

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



استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة
التعصب لدى الشباب الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

تخصّص: اتصال وعلاقات عامّة

إشراف الأستاذ:

د. بوعزيز بوبكر

إعداد الطالبة:

واضح نوال

السنة الجامعية 2023/2022 م

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



استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة التعصب لدى
الشباب الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

تخصّص: اتصال وعلاقات عامّة

إشراف الأستاذ:

د. بوعزيز بوبكر

إعداد الطالبة:

واضح نوال

أمام لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ	جامعة المسيلة	قدور جدي
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر.أ.	جامعة المسيلة	بوبكر بوعزيز
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر.أ.	جامعة المسيلة	شادي خولة
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر.أ.	جامعة المسيلة	لوقط الحسين
عضوا مناقشا	أستاذ	جامعة الاغواط	عطا الله طريف
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر.أ.	جامعة الجزائر 3	بشرى مداسي

السنة الجامعية 2022/2023 م



شكر و عرفان

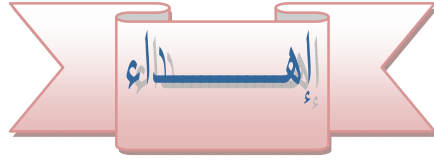
إنّ الحمد كلّ الحمد لله العظيم الجليل أحمده وأشكره على أن أنار لي دروب العلم، ويسّر لي خوض غمار البحث ومجابهة الجهل والضلالة، ثمّ الصلّاة والسّلام على الحبيب محمّد الأمين الفيصل بين الحقّ والضلالة،

ومصداقا لقوله صلّى الله عليه وسلّم { من استعانكم فأعizonه، ومن سألكم بالله فأعطوه، ومن دعاكم لكم فأجيبوه، ومن صنع لكم معروفنا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئوه فادعوا له حتّى ترون أنكم كفافتموه }

فإنّي أتقدم بأسمى وأرقى معاني وعبارات الشكر والامتنان للأستاذ المشرف " بومعزيز بوبكر " الذي تفضّل بالإشراف على هذه المذكّرة بكل اهتمام وصدق، ولم يبخل عليّ بتوجيهاته ونصائحه القيّمة ، فكان خير معين لي على تذليل الصّعوبات التي واجهتني.

كما لا يفوتني أن أشكر كلّ من قدّم لي يد العون من قريب أو بعيد وأخصّ بالذكر الأستاذين الباحثين "خرياشي معاذ" و"خلفّة عماد" الذين لن يفيهما الشكر حقّ مجهودهما معنا.

واضح نوال



أهدي هذا العمل المتواضع ثمرة جهد جهيد خلال سنوات طوال إلى:
الذي كانت حبات عرق جبينه الغيث الطيب الذي أنبت سنوات عمري ودراستي، ورعى ازدهار
نجاحاتي "أبي" العزيز.... إلى سيّدة النساء ونبع الحنان والعطاء.. "أمي" الحنون... أشكركما على
كلّ شيء، وأتوسّم بعملتي هذا وكل نجاحاتي التي حققتها وسأحقّقها بعون الله رضاكما عنّي....
إلى بهجة قلبي أخي "خالد"
إلى القلوب الطاهرة أخواتي "ميادة وزوجها الكريم فوز"، "لندة وزوجها الكريم رضا"، "سلاف"،
"نجاهة"،

إلى من أتقاسمه تفاصيل أحلامي وأرى فيه إشراقها، سندي ومددي زوجي الكريم *زرواق فوزي*
إلى معجزة حياتي ، وفلذة كبدي التي تسكن أحشائي مولودتي التي انتظرها حبيبي *سجى*
إلى البراءة: لجين، عائشة، أنس وأتمنى أن ينبتهم الله نباتا حسنا طيبا وأن يحفظهم لوالدهم
إلى صديقاتي: شطّة حسينة، زناشفية، نهلة بوخاري.



ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب لدى الشّباب الجزائري من وجهة نظر الطّلبة الجامعيين الجزائريين، وذلك عن طريق معرفة أنماط وعادات استخدام الشّباب الجزائري للفيسبوك وطبيعة الاشباعات التي يحققونها من استخدامهم للموقع، فضلا عن مدى فهمهم وإدراكهم لتجليات ظاهرة التّعصّب عبر الموقع من حيث (أشكالها، مظاهرها ومحفّزاتها)، إضافة إلى تحديد وجهة نظرهم تجاه دور استخدام الفيسبوك في تأجيج ونشر التّعصّب بين الشّباب المستخدم ومدى مساهمتهم في هذه الظاهرة في سياق استخدامهم للموقع.

وتتنمي دراستنا الحالية إلى الدّراسات الوصفية التي تستهدف تشخيص الظاهرة وتوصيف العلاقات بين مكوناتها، وتعتمد في إطارها المنهجي على منهج المسح الوصفي المرتكز على أداة البحث العلمي الاستبانة الإلكترونية التي طبّقت على عينة طبقية عشوائية من الطّلبة الجامعيين والبالغ تعدادهم 402 طالب مورّعين على أربع جامعات جزائرية تُمثّل الانتماءات الجغرافية الأربع (شرق-غرب، وسط-جنوب)، وقد كشفت نتائج الدّراسة عن الحقائق التالية:

✓ أنّ استخدام الشّباب الجزائريين (الطّلبة الجامعيين) لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بشكل دائم وروتيني يتجاوز حدود الثّلاث ساعات يوميا، وهو استخدام واعي ومدرك تتحكّم فيه جملة من الدوافع الاشباعات المُراد تحقيقها كالتواصل والتفاعل مع الأسرة والأصدقاء.

✓ يملك أفراد العينة وعيا وإدراكا كبيرين لظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بناء على ما أشارت إليه النتائج المتعلقة بمؤشّرات الكشف عن أشكال مظاهر ومحفّزات الظاهرة عبر الموقع.

✓ يجمع غالبية أفراد العينة بنسبة 73.6% على أن استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يساهم بدرجة كبيرة في تأجيج ونشر التّعصّب بين الشباب المستخدم.

✓ مساهمة أفراد العينة المدروسة في ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لا يتعدّى القيمة 15.10 وهو يندرج ضمن المجال المنخفض لمقاييس مؤشرات التّعصّب (المستوى الناعم) وفقا لما حدّدته بعض الدراسات الإعلامية والأدبيات النفسية والاجتماعية حول هذا الموضوع.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، الفيسبوك، التّعصّب، الشباب الجزائري

Abstract

This study aims to reveal the nature of the relationship between the use of Facebook and the phenomenon of intolerance among Algerian youth from the point of view of university students. This is done by knowing the patterns and habits of Algerian youth's use of Facebook, the nature of the gratification they achieve through, and the extent of their understanding and awareness of the manifestations of intolerance through the site in terms of its forms, manifestations and incentives. The paper explores also their point of view towards the role of using Facebook in spreading fanaticism among young users and the extent of their contribution to this phenomenon in the context of their use of the network.

This descriptive study aims to diagnose the phenomenon and describe the relationships between its components. In its methodological framework, it relies on the descriptive survey method based on the electronic questionnaire that was applied to a stratified random sample consisting of 402 university students distributed across four universities from different regions of the country (east-west, north- South). The results of the study revealed the following facts:

- Algerian youth (university students) use Facebook permanently and routinely, exceeding the limits of three hours a day. It is a conscious and aware use that is controlled by a number of motives, the gratifications to be achieved, such as communication and interaction with family and friends.
- The respondents have a great awareness and awareness of the phenomenon of intolerance on Facebook, based on what the results indicated regarding the indicators for revealing the forms of manifestations and motivations of the phenomenon through the site.
- The majority of respondents, 73.6%, agree that the use of Facebook contributes greatly to fueling and spreading fanaticism among its young users.
- The contribution of the studied sample to the phenomenon of intolerance via Facebook does not exceed the value of 15.10 and it falls within the low range of the scales of intolerance indicators (the soft level), according to what was determined by some media studies and psychological and social literature on this subject.

Key words: Usage, Facebook, Fanaticism, Algerian youth.

Résumé

Cette étude vise à révéler la nature de la relation entre l'utilisation de Facebook et le phénomène d'intolérance chez la jeunesse algérienne du point de vue des étudiants universitaires. Cela se fait en connaissant les modèles et les habitudes d'utilisation de Facebook par les jeunes algériens, la nature de la gratification qu'ils obtiennent à travers, et l'étendue de leur compréhension et de leur prise de conscience des manifestations d'intolérance à travers le site en termes de ses formes et incitations. L'article explore également le point de vue des étudiants sur le rôle de l'utilisation de Facebook dans la propagation du fanatisme chez les jeunes utilisateurs et l'étendue

de leur contribution à ce phénomène dans le contexte de leur utilisation du réseau.

Cette étude descriptive vise à diagnostiquer le phénomène et à décrire les relations entre ses composantes. Dans son cadre méthodologique, il s'appuie sur la méthode d'enquête descriptive basée sur le questionnaire électronique qui a été appliquée à un échantillon aléatoire stratifié composé de 402 étudiants universitaires répartis dans quatre universités de différentes régions du pays (Est-Ouest, Nord-Sud). Les résultats de l'étude ont révélé les faits suivants :

- Les jeunes algériens (étudiants universitaires) utilisent Facebook de manière permanente et routinière, dépassant les limites de trois heures par jour. C'est une utilisation consciente qui est contrôlée par un certain nombre de motifs, les gratifications à atteindre, telles que la communication et l'interaction avec la famille et les amis.
- Les répondants ont une grande conscience du phénomène de l'intolérance sur Facebook, sur la base de ce que les résultats ont indiqué concernant les indicateurs pour révéler les formes de manifestations et les motivations du phénomène à travers le site.
 - La majorité des répondants, 73,6 %, s'accordent à dire que l'utilisation de Facebook contribue grandement à alimenter et à répandre le fanatisme chez ses jeunes utilisateurs.
 - La contribution de l'échantillon étudié au phénomène d'intolérance via Facebook ne dépasse pas la valeur de 15,10, et elle se situe dans la fourchette basse des échelles d'indicateurs d'intolérance (le niveau soft), selon ce qui a été déterminé par certaines études médiatiques et la littérature psychologique et sociale sur ce sujet.

Mots clés: Usage, Facebook, Fanatisme(Intolérance), Jeunesse Algérienne

خطة الدراسة

خطة الدراسة

مقدمة عامة

الإطار المنهجي

أولاً- الإشكالية

ثانياً- تساؤلات الدراسة

ثالثاً- فرضيات الدراسة

رابعاً- أسباب اختيار الموضوع

1. الأسباب الذاتية

2. الأسباب الموضوعية

خامساً- أهداف الدراسة

سادساً- أهمية الدراسة

سابعاً- المفاهيم الأساسية للدراسة

1. الاستخدام

2. موقع الشبكات الاجتماعية

3. الفيسبوك

4. التّصّب

5. الشّباب

ثامناً- الاستراتيجية المنهجية للدراسة

1. طبيعة الدراسة

2. منهج الدراسة

3. أدوات جمع البيانات

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة

تاسعا- التّوجّه النظري للدراسة

1. نظرية الاستخدامات والاشباع
2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
3. الاستخدام والاعتماد في سياقات الإعلام الجديد (مواقع الشبكات الاجتماعية)

عاشرا-الدراسات السابقة

الفصل الأوّل - الإعلام الجديد... مدخل إلى أطره المفاهيمية النظرية وتطبيقاته الاجتماعية

تمهيد

أولا - مفهوم الإعلام الجديد

1. تعريف الإعلام الجديد
2. خصائص الإعلام الجديد
3. مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد
4. تطبيقات وأشكال الإعلام الجديد.

ثانيا - موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؛ الميزات والتّطبيقات

1. مفهوم الفيسبوك.
2. خصائص وتطبيقات الفيسبوك
3. مجالات استخدام الفيسبوك
4. إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

خلاصة الفصل الأوّل

الفصل الثاني- الفيسبوك والتعصّب لدى الشّباب قراءة في مفهوم الظّاهرة،

تجلّياتها وتحدياتها

تمهيد

أولاً- مدخل إلى التعصّب

1. تعريف التعصّب

2. أشكال التعصّب ومظاهره

3. الأطر النظرية المفسّرة لظاهرة التعصّب

ثانياً- الفيسبوك والتعصّب: تجليات الظاهرة، تحديات ورهانات مواجهتها

1. سمات وخصائص الفيسبوك في نشر التعصّب

2. تجليات ظاهرة التعصّب عبر الفيسبوك

3. تحديات ورهانات مواجهة ظاهرة التعصّب عبر الفيسبوك

خلاصة الفصل الثاني

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

أولاً- عرض النتائج ومناقشتها

ثانياً- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات والفرضيات

خاتمة

مقدّمة

عامّة

مقدمة عامة

يشهد المجال الإعلامي اليوم تحولات تكنولوجية متسارعة أحدثت عليه تغييرات عميقة من حيث التكوين العام لمختلف العناصر والأنساق الإعلامية والاتصالية التي تتأسس في إطارها ماهيته وكنهه، وولج من خلالها مرحلة جديدة سميت بمرحلة الإعلام الجديد وتطبيقاته الإلكترونية المتنوعة؛ (كالصحافة الإلكترونية، صحافة المواطن، المدونات وكذا مواقع الشبكات الاجتماعية) نجد أن الظاهرة الاتصالية اليوم أصبحت محتواة ومتاحة ضمن فضاءات رقمية افتراضية غيرت من الإحداثيات الزمكانية لها، وانفلتت من خلالها معايير وقوانين التحكم بالمعلومة؛ فأضحت لامركزية المصدر، الإنتاج والتوزيع بخلاف ما كانت عليه في سياقات الإعلام القديم.

وتعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك) إحدى أهم وأبرز ما أنتجته تكنولوجيات الإعلام الجديد بالنظر إلى المقدرات والآليات والأساليب التقنية والوسائطية التي تتوافر عليها بما يجعلها الأكثر قدرة على التجسيد العملي والإمبريقي لمختلف المعاني والمفاهيم الجديدة التي أسست لها هذه المرحلة الانتقالية للإعلام.

وبالموازاة مع كل تطور أو تقدم يشهده حقل الإعلام والاتصال تُطرح لدى الباحثين والدارسين للمجال عديد المسائل والإشكاليات البحثية التي غالباً ما تُعبر عن ظواهر أو ممارسات اتصالية تتباين وتتمايز فيما بينها انطلاقاً من طبيعة وخصوصية عناصرها ومتغيراتها المرتبطة بحثيات وشروط المرحلة التكنولوجية التي تولد في إطارها، يقول كروسبي "...لكي نفهم المتغيرات الكامنة في قوة الإعلام الجديد يجب أن نتذكر بأن ملايين الحواسيب التي تمثل شبكة الانترنت تقوم بجمع المعلومات وفرزها ونقلها لعدد كبير وغير محدود من البشر وهؤلاء يمكنهم إجراء

عملية اتصال آني ومباشر بينهم في بيئة تسمح لكلّ مشارك سواء كان مرسلًا أو مستقبلًا بفرص متساوية من درجات التّحكّم...¹ ."

وعليه فإنّ أهمّ وأبرز مواقع الشبكات الاجتماعية فيسبوك يُعتبر - في الوقت الرّاهن - عنصرًا هامًا وفاعلًا داخل الأنساق والتّكوينات العامّة للمجتمعات، الأمر الذي يجعله لا محالة يلعب أدوارًا بارزة ضمن مهام ووظائف التّنشئة الاجتماعية القيمة والسلوكية للأفراد بالنّظر إلى التّوّع الكبير في الإمكانيات والأساليب والأدوات والاستخدامات التّواصلية التفاعلية التي يقدّمها لمستخدميه وأهلّته لافتكّاك زيادة مختلف المواقع الاجتماعية من حيث الشّعبيّة، الإنتشار والاستخدام على الصّعيد العالمي والمحليّ.

ففي الجزائر نجد أنّ الفيسبوك حاليًا قد أصبح مؤشّرًا لمختلف أنماط وأساليب الحياة الرّقمية ودلالاتها العمليّاتية، بالنّظر إلى تداوليّته الكبيرة واستخداماته الواسعة لدى مختلف فئات المجتمع خاصّة الفئة الشّبّانية التي وجدت فيه متنفسًا وفضاء لا محدودًا من الحرّيّات والممارسات التي لا تتوافر في السّيّاق الواقعيّ الحقيقيّ؛ كالنّشر والتّعليق والتّعبير عن الآراء والاتجاهات والمواقف دون قيود.

إلّا أنّ هذه الاعتبارات الايجابية لا تُلغي أبدًا حقيقة ما يشهده المجال العام لاستخدام هذا الموقع في أوساط الشّبّاب الجزائريّ، حيث يعرف حالة من الانتشار الكبير والخطير لعدد الظواهر الاجتماعية السّلبية والممارسات التّعصّبية التي ومن خلال توسّلها لمختلف الفضاءات الشّبّانية الافتراضية عبر الموقع أصبحت لها فاعلية وقدرة أكبر على التّمّدّد، الانتشار والتّأثير في المنظومة الفكرية والقيمية والسلوكية العامّة للشّبّاب.

¹ غالب الدّغمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجدّدة، ط1، (الأردن: دار أمجد للنّشر والتّوزيع، 2017)، ص 66، 67.

فالكَمّ الهائل من مضامين ومعاني التّعصّب، الحقد والكراهيات التي تنتشر عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك هي في الحقيقة عبارة عن محاولات وتمثّلات زائفة لفرض الوجود، تحمل في طيّاتها جملة من التراكّات النفسيّة والاجتماعية المكبوتة لدى الشبّاب نتيجة لما يعيشونها من أزمات واحباطات لها صلة بتفاصيل طموحاتهم وتناقضات واقعهم الاجتماعي، الاقتصادي، السياسي... وهي كلّها عوامل تشجّعهم على اتخاذ الموقع وسيلة لتفريغ كلّ تلك المكبوتات.

وعليه فإنّ توسّل ظاهرة التّعصّب اليوم لموقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك يفتح المجال واسعا أمامنا كباحثين ومختصّين للتعبير عن جملة من الهواجس والمخاوف حول قدرة ثوابت ومقومات المجتمع على الصمود أمام هذا التيّار الجارف من الظواهر التي تهدّد الشّعور بالانتماء الجمعي والمصير الواحد والسّلم والأمن الاجتماعي داخل المجتمع، وتدفع بنا في الوقت ذاته للعمل على معالجة هذه الظواهر عن طريق تتبّع مساراتها وأسبابها وتداعيّاتها وإيجاد حلول لها.

وتأسيسا على هذا الطّرح فإنّ دراستنا الحالية تستهدف معالجة موضوع ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك من خلال توضيح طبيعة العلاقة بين استخدام هذا الموقع وتوسّع وانتشار نطاقات الظاهرة بين الشبّاب الجزائري وفقا لوجهة نظر عيّنة من الشبّاب الجامعيين الذين نلتمس فيهم إماما وإدراكا للموضوع من مختلف جوانبه.

ولمعالجة الموضوع ضمن مختلف مجالاته المعرفية والميدانية فقد تبنّت الباحثة الخطة الموضّحة فيما يلي:

بدأت الدّراسة في إطارها المنهجي بصياغة الإشكالية وتساؤلاتها وفرضيّاتها، ثمّ قمت بتبيان الدّافع الرّئيس لاختياري لهذا الموضوع، مع توضيح طبيعة الدّراسة والمنهج المتّبع فيها، وكذا طبيعة الأدوات المستخدمة لجمع البيانات فضلا عن الخلفية الفكرية الأدبية للدّراسة سواء تعلّق الأمر بالميراث النّظري المفسّر لمختلف

متغيرات الدراسة (الأدبيات الإعلامية وكذا النفسية الاجتماعية)، أو فيما يتعلق بالدراسات السابقة التي ارتكزت عليها في سياق إثراء الموضوع من ناحية موضوعية. وقد قمت بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث (03) فصول رئيسية؛ فصلين للإطار النظري وفصل ثالث للجانب الميداني.

الفصل الأول: جاء موسوما بالإعلام الجديد..مدخل إلى أطره المفاهيمية النظرية وتطبيقاته الاجتماعية، وقد ضمناه بحثين رئيسيين؛ خُصص المبحث الأول لمعالجة مختلف الإشكالات المفاهيمية والمداخل النظرية للإعلام الجديد، فضلا عن إبراز خصائصه وتطبيقاته الاجتماعية، أما المبحث الثاني؛ فقد خُصص للتفصيل في موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك باعتباره متغيرا هاما في سياق دراستنا هذه؛ أين تمّ التطرق لمختلف عناصره المفاهيمية وكذا طبيعة الخصائص والمجالات الاستخداماتية له، فضلا عن إيجابياته وسلبياته كموقع اجتماعي له ما له من الإيجابيات وعليه ما عليه من المآخذ.

أما الفصل الثاني: والذي تمّت عنونته بالفيسبوك والتعصّب لدى الشباب قراءة في مفهوم الظاهرة تجلياتها وتحدياتها، فقد ضمّنته أيضا بحثين رئيسيين؛ المبحث الأول جاء كمدخل مفاهيمي لظاهرة التعصّب من حيث تعريفها أشكالها ومظاهرها وكذا الأطر النظرية النفسية والاجتماعية المفسّرة لها، أما المبحث الثاني فقد خصّصته لمعالجة خصائص وسمات موقع الشبكة الاجتماعية التي تجعل منه فاعلا مساهما في انتشار وتغلغل ظاهرة التعصّب بين الشباب مع إبراز تجلياتها عبر هذا الموقع وكذا تحديات ورهانات مجابتهها.

أما الفصل الثالث: فقد خُصص للإطار الميداني التطبيقي للدراسة حيث تمّ على مستواه عرض وتحليل ومناقشة البيانات والنتائج في حدود التساؤلات والفرضيات التي تأسّست في إطارها الدراسة.

الإطار المنهجي

أولاً- الإشكالية

ثانياً- تساؤلات الدراسة

ثالثاً- فرضيات الدراسة

رابعاً- أسباب اختيار الموضوع

1. الأسباب الذاتية

2. الأسباب الموضوعية

خامساً- أهداف الدراسة

سادساً- أهمية الدراسة

سابعاً- المفاهيم الأساسية للدراسة

1. الاستخدام

2. موقع الشبكات الاجتماعية

3. الفيسبوك

4. التّعبّص

5. الشباب

ثامناً- الاستراتيجية المنهجية للدراسة

1. طبيعة الدراسة

2. منهج الدراسة

3. أدوات جمع البيانات

4. مجتمع البحث وعيّنة الدراسة

تاسعاً- التّوجّه النظري للدراسة

عاشراً- الدراسات السابقة

أولاً - إشكالية الدراسة

تُصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية في مقدّمة تطبيقات ووسائل الإعلام الجديد التي ظهرت كمحصّلة للتزاوج الحاصل بين فضاءات المعلوماتية وفضاء الاتصال الرقّمي، وأسست لأنماط وأساليب جديدة من الاستعمالات والممارسات الاتصالية التي لم نعهدها من قبل، ولم نتمكّن بعد من حصر نتائجها وتداعياتها على الجوانب النفسية، الثقافية، الاجتماعية والاقتصادية للأفراد، النّظم، والجماعات.

وفي خضمّ هذه الوضعية فإننا نجد أنفسنا اليوم نتحدّث عن الجمهور باعتباره مستخدماً وفاعلاً نشطاً يساهم في اختيار الوسائل ومتابعة وإنتاج المضامين التي تلبي حاجياته وتطلّعاته وفق سياقات جديدة تجاوز من خلالها قيود وسلطة النّطاقات والإحداثيات الزمكانية لعمليات الاتصال والتّواصل والتفاعل على عكس ما كان عليه الحال ضمن الإعلام التّقليدي.

وبناء على هذه المتغيّرات وفي ظلّ تزايد الاهتمام والإقبال الكبير على هذه المواقع وفي مقدّمتها موقع الفيسبوك من قبل الشّباب الجزائري لاعتبارات تتعلّق بما تُتيح له لمستخدميها وروادها من امتيازات وتطبيقات تسمح لهم بالتّواصل والتفاعل السّريع والآنيّ، فضلا عن مساحة الحرّية الواسعة للتّصفّح والنّشر والتّعبير عن الآراء، والأفكار دون قيود أو التزامات مرجعيّة أخلاقيّة تنظيمية، وبالتالي فإنّ هذا الوضع فتح المجال واسعا للكثير من التّجاوزات الأخلاقية في سياق إنتاج ونشر ومتابعة المضامين المتداولة عبر هذه المواقع، حيث طغت صبغة التّعصّب والتزمّت للرؤى والمواقف والانتماءات الاثنية والإيديولوجية، وهو ما أهل هذه المواقع لأن تُصبح مسرحاً وحلبة صراع لظواهر التّعصّب، الحقد والكراهيات.

وبناء على مجمل هذه المعطيات وتسليما بحقيقة واقعية نعائشها حاليا مفادها أنّ موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يستحوذ على اهتمامات الشّباب الجزائري

وأكثرها شعبية وتأثيرا في حياتهم فإنّ هذه الدّراسة تستهدف توصيف طبيعة العلاقة بين استخدام الشّباب الجزائري للموقع وظاهرة التّعصّب لديهم، وعليه يتأسّس لدينا الإشكال الرّئيس الآتي: ما علاقة استخدام موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك بظاهرة التّعصّب لدى الشّباب الجزائريين من وجهة نظر الشّباب الجامعي المستخدم للموقع؟.

ثانيا - تساؤلات الدّراسة:

1. ما هي عادات وأنماط استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك؟
2. ما طبيعة الدّوافع الاشباعات المحقّقة من استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك؟
3. ما مدى فهم وإدراك الشّباب الجزائري لظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك من حيث؛ (أشكال ومظاهر الظّاهرة وكذا أسبابها ومحفّزاتها؟).
4. هل توجد علاقة بين استخدام موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب من وجهة نظر الشّباب الجزائري المستخدم للموقع؟ وتدرج تحته جملة من التّساؤلات الفرعية:

- هل توجد اختلافات في وجهات نظر أفراد العيّنة حول العلاقة بين استخدامهم لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك وتعرّضهم للتّعصّب تعزى لمتغيّرات النّوع، والانتماء الجغرافي؟

- هل يوجد اختلافات في وجهات نظر أفراد العيّنة حول دور استخدام موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التّعصّب بين الشّباب تعزى لمتغيّرات النّوع، المستوى التّعليمي، والانتماء الجغرافي؟

- هل يساهم أفراد العينة في ظاهرة التّعصّب عبر الشبكة الاجتماعية فيسبوك من خلال استخدامهم للموقع؟

ثالثا - فرضيات الدراسة:

1. يمتلك أفراد العينة فهما وإدراكا لظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من حيث: أشكال ومظاهر الظاهرة، الأسباب والمحفّزات.
2. توجد علاقة بين استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب لديهم.

رابعا - أسباب اختيار الموضوع:

1. الأسباب الذاتية:

- 1.1. ميولي الشخصية للمواضيع التي تهدف لتشخيص طبيعة العلاقة بين الشباب ومواقع الشبكة الاجتماعية (فيسبوك).
- 1.2. التّعرف على مدى تفشي ظاهرة التّعصّب بين الشباب الجزائريين المستخدم لموقع الشبكة الاجتماعية (فيسبوك)..

2. الأسباب الموضوعية:

2.1. الحداثة والجدّة اللتان يتّسم بهما موضوع الدراسة كتحصيل لحداثة وآنية التجربة الشبابية الجزائرية مع موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، فضلا عن أنّ هذا الموضوع له من الأهميّة والحيويّة ما يؤهّله ليكون محلّ دراسات عديدة بناء على متغيّرات متنوّعة.

2.2. الرّغبة في تشخيص طبيعة استخدامات الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك ولفت الانتباه للظواهر السّلبية التي تنتشر بينهم عبره، فضلا عن تقديم توصيات واقتراحات لإيجاد حلول لها.

خامسا - أهداف الدراسة:

1. التّعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.
2. الكشف عن أهم وأبرز مسببات ومحفزات انتشار ظاهرة التّعصب لدى الشباب الجزائري عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من وجهة نظر الشباب المستخدم للموقع.
3. توصيف بعض مظاهر وأشكال التّعصب لدى الشباب الجزائري عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.
4. معرفة ما إذا كان الشباب الجزائري يساهم في ظاهرة التّعصب من خلال استخدامه لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك

سادسا - أهمية الدراسة:

تتأسس أهمية أي دراسة علمية على أهمية الموضوع الذي تتناوله، أو الظاهرة التي تعالجها، وهو معيار متوافر في الدراسة الحالية؛ فبغض النظر عن حداثة الموضوع الذي تتناوله، فإنها تعتبر من الدراسات الأولى على المستوى الوطني (الجزائر) التي حاولت تشخيص وتفسير طبيعة العلاقة بين استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بظاهرة التّعصب لديهم، فضلا عن أنها ستوفّر قدرا من المعلومات عن خصائص سلوكيات الشباب المستخدم للفيسبوك لتشكل مستقبلا قاعدة بيانية لدراسات وأعمال بحثية في السياق ذاته.

سابعا - المفاهيم الأساسية للدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم خطوة أساسية من خطوات البحث العلمي يتم من خلالها ضبط المفاهيم وفقا لسياقات الدراسة ومقتضياتها، وكذا عنصر الجودة فيها، ومن خلال دراستنا هذه نقدّم المفاهيم التّالي ذكرها:

1. الاستخدام: يُعرّف الاستخدام بأنه الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة في استخدام

التكنولوجيات والتي تدخل في سياق ممارسة ما مثل؛ اتصال، أو عمل أو تسلية¹.

أما من ناحية إجرائية ووفقا لأهداف ومقتضيات دراستنا هذه يمكن القول أنّ الاستخدام هو ذلك النشاط الذي تنتج عنه علاقة تقنيّة بين الفرد المستخدم والوسيلة الاتصالية لتي يتمّ بواسطتها الولوج إلى موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك استجابة لدوافع وإشباعا لرغبات متاحة عبره.

2. مواقع الشبكات الاجتماعية:

تعرف بأنها المواقع الإلكترونية التي توفرّ فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعمامة ضمن موقع أو نظام معيّن، وتوفّر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفّر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت².

وعليه ترى الباحثة أنّ مواقع الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن منصات إلكترونية للتواصل والتفاعل الاجتماعي المجاني، تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت، تتيح لمستخدميها المسجلين عبرها امتيازات؛ إنشاء الصفحات الشخصية، والمجموعات التفاعلية، وتحميل الصور والفيديوهات وبنّها.

3. الفيسبوك:

عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدّخول إليها مجاناً، أنشئ عام 2004 على يد مارك زوكربرخ الذي كان طالبا في جامعة هارفرد آنذاك، والفيسبوك يعتبر أهم وأبرز مواقع التواصل الاجتماعي لمساهمته الرائدة في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي

¹ فضيل دليو، التكنولوجيا الرقمية للإعلام والاتصال، (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010)، ص55.

² يوسف المقدادي، خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية، (الأردن: دار النفائس للنشر، 2013)، ص 24، 25.

بين النَّاس من مختلف الطَّبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، يسمح لمستخدميه بالتواصل فيما بينهم، والوقوف على أخبارهم مشكِّلين بذلك عالمهم الافتراضي باستخدام هويّات حقيقية أو افتراضية¹.

وعليه فالفيسبوك هو عبارة عن شبكة اجتماعية رقمية ذات استخدام واسع من طرف المستخدمين، لسهولة ومجانية التَّسجيل فيها، وبإمكان أي شخص أن تكون لديه صفحة عبرها، وبالتالي تكوين صداقات، وتبادل المعلومات والأخبار، وطرح ومشاركة المواضيع المختلفة والتعليق عليها.

4. التَّعصَّب:

هو حالة شعورية حادّة تكون مصحوبة بانفعالات وأفكار متحيّزة (ضدّ/مع) توجّهات فكرية أيديولوجية، أو انتماءات اثنيه معيّنة، وتتمظهر عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك عبر ما يتيح الموقع من خاصيّات وميزات للنشر والتعليق وإنشاء ومتابعة مجموعات متعصّبة، ويتدرّج وفق مستويات تتراوح بين الأعلى والمتوسّط والمنخفض.

5. الشَّبَاب:

تعدّدت التّعريفات المقدّمة لمفهوم الشَّبَاب بتعدّد الاتجاهات والثّقافات المجتمعية، فمن ناحية لغوية يعرف الشَّبَاب بأنّه الفتاء والحدّاثه، فالشَّبَاب هو الشَّخص الذي أدرك سنّ البلوغ ولم يصل سنّ الرّجولة، ومؤنّته شابّة².

أمّا من ناحية بيولوجية: فالشَّبَاب يُعبّر عن مرحلة عمرية أو طور من أطوار نموّ الإنسان، الذي يكتمل فيه نموّه العضوي الفيزيقي، وكذلك نضجه العقلي

¹ خليل علي شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التّواصل الاجتماعي، ط1، (الأردن: نبلاء ناشرون وموزعون، 2014)، ص64.

² إبراهيم مذكور، المعجم الوسيط، ط3، الجزء1، (القاهرة: مجمع اللّغة العربية، 1985)، ص488.

والنفسى. وقد حددت هذه الفترة بين سن 15-25 وهناك من يحددها بين 13-30 سنة.

فى حين ومن ناحية سيكولوجية يُعبّر الشّباب عن حالة عمرية تخضع لنموّ بيولوجي وثقافة المجتمع بداية من بلوغ الإنسان سنّ رشده، وقد تطول هذه المرحلة العمرية أو تقصر، وقد تتعدم فى بعض الأحيان لاعتبارات متباينة تتعلّق بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، وأيضا للاختلافات داخل المجتمع الواحد، أو من مجتمع لآخر..¹

ومن ناحية سوسولوجية يمكن القول أنّ الشّباب هو: تلك المرحلة التي يكون فيها الإنسان قادرا ومستعدّا لتقبّل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات الجديدة التي من خلالها يستطيع العيش فى المجتمع والتّفاعل مع الأفراد والجماعات.² وبناء عليه يمكن أن يُعرّف الشّباب بأنّها مرحلة عمرية تلي الطّفولة وتسبق مرحلة النّضج والرّشد، يتراوح المدى العمري لهذه المرحلة بين (18-35) سنة. وعليه فإنّ المجال المفاهيمي للشّباب وفق سياقات دراستنا هذه يتحدّد بنطاقات الفئة الجامعية التي ينطبق عليها مختلف ما ذكر آنفا من اعتبارات وميزات يُضاف لها مُتغيّر المؤهل الجامعي كعنصر تمايز.

ويشكّل الشّباب أكثر فئات المجتمع استخداما لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك وهو ما يضعهم فى مقدّمة الفئات التي تتعرّض لمضامين وخطابات التّعصّب عبرها، فالشّباب يمثلون مرحلة عمرية تتسم بالحيويّة والنشاط والرّغبة فى التّجديد والتّغيير ممّا يجعلهم أكثر الفئات تفاعلية وتجاوبا مع المستجدات التكنولوجية الاتصالية نظرا لكثرة المتناقضات التي يعايشونها ويواجهونها فى واقعهم - الذي تتجاذب وتتصارع داخله

¹عبّاس محمود عوض، مدخل إلى علم النفس النّمو: الطّفولة - المراهقة - الشّيخوخة، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999)، ص 139.

²عزّت حجازي، الشّباب والمشكلات التي يواجهها، دط، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة، 1978)، ص 33.

تيارات مختلفة متباينة ومتعارضة- فضلا عن التحوّلات والتّحديّات السياسيّة والاقتصاديّة والاجتماعية الكبيرة التي جعلت الشّباب اليوم يعانون أزمات متلاحقة ولدت داخلهم مشاعر مزدحمة من الاغتراب واللامبالاة والإهمال والحرمان والتهميش الثقافي والسياسي الذي ينتهي بهم في آخر المطاف خلف شاشات الحاسبات والهواتف الذّكية ثائرين ساخطين عبر خطابات التّعصّب والكراهية والثّورة عن كلّ المعايير والقيم، وعليه فالشّباب الذي تستهدفه دراستنا هذه تُمثّله الفئة الجامعية.

ثامنا - الاستراتيجية المنهجية للدراسة:

1. طبيعة الدراسة:

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدّراسات الوصفية التي تتولّى وصف الواقعة أو الظّاهرة وصفا دقيقا شاملا، وتحليل وتفسير خصائصها، من أجل تقييمها وتصحيحها، أو إجراء تعديلات عليها وتطويرها، ليتمّ الخروج في النّهاية بتعميمات حولها.

ويرى عمر زيّان أنّ" البحوث الوصفية إنّما تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلا دقيقا، وهي تتميز بكونها تنصبّ على الوقت الحاضر؛ أي أنّها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت الدراسة"¹، ويتوجّه البحث الوصفي إلى تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، وكذا تحديد الممارسات الشّائعة والتّعريف على المعتقدات والاتجاهات نحو الأفراد والجماعات.

ومن خلال دراستي هذه سيتمّ وصف وتوثيق طبيعة العلاقة بين استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب لديهم، وفقا لوجهة نظر عيّنة من الطّلبة الجامعيين.

2. منهج الدراسة:

¹ عمر محمد زيّان، البحث العلمي مناهجه، وتقنيّاته، (السعودية: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1988)، ص 188.

حتى تتوفر في أي عمل بحثي صفة العلمية والموضوعية، وجب أن يكون الباحث قد اتبع فيه منهجا علميا يرسم له خطوات وتطورات دراسته، ويساعده في الوصول إلى النتائج المرجوة، فالمنهج كما يعرفه الكثير من العلماء هو "الطريق الذي يتبعه الباحث للكشف عن ظاهرة أو حلّ لمشكلة وفقا للأساليب العلمية"¹. ونظرا لكون المناهج تختلف وتتباين باختلاف البحوث العلمية وتباين أهدافها، وانطلاقا من الهدف العام الذي حدّد لهذا البحث والمتمثّل في وصف وتوثيق طبيعة العلاقة بين استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب لديهم لذلك فإنّ المنهج الذي أراه مناسباً لهذه الدّراسة هو **منهج المسح الوصفي بالعينة** والذي يعرف بأنّه "أسلوب لجمع البيانات يتمّ من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتمّ اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي وضع الدّراسة²، ويعتبر هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية للدّراسات التي تستهدف وصف الظواهر ذات العلاقات السببية بين المستخدم ووسائل الإعلام التقليدية أو الجديد.

3. أدوات جمع البيانات:

يقصد بالأداة: "الوسيلة التّقنية العلمية المستخدمة في البحث، وهي وسيلة الدّراسة في الحصول على البيانات والحقائق الميدانية، وكلّما كانت الأداة أو الوسيلة دقيقة ومحكمة كانت فعاليتها ومصداقيّتها أكبر"³.

ولما كانت دراستي هذه تستهدف وصف طبيعة العلاقة بين استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وبين ظاهرة التّعصّب لديهم فقد اعتمدت

¹ إبراهيم بن عبد الله المسند، المكتبة والبحث، (السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، 2007)، ص17.

² عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص51.

³ عبد الرحمن عزّي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، (تونس: الدار المتوسطة للنشر، 2013)، ص34.

أداة جمع البيانات المتمثلة استمارة الاستبيان والتي تعرّف بأنّها " أسلوب لجمع البيانات، يستهدف إثارة الأفراد المبحوثين، بطريقة منهجية ومقنّنة، لتقديم حقائق، أو آراء، أو أفكار معيّنة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدّراسة وأهدافها دون تدخّل من الباحث في التّقرير الدّاتي للمبحوثين في هذه البيانات".¹ وقد تمّ تصميمها وفقاً لمتطلّبات تساؤلات الدّراسة وأهدافها، وتتّشكّل استمارة دراستي هذه من أربعة محاور أساسية، موزّعة على النّحو الآتي:

المحور الأوّل- يضم الأسئلة الخاصّة بالبيانات الشّخصية، ويبلغ عددها ستّة أسئلة، أُريد من خلالها معرفة خصائص العيّنة المدروسة.

المحور الثّاني- تضمّن سبعة أسئلة رئيسية، أُريد من خلالها الكشف عن عادات وأنماط ودوافع استخدام عيّنة البحث لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك.

المحور الثّالث- تضمّن سبعة أسئلة رئيسية أُريد من خلالها تشخيص مسبّبات وأشكال ومظاهر ظاهرة التّعبّ عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك

المحور الرّابع- تضمّن سبعة أسئلة رئيسية أُريد بها الكشف عن مؤشّرات العلاقة بين استخدام الشّبكات الاجتماعية وظاهرة التّعبّ لديهم وفق وجهة نظر العيّنة المبحوثة.

3.1. صدق أداة الدّراسة، وثباتها:

بعد إطلاعي على أدبيات جملة من الدّراسات السّابقة تمّ تصميم أداة الدّراسة، وللتحقّق من صدقها قُمت بالرجوع إلى عيّنة من الأساتذة المختصّين بمجال الدّراسات الإعلامية؛ (بوقرة رضوان²، عبد المالك صاولي³، أحمد المهدي

¹مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط 1، (لبنان: دار النهضة العربية، 2014)، ص34.

²رضوان بوقرة، أستاذ محاضر أ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مسيلة.

³عبد المالك صاولي، أستاذ محاضر أ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مسيلة.

الزواوي¹)، وبعد اطلاعهم عليها أجمع جميع الأساتذة على صدقها وتناسقها وتوفيقنا في تصميمها.

وبالنسبة لثبات أداة الدراسة فقد تمّ حساب معامل ثبات الأداة عن طريق استخدام معامل ألفا كرونباخ الذي أظهر أنّ الأداة تتميز بمستوى من الثبات بلغ 0.84. ويعدّ هذا درجة ثبات عالية في الاستبانة ويمكن اعتمادها في قياس ما صُممت لأجله.

3.2. الأساليب الإحصائية للدراسة

تمّ تفريغ البيانات وإدخالها عبر جهاز الحاسوب بالارتكاز على حزمة برنامج الإحصاء **SPSS..V26**، وبرنامج **Microsoft Excel** للقيام بالعمليات الإحصائية المناسبة للدراسة والتي تظمّ:

- معامل ألفا كرونباخ لحساب صدق وثبات الاستبيان.
- الأساليب الإحصائية لحساب التكرارات والنسب المئوية.
- حساب الفروق من خلال اختبار **T. Test** المجموعات الثلاث (الجنسين، المستوى الدراسي، والانتماء الجغرافي).
- اختبار أنوفا لتحليل التباين (اختبار أحادي التحليل).
- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري.
- بالنسبة للمحور الرابع والسؤال 24 الذي تضمّن جملة من الفقرات الدالة على مؤشرات التّعبّ عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك فقد تمّ التّعامل معها حسابيا باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي.
- وفي هذا السياق فقد تمّ تقسيم فقرات السؤال إلى 3 مجموعات رئيسية تؤشّر على المستويات الثلاث للتّعبّ وفقا لما حدّدته الأدبيات الإعلامية والاجتماعية:

¹أحمد مهدي الزواوي، أستاذ محاضر أ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة

مؤشرات المستوى الأدنى للتعب	مؤشرات المستوى المتوسط للتعب	مؤشرات المستوى الأعلى للتعب
أصدقاوي عبر فيسبوك يتم اختيارهم على أساس الدين، اللغة، الانتماء العرقي والجغرافي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي	أقوم بنشر تبريرات تاريخية لوقائع عنف وتمييز	أقوم بالتعبير عن الكراهية تجاه الآخرين وأحتقر قيمهم وعاداتهم
أعمل على تجديد الحديث عن جرائم دينية أو اثنية لجماعة أو أفراد تجاه آخرين	أنشر وأدعم تصريحات تشكك بوقائع تاريخية لأحداث عنف أو تفرقة أو تمييز	أصرح بعدم تقبل الاختلافات مع الآخرين
أحمل جماعات أو أشخاص معينين مسؤولية التأثير السلبي على المجتمع والدولة	أقوم بالترويج لجرائم دينية أو اثنية لجماعة ضد أخرى	بناء علاقات عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يكون وفق معايير تتعلق بانتماءات عرقية اثنية، أيديولوجية، أو دينية
	أدعم أفكار بشأن تفوق جماعة عن أخرى	أحت على النزاعات والصراعات وأدعم النظرة الدونية للآخرين من منطلق الاختلاف في اللون، العرق، الطائفة، المذهب، الدين، الجنس، والعمر

الجدول رقم (01) من إعداد الباحثة يوضح مستويات قياس التعب

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

من أبرز الخطوات التي يمرّ بها الباحث خلال انجاز دراسته العلمية، هي تحديد وضبط واختيار مجتمع بحثه، وكذلك العينة المناسبة، الممثلة تمثيلاً دقيقاً لهذا الأخير.

4.1. مجتمع البحث:

عرّف الباحث **مادلين قراڤيت** مجتمع البحث بأنّه: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدّة خصائص مشتركة تميّزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التّقصّي"¹.

وانطلاقاً من كون دراستي هذه ترمي إلى توصيف طبيعة العلاقة بين استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشّبّكة الاجتماعية - فيس بوك - وظاهرة التّعصّب لديهم من وجه نظر الشّباب المستخدم للموقع، وبالتالي فإنّ مجتمع الدّراسة يتمثّل في طلبة الجامعات الجزائرية عبر الجهات الأربع للوطن (شرق غرب، وسط جنوب) ممثّلين بالجامعات الأربع الشّرق: جامعة الأخوة منتوري قسنطينة، الغرب: جامعة أحمد بن بلّة وهران، الوسط: جامعة يوسف بن خدّة العاصمة، الجنوب: جامعة قاصدي مراح ورقلة.

4.2. عيّنة الدّراسة:

تعرف العيّنة بأنّها "اختيار جزء أو مجموعة من المادّة، بحيث يمثّل هذا الجزء المجموعة كلّها، وهي تعدّ طريقة إحصائية سليمة في منطقتها، وليس في أسلوبها"². وفيما يتعلّق بدراستي هذه وكما سبقت الإشارة إليه في العنصر السّابق حول مجتمع البحث وبعد حصر عدد الطّلبة المنتسبين للجامعات الأربع الممثّلة للقطاعات الجغرافية للجزائر، أين حدّد العدد الإجمالي للطّلبة بـ **294409** طالب للموسم الجامعي 2022/2021، بعدها تمّ سحب عيّنة عشوائية طبقية تتناسب ومجتمع البحث الذي تُمثّله وتساهم في تحقيق المسعى العام لدراستنا هذه، أين بلغت 402 مفردة من الطّلبة الذي يستخدمون فعلاً موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك.

¹ أحمد بن مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014)، ص 36.

² عمر محمّد زيّان، مرجع سابق، ص 282.

والعيّنة العشوائية الطّبقية تعني تقسيم مجتمع البحث إلى فئات طبقاً لخصائص معيّنة شريطة أن يكون هناك فرق فعلي بين الفئات ويتم الاختيار من كلّ فئة بسحب عيّنة بسيطة أو منتظمة¹.

وبالنسبة للطريقة التي تمّ من خلالها سحب واختيار عيّنة كلّ جامعة فيمكن توضيحها باعتماد العملية الحسابية التّالية:

حجم العيّنة في كلّ جامعة = حجم الطّلاب في كلّ جامعة/ الحجم الكليّ للطّلاب في الجامعات الأربع × العدد الكليّ للعيّنة، وبتطبيق العملية الحسابية نحصل على النّتائج الموضّحة عبر الجدول التّالي:

المنطقة الجغرافية	الجامعة	عدد الطّلبة في كلّ جامعة	العيّنة المختارة من كلّ جامعة
منطقة الشرق	جامعة الأخوة منتوري قسنطينة	35825	49 طالب
منطقة الغرب	جامعة أحمد بن بلّة وهران	87533	120 طالب
منطقة الوسط	جامعة يوسف بن خدة العاصمة	137842	188 طالب
منطقة الجنوب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	33209	45 طالب
مجموع الجامعي 2021/ 2022	الطلبة للموسم	294409 طالب	المجموع الكليّ لعيّنة الدّراسة: 402 طالب.

الجدول رقم (02) من إعداد الباحثة يوضّح توزيع أفراد العيّنة وفق الجامعة

¹ أحمد صالح العسّاف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دط، (الرياض: دار الزّهراء، 2016)، ص114.

4.3. الفترة الزمنية للدراسة: أجريت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2021-

2022

تاسعا - التوجّه النظري للدراسة:

ترتكز دراستي الحالية في توجّدها النظري على كلّ من نظريّتي الاستخدامات والاشباع وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تنتمي النظريّتان إلى المدخل الوظيفي الذي يعتبر وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من منظومة اجتماعية متكاملة تؤثر وتتأثر فيما بينها؛ حيث تنبني تفسيراته لتأثيرات وسائل الإعلام في حدود وسياقات الأدوار والوظائف التي تؤديها تلك الوسائل داخل المجتمع، ومدى مساهمتها في الحفاظ على توازن وانسجام نسقه العامّ عن طريق إشباع وتلبية جملة من الحاجيات والدوافع والرغبات النفسية والاجتماعية لمكوّناته المختلفة من أفراد أو جماعات.

ويعود الفضل في الإرساء النظري للمدخل الوظيفي للباحث هارولد لازويل من خلال مقاله المنشور سنة 1948، الذي حدّد فيه جملة من الوظائف والمهام التي يُفترض أن تؤديها وسائل الإعلام داخل المجتمع الموجودة فيه، وتتمثّل تلك الوظائف حسب لازويل في: مراقبة البيئة عن طريق تقديم المعلومات والأخبار، تحقيق التّرابط والانسجام داخل المجتمع، نقل التّراث الاجتماعي بين الأجيال¹.

وتأسيساً على هذا الطّرح العام حول المدخل الوظيفي فقد قدّم لنا هذا الأخير نماذج متنوّعة من النظريات التي حاولت تفسير أدوار وسائل الإعلام والاتصال داخل النّسق العام للمجتمعات، وتأتي في مقدّمتها نظريّتا الاستخدامات والاشباع وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام .

¹ عبد الله عبد الرّحمان محمّد، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعة، 2006)، ص148.

ويأتي اختياري لهذا التوجّه النظري في بناء وتفسير منطلقات ونتائج دراستي الحالية كونه النموذج الأكثر مرونة وتأقلماً مع خصوصيات التطوّرات التي تطرأ على طبيعة الحاجيات والدوافع التي تقف وراء استخدام واعتماد مضامين ووسائل إعلامية معيّنة بما فيها البيئة الرقمية التي تتناول الإشكالية الحالية صورة عنها ممثلة في موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؛ حيث تسمح طبيعة هذه البيئة القائمة على تنوّع الخيارات وتبادلية الوظائف الاتصالية بين المستخدمين باختبار ودراسة ما تقوم عليه النظريّتان من افتراضات: "دافعية الحاجة واعتمادية الإشباع" وفي الآتي تفصيل لأهمّ ما تتضمنه النظريّتان وجوانب تطبيقهما في الدّراسات الخاصّة بالاتصال الرقمي الجديد عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

1. نظرية الاستخدامات والاشباع:

يعود الفضل في ظهور نظرية الاستخدامات والاشباع إلى أعمال الباحثين بلومروكاترمن خلال مؤلّفهما "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" الصادر سنة 1974¹، وأسست لمرحلة جديدة في بحوث تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال أين قلّت من مطلّقة قوّة تأثير وسائل الإعلام والاتصاليّات نظرت لها بشكل خاصّ نظرية الطلّقة السّحرية ومُتجاوزة بذلك فكرة سلبية الجمهور في تعامله مع الوسيلة الإعلامية ومضامينها معتبرة إيّاه جمهوراً نشطاً تخضع سلوكياته تجاه وسائل الإعلام ومضامينها لدافعية حاجياته ومدى قدرة تلك الوسائل على تلبيةّها وإشباعها لتكون له حرّية الاختيار والاستخدام، وهنا انتقل السؤال الجوهرى للبحث في هذا المجال من

¹محمود حسني إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، (القاهرة: الدّار العالمية للنشر والتّوزيع، 2012)، ص 252، 253.

منظوره التقليدي "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟" إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام"¹.

حيث تُركّز هذه النظرية على دراسة عادات وأنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتوصيف طبيعة النتائج (الإشباع) المحققة من ذلك الاستخدام، وتتخذ النظرية من الجمهور محورا لها وتبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة مُفترضة أنّ الجمهور نشط وإيجابي عند تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الحاجيات النفسية والاجتماعية التي على ضوءها يتم استخدام تلك الوسائل .

وتهدف نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية

تتمثل في الآتي:

- تحديد الشّروط والظّروف وتوصيف الكيفية التي يستخدم وفقها الجمهور الوسائل الإعلامية لإشباع حاجياته تأسيسا على مسلّمة الدّور الإرادي والايجابي له في الاختيار والاستخدام.

- فهم وشرح دوافع تعرّض الجمهور لوسائل الإعلام وطبيعة الإشباع المحققة من التّعرض.

- معرفة طبيعة النتائج والتأثيرات التي تترتب عن استخدام وسائل الإعلام وانعكاساتها على العملية الاتصالية².

ومن جانب آخر يُمكن إيجاز الفروض والمرتكزات التي تقوم عليها النظرية وفقا لما حدده كاتز وزملاءه على الشاكلة التالية:

¹حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، (القاهرة: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004)، ص 286.

²مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، (القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص 54.

- اعتبار الجمهور نقطة البدء ومحور التركيز في العملية الاتصالية والتأكيد على فعاليته في استخدام وسائل الإعلام استجابة لحاجياته ورغبة في إشباعها.
- نُقِلَ النظرية من الاعتقاد السائد حول قوّة تأثير وسائل الإعلام¹.
- افتراض الجمهور النشط؛ من خلال اعتبارها أنّ جمهور وسائل الإعلام يتّسم بالإيجابية واستخدامه لتلك الوسائل تحركه أهداف وحاجاته يسعى لتحقيقها وإشباعها.
- يختار جمهور وسائل الإعلام الوسيلة والمضمون الذي يتوقّع منه تحقيق إشباع رغباته وحاجاته.
- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور.
- الجمهور يتميّز بالقدرة على التّحديد الواعي والإرادي لمختلف احتياجات ودوافع تعرّضه للوسائل الإعلامية².
- وبالرغم من الإضافات التي قدّمها هذه النظرية فيما يتعلّق بتقليلها من تأثيرات وسائل الإعلام وتناولها لعلاقة تلك الوسائل بالجمهور من زاوية وظيفية مغايرة لما سبقها من نظريات التي سبقتها (نظريات التأثير المباشر) ومحاولتها التّركيز على فهم ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام إلا أنّ هذه النظرية وُجّهت لها انتقادات كثيرة نذكر منها:
- ما تؤكّد عليه النظرية حول فكرة الاستخدام الهادف لوسائل ومضامين الاتصال من قبل الجمهور هي فكرة لا يمكن أخذها بصورة المطلقة حيث أنّ هناك استخدامات لا تكون هادفة أحياناً.

¹ أبو إصبع خليل صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005)، ص5.

² عبد العزيز السيد، ميرفت الطرابيشي، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2006)، ص260.

• كما أنّ الفكرة المتعلّقة بأنّ استخدام وسائل الإعلام يمكن أن يحقّق وظيفة معيّنة ليس صحيحا دائما أيضا فقد يؤدي ذلك الاستخدام لإحداث خلل ما لدى المستخدم أيضا.

• ينظر عديد النّاقدين إلى أنّ مفاهيم النّظرية هي مفاهيم غير مضبوطة وتتسم بالمرونة مثل مفهوم الاشباع الذي لا يوجد تحديد مفاهيمي مرجعي حوله، وعليه فالباحث يجد صعوبة بالغة في إسقاطه على نتائج البحث التي يتوصّل إليها¹.

2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعود الفضل في التأسيس النظري لهذه النّظرية للباحثين **ميلفينديفلر** و**ساندرا روكيتش** سنة 1974، حيث تستهدف النّظرية دراسة مختلف التأثيرات الناتجة عن وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع، مؤكّدة على أنّ لجوء واعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يكون بهدف تلبية حاجياته المعرفية وتشكيل اتجاهاته ومواقفه السلوكية تجاه ما يحيط به من أحداث داخل المجتمع، حيث أنّ استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لا يتمّ بمعزل عن تأثيرات المجتمع الذي ينتمي إليه².

وتؤكد النّظرية كذلك على أنّ قدرة وسائل الإعلام في تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي أمر مشروط بمدى قيامها بوظائف نقل المعلومات بشكل متميّز ومكثّف. وقد ظهرت هذه النّظرية كرد فعل على نظرية الاستخدامات والاشباع التي أهملت تأثير وسائل الإعلام وركّزت على الجمهور واستعماله لوسائل الإعلام ومؤكّدة في ذلك على أنّ الجمهور إنّما يعتمد على وسائل الإعلام ليحقّق حاجاته ويحصل على أهداف معيّنة³.

¹ محمود حسني اسماعيل، مرجع سابق، ص ص 254 - 262.

² ساندرا بولروكتش، ديفلينميفلين، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدّار الدّولية للنشر والتوزيع، 1993)، 414.

³ محمود حسني اسماعيل، مرجع سابق، ص 245.

وبالتالي ترتكز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تفسيرها لعلاقة الأفراد والجماعات بوسائل الإعلام على ركيزتين هما أساسيتين هما:

■ الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية يستوجب ذلك منهم الاعتماد على مواد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى..

■ المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر التي تحقق أهدافهم، وتعدّ وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكّم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من المصادر¹.

وقد حدّد كلّ من **Sandra Ball بول** و**Melvin ديفلر**

Devler 1982 ثلاثة مستويات أساسية للتأثيرات التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات عند تعرّضهم لها:

• التأثيرات المعرفية:

تتضمّن العديد من الآثار يتقدّمها كشف الغموض الذي يحدث نتيجة ما تعرضه وسائل الإعلام من معلومات تفسيرات وتحليلات حول قضايا وأحداث معيّنة يزول بها الغموض والالتباس، ثمّ يلي ذلك ترتيب الأولويات؛ الذي يعتبر تحصيلاً لما تنتهجه وسائل الإعلام في معالجتها للقضايا عن طريق التركيز على قضية معيّنة ولفت الانتباه حولها في مقابل إخفاء قضية أخرى من خلال تجنّب الحديث عنها، لتكون محصلة هذه كل تلك التأثيرات تكوين الاتجاهات حيث تعتبر وسائل الإعلام هنا إحدى أبرز الفاعلين في تكوين اتجاهات الأفراد من خلال تعرّضهم لمضامينها وتفسيراتها للقضايا دون أن يلغي ذلك الإرادة والانتقائية للمتلقي فيما يتعلق باختيار الوسيلة المضمون².

¹حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص314.

²عبد الرزاق الديلمي، وسائل الإعلام والطفل، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012)، ص241.

• التأثيرات الوجدانية:

حيث تؤثر وسائل الإعلام على الجوانب العاطفية الوجدانية للجمهور من خلال تحريك وبناء مشاعره تجاه ما يحيط به من قضايا عن طريق تقديم مضامين معينة تثير الخوف أو الطمأنينة أو محبة والكرهية.

• التأثيرات السلوكية:

التأثيرات السلوكية تكون كترجمة إمبريقية لفاعلية التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام ومضامينها؛ فما يتعرض له المتلقي من مضامين تزيح الغموض وتزوده بالمعلومات وتسهم في بناء وتشديد اتجاهاته يكون لها أثر واضح على مستوى سلوكياته، ويتجلى ذلك وفق وجهين اثنين إما التنشيط: وهو أن يقوم الفرد المتلقي بنشاط معين نتيجة تعرضه لمضمون وسيلة إعلامية معينة مثل حملة نظافة أو تشجير..، ويكون كذلك بالخمول؛ الذي يعبر عنه عزوف وامتناع الفرد عن القيام بفعل معين وفقا لما تلقاه من مضمون إعلامي في هذا السياق¹.

3. الاستخدام والاعتماد في سياقات الإعلام الجديد (مواقع الشبكات الاجتماعية):

إنّ الإطّلاع على جملة من البحوث والدراسات الإعلامية الحالية في سياق الإعلام الجديد عموما ومواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا يسمح لنا بتكوين رؤية أولية حول كثافة معدّل الارتكاز على نظريتي الاستخدامات والاشباعات وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري تقليدي تمّ تحيينه لفهم وتفسير الظواهر الاتصالية المرتبطة بهذه البيئة الجديدة؛ تمّ اعتماد نظرية الاستخدامات والاشباعات في ما نسبته 64.2% من مجموع البحوث والدراسات الخاصة بفضاءات الميديا الجديدة، بحيث تتميز النظرية بالقدرة على التكيف مع خصائص ومؤهلات هذه البيئة

¹ محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص306.

من خلال تأكيدها على تعمد مستخدميها البحث عن مضامين محدّدة لإشباع رغباتهم خارج فروض التلقّي السلبي أو الروتين¹.

وتتصدّر النظريّتان قائمة النماذج التقليديّة التي أُستند عليها في فهم وتفسير علاقة الجمهور المستخدم بوسائل الإعلام الجديد، فعندما نأخذ في الاعتبار مسألة الحدّثة والجدة اللتان تتسم بهما الظاهرة الاتصالية في إطار هذه البيئة نلاحظ أنّ غالبية الباحثين في بدايات تعاملهم معها وجدوا في النظريّتان ملاذا لدراستها وفهمها وتفسيرها، وذلك بالنظر إلى سهولة وليونة تكيفهما مع طبيعة الفضاءات الرقمية من خلال التأكيد على تعمد مستخدمي وسائل الإعلام الجديد البحث عن مضامين محدّدة تشبع حاجياتهم وتحقق أهدافهم خارج اعتبارات الروتين والتعود مثلما كان عليه الحال في الإعلام التقليدي، فضلا عن أنّهما تعالجان وبشكل ملمّ مختلف أشكال الاتصال التي تنشأ عبر هذه الوسائل (اتصال جماهيري، اتصال فردي)

ويرى عديد الباحثين والدّارسين أنّ التداخل والتكامل القائم بين النظريّتان في فكرة أنّ الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته والحصول على أهداف معيّنة من العوامل التي يمكن أن تؤهّل النظريّتان لاعتمادهما في الدّراسات ضمن نموذج أو إطار علمي موحّد تحت تسمية "Uses and Dependency Model"²، ويتمّ في إطار ذلك التّعامل مع الشّغف والسّعي والحاجة لاكتشاف المعلومة كهدف وعلّة للاستخدام والاعتماد.

وبناء على ذلك فإنّ الحقل الدّلالي والمفاهيمي لمصطلح الحاجة في إطار الإعلام الجديد إنّما يأخذ سياقات ودلالات مغايرة كالابتدال، وتقمّص الشّخصيات (اللاهوية) المغامرة، الجريمة، الإغواء، التّطرف، التّعصب، التّعلّم ومعرفة الأحداث،

¹ثريا البدوي، نظريات الإعلام والاتصال في العصر الحديث، (الرياض: مكتبة الرشد، 2019)، ص122.

²محمد علي الفعاري، المداخل النظرية في دراسة الإعلام الرقمي. دراسة نقدية. (جامعة أم درمان الإسلامية: مجلة علوم الاتصال)، العدد 6، ديسمبر 2020، ص18.

وكمثال حول هذا الطرح وفي حالة ما إذا ارتأى الباحث التعامل مع مدلولات الحاجة في مواقع الشبكات الاجتماعية - التي تتصدر قائمة أهم أشكال وتطبيقات الإعلام الجديد- فسيلاحظ أنّ تلك الشبكات قد غيرت من منظومة الدوافع التقليدية (كالترفيه، تضيئة الوقت، الروتين)، وأضفت عليها أبعادا جديدة تفرضها الحياة الاجتماعية المعاصرة وتتعلق بدوافع اجتماعية ملحة؛ مثل الحاجة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين وكسب الصداقات خارج الحدود والمجالات الزمانية، دوافع لا تتوقف عند حدود التعرض السلبي؛ دوافع تعويضية تقوم بمعالجة حالات النقص وتحقيق الاسترخاء، والمراقبة الإعلامية، والإثارة والهروبية الإعلامية والاجتماعية¹.

ويما أنّ الجمهور هو محور مختلف الظواهر والعمليات الاتصالية واستخدامه لوسائل الإعلام إنّما يُعزى لجملة من المحفزات والأهداف التي يسعى لإشباعها وتحقيقها فإنّ هذه التصورات التي تؤكد عليها النظريتان إنّما تتوافق لحدّ بعيد والأنساق العامّة التي تنبني عليها الظواهر الاتصالية في إطار بينتها الحالية عبر وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد: حيث أنّ التعددية والتنوع اللتان تتيحهما هذه الأخيرة تُضفي من زاوية أخرى تعددية وتنوعا في الخيارات والاستخدامات المتوافرة أمام المستخدم الذي يتعامل هنا مع هذا التنوع والتعدد بإرادة واستقلالية في الاستخدام والاعتماد خارج حتميات وارتباطات الأجنداث الإعلامية أو التحكم الزمكاني في العملية الاتصالية، مع اكتساب عادات وأشكال وأهداف جديدة تعمل كمحفزات للاستخدام والاعتماد، فالمستخدم هنا إنّما يستخدم الوسيلة انطلاقا ممّا تتيحه وتقدمه له من مضامين ومعلومات يعتمد عليها، وكلّها متغيرات ومؤشرات تسمح للباحثين في هذا المجال من اختبار الافتراضات التي تقوم عليها النظريتان بشكل عامّ خاصة فيما يتعلّق بثنائية "دافعية الحاجة واعتمادية الإشباع"؛ فإن كان الشق المتعلّق

¹ أحمد سمير حماد وآخرون، مناهج البحث في الإعلام الجديد، (القاهرة: شركة الوايل الطيب للإنتاج والتوزيع والنشر، 2013)، ص50

بفروض الاستخدام قد أُعتمد عليه في بداية الظاهرة الاتصالية الجديدة لوصف وحصر مختلف الدوافع والحاجيات خلف استخدام وسائل الإعلام الجديد(مواقع الشبكات الاجتماعية) فإنَّ الضرورة فرضت فيما بعد الاستناد على الشق المتعلق بفروض وتفسيرات الاعتماد بُغية تفسير وتحليل تلك الاستخدامات، وفي سياق هذا الطرح نجد الباحث محمد عبد الحميد يؤكد على أن بحوث ودراسات الاستخدام والإشباع ونتائجها في الاتصال الرقمي - الذي أتاحه الإعلام الجديد بوسائله وتطبيقاته المختلفة- تُعتبر مجالا خصبا لتطبيق فروض الاعتماد على وسائل الإعلام وذلك حسب رأيه راجع للاهتمام الذي توليه بحوث الاستخدام والإشباع بالوظائف والحاجات والأهداف التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من الاتصال ويدعم وجودها أو غيابها مستويات الاعتماد على النمط من الاتصال وبالتالي تأثيراته على فئات المستخدمين أو عملية الاتصال.¹

وعليه وبالنظر إلى المسعى العام للدراسة الحالية فإنه سيتم الارتكاز على النظرية الأولى(الاستخدامات والإشباع) لدراسة الاستفسارات المتعلقة ب؛ دوافع وأنماط وعادات استخدام عينة البحث لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في حين سنركز على النظرية الثانية (الاعتماد على وسائل الإعلام) كمرجعية نظرية نُقدّم لنا تفسيرات لتلك الاستخدامات وتكشف لنا الأهداف من ورائها وتصف لنا طبيعة الآثار المعرفية، الوجدانية، والسلوكية الناجمة عنها، وهو ما سيمكّننا في نهاية المطاف من تفسير طبيعة العلاقة بين استخدام عينة الدراسة لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التعصب لديهم، وبالتالي فالنظريتان هنا تصنعان معا التكامل والتناسق كنموذج مفيد للدراسات الحالية وقابل للتحيين وفق خصائص وميزات الظاهرة الاتصالية للإعلام الجديد ومواقع الشبكات الاجتماعية، وتجدر الإشارة كذلك

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، 2004)، ص301.

إلى اعتمادٍ في التوجّه النظري للدراسة على بعض المداخل الاجتماعية والنفسية الخاصة بتفسير ظاهرة التعصّب حيث سيتمّ الارتكاز عليها أيضا في تفسير نتائج الدراسة فيما يتعلّق بالاستفسارات المرتبطة بظاهرة التعصّب وتلك المداخل موضّحة بشكل مفصّل ضمن الفصل النظري الثاني.

عاشرا- الدراسات السابقة:

حظيت ظاهرة التعصّب عبر مواقع الشبكات الاجتماعية عموما وموقع الفيسبوك خصوصا باهتمامات الباحثين والدارسين، وأثناء تصفّحنا للميراث الأدبي البحثي حول الموضوع لاحظنا أنّ الباحثين العرب ومن خلال دراساتهم المقدّمة في هذا السياق يكتفون من تناول الظاهرة تحت مسمّى خطاب الكراهية بدلا من متغيّر التعصّب الذي تتناوله دراستي الحالية، غير أنّ ذلك لا يحول دون اعتبار المصطلحين وجهاً لظاهرة واحدة تتسم بالتعقّل الملحوظ عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، وسنحاول في الآتي عرض عينة من الدراسات الأجنبية والعربية.

• الدراسات الأجنبية:

• الدراسة المقدّمة من الباحثين: Saluh Indra Dewi و AkhirulAminulloh

المعنونة ب: Social Media: Democracy in Shadow of Fanaticism،

بمعنى: وسائل التّواصل الاجتماعي: الديمقراطية في ظلّ التعصّب.

أنجزت الدراسة عام 2016، لكنّها استهدفت الكشف عن أشال ومظاهر التعصّب التي كانت منتشرة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية الدراسة خلال الحملة الانتخابية الرئاسية بأندونيسيا سنة 2014 وعرفت انتهاج المرشّحين لسياسة التّواصل الاجتماعي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية للترويج لبرامجهم الانتخابية، ومدى تأثيرها على الممارسات الديمقراطية بأندونيسيا.

استهدفت الدراسة عينة قوامها 20 مفردة من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية موزعين بين ربّات البيوت، العاملين، والطلاب الأكاديميين، المحسوبين على مختلف التيارات السياسية المترشحة، بمنطقة مالانج، استخدمت المنهج الوصفي المرتكز على أداة الدراسة المتمثلة في المقابلة، وقد خلصت إلى جملة من النتائج أهمّها:

- انتشار نوعين من التّعصّب خلال الحملة الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ويتعلّق الأمر بالتّعصّب السياسي والتّعصّب الديني.
- اعتمد المترشّحون في الترويج لأفكارهم المتعصّبة على صفحات المعجبين والحسابات الشخصية، والمواقع الإلكترونية.
- تبيّن من خلال الدراسة أنّ التّعصّب عبر مواقع الشبكات الاجتماعية يعرّض حياة الديمقراطية للخطر، كونه لا يسمح بالاختلافات أو التّنوّع الذي هو قوام الممارسات الديمقراطية،
- ساهمت بعض المنشورات خلال فترة الحملة الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في إثارة الجدل والصّراع بين المعجبين والتّأخّبين، وتحوّلت تلك المواقع لمنطقة حرب بحيث يمكن لأيّ شخص من خلالها أن يقول أيّ شيء لأيّ شخص بما في ذلك بعض القضايا الحسّاسة كالدين، العرق، والسياسة¹.
- دراسة الباحث: ABDELRAHMAN TA ASHOUR، المعنونة بـ

THE INFLUENCE OF FACEBOOK AND TWITTER ON FOOTBALL FANATICISM:A STUDY OF ARAB MALE STUDENTS IN INTERNATIONAL ISLAMIC UNIVERSITY MALYSIA

¹Saluh Indra Dewi & Akhirul Aminulloh, Social Media: Democracy in Shadow of Fanaticism, (Indonesia: Yogyakarta, Conference on Communication, Culture and Media Studies, 18-20 October, 2016),p80.

استهدفت الدراسة معرفة تأثير استخدام الفيسبوك والتويتر على ظاهرة التعصّب الكروي بين جماهير كرة القدم من طلاب العرب في الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا.

وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتمّ بتوصيف الظاهرة من خلال الكشف عن طبيعة العلاقة بين متغيّراتها، مرتكزة في ذلك على أداة البحث العلمي المتمثلة في المقابلة التي أُجريت على عيّنة قوامها 9 طلاب عرب من مستخدمي موقعي الفيسبوك والتويتر ومشجعي كرة القدم الذين يقومون بالتعليق والنشر والمتابعة لأخبار كرة القدم عبر الموقعين وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: يستخدم الطلاب العرب موقعي الفيسبوك والتويتر باعتبارهما مصدرا لأخبار كرة القدم ومنصّات لمشاهدة المباريات، والاتصال والتّواصل والتّفاعل مع غيرهم من المعجبين والمشجّعين.

- أشارت نتائج الدراسة كذلك إلى أنّ موقعي الفيسبوك والتّويتر يعتبران مساحة لمشاحنات وتعصّب مشجّعي كرة القدم بسبب السّلبية التّواصلية الطّاغية، وإساءة استخدام الحرية وانعدام السّيطرة على المضامين المتعصّبة المنتشرة عبرهما.

- تبين من خلال نتائج الدراسة أنّ هناك عاملين رئيسيين يسهمان في إنكفاء التعصّب الكروي بين المستخدمين لموقعي الفيسبوك والتّويتر، ويتعلّق الأمر بعامل غياب الرّوح الرّياضية، وكذا الإفراط في الاعتماد على هذين الموقعين في الحصول على المعلومات الرّياضية التي قد لا تكون صحيحة في الغالب¹.

• الدراسات العربية والجزائرية:

¹ABDELRAHMAN TA ASHOUR, THE INFLUENCE OF FACEBOOK AND TWITTER ON FOOTBALL FANATICISM: Master Thesis of Human Sciences, Communication, (Malaysia: International Islamic University Malaysia, October, 2020), p06.

• **دراسة الباحث ناصر الرحامنة حول خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن** هدفت الدراسة إلى معرفة مدى فهم واستيعاب المبحوثين لمفهوم خطاب الكراهية وأشكاله المتداولة عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاسات الظاهرة على استقرار المجتمع الأردني، حيث ارتكزت الدراسة على المنهج الوصفي، مستعينة بأدوات البحث المتمثلة في استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة عشوائية مقدرة بـ 400 مفردة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وقد خلصت الدراسة إلى عينة مهمة من النتائج أبرزها:

• تختلف وتتباين مفاهيم ومؤشرات ظاهرة خطاب الكراهية لدى العينة المبحوثة إلا أن الغالبية أجمعت على اعتبار تشويه الحقائق وتكذيبها أو عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين من أهم مؤشرات ودلالات انتشار ظاهرة خطاب الكراهية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.

• تلعب مواقع التواصل الاجتماعي - وفقاً لأراء العينة المبحوثة- دوراً هاماً في إثارة الفتن بين مكونات المجتمع، مما يؤدي إلى الفرقة والتناحر، وبالتالي يفقد المجتمع اتساقه الداخلي.

• دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية يعتمد على بعض خصائص المستخدمين في حد ذاتهم مثل؛ مستواهم التعليمي والاجتماعي حيث تصنع هذه النقاط الفارق في مثل هكذا ظاهرة.

• خطاب الكراهية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك يؤدي إلى التناحر والتناحر الديني والمذهبي، ويضعف التكافل الاجتماعي بين الناس¹.

¹ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، 2018).

• **دراسة الباحثة بيريح حسين الربيعي** سنة 2019 التي استهدفت توصيف معاني ومؤشرات خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودور هذه الأخيرة في الرفع من وتيرة نفثي وانتشار الظاهرة بين المستخدمين الشباب العراقيين.

ارتكزت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات على عينة قوامها 130 شاب مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد خلصت الدراسة إلى إجماع العينة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل قوى موازية سلبية داخل المجتمعات، تعمل على تأجيج خطابات الكراهية، ويحتلّ الفيسبوك الصدارة من حيث إسهامه في هذه الظاهرة¹.

• **دراسة دكتوراه للباحثة أمينة بصافة الموسومة ب:** العصبية الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة أثنوغرافية على عينة من مستخدمي الفيسبوك الجزائريين.

استهدفت الدراسة الكشف عن تعصّب المستخدمين الجزائريين في تفاعلهم وتواصلهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك، ووصف وتفسير مختلف الممارسات التعصبية عبر الموقع.

تندرج الدراسة ضمن البحوث الكيفية لذلك انتهجت المنهج الإثنوغرافي النقدي، كما اعتمدت أداتي الملاحظة بالمشاركة وكذا المقابلة غير المقننة لجمع بيانات الدراسة الميدانية التي طبقت على عينة قصدية قوامها 100 مفردة من مستخدمي الفيسبوك.

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها:

- يتواصل أفراد العينة عبر موقع الفيسبوك باستخدام لغة خاصة تمثل التراكم الثقافي المشترك ومن خلالها يقومون بتعزيز علاقاتهم الاجتماعية خاصة فئة الإناث .

¹ بيريح حسين الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، المؤتمر الدولي لخطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمين الاقليمي والدولي، (العراق: جامعة صلاح الدين، 2019).

-تبرز مؤشرات الممارسات التعصبية لدى أفراد العينة عبر موقع الفيسبوك من خلال حرصهم على المنافحة عن انتماءاتهم لجماعاتهم وتأكيد الولاء لها أين يتفاعلون حول القضايا التي تهمهم سواء كانت جنديرية أو أكاديمية مهنية أو اثنية أو جغرافية .

-يكون أفراد العينة أكثر التحاما وتماسكا في إطار علاقتهم مع الأصدقاء الأسرة العائلة ويبرز ذلك من خلال علاقاتهم التواصلية حيث يتواصلون على أساس القرب العائلي أو التشابه الوضعي¹.

- حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

-ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد وحصر المجالات المفاهيمية لظاهرة التعصب بشكل عام وبالتالي ضبط المؤشرات الدالة عليها خلال الممارسات التواصلية للعينة المدروسة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

-حرصت الدراسات السابقة على تقديم تفسيرات متنوعة لظاهرة التعصب عبر الميراث الفكري الأدبي لمختلف النظريات والمداخل النفسية والاجتماعية.

- قدّمت الدراسات السابقة تفسيرات علمية متنوعة للعلاقة بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية عموما والفيسبوك خصوصا وظاهرة التعصب لدى المستخدمين، تأسيسا على طبيعة الإستخدامات والاشباعات التي تحفز استخدامهم لتلك المواقع وكذا السياقات والمؤشرات التواصلية التي تتجلى عبرها ظاهرة التعصب لدى المستخدمين.

¹أمينة بصفافة، العصبية الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة أنثوغرافية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، دراسة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الجزائر3: 2018)، ص 256.

الفصل الأول-الإعلام الجديد... مدخل إلى أطره المفاهيمية النظرية

وتطبيقاته الاجتماعية

تمهيد

أولاً - مفهوم الإعلام الجديد

1. تعريف الإعلام الجديد
2. خصائص الإعلام الجديد
3. مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد
4. تطبيقات وأشكال الإعلام الجديد.

ثانياً-موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؛ الميزات والتطبيقات

1. تعريف الفيسبوك.
2. خصائص ومميزات الفيسبوك
3. مجالات استخدام الفيسبوك
4. إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

خلاصة الفصل الأول

تمهيد

ينظر عديد الباحثين والدّارسين للحقل الإعلامى إلى ما يسمّى بالإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة باعتباره مرحلة نوعية في مسارات تطوّر مجال الإعلام والاتصال، وذلك بالنّظر إلى التّغييرات الفارقة وغير المسبوقة التي أحدثتها على الأطر والأنساق العامّة للعملية الاتصالية سواء من حيث الأساليب، الوسائل وكذا المضامين المعتمدة في الاتصال.

ومن خلال هذا الفصل تسعى الباحثة إلى تناول موضوع الإعلام الجديد من حيث الشّق الاصطلاحي والدّلالي المتشعب للمفهوم، وكذا المداخل النّظرية المفسّرة له، ثمّ إبراز الخصائص والمميّزات الفارقة للإعلام الجديد وما يتضمّنه من أدوات وتطبيقات، ليتمّ في هذا الشّأن تناول على وجه التّخصيص والإسهاب تطبيق أو موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لاعتبارات موضوعية تتعلّق بكونه يصنّف كأحد أبرز وأهمّ أشكال وتطبيقات الإعلام الجديد من جهة، ثمّ لكونه يشكّل متغيّراً أو شقّاً هاماً من دراستنا الحالية من جهة أخرى، وبالتّالي فإنّنا سنستعرض نشأته وميزاته ومختلف استخداماته الاتصالية فضلاً عن تبيان أهمّ الايجابيات والسلبيات في هذا الموقع.

أولاً- مفهوم الإعلام الجديد

1. تعريف الإعلام الجديد

ينبني مفهوم الإعلام الجديد كأحد أهم وأبرز المفاهيم وأكثرها تداولية في الوقت الراهن في مجالات البحث الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال أو غيرها من العلوم ذات الصلة القريبة؛ حيث يتم تداول هذا المفهوم على نطاقات واسعة خاصة بالموازاة مع الانتشار الواسع والسريع لمختلف تطبيقاته ونماذجه الاجتماعية والتي تتصدّرها طبعاً مواقع الشبكات الاجتماعية.

وقبل الخوض في عرض نماذج لأبرز التعريفات المقدّمة من قبل بعض الباحثين والدّارسين لمفهوم الإعلام الجديد وجب لفت الانتباه أولاً إلى التنوع الكبير الذي يعرفه هذا المفهوم من الناحية الاصطلاحية؛ حيث تتم الإشارة إلى الإعلام الجديد عبر العديد من المسمّيات أو المرادفات الاصطلاحية، وهو الأمر الذي يُمكن رده بدرجة أولى إلى تباين المحدّدات والعناصر أو الجوانب التي يتأسّس عليها التّصوّر العام الذي يفهم ويستوعب من خلاله كلّ باحث ماهية الإعلام الجديد، يُضاف إلى ذلك أنّ هذا الأخير - أي الإعلام الجديد - وحتى الوقت الراهن لم يتجاوز بعد مرحلة الاهتمامات البحثية الاستكشافية والمحاولات التّنظيرية باعتباره ظاهرة جديدة تتميّز بالتحوّل والتّطور السريع المستمرّ والمفاجئ في انتظار تبلور المعالم المفاهيمية والمداخل النّظرية حولها مع تقادم التّجارب والبحوث الصّادرة في هذا السّياق، وعليه نجد:

أنّ هناك من يرى فيه إعلاماً جديداً تأسيساً على الفروق الجليّة بينه وبين أشكال ونماذج الإعلام التّقليدي من حيث التّطبيقات والاستخدامات وكذا الأساليب والطّرق التي تُعالج وتنتشر وفقها المعلومة، وكذا الأنساق العامّة التي تتبني عليها الظّاهرة الإعلامية الاتصالية عبره.

بينما يحصره البعض في القالب الرقمي وهو بذلك إعلام رقمي يرتكز نظام عمله على تكنولوجيات رقمية ترتبط بشكل خاص بتحوّلات جيل الواب¹؛ أين يتمّ في هذا السياق إخضاع المعلومة لمختلف عمليات الجمع، المعالجة، التخزين، الإتاحة والتّمكن الإلكتروني الرقمي مهما كانت هيئتها (نصوص، صور، فيديوهات) وفقا لأساليب وتقنيات الإعلام والاتصال الرقمي خلافا للأساليب الفيزيائية التي سادت خلال الإعلام التقليدي.

في حين ينظر إليه البعض على أنّه إعلام شبكيّ قائم على مقومات ومؤهلات شبكة الإنترنت ومختلف التحوّلات التي تطرأ عليها بصورة حثيثة ومستمرّة، والتي من خلالها يساهم الإعلام الجديد في بناء وتشكيل مجتمعات افتراضية متّصلة ضمن فضاءات شبكية تتميّز علاقاتها فيما بينها بالتفاعلية والايجابية الاتصالية، وهو ما يكسبه من جهة أخرى صفة الإعلام التفاعلي الذي تتماهى في إطاره مهام طرفي العملية الاتصالية (المرسل والمتلقّي) وتتشابه أدوارهما من حيث التّحكّم في مدخلات ومخرجات الظاهرة الاتصالية²؛ أين تكون لهما الفرص ذاتها من حيث إنتاجية المضمون أو المحتوى الاتصالي والتّحكّم في حركته التشاركية التداولية.

وهو أيضا إعلام معلومات، وإعلام إلكترونيّ وإعلام وسائطيّ؛ بالنظر إلى أنّ ظهوره يُعتبر محصّلة للتزاوج الحاصل بين الثّورة المعلوماتية والمقدّرات التكنولوجية الإلكترونية وما يطالها من تطوّرات حثيثة ومستمرّة؛ أين تبرز في إطار-كل هذه الاعتبارات- الظاهرة الإعلامية والاتصالية عبر وسائل تكنولوجية وإلكترونية أكثر تطوّر وبتّ الارتكاز عليها في بثّ البرامج والأخبار ومعالجة المعلومات وتخزينها

¹ياسين خضر البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014)، ص 314.

²عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتّطبيقات، ط1، (الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008)، ص 29، 30.

وإتاحتها فضلا عن اعتماده التّوّع والاندماجية بين عديد العناصر الإعلامية (صور، نصوص، فيديوهات..) في تقديم المضامين وعرضها.

وهو في نظر البعض كذلك إعلام اجتماعي بالنظر إلى المضامين والمحتويات المتداولة في إطاره، التي يتولّى أفراد المجتمع من جمهور المستخدمين عمليّات إنتاجها وبنّائها عبر مختلف التّطبيقات والوسائط التي أتاحها هذا النّظام الجديد للإعلام مثل؛ آلات التّصوير والتّسجيل الحي: كاميرات وهواتف وحواسيب¹، وتتجلّى هذه الظّاهرة عبر حركات التّدوين، منتديات الحوار، صحافة المواطن..وكلّها تشكيل جديد من الإعلام الاجتماعي.

وفي السّياق ذاته ترى الباحثة مي عبد الله بمعنيّة جملة من الباحثين العرب من خلال مؤلّفهم المشترك المعجم في المفاهيم الجديدة للإعلام والاتصال أنّ الإعلام الجديد كمصطلح في علوم الإعلام والاتصال لم يعترف به من قبل الباحثين بالنظر إلى أنّ لفظة الإعلام في حدّ ذاتها لا تزال محلّ إشكاليات، مع تأكيدهم على ضرورة اعتماد مصطلح "الإعلام البديل" كتعبير مناسب لما ظهر من أشكال جديدة من الإعلام والاتصال مع الإبقاء على مصطلح ((الإعلام الجديد)) بين هلالين².

ومن وجهة نظرنا في إطار هذه الدّراسة يمكن القول بأنّه مهما تباينت المسمّيات والاصطلاحات التي يُعبّر بواسطتها الباحثون عن ما يُسمّى الإعلام الجديد فإنّ ذلك لا يحول دون تلاقيها في نقطة مشتركة وبارزة وهي أنّها تصف ظاهرة إعلامية واتصالية غير معهودة من حيث الوسائل التكنولوجية والتّقنية والأساليب الاتصالية التي تميّزها من جهة، وكذا من حيث الظواهر والإشكاليات البحثية التي تُطرح حولها من جهة أخرى.

¹ أمين رضا، الإعلام الجديد، ط1، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتّوزيع، 2015)، ص37.

² مي عبد الله، مرجع سابق، ص47.

وفيما يتعلّق بالتّعريفات المقدّمة حول مفهوم الإعلام الجديد من قبل الباحثين والدّارسين للمجال، فقد لاحظت الباحثة أنّ نسبة كبيرة منها تتمايز في طرحها وتناولها لهذا المفهوم من حيث تركيزها إمّا على الجانب التّقني التّكنولوجي المادّي في هذا الإعلام والذي يُعبّر عنه غالباً بمختلف الوسائل والوسائط والآليات التّقنية المادّية، وإمّا على الشّق الوظيفي (الاستخداماتي) له والمعبر عنه أيضاً بالأساليب أو الأنساق التي تتمظهر وفقها عمليات الإعلام والاتصال والتواصل، ويمكن تبيان ذلك في الآتي:

فمن ناحية تقنية وتكنولوجية نجد أنّ كلية شردان Sheridan التكنولوجية قد عزّفت الإعلام الجديد بأنّه "كلّ أنواع الإعلام الرّقمي الذي يقدّم في شكل رقميّ وتفاعليّ، والذي يعتمد على اندماج النّصّ والصّورة والفيديو والصّوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلة رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض"¹.

وفي السّياق ذاته يُعرّف ليستر الإعلام الجديد بأنّه: مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولّدت من التّزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التّقليدية للإعلام، الطّباعة والتّصوير الفوتوغرافي والصّوت والفيديو².

وهو كذلك مصطلح يظمّ كافّة تقنيّات الاتصال والمعلومات الرّقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشّكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونيّة³.

وعليه تلاحظ الباحثة أنّ هذه العيّنة من التّعريفات إنّما تعكس تركيز واضعيها على الشّق التّقني التّكنولوجي المتعلّق بالأجهزة والوسائل الإعلامية الجديدة التي

¹ عبد الحميد صلاح، الإعلام والنّورات العربيّة، (القاهرة: مؤسّسة طيبة للنّشر والتّوزيع، 2013)، ص 63.

² عبّاس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 31.

³ سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التّحدّيات والفرص، (السّعودية، المؤتمر العلمي الثّاني للإعلام الإسلامي، 13- 15 ديسمبر، 2011)، ص 6.

ظهرت كحوامل " Supports" للظاهرة الإعلامية والاتصالية، وتمتاز بقدرتها الفائقة على تحقيق التشابك والترابط فيما بينها، وتوفير امتيازات السرعة والتفاعلية الإيجابية أثناء الاتصال.

ومن ناحية الشقّ الوظيفي للإعلام الجديد كأنساق وتمثّلات جديدة للممارسة الإعلامية الاتصالية فقد عرّفه بعض الباحثون على أنّه " مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تُمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتّصلة أو غير المتّصلة بالإنترنت، كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الإنترنت مثل (faceBook)...¹".

وهو أيضا "يُعبّر عن مختلف الطّرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من النَّاس بإمكانية الالتقاء والتّجمّع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع².

وعليه ترى الباحثة أنّ الإعلام الجديد إنّما يُعبّر عن مرحلة انتقالية نوعية من حيث التّشكيل الجديد والمتنوّع من الوسائل والوسائط الإعلامية التي أنتجتها تكنولوجيايات الاتصال الرقمية وأنظمة الحاسبات والشبكات التي ساهمت بدورها في بناء أنساق جديدة للممارسات الإعلامية والاتصالية، وتُعتبر الاندماجية التّشابكية والتفاعلية الايجابية، والتحرّر من القيود السلطوية والسيطرة المركزية للاتصال والتّواصل من أهمّ وأبرز سماتها، فضلا عن عوالمه الاجتماعية التي أضحت في

¹ياس خضير البيّاتي، مرجع سابق، ص313.

²علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التّواصل الاجتماعي، ط1، (الأردن: دار أسامة للنشر والتّوزيع، 2014)، ص52.

إطارها المتلقّي (المستخدم) فاعلا منتجا للمعلومة وطرفا موازيا في عمليات التّحكّم بها وإتاحتها إلكترونيا في ديناميكية تبادلية للأدوار والوظائف بين طرفي العملية الاتصالية.

ومن خلال التعريفات المقدّمة يُمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى عدّة تقسيمات نوجزها في النموذج الذي قدّمه كلّ من الباحثين ديفيس وواين Richard Davis، Diana Owen، وهو التّقسيم الذي أسّسه الباحثان استنادا إلى عيّنات من الأشكال الصحّفية التي ظهرت بالموازاة مع ظهور الإعلام الجديد، وبيان ذلك كالتّالي:

- **إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة:** يتراءى من خلال تشكيل واسع ومتنوّع من الأنواع الصحّفية ذات الصّيغة الحوارية والإخبارية الحيّة والمباشرة "Talk show" عبر الإذاعة التّلفزيون والصّحف مثل؛ راديو وتلفزيون الحوار Talk RadioTv، والمجلّات الإخبارية "News Magazine"، يُضاف لها كذلك برامج الأخبار المباشرة Live shows، والبرامج الصّباحية والمسائيّة ذات البرمجة الدائمة القارّة¹.

ويرجع السّبب في تصنيف هذه البرامج ضمن إطار الإعلام الجديد إلى ارتكازها على مقوّمات الحاسوب وكذا الشّبكة العنكبوتية في إعداد وتقديم مضامينها للجمهور، فضلا عن طبيعتها الحوارية التّفاعلية التي تجعل من الجمهور عنصرا فاعلا في مختلف النّقاشات والمسائل التي تُطرح في سياقها.

- **إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة:** يكون ماثلا عبر مختلف وسائل وأشكال الإعلام التي نواكبها حاليا والمرتكزة في عملها على إمكانيات منصة الكمبيوتر وكذا شبكة الأنترنت التي أضفت سرعة وإيجابية على العملية الاتصالية؛ من خلال أنّها تتيح لمستخدميها امتيازات النّقل والتّبادل الآني والسّريع للمضامين، فاندماج العديد من الوسائل في إطار الإعلام الجديد يسمح بالاستفادة من مختلف خصائصها وامتيازاتها

¹ بشري جميل إسماعيل، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفهوم والنّمادج، (مجلة الباحث الإعلامي، العدد14، 2011)، ص18، 19.

مجتمعة، وهو ما أدى إلى تجاوز الأفراد للعوائق والاعتبارات الزمكانية للاتصال والتواصل¹.

- إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة: وهو إعلام تنمهي فيه الخصائص والامتيازات الخاصة بالإعلام القديم والجديد لتزول الفوارق الفاصلة بينهما؛ بحيث يصبح القديم متاحا عبر فضاءات الجديد من خلال الصفحات المواقع والنوافذ الإلكترونية لبعض الصحف والتلفزيون وكذا الإذاعة، وبذلك تداخلت أدوارهما وتكاملت².

ومن جانب آخر نجد أنّ ظهور الإعلام الجديد قد ساهمت فيه جملة من الشروط والعوامل، لعبت دورا مهماً في إنكفاء حركة الابتكارات والتطورات التقنية والتكنولوجية التي انعكست بدورها وبإيجابية على مجال الإعلام والاتصال؛ فالحركة الاقتصادية الحالية القائمة على مبدأ التداولية الحرة، السريعة والآنية للمنتجات ورؤوس الأموال إنّما تتطلب الرفع من وتيرة التدفق الآلي والإلكتروني للمعلومات سواء كانت على شاکلة معاملات أو إعلانات ترويجية نتيجة الانفتاح الذي تعرفه الأسواق اليوم، وهو ما يعني بالضرورة تجاوز السلع والمنتجات والخدمات لحدود مقرّاتها المركزية وحواجز انتماءاتها الإقليمية والجغرافية مما يستوجب البحث عن جماهير ومستهلكين خارج تلك الحدود والعمل على مخاطبتهم عبر منابر إعلانية ومصادر متنوعة للمعلومة، وهي الخدمات التي يوفّرها الإعلام الجديد بمختلف تطبيقاته، حيث أصبحت المعاملات التجارية والاقتصادية اليوم تتمّ عبر هذه المنصات الإلكترونية فيما يطلق عليه بالتسويق والتسوق الإلكتروني، وهي

¹حسين شفيق، الإعلام البديل في عصر ما بعد التفاعلية، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011)، ص 68.

²عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، (جامعة الشارقة: مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات، 2005)، ص 33.

الاستراتيجيات التي أضحت من معايير نجاح العديد من الشركات والقوى الاقتصادية في العالم .

فضلا عن هذا نجد أنّ العامل التقني الذي تُعبّر عنه حركة التحوّلات السريعة الحاصلة في مجال تكنولوجيا الحاسبات وأنظمة المعلومات والاتصالات وشبكات الألياف الضوئية قد خلقت لنا جيلا فائق التطور من الإعلام، وتعتبر السرعة والآنية والتفاعلية وتعدّد الوسائط واندماجيّتها من أهمّ سماته الفارقة، وتعكس أوجه الجدة والتجديد فيه¹.

ومن ناحية أخرى لا يقلّ العامل السياسي الاجتماعي تأثيرا عن العاملين السابقين؛ فسعي الأنظمة والتيارات السياسية والقوى العظمى عبر العالم لخلق نظام سياسي اجتماعي عالمي موحد تزول في خضمه مختلف الاعتبارات القومية والوطنية الضيقة والحوازر الأيديولوجية الثقافية بين الشعوب والدول عن طريق اعتماد وسائل إعلام أكثر فاعلية تضمن تسويقا ناجعا وناجحا لمختلف هذه الأفكار والتوجّهات²، وتؤدّي إلى تغيير الكثير من المعايير والقيم والمفاهيم لدى الشعوب التي أصبحت طموحاتها تتجاوز حدود التفكير الزمكاني الضيق، وأصبح الإعلام الجديد بمثابة وسيلة لها لإثبات الوجود والأثر والتأثير، ومنفذا للاستخدام الحرّ والاستفادة الإرادية من مختلف المضامين والمحتويات والأخبار دون رقابة أو توجيه، فضلا عن تكوين الصداقات وتشكيل العوالم الافتراضية الخاصة، القائمة على تشارك اليوميّات وتفاصيل الحياة.

2. خصائص الإعلام الجديد:

¹ أميمة أحمد رمضان، العمل الصحفي في عصر الإعلام الجديد، ط1، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017)، ص 27

² سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2020)، ص 81، 80.

يُحصى الباحثون والمختصون للإعلام الجديد العديد من الخصائص والمميزات التي تم وضعها وتمييزها بالمقارنة مع الخصائص التي أُعتيد عليها في إطار الإعلام التقليدي، وهي تعبر عن عنصر الجدة والتجديد في الإعلام الجديد:

• **الانتقال من النظم الفيزيائية إلى النظم التماثلية الرقمية:** وهي الخاصية التي من خلالها يخضع المحتوى أو المضمون الاتصالي إلى أساليب المعالجة الرقمية وفقاً للنظام الرقمي صفر واحد عبر مختلف مراحل إنتاجه (تجميع، تخزين، إتاحة)، أين يتم ذلك عن طريق الأجهزة الحاسوبية وكذا أدوات المسح والتصوير الضوئي، بدلا من الأساليب الفيزيائية التي كانت معتمدة في الإعلام التقليدي¹.

• **إندماج وتعدد الوسائل والوسائط:** حيث يقوم نظام عمل الإعلام الجديد على الدمج بين مزايا ووظائف العديد من الوسائل والوسائط في عمليات الإنتاج، التخزين والإتاحة للمضامين الاتصالية مهما كانت طبيعتها (نصوص، صور، فيديو)، وهو ما يجعلها أكثر قوة واستقطابا وتأثيرا على المستخدمين².

• **التفاعلية:** تعتبر من أهم أبرز الصفات الفارقة للإعلام الجديد كما سبق وأن أشرنا في سياق هذا العمل البحثي، وتعكس قدرة الوسيلة الإعلامية على الاستجابة والتفاعل مع المستخدم من جهة، وكذا فكرة تبادلية الأدوار بين المرسل والمستقبل أثناء الاتصال من جهة أخرى³.؛ أي أنّ هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية من حيث التحكم التداولي في المضمون الاتصالي إنتاجا وإتاحة، وهو ما يلغي مفاهيم المركزية السلطوية الاتصالية والتحكم في المعلومة، وبذلك يطلق على القائمين بالاتصال في هذه الحالة لفظ المشاركين بدلا من مصادر للمعلومات مثلما كان عليه الحال ضمن الإعلام التقليدي.

• **سهولة الدخول والاستخدام:** بحيث تتميز وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد بالسهولة والمرونة في الاستخدام بشكل لا يتطلب كفاءات تقنية معيارية، وهو ما

¹ سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، (دمشق: مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني، 2010)، ص 442، 443.

² سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مرجع سابق، ص 77، 78.

³ هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، (الأردن: دار الألفية للنشر والتوزيع)، ص 52.

يسمح للمستخدمين بالاتصال والتواصل، وكذا المساهمة في بناء المضامين والمحتويات.

- **اللاجماهيرية (الفردية):** وهي درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها¹؛ بمعنى أن المضمون الإعلامي الاتصالي في الإعلام الجديد من الممكن أن يكون ذو توجه تجزئى فردي بحيث يوجه إلى أفراد أو جماعات معينة بدلا من قاعدة جماهيرية واسعة، وهذه الخاصية إنما تعبر أيضا عن قدرة وإرادة المستخدم في الاختيار والاستخدام الحر للمضمون أو الوسيلة الإعلامية التي تلبّي وتحقق حاجاته واشباعاته.
- **تنوع المضامين والمحتويات وتعدد الاستخدامات:** التي تتوافق واحتياجات المستخدمين والاشباعات المراد تحقيقها، وذلك بفضل سرعة مواكبة وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد لمختلف الأحداث والظواهر سواء عن طريق النقل الحي الآني والمباشر أو من خلال التحديث المستمر للمضامين والأخبار بحيث تضاف لها معلومات جديدة وفق للمستجدات التي تطرأ عليها.
- **الكونية واللاتزامنية:** وهي صفة أتاحتها شبكة الأنترنت، وتقوم على إمكانية نقل المعلومات بين المستخدمين على مستوى العالم دون الارتباط بوقت محدد وبالتالي فالإعلام الجديد نجد أنه قد تجاوز بالعملية الاتصالية مختلف الاعتبارات والحواجز الزمكانية التي تميز بها الاتصال في إطار الإعلام التقليدي.
- **الحرية الواسعة:** فالإعلام الجديد ألغى سيطرة السلطات أو ما يعرف في الأدبيات الإعلامية بحراس البوابة عن المضامين الاتصالية للمستخدمين، فمساحة حرية التعبير واسعة جدًا والمضمون لا يخضع لإعادة تحجيم أو تصغير وفق ضغوطات أو قوانين صارمة.

¹خليدة صديق، أساسيات في الإعلام الدولي، (الرياض: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2005)، ص17.

• **التحديث المستمر:** فالمضامين المحتواة في وسائل الإعلام الجديد يتم تحديثها بصفة مستمرة وحيثية بحيث تضاف لها معلومات جديدة وفق المستجدات والتغيرات¹.

3. المداخل النظرية للإعلام الجديد:

قدم جملة من الباحثين عينة من التصورات المرجعية على شاکلة مداخل نظرية للإعلام الجديد، والتي يمكن للباحثين والمهتمين بالمجال الإرتكاز عليها في سياق دراساتهم بهدف فهم وتحليل وتفسير الظواهر الإعلامية والاتصالية والعلاقات بين مختلف مكوناتها ومتغيراتها في ظل هذه المرحلة الجديدة:

3.1. مدخل نيغروبونتي:

يتلخص التصور العام للباحث نيكولاس نيغروبونتي عن الإعلام الجديد في مقارنته لهذا الأخير مع ما يقابله من أشكال وأنماط للإعلام التقليدي عن طريق حصر جملة من السمات والخصائص الفارقة في الإعلام الجديد، وبيان ذلك في النقاط التالية:

☒ نظام عمل الإعلام الجديد؛

حيث يرى نيغروبونتي أنه نظام قائم على استبدال الوحدات المادية الفيزيائية بالرقمية "البتات عوض عن الذرات" "Bits not Atoms" كحوامل "Support" رئيسية للمعلومات التي يتم تجميعها، معالجتها، إنتاجها، وتوزيعها وتداولها في شكل إلكتروني رقمي بدلا من النظام الفيزيائي المعمول به في سياق الإعلام التقليدي؛ حيث تُنقل المعلومة في هذا الإطار على شاکلة أرقام منفصلة هي صفر واحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل فإنه يقوم بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك².

¹ عبد العزيز إبراهيم، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإلكترونية الحديثة، (الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2011)، ص 31.

² سميرة شيخاني، مرجع سابق، ص 444.

☒ قدرة الإعلام الجديد على توفير إمكانيات التبادلية الرقمية المزدوجة للمعلومات؛ وهي ميزة مهمة في نظر نيغروبونتي وتطوّرت بالموازاة مع النقل الإلكتروني للمعلومات حيث؛ تتأتى من خلال ربط عدد غير محدود من الأجهزة عبر شبكات الأنترنت، وهو ما يسمح بخلق حركية تبادلية، تداولية، مزدوجة للمعلومة في شروط اتصالية تفاعلية تتسم بعدمية التّحكّم الموجّه في المعلومة أو المسار العام للممارسة الإعلامية والاتصالية.

☒ قدرة الإعلام الجديد على المزوجة بين الرغبات والاهتمامات العامة والفردية وتلبيتها على حدّ السواء من خلال التّطبيقات والامتيازات التي يوفّرها لمستخدميه، بما يُتيح لهم اختيار الوسيلة والمضمون المتوافق واحتياجاتهم أو أهدافهم من وسيلة أو مضمون إعلامي واتصالي معيّن خارج إكراهات الإحداثيات الزمكانية للإعلام والاتصال وعليه فإنّ مجمل هذه الخصائص والميزات كانت مفنكرة في مرحلة الإعلام التقليدي.

☒ كما يناقش نيغروبونتي عبر مدخله هذا مسألة التّحرر التي يعرفها الإعلام الجديد من مختلف القيود السلطوية التقليدية والتي مثلتها لعقود طويلة سلطة؛ الكنيسة، الدولة، قادة الرأى العام..الخ¹، حيث حلّت تطبيقات ووسائل الإعلام الجديد السيطرة المركزية للإعلام فقد أضحى الفرد المستخدم اليوم صناعا للمعلومة عنصرا فاعلا وبإيجابية في الظاهرة الاتصالية.

3.2. مدخل كروسبي للإعلام الجديد (النماذج الاتصالية لكروسبي):

يُجمع عديد الباحثين على وجود تشابه كبير بين أفكار كروسبي ونيغروبونتي من خلال مدخليهما للإعلام الجديد، انطلاقا من اعتمادهما أسلوب المقارنة بين

¹رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد؛ المفاهيم والوسائل والتّطبيقات، ط1، (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2014)، ص 26.

الإعلام التقليدي والجديد لفهم ماهية هذا الأخير، وتتلخّص فكرة المقارنة التي قدّمها كروسبي حول تصنيفاته أو نماذجه الاتصالية الثلاثة، وبيان ذلك كالآتي؛

بداية بالنموذج الاتصالي التقليدي أو الشّخصي كما أسماه كروسبي "Interpersonal Medium"، وهو من أقدم النّماذج الاتصالية التي عرفها البشر، والذي لم يكن حدوثه يستوجب توافر وسائط تكنولوجية اتصالية، بل كان يتمّ بصورة شخصية بين طرفي العملية الاتصالية اللذان تكون لهما نفس درجات السيطرة والتّداولية على المحتوى أو المضمون الاتصالي الذي يتميّز بدوره بسمات سيميولوجية رمزية تخدم حاجات ومصالح صاحب المحتوى، وتدعم أيضا السّمة الفردية والشّخصية لهذا النّموذج الاتصالي وهي السّمة التي نادرا ما تُفقد في حال ازدياد عدد المساهمين في الفعل الاتصالي¹.

ثمّ يليه نموذج الاتصال الجمعي (الجماهيري The Mass Medium)؛ ويرتبط هذا النّموذج بالممارسات الاتصالية داخل المجتمعات بعد انتظامها داخل أطر (كالمدن، القرى، الدّول) حيث عرف البشر الاتصال الجماهيري عبر؛ المنشورات وسنّ القوانين وكذا حملات نشر التّعالم الدّينية وغيرها، وبعد ظهور وسائل الاتصال الجماهيري (الصحافة، الرّاديو، التّلفاز) نجد أنّها وسّعت من نطاقاته الجماهيرية فالرسائل الاتصالية هنا تصل بالمضمون والأثر عينه لكلّ الجماهير، مع السيطرة المطلقة والتّحكّم التّام للمرسل في تلك الرّسائل².

في حين يرتبط النّموذج الثالث حسب كروسبي بظهور الإعلام الجديد والإمكانات الاتصالية الفائقة التي يتمتّع بها هذا الأخير، وانعكست آثارها على الظّاهرة الاتصالية بشكل عامّ من حيث ارتكاز الممارسات الاتصالية على الوسائط

¹ بشري جميل إسماعيل، مرجع سابق، ص 17.

² وسام فاضي راضي، مهنّد حميد التّميمي، الإعلام الجديد... تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، (الإمارات العربية المتّحدة- الجمهورية اللّبنانية: دار الكتاب الجامعي، 2017)، ص 84.

الإعلامية التي يُمكن من خلالها للمضامين والرّسائل الاتصالية أن تصل إلى أعداد غير محدودة من المستخدمين دون الخضوع الشّروط والاعتبارات الرّمكانية التي عايشناها في ظلّ الإعلام التّقليدي، فضلا عن أنّ الأفراد المستخدمين لمختلف وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد يتمتّعون بفرص متساوية من حيث التّحكّم في المضامين والتّتابوع على إنتاجها وتمكينها إلكترونيا.

وبالتّالي فالأنساق العامّة التي يبنّي عليها الإعلام الجديد هي التي تُعطيه صفات التّميّز عمّا سبقه، فضلا عن أنّها تجمع بين خصائص وميزات النّمودجين الأوّلين "الاتصال الشّخصي والاتصال الجمعي"، وتتجاوز في الوقت ذاته سلبية الإعلام التّقليدي؛ "...وعليه فوسائل الإعلام الجديدة إنّما تستفيد من ميزات الوسائط الشّخصية وفوائد الوسائل الجماهيرية، وتُضفي عليها في الوقت ذاته ميزات جديدة مكّمة تتجاوز بها السّلبية التي اعتدناها في إطار الإعلام التّقليدي، فلا يوجد هناك ما يحول دون أن يقوم أحد بإبلاغ رسالة معيّنة إلى شخص أو مجموعة أشخاص آخرين،..وهو ما من شأنه أن يُشجّع على استحداث آليات جديدة للإنتاج والتّوزيع تمسّ حتى البناء العام للأشكال الإعلامية ومضامينها¹.

وبشكل عامّ يلخّص كروسبي نظرتّه في فهم الإعلام الجديد من خلال تأكّيده على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار خصوصية العلاقات القائمة بين مختلف العناصر والمتغيّرات التي تلعب دورا في تميّز هذا الإعلام، وتصنع جوهر ماهيّته من حاسبات وشبكات وأساليب وعلاقات اتصالية مغايرة تماما لما اعتدنا عليه مع الإعلام التّقليدي، يقول كروسبي "لكي نفهم الميزات الكامنة في قوّة الإعلام الجديد، يجب أن نتذكّر بأن ملايين الحواسيب التي تمثّل شبكة الإنترنت تقوم بجمع المعلومات وفرزها ونقلها لعدد كبير وغير محدود من البشر، وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال آني

¹Olga Kyslova, Ekatryna Berdnyt, New Media as a formation factor for digital sociology, Studies of Changing Society, comparative and interdisciplinary focus, vol 3(7), 2013, p75.

ومباشر بينهم في بيئة تسمح لكل مشارك سواءً كان مرسلًا أم مستقبلًا بفرص متساوية من درجات التّحكّم¹.

3.3. نموذج بافلك للإعلام الجديد:

يتمحور مدخل بافلك للإعلام الجديد حول فكرة جوهرية مفادها أنّ ميزات وخصائص الإعلام تتجدّد وتتغيّر بصورة طردية مع التّطوّرات التي تعرفها تكنولوجيات الإعلام في حدّ ذاتها، وهذه التّغييرات تكون ماثلة عبر الأساليب المنتهجة والمستخدمة في سياقات الممارسات الإعلامية والاتصالية، وكذا عبر طبيعة الأنساق والرّوابط الجديدة التي أصبحت علاقاتنا الاجتماعية التّواصلية مبنية عليها وأصبح لها آثار وانعكاسات على مختلف جوانب الحياة.

وتأسيسا على ذلك فإنّ مختلف تلك التّحوّلات التّكنولوجية المتسارعة التي يشهدها المجال الإعلامي والاتصالي تستدعي وفق بافلك رسم خارطة طريق تكون بمثابة خلفية مفاهيمية ونظرية يتمّ وفقا لمنوالها تتبّع وتفسير مختلف الأبعاد والآثار التي يمكن أن تُحدثها تلك التّكنولوجيات على مختلف المراحل المتعلّقة ببناء المعلومة أو الظّاهرة الإعلامية والاتصالية، ووفقا لوظائفها الرّئيسية المتمثّلة في: (الإنتاج، التّوزيع، العرض، التّخزين)²:

• **تكنولوجيا نظام الإنتاج:** وتكون ذات خاصية رقمية، وتُمثّلها مختلف الأجهزة والوسائط المستخدمة في جمع ومعالجة المعلومة وفقا للنّظام الرّقمي (صفر واحد) وتشمل؛ أجهزة الكمبيوتر والمساحات الضوئية والتّصوير الإلكتروني، وتتميّز هذه التّكنولوجيات بقدرتها العالية على نقل المعلومات مهما كانت شاكلتها (نصوص، صور، فيديو، تعليقات)³، فضلا عن تجاوزها لمختلف الأساليب التّقليدية

¹ غالب الدّعمي، مرجع سابق، ص 66.

² ياس خضير البيّاتي، مرجع سابق، ص 365.

³ غالب الدّعمي، مرجع سابق، ص 89.

المعتمدة في جمع ومعالجة المعلومة وحلّت مختلف المعوقات التي كانت تواجه هذه الوظيفة.

• **تكنولوجيا نظام التوزيع:** وتمثلها مجمل التكنولوجيات المعتمدة في عمليات العرض وضمان حركية وانسيابية المعلومات وتمكينها عبر مختلف فضاءات وتطبيقات الإعلام الجديد، وتشمل: (البثّ الهوائي، تكنولوجيات الاتصال الرقّمي، كوابل الاتصالات، ..إلخ)¹.

• **تكنولوجيا نظام العرض:** تشمل مختلف التكنولوجيات المرتبطة بوسائط تقديم المعلومة للمستخدم مهما كان طابعها أو صيغتها (نصوص، صوتيات، صور)، وتمثلها؛ الأجهزة الرقّمية الشّخصية، وشاشات العرض المسطّحة..إلخ، وتتميّز بقدرتها العالية على الاندماجية والتشابكية، التي تسمح بعرض متنوع للمعلومة، وهو العامل الذي يُضفي عليها عناصر الجاذبية والتأثير.

• **تكنولوجيا نظام التخزين:** وتتعلّق بمختلف التكنولوجيات المعتمدة في الاحتفاظ بالمعلومات وتخزينها على شاكلة اسناق إلكترونية حيث تشمل؛ الأسطوانات المرنة والصلّبة وغيرها من الوسائل التي مكّنت من تخزين كمّ هائل من المعلومات وإتاحتها للاستخدام في أيّ وقت ومن أيّ مكان².

3.4. مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد:

يقول مانوفيتش عن الإعلام الجديد بأنّه " كلّ ما يُعرض عن طريق الحاسوب، ويوزّع بواسطة الشّبكة العنكبوتية ولا يُعتبر الإنتاج بواسطة الحاسوب إعلاما ما لم يصاحبه عرض وتوزيع³ " وعليه فهو يؤسّس فهمه وتفسيره للإعلام الجديد على مناقشة طبيعة الدّور الذي يؤدّيه جهاز الكمبيوتر في العملية الإعلامية والاتصالية؛

¹عبّاس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتّطبيقات، مرجع سابق، ص 45، 46.

²عبّاس مصطفى صادق، المرجع السّابق، ص46.

³غالب الدّعمي، مرجع سابق، ص13.

وهو الدور الذي يتجاوز-حسب مانوفيتش- وظائف توزيع وعرض المضامين الإعلامية والاتصالية إلى المساهمة في كلّ مراحل الإنتاج الإعلامي الاتصالي عن طريق إعادة بناء أنساق جديدة للعملية الإعلامية بشكل عامّ والمحتويات والمضامين الاتصالية الجديدة بشكل خاصّ، وذلك من منطلق أنّها ترتبط فقط بمتغيّرات المرحلة التكنولوجية الجديدة التي نواكبها حالياً وتحمل أهمّ ميزاتها وخصائصها القائمة على سياسة الاندماج والتّزاوج بين مختلف المكوّنات الإعلامية من صور، نصوص، رسومات، وعناصر صوتية وجرافيكية¹.

ويصف مانوفيتش الإعلام الجديد والدور الريادي للكمبيوتر في إطاره عبر خمسة من الأوجه أو التّمثّلات نوجزها في الآتي:

• **التّمثيل العددي Numerical representation:** ويعكس الميزات الرّقمية في وسائل ووسائط الإعلام الجديد التي تتركز على مقوّمات وخدمات الكمبيوتر وتعمل على تحقيق الانسيابية والانتقالية والتّمكين الرّقمي لمختلف المكوّنات الإعلامية والاتصالية (صور، نصوص، فيديو...)، فنظام عمل الإعلام الجديد كما تمّت الإشارة إليه في سياق هذا البحث يتميّز عن ما سبقه من أشكال إعلامية تقليدية في استبداله نظام التّمثالية الفيزيائية بالأنظمة الرّقمية، التي تُسيّر وفقها وسائل الإعلام الجديد وتخضع لها عمليات المعالجة والتّخزين والتّمكين الإلكتروني للمضامين والمحتويات.

• **حالة الانتقال Modularity:** ويعكس هذا الوجه القدرة على التّعامل مع مختلف مكوّنات المضمون الاتصالي بشكل مرّن يسمح بعرضها على شاكلة وحدة مستقلّة (نص بمفرده، صورة، فيديو...)، أو على شاكلة وحدات مدمجة بحيث تُشكّل مادّة إعلامية واحدة دون أن يُلغى ذلك الدّمج خصوصياتها في

¹Manovich. Lev, The language of New Media, (London: Massachusetts Institute of Technology press,, 2001), p19,20.

شاكلتها الأولى والأصلية، وهذه العملية تتمّ عبر برامج الكمبيوتر التي تسمح بتعديل وإضافة مؤثرات على تلك العناصر مثل برامج الفوتوشوب.

● **حالة الأتمتة Automation:** تخضع مختلف وسائل ووسائط الإعلام الجديد لمنطق التشغيل والتّجديد الآلي وهو ما يسمح بتوفّر المضامين الإعلامية وتجديدها في الوقت ذاته على وجه مستمر و يتمّ ذلك عبرة نظام من القواعد البيانية الشبكية وكذا قواعد الأرشفة الإلكترونية ومن هنا فغنّ المستخدم لا يجد صعوبة في الوصول إليها متى اقتضت الحاجة ذلك، وكمثال عن ذلك موقع البحث العالمي غوغل الذي يستجيب بشكل سريع لطلبات البحث ويوفّر نوافذ متنوّعة حول مواضيع البحث ومكوّناتها من مفاهيم ومفردات¹.

● **القابلية للتّنوع والتّغيير:** تتميز وسائل الإعلام الجديد بالتّنوع والتّعدّد من حيث أشكالها وأنماطها، وكذا من حيث مصادر المعلومات المتنوّعة التي توفّرها لمستخدميها، فضلا عن الخدمات والخيارات التي يستطيع من خلالها الفرد المستخدم التّحكّم في المحتوى، الذي يخضع لعمليات التّحديث المستمر والعرض والاستخدام متى اقتضت الحاجة، وبذلك فالإعلام الجديد يُلبّي الخدمات الفردية والجماعية على حدّ السّواء بفضل خاصيّاته التّفاعلية التي تخلق فضاءات حيوية تشاركية داخل الفضاء الاتصالي.

● **التّرميز الثقافي Cultural Transcoding:** تتميز وسائل الإعلام الجديد بقدرتها على احتواء العالم بمختلف ثقافته وحضاراته ضمن نطاقات افتراضية عالمية موحّدة حيث يتواصل مستخدموا هذه الوسائل ضمن شروط وسياقات تتجاوز الإكراهات والاعتبارات الزمّكانية والحواجز الأيديولوجية النّقافية واللّغوية

¹ وسام فاضي راضي، مهتّد حميد التّميمي، مرجع سابق، ص 85.

للاتصال، وهو الأمر الذي أسس لثقافة عالمية ذات ترميز عالمي مشترك بما يؤكد على قوة تأثير هذه الوسائل.

4. تطبيقات وأشكال الإعلام الجديد

يتمظهر الإعلام الجديد وفق جملة من التطبيقات والأدوات التي تتمايز فيما بينها في بعض الميزات المحدودة الفارقة، وتلتقي في كثير السمات التي تُعبّر عمّا أحدثته تكنولوجيات الإعلام الجديد من تغييرات ماديّة شكلية ونمطية على العملية الإعلامية والاتصالية بشكل عامّ.

4.1. الصحافة الإلكترونية:

تُعبّر الصحافة الإلكترونية عن المرحلة التّقنية للممارسة الصحفية؛ أين ظهرت العديد من الأساليب والآليات والتّقنيات الجديدة التي أضحت تُعالج في إطارها المضامين والمحتويات الصحفية المنشورة، فالصحافة الإلكترونية لا تعدو أن تصنّف كجزء من تشكيل متنوع للإعلام الجديد، القائم على مقومات الأنترنت المختلفة، والتي أعطت بعدا جديدا لعلاقة المتلقّي بالوسيلة الإعلامية؛ فبعد أن ساد الاعتقاد ولعقود طويلة بسلبية المتلقّي تجاه ما يتلقّاه من مضامين أو ما يستخدمه من وسائل في إطار الإعلام التقليدي والصحافة المكتوبة على وجه التّحديد، نجد أنّه وفي إطار الصحافة الإلكترونية أصبح بمقدور القارئ المتصفح أن يكتب رأيه بخصوص المادّة الصحفية المنشورة على موقع الصحيفة الإلكتروني، بل وحتى المساهمة في عملية صنع وإنتاج الصّورة الكليّة لها بكتابة المقالات وبناء عناصرها التحريرية (نصوص، صور، فيديو هات.. إلخ).

وتُعرّف الصحافة الإلكترونية بأنّها وسيلة من الوسائل متعدّدة الوسائط التي تُنشر فيها الأخبار والمقالات والأنواع الصحفية كافّة عبر شبكة المعلومات بشكل دوري ورقم متسلسل باستخدام تقنيّات عرض النّصوص والرّسوم والصّور المتحرّكة

وبعض الميزات التفاعلية وتصل إلى القارئ من خلال سلسلة الحاسوب الآلي سواء كان أصل مطبوع أم كانت صحيفة إلكترونية خالصة¹.

من خلال هذا التعريف نستشف أن الصحافة الإلكترونية تُزاج في وظائفها وأدائها التقليدية المتعلقة بجمع وتقديم الأخبار الصحفية، وبين امتيازاتها وخصائصها الإلكترونية التي تتسم بها وفي مقدمتها التفاعلية.

ومن هذا المنطلق يمكن القول إن الصحافة الإلكترونية هي كل صحيفة يتم معالجة، عرض وتداول مضامينها إلكترونياً باستخدام الحاسب الآلي أو مختلف الأجهزة والوسائط المتصلة بالشبكة العنكبوتية، وقد تكون إما صحيفة إلكترونية قائمة بذاتها، أو مجرد طبعة إلكترونية لصحيفة أخرى ورقية.

ومن جهة أخرى يعود ظهور ما يُعرف بالصحف الإلكترونية إلى مشارف تسعينيات القرن الماضي أين تبنت المؤسسات الصحفية توجهها جديداً وأسلوباً بديلاً في توزيع الصحف وإتاحتها لجمهورها وذلك عن طريق النشر الإلكتروني، ويجمع الباحثون على أن أول صحيفة في العالم تُنشر إلكترونياً وبصفة كاملة على شبكة المعلومات العالمية كانت صحيفة "هيلزنبورجداجبل" سنة 1990².

وبعد هذا التاريخ أخذت تجربة الصحف الإلكترونية في الانتشار عالمياً حيث كان لبريطانيا السبق في أول صحيفة تخرج إلى الشبكة العنكبوتية وتؤسس موقعا إلكترونياً لها وهي صحيفة "Chicago Tribune".

بعدها شهدت الفترة الزمنية ما بين 1994 و1995 إقبالا واسعا للصحف الأمريكية نحو النشر الإلكتروني أين ظهرت في خضم هذه الفترة أكثر من 115 صحيفة؛ وتعدّ صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أمريكية تتخذ سياسة النشر

¹ السيد بخت، الصحافة والانترنت، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2000)، ص 209.

² محمود علم الدين، محمد تيمور عبد الحسيب، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط1، (القاهرة: دار الشروق الدولية، 1994)، ص 155.

الإلكتروني عن طريق المشروع الذي أعلنت عنه والموسوم بـ"الخبر الرقمي" وتضمّن مخطّطاً مفصّلاً لسياسة النّشر الخاصّة بهذه الصّحيفة والقائمة على إعداد نشرة خاصّة بالصّحيفة تُعاد صياغتها في كلّ مرّة وفقاً للتّطوّرات التي تعرفها الأحداث المختلفة، ويتمّ تدعيم هذا النّشر بمراجع وثائقية وإعلانات مبوّبة، وفي فرنسا كانت المبادرة لصحيفتي Le Mande و Libration لتبني النّشر الإلكتروني وذلك سنة 1997¹.

وبالنّسبة للمنطقة العربية فقد كانت أوّل تجربة للصّحافة الإلكترونيّة عام 1995 عن طريق صحيفة الحياة التي ظهرت في 17 تشرين الأوّل 1995، تلتها صحيفة القبس الكويتية عام 1996²، لتستمرّ بعدها حلقات التأسيس الإلكتروني للنّشاط الصّحفي عبر مختلف الدّول العربية بما فيها الجزائر أين كان السّبق فيها لصحيفة الوطن التي تعتبر أوّل صحيفة جزائرية تبثّ مادّتها إلكترونياً عبر شبكة الأنترنت في نوفمبر 1997³.

4.2. صحافة المواطن:

يضاف مصطلح صحافة المواطن إلى المفاهيم الحديثة التي ظهرت كتحصيل للتّغييرات التي أحدثتها الإعلام الجديد على الحقل المفاهيمي العام لمجال الإعلام والاتصال، وكغيرها من تطبيقات الإعلام الجديد تلعب صحافة المواطن دوراً بارزاً في التّجسيد الإمبريقي لمبادئ التّشاركية والليبيرالية في الممارسات الاتصالية الإعلامية، حيث يُتيح هذا الشّكل من الصّحافة للمواطن البسيط والعادي فرصة المساهمة في صناعة مضمون صحفية معيّنة أو التأسيس لمضامين صحفية خاصّة به بالارتكاز على

¹نوّاف حازم خالد، خليل إبراهيم محمّد، الصّحافة الإلكترونيّة ماهيّتها والمسؤولية التّصويرية الناشئة عن نشاطها، (مجلة الشريعة والقانون، العدد 06، 2011)، ص 218، 368.

²جمال عسكر ماضي، تأثير الصّحافة الإلكترونيّة في مستقبل الصّحافة الورقية، (العراق: مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانيّة، العدد 02، 2009)، ص 546.

³السيدّ بخيت، مرجع سابق، ص 7.

جملة ممّا يراه مناسباً من وسائل (نصوص إخبارية، صور، فيديوهات...إلخ)، وكذا تطبيقات إعلامية متنوّعة.

ونعني بمصطلح صحافة المواطن ذلك النشاط الذي يلعب من خلاله المواطنون دوراً حياً في عملية جمع وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتمّ بنىّة مدّ الوسائل الإعلاميّة بمعلومات دقيقة وموثوقة ومستقلّة تستجيب لمتطلّبات الديمقراطيّة¹.

كما تشير صحافة المواطن وفقاً لما ذكره كل من شاين برومان، كريسي ويليس إلى ذلك النشاط الذي يخصّ مواطناً أو مجموعة من المواطنين؛ حيث يلعبون دوراً فعّالاً في عملية جمع، تحرير، تحليل ونشر الأخبار والمعلومات، ويكمن الهدف من هذه المشاركة في التزويد بمعلومات مستقلّة جارية، موثوقة، متّصلة، وعلى نطاق واسع، والتي تقتضيها الديمقراطيّة².

وعليه تتدرج صحافة المواطن ضمن نشاطات التّدوين الحر التي لا تخضع لوصاية أو رقابة، فهي تتطلّب وجود مواطن على احتكاك واتصال دائم بمتغيّرات محيطه من جهة وإلى استعمال وسائل تكنولوجية مساعدة على صناعة ونشر المحتوى، ويُمكن لصحافة المواطن أن تتمظهر عبر العديد من الأشكال والوسائل الإعلامية الاجتماعية مثل؛ المدوّنات، فضاءات الحوار والنّقاش، مواقع الشّبكات الاجتماعية...إلخ.

وفي هذا السّياق حدّد الباحث جمال الرّزن ثلاثة (3) جوانب رئيسية تتّضح من خلالها ماهية وجوهر صحافة المواطن، وتتمثّل تلك الجوانب أو العناصر في:

¹عبّاس مصطفى صادق، مصادر التّظهير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، (جامعة البحرين: المؤتمر الدّولي للإعلام الجديد؛ تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، 7-9، 2009)، ص34.

²الصّادق رابح، فضاءات رقمية؛ قراءة في المفاهيم والمقاربات والرّهانات، ط1، (بيروت: دار النّهضة العربيّة، 2013)، ص308.

- شبكة انترنت كمنفذ للنشر والتعبير عن الآراء.
- التأكيد على حضور المواطن واهتمامه بقضايا وشؤون مجتمعه، واعتبار نشاط صحافة المواطن كجزء من الممارسات الديمقراطية للمواطن.
- اعتبار صحافة المواطن امتداد أو عنصر مكمل للمزيج العام لأشكال ومظاهر الإعلام البديل (الجديد) والصحافة البديلة¹.
- وتأسيساً على النقاط السالفة الذكر تُرجع الكثير من المراجع المختصة في هذا الشأن مسألة ظهور ما يعرف بصحافة المواطن إلى جملة من المتغيرات والسياقات الكرونولوجية، وتتقدمها خاصة بعض التحولات التي عرفتھا النظم السياسية والاجتماعية وأدت إلى ديمقراطية الرؤى والاتجاهات حول مفاهيم حريات الرأى والتعبير، وكذا طرق وأساليب ممارستها، وتعتبر الولايات المتحدة رائدا في هذا المجال من حيث الأحداث والفعاليات التي ساهمت في تفعيل هذه الظاهرة الصحفية.
- فهناك من يتخذ من أحداث 11 سبتمبر 2001 معلما لظهور صحافة المواطن أين استعانت العديد من الصحف ووكالات الأنباء العالمية بما ينشره المواطنون من مضامين (نصوص، صور، فيديو) قصد تغطية الحدث وتداعياته، يقول جيلور "إنّ الحقبة الجديدة للصحافة لوحظت جلياً بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، وعلى الرغم من أنّها لم تُخترع في ذلك اليوم البشع بالذات"، ويعتبر جيلور أول من طرح فكرة صحافة المواطن من خلال مقولته الشهيرة "نحن وسائل الإعلام الصحافة الشعبية من الشعب وإلى الشعب **We the Media: grassroots journalism by the people for people**"².

¹ مريم ضربان، تجليات حقوق المواطنة في ممارسة الإعلام البديل نحو تأصيلية الإعلام التشاركي قراءة في براديغم صحافة المواطن، (مجلة دراسات في حقوق الإنسان، العدد: 02، 2018)، ص 31.

² نهى السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط 1، (لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2015)، ص 35.

في حين يربطها آخرون بالكارثة الطبيعية موجة تسونامي 2004 بالمحيط الهندي والتي ساهم فيها أيضا المواطنون في صناعة ونشر مضامين حيّة ترصد نتائج وتداعيات الكارثة الطبيعية فضلا تسهيل عمليات الإغاثة والإجلاء. ومع مرور الوقت واستمرارية الحركية التكنولوجية للإعلام الجديد والتي أثّرت على هذا النشاط الصحفي وساهمت في تنشيطه تعرف ظاهرة صحافة المواطن تطوّرات حديثة وتجذرا طرديا في الحياة والممارسات اليومية الديمقراطية للمواطنين.

4.3. المدونات Blogs:

تدرج المدونات ضمن التطبيقات الاجتماعية للإعلام الجديد، والتي تقوم على آلية أو فكرة إدارة وتسيير المحتوى عبر شبكة الأنترنت من خلال النشر الحر للمضامين والمعلومات التي قد تكون في غالبيتها عبارة عن مزيج من أخبار أو مقالات لطرح ومناقشة الآراء والمواقف الشخصية.

ومن ناحية لغوية نجد أنّ لفظ المدونة هو ترجمة عربية للكلمة الإنجليزية Blog وهي اختصار لكلمة: Web log والتي تعني سجل الشبكة¹. بمعنى أنّها تشير إلى سجل شخصي يُنشأ على مستوى الشبكة بقصد النشر والتدوين.

ويعرّفها محرّك البحث Technorati بأنّها "صحيفة شخصية على الويب تسمح بنشر الأفكار والتعليقات، وهي أقرب للمحادثة منها إلى الأرشيف"².

وهي أيضا عبارة عن يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نصّ على الكمبيوتر وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج بين المعلومات والآراء، وتكون متصلة بمصدر أصيل أو بفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب المدونة أو يعلّق عليها³.

¹ أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني، ط1، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009)، ص151.

² محمد عبد الحميد، المدونات.. الإعلام البديل، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2009)، ص 56.

³ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، 196.

وكغيرها من أشكال الإعلام الجديد نجد أنّ المدوّنة تتّسم بالمجانبة والسهولة والمرونة في الإنشاء؛ فزيادة على مجانية مواقع المدوّنات التي لا تتطلّب تكاليف مالية، فإنّ الشبكة العنكبوتية تُقدّم خيارات لا حدود لها من المواقع والنّظم التي تغطّي عليه سمة بالمرونة والبساطة بما يسمح للمدّون بإنشاء صحيفته الشّخصية بعيدا عن التّعقيدات، يضاف إلى ذلك أنّ هذه المواقع تُوفّر تصميمات أو نماذج لمدوّنات بإمكان الشّخص الاستعانة بها في تأسيس مدوّنته حيث يستوجب الأمر فقط الالتزام بعناصر معيّنة (تسجيل الدّخول، إدراج بريد إلكتروني، وكلمة السرّ الخاصّة بالمدوّنة).

ومن جهة أخرى يسمح نظام الشبكة العنكبوتية المخصّص للمدوّنات بعمليات التّحديث والصّيانة المستمرّين للمدوّنة وهي العملية التي يمكن القيام بها دون الحاجة إلى شروط أو مهارات تقنية عالية فهي شبيهة بوظائف نظام الورد القائم على إدراج الصّور وتحميلها أو التّعديلات النّصية البسيطة¹، وفي السّياق ذاته يتيح نظام التّدوين للمدّون خيارات متنوّعة للتّفاعل والتّواصل مع المعجبين عن طريق خاصيّات التّعليقات والرّدود..وهو يُضفي سمات التّفاعلية على النّشاط الاتصالي في هذا الإطار.

ويرجع الفضل في تأسيس ما يعرف بالمدوّنات إلى جهود جملة من مصمّمي البرامج والمواقع الإلكترونيّة؛ حيث أنّ أوّل مدوّنة ظهرت على شبكة الأنترنت تحت اسم What's New in the internet لصاحبها مخترع الويب تيم بيرنرلي Tim Berner lee سنة 1992.

وفي سنة 1998 قام جيمس جاريت بحصر لعدد المدوّنات على الشبكة وحدّدتها بحوالي 23 مدوّنة ليتمّ نشر هذه الاحصائية سنة 1999 على مستوى دورية

¹وسام فاضل راضي، مهتّد حميد التّميمي، مرجع سابق، ص 194، 195.

Cam World تحت مسمى قائمة كميرون، بعد ذلك استمر انتشار حركة التدوين ليرتفع عدد المدونات والمدونين بالعالم ليصل سنة 2002 إلى حدود نصف مليون مدونة¹. وبعد هذا التاريخ أخذت حركة التدوين في الانتشار والتوسع وكل يوم نشهد تزايد أعداد المدونات والمدونين عبر العالم.

4.4. مواقع الشبكات الاجتماعية:

يعرفها الباحث زاهر راضي 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 نفسها². من جهة آخر يعرفها ألسونوبويد بأنها "مواقع تتشكل من خلال الأنترنت، تسمح لمستخدميها بتقديم لمحة عن حياتهم عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال مع بقية المستخدمين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر³.

وتعرف أيضا بأنها: مصطلح يُشير إلى مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم **Web 0.2** تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة..)، وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل؛ إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يُتيحونها للعرض⁴.

ويعرفها اللبان أيضا على أنها: مواقع تُشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة، وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 68.

² مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس والأفاق، (عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، 2013)، ص 280، 281.

³ عبد الغفار فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، (الأردن: الجنادرية، 2015)، ص 71.

⁴ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015)، ص 199.

الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدّمة مثل؛ التّعارف والصّداقة والمراسلة، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسّسات، المشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصّور، الفيديو، البرمجيّات¹.

ومن خلال هذه العيّنة المقدّمة من تعريفات لمواقع الشبكات الاجتماعية يمكن القول أنّ هذه الأخيرة تُصنّف في مقدّمة تطبيقات الإعلام الجديد من حيث تجسيدها للمفاهيم والأساليب التي أسّس لها هذا الأخير في مجال الاتصالات؛ أين أحدثت تلك المواقع ومنذ ظهورها تغييرات جذريّة في كميّة الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات، وتبادل المعلومات، وأضحى للجمهور دور بارز في إنتاج المحتوى الإعلامي والاتصالي وإتاحته عبر مختلف التّطبيقات في ظلّ تعدّد وتنوّع الحوامل (Support's) والوسائط التي تعتبر كمنافذ لهذه التّطبيقات مثل؛ الحاسوب المحمول، الهاتف، أجهزة الآيباد،..إلخ.

وبناء عليه ترى الباحثة أنّ مواقع الشبكات الاجتماعية عبارة عن منصّات إلكترونية للتّواصل والتّفاعل الاجتماعي المجّاني، تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، وترتكز في عملها على أسس الجيل الثّاني للويب 02، تتيح لمستخدميها المسجّلين عبرها امتيازات متنوّعة؛ كإنشاء الصّفحات الشّخصية، والمجموعات التّفاعلية، وتحميل الصّور والفيديوهات وبثّها...إلخ.

4.4.1. نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية

يتفق الكثير من الباحثين والدّارسين لمجال الإعلام الجديد ومواقع الشبكات الاجتماعية على أنّ ظهور هذه الأخيرة كان في البداية لأغراض ودوافع علمية بيداغوجية على مستوى الجامعات الأمريكيّة، ضمن مشروع للاتصال والتّواصل بين الطّلبة فيما بينهم أو مع الطاقم البيداغوجي والهيئات الإدارية؛ حيث يتمّ من خلال

¹ شريف درويش اللّبان، مداخلات في الإعلام البديل والنّشر الإلكتروني على الانترنت، ط1، (القاهرة: دار العالم العربي للنّشر والتّوزيع، 2011)، ص 86.

تلك المواقع تصنيف الطلبة المنتسبين للجامعة وفقا لاعتبارات تتعلق بالانتماء الولاى: ولاية أو منطقة وما تُحصيه من جامعات.

ويعود تاريخ ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية إلى أواخر تسعينيات القرن الماضي عبر نماذج أولية ذات خدمات محدودة مثل: Classmates.com عام 1995 الذي كان يربط بين زملاء الدراسة، إلا أن محدودية الخدمات التي يقدمها كانت دافعا لظهور الموقع Six degree.com الذي وزيادة على تحقيقه لخدمة الربط الإلكتروني بين الطلبة فهو يُتيح كذلك خيارات نشر وعرض البيانات والمعلومات الشخصية، وكذا تحديد واختيار قائمة الأصدقاء¹.

بعدها استمرت حركة الظهور، التجديد، والانتشار لمواقع الشبكات الاجتماعية؛ إذ عرفت الفترة الزمنية ما بين 1994 إلى غاية 2001 ظهور مجموعات جديدة لها، إلا أنها لم تحظ بالاهتمام والشعبية اللّازمين، ليستمرّ هذا الوضع إلى غاية سنوات 2004 و2005 أين شهد العالم ظهور أشهر وأبرز المواقع الاجتماعية الفيسبوك وكذا ماي سبيس² My Space وذلك بالموازاة مع التطوّرات التّقنية التكنولوجية لأجيال الويب بداية من الويب 01 ثمّ الويب 02 من جهة، وكذا بروز تشكيل جديد من الوسائل الإعلامية الاتصالية بميزاتها المتطورة جدًا كالتقابلية والقدرة على التّرابط وتحقيق والتشابك الاجتماعي، وكذا الإدماجية الواسعة بين عديد الوسائط من خلالها، ولتستمرّ بعدها سلسلة الشبكات المتعارف عليها حاليا (يوتيوب، تويتر، أنستغرام، ماي سبايس، السكايب..)، والتي يقوم جوهر عملها على صناعة ونشر المحتوى بكلّ حرية، وتشكيل الصّداقات (التدوين، التفاعل، نشر الوسائط الإعلامية)، وهو ما أهلها ويؤهلها للاستحواذ على اهتمامات المستخدمين عبر العالم.

4.4.2. أهم مواقع الشبكات الاجتماعية: سيقصر حديثنا عن أشهر هذه

المواقع.

أ. الفيسبوك: عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدّخول إليها مجانًا، أنشئ عام 2004 على يد مارك زوكربخ الذي كان طالبا في جامعة هارفرد آنذاك، والفيسبوك يعتبر

¹ محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، (القاهرة: دار الأهرام، 2012)، ص7.

² مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 246، 247.

أهم وأبرز مواقع التّواصل الاجتماعي لمساهمتها الرائدة في نشر ثقافة التّواصل الاجتماعي بين النّاس من مختلف الطّبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، يسمح لمستخدميه بالتّواصل فيما بينهم، والوقوف على أخبارهم مشكّلين بذلك عالمهم الافتراضي باستخدام هويّات حقيقية أو افتراضية¹.

ب. **تويتر**: عبارة عن شبكة اجتماعية لما يُعرف بالتّدوين المصغّر، حيث يُختزل في نطاق 140 حرفاً للتّغريدة، ويرجع ظهور هذا الموقع إلى سنة 2006 في إطار مشروع بحثي للشركة الأمريكية (Obvious)².

ويعكس الجزء الأوّل من اسم الموقع (تويت) معنى التّغريد وهو ما يبرّر اتخاذ الموقع شكل العصفورة رمزاً له، وهو موقع مصغّر وكغيره من الشبكات الاجتماعية فهو يتيح لمستخدميه ورواده خدمات مشاركة التّغريدات بين الأصدقاء والمتابعين.

ت. **اليوتيوب**: وهو موقع إلكتروني اجتماعي يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عامّ ومجانّي، فضلاً عن إنشاء القنوات الخاصّة التي يتمّ من خلالها بثّ مئات الملفات بشكل روتيني.

ويعود ظهور الموقع إلى سنة 2005 أين كشفت عنه شركة Pay Bal كمشروع اختراع من إنجاز 3 موظّفين تابعين لها هم: تشاد هيرلي، ستيف تشين، جواد كريم³.

ث. **ماي سبيس My Space**: وهو موقع يقدّم خدمات الشبكات الاجتماعي، يتيح التّفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالتّدوين ونشر الصّور والموسيقى والأفلام.

ج. **السكايب SKYPE**: يسمح لمستخدميه بالاتصال صوتيّاً عبر الانترنت بشكل مجّاني، لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثّابتة أو الجوّالة وهو برنامج له شعبية في المؤسسات التعليمية أين يتمّ استخدامه للتّدريس

¹ علي شقرة خليل، مرجع سابق، ص 64.

² شمس الدّين فتحي، شبكات التّواصل الاجتماعي والتّحوّل الديمقراطي في مصر، (القاهرة: دار النّهضة العربية، 2013)، ص 78.

³ العززي وديع، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، (عمان: دار المناهج للنشر والتّوزيع، 2015)، ص 60.

والمحاضرات، فضلا عن أنه يستخدم في نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء، والمحللين السياسيين والعسكريين¹.

ح. الأنستغرام (Instagram): يعود ظهور الموقع إلى سنة 2010، ويتميز بالمجانة أين يتيح لمستخدميه مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع المتابعين أو مع مجموعة مختارة من الأصدقاء مع إمكانية إضافة خاصية التعديل الرقمي والفلتر لها، فضلا عن ممارسة نشاطات التعليق على المشاركات التي ينشرها الأصدقاء والإعجاب بها، يُحمل كتطبيق ضمن الأجهزة ذات نظام تشغيل (Apple ios)، أو نظام تشغيل ويندوز فون (Windows phone) ويمكن لأي شخص التسجيل عبره باستخدام البريد الإلكتروني الشخصي².

ثانيا - موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك: المفهوم، الميزات، والتطبيقات

1. مفهوم الفيسبوك

1.1. تعريف الفيسبوك

يعتبر الفيسبوك أهم وأشهر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها شعبية واستخداما عبر العالم، يقوم نظام عمله على فكرة التفاعلية الاتصالية، ويتطلب الولوج إليه إنشاء صفحة خاصة أو (profile) تتضمن بيانات المستخدم الشخصية التي من خلالها يكون محلّ تعريف لدى أصدقائه ومختلف الناشطين عبر الموقع. وتترجم لفظة "الفيسبوك" في اللغة العربية إلى كلمة "كتاب الوجه"، وهو بذلك يعبر عن النظام الخاص بتنظيم الطلبة داخل الجامعات والأمريكية، المعروف بنظام "كتاب الوجه" وتتلخص فكرته في منح الطلبة بطاقات تعريفية خاصة تحمل بياناتهم الشخصية، يتمكنون من خلالها من التعارف والتواصل فيما بينهم بناء على ما تحتويه من بيانات، وبالتالي فالفيسبوك هنا يعدّ بديلا أو تحولا إلكترونيا لهذا النظام في بداية تأسيسه أين يتم إنشاء حسابات فيسبوكية شخصية تحمل مختلف البيانات والمعلومات الخاصة بكل طالب أو منتسب للطاقم البيداغوجي داخل الجامعات، وذلك قبل أن يتحوّل إلى موقع اجتماعي عام.

¹ علي شقرة خليل، مرجع سابق، ص 64.

² محمد جمال أحمد، الإعلام السياسي، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015)، ص 105.

ويعرّف الفيسبوك وفقا لما أورده قاموس الإعلام والاتصال بأنه: موقع خاصّ بالتّواصل الاجتماعي أُسس سنة 2004، ويُتيح نشر الصّفحات الخاصّة profiles ، وقد وُضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التّدريس والموظّفين، يشمل كلّ الأشخاص¹.

ويعرّف أيضا بأنه: موقع تواصل اجتماعيّ يعمل على تكوين الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والصّور الشّخصية، ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، كما يسهّل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة².

ويُعرف أيضا بأنه موقع من مواقع الشّبكات الاجتماعية، يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (الشّركات) أن يُبرّر نفسه، وأن يُعزّز مكانته عبر أدوات مواقع تواصل أخرى، أنشاء روابط تواصل مع الآخرين³.

وعليه فالفيسبوك هو من أشهر مواقع الشّبكات الاجتماعية، يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجّانا عن طريق إنشاء ملفّ شخصيّ (profile)، يتضمّن صوراً واهتماماً شخصية، وتبادل الرسائل وتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الأفكار والآراء.

1.2. نشأة الفيسبوك:

تعود نشأة موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك لسنة 2004 في سياق المشروع البحثي المقدّم من قبل مارك زوكربيرج طالب بجامعة هارفارد الأمريكية مختص في البرمجيّات الحاسوبية، حيث أنشأ موقعا أطلق عليه تسمية The Facebook.com، بهدف الاتصال والتّواصل بين الطّلبة وهيئات التّدريس بالجامعة، وسرعان ما تصاعدت شعبية الموقع لتتجاوز حدود الولايات المتّحدة الأمريكية، حيث تبنته عديد الجامعات البريطانية والكندية، وهي المؤشّرات التي

¹ Marcel Danesi, Dictionary of media and communications, (New York: M.E. Sharpe, 2009), p117.

² علاء الدّين محمّد عفيفي، الإعلام وشبكات التّواصل الاجتماعيّ العالمية، ط1، (الإسكندرية: دار التّعليم الجامعي، 2015)، ص163.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشّبكات الاجتماعية، ط1، (الأردن: دار النقّاس، 2013)، ص34.

شكّلت فيما بعد دافعا قويا لدى مارك لتوسيع دائرة طموحاته، فقرّر إتاحة الموقع للاستخدام العام، وبحلول عام 2006 بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك حوالي 12 مليون مستخدم عبر العالم¹.

وبعد هذه التحوّلات وحتّى نهاية سنة 2022 بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك عبر العالم حوالي 2.85 مليار مستخدم²، وذلك بالنظر إلى ما يقدّمه من تنوّع وثراء في الخدمات والتّطبيقات أين يعتمد نظام عمله على صناعة وإتاحة المحتوى الاتصالي بالإنترنت على تشكيل كبير ومتنوّع من الوسائط والعناصر الإعلامية (نصوص، صور، فيديوهات، إعلانات، ..إلخ)، وهي العوامل والنّقاط التي تضعه في مقدّمة مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث سرعة الإنتشار والتّوسّع العالمي، وكذا القيمة الإقتصادية السّوقية؛ أين يحظى باهتمامات الكثير من المستخدمين عبر العالم، فضلا عن المستثمرين الذين يعملون على تطوير برمجياته وتطبيقاته عن طريق جهود صنّاع البرمجيات وأنظمة المعلومات سواء كانوا أفرادا أو شركات استثمارية.

ومع تقادم السنين نجد أنّ موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك أضحي يؤسّس لعوالم مختلفة تماما، قوامها مجتمعات إفتراضية متشعبة استطاعت بناء منطقتها الإعلامية الاتصالي الاجتماعي الجديد وفضاءها الافتراضي الموازي؛ فاستخدام الموقع لا يقتصر على تقديم نبذة شخصية عن الفرد أو التأسيس لعلاقات وصدقات اجتماعية متنوّعة بل يتجاوز ذلك إلى تمكين المستخدمين من صناعة وتداول المضامين الاتصالية الخاصّة بهم والتي مكّنت وتُمكن الغالبية السّاحقة من التصريح بمواقفها وتوجّهاتها واتجاهاتها الخاصّة، وكذا انتماءاتها الأيديولوجية والاثنية.

وبالتّالي الفيسبوك اليوم أصبح قاعدة ومسرحا لعديد القوى الموازية داخل المجتمعات ممثّلة في مختلف الحركات الاقتصادية الاجتماعية النّقافية.. إلخ، وهو الواقع الذي يؤكّده مارك من خلال قوله " أنّ الفيسبوك ليس مجرد أداة للتّواصل فقط،

¹ ماهر عودة الشّمايلة، مرجع سابق، ص 204.

² الموقع الإلكتروني: <https://abuomar.ae> عدد مستخدمي فيسبوك 2022 حقائق ممتعة عن المستخدمين، تاريخ الولوج: 2022/10/12، سا 19.30.

بل يتجاوز ذلك إلى حدّ اعتباره حركة اجتماعية معاصرة تشمل مختلف مجالات النّشاط البشري، فهو "دليل سكان العالم"، وأنّه موقع يتيح للأفراد العاديين تمثيل كيانهم من خلال مشاركة ما يرغبون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشّخصية، ولقطات الفيديو، ولذلك فإنّ الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا، تسيطر عليه عبر شبكة الأنترنت التي سمحت للأفراد العاديين بصناعة وجودهم وإثبات ذواتهم من خلال مشاركة أفكارهم ومشاعرهم وقناعاتهم عبر هذا الموقع¹.

1.3. آلية الاشتراك عبر موقع الشّبكة الاجتماعي فيسبوك:

يتميّز موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك على غرار باقي الشّبكات بالسهولة في الاستخدام حيث لا يتطلّب مهارات تقنية دقيقة، وعليه فالاشتراك عبر هذا الموقع يتطلّب ما يلي:

- القدرة على استخدام أجهزة الاتصال التي تحمل تطبيق الموقع؛ كالحاسوب، أجهزة الهاتف النّقال والآيباد وغيرها، فهذا العامل يعتبر ضروريا قصد الاستعمال الصّحيح والسّليم للموقع.
- الاشتراك ضمن خدمة الأنترنت، فجوهر الفاعلية الاتصالية عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك يتمّ عن طريق شبكة الأنترنت التي تسمح بالولوج للموقع واستخدامه، وتتّوّع حاليا مصادر خدمات الأنترنت بتتوّع الشّركات الرّاعية للخدمة سواء كانت عمومية أو خاصّة، وغالبا ما يتمّ الاشتراك عن طريق تعبئة الحساب الشّخصي عبر جهاز المودام أو أجهزة شرائح الهواتف وخطوطها.
- إنشاء بريد إلكتروني للتّسجيل عبر الموقع أو استخدام رقم شريحة الهاتف الشّخصي.
- تعبئة الطّلب الشّخصي: عن طريق إدخال المعلومات الشّخصية المطلوبة والتي تشمل غالبا الاسم الأوّل والثّاني تاريخ الميلاد.. إلخ، وغيرها من البيانات التي تظهر

¹صادق عباس، الإعلام الجديد؛ المفاهيم والوسائل والتّطبيقات، مرجع سابق، ص.15

غالبا عبر بروفایل المستخدم وتكون من عوامل جذب وتكوين الصّداقات، ومختلف المعاملات التجارية السّوقية.... إلخ¹.

2. خصائص وتطبيقات موقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك:

الملف الشّخصي (profile):

تقوم فكرة الاشتراك بموقع الفيسبوك على إنشاء ملفّ يضمّ المعلومات الشّخصية للمستخدم وكذا صورته وطبيعة اهتماماته²، وهذه المعلومات تكون بمثابة دليل له وعاملا لتشكيل الصّداقات واستقطاب المهتمّين من أصحاب المنتجات والخدمات.

المجموعات Groups: وتعتبر من أهمّ وابرز الميزات والخدمات التي يُقدّمها الفيسبوك من حيث تحقيقها لمعاني التّفاعلية الاتصالية عبر هذا الموقع؛ حيث يُتيح هذا الأخير لمنتسبيه إمكانية إنشاء أو الانتماء إلى مجموعات مشتركة ومحدّدة الاهتمامات والتّوجّهات، وتكون بهدف التّفاعل والتّواصل بين أعضائها.

النّقرة pokes: وهي بمثابة إشعار إلكتروني يتمّ من خلاله لفت انتباه الأصدقاء تجاه مواضيع أو مستجدّات معيّنة، أو إرسال عبارات ترحيبية وغيرها .

الصّفحات Pages: تشترك الصّفحات مع المجموعات من حيث السّمات والاستخدامات، وتتميّز عنها بارتفاع معدّل التّفاعلية، وذلك لاعتبارات تتعلّق بطريقة ظهورها عبر الصّفحة الرّئيسية للمستخدم، ممّا يضعه في تواصل دائم مع كلّ مستجدّ عبرها.

لوحة الحائط Wall: عبارة عن مساحة افتراضية مخصّصة للملف الشّخصي للمستخدم¹، ويمكن من خلالها لمختلف أصدقائه إرسال الرّسائل والمحادثات المختلفة.

¹علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص66.

²خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 35.

الألعاب Games: يتيح موقع الفيسبوك العديد من الألعاب عبره بحيث يمكن المشاركة فيها بشكل حيّ تفاعليّ، أو متابعتها، أو تنزيلها...مثل ألعاب الفيديو، ألعاب الذكاء...

الصّور Photos: وهي الخدمة التي من خلال يقوم مستخدم الموقع بنشر أو تحميل الصّور وإنشاء ألبومات متنوّعة.

المناسبات Events: يتيح هذا التّطبيق إمكانية إجراء اجتماعات يتمّ دعوة الأصدقاء من خلالها بحيث توضّح في الدّعوة عنوان الاجتماع تاريخ بدايته ونهايته ، ويمكن أن تكون مثل هذه المناسبات مقتصرة على قائمة الأصدقاء فقط أو مفتوحة لجميع مستخدمي الفيسبوك ².

التغذية الإخبارية أو خدمة آخر الأخبار (News Feed): وتبرز هذه الميزة عن طريق قائمة إخبارية يتمّ تحديثها بشكل مستمرّ تظّم أخبار صاحب البروفايل، وكذا باقي الأصدقاء أو المجموعات والصفحات وأهمّ مستجدّاتهم التي غالبا ما تشكّل المحتوى الذي يتمّ عبره التّفاعل عن طريق تقنيات الإعجاب والتعليقات والمناقشات..إلخ.

إضافة صديق Add Friend: وهي الخدمة التي تُمكن المستخدم من توسيع دائرة أو قائمة أصدقائه من خلال إضافة أصدقاء جدد عن طريق إرسال طلب صداقة أو الاستجابة للطلبات التي تُرسل إليه من الآخرين.

الإعجابات Likes: وهي خاصيّة تفاعلية بامتياز يعبرّ من خلالها المستخدم عن موقفه تجاه ما يتصفّحه من محتوى عبر شبكة الفيسبوك، ويتمّ ذلك عبر أيقونات

¹عبد الأمير مويت فيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، ط1، (الإمارات العربية المتّحدة: دار الكتاب الجامعي، 2014)، ص 82.

²Sammantha L, Aplications of social network analysis for building community disaster resilience, (America: Cambridge university press, 2009), p16.

تسمّى "إيموجي" تحمل في الغالب تعابير رمزية عن مشاعر الإنسان كالفرح، الغضب، الحب.. إلخ.

الحالة Status: وهي عبارة عن منشورات خاصّة في الغالب يعبر فيها مستخدم عن طبيعة أماكنهم أو أنشطتهم، فضلا عن تقديم تفاصيل عن الوضعية النفسية للمستخدم ومشاعره تجاه ما يحيط به من أحداث، وتكون متاحة لباقي أصدقائه أين يتمّ التفاعل حولها.

الهدايا Gifts: وهي الخاصية التي تسمح للمستخدمين بخدمة إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم بناء على مناسبة أو حدث معيّن مثل الأعياد والمناسبات، وتظهر هذه الخاصية على الملف الشخصي للمستخدم.

3. مجالات استخدام الفيسبوك:

يعرف موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك اليوم تغلغلا في جميع نشاطات ومجالات حياة الإنسان، حيث تتجاوز استخداماته حدود المجال الاتصالي إلى تضمين مختلف الأنشطة الاقتصادية السّياسية التّعليمية...

3.1. الاستخدامات التفاعلية الاجتماعية: وتشمل الممارسات التّالية:

- التّواصل والتّفاعل مع الأصدقاء وبناء صداقات جديدة، وتنمية العلاقات الشخصية.
- تحقيق التّوازن النفسي.
- التسلية والترويح عن النفس وتمضية الوقت.
- اكتساب خبرات جديدة.
- التّعبير عن الرّأي، وصناعة المحتوى وإتاحته للأصدقاء مهما كانت طبيعته (نصوص، صور، فيديوهات..).
- الإشباع المعرفي.

- القضاء على الشّعور بالوحدة.

- التّعرف على ثقافات الشعوب والدّول الأخرى.

3.2. الاستخدامات التّعليمية:

إنّ المنشأ الأوّل لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك كانت لغاية تعليمية بيداغوجية، لكن وبعد أن أصبح وسيلة للتّواصل والتّفاعل الاجتماعي فإنّ ذلك أضفى

فاعلية مميّزة للعملية التّعليمية؛ حيث يساهم في:

- إشراك مختلف أطراف التّعليم ضمن فضاء تفاعلي يتجاوز الإكراهات الزّمكانية للعملية التّعليمية والتّعليمية.

- يُضفي تبادلية سريعة وثرية للمادّة العلمية.

- تنمية القدرات الاتصالية ومختلف المواهب الشّخصية للمتعلّمين كالمناقشة والحوار مع مراعاة عنصر الميزات ونقاط التّفاوت من حيث الإمكانيات والقدرات بين الطّلبة.

- تعزيز البحث العلمي عن طريق تنظيم ندوات وملتقيات علمية بتقنية التّحاضر عن بعد.

- تذليل صعوبات الحصول على مصادر ومراجع المادّة العلمية بالنّسبة للباحثين عن طريق توفير روابط إلكترونية لها.

- تسهيل المعاملات الإدارية البيداغوجية داخل المؤسّسات التّعليمية عن طريق إتاحتها إلكترونيا عبر الموقع.

3.3. الاستخدامات الحكومية:

تتبنّى اليوم عديد الحكومات والأنظمة السّياسية عبر العالم أسلوب الاتصال الاجتماعي التّفاعلي من خلال موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك أين وجدت فيه الآلية المناسبة للتّقرب من قاعدتها الجماهيرية، وتوضيح طبيعة توجّهاتها وسياساتها

لشعوبها، مع إتاحة الفرص لهذه الأخيرة لتكون عنصرا مشاركا وبفاعلية في بناء تلك السياسات وفقا لما تقتضيه مفاهيم الديمقراطية التشاركية اليوم.

3.4. الاستخدامات الإعلامية الإخبارية:

يعتبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وسيلة إعلامية قائمة بذاتها، فهو يسمح بممارسة النشاط الإعلامي الإخباري بعد أن أصبح نافذة لعديد المؤسسات الصحفية والإعلامية في تقديم خدماتها الإعلامية الإخبارية وتوطيد صلاتها بجماهيرها من جهة، فضلا عن تمكين المستخدمين العاديين (المواطنين) من الاطلاع الحثيث والمستمر على مختلف الأخبار والأحداث والتطورات التي يعرفها العالم بشكل عام وعبر مختلف المجالات، ومن جهة أخرى فهو أيضا وسيلة المستخدمين لصناعة ونشر محتوهم الإعلامي الخاص في ظلّ ظهور ما يُعرف بالإعلام الاجتماعي بمختلف أشكاله (التدوين، صحافة المواطن.. إلخ).

3.5. الاستخدامات الإعلانية التجارية والخدماتية:

تنتهج اليوم عديد المؤسسات التجارية والخدماتية أساليب الإعلان والدعاية وكذا ممارسة نشاطات العلاقات العامة عبر مجال الاتصال التفاعلي الاجتماعي الذي يضمنه لها موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، حيث أصبح هذا الأخير منفذا لتلك المؤسسات لتمير حملاتها الإعلانية والوصول والاحتكاك والتفاعل المباشر مع زبائنها وعملائها، وأصبحت العديد من المعاملات التجارية والخدماتية تتم عبر هذا الموقع، فضلا عن أنه يتيح لتلك المؤسسات التعرف على مكونات وخصائص القاعدة الجماهيرية لها من خلال القيام بدراسات الجمهور عبر صفحاتها الفيسبوكية أو مجابهة الدعايات والشائعات المغرضة وتصحيح صورتها لدى عملائها خاصة أوقات الأزمات.

4. إيجابيات وسلبيات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

4.1. إيجابيات الموقع:

مما لا شكّ فيه أنّ لاستخدام موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك جملة من الإيجابيّات التي نعايشها في كل حين، وبيان عيّنة منها كالآتي:

- سهولة التّواصل الاجتماعي واتساع دائرته؛ حيث ساهم الموقع في لملمة العالم ضمن حيز افتراضيّ صغير تتلاشى فيه مختلف الاعتبارات الزّمكانية والمعوقات التّقنية للاتصال والتّواصل، فأصبح المستخدمون المشتركون عبر الموقع يتواصلون بكلّ سهولة في أيّ وقت ومن أيّ مكان مهما اختلفت ثقافتهم وانتماءاتهم.

- سرعة تداول الأخبار ودمقرطتها؛ وهو ما يمكّن من الإلمام السّريع والحي بالأحداث ومستجدّاتها المحلية منها والعالمية، مُلغياً بذلك الاحتكارية المركزية للأخبار والمعلومات، خاصّة في ظلّ ظهور العديد من الممارسات الإعلامية الاجتماعية (كالتيّوين، صحافة المواطن..). أين أُتيحت الفرصة للمستخدم للمساهمة الإعلامية في المضامين والمحتويات المتداولة وهو الواقع الذي يجعل منه صانعا ومصدرا مهمّا للمعلومة.

- متابعة أخبار المشاهير والمؤثّرين في مختلف الميادين؛ كالشّخصيات السّياسية، الفنية، الرّياضية..، أين يتّخذ هؤلاء المشاهير موقع الشبّكة الاجتماعية الفيسبوك نافذة لهم للتّواصل والتّفاعل مع متابعيهم.

- تحميل الملقّات المتنوّعة؛ صور، فيديوهات، وتثبيت عديد المواقع والصّفحات ومتابعتها¹.

- انتشار استخدام الفيسبوك في مختلف المجالات الإنسانية أين سهّل مختلف المعاملات والأنشطة؛ التّعليمية الإدارية، الخدماتية،... إلخ.

¹ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 68، 69.

- تحقيق التوافق النفسي من خلال اعتماد الفيسبوك كوسيلة للتسلية والراحة والتقليل من التوتّر النفسي، وتنمية المهارات السلوكية بما يعطي شعورا بالرضا الذاتي¹.

4.2. سلبيات الموقع:

ينتج عن استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك الكثير من الآثار والتّناجج السّلبية التي كشفت عنها عديد الدراسات النفسية الاجتماعية وكذا الإعلامية، ويمكن أن نبرز عيّنة عن تلك السّلبيات على الشّاکلة التالية:

- اختلال التوافق الاجتماعي، توتّر العلاقات الاجتماعية وتتأفر أطرافها نتيجة استخدام الموقع للتّدخل في شؤون الآخرين وانتهاك خصوصياتهم وعدم احترام اختلافهم وتمييزهم.

- ضعف التفاعل الأسري والاجتماعي الحقيقي بسبب انغماس المستخدمين في فضاءات المجتمعات الافتراضية ما أدّى إلى إضعاف فاعليّتهم الأسرية والاجتماعية الحقيقية، وخلق العديد من الاختلالات والمشاكل داخل الأسر والمجتمعات مثل ارتفاع حالات الطلاق، وكذا العزلة الاجتماعية.

- تمييع معاني حرية الرّأي والتّعبير التي أصبحت شماعة لتبرير العديد من الممارسات الضّارة عبر هذا الموقع من خلال المحتوى المتداول الذي غالبا ما يحمل معاني الكراهيات، التّعصب، الاستهزاء، العنف... إلخ، فضلا عن سرعة تداولية الشّائعات والمعلومات المغرضة والأفكار السّلبية

- الإدمان، وهدر للوقت والجهد، والانشغال عن الواجبات الحياتية، فضلا عن ما يسببه إدمان استخدام الموقع من إضرابات وآثار نفسية خطيرة للمستخدمين².

¹درويش محمد، القيم الأخلاقية للتواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت من منظور إسلامي، (الرقازيق:مجلة كلية التربية، العدد 8، 2013)، ص 326.

²جمال سند السويدي، مناقبيلة إلى الفيسبوك دراسات استراتيجية، (الإمارات العربية المتحدة:مركز الإمارات للدراسات والبحوث الافتراضية)، 2013، ص 43.

- المخاطر الفكرية التي تستهدف التأثير على القيم المحلية والإساءة إلى الدين عن طريق جر الفئات الشبّانية بشكل خاصّ إلى صراعات وحروب عقائدية ونفسية لا مبرّر لها.
- الإساءة للهيئات والأشخاص واستخدام الموقع في التّحايل،¹ والابتزاز¹، ومختلف أصناف الجرائم الإلكترونية.

¹سمير محمّد عواودة، مواقع التّواصل الاجتماعي الإلكترونية الضّوابط والآثار، المؤتمر العلمي الدّولي السّابع وسائل التّواصل الاجتماعي وآثارها على المجتمع، (فلسطين: كلية الشريعة، جامع النّجاح الوطنية، 2014)، ص 171،172.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال كلّ ما تمّ التّطرّق إليه من عناصر الفصل الأوّل نخلص إلى تحديد النّقاط التّالية كاستنتاجات لكلّ ما تمّ عرضه:

- يشكّل الإعلام الجديد طفرة في سلسلة التّطوّرات والتّحوّلات التي مرّ ويمرّ بها مجال الإعلام والاتّصال؛ وهو بذلك حالياً يستحوذ على الاهتمامات والانشغالات البحثية للمختصّين بالمجال، الأمر الذي أكسبه تنوّعا وثراء كبيرين على مستوى المسمّيات الاصطلاحية المقدّمة له، والتي انعكست بدورها على طبيعة المحدّدات والزّوايا التي يركّز عليها الباحثون أثناء عملية الضّبط المفاهيمي لهذا المصطلح؛ فهو إعلام جديد، إعلام تفاعلي، إعلام إلكتروني، إعلام معلومات.. إلخ، وكلّ تسمية لها مبرراتها ومحدّداتها الموضوعية التي تُمثّل في الوقت ذاته خلفية لكلّ صياغة مفاهيمية أو ضبط تعريفي للإعلام الجديد.

- الإعلام الجديد ظاهرة معاصرة، تتّسم بالحيويّة، حيث تعرف في كلّ حين تغييرات حديثة ومتسارعة بالموازاة والتّحوّلات التي تشهدها تكنولوجيات الإعلام والاتّصال، وهو لا يزال في طور التّأسيس النظري والاستكشاف البحثي في انتظار تبلور الرّؤى والمداخل العامّة له.

- تعتبر نماذج الباحثين نيكولاس نيغروبونتي، فين كروسبي، ريتشارد ديفيز، وغيرهم من أولى المداخل التّنظيرية التي حاولت تفسير وشرح البناء العام للإعلام الجديد تأسيساً على اعتبارات متباينة اختصّ بها كلّ نموذج على حدا.

- تُصنّف التّفاعلية والشّمولية في مقدّمة السّمات الفارقة للإعلام الجديد؛ حيث تعكس ميزة التّفاعلية التّغيّرات الجذرية في البناء والنّسق العام للعملية الإعلامية والاتّصالية، أين ألغيت مركزية الاتّصال أو التّحكّم المركزي بالمعلومة، وأصبح لطرفي العملية الاتّصالية (المرسل/ والمستقبل) الفرص عينها في تشكيل وبناء

المعلومة أو التّحكّم بها، وتغيّرت المفاهيم في إطار هذا النّظام أين تحوّل المتلقّي إلى مستخدم فاعل وصانع للمحتوى ومتجاوزا لسلبيته التقليديّة، أمّا الشمولية فهي تعبّر بدورها عن التّشكيل الجديد لخارطة العالم التي غير معالمها الإعلام الجديد عندما تجاوز بالفعل الاتصالي مختلف الحواجز والاعتبارات الزّمكانية التي عرفها في إطار الإعلام التقليدي، وأصبح بذلك العالم غرفة كونية تتلاقى وتتصهر فيها مختلف النّقافات والانتماءات.

- يقدّم الإعلام الجديد تشكيلا متنوّعا من التّطبيقات والأدوات التي تعتبر في مجملها التّجسيد الامبريقي لمختلف المفاهيم، المعاني والتّصورات العامّة التي أضفاها الإعلام الجديد على الظّاهرة الاتصالية شكلا ومضمونا، وتعتبر؛ الصّحافة الإلكترونيّة، المدوّنات، صحاف المواطن، ومواقع الشّبكات الاجتماعيّة من أهمّ وأبرز تلك التّطبيقات.

- يعدّ الفيسبوك أكبر مواقع الشّبكات الاجتماعيّة وأكثرها انتشارا واستخداما على مستوى العالم، بالنّظر إلى التنوّع والتّميّز في طبيعة الخدمات التي يقدّمها لمستخدميه للاتصال والتّواصل، وبناء عوالم افتراضية موازية للواقع.

- يعرف موقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك اليوم تغلغلا في جميع نشاطات ومجالات حياة الإنسان، حيث تتجاوز استخداماته حدود المجال الاتصالي إلى تضمين مختلف الأنشطة الاقتصاديّة، السياسيّة، الخدماتيّة، والتّعليميّة،..إلخ.

- استخدام موقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك له من الايجابيات الكثيرة التي تجعل منه وسيلة مهمة في حياة المستخدمين كتسهيل الاتصال والتّواصل وتحقيق التّفاعل والانفتاح على مختلف النّقافات..، وفي الوقت ذاته يحمل استخدامه العديد من السّلبيات كانتهاك خصوصيات الأشخاص والتّرويج للمضامين السّلبية كالتّعصّب، والكراهيات..

الفصل الثّاني - الفيسبوك والتعصّب لدى الشّباب قراءة

في مفهوم الظّاهرة، تجلّياتها وتحديّاتها

تمهيد

أولاً - مدخل إلى التعصّب

1. تعريف التعصّب

2. أشكال التعصّب ومظاهره

3. الأطر النّظرية المفسّرة لظاهرة التعصّب

ثالثاً - الفيسبوك والتعصّب: تجلّيات الظّاهرة، تحديّات

ورهانات مواجهتها

1. سمات وخصائص الفيسبوك في نشر التعصّب

2. تجلّيات ظاهرة التعصّب عبر الفيسبوك

3. تحديّات ورهانات مواجهة ظاهرة التعصّب عبر الفيسبوك

خلاصة الفصل الثّاني

تمهيد:

التعصّب ظاهرة إنسانية واتجاه نفسي حادّ يتشكّل لدى الفرد تحت تأثير تفاعل جملة من المؤثرات والعوامل والمشاعر الالاعقلانية، يتباين في مستوياته وصفاته بين الإيجاب والسلب، ومن خلاله يرسم الفرد حدود ومجالات علاقاته ومواقفه وردود أفعاله تجاه مكوّنات محيطه المختلفة من أفكار، أيديولوجيّات، وثقافات أو انتماءات عرقية إثنية ونوعية.

والتعصّب كاصطلاح جدليّ مثير ينتمي إلى حقل العلوم الإنسانية والاجتماعية نجد أنّه قد حظي ولا يزال باهتمامات بحثية واسعة بين الباحثين والدّارسين على اختلاف مناباتهم ومنطلقاتهم ومناهجهم العلمية ومجالاتهم الأيديولوجية والفكرية وهو واقع يضعنا أمام زخم من الدّراسات والإسهامات والرّؤى حول التّحديدات الضّبطية الاصطلاحية لهذه الظّاهرة وكذا تفسيراتها السّببية العلائقية ومجالاتها التّأثيرية.

وعبر مراحل تاريخية متنوّعة نجد أنّ التعصّب قد اتخذ أشكالاً ومظاهر متعدّدة، وارتكز على وسائل وأساليب متنوّعة للتشكّل والانتشار بين الأفراد، ومع ظهور موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك وشعبيته وتداوليته الواسعة بين الأفراد فقد وجد فيه التعصّب أرضاً خصبة للتّغوّل والانتشار بين المستخدمين.

ومن خلال هذا الفصل تحاول الباحثة التّطرّق لأهمّ التعريفات والتّفسيرات النّظرية لظاهرة التعصّب وتحديد مكوّناتها وأشكالها ومظاهرها، وأخيراً إبراز تجلّيات ظاهرة التعصّب بين الشّباب عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك وتحديات مجابهتها.

أولاً- مدخل إلى التعصّب

قبل التّعرّض لمختلف العناصر المحتواة ضمن العنوان الخاص بمفهوم التعصّب وجب التّنبية إلى أنّ هذا المصطلح ينطوي من ناحية مفاهيمية على جملة من الحساسيات الأيديولوجية الشّائكة ويتّسم بنسبيّة دلالية واضحة جعلت منه متباين

المعاني والمحدّدات من بيئة إلى أخرى ومن سياق إلى آخر، غير أنّ تتبّع كرونولوجيّة التّعصّب كظاهرة إنسانية في إطارها المفاهيمي يمنحنا انطبعا عامًا حول ارتباطها ولعقود طويلة بالجانب الدّيني؛ أين كان التّعصّب يُعزى إلى جملة من المحفّزات والمصوّغات الدّينيّة الضيّقة قصد تعريفه أو تحديد مسبّاته، إلاّ أنّه ومع بدايات القرن العشرين عرفت البحوث والدّراسات الإنسانية والاجتماعية حيويّة كبيرة بالموازاة مع كثافة الأحداث التّاريخية السّياسية والظواهر الإنسانية في هذه الفترة (كالحروب وحركات التّحرّر والقوميّات...) فكان التّعصّب جزءًا من المشهد العام لهذه الفترة وتمظهر في أشكال وأنواع متعدّدة وعبر مختلف مجالات الحياة، وهو ما جعله موضوع دراسات عديدة وسّعت من مجالاته التّفسيرية بالاستناد إلى الكثير من الاعتبارات السّيكولوجية والسّوسولوجية والأيدولوجية.

1. تعريف التّعصّب:

انطلاقًا من أنّ التّعصّب نال الحظّ الأوفر من الدّراسة والنّقاش في أوساط باحثي المدرستين النّفسية والاجتماعية بشكل ملفت وخاصّ فإنّنا سنحاول فيما يلي عرض أبرز التّعريفات المقدّمة لهذا المصطلح في عدد من المعاجم والقواميس والأدبيات النّفسية الاجتماعية.

التّعصّب لغة: التّعصّب من العصبية، والعصبية في اللّغة مشتقّة من العصب وهو الطّيّ والشّد؛ فعصب الشّيء يعصبه عصبًا إذا طواه ولواه أيّ شدّه، والتّعصّب: المحاماة والمدافعة¹.

ورد في لسان العريالين المنظور أنّ التّعصّب من العصبية؛ وهي أن يدعو الرّجل إلى نصره عصبته والتّألب معهم على من يناوئهم ظالمين كانوا أو مظلومين وقد تعصّبوا عليهم إذا تجمّعوا، فإذا تجمّعوا على فريق آخر قيل: تعصّبوا، وفي

¹الأزهري أبيي منصور محمّد بن أحمد، تهذيب اللّغة، ج2، تحقيق محمّد علي النّجار، (مصر: الدّار المصرية للتأليف والترجمة، 2010)، ص49.

الحديث: العَصْبِيُّ هو الذي يغضب لعصبيته ويحامي عنهم. والعَصْبِيَّةُ: الأقارب من جهة الأب لأنهم يُعَصَّبُونَهُ وَيَعْتَصِبُ بِهِمْ أي يحيطون به ويشتدّ بهم. والتَّعَصَّبُ: المحاماة والمدافعة وتعصّبنا له ومعه: نَصَرْنَاهُ، وَعَصَبَةُ الرَّجُلِ: قومه الذين يتعصّبون له¹.

التَّعَصَّبُ اصطلاحاً:

جاء في المعجم الفلسفي لمؤلفه جميل صليبا أنّ التَّعَصَّبَ هو تعصّب الرّجل بمعنى مال إليه وجدّ في نصرته، وتعصّب عليه بمعنى قاومه في الدّين والمذهب، كان غيوراً عليهما ومدافعاً عنهما، والمتعصّب للشّيء هو المتّصف بالميل الشّديد إليه².

وورد التَّعَصَّبُ في القاموس الإنجليزي على أنّه: مشاعر التّفضيل أو عدم التّفضيل تجاه شخص أو شيء ما سابقة للخبرة (أي المشاعر) أو لا تقوم على أساس الخبرات الفعلية³.

أمّا الموسوعة العربية العالمية فقد عرّفت التَّعَصَّبَ بأنّه: اتخاذ مفاهيم خاطئة عن جماعة معيّنة وإصدار أحكام عليهم دون الارتكاز على براهين للإدانة وعدم الأخذ بالوقت كعامل يعطي أحكاماً متأنّية، فالتَّعَصَّبُ يتجاهل الآخر ويعمل على إقصائه وتهميشه وإخراج الأحكام ضدّه دون براهين⁴.

¹ ابن منظور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، ط1، (بيروت: دار الكتب العلمية، 2003)، ص 167.

² جميل صليبا، المعجم الفلسفي، (بيروت: دار الكتاب اللبناني، 1978)، ص 305.

³ عبد الله سيد معتز، الاتجاهات التعصبية، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 1989)، ص 50.

⁴ الموسوعة العربية العالمية، مجلد 9، ط1، (السعودية: مؤسّسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1996)، ص 12.

ويعرّفه معجم المصطلحات التربوية والنفسية بأنه: عبارة عن فكر منغلق في مجال محدّد بذاته مثل: التّعصّب الجنسي والتّعصّب العرقي أو العنصري، يتّصف بأحادية المدخلات، وإطلاقية الحقيقة والتّماميّة، وكذا احتمالية استبعاد الآخر¹.

ومن ناحية نفسية أيضا نجد الباحث عوض عباس قد عرّف التّعصّب بأنه: استعداد نفسيّ مكتسب أي ليس فطريًا، وهو ثابت نسبيًا يحدّد سلوك الفرد ومشاعره إزاء الأشياء أو الأشخاص أو الجماعات أو الموضوعات بالتّفضيل أو الرّفص².

ويعرّفه الباحث زهران حامد بأنه اتجاه نفسيّ مشحون انفعاليًا أو عقيدة أو حكم مسبق ضدّ/أو مع جماعة أو شيء أو موضوع معيّن، ولا يقوم على سند منطقيّ أو معرفة كاملة أو حقيقة علمية³.

كما عرّفه طه عبد القادر بأنه: اتجاه نفسي لدى الفرد يجعله يدرك فردا معيّنًا أو جماعة معيّنّة أو موضوعا معيّنًا إدراكا إيجابيًا محبًا أو كارها دون أن يكون لذلك ما يبرّره من المنطق أو الشواهد التجريبيّة⁴.

أمّا من النّاحية الاجتماعيّة فقد عرّفه الباحث Buss بأنه: العداء أو العدوان تجاه الأشخاص على أساس عضويّتهم في الجماعة⁵.

وفي السّياق ذاته فقد عرّف كلّ من برويروكرامر التّعصّب على أنّه: المشاعر المشتركة بالتّقبّل أو الرّفص، النّقة أو عدم النّقة، الحب والكراهة، التي تميّز الاتجاه نحو جماعة معيّنّة في النّظام الاجتماعي¹.

¹حسن شحاتة، زينب النّجار، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانيّة، 2003)، ص109.

²عوض عباس محمود، علم النّفس الاجتماعي، (القاهرة: دار المعرفة الاجتماعيّة، 1988)، ص28.

³زهران حامد عبد السلام، علم النّفس الاجتماعي، ط5، (القاهرة: عالم الكتب، 1984)، ص174.

⁴طه عبد القادر وآخرون، موسوعة علم النّفس والتّحليلي النفسي، ط1، (الكويت: دار سعاد الصّباح، 1993)، ص45.

⁵حليمة أمحمد حسن أبو صيد، مظاهر التّعصّب والحوار الفكري وعلاقتها بالسّمات الشّخصية، رسالة ماجستير غير منشورة، (ليبيا: جامعة مصراتة، 2018)، ص12.

في حين يربط الباحث المغربي محمد عابد الجابري بين الجوانب السيكلوجية والسوسوبولوجية للتعصب من خلال تعريفه الذي يرى من خلاله أنّ التعصب هو: رابطة اجتماعية سيكلوجية شعورية ولا شعورية معا، تربط أفرادا وجماعة ما قائمة على القرابة ربطا مستمرا، يبرز ويشتدّ عندما يكون هناك خطر يهدّد أولئك الأفراد كأفراد أو كجماعة².

❖ بعدما تمّ عرضه أعلاه من تعريفات حول مصطلح التعصب لجملة من الباحثين والدارسين فإنّ أبرز ملاحظة تُستقى حولها هي أنّ الاختلاف والتباين بين أصحاب التعريفات من حيث الخلفية الأيديولوجية والمنطلق البحثي الذي صاغ وفقه كلّ باحث تعريفه لهذا المصطلح لم يحل أبدا دون تشكّل نقاط إجماع بينهم في الجانب المتعلّق بالعناصر الأساسية التي يتمظهر وفقها جوهر التعصب وماهيّته ومن بين تلك النقاط نذكر:

أ. التعصب يُنظر إليه كاتجاه نفسي مرتبط بدرجة أولى بشخصيّة الفرد وسيكلوجيّةته العاطفية الانفعالية وبالتالي فماهيّةته تتركّب من المكوّنات الأساسيّة للظاهرة النفسية، وتتمثّل هذه المكوّنات في؛ المكوّن المعرفي، المكوّن الانفعالي العاطفي وأخيرا المكوّن السلوكي (وهذه المكوّنات سنفصلّ فيها بإسهاب في العنصر الخاص بمكوّنات التعصب).

ب. محفّزات ومبرّرات التعصب يعوزها البناء العقلي والسند المنطقي فهي مجرد أحكام مسبقة خاطئة عن الآخرين، وقد تكون من اجتهاد الشّخص عينه، نتيجة

¹ دكت جون، علم النفس الاجتماعي والتعصب، (بيروت: دار الفكر العربي، 2000)، ص148.

² محمد عابد الجابري، فكر ابن خلدون العصبية والدولة، ط5، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1992)، ص168.

خلفيات وتجارب ذاتية أو أحكام وقوانين عرفية داخل الجماعات من واجب العضو داخلها تَمَثَلُها والامتثال لها¹.

ج. التَّعَصَّبُ كظاهرة سلوكية يؤدي وظيفة للشخص المتعصب بمعنى؛ أنه يحقق له غاية معينة توصله لمرحلة من الرضا الداخلي بالنظر إلى أن التَّعَصَّبُ لديه هو بمثابة تنفيس وتعبير عن مختلجات الذات من مكبوتات ومشاعر كراهية وازدراء للآخرين، وهذا وفقا للتفسيرات المقدمة في سياق التَّنْظِيرِ والتفسير الخاص بالمدرسة النفسية حول ظاهرة التَّعَصَّبِ، (وهو ما سأتناوله بالتفصيل في العنصر الخاص بالنظريات المفسرة للتَّعَصَّبِ).

د. تلعب المجازاة دورا هاما في تبني مواقف التَّعَصَّبِ وتأسيس السلوك في سياقاتها، فالتعصب عند معالجته للأمور الاجتماعية يحاول أن يجاري الجماعة التي ينتمي إليها بصورة عمياء، وذلك في محاولة منه لإثبات الولاء من جهة والحصول على مركز مرموق بينهم من جهة أخرى.

هـ. التَّعَصَّبُ ليس وراثيا إنما هو نتاج اجتماعي مكتسب تلعب الخبرة والتعميم دورا أساسيا في تنمية وتثبيت دعائمه²؛ فالتَّعَصَّبُ لا يعدو أن يكون من بين القيم والمعاني التي يكتسبها الفرد في سياق عملية التَّشْئَةِ الاجتماعية بمختلف مؤسساتها كالأسرة والمدرسة والمحيط ووسائل الاتصال الجماهيرية.

1.2. أسباب التَّعَصَّبِ وعوامله:

هناك جملة من الأسباب والعوامل التي تلعب دورا بارزا في تشكيل التَّعَصَّبِ لدى الأفراد، وتُصنَّفُ هذه الأسباب والعوامل إلى نوعين؛ شخصية ذاتية ترتبط

¹درويش زين الدين، علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2005)، ص 280.
²بليقيس أحمد، مرعي توفيق، الميسر في علم النفس الاجتماعي، (عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1984)، ص 306.

بشخص الفرد عينه وتركيبته النفسية، وأسباب اجتماعية ترتبط بما يحيط بالفرد من عناصر اجتماعية، اقتصادية، سياسية وثقافية

1.2.1. العوامل التي ترتبط بالفرد: تتعلق هذه العوامل بشتى المتغيرات المعرفية الإدراكية والمزاجية التي تتأسس وفقها سلوكيات الفرد وتسير وفقها مواقفه واتجاهاته التعضيبية¹:

● **الإحباط والعدوان:** فالإحباط الذي قد يعانيه الفرد بسبب تناقض توقعاته وطموحاته مع حقيقة واقعه ويُذكيه ويُعزّزه سوء المواقف المحيطة به خلال يومياته غالباً ما تكون محصلته عدوان حادّ يعبر المتعصب من خلاله عن إحباطه الذي يكون عاجزاً عن تحديد مصدره أو سببه بدقة، وعليه فالعدوان هنا هو بمثابة حيلة وآلية دفاعية لا شعورية تُحوّل جهود المتعصب إلى البحث عن عناصر يسقط عليها عدوانه وتعضيبه².

● **الشخصية التسلطية:** ترتكز الشخصية التسلطية على القوة والسلطة والسيادة لفرض سيطرتها ومنطقها المتعصب وإبراز عدائيتها تجاه الآخرين³، وتتسم هذه الشخصية بالعدائية الحادة تجاه من لا ينتمون إلى جماعتها الداخلية، وترى فيهم تهديداً لمصالحها الذاتية أو مصالح الجماعة المنتسبة إليها فتحمل تجاههم جملة من المشاعر المتعضبة والمواقف العنصرية.

● **الحاجات الشخصية:** من بين أبرز الحاجيات التي يحاول الفرد إشباعها باللجوء إلى التعضيب والتحامل نذكر حاجته الماسة للشعور بالأمن والطمأنينة التي يعتقد أنّها لا تتحقق إلا من خلال تجنب أعضاء الجماعات الخارجية ورفض الاختلاط بهم، ظناً

¹ درويش زين الدين، مرجع سابق، ص 166، 170.

² الجزائر هاني، سلسلة الفكر في أسباب التعضيب، (القاهرة: المصرية العامة، 2006)، ص 44.

³ الأشول عادل، علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: المكتبة الأنجلومصرية، 1985)، ص 137.

منه أنه بذلك يحافظ على حدود آمنة ومطمئنة بينه وبينهم¹، وبالتالي فالتعصب هنا يعتبر بمثابة الميكانيزم النفسي الدفاعي لدى الشخص المتعصب، ويسعى من خلاله أيضا إلى تحقيق حضور ومكانة اجتماعية مرموقة ومتفوقة بين الآخرين في ظل وجود تكتلات عرقية، حزبية، قبلية، دينية وسياسية تتنازع على السيطرة والسيادة الاجتماعية².

1.2.2. العوامل المرتبطة بمحيط الفرد: تتمثل فيما يلي:

- **العوامل الثقافية:** وتمثلها التقاليد التاريخية والقيم الاجتماعية التي يحصلها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتعمل على تحفيز اتجاهات ومواقف متعصبة داخله تجاه من لا يشاركونه السياقات التاريخية والقيم والمعايير الاجتماعية ذاتها، ومحاولا بذلك الانتصار لهويته من خلال سلوكياته واتجاهاته ومواقفه، معتبرا هذا الأمر ضربا من إثبات الولاء ورمز انتماء، وأسلوبا لمسايرة قيم وأنماط الثقافة السائدة في مجتمعه.
- **العوامل الاقتصادية:** وتلعب دورا في تحديد طبقة الفرد الاجتماعية، وتحدد مدى قدرته على توفير مختلف احتياجاته المعيشية، وبالتالي تخلق نوعا من الحرص الشديد على المصالح، والنظر للأفراد والجماعات الذين هم دونهم من حيث المستوى الاقتصادي نظرة دونية واحتقار أو وحذر وكراهية باعتبارهم تهديدا لمصالح الجماعة.
- **التغيرات الاجتماعية السريعة** التي تحدث داخل المجتمع ويصاحبها اختلال في النظم والقيم التي ألفها الفرد ونشأ عليها، فيصاب عندها بقلق شديد وينعدم اتزانه لذلك يتخذ من التعصب وسيلة لتغطية قلقه واختلالاته القيمية.

¹ عبد الرحمن سعد، عملية التطبيع الاجتماعي وأزمات التحامل والتعصب في مجتمعاتنا المعاصرة، (الكويت: مجلة عالم الفكر، العدد الأول، 1970)، ص 126.

² بلقيس أحمد، مرعي توفيق، مرجع سابق، ص 307.

• **التنافسية الحادة في ميادين العمل والخوف من الفشل الذي يمكن أن يحرم الفرد أو المجموعة من الهيبة والمزايا والقوة والسياسة أو الفرص الاقتصادية التي تعتبر من شروط الحياة المعاصرة¹.**

بناء على ما سبق التطرّق إليه حول مسببات وعوامل التّعصّب يمكن القول أنّ هذا الأخير هو نتاج ميراث اجتماعي ينطوي تحت جملة من القيم والمعايير الثقافية والاجتماعية ويتمّ توريثه من خلالها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛ إذ لا يولد مع الفرد وإنما يحصله من محيطه الاجتماعي خلال مراحل التّشكّل الاجتماعية التي تتولّاها مؤسسات عديدة (الأُسرة، الأصدقاء، المدرسة، وسائل الاتصال الجماهيري) مع وجود عامل متعلّق باستعدادات ذاتية عند الفرد في حدّ ذاته لتبني المواقف والاتجاهات التّعصّبية، وتجسيدها في سلوكياته ونمط حياته، وتلك الاستعدادات أيضا تكون في الغالب من مخلفات أساليب تربية داخل الأسرة أو حتميات مجتمعية لتحقيق الانتماء للجماعة، ومن خلال العنصر المتعلّق بنظريات تفسير التّعصّب سنتناول وبإسهاب أسباب وعوامل التّعصّب وفقا لما تراه وتؤكد عليه كلّ نظرية ضمن المدرستين الاجتماعية والنفسية.

1.3. مكّونات التّعصّب:

التّعصّب كاتجاه نفسيّ يُعتبر نتاج تفاعلات مشحونة بين جملة من السمات الدّاتية والعناصر الاجتماعية والثقافية للفرد فضلا عما يُضفيه عليها هذا الأخير من تجارب وخبرات ذاتية، وعليه فالتّعصّب يتكوّن من؛ مكّون عاطفيّ وجدانيّ، مكّون معرفيّ (عقليّ)، ومكّون سلوكي، وسنفضّل في هذه المكوّنات وفق الشّاكلة التّالية:

أ. **المكّون العاطفي(الوجداني):**

¹المعاينة خليل عبد الرّحمان، علم النفس الاجتماعي، (عمان: دار الفكر 2010)، ص 212، 213.

يرتبط هذا المكوّن بالجانب الغريزي الوجداني للإنسان ويتضمّن مشاعره
عواطفه الحياديّة السّلبية والإيجابيّة نحو قضايا اجتماعية معيّنة أو قيمة ما أو
موضوع معيّن، وهذا المكوّن يُكتسب نتيجة التّفاعل الحاصل بين الفرد وعناصر
محيطه من الآباء والأصدقاء، المدرسة والزملاء¹.

ويتميّز هذا المكوّن بالبعد عن المنطق والموضوعيّة على اعتبار أنّ معاني
القبول والرّفص والحبّ والكراهيّة غالباً ما تكون غير مبرّرة وتعوزها الحجج²، وقد نال
هذا المكوّن حظاً أوفر في مجال الدّراسات والبحوث أين تأسّست وفقه الكثير من
الدّراسات النّفسيّة والاجتماعية والإعلامية التي ركّزت عليه كمنفذ للتأثير في الفرد
المستهدف وتزويده بأفكار ومبادئ يريدونها المزوّدة أن تصبح سلوكيّات ضرورية لدى
ذلك المستهدف، مثل نظرية التأثير المباشر في علوم الإعلام والاتصال.

ب. المكوّن المعرفي (العقلي):

يُشير هذا المكوّن على ما يحوزه الفرد من معلومات وحقائق وأحكام ومعتقدات
وقيم وآراء حيال موضوع ما أو جماعة أو جنس معيّن، فالشّخص المتعصّب لا
يتأسّس لديه موقف من طرف آخر أو موضوع ما إلّا إذا كانت لديه معرفة قبلية
حوله (خبرة) ومن هنا يتجلّى تعصّبه نحوه للعيان³.

وهذا المكوّن ينشأ لدى الفرد إمّا عن طريق التّربية أو الخبرة، أو عن طريق
ما تملّيه المؤسّسات الاجتماعية الرّسمية من مبادئ وتوجيهات وقيم، وكذلك ينشأ عن
طريق التّواصل الثقافي والحضاري بين الشّعوب والحضارات، لكن مع الإشارة إلى
قدرة الفرد الدّائنية على أن يُعدّل فيه ويوجّهه ويتحكّم فيه بما يتلاءم مع رغباته

¹حسين صديق، الاتجاه من منظور علم الاجتماع، (سوريا: مجلّة جامعة دمشق، العدد الرابع، 2012)، ص 305.

²حسين حريم، السلوك التنظيمي: سلوك الأفراد في المنظّمات، ط2، (عمان: دار حامد، 2004)، ص97.

³بلفيس أحمد، مرعي توفيق، مرجع سابق، ص 40.

واحتياجاته وأهدافه مع التأكيد على أنّ هذه القدرة يتمتّع بها الإنسان السويّ فكرياً و نفسياً أي خارج تأثيرات التعصّب ومظاهره.

ت. المكوّن السلوكي (النزعوي):

يتضمّن هذا المكوّن الاستعدادات السلوكية التي ترتبط بموضوع التعصّب كالعدوان والتعليقات اللفظية¹، فعندما يمتلك الفرد اتجاهها إيجابياً نحو شيء ما أو موضوع ما فإنّه يسعى إلى مساندة وتدعيم هذا الاتجاه، أمّا إذا امتلك اتجاهها سلبياً نحو موضوع أو أيّ شيء فإنّه يُظهر سلوكاً معادياً لهذا أو الشيء².

وعليه فهذا المكوّن يُمثّل أساليب الفرد السلوكية إزاء المثير التعصّبي سواء كانت تلك الأساليب إيجابية أو سلبية، أو يمكن القول أيضاً بأنّه عبارة عن نزوع أو ميل الشخص المتعصّب إلى القيام بأنماط سلوكية تتّصل بموضوع أو مجال التعصّب.

في الأخير يمكن القول أنّ المكوّنات الثلاثة للتعصّب في أشكالها الانفعالية، المعرفية، والسلوكية تتباين من حيث درجة قوّتها وتأثيرها واستقلاليتها، فقد يكون لدى الشخص المتعصّب معلومات وحقائق كافية عن مسألة ما (المكوّن المعرفي)، لكنّه لا يشعر برغبة أو ميل تعصّبي عاطفيّ تجاهها (المكوّن الانفعالي) يُمكن أن يحفّزه لاتخاذ أيّ سلوك حيالها (المكوّن السلوكي) علماً أنّ من أنّه لا يملك أيّ معلومات كافية حولها بما يؤكّد على أنّ المكوّن الانفعالي العاطفي هو الغالب في تسيير الظاهرة التعصّبية لدى الفرد.

2. أشكال التعصّب ومظاهره:

ظاهرة التعصّب هي ظاهرة قديمة قدم الوجود البشري، وعلى مرّ العصور عرف الإنسان أشكالاً محدودة من التعصّب انحصرت في زاوية التعصّب للدين أو

¹عبد الباقي سلوى، موضوعات علم النفس الاجتماعي، (مصر: مركز الاسكندرية للكتاب، 2002)، ص 62.

²حنان سعيد الرحو، أساسيات في علم النفس، ط1، (القاهرة: الدار العربية للعلوم، 2005)، ص 78.

العرق والمذهب، أمّا حالياً فقد توسّعت وتعدّدت أشكال التّعصّب وأضحى هناك تنوّع وتعدّد في السّمات والاعتبارات التي تتأسّس وفقها هذه الظاهرة؛ الدّين، العرق، الأصل الاثني والنّوع الاجتماعي، التّوجّه الجنسي والطّبقة الاجتماعية، وبيان هذه الأشكال في الآتي:

- **التّعصّب الدّيني:** مفردة تستخدم لوصف التّمييز على أساس الدّين بمعنى؛ تمييز يقع على الجماعات المختلفة عن غيرهم في الدّين، وهو إمّا بدافع تعصّب المرء الخاص بالمعتقدات الدّينية أو التّعصّب ضدّ الآخر ومعتقداته، كما يمكن أن يكون جزءاً رسمياً من عقيدة خاصّة لدى جماعات دينيّة، فالتّعصّب الدّيني يعبر عن ضيق في الأفق بما ينطوي عليه من تصلّب وتشدّد لما يعتنقه الفرد من أفكار وآراء دينية أو فهم وتفسير خاطئ لها، ومحاولة فرض توجّه أو معتقد ديني واحد على النّاس وإلزامهم به كرها وطوعاً، فهو يلغي تماماً لغة الحوار والتّفاهم، وتقريباً هذا الشّكل هو أقدم أشكال التّعصّب التي عرفها البشر كما سبق وأن ذكرنا.
- **التّعصّب السّياسي الأيديولوجي:** يقوم على تبني أفكار واتجاهات سياسية لحزب معيّن والانضمام إليه والمنافحة عليه وعدم تقبّل أفكار واتجاهات الأحزاب المخالفة له أو ممثليها وأنصارها وعدم الارتياح لهم¹.
- **التّعصّب الطّبقي (الاجتماعي/الطائفي):** وهو التّعصّب الذي ينشأ بين الأشخاص على أساس الانتماء الطّبقي الاجتماعي بالقياس إلى جملة محدّدة من المعايير كالغنى والفقير، والأسياد والعبيد، وأصحاب العمل والعمّال، واستناداً إلى هذه الاعتبارات والمعايير تقوم وتُسَيّر العلاقات بين الأفراد والجماعات بالتّقبّل أو النّفور (الصّدّاقة، الزّواج، المعاملات الاقتصادية.. إلخ).

¹ أبو غالي عطف، العلاقة بين الاتجاهات التّعصّبية وأساليب المعاملة الوالدية كما يدركها الأبناء لدى الطّلبة الجامعيين، رسالة ما جستير (غزة: جامعة الأزهر، 1999)، ص38.

■ **التعصب الجنسي (النوعي):** وهو التعصب القائم على فكرة التمييز بين الأفراد على أساس النوع أو الجنس البشري كونهم ذكورا أو إناثا وفقا للخصائص البيولوجية لكل نوع¹، ويرتبط بشكل عام باعتقادات نمطية رجعية تُقلل من مكانة المرأة وتحتقرها؛ حيث تعتبر المرأة في هذا السياق على أنها أدنى قيمة وقوة ومعرفة وكفاءة من الرجل، ويمكن أن يتأسس التعصب النوعي من جهة النساء ضد الرجال إلا أن الشائع والغالب هو ما ذكرناه أولاً.

■ **التعصب العنصري:** ينبنى هذا الشكل من التعصب على جملة من الاعتبارات والتوجهات العدائية تجاه بعض الأقليات أو الانتماءات العرقية والقومية والنظر إليها نظرة احتقار ودونية: كالتمييز بين البيض والسود، العرب والصهاينة،.. الخ، وهو التعصب للفئة أو الحزب أو الجماعة التي ينتسب إليها الفرد والانتصار لها بالحق والباطل، وإضفاء صفة العصمة والقداسة عليها، وذكر مزاياها ومحاسنها ومهاجمة غيرها بذكر عيوبها وسيئاتها ويعظم حزبه ويحتقر غيره².

■ **التعصب الرياضي:** يتمظهر التعصب الرياضي في التعلق والاهتمام الشديد بالنادي الرياضية ونجومها، وتشجيعها والشعور بالانتماء لها، وبالاعتقاد بأفضليتها في مقابل الفرق الأخرى ونجومها³، وهذه الظاهرة نشاهدها بشكل لافت وخاص في رياضة كرة القدم ذات الجماهيرية الواسعة على المستويات المحلية والدولية

3. الأطر النظرية المفسرة لظاهرة التعصب:

تزخر الأدبيات النفسية والاجتماعية بجملة من المرجعيات النظرية التي تشكل خلفية فكرية تُفسر في إطارها ظاهر التعصب وفق أسس علمية مثبتة:

¹ عبد الله سيد معتز، مرجع سابق، ص 59.

² حسني الجبالي، علم النفس بين النظرية والتطبيق رؤية مستقبلية، (القاهرة: مكتبة الأنجلومصرية، 2003)، ص 471.

³ درويش زين الدين، مرجع سابق، ص 203.

3.1. النظرية الدينامية النفسية:

يرجع الفضل في التنظير الإيديولوجي لهذه النظريات إلى ثلاثة من علماء التحليل النفسي في مقدمتهم العالم سيغموند فرويد الذي يؤكد على وجود ديناميات (ميكانزمات) معينة في شخصية الفرد تتحكم في تصرفاته وسلوكياته بما فيها التعصب الذي يؤدي وظيفة نفسية تتراءى في التنفيس عن مخنجات النفس اللاشعورية المكبوتة من؛ إحباط، توتر، كراهية، وتتم عملية التنفيس تلك تحت فاعلية وتأثير الديناميات السالفة الذكر والتي يمكن من خلالها وفي إطارها تفسير ظهور ونمو التعصب عند الفرد، وتتمثل هذه الديناميات وفقا لما حدده فرويد من مفردات في؛ الإسقاط، الإزاحة، الإبدال والتبرير¹.

ولما كان اللاشعور هو إحدى أبرز مفاهيم وعناصر التنظير النفسي في تحليل السلوك البشري عند فرويد فإن التعصب يعد نمطا من أنماط الحيل الدفاعية اللاشعورية النفسية؛ حيث يحاول من خلاله الشخص المتعصب إسقاط اندفاعاته على الآخرين ويساعده ذلك على رؤيتهم يفعلون أشياء يخاف أن ينسبها لنفسه، وهذا الميكانيزم يدفع بالمتعصب - حسب فرويد - إلى القتال والفسق والقيام بأفعال مشينة ظنا منه أن الآخرين هم من بادروه بها². ومن أبرز نظريات التحليل النفسي للتعصب نذكر ما يلي:

3.1.1. نظرية الإحباط أو العدوان (كبش الفداء):

تفترض هذه النظرية أن مشاعر الإحباط التي قد يعانها الفرد غالبا ما تكون محصلتها عدوان حاد يذكىه ويعززه سوء المواقف المحيطة به خلال يومياته، وبالتالي يصبح الفرد عدواني التصرفات خاصة في ظلّ عدم أو استحالة قدرته على تحديد مصدر الإحباط الذي يعاناه من جهة، أو حتى إزاحته من جهة أخرى وبالتالي يلجأ

¹ عبد الله سيد معتز، مرجع سابق، ص 114.

² حسني الجبالي، مرجع سابق، ص 487.

المحبط هنا إلى خلق طرف أو بديل آخر (يكون فرداً أو أقلّيات أو جماعة خارجيين) يمارس عليهم عدوانيته، لينزلوا بذلك منزلة "كبش الفداء" الذي تُفرغ عبره شحنات الإحباط التي تتصارع داخل الفرد على شاكلة ما نسميه بظاهرة التّعصّب¹، وهكذا فإنّ التّعصّب هنا يُمارس بشكل لاشعوريّ دون وعي أو انتباه من الشّخص المتعصّب.

وتأسيساً على ذلك فإننا نجد أنّ نظرية الإحباط أو العدوان قد قدّمت ظاهرة التّعصّب على أنّها عدوان مزاجيّ؛ تتأسّس مزاجيته على قابلية استبدال هدف بهدف (كبش الفداء) من جهة، ثمّ على أنّ المتعصّب ما يلبث أن يرتدّ على شخصه - حال ما يسيطر عليه عامل الفراغ- فتفتك النّفس بنفسها من جهة أخرى.

وعليه تؤكّد النظرية على أنّ مركز مشكلة التّعصّب الذي تدور حوله كل المظاهر إنّما هو العدوان وقابليته للإزاحة؛ فالميول العدوانية تظهر دوماً داخل الجماعة وتكون أحياناً كردّة فعل عن الحرمان رغم أنّ بعضها يصدر لاشعورياً، فالرّوابط الوجدانية تقاوم وتكبح التّعبير عن الحرمان كعدوان داخل الجماعة الدّاخلية لاعتبارات تعود في الغالب إلى الخوف من العقاب (كحالة الأبناء والخوف من الآباء) فيكون الحلّ ماثلاً في توجيه العدوان إلى خارجها؛ أي نحو فرد معيّن أو جماعة خارجيين.

وهذه الفكرة نجد أنّ فرويد قد عبّر عنها بصورة جليّة حين أكّد على أنّ الصّراع بين الأفراد يكون أكثر انتشاراً وأعصى على الحلّ من الصّراع داخل الجماعة الواحدة؛ فمن المستطاع إزاحة الدّوافع العدوانية إلى خارج الجماعة لأنّ الرّوابط بالموضوعات، والتّوحدات بوصفها السّمة الأبرز للجماعات السيكولوجية تُسيّر وتعدّل نسبياً درجات وتوجّهات العدوانية تجاه الجماعة الدّاخلية، في حين أنّ

¹الجزّار هاني، مرجع سابق، ص44.

الصراع بين الجماعات الخارجية سوف تعزّزه وتُذكّيه غالباً المشاعر السلبية المزاجية التي تنشأ أصلاً في مجرى حياة الجماعة¹.

3.1.2. نظرية الشخصية التسلطية:

يرتبط ظهور هذه النظرية من الناحية الكرونولوجية بفترة الحرب العالمية الثانية على يد الباحث أدورنو وزملائه، وبالتالي فظهورها جاء كحتمية دراسية فرضتها ظاهرة التعصب النازي والفاشي السائدة آنذاك والتي كانت تتخذ من القوة وسيلة لفرض سيطرتها وتوسّعها وإلغاء ما يخالفها من معتقدات أيديولوجية خاصة معاداة السامية اليهودية من طرف الألمان².

وتأسيساً على ذلك يشير أدورنو إلى أنّ الشخصية التسلطية تتسم بجملة من الصفات؛ كالامتثال المطلق لقيم وأحكام الجماعة (التعصب الفكري) والإذعان لأحكامها، والعمل على فرض الرأي السائد في الجماعة على الآخرين فضلاً عن الميل الشديد إلى التدمير والاستخفاف بالآخرين والإسقاط والانفعال الجنسي.

فأساليب القسوة والعقاب التي غالباً ما يعتمدها الأولياء في عملية التنشئة الأسرية تكون محصلتها خلق أطفال ذوي شخصيات تسلطية معوزة لمشاعر الحب، مشحونة ومُذكاة بمشاعر الجفاء، الكراهية، العداوة والتعصب، وكلّ هذه المشاعر يتم السيطرة عليها من خلال عملية الكبت النفسي ولا يتم الإفصاح عنها خوفاً من ردة فعل الأولياء لتوجّه نحو الجماعات الخارجية، وبالتالي فأدورنو ومن خلال نظريته هذه يكون قد فسّر طبيعة العلاقة بين أجزاء ظاهرة ذات أربعة مستويات متباينة؛ فالتنشئة الصارمة والعقابية تتسبب في صراع دائم داخل الفرد وفي

¹ حليلة أمحمد حسن أبو صيد، مرجع سابق، ص 24، 25.

² عبد محمد إبراهيم، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: مكتبة الأنجلومصرية)، 2005، ص 79.

ازدراء وعداء سلطة الوالدين، وبتوسع موقفه من السلطة بصورة عامة تكبت وتزاح المخاوف والحاجة إلى الاستسلام إلى السلطة¹.

3.2. النظريات المعرفية:

تفسر هذه النظريات ظاهرة التعصب في إطار جملة من المفاهيم التنظيرية الأيديولوجية المميزة لها، حيث ترى أنّ مختلف العمليات المعرفية التي يتعرّض لها الفرد خلال يوميّاته والتي تعتبر بمثابة نظم تؤثر وتتأثر بشتى أنماط وأشكال مستويات الحياة الاجتماعية هي السبب الرئيس في تكوّن ظاهرة التعصب لدى الفرد ونموّها؛ ذلك أنّ مستوى الأداء العقلي والفكري للفرد عند مواجهته ومعالجته للمواقف والمشكلات اليومية التي تصادفه غالبا ما يتركز في مجموعة من المدركات والمعارف التي سبق له وأن حصلها واستوعبها وخرّنها ليقوم باستحضارها كلّما تعرّض لمواقف مشابهة. وتندرج ضمن المنظور المعرفي للتعصب جملة من النظريات نوجزها في الآتي:

3.2.1. نظرية الهوية الاجتماعية:

وفقا لهذه النظرية وانطلاقا من فكرة أنّ الهوية الاجتماعية للشخص تكتسب عن طريق الانتساب العضوي لجماعة معينة (انتماء: ديني، عرقي، جنسي..) وما يحققه هذا الانتماء من امتيازات نفسية أبرزها الإحساس بالانتماء والتقدير الذاتي الإيجابي فإنّ هذه الهوية تقود الأداء العقلي والسلوكي للفرد وبصورة طردية لممارسات التحيز والانتصار للجماعة التي تمثل هويته، فهو بذلك يضع في الحسبان حاجته الماسّة والملحة للحفاظ على هوية اجتماعية ايجابية وبالتالي فالصور النمطية المعرفية التي

¹ عبد الله سيد معتز، مرجع سابق، ص135.

ينشأ عليها الفرد في سياقات تنشئته الاجتماعية هي التي توجه سلوكياته واتجاهات سواء تجاه جماعته الداخلية من جهة أو تجاه الجماعات الخارجية من جهة أخرى¹. وعليه فهذه الاعتبارات والتقسيمات من منطلق الانتماءات الهوياتية تصنع حوافز ومصوغات لممارسات التفضيلات، التحيزات والتّمييز وكلّها آليات تخلق وتتمّي التعصّب عند الفرد..

3.2.2. نظرية السلوك بين الجماعات:

تؤكد هذه النظرية على الدور الذي تؤديه العمليات المعرفية في تشكيل اتجاهات وأفكار الأفراد عن الجماعة التي ينتمون إليها والجماعات الموازية داخل المجتمع²، وترتكز هذه النظرية على جملة من المفاهيم والمفردات الأيديولوجية الخاصة بالتصنيف إلى فئات والإدراك الاجتماعي والقوالب النمطية في عملية تفسير الأفكار التي يكونها الأفراد والجماعات عن بعضهم البعض، وأشكال التحيزات (محفزات التعصّب) الموجودة بينهم ومواقفهم من الأحداث الاجتماعية، وما يشوبها من تشويهاً إدراكية تؤدي إلى تكتلات معرفية تكمن وراء التعصّب³.

3.2.3. نظرية الاتساق والتشابه العقائدي:

يعود الفضل للباحث روكيش وزملائه في عملية التنظير لهذا التوجه التفسيري للتعصّب؛ حيث تقوم هذه النظرية على جملة من المفاهيم التي يتم من خلالها تفسير ظاهرة التعصّب لدى الأفراد، ومن جملة تلك المفاهيم حدّد روكيش: (الجمود، الانغلاق الذهني، الانفتاح الذهني) وكلّ مفهوم منها يمثل لبّ إتساق المعتقدات، ويستخدم في تحديد وتوصيف جوهرها⁴.

¹ عبد الصّاحب، سالم جمعة، الاتجاهات العصبيّة وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه منشورة، (العراق: جامعة سانت كليمنتس، 2011)، ص 64، 65.

² حسني الجبالي، مرجع سابق، ص 480.

³ درويش زين الدين، مرجع سابق، ص 293.

⁴ عبد الصّاحب، سالم جمعة، مرجع سابق، ص 65.

ففي خضمّ تجاذبات الحياة يلاحظ مدى تعارض أو اتساق عناصر المعتقدات بين الأفراد والجماعات، فيشكل التعارض عاملاً للتنافر والتعصب في حين يحفز التشابه علاقات التلاحم والانجذاب بينهم، وهذه السلوكيات يرجعها روكيش إلى الذهنية الدوجماتية التي قدّمتها على أنّها نظام معرفي منغلِق نسبياً للاعتقاد في الحقيقة أو الواقع، وينتظم حول قاعدة من المعتقدات حول سلطة مطلقة توفّر بدورها هيكلًا من نماذج التعصب أو التسامح المعتدل نحو الآخرين¹ وعليه فالدوجماتية تشجّع على الانعزال والتمسك بمتناقضات من أفكار ومعتقدات وتنبّط كلّ محاولة لتقبّل التغيير أو التجاوب معه¹، وتصنع مصوغات وهمية للتعصب وكلّما ازداد عامل التشابه في المعتقدات بين الأفراد ازدادت جاذبية العلاقة بينهم؛ فمن طبيعة الأفراد الانجذاب نحو الذين يشبهونهم فكراً ومعتقداً وهذا الانجذاب يحدث بصورة موازية لمشاعر الكراهية والتعصب تجاه من لا يشبهونهم، ذلك أنّ إدراك عدم التشابه في الاتجاه والقيم والمعتقدات الجماعية يشكل آلية وحافزاً نفسياً أساسياً للتعصب².

3.3. نظريات التعلّم:

تؤكد نظريات التعلّم على أنّ التعصب اتجاه يتعلّمه الفرد ويكتسبه بالطريقة ذاتها التي يتعلّم ويكتسب بها باقي الاتجاهات والقيم النفسية والاجتماعية؛ حيث تتناقله الأجيال كمحصلة للقيم والثقافات العامة في سياقات عملية التنشئة الاجتماعية، وعليه فالتعصب هنا لا يعدو إلّا أن يكون جزءاً من ثقافة الفرد وبالتالي فسلوكيات هذا الأخير تجاه الآخرين (أفراد وجماعات داخلية أو خارجية) تتأسس

¹سامح ممدوح عبد الرؤوف، الاتجاهات التعصبية وعلاقتها ببعض الأساليب المعرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، (مصر: جامعة المنصورة، 2007)، ص 75.

²أميمن عثمان علي سالم، المرجع في علم النفس الاجتماعي، (ليبيا: دار الخمس للطباعة، 2007)، ص 355.

وتتحدّد وفقا للمفاهيم والقيم المتضمّنة في اتجاهه التّعصبي. ومن أبرز النظريات الخاصة بتفسير ظاهرة التّعصّب في سياق هذا التوجّه الفكري نذكر ما يلي:

3.3.1. نظرية التعلّم الاجتماعي:

يمثّل هذه النظرية عصبه من الباحثين أبرزهم: باندورا ووالترز، ولما كان التعلّم وفق هذا الاتجاه عبارة عن محصلة تراكمية تنتج عبر مختلف عمليّات التّمدجة والمحاكاة والأخذ بالعبرة؛ فوجود نموذج اجتماعي داخل المجتمع يجعل من أفعاله وسلوكيّاته محطّ محاكاة واقتداء من طرف باقي الأفراد¹ وتأسيسا على السّياق ذاته فإنّ التّعصّب هنا وكغيره من الاتجاهات النفسيّة يُعتبر من مكتسبات عمليّة التعلّم، والفرد يكتسب التّعصّب ويتبنّاه ويتمثّله بدافع الدّخول في الإطار الاجتماعي له والتّجاوب مع ما هو سائد فيه من قيم وأنماط ثقافية.

ويكتسب الأفراد اتجاهات ومعاني التّعصّب خلال تنشئتهم الاجتماعية عن طريق ثلاث نماذج رئيسية تتمثّل في: الوالدين، المدرّسين والأصدقاء ويُضاف لهم وسائل الإعلام والاتصال وتأثيراتها القيمة الثقافيّة، وهذا الاكتساب يتمّ في ظلّ وجود قابلية واستعداد ذاتيّ لدى هؤلاء الأشخاص للتأثّر والاقتداء بتلك النماذج بداية من مرحلة الطّفولة، ذلك أنّ التّعصّب ينمو ويتطوّر طرديًا مع نموّ الشّخص².

3.3.2. نظريّة الاشتراط الفعّال والاشترط الكلاسيكي:

وفقا لمفاهيم هاتين النظريّتين فإنّ الاشتراط يقود إلى تكوين وتعزيز وتثبيت الاتجاهات التّعصّبية في صورها الايجابية (التأييد) أو السّلبية (المعارضة والكرهية)، فالفرد محكوم بجزاء العقاب أو المكافأة كلّما تبنّى اتجاها معيّنًا أو عبّر عنه سواء نحو أفراد وجماعات داخلية أو خارجية، وبهذه الشّاكلة تتمّ عملية التّعزيز بالتكرار أو العقاب للتّرك.

¹ السيّد عبد الحليم محمود، الأسرة وإبداع الأبناء، (القاهرة: دار المعارف، 1980)، ص 42..

² درويش زين الدين، مرجع سابق، ص 294.

وهي عملية تبدأ مع الفرد بصورة مبكرة أي منذ طفولته وتنمو مع تقدّمه في العمر، ويلعب الوالدان دوراً أساسياً فيها من حيث أنّهما يركزان على آليات المكافأة والعقاب لغرس وتعزيز اتجاهات الكراهية والتعصّب والعنصرية لدى أبنائهما بالنظر إلى أنّهما يمثلان المحيط والسيّاق الثقافي التمهيدي المصغّر الذي يستقي منه الطّفّل مختلف الاتجاهات والقيم والمعايير السائدة في مجتمعه والمطلوب منه تمثّلها في أفكاره وتصرفاته والاستجابة¹ حتى يُحصّل الجزاء ويتفادى العقاب.

3.4. نظريّات الصّراع بين الجماعات:

يربط هذا التّوجّه النظري مسألة ظهور وتطور ظاهرة التعصّب في مجتمع معيّن بمختلف أشكال الصّراع التي تنتج عن التّعاملات والتّفاعلات التي تحصل بين الجماعات، ويتمّ التّركيز في هذا التّوجّه عند دراسة التعصّب على الجماعات بدلا من الأفراد على اعتبار أنّ الأفراد عناصر مشكّلة للجماعات، من أهمّ النظريّات التي ظهرت في هذا السيّاق نذكر ما يلي:

3.4.1. نظريّة الصّراع الواقعي بين الجماعات:

تنطلق هذه النظريّة من فكرة أساسيّة مفادها أنّ الصّراع الدائر بين الجماعات غالبا ما يكون منشأه التّضارب في المصالح والأولويات؛ فعندما تكون هناك مساعي حثيثة من الجماعتين لتحقيق هدف معيّن ويتأتّى لواحدة دون الأخرى يكون ذلك بمثابة الدافع والمسبّب الرّئيس الذي تتولّد بموجبه المشاعر العدائيّة والأحكام والنّفويّات السّلبية بين الجماعتين، وتتجلّى تلك العدائيّة على شاكلة تبادل للتّهديدات إذ يُصنّف التّهديد كأحد أبرز المحفّزات السيّكولوجية للتعصّب فالجماعات التي تتعرّض للتّهديد تكون أكثر عرضة لنشأة التعصّب لديهم².

¹ عبد الله سيّد معتز، مرجع سابق، ص 126، 140.

² عدنان محمود عبّاس، زهرة موسى جعفر، التعصّب لدى المراهقين، (العراق: مجلة ديالالبحوث الإنسانية، العدد: 58، 2013)، ص 220.

3.4.2. نظرية الصراع بين الريف والحضر:

تتناول هذه النظرية ظاهرة التّعبّ في الشّقّ المتعلّق بطبيعة الصّراع القائم بين الريف والحضر؛ حيث تؤكّد على أنّ انتقال الأفراد من الريف للعيش بالمناطق الحضرية يكون محفوفًا بالعديد من المخاوف، الحساسيات، والعدائية التي تُذكي الكراهية والتّعبّ لديهم تجاه سكّان الحضر؛ فتعقيدات الحياة الحضرية وارتفاع مستويات المعيشة داخلها تتطلّب من الأفراد النّازحين من الأرياف بذل جهود نفسية وجسمانية مُضنية للوصول إلى تلك المستويات ومواكبتها في ظلّ مخاوف من الفشل في تحقيق ذلك وهو الأمر الذي يوجّج لديهم تنافسية حادة وحساسيات ومشاحنات قيمية ومواقف إحباط عديدة تتشكّل بموجبها ظاهرة التّعبّ¹.

3.4.3. نظرية التهديد الجماعي في مقابل الاهتمام الفردي:

تؤكّد هذه النظرية على أنّ المحرك الأساسي للصّراعات بين الجماعات يكمن في ما يعتقدّه أعضاء بعض تلك الجماعات من أنّ حياتهم مستهدفة ومهدّدة من الجماعات الأخرى، وهو الأمر الذي يدفع كلّ جماعة إلى تركيز اهتمامها على حماية مصيرها العام والمستقبل الجماعي بدلًا من الاهتمام الذاتي المحصور في الاهتمامات الذاتية للأفراد كلّ حسب رغباته وأمانيه الخاصة، فكلّ جماعة تعتقد أنّ مصلحتها ترتبط ارتباطًا عكسيًا بمصلحة الجماعة الأخرى، ومن مقتضيات الانتماء الجمعي على كلّ عضو في جماعة معيّنة هو السّعي إلى حماية مصالحها وضمانها والرّفْع من فرص تجسيدها².

وعليه فالتّعبّ في هذه الحالة يتراءى في جملة من الاتجاهات الجماعية التي تُوجّه مسارات العلاقات والتفاعلات بين الأفراد داخل جماعتهم الواحدة من جهة وكذا تفاعلهم مع أفراد الجماعات الأخرى أين يتوجب أن تكون تفاعلاتهم وعلاقاتهم

¹ المعايطة خليل عبد الرّحمان، مرجع سابق، ص 215.

² عبد الصّاحب، سالم جمعة، مرجع سابق، ص 56.

مع الجماعات الأخرى مشحونة بمشاعر الكراهية والرغبة في الانتصار لمصلحة جماعة الانتماء.

3.4.4. نظرية الحرمان النسبي:

ترى هذه النظرية أنّ الاستياء وعدم الرضا اللذين تتولد عنهما ظاهرة التعصب هما مُحصّلة شعور أفراد جماعة معيّنة بالحرمان النسبي مقارنة بأفراد الجماعات الأخرى، وهو حرمان يحدث نتيجة تعارض توقّعات الأفراد عن الأشياء وشروط الحياة التي يعتقدون أنّهم يستحقّونها وبين قدرات بيئتهم الاجتماعية أو التّفاوت السلبي بين التّوقّع والواقع.

وعليه فالموقف الإحباطي الذي يواجهه من خلاله الأفراد العديد من المعوّقات المادية والنفسية التي تحول دون حصولهم على قيمة معيّنة أو احتفاظهم بها¹، وتأسيسا على ما سبق ذكره فإنّ إدراك مسألة الحرمان النسبي بين الجماعات تتأتّى عبر عمليّات المقارنة؛ ذلك أنّ التّفاوت الاقتصادي والاجتماعي الحاصل بين الجماعات يدفع بأفراد الجماعة المحرومة إلى إجراء مقارنات لمعيشتهم وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية الصّعبة مع ما تتوقّر عليه معيشة أفراد الجماعات الأخرى من إمكانيات ومؤهّلات جيّدة، وبالتالي فإدراكهم لهذه الحقائق يحملهم على التّعبير عن السّخط والاستياء الذي يُولّد مشاعر الخصومة والكراهية والتّعصب تجاه الجماعة المتفوّقة وأفرادها².

✓ التّعيب على النظريّات المفسّرة للتعصب:

استنادا على ما تمّ ذكره أعلاه حول أبرز النظريّات المفسّرة لظاهرة التعصب عند كلا المدرستين النفسية والاجتماعية فإنّنا نرى أنّ التعصب كظاهرة نفسية اجتماعية هو من الأمور المكتسبة لدى الإنسان ولا يولد معه؛ حيث يتمّ اكتسابه عن

¹الجزّار هاني، مرجع سابق، ص 60.

²عدنان محمود عباس، زهرة موسى جعفر، مرجع سابق، ص 220.

طريق جملة من العوامل النفسية والاجتماعية المعرفية والتعليمية التي تُكَمِّل أدوار العوامل والمسببات النفسية وتُذكي ظاهرة التَّعصّب لدى الفرد؛ فإذا انطلقنا من مسلمة خيرية الفطرة البشريّة فإنّ ذلك يقودنا إلى استحضار تفسيرات النظريّات النفسية التي تُرجع التَّعصّب لتراكمات مختلف التَّجارب النفسيّة العنيفة والقاسية التي يخضع لها الفرد في طفولته ضمن سياقات عملية التَّنشئة الأسرية، فضلا عن إحباطات الحياة وتراكماتها المكبوتة في لاشعوريّة الفرد من جهة، مع إمكانيّة تعزيز هذا الطّرح النفسي بافتراضات النظريّات الاجتماعية من جهة أخرى والتي تُرجع التَّعصّب إلى مقتضيات وإملاءات الانتماءات، السيّاقات والظّروف الاجتماعية والاقتصادية للجماعة، فأحيانا يكون التَّعصّب معيارا لإثبات وتثبيت صلات الانتماء والحفاظ على مصلحة الجماعة والانتصار لمختلف أفكارها وخصوصيّاتها وأنساقها القيمية الاجتماعية، العرقية، المذهبيّة، الأيديولوجية، والثّقافية في مقابل ما تقوم عليه الجماعات الموازية من أفكار وخصوصيّات وأنساق.

وعليه فالباحثة ترى أنّ هذا التَّنوع الأيديولوجي للنظريّات المفسّرة للتَّعصّب يُبرّر هذا التّباین والتَّنوع في تناول هذه الظّاهرة بالنظر إلى تباين منطلقات ومرتكزات كلّ نظريّة في تفسيرها عند مختلف المدارس النفسيّة أو الاجتماعية، وعليه فإنّ هذه النظريّات هي بمثابة الميراث الأدبي والإطار والسيّاق المفاهيمي الدّلالي الذي يُمكن الاستناد عليه في الجانب التّطبيقي الميداني من الدّراسة عند محاولة تحديد أشكال التَّعصّب بين الشّباب ومسبّباتها ودوافعها من جهة وكذا تحليل نتائج الدّراسة تحليلا علميّا موضوعيّا.

ثانياً - تجليات وتحديات ظاهرة التعصب لدى الشباب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

يمثل الشباب التركيبة الحيوية داخل المجتمع وهم أكثر الفئات تفاعلاً واستجابة لمختلف المستجدات والتطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال، ويتصدرون حالياً قائمة المستخدمين لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك تأسيساً على اعتبارات متنوعة تتعلق بما يوفره لهم من مساحات تفاعلية واتصالية متنوعة مكنتهم من خلق عوالمهم الافتراضية الخاصة بهم وممارسة نشاطات متعددة.

إلا أن موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك قد تحول في الوقت الراهن إلى فضاء صراعات ومشاحنات بين العديد من المتعصبين والمتطرفين الشباب الذين تتبني عصبيتهم على جملة من المحفزات والاعتبارات المتباينة الصيغ من؛ دينية، عرقية، سياسية أو طائفية...إلخ، غير أن تباينها من حيث الدافعية لا يحول دون تلاقيها في غائية مشتركة وهي الدعوة والتحريض على العنف والكرهية، الحقد وازدراء الآخرين. وعليه فانتشار ظاهرة التعصب عبر مستخدمي فيسبوك من الشباب يأتي محصلة لجملة من السمات والخصائص المتوافرة عبر هذا الموقع .

1. سمات وخصائص موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك المستخدمة

في الترويج للتعصب بين الشباب :

هناك العديد من السمات والخصائص التي تؤهل موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لأن يكون ركيزة أساسية في نشر ظاهرة التعصب وتوسيع نطاقاتها المفرداتية وأنشطتها بين الشباب، وفي الآتي بيان ذلك:

1.1. الجماهيرية الواسعة وكثافة الاستخدام:

حيث يرتبط تأثير موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في نشر التعصب بين مستخدميها الشباب بجماهيريته الواسعة وكثافة استخدامه التي ومن خلالها يكون المستخدم الشاب عرضة لاكتشاف واكتساب جملة من المعاني والمعتقدات

والتصوّرات المتعصّبة والمتطرّفة تجاه مكوّنات عالمه من آراء وانتمايات أيديولوجية أو اثنيّة، وهي تصوّرات مغايرة تماما لحقيقة واقعه؛ فكثافة الاستخدام تخلق لمعاني التّعصّب (الكراهية، الحقد، الازدراء، التّمتر، التّمييز، التّطرّف...) قابلية لدى المستخدمين وبفعل الاعتياد عليها تترسّخ في ذهنيّته وشعوره على أنّها القوام المحرّك والمحور الرّئيس لمختلف العلاقات الذي تتحدّد وفقه وتبني على أساسه المعاملات والصّلات مع الآخر¹.

وجماهيرية الفيسبوك تأتي كمحصّلة للتّزايد المستمرّ في أعداد مستخدميه عبر السّنوات؛ ففي الجزائر مثلا كشف تقرير دولي جديد حول عدد مستخدمي الأنترنت ومواقع الشّبكات الاجتماعية في العالم أنّ الجزائر تأتي في المراتب الأولى عالميا من حيث مستخدمي الفيسبوك أين بلغ عدد مشتركها إلى غاية جانفي 2021 حوالي: 23 مليون مستخدم يمثلون 71.8% من إجمالي السّكان الذين يتجاوز سنّهم 13 سنة، وهذه النّتائج توحى بالأهميّة الكبيرة التي يحظى بها الفيسبوك في ثقافة الحياة الشّبابية اليوم بحيث أصبح بمثابة روتين أو نمط من أنماط الحياة العصرية لديهم، فضلا عن كثافة الحجم السّاعي للاستخدام والذي يتجاوز النّثلاث ساعات في اليوم، وهو حجم يتعدّى المعدّل العالمي المرجعي المقدّر بـ3 ساعات و22 دقيقة².

1.2. قوّة التّأثير في الرّأي العام:

فمن خلال تنوّع وتعدّد الخاصيات والخيارات الخدماتية المتوافرة عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك مثل (خاصيّة المشاركة للمنشورات، التّعليقات، الإعجابات) والتي تسمح للمتعبّين ببتّ ونشر مفاهيمهم وأفكارهم المتعصّبة عن

¹ السّرحان أحمد فيصل، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية: استراتيجيات المواجهة، (الأردن: جامعة الزّرقاء، المؤتمر الدّولي للإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، 16-18، ماي، 2017)، ص12.

² الشروق أونلاين، إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التّواصل الاجتماعي في الجزائر، 11، 02، 2021، تاريخ الدّخول: 02، 06، 2021، التّوقيت 18:44: <https://www.echoroukonline.com/>

طريق التعليق في المواقع الإخبارية والمجموعات الشبابية الخاصة والعامّة، أو مشاركة المنشورات المتعصّبة التي يحولها تداولها الكبير إلى قضايا رأي ورواجها وتكرارها يضفي عليها قوّة تأثيرية على الشباب المستخدم¹.

1.3. التفاعلية الاتصالية المرتفعة:

حيث تعتبر التفاعلية ومقوماتها الحوارية المتوافرة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك أبرز ميكانزمات العملية الاتصالية الاجتماعية (على غرار مختلف تطبيقات الإعلام الجديد)؛ وتقوم هذه الخاصية على فكرة تبادلية الأدوار بين طرفي العملية الاتصالية (المرسل/المستقبل) أين يتداول الطرفان على منزلي الإرسال والاستقبال بشكل دوري مرتّب ومتراثل، وهو ما من شأنه إتاحة فرص متساوية لكليهما للتحكّم في المعلومة المتداولة بينهما إصدارا واستقبالا وتعليقا، وبالتالي فالتفاعلية هنا تتراءى ضمن جملة من الآليات الحوارية كالتراسل الفوري، غرف الدردشة، والتعليقات وغيرها، وكلّها آليات يُدمج عبرها المستخدمون في حوارات تشاركية ثنائية أو جماعية تنشأ في سياقاتها العديد من النقاشات والسّجلات غير العقلانية فتصبح بذلك المضامين المتشدّدة والمتعصّبة أكثر تداولية بينهم ويتمّ إذكاء النّعرات والحساسيات بمصوغاتها الدّينية، العرقية الجنسية.. إلخ، ومن هنا تسهل عملية انسياق الشباب خلف الشّعرات العاطفية للخطابات المتعصّبة التي تستهدف في غالبيتها الحشد وإثارة الحساسيات والنّعرات وبتّ الكراهيات ومشاعر الازدراء تجاه الآخرين خاصّة وأنّ التفاعلية عبر الفيسبوك محبّبة كثيرا عند الشباب المستخدم.

1.4. القوّة والفاعلية التّأثيرية للوسائط الإعلامية:

¹صخر أحمد الخصاونة، سهل علي العتوم، دور وسائل التّواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، (فلسطين: مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشّرعية والقانونية، 2021)، ص

يحتوي موقع الفيسبوك على تشكيل متنوع ومدمج من الوسائط الإعلامية الداعمة كالملفات النصية والصور والفيديوهات، وتتميز بقدرتها الكبيرة على جذب الانتباه والتأثير على المستخدمين الشباب، وهو ما يجعل منها وسيلة لعرض المواقف والآراء والتعليقات العنصرية المبطنة بمعاني تعصبية حساسة تثير المشاحنات والصراعات والأحقاد.

1.5. الحرية الواسعة:

يتيح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لمستخدميه الشباب مساحة حرية لا حدود لها لإبداء آرائهم ومواقفهم والترويج لها، وبت خطاباتهم التي تتجاوز في أحيان كثيرة حدود إبداء الرأي أو الموقف إلى محاولة فرضه عنوة باستخدام ألفاظ ومعاني متعصبة وعنصرية مشحونة بالكراهية والازدراء والتتمر تجاه الآخرين.

1.6. اللاهوية وانعدام المخاطرة:

فدخول موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وإنشاء صفحة شخصية عبره لا يتطلب الكشف عن الهويات الحقيقية للمستخدمين أو مخاطرة من حيث الرقابة القانونية والجزائية، وهو الأمر الذي شجع المتعصبين على ولوج هذا الموقع والتعبير عن مواقفهم وآرائهم المتعصبة بكل كراهية وحقد وازدراء دون الخضوع إلى مرجعية قانونية أو أخلاقية تضبط ممارساتهم تلك.

1.7. الدعاية والتضليل ونشر الأكاذيب:

يقدم موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك خدمات عديدة توسع من نطاقات الممارسات التعصبية بهدف الدعاية والتضليل ونشر كالأخبار والمعلومات الكاذبة والمفبركة والمزيقة¹، وتأتي خاصية التعليقات في مقدمة تلك الخدمات من حيث أنها تلعب دورا كبيرا في تضخيم الأخبار الكاذبة والشائعات وإعطائها حجما أكبر مما تستحقه فهناك علاقة سببية بين انتشار ونشر وبت الأكاذيب مع إرادة تغذية التعصب ونشر الحقد والكراهية واختلاق الخلافات وتضخيمها داخل المجتمع.

¹رضوان بوجمعة، آليات مواجهة خطاب الكراهية في وسائل الإعلام بين القانون الدولي والانسانى والأخلاقي، (مرصد الإعلام في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا)، ص12.

وفي هذا الإطار يقول Delphine Van Solinge "فأحيانا يكون الخبر عادياً، ولكنّ التعليقات تتطلق بأسماء حقيقية وأسماء مستعارة فإذا كانت الأخلاقية ومنظومة السلوك لا تمنع مثل هؤلاء الأفراد أن يبنوا سمومهم في المجتمع، أليس هناك رادع قانوني لمحاسبة المسؤولين عن هذه المواقع"¹.

2. تجليات ظاهرة التّعصّب المتداولة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

حدّدت الأدبيّات الاجتماعية والإعلامية جملة من النّقاط التي هي بمثابة أشكال ومظاهر للتّعصّب عبر مواقع الشّبكات الاجتماعية عموماً والفيسبوك خصوصاً، وسنحاول من خلال هذه الدّراسة اتخاذها كمقاييس أو مؤشّرات لاختبار الدّلالة العلائقية بين استخدام الشّباب لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب لدى الشّباب وهذه المظاهر تتحدّد عبر مستويات معيّنة نوضّحها في الآتي:

2.1. الدّعى للعنف، الدّعى للتمييز العنصري، الدّعوة لعدم قبول السّلام؛ وتعبّر

هذه العناصر عن المستوى الأقوى والأعنف لظاهرة التّعصّب لاعتبارات تتعلّق بأنّ التّعصّب هنا إنّما ينتقل بشحناته العاطفية الحادّة من الفضاء الافتراضي الفيسبوكي إلى الواقع الحقيقي وتكون له نتائج وخيمة تصل إلى التّعدي الماديّ الجسماني على الآخرين وإقصائهم .

2.2. تبرير تاريخي لوقائع عنف وتمييز، تصريحات تشكّك بوقائع تاريخية لأحداث

عنف أو تفرقة أو تمييز، الحديث عن جرائم دينية أو اثنية لجماعة ضدّ أخرى، نشر ودعم أفكار بشأن تفوّق جماعة على أخرى، اتهامات للتأثير السّلبى لشخص أو جماعة دينية أو عرقية على المجتمع والدّولة؛ وتصنّف هذه المؤشّرات ضمن المستوى المتوسّط للتّعصّب، وهي تعتمد على إثارة وتحريك الحساسيات انطلاقاً

¹خلود سلام صالح، دور المنصّات الإعلامية الإلكترونيّة في محاربة خطاب الكراهية، (برلين: مجلّة الدّراسات الإعلامية، العدد: 11، ماي 2020)، ص 80

من أحداث تاريخية مؤلمة وإعادة استحضارها وتقديم مغالطات وقراءات سلبية حولها بما يثير التوتّر بين مكّونات المجتمع.

2.3. خلق صورة سلبية عن جماعة دينية أو اثنية عبر نشر تصريحات بشأن عدم ملائمة أو عدم كفاءة جماعة ما، تصريحات بشأن عيوب أخلاقية لمجموعة دينية على نحو مهين في سياق اقتباسات من خطاب كراهية ونصوص دون التعليق عليها¹.

وتتدرج هذه المؤشّرات تحت المستوى الناعم من التّعصّب، وهي تستهدف التركيز على صورة أو شكل محدّد من التّعصّب وهو الجانب الدّيني عن طريق استهداف جماعة دينية معيّنة وتقديم صورة نمطية سوداوية عنها، وتمّت الإشارة مسبقا في إطار هذا البحث إلى أنّ الشقّ الدّيني وحساسياته كان من أبرز وأقدم أشكال التّعصّب التي عرفتها البشرية.

ومن جانب آخر حدّد علماء النفس خمس درجات تعبّر عن ظاهرة التّعصّب وفق أساليب سلوكية تتجلّى في الآتي ذكره:

أسلوب كلامي معارض لأفكار أو أشخاص، تعبير لفظي حادّ عنصري تجاه أقلّيات أو انتماءات اثنية، التّجنّب والتّمييز عن طريق استثناء أعضاء جماعة مقصودتهم بعض الحقوق الاجتماعية، العدوان الفعلي، الفعل، نبرة الصّوت، عدم احترام الحيّز الشّخصي للآخرين، التّمييز الاسنادي، تفسير السلوك السّلبى الصّادر من أعضاء الجماعة الأخرى باعتباره أصيلا ونابعا عن طبيعتهم أكثر من تفسير ذلك باعتباره ناتجا عن ملابسات الموقف الذي كانوا فيه ويحدث العكس للسلوك الإيجابي².

¹ يبرق حسين جمعة الرّبيعي، مرجع سابق، ص8.

² دكت جون، مرجع سابق، ص109.

3. تحدّيات ورهانات مواجهة ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك:

3.1. تحدّيات مواجهة ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك
إنّ الدّارس لموضوع تغوّل ظاهرة التّعصّب داخل موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك يُمكن أن يقف على جملة من التّحدّيات التي تصعّب من مهمّة مجابهة هذه الظّاهرة:

3.1.1. التّحدّيات الأيديولوجية الثّقافية: وهي من أبرز التّحدّيات وأكثرها جدلية، ويمكن أن تُناقش من زاويتين اثنتين:

الزّاوية الأولى تتعلّق بالحساسيات البنيوية التّركيبية داخل المجتمع فتعدّد الانتماءات والتّقسيمات داخل المجتمع وانتفاء آليات وجهود تفعيل الضّمير الجمعي والمشتركات الثّقافية داخل المجتمع الجزائري مثلا وإهمال مسألة تطهيرها ضمن مؤسّسات التّربية والتنشئة الاجتماعية يودّي إلى تثبّط معاني الانتماء الجمعي لدى الفرد وتثنيه عن بذل مجهوداته في هذا الإطار.

أمّا الزّاوية الثّانية فتتعلّق بالاختلافات الأيديولوجية الثّقافية حول مسألة الضّبط المفاهيمي لمصطلح التّعصّب والمؤشّرات الدّلالية الخاصّة به على مستوى العالم؛ فمصطلح التّعصّب يتميّز بالنّسبية المفاهيمية من بيئة إلى أخرى، وهو ما يجعله فضاء تستغلّه بعض الشّعوب والدّول وفق ازدواجية واضحة تُصعّب من مأمورية تفكيك وتحديد المفاهيم والمؤشّرات الخاصّة به عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك، فضلا عن ذلك فإنّنا نلاحظ بأنّ سياسة نظام الفسيبوك في حدّ ذاتها تساهم في تعزيز وتبرير عديد التّجاوزات والمخالفات لبعض الأقليات الاثنية والأيديولوجية على حساب أخرى.

3.1.2. تحدي الأمية الرقمية والفهم الخاطئ لحرية التعبير عبر موقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك، ويمكن مناقشة هذا التحدي أيضا من زاويتين إثنين:

تتعلق الزاوية الأولى بالأمية الرقمية المرتبطة باستعمال موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك أو كيفية التعامل مع المضامين والمحتويات المنشورة عبره؛ فهذا الأمر يعتبر تحديًا كبيرًا من حيث أنّ الاستخدام غير الرشيد لهذا الموقع والافتقار إلى خلفية معرفية وقيمة أخلاقية مرجعية في التعامل مع المضامين المتاحة عبره يساهم في غلغلة ظاهرة التعصب بشكل مباشر وغير مباشر وسط المستخدمين، خاصة في ظلّ الفهم الخاطئ لحرية التعبير التي تمّ تمييعها في هذا الإطار وأصبحت الممارسات غير الأخلاقية من السب والشتم والتمييز العنصري والسخرية من الآخرين كلّها سلبيات يتمّ نشرها وتداولها تحت غطاء حرية التعبير.

أما الزاوية الثانية فتتعلق بالنظام العام للشبكة العنكبوتية عموماً وبموقع الفيسبوك خصوصاً حيث أنّها لا تزال تفتقر لأنظمة تدخّل آلي تجاه المضامين المتعصبة أو مؤشّراتها وبذلك نجد أنّ هذه النظم في حدّ ذاتها تساهم في تشجيع تنامي وانتشار هذه الظاهرة ومختلف الممارسات المعبّرة عنها، وفي هذا السياق فإنّ عديد الخدمات والتطبيقات المتضمّنة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك (التعليقات، الإعجابات مشاركة المضامين...) كلّها عناصر مساهمة في توسيع نطاقات التعصب وإيصالها إلى قواعد شبّانية واسعة.

3.1.3. التحدّيات القانونية التشريعية، وتتمثّل هذه التحدّيات في:

- غياب التشريعات أو عدم وضوحها بشأن القرائن القانونية لمضامين التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.
- صعوبة تحديد المسؤول المباشر عن نشر ودعم المضامين المتعصّبة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، وذلك بالنظر إلى أنّ الدخول عبر هذا الموقع غالباً ما يتمّ باستخدام بيانات وهويّات شخصية وهمية، وبالتالي فمن ناحية قانونية هذا

الأمر يخلّ بتحديد أركان الجناية المتمثلة في التّجاوزات الأخلاقية التّعصّبية عبر الفيسبوك.

- ضعف المنظومة التشريعية الجنائية الخاصة بموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك عموماً والجرائم المتعلقة به خصوصاً، وعدم قدرة التّشريعات المتوقّرة الحالية على استيعاب تلك الجرائم كونها لا تلمّ بجزئيات المخالفات في هذا الإطار (كالتّحريض على الكراهيات، والتّصريح العلني والضمّني بتعصّب الشّخص تجاه الآخرين أو المساس بمعتقداتهم وكرامتهم).

3.2. رهنات مواجهة ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك:

أمام مختلف التّحدّيات التي يفرضها اليوم انتشار ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبكات الاجتماعية فيسبوك فإنّ محاولة إيجاد حلول ومنافذ لهذه الظّاهرة والحدّ من انتشارها يضعنا أمام العديد من الرّهانات التي يستوجب أن تُفعل وتُجسد على أرض الواقع:

3.2.1. الرّهان الفكري، ويرتبط هذا الرّهان بجملة من النّقاط تتلخّص في الآتي:

- ضرورة تفعيل المنظومة التّعليمية البيداغوجية على مستوى المؤسّسات التّربوية التّعليمية لتواكب التّحدّيات الجديدة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال (موقع الشّبكات الاجتماعية فيسبوك) عن طريق إدراج مقاييس ما يعرف اليوم عالمياً بالتّربية الإعلامية الرّقمية ضمن البرامج البيداغوجية العامّة.
- تطوير مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشّبكات الرّقمية¹، إلى مهارات موجّهة وهادفة قصد ترشيد استخدام الشّباب للموقع.
- ترقية أساليب التّفكير لدى المستخدمين الشّباب خاصّة مجال التّفكير التّقدي تجاه مختلف الرسائل والمضامين المتداولة عبر موقع الفيسبوك ليكون ذلك بمثابة

¹ بشرى حسين الحمداني، التّربية الإعلامية ومحو الأمية الرّقمية، ط1، (عمان: دار وائل للنّشر والتّوزيع، 2015)، ص 117.

مناعة أخلاقية ضدّ كل مخالفات أو تجاوزات تتدرج ضمن نطاق ظاهرة التّعصّب.

- التركيز على تنشئة مواطن (شباب) رقمي مسؤول ومشبع بمبادئ التسامح وتقبّل الآخر، واعتبار التّنوع داخل المجتمع المحلّي والدّولي عامل تكامل وتفاعل بدلا من الصّراع والتّعصّب.

3.2.2. الرّهان الإعلاميّ، يتضمّن العناصر التّالية:

- ضرورة النهوض بمستوى الوعي والحس الإعلاميّ لدى الشّباب المستخدم لموقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك وتشجيعهم على التّثبت من جميع الأخبار والمعلومات المتداولة عبر الموقع، خاصّة تلك التي تحمل في ثناياها إيحاءات ومؤشّرات عدائيّة تعصّبية.

- استثمار ما يوفّره موقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك من مساحات حرّة للنّشر قصد التّوعية وبتّ مضامين تشجّع على الاحترام والتّعايش السّلمي وتقبّل الآخر بمختلف خصوصياته.

- تفعيل آليات تقنية وتكنولوجية نظامية ذكية تتولّى مهام الرّدع الآلي والآني لظواهر ومضامين التّعصّب عبر موقع الفيسبوك.

3.2.3. الرّهان التّشريعيّ القانونيّ، ويتضمّن العناصر التّالية:

- تأهيل وتحيين القوانين والتّشريعات الخاصّة بجرائم التّعصّب والكراهيات والتّمييز عبر موقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك وضرورة استيعابها لمختلف القرّائن والعناصر الجزائيّة المكوّنة لهذه الظّاهرة.

- تحقيق الإجماع الدّولي حول الحقول والدّلالات المفاهيمية والاصطلاحية لظاهرة التّعصّب ومؤشّراتها عبر موقع الشّبكة الاجتماعيّة فيسبوك حتى يسهل التّعامل معها بشكل قانونيّ في إطار اتفاقيات التّعاون الدّولي.

3.2.4. الرّهان المجتمعيّ، وتندرج ضمنه العناصر التّالية:

- العمل على اجتثاث منابع الفكر العنصري والمتعصّب الذي يؤسّس للكراهيات والأحقاد بين الأفراد والجماعات وذلك وفقا لاستراتيجيات نفسية واجتماعية تحرص على الصّالح الفردي في إطاره الجمعي.
- ترسيخ ثقافة الاستخدام الواعي والرّشيد لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك، والتّعامل مع المضامين والمحتويات المتداولة عبره وفق خلفية فكرية وقيمة تحول دون الانسياق خلف التّيّارات والأفكار المتعصّبة والعنصري

خلاصة الفصل الثاني:

- بناء على ما تمّ طرحه عبر مختلف عناصر هذا الفصل يمكن أن نخرج
بجملة من الاستنتاجات الهامة:
- أنّ ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك ما هو إلاّ تمّدّد رقمي لظاهرة نفسية واجتماعية متغلّظة في التّاريخ والواقع البشري.
 - يعبر التّعصّب عن مشاعر نفسية مشحونة تتعلّق بتجارب ذاتية للفرد مع مكوّنات عناصر بيئته الأسرية والاجتماعية التي غالبا ما تذكي وتنمي تلك المشاعر السلبية بطريقة مباشرة وغير مباشرة وهو ما أكّده عديد التّماذج النّظرية للمدرستين النّفسية والاجتماعية.
 - ظهور موقع الفيسبوك وانتشار استخدامه بين الفئات الشّبّانية كان عاملا مساعدا في توسّل ظاهرة التّعصّب لفضاءاته الرقمية وتصبح جزءا من مضامينه المرتكزة في نقشيها على شعبيّته الواسعة ، وقوّة تأثيره، ولا محدودية الحرية عبره في التّعبير عن الاتجاهات والرّوى والمواقف بصورة تنافي الأخلاقيات وتتجاوز الأطر والحدود المتعلّقة باحترام وتقبّل الآخر والعيش في تواصل وتفاعل بناء..
 - تندرج خاصية الحرية في النّشر، واللاهوية وغيرها من الصّفات والخصائص التي يتأسّس عليها نظام الفيسبوك ضمن أبرز العناصر الفاعلة في تسهيل انتشار ونقشي ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك.
 - هناك العديد من التّحدّيات والرّهانات التي تقف أمام مساعي مواجهة ومجابهة نقشي ظاهرة التّعصّب بين الشّبّاب عبر موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك، تتقدّمها التّحدّيات والرّهانات التكنولوجية، الأيديولوجية، والقانونية التّشريعية.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

1. عرض النتائج ومناقشتها

2. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات والفرضيات

أولاً- عرض النتائج ومناقشتها:

1. المحور الأول- البيانات الشخصية:

1.1. الجنس:

جدول رقم (03) يوضّح توزيع عيّنة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
32.8	132	ذكر
67.2	270	أنثى
100	402	المجموع

تبيّن من خلال الجدول أعلاه أنّ الفئة الغالبة على عيّنة دراستنا هي الإناث بنسبة مئوية مقدّرة بـ: 67.2%، في حين تُقدّر نسبة الذكور بـ: 32.8%.

وهي النتيجة التي لا تعبر عن ما قدّمه التقرير الدولي الأخير لسنة 2021 حول مستخدمي شبكة الأنترنت عموماً والفيسبوك خصوصاً في الجزائر أين أظهر أنّ ما نسبته 62% من مستخدمي شبكة الفيسبوك ذكور في حين قدّرت نسبة الإناث بـ 38% فقط¹.

لكن ومن خلال هذه الدراسة وبالنظر إلى خصوصية العيّنة المبحوثة والمتمثلة في الطّلبة الجامعيين فيمكن تفسير تفوّق نسبة المستخدمين الإناث على الذكور بطبيعة المكوّن البشري على مستوى الجامعات الجزائرية حيث تعرف في كلّ سنة تفوّق الملتحقين بها من فئة الإناث على حساب فئة الذكور بالنظر إلى أنّ نسب النّجاح في شهادة البكالوريا التي غالباً ما تكون للصالح الإناث².

¹ الشّروق أونلاين، إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التّواصل الاجتماعي في الجزائر، مرجع سابق.

² الشّروق أونلاين: بكالوريا 2021.. تراجع نسبة النّجاح والإناث يتفوّقون على الذّكور، تاريخ النّشر 30، 06، 2021، تاريخ الدّخول: 12، 12، 2022، توقيت 17.00، <https://www.echoroukonline.com/>

1.2. السن:

جدول رقم (04) يوضّح توزيع عيّنة الدّراسة حسب السنّ

السنّ	التكرار	النسبة المئوية
من 18-20 سنة	40	10.0
من 20-23 سنة	104	25.9
أكبر من 23 سنة	258	64.2
المجموع	402	100

يبرز من خلال الجدول أعلاه والمتعلّق بخصائص عيّنة الدّراسة وفق متغيّر السنّ، تفوّق الفئة العمرية التي تتجاوز 23 سنة على بقية الأعمار حيث تُقدّر نسبة هذه الفئة بـ: 64.2% من العيّنة المدروسة ثمّ تليها الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة بنسبة 25.9%، في حين تذيّلت الفئة العمرية من 18 إلى 20 سنة النّسب بما يُقدّر بـ: 10.0%، وهذه النّتائج يمكن تفسيرها بما يوضّحه الجدول أدناه والمتعلّق بالمستويات التّعليمية المدروسة حيث أنّه إذا تمّ جمع نسبة فئة الماستر 56.2 مع نسبة فئة الدّكتوراه 10.9 فستعطي تفوّقا كبيرا لهذين المستويين -67.1% الذين تتجاوز أعمارهم في الغالب العشرين سنة في مقابل فئة الليسانس التي تكون في حدود العشرين سنة مع الأخذ بعين الاعتبار أنّ سنّ الالتحاق بالجامعة حاليا بعد الحصول على شهادة البكالوريا قد يتراوح بين 17 و18 سنة غالبا.

1.3. المستوى:

جدول رقم (05) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
32.8	132	ليسانس
56.2	226	ماستر
10.9	44	دكتوراه
100	402	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي تفوق نسبة طلبة الماستر بما يقدر بـ: 56.2%، تليها فئة طلبة الليسانس بنسبة: 32.8%، وأخيرا فئة طلبة الدكتوراه الذين لا تتجاوز نسبتهم حدود 10.9%، وهي نتائج منطقية بالنظر إلى أنّ انتقال الطلبة بين طوري الليسانس والماستر يكون بشكل نظامي وبدفعات معتبرة تعكس ارتفاع نسبتهم، في حين أنّ الالتحاق بطور الدكتوراه يخضع لعمليات مسابقات علمية وتكون المقاعد البيداغوجية في هذا المستوى محدودة قد لا تتجاوز الثلاث مقاعد لكل تخصص علمي.

1.4. التخصص:

جدول رقم (06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
46.8	188	علمي
53.2	214	أدبي
100	402	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بمتغير تخصص الدراسة تفوق فئة الطلبة الأدبيين بنسبة 53.2% على حساب الطلبة ذوي التخصص العلمي والمقدرة نسبتهم بـ: 46.8%، ويمكن تفسير هذه النتائج بطبيعة الجامعات التي استقينا منها عينة الدراسة حيث أنّ الجامعات الثلاث المتمثلة في: الأخوة منتوري (قسنطينة)، أحمد بن بلّة (وهران)، قاصدي مرياح (ورقلة) يغلب عليها الطابع الشامل لعدد التخصصات والتي تمسّ في غالبيتها فروع: العلوم الإنسانية والاجتماعية وكذا اللغات والآداب مع وجود طبعاً بعض التخصصات العلمية، في حين تتفرد جامعة يوسف بن خدة (الجزائر العاصمة) بطابعها العلمي المحض.

1.5. الانتماء الجغرافي:

جدول رقم (07) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الانتماء الجغرافي

النسبة المئوية	التكرار	الانتماء
23.4	94	الشرق الجزائري
38.3	154	الوسط الجزائري
15.4	62	الغرب الجزائري
22.9	92	الجنوب الجزائري
100	402	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه والمخصص لمتغير الانتماء الجغرافي لأفراد عينة الدراسة تفوق نسبة الأشخاص المنتمين لمنطقة الوسط الجزائري بنسبة: 38.3%، تليها نسبة أفراد الشرق الجزائري والمقدرة بـ: 23.4%، ثم نسبة الأفراد المنتمين لمنطقة الجنوب الجزائري والمقدرة بـ: 22.9%، وأخيراً نسبة أفراد الغرب الجزائري والمقدرة بـ: 15.4%، وهي النتائج التي لا تتناسب بالضرورة ونتائج الجدول

السابق المتعلق بتوزيع نسب التخصّص العلمي وطبيعة الجامعة باعتبار أنّ الانتماء البيداغوجي لا يعبر بالضرورة عن الانتماء الجغرافي الأصلي للطالب.

1.6. مكان الإقامة:

جدول رقم (08) يوضّح توزيع عيّنة الدّراسة حسب مكان الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
73.1	294	المدينة
26.9	108	الرّيف
100	402	المجموع

يتبيّن من خلال الجدول أعلاه والمتعلّق بخصائص عيّنة الدّراسة وفق متغيّر مكان الإقامة تفوّق نسبة سكّان المدينة بما يقدر بـ: 73.1% في مقابل سكّان الرّيف الذين لم تتجاوز نسبتهم 26.9%.

من خلال النتائج المتحصّل عليها في إطار محور البيانات الشخصية يمكن اعتبار هذه المعايير عناصر ومؤثّرات فاعلة في توجيه متغيّرات الدّراسة من حيث تحديد غائية الاعتماد والاستخدام لموقع الشّبكة فيسبوك من جهة، أو في توجيه أشكال، معاني، مظاهر ومؤثّرات متغيّر التّعبّص، وذلك استناد لما تقتضيه الأدبيّات الإعلامية والنفسية الاجتماعية في هذا السّياق.

2. المحور الثاني- استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة

الاجتماعية فيسبوك من حيث العادات، الأنماط والدوافع:

2.1. عرض نتائج التساؤل الأول- عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

جدول رقم (09) يوضح تكرار استخدام الشباب لموقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	استخدام الفيسبوك
0.5	2	نادرا
18.9	76	أحيانا
80.6	324	دائما
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يكون بشكل دائم عند نسبة 80.6 % من مجموع أفراد عينة الدراسة، وبشكل متوسط بنسبة 18.9 %، كما نلاحظ أنه من النادر جداً ألا يستخدم الشباب الجزائري الشبكة الاجتماعية الفيسبوك وذلك بنسبة 0.5 %.

وعليه يمكن القول أنّ استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من قبل الشباب الجزائري (عينة الدراسة) يكون بشكل دائم.

جدول رقم (10) يوضح تكرار معدل استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في اليوم

النسبة المئوية	التكرار	استخدام الفيسبوك
8.0	32	أقل من ساعة
34.8	140	من ساعة إلى 3 ساعات

57.2	230	3 ساعات فأكثر
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ معدّل استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في اليوم عند عينة الدّراسة بلغ نسبة 57.2% عند الأفراد الذين يفوق استخدامهم أكثر من 3 ساعات، أمّا الذين يستخدمون الموقع بين الساعة والثلاث ساعات فهو 34.8%، ونجد الذين يستخدمون الشبكة الاجتماعية فيسبوك لأقل من ساعة هو 8.0%.

وبالتّالي ومن خلال أنّ استخدام أفراد العينة لموقع الشبكة الاجتماعية يكون مرتفعا عند المعدّل أكثر من ثلاث ساعات يمكن القول أنّ هذا الاستخدام يعدّ كثيفا جدّا، وفي حدود معدّل الاستخدام العالمي المرجعي والمقدّر بـ: 3 ساعات و 22 دقيقة¹.

جدول رقم (11) يوضح تكرار الوسيلة المستخدمة لتصفح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة المستخدمة
73.6	296	الهاتف
5.5	22	أبياد
5.5	22	كمبيوتر شخصي
15.4	62	هاتف+كمبيوتر
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ أكثر وسيلة مستخدمة لدى أفراد العينة لتصفح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هي الهاتف بنسبة 73.6%، تليها نسبة

¹ الشروق أونلاين، إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التّواصل الاجتماعي في الجزائر، المرجع السابق.

15.4% للذين يستخدمون الهاتف والكمبيوتر الشخصي معا، أما الذين يستخدمون جهاز الايباد والكمبيوتر الشخصي فقط فقد بلغت نسبتهم 5.5% لكل مجموعة. ويمكن أن نوعز ارتفاع نسبة استخدام جهاز الهاتف النقال لتصفح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك إلى سهولة استخدام وحمل ونقل الهاتف من جهة، وكذا احتواء نظام خدمات هذا الأخير على بطاقة متنوعة لمختلف التطبيقات الاجتماعية التي تسهل طبعا الولوج لتلك المواقع، وبالنسبة لهذه النتائج فقد جاءت مطابقة تماما لما نشره التقرير الدولي حول إحصائيات شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر؛ حيث كشف التقرير عن الاعتمادية المرتفعة لشباب الجزائري على جهاز الهاتف النقال في تصفح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بنسبة تقدر بـ: 86.4%¹. جدول رقم (12) يوضح تكرار الأوقات التي يرتفع فيها معدل استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك

أوقات الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	10	2.5
الظهيرة	64	15.9
المساء	272	64.7
المساء+الظهيرة	36	9.0
الظهيرة+الصباح	20	5.0
المجموع	402	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكثر وقت يستخدم فيه أفراد عينة الدراسة موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هي فترة المساء بنسبة 64.7%، تليها فترة الظهيرة بنسبة 15.9%، ثم نسبة 9.0% للذين يستخدمون الفيسبوك في الظهيرة

¹ الشروق أونلاين، إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، المرجع السابق

والمساء، ثمّما نسبته 5.0 % للذين يستخدمون الفيسبوك في الصباح والظهيرة، أمّا أقل وقت لاستخدام الفيسبوك فقد ظهر في حدود نسبة 2.5 % بالنسبة للفترة الصباحية.

وبالنسبة لتفسير هذه النتائج فيمكن ردّ ارتفاع معدّل استخدام عيّنة الدّراسة لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك عند الفترة المسائية بأنّ هذه الفترة هي التي يتحرّر فيها الطّلبة من التزامات الرّزنامة البيداغوجية للدّوام الجامعي وركونهم للرّاحة.

جدول رقم (13) يوضّح تكرار استخدام المعلومات الشّخصية الحقيقية عبر

الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	استخدام المعلومات الشّخصية
82.6	332	نعم
17.4	70	لا
100	402	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أنّ الذين يستخدمون معلومات حقيقية من خلال صفحاتهم الشّخصية عبر الشّبكة الاجتماعية فيسبوك بلغت نسبتهم 82.6 %، في مقابل نسبة 17.4% نجد أنّهم لا يستخدمون المعلومات الحقيقية، وعليه نقول أنّ معظم أفراد عيّنة الدّراسة لديهم عادة استخدام المعلومات الشّخصية الحقيقية عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك، ويمكن إيعاز ذلك إلى أنّ معلوماتهم الشّخصية تكون بمثابة مرجعية تعريفية لدى قائمة الأصدقاء خاصّة فيما يتعلّق بالأسرة أو الفئة البيداغوجية من الأساتذة على اعتبار أنّ الطّبقة المدروسة من الطّلبة وتحتاج للتّواصل البيداغوجي مع الأساتذة .

جدول رقم (14) يوضّح تكرار استخدام الصورة الشّخصية

النسبة المئوية	التكرار	استخدام الصورة الشخصية
37.8	152	نعم
62.2	250	لا
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ الذين لا يستخدمون صورتهم الحقيقية في الشبكة الاجتماعية فيسبوك من أفراد العينة المدروسة قد قُدّرت نسبتهم بـ: 62.2 %، في مقابل 37.8 % منهم يستخدمون صورتهم الحقيقية عبر هذه الشبكة، وبما أنّ بيانات الجنس أوضحت أنّ الفئة الغالبة على عيّنتنا هي الإناث فيمكن تفسير عدم استخدام الصورة الشخصية عبر موقع الشبكة الاجتماعية إلى هذا العامل من جهة وبالتالي يتميّز المجتمع الجزائري خاصة فيما يتعلّق بخصوصيات الأنثى بالمحافظة واعتبار مثل هكذا ممارسات من الطابوهات والمحظورات الاجتماعية.

2.2. عرض نتائج التساؤل الثاني: طبيعة الدوافع الاشباعات المحقّقة من

استخدام الشّبّاب الجزائري لموقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك

جدول رقم (15) يوضّح طبيعة الدوافع والاشباعات المحقّقة من استخدام الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الدوافع والاشباعات المحقّقة
0.5	2	الانضمام للحملات الاجتماعية
0.5	2	البيانات الافتراضية، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
11.9	48	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، البيانات الافتراضية، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها

0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة
1.5	6	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الانضمام للحملات الاجتماعية
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الانضمام للحملات الاجتماعية، متابعة المشاهير
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الشعور بالوحدة
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة المشاهير
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات

		جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة.
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الشعور بالوحدة
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الانضمام للحملات الاجتماعية، متابعة المشاهير
7.5	30	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الانضمام للحملات الاجتماعية
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الانضمام للحملات الاجتماعية، الشعور بالوحدة
3.5	14	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
3.5	14	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الانضمام للحملات الاجتماعية

1.5	6	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا، التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
1.5	6	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة المشاهير
2.0	8	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، مواكبة التكنولوجيا، التعبير عن الآراء
1.5	6	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، مواكبة التكنولوجيا، التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، مواكبة التكنولوجيا، التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الانضمام للحملات الاجتماعية
0.5	2	التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء، مواكبة التكنولوجيا، التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الشعور بالوحدة
1.0	4	الشعور بالوحدة
0.5	2	تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الشعور بالوحدة
0.5	2	تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا، التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة

0.5	2	تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
0.5	2	جماهيرية الموقع
1.5	6	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، البيانات الافتراضية، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، الشعور بالوحدة
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة المشاهير
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة الإعلانات وشراء

		المنتجات
1.0	4	جماهيرية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	جماهيرية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الشعور بالوحدة
0.5	2	جماهيرية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
10.0	40	متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
1.0	4	متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الشعور بالوحدة
3.0	12	متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الشعور بالوحدة
0.5	2	متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
2.0	8	مجانية الموقع
2.0	8	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، البيانات الافتراضية، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، متابعة الإعلانات
1.5	6	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة

		التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الانضمام للحملات الاجتماعية
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الشعور بالوحدة
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
3.0	12	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة المشاهير
1.0	4	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
1.0	4	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات

0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، الشعور بالوحدة
0.5	2	مجانية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	مجانية الموقع، الشعور بالوحدة
0.5	2	مجانية الموقع، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	مجانية الموقع، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
1.5	6	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، الشعور بالوحدة
2.0	8	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، البيانات الافتراضية، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها،
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الشعور بالوحدة
1.5	6	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا

0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، تكوين صداقات جديدة، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الا
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، التّواصل والتّفاعل السّريع مع العائلة والأصدقاء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
0.5	2	مجانية الموقع، جماهيرية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة
1.0	4	مجانية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها

0.5	2	مجانية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، الشعور بالوحدة
0.5	2	مجانية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات
0.5	2	مجانية الموقع، متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
1.0	4	مواكبة التكنولوجيا التعبير عن الآراء
100.0	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بطبيعة الدوافع والاشباع المحققة من استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك أنّ نسبة 11.9 % من الشباب المستخدم للشبكة يرون أنّ دافع استخدامهم للفيسبوك هو التّواصل والتّفاعل مع العائلة، تليها نسبة 10 % من الشباب الذين يرون دافعهم لاستخدام الشبكة هو تحقيق الإشباع المتعلق بمتابعة الأحداث اليومية ومناقشتها، في حين أنّ ما نسبته 7.5 % يرون أنّ دافعهم لاستخدام الفيسبوك هو التّواصل والتّفاعل مع العائلة مضاف إليها مناقشة المواضيع والأحداث اليومية، أمّا باقي الشباب فقد انقسمت إجاباتهم بنسب مقاربة بين الدّرجات (0.5% و 3.5%) حول أنّ استخدامهم للشبكة الاجتماعية فيسبوك لإشباع جملة من الحاجيات والدوافع بحسب كل فرد وتتمثّل تلك الحاجيات في (مجانية المواقع، متابعة الإعلانات وشراء المنتجات، مواكبة التكنولوجيا والتعبير عن الآراء، الشعور بالوحدة وغيرها...).

وعليه وبالنّظر إلى المسعى العام لدراستنا الحالية فإنّه وإذا حاولنا ربط هذه النّتائج بما يتعلّق والخلفية النّظرية لدراستنا في جانبها الفكري الإعلامي يمكن القول أنّه وانطلاقاً من مقتضيات فرضيات مدخل الاستخدام والاعتماد المتنبّي في سياق هذه الدّراسة نستنتج أنّ طبيعة الاستخدامات التي يمارسها الشباب الجزائري عبر

موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هي استخدامات اتصالية بالدرجة الأولى وهي تستهدف تحقيق جملة من الدوافع والرغبات المتعلقة بالتواصل والتفاعل الدائم مع الأسرة والأصدقاء فضلا عن مناقشة المواضيع الأحداث.

وفي إطار هذا المحور دائما نجد أنّ نتائج الدراسة الحالية تتوافق مع ما توصلت إليه الدراسة الأثنوغرافية المقدّمة من قبل الباحثة أمينة بصّافة والتي أجرتها على عيّنة من مستخدمي موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقة ذلك بظاهرة العصبية لديهم إلى أنّ (أفراد العيّنة يكونون أكثر التحاما وتماسكا في إطار علاقتهم مع الأسرة، العائلة والأصدقاء ويبرز ذلك من خلال علاقاتهم التواصلية حيث يتواصلون على أساس القرب العائلي أو التشابه الوضعي)، وتدخل هذه العلاقات - حسب الباحثة أمينة بصّافة- ضمن دائرة مؤشّرات الممارسات التعصّبية لدى أفراد العيّنة عبر موقع الفيسبوك من خلال حرصهم على المناقحة عن انتماءاتهم لجماعاتهم الضيقة (الأسرة، العائلة، الأصدقاء) وتأكيد الولاء لها أين يتفاعلون حول القضايا التي تهمّهم¹.

3. المحور الثالث - عرض نتائج التّساؤل الثالث:

(مدى فهم وإدراك الشّباب الجزائري لظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من حيث؛ (أشكال ومظاهر الظّاهرة وكذا أسبابها ومحفّزاتها).

جدول (16) يوضّح طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها الشّباب الجزائري من

خلال استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	أبرز المواضيع التي يتفاعل معها الشّباب
26.9	108	أتفاعل مع مختلف المواضيع
3.0	12	المواضيع الاجتماعية

¹ أمينة بصّافة، مرجع سابق، ص 256.

1.5	6	المواضيع الاجتماعية، أفاعل مع مختلف المواضيع
1.0	4	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية
3.5	14	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة
1.5	6	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الرياضية، مواضيع تخص المرأة
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، مواضيع تخص المرأة
1.5	6	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية
0.5	2	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية، مواضيع تخص المرأة
3.5	14	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة
1.5	6	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
1.5	6	المواضيع الاجتماعية، المواضيع الرياضية

6.0	24	المواضيع الاجتماعية، مواضيع تخص المرأة
1.0	4	المواضيع الاجتماعية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
1.5	6	المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية
0.5	2	المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية
0.5	2	المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية
1.0	4	المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية
1.0	4	المواضيع الثقافية والفنية
0.5	2	المواضيع الثقافية والفنية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية
1.0	4	المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة
0.5	2	المواضيع الثقافية والفنية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
2.0	8	المواضيع الثقافية والفنية، مواضيع تخص المرأة
2.5	10	المواضيع الدينية
0.5	2	المواضيع الدينية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية، أفاعل مع مختلف المواضيع
1.0	4	المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف

		المواضيع
11.9	48	المواضيع الرياضية
1.0	4	المواضيع السياسية
1.0	4	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الثقافية والفنية، مواضيع تخص المرأة
1.0	4	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة
1.0	4	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الرياضية
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، مواضيع تخص المرأة
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاجتماعية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، أفاعل مع مختلف المواضيع
0.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية
1.0	4	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية،

		المواضيع الثقافية والفنية
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع الاجتماعية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع الثقافية والفنية، مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية، مواضيع تخص المرأة
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية، مواضيع تخص المرأة
1.0	4	المواضيع السياسية، المواضيع الدينية
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الدينية، المواضيع الرياضية، مواضيع تخص المرأة
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الدينية، مواضيع تخص المرأة
.5	2	المواضيع السياسية، المواضيع الرياضية
3.0	12	مواضيع تخص المرأة
1.0	4	مواضيع تخص المرأة، أفاعل مع مختلف المواضيع
100.0	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتعلق بطبيعة المواضيع التي يتفاعل معها الشباب الجزائري عند استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك أن أغلب الشباب المستخدم انحصرت إجاباتهم حول احتمال التفاعل مع مختلف المواضيع بنسبة 26.9 % تليها في المرتبة الثانية المواضيع الرياضية بنسبة 11.9 % ثم في

المرتبة الثالثة المواضيع الاجتماعية والمواضيع الدينية والمواضيع التي تخص المرأة بنسبة 6%، ثم المواضيع الاجتماعية ومواضيع المرأة بنسبة 3% لكل منها، أما بقية المواضيع فنجد أن الشباب يتباين تفاعله مع باقي المواضيع بشكل عام حيث انحصرت النسبة بين 0.5 و2%، وهو ما يعبر عن تعدد اهتمامات الشباب الجزائري وانفتاحه على مختلف المواضيع التي تمس مختلف مجالات حياته اليومية.

جدول رقم (17) يوضح طبيعة التفاعل مع المواضيع التي يتعرض لها الشباب الجزائري من خلال استخدام الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة التفاعل
2.5	10	لا أدمها
89.6	360	حسب الموضوع
8.0	32	أدمها
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نجد أنّ طبيعة تفاعل الشباب الجزائري مع المواضيع التي يصادفها من خلال استخدامه لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؛ تتحكم فيها طبيعة الموضوع في حد ذاته، حيث جاءت نسبتها مرتفعة في حدود 89.6%، ثم يليها طريقة الدعم لمختلف المواضيع بنسبة 8% وأخيرا فُدرت طريقة عدم الدعم بنسبة 2.5%.

وبالتالي فطريقة تفاعل الشباب المستخدم مع مختلف المواضيع عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك والتي تتحكم فيها طبيعة الموضوع في حد ذاته كمتغير رئيس هنا (يشجع أو لا يشجع على التفاعل) إنّما تتبؤ عن استخدام واع ورشيد من الشباب لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من جهة وتعامل سليم مع طبيعة المضامين المتاحة عبره.

جدول رقم (18) يوضح مصادفة الشّباب المواضيع ذات مضامين متعصّبة عند استخدام الشّبكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	معدّل المصادفة
17.4	70	نادرا
63.2	254	أحيانا
19.4	78	دائما
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ غالبية الشّباب المستخدم للشّبكة الاجتماعية فيسبوك يصادفون أحيانا في سياق استخدامهم للموقع مواضيع ذات مضامين متعصّبة بنسبة 63.2 %، في حين نجد أنّ نسبة الأفراد الذين يتصادفون مع المضامين المتعصّبة بصفة دائمة نسبتهم 19.4 %، أمّا الشّباب الذين يقولون بأنّهم يصادفون المواضيع ذات المضمون المتعصب بشكل نادر فقد قدّرت نسبتهم ب: 17.4 %.

ومن خلال النتائج المتحصّل عليها في هذا الإطار يمكن القول أنّ موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك يشهد نوعا من التّغوّل والتّفشّي لظاهرة التّعصّب استنادا للمضامين المعبّرة عن هذه الظّاهرة عبره.

جدول رقم (19) يوضّح أشكال التّعصّب التي تصادف الشّباب عند استخدامهم لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	أشكال التعصب
4.5	18	التّعصّب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)
0.5	2	التّعصّب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)، التعصب الرياضي
2.0	8	التّعصّب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)، التعصب العنصري
3.5	14	التعصب الديني

2.0	8	التعصب الديني، التعصب الجنسي النوعي (ذكر / أنثى)
1.0	4	التعصب الديني، التعصب الجنسي النوعي (ذكر / أنثى)، التعصب الرياضي
4.5	18	التعصب الديني، التعصب الجنسي النوعي (ذكر / أنثى)، التعصب العنصري
0.5	2	التعصب الديني، التعصب الجنسي النوعي (ذكر / أنثى)، التعصب العنصري، التعصب الرياضي
6.5	26	التعصب الديني، التعصب الرياضي
2.0	8	التعصب الديني، التعصب السياسي الايديولوجي
4.0	16	التعصب الديني، التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الرياضي
1.5	6	التعصب الديني، التعصب السياسي الأيديولوجي، التعصب الطبقي الاجتماعي
12.4	50	التعصب الديني، التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الطبقي الاجتماعي
1.0	4	التعصب الديني، التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب العنصري
0.5	2	التعصب الديني، التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب العنصري، التعصب الريا
1.0	4	التعصب الديني، التعصب الطبقي الاجتماعي
1.0	4	التعصب الديني، التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر / أنثى)

5.0	20	التعصب الديني، التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)،
1.5	6	التعصب الديني، التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب العنصري
0.5	2	التعصب الديني، التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب العنصري، التعصب الرياضي
3.5	14	التعصب الديني، التعصب العنصري
2.0	8	التعصب الرياضي
4.0	16	التعصب السياسي الايديولوجي
1.5	6	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)
0.5	2	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)، التعصب الرياضي
1.0	4	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)، التعصب العنصري
2.5	10	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الرياضي
1.0	4	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الطبقي الاجتماعي
0.5	2	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب الرياضي
1.5	6	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب العنصري

1.5	6	التعصب السياسي الايديولوجي، التعصب العنصري
9.5	38	التعصب الطبقي الاجتماعي
4.0	16	التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)
2.5	10	التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب الجنسي النوعي (ذكر/ أنثى)، التعصب العنصري
1.0	4	التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب الرياضي
2.0	8	التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب العنصري
0.5	2	التعصب الطبقي الاجتماعي، التعصب العنصري، التعصب الرياضي
6.0	24	التعصب العنصري
100.0	402	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أكثر أشكال التّعصّب المنتشرة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من وجهة نظر الشّباب الجزائري المستخدم للموقع هي التّعصّب الديني، التّعصّب السياسي الأيديولوجي والتّعصّب الطبقي الاجتماعي مجتمعة بنسبة 12.4%، فيما يرى مجموعة من الشّباب الذين قُدّرت نسبتهم بـ: 9.5% أنّ أكثر أنواع التّعصّب المنتشرة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هي التّعصّب الطبقي الاجتماعي، وترى مجموعة أخرى بنسبة 6.5% أنّ التّعصّب الديني والتّعصّب الرياضي هما من أكثر الأشكال وجودا على منصة الفيسبوك، أمّا ما نسبته 6% من الشّباب فتري أنّ التّعصّب العنصري هو الأكثر رواجاً، أمّا التّعصّب الجنسي النوعي فجاء مرفوقاً بالتّعصّب الطبقي الاجتماعي والتّعصّب

الديني بنسبة 5 % عند مجموعة من الشباب، أما التعصب السياسي فقد جاء مرفوقاً بالأنواع الأخرى من التعصب بنسب انحصرت بين (0.5 و4%).

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة تواجد التعصب السياسي، الديني، الطّبي الاجتماعي عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وفق وجهة نظر الشباب المستخدم للموقع بأنّ هذه الأنواع تُشكّل أقدم الأوجه التي تمظهرت عبرها ظاهرة التعصب تاريخياً، وهي ترتبط بحركية وفاعلية المجتمع وتطوّراته المختلفة خاصّة على مستوى النّظم السياسية الدينية والاجتماعية(الطّبقية)وهي مصدر لمختلف الحساسيات والصّراعات الشّاذة داخل المجتمعات، ويكون الشباب أكثر الفئات تأثراً بهذه الظواهر بالنّظر إلى موقعهم الطّبيعي من المجتمع فهم أساس وقوام مختلف التّطوّرات والحركات داخله، وبناء على ذلك فموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هنا يشكّل متنفساً لمختلف السياسيين والاجتماعيين السّاخطين الذين اتخذوه منبراً لبتّ أفكارهم الشّاذة والسّاخطة، تقول الباحثة ماكروبي " الإعلام البديل سياسة ترغب في تحويل نقّاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين إلى ناجحين"¹.

• وهناك عديد الدّراسات التي تؤيّد نتائجها ما خلصت إليه دراستنا حول أشكال التعصب المنتشرة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك منها دراسة الباحثين: Saluh Indra Dewi وAkhirulAminulloh المعنونة ب: Social Media: Democracy in Shadow of Fanaticism، بمعنى: وسائل التّواصل الاجتماعي: الديمقراطية في ظلّ التعصب، والتي كانت من أهمّ نتائجها أنّ أكثر

¹نوال عبد الرّحيم إسماعيل، الأسس والقواعد الدّولية لمنهجية الإعلام، ط1، (مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتّوزيع، 2019)، ص 68.

أشكال التَّعَصَّب انتشارا عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك وفق وجهة نظر المستخدمين المبحوثين هي: التَّعَصَّب الدِّيني والتَّعَصَّب السِّياسي¹.

جدول رقم (20) يوضّح أبرز صفحات موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك التي ترتفع فيها نسبة التَّعَصَّب

النسبة المئوية	التكرار	أبرز صفحات الفيسبوك التي يرتفع فيها التَّعَصَّب
27.9	112	الصفحات الاجتماعية
0.5	2	الصفحات الثقافية
2.5	10	الصفحات الثقافية، الصفحات الاجتماعية
3.5	14	الصفحات الرياضية
3.0	12	الصفحات الرياضية، الصفحات الاجتماعية
1.0	4	الصفحات الرياضية، الصفحات الفنية
10.9	44	الصفحات السياسية
12.4	50	الصفحات السياسية، الصفحات الاجتماعية
2.0	8	الصفحات السياسية، الصفحات الثقافية
30.3	122	الصفحات السياسية، الصفحات الرياضية
3.0	12	الصفحات السياسية، الصفحات الفنية
1.5	6	الصفحات الفنية
1.5	6	الصفحات الفنية، الصفحات الاجتماعية
100.0	402	المجموع

¹Saluh Indra Dewi & AkhirulAminulloh, Social Media: Democracy in Shadow of Fanaticism, (Indonesia: Yogyakarta, Conference on Communication, Culture and Media Studies, 18-20 October, 2016),p80.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ أبرز الصّفحات الفيسبوكية ذات المحتوى التّعصّبي أو التي يرتفع فيها التّعصّب من وجهة نظر الشّباب الجزائري المستخدم للموقع هي الصّفحات السّياسية والصّفحات الرّياضية بنسبة 30.3 % تليها نسبة 27.9 % من الشّباب الذين قالوا بأنّ الصّفحات الاجتماعيّة هي التي يكثر فيها التّعصّب، ثمّ الصّفحات السّياسية والصّفحات الاجتماعيّة في رأي مجموعة من الشّباب فُدرت نسبتهم بـ: 12.4%، وكذا نسبة 10.9% من الشّباب الذين قالوا بأنّ الصّفحات السّياسية هي التي يكثر فيها التّعصّب، أمّا الصّفحات الفنيّة والنّقافية فقد تباينت إجابات الشّباب مع اتصالها بصفحات أخرى بنسب انحصرت بين (0.5 و3%).

وعليه يمكن تفسير هذه النّتائج بأنّ الصّفحات السّياسية والرّياضية غالبا ما تحتدم فيها السّجالات والصّراعات، وتكثر عبرها المضامين التي تحمل في ثناياها معاني التّعصّب بالنّظر إلى وجود تيّارات مختلفة عبرها يسعى الشّباب من خلال موقع الشّبّة الاجتماعيّة فيسبوك لمساندتها والمنافحة عنها وعن مصالحها سواء السّياسية منها أو الفرق الرّياضية.

جدول رقم (21) يوضّح أبرز محفّزات ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبّة الاجتماعيّة فيسبوك

النّسبة المئوية	التكرار	أبرز محفّزات ظاهرة التّعصّب
18.9	76	الاختلاف في الآراء والمواقف
2.5	10	الاختلاف في الآراء والمواقف، الاختلافات الطائفية واللّغوية
7.0	28	الاختلاف في الآراء والمواقف، الاختلافات العرقية والنوعية

10.0	40	الاختلاف في الآراء والمواقف، التفاوت الاجتماعي والاقتصادي
17.9	72	الاختلاف في الآراء والمواقف، تنوع الأديان والمذاهب
3.0	12	الاختلاف في الآراء والمواقف، تنوع الأديان والمذاهب، الاختلافات الطائفية
20.4	82	الاختلاف في الآراء والمواقف، تنوع الأديان والمذاهب، التفاوت الاجتماعي والاقتصادي
0.5	2	الاختلافات الطائفية واللغوية
2.0	8	الاختلافات الطائفية واللغوية، الاختلافات العرقية والنوعية
4.5	18	الاختلافات العرقية والنوعية
3.5	14	التفاوت الاجتماعي والاقتصادي
0.5	2	التفاوت الاجتماعي والاقتصادي، الاختلافات الطائفية واللغوية
2.0	8	التفاوت الاجتماعي والاقتصادي، الاختلافات الطائفية واللغوية، الاختلافات العرقية.
1.5	6	التفاوت الاجتماعي والاقتصادي، الاختلافات العرقية والنوعية
3.5	14	تنوع الأديان والمذاهب
0.5	2	تنوع الأديان والمذاهب، الاختلافات الطائفية واللغوية
1.0	4	تنوع الأديان والمذاهب، الاختلافات العرقية والنوعية
1.0	4	تنوع الأديان والمذاهب، التفاوت الاجتماعي والاقتصادي

100.0	402	المجموع
-------	-----	---------

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ ما نسبته 20.4 % من الشباب المستخدم للفيسبوك يرون أنّ أبرز محفّزات ظاهرة التّعصّب عبر الموقع هي؛الاختلاف في الآراء والمواقف، تنوّع الأديان والمذاهب، التّفاوت الاجتماعي والاقتصادي مجتمعة، في حين نجد أنّ ما نسبته 18.9 % من أفراد عيّنة الدّراسة يرون أنّ أبرز محفّزات ظاهرة التّعصّب هي الاختلاف في الآراء والمواقف فقط، بينما قدر ما نسبته 17.9% من المبحوثين أنّ الاختلاف في الآراء والمواقف وتنوّع الأديان والمذاهب هي محفّزات التّعصّب، أمّا عن تنوّع الأديان لوحده فقد جاء بنسبة 3.5 %، هذا وقد جاءت المحفّزات الأخرى بنسب ضعيفة انحصرت بين 0.5% و4.5% وهي الاختلافات الطائفية اللّغوية، التّفاوت الاجتماعي الاقتصادي، الاختلافات العرقية النوعية.

وعليه من خلال النّتائج المحصّلة عن الجدول والمتعلّقة بمحفّزات ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك من وجهة نظر الشباب المستخدم، وبما أنّ إجاباتهم انحصرت حول إيعاز التّعصّب إلى عوامل الاختلاف في الآراء، تنوّع الأديان والمذاهب، التّفاوت الاجتماعي الاقتصادي فيمكن القول أنّ هذه الإجابات تعكس مدى وعي وإدراك الشباب المستخدم لظاهرة التّعصّب من حيث المحفّزات على اعتبار أنّ العناصر المحدّدة من قبل المبحوثين تعتبر فعلا من العوامل الرّئيسة لظاهرة التّعصّب وفقا لما تمّ التّعريف عليه خلال الفصل الثّاني للدّراسة في إطار عرض الميراث الفكري الأدبي حول الظّاهرة مفهوما وتفسيرا.

جدول رقم (22) يوضح أهم أسباب ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبكة

الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	أسباب ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشّبكة الاجتماعية
----------------	---------	--

		فيسبوك
0.5	2	الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	الإحباط وفقدان الثقة بالنفس
1.0	4	الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
5.0	20	التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
4.0	16	الشخصية التسّطية للمتعبّ والغرور
0.5	2	الشخصية التسّطية للمتعبّ والغرور، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الشخصية التسّطية للمتعبّ والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
3.0	12	الغيرة والتنافسية الحادة
0.5	2	الغيرة والتنافسية الحادة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس
0.5	2	الغيرة والتنافسية الحادة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسّطية للمتعبّ والغرور
0.5	2	الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسّطية للمتعبّ والغرور، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس
0.5	2	الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسّطية للمتعبّ

		والغرور، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الأذى والرغبة في الانتقام
2.5	10	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة
0.5	2	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس
0.5	2	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
1.0	4	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشخصية التسلّطية للمتعبّ والغرور، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
0.5	2	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادة
0.5	2	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الشّعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
0.5	2	تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلّطية للمتعبّ والغرور
3.0	12	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة

0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس
1.0	4	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
4.5	18	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّ والغرور
1.5	6	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّ والغرور، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الشّعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّ والغرور
2.0	8	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الغيرة والتّنافسية الحادّة
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الغيرة والتّنافسية الحادّة، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل

		المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، الشعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
1.0	4	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة

0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
1.0	4	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادّة
2.0	8	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، الأذى والرّغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس، الأذى والرّغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، الشّخصية التسلّطية للمتعصّب والغرور
1.5	6	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية

		الشخص المتعصب، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الشعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية

		الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الغيرة والتنافسية الحادة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع.
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
1.5	6	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
1.0	4	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
1.0	4	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعصب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات

		الولاء للجماعة
1.0	4	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشّخصية التسلّطية للمتعبّب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الغيرة والتنافسية الحادّة، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادّة، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادّة، الشّخصية التسلّطية للمتعبّب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام.
0.5	2	خلفية الشّخص وتجاربه مع فئات أو جهات معيّنة، عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات

		الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع.
0.5	2	خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، عدوانية الشخص المتعب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، الشعور بالأمن
4.0	16	عدوانية الشخص المتعب
0.5	2	عدوانية الشخص المتعب، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشخص المتعب، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
1.0	4	عدوانية الشخص المتعب، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور
1.0	4	عدوانية الشخص المتعب، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	عدوانية الشخص المتعب، الشخصية التسلطية للمتعب والغرور، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
0.5	2	عدوانية الشخص المتعب، الشعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشخص المتعب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين
1.0	4	عدوانية الشخص المتعب، العزلة ورفض التواصل مع

		الآخرين، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس
0.5	2	عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور
0.5	2	عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشخص المتعصب، العزلة ورفض التواصل مع الآخرين، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الأذى والرغبة في الانتقام
1.0	4	عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة
1.5	6	عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الأذى والرغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الإحباط وفقدان الثقة بالنفس، الشعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع
10.9	44	عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام
1.5	6	عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور، الأذى والرغبة في الانتقام

0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الأذى والرّغبة في الانتقام.
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس، الأذى والرّغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، التّحوّلات الاجتماعية السّريعة داخل المجتمع، الأذى والرّغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشّخصية التسلّطية للمتعبّ والغرور
1.0	4	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشّخصية التسلّطية للمتعبّ والغرور، الأذى والرّغبة في الانتقام
1.0	4	عدوانية الشّخص المتعصّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري

		وإثبات الولاء للجماعة، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّب والغرور، التّحوّلات الاجتماعيّة السّريعة داخل المجتمع.
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعبّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الشّعور بالحاجة إلى الأمن والطّمانينة، الأذى والرّغبة في الانتقام.
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعبّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، العزلة ورفض التّواصل مع الآخرين، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّب والغرور، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس، الشّعور بالحاجة إلى الأمن.
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعبّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتّنافسية الحادّة
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعبّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتّنافسية الحادّة، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّب والغرور، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس، الأذى والرّغبة في الانتقام
0.5	2	عدوانية الشّخص المتعبّب، تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة، الغيرة والتّنافسية الحادّة، الشّخصية التّسلّطية للمتعبّب والغرور، الإحباط وفقدان الثّقة بالنّفس، الشّعور بالحاجة إلى الأمن.
100.0	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ أعلى نسبة 10.9% من الشّباب المستخدم

للشّبكة الاجتماعيّة يرون أنّ أسباب ظاهرة التّعبّب عبر الموقع تتمثّل في عدوانية

الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام، يليها نسبة 5% من الذين قالوا بأن أسباب التعصب هي التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، ثم نسبة 4.5% للذين قالوا بأنّ السبب هو خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة، الشخصية التسلّطية للمتعبّ والغرور، تليها نسبة 04% من الشباب الذين قالوا بأنّ سبب التعصب هو عدوانية الشخص المتعصب، وكذا الشخصية التسلّطية للمتعبّ والغرور، أمّا بقية الخيارات فقد انحصرت بين (0.5 و 3%).

وعليه نجد أنّ إجابات الباحثين حول أسباب التعصب تعكس مدى وعي وفهم الشباب المستخدم لظاهرة التعصب من حيث المسببات على اعتبار أنّ إجاباتهم جاءت مطابقة لما نظرت له عديد النظريات النفسية والاجتماعية حول مسببات التعصب؛ مثل نظرية الإحباط والعدوان، نظرية الصراع الواقعي، نظرية التهديد الجماعي في مقابل الاهتمام الفردي. (وكل هذه النظريات تمّ التفصيل فيها ضمن الفصل الثاني للمذكرة والعنصر المتعلق بالأطر النظرية المفسرة لظاهرة التعصب).

ومن خلال ما تمّ عرضه من عناصر ضمن هذا المحور وللإجابة عن التساؤل الثالث نقول أنّ:

4. المحور الرابع- استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة التعصب لدى الشباب الجزائريين:

4.1. عرض نتائج التساؤل الرابع- هل توجد علاقة بين استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التعصب من وجهة نظر الشباب الجزائري المستخدم للموقع؟

جدول رقم (23) يوضّح مدى تعرّض أفراد العينة للتعصب من خلال استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	التعرض للتعب من خلال استخدام الفيسبوك
36.3	178	لا
44.3	112	نادرا
19.4	112	نعم
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ نسبة الشباب المستخدم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك والذين نادرا ما يتعرّضون للتعب في سياق استخدامهم للموقع تُقدّر بـ: 44.3%، في حين نجد أنّ نسبة الذين لا يتعرّضون للتعب بصفة مطلقة تُقدّر بـ: 36.3%، غير أنّ هذا لم يمنع من وجود مجموعة تتعرّض للتعب والذين قدّرت نسبتهم بـ: 19.4%.

وعليه يمكن القول أنّ معظم أفراد العينة يتحرّون الابتعاد عن السجلات ومواطن الصّراعات في سياق استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك ممّا يجنبهم التّعرّض للتعب.

جدول رقم (24) يوضّح مدى تعرّض أفراد العينة للتعب بسبب الاستعمال المكثّف لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	التعرض للتعب بسبب كثافة الاستخدام
60.2	242	لا
27.4	110	نوعا ما
12.4	50	نعم
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 60.2% من الشباب يرون أن استعمالهم المكثف لموضع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لا يعرضهم للتعبّأبدا، في حين أن ما نسبته 27.4 % من المستخدمين يرون بأن استعمالهم المكثف للفيسبوك يعرضهم نوعا ما للتعبّأ، أمّا ما نسبته 12.4% فيرون أن الاستعمال المكثف للفيسبوك يعرضهم للتعبّأ.

وعليه نستنتج من خلال هذه النتائج أن عنصر كثافة استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك ليس له تأثير من حيث تعرّض أفراد العينة لظاهرة التعبّأ من عدمه.

جدول رقم (25) يوضح مدى تفاعل أفراد العينة مع مضامين التعبّأ عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل
44.3	146	لا
27.9	178	نادرا
27.9	78	نعم
100	402	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تُظهر النتائج أن ما نسبته 44.3% من أفراد العينة أجابوا بأنهم لا يتفاعلون مع المضامين المتعبّأ في سياق استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، أمّا بقية الشباب فقد انقسموا بنسب متساوية 27.9% للذين يتفاعلون، و27.9% أيضا للذين يتفاعلون لكن بدرجة نادرة مع المضامين المتعبّأ.

وعليه وتأسيسا على نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن أفراد العينة لا يتفاعلون مع المضامين التعبّأ عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، ويعود ذلك إلى أن

طبيعة هذه المواضيع لا تشجّع على التفاعل من جهة باعتبارها تحمل معاني تعصّب، وتعبّر من جهة أخرى عن أنّ أفراد العيّنة يتحلّون بالوعي تجاه ما يتصفّحونه من مضامين عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك.

جدول رقم (26) يوضّح وسيلة تفاعل أفراد العيّنة مع مضامين التّعصّب عبر موقع الشبّكة الاجتماعية فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	وسيلة التفاعل مع مضامين التّعصّب
12.9	52	استخدام خاصيّة الإعجابات
5.0	20	استخدام خاصيّة الإعجابات، التعلّيقات والمحادّثات الفورية
1.0	4	استخدام خاصيّة الإعجابات.
1.0	4	استخدام خاصيّة الإعجابات، نشر ومشاركة الصّور والرّسومات
31.6	127	التعلّيقات والمحادّثات الفورية
0.5	2	التعلّيقات والمحادّثات الفورية
2.0	8	التعلّيقات والمحادّثات الفورية، نشر ومشاركة الصّور والرّسومات
0.5	2	التعلّيقات والمحادّثات الفورية، نشر ومشاركة الصّور والرّسومات، نشر ومشاركة المواد المرئية والفيديوهات
1.0	4	التعلّيقات والمحادّثات الفورية، نشر ومشاركة المواد المرئية والفيديوهات
43.53	175	لاشيء
0.5	2	نشر ومشاركة الصّور والرّسومات
0.5	2	نشر ومشاركة المواد المرئية والفيديوهات

100.0	402	المجموع
-------	-----	---------

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ غالبية الشّباب المستخدم لموقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك لا يتفاعلون مع المضامين التّعبّية حيث أجاب ما نسبته 43.53 حول طريقة التّفاعل بالاحتمال (لا شيء) وهو ما يعني عدم تفاعلهم، في حين نجد أنّ ما نسبته 31.6% من الشّباب فيتفاعلون مع المضامين التّعبّية عن طريق التّعليقات والمحادثات الفورية، بينما هناك ما نسبته 12.9% منهم فيتفاعلون عن طريق خاصية الإعجابات، أمّا باقي الخيارات فقد انحصرت بين 0.5 و 5%.

وعليه فإنّ نتائج الجدول الحالي (26) تدعم وتؤكد نتائج الجدول السّابق (25) من حيث أنّ وسيلة التّفاعل التي تعبّر هنا عن الإحجام عن التّفاعل (لا شيء) تؤكد عدم تفاعل نسبة كبيرة من أفراد العيّنة مع المضامين التّعبّية وفقا لما ورد في الجدول 25، وذلك راجع دوما إلى أنّ طبيعة المواضيع التّعبّية لا تشجّع على حدوث التّفاعل.

جدول رقم (27) يوضّح طبيعة الأشخاص الذين يقومون بممارسة التّعبّ عبر موقع الشّبكة الاجتماعية فيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الأشخاص الذين يقومون بممارسة التّعبّ
57.2	230	أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة
4.5	18	أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة، أشخاص من خارج الوطن
4.0	16	أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة، أشخاص من داخل الوطن
8.5	34	أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة، أشخاص

		من داخل الوطن، أصدقاء
3.0	12	أشخاص من خارج الوطن
4.0	16	أشخاص من داخل الوطن
1.5	6	أشخاص من داخل الوطن، أشخاص من خارج الوطن
1.5	6	أصدقاء
1.0	4	أصدقاء، أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة أو عامة
0.5	2	أصدقاء، أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة أو عامة، أشخاص من خارج
1.0	4	أصدقاء، أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة أو عامة، أشخاص من داخل
0.5	2	أصدقاء، مشاهير وشخصيات معروفة
1.0	4	أصدقاء، مشاهير وشخصيات معروفة، أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة
1.0	4	أقارب
1.5	6	أقارب، أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة أو عامة
1.0	4	أقارب، أصدقاء
1.0	4	أقارب، أصدقاء، أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة أو عامة
0.5	2	أقارب، أصدقاء، أشخاص من داخل الوطن، أشخاص من خارج الوطن
1.0	4	أقارب، أصدقاء، مشاهير وشخصيات معروفة، أشخاص في صفحات ومجموعات

0.5	2	أقارب، مشاهير وشخصيات معروفة
0.5	2	أقارب، مشاهير وشخصيات معروفة، أشخاص من داخل الوطن
3.0	12	مشاهير وشخصيات معروفة
1.5	6	مشاهير وشخصيات معروفة، أشخاص من خارج الوطن
0.5	2	مشاهير وشخصيات معروفة، أشخاص من داخل الوطن
100.0	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ ما نسبته 57.2% من أفراد العينة يرون أنّ الذين يمارسون التّعصّب عبر موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك هم أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة، في حين يرى ما نسبته 8.5% من أفراد العينة أنّ الذين يمارسون التّعصّب عبر موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك هم أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة يضاف إليهم احتمال أشخاص من داخل الوطن، وكذا الأصدقاء، هذا وقد أجابت نسبة 4.5% من الشّبّاب المستخدم للفيسبوك بأنّ الذين يمارسون التّعصّب هم أشخاص في صفحات ومجموعات خاصّة أو عامّة مع أشخاص من خارج الوطن، ويمكن تفسير هذه النتائج بأنّ الصّفحات والمجموعات تأتي في مقدّمة الفضاءات الافتراضية الجماعية عبر الموقع احتواء لمختلف التّيّارات المتعصّبة وغالبا ما تكون مسرحا لمختلف مظاهر ومؤشّرات التّعصّب.

جدول رقم (28) يوضّح درجة مساهمة استخدام الفيسبوك في تأجيح ونشر التّعصّب بين الشّبّاب المستخدم وفق وجهة نظر المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	درجة المساهمة
----------------	---------	---------------

4.0	16	لا يساهم أبدا
22.4	90	يساهم بدرجة أقل
73.6	296	يساهم بدرجة كبيرة
100	402	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ ما نسبته **73.6 %** من أفراد العيّنة يرون أنّ استخدام موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك يساهم بدرجة كبيرة في تأجيج ونشر التّعصّب بين الشّباب المستخدم، في حين يرى ما نسبته **22.4%** من أفراد العيّنة بأنّ استخدام الفيسبوك يساهم بدرجة أقل في تأجيج ونشر التّعصّب، وفي المقابل أيضا نجد أنّ ما نسبته **4%** أجابت بعدم مساهمة استخدام الفيسبوك في تأجيج التّعصّب بين الشّباب المستخدم للموقع.

وعليه نستنتج أنّه توجد علاقة بين استخدام موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب لدى الشّباب المستخدم للموقع وفقا لوجهة نظر أفراد العيّنة المدروسة.

4.1.1. عرض نتائج التّساؤل الجزئي الأوّل - هل توجد اختلافات في وجهات

نظر أفراد العيّنة حول العلاقة بين استخدامهم لموقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك وتعرّضهم للتّعصّب تعزى لمتغيّرات النّوع، والانتماء الجغرافي ؟

جدول (29) يوضّح الفروق بين أفراد عيّنة الدّراسة بين استخدامهم للفيسبوك

وتعرضهم للتّعصّب تبعا لمتغير النّوع

الجنس	العيّنة	المتوسّط	الانحراف	ت المحسوبة	ت المجدولة	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	132	1.92	0.76	1.804	1.984	400	0.072
أنثى	270	1.79	0.70				

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ قيمة F المحسوبة بلغت 1.804 عند درجة حرية 400 ومستوى دلالة 0.05 وهي أقلّ من القيمة المجدولة التي قدرت بـ 1.984 وعليه عدم وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة في وجهات نظرهم حول العلاقة بين استخدامهم للفيديو وتعرضهم للتعبّب تبعاً لمتغيّر النوع، وهي النتائج التي تؤكّد ندرة انتشار التعبّب النوعي عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وفقاً للنتائج المحصّل عليها في الجدول 19 المتعلّق بأشكال التعبّب عبر الفيديو والتي تقدّمها التعبّب السياسي، الديني، الطبقي بنسب عالية في حين تذيّل التعبّب النوعي النسب.

جدول (30) يوضّح الفروق بين أفراد عينة الدراسة بين استخدامهم

للفيديو وتعرضهم للتعبّب تبعاً لمتغيّر الانتماء الجغرافي

الدالة	F المجدولة	فالمحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
0.028	2.65	3.067	1.600	3	4.801	بين المجموعات
			0.522	398	207.696	خارج المجموعات
				401	212.498	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ قيمة F المحسوبة بلغت 3.067 عند درجة حرية 398 ومستوى دلالة 0.05 وهي أكبر من القيمة المجدولة التي قدرت بـ 2.65.

وعليه نستنتج وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة في وجهة نظرهم حول العلاقة بين استخدامهم للفيديو وتعرضهم للتعبّب تبعاً لمتغيّر الانتماء الجغرافي، وهي الإجابة التي تُعطي دلالات بوجود إشكاليات وحساسيات تتعلّق بالانتماءات

الجغرافية داخل المجتمع الجزائري، والتي يجب على المجتمع عموماً والشباب خصوصاً تجاوزها عن طريق تنمية الشعور بالانتماء لمختلف تقسيمات الوطن الجغرافية أو العرقية المتنوعة.

4.1.2. عرض نتائج التساؤل الجزئي الثاني- هل يوجد اختلافات في وجهات

نظر أفراد العينة حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب تعزى لمتغيرات النوع، المستوى التعليمي، والانتماء الجغرافي؟

جدول (31) يوضح الفروق في وجهات نظر أفراد العينة حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب تبعاً لمتغير النوع.

الجنس	العينة	المتوسط	الانحراف	ت المحسوبة	ت المجدولة	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	132	2.64	0.542	-1.564	1.984	400	0.119
أنثى	270	2.73	0.538				

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة ت المحسوبة بلغت -1.564 عند درجة حرية 400 ومستوى دلالة 0.05 وهي أقل من القيمة المجدولة التي قدرت بـ 1.984. وعليه عدم وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب تبعاً لمتغير النوع.

جدول (32) يوضح الفروق بين أفراد عينة الدراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيل ونشر التعصّب بين الشباب تبعاً لمتغيّر المستوى التعليمي

الدلالة	ف	ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	
0.006	3.04	5.134	1.467	2	2.935	بين المجموعات
			0.286	399	114.040	خارج المجموعات
				401	116.975	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة ف المحسوبة بلغت 5.134 عند درجة حرية 2 و399 ومستوى دلالة 0.05 وهي أكبر من القيمة المجدولة التي قدرت بـ 3.04 وعليه وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيل ونشر التعصّب بين الشباب تبعاً لمتغيّر المستوى التعليمي.

جدول (33) يوضح الفروق بين أفراد عينة الدراسة في وجهات نظرهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيل ونشر التعصّب بين الشباب تبعاً لمتغير الانتماء الجغرافي.

الدلالة	ف	ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	
0.842	2.65	0.276	0.081	3	0.243	بين المجموعات
			0.293	398	116.732	خارج المجموعات
				401	116.975	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة ف المحسوبة بلغت 0.276 عند درجة حرية 3 و398 ومستوى دلالة 0.05 وهي أقل من القيمة المجدولة التي قدرت بـ 2.65 وعليه عدم وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيل ونشر التعصّب بين الشباب تبعاً لمتغير الانتماء الجغرافي.

4.1.3. عرض نتائج التساؤل الجزئي الثالث- هل يساهم أفراد العينة في ظاهرة

التعصب على موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من خلال استخدامهم للموقع ؟
جدول (34) يوضح مدى مساهمة أفراد عينة الدراسة في ظاهرة التعصب عبر الشبكة الاجتماعية فيسبوك من خلال استخدامهم للموقع.

العينة	مجالات مساهمة الأفراد في التعصب من خلال استخدام الفيسبوك	مدى مساهمة الأفراد في ظاهرة التعصب
402	المجال المرتفع(25.66-33)	15.10
	المجال المتوسط(18.33-25.66)	
	المجال المنخفض(11-18.33)	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ المتوسط الحسابي للأفراد من خلال إجاباتهم على جزئية مساهمتهم في ظاهرة التعصب من خلال استخدامهم للشبكة الاجتماعية فيسبوك هو 15.10 وهو يندرج ضمن المجال المنخفض لمقاييس مؤشرات التعصب وفقا لما حدّته الأدبيات النفسية والاجتماعية، وبالتالي نقول أنّ مساهمة أفراد عينة الدراسة في ظاهرة التعصب من خلال استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هي مساهمة منخفضة.

ثانيا- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات والفرضيات:

1. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

1.1. الإجابة عن التساؤل الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لموقع

الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

وبعد كلّ ما تمّ التوصل إليه من نسب ومعدّلات بخصوص عادات وأنماط

استخدام الشباب الجزائري (أفراد العينة) لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك فإننا

نخرج بالاستنتاجات التالية:

- يستخدم الشباب الجزائري موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بشكل دائم بنسبة 80.6% وهي نتيجة تعكس مدى الإقبال الواسع على الموقع والشعبية الكبيرة التي يحظى بها لدى فئة الشباب الجزائري، وبالتالي يدخل استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في سياق الممارسات النسقية المكثفة (الروتينية) لديهم.
- معدّل استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يتعدّى الثلاث ساعات عند غالبية المستخدمين بنسبة 57.2%، وهو ما يعبر عن كثافة استخدام الشباب الجزائري للموقع من حيث المدّة الزمنية، وهي نتيجة تتوافق مع المعدّل العالمي المرجعي لاستخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك والمقدّر بـ: 3 ساعات و 22 دقيقة.
- وقت استخدام الشبكة الاجتماعية فيسبوك يكون خلال الفترة المسائية بشكل كبير، بنسبة 64.7%، ويمكن تفسير ارتفاع معدّل استخدام عينة الدراسة لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك عند الفترة المسائية بأنّ هذه الفترة هي التي يتحرّر فيها الطّلبة من التزامات الرّزنامة البيداغوجية للدوام الجامعي وركونهم للراحة.
- يحبّذ غالبية الشباب الجزائري الجامعي استخدام الهاتف النقال في تصفّح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بنسبة 73.6%، ويرجع ذلك لسهولة استخدام وحمل ونقل الهاتف من جهة وكذا احتواء نظام خدمات هذا الأخير على بطاقة متنوّعة لمختلف التطبيقات الاجتماعية التي تسهّل طبعا الولوج لتلك المواقع.
- يستخدم الشباب الجزائري الجامعي في الغالب المعلومات الحقيقية الخاصة به عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بنسبة 82.6%، ويمكن إيعاز ذلك إلى أنّ معلوماتهم الشخصية تكون بمثابة مرجعية للأساتذة والزّملاء باعتبار أنّ الطّبة المدرّسة من الطّلبة وتحتاج للتّواصل البيداغوجي مع الأساتذة.
- لا يحبّذ غالبية الشباب الجزائري الجامعي استخدام الصّورة الشخصية الخاصّة به عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك بنسبة 62.2%، إلا أنّ هناك من

يستخدمها بشكل نادر ومن كلا الجنسين، وبالتالي تندرج فكرة استخدام الصورة الشخصية عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في خانة الممارسات التي لا تزال قيد المحذور ضمن الفئات الشخصية للمستخدمين من الشباب الجزائري لاعتبارات ثقافية تتعلق بخصوصية المجتمع المحافظة وتفادياً للوقوع كضحايا لممارسات وجرائم غير أخلاقية عبر الموقع تتعلق أحياناً بالتشهير والابتزاز.

1.2. الإجابة عن التساؤل الثاني: طبيعة الدوافع والاشباع المحققة من استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

- يخضع استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لغائية جملة متنوعة من الدوافع والاشباع، إلا أن الدوافع الغالبة وفقاً لنتائج هذه الدراسة تتمثل في: التواصل والتفاعل مع الأسرة والعائلة والأصدقاء بنسبة 11.9 %، تليها نسبة 10 % من الشباب الذين يستخدمون الموقع بهدف تحقيق الإشباع المتعلق بمتابعة الأحداث اليومية ومناقشتها فقط، في حين أن ما نسبته 7.5 % يرون أن دافعهم لاستخدام الفيسبوك هو التواصل والتفاعل مع العائلة مضاف إليها مناقشة المواضيع والأحداث اليومية، بينما تتوزع باقي النسب عبر دوافع واشباع متنوعة.

1.3. الإجابة عن التساؤل الثالث - كشفت البيانات المحصل عليها في إطار هذا

الإطار عن فهم وإدراك الشباب الجزائري المستخدم للشبكة الاجتماعية فيسبوك لظاهرة التعصب من حيث أشكالها، مظاهرها وكذا أسبابها ومحفزاتها، ويتجلى ذلك عبر مؤشرات تتعلق ب:

☒ أشكال التعصب المنتشرة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من وجهة نظر

الشباب المستخدم للموقع مرتبة وفقاً لإجابات الباحثين: *التعصب الديني،

التعصب السياسي، التعصب الاجتماعي الطبقي بنسب مرتفعة وهي النتائج التي

تتطابق وما خلصت إليه الدراسة المقدمة من طرف من الباحثين: Saluh Indra

AkhirulAminulloh وDewi المعنونة ب: Social Media: Democracy

in Shadow of Fanaticism والتي كشفت عن الانتشار المتقدم لكل من
التعصب الديني والسياسي عبر الموقع¹.

✘ محفّزات التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من وجهة نظر
الشباب المستخدم للموقع تتمثل في: *الاختلاف في الآراء والمواقف، تنوع الأديان
والمذاهب، التفاوت الاجتماعي والاقتصادي. أما باقي المحفّزات فقد جاءت بنسب
ضعيفة جدًا.

✘ أسباب التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من وجهة نظر الشباب
المستخدم للموقع تتمثل في:

*عدوانية الشخص المتعصب، الغيرة والتنافسية الحادة، التحوّلات الاجتماعية
السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام، خلفية الشخص وتجاربه مع فئات
أو جهات معينة، الشخصية التسلّطية للتعصب والغرور، أما باقي الأسباب فقد
جاءت بنسب قليلة جدًا.

1.4. الإجابة عن التساؤل الرابع: -كشفت النتائج المتحصّل عليها في إطار هذا
المحور عن وجود علاقة بين استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة
التعصب لدى الشباب المستخدم بناء على وجهة نظر أفراد العينة المدروسة
والمعبر عنها من خلال النسبة المقدّرة ب: 73.6 % من المبحوثين يرون أنّ
استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يساهم بدرجة كبيرة في تأجيج ونشر
التعصب بين الشباب المستخدم.

❖ لا توجد فروق في وجهات نظر أفراد العينة حول العلاقة بين استخدامهم للفيسبوك
وتعرّضهم للتعصب تبعاً لمتغير النوع.

¹Saluh Indra Dewi & Akhirul Aminulloh, Social Media: Democracy in Shadow of Fanaticism, (Indonesia: Yogyakarta, Conference on Communication, Culture and Media Studies, 18-20 October, 2016), p80.

❖ توجد فروق في وجهات نظر أفراد العيّنة حول العلاقة بين استخدامهم لموقع

الشبكة الاجتماعية فيسبوك وتعرضهم للتعبّسب تبعا لمتغيّر الانتماء الجغرافي.

✓ عدم وجود فروق بين أفراد العيّنة الدّراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع

الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التّعبّسب بين الشّباب تبعا لمتغيّر

النوع.

✓ وجود فروق بين أفراد العيّنة الدّراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع الشبكة

الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التّعبّسب بين الشّباب تبعا لمتغيّر المستوى

التعليمي.

✓ عدم وجود فروق بين أفراد العيّنة الدّراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع

الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التّعبّسب بين الشّباب تبعا لمتغيّر

الانتماء الجغرافي.

● إسهام أفراد العيّنة الدّراسة في ظاهرة التّعبّسب عبر موقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك يندرج ضمن المستوى المنخفض (النّاعم) لمستويات قياس التّعبّسب عبر

الشبكات الاجتماعية والمعبر عنه من خلال القيمة المقدّرة بـ: 15.10 وهي

النتيجة التي توحى بأنّ استخدام الشّباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك يتّسم بالوعي والإدراك تجاه خطورة ظاهرة التّعبّسب وانتشارها عبر الموقع

خاصّة وأنّ طبيعة العيّنة المدروسة والمنتمية للفئة الجامعية المحسوبة على

الطبقة المتّقفة وهو ما يجعلهم يتعاملون باحترافية لتقادي المساهمة في الظاهرة

ومظاهرها عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك، أو الانسياق خلف تيّاراتها.

2. نتائج الدّراسة في ضوء الفرضيات

2.1. يمتلك أفراد العيّنة فهما وإدراكا كبيرين لظاهرة التّعبّسب عبر موقع الشبكة

الاجتماعية فيسبوك من حيث: أشكال ومظاهر الظاهرة، أسبابها محقّراتها وذلك

بناء على جملة من المؤشّرات خاصّة تلك المتعلّقة بطبيعة المواضيع التي يتفاعل

معها الشباب المستخدم للفيسبوك أو كيفية التفاعل التي قدر ما نسبته 89.6% من الباحثين بأنها محكمة بطبيعة الموضوع التي تُشكّل فيصلا في حدوث التفاعل من عدمه من جهة أو في تحديد شاكلته من جهة أخرى (طريقة التفاعل)، إضافة إلى النسب المتعلقة بأشكال التّعصّب المنتشرة عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسوك والتي جاءت مرتفعة فيما يتعلق بالتّعصّب السياسي الديني والطبقي، وكذا ما حدّده الباحثون من محفّزات وأسباب للظاهرة كلّها تعبّر عن فهم وإدراك كبيرين لدى الشباب الجزائري لظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسوك من حيث (أشكالها، أسبابها ومحفّزاتها)، وذلك انطلاقا من مطابقتها لعديد النتائج التي خلصت إليها بعض الدراسات الإعلامية في هذا السياق من جهة وكذا لما يوجد به الميراث الأدبي الفكري لمختلف النظريات النفسية والاجتماعية المفسّرة للظاهرة، والتي سبقت الإشارة لها في سياق هذا العمل.

2.2. تأكّد صحة الفرضية الثانية- توجد علاقة بين استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التّعصّب) بناء على وجهة نظر أفراد العينة المدروسة حوالي 73.6% من الباحثين يرون أنّ استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يساهم بدرجة كبيرة في تأجيج ونشر التّعصّب بين الشباب المستخدم، مع الإشارة إلى أنّ إسهام أفراد العينة المدروسة في ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك لا يتعدّى المتوسط الحسابي 15.10 وهو يندرج ضمن المجال المنخفض لمقاييس مؤشرات التّعصّب (المستوى الناعم) وفقا لما حدّته بعض الدراسات الإعلامية والأدبيات النفسية والاجتماعية حول هذا الموضوع.

وعليه فظاهرة التّعصّب هي ظاهرة قديمة قدم الممارسات العلائقية البشرية ولها حضور كرونولوجي طويل عبر مختلف التطوّرات التاريخية للدول والشعوب والحضارات، غير أنّ صيتها وتأثيرها لم يكن يتجاوز بعض النطاقات والفضاءات الزمانية المحدودة والمتفاوتة الإحداثيات، وبعد ظهور ما يعرف بمواقع الشبكات

الاجتماعية وخصوصا موقع الفيسبوك فقد توصلته الظاهرة التي وجدت فيه مساحة كافية للإنتشار والتغول ضمن الممارسات والعادات الاتصالية للشباب المستخدمين وفي سياق مجالات واهتمامات متعدّدة كالسياسية، الاجتماعية الرياضية...إلخ.

خاتمة

خاتمة:

التَّعَصَّبُ ظاهرة نفسية اجتماعية لها إمتدادات كرونولوجية عبر مختلف الثقافات والحضارات البشرية المتنوعة، إلا أنَّ صدى انتشارها وطبيعة نتائجها أو تداعياتها كثيرا ما ترتحت بين القوَّة والضعف بحسب الإحداثيات الزمكانية التي تظهر في سياقاتها، وكذا الأساليب والوسائل التي تتوسَّلها الظاهرة للانتشار والتَّغَوُّل. ولطالما كانت طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وعديد الظواهر الإنسانية محلَّ نقاشات ودراسات كثيرة عبر مختلف مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وفي هذا السِّياق فإنَّ ظهور موقع الشبَّكة الاجتماعية فيسبوك والإقبال الكبير على استخدامه وتداوله خاصَّة لدى الفئات الشبَّانية بالنَّظر إلى الإمكانيات والخدمات التَّواصلية التفاعلية ومجالات الحرِّية اللامحدودة التي يوفِّرها لمستخدميه قصد طرح ومناقشة ونشر الآراء والتَّعبير عن مختلف الاتجاهات والتَّوجَّهات دون قيود فسح المجال واسعا أمام ظاهرة التَّعَصَّب للانتقال من الواقع إلى الفضاء الرقمي الافتراضي عبر إنتاج ونشر وتداول المضامين التَّعصَّبية في سياق الصِّراعات والسِّجالات التي تحدث بين المستخدمين المتعصِّبين.

ويهدف العمل على معالجة الظاهرة في مجالها الافتراضي تأسست العلة البحثية لدراستنا الحالية التي استهدفت الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام الشبَّاب الجزائري لموقع الشبَّكة الاجتماعية فيسبوك وظاهرة التَّعَصَّب لديهم وتأسيسا على ما نظرت له الأدبيات الفرضية لنموذج الاستخدام والاعتماد على وسائل الإعلام، واستنادا إلى طبيعة نظام عمل الفيسبوك القائم على تعددية الخيارات وحرية الاستخدامات، فإنَّ نتائج الدِّراسة أظهرت أنَّ استخدام الشبَّاب الجزائري لموقع الشبَّكة الاجتماعية فيسبوك وإنَّ اتَّسم بالكثافة من خلال معدَّل الاستخدام الذي يفوق ويتجاوز الثلاث ساعات في غالب الأوقات إلاَّ أنَّه (الاستخدام) يخضع لإرادة وحرِّية

الاختيار المستندة إلى جملة من الدوافع والحاجيات المتمحورة بدرجة أولى حول الاتصال والتواصل والتفاعل مع الأسرة والأصدقاء وكذا مناقشة الأحداث اليومية (إيجابية ونشاط الجمهور في تعامله مع الوسيلة).

ووفقا لما يعايشه الشباب المستخدم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في سياق تصفحه للموقع يُعتبر التّعصب الديني، السياسي، والطبقي الاجتماعي في مقدّمة الأشكال التّعصبية المنتشرة بين الشباب عبر فضائهم الافتراضي، وكلّها أشكال تُصنّف ضمن النماذج التقليدية للتّعصب التي عرفها الإنسان في نطاقات واقعه الحقيقي ثمّ انتقلت إلى الفيسبوك من خلال ما يتيح هذا الأخير من فضاءات ومساحات جماعية وشخصية (الصفحات، المجموعات..) والتي كثيرا ما تحتم عبرها النقاشات وتبرز فيها معاني ومشاعر الانتصار للانتماءات الضيقة ومحاولات المناقحة عنها .

وتعتبر عدوانية الشّخص المتعصّب، الغيرة والتنافسية الحادّة، التحوّلات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع، الأذى والرغبة في الانتقام، خلفية الشّخص وتجاريه مع فئات أو جهات معيّنة، الشّخصية التسلّطية للمتعصّب والغرور، أهمّ وأبرز أسباب ومحفّزات ظاهرة التّعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وهي بذلك تتعدّد وتتنوّع بين محفّزات ذاتية مرتبطة بخصوصيات نفسية في الفرد المتعصّب كالحقد والكراهيات والرغبة في الانتقام أو اجتماعية وضعية تدرج ضمن ما يتلقّاه الفرد من معارف وقيم ومبادئ (سلبية) في سياق عمليات التنشئة الاجتماعية تحت توجيه ووصاية جملة من المؤسّسات الاجتماعية في مقدّمتها وسائل الإعلام (موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك) .

وتأسيسا على وجهة نظر عيّنة الشباب الجامعي الجزائري المدروسة يُعتبر استخدام موقع شبكة الاجتماعية فيسبوك عاملا من عوامل تأجيج ونشر ظاهرة التّعصب بين الشباب المستخدم للموقع، ويمكن التّعبير عن هذه الرّؤية وفقا للأدبيات

الإعلامية بأنها من النتائج والمخلفات الوجدانية والسلوكية التي تُخلفها عملية الاعتماد على وسائل الإعلام (موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك)، وبما أنّ عيّنة الدّراسية من الطّبعة المثقّفة (طلبة جامعيين) فإنّ المقدّرات الإدراكية هنا تلعب دورا كبيرا في تحديد طبيعة الأثر الذي يمكن أن يخلفه استخدام وسائل الإعلام أو في توجيه الأسلوب الذي من خلاله تُستخدم هذه الوسائل وهو ما يفسّر ما أشارت إليه النتائج بخصوص المساهمة المنخفضة لأفراد العيّنة في ظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك.

وعليه وفي خضمّ البحث عن ميكانيزمات علاجية لظاهرة التّعصّب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك توصي الباحثة بما يلي:

- تفعيل استراتيجية التّربية الإعلامية الرّقمية كآلية حيوية تقوم على استهداف بناء وتأهيل آليات الوعي الدّاتي لدى مستخدم موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تعامله مع الوسيلة أو مضمونها.
- الرّفّع من مستويات الحسّ العامّ تجاه أخلاقيات النّشر عبر الموقع في ظلّ احترام وتقبّل الآخرين بعيدا عن الحقد والكراهية والعنصرية أو تجاوز حدود حرّية التّعبير إلى انتهاك حرّيات الآخرين وازدراء خصوصياتهم.
- توحيد جهود الباحثين والمختصّين عبر المجالات الإعلامية، النّفسية والاجتماعية قصد التّأسيس لمقاربات علاجية للظاهرة عبر حل هذه المداخل لما لها من نقاط كبيرة من تشابك العلاقات والمصالح.
- ترقية حسّ الانتماء لمختلف مكوّنات وثقافات المجتمع ، والرّفّع من مستوى الحس الوطني والمصير المشترك بعيدا عن الحساسيات الضيّقة التي تُذكي ظاهرة التّعصّب.

قائمة المراجع

المعاجم والقواميس:

الموسوعة العربية العالمية، مجلّد 9، ط1، السّعودية: مؤسّسة أعمال الموسوعة للنّشر والتّوزيع، 1996.

ابن منظورأبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، ط1، بيروت: دار الكتب العلمية، 2003.

إبراهيم مذكور، المعجم الوسيط، ط3، الجزء1، القاهرة: مجمع اللّغة العربية، 1985.

الأزهري أبي منصور محمّد بن أحمد، تهذيب اللّغة، ج2، تحقيق محمّد علي النّجار، مصر: الدّار المصرية للتأليف والترجمة، 2010.

حسن شحاتة، زينب النّجار، معجم المصطلحات التّربوية والنّفسية، ط1، القاهرة: الدّار المصرية اللّبنانية، 2003.

جميل صليبا، المعجم الفلسفي، بيروت: دار الكتاب اللّبناني، 1978.

طه عبد القادر وآخرون، موسوعة علم النّفس والتّحليلي النّفسي، ط1، الكويت: دار سعاد الصّباح، 1993.

مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، لبنان: دار النّهضة العربية، 2014.

الكتب:

إبراهيم بن عبد الله المسند، المكتبة والبحث، السّعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية للنّشر، 2007.

الأشول عادل، علم النّفس الاجتماعي، (القاهرة: المكتبة الأنجلومصرية، 1985).

الجزّار هاني، سلسلة الفكر في أسباب التّعصّب، القاهرة: المصرية العامّة، 2006.

السّيّد بخيت، الصحافة والانترنت، القاهرة: العربي للنّشر والتّوزيع، 2000.

- السيد عبد الحليم محمود، الأسرة وإبداع الأبناء، القاهرة: دار المعارف، 1980.
- الصّادق رابح، فضاءات رقمية؛ قراءة في المفاهيم والمقاربات والرّهانات، ط1، بيروت: دار النهضة العربية، 2013.
- العززي وديع، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، عمان: دار المناهج للنشر والتّوزيع، 2015.
- المعاينة خليل عبد الرّحمان، علم النّفس الاجتماعي، عمان: دار الفكر 2010.
- أبو إصبع خليل صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الأردن: دار مجدلوي للنشر والتّوزيع، 2005.
- أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتّوزيع، 2009.
- أبو غالي عطف، العلاقة بين الاتجاهات التّعبيرية وأساليب المعاملة الوالدية كما يدركها الأبناء لدى الطّلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، غزّة: جامعة الأزهر، 1999.
- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014.
- أحمد سمير حمّاد وآخرون، مناهج البحث في الإعلام الجديد، القاهرة: شركة الوايل الطّيب للإنتاج والتّوزيع والنّشر، 2013، ص50
- أميمة أحمد رمضان، العمل الصّحفي في عصر الإعلام الجديد، ط1، عمان: دار أمجد للنشر والتّوزيع، 2017.
- أميمن عثمان علي سالم، المرجع في علم النّفس الاجتماعي، ليبيا: دار الخمس للطباعة، 2007.
- أمين رضا، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتّوزيع، 2015.

- أمينة بصّافة، العصبية الافتراضية في شبكات التّواصل الاجتماعي، دراسة أنثوغرافية على عيّنة من مستخدمي الفيسبوك، دراسة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر3، 2018.
- بشرى حسين الحمداني، التّربية الإعلامية ومحو الأمية الرّقمية، ط1، عمان: دار وائل للنّشر والتّوزيع، 2015.
- بلقيس أحمد، مرعي توفيق، الميسّر في علم النّفس الاجتماعي، عمان: دار الفرقان للنّشر والتّوزيع، 1984.
- ثريا البدوي، نظريات الإعلام والاتصال في العصر الحديث، الرّياض: مكتبة الرّشد، 2019.
- جمال سند السّويدي، مناقبيلة إلى الفيسبوك دراسات إستراتيجية، الإمارات العربية المتّحدة: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الافتراضية.
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيّد، القاهرة: الاتصال ونظريّاته المعاصرة، الدّار المصرية اللّبنانية، 2004.
- حسني الجبّالي، علم النّفس بين النّظرية والتّطبيق رؤية مستقبلية، القاهرة: مكتبة الأنجلومصرية، 2003.
- حسين حريم، السّلك التّنظيمي: سلوك الأفراد في المنظّمات، ط2، عمان: دار حامد، 2004.
- حسين شفيق، الإعلام البديل في عصر ما بعد التّفاعلية، القاهرة: دار فكر وفن للطّباعة والنّشر والتّوزيع، 2011.
- حليمة أمحمد حسن أبو صيد، مظاهر التّعصّب والحوار الفكري وعلاقتها بالسّمات الشّخصية، رسالة ماجستير غير منشورة، ليبيا: جامعة مصراتة، 2018.
- حمد صالح العسّاف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرّياض: دار الزّهراء، 2016.

حنان سعيد الرحو، أساسيات في علم النفس، ط1، القاهرة: الدار العربية للعلوم، 2005.

خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، الأردن: دار النقائس، 2013..

خليدة صديق، أساسيات في الإعلام الدولي، الرياض: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، 2005.

خليل علي شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الأردن: نبلاء ناشرون وموزعون، 2014.

درويش زين الدين، علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته، القاهرة: دار الفكر العربي، 2005.

دكت جون، علم النفس الاجتماعي والتعصب، بيروت: دار الفكر العربي، 2000.
رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد؛ المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، 2014.

رضوان بوجمعة، آليات مواجهة خطاب الكراهية في وسائل الإعلام بين القانون الدولي والإنساني والأخلاقي، مرصد الإعلام في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

زهران حامد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، ط5، القاهرة: عالم الكتب، 1984.
سامح ممدوح عبد الرؤوف، الاتجاهات التعصبية وعلاقتها ببعض الأساليب المعرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، مصر: جامعة المنصورة، 2007.

ساندرا بولروكتش، ديفلينمليفين، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993.

سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2020.
شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، ط1، القاهرة: دار العالم العربي للنشر والتوزيع، 2011.

- شمس الدين فتحي، شبكات التّواصل الاجتماعي والتّحوّل الديمقراطي في مصر، القاهرة: دار التّهضة العربية، 2013.
- عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسيّة والإعلام، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- عبّاس محمود عوض، مدخل إلى علم النفس النّموي: الطفولة-المراهقة - الشيخوخة، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999.
- عبّاس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتّطبيقات، ط1، الأردن: دار الشّروق للنّشر والتّوزيع، 2008.
- عبد الأمير مويت فيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، ط1، الإمارات العربية المتّحدة: دار الكتاب الجامعي، 2014.
- عبد الباقي سلوى، موضوعات علم النفس الاجتماعي، مصر: مركز الإسكندرية للكتاب، 2002.
- عبد الرّحمان عزّي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس: الدّار المتوسّطية للنّشر، 2013.
- عبد الحميد صلاح، الإعلام والتّورات العربية، القاهرة: مؤسّسة طيبة للنّشر والتّوزيع، 2013.
- عبد الصّاحب، سالم جمعة، الاتجاهات النّعصبيّة وعلاقتها ببعض المتغيّرات لدى طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه منشورة، العراق: جامعة سانت كليمنتس، 2011.
- عبد العزيز إبراهيم، الصّحافة الإلكترونيّة والتّطبيقات الإلكترونيّة الحديثة، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2011.
- عبد العزيز السيّد، ميرفت الطّرابيشي، نظريّات الاتّصال، القاهرة: دار الفكر العربي، 2006.

عبد الغفار فيصل محمّد، شبكات التّواصل الاجتماعي، ط1، الأردن: الجنادرية، 2015.

عبد الله سيد معتز، الاتجاهات التعصبية، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 1989.
عبد الله عبد الرّحمان محمّد، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعة، 2006.

عبد محمّد إبراهيم، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، القاهرة: مكتبة الأنجلومصرية، 2005.

عزت حجازي، الشباب والمشكلات التي يواجهها، الكويت: المجلس الوطني للثقافة، 1978.

علاء الدّين محمّد عفيفي، الإعلام وشبكات التّواصل الاجتماعي العالمية، ط1، الإسكندرية: دار التّعليم الجامعي، 2015.

علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التّواصل الاجتماعي، ط1، الأردن: دار أسامة للنّشر والتّوزيع، 2014.

عمر محمّد زيّان، البحث العلمي مناهجه، وتقنيّاته، السّعودية: دار الشّروق للنّشر والتّوزيع، 1988.

عوض عبّاس محمود، علم النفس الاجتماعي، القاهرة: دار المعرفة الاجتماعية، 1988.

غالب الدّغمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجدّدة، ط1، الأردن: دار أمجد للنّشر والتّوزيع، 2016.

فضيل دليو، التّكنولوجيا الرّقمية للإعلام والاتصال، عمان: دار النّقافة للنّشر والتّوزيع، 2010.

ماهر عودة الشّمايلة وآخرون، الإعلام الرّقمي الجديد، ط1، عمان: دار الإعصار العلمي للنّشر والتّوزيع، 2015.

محمّد جمال أحمد، الإعلام السّياسي، عمان: دار غيداء للنّشر والتّوزيع، 2015.

محمّد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة: دار الأهرام، 2012.

- محمدّ عابد الجابري، فكر ابن خلدون العصبية والدولة، ط5، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1992.
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، 2004.
- محمدّ عبد الحميد، المدونات.. الإعلام البديل، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2009.
- محمدّ منير حجّاب، نظريات الاتصال، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.
- محمود حسني إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2012.
- محمود علم الدين، محمدّ تيمور عبد الحسيب، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط1، القاهرة: دار الشروق الدولية، 1994.
- مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع، القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس والآفاق، عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، 2013.
- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، 2018.
- نهى السيّد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط1، لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2015.
- هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، الأردن: دار الألمعية للنشر والتوزيع.
- وسام فاضي راضي، مهندّ حميد التميمي، الإعلام الجديد...تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي، 2017.

ياسين خضر البيّاتي، الإعلام الجديد: الدّولة الافتراضية الجديدة، ط1، عمان: دار البداية ناشرون وموزّعون، 2014.

يوسف المقدادي، خالد غسان، ثورة الشّبكات الاجتماعية، ط1، الأردن: دار النَّفّاس للنّشر، 2013.

المجلات والدّوريات والمؤتمرات:

السّرحان أحمد فيصل، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية: استراتيجيات المواجهة، الأردن: جامعة الزّرقاء، المؤتمر الدّولي للإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، 16-18، ماي، 2017.

بشرى جميل إسماعيل، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفهوم والنّماذج، العراق: مجلّة الباحث الإعلامي، العدد14، 2011.

بيرق حسين الربيعي، دور مواقع التّواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، المؤتمر الدّولي لخطاب الكراهية وأثره في التّعايش المجتمعي والسّلميين الإقليمي والدّولي، العراق: جامعة صلاح الدّين، 2019.

جمال عسكر مضحي، تأثير الصّحافة الإلكترونيّة في مستقبل الصّحافة الورقية، العراق: مجلّة جامعة تكريت للعلوم الإنسانيّة، العدد 02، 2009.

حسين صدّيق، الاتجاه من منظور علم الاجتماع، سوريا: مجلّة جامعة دمشق، العدد 04، 2012.

درويش محمّد، القيم الأخلاقية للتّواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت من منظور إسلامي، الزّقازيق: مجلّة كليّة التّربية، العدد 8، 2013.

خلود سلام صالح، دور المنصّات الإعلامية الإلكترونيّة في محاربة خطاب الكراهية، برلين: مجلّة الدّراسات الإعلامية، العدد 11، ماي 2020.

سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التّحدّيات والفرص، السّعودية، المؤتمر العلمي الثّاني للإعلام الإسلامي، 13-15 ديسمبر، 2011.

سمير محمّد عواودة، مواقع التّواصل الاجتماعي الإلكترونيّة الضّوابط والآثار، المؤتمر العلمي الدّولي السّابع وسائل التّواصل الاجتماعي وآثارها على المجتمع، فلسطين: كلية الشّريعة، جامع النّجاح الوطنيّة، 2014.

سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، دمشق: مجلّة جامعة دمشق، العدد الأوّل والثّاني، 2010.

صخر أحمد الخصاونة، سهل علي العتوم، دور وسائل التّواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصّحفيين الأردنيين، فلسطين: مجلة الجامعة الإسلاميّة للدراسات الشّريعة والقانونيّة، 2021.

عباس مصطفى صادق، التّطبيقات التّقليديّة والمستحدثة للصحافة العربيّة في الانترنت، جامعة الشّارقة: مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي: الواقع والتّحديات، 2005.

عبّاس مصطفى صادق، مصادر التّظهير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، جامعة البحرين: المؤتمر الدّولي للإعلام الجديد؛ تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، 7-9، 2009.

عبد الرّحمان سعد، عملية التّطبيع الاجتماعي وأزمات التّحامل والتّعصّب في مجتمعاتنا المعاصرة، الكويت: مجلّة عالم الفكر، العدد الأوّل، 1970.

عدنان محمود عبّاس، زهرة موسى جعفر، التّعصّب لدى المراهقين، (العراق: مجلة ديالوج للبحوث الإنسانيّة، العدد 58، 2013).

محمّد علي القعاري، المداخل النّظرية في دراسة الإعلام الرّقمي، دراسة نقديّة، جامعة أم درمان الإسلاميّة: مجلّة علوم الاتّصال، العدد 6، ديسمبر 2020.

مريم ضربان، تجليات حقوق المواطنة في ممارسة الإعلام البديل نحو تأصيلية الإعلام التّشاركي قراءة في براديجم صحافة المواطن، مجلّة دراسات في حقوق الإنسان، العدد، 02، 2018.

نوّاف حازم خالد، خليل إبراهيم محمّد، الصّحافة الإلكترونيّة ماهيّتها والمسؤولية
التّقصيرية التّاشئة عن نشاطها، مجلّة الشريعة والقانون، العدد 06، 2011.
مراجع أجنبية:

ABDELRAHMAN TA ASHOUR, THE INFLUENCE OF FACEBOOK AND TWITTER ON FOOTBALL FANATICISM: Master Thesis of Human Sciences, Communication, Malaysia: International Islamic University Malaysia, October, 2020.

Marcel Danesi, Dectionary of media and communications , New York: M.E. Sharpe, 2009.

Manovich. Lev, The language of New Media, London: Massachusetts Institute of Technology press, 2001.

Olga Kyslova, Ekatryna Berdnyt, New Media as a formation factor for digital sociology, Studies of Changing Society, comparative and interdisciplinary focus, vol 3(7), 2013.

Saluh Indra Dewi & Akhirul Aminulloh, Social Media: Democracy in Shadow of Fanaticism, Indonesia: Yogyakarta, Conference on Communication, Culture and Media Studies, 18-20 October, 2016..

Sammantha L, Aplications of social network analysis for building community disaster resilience, (America: Cambridge university press, 2009.

المواقع الإلكترونيّة:

الموقع الإلكتروني: <https://abuomar.ae> عدد مستخدمي فيسبوك 2022 حقائق
ممتعة عن المستخدمين.

الشروق أونلاين، إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التّواصل الاجتماعي في
الجزائر، 11، 02، 2021. <https://www.echoroukonline.com/>.

الشّروق أونلاين: بكالوريا 2021.. تراجع نسبة التّجاح والإناث يتفوّقن على الذّكور، تاريخ النّشر: 30، 06،

<https://www.echoroukonline.com/>، 2021

الملاحق

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصّص اتصال وعلاقات عامّة

استمارة استبيان حول:

استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة التّعصّب لدى الشّباب

الجزائريين

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين

إعداد الطالبة: إشراف الأستاذ:

واضح نوالد. بوعزيز بوبكر

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرّية ولن يتمّ استغلالها إلاّ لأغراض علمية

السنة الجامعية 2021/2020

المحور الأوّل: البيانات الشخصية

1. الجنس:

ذكر

أنثى

2. السن:

من 18 - 20 سنة

من 20 - 23 سنة

أكثر من 23 سنة

3. المستوى الدراسي:

طالب (ة) ليسانس

طالب (ة) ماجستير

طالب (ة) دكتوراه

التخصص الجامعي:

علمي أدبي

4. الانتماء الجغرافي:

الغرب الجزائري

الشرق الجزائري

الجنوب الجزائري

الوسط الجزائري

5. مكان الإقامة:

الريف المدينة

المحور الثاني: استخدام الشباب الجزائري لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك من

حيث العادات، الأنماط والدوافع :

6. تستخدم موقع الشبكة الاجتماعية بشكل؟

دائماً أحياناً نادراً

7. ما معدل استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في اليوم؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات

3 ساعات فأكثر

8. ما هي الوسيلة المستخدمة لتصفح موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

الهاتف المحمول جهاز الآيباد الكمبيوتر الشخصي

9. ما الأوقات التي يرتفع فيها معدّل استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

في الصباح في الظهيرة في المساء

10. حسابك الشخصي عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك تم فتحه بمعلوماتك الشخصية

الصّحيحة؟

نعم لا

11. هل تستخدم صورتك الشخصية في بروفایل حسابك على موقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك؟

نعم لا

12. ما هي دوافع استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟ (يمكنك الاجابة بأكثر من

خيار)

مجانية الموقع جماهيرية الموقع

التواصل والتفاعل السريع مع العائلة والأصدقاء تكوين صداقات جديدة

البيانات الإفتراضية متابعة الأحداث اليومية ومناقشتها

مواكبة التكنولوجيا والتعبير عن الآراء متابعة الإعلانات وشراء المنتجات

الانضمام للحملات الاجتماعية الشعور بالوحدة

متابعة المشاهير

المحور الثالث: أشكال ومظاهر التّعبّص عبر موقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك.

13. ما هي أبرز المواضيع التي تتفاعل معها عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

المواضيع السياسية المواضيع الاقتصادية المواضيع الاجتماعية

المواضيع الثقافية والفنية المواضيع الدّينية المواضيع الرّياضية

مواضيع تخصّ المرأ أتفاعل مع مختلف المواضيع

14. تتفاعل مع مختلف المواضيع التي تعرض عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك عن طريق:

أدعمها لا أدعمها حسب الموضوع

15. تصادفك مواضيع ذات مضامين متعصبة عند استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية

فيسبوك؟

دائماً أحياناً نادراً

16. ما هي أشكال التعصب التي تصادفك عند استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

التعصب الديني التعصب السياسي الأيديولوجي

التعصب الطبقي الاجتماعي التعصب الجنسي النوعي (ذكر/أنثى)

التعصب العنصري التعصب الرياضي

17. ما هي أبرز صفحات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك التي ترتفع فيها نسبة التعصب؟

الصفحات السياسية الصفحات الاجتماعية

الصفحات الرياضية الصفحات الفنية

الصفحات الثقافية

18. حسب رأيك ما هي أبرز محفزات ظاهرة التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

الاختلافات في الآراء والمواقف تنوع الأديان والمذاهب

التفاوت الجماعي والاقتصادي للاختلافات الطائفية واللغوية

الاختلافات العرقية والتوعية

19. حسب رأيك ما هي أهم أسباب ظاهرة التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

خلفية الشخص وتجاربه مع فئات أو جهات معينة عدوانية الشخص المتعصب

تأييد موقف مجتمعي عنصري وإثبات الولاء للجماعة العزلة ورفض التواصل مع الآخرين

الغيرة والتنافسية الحادة الشخصية التسلطية للمتعصب والغرور

الاحباط وفقدان الثقة بالنفس الشعور بالحاجة إلى الأمن والطمأنينة

التحولات الاجتماعية السريعة داخل المجتمع الأذى والرغبة في الانتقام

المحور الرابع: استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة
التعصب لدى الشباب الجزائريين:

20. من خلال استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك هل تتعرض للتعصب؟

نعم لا نادرا

21. هل تعتقد أن استخدامك المكثف لموقع الشبكة الاجتماعية هو ما يعرضك للتعصب؟

نعم لا نوعا ما

21. هل سبق لك وأن تفاعلت مع مضامين تعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

نعم لا نادرا

22. ما هي وسيلة تفاعل مع مضامين التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

استخدام خاصية الإعجابات التعليقات والمحادثات الفورية

نشر ومشاركة الصور والترسومات نشر ومشاركة المواد المرئية والفيديوهات

لاشي

23. الأشخاص الذين يقومون بممارسة التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك عادة ما يكونون:

أقارب أصدقاء مشاهير وشخصيات معروفة

أشخاص في صفحات ومجموعات خاصة أو عامة أشخاص من داخل الوطن

أشخاص من خارج الوطن

23. حسب رأيك إلى أي درجة يمكن أن يساهم استخدام الفيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب بالمستخدم؟

يساهم بدرجة كبيرة يساهم بدرجة أقل لا يساهم أبدا

24. حدّد إلى أي مدى تنطبق العبارات التالية على استخدامك لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؟

نعم	أحيانا	لا

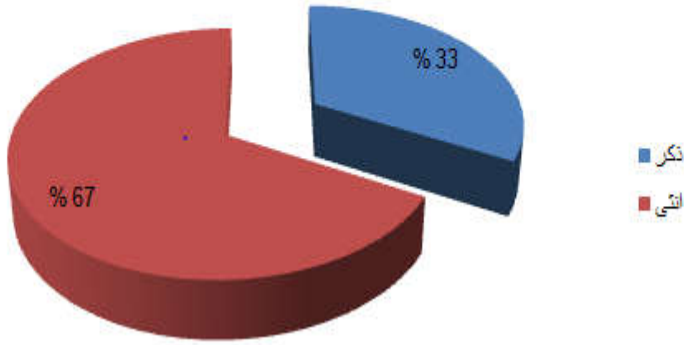
01- أقوم بالتعبير عن الكراهية تجاه الآخرين وأحتقر قيمهم وعاداتهم.

02- أصرّح بعدم تقبل الاختلافات مع الآخرين.

			03- بناء علاقات عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك يكون وفق معايير تتعلّق بانتماءات عرقية إثنية، أيديولوجية، أو دينية.
			04- أحتّ على النزاعات والصراعات وأدعم النظرة الدونية للآخرين من منطلق الاختلاف في اللون، العرق، الطائفة، المذهب، الدين، الجنس، والعمر
			05- أقوم بنشر تبريرات تاريخية لوقائع عنف وتمييز
			06- أنشر وأدعم تصريحات تشكك بوقائع تاريخية لأحداث عنف أو تفرقة أو تمييز
			07- أقوم بالترويج لجرائم دينية أو إثنية لجماعة ضدّ أخرى
			08- أدعم أفكار بشأن تفوق جماعة عن أخرى
			09- أصدقائي عبر فيسبوك يتم اختيارهم على أساس الدين، اللّغة، الانتماء العرقي والجغرافي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي
			10_ أعمل على تجديد الحديث عن جرائم دينية أو إثنية لجماعة أو أفراد تجاه آخرين
			11_ أحتل جماعات أو أشخاص معيّنين مسؤولية التأثير السلبي على المجتمع والدولة

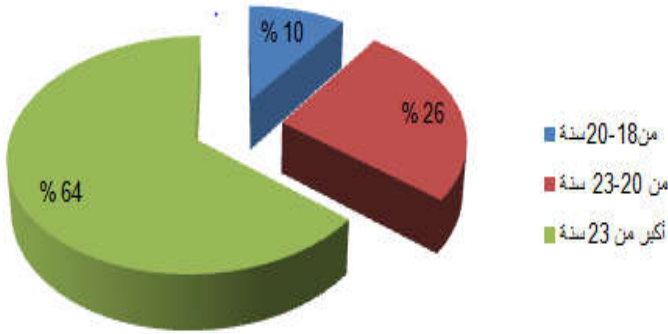
الشكل البياني رقم (01)

توزيع العينة حسب الجنس



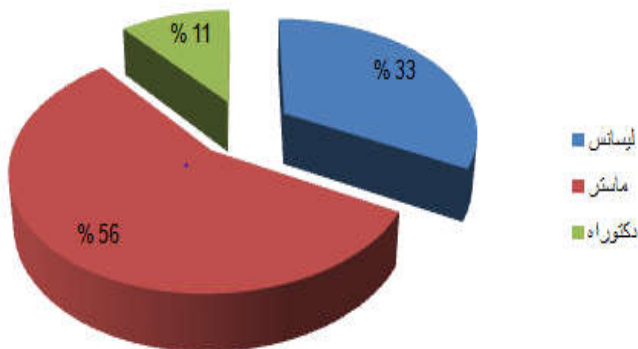
الشكل البياني رقم (02)

توزيع العينة حسب السن



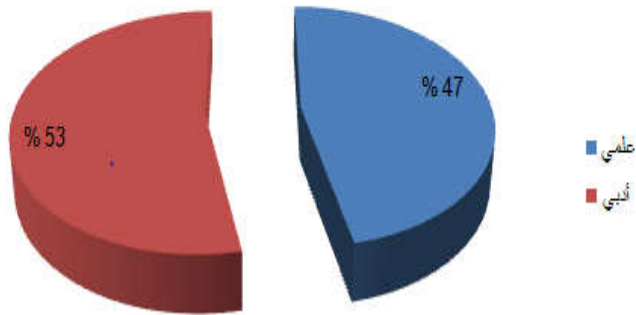
الشكل البياني رقم (03)

توزيع العينة حسب المستوى



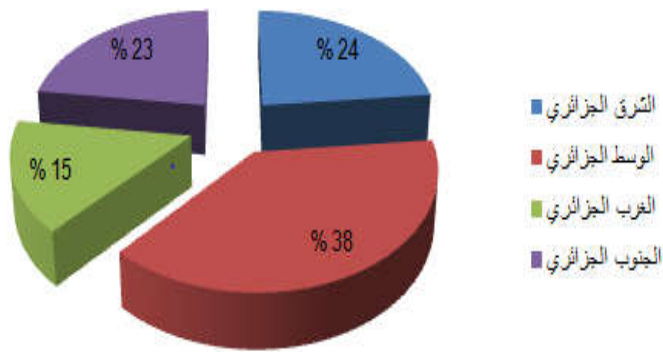
الشكل البياني رقم (04)

توزيع العينة حسب التخصص



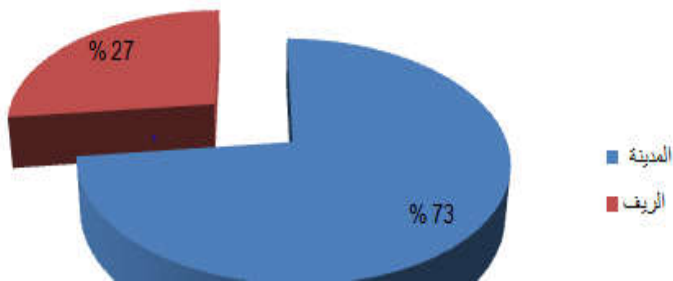
الشكل البياني رقم (05)

توزيع العينة حسب الانتماء



الشكل البياني رقم (06)

توزيع العينة حسب الإقامة



قياس ثبات الاستبيان

Reliability

Notes

	Output Created	18-JAN-2023 20:41:35
	Comments	
	Data	.sav فوزيC:\Users\mim\Desktop\
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	402
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

		RELIABILITY
	Syntax	/VARIABLES= عبارة 10 عبارة 11 عبارة 12 عبارة 13 عبارة 14 عبارة 15 عبارة 16 عبارة 17 عبارة 18 عبارة 19 عبارة 20 عبارة 21 عبارة 22 عبارة 23 عبارة 24 عبارة 25 عبارة 26 بند 1 بند 2 بند 3 بند 4 بند 5 بند 6 بند 7 بند 8 بند 9 بند 10 بند 11 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

.sav[DataSet1] C:\Users\mim\Desktop\

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.841	31

نتائج التساؤل الجزئي الأول

)2 1)؛87_ن؛80_لT-TEST GROUPS=_75;

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=_93;_76;_75;_85;_77;21

/CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

	Output Created	18-JAN-2023 20:39:28
	Comments	
	Data	.sav فوزي C:\Users\mim\Desktop\
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	402
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
	Syntax	T-TEST GROUPS= الجنس(1 2) /MISSING=ANALYSIS عبارة 21 /VARIABLES= /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.06

[DataSet1] C:\Users\mim\Desktop\sav

Group Statistics

الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ذكر	132	1.92	.768	.067
عبارة 21 أنثى	270	1.79	.705	.043

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
	F	Sig.	t	df
Equal variances assumed عبارة 21	.284	.595	1.804	400
Equal variances not assumed			1.751	241.141

Independent Samples Test

	t-test for Equality of Means			
	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
				Lower
Equal variances assumed عبارة 21	.072	.139	.077	-.013
Equal variances not assumed	.081	.139	.079	-.017

Independent Samples Test

	t-test for Equality of Means	
	95% Confidence Interval of the Difference	
	Upper	
Equal variances assumed عبارة 21	.291	
Equal variances not assumed	.295	

;69_75_78_75_ONEWAY_93;_76;_75;_85;_77;21 BY _75;

/MISSING ANALYSIS.

Oneway

Notes

	Output Created	18-JAN-2023 20:40:30
	Comments	
	Data	.sav فوزي C:\Users\mim\Desktop\
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	402
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
	Syntax	ONEWAY عبارة 21 BY الانتماء /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.05

[DataSet1] C:\Users\mim\Desktop\sav

ANOVA

عبارة 21

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.801	3	1.600	3.067	.028
Within Groups	207.696	398	.522		
Total	212.498	401			

نتائج التساؤل الجزئي الثاني

;69_75_78_75_ONEWAY_93_76_75_85_77;26 BY_75;

/MISSING ANALYSIS.

Oneway

Notes

	Output Created	18-JAN-2023 20:35:14
	Comments	
	Data	.sav فوزي C:\Users\mim\Desktop\
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	402
	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
	Syntax	ONEWAY عيارة 26 BY الانتماء /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet1] C:\Users\mim\Desktop\ .sav

ANOVA

عبارة 26

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.243	3	.081	.276	.842
Within Groups	116.732	398	.293		
Total	116.975	401			

ONEWAY _93;_76;_75;_85;_77;26 BY _75;

/MISSING ANALYSIS.

Oneway

Notes

Output Created	18-JAN-2023 20:35:39
Comments	
Data	.sav فوزي C:\Users\mim\Desktop\
Active Dataset	DataSet1
Filter	<none>
Input	
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data	402
File	
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Cases Used	
Syntax	ONEWAY عبارة 26 BY المستوى /MISSING ANALYSIS.

Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.18

.sav فوزي [DataSet1] C:\Users\mim\Desktop\

ANOVA

عبارة 26

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.935	2	1.467	5.134	.006
Within Groups	114.040	399	.286		
Total	116.975	401			

)2 1)؛87_ن؛80_ل T-TEST GROUPS=_75;

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=_93;_76;_75;_85;_77;26

/CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

	Output Created	18-JAN-2023 20:36:27
	Comments	
	Data	.sav فوزي C:\Users\mim\Desktop\
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	402
	File	

Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Resources	Syntax	<pre> T-TEST GROUPS=)2 1) الجنس /MISSING=ANALYSIS عبارة 26 /VARIABLES= /CRITERIA=CI(.95). </pre>
	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.04

.sav [DataSet1] C:\Users\mim\Desktop\ فوزي

Group Statistics

الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ذكر	132	2.64	.542	.047
أنثى	270	2.73	.538	.033

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
	F	Sig.	t	df
عبارة 26	3.744	.054	-1.564	400
			-1.559	258.005

Independent Samples Test

	t-test for Equality of Means			
	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
				Lower
Equal variances assumed	.119	-.090	.057	-.202
عبارة 26 Equal variances not assumed	.120	-.090	.057	-.203

Independent Samples Test

	t-test for Equality of Means	
	95% Confidence Interval of the Difference	
	Upper	
Equal variances assumed	.023	
عبارة 26 Equal variances not assumed	.024	

فهرس الموضوعات

الصفحة	فهرس الموضوعات
	شكر وعرقان
01	ملخص الدراسة
05	خطة الدراسة
08	مقدمة عامة
41-12	الإطار المنهجي
12	أولاً- إشكالية الدراسة
13	ثانياً- تساؤلات الدراسة
14	ثالثاً- فرضيات الدراسة
14	رابعاً- أسباب اختيار الموضوع
15	خامساً- أهداف الدراسة
15	سادساً- أهمية الدراسة
15	سابعاً- المفاهيم الأساسية للدراسة
19	ثامناً- الاستراتيجية المنهجية للدراسة
26	تاسعاً- التوجه النظري للدراسة
36	عاشراً- الدراسات السابقة
85-42	الفصل الأول-الإعلام الجديد...مدخل إلى أطره المفاهيمية النظرية وتطبيقاته الاجتماعية
42	تمهيد
43	أولاً - مفهوم الإعلام الجديد
43	1. تعريف الإعلام الجديد
50	2. خصائص الإعلام الجديد
53	3. مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد
61	4. تطبيقات وأشكال الإعلام الجديد.
72	ثانياً - موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك؛ الميزات والتطبيقات
72	1. مفهوم الفيسبوك.
76	2. خصائص وتطبيقات الفيسبوك
78	3. مجالات استخدام الفيسبوك

80	4. إيجابيات وسلبيات الفيسبوك
84	خلاصة الفصل الأول
122-86	الفصل الثاني- الفيسبوك والتعصب لدى الشباب قراءة في مفهوم الظاهرة، تجلياتها وتحدياتها
86	تمهيد
87	أولاً- مدخل إلى التعصب
87	1. تعريف التعصب
97	2. أشكال التعصب ومظاهره
99	3. الأطر النظرية المفسرة لظاهرة التعصب
111	ثانياً- الفيسبوك والتعصب: تجليات الظاهرة، تحديات ورهانات مواجهتها
111	1. سمات وخصائص الفيسبوك في نشر التعصب
115	2. تجليات ظاهرة التعصب عبر الفيسبوك
117	3. تحديات ورهانات مواجهة ظاهرة التعصب عبر الفيسبوك
122	خلاصة الفصل الثاني
186-123	الفصل الثالث- الدراسة الميدانية
123	أولاً- عرض النتائج ومناقشتها
181	ثانياً- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات والفرضيات
187	خاتمة
190	قائمة المراجع
201	الملاحق
202	الملحق رقم (1) استمارة الاستبيان
207	ملحق رقم (2) الأشكال البيانية
209	ملحق رقم (3) مخرجات الـ spss
219	فهرس الموضوعات
221	قائمة الجداول
223	قائمة الأشكال

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح مستويات قياس التّعبّ	23
02	توزيع العينة وفقا للجامعة	25
03	توزيع العينة حسب متغير الجنس	123
04	توزيع العينة حسب متغير السنّ	124
05	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	125
06	توزيع العينة حسب متغير التّخصّص العلمي	125
07	توزيع العينة حسب الإنتماء الجغرافي	126
08	توزيع العينة حسب مكان الإقامة	127
09	يوضّح تكرار استخدام الشّباب لموقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك	128
10	يوضّح تكرار معدّل استخدام موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك في اليوم	128
11	يوضح تكرار الوسيلة المستخدمة لتصفّح موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك	129
12	يوضّح تكرار الأوقات التي يرتفع فيها معدّل استخدام موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك	130
13	يوضّح تكرار استخدام المعلومات الشّخصية الحقيقية عبر الفيسبوك	131
14	يوضح تكرار استخدام الصورة الشّخصية	132
15	يوضّح طبيعة الدّوافع والاشباع المحقّقة من استخدام الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك	132
16	يوضّح طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها الشّباب الجزائري من خلال استخدام موقع الشّبّكة الاجتماعية فيسبوك	142
17	يوضّح طبيعة التّفاعل مع المواضيع التي يتعرّض لها الشّباب	147

	الجزائري من خلال استخدام الفيسبوك	
148	يوضح مصادفة الشباب المواضيع ذات مضامين متعصبة عند استخدام الشبكة الاجتماعية فيسبوك	18
148	يوضح أشكال التعصب التي تصادف الشباب عند استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	19
153	يوضح أبرز صفحات موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك التي ترتفع فيها نسبة التعصب	20
154	يوضح أبرز محفزات ظاهرة التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	21
156	يوضح أهم أسباب ظاهرة التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	22
170	يوضح مدى تعرض أفراد العينة للتعصب من خلال استخدامهم لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	23
170	يوضح مدى تعرض أفراد العينة للتعصب بسبب الاستعمال المكثف لموقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	24
171	يوضح مدى تفاعل أفراد العينة مع مضامين التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	25
172	يوضح وسيلة تفاعل أفراد العينة مع مضامين التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	26
173	يوضح طبيعة الأشخاص الذين يقومون بممارسة التعصب عبر موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك	27
176	يوضح درجة مساهمة استخدام الفيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب المستخدم وفق وجهة نظر المبحوثين	28
177	يوضح الفروق بين أفراد عينة الدراسة بين استخدامهم للفيسبوك وتعرضهم للتعصب تبعا لمتغير النوع	29

177	يوضح الفروق بين أفراد عينة الدراسة بين استخدامهم للفيسبوك وتعرضهم للتعصب تبعاً لمتغير الانتماء الجغرافي	30
178	يوضح الفروق في وجهات نظر أفراد العينة حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب تبعاً لمتغير النوع	31
179	يوضح الفروق بين أفراد عينة الدراسة في نظرتهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب تبعاً لمتغير المستوى التعليمي	32
179	يوضح الفروق بين أفراد عينة الدراسة في وجهات نظرهم حول دور استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك في تأجيج ونشر التعصب بين الشباب تبعاً لمتغير الانتماء الجغرافي	33
180	يوضح مدى مساهمة أفراد عينة الدراسة في ظاهرة التعصب عبر الشبكة الاجتماعية فيسبوك من خلال استخدامهم للموقع	34

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
207	توزيع العينة حسب متغير الجنس	01
207	توزيع العينة حسب متغير السن	02
207	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
208	توزيع العينة حسب متغير التخصص العلمي	04
208	توزيع العينة حسب الانتماء الجغرافي	05
208	توزيع العينة حسب مكان الإقامة	06