخصصون في هذا الجانب إن نجاح الحملات الإعلامية يتأتى من دقة إدارة تلك الحملات أنماء مواجهة الأزمات والمشكلات وتأتي الحاجة هنا إلى مضاعفة الجهد الإعلامي بهدف تنمية التوعية بشان موضوعات محددة بهدف تجاوز تلك الأزمات والمشكلات الترتيبية التي تظهر بين الحين والأخر، وتبرز هنا إمكانية المخطط الإعلامي على خلق إدارات موازية للإدارات الإعلامية المتواجدة في الأجهزة المتخصصة (كالصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية).[2]

[1] محمد كيرات، (2017) الإعلام والقضايا: سبل التوعية واليات المواجهة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 21،22

[2] نزهت محمود الدليمي، المرجع السابق.

ب-طريقة الافلام الوثائقية:

أدى ظهور الإنترنت والثورة الرقمية إلى تحدي عمليات إنتاج الاعلام التقليدي وإعادة بنائه. بما في ذلك مجال صناعة الأفلام، وخاصة الفيلم الوثائقي.

اذ ترى ناش-ك أن التوعية تمهد الطريق للوظيفة الاجتماعية للفيلم الوثائقي. بالنسبة لها، توفر الثقافة التشاركية للإنترنت بيئة مناسبة للأفلام الوثائقية ذات التوجه الاجتماعي. لا شك أن الفيلم الوثائقي التفاعلي كأحد أشكال السرد الرقمي في العالم المعاصر يمكن أن يكون له تأثير على المشاركة المدنية والوعي الاجتماعي، بنفس الطريقة التي أثر بها الفيلم الوثائقي التقليدي.[1]

ويشير وايتمان-د إلى الطرق التي استخدمت بها الحركات الاجتماعية الفيلم الوثائقي للدخول في النقاش العام. على سبيل المثال، قامت مجموعات الناشطين بإنتاج أو توزيع أفلام وثائقية بشكل استراتيجي من أجل معالجة قضايا اجتماعية محددة. بالإضافة إلى ذلك، تظهر ناش-ك بالمثل أن المشاركين في الأفلام الوثائقية غالبًا ما يكون دافعهم شعور بأن مشاركتهم ستؤثر على النقاش العام.[2]

يبدو أن هناك العديد من العلماء يتفقون مع وجهة النظر هذه. وفقًا للقوانين، "تتطلب صناعة الأفلام الوثائقية انخراطًا أخلاقيًا في الأحداث التي يتم تصويرها، ولهذا السبب غالبًا ما تم استخدامها كأداة للنشاط التوعوي". علاوة على ذلك، لاحظ كلارك وآدم أن رواية القصص الرقمية بدأت مع ممارسي الفنون الملتزمين بإضفاء الطابع الديمقراطي على الثقافة. كان القصد من ذلك هو تمكين الأفراد والجماعات وإعطائهم صوتًا، خاصة تلك التي تم إسكاتها أو تهميشها أو تجاهلها تقليديًا من قبل الثقافة

[1] Nash, K., 2014. What is interactivity for? The social dimension of web-documentary participation, Continuum, [e-journal] 28(3), 383-395. https://doi.org/10.1080/10304312.2014.893995

[2] Whiteman, D., 2004. Out of the Theatres and into the Streets: A Coalition Model of the Political Impact of Documentary Film and Video. Political Communication, 21(1), 51-69.

السائدة.[1] يدعم Perlmutter أن الأفلام الوثائقية هي التي سلطت الضوء لأول مرة على العديد من القضايا الحاسمة التي تعزز الوعي الاجتماعي، مما أدى إلى إحداث تغييرات اجتماعية: "الأفلام الوثائقية نبهت الجماهير إلى التدهور البيئي، وأزمات الرعاية الصحية، وقضايا الظلم الاجتماعي، والقائمة طويلة ومشرفة. بقدر ما توفر الدخول إلى عوالم غير معروفة، سواء في الجانب الآخر من العالم أو الى جانب باب في حي المهاجرين.[2]" لذلك، من الواضح أنه في حالة الأفلام الوثائقية على شبكة الإنترنت والأفلام الوثائقية التفاعلية، يمكن أن تكون آثارها على المشاركة المدنية والوعي الاجتماعي مترتبة على ذلك، مع الأخذ في الاعتبار صدى هذه التأثيرات على نطاق واسع وانتشارها السريع عبر وسائل التواصل الاجتماعي.[3]

ومن هذا نتطرق إلى دراسة الافلام الوثائقية من جانبها التوعوي:

4-1 الافلام الوثائقية:

مفهوم الفيلم الوثائقي: يعد الفيلم الوثائقي من المواد التلفزيونية المهمة من حيث أن الأفلام التسجيلية لها أهميتها الثقافية والإعلامية والتعليمية بالنسبة للمجتمعات ولهذا انعكس الاهتمام بهذا النوع من الأفلام بشكل ملفت للنظر من قبل الباحثين والمنظرين ومنتجي الأفلام التسجيلية ومخرجيها.[4] إذ يرجع استخدام عبارة film documentaire أول مرة إلى الفرنسيين وذلك في وصف أفلام الرحلة التي كانت تتناول موضوعات عن المكان أو الحدث أو الشخص، أما بالنسبة لاستخدام المفهوم الوثائقي عند الإنجليز فهو نوع من الأفلام التسجيلية الوثائقية، ولم يقتصر هذا النوع من الأفلام عند الإنجليز على

---

[1]Clarke, R., and Adam, A., 2010. Digital storytelling in Australia: Academic perspectives and reflections. Arts & Humanities in Higher Education, [Online] Available at: <http://www.academia.edu/4446998/> [Accessed 3 December 2020].

[2] Perlmutter, T., 2014. The Interactive Documentary: A transformative art form. Policy Options, [online] Available at: <https://policyoptions.irpp.org/magazines/policyflix/theinteractive documentary-a transformative-art-form/> [Accessed 19 November 2020].

[3] Nash, K., 2014, المرجع السابق

[4]سهير جاد وسامية احمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٧، ص ١٤٣.

تسجيل الحقيقة الواقعة وإنما يضاف عليها الرأي[1]. أما في أوروبا فقد أحدثوا بعض التغيرات في استخدام المصطلح في استخدام الفيلم الوثائقي بعد أن شاع استخدام مصطلح الفيلم الوثائقي الإبداعي وفي الأقطار العربية شاع استخدام مصطلح الأفلام التسجيلية والأفلام الوثائقية مقابل documentaire الفرنسية وdocumentary بالإنجليزية.[2] ويعرف الفيلم التسجيلي بأنه نوع من الأفلام غير الروائية التي لا تعتمد على القصة أو الخيال بل يتخذ مدته من واقع الحياة سواء اكان ذلك بنقل الأحداث مباشرة كما جرت في الواقع عن طريق إعادة تكوين هذا الواقع وتعديله بشكل قريب من الحقيقة الواقعة، على عكس الجريدة السينمائية أول في الأفلام الإخبارية التي تصور الحوادث الجارية كما وقعت وهذا النوع من الأفلام يعتمد على فكرة المعارف والمعلومات بطريقة مشوقة وفنية ولها اشكال ومدارس.[3] وعرفه الفيلم الوثائقي في الموسوعة الجديد البريطانية بأنه نوع من الأفلام السينمائية غير الروائية بمعنى أنها لا تتضمن قصة ولا خيال بل تأخذ مدتها السينمائية من واقع الحياة لتصوير هذا الواقع وتفسير الحقائق المادية. أو بشكل يعبر عن الحقيقة المماثلة، هادفة بذلك إلى تحقيق غرض تعليمي او غرض ترفيهي او توعوي.[4] ويعرف الاتحاد الدولي السينما التسجيلية الوثائقية بأنها كافة أساليب التوثيق لفلم يظهر الحقيقة يتم عرضه أو إعادة بنائه بصدق أو عند الضرورة، وذلك لتحفيز المشاهد على عمل شيء لتوسيع مدارك المعرفة ولفهم الإنسانية ولوضع حلول واقعية لمختلف المشاكل في المجالات الاقتصادية أو العلاقات الإنسانية.[5] وهناك من يعرفها بأنها معالجة إعلامية خلاقة لواقع الحياة وغيرها وأحداثها الجارية، وذلك بقصد التحليل الاجتماعي أو نشر المعرفة والوعي الثقافي أو تدعيم المشاعر الإنسانية والتعاطف بين البشر بصرف النظر عن الزمن أو المكان،[6] والفيلم التسجيلي هو الحدث الواقعي والفكرة وهو العلاقة المونتاجية بينهما، هو شاعرية الحدث.[7] ولقد ركز الباحثون في تعريف الفيلم الوثائقي التسجيلي على النقاط الآتية:

---

[1]منى سعيد الحديدي، الفيلم التسجيلي (تعريفه اتجاهاته اسمه وقواعده)، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٢، ص١١-١٢

[2]فرح شو ..... مسالة بين قوسين في النهوض بالوثائق العربية، تونس، مجلة الاذاعات العربية، العدد ٣، ٢٠٠٢، ص٨.

[3]كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، بيروت، دار الجيل، ١٩٩٤، ص ٢٩٥.

[4]فاروق اليس حرار، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الاعلام)، عمان، وزارة الثقافة الأردنية، ١٢٥،٢٠٠١.

[5]محمود سامي عطا الله، الانتاج الوثائقي في التلفزيونات العربية، تونس، مجلة الاذاعات العربية، العدد٣، ١٢٢، ص ٣.

[6] فاروق اليس حرار، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الأعلام)، المصدر السابق، ص ١٢٥.

[7] عدنان مدانات، بحثا عن السينما، بيروت، دار القدس، 1975، ص ١٣٢.

١-يعتمد الفيلم الوثائقي على الملاحظة والانتقال والتنقل من الحياة نفسها فهو لا يعتمد على موضوعات ممثلة في بيئة مصنعة كما يفعل في الفيلم الروائي وإنما يصور المشاهد الحية والوقائع الحقيقية.[2]

٢-تنظيم المادة على ضوء فهم الواقع فهما ناجحا ودقيقا، وبعد دراسة متأنية للواقع وبذلك يقوم التسجيل بتوظيف عناصر الواقع لتغيير الموضوع أو الحدث.

٣-يقدم الفيلم الوثائقي التسجيلي من الواقع اذ تكون مادته الأساس، ويسجل واقعيا لأحداث وقعت بالفعل لا تحتاج إلى ممثلين محترفين ولكن الأشخاص في الواقع هم من ينقلون الحدث نفسه.[1]

٤-التفريق بين الوصف والدراما وبين المعالجة السطحية للموضوع والأسلوب الذي يكشف عن الحقائق بطريقة فعالة.[2]

٥-يمكن استخدام المواد الأرشيفية من صور وتعليقات لتدعيم الفيلم الوثائقي التسجيلي.[3]

4-2علاقة الافلام الوثائقية ببعض الفنون واشكال البرامجية التلفزيونية:

الافلام الوثائقية والربورتاج التلفزيوني: يعد الربورتاج أحد اهم اساليب العمل التلفزيوني إذ تلجأ الكثير من القنوات إلى هذا الأسلوب في طرح القضايا والأحداث الجارية والوقائع المهمة في المجتمع، وذلك بسبب خطورة ومدى تأثير هذا النوع على الجماهير. اذ استعرض بعض التعريفات حول التحقيق التلفزيوني ثم التطرق إلى أوجه الاختلاف والتشابه بين التحقيق التلفزيوني والأفلام الوثائقية لكون كليهما ينقلون الواقع إلى المشاهدين ولكن بأسلوب مختلف، وكثير من العاملين في الإعلام لا يستطيعون أن يميزوا بين تلك المادتين لانهما متداخلان بشكل لا يمكن لكثير من العاملين في هذا المجال التميز بينهما بشكل جيد. ويعرف قاموس المصطلحات الإعلامية التحقيق التلفزيوني بأنه يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة او قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه ثم يجمع المادة اللازمة من البيانات والمعلومات والآراء للوصول إلى الحل الذي يراه صالحا لعلاج المشكلة أو القضية او الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي. وقد يشمل التحقيق على فنون التلفزيون الأخرى كالخبر والرأي والحديث ويستعين

[1] ايمن عبد الحليم نصار، اعداد البرامج الوثائقية، عمان، دار المناهج، ٢٠٠٨، ص٢٥.

[2] سوزان القبلتي، الاتصال وسائله ونظرياته، مصدر سابق، ص٣٧.

[3] سوزان القبلتي، الكتابة للراديو والتلفزيون، مجلة الفن الاذاعي، العدد ١٨٤، ٢٠٠٦، ص١٢٣

بالصور والمقابلات مع شهود عيان. وغالبا ما يكشف عن شخصية ما أخرجها ولا يتطلب منه التعبير عن سياسة القناة أو المؤسسة ولكن عليه ألا يتعارض معها أيضا. ويرتفع التحقيق إلى مرتبة الدراسة والبحث والرجوع إلى المراجع لضمان نجاحه.[1] والتحقيق هو ما يقوم به الصحفي من تحريات لتبيان واقع حادث معين رغبة لنقلها للجمهور في صور مطابقة للواقع[2]. أما بالنسبة للوظائف التي يقوم بها الربورتاج التلفزيوني فهو من ناحية يلبي وظيفة الإعلام، حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة، وناحية أخرى يؤدي وظيفة تفسيرية للأنباء، فالربورتاج يقوم بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك عن طريق الكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية، وأيضا يقوم بوظيفة التوجيه والإرشاد وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته وإيجاد الحلول لها. كما يقوم بوظيفة التسلية والامتاع مع وظيفة الإعلان والترويج والإشادة بمشروع معين. اما وظيفة الأفلام الوثائقية هي التوثيق والإعلام والتعليم والدعاية والتوعية، ويمكن القول بأن الربورتاج التلفزيوني يتشابه مع الفيلم الوثائقي التلفزيوني في وظائف الدعاية والإعلام والتوجيه والتوعية، إذ أنها من الوظائف المهمة التي تقدمها هاتين المادتين إلى التلفزيون. ويقترب التحقيق التلفزيوني مع الأفلام الوثائقية من حيث بعض العناصر وتمثل الموضوع والمكان والأشخاص المشاركين والوصف والمعلومات الخلفية للحدث والسؤال الرئيسي المطروح من خلال موضوع الفصل هو الاعتماد على الواقع وإجراء المقابلة في أي طار الفيلم[3]. ولكن هناك فروقات في العمل بينهما، قد يحتاج الربورتاج إلى مكان واحد اما الأفلام الوثائقية فتتعدد مواقع التصوير حيث يتم تسجيل الفيلم الوثائقي في مواقع كثيرة أثناء عملية إنتاج الفيلم، أما بالنسبة للموضوع فكلاهما يعتمدان على موضوع من الواقع ويستمدان المضمون من الواقع الاجتماعي أو السياسي أو الاقتصادي وينقلان واقع الحياة كما هو. اما بالنسبة لطرح الموضوع في الربورتاج فيكون اقل عمقا وعادة ما يعتمد على المعلومات المتوفرة دون الرجوع الى البحث العميق، ولكن الموضوع في الفيلم الوثائقي يكون بشكل عميق ويقوم بالكشف عن الخفايا من خلال المعلومات الدقيقة عنها وجمعها، كما ان الأسئلة تكون متفرعة وكثيرة حول موضوع الفيلم، إذ يعطي جوانب الموضوع، أما في التحقيق يكون غير متفرع. وهذا بعني أن الربورتاج يحتاج الى وقت أقل للإنجاز من الفيلم الوثائقي، كما ان الاحصاء بالبيانات يمكن عرضها

[1] محمد فريد عزت، القاموس للمصطلحات الاعلامية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص٤٨٦-٤٨٧.

[2] سعد مطشر، عبد الصاحب، فن التحقيقات التلفزيونية، مصدر سابق، ص١٠.

[3] محمد فلاح القضاة، التلفزيون والفيلم، مصدر سابق، ص١٦٩.

بشكل عادي او بشكل جرافيك وبيانات، أما في الأفلام الوثائقية فيفضل التحدث بهذا الشأن على لسان البطل او المشاركين في الفيلم من اجل توثيق المعلومات والبيانات.[1]

4-3 وظائف الافلام الوثائقية: تؤدي الأفلام الوثائقية عددا من الوظائف الهامة في مجال التعليم والإعلان والتسجيل التاريخي والدعاية من أجل تحقيق هدف او غرض معين، واولى هذي الوظائف هي:

ا-**الوظيفة التوعوية:** تعد وظيفة الاعلام في الافلام الوثائقية من الوظائف المهمة حيث تهدف الى شرح المعلومات وتفسيرها وتعريف الانسان بالبيئة المحيطة به، وهذه الوظيفة لها اهداف عدة وهي تزويد الناس بمعلومات جديدة تفيدهم في الحاضر او المستقبل ونشر الوعي، حيث تساعدهم في تكوين رأي عام يزيد المشاريع التي تقوم بها الدولة سواء كانت اجتماعية او اقتصادية او سياسية او ثقافية.

ب-**الوظيفة الدعائية:** تعد الأفلام الوثائقية من الوسائل المهمة في مجال الدعاية وترويج المعلومات، ومن هذه الناحية يحقق الفيلم الوثائقي على المستوى الداخلي اهدافا كثيرة تهدف السياسة الحكومية الي نشرها بين صفوف الناس ويقوم بدور مهم في تجسيد دور الحكومة ومؤسسات الدولة وإبراز انجازاتهم في مختلف المجالات، ومن ثم تكوين رأي عام مؤيد ومتعاطف مع أهداف الحكومة في هذه المشاريع.

ج-**الوظيفة التعليمية:** تستخدم الأفلام الوثائقية استخداما فعالا في مؤسسات التربية والتعليم، إذ تستخدم في مجال تعليم الطلبة وتزويدهم بكثير من المهارات والمعارف الجديدة وتساهم في إثراء المعلومات وتفسير المسائل المعقدة وإيضاحها، وقد تستخدم الأفلام الوثائقية كوسائل إيضاح في الفصول الدراسية في المدارس والمعاهد والجامعات، وتستخدم في تعليم المهارات الفنية والحرفية في العديد من المجالات الاخرى 2. ان تقنيات التصوير في الفيلم الوثائقي تمنح الفيلم قدرات تعليمية هائلة قد لا تستطيع اي وسيلة اخرى من تقديمها، مثل تحويل الزمن في الأفلام اي التصوير بسرعة عالية حيث تنتج

[1] محمود سامي عطا الله، الفيلم التسجيلي (بناء الانسان المصري)، مصدر سابق، ص١٧.

حركة بطيئة على الشاشة، وهذه الإمكانات تساهم في تعليم المتلقي، وبهذا تكون الافلام الوثائقية من اهم الوسائل التي تقوم بنشر العلم والمعرفة في اوساط المجتمع. [1]

د-وظيفة التسجيل والتوثيق: تعد وظيفة التسجيل والتوثيق من الامور الهامة ولهذا تعد هذه الوظيفة جزءا من عملية التوثيق والتسجيل الإعلامي، إذ تستخدم الأفلام الوثائقية في تسجيل الأحداث والوقائع وتوثيقها من البيئة الاجتماعية السياسية والثقافية واستخدامها كوثيقة تاريخية تسجل مولد الحدث، حيث تساهم هذه الوظيفة في نقل التجارب والخبرات ووضع التراث والمحافظة على التاريخ وتوثيقه في الماضي ونقله إلى الحاضر. والتوثيق عبارة عن جمع المعرفة المسجلة وتوفيرها وبثها، على ان تتعامل هذه المعرفة بطريقة شاملة واجراءات متكاملة مع الاستعانة بالوسائل الآلية وبأساليب التصوير العادي او المصغر، وذلك حتى تنال المعلومات الوثائقية أكبر قدر من الاستخدام الاتاحة. [2] وتعد وظيفة التسجيل والتوثيق من الامور الهامة في عملية التوثيق والتسجيل الإعلامي وغالبا ما تكون هذه العملية من اولويات اهتمام المؤسسات الحكومية التي تهتم ببحوث التاريخ وتوفير الوثائق التاريخية للبحث ووضعها أمام الباحثين. إذ تحفظ هذه الوثائق مثل الوثائق الرسمية والوثائق المكتوبة وأفلام الفيديو وأشرطة الصوت، ففي أفلام الفيديو غالبا ما يصاحب بيان وصفي للمعلومات المتوفرة مع الفيلم وتستخدم في تسهيل مهمة تركيب الفيلم والتعليق عليه وشرحه[3].

4-4 انواع الافلام الوثائقية: تنوعت الأفلام الوثائقية ما بين الموضوعات الاجتماعية والثقافية والتاريخية والسياسية والرحلات والأفلام التدريبية والتعليمية والإرشادية والفنية التي تنتج إلى فئة معينة من المجتمع. اذ تقسم الأفلام الوثائقية إلى مستويات هي:[4]

[1] كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص٢١١

[2] هلال م.نأتوت، التوثيق الاعلامي، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٩، ص ٦٠.

[3] محمد علي الفرجاني، فن الشريط التسجيلي، القاهرة، الدار العربية للكتاب، بلا تاريخ، ص٢٧

[4] عسلون تبعيسى، وصفة اولية للبرامج الوثائقية العلمية في التلفزيون العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد، تونس، ٢٠٠٢، ص46.

١-مستوى الوصف البسيط للمادة الطبيعية يتمثل في:

ا-الأفلام الوثائقية الاخبارية او الجرائد السينمائية (الجرائد الإخبارية) اذ يقوم مصور الجرائد السنيمائية بالدخول الى مكان ليجمع التقارير المرئية عن اخبار اليوم، وتعرض مشاهد السينما او غالبا ما تكون هذه الموضوعات مؤلفة من الاحتفالات والمناسبات الوطنية والأحداث الجارية كما وقعت في ارض الواقع. [1]

ب-اللقطات الوثائقية الخام: وهي تلك اللقطات التسجيلية الفردية التي لا يربط بعضها ببعض موضوع معين او موحد ولا هدف لها الا تسجيل الواقع والحياة بشكل صادق وأمين. مثل تصوير الناس في الشارع والأزقة والأسواق، وفي بعض القنوات يسمى هذا النوع يوميات الناس ويسجل حركة الناس في تلك الأماكن دون أي نوع من التعليق.[2]

ج-المجلات السينمائية: تتضمن المجالات السنيمائية موضوعات مختلفة حول القضايا التي تشغل اذهان الناس في وقت معين او تثير اهتماما عاما بها، ويركز هذا النوع من الأفلام على خلفية الموضوع المعروض ويبدأ بشكل تحليل مبسط تصدر عادة دورية او شهرية او موسمية. [3]

٢-مستوى الوصف المتقدم والمتطور للمادة الطبيعية ويتمثل فيما يأتي:

ا-الافلام التعليمية: تتنوع موضوعات الأفلام التعليمية حيث تنتج لغرض عرض هذه الأفلام على الهيئات الاجتماعية والمدارس والمعاهد والجامعات وتجمعات العاملين والقوات المسلحة والهيئات الحرفية والدينية، ومضمون هذا النوع من الأفلام مرتبط بمنهج دراسي محدد يستهدف افراد العملية التعليمية ويتخذ شكل الدرس الموجه الى الفصل الدراسي ويرتبط محتواه بمناهج دراسية محددة، ويقدم هذا النوع بالتعاون مع المؤسسات التعليمية والاعلامية، وهذا النوع من الأفلام غير مخصص للغرض السينمائي وإنما بغرض التعليم.

---

[1] ادوين أمري وفيليب اولت دارين ك. اجي، الاتصال الجماهيري، ترجمة سلام إبراهيم، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٠، ص 374.

[2] ضياء مرعي، السينما التسجيلية في مصر، الإسكندرية، دار الوفاء، ٢٠٠٤، ص٣٧.

[3] دوين امري وفيليب اولت دارين ك. أجي، مصدر سابق، ص٣٧.

ب-الأفلام العلمية: تعد الأفلام الوثائقية العلمية من الافلام التثقيفية المهمة التي تعمل على تقديم المادة العلمية المعقدة بأسلوب مبسط وواضح، وذلك لرفع إدراك المشاهد للعلم والتقنية واثراء خبراته المعرفية وكفاءاته الاطلاعية لجعله بعد ذلك في وضع المستوعب للأحداث العلمية والتكنولوجية.[1]

ج-الافلام التدريبية: يهدف هذا النوع من الأفلام التدريبية الى تفسير البيانات والمعلومات اللازمة وتوضيحها وشرحها لاكتساب المهارات وزيادة المعرفة في حالات التدريب المهني او التوعية. ونشر الثقافة الفنية بين جماعات العمال والزراع او الجنود، ولا سيما بين صفوف المبتدئين وغير المدربين من هؤلاء، ومن حيث الاسلوب هي شبيهة بالأفلام التعليقات المدرسية ولكن الفرق بينهما هو هدف إنتاج الفيلم ومهمته.[2]

د-الافلام الثقافية: تهدف الافلام الوثائقية الثقافية الى نشر الثقافة العامة بين الفئات المختلفة في المجتمع من خلال عرض الموضوعات الفنية والاجتماعية والثقافية التي هي وسيلة من وسائل نشر الثقافة والمعرفة، وتعريف المجتمعات بالثقافات المختلفة.[3]

هـ-الأفلام الوثائقية السياحية: يعرض هذا النوع من الأفلام الوثائقية الاثار والمعالم السياحية، اذ يقوم بوظيفة الكشف عن القيم الاجتماعية والفكرية والجمالية ويوسع افاق التفكير عند المتلقي عبر تزويده بالمعلومات حول الحضارات والمعالم الأثرية الموجودة في العالم.[4]

و-افلام التوعية والارشاد: يهدف هذا النوع من الأفلام الى توضيح المعلومات اللازمة وتفسيرها لاكتساب المهارات وإثراء معلومات المتلقي وتوسيع افاق تفكيره من خلال عرض الأفلام وزيادة المعرفة،

---

[1] عسلون تبعيسى، مصدر سابق، ص46.

[2] سهير جاد وعبد العزيز شرف، البرامج والتلفزيون والاعلام الثقافي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧، ص48.

[3] يوسف يوسف، موضوعات الفيلم الوثائقي العراقي، بغداد، المؤسسة العامة للسينما والمسرح، ١٩٨٣، ص٣٧.

[4] يوسف حسن محمود الفراجي، اشكال البرامج الوثائقية ومضامينها (قناة ابو ظبي أنموذج)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص٢٥.

اذ يتم تقديم هذا النوع من الأفلام لجماعات العمال والفلاحين والتجمعات المهنية والحرفية بهدف توعيتهم في مجال العمل وتزويدهم بالمعلومات من أجل تطوير حرفهم المهنية. [1]

ز-**التحقيق الصحفي الوثائقي:** عبارة عن عرض فعال لحدث آني ذي اهمية على الشاشة من خلال المشاهد المصورة وسرد من خلف الشاشة من قبل المشاركين في الحدث، دون اي تعقيدات، اذ يبحث عن استنتاج اي هو عرض الواقع كما هو. [2]

ت-أفلام الفن: تعرض هذه الافلام الفنون التشكيلية وحياة الفنانين وترصد اعمالهم الفنية كالنحت والرسم والموسيقى وغيرها من الفنون الاخرى، اذ تنقل الواقع الذي يعيش فيه الفنان وفي بعض الأحيان تقدم على شكل سيرة ذاتية، اذ تتخذ موضوعات هذه الأفلام طابعا ثقافيا.[3]

ح-افلام الرحلات والاستكشاف: تسجل هذه الأفلام بعض المظاهر السياحية لمختلف مناطق العالم، حيث يتم التعريف بتلك المناطق والاماكن السياحية وذلك بغرض نشر المعرفة والثقافة، وغالبا ما نرى ان موضوعات افلام الرحلات قد طغت عليها موضوعات ترويجية للسياحة والتجارة.

٣-مستوى الوصف العميق للمادة الطبيعية والتحليل والتفسير الدرامي: وتتمثل فيما يأتي

-أفلام المجتمع وأفلام السيرة الذاتية، وهناك انواع اخرى من الأفلام الوثائقية متمثلة فيما يأتي:

-الأفلام البيئية والحياة البرية والحياة البحرية.

-الأفلام الرياضية.

-الأفلام التاريخية والسياسية.

-الأفلام الاقتصادية

---

[1] ر. ا بورتسكي و.أيوردفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة ابتسام علوان، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والفنون، ١٩٨٧، ص ١٦١.

[2] يوسف حسن محمود الفراجي، مصدر سابق، ص٢٦.

[3] ضياء مرعي، مصدر سابق، ص٣٨.

4-5 أساليب المعالجة في الأفلام الوثائقية: تعالج الأفلام الوثائقية موضوعاتها وفق نوعين رئيسيين هما:

١-الأسلوب الوثائقي: إن الفيلم الوثائقي هو عبارة عن المعالجة الخلاقة لواقع الحياة ويتشبه هذا الأسلوب بصفحة الرأي في عالم الصحافة المكتوبة أو المقروءة، ويطلق عليه الفيلم التسجيلي، ويتميز بهدف ذي مغزى اجتماعي سياسي وهو ذو رسالة محددة واضحة يهدف المخرج الى ايصالها الى الجمهور المستهدف.

٢-الأسلوب الواقعي: وهو الذي يضم فيلم الحقيقة وفيلم الرحلات والفيلم التعليمي والتدريسي والجريدة والمجلة السينمائية، وهو أسلوب قد يبدو مجردا من الأهداف الخاصة مع انه في بعض الحالات قد تكون نتيجته النهائية رسالة من نوع ما او تأثير محدد، ويتشابه هذا الأسلوب الصفحات الإخبارية في عالم الصحافة[1].

[1]منى سعيد الحديدي وسلوى امام علي، مصدر سابق، ص١٧.

البطاقة التقنية:

اسم الفيلم: المعضلة الاجتماعية **The social dilemma**.

نوع الفيلم: دراما وثائقية.

تاريخ الصدور: 9 سبتمبر 2020.

مدة العرض: 94 دقيقة.

اللغة الاصلية: اللغة الإنجليزية.

البلد: الولايات المتحدة.

المخرج: جيف أورلوفسكي.

السيناريو: جيف أورلوفسكي، فيكي كورتيس.

البطولة: تريستان هاريس، عزا رازكين، جوستين روزنشتاين، شوشانا زوبوف، جارون لانييه، سكايلر جيسوندو، كارا هايوارد، فنسنت كارثلايز، كاثي اونيل.

شبكة البث الاصلية: نتفليكس.

عدد المشاهدات: 38 مليون.[1]

[1] https://www.netflix.com/social-dilemma /2021-01-01/ 20:00.

الفصل الثالث: الجزء التطبيقي

الفصل الثالث: الجزء التطبيقي

تمهيد

1-التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل.

2-التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون.

3-النتائج العامة للدراسة.

4-مناقشة النتائج على ضوء منظور الدراسة.

5-مناقشة النتائج على ضوء نتائج الدراسات السابقة.

6-آفاق الدراسة.

خاتمة.

قائمة المراجع.

الملاحق.

تمهيد:

بعدما قمنا بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة، سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى عرض وتحليل النتائج التي توصلنا إليها، ومناقشة نتائج فئات الشكل والمضمون.

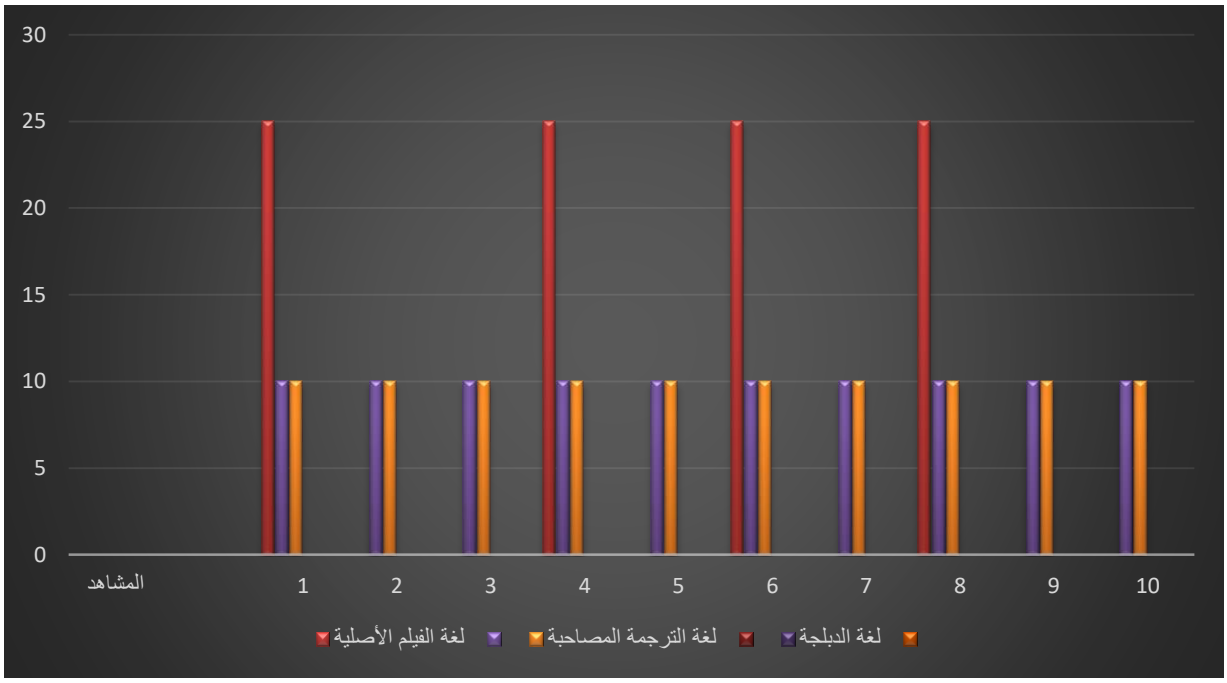
أ-تحليل فئات الشكل:

1-فئة اللغة المستخدمة:

الجدول 1: يبين فئة اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة	لغة الفيلم الأصلية				لغة الترجمة المصاحبة				لغة الدبلجة			
	انجليزية أكاديمية		انجليزية عالمية		لغة عربية		لغة فرنسية		لغة عربية		لغة فرنسية	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	1	25	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
2	00	00	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
3	00	00	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
4	1	25	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
5	00	00	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
6	1	25	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
7	00	00	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
8	1	25	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
9	00	00	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
10	00	00	1	10	1	10	00	00	00	00	00	00
المجموع	4	100	10	100	10	100	00	00	00	00	00	00

الشكل 1: يبين فئة اللغة المستخدمة



يتوضح لنا من خلال الجدول رقم (1) ان لغة الفيلم الاصلية انقسمت الى نوعين: اللغة الانجليزية العالمية هي الاكثر استخدامًا في المشاهد العشرة بنسبة 10% للمشهد، تليها اللغة الانجليزية الأكاديمية في المشاهد 1، 4، 6، 8 بنسبة 25% للمشهد، أما بالنسبة للغة الترجمة المصاحبة العربية فقد تساوت نسبتها ب10% في المشاهد العشرة، وفيما يخص لغة الترجمة المصاحبة الفرنسية فقد كانت نسبتها منعدمة مثلها مثل لغة الدبلجة العربية والفرنسية.

يمكن التفسير من النسب الموضحة اعلاه أن اللغة الأكثر استخداما كانت اللغة الانجليزية العالمية، وهذا راجع إلى أنها لغة الجمهور المستهدف بهذا المسلسل وهو المشاهد من كل انحاء العالم بشكل عام وفئة المراهقين بشكل خاص. اذ تعتبر اللغة الإنجليزية العالمية الأكثر رواجا بين أوساط المراهقين لتميزها ببساطة الكلمات وسهولة التعبيرات وجملها المختصرة[1]، فكان الغرض الأساسي من اختيارها هو انجاح العملية الاتصالية وتمكينهم من فهم واستهلاك محتوى الرسالة التوعوية. تليها اللغة الانجليزية الأكاديمية التي تمثلت في حديث المهندسين والخبراء السابقين لمواقع التواصل الاجتماعي عن

[1] روبين لاستيغ، هل يمكن أن تظل الإنجليزية "لغة العالم المفضلة"؟، 23ماي 2018،
https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-44223396.amp ، يوم 23ماي 2022، 15:00.

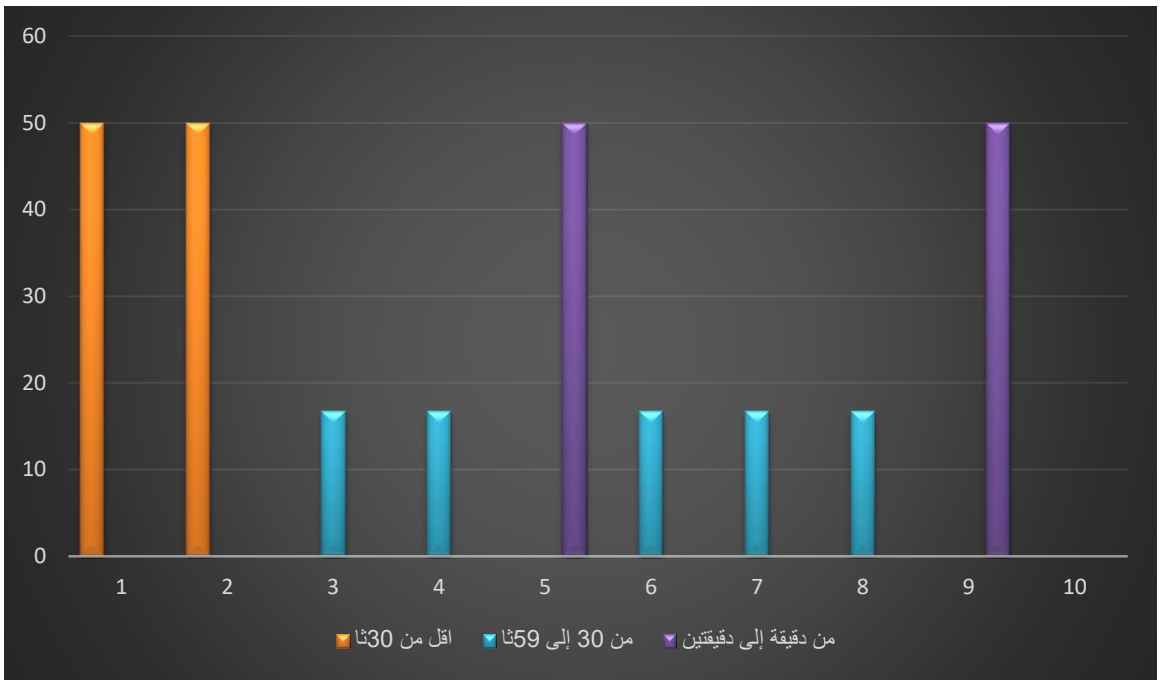
تفاصيل مخاطر تصميماتهم، وهي تعبر عن طبيعة الشخصيات المختصة اذ استعملوا المصطلحات العلمية الدقيقة للمجال لإعطاء الطابع الرسمي الخاص بهذه الشخصيات. اما المزيج اللغوي الذي ظهر في بعض المشاهد فكان من اجل خلق التوازن اللغوي في الفيلم ككل.

2-فئة المدة الزمنية:

الجدول 2: يبين فئة المدة الزمنية.

المدة الزمنية	اقل من 30ثا		من 30 إلى 59ثا		من دقيقة إلى دقيقتين	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%
1	1	50	00	00	00	00
2	1	50	00	00	00	00
3	00	00	1	16.7	00	00
4	00	00	1	16.66	00	00
5	00	00	00	00	1	50
6	00	00	1	16.66	00	00
7	00	00	1	16.66	00	00
8	00	00	1	16.66	00	00
9	00	00	00	00	1	50
10	00	00	1	16.66	00	00
المجموع	2	100	6	100	2	100

الشكل2 : يبين فئة المدة الزمنية



من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ ان المشهدين 5 و9 اللذان استغرقا بين دقيقة الى دقيقتين كانا الاكبر بنسبة 50% حيث تساوا مع المشاهد 1 و2 اللذان لا تتجاوز مدتهما 30 ثانية، تليهما المشاهد التي تستغرق من 30 الى 59 ثانية بنسبة 16.66% حيث تمثلت في الستة مشاهد المتبقية.

يتوضح مما سبق ان مدة عرض المشهد رقم خمسة وتسعة كانت الأطول، وذلك يدل على أهمية الاحداث فيها، حيث ركز في المشهد الخامس على عدة ممارسات نجمت عن الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي اهمها عدم احترام اوقات الطعام والتعلق الشديد بمواقع التواصل الاجتماعية، بينما المشهد التاسع صورت فيه مشكلة عدم التركيز في المدرسة، ظاهرة المؤثرين، الامتناع عن الاكل والعزلة الاجتماعية وكيفية عمل الخوارزميات لجعل المستخدم مدمن. اما بالنسبة لمدة المشهدين الاول والثاني ولعلاقتهما ببداية الفيلم كانا من المشاهد القليلة المدة التي تحمل رسائل مبدئية ودقيقة[1]، مثل اهمال الواجبات المنزلية من اجل تصفح هذه المواقع وعرض آراء مختلفة عن ظاهرة ادمان مواقع التواصل

[1] ناصر ونوس، قراءة في كتاب صناعة الأفلام الوثائقية لباري هامب من الفكرة إلى الشاشة، https://doc.aljazeera.net/magazine/الفيلم-الوثائقي-نظريات-عالمية-وتجارب/قراءة-في-كتاب-صناعة-الأفلام-الوثائقية-لباري-هامب، يوم 19ماي 2022، 16:00.

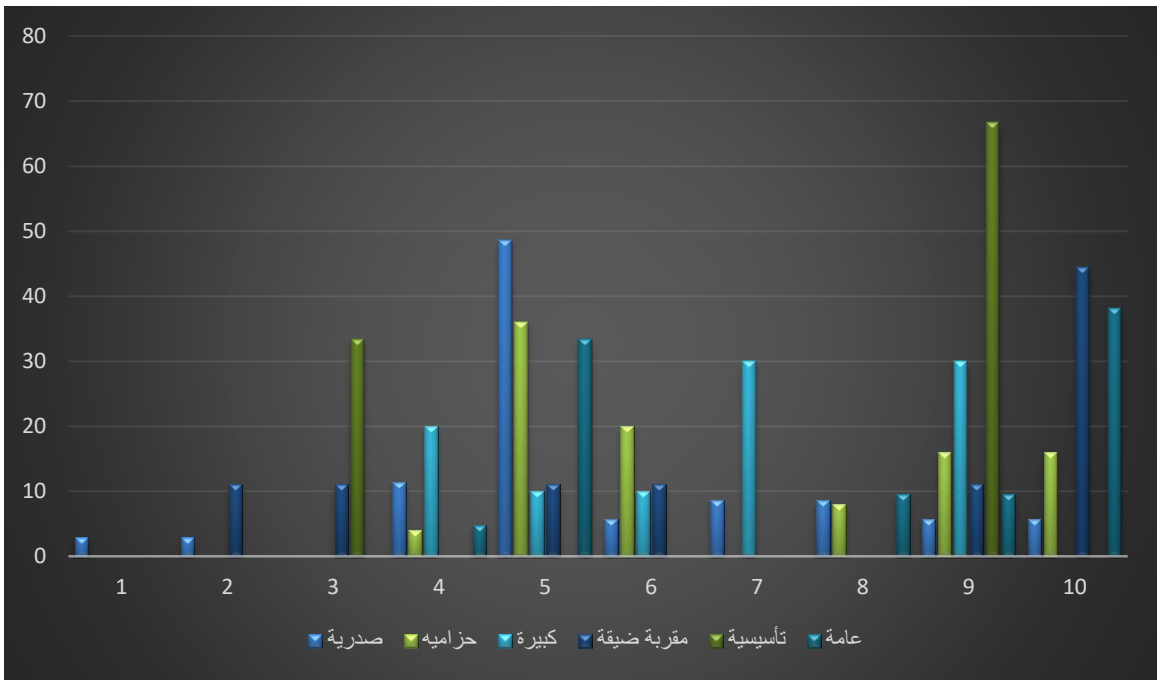
الاجتماعي، اذ كانت قصيرة لكن هادفة بغرض تشويق المشاهد لمعرفة مجريات القادمة في الفيلم، أما الستة مشاهد الاخرى كانت مليئة بالأحداث والمعطيات الحساسة والمختلفة لذلك كانت مدتها متوسطة بالنسبة للمشاهد الأخرى.

3-فئة العناصر الفنية:

الجدول 3: يبين فئة أنواع اللقطات

اللقطات	صدرية		حزاميه		كبيرة		مقربة ضيقة		تأسيسية		عامة	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	1	2.85	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
2	1	2.85	00	00	00	00	1	11.11	00	00	00	00
3	00	00	00	00	00	00	1	11.11	1	33.30	1	4.8
4	4	11.42	1	4	2	20	00	00	00	00	1	4.8
5	17	48.60	9	36	1	10	1	11.11	00	00	7	33.30
6	2	5.70	5	20	1	10	1	11.11	00	00	00	00
7	3	8.60	00	00	3	30	00	00	00	00	00	00
8	3	8.57	2	8	00	00	00	00	00	00	2	9.50
9	2	5.70	4	16	3	30	1	11.11	2	66.7	2	9.50
10	2	5.71	4	16	00	00	4	44.45	00	00	8	38.1
المجموع	35	100	25	100	10	100	9	100	3	100	21	100

الشكل3 : يبين فئة أنواع اللقطات



يتبين لنا من خلال الجدول رقم (3) ان اللقطة الصدرية سجلت أكبر نسبة لها في المشهد 5 التي قدرت ب 48.60%، تليها نسبة 11.42% في المشهد 4، كما تراوحت نسبتها بين 8.60% و8.57% في المشهدين 7 و8 وتساوت كذلك في ثلاث مشاهد 6، 9 و10 بنسبة تراوحت 5.70% و5.71% و2.85% في كل من المشهد 1 و2. انتقالا الى اللقطة الحزاميه التي تليها في نسب الاستخدام، حيث قدرت اعلى نسبة في المشهد 5 ب 36% تليها 20% في المشهد 6 وتساوت في المشهدين 9 و10 بنسبة 16% ثم 8% في المشهد 8 وسجلت أدني نسبة قدرت ب 4% في المشهد 4. اما اللقطة العامة فسجلت اعلى نسبة لها ب 38.1% في المشهد 10 تليها نسبة 33.30% في المشهد 5 ثم تساوت النسب 9.50% في كل من المشهدين 8 و9 و4.8% في المشهدين 3 و4. تأتي بعدها اللقطة الكبيرة التي سجلت اعلى نسبة في المشهدين 7 و9 ب 30% ونسبة 20% في المشهد 4، و10% في المشهدين 5 و6. اما فيما يخص اللقطة المقربة الضيقة حيث سجلت اعلى نسبة في المشهد 10 ب 44.45% وتساوت بنسبة 11.11% في المشاهد 2، 3، 5، 6 و9. وأدنى استخدام كان للقطة التأسيسية بنسبة 66.7% في المشهد 9 و33.30% في المشهد 3 .

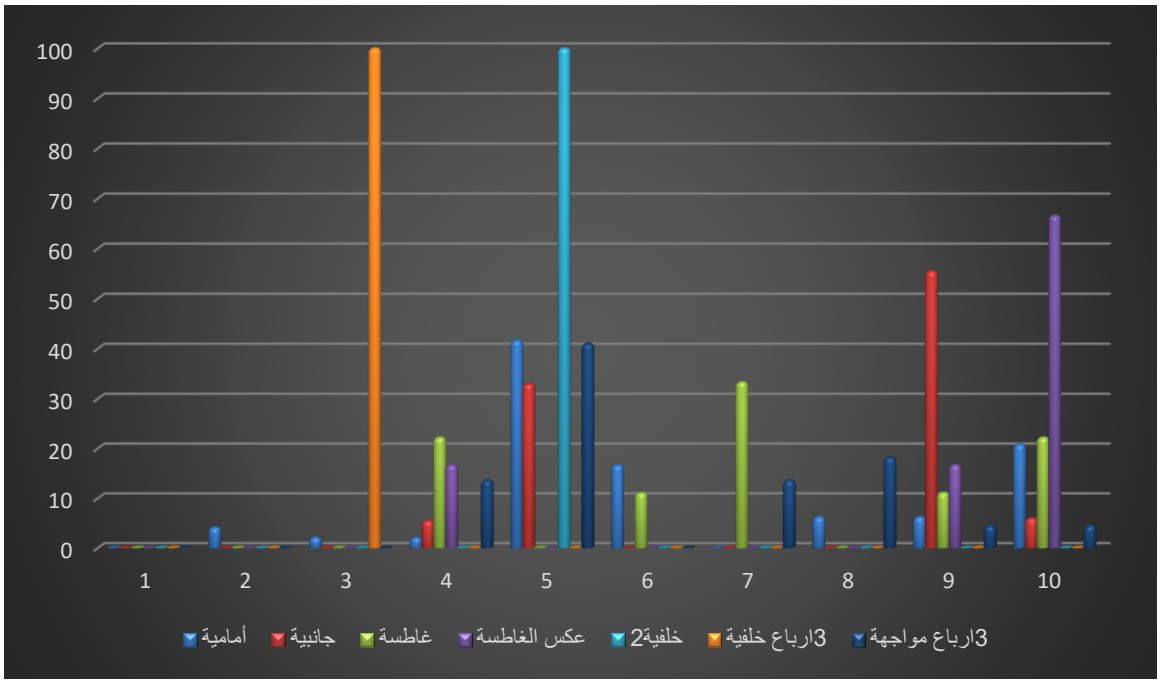
يمكن التفسير من النسب الممثلة اعلاه ان اللقطة الاكثر استخداما هي اللقطة الصدرية والحازمية، التي وظفت من اجل التركيز على تفاصيل وملامح معينة من الشخصيات الأساسية مثل المسؤولين السابقين لمواقع التواصل الاجتماعي ولتأطير جزء اساسي من شخصيات المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي بغية الحصول على بعض التفاصيل المهمة. تليهما اللقطة العامة التي كانت وظيفتها الاساسية اظهار المكان العام لأحداث المشهد وتم استخدامها كذلك من اجل احتواء عناصر كثيرة ومتنوعة التفاصيل والجزئيات حيث ألقت الاضواء على القيمة الكلية للقطة والمشهد ككل.[1] اما اللقطة المقربة الضيقة فقد ركزت بشكل كبير على المراهقين لإظهار المستويات الحسية لديهم والتركيز على تعابير الوجه من اجل لفت الانتباه للرسالة المراد توصيلها. واخيرا التأسيسية التي عملت نفس عمل اللقطة العامة مع اختلاف بسيط في الغرض المتمثل في ادخال المشاهد بشكل سريع الى مكان ومجريات الاحداث.

الجدول 4: يبين زوايا التصوير

الزوايا	أمامية		جانبية		غاطسة		عكس الغاطسة		خلفية		3ارباع خلفية		3ارباع مواجهة	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	00	00	00	00	0	00	0	00	0	00	0	00	1	4.54
2	2	164.	00	00	0	00	0	00	0	00	0	00	00	00
3	1	02.1	00	00	0	00	0	00	0	00	2	100	00	00
4	1	2.08	1	5.5	2	22.22	1	16.7	0	00	0	00	3	13.60
5	20	41.66	6	33	0	00	0	00	1	100	0	00	9	41
6	8	16.66	0	00	1	11.11	0	00	0	00	0	00	00	00
7	00	00	00	00	3	33.33	0	00	0	00	0	00	3	13.60
8	3	256.	00	00	0	00	0	00	0	00	0	00	4	18.18
9	3	256.	10	55.5	1	11.11	1	16.7	0	00	0	00	1	544.
10	10	83.20	1	6	2	22.22	4	66.60	0	00	0	00	1	544.
المجموع	84	100	18	100	9	100	6	100	1	100	2	100	22	100

[1] مريم زعتر، مخبر السمعي البصري 2، عناصر الصورة المتحركة، 2022/2021.

الشكل4 : يبين زوايا التصوير



نلاحظ من خلال الجدول اعلاه رقم (4) ان أكثر الزوايا استخداما في اغلب المشاهد هي الامامية حيث سجلت اعلى نسبة في المشهد 5 بنسبة 41.66% وفي المشهد 10 بنسبة 20.83% والمشهد 6 بنسبة 16.66% ثم تكررت نسبة 6.25% في المشهدين 8 و9 و4.16% في المشهد 2 وتراوحت النسبة بين 2.10% و2.08% في المشهدين 3 و4. تليها زاوية ثلاث ارباع مواجهة التي سجلت اعلى نسبة في المشهد 5 ب 41% يليه المشهد 8 ب 18.18% و13.60% في المشهدين 4 و7، وأدني نسبة قدرت ب 4.54% في المشاهد 1، 9 و10، اما الزاوية الجانبية سجلت اعلى نسبة لها في المشهد 9 ب 55.5% ونسبة 33% في المشهد 5 ثم 6% في المشهد 10 وأدني نسبة في المشهد 4 بنسبة 5.5%. ثم تأتي الزاوية الغاطسة حيث قدرت اعلى نسبة فيها ب 33.33% في المشهد 7 وتساوت النسب في المشهدين 4 و10 بنسبة 22.22% و11.11% في المشهدين 6 و9. لتأتي الزاوية عكس الغاطسة التي سجلت 66.60% في المشهد 10 و16.7 في المشهدين 4 و7. ثم الزاوية الخلفية وثلاث ارباع خلفية بنسبة 100% في المشهد 5 و3.

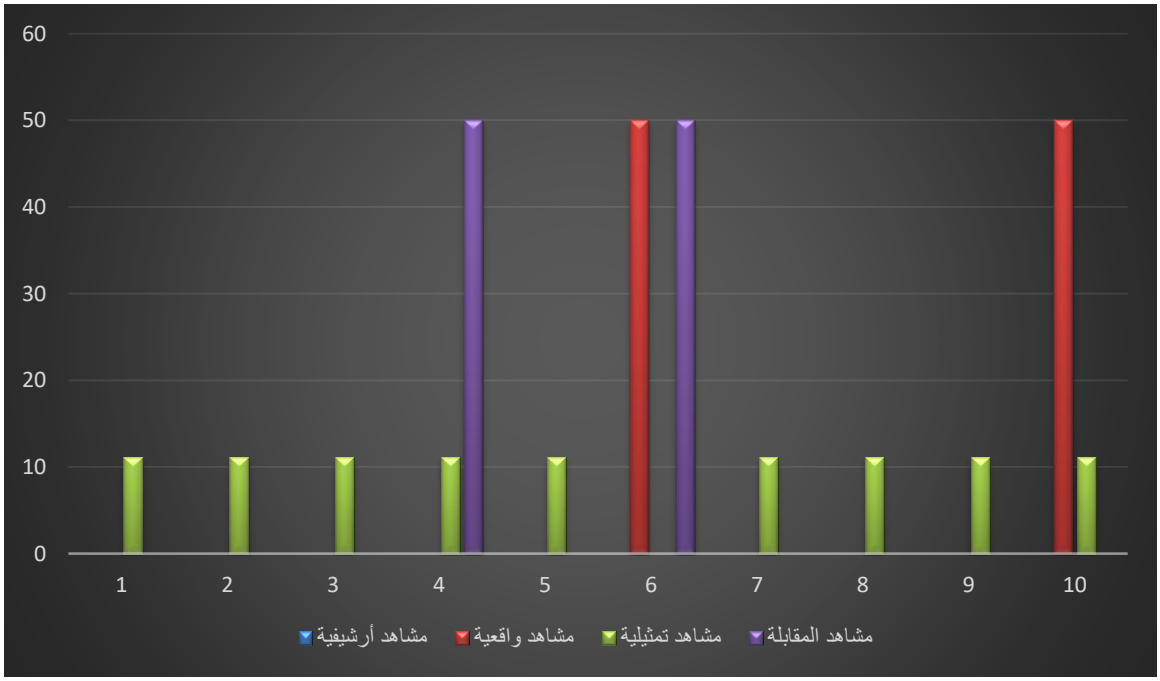
يمكن القول من النسب الممثلة اعلاه ان أكثر الزوايا استخداما في المشاهد كانت الزاوية الامامية، والتي تعنى بتصوير الديكور بشكل عام بدون ان يعلو أحدهما على الآخر لخدمة اهداف التصوير الموضوعي الذي يستخدم بشكل كبير في الافلام الوثائقية.[1] تليها زاوية ثلاث ارباع مواجهة التي تتيح رؤية جانبين من موضوع المشهد لتشعر المشاهد بالعمق وتوفر تكوين سينمائي أكثر قوة واستعملت خاصة في مشاهد المقابلة مع شخصيات المسؤولين والمهندسين السابقين للمواقع. اما بالنسبة للزاوية الجانبية فقد تم استخدامها بشكل متوسط ولكن اساسي بغرض اعطاء الشخصيات نوع من التسطيح غالبا من اجل بعث احساس بعدم الانجذاب الى الشخصية المصورة استعملت بشكل خاص في مشاهد المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الزاويتين الغاطسة و عكس الغاطسة التي استعملتا لأهداف مختلفة فالغاطسة استخدمت لتقليص ابعاد الديكور و شخصياته و حصر الحركة فيه و كذا الإيحاء بفكرة التبعية اي خضوع الشخصية لموقف معين[1]، مثل في مشهد المراهق في غرفته حاملا هاتفه الذكي فأخذت الصورة بهذا الشكل لتحقير الهاتف الذي بيده و اظهار فائدته القليلة، و العكس في عكس الغاطسة من اجل توسيع افق الديكور المقلص و تعظيم و اعطاء نوع من الهيبة للشخصية[1] كما صور في مشاهد المختصين و الصحفيين الذين تحدثوا عن افكار عظيمة و مفيدة مثل خفض مستوى تعلقنا بالمواقع الاجتماعية بإطفاء خاصية الاشعارات. وكانت اقل الزوايا استخداما الخلفية والثلاث ارباع خلفية التي كان غرضها سينمائي بحت.

[1] مريم زعتر، مخبر السمعي البصري 2، لغة الصورة السينمائية، 2022/2021.

الجدول 5: يبين فئة أنواع المشاهد

أنواع المشاهد	مشاهد أرشيفية		مشاهد واقعية		مشاهد تمثيلية		مشاهد المقابلة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	00	00	00	00	1	11.11	00	00
2	00	00	00	00	1	11.11	00	00
3	00	00	00	00	1	11.11	00	00
4	00	00	00	00	1	11.11	1	50
5	00	00	00	00	1	11.11	00	00
6	00	00	1	50	00	00	1	50
7	00	00	00	00	1	11.11	00	00
8	00	00	00	00	1	11.11	00	00
9	00	00	00	00	1	11.11	00	00
10	00	00	1	50	1	11.11	00	00
المجموع	00	00	1	100	9	100	2	100

الشكل5 : يبين فئة أنواع المشاهد



نلاحظ في الجدول رقم (5) ان النسبة الاكبر المقدرة ب 11.11% سجلتها المشاهد التمثيلية في كل المشاهد وبنفس النسبة ما عدا المشهد 6 الذي انعدمت فيه المشاهد التمثيلية، بينما المشاهد الواقعية سجلت نسبة 50% في المشهد 6 و10 ومشاهد المقابلة بنفس النسبة في المشهد 4 و6. اما المشاهد الارشيفية كانت منعدمة في المشاهد العشرة .

ومنه نستطيع القول ان استخدام المشاهد التمثيلية بشكل مكثف في اغلب المشاهد راجع الى رؤية صناع الفيلم الذين كان همهم الاكبر تقريب الصورة الواقعية للمراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي واعطائهم نظرة على أنفسهم الافتراضية لجعلهم يدركون هول الخطر المحدق بهم بسبب هذه المواقع. اما استخدام المشاهد الواقعية فكانت بشكل كبير غرضها عرض الحقيقة البشعة على حد تصويرهم، وتأكيد ان ما عرض في المشاهد التمثيلية لم يكن من وحي الخيال وانما هو انعكاس للواقع المعاش ولكن بطريقة حقيقة أكثر.[1] بينما استخدام مشاهد المقابلة فكانت من اجل اعطاء بعد جدي وطابع رسمي للحقائق المذكورة من قبل التقنيين والمهندسين السابقين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ان الرسالة التوعوية تكون أكثر مصداقية وشفافية عندما تقدم من قبل المختصين في جميع المجالات.[1]

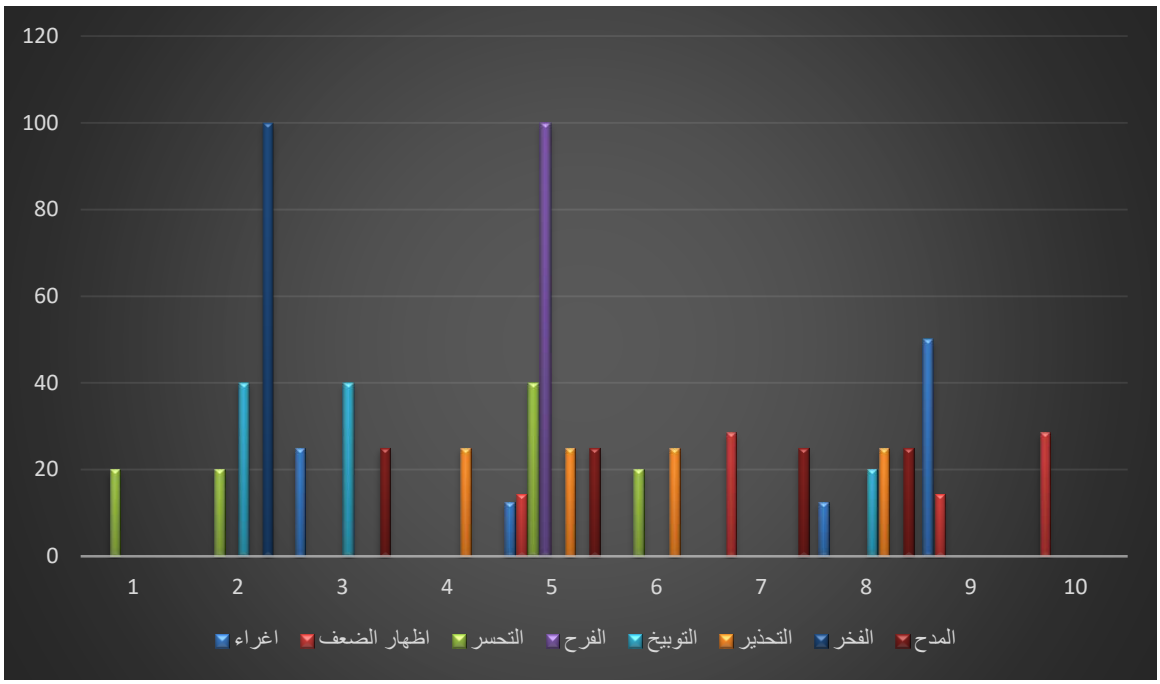
[1] New doc editing, "The Importance of Shooting Real Scenes", https://newdocediting.com/the-importance-of-shooting-real-scenes/, /05-05-2022/ 23:18.

4-فئة الأساليب اللغوية:

الجدول 6: يبين فئة الأسلوب الخبري

أسلوب خبري / المشاهد	اغراء		اظهار الضعف		التحسر		الفرح		التوبيخ		التحذير		الفخر		المدح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	00	00	0	00	1	20	0	00	0	00	0	00	0	00	0	00
2	00	00	0	00	1	20	0	00	2	40	0	00	1	100	0	00
3	2	25	0	00	0	00	0	00	2	40	0	00	0	00	1	25
4	00	00	1	14.30	0	00	0	00	0	00	1	25	0	00	0	00
5	1	12.5	1	14.28	2	40	1	100	0	00	1	25	0	00	1	25
6	00	00	0	00	1	20	0	00	0	00	1	25	0	00	0	00
7	00	00	2	28.57	0	00	0	00	0	00	0	00	0	00	1	25
8	1	12.5	0	00	0	00	0	00	1	20	1	25	0	00	1	25
9	4	50	1	14.28	0	00	0	00	0	00	0	00	0	00	0	00
10	00	00	2	28.57	0	00	0	00	0	00	0	00	0	00	0	00
المجموع	8	100	7	100	5	100	1	100	5	100	4	100	1	100	1	100

الشكل6 : يبين فئة الأسلوب الخبري



يتوضح من خلال الجدول اعلاه رقم (6) ان استخدام اسلوب الاغراء سجل أكبر نسبة في المشهد 9 ب 50%، يليه المشهد 3 ب 25%، وتساوت نسبة استخدامه في المشهدين 5 و8 ب 12.5%. اما اظهار الضعف فتراوحت نسبة استخدامه بين 14.30% و 14.28% في كل من المشهد 4 و5 و9، وتساوت بنسبة 28.57% في المشهدين 7 و10. من جهة اظهار الفرح استخدم في مشهد واحد رقم 5 بنسبة 100%، اظهار التحسر من جهة سجل نسبة 20% في المشاهد 1، 2، 6 وارتفعت نسبته في المشهد 5 الى 40%. اسلوب التوبيخ كذلك بلغ 40% في مشهدين متتاليين 2 و3 و20% في المشهد 8. اما اسلوب التحذير فقد سجل نسبة 25% في المشاهد 4، 5، 6، 8. وفيما يخص اسلوب الفخر فقد سجل نسبة 100% في المشهد 2. ايضا اسلوب المدح الذي وصلت نسبته الى 25% في المشاهد 3، 5، 7 و8.

يتوضح لنا من التعليق اعلاه ان استخدام الاسلوب الخبري تمثل في توظيف الفاظ ومفردات وتراكيب للتعبير عن المعاني بغرض تقريب المعنى وتوضيحه ومن اجل التأثير على العقل وتركيز انتباهه

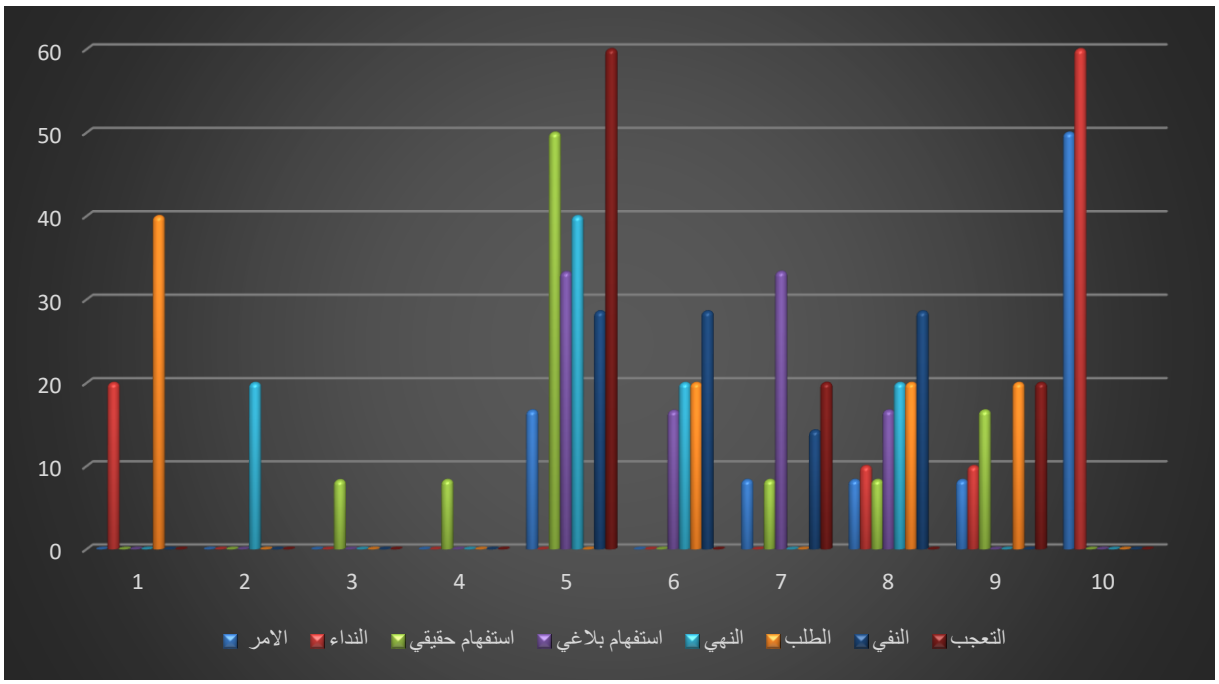
على رسالة معينة.[1] اذ تم توظيف اسلوب الإغراء في المشاهد التي ظهر فيها المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وهم يقدمون محتوى مثير للاهتمام بغرض ضم أكبر عدد ممكن لمتابعتهم، ظهر كذلك في حوار الاخت مع اخيها المراهق عن برنامج يدعوا الى التخلي عن مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة ذكية. اظهار الضعف على حد سواء استخدم في مشهد رفض وتذمر المراهقين عندما سحبت منهم اجهزتهم الذكية، وذلك بطريقة تظهر انها اصبحت تجعل المستخدم ضعيف نفسيا امامها. اما اظهار الفرح فطرح بالتعبير عن سعادة المراهق بعد ان اخبرته والدته انها ستشتري له هاتف جديد. بينما اظهار التحسر فظهر واضحا في امتعاض الام من هوس ابنتها بهاتفها الذكي وفي قول الاخت الكبرى (انها لا تتجاوز 13 سنة). ايضا اسلوب التوبيخ الذي وظف مثلا في قول المراهق (لا أحد يجبرك ان تستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي). اسلوب التحذير من جهة اخرى وظف لإعطاء الطابع التوعوي بشكل عام كما حصل في حديث أحد المهندسين عن خاصية الاشارة للأشخاص في الصور، التي صممت لشهد انتباه المستخدم مهما كان منشغلا. اما اسلوبي الفخر والمدح فقدما تعابير عن امتنان الاشخاص لطريقة عيشهم ومزاياها.

[1] ابناؤنا، 29جانفي 2013، facebook.comhttps://m.facebook.com›posts›ابناؤنا –الأسلوب الإنشائي والأسلوب الخبري والغرض منهما... | فيسبوك، يوم 17أفريل 2022، 17:00.

الجدول 7: يبين فئة الأسلوب الإنشائي

أسلوب انشائي	الامر		النداء		استفهام حقيقي		استفهام بلاغي		النهي		الطلب		النفي		التعجب	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	00	00	2	20	00	00	00	00	00	00	2	40	00	00	00	00
2	00	00	00	00	00	00	00	00	1	20	00	00	00	00	00	00
3	1	8.30	00	00	1	8.30	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
4	00	00	00	00	1	8.33	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
5	2	16.70	00	00	6	50	2	33.30	2	40	00	00	2	28.57	3	60
6	00	00	00	00	00	00	1	16.66	1	20	1	20	2	28.57	00	00
7	1	8.33	00	00	1	8.33	2	33.33	00	00	00	00	1	14.28	1	20
8	1	8.33	1	10	1	8.33	1	16.70	1	20	1	20	2	28.57	00	00
9	1	8.33	1	10	2	16.70	00	00	00	00	1	20	00	00	1	20
10	6	50	6	60	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع	12	100	10	100	12	100	6	100	5	100	5	100	5	100	5	100

الشكل7 : يبين فئة الأسلوب الإنشائي



بداية نلاحظ من الجدول رقم (7) ان فئة اسلوب الامر تراوحت نسبة استخدامها في المشاهد 3، 7، 8، 9 ما بين 8.30% الى 8.33% بينما المشهد 5 وصلت الى 16.70% وتجاوزتها الى 50% في المشهد 10. اما فئة النداء فقد سجل المشهدين 8 و9 نسبة 10% والمشهد 1 نسبة 10% ووصلت الى 60% في المشهد 10. فئة اسلوب الاستفهام الحقيقي كذلك سجلت نسبة تراوحت بين 8.30 و8.33 في المشاهد 3، 4، 7، 8 ثم نسبة 16.70% في المشهد 9 و50% في المشهد 5. من جهة اخرى سجل الاستفهام البلاغي حضوره في 4 مشاهد وذلك ب 33.30% في المشهد 5 و33.33% في المشهد 7 لتنزل في المشهدين 6 و8 الى 16.66% و16.70%. اما فيما يخص فئة النهي فقد تساوت النسب ب 20% في كل من المشهد 2، 6 و8 و40% في المشهد 5. كذلك تساوت نسب فئة الطلب في المشهد 6، 8، 9 و40% في المشهد 1. ثم فئة النفي التي وصلت نسبتها الى 28.57% في المشاهد 5، 6، 8 و14.28% في المشهد 7. اما فئة التعجب فوصلت الى 60% في المشهد 5 وتساوت نسبتها بـ 20% في المشهدين 7 و9.

من خلال البيانات أعلاه يتوضح لنا ان الاسلوب الانشائي استخدم لغرضه المتعارف عليه الا وهو الإقناع وإثارة ذهن المخاطب بشكل عام.[1] وبشكل خاص تعددت استخداماتها ووظائفها في عدة مشاهد، اذ ان اسلوب الامر والطلب وظفا بشكل متوازي في عدة مشاهد من بينها تبيين دور الوالدين في توجيه اولادهم الى ما هو اصح وكذلك في حديث المختصين الذين وجهوا عدة تعليمات للمشاهدين بغرض تحسيسهم بخطورة الموقف. الاستفهام الحقيقي من جهة وظف لمعرفة امر مجهول[2]، كأسئلة تحتاج الى جواب مثلما حدث في مشاهد المقابلات مع المختصين. اما الاستفهام البلاغي الذي وظف فلا يتطلب جوابا انما يحمل من المشاعر اغراض بلاغية عديدة منها: التشويق، الانكار، التهكم والسخرية، التعجب، التسوية. من جهة اخرى كان لتوظيف النهي عدة اهداف منها توعية الجمهور وإيضاح الممارسات السلبية التي يجب التخلي عنها. اما بالنسبة للنفي فقد تمثل في عدة مشاهد من بينها انكار المراهقين لحقيقة ادمانهم على مواقع التواصل الاجتماعي. واخيرا التعجب الذي وظف في مشاهد الاحداث السريعة والصادمة بغرض جعل المشاهد يفهم الخطر الناجم عن هذه المعضلة.

ب-فئات المضمون:

1-فئة الشخصيات الفاعلة:

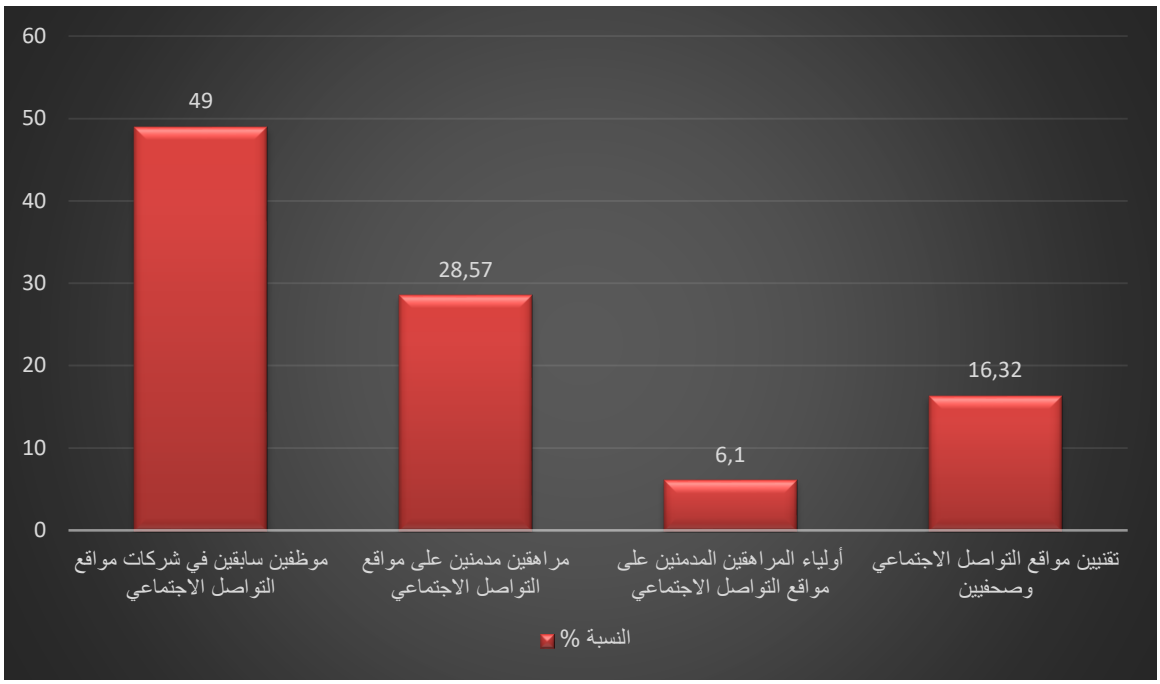
الجدول 8: يبين فئة الشخصيات الفاعلة

الشخصيات	التكرار	النسبة %
موظفين سابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي	24	49
مراهقين مدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي	14	.5728
أولياء المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي	3	6.10
تقنيين مواقع التواصل الاجتماعي وصحفيين	8	16.32
المجموع	49	100

[1] ابناؤنا في الفاسبوك، المرجع السابق.

[2] إعلاميون بلا حدود، أسلوب الاستفهام وأغراضه البلاغية، 14فيفري 2019، https://m.facebook.com/420seraj/posts/2142897269121434?، يوم 2ماي 2022، 20:30.

الشكل8 : يبين فئة الشخصيات الفاعلة



توضح نتائج الجدول رقم (8) أن حضور شخصيات الموظفين السابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي كان هو الأبرز بنسبة 49% بالمئة مقارنة بفئات الشخصيات الاخرى، تليها نسبة 28.57% تمثلت في شخصيات المراهقين المدمنين، ثم نسبة 16.32% تمثلت في تقنيي مواقع التواصل الاجتماعي والصحفيين، أما فيما يخص شخصيات الاولياء المراهقين المدمنين فقد سجلت أدني نسبة قدرت بـ 6.10.%

من خلال ما سبق نستطيع ان نقول إن الشخصيات الأكثر بروزا في الفيلم كانت شخصيات الموظفين السابقين وهذا راجع لكونها الشخصيات الفاعلة في الفيلم، فهي تساعد على إظهار وتوضيح الادوار واعتمادها كمصادر موثوقة للمعلومات نظرا لمصداقيتهم.[1] تليها فئة المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتمثيلهم الفئة المستهدفة بالدرجة الاولى ولتجسيدهم للواقع لمحاولة وضع المشاهد في الصورة وتوعيته من المخاطر الجسيمة التي تترتب عن ادمان مواقع التواصل الاجتماعي،

[1] بلال المازني، شخصيات الفيلم الوثائقي، كيف نوجهها؟، 17سبتمبر 2018، https://doc.aljazeera.net/cinema/شخصيات-الفيلم-الوثائقي-كيف-نوجهها؟ /، يوم 10افريل 2022، 19:00.

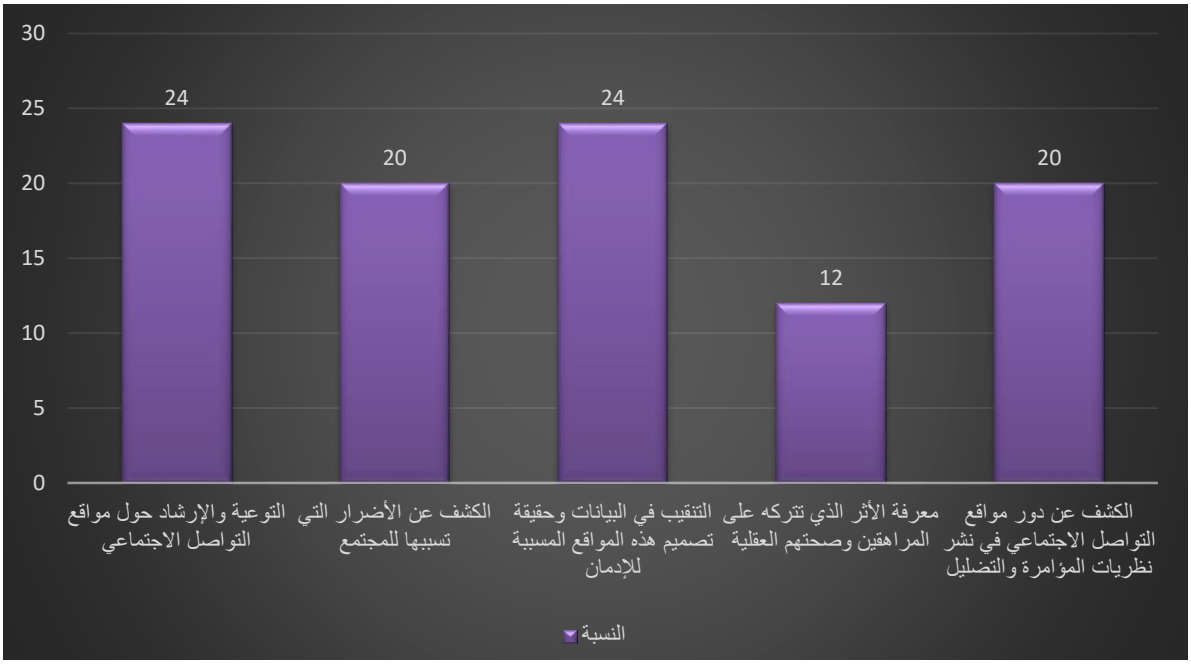
وفئة اولياء المراهقين المدمنين على هذه المواقع لكونهم الفئة المتضررة بالدرجة الثانية وتقديم لهم حلول مفترضة للتقليل من مضار ادمان ابنائهم على هذه المواقع، اما بالنسبة للفئة الاخيرة المتمثلة في فئة تقنيي مواقع التواصل الاجتماعي والصحفيين فكانت بنسبة متوسطة وذلك من اجل كشف حقيقة تصميم هذه المواقع واظهار الجانب الاسود للخوارزميات التي صممت خصيصا لأجل ان تكون مسببة للإدمان.

2-فئة الأهداف:

الجدول 9: يبين فئة الأهداف

الأهداف	التكرار	النسبة
التوعية والإرشاد حول مواقع التواصل الاجتماعي	6	24
الكشف عن الأضرار التي تسببها للمجتمع	5	20
التنقيب في البيانات وحقيقة تصميم هذه المواقع المسببة للإدمان	6	24
معرفة الأثر الذي تتركه على المراهقين وصحتهم العقلية	3	12
الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر نظريات المؤامرة والتضليل	5	20
المجموع	25	100

الشكل 9: يبين فئة الأهداف



يظهر من خلال الجدول اعلاه رقم (9) ان هناك تقارب في النسب بشكل كبير بين اربع اهداف توعوية اساسية المتمثلة في التوعية والارشاد حول مواقع التواصل الاجتماعي والتنقيب في البيانات وحقيقة تصميم هذه المواقع المسببة للإدمان بنسبة 24% بينما نسبة 20% تشاركتها الاهداف التوعوية المتمثلة في الكشف عن الاضرار التي تسببها للمجتمع والكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر نظريات المؤامرة والتضليل، اما ادنى نسبة فترجع الى هدف معرفة الاثر الذي تتركه على المراهقين وصحتهم العقلية بنسبة 12%.

يمكن التفسير من النسب الممثلة اعلاه ان التركيز على طبيعة الاهداف كان على الفكرة الاساسية للفيلم الا وهي توعية المستخدمين و المراهقين بشكل خاص من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي و تبيين الجانب السلبي لهذه الممارسات و تأثيرها الخطير على حياة الفرد، كما سلط الضوء ايضا بشكل كبير على جزئية استخدام مسؤولي هذه المواقع خاصية التنقيب في بيانات المستخدمين و استعمال هذه الاخيرة في جعلهم مدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى شرح و اظهار كيف صممت خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي للغرض نفسه.[1] كما سعى صناع الفيلم الى الكشف عن الجانب التضليلي لهذه المواقع حيث اظهروا كيف يتم الترويج للمعلومات الخاطئة او ما سموها بنظريات المؤامرة بشكل اوسع وأسرع من المعلومات الصحيحة وحاولوا ايضا وضع هدف آخر في الصورة الا وهو الكشف عن الاضرار التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي للمراهقين حيث انهم معرضون بشكل أكبر لهذه النتائج السلبية حيث ان نفسياتهم تكون هشة أكثر من غيرهم.

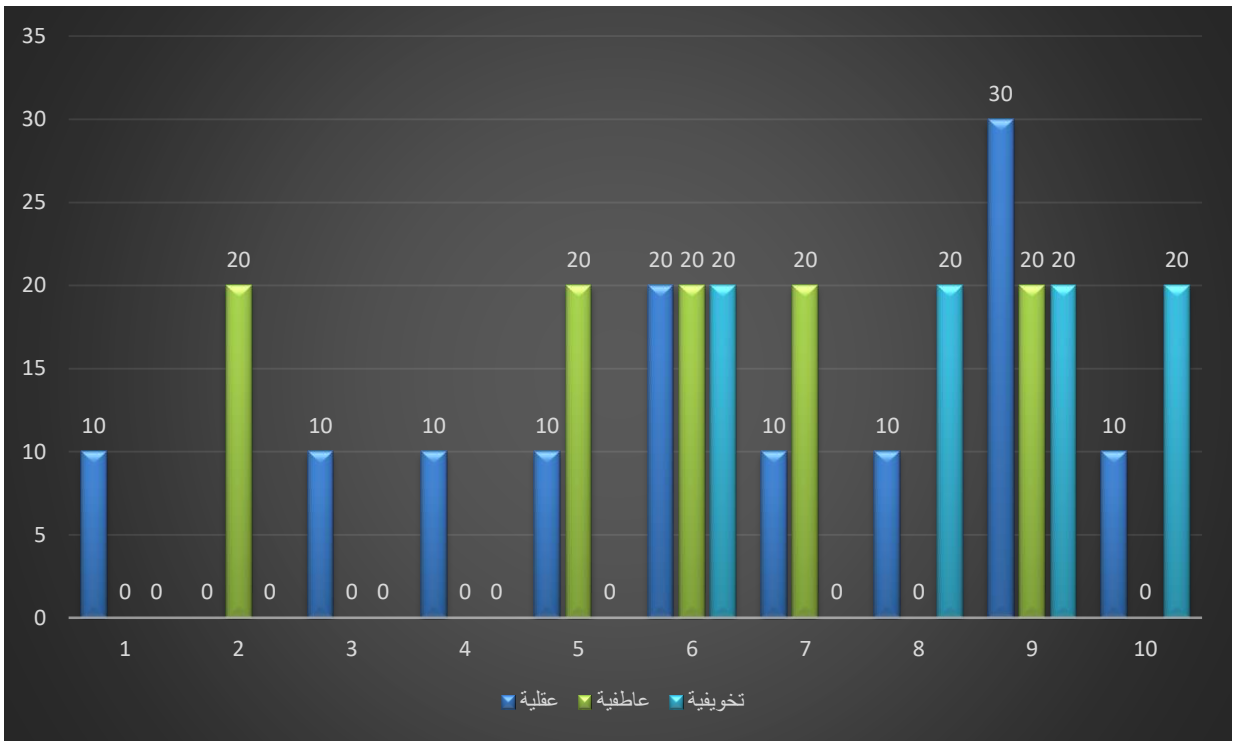
[1] The social dilemma, interview: Tim Kendall (Facebook former executive, Pinterest former president, Moment ceo).

3-فئة نوع الاستمالات:

الجدول 10: يبين فئة نوع الاستمالات

الاستمالات	عقلية		عاطفية		تخويفية	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%
1	1	10	00	00	00	00
2	00	00	1	20	00	00
3	1	10	00	00	00	00
4	1	10	00	00	00	00
5	1	10	1	20	00	00
6	2	20	1	20	1	20
7	1	10	1	20	00	00
8	1	10	00	00	1	20
9	3	30	1	20	1	20
10	1	10	00	00	1	20
المجموع	10	100	5	100	5	100

الشكل 10: يبين فئة نوع الاستمالات



نلاحظ من الجدول رقم (10) ان فئة الإستمالات الاقناعية انقسمت الى 3 إستمالات اساسية اذ سجلت فئة الإستمالات العقلية أكبر نسبة في اغلب المشاهد حيث استخدمت بنسبة 30% في المشهد 9 تليها 20% في المشهد 6 ثم استخدمت في المشاهد 1، 3، 4، 5، 7، 8، و10 بـ 10% لكل مشهد. اما الإستمالات العاطفية فتساوت نسب استخدامها بـ 20% في المشاهد 2، 5، 6، 7 و9. وبالنسبة للأساليب التخويفية فقد استخدمت في المشاهد 6، 8، 9، 10 بنسبة قدرت بـ 20% لكل مشهد.

وبناء على ما سبق إن الاستمالات العقلية كانت الاكثر استخداما حيث تجسدت في مشاهد كثيرة مثل المشهد السادس عندما استعين بمراهقين حقيقين من اجل الكشف عن المتوسط اليومي للساعات التي يقظونها في استخدام وتصفح حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وعندما تحدثت أحد اهم الشخصيات المختصة في طب الادمان عن انه رغم انها مسلحة بكل الخبرة والمعرفة في المجال الا انها تتشاجر مع اولادها بشأن الوقت الذي يضيعونه على اجهزتهم اين طرحت عدت حلول استفادت منها. كما

ورد كذلك في المشاهد الاخرى اقتراحات منطقية[1] للحد من ادمان هذه المواقع مثل اطفاء خاصية الاشعارات وحذف التطبيقات التي ليس لها اهمية. انتقالا الى الاستمالات العاطفية التي برزت في عدة مواقف منها عندما طلبت الام من اولادها محاولة استخدام حواسهم الخمس للاستمتاع بتناول طعام العشاء الذي تعبت في اعداده لهم، كذلك عندما تم اظهار العزلة الاجتماعية التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي من هدم للعلاقات الانسانية المهمة التي جسدت في مشاهد بعد المراهقين عن افراد الاسرة والاصدقاء والاشخاص الذين يهتمون لأمرهم بسبب مواقع التواصل الاجتماعي. اما الاستمالات التخويفية فقد استخدمت بشكل مباشر في تصوير الانقياد الاعمى للمراهقين وراء فئة المؤثرين على المواقع الذين يروجون للممارسات السيئة ونظريات المؤامرة، دون الاستناد الى مرجع موثوق لأجل تحقيق اهداف ربحية لا غير، كذلك استعمل الاسلوب التخويفي في تمثيل ما ينجم عن الانسياق وراء ما يروج له في مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق مشاهد العنف والمشبكات مع رجال الشرطة.

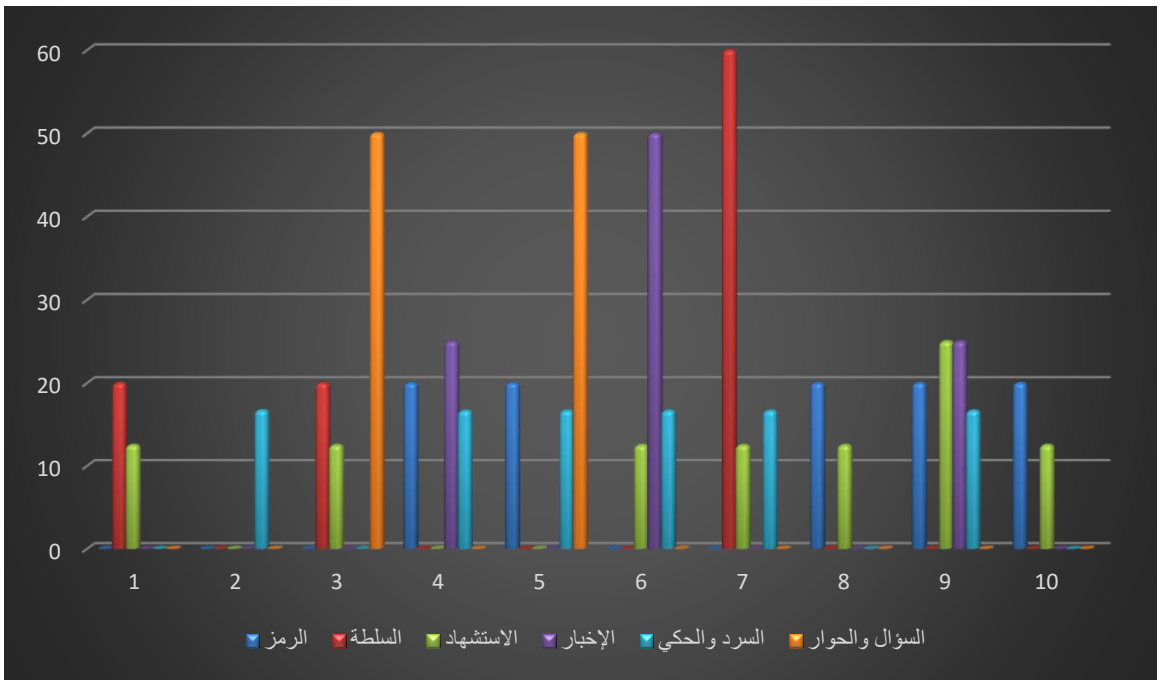
[1] محمد بن علي بن محمد السويد: التغريب الثقافي في الإعلان التجاري دراسة تحليلية تقويمية لعينة من الإعلانات التجارية في وسائل الإعلام في المجتمع السعودي، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، السعودية، الجزء الثاني، 2008، ص 377.

4-فئة حجج التوعية:

الجدول 11: يبين فئة حجج التوعية

حجج التوعية	الرمز		السلطة		الاستشهاد		الإخبار		السرد والحكي		السؤال والحوار	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	00	00	1	20	1	12.5	00	00	00	00	00	00
2	00	00	00	00	00	00	00	00	1	16.70	00	00
3	00	00	1	20	1	12.5	00	00	00	00	1	50
4	1	20	00	00	00	00	1	25	1	16.66	00	00
5	1	20	00	00	00	00	00	00	1	16.66	1	50
6	00	00	00	00	1	12.5	2	50	1	16.66	00	00
7	00	00	3	60	1	12.5	00	00	1	16.66	00	00
8	1	20	00	00	1	12.5	00	00	00	00	00	00
9	1	20	00	00	2	25	1	25	1	16.66	00	00
10	1	20	00	00	1	12.5	00	00	00	00	00	00
المجموع	5	100	5	100	8	100	4	100	6	100	2	100

الشكل 11: يبين فئة حجج التوعية



يظهر من خلال الجدول رقم (11) ان فئة حجج الرمز استخدمت بشكل كبير في 5 مشاهد اساسية وهي المشاهد 4، 5، 8، 9، 10 بنسبة 20% لكل مشهد. تأتي بعدها فئة السلطة التي وصلت الى 20% في كل من المشهد 1 و3 ليركز عليها أكثر في المشهد 7 بنسبة وصلت الى 60%. اما فئة الاستشهاد فنلاحظ وجودها بكثرة بنسبة 12.5% في المشاهد 2، 3، 6، 7، 8 و10 وبنسبة 25% في المشهد 9. فئة حجج الاخبار من جهة اخرى سجلت نفس النسبة في المشهد 4 و9 وتصاعدت الى 50% في المشهد 6. حجة السرد والحكي كذلك كان لها وجود قوي اذ استخدمت في اغلب المشاهد بنسبة تراوحت بين 16.66% الى 16.70% ما عدا المشاهد 1، 3، 8 و10 التي انعدمت فيها حجة السرد والحكي، اما بالنسبة للسؤال والحوار فقد سجلت نسبة 50% لكل من المشهد 3 و5.

يمكن ان نفسر مما سبق انه تم استخدام عدة اساليب حجاجيه توعوية في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية بغرض توعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي، اذ ان توظيف حجة الاستشهاد كانت الاكثر استخداما في اغلب المشاهد وذلك راجع الى رواج عدة ثقافات[1] بين المستخدمين

[1] بورقعة سمية، "حملة الايادي البيضاء برنامج المرأة النموذج انموذجا"، الحملات الإعلامية دراسة في الأساليب الاقناعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، قسم الاعلام والاتصال جامعة عنابة – الجزائر – العدد 4، ص180-201

والمراهقين خاصة مثلما صور في مشاهد المراهقين وهم يستخدمون هواتفهم على مائدة العشاء وفي المدارس بينما الاستاذ يشرح الدرس وعندما كان عليهم القيام بمهامهم المنزلية او الخارجية، فهذا ما تم توظيفه تماما من اجل ايصال فكرة اعتياد المراهقين بشكل مرضي على هذه الممارسات السلبية ومحاولة تزويدهم بالمعلومات اللازمة وتوعيتهم من مخاطر الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي، بغرض جعلهم افراد واعيين ومسؤولين في المجتمع. ثم حجة السرد الحكي التي تم فيها الإتيان بشواهد وادلة منقولة عن اناس يعايشون هذه الظاهرة وهم أنفسهم مدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي وتقديمهم لبراهين جاهزة وغير صناعية، اي لم يتم صنعها من قبل القائمين عن الفيلم بل اعتمدوا فيها على هؤلاء الاشخاص الذين اظهروا حقائق مختلفة عن مدى تعلقهم بهواتفهم وحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مرضي. اما بالنسبة لأسلوب الرمز الذي وظف بشكل موازي للأسلوب السابق حيث تمثل بإظهار تعابير الوجه لكل من الشخصيات الاساسية[1] للفيلم وخاصة المراهقين، مثلا في شخصية المراهقة التي ظهر على وجهها الحزن والالم النفسي عندما تلقت تعاليق سلبية على صورتها عبر صفحتها، مما يبعث برسالة واضحة عن الصدمات النفسية التي تسببها هذه المواقع للمراهقين، فالغرض من توجيه هذه الرسالة هو تشجيع المراهقين على حب وتقدير ذواتهم وتعزيز ثقتهم بنفسهم حتى لا تؤثر فيهم آراء الغير. حجة السلطة على كف آخر تم عرضها على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من اجل اتباع نصائحهم والاخذ تعليماتهم، بما انهم اصحاب السلطة على هذه المواقع بذات بناء على خبراتهم المتعلقة بالمجال.[2] لتأتي بعدها حجة الاخبار التي كانت وظيفتها الاساسية تقديم بيانات ومعلومات تثبت فكرة[3] ادمان المراهقين مثلما تم تدعيم فكرة تضيع الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي بإظهار عينات مراهقين حقيقين وكشفهم لعدد الساعات المنقضية في تصفح موقع انستغرام. فالرسالة المراد ايصالها هي قضاء وقت اقل في استخدام هذه المواقع واستغلالها فيما يفيد. وفي الاخير اسلوب الحوار والسؤال الذي وظف بشكل اقل في المشاهد المختارة، والذي كانت وظيفته طرح اسئلة مهمة تدعو

[1] حسن عماد مكاوي، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر، (بدون دار نشر) 2009، ص105.

[2] حجة من السلطة: الخصائص والأمثلة، https://ar.warbletoncouncil.org/ejemplos-argumento-de-autoridad-880 يوم 20ماي 2022، 17:00.

[3] الموسوعة التعليمية، 5جانفي 2022، https://ar.mawso3a.net/29441/ شرح-نص-هل-الأخبار-حجة-؟، يوم 20ماي 2022، 16:00.

الى حوار مع المتلقي وتفسير نقاط اساسية[1] حول موضوع الإدمان.

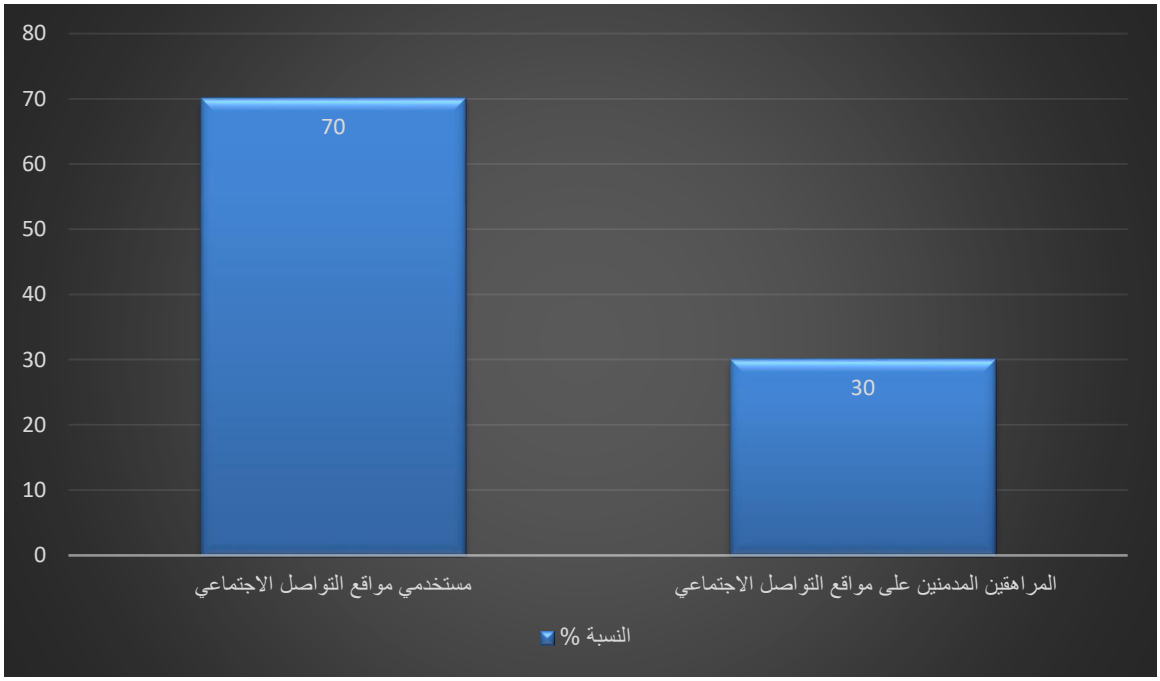
نستخلص مما سبق ان الغاية من توظيف حجج التوعوية ككل تكمن في استبعاد الفهم السطحي للأفكار المطروحة والغوص في عمق المفاهيم لتحقيق استجابة لهذا النوع من التوعية.

5-فئة الجمهور المستهدف:

الجدول 12: يبين فئة الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة %
مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	35	70
المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي	15	30
المجموع	50	100

الشكل 12: يبين فئة الجمهور المستهدف



[1] Yvon Haradji / Philippe Suignard / J-B. Haué, ResearchGate, DBLP, N10, P4

يتوضح من خلال الجدول رقم (12) ان الجمهور المستهدف في الفيلم انقسم الى جمهورين: مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 70% وكانت الاكبر وجمهور المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي الذي سجل نسبة 30%. يتوضح لنا مما سبق ان الجمهور المستهدف بالدرجة الاولى من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية كان فئة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وذلك لمدى انتشار الظاهرة بشكل كبير والتي نعيشها بشكل يومي حولنا. ثم جمهور المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي فركز عليها بشكل كبير كذلك، وهذا راجع لكونهم الفئة المتضررة بشكل خطير، نظرا لصغر سنهم وقلة وعيهم مما ادى الى تضييع وقتهم في هذه الممارسات على حساب الاشياء الاكثر اهمية في حياتهم مثل الدراسة وتكوين صداقات حقيقية وحتى في تكوين شخصياتهم[1]، لذلك اتجه الفيلم بشكل مخصص لهم عن طريق توظيف المشاهد التمثيلية للمراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي وتبيين الخطر الكبير الذي يحدق بهم من قلة حب الذات وتقديرها الى حد الانتحار.

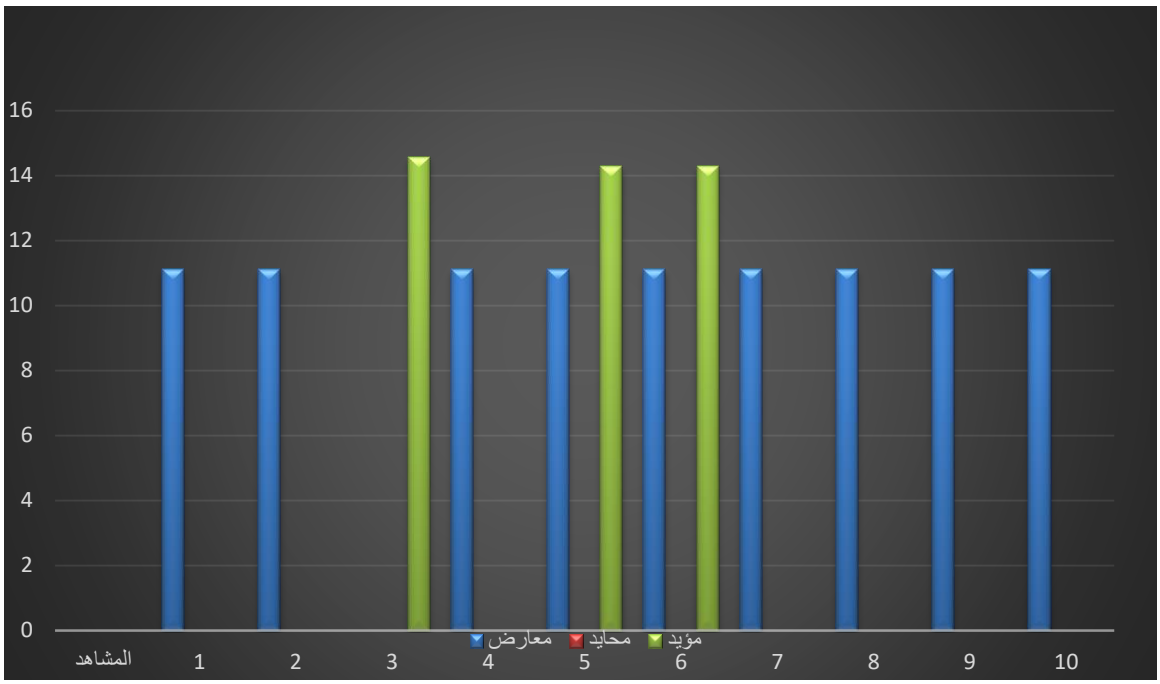
[1] The social dilemma, interview: DR. Anna Lembke, (Stanford University, School of Medicine, Medical Director of Addiction Medicine).

6-فئة الاتجاه:

الجدول 13: يبين فئة الاتجاه

الاتجاه	معارض		محايد		مؤيد	
المشاهد	ك	%	ك	%	ك	%
1	1	11.11	00	00	00	00
2	1	11.11	00	00	00	00
3	00	00	00	00	4	14.57
4	1	11.11	00	00	00	00
5	1	11.11	00	00	1	14.28
6	1	11.11	00	00	1	14.28
7	1	11.11	00	00	00	00
8	1	11.11	00	00	1	14.30
9	1	11.11	00	00	00	00
10	1	11.11	00	00	00	00
المجموع	9	100	00	00	**7**	100

الشكل 13: يبين فئة الاتجاه



يوضح الجدول اعلاه رقم (13) ان أكبر نسبة سجلت في الاتجاه المؤيد كانت 14.57% في المشهد 3 يليها المشهد 8 بنسبة 14.30% و14.28% لكل من المشهد 5 و6. بينما الاتجاه المعارض فقد تساوت نسبته بـ 11.11% في اغلب المشاهد باستثناء المشهد 3 الذي لم يسجل فيه اية معارضة. وفيما يخص الاتجاه المحايد فقد كانت نسبته منعدمة في المشاهد العشرة كاملة في حين نلاحظ استخدام اتجاهين في نفس المشهد مثل ما حدث في المشهد 5 و6 بنفس النسبة التي قدرت بـ 14.28%. مؤيد و 11.11% معارض والمشهد 8 بنسبة 14.30 اتجاه مؤيد و 11.11% كذلك معارض.

يمكن التفسير من النسب الممثلة اعلاه ان فئة الاتجاه كانت متضاربة النسب بشكل عام و مستقرة في بعض المشاهد بشكل خاص و هذا يرجع الى المهمة التي كلف صناع الفيلم انفسهم بها الا وهي توعية المشاهد و مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي على حد سواء[1]، اذ نلاحظ مزج الاتجاهات المعارضة و المؤيدة في المشاهد الاولى بشكل كبير و ذلك من اجل ادخال المشاهد في جو الفيلم بشكل سريع و جعل الافكار المطروحة سهلة الاستهلاك، بينما الاتجاه المحايد كان منعدم الوجود وذلك راجع لأهداف صناع الفيلم الواضحة فركزوا على اظهار اتجاههم في كل المشاهد سواء بالاعتراض او التأييد

[1] https://www.netflix.com/social-dilemma /2021-01-01/ 20:00.

فابتعدوا بشكل مدروس ومقصود عن الاتجاه المحايد، اما فيما يخص الاتجاه المعارض فكان له حصة الاسد من غالبية المشاهد بنسب متقاربة في كل مشهد و ذلك بسبب طبيعة الفيلم المعارضة للطرق والتصميمات المطورة خصيصا لجعل المستخدمين مدمنين على وسائل التواصل الاجتماعي.

3-النتائج العامة للدراسة:

ان النتائج والتفسيرات المقدمة هي عبارة عن خلاصة دراستنا البحثية المستنبطة من المعلومات التي قمنا بجمعها وذلك باستخدام جملة من الأدوات مثل الملاحظة واستمارة تحليل مضمون التي رصدناها خلال مراحل إعداد هذه الدراسة:

- تعد اللغة الانجليزية العالمية هي الاكثر استخدامًا في مشاهد ادمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي من فيلم المعضلة الاجتماعية وذلك حسب طبيعة الجمهور الموجهة اليه.
- كما اظهرت نتائج الدراسة ان غالبية المشاهد كانت تتراوح مدتها من 30 الى 59 ثانية وهي المشاهد التي تناولت حقيقة تصميم مواقع التواصل الاجتماعي المسببة للإدمان.
- استخدم فيلم المعضلة الاجتماعية اللقطة الصدرية واللقطة الحزاميه بشكل كبير في تصوير مشاهد الإدمان وذلك للتركيز على المعلومات المقدمة من طرف الشخصيات، كما استخدمت الزاوية الأمامية بنسبة كبيرة لإعطاء اهمية للموضوع المصور. واعتمد فيلم المعضلة الاجتماعية على المشاهد التمثيلية بشكل مكثف من اجل تقريب الصورة الواقعية للجمهور المستهدف.
- وظف الاغراء في الأسلوب الخبري بشكل كبير لتبيان طريقة جذب هذه المواقع للمستخدمين، بينما في الاسلوب الإنشائي فقد وظف اسلوب الامر والطلب بشكل متوازي لشرح وتوصيل دور التوعية حول مواقع التواصل الاجتماعي.
- كانت الشخصيات الاكثر بروزا هم الموظفين السابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي.
- وجهت اهداف التوعية في فيلم المعضلة الاجتماعية الى اتجاه تمثل في توعية الجمهور المستهدف من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي وكشف حقيقة تصميم هذه الاخيرة لجعلها مسببة للإدمان.
- استخدمت الاستمالات العقلية بشكل اساسي لأجل ترسيخ فكرة الفيلم المتمثلة في معضلة الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

- تم التركيز على توظيف حجة الاستشهاد في فئة حجج التوعية من اجل تقريب الصورة الواقعية لرواج عدة ممارسات سلبية نجمت عن مواقع التواصل الاجتماعي.
- وجه فيلم المعضلة الاجتماعية بشكل عام الى كل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والى فئة المراهقين بشكل خاص.
- كما اشارت الدراسة الى اتجاه الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية المعارض بشكل كبير وذلك راجع الى طبيعة الفيلم بحد ذاته.

4-مناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة:

بعد القيام بتحليل مضمون الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية توصلنا الى العديد من النتائج التي ساعدتنا في الإجابة على التساؤلات المطروحة، والمتمثلة في :

أظهر فيلم المعضلة الاجتماعية الضرر الذي ألحقته شبكات مواقع التواصل الاجتماعي بالمراهقين كونها السبب في عدم التركيز في دراستهم و تضليلهم باتباع الأخبار الكاذبة ونظريات المؤامرة، كما أظهر أنها السبب الرئيسي في الصدمات النفسية للمراهقين و عدم تقديرهم لذاتهم .

-قام فيلم المعضلة الاجتماعية بتنمية الوعي الأخلاقي الفردي والمؤسساتي عن طريق تقديم بيانات وحالات من الواقع لتفعيل جانب الشعور الذي يكمل العقل للحد من خطورة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

-حث فيلم المعضلة الاجتماعية القائمين على مؤسسات شبكات التواصل الاجتماعي على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستخدمين عامة والمراهقين خاصة عن طريق كشف الجانب السلبي لإدمان هذه المواقع و العواقب الناتجة عنه .

-التزم فيلم المعضلة الاجتماعية بتحقيق حق المشاهدين في الحصول على المعلومات من خلال توظيف شخصيات واقعية المتمثلة في موظفين سابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي الذين قدموا حقائق وبيانات حول طريقة تصميم هذه الشبكات حتى تصبح مسببة للإدمان، كما استند على مشاهد واقعية لمراهقين مدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة تصوير النتائج السلبية لهذا الاستخدام.

5-مناقشة النتائج على ضوء نتائج الدراسات السابقة:

بالعودة إلى الفصل الأول الخاص بالدراسة "مقدمة" وتحديداً عند عنصر الدراسات السابقة، يمكننا أن تلاحظ أن عديد الدراسات تناولت موضوع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية عربية كانت وأجنبية وجميعها استفادت منها الباحثة في جميع خطوات بحثها، من إشكالية الدراسة وصولا إلى تحليل البيانات ومناقشتها، في هذه المرحلة من الدراسة وجب علينا مقارنة ما توصلت إليه دراستنا هذه مع نتائج الدراسات السابقة وكانت كالآتي:

الدراسة الأولى: "تأثير شبكة الانترنت على المراهقين في الأردن" وهي من إعداد "جمانا محمد علي 2017"، اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية كونها توصلت الى أن شبكة الانترنت تؤثر سلبا على المردود الدراسي للمراهقين حيث اظهرت تقصير في أداء الواجبات المدرسية بسبب تصفح شبكة الانترنت ثم ضياع الوقت، في حين اختلفت في التأكيد على الدور الرئيسي للأسرة في توجيه ابنائهم أثناء استخدام الانترنت، بينما توصلت دراستنا الى كون التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين يحتاج الى تدخل اكبر اذ ان الخوارزميات المطورة لجعل المستخدم مدمن تحتاج الى تدخل من المجتمع و السلطات المعنية.

الدراسة الثانية: وهي بعنوان "التشوهات المعرفية و علاقتها بالإدمان على الانترنت لدى المراهقين" دراسة مقدمة من طرف "خلفاوي فاطمة الزهراء و بوروبة امال 2021"، اتفقت هذه الدراسة ودراستنا في الاعتماد على اصحاب السلطة و قادة الرأي في الحد من التشوهات التي ترتبت عن الاستخدام الخاطئ لمواقع التواصل الاجتماعي و الانترنت بشكل عام حيث توصلت دراستنا ان الموظفين السابقين للمواقع هم الأشخاص المخولون لتقديم التوعية حول مواقع التواصل الاجتماعي، و اختلفتا في حصر العلاقة الارتباطية بين الادمان على الانترنت و التشوهات المعرفية فقط، بينما عممت دراستنا التأثير الخطير لمواقع التواصل الاجتماعي على حياة المراهق من كل الجوانب.

الدراسة الثالثة: بعنوان "معضلة مواقع التواصل الاجتماعي، تصورات و اخلاقيات الذكاء الاصطناعي" أجرتها "نوهه سمير محجوب 2020"، اتفقت هذه الدراسة ودراستنا الحالية في نوع اللغة الأكثر استخداما على المواقع الاجتماعية فتبين أنها اللغة الانجليزية العالمية نظرا الى ان اغلب المستخدمين من فئة الشباب و دراستنا توصلت الى انها اللغة الاكثر استخداما في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية نظرا

الى الجمهور المستهدف، في حين اختلفت نتائج الدراستين في طرق معالجة الاثار السلبية للمواقع حيث تناولت دراستنا التوعية الاعلامية عن طريق الافلام الوثائقية بينما اعتمدت دراسة نوهه سمير محجوب الى معرفة رؤية المشاركين للتأثير العام لمواقع التواصل الاجتماعي على تصورهم للواقع.

الدراسة الرابعة: وجاءت بعنوان: "معضلة وسائل التواصل الاجتماعي: تعامل جيل الالفية مع تتبع البيانات في مجتمع وسيط" من طرف"Hannah Volman 2021" ، اتفقت الدراستين في الاتجاه المعارض ضد الممارسات السلبية المؤدية الى ادمان مواقع التواصل الاجتماعي في الستة عشر مقابلة وبالنسبة لدراستنا الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية المعارض بحد ذاته لهذه الاخيرة. في حين اختلفتا في معرفة طريقة تحديد معضلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توصلت الدراسة الى تحديد جيل الالفية الهولندي لثلاث معضلات تتعلق اساسا بالخصوصية، بينما دراستنا توصلت الى الجانب التوعوي المستخدم في الفيلم الوثائقي المعضلة الاجتماعية.

الدراسة الخامسة: بعنوان: "إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ووباء الوحدة" للطالبة Melanie Huynh" "2021، اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراستنا في اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة يستخدمها المراهقون دون أدنى ارشاد او توجيه،

6-آفاق الدراسة:

من خلال دراستنا لكيفية معالجة فيلم المعضلة الاجتماعية لقضية ادمان مواقع التواصل الاجتماعي شكلا ومضمونا، أثار انتباهنا مجموعة من التساؤلات والاشكاليات التي يمكن ان تشكل نقطة بداية للمهتمين والباحثين في مجال الاعلام والاتصال، ويتعلق الامر خاصة بما يلي :

-دراسة الافلام الوثائقية كنوع من التوعية الاعلامية لثبوت جدارته في تنوير الرأي العام حول القضايا الشائكة و التي أدت بأكبر و اغنى ملاك هذه المنصات الى المسائلات القضائية، مما يجعل هذا النوع من الدراسات مشوقة و مليئة بالنقاط المهمة التي تستحق الدراسة.

-التنويع في طبيعة الدراسة فيما يخص التوعية الاعلامية حيث يوجد كم هائل من الدراسات السيميولوجية و الميدانية حول الموضوع و غالبيتها عن الحملات الاعلامية، و ندرة دراسات تحليل مضمون عن الافلام الوثائقية بشكل خاص.

-تسليط الضوء على نقطة الخوارزميات المعقدة التي استخدمت في تصميم مواقع التواصل الاجتماعي لجعلها مسببة للإدمان و رؤية مهندسي و مسؤولي هذه المواقع المستخدمين على انهم سلعة تباع للمعلنين.

خـــاتمـــة.

خاتمة

خاتمة:

حاولنا بهذه الدراسة الكشف عن الآليات المستخدمة في فيلم المعضلة الاجتماعية لتوعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي وتبين طرق واهداف الفيلم التوعوية التي سعى من خلالها صناع الفيلم الى نشر الوعي فيما يتعلق بآثار مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين بشكل عام والمراهقين بشكل خاص، لمساعدتهم على بناء علاقات هادفة وإيجابية مع هذه المنصات.

اذ تتمحور معضلة التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي على انها شركات أعمال تستهدف الربح فقط، متجاهلة تأثيرها الهائل على المجتمع والاحتمالات الكثيرة للمخاطر خاصة بالنسبة للمراهقين وهذا ما يحتاج إلى مزيد من المراجعة. فآثار مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا تجاوزت توقعات أي شخص وذلك راجع الى مطوري التكنولوجيا الذين لا يتوقفون أبدا عن اختراع التقنيات الجديدة التي تستهدف التقاط اهتمام الناس للتطبيقات أكثر وأكثر.

ان الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الآن واضح للباحثين وينشأ العديد من مخاوف بشأن التأثير الخطير الذي قد يحدثه في المستقبل، معضلة ينبغي أن تناقش على نطاق أوسع وصراحة لوضع القواعد الأخلاقية لتنظيم هذا المجال الجديد للاتصالات وتعديل استخدامه لصالح البشر ليس لتدميرهم ليس بالمهمة السهلة ولكن ليست مستحيلة. لهذا فإن الاعتماد على التوعية الاعلامية بشتى انواعها اصبحت شيء ضروري.

قائـمة المـراجع

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم والقواميس:

1. علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي ألفبائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط 7، 1997.
2. قاموس منجي الطلاب
3. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، بيروت، دار الجيل، ١٩٩٤.
4. محمد فريد عزت، القاموس للمصطلحات الاعلامية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢.
5. معجم اللغة العربية المعاصر.
6. معجم المصطلحات الفقهية.

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
2. أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود: المعجم العربي –الميسر–دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري.
3. ادوين أمري وفيليب اولت دارين ك. اجي، الاتصال الجماهيري، ترجمة سلام إبراهيم، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٠.
4. جبران مسعود: الرائد معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، دار النسر للملايين، ط3، 2005.
5. جرار ليلى احمد، الفاسبوك والشباب العربي، دار الفلاح للنشر، عمان، 2012.
6. حسن عماد مكاوي، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر، (بدون دار نشر) 2009
7. حسين علي إبراهيم الفالحي، الديمقراطية والإعلام والاتصال، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
8. الدكتور عبد الهادي الفضلي، أصول البحث، الطبعة الأولى، دار المؤرخ العربي، بيروت1992،

قائمة المراجع

9. الدليمي، 2021،

10. ر. ا بورتسكي و.أيوردفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة ابتسام علوان، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والفنون، ١٩٨٧.

11. رشاد الفقيه، الفقيه.

12. رشدي احمد طمعيه، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، دار النشر للفكر العربي، القاهرة، 2004.

13. ريان محمد سيد، الإعلام الجديد، الطبعة الأولى، القاهرة، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع،2012.

14. سهير جاد وسامية احمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٧.

15. سهير جاد وعبد العزيز شرف، البرامج والتلفزيون والاعلام الثقافي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧.

16. شمس الدين فتحي، شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2013.

17. ضياء مرعي، السينما التسجيلية في مصر، الإسكندرية، دار الوفاء، ٢٠٠٤.

18. الطيب محمد الظاهر، مبادئ الصحة النفسية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2013.

19. عاطف عدلي العيد، زكي احمد عزمي، الأساليب الإحصائية واستخداماتها في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر للنشر، القاهرة، 1993.

20. عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان: مؤسسة الوراق، 2002.

21. عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفاسبوك، الطبعة الاولى، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2011.

22. عبد الرحمان عزي: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2016.

قائمة المراجع

23. عجم محمد، الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب، دار الاركان للنشر والتوزيع، 2011.

24. عدنان مدانات، بحثا عن السينما، بيروت، دار القدس، 1975.

25. العصيمي، سلطان عائض"إدمان الإنترنت وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، (٢٠١٠).

26. اعلاميون بلا حدود "أسلوب واغراضه البلاغية"

27. علي عبد الفتاح علي: نظريات الإعلام والاتصال الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013.

28. فاروق اليس حرار، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الاعلام)، عمان، وزارة الثقافة الأردنية، ٢٠٠١.

29. فضل الله، أثر الفاسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية النشر، ط1، السودان، 2011.

30. فؤاد البكرى، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب،٢٠٠٧

31. محمد بن علي بن محمد السويد: التغريب الثقافي في الإعلان التجاري دراسة تحليلية تقويمية لعينة من الإعلانات التجارية في وسائل الإعلام في المجتمع السعودي، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، السعودية، الجزء الثاني، 2008.

32. محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.

33. محمد علي الفرجاني، فن الشريط التسجيلي، القاهرة، الدار العربية للكتاب، بلا تاريخ،

34. محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.

35. مريم زعتر، مخبر السمعي البصري 2، عناصر الصورة المتحركة، 2022/2021.

36. مريم زعتر، مخبر السمعي البصري 2، لغة الصورة السينمائية، 2022/2021.

37. المقدادي خالد غسان، ثورة الشبكة الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر، الاردن، 2013.

38. منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والطباعة، الأردن، 2007.

39. منى سعيد الحديدي، الفيلم التسجيلي (تعريفه اتجاهاته اسمه وقواعده)، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٢.

40. الموسوي، موسي جواد وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، بغداد، مكتبة الإعلام والمجتمع، 2011.

41. الموسى، 2003.

42. هلال م.نأتوت، التوثيق الاعلامي، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٩.

43. الهندي جمال محمد "الاستخدامات التربوية للإنترنت وأهم معوقاتها"، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.

44. يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع، الجزائر، 2007.

45. يوسف يوسف، موضوعات الفيلم الوثائقي العراقي، بغداد، المؤسسة العامة للسينما والمسرح، ١٩٨٣.

المذكرات والرسائل الجامعية:

1. باريان، أحمد، (2005)، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية.

2. رضا بوكراع، الدفع الوقائي من منظور نفسي اجتماعي، بحث غير منشور، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض،2003

3. يوسف حسن محمود الفراجي، اشكال البرامج الوثائقية ومضامينها (قناة ابو ظبي أنموذج)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٦.

المجلات والمقالات:

1. اربوط، بشرى إسماعيل "إدمان الإنترنت وعلاقته بكل أبعاد الشخصية والاضطرابات النفسية لدى المراهقين"، مجلة كلية التربية بالزقازيق، ٢٠٠٨.

2. إمام، سلوى، (2000)، الإعلام الصحي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 2.

3. ايمن عبد الحليم نصار، اعداد البرامج الوثائقية، عمان، دار المناهج، ٢٠٠٨.

قائمة المراجع

4. بورقعة سمية، "حملة الايادي البيضاء برنامج المرأة النموذج انموذجا"، الحملات الإعلامية دراسة في الأساليب الاقناعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، قسم الاعلام والاتصال جامعة عنابة – الجزائر – العدد 4.
5. رامي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي؛ مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2013.
6. ساري حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقة الاجتماعية، مجلة الجامعة، المجلد 24، العدد الاول، دمشق، 2008.
7. سوزان القيلني، الكتابة للراديو والتلفزيون، مجلة الفن الاذاعي، العدد ١٨٤، ٢٠٠٦.
8. الطاهر، رشيد إسماعيل، ادمان الانترنت لطلاب كلية التربية بجامعة الملك فيصل وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية، جامعة النيلين، مجلة الدراسات العليا، (٢٠١٨).
9. عسلون تبعيسى، وصفة اولية للبرامج الوثائقية العلمية في التلفزيون العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد، تونس، ٢٠٠٢.
10. فرح شو ..... مسالة بين قوسين في النهوض بالوثائق العربية، تونس، مجلة الاذاعات العربية، العدد ٣، ٢٠٠٢.
11. محمد كيرات، (2017) الإعلام والقضايا: سبل التوعية واليات المواجهة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 22،21
12. محمود سامي عطا الله، الانتاج الوثائقي في التلفزيونات العربية، تونس، مجلة الاذاعات العربية، العدد٣، ١٢٢.
13. مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل، العدد 395، لبنان، 2012.
14. معتوق كريم، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات الافراد في المجتمع، مجلة الامل، عدد 8، الجزائر، 2012.
15. منصور، عصام، والدبدوبي، عبد الله، إدمان الانترنت وأثاره الاجتماعية السلبية لدى طلبة الثانوية العامة كما يدركها الأخصائيون الاجتماعيون الأردن، مجلة كلية التربية،2011

قائمة المراجع

16. نزهت محمود الدليمي (2010) فاعلية الإعلام الحر في معالجة المشكلات الاجتماعية، مجلة الباحث الإعلامي. العدد التاسع.

17. هيثم عبد الرحمن احمد السامرائي، دور وسائل الاعلام في توعية وتثقيف الجماهير حول وباء covid19، دراسة منشورة، جامعة ام القيوين، الامارات العربية المتحدة، 2021.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Absolute Motivation. (2018, April 20). You Will Wish You Watched This before You Started Using Social Media | The Twisted Truth [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=PmEDAzqswh8

2. Amatenstein, S. (2019, November 15). Not So Social Media: How Social Media Increases Loneliness - PsyCom. Retrieved November 15, 2019, from https://www.psycom.net/how-social-media-increases-loneliness/.

3. Ballantyne, N., Duncalf, Z., & Daly, E. (2010). Kwan, G. C. E., & Skoric, M. M. (2013). O'Neill, B., Livingstone, S., & McLaughlin, S. (2011).

4. Burger, J. M. (2017). Personality. (10th Ed). Boston, MA: Cengage Learning

5. Clarke, R., and Adam, A., 2010. Digital storytelling in Australia: Academic perspectives and reflections. Arts & Humanities in Higher Education, [Online] Available at: <http://www.academia.edu/4446998/>.

6. Coenen, F. (2011). Data mining: past, present and future. *Knowledge Engineering Review,* 26(1),

7. FORA.tv. (2011, March 2). Dopamine Jackpot! Sapolsky on the Science of Pleasure [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?

قائمة المراجع

8. FORA.tv. (2011, March 2). Dopamine Jackpot! Sapolsky on the Science of Pleasure [Video file] ,Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=axrywDP9li0
9. Ge, Z., Song, Z., Ding, S. X., & Huang, B. (2017). Data mining and analytics in the process industry: The role of machine learning. *IEEE Access*, *5*, 20590-20616.
10. Good Therapy. (2019, March 12). Isolation and Loneliness: What's the Difference? Retrieved May 1, 2021, from https://www.goodtherapy.org/blog/isolation-loneliness-whats-the-difference0312197#
11. Harris, T. (2021). About Tristan Harris. Retrieved April 14, 2021, from https://www.tristanharris.com/
12. Hobson, K. (2017, March 6). Feeling Lonely? Too Much Time On Social Media May Be Why. Retrieved November 24, 2019, from https://www.npr.org/sections/health-shots/2017/03/06/518362255/feeling-lonely-too-much-time-on-social-media-may-be-why.
13. Holland, E. (2019, February 26). Why We Compare Ourselves on Social Media and How to Stop. Retrieved November 16, 2019, from https://tinybuddha.com/blog/why-compare-others-social-media-how-to-stop/.
14. Http: //ar. m.Wikipedia.org/wiki/whatsApp.
15. http://.eleagypt.com/downloadds/amina.heba.doc.
16. http://ar.Wikipedia.org/wiki/instagram.
17. http://www.kanji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc,

قائمة المراجع

18. https://m.facebook.com/420seraj/posts/2142897269121434?
19. https://www.mosoah.com,
20. https://www.netflix.com/social-dilemma .
21. https://www.netflix.com/social-dilemma .
22. https:/drasah.com\description:asp? Id=3089&ur,
23. Kennedy, H., Elgesem, D., & Miguel, C. (2017). On fairness: User perspectives on social media data mining. *Convergence*, *23*(3).
24. Kotler, S. (2017, February 17). How We Chase Dopamine: Porn, Social Media, and Alcohol. Retrieved November 16, 2019, from https://bigthink.com/videos/steven-kotler-on-addictions-and-dopamine.
25. Liyanaarachchi, G. (2021). Managing privacy paradox through national culture: Reshaping online retailing strategy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *60*, 1-10.
26. Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W., & Wilkins, P. (2018). Middle school students' social media use. J. of Educational Technology & Society, 21(1).
27. 'Maybe' is addictive like nothing else out there". (2016, January 6). Retrieved November 16, 2019, from http://jnack.com/blog/2016/01/06/maybe-is-addictive-like-nothing-else-out-there/.
28. McLean Hospital. (2021, February 9). The Social Dilemma: Social Media and Your Mental Health. Retrieved April 14, 2021, from https://www.mcleanhospital.org/essential/it-or-not-social-medias-affecting-your-mental-health.

29. Nash, K., 2014. What is interactivity for? The social dimension of web-documentary participation, Continuum, [e-journal] 28(3). https://doi.org/10.1080/10304312.2014.893995

30. New doc editing, "The Importance of Shooting Real Scenes", https://newdocediting.com/the-importance-of-shooting-real-scenes/,

31. Nnamdi godson osuagwu, Facebook addiction the life's times networking addicts, USA 2020,

32. O'Neill, B., Livingstone, S., & McLaughlin, S. (2011).Final recommendations for policy, methodology and research. London: EU Kids Online, LSE.

33. Ortiz-Ospina, E. (2019, September 18). The rise of social media. Retrieved November 21, 2019, from https://ourworldindata.org/rise-of-social-media.

34. Orzack M.H, Computer addiction: what is it? Psychiatric times, 1998,: WWW.mhsource.com/pt/.htm/

35. Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin UK, and Sunstein, C. R. (2018). # Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton University Press.

36. Parra-Arnau et al.، 2017؛ de Keyzer et al.، 2015؛ ، Segijn and van Ooijen، 2021.

37. Perlmutter, T., 2014. The Interactive Documentary: A transformative art form. Policy Options, [online] Available at: <https://policyoptions.irpp.org/magazines/policyflix/theinteractive documentary-a transformative-art-form/> [Accessed 19 November 2020].

38. Raftopoulou, c. (n.d). The Captured Citizen: A Critique of Social Marketing. United Kingdom: Manchester school of Management.

39. Ruppert, E., Isin, E., & Bigo, D. (2017). Data politics. *Big data & society*, *4*(2) n.d.

40. Sato, T. "Internet Addiction among students: Prevalence and psychological problems in Japan". Health Care Center .Saga University. Saga, 2006.

41. The social dilemma, interview: DR. Anna Lembke, (Stanford University, School of Medicine, Medical Director of Addiction Medicine).

42. The social dilemma, interview: Tim Kendall (Facebook former executive, Pinterest former president, Moment ceo).

43. Whiteman, D., 2004. Out of the Theatres and into the Streets: A Coalition Model of the Political Impact of Documentary Film and Video. Political Communication, 21(1).

44. Widyanto,Laura & Mcmurran,Mary:the psychometric properties of the internet addiction test.cyber psychology & Behavior, 2004,

45. Willoughby, M. (2019). A review of the risks associated with children and young people's social media use and the implications for social work practice. Journal of Social Work Practice, 33(2).

46. Yvon Haradji / Philippe Suignard / J-B. Haué, ResearchGate, DBLP, N10.

قائمة المراجع

المواقع الالكترونية

1-وائل السديمي، طريقة كتابة حدود البحث العلمي واهميتها لبحثك،
https://www.sanadkk.com/blog/post/32/حدود-البحث-العلمي.html

2-بلال المازني، شخصيات الفيلم الوثائقي. كيف نوجهها؟
https://doc.aljazeera.net/cinema/شخصيات-الفيلم-الوثائقي-كيف-نوجهها؟ /

3-ابناؤنا، 29جانفي 2013، https://m.facebook.com › posts ابناؤنا - facebook.com
الأسلوب الإنشائي والأسلوب الخبري والغرض منهما... | فيسبوك.

4-إعلاميون بلا حدود، أسلوب الاستفهام وأغراضه البلاغية، 14فيفري 2019،
https://m.facebook.com/420seraj/posts/2142897269121434

5-الموسوعة التعليمية، 5جانفي 2022، https://ar.mawso3a.net/29441/شرح-نص-هل-الأخبار-حجة-؟

6-روبين لاستيغ، هل يمكن أن تظل الإنجليزية "لغة العالم المفضلة"؟، 23ماي 2018،
https://www.bbc.com/arabic/art-and-

7-ناصر ونوس، قراءة في كتاب صناعة الأفلام الوثائقية لباري هامب من الفكرة إلى الشاشة،
https://doc.aljazeera.net/magazine/الفيلم-الوثائقي-نظريات-عالمية-وتجارب/قراءة-في-كتاب-صناعة-الأفلام-الوثائقية-لباري-هامب

8-Warbleton Council، حجة من السلطة: الخصائص والأمثلة،
https://ar.warbletoncouncil.org/ejemplos-argumento-de-autoridad-880

9-Drasah, مجتمع البحث, https:/drasah.com\description:asp?Id=3089&ur/

الملاحـــق

البيانات الأولية:

اسم الفيلم: المعضلة الاجتماعية.

بلد وسنة الإنتاج: الولايات المتحدة الامريكية –2020–.

مدة العرض: ساعة و34 دقيقة.

فئات الشكل (كيف قيل)

1–فئة اللغة المستخدمة:

أ–لغة الفيلم الاصلية: انجليزية اكاديمية ☐ انجليزية عالمية ☐

ب–لغة الفيلم المصاحبة: لغة عربية ☐ لغة فرنسية ☐

د–لغة الدبلجة: لغة عربية ☐ لغة فرنسية ☐

2–فئة المدة الزمنية:

اقل من 30 ثانية ☐ من 30 الى 59 ثانية ☐ من دقيقة الى دقيقتين ☐

3–فئة العناصر الفنية:

3–1 فئة أنواع اللقطات: صدرية حزاميه ☐ كبيرة ☐ مقربة ضيقة ☐
تأسيسية ☐ عامة ☐

3–2 فئة زوايا التصوير: امامية ☐ خلفية ☐ جانبية ☐
3 ارباع مواجهة ☐ 3 ارباع خلفية ☐ غاطسة ☐
عكس غاطسة ☐

3–3 فئة أنواع المشاهد: مشاهد تمثيلية ☐ مشاهد واقعية ☐ مشاهد ارشيفية ☐
مشاهد المقابلة ☐

4-فئة الأسلوب اللغوي:

4-1 الأسلوب الخبري: الاغراء ☐ التحسر ☐ التوبيخ ☐ التحذير ☐
المدح ☐ الفخر ☐ اظهار الضعف ☐ الفرح ☐

4-2 الأسلوب الانشائي: الامر ☐ النداء ☐ الاستفهام الحقيقي ☐
الاستفهام البلاغي ☐ النهي ☐ الطلب ☐ النفي
التعجب ☐

فئات المضمون:

1-فئة الشخصيات الفاعلة:

- موظفين سابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي. ☐
- مراهقين مدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي. ☐
- أولياء المراهقين المدمنين على هذه المواقع. ☐
- تقنين مواقع التواصل الاجتماعي وصحفيين. ☐

2-فئة الاهداف:

- التوعية والإرشاد حول مواقع التواصل الاجتماعي. ☐
- الكشف عن الاضرار التي تسببها هذه المواقع للمجتمع. ☐
- التنقيب في البيانات وحقيقة تصميم هذه المواقع المسببة للإدمان. ☐
- معرفة الأثر الذي تتركه على المراهقين وصحتهم العقلية. ☐
- الكشف عن دور هذه المواقع في نشر نظريات المؤامرة والتضليل. ☐

3-فئة نوع الاستمالات: عقلية ☐ عاطفية ☐ تخويفية ☐

4-فئة حجج التوعية: الرمز ☐ السلطة الاستشهاد ☐ الاخبار ☐
السرد والحكي ☐ السؤال والحوار ☐

5-فئة الجمهور المستهدف:

مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ☐ المراهقين المدمنين على مواقع التواصل الاجتماعي ☐

6-فئة الاتجاه: معارض محايد ☐ مؤيد ☐

الملخص

يدور موضوع الدراسة حول "توعية المراهقين من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فيلم المعضلة الاجتماعية"، حيث هدفت الدراسة الى تسليط الضوء على طرق التوعية الاعلامية حول الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى التعرف على اهم حجج التوعية المستخدمة في مشاهد هذا الفيلم، و استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي التحليلي، والعينة القصدية بالاعتماد على وحدة المشهد في طريقة اختيار مشاهد إدمان المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي، كما اعتمدنا على استمارة تحليل المضمون للتعرف على أساليب التوعية الإعلامية من الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– أن الموظفين السابقين في شركات مواقع التواصل الاجتماعي ركزوا على تقديم بيانات ووقائع لتوعية المراهقين من الادمان على هذه المواقع وتقريب الصورة الواقعية للمشاهد في فيلم المعضلة الاجتماعية.

– أن أهم أهداف التوعية كانت من أجل إرشاد المراهقين وكشف الحقائق.

نستنتج أن مثل هذه الأفلام الوثائقية التوعوية والمتمثلة في فيلم "المعضلة الاجتماعية" تحمل في مضامينها نصائح وطرق إرشادية لتوعية المشاهدين.

الكلمات المفتاحية:

إدمان المراهقين، مواقع التواصل الاجتماعي، التوعية الاعلامية، الأفلام الوثائقية، فيلم المعضلة الاجتماعية.

Abstract:

The subject of the study revolves around “Awareness of adolescents from addiction to social media through the film The Social Dilemma.”

In our study, we used the descriptive-analytical approach, and the intentional sample, depending on the scene unit, in the method of selecting adolescents' addiction scenes on social networking sites.

The study reached the following results:

-The former employees of social media companies focused on providing data and facts to warn adolescents about addiction to these sites and bring a realistic picture of the scenes in the movie The Social Dilemma.

-The most important goals of awareness were to guide adolescents and reveal the facts.

We conclude that such awareness-raising documentaries, represented in the movie “The Social Dilemma,” contain tips and guidelines for warning viewers.

Keywords: adolescent addiction, social media, media awareness, documentaries, the social dilemma film.

الفهرس

الإهداء

الملخص

الفهرس

فهرس الجداول والاشكال

مقدمة 1

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1-1 الإشكالية: 4

1-2 أهمية وأسباب اختيار الموضوع: 8

1-3 أهداف الدراسة: 9

1-4 نوع و منهج الدراسة: 10

1-5 مجتمع الدراسة: 10

1-6 العينة و حدود الدراسة: 10

1-7 منظور الدراسة: 12

1-8 ضبط مفاهيم الدراسة: 15

1-9 الدراسات السابقة: 19

1-10 أدوات جمع البيانات: 22

الفصل الثاني: الإطار النظري.

1-1 مواقع التواصل الاجتماعي: 30

1-2إدمان مواقع التواصل الاجتماعي: 41

3-1 التوعية الاعلامية:..... 54

4-1 الافلام الوثائقية:..... 60

الفصل الثالث: الجزء التطبيقي

1- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل..... 72

2- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون 88

3-النتائج العامة للدراسة:.....103

4- مناقشة النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة.....105

5-مناقشة النتائج على ضوء نتائج الدراسات السابقة: 105

6-آفاق الدراسة: 107

خاتمة:.....109

قائمة المصادر والمراجع:

الملاحق