

جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي -تحليل سمبولوجي لعينة من الصور الثابتة في صفحات الفيسبوك-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتورة:
براردي نعيمة

إعداد الطالبة:
قصابي نعيمة

السنة الجامعية: 2018-2019

صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي -تحليل سمبولوجي لعينة من الصور الثابتة في صفحات الفيسبوك-

إعداد الطالبة:

قصابي نعيمة

شهادة ليسانس تخصص: اتصال وعلاقات عامة جامعة المسيلة سنة التخرج 2009
تقدم هذه المذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال
وعلاقات عامة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

أشرف على مناقشة المذكرة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	التوقيع
ولد جاب الله سعاد	محاضرة -ب-	رئيسا	
براردي نعيمة	أستاذة محاضرة -ب-	مشرفا	
واضح خضرة	أستاذة مساعدة -أ-	ممتحنا	

تاريخ المناقشة: 20 جوان 2019

إهداء

إلى التي روحي من روحها وأعجز عن ردّ جميلها، إلى التي غمرتني بدفء حنانها وحسن
رعايتها، إلى أحنّ وأطيب قلب في الوجود، إلى التي تسعد لأفراحي وتتألم لأحزاني، إلى من
أعيش بسرّ دعائها. إلى وردة العمر: والدتي الحبيبة.

إلى من زرعني بذرة وسقاني عناية وانتظرنني زهرة، إلى مثلي الأعلى في الحياة الذي تعلّمت منه
الصبر، حبّ العمل، تحمّل المسؤولية والتفأؤل نحو نجاح مستمرّ: والدي الغالي.

إلى زوجي "محمد"

إلى إخوتي وعروق دمي ونبضات قلبي.

أختي العزيزة صليحة، وهيبه، عادل، سليم، صالح

إلى صديقتي آسيا ومنال

إلى كل من نساهم قلمي ولم ينسهم قلبي

منى

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد

بن عبد الله وعلى آله وصحبه أجمعين.. أما بعد:

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من اصطنع إليكم معروفا فجازوه

فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له، حتى تعلموا أنكم قد شكرتم، فإن

الشاعر يحب الشاكرين". رواه الطبراني.

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الجميل

للأستاذة الدكتورة "براردي نعيمة" على توجيهاتها الدقيقة وإرشاداتها

القيمة، وأتمنى لها الدوام والعافية.

وأتوجه بشكري الخالص إلى كل من قدم لي يد المساعدة لإتمام هذا

العمل المتواضع من قريب أو من بعيد.

ملخص:

حققت مواقع التواصل الاجتماعي قفزة نوعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أحدثت معها تغييرات جذرية على مختلف الوسائل الاتصالية مؤدية إلى انتشار واتساع دائرة مستخدميها، حيث لم تبقى هذه الوسيلة محتكر استخدامها عند الرجال فقط، بل المرأة أيضا كان لها مكان في هذا المجال، بل وأصبحت جزءا مهما فيه.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على صور توظيف المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- من خلال إجراء دراسة على عينة من صور ثابتة للمرأة الجزائرية في صفحات الفيسبوك، وتم الاعتماد على منهج تحليل سمولوجي كون هذه الدراسة تبحث في الدلالات والمعاني و الرموز التي تحملها هذه الصور، واختارنا مقارنة لتحليل هي مقارنة مارتن جولي، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- بين تحليلنا للصور أن النظرة التقليدية للمرأة مازلت حاضرة إلى غاية الآن والمحصورة في ربة بيت وكونها مخلوق ضعيف لذا حصر دورها في رعاية الزوج والأولاد وعليه فهذه المواقع حافظت على الصورة النمطية للمرأة الجزائرية التي تجعلها زوجة وأما.

- كما بين التحليل للصور أن الصور الكاريكاتورية للمرأة كانت في أغلبها صور ساخرة ومستهزئة بها وعلى سبيل الذكر لا الحصر الصور المتعلقة بعيد المرأة وموضوع الزواج على عكس الصور الفوتوغرافية التي كنت معظمها صور واقعية كما هو الحال في صورة المرأة التي ترتدي لباس عصري مع جزء من لباس تقليدي وصورتها في الحراك الشعبي وغيرها.

- فيما يتعلق باستخدام المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك فقد بين التحليل أنها تستخدمه باسم وهوية مستعارة وذلك لعدة اعتبارات سوسيوثقافية، كما أن المرأة تعد من أكثر مستخدمي الفيسبوك فهي مدمنة عليه لدرجة جعلتها تنسى القيام بواجباتها الأسرية والزوجية واستخدامها له يكون أكثر في المنزل.

- من خلال تحليلنا للصور وجدنا أن صور الموظفة في موقع الفيسبوك عن المرأة الجزائرية هي صور ايجابية تمثلت في نقلها لحقائق وقضايا تعيشها المرأة، وصور سلبية كانت في بعض الأحيان مجحفة في حقها لكن أيضا في بعض الأحيان عبرت عن واقع بعض الفئات من النساء مثلا صورة المرأة البشعة المتلاعبة.

الكلمات المفتاحية: صورة المرأة الجزائرية، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك

Résumé :

Les réseaux Sociaux ont réalisé un saut qualitatif dans le domaine de la technologie de l'information et la communication. Les réseaux ont bouleversé les différents moyens de communication, ce qui a provoqué la propagation des utilisateurs qui ne sont pas réduits dans le genre masculin mais aussi les femmes sont impliquées par ce phénomène.

Notre étude vise à identifier les stéréotypes attribués à la femme algériennes dans les réseaux Sociaux-Facebook- à travers l'étude d'un échantillon des images de la femme algériennes sur les pages de Facebook de ce fait, nous sommes basés sur une méthode analytique sémiologique car elle explore les signes, les sens les significations et les symboles que contiennent ces images.

Nous avons choisi l'approche analytique de Martin July ce qui nous a permis d'avoir plusieurs résultats.

*Notre analyse a montré que la perception traditionnelle de la femme existe encore et que la femme est **toujours** réduite dans l'image de la femme au foyer, vue comme une créature naïve avec un rôle réduit dans la prise en charge de son mari et ses enfants donc, les réseaux Sociaux ont gardé les mêmes stéréotypes de la femme algériennes considérée comme épouse et mère.*

Notre étude montre que les images caricaturiques de la femme étaient satiriques et se moquent d'elle comme celle de la fête des femmes ou le sujet de mariage, par contre, les images photographiques étaient réelles à l'exemple de la femme habillée en vêtements modernes avec quelques pièces vestimentaires traditionnelles ou sur image dans les mouvements de protestations populaires.

En ce qui concerne l'usage de la femme algérienne du site Facebook, notre analyse montre qu'elle a eu recours à une fausse identité et un autre pseudonyme et ce pour des raisons socioculturelles, elle est également accablée de Facebook au point d'abandonner ses obligations familiales et conjugales la femme algérienne utilise le Facebook souvent dans la maison.

A travers notre analyse des images de la femme algériennes nous avons trouvé que le stéréotype de la femme fonctionnaire sont parfois positif et parfois négatif.

Mots Clés : image de la femme algérienne, réseaux Sociaux, Facebook

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

1-الإشكالية

2-التساؤلات

3-أهمية الدراسة

4-أهداف الدراسة

5-أسباب اختيار الموضوع

6-تحديد المفاهيم

7-منهج وعينة الدراسة

8-الدراسات السابقة

الإطار النظري

تمهيد

1-ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

2-خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

3-أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

4-إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

5-ماهية موقع الفيسبوك

الإطار التطبيقي

تمهيد

تحليل الصور

نتائج الدراسة

خاتمة

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع

مقدمة

مقدمة:

استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تجتذ مكامها بين عدد واسع من شرائح المجتمع، حيث انتشرت على نطاق واسع لتشمل العالم بأسره، وقد ساعدها على ذلك القدرة الفائقة على التواصل والتفاعل الآني وغير الآني بين مجموعات كبيرة من الأفراد. وهذه المقدرة على استعمال الإنترنت للتواصل مع جمهور متنوع على مستوى العالم ليس بالأمر الجديد ولا يمكن حصره في مواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك أو التويتر أو ماي سبايس فقط، وإنما القدرة على الاتصال اللحظي مع الناس من جميع أنحاء العالم متاحة قبل ذلك من خلال: المنتديات، ومجموعات النقاش، وغرف الدردشة، والمحادثات التبادلية على الإنترنت، والتراسل الفوري، وهي مراحل عدة قطعها الاتصال الرقمي.

إن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في الأشكال والأحجام والتخصصات كلها. فإذا كنت تحب الصور فعليك بالانضمام إلى مواقع فليكر، وإذا كنت تريد التواصل عن طريق تغريدات أو تدفقات قصيرة من الرسائل بالزمن الحقيقي فلتفتح حسابا على تويت، وإذا كنت مولعا بالفيديو فعليك زيارة موقع يوتوب، وغيرها من المواقع الاجتماعية. (ليني، 2011، ص 20).

لقد شهدت السنوات القليلة الماضية ثورة غير مسبوقة في تطور وسائل التواصل الاجتماعي متمثلة في ثورة الويب 2، التي أسهمت في إنتاج وخلق فضاءات اتصالية افتراضية جديدة، لم يكن يتصورها وجودها قبلا على غرار الفيسبوك وتويت، وماي سبايس ولينكدن وغيرها، بالإضافة إلى ما تتسم به من مزايا جعلت منها وسائط الاتصال المثلى في الترابط بين الأشخاص على حد تعبير برنارد كوين، كونها تنقل المعلومات وتوصلها للأفراد الآخرين الموجودين في الأطراف الأخرى من الشبكة بسرعة كبيرة وفي ظرف آني تزامني بغض النظر عن أماكن تواجدهم، أو ما يطلق عليه عادة بظاهرة التخطي المعلوماتي، أي أنها تتجاوز الفضاءات الجغرافية والزمنية (كنعان، 2015، ص 109، 110)، وفي هذا السياق استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي بما تمتلكه من مزايا اتصالية وتقنية أحدثت تغيرا واسعا في نمط وشكل العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسة بصفة عامة وفي القيم الاجتماعية بصفة خاصة وسهلت بصورة غير مسبوقة عملية الاتصال والتواصل والتفاعل المباشر وغير المباشر بين الأفراد والجماعات من مختلف الجنسيات والثقافات والعادات، وسهلت كذلك من عملية تدفق المعلومات وتبادل الأفكار والآراء والمحتويات.

فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة غزت العالم بأسره ووصلت تداعياتها إلى المنطقة العربية، فحازت اهتماما واضحا، ولاقت إقبالا كبيرا من قبل الشباب على اختلاف انتماءاتهم لمجتمعها غير المتناهي ولم يتوقف استعمالها على فئة دون سواها، بل تواجدت عبر هذه الفضاءات الافتراضية جل الفئات العمرية والتي

تضمنت بدورها الجنسين، لكن الأمر الملفت للانتباه هو دخول المرأة الجزائرية لهذه المواقع حيث أضحت موضوعا بارزا لها، على الرغم من القيود التي تحيط بها في مجتمعنا والتي تحد من ذلك بل وتتدخل في كيفية وطرق ظهورها في هذه المواقع.

ونظرا لهذه الأهمية التي يحتلها موضوع المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي جاءت هذه الدراسة، لتبحث في الكيفية التي وظفت بها صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال تحليل صور ثابتة على صفحات الفيسبوك، واتبعنا في بناء دراستنا على ثلاث فصول:

الفصل الأول هو الإطار المنهجي للدراسة: وفيه تم عرض مختلف الخطوات المنهجية الخاصة بالدراسة حيث تناولنا فيه إشكالية الدراسة، التساؤلات، أهداف الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، الدراسات السابقة، ومنهج وعينة الدراسة، وتحديد المصطلحات.

أما الفصل الثاني هو الإطار النظري حيث تناولنا فيه المفاهيم الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك، من تعريفات وخصائص وإيجابيات وغيرها.

والفصل الثالث قمنا فيه بتحليل عينة من الصور الثابتة في صفحات الفيسبوك وحاولنا اكتشاف الدلالات والرموز والمعاني والكيفية التي وظفت بها صورة المرأة الجزائرية ونتائج المتحصل عليها من التحليل، وختما البحث بخاتمة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

- 1-الإشكالية
- 2-التساؤلات
- 3-أهمية الدراسة
- 4-أهداف الدراسة
- 5-أسباب اختيار الموضوع
- 6-تحديد المفاهيم
- 7-منهج وعينة الدراسة
- 8-الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

صورة المرأة في الإعلام الغربي لا تختلف عن صورتها في الإعلام العربي، فقد كانت احد أهم الرسائل الإعلامية هي كيفية تسويق قضايا معينة لمنتوج موجه للعموم أو لفئة مستهدفة للبحث على اقتنائه بشكل أكبر، أو لإيصال رسالة اجتماعية أو ثقافية أو سياسية ما، أي أن صورة المرأة التي قدمتها وسائل الإعلام آنذاك هي الصورة النمطية التقليدية، أي صورة الموديل(النموذج) وسيلة للجذب الجنسي، وهذا الأمر أثر على المرأة العربية، حيث صارت المرأة هي نفسها من تتبني وتقمص الصورة النمطية المعروضة أمامها لتعتبرها نوعا من أنواع التقدم والرقي الحضاري.

غير أن هذه الصورة بدأت في التغيير، وهذا راجع إلى التقدم الفكري والحياتي الذي لحق بالمرأة في مجالات مختلفة حيث دخلت عالم الشغل وغيرت النظرة التقليدية التي قيدها فترة من الزمن والتي حصرتها في كونها ربة البيت إلى امرأة عاملة وفعالة في المجتمع، بالإضافة إلى التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام والاتصال، وظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت ثورة تقدمية وتغيير كبير في مجال العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، حيث أصبح بإمكانهم التواصل فيما بينهم ومشاركة قضاياهم ومشاكلهم واهتماماتهم وحتى أعمالهم فيما بينهم على اختلاف أماكن تواجدهم وأجناسهم وأفكارهم وانتماءاتهم، وكانت المرأة من بين المستعملين لهذه الأفضية والتي تمكنت من خلالها أن تحقق ذاتها وتفرض وجودها وتنتج أفكارها على مساحة واسعة. بفضل استخدامها لهذه التكنولوجيا تمكنت من الدفاع عن قضاياها والتعبير عن نفسها، ليصبح صوتها مسموعا، وتصبح لها إنجازات في مختلف المجالات، مكنها من تغيير الصورة النمطية ولو بشكل جزئي لواقع المرأة التي أثبتت بأنها يمكن أن تكون شريكا حقيقيا في البناء الإنساني.

فالمرأة أضفت إلى دورها كربة منزل دور جديد يتمثل في قيامها بعدة إنتاجات ثقافية وسياسية وفكرية عبر هذه المواقع مما جعلها تتمرد على الحدود الزمنية والمكانية بفضل هذه المنابر من أجل إعلاء شأنها، بحيث كان تفاعلها رغبة في التغيير وبالتالي التعبير عن مطالبها والدفاع عن حقوقها المشروعة.

والنساء الجزائريات حالهن حال نساء العرب والعالم ككل، فقد استخدمن مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها بغية علاج قضاياهن وعرض اهتماماتهن وكذا وجهات نظرهن كل ذلك عبر هذه المواقع، وخاصة الفيسبوك الذي كانت فيه أحد أهم المواضيع الهامة التي تناولت فيه بصورة مختلفة من قبل المستخدمين لهذا الموقع، على اختلاف أجناسهم.

لقد قدمت مواقع التواصل الاجتماعي خدمات جلييلة لمستخدميها لكنها في المقابل أخذت منهم الكثير. فالمواضيع والقضايا التي طرحت في هذه المواقع كانت متنوعة ومتعددة، كما أن طرق التعبير عن جملة الانشغالات من قبل المستخدمين اختلفت، ومن بين المواضيع التي كانت حاضرة بقوة فيها المرأة خاصة في الفيسبوك، حيث قدمت هذه المواقع صوراً مختلفة للمرأة في مناسبات عدة، وهو الأمر الذي دفعني إلى طرح التساؤل التالي:

كيف وظفت مواقع التواصل الاجتماعي صورة المرأة الجزائرية؟

2-التساؤلات:

ويندرج ضمن تساؤل الرئيسي الأسئلة الآتية:

- ما الدلالات والمعاني التي حملتها هذه الصور في صفحات الفيسبوك؟
- ما الرسائل الأيقونية والرموز التي تضمنتها صورة المرأة الجزائرية عبر صفحات الفيسبوك؟
- ما الدلالات اللغوية لهذه الصور في صفحات الفيسبوك؟
- هل حافظت مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة النمطية أم أحدثت تغيرات عليها؟

3-أهمية الدراسة:

تبرز أهمية دراسة موضوع صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل في التحولات الجذرية التي يشهدها عالم الاتصال اليوم من تطورات تكنولوجية مذهلة، وهذا موازاة للتطبيقات التكنولوجية الحديثة في جل الميادين، ونخص بالذكر مواقع التواصل الاجتماعي وما أصبح لها من تأثيرات على مستخدميها، خاصة منها ما يعنى بصورة المستخدمين وعرضها ومحاولة اكتشاف صور المرأة ودلالات تواجدتها بصفتها مستعمل لهذه المواقع، ومنه نحاول رصد الصورة التي تظهر بها والتغيرات الحاصلة لهذه الصورة.

كما تتبع أهمية هذا الموضوع من قلة الدراسات العربية وبالأخص الجزائرية حول صور توظيف المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف مستخدمين، وهذا ما يستدعي من وجهة نظرنا استقراء هذه الظاهرة. وترجع أيضاً أهمية الدراسة لقلّة الدراسات التي بحثت في صور توظيف المرأة على الإنترنت، إذ تمحورت أغلب الدراسات في قضايا المرأة في الصحف والإذاعة والتلفزيون، على الرغم من أن هذه المواقع لقيت أقبالا كبيرا من طرف المرأة.

4-أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال دراستنا هذه إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في التالي:
- 1- التعرف على صورة المرأة الجزائرية من خلال تلك الصور التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة جل الدلالات.
 - 2- محاولة الكشف عن نظرة المستخدمين الحقيقية للمرأة الجزائرية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
 - 3- معرفة مدى مراعاة واحترام الصورة التي تظهر فيها المرأة في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى توافقتها مع الصورة الحقيقية للمرأة في الواقع.
 - 4- الكشف عن الاختلاف الموجود بين صورة المرأة التقليدية وصورتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

5-أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة عوامل وأسباب دفعتنا إلى التفكير في هذا الموضوع والاهتمام به، وهي تتجلى فيما يلي:

5-1-الأسباب الذاتية:

- حاجة الدراسات الجامعية لهذا النوع من الدراسة.
- استخدامي لهذه المواقع لفت انتباهي حضور المرأة، مما جعلني أتناول هذا الموضوع للكشف عن صور توظيفها في صفحات الفيسبوك.
- قلة استخدام منهج التحليل السميولوجي رغم الأهمية التي يحظى بها.
- الرغبة في التعرف أكثر على المنهج السميولوجي.
- غيرتي كامرأة على صورة المرأة المقدمة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة تقديم حقيقتها.

5-2-الأسباب الموضوعية:

- جدة الموضوع، بحيث هناك العديد من الدراسات حول صور المرأة في وسائل الإعلام التقليدية، أما في الوسائل الحديثة أو بالأحرى في مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد علمي لا توجد هناك أي دراسة استخدمت منهج تحليل السميولوجي في تحليل صور ثابتة، بالرغم من توظيفها المكثف في هذه المواقع.
- فتح الباب أما الباحثين لإجراء دراسات حول الموضوع واكتشاف جوانب أخرى له.

6-تحديد المفاهيم:

الصورة اصطلاحا:

تعتبر الصورة شيئا محسوس متعدد المعاني، تستطيع تقديم شخص أو حيوان أو أشياء مختلفة، فمصطلح الصورة استخدم مع كل أنواع الدلالات، فمثلا إذا نظرنا إلى التغييرات المختلفة لكلمة صورة لوجدناها ذات معاني متعددة ومختلفة بسبب العقود (محمد سليمان، 2014، ص 165-166).

كما تعددت مفاهيم الصورة في ميدان السميولوجيات حيث عرفها أفلاطون «بأنها تلك الظلال أضيف إليها البريق الذي نراه في الماء، أو على سطوح الأجسام الجامدة، التي تلمع وتضيء، وكل نموذج من هذا الجنس» (Joly, 1998, p08).

المرأة:

اصطلاحا:

المرأة بما يعرف عنها أنها تنتمي إلى جنس الأنثى، عكس الذكر وهي تتميز عنه من حيث التكوين الفيزيولوجي. (البرقوق، ص 07)

صورة المرأة:

بحسب بيان صادر عن المركز الثقافي العربي بأن صورة المرأة تعرف على أنها الصورة المتكونة من خلال المواقف التي تتعارض الوصف مع المرأة العربية ودورها الفكري والاجتماعي، بالإضافة إلى مدى تفاعلها مع أفراد مجتمعا (خالد، 2008، ص 05).

ويعرفها كتاب مفاهيم عالمية بأنها: "تلك الصورة أو القضايا التي تنشأ عن الموقف المتعارض الوصف من المرأة ومن دورها الاجتماعي والإنساني والتفاعلي مع الأخر والعلاقة معها والتعامل مع وجودها وطبيعة دورها سلبا أم إيجابا. (مفاهيم عالمية، 2003)

إجرائيا:

صورة المرأة هي جملة الانطباعات والأفكار التي يحملها مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وكذا كل شيء يمكنه التأثير على كيانها ووجودها أو يعرقل الجهود التي تبذلها اجتماعيا وفكريا.

مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي في قاموس "ODLIS" هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين. (صادق، 2008، ص162).

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (راضي، 2003، ص23).

إجرائيا:

مواقع اجتماعية تفاعلية تسمح لمستخدميها من خلال واقع افتراضي تبادل التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى التعبير عن ما يدور في عقول ونفوس المستخدمين من أفراح وأحزان.

الصورة الكاريكاتورية: هي ذلك الحيز الفيزيائي الذي تشغله مجموعة من الأشكال والخطوط البسيطة المثيرة للضحك والذي يحتل مربعات صغيرة على صفحات الجرائد لتعتبر مادة إعلامية يمكن أن نفهمها ونذكر محتواها. (عبد الرحمان، 2002، ص26).

الصورة الفوتوغرافية:

هي الصورة التي يتم إنتاجها بطريقة آلية تامة باستخدام التصوير وآلات الطبع والتحميض (بدر العسكر، 1998، ص34)، وكلمة فوتوغرافية هي كلمة يونانية تنقسم إلى قسمين فوتو وتعني الضوء وجراف تعني رسم وبذلك يكون معنى الكلمة التصوير بالضوء أو الرسم بالضوء حيث إن التصوير منذ نشأته يستند إلى الضوء في تحقيق العملية التصويرية. (سليمان، بدون سنة، ص08).

وتعرف الصورة الفوتوغرافية على أنها رسالة اتصالية ذات رموز خاصة تستهدف نفس الوظائف والأهداف التي تستهدفها الرسائل الاتصالية اللفظية. (عيش، 1996، ص62).

7- منهج وعينة الدراسة:

منهج الدراسة:

يمثل المنهج كما عرّفه عبد الرحمن بدوي بأنه: «الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد العمليات حتى يصل إلى نتيجة معلومة، أي أن المنهج

عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق، في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول، مما جعل العديد من الباحثين يتبعون المنهج بالطريق الواضح المحدد المراحل. (مرسلي، 2003، ص 283)

وتقتضي طبيعة الدراسة الاعتماد على منهج التحليل السميولوجي الذي يهتم أساسا بالكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر الاتصال، يقول الباحث السميولوجي "لويس يامسلاف" أن التحليل السميولوجي عبارة عن مجموعة من التقنيات والخطوات المستهدفة لوصف وتحليل شيء باعتباره دلالة في حد ذاته من جهة أخرى. (عبد الحميد، 1988، ص 30).

والتحليل السميولوجي حسب الناقد الفرنسي "رولان بارث" هو شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإعلانية والألسنية، بحيث يلتزم الباحث الحياد نحو الرسالة والوقوف على الجوانب السيكولوجية والاجتماعية والثقافية التي من شأنها المساعدة في التحليل.

وتعني كلمة التحليل كما أشارت إلى ذلك جل الموسوعات العلمية عملية تجزئة وتفكيك الكل، جسم نص، شيء، صورة، إلى مكوناته الأساسية وعناصره التي يتركب منها.

ومن جهة أخرى التحليل السميولوجي يغوص في مضامين الرسالة والخطابات الإعلامية ويسعى لتحقيق التحليل النقدي، وهو أيضا ذلك الإجراء أو الاستراتيجيات البحثية التي تستهدف استكشاف الوحدات البنائية للنسق الاتصالي، فإذا كان هذا النسق صورة أو رسما فإن التحليل هنا هو تجزئة مكونات هذه البنائات لمعرفة مدى تماثلها أو تقابلها باعتبارها نظائر، ومن ثم معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم هذا البناء والتفاعل الدلالي لهذا النسق، (يخلف، 1996، ص 25) ومن جهة أخرى التحليل السميولوجي يغوص في المضامين الرسالة والخطابات الإعلامية، ويسعى لتحقيق التحليل النقدي وهو تحليل كيفي ذو مضمون كامن وباطن. (lazark, 1991, p133.138).

ونجد أن منهج التحليل السميولوجي يعتمد على عدة مقاربات، حيث يعرف موريس أنجرس المقاربة على أنها: «طريقة خاصة غير تقليدية في استعمال النظرية العلمية. (أنجرس، 2006، ص 99)، فالمقاربة السميولوجية تبث الدلالة الحقيقية لمحتوى الرسائل، وهذا بمعرفة معناها الحقيقي ومضمونها الخفي لكل نظام معلومي.

واعتمدنا في دراستنا للتحليل السميولوجي للصورة الثابتة على مقاربة "مارتن جولي"، وحسب "جولي" الأنساق البصرية تتميز بكونها تتوفر على بناء محكم خاص تتضافر فيه مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة

محددة، وهناك بعض العناصر التي تتوفر في نسق وتغيب في آخر، إلا أن هناك العديد من العناصر المشتركة في كل نسق بصري وقد حددت جولي هذه العناصر في:

-علامات أيقونية وعلامات تشكيلية وعلامات لغوية.

1-العلامات الأيقونية:

إن الطريقة المباشرة للتعريف بشيء للغير هو أن تقدم له الموضوع نفسه من حيث يستطيع أن يدرك طبيعة هذا الموضوع بكافة أحاسيسه، ولعله ما نقدر أن نقدم له صورة أي شيء آخر يشبه الموضوع نفسه، حيث تستطيع الصورة أن تحدث نفس الأحاسيس بنفس الطريقة فتلكم هي الأيقونة إذ تعتمد على مبدأ التشابه بين الدال والمدلول.

كالشبه السمعي في مثل إنتاج صوت ما، وللشبه البصري في الرسم، الصورة الفوتوغرافية.

وتشكل العلامة الأيقونية مكونا أساسيا من مكونات الأنساق البصرية، ليس باعتبارها تساعد على استنساخ الواقع وتقديمه فقط، بل لما تضمنه كذلك من أبعاد إيحائية عديدة ومتشعبة، حيث أن الصورة تحاول أن تقول دائما أكثر مما تعرضه بالدرجة الأولى أي مستوى التصريح.

-إن تأويل الموضوعات الأيقونية في الرسالة البصرية يتم على أساس إجراءات إيحائية عديدة مؤسسة على مؤثرات مختلفة تتوزع بين الاستعمالات السوسيوثقافية لموضوعات الصورة من جهة وأشكال وطرق عرضها على المشاهد من جهة أخرى.

2-العلامات التشكيلية:

وتتمثل في مجمل العناصر التشكيلية المضافة للعلامات الأيقونية والمساهمة في تشكيل النسق البصري لاسيما الصورة الثابتة (اللوحة الفنية، الصورة الإشهارية).

واعتبرتها جماعة "مو البلجيكية" أكثر من مواد تزيينية وتكميلية للعلامات الأيقونية، حيث تساهم بصفة كبيرة في تحديد مضمون الرسالة ككل، حيث أن كل عنصر له مساهمة في توجيه المشاهد نحو قراءة محددة ومن أهمها:

الإطار: لكل صورة حدود مادية تضبط، وفي حالة إلغائه تبدو الصورة كما ولو كانت مقطوعة وغير تامة أو حجمها تتجاوز حجم الوسيلة الحاملة، وهو ما يؤدي إلى عدم مشاهدة الصورة كاملة.

وفي هذا الصدد تقول مارتن جولي (غياب الإطار يؤسس لقيام صورة منزاحة عن المركز، محفزة على بناء تخيلي تكميلي)

التأطير: وهو غير الإطار، ويقابل حجم الصورة كنتيجة مفترضة المسافة الفاصلة بين الموضوع المصور والعدسة اللاقطة.

الألوان والإنارة: تأويل الألوان والإنارة بعد أنتولوجي يجيل في العمق إلى خلفية سوسيوثقافية محددة، رغم ما نكتسبه أحيانا من مظهر طبيعي يخفي أبعادها التعبيرية.

3-العلامات اللغوية: تتواجد بشكل كبيرة في الصور الإشهارية حيث تعتمد في تمرير رسالتها على مجموعة مختلفة ومتكاملة من العلامات اللغوية.

وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة الإشهارية، لقدرته التواصلية الخاصة والكفيلة بسد النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحسين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإحلال بالهدف الأساسي للصورة. (عمار، 2005، ص30).

عينة الدراسة:

ولإنجاز هذه الدراسة كان لابد علينا من تحديد العينة التي تعرف أنها الطريقة الأكثر شيوعا في معظم البحوث العلمية نظرا لكونها أيسر في التطبيق، وأقل في التكاليف من دراسة المجتمع الأصلي، والعينة هي جزء من مجتمع البحث، أو هي عدد من الحالات التي تأخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي، وبهذه الطريقة يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه (العسكري، ط1، 2002، ص168).

وفي دراستنا قمنا باختيار وتوظيف العينة القصدية أو العمدية، والتي يعرفها الدكتور رشيد زرواتي بأنها: «العينة التي يعتمد عليها الباحث فيها أن تكون معنية أو مقصودة، باعتقاده أنها ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا». (زرواتي، 2002، ص197).

ويقوم الباحث باختيار المفردات بطريقة عمدية، طبقا لما يراه من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بطريقة عمدية، طبقا لما يراه من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يقدم أهداف البحث. (عبد الحميد، 2004، ص141).

وبما أن موضوع دراستنا هو صورة المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي، قمنا بتبع مجموعة من الصور للمرأة الجزائرية التي تم نشرها في صفحات الفيس بوك خلال الفترة الأخيرة من سنة 2018 أي من قبول موضوع الدراسة إلى غاية الثلاثي الأول من سنة 2019، وعليه بما أننا ستخدمنا في دراستنا عينة قصدية قمنا باختيار مجموعة الصور التي نخدم ببحثنا، وتراوح عدد الصور التي سيتم عشرة (10) للمرأة الجزائرية.

8-الدراسات السابقة:

-دراسة ناجي نهر النهر 2008: صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية -دراسة تحليلية

لتناول صورة المرأة في قناة ال mbc1 نموذجاً.

عاجلت الباحثة في هذه الدراسة مشكلة قضايا المرأة التي تبرز وتتجسد في مجالين أساسيين، الأول في تقديمها لوسائل الإعلام المختلفة إيجابياً والآخر في استغلال صورتها سلبياً، وتناول هذا في فضائية MBC1 صورة المرأة بين السلب والإيجاب في برامجها المختلفة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى.

- حيث توصلت إلى أن:

صورة المرأة الإيجابية في مكائنها الاجتماعية والمرأة المتمردة على واقعها باستمرار من أجل التغيير المطرد لمكائنها ومكانة المجتمع نحو الأفضل ومن أجل مواصلة دورها الأساسي الحاسم في تطور الحياة وديمومتها وقيمها الطيبة، أما ما يعنيه الباحث بصورة المرأة السلبية فهو نقد لبعض وسائل الإعلام التجارية التي تظهر صورة المرأة بغير حقيقتها الإيجابية، وتظهر امرأة مبتذلة وخانعة ومستكينة وتظهرها مقيدة بالعادات والتقاليد البالية وتختم ذاكرتها بالجهل والتخلف وهو ما له مردود سيء عليها وعلى المجتمع.

-دراسة ميس فريد جاد الله بدر 2009: صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة الأردنية، كما قدمت في الصحافة الأردنية اليومية، وبيان دور حارس البوابة، والأجندة الإعلامية في رسم معالم تلك الصورة، وذلك من خلال سؤال رئيسي: ما الصورة التي رسمتها الصحافة اليومية المعاصرة في الأردن للمرأة الأردنية؟

وأسئلة فرعية: ما الفئات النسائية التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لهذه الفئات في صحف الدراسة؟ ما المهن التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ ما الأوضاع الاجتماعية التي أبرزتها الصحافة للمرأة الأردنية؟ ما نوع العلاقة مع الطرف الآخر؟ ما القضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة الأردنية... الخ؟

وتكون مجتمع الدراسة من ثلاث صحف يومية هي (الرأي والدستور والغد)، وتم تحليل مضمون المواضيع المتعلقة بالمرأة الأردنية باعتماد عينة تتألف من اثنين وأربعين عددا من الصحف اليومية الثلاث للعام 2007، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي (تحليل المضمون)، وقد اعتمدت في إطارها النظري للدراسة على نظرية حراس البوابة ونظرية الأجندة الإعلامية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أ- أظهرت النتائج أن صورة المرأة الأردنية كما رسمتها الصحف اليومية الثلاث صورة إيجابية، فقد أبرزت المرأة متقلدة مراكز منها عليا ومراكز مرموقة.

ب- أبرزت الصحافة المرأة (الفرد) (أي شخصية واحدة) بصورة لافتة، ومن أبرز الشخصيات التي ركزت عليها جلالة الملكة رانيا العبد الله.

ج- لم تظهر الصحف الثلاث في كثير من الأحيان الوضع الاجتماعي للمرأة، فلم تظهر الحالة الاجتماعية للمرأة موضوع الخبر.

د- لم تظهر أجندة أو خطة إعلامية واضحة لحراس البوابة الإعلامية في الصحافة الأردنية.

-دراسة علاء حسين عبد الجليل 2016: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة جامعة الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية من خلال الإجابة على سؤال رئيسي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم وبناء صورة المرأة؟ وأسئلة فرعية: ما الأسباب التي تدفع شبكات التواصل الاجتماعي إلى التغاضي عن قضايا المرأة؟ كيف تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة العربية؟ ما المشكلات التي يمكن أن يواجهها مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي عند تناولهم للموضوعات التي تخص المرأة العربية؟ ما الحلول المقترحة التي تهدف إلى إبراز صورة المرأة العربية؟

وتكونت عينة الدراسة من 400 طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة، ثم تحليل الاستبيانات والتأكد من صدق وثبات الأداء، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما اعتمدت في إطارها النظري على نظرية تحديد الأولويات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ- وجود دور فعال لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات.
- ب- عدم وجود اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول (طبيعة اهتمامات مجتمع البحث بشبكات التواصل الاجتماعي، الشبكات المفضلة، ...) تبعاً لاختلاف متغير الجنس، كما أظهرت النتائج وجود اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول (خصائص شبكات التواصل الاجتماعي صورة المرأة في الشبكات) والأداة ككل تبعاً لاختلاف متغير الجنس.
- ج- لا وجود لاختلاف في آراء أفراد العينة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة تبعاً لاختلاف متغير المرحلة الدراسية.
- د- لا وجود لاختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في رسم صورة المرأة تبعاً لاختلاف متغير السن.

-دراسة د.تومي فضيلة ود.يسعد زهية 2017: الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية-دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفيسبوك.

هدفت هذه الدراسة إلى معالجة أهم القضايا التي تتطرق لها النساء الجزائريات عبر عدد من صفحاتهن على الشبكة، وكذا ترتيب اهتمامات المرأة الجزائرية في الفضاءات الرقمية ورصد مختلف توجهاتها، وذلك من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي: ماهي التمثيلات الرقمية للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية؟ واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة في ذلك أداة تحليل المحتوى لعينة من منشورات صفحة "المرأة الجزائرية" على الفيسبوك.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

-استغلت المرأة الجزائرية الفضاءات الرقمية فأوجدت لها مساحات كبيرة للتعبير عن آرائها وانشغالاتها حول قضايا تمهما، لكن استغلالها لتلك المجالات ظل يقتصر على عدد من الموضوعات الخاصة جداً والمتعلقة بحياتها اليومية، في الجانب الاجتماعي بين الزواج والأولاد الأسرة والجمال والزينة ولم تبرز اهتمامات خارج هذا الإطار إلا ما ندر.

-تؤكد الدراسة الميول الاجتماعي للمرأة الجزائرية عن طريق القضايا المطروحة على صفحاتها على الفيسبوك، وتعتبر أسرتها مجال اهتمامها الأول ثم حالاتها العاطفية الوجدانية التي تمر بها في مختلف مراحل حياتها

الشخصية، بينما شغلت القضايا السياسية والثقافية ذيل الترتيب من اهتماماته، وهو ما يؤكد أن المرأة مازالت تحافظ على المجال الضيق الذي رسمه لها المجتمع العربي.

- إن الموضوعات الاجتماعية التي تحظى باهتمام المرأة الجزائرية، هي تلك المتعلقة بأسرتها الصغيرة وحتى الكبيرة ويعتبر موضوع حياتها الزوجية أولى أولوياتها في الحياة، ومن ثم القضايا المرتبطة به بشكل مباشر منها الخطبة والزواج وطبيعة العلاقة بين الأفراد في خضمها. -وظفت المرأة الجزائرية الفيسبوك من أجل تخفيف ضغوط الحياة والتنفيس، عن طريق التنكيت في منشورات تضيء على المستخدمين نوع من التسلية والترفيه.

-تعتمد صفحة المرأة الجزائرية على مختلف الوسائط لعرض مضامينها للنساء الجزائريات مستخدمة الفيسبوك غير أنها تميل إلى عرضها عن طريق المزيج، أي تلك الوسائط تجمع بين النص والصورة.

تعقيب على الدراسات السابقة:

ركزت الدراسات السابقة التي تم عرضها على إبراز صورة المرأة في وسائل الإعلام والاتصال بشكل عام حيث تناولت دراسة كل من نهر ناجي النهر(2008) وميس فريد جاد الله بدر (2009) الصورة الإيجابية والسلبية التي رسمها الإعلام للمرأة العربية، بحيث ركزت على الكيفية التي قدمت بها وسائل الإعلام لصورتها دون تحليل، أما دراسة كل من علاء حسين عبد الدخيل(2016) ودراسة الدكتورتين تومي فضيلة ويسعد زهية فركرتا على استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك- ودورها في رسم هذه صورة والقضايا التي تهم المرأة في الفضاء الافتراضي دون التطرق إلى لصورة المرأة التي يتم تقديمها من خلال هذا الموقع.

وأخيرا تم الاستفادة من الدراسات السابقة المختلفة في دراسة الإطار النظري، خصوصا من ناحية المراجع، كما ساعدتني النتائج المتوصل إليها في الدراسات السابقة إلى تبيان الجوانب التي تم التطرق إليها والجوانب التي تم إغفالها، وبالتالي ركزت على الكشف على هذه الجوانب، كما ساعدتني في اختيار الأداة أو المنهج الذي يمكنني من الوصول إلى الأهداف التي أسعى للوصول إليها من خلال بحثي.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك

تمهيد

- 1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- ماهية موقع الفيسبوك

تمهيد:

إن التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصالات أحدث تغيير في حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية، حيث تحول الاتصال من مواجهي إلى افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي تمثل في صورتها المبسطة خريطة لعلاقات محددة تربط بين أقطاب متعددة، من أبرز هذه المواقع نجد موقع الفيسبوك الذي حقق قفزة نوعية وإقبال كبير من طرف العديد من المستخدمين، في هذا الفصل سنحاول التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عرض التعريفات والنشأة والأنواع والخصائص وآثارها الإيجابية والسلبية، بالإضافة إلى مفاهيم حول الفيسبوك.

1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، واختلفت من باحث إلى آخر، حيث تعرف على أنها: مواقع اجتماعية على الأنترنت، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي. (صادق، 2008، ص 218).

وهي مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية، من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف، الصداقة، المراسلة والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد والمؤسسات والمشاركة في الأحداث والمناسبات ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات. (لضياف، 2009، ص 77-78).

كما أنها تعتبر مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات. (الشمراي، 2014، ص 50).

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بأنها: «عبارة عن خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء لديهم ميول وأنشطة واهتمامات مشتركة، للبحث عن أصدقاء، والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها، وتوفر هذه الخدمات خدمات المحادثة الفورية، والمراسلة العامة والخاصة، ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو وملفات أخرى، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من مختلف بلدان العالم». (عبد الدخيل، 2016، ص 17).

ومنهم أيضا من عرفها بأنها: «منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية». (الشهري، 2008، ص 141).

وعرفها Lerrate بأنها: «عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل كل من:

- القيم والرؤى.
- الأفكار المشتركة.

- الاتصال الاجتماعي.
 - التبادلات المالية والتجارية.
 - العضوية المشتركة في المنظمات.
 - المجموعات المشاركة في حدث معين». (عبد دخيل، مرجع نفسه، ص 19).
- وعليه مواقع التواصل الاجتماعي تمثل صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل هذه المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات... وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية من المجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة، بينما بعضها الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة، والقدرات الإبداعية.

1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

إن التطور التقني لم يكن بمعزل عن التطورات الاجتماعية في العالم، فكما يرى مانويل كاستلز أن انتقال المجتمعات من النمط الصناعي التقليدي إلى مجتمع الشبكة الذي يفتقد المركز الواحد في الاجتماع والاقتصاد والسياسة حدث بشكل متزامن مع التحول في علم الاتصال من نمط وسائل الإعلام الذي تنتقل فيه المعلومة من مراكز أو من مراكز إلى الجمع إلى نمط الاتصال الشخصي الجماهيري. (شفيق، 2010، ص 181-183).

ويرجع العديد من المختصين في الحقل الإعلامي ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عام 1954 من طرف عالم الاجتماع جون بارنر الذي أعطى مفهوم قريب في إطاره النظري من المفهوم الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي، أين عبّر عن الشبكات الاجتماعية بنوادي للمراسلة العالمية، التي تستخدم لربط علاقات الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، ليتطور المفهوم بظهور الإنترنت ومنها ظاهرة الشبكات الاجتماعية التي أتاحت للأفراد بناء علاقات اجتماعية مع ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة، حيث يكون لكل مستخدم بروفيل أو ملف شخصي، يسمح للمستخدمين بتناول المعلومات والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية. (الديسي، الطاهات، 2012، ص 70).

ونلاحظ من خلال المراجع والكتب أنه هناك اختلاف كبير بين العلماء والمفكرين حول نشأة وتطور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فهناك من يقوم بسرد تواريخ وبدايات ظهور أولى الشبكات الاجتماعية، في حين يميل العديد من الباحثين مباشرة إلى ربط النشأة والتطور بمراحل تطور الويب، وعليه تم تقسيم التطور إلى مرحلتين أساسيتين: مرحلة الويب 1.0، ومرحلة الجيل الثاني للإنترنت 2.0 التي عرفت أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.

المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للمواقع، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب (Web1)، وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع (Siscdegrees. Com) وهو الموقع الذي يمنح فرصة للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم و لمحاتهم العامة وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998 وأخفق هذا الموقع عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع (Classmales. cim) موقع ظهر في منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

وشهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا: موقع لايف جورنال، وموقع كايو وورلد عام 1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع رايزر، الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وأبرز ما ركزت عليه المواقع في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وعلى الرغم من أنها وفرت بعض الخدمات للشبكات الاجتماعية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية: يتم وصفها بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن ربطها بالموجة الثانية ل (Web2)، والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق أشهر مواقع التواصل الحالية على غرار موقع ماي سبايس، ثم موقع الفيسبوك.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم، وقد جذبت هذه المرحلة العديد من المتفاعلين على المستوى العالم، أين تعتبر اليوم مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية، حيث تتم التفاعلات على خلفية السياق العالمي، وتتلور متغيراتها على الصعيد المحلي (عيساني، 2014، ص 59).

بالإضافة إلى الشبكات الاجتماعية التي ظهرت في التسعينيات و التي سبق و أشرنا إليها في المرحلة التأسيسية الأولى لشبكات التواصل الاجتماعي، ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح بين الأعوام 1999 و 2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي لها كان بظهور شبكة Friends ler سنة 2002 التي حققت نجاحا دفع غوغل إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم الاتفاق على شروط الاستحواذ ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة (Skyrok) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل إحصائيات 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب المشتركين ومع بداية 2005 ظهر الموقع ماي سبايس الأمريكي الشهير. ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومع منافسه الشهير فيسبوك عام 2007 والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبايس حتى قام فيسبوك 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيديو بشكل كبير.

إن هذه المواقع أصبحت محل الدراسة لدى الكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع، مثل الخصوصية والهوية ورأس المال، واستخدامات المراهقين ...، حيث أصبحت وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، وأداة للبحث تزداد أهميتها كلما زاد عدد المعلومات التي تقوم بتقديمها، وتظهر قوتها من خلال ارتفاع عدد المسجلين فيها (خضر، 2010، ص 41).

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تمتع مواقع الاجتماعية بجملة من الخصائص نبرز أهمها فيما يلي:

2-1- العالمية:

حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، فهي بسيطة وسهلة.

2-2- التفاعلية:

فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم، التلفاز والصحف الورقية، وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

2-3-التنوع:

تعدد الاستعمالات، يستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا. (أبو شنب، 2013، ص 85).

2-4-اقتصادية الاستخدام:

حيث أصبحت خدمة الإنترنت من الخدمات الأساسية في الحياة العامة والتي يتم توفيرها للجميع بشكل مجاني أو شبه مجاني، الأمر الذي يجعل من تطبيقات شبكة الإنترنت الوسيط الذي يصل إلى أكبر عدد من شرائح المجتمع، كما أصبح بالإمكان الاتصال بالشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات والوسائل مثل الآي باد، والبلاك بيري، والهواتف النقالة وغيرها. (رشيد، 2012، ص 168).

2-5-سهولة الاستخدام:

حيث لا يحتاج التعامل مع مواقع شبكة الإنترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكة إلى خبرات وتدريبات علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط، حيث تتطلب عملية التسجيل في الموقع الاجتماعي اختيار اسم مستعار ورقم سري أو الموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية.

2-6-ظاهرة شبابية:

يمكن القول أن طبيعة العلاقة القائمة بين الشباب وبين الوسيلة المستخدمة والمحتوى المتوفر وطبيعة التأثير ترهن بعوامل عديدة منها: درجة تطور الآلة المستخدمة ومحتواها التقني ومستوى التفاعلية الذي تتيحه من ناحية، وما يمكن أن تمنحه الوسائط المتعددة من أشكال وأساليب لا متناهية من استخدام الشباب وفقا لميولهم وخياراتهم الشخصية المرتبطة بمكتسباتهم المعرفية والاجتماعية والثقافية من ناحية أخرى.

2-7-التواصل البشري:

يسود العالم من فترات طويلة وحتى الآن أشكال متنوعة من التمييز بين البشر، سواء أكان تمييز على أساس الدين، العرق، اللغة، المهن أو الثقافة، وقد اجتهدت مختلف الدراسات والبحوث في محاولات التخفيف من حدة كافة صور التمييز والتقريب بين البشر في مختلف الثقافات والمجتمعات متخذة وسائل متعددة عبر مراحل التاريخ في سبيل تحقيق ذلك.

ومع التقدم التكنولوجي في وسائل الإعلام والاتصال، وبرزت تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي بين البشر عبر الفضاء الإلكتروني ومواقعه المتنوعة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي مفتوحة أمام الجميع من المستخدمين للاتصال والتفاعل وتبادل الأفكار والآراء فيها بينهم حول مختلف الموضوعات والقضايا، وتبادل المعلومات بشأنها. (الرشيد، مرجع نفسه، ص 169).

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي: ومن أهمها ما يلي:

3-1- تويتر:

يرى أحد الباحثين أنه: «إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة الشرق الأوسط، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع التويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويت خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني». (عبد دخيل، مرجع سابق، ص 33).

وهو إحدى أهم المواقع الاجتماعية الموجودة على شبكة الإنترنت، أنشأتها شركة "Ddeo" الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو في شهر آذار من عام 2007، وأطلق رسميا للمستخدمين في شهر أيلول من نفس العام. (الرشيد، 2014، ص 55).

ومن مميزات هذا الموقع:

- سهل وسريع فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشترك في الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة.
- محمولة ومتحركة فموقع تويت من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين وإرسال الرسائل والصور من أي مكان في العالم.
- مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويت مجاني.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم.

- مناسب للتواصل الشخصي: فالتيوتر يتيح لك أن تدوّن ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك.
- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتمامك.
- الفورية: فالتدوين الفوري من الخصائص المميزة لموقع تويتر. (ساري، 2008، ص302).

3-2- اليوتيوب:

اختلفت الآراء حول موقع اليوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو " Vidéo Sharing sit " غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع. (ساري، 2008، ص307).

وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة "باي بال" وهم "شاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كرم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية "الأدوبي فلاش" لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. (عبد الدخيل، مرجع سابق، ص37).

من أهم مميزات اليوتيوب ما يلي:

- عام ومجاني فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء.
- داعم لتحميل الأفلام فالموقع يوفر مجانا خدمة ذات مساحة غير محدودة وتستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع.
- سهل الاستعمال من قبل العامة.
- سهل المشاهدة فبمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فأنت تستطيع مشاهدته.
- سهل البحث فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم.
- أداة رائعة للترويج فأفلام اليوتيوب مجانية هي غير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة.

- البث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده. (ساري، مرجع سابق، ص311).

3-3- ماي سبايس:

هو أكبر موقع في شبكة الأنترنت، التشبيك الاجتماعي للأصدقاء. (مبارك، 2012، ص116). تأسست خدمة ماي سبايس في 2003، بواسطة توم اندرسن وكرس دليوف وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجربة سابقة تأسست في 1998م، كانت أقرب لياهو، وهي حاليا جزء من الشركة الإعلامية العملاقة نيوز كروب التي يملكها روبرت مردوخ، وقد أصبح الموقع مؤخرا أشهر المواقع الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية.

ومن أهم مميزات الموقع:

- تسمح للمستخدمين بتعديل ملفاتهم.

- إضافة رسوم الجرافيك والموسيقى والألوان.

- يستطيع المستخدمون أيضا وضع الملف بصورة خاصة تسمح فقط لمن دخلوا كأصدقاء بمشاهدة هذه الصفحة، ولا يتطلب ذلك سوى معرفة المعلومات الأساسية للغة html، التي تستخدم في بناء صفحات الأنترنت.

- يقدم أيضا آلة بحث داخلية ونظام بريد إلكتروني داخلي. (عباس، 2008، ص217).

3-4- الأنستغرام (Instgram):

هو موقع اجتماعي وتطبيق مجاني تم إطلاقه عام 2010، بغرض تشجيع تبادل الصور والسماح للمستخدمين بالتقاط الصور، وتضاف تلك الصور عادة على شكل مربع ويتم إلتقاط تلك الصور بواسطة كاميرات الهاتف المحمول، وكانت بداية دعم تطبيق الأنستغرام مضافة على أجهزة "الأيفون" و "الأي باد" و "الأي بود تاشن"، لكن في سنة 2012 تمت إضافته لمنصة تطبيق الأندرويد.

ويستخدم الناشطون على مواقع التواصل الاجتماعي تطبيقات الأنستغرام من أجل نشر ومشاركة الصور التي يحصلون عليها عبر كاميرات هواتفهم المحمولة، حيث تم نشر عبر هذه الشبكة صور عديدة توثق أحداث ومظاهرات والاحتجاجات في الوطن العربي، وقد استخدم بعض الناشطون السياسيون هذا الموقع من أجل نشر صور تفضح الانتهاكات وممارسات العنف التي يتعرضون لها. (شدان، 2011، ص50).

4- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

4-1- الإيجابيات:

- التحفيز على التفكير الإبداعي بأتماط وبطرق مختلفة بسبب التواصل مع الأشخاص المثقفين من بيئات مختلفة.
- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال.
- المساعدة على قبول القضايا الخلافية.
- المساعدة على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.
- توفير فرصة التعلم بالرمزيات والمحسوسات أيضا.
- المساعدة في تنشيط المهارات لدى المستخدم.
- تحقيق قدر لا بأس به من الترفيه والتسلية.
- المساعدة في الحصول على وظيفة مناسبة. (سعيداني، 2013، ص 490).

4-2- السلبيات:

- الإدمان عليها يؤدي إلى تعطيل الكثير من الأعمال.
- نشرها لأفكار ضالة مثل الترويج للعنف والمشاركة فيه.
- التعرض للجرائم الإلكترونية، كما أخبر بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث عام 2008.
- التعرض للخداع.
- فتور الحس الأخلاقي كما ورد في دراسة أجرتها جامعة ساوشر كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار والعنف التي من شأنها أن تعود الناس على مشاهدة الآلام والعذاب للبشر، مما يجعله أمرا مألوفا.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب حيث أثبت بذلك الدكتور علي صباح من خلال دراسته أن حروف اللغة العربية تحولت إلى رموز وأرقام وبانت الحاء-7- والهمزة-2- والعين-3- وكلمة سعادة تكتب-3-... الخ. (سعيداني، المرجع نفسه، ص 491).

5- ماهية موقع الفيديو

5-1- تعريف الفيديو:

مصطلح "الفيديو" "face book" كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية بعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية. (فضل الله، 2011، ص12).

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال "الفيديو" على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص. (نومار، ص55).

وفي الإنجليزية (face book) موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن من الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيديو" محدودة المسؤولية. (صلاح، 2012، ص206).

هو أيضاً موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين، فمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين. (زيد، 2015، ص51، 52).

ويمكن القول عن فيديو، أنه وسيلة اتصال، تساعد على عملية توصيل بين الأفراد، واكتساب معارف ومعلومات جديدة والتطلع إلى صدقات وثقافات أخرى. (صلاح، 2003، ص15).

5-2- نشأة الفيديو:

انطلق موقع الفيديو كنتاج غير متوقع من موقع match face التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع hot or not، يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص تم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. (عامر، 2011، ص204).

يعد موقع الفيديو من أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية على الأنترنت، فلقد حضي بقبول وتجارب كبير من الناس في جميع أنحاء العالم، وهو لا يتعدى حدود مدونة شخصية في البداية. (العرشي، الدوسري، 2015، ص37).

ففي 28 أكتوبر 2003 استطاع الأمريكي "مارك زوكربيرغ"، وهو لا يتعدى الثلاثين من عمره أن يحدد هوية موقع الفيسبوك، بعد انفصاله عن موقع فايس ماتش، وقد بدأ بنشر صورة الشاب أو الشابة الأكثر جاذبية في جامعة هارفارد الأمريكية، ثم بدأ عمله باختراق مناطق محمية في الحاسوب وقام بنشر صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، لذلك اتهمته إدارة الجامعة بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وانتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة، لكنه وحسن الحظ تم إسقاط كل التهم التي وجهت إليه. (كاظم، 2013، ص204).

وقد كانت عضوية الموقع في البداية مقتصرة فقط على طلبة جامعة هارفارد الأمريكية، فلقد أعلن عنه رسمياً مارك زوكربيرغ عام 2004، لغرض تبادل المعلومات مع زملائه داخل الجامعة، ولقد لقي رواجاً كبيراً بين طلبة الجامعة، واكتسب شعبية واسعة بينهم مما ساعده على توسيع قاعدته ليشمل جامعات أخرى. (حارث، مزهر، 2015، ص141).

وبعد فترة وجيزة إنضم كل من "إدوارد سافرين" وهو المدير التنفيذي لشركة فيسبوك، و "داستين موسكوفيتز" مبرمج، و "اندرو ماكولام" رسام جرافيك، و "كريس هيوز"، وهم رفقاء مارك في سكن الجامعي، ومتخصصين لمساعدته في تطوير الموقع في دراسة علوم الحاسوب في جامعة هارفارد. (مدثر، 2011، ص12).

وتحديداً في 04 فيفري 2004 من عام 2004 قام زوكربيرغ بتأسيس موقع الفيسبوك على النطاق the face book.com، وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة "إيفي ليج" وشيئاً فشيئاً أصبح الموقع متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وبعدها أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندجة وشركة مايكرو سوفت. (العريشي، الدوسري، مرجع نفسه، ص212، 213).

وأما في أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك أن اتحاد مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقر دولياً له، حيث بدأ موقع الفيسبوك في 04 فيفري من عام 2004 يعتبر خامس أكثر المواقع. ثم أخذ الموقع في الانتشار والتطوير في تقنياته وتعدد اللغات التي يدعمها حتى أصبح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، حتى فاق عدد مستخدميه المليار ومئة مليون مستخدم في نهاية عام 2013، ليصل في سنة 2015 إلى ما يعادل 87%. (هناء، 2015، ص22).

وبالتالي فإن هذا الموقع في بداية ظهوره كان هدفه البحث عن كيفية استمرار التواصل مع الأصدقاء بعد نهاية الدراسة وكان مقتصرًا على بضعة أشخاص معينين، إلى أن وصل في الوقت الحالي يضم الملايين أو بالأحرى الملايين من المستخدمين.

5-3-3-مميزات الفيسبوك:

5-3-1-الملف الشخصي "Profile":

فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفًا شخصيًا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور متصلة بك، وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعتها بالتحديد.

5-3-2-إضافة صديق "add friend":

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

5-3-3-إنشاء مجموعة "Groupe":

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعًا إلكترونيًا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أو اجتماعية...، وتستطيع جعل الاشتراك لهذه المجموعة حصريًا بالعائلة أو الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هم مهم بموضوعها.

5-3-4-لوحة الحائط "Wall":

وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي ولأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

5-3-5-النكزة "Pokes":

منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

5-3-6-الصور "Photos":

وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

5-3-7- الحالة "Status":

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

5-3-8- التغذية الإخبارية "Nous Feed":

التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتكبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

5-3-9- الهدايا "Gifls":

ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

5-3-10- السوق "Market Place":

وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

5-3-11- إنشاء صفحة خاصة على موقع "Facebook":

وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات الإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات ترويج الصفحة مع " Facebook adds"، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.

5-3-12- التعليقات "Facebook Notes":

وهي سمة متعلقة بالتكوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، ويمكن للمستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التكوين. (منصور، 2011، ص 65).

5-4-4- خدمات الفيسبوك:

يقدم الفيسبوك مجموعة من الخدمات الأساسية تتمثل في:

5-4-1- الدردشة: يتيح موقع الفيسبوك إمكانية الدردشة التي تمكن مرتادي الموقع من التواصل فيما

بينهم والتحدث في مواضيع مختلفة عبر الصفحات الشخصية.

5-4-2- الرسائل: وهي خاصية يتيحها الفيسبوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكافة الأصدقاء.

3-4-5- التعرف على أهم المناسبات: بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها.

5-4-5- الإتصال: فعلت شبكة التواصل الاجتماعي خاصية الاتصال بالهواتف التي تحتوي على تطبيق الفيسبوك على الهواتف الذكية.

6-4-5- المجموعات: مكن موقع الفيسبوك روادها من إمكانية التواصل فيما بينهم بمجموعات متنوعة بعيدة عن الصفحة الرئيسية حيث يتم الاشتراك فيها من قبل الراغبين في طرح الموضوعات المختلفة، أو متابعة القضية التي تثار في المجموعة حيث يصل كل منشور يتم إضافته على مجموعة بإشعار لكل مستخدم منظم للمجموعة.

7-4-5- إمكانية إضافة الأشخاص أو إزالتهم أو حظرهم: تثار كثيرا مسألة الأصدقاء الجديدين وكذلك السيئين الذين يحتلون صفحة للمستخدم وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد أو يحذف أو يحظر من يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة تواجهه أثناء الاستخدام.

8-4-5- البحث: حيث يتيح الفيسبوك لكافة المستخدمين خدحة البحث التي تمكن المستخدم من البحث عن الأصدقاء القدامى والجدد لإضافتهم والتواصل معهم. (هشام، 2014، ص70، 71).

خلاصة:

في الأخير إن التطور الهائل للتكنولوجيا الحديثة أدى إلى تغيير نمط حياة الفرد والمجتمع من حيث الاتصال والتواصل مع بعضهما البعض، ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت قفزة ومكانة كبيرة في وقت قياسي جدا الفيسبوك، الذي أصبح يضاهي العالم الواقعي في جميع النواحي، مما وفر له مكانة اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية كونه جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

تمهيد
تحليل الصور
نتائج الدراسة

تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل إلى تحليل صور المرأة الجزائرية في صفحات الفيسبوك بالاعتماد على التحليل السيميولوجي لها، كما سنقوم بعرض تفسيرات لها واستخلاص النتائج المتوصل إليها.

الصورة الأولى:



الوصف:

نلاحظ من خلال هذه الصورة الكاريكاتورية شخصان، الشخص الأول رجل ضخم يرتدي ثياب رسمية مكونة من قميص أبيض وربطة عنق حمراء اللون، وسترة وسروال رمادي، ولديه شاربان طويلان وكرش، فمهمفتوح وعلامات الصراخ بادية على وجهه ينظر إلى الأعلى، ويحمل لافتة كتب عليها حقوق المرأة، أما الشخص الثاني امرأة ترتدي تنوره صفراء وتضع على رأسها وشاح أخضر تحمل على كتفيها الرجل، عيناها بارزتان وفمها مفتوح وتضغط على أسنانها، تتصب عرقا وعلامات التعب والألم بادية على وجهها.

المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفيسبوك "وجوه القرنون".

الإطار: الصورة محددة فيزيائياً بإطار 560 × 668 pixel.

التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على الشخص الذي تحمله المرأة واللافتة جاءت مكبرة، حيث أخذت كل حيز

الصورة مع إبراز الملامح لأنها تعتبر عناصر مهمة ركز عليها لنقل الفكرة الجوهرية.

زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجهة مقابلة.

الألوان والإضاءة: غلب علي الصورة اللون الرمادي الذي يمثل لون الخلفية و البذلة.

التركيب والإخراج على الصورة: تبدو مواضيع الصورة مركبة بشكل عادي لأن العين تقع على الأشكال المرسومة

قبل أن تحقق في الرسالة المكتوبة لمفهوم الصورة أكثر، وتتم قراءة هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر

المكونة لها كما يلي:

- 1 - اللافتة في الأعلى. 1
2 - رجل.
3 - المرأة.

الأشكال:

- خطوط منحنية تعبر عن الحركة.

- خطوط منكسرة تعبر عن الكلام بصوت مرتفع.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني	المداليل الأيقونية
رجل ذو مكانة قد يكون مسؤول سياسي أو رئيس جمعية... الخ	متسلط، منافق، يدعي عكس ما يقول، لا يحترم حقوق المرأة	الشخصيات
امرأة بسيطة، ريفية	الأم، الحقرة، الظلم، الحرمان	
أسطواني، شبه منحرف	أعمدة خشبية، اللافتة	الأشكال

3- الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في هذه الصورة على الشكل التالي:

"حقوق المرأة" وهي عبارة أطرت داخل لافتة يحملها رجل ذي مظهر مرموق يدل على ثراءه ومركزه، لافتة تحمل عبارة مهمة، تنادي بحقوق "إنسان" كرمه الإسلام وأعطى له مكانة لا تفتقر، لكن التناقض الحاصل في الصورة يؤكد أن الكلام المحمول في اللافتة مجرد شعار نفاق ورياء، فلرجل الذي ينادي بحقوق المرأة هو أول من يدوس هذه الحقوق ولا يعترف بها، فقد رسم محمولا على كتفي امرأة ينادي بحقوقها ولا يلتفت أصلا إلى ثقل حملها. فزادها أحمالا على حملها. فالمرأة تقوم بكل شيء في البيت تحمل الزوج والابن ولكنها لا تحمل ولا يهتم لأمرها ولا يراعي شعورها، إذن فالصورة والعبارة تؤكد أن حقوق المرأة مازالت مهضومة على الرغم من الشعارات الزائفة التي ينادي بها الرجال.

الصورة الثانية



الوصف:

نلاحظ في هذه الصورة الكاريكاتورية والمحددة بإطار أبيض، تحتوي على شخصين، الشخص الأول رجل يرتدي ثياب بسيطة مكونة من قميص رمادي باهت وسروال وكوفية صوفية بنية وحذاء أخضر طويل خاص بالعمل، حاجباه غليظان وعيناه مغلقتان وفمه مفتوح وخطوط منحنية على وجهه وجبهته، ورأسه مرفوع للأعلى غير مبالي بالشخص الذي أمامه، وهو في حالة حركة، يحمل بين يديه حشيش أخضر فيه أزهار حمراء وصفراء. أما المرأة التي أمامه فترتدي فستان أخضر طويل أبيض اللون عند اليدين والرجلين، وحذاء وردي وتضع على رأسها وشاح وردي غامق مزركش، يداها مضمومتان، تضع احمر الشفاه عينها مفتوحتان بشكل كبير يخرج منهما قلوب حمراء، وعلامات الفرحة والابتسامة بادية على وجهها. خلفها بقرة بيضاء بها بقع سوداء وتحت أرجلها حشيش.

المستوى التعيني:

1- الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردة الصورة في صفحة الفيسبوك "أرواح تضحك شريكى".

الإطار: الصورة محددة فيزيائياً بإطار 480×480 pixel.

التأطير: تم التركيز على الشخصيتين الرجل والمرأة، حيث شغلا معظم الصورة أما البقرة فظهر جزء منها فقط زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجهة المقابلة.

التركيب والإخراج على الصورة: إن أشكال الصورة واضحة بسيطة مركبة بشكل عادي تدركهم العين مباشرة قبل أن نحدق في الرسالة اللغوية، بحيث توجه قراءة هذه الصورة على حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة للصور كما يلي:

1- الرجل 1 ← 2 ← 3

2- المرأة

3- البقرة

الأشكال:

-شكل بيضوي ومربع حاملا الرسالة اللغوية.

-خطوط منحنية تعبر عن الكلام بغضب

اللون والإضاءة: غلب على الصورة اللون الأبيض الذي يمثل الخلفية واللون الأخضر الذي يمثل الحشيش وفستان المرأة.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل في المستوى الأول	المداليل في المستوى الثاني	المداليل الأيقونية
فلاح، رجل بسيط، زوج	رجل جدي، عملي، غير رومانسي، خشن	الشخصيات
زوجة بسيطة، شابة، ريفية	رومانسية، ساذجة، قنوعة	
-مربع وبيضوي	-حاملا الرسالة اللغوية	الأشكال
-قلوب حمراء	-الرومانسية والحب	
بقرة	ريف، مزرعة، إسطبل	حيوان

3- الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في العبارات التالية:

"اجبدي روحك جبتو للبقرة" كلام جاء على لسان الرجل ردا على كلام زوجته بعدما رأت الورد التي يحملها زوجها حيث فرحت بما ظنا منها أنها هدية من زوجها لكن ظننها خاب فالزوج لا يعبر لهذه الأمور بالا ولا يهتم بها وإنما يهتم بالماشية وعمله، وفي هذا دلالة واضحة على تعامل الرجل مع المرأة الجزائرية خاصة في الأوساط الريفية فهم لا يهتمون للرومانسية وما شابه، وفي هذا كشف من حقيقة العلاقة التي تجمع بين الرجل والمرأة الجزائرية، والرسالة اللغوية جاءت لتؤكد المعنى المراد حتى لا ينحرف المعنى المراد من الصورة، والذي يبين كيفية التعامل مع المرأة الجزائرية.

الصورة الثالثة:



الوصف:

نلاحظ في هذه الصورة الكاريكاتورية، شخصين الأول رجل يرتدي ثياب بسيطة مكونة من قميص أبيض وسترة خضراء مرقعة بالبني والرمادي، سروال وحذاء أسود وكوفية صوفية حمراء، شعره أسود عيناه كبيرتان انفه طويل وله شارب اسود، فمه مفتوح وشاد على أسنانه والابتسامة باادية على وجهه، يضع ذراعه في الخلف ويحمل في يده الأخرى ثلاث حبات ثوم ومنحني، أما المرأة فترتدي فستان وردي فاتح به بقع وردية غامقة وتضع فوق رأسها

وشاح أصفر وشعرها أسود مسدول على كتفيها وحذاء أسود، تضع يدها اليسرى فوق رأسها وهي منحنية تنظر إلى ما يحمله الرجل وعلامات الاستغراب بادية على وجهها.

المستوى التعييني:

01- الرسالة التشكيلية:

-الحامل: وردت هذه الصورة على صفحة الفيسبوك "وجوه القرون".

-الإطار: الصورة محددة فيزيائياً بإطار 620×438 pixel

-التأطير: تم التركيز على الشخصين اللذان يمثلان رجل وامرأة واقفانوما يحمله الرجل في يده.

-زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجهة المقابلة لأن الشخصيات تتوسط الصورة.

-التركيب والإخراج: إن أشكال الصورة واضحة بسيطة مركبة بشكل عادي تدركهم العين مباشرة والرسالة اللغوية

تكلمة لتوضح أكثر المعنى الذي جاءت من أجله الصورة والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

- الرجل يقدم شيء للمرأة.
- امرأة تنظر إلى ما يقدمه لها الرجل.

الأشكال:

-شكل بيضوي حامل للرسالة اللغوية.

-خطوط منحنية تعبر عن الانحناء والحركة.

اللون و الإضاءة:غلب على الصورة اللون الأبيض الذي يمثل الخلفية.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	زوج بسيط، فقير، شاب	ساخر، مستهزئ
	زوجة، شابة، بسيطة، ربة منزل	حائرة، متحسرة، منهكة، تشعر بخيبة أمل، يكاد يغمى عليها
الأشكال	شكل بيضوي	حامل الرسالة
الأشياء	حزمة الثوم	المطبخ، الأكل

3- الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في العبارات التالية:

"عيد المرأة...!" هو عنوان كتب في أعلى الصورة يدل على المناسبة التي أعطى فيها الهدية لزوجته، وعبرة "جبت لك أغلى حاجة في السوق...!" جاءت هذه العبارة دالة على المعاملة التي يعاملها الزوج لزوجته لقد قدم لها "ثوما" بدل الورد في عيدها، فهو يعاملها على أساس "زوجة ربة بيت طباحة و فقط" ولا وجود للرومانسية في قاموسه الخاص، وعلى هذا جاءت الرسالة اللغوية لتؤكد الفكرة وترسخها وتتم المعنى.



الوصف:

نلاحظ في هذه الصورة الكاريكاتورية، وجود شخصين الشخص الأول امرأة ترتدي فستان اصفر قائم طويل وقصير عند الذراعين ورافعة أرجلها إلى الأعلى، سمينة شعرها اسود مجعد، حاجباها معقودان، عيناها بارزتان انفها طويل وتشد على أسنانها، تحمل في يديها مقلات ترفعها إلى الأعلى تريد أن تنقض بها على الرجل الذي أمامها وعلامات الغضب الشديد بادية على وجهها، أما الرجل فيرتدي قميص طويل ويضع على رأسه قلنسوة بيضاوين، شعره اسود وأصلع من الأمام وعيناها كبيرتان وبارزتان، انفه طويل له لحية وشارب سوداوين ومبتسم، جالس على الأرض ويضع في حجره جهاز الحاسوب يخرج منه قلوب حمراء وضعا يديه على لوحة مفاتيح الجهاز الموصول بالكهرباء.

المستوى التعيني:

1- الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفيسبوك "الجمهورية الجزائرية للضحك وتمسخير".

الإطار: الصورة محددة فيزيائياً بإطار 480×800 pixel.

التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على المرأة وما تحمله بين يدها وجهاز الحاسوب أما الرجل فظهر بحجم صغير. زاوية التقاط الصورة: التقطت الصورة من الجهة المقابلة.

التركيب والإخراج: إن أشكال الصورة واضحة بسيطة مركبة بشكل عادي، تدركهم العين مباشرة والرسالة الألسنية تأتي مكتملة لتوضح أكثر المعنى الحقيقي المراد منه والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1- المقالات.

2- المرأة.

3- الرجل.

4- جهاز حاسوب.

الألوان والإضاءة: غلب على الصورة اللون بنفسجي الذي يمثل لون الخلفية والأرضية.

الأشكال:

- شكل بيضوي ومربع حامل الرسالة اللغوية.

- شكل مربع جهاز الحاسوب.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل على المستوى الثاني	المداليل على المستوى الأول	المداليل الأيقونية
خائن، يعيش فترة مراهقة، لا تعجبه زوجته	زوج، متعلم، يبدو سنه في الأربعينيات فما فوق	الشخصيات
عنيفة، متهورة، خشنة، لا تتقن التصرف في الموقف الصعبة	زوجة، بشعة، يبدو سنها فوق الأربعينيات	
مطبخ، منزل	مقالات	الأشياء
عصرية	جهاز حاسوب	
حامل الرسالة اللغوية	شكل بيضوي ومربع	الأشكال

3- الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في هذه الصورة على الشكل التالي:

"وقتاش نتلاقو يا أنوشتي العزيزة" عبارة وردت على لسان الزوج وهو يحدث فتاة أخرى في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وظف مفردة شائعة في الأوساط الشعبية الجزائرية "أنوشتي" حيث تنعت بها المرأة الشابة الجميلة المدللة الصغيرة في السن، أما جواب الزوجة الذي وظفت فيه أيضا عبارة متداولة كثيرا في اللهجة العامية الجزائرية "عمد ناناك" والمقصود بالنانا هي الأخت الكبرى، فتتم أولا من أصالة المرأة ومدى غضبها وانزعاجها من خيانة زوجها ثانيا، فالمرأة كما توضحه الصورة عنيفة لفظا وتصرفا حيث همت بضرب زوجها بأداة تستعملها في المطبخ.



الوصف:

نلاحظ من خلال الصورة الكاريكاتورية وجود ثلاث أشخاص، الشخص الأول امرأة رقيقة ترتدي فستان قصير مكون من قطعتين القطعة السفلية لونها بني أما العلوية فلونها بنفسجي تحمل في ذراعا الأيسر حقيبة يد صغيرة وردية وتشير بإصبع يدها الأخرى، تغطي شعرها بوشاح أخضر قائم وتضع قرط في أذنها لها رقبة ولحية وانف به بقع سوداء طوال، أسناتها العلوية بارزة وحاجبها مرفوعين وتبتسم. أما الرجل الأول في ظهر في الصورة مائلا إلى الجهة اليمنى ورافع يديه إلى صدره، يرتدي قميص أزرق غامق وسروال رمادي وحذاء بني، ذو شعر اسود مجعد وعينه بارزتان وفمه مفتوح، يتصبب عرقا وعلامات الخوف والرعب بادية على وجهه كأنه رأى شبح، كما

يوجد في الصورة رجل آخر قصير القامة يرتدي قميص ازرق فاتح وسروال رمادي وحذاء بني، أصلع يسير ويفكر في سيجارة، بالإضافة إلى وجود أشجار خضراء.

المستوى التعيني:

1- الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفيسبوك "نوار".

الإطار: الصورة محددة فيزيائياً بإطار 720×772 pixel.

التأطير: تم التركيز في الصورة على المرأة والرجل حيث شغلا كل حيز الصورة، مع إبراز ملامح الأشكال في أهم الملامح، لأنها تعتبر عناصر مهمة لنقل الفكرة الجوهرية للصورة.

زاوية التقاط الصورة: زاوية التقاط الصورة: التقطت الصورة من الجهة المقابلة

التركيب والإخراج: الصورة مركبة بشكل بسيط وعادي لأن العين تقع على الأشكال قبل أن تحقق في الرسالة اللغوية لفهم الصورة أكثر، وتقرأ هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- المرأة

2- الرجل الذي أمام المرأة

3- الرجل القصير.

الألوان والإضاءة: غلب على الصورة لون الأزرق الفاتح وهو لون السماء، والألوان الغامقة

الأشكال:

- خطوط منحنية الأشجار.

- شكل شبه بيضوي حامل الرسالة اللغوية.

- شكل بيضوي صغير العرق.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	رجل، شاب، من المدينة	مدعور، متفاجئ، مخدوع، خائف وكأنه رأى شبح أو منظر مخيف
	امرأة، شابة، من المدينة	بشعة، مخادعة، استعملت صورة غير صورتها، لم تظهر حقيقتها لشاب
	رجل، قصير، مدخن	مكان عام
الأشياء	الأشجار	مكان عام، حديقة

3- الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في هذه الصورة على الشكل التالي:

"أنا هي ليليا تاع الفاس بوك اوووو درك عرفتي" في هذه العبارة التي جاءت على لسان المرأة باللهجة العامية الجزائرية فيها دليل على أن النساء لما يستعملن مواقع التواصل الاجتماعي فإنهن لا يصرحن بهوياتهن الحقيقية، خوفا من أن تعرف وتحالف بها الأعراف وتقع في المشاكل كما أنها لا تعلن عن صورتها، وهو ما جعل الشاب ينخدع و يصدم لما رآها، فقد كون فكرة أخرى عنها، ورسم لها صورة غير التي ظهرت بها، فانعقد لسانه لم يجد ما يقوله غير العبارة "يايما" نلوذ بها كلما أربنا منظر شيء مخيف، أو صدمنا من صورة لم نتوقعها أو ظهرت خلافا لما كنا نظن.



الوصف:

نلاحظ في الصورة الكاريكاتورية، وجود شخص واحد هي امرأة جالسة على كرسي وتضع أمامها جهاز حاسوب فوق طاولة ويدها موضوعة فوق لوحة مفاتيح الجهاز وتنظر إلى الشاشة، ترتدي قميص ابيض اللون وسروال أخضر ومريول أبيض، شعرها بني مجعد قصير ويظهر في شعرها شيء أبيض اللون، في الجهة المقابلة لها فرن غازي جزء أصفر فاتح وأخضر، فوقه قدر اسود تخرج منه النار والدخان.

المستوى التعيني:

1- الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردت هذه الصورة في صفحتك الفيسبوك " وجوه القرنون".

الإطار: الصورة محددة فيزيائيا بإطار 400×239 pixel.

التأطير: تم التركيز في الصورة على كل الأشكال والعناصر الموجودة في الصورة لأنها تعتبر مهمة لنقل الفكرة الجوهرية للصورة.

زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجانب الأيمن لأن المرأة قريبة جدا من إطار الصورة الأيمن.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

التركيب والإخراج: تبدو مواضيع الصورة مشكلة بشكل عادي وبسيط، لأن العين تقع الأشكال قبل أن تحقق في الرسالة اللغوية لفهم الصورة، وتقرأ هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- المرأة.

2- الحاسوب.

3- الطبخة.

الألوان والإضاءة: غلب على الصورة اللون الأصفر فاتح الأخضر ويمثل لون الأرضية والجدران وحتى لباس المرأة والأثاث المطبخ.

الأشكال:

- مربع الطاولة، جهاز الحاسوب، فرن، كرسي

- شكل أسطواني أرجل الطاولة وقارورة الغاز.

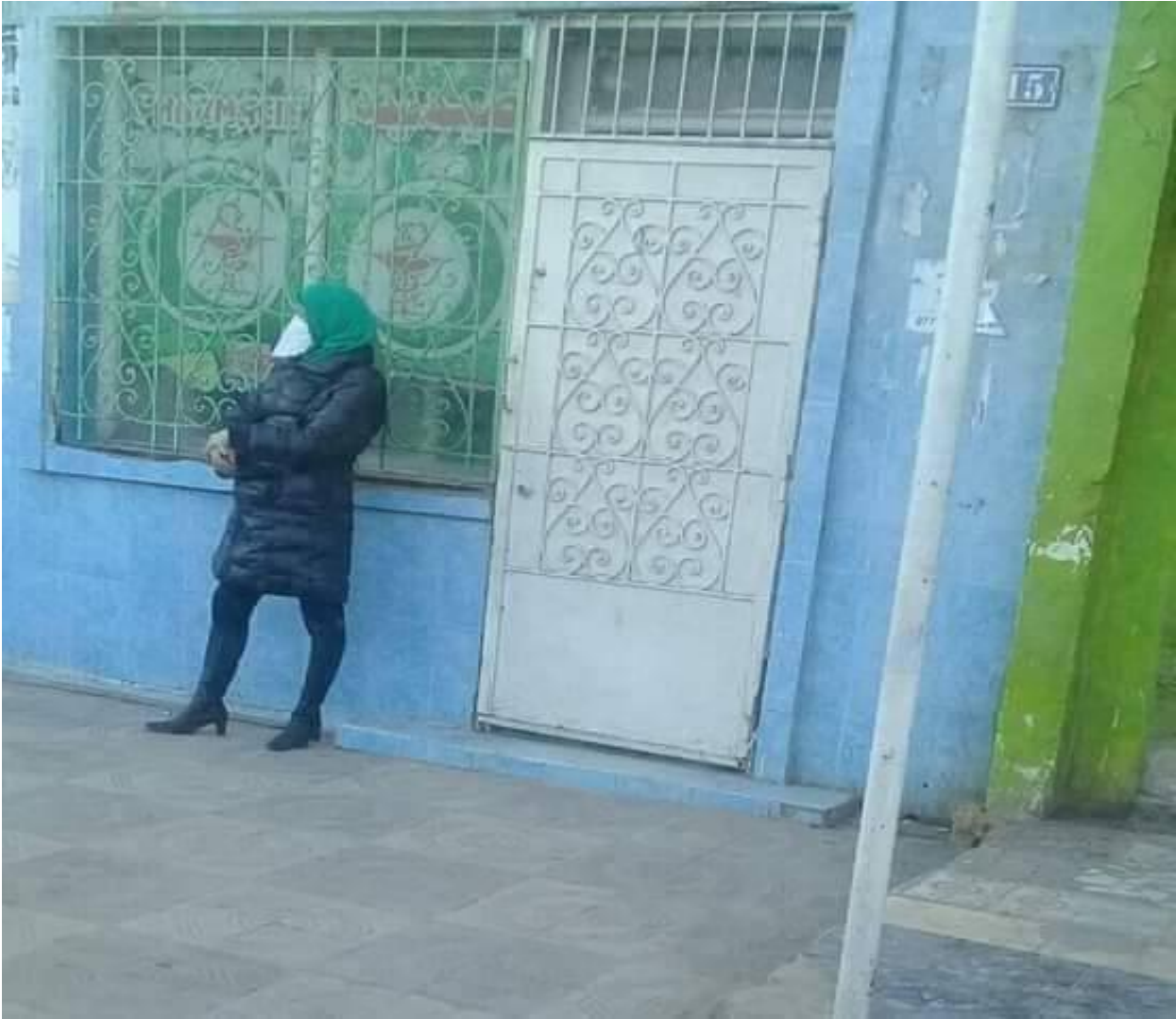
2-الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	لمداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	امرأة، شابة، ربت بيت، متعلمة	امرأة منشغلة بالعمل على الحاسوب ومتناسية أعمال الطبخ
الأشكال الهندسية	أثاث المطبخ	فرن، قارورة غاز، طاولة، كرسي

3-الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة في شكل العبارة التالية:

"وراء كل طبخة محروقة... امرأة تعشق الفيسبوك" وهو عنوان كتب في أعلى الصورة باللغة العربية فيه دلالة واضحة على أنها من استخدام الفيسبوك حتى أن استعمالها له قد ألهأها على أداء أعمالها اليومية وخاصة المنزلية. وفي هذا دلالات واضحة أن المرأة الجزائرية تعشق الفيسبوك كثيرا وتستخدمه في أماكن عدة في الخارج، في العمل، في الدراسة، لكن أكثر الأماكن التي يكون لها فسحة لاستخدام هذا الموقع هو المنزل لدرجة أنها تكتفي به وتغيب من المنزل ومافيه.



نلاحظ في هذه الصورة الفوتوغرافية وجود شخص واحد، امرأة ترتدي سروالا ضيقا ومعطف وكعب بلون اسود، تضع خمار اخضر وتضع العجار أبيض وتضم على شيء أسود بذراعيها، واقفة في رصيف ومتكئة على شباك مكتوب عليه صيدلية وتنظر إلى الجهة اليمنى وكأنها تنتظر.

المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

-الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفيسبوك "وجوه القرنون"

-الإطار: الصورة محددة فيزيائيا بإطار 552x539 pixel.

-التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على المرأة ونافذة الصيدلية، وملامح الأشكال لأنها تعتبر مهمة لنقل الفكرة.

زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجهة اليسرى للمرأة وذلك لأن المرأة قريبة من الجهة اليمنى للإطار

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

- التركيب والإخراج: الصورة مركبة بشكل بسيط وعادي لأن العين تقع على الأشكال قبل أن تحقق في الرسالة اللغوية لفهم الصورة أكثر وتقرء هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- المرأة.

2- الصيدلية.

الأشكال:

- شكل أسطواني عمود

- مستطيل باب الصيدلية.

- شكل مربع نافذة الصيدلية.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	امرأة، شابة	امرأة متناقضة، امرأة جزائرية حائرة بين المعاصرة والأصالة، امرأة متأثرة بالحضارة الغربية.
الأشياء	الصيدلية	العلاج، الدواء.

3- الرسالة الألسنية:

جاءت هذه الصورة دون عبارة ولا أية كتابة لكن قراءتنا لها تمثل جمع متناقضين فهذه المرأة التي مزجت بين العصرية والتقليد في لباس واحد فهي ليست لا إلى هذا ولا إلى ذاك، فلم تتمسك بتراث أجدادها ولم تنتمي إلى عصرها تمام الانتماء وإنما بقيت ضائعة بين الاثنين، ظاهرة تستدعي علاجاً حيث أن صاحب الصورة جعلها تقف أمام الصيدلية، بمعنى أنها تحتاج إلى علاج. وفي الأمر شيء معوج يحتاج إلى تقويم وإيجاد حل له، إنها ظاهرة تحتاج علاج ودواء.

**الوصف:**

نلاحظ في هذه الصورة الفوتوغرافية، امرأة ذات شعر أسود مجعد، تضع على جزء منه وشاح مزركش وترتدي ثوب أزق اللون يشبه ثوب النوم، ذراعها متماسكان تضعهما على جدار النافذة الموضوع عليها منشفة حمام وردية اللون، وفوق رأسها معلقة قطعة قماش برتقالية اللون تنظر من جزء من النافذة المفتوحة قليلا من الجهة اليسرى من خلال الفتوحات الموجودة فيه والجهة اليمنى مفتوحة كلياً، لون النافذة الخشبية أزق فاتح وتبدو قديمة.

المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

-الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة "وجوه القرون".

-الإطار: الصورة محددة فيزيائياً بإطار 618×882 pixel

-التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على حالة المرأة ووضعيتها وعلى جزء النافذة المفتوح.

-زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجهة اليمنى للمرأة لان المرأة وجزء النافذة قريب جدا من الجهة اليسرى للإطار.

-التركيب والإخراج: الصورة مركبة بشكل بسيط وعادي لأن العين تقع على الأشكال قبل أن تحقق في الرسالة اللغوية لفهم الصورة أكثر وتقرأ هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- المرأة.

2- جزء النافذة.

-الأشكال:

-شكل مستطيل جزء النافذة الخشبي.

-شكل مربع إطار النافذة.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	امرأة، غير مهتمة لشكلها، ماکثة في البيت	فضولية، سطحية، غبية، ساذجة، غير مهتمة بنفسها
الأشياء	نافذة منشفة حمام قطعة قماش.	منزل، غسيل

3- الرسالة الألسنية:

هذه الصورة جاءت أيضا من غير رسالة لغوية، لأنها معبرة أكثر لاحتياج لشيء يؤكدها، صورة تدل علي فضولية المرأة الجزائرية وحشريتها وحبها الاستطلاعي وهو ما يؤكد نظرها من خلال النافذة كما أنها تكشف عن غباء هذه المرأة التي تحاول النظر باحتشام من خلال نافذة شبه مفتوحة، فهذه المرأة تحاول أن لاتعرف ولا يكشف أمرها لأن العادات والتقاليد تمنع مثل هذه التصرفات، غير أن غباء المرأة جعلها تنظر من النافذة بشكل مكشوف وهي تظن أنها تنظر خفية وهذه الصورة تكشف وتبين نظرة مستخدمي الموقع للمرأة على أنها غيبية غير محتشمة، كونها تنظر من النافذة بلباس النوم وهذا لا يجوز في الأعراف والتقاليد فهو تصرف منبوذ اذا هذه الصورة جاءت لتنتقد مثل هذه التصرفات من قبل المرأة الجزائرية.



الوصف:

نلاحظ في الصورة الفوتوغرافية امرأة ترتدي الزي التقليدي الجزائري والمكون من حايك أبيض اللون وعند الرأس تضع تحته خمار اسود اللون، وعجار مرسوم عليه العلم الجزائري، تحمل بيدها اليمنى ورقة بيضاء متوسطة الحجم مكتوبة، وخلفها أشخاص.

المستوى التعيني:

1- الرسالة التشكيلية:

-الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفيسبوك "وجوه القرنون".

-الإطار: الصورة محددة فيزيائيا بإطار 465 × 516 pixel

-التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على المرأة وماتحمله في يدها، وملامح الأشكال والعناصر لأنها تعتبر مهمة لنقل الفكرة.

-زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجانب الأيسر

-التركيب والإخراج: الصورة مركبة بشكل بسيط وعادي لأن العين تقع على الأشكال قبل أن تحقق في الرسالة اللغوية لفهم الصورة أكثر، وتقرأ هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- المرأة.

2- الورقة.

-الأشكال:

-مربع الورقة البيضاء.

2-الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	امرأة، في العقد الرابع من العمر، محافظة على أصالتها	وطنية، حاضرة في الأمور التي تتعلق بالوطن ومشاركة فيها.
الأشكال	مربع	الورقة

3-الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة في شكل العبارة التالية:

"قوية كنسومر جميلة كبوحيرد" جاءت هذه العبارة مكتوبة على ورقة بيضاء تحملها امرأة ترتدي الزي التقليدي الأصيل، عبارة تعلن بها المرأة عن انتماءها، وتعرف بها من نفسها، وتؤكد بها وطنيتها، ووعيها التام بقضايا وطنها الأم، كما أنها تعلن أنها مجاهدة، وتكشف من جمالها، الذي لا يختلف عن جمال نسومر وبوحيرد الشخصيتان البارزتان. فالعبارة جاءت مؤكدة وموضحة للصورة متممة لمعناها ومرسحة لفكرة مفادها أن المرأة الجزائرية ناضجة ومقاومة وواعية خلافا لما يشاع عنها.



نلاحظ في هذه الصورة الفوتوغرافية امرأة جالسة على كرسي من الإسمنت، تتكى على لوحة إسمنت متصلة بالكرسي وملصقة بالحائط، مرسوم عليها الصليب ومكتوب عليها باللغة الإنجليزية، ترتدي فستان زفاف ابيض وحذاء شعرها اسود، مسدول وتضع رجل فوق رجل وتحتها ثلج، تنظر إلى الجهة اليسرى وعلامات اليأس واحزن بادية على وجهها، كما يظهر في الصورة حائط بني وجزء من نافذة.

المستوى التعييني:

1- الرسالة التشكيلية:

-الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة "وجوه القرون".

-الإطار: الصورة محددة فيزيائيا بإطار 480×291pixel

-التأطير: تم التركيز في الصورة على المرأة والأشكال الموجودة في الصورة لأنها تعتبر عناصر مهمة لنقل الفكرة الجوهرية للصورة.

-زاوية التقاط الصورة: التقطت هذه الصورة من الجهة اليمنى لأن المرأة بعيدة عن الإطار من الجهة اليمنى وقريبة من الجهة اليسرى.

-التركيب والإخراج: الصورة مركبة بشكل بسيط وعادي لأن العين تقع على الأشكال قبل أن تحقق في الرسالة اللغوية لفهم الصورة أكثر، وتقرأ هذه الصورة حسب أهمية الأشكال والعناصر المكونة لها كما يلي:

1- المرأة.

-الأشكال:

- شكل مستطيل كرسي وحامل الرسالة اللغوية.

- شكل مربع اللوحة الإسمتية.

2- الرسالة الأيقونية:

المداليل الأيقونية	المداليل على المستوى الأول	المداليل على المستوى الثاني
الشخصيات	امرأة، شابة، عصرية، عروس	عروس تنتظر عريس، امرأة تفكر في موضوع الزواج
الأشكال	كرسي، لوحة إسمتية	شارع، مكان عام

3- الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة في شكل العبارة التالية:

"متخلونيش نصدي الله لا تربحكم" وردت هذه العبارة بلهجة جزائرية عامية على لسان شابة في مقبل العمر بفسطان زفاف حيث حصر تفكيرها في زوج ينقضها من شبح العنوسة، وكأن جل ما تفكر فيه المرأة الجزائرية هو الزواج فقط وليست لها طموحات أخرى فهذه الصورة تقدم نقدا لهذا التفكير السلبي للمرأة هذا من جهة ومن جهة أخرى تكشف عن النظرة السلبية للمرأة إذ يجعلونها سطحية لا تفكر إلا بأمور لا تهم.

نتائج الدراسة:

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- جل صور المرأة الجزائرية الموظفة في الفيسبوك خاصة الكاريكاتورية منها أظهرت المرأة الجزائرية بشعة لا علاقة لها بالجمال، امرأة لا تهتم لشكلها ولا بجمالها.
- من خلال تحليلنا لاحظنا انه على الرغم من إعطاء المشرع الجزائري جملة من الحقوق للمرأة والاعتراف بها إلا أن هذه الحقوق مجرد شعارات لا يعترف الرجل بها في مجتمع ذكوري يكرس سلطة الرجل، فالمرأة الجزائرية مازالت تعاني الإقصاء، حيث لا يمكن لها القيام بأي شيء دون الرجل.
- من خلال تحليلنا للصور توصلنا أن مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة يرون المرأة الجزائرية امرأة سطحية لا تهتم إلا بالتفاهة وبالأمور السطحية، بحيث لا تتعمق في الأمور، وليس لها نظرة ثابتة على الرغم من بلوغها مراكز عليا.
- بين تحليلنا للصور أن النظرة التقليدية للمرأة مازالت حاضرة إلى غاية الآن، والمحصورة في ربة بيت وكونها مخلوق ضعيف، لذا حصر دورها في رعاية الزوج والأولاد، وعليه فهذه المواقع حافظت على الصورة النمطية للمرأة الجزائرية التي تجعلها زوجة وأما.
- كما بين التحليل للصور أن الصور الكاريكاتورية للمرأة كانت في اغلبها صور ساخرة ومستهزئة بها وعلى سبيل الذكر لا الحصر الصور المتعلق بعيد المرأة وموضوع الزواج، على عكس الصور الفوتوغرافية التي كنت معظمها صور واقعية كما هو الحال في صورة المرأة التي ترتدي لباس عصري مع جزء من لباس تقليدي وصورتها في الحراك الشعبي وغيرها.
- فيما يتعلق باستخدام صورة المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك فقد بين التحليل أنها تستخدمه باسم وهوية مستعارة وذلك لعدة اعتبارات سوسيوثقافية، كما أن المرأة تعد من أكثر مستخدمي الفيسبوك فهي مدمنة عليه لدرجة جعلتها تنسى القيام بواجباتها الأسرية والزوجية واستخدامها له يكون أكثر في المنزل.
- وتحليلنا للصور المقدمة للمرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي بين لنا أنها امرأة واعية وطنية عندما يتعلق الأمر بقضايا الوطن والواجب، فقد أبانت عن وعي سياسي ورفي فكري ومشاركة فيما يهم الوطن مثلها مثل الرجل، فالوطنية فيها صفة ورثتها، إنها موجودة فيها بالفطرة.
- من خلال تحليلنا لبعض الصور المقدمة للمرأة الجزائرية في الفيسبوك تبين لنا أن أكثر المواضيع والقضايا

- التي تسيطر على تفكيرها وتشغل بالها "الزواج"، فهي لا تفكر في شيء سواه، وتوليه معظم وقتها، فهو من المواضيع الهامة بالنسبة لها.
- من بين الدلالات والمعاني والرموز التي بينها تحليلنا لصور المرأة الجزائرية هي امرأة ذات شخصية عنيفة، وأسلوب خشن في التعامل مع المواقف الصعبة التي تتعرض لها في حياتها الخاصة، وكذا رسمها لمعالم الحيرة التي تعيشها المرأة الجزائرية بين تراث قديم تريد الحفاظ عليه وبين جديد يعدها بالرقى والتطور، فوجدت نفسها بين مفترق الطرق لا هي إلى هذا ولا هي إلى ذاك، ليست تقليدية مائة بالمائة وليست عصرية مائة بالمائة.
- من خلال تحليلنا للصور وجدنا أن صور الموظفة في موقع الفيسبوك عن المرأة الجزائرية هي صور إيجابية تمثلت في نقلها لحقائق وقضايا تعيشها المرأة، وصور سلبية كانت في بعض الأحيان مححفة في حقها لكن أيضا في بعض الأحيان عبرت عن واقع بعض الفئات من النساء مثلا صورة المرأة البشعة المتلاعببة.

خاتمة

تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي، لما تمتلكه من مقومات أن تنشئ حركة اجتماعية قادت إلى تأسيس نمط جديد من التواصل والتعامل، والتفاعل، والتآلف الاجتماعي ضمن سياق افتراضي حديث، يسمح للمستخدم الموجود على الشبكة بالقيام بتفاعلات اجتماعية جمّة قوامها الاهتمامات والقواسم المشتركة بينهم، ليحسدوا بذلك مجتمعا افتراضيا تصاغ فيه علاقات اجتماعية ومؤسسات رقمية زادت من حدة انتشار هذه الظاهرة الاتصالية الحديثة، وقد كان للمرأة نصيب في هذا الوجود.

ولا يخفى على أحد ما أن لمواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة تأثير على أفكار واتجاهات الناس باعتبارها تختصر الزمن والمسافات لإيصال رسالتها إلى أكبر عدد من الناس، وتداولها وانتقالها وبذلك كان لها دور كبير في خدمة المبادئ التي تروج لها، وبناء عليه تندرج دراستنا ضمن هذا السياق، بحيث تهتم بدراسة صورة توظيف المرأة الجزائرية في هذه المواقع، وانطلاقا من المعلومات النظرية ومحاولة تجسيدها وتوظيفها في الفصل التطبيقي وذلك بتطبيق المنهج التحليلي السيميولوجي على نماذج من صور المرأة الجزائرية في صفحات الفيسبوك، توصلنا لنقول أن توظيف المرأة أو بالأحرى النظرة إليها من طرق المستخدمين تراوحت بين السلبية والإيجابية، إضافة إلى ما حملته هذه الصور من نقد اللاذع لتصرفاتها وسلوكياتها فقد حملت دلالات تعبر من النظرة السطحية. والملاحظ أيضا من خلال دراستنا أن الصورة الموظفة للمرأة في مواقع التواصل الاجتماعي كانت عبارة عن أحكام ومواصفات عامة تتوفر في كل امرأة دون استثناء. كما لاحظنا أن الصورة النمطية التقليدية للمرأة مازالت حاضرة في ذهنيات المجتمع الجزائري الذي يكرس فكرة المجتمع الذكوري.

وعلى العموم من الضروري أن تتناول مواقع التواصل الاجتماعي قضايا المرأة بشكل كبير واضح وجدي، للمساهمة في إثارة الحوار حول هذه القضايا المهمة، لكسر الصمت المطبق عليها بحجة الحياء وأسرار العائلة، فنحن بحاجة إلى صور ومضامين نسائية تقدم نماذج واعية، تناقش كل ما يتعلق بها وتطرح صور إيجابية لها من المجتمع، لتكريس أنماط جديدة تتناسب مع الوقت الراهن، والمكانة التي وصلت لها النساء أو التي تطمح لها، وتساهم في تجاوز السلبيات في المجتمع عن طريق الترويج لكل جديد إيجابي.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

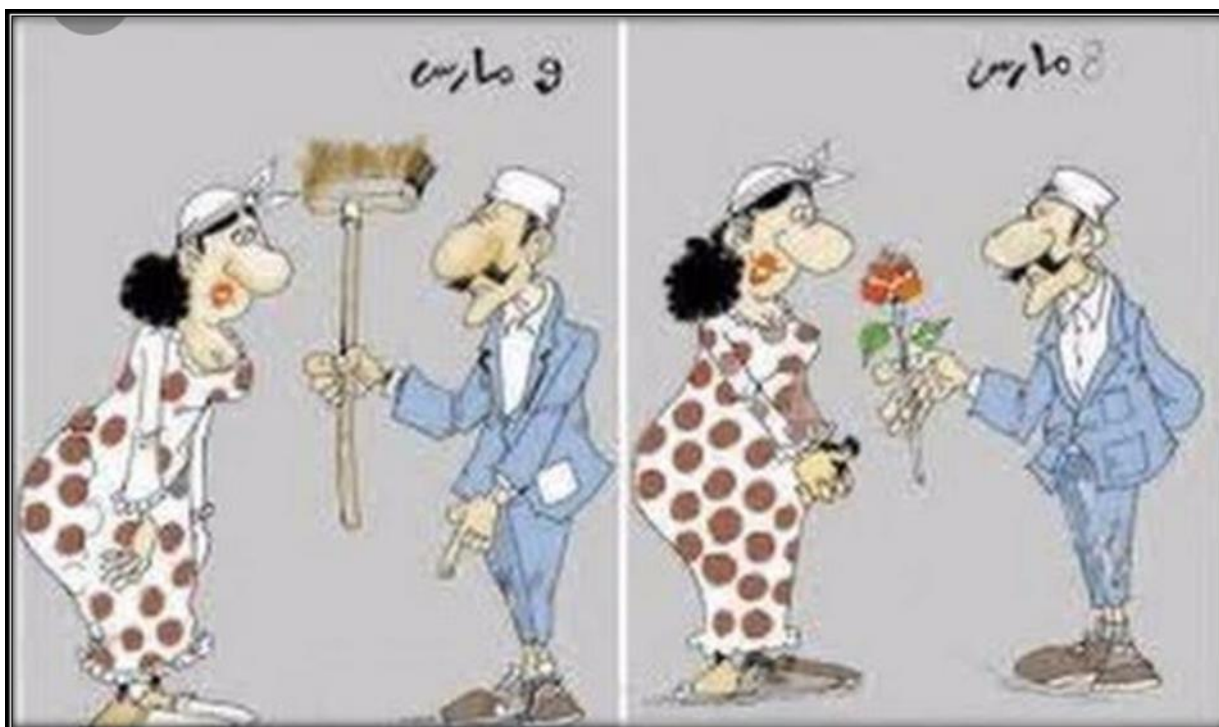
- أبو شنب، حمزة إسماعيل (2013). تقنيات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والمميزات، شبكة الألوية.
- البرقوق، عبد الرحمان. دولة النساء، معجم ثقافي اجتماعي لغوي عن المرأة، مكتبة الثقافة الدينية، مصر.
- الديرسي، عبد الكريم، الطاهات، زهير ياسين. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، عدد 1.
- الشمراي، عثمان محمد. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي، جامعة الملك خالد، السعودية.
- الشهري، زايد سعد. (2008). نحو إعلام إسلامي متميز، مجلة الأمن والحياة، العدد 38.
- العريشي، جبريل بن حسن، الدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن. (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- العسكر، فهد بن عبد العزيز بدر. ط1. (1998). الإخراج الصحفي أهميته واتجاهاته الحديثة، مكتبة العبيكان، الرياض.
- العسكري عبودة، عبد الله. (2002). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار التميز، سوريا.
- المقدادي، خالد غسان يوسف. ط1. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.
- المقدادي، كاظم شتون. (2013). الإعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- أنجرس، موريس. (2006). ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار النشر والتوزيع، الجزائر.
- تومي، فضيلة، بسعيد، زهية. (2017). الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية- دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفيسبوك-، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، نشرت في مجلة الباحث الإعلامي، العدد 37.
- حارث، عبود، مزهر، العايني. (2015). الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
- خالد، سليم. (2008). ثقافة التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبى للنشر، قطر.

- راضي، زاهر. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- زرواتي، رشيد. ط1. (2002). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر..
- ساري، حلمي خضر. (2008). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24.
- سرور، صفاء. (2015). تأثير وسائل التواصل الإلكترونية في التطور الاجتماعي والاقتصادي، سلسلة التواصل الاجتماعي وإثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، جامعة الدول العربية، القاهرة.
- سعيداتي، سلامي. (2013). 100 سؤال في الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر.
- سلمان، عبد الباسط. بدون طبعة. سحر التصوير، الدار الثقافية للنشر، القاهرة.
- سليمان، إبراهيم محمد. (2014). مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، الزاوية.
- شفيق، حسين. ط1. (2010). الإعلام البديل، دار الفكر والفن للنشر والتوزيع، مصر.
- صالح أحمد، محمد. ط1. (2003). الإنترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
- عامر، فتحي حسين. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، مصر.
- عبد الحميد، صلاح محمد. (2012). الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، عمان.
- عبد الحميد، محمد. (1988). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2.
- عمار، عبد الرحمن. (2005). الصورة والرأي العام، دار هومه، الجزائر.
- عيساني، رحيمة الطيب. (2014). شبكات التواصل الاجتماعي أرقام ومؤشرات، مجلة الخليج، إذاعة وتلفزيون المملكة العربية السعودية، فيفري، عدد 96.
- فضل الله، وائل مبارك خضر. ط1 (2010). أثر الفيسبوك على المجتمع، دار شمس النهضة، الأردن.
- كنعان، علي. (2015). الإعلام الإلكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ليفي، جوستين. ط1. (2011). ترجمة أحمد حيدر، التسويق عبر الفيسبوك، الدار العربية للعلوم ناشرون.

- مرسللي، أحمد. (2003). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- مصطفى، صادق عباس. (2008). *الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*، الشروق، عمان، الأردن.
- مفاهيم عالمية. (2003). *المركز الثقافي العربي للدراسات والترجمة، عمان، الأردن، إصدارات.*
- منصور، حبيب زينب. (2011). *الإعلام وقضايا المرأة*، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الرسائل الجامعية:
- أبو زيد، طاهر حسن. (2012). *دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية*، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- أبو يعقوب، شدان يعقوب خليل. (2015). *أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى جامعة النجاح الوطنية*، رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- الرشيد، آلاء محمد رشيد عبد الله. (2014/2013). *استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والإشباع المحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية*، دراسة ميدانية عن جامعة الأردن والشرق الأوسط، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- أوردة، مبارك. (2012). *دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام-الثورة التونسية أنموذجا-*، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة.
- جاد الله بدر، ميسن فريد. (2009). *صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية*، رسالة ماجستير في الآداب، تخصص الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.
- عبد دخيل، علاء حسين. (2016). *شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية*، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- علي محمد، بن فتح محمد. *مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على الأخلاقيات والقيمة*، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، السعودية.
- قعيش، عبد الرزاق. (1996). *دلالة الصورة في مجلة نونو والشاطر*، رسالة تخرج إعلام واتصال، الجزائر.

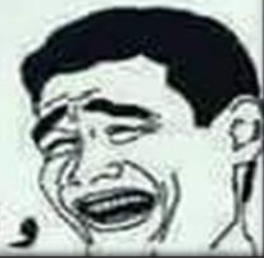
- لضياف، سهيلة. (2009). المدونات الإلكترونية في الجزائر، دراسة في الاستخدامات والإشاعات، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة.
- لومار، مريم نيمان. (2012/2011). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر-، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية، باتنة.
- مدثر، أحمد النور: الفيسبوك تقنية المعلومات، رسالة ماجستير في الحاسب الآلي، دارفور، السودان، كلية دراسات الحاسب الآلي.
- ناجي، نهر النهر. (2008). صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية-دراسة تحليلية لتناول صورة المرأة في قناة الـ 1 mbc نموذجًا-، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.
- نشادي، عبد الرحمن. (2002). الأبعاد الرمزية للصورة الكاريكاتورية، دراسة تحليلية سيميولوجية لنماذج من جريدتي اليوم والخبر، رسالة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان.
- هشام، عبد الكريم شكيك أحمد. (2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، رسالة ماجستير في الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- يخلف، فايزة. (1996). دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، -دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الإفريقية-، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.
- Martin, Joly. (1998). **L'introduction a L'analyse de L'image.** Nathan Université. France.
- Lazar, Jeudith. (1991). **La sociologie de la communication de Masse a la colin,** paris.

الملاحق





وحدة قاع ماشى شابة تزوجت مع واحد تكرهو بزاف
كل يوم صباح تنوض تقابل لمرايا تشوف فى روحها

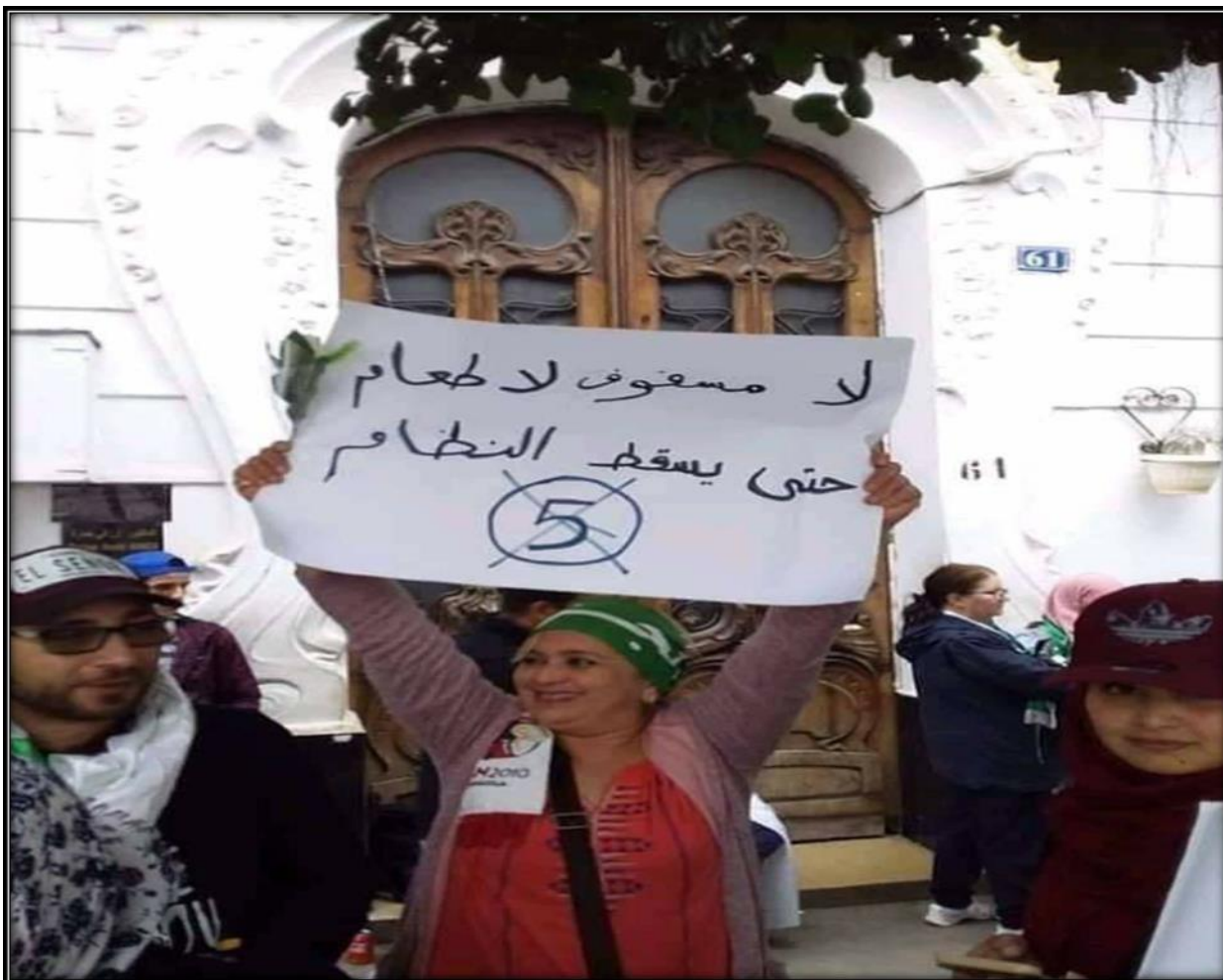


و تقول : شحج فيه يستاهل ...!!!



والله دير فيا مزيا
كنت عمية كي خرجت معاك
بسلامت المسيرات
نخير و نختار

شبييك يا طفلة ع بالك
تزعفيني نخطيك



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

ملخص باللغة العربية

ملخص باللغة الأجنبية

.....مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1-الإشكالية 13
- 2-التساؤلات..... 14
- 3-أهمية الدراسة 14
- 4-أهداف الدراسة 15
- 5-أسباب اختيار الموضوع 15
- 6-تحديد المفاهيم 16
- 7-منهج وعينة الدراسة 17
- 8-الدراسات السابقة..... 21
- تعقيب على الدراسات السابقة..... 24

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك

- تمهيد..... 26
- 1-ماهية مواقع التواصل الاجتماعي 27
- 1-1-تعريف مواقع التواصل الاجتماعي..... 27
- 1-2-نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي 28

30	2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
30	2-1- العالمية
30	2-2- التفاعلية
31	2-3- التنوع
31	2-4- اقتصادية الاستخدام
31	2-5- سهولة الاستخدام
31	2-6- ظاهرة شبائية
31	2-7- التواصل البشري
32	3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
32	3-1- تويتر
33	3-2- اليوتيوب
34	3-3- ماي سبايس
34	3-4- الأنستقرام (Instagram)
35	4- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
35	4-1- الإيجابيات
35	4-2- السلبيات
36	5- ماهية موقع الفيسبوك
36	5-1- تعريف الفيسبوك
36	5-2- نشأة الفيسبوك
38	5-3- مميزات الفيسبوك
38	5-3-1- الملف الشخصي "Profile"
38	5-3-2- إضافة صديق "add friend"
38	5-3-3- إنشاء مجموعة "Groupe"
38	5-3-4- لوحة الحائط "Wall"

38"Pokes" النكرة 5-3-5
38"Photos" الصور 6-3-5
39"Status" الحالة 7-3-5
39"Nous Feed" التغذية الإخبارية 8-3-5
39"Gifls" الهدايا 9-3-5
39"Market Place" السوق 10-3-5
39"Facebook" إنشاء صفحة خاصة على موقع 11-3-5
39" Facebook Notes" التعليقات 12-3-5
39خدمات الفيسبوك 4-5
39الدرشة 1-4-5
39الرسائل 2-4-5
40التعرف على أهم المناسبات 3-4-5
40الإتصال 5-4-5
40المجموعات 6-4-5
40إمكانية إضافة الأشخاص أو إزالتهم أو حظرهم 7-4-5
40البحث 8-4-5
41خلاصة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

43تمهيد
44الصورة الأولى
47الصورة الثانية
50الصورة الثالثة
53الصورة الرابعة

56	الصورة الخامسة.....
59	الصورة السادسة
61	الصورة السابعة
63	الصورة الثامنة
66	الصورة التاسعة
68	الصورة العاشرة
70	نتائج الدراسة
73	خاتمة
75	قائمة المصادر والمراجع
80	الملاحق.....
85	فهرس المحتويات