



مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع : مقاربات متعددة التخصصات

Social Media and its implications on Society :
Multidisciplinary Approaches



المركز الديمقراطي العربي

مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع : مقاربات متعددة التخصصات



تأليف: د. محمد بن علي

بالإعاون من:
المركز الديمقراطي العربي
جامعة إي - اليمن
جامعة قرآن - ليبيا

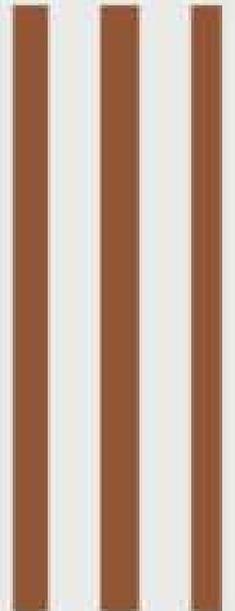
المعهد العالي للدراسات التطبيقية
في البنسلفانيا بنورز - جامعة فضة - تونس
جامعة النيل الأبيض - السودان
المركز الليبي للدراسات الثقافية
الهيئة الليبية للبحث العلمي ليبيا
Demokratisches Deutsches Zentrum
für MENA-Studien, Berlin, Deutschland



DEMOCRATIC ARABIC CENTER
Germany, Berlin 10245, Gendarmen- Str. 112
http://www.daccenter.de
TEL: 0049-30-26393000
030-26393000-130-87348845



المركز مؤسسة بحثية
مستقلة تعمل في إطار
البحث العلمي
الأكاديمي والتحليلات
السياسية والقانونية
والإعلامية
والاقتصادية حول
الشؤون الدولية
والإقليمية



2025

الناشر:

المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية السياسية والاقتصادية

برلين/ألمانيا

Democratic Arab Center For Strategic, Political & Economic Studies

Berlin / Germany

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أوت خزينه

في نطاق استعادة المعلومات أونقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن مسبق خطي من الناشر.

جميع حقوق الطبع محفوظة

All rights reserved

No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, without the prior written permission of the publisher.

المركز الديمقراطي العربي

برلين/للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية ألمانيا

Tel: 0049-code Germany

030-54884375

030-91499898

030-86450098

البريد الإلكتروني:

book@democraticac.de



المركز الديمقراطي العربي

للدراستات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية

Democratic Arab Center
for Strategic, Political & Economic Studies

كتاب وقائع أعمال المؤتمر الدولي العلمي :

مواقع التواصل الاجتماعي وتدايها على المجتمع مقاربات متعددة التخصصات

تأليف : مجموعة من الباحثين

رئيس المركز الديمقراطي العربي: أ. عمار شرعان

تحرير و إشراف: د. عمر بن عيشوش المركز العربي الديمقراطي برلين ألمانيا

رئيس اللجنة العلمية : د. شكري الدربالي، جامعة قفصة - تونس

الرقم الدولي المعياري: ISBN : 978-3-68929-132-7

الطبعة الأولى 2025

لا يتحمل المركز ورئيس المؤتمر واللجان العلمية والتنظيمية مسؤولية ماورد في هذا الكتاب من آراء؛ فهي
تعبر عن رأي أصحاب المداخلات ولا تعكس بالضرورة وجهة نظر المركز.

من أجل تأسيس التواصل والتفاعل بين الثقافات المختلفة وتشكيل مجتمع علمي يضم باحثين من المحيط إلى الخليج إضافة لمعالجة المشاكل الحضارية المشتركة.

ضمن هذا السياق يسعدنا في المركز الديمقراطي العربي (مؤسسة بحثية) ومقره ألمانيا - برلين بالتعاون مع - :

- جامعة إب - اليمن
 - جامعة فزان - ليبيا
 - جامعة النيل الأبيض - السودان
 - المركز الليبي للدراسات الثقافية - الهيئة الليبية للبحث العلمي - ليبيا
 - Demokratisches Deutsches Zentrum für MENA-Studien, Berlin, Deutschland
- كتاب وقائع أعمال المؤتمر الدولي العلمي : مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع : مقاربات متعددة التخصصات

يوم 14 / 04 / 2025 المنعقد : افتراضيا عبر تقنية التحاضر عن بعد

رئيس المؤتمر: د. عمر بن عيشوش - المركز الديمقراطي العربي - ألمانيا -

الرئاسة الشرفية:

- أ.د. نصر محمد الحجيلي - رئيس، جامعة إب - اليمن
- أ.د. المهدي ميلاد العجدي - رئيس جامعة فزان - ليبيا
- أ.د. الشاذلي عيسى حمد عبد الله - مدير جامعة النيل الأبيض -
السودان
- أ.د. فؤاد عبد الرحمن حسان - نائب رئيس جامعة إب للدراسات العليا
والبحث العلمي - اليمن
- أ.د. قمر الدولة عبدالمطلب احمد عبدالمطلب - نائب مدير جامعة
النيل الأبيض - السودان
- أ.د. يوسف زغواني عمر - المدير التنفيذي - المركز الديمقراطي
العربي-ليبيا
- أ.د. نصرالدين البشير العربي - المركز الليبي للدراسات الثقافية- الهيئة
الليبية للبحث العلمي - ليبيا
- أ.د. صلاح محمد إبراهيم أحمد - جامعة النيل الأبيض - كلية
الاقتصاد والدراسات المصرفية - السودان
- أ. عمار شرعان - رئيس المركز الديمقراطي العربي - ألمانيا - برلين

هيئة المؤتمر:

رئيس اللجنة العلمية: د. شكري الدريالي، جامعة قفصة- تونس

نائب رئيس اللجنة العلمية: د. حورية مرصالي - جامعة يحي فارس المدية
- الجزائر

رئيس الهيئة الاستشارية: د. فضل قاسم الحضرمي - جامعة إب - اليمن

مدير المؤتمر : د. هنا علي- المركز الديمقراطي العربي - برلين - ألمانيا

التنسيق والنشر: د. ربيعة تمار - المركز الديمقراطي العربي -- برلين -
ألمانيا

رئيس لجنة والمتابعة: د. حمدي سيد محمد محمود - المركز الديمقراطي
العربي - القاهرة - مصر

رئيس اللجنة التحضيرية: د. أحمد بوهكو - المركز الديمقراطي
العربي، - برلين - ألمانيا

رئيس اللجنة التنظيمية: د. كريم عايش - المدير الإداري - المركز
الديمقراطي العربي - برلين - ألمانيا

رئيس المالية والإدارة : أ. أمال السيد إبراهيم - المركز الديمقراطي العربي -
مصر - القاهرة

ديباجة المؤتمر:

إن الإسلام يدعو إلى التعاون والتعارف ومد جسور التواصل، فقد قال الله تعالى في كتابه الكريم: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَمُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ الحجرات: 13.، فالقرآن الكريم أرسى قاعدة مبدئية حث من خلالها على التواصل والتفاعل الايجابي بين طرفين أو مجموعة أطراف، فالتواصل هو الكلمة التي من أجلها خلق الله الناس أجناسا وألوانا مختلفتة، وجعل معيار التفاضل بينهم التقوى.

وقد شهد العالم الراهن تطورا هاما في وسائل الاتصال، أحدثت نقلة نوعية في حياة البشر، وقد شكل هذا التطور العلمي المتعلق بتكنولوجيا الاتصالات والتواصل ثورة علمية منقطعة النظير أدت إلى تغييرات اجتماعية وسياسية واجتماعية واسعة على أصعدة متعددة أثر بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا. وكلما ازداد هذا التقدم كلما أثر في تغيير نمط حياة الأشخاص. ومع الاعتماد المتزايد على الأنترنت، أصبح استخدام منصات التواصل الاجتماعي جزءا أساسيا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في العالم.

وتوسعت هذه الشبكات لتلج كافة ميادين الحياة سواء الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، التربوية، ثقافية... وأضحت بذلك محل اهتمام المختص في علوم الفقه، ورجل القانون، وعلوم التربية، والأخصائي الاجتماعي والسياسي، لجملة القضايا والإشكاليات الفقهية والقانونية والتربوية والاجتماعية والسياسية التي تطرحها.

-: الدولي إشكالية المؤتمر

تتعلق إشكالية المؤتمر بالأهمية البالغة لمواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا هذا، وما يثيره من إشكاليات عديدة؛ مما يستدعي الوقوف على

إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع وفق مقاربات متعددة التخصصات؟

محاوالمؤتمرالدولي :-

لتحقيق ما نرنو إليه، يتضمن هذا المؤتمر المحاور الآتية:

المحورالديني:

- أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الحوار بين الأديان.
- الضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- الأحكام الفقهية للحوار والتواصل الالكتروني.
- وسائل التواصل الاجتماعي في ميزان مقاصد الشريعة الإسلامية.
- صناعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المحورالتربوي:

- أهمية استثمار خصائص شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم.
- أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي.
- أثر وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل التعليمية.

المحورالاجتماعي والأسري:

- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية.
- أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب.
- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية
- أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة المجتمعية

المحور السياسي :

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في الثورات العربية.
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي.
- توظيف المترشحين لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية في العالم العربي

المحور القانوني:

- جرائم الاعتداء على الأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحتوي على:
- الجرائم الماسة بالشرف والاعتبار.
- جرائم الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة.
- الاختصاص القانوني والقضائي لجرائم الاعتداء على الأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الاقتصادي:

- التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- مداخيل المؤثرين من مواقع التواصل الاجتماعي (الإعلانات التجارية للمطاعم والمحلات التجارية والمنتجات على اختلاف أنواعها، البث المباشر، عدد المتابعين والمشاهدين

المحور الإعلامي:

- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية
- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام الوطني والإقليمي والعالمي

•
-المحور الصحي:

- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية والعقلية
- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة الجسمية
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترقية الوعي الصحي

-المحور البيئي:

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي
- صناعة المحتوى البيئي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: نماذج مختارة

-المحور السياحي:

- أثر مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للوجهات السياحية (السياحة الدينية، السياحة الصحراوية، السياحة الجبلية....)
- صناعة المحتوى السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: نماذج مختارة

أهداف المؤتمر الدولي :

- تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي وما تثيره من إشكاليات متعددة.
- مناقشة أهم الحلول الناجعة للتصدي لسلبات التواصل الاجتماعي.
- إثراء الرصيد العلمي والمعرفي وطرح الأفكار وتبادل الآراء بخصوص التجارب المتعلقة بموضوع المؤتمر.
- فتح المجال لتبادل الخبرات والآراء بين أساتذة وطلبة الجامعات والمعاهد ذات الصلة بموضوع المؤتمر فتح المجال لتبادل الخبرات والآراء بين أساتذة وطلبة الجامعات والمعاهد ذات الصلة بموضوع المؤتمر.

أعضاء اللجنة العلمية:

أ.د. نبيلة عيساوة، جامعة البلدية 02- لونيبي علي - الجزائر

أ.د. عسولات جويده، جامعة البلدية 02- لونيبي علي - الجزائر

د. ماهر الجويني، المعهد العالي للدراسات التطبيقية في الإنسانيات بتوزر
جامعة قفصة-تونس

د.مرايية نسيمة، جامعة البلدية 02- لونيبي علي - الجزائر

Dr. karima Bakri, l'ISPITS de Casablanca-annexe Settat, Maroc

د. محمد قشار، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر

د. حسان بوسرسوب، جامعة البلدية 02، لونيبي علي - الجزائر

د. بن محمد فيصل، جامعة البلدية 02- لونيبي علي - الجزائر

د. شرغال فيروز، جامعة: محمد البشير الإبراهيمي يريج بوغيريريج، الجزائر

د. مروان مهداوي، جامعة سطيف 02، الجزائر

د.مسواكتة حنان، جامعة: محمد البشير الإبراهيمي يريج بوغيريريج،
الجزائر

فهرس المحتويات

الصفحة	عنوان المداخلة	الإسم واللقب
44-13	الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي: مصادر وإستراتيجيات مهمة جديدة داعمة للتعلم الذاتي	د.مرابية نسيمة أ.د.نبيلة عيساوة أ.د.عسولات جويده جامعة لويسي علي البليدة 2 ، الجزائر
62.45	La protection de la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux : le Maroc comme exemple	Dr. karima Bakri Maitre de Conférences à l'ISPITS de Casablanca- annexe Settat
78.63	مستقبل الإعلانات التقليدية في ظل الهيمنة الرقمية	د. الشيخ زيدور د. المصطفى العربي جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس / المغرب
106.79	التوندونس الرقمي وأثره على الهوية الثقافية وصورة الأمم	ط.د.محمد المستاري د. مبارك الطايبي جامعة ابن طفيل، بالقنيطرة / المغرب
124.107	صناعة الفتوى الرقمية: تحديات التلقي وفوضى المرجعيات الدينية على وسائل التواصل الاجتماعي رؤية نظرية ودراسة تحليلية	د. حسان بوسرسوب، جامعة البليدة 2 لويسي علي / الجزائر د. مروان مهداوي، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 / الجزائر
148.125	The Legislative Framework for Electronic Blackmail Crime through Social Media Platforms	Dr. Ali Ghribi National Center for Research in Islamic Sciences and Civilization,

		Laghouat, Algeria Dr. Mohamed Ghribi University of Amar Tlidji- Laghouat- Algeria
172.149	مواقع التواصل الاجتماعي والتغير القيمي عند الشباب دراسة كيفية إعداد من المَشَاهِدِ في مواقع التواصل الاجتماعي	د. شرغال فيروز د. مسوافة حنان أ. بولعشب زهير جامعة: محمد البشير الإبراهيمي برج بوعمر بروج / الجزائر

الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي: مصادر وإستراتيجيات
مهمة جديدة داعمة للتعلم الذاتي.

**The World Wide Web and Social Media: An important new sources and
strategies supporting self-learning.**

مرابية نسيمة¹

Merabia Nassima

أستاذ محاضر (أ)، -جامعة لونيبي علي البلدية2، الجزائر

University of blida 2 Luonici Ali, Algeria

نبيلة عيساوة²

Nabila Aissaoua

أستاذ التعليم العالي ، جامعة لونيبي علي البلدية2، الجزائر

University of blida 2 Luonici Ali, Algeria

عسولات جويذة³

Assoulate Djaouida

أستاذ التعليم العالي ، جامعة لونيبي علي البلدية2، الجزائر

University of blida 2 Luonici Ali, Algeria

Abstract:

Modern societies in this digital age are witnessing an accelerated scientific development in all areas of social life, especially educational and educational fields, for this contemporary educational trends sought to employ the Internet and social media sites such as YouTube, Twitter, LinkedIn , and Facebook as vital educational tools that enable individuals to develop their skills with flexibility, and these tools are invested in enriching and allocating self-education experience according to the needs of each The learner as effective educational and training methods in the educational process, which centres more about the learner , and today is one of the most advanced and important

sources of self-learning as an integrated educational system that enhances independence in learning. Learning via the web and modern communication platforms differ from before, as it is one of the interactive environments supporting flexibility, as it is rich in the supportive and generated educational content of self-learning, in terms of the factors of motivation, challenge, activation of dialogue, communication, cooperation, and innovation.

Key words: self-learning, social media, internet, quality of education, reinforcement, and motivation.

المخلص:

تشهد المجتمعات الحديثة في هذا العصر الرقمي تطوراً علمياً متسارعاً في جميع مجالات الحياة الاجتماعية، وخاصة المجالات التربوية والتعليمية، لهذا سعت الاتجاهات التربوية المعاصرة نحو توظيف شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب، التويتر، لينكدان، والفيسبوك كأدوات تعليمية حيوية تمكن الأفراد من تطوير مهاراتهم بمرونة، وتستثمر هذه الأدوات في إثراء تجربة التعليم الذاتي وتخصيصها وفقاً لاحتياجات كل متعلم كأساليب تعليمية وتدريبية فعالة في العملية التعليمية، التي تتمحور بشكل أكبر حول المتعلم، وتمثل اليوم أحد أكثر المصادر تطوراً وأهمية للتعليم الذاتي باعتبارها نظاماً تعليمياً متكاملًا يعزز الاستقلالية في التعلم. فالتعلم عبر الشبكة العنكبوتية ومنصات التواصل الحديثة يختلف عن ذي قبل، فهي تعد من البيئات التفاعلية الداعمة بمرونة، لغناها بالمحتوى التعليمي المدعم والمولد للتعليم الذاتي، من حيث عوامل التحفيز، والتحدي، وتفعيل الحوار والتواصل، والتعاون، والابتكار. الكلمات المفتاحية: التعلم الذاتي، وسائل التواصل الاجتماعي، الإنترنت، ونوعية التعليم، و التعزيز، والتحفيز.

مقدمة:

إن دخول التكنولوجيا عالمنا أثر تأثيراً واسعاً في حياتنا العملية والتعليمية في جميع المجالات، خاصة بعد استخدام الإنترنت في التعليم والتطور الهائل في الأساليب

المعتمدة على الشبكة العنكبوتية، وتأثيرها في المعلم والمتعلم، فقد تطور التعليم من غرفة صفية بأساليب تقليدية إلى تنوع هائل واستراتيجيات تعليمية لا تعد، فوفرت الشبكة العنكبوتية احتياجات المعلم والطالب من مصادر معلوماتية، إلى طرق شرح عبر الإنترنت ونقل للمعرفة والمعلومات والمهارات المتنوعة والكثير من التقنيات المساندة للتعليم والتي تساعد الطالب والمعلم (الحناوي، 2012).

فأصبح العصر الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي و الشبكة العنكبوتية أكثر تأثيرا على بلورة الاتجاهات الحديثة في التعليم و التعلم الذاتي ، إذ يُمكن هذا النوع من التعلم الأفراد من اكتساب المعارف والمهارات بشكل مستقل وبمعدل يتناسب مع احتياجاتهم الشخصية و حسب وتيرة خاصة بهم (لويضة،، 2010 ،)، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم فرصًا كبيرة في مجال التعلم الذاتي من خلال التفاعل و المشاركة مع مجتمع عالمي مما يساعد على إثراء المعرفة وتبادل الخبرات الحديثة كنموذج جديدة في التفكير ومنهج في العمل وأسلوب في حل المشكلات بوسائل أكثر مرونة في المحتوى التعليمي في مختلف المجالات و المواضيع وإحداث تغييرات في طرائق التدريس وفي أدوار كل من المعلم والمتعلم .

أولا: شبكة الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي ودورهما في العملية التعليمية :

1- تعريف شبكة الانترنت

لغة: إن كلمة الانترنت "Internet" انجليزية الأصل، تتكون من كلمتين " Intercommunication " التي تعني ربط أكثر من شيء بعضه البعض، و"Network" والتي تعني الشبكة (باديس، 2008، صفحة 41)

ومنه فقد أخذت من الكلمة الأولى "Inter"، ومن الثانية 'Net' و أصبحت «Internet» والتي تعني الشبكات المترابطة بعضها البعض (الحاجيا،،، 2002، صفحة 13).

- اصطلاحا:

نظرا لأهمية شبكة الانترنت وفوائدها الكبيرة فقد تداخلت تعريفاتها ووجهات النظر حولها ومن الصعب ايجاد تعريف واحد لها بناء على سببين أساسيين هما: تنوع الخدمات والوظائف التي تقدمها كذلك اختلاف الأشخاص المستفيدين منها ومن خدماتها (عبد، 2003،، صفحة 33).

فتعرف الشبكة العنكبوتية بأنها " شبكة معلومات عالمية عبارة عن مجموعة من شبكات الحاسب موصلة مع بعضها البعض كل هذه الشبكات المحلية متصلة ببعضها في أنحاء العالم المختلفة لتشكل شبكة واحدة ضخمة تنقل المعلومات من منطقة إلى منطقة بسرعة فائقة وبشكل دائم التطور في مختلف نواحي الحياة، ومجموعة هذه الشبكات تشكل ما يسمى شبكة الانترنت كما عرفها البعض بأنها:" الشبكات الحاسوبية المتوافرة كافة التي يتصل بعضها ببعض لتشكل شبكة واسعة تنقل المعلومات من منطقة لأخرى بسرعة فائقة، وبشكل دائم التطور" (لويزة،، 2010،، صفحة 43)

هذا التعريف يقدم صورة عن هيكلية شبكة الانترنت وخدماتها المتنوعة خصوصا المتعلقة بمجال التعليم والتعلم الذاتي على وجه الخصوص، فتعقد هذه الشبكات الإلكترونية توصف على أنها بناء جماعي يدفع إلى مقارنة تعاونية للبحث وتحسين طريقة استخدام الفضاء والزمن، ما تعرف بأنها "شبكة تعمل الشبكة على تحقيق الرغبة في الحرية عن طريق ابتكار فضاء عام ومادي بواسطة العرض المجاني للعديد من الخدمات للمستخدم النهائي" (حجار، 2005،، صفحة 54)

هذا التعريف يعتبر أن الانترنت تمثل البيئة الأكثر إثارة للعديد من المناقشات والحوارات الجماعية بين مختلف الأفراد والمؤسسات خصوصا ما تعلق بالبحث وتحسين طرقه بأقل جهد.

إلى جانب أنها تمثل فضاء يحقق حرية للمستخدم بما يتناسب مع ظروفه وإمكانياته في إشباع العديد من احتياجاته، ويمكن أن نلمح في هذا التعريف نوع من التعليم الذي يتعدى كل الحدود الزمانية والمكانية في تحقيق الأفضل للمتعلم، وهو التعليم الافتراضي.

لقد وردت الانترنت في معجم مصطلحات التربية و التعليم بأنها "الشبكة الداخلية التي تسمح للمستفيد بالاتصال بمراكز المعلومات في الداخل أو في أبعد الأماكن في العالم، و قد أسهمت في حل العديد من المشاكل الطارئة، وإن كانت أحد الأسس التي مهدت للعولمة" (جرجس، 2005) وما يهمنا هنا تأثيراتها الايجابية خصوصا في المجال التربوي، والذي يسعى إلى تجويد التعليم وتحسينه حتى يتمكن من بناء الفرد المقتدر معرفيا ووجدانيا وتنمية مهارات التعلم الذاتي، باستخدام مصادر التعلم وتقنيات المعلومات المختلفة باعتبارها "الشبكة التي حطمت القيود والحواجز وحققت وحدة معلوماتية وذلك بسعتها ومحتوياتها إلى جانب حرية استخدامها (ابراهيم، 2005، صفحة 20) عرفها الخبير المعلوماتي "نبيل علي" من خلال أنها منظومة في إطار المنظور الثقافي بأنها " ذلك المأمون الشبكي ذي الفضاء المعلوماتي اللامتناهي الضخامة الدائم الامتداد والانتشار، فهي تلك الغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تخزن وتستقبل وتبث جميع المعلومات في شتى فروع المعرفة وفي جوانب الحياة كافة".

2- دور الإنترنت في العملية التعليمية:

تعد الانترنت من أهم وأبرز إفرازات الثورة التكنولوجية المعاصرة التي يمكن الاستفادة منها في إحداث تغييرات في المجال التربوي، فقد أسهمت في إحداث تغييرات جوهرية في

بنية التعليم وأدخلت عدداً كبيراً من البدائل وقنوات الاتصال السمعية والمرئية والمتفاعلة في التواصل والتدريس الأمر الذي أعطى دفعة قوية لنظام التعلم عن بعد والتعليم المفتوح فظهرت الجامعات المفتوحة والإلكترونية والافتراضية.

أسهم ظهور الانترنت في تعزيز فرص التعلم إلى حد كبير وذلك بما تملكه من قدرة على دعم عملية الاتصال السريع والفاعل بأشكاله المتعددة الفردية والجماعية والجماهيري، كما أنه ساهم في توفير المعلومات والمواقف التعليمية التي تحقق الأهداف التربوية، وكذلك القدرة على البحث والتقصي، كل ذلك عزز من الرغبة المتزايدة من استخدام الانترنت في العملية التربوية.

كما توفر الإنترنت إمكانات كبيرة لتعزيز العملية التعليمية بما في ذلك تطوير المقررات الدراسية وتحديث أساليب التدريس وتنوعها، بتوفير مكتبة كبيرة بها جميع الكتب سواء سهلة أو صعبة، كما أنه يوجد في الانترنت بعض البرامج التعليمية باختلاف المستويات، وأن الدخول إلى عالم المعرفة العالمية من خلال الانترنت والبرامج التطبيقية بواسطة الحاسوب يحقق مزيداً من الأهداف التعليمية اللازمة للعصر الجديد وأن فاعلية تكنولوجيا المعلومات تحقق مزيداً من الجودة والإنتاجية، وتزود المتعلمين بالخبرات والمهارات التي تتطلبها أسواق العمل.

وتملك الانترنت الإمكانيات الكافية لتغيير بيئة التعلم الصفية حيث امتدت الغرفة الصفية لتشمل مواقع أخرى يتفاعل فيها الطلبة والمعلمون وتعدت المناهج الكتاب المقرر لتشمل مصادر اثناء في المواقع المختلفة التي تمنح الطلبة الفرصة لاستطلاع واستكشاف المواقع المتصلة بالموضوع المطروح حيث يعملون على تشكيل رؤى متكاملة من خلال مقتطفات متناثرة من المعلومات من مختلف أماكن العالم.

أصبحت شبكة الانترنت أداة للبحث والاكتشاف من قبل المدرسين و المتعلمين وأصبحت توفر إمكانية الاتصال مع الجامعات ومراكز البحوث والمكتبات وتساعد في الاستفادة من المعلومات المتوفرة بالإضافة إلى إمكانية المشاركة في نشر المعلومات والإبداعات.وأثرت الانترنت في أداء المدرسين والمتعلمين وإنجازاتهم داخل الصفوف وأدى استخدام الوسائط المتعددة سواء بالصوت أو الصورة أو الخرائط أو رسوم أو نماذج أو لوحات أو فيديو إلى دافعية أكبر للإقبال للاستفادة من المعلومات التي يتم عرضها ،كما أدت الانترنت إلى التحول من التعليم التقليدي إلى التعليم الفردي مع مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين (علي، 2001، صفحة 92).

تتميز شبكة الانترنت كأداة تعليمية عن غيرها من الأدوات التعليمية الأخرى بالأمور المهمة الآتية (السرطاوي،، 2007، صفحة 69):

1. توفير جو المتعة والتشويق أثناء البحث عن المعلومات من خلال الوسائط المتعددة.
 2. حداثة المعلومات المتوفرة وتجديدها باستمرار.
 3. تنوع المعلومات والإمكانيات التي توفر اختيارات تعليمية عديدة للمدرسين أو الطلبة.
 4. الاشتراك بالمؤتمرات.
 5. توفير بيئة تعليمية تتصف بالحرية.
 6. توفير فرص تعليمية من خلال التحكم في التعلم الذاتي والتقدم العلمي.
 7. اكتساب مهارات إيجابية مثل بناء فريق مهارة التواصل مع الآخرين، مهارة حل المشكلات ،مهارة التفكير الإبداعي والناقد.
- لشبكة الانترنت فوائد عديدة تسمح بممارسة أنشطة تعليمية عالية المستوى كما يلي (السرطاوي،، 2007، صفحة 131):

1. : من أهم الوسائل المفيدة في مجال التعليم البريد الإلكتروني حيث يسهل اتصال الطلبة فيما بينهم وتبادل المعلومات والأفكار والتواصل خارج الصف.
2. إمكانية الاستفادة من المواقع التربوية وذلك من خلال زيارة المواقع الخاصة.
3. الاشتراك في المنتديات التربوية ويتم ذلك من خلال المشاركة في الحوارات التربوية المتخصصة التي تجري ضمن منتديات علمية تربوية لها مواقع معروفة مثل برامج التخاطب عبر الشبكة أو تكنولوجيا المنتديات المصورة من حيث الصوت والصورة.
4. إنشاء المواقع الشخصية والتي تتم من خلال الاشتراك العلمي من جانب المتخصصين للتواصل مع الآخرين فيما يتعلق باهتماماتهم.
5. زيارة المواقع المتخصصة العربية والأجنبية للجامعيين التي تناسب مع تخصصاتهم.
6. يمكن استخدام الانترنت كوسيلة تعليمية حديثة في القاعات الدراسية.
7. توفير خدمة الاشتراك في الدوريات والمجلات العلمية المتخصصة بالاشتراك بالمجلات الإلكترونية
8. توفير خدمة الاتصال الهاتفي بين هيئات التدريس والطلبة في جميع دول العالم.
9. خدمة التسجيل والالتحاق بالجامعات في جميع دول العالم
10. خدمة الدخول إلى المكتبات الجامعية العالمية والاستفادة من إمكانياتها مثل الجامعات الأمريكية
11. التحوار الكتابي عن طريق الانترنت بين الإدارات التعليمية وهيئات التدريس والطلبة.
12. المساعدة على التعاون والمنافسة بين الطلبة من خلال المقارنة بأعمال وإبداعات الآخرين وإمكانية نشر هذه الأعمال.
13. توفير جو من التشويق والدافعية للطلبة .

3- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تُعدّ هذه المنصات أداة من أدوات الإعلام الحديث، وتسهم في تشكيل الرأي العام، وتعزيز العلاقات، ونقل المعرفة والترفيه.

لغويًا:

منصات التواصل الاجتماعي تعني الأماكن أو الوسائل التي يُستخدم فيها الاتصال والربط بين الأفراد في إطار العلاقات الاجتماعية.

- المنصة: في اللغة العربية تُطلق على المكان المرتفع، أو الموضع الذي يُقام عليه شيء. ويُقال "منصة الخطابة" أي مكان الوقوف لإلقاء الخطاب.
- التواصل: من الفعل "وصل"، أي الاتصال والربط بين طرفين أو أكثر.
- الاجتماعي: من "اجتماع"، أي ما يتعلّق بالمجتمع والعلاقات بين الأفراد.

اصطلاحيا

هي وسائل رقمية ومواقع أو تطبيقات إلكترونية تعتمد على شبكة الإنترنت، تتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية وتبادل المعلومات، وتكوين مجتمعات رقمية يتفاعلون فيها من خلال النصوص، الصور، الصوت، أو الفيديو، مع إمكانيات التعليق، الإعجاب، والمشاركة. (قاسمي، 2017، الصفحات 112-113)

4- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعلم

مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة خصبة للتعلم، حيث توفر بيئات تفاعلية تساعد في اكتساب المعرفة، وطرح الأسئلة، والتفاعل مع الخبراء والمجتمعات المتخصصة. (الشاعر، 2015، صفحة 72)

-يوتيوب(YouTube)

- يتيح يوتيوب محتوى تعليمي مجاني، يتنوع من مقاطع الفيديو التعليمية القصيرة إلى الدورات الكاملة التي تشرح موضوعات معقدة. يمكنك الوصول إلى ملايين الفيديوهات التعليمية من قنوات متخصصة مثل:
 - كورسيرا: يقدم بعض الدورات المختارة عبر يوتيوب.
 - CrashCourse: قناة مشهورة تقدم محتوى تعليمي في مختلف التخصصات بشكل مبسط.
 - TED-Ed: يقدم مقاطع تعليمية ملهمة حول مواضيع متعددة.
- المزايا:
 - تنوع المحتوى وجودة عالية في بعض القنوات.
 - تعلم بصري ومرئي قد يكون أسهل لبعض الأشخاص.
 - إمكانيات التفاعل مع محتوى الفيديو من خلال التعليقات.
- التحديات:
 - قد يصعب التمييز بين المحتوى الجيد وغير الموثوق.
 - وجود الكثير من المحتوى قد يجعل من الصعب التحديد والتركيز.

-انستغرام(Instagram)

- على الرغم من أن انستغرام يُستخدم بشكل أساسي في نشر الصور والفيديوهات، إلا أن هناك العديد من الحسابات التي تقدم محتوى تعليمي مختصر وعميق في مواضيع مختلفة مثل:
 - حسابات تعليمية: مثل تلك التي تقدم نصائح حول البرمجة، تطوير الذات، أو التعليم النفسي.
 - البث المباشر (Live Sessions): يقدم بعض المتخصصين جلسات تعليمية حية يمكن للمستخدمين التفاعل معها.

• المزايا:

- التعلم السريع من خلال منشورات قصيرة.
- الوصول إلى محتوى مرئي مثير للإعجاب.

• التحديات:

- بسبب الشكل السريع والمنشورات القصيرة، قد يكون من الصعب الحفاظ على التعمق في موضوعات معينة.

-تويتر (Twitter)

- من خلال تويتر، يمكن متابعة الخبراء والمتخصصين في مجالات معينة للحصول على معلومات مختصرة وأنية. تساهم التغريدات في تبادل الأفكار والنصائح بسرعة.

• المزايا:

- الوصول السريع والمباشر إلى الخبراء والمفكرين.
- المشاركة في المناقشات والتفاعلات الفورية.

• التحديات:

المعلومات قد تكون مختصرة جداً، مما يجعل من الصعب الحصول على تفاصيل كاملة.

-لينكدإن (LinkedIn)

- لينكدإن ليس فقط منصة للتواصل المهني، بل هو أيضاً مكان جيد للتعلم من خلال مجموعات ومحتوى تعليمي. يقدم محتوى من محترفين وصناعيين في مختلف المجالات.

- الدورات عبر LinkedIn Learning تقدم دورات تدريبية في مجالات متعددة.

- المقالات والمشاركات :يمكن متابعة المقالات التي يكتبها الخبراء في مجالات تخصصهم.
- المزايا:
 - تعلم من خبراء وصناع مهين.
 - تقديم فرص للتواصل مع محترفين في نفس المجال.
- التحديات:
 - قد تكون بعض المجموعات أو المنشورات موجهة لأغراض تجارية بدلاً من التعليمية.

5- المنتديات والمجتمعات التعليمية

بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن الاستفادة من المنتديات التعليمية مثل:

- **Reddit**: يوجد العديد من المنتديات (Subreddits) المتخصصة في تعلم مهارات جديدة، مثل البرمجة، اللغة، أو الفلسفة.
- **Stack Overflow**: لمن يهتم بالبرمجة وتطوير البرمجيات.
- **Quora**: منصة للأسئلة والأجوبة التي تتيح للخبراء تقديم نصائح ودروس في مجالات متعددة.

6- التعلم عبر المدونات والبودكاست

- المدونات: يقدم العديد من المدونين محتوى تعليمي مجاني في مجالات مثل التكنولوجيا، اللغة، والإدارة.
- البودكاست: يمكن الاستماع إلى حلقات بودكاست تعليمية في مجالات مختلفة أثناء التنقل. العديد من الخبراء والمحترفين في مجالات متنوعة يشاركون معارفهم وأفكارهم عبر هذه الوسيلة.

7- فوائد استخدام التكنولوجيا الرقمية في التعليم:

- زيادة التفاعل والاهتمام بالتعلم: تجعل التكنولوجيا التعلم أكثر متعة وتفاعلية، مما يزيد من اهتمام الطلاب بالمحتوى التعليمي و حل المشكلات ما بسى التعلم النشط. (عقوني، 2024، صفحة 49)
 - التعلم الذاتي: يمكن للطلاب تعلم أي شيء يرغبون فيه في أي وقت، مما يعزز استقلالهم ومسؤوليتهم عن تعلمهم. ما يعمل على تدريب و تطوير المهارات مثل تعلم اللغات، وبالتشجيع و زيادة معدلات الابداع و الابتكار ضمن مالات اهتماماتهم. (عقوني، 2024، صفحة 44)
 - التعلم المرن: يوفر التعليم الإلكتروني مرونة كبيرة للطلاب، حيث يمكنهم الدراسة وفقًا لجدولهم الزمني و تحديد الوتيرة الخاص بهم.
- ثانيا: التعلم الذاتي وفاعلية الانترنت و منصات التواصل الاجتماعي في تشكيله

1- تعريف التعلم الذاتي

لغة:

التعلم الذاتي كمصطلح مركب من "التعلم" و"الذاتي"، إذ لم يرد هذا المصطلح بصورة مركبة وإنما ورد بصفة منفصلة، والأصل اللغوي لكلمة "التعلم" كما جاء في لسان العرب "لابن منظور" أنه من صفات الله عز وجل العليم العلام، العالم، والشخص العليم هو من قوم علماء، وكما نقول تعلم الأمر، بمعنى أتقنه وعرفه (الخالق، 2001، صفحة 19).

أما الأصل اللغوي لمصطلح "الذاتي" فقد استخلص من الذات التي وردت بعدة معاني: الأول يقصد به النفس والثاني يراد به ناحية من نواحي الشخصية تكون قادرة على

الاستنتاج، والمعنى الثالث فيدل على كل ما يقوم به الفرد بنفسه" (مسعود، 1987،
صفحة 155).

اصطلاحا:

ان التعلم الذاتي ما زال إلي يومنا هذا يلقي الكثير من الاهتمام من طرف الباحثين نظرا
لدوره الفعال في تكوين شخصية المتعلم وتنمية قدراته و مهاراته في التعلم و نجد أن
مصطلح التعلم الذاتي ورد في دائرة معارف البحث التربوي من خلال عرضها لموضوع
الدراسة المستقلة عن Independent Study و تم التعبير عن هذا المصطلح بعبارات
أخرى منها: التعلم الموجه ذاتيا Selfe Directed Instrqction
والتعلم المستقل Independent Study و التي تشير الى أنها عملية تستهدف محتوى
معين بحيث يقوم المعلم بتحديد هذه المنهجية و ذلك المحتوى (ملحم، 2001، صفحة
426)

هذا وقد وردت تعريفات عديدة للتعلم الذاتي وهذه بعض منها: ورد التعلم الذاتي في
المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية 2003 أن التعلم الذاتي له معنيين مختلفين نوعا
ما عن المصطلح الأصلي، فالمعنى الأول يركز على التلاميذ إذ يعملون بمفردهم.

أما المعنى الثاني فيشير إلى الحاجة للسماح للأطفال بالتعلم بمعدلات فردية، ولكن
باستخدام مداخل مختلفة وأساليب تراعي الفروق الفردية. وهذا المعنى أكثر شيوعا من
سابقه وعادة ما يستخدم التعلم المستقل للإشارة إلى المعنى الأول (نجار، 2003 ،،
صفحة 609)

نجد تعريفات للتعلم الذاتي تأتي كما يلي:

أسلوب يستخدم للتعبير عن كافة النشاطات والأساليب التربوية الحديثة التي تمكن
الفرد من إكساب مهارات التعليم المستمر، وليتعلم كيف يتعلم (العزیز،، 1987،
صفحة 208)

كما يعرف بأنه "نظام تعليمي يسير للمتعلم القيام بدراسة يختارها، و يقوم بذلك متحررا من قيود الزمان والمكان والالتزامات التي تفرض عادة في التعليم التقليدي، ويمكن أن يتم ذلك بإشراف المعلم أو بدونه" (فرج، 2005، صفحة 273).

"الأسلوب الذي يقوم فيه الفرد نفسه بالمواقف التعليمية المختلفة لاكتساب المعلومات والمهارات، بحيث ينتقل محور الاهتمام من المعلم إلى المتعلم، فالمتعلم هو الذي يقرر متى وأين ينتهي، وأي الوسائل والبدائل يختار، ومن ثم يصبح هو المسؤول عن تعلمه وعن صناعة تقدمه الثقافي والمعرفي، وعن النتائج والقرارات التي يتخذها" (العبد، 2008، صفحة 29)

"العملية التي يقوم المتعلم من خلالها باكتساب المعارف والخبرات بنفسه، حيث يقع على عاتقه الدور الأكبر في عملية التعلم، فهو يتفاعل مباشرة مع المواقف المختلفة من أجل اكتساب الخبرات والمعارف والمعلومات، وتطوير مهاراته وقدراته. وبهذا المنظور فإن عملية التعلم تصبح موجهة نحو المتعلم، فهو محورها الرئيسي وهو الذي يتحكم بمتغيراتها وظروفها مما يمكنه من السيطرة على مواقف التعلم المختلفة واكتساب الخبرات حسب سرعته الخاصة بما يتلاءم امكانياته وقدراته.

طريقة لتنظيم العملية التعليمية وبالمقابل يمكن النظر إليه على أنه كصفة من صفات المتعلم"، ذلك من خلال السعي والمبادرة والدافعية نحو التعلم بنوع من الاستقلالية لجعل المتعلم باحثا متفاعلا وصانعا للمعلومة وليس مجرد متلقي لها، وذلك بتعليمه حب المبادرة والدافعية نحو التعلم بنوع من الاستقلالية والفعالية الذاتية بما يتماشى ومستوى طموحه وتطلعاته المستقبلية.

وهو ما يعني "السعي إلى تمكين المتعلم من الاعتماد على نفسه بصورة مستمرة في اكتساب المعارف والمهارات، وكذا القدرات اللازمة لتكوين شخصيته بما يتلائم مع متطلبات الحياة السريعة التغير.

2- أهمية التعلم الذاتي

أصبح التعلم الذاتي أحد أهم الاستراتيجيات الرئيسية الرامية إلى تطوير الأنظمة التربوية وتحديثها في مواجهة للتدفق المعرفي والتقدم العلمي والتكنولوجي، ومن هنا تبرز الحاجة إلى أن يكون التعلم عملية مستمرة طوال حياة الانسان ليستطيع تطوير نفسه وشخصيته ومهاراته وقدراته، و يواكب التطور الحادث من حوله في كل المجالات، ويأتي دور التعلم الذاتي الذي يعد إحدى الوسائل المؤدية إلى التعلم المستمر، " فقد أصبح التعلم الذاتي ضرورة و مطلب كل فرد متعلم بغض النظر عن الحدود الزمانية والمكانية إلى جانب أنه الوسيلة المثلى لمواجهة التطورات السريعة سواء في المعرفة، أو في أساليب الحياة والإنتاج" (الحيلة، 2002،، صفحة 116)

فيما ذهب البعض إلى اعتباره الشكل الأرقى له، ذلك لأنه لأنه يهتم بحاجات المتعلم. فالتعلم الذاتي عملية تعليمية تتم في مجتمع يزخر بالمعرفة وتتعدد فيه تقنياتها، وفي ضوء خصائص الإنسان في مجتمع المعرفة تتبلور مجموعة من المهارات تتعلق بالقدرة على النقد والتحليل والابتكار والتفسير وتقبل التغيير، والإسهام في إنتاج معرفة جديدة والقدرة على الاتصال وتقبل الرأي الآخر، والإقبال على التعلم مدى الحياة. ونظرا لأهمية التعلم الذاتي فقد أصبحت عملية اعتماد الفرد على نفسه في تحصيل العلم والمعرفة ضرورة ملحة، ومطلبا أساسيا في عملية التعليم والتعلم بمفهومها المعاصر حتى يتمكن من اكتساب المعلومات والمهارات الضرورية لتحسين ظروف حياته، وألا يقتصر على المؤسسات التعليمية فحسب، بل يستمر في تحصيل المعرفة خارجها غير مقيد بوقت معين أو مكان محدد (طارق، 2005، صفحة 53).

الى جانب أنه" تنسجم فكرة التعلم الذاتي مع متطلبات التعليم العصري الذي تفرضه التغيرات المعرفية، ويرتبط فيه تطوير الانسان بتمكينه من الوصول إلى المعرفة بصورة

مستقلة وتمكينه من التفاعل معها ونقدها وتوظيفها في حل المشكلات الحالية والمستقبلية" (شحاته، 2004، صفحة 90)

وتكمن أهمية التعلم الذاتي في تنمية مهارات التعلم مدى الحياة الذي يعد ضرورة، كما أصبح من المتعذر على المؤسسات التعليمية مهما بذلت من جهود فإنها لن تستطيع تزويد المتعلم بكل المعارف المتاحة، فضلا عما يستحدث بصورة مستمرة وسريعة من المعارف في مجال تخصصه وفي شتى المجالات، حيث أصبح من الصعوبة على نظم التربية والتعليم القائمة، أن تلائم مع مختلف المتغيرات الحادثة والسريعة ما لم تطرح طرائق جديدة في التعليم ومحتويات تمتاز بالمرونة والملائمة، " ضرورة بناء قدرة التعلم الذاتي لمواجهة تحديات التعليم ومشكلاته، ومواجهة تداعيات العولمة ودخول عصر الإنتاج وتأكيد أهمية التعلم الذاتي في تكوين الشخصية السوية والارتقاء بها" (ايمان، 2003، صفحة 331)، وبذلك فالتعلم الذاتي وضع كأساس لتنمية التوجه الفكري الذاتي الذي يشجع على الإبداع و تنمية الاستقلالية في التفكير في ظل الحياة المعاصرة والمتغيرة باستمرار.

فتنمية قدرة المتعلمين على تحمل المسؤولية والاستقلال الذاتي وتعزيز الثقة بالنفس، إذ يسهم ذلك في الرفع من مستوى الدافعية لديهم نحو التعلم ويزيد مثابرتهم ويحسن من مستوى أدائهم الأكاديمي، وفي التعلم الذاتي تتم تنمية مهارة الأفراد على كيفية التعلم والتفكير لأن ذلك يساعدهم على الاكتساب والتحصيل بشكل أفضل من تزويدهم بالمعارف والمعلومات مباشرة وبشكل جاهز، ومقابلة فروقهم الفردية وكذا تشجيع نشاطهم الذاتي، بالتالي تحول من التعليم المتمركز حول المعلم إلى التعليم المتمركز حول المتعلم، " باعتبار أن التعلم الذاتي هو عملية أساسية للفرد في حياته، تهدف إلى مساعدته على تحمل مسؤولية إدارة حياته وتعليمه، ليصبح في النهاية غير معتمد كلياً على المدارس والمدرسين.. وقد أكد العديد من الباحثين أهمية التعلم الذاتي

وتطوير مهارات تثبيت المعرفة والمشاركة في المجتمعات الرقمية المتطورة، وتطوير الرغبة في الحصول على المعرفة الجديدة.

كما يمكن الاستفادة في تحديد مهارات التعلم الذاتي من خلال خصائص الإنسان في مجتمع المعرفة في إطار ما يمكن أن يتوقعه سوق العمل من القوة العاملة في عصر اقتصاد المعرفة، وتتمثل هذه الخصائص في (فريجات، 2005، صفحة 119):

✓ القدرة على التقاط المعلومات وتحويلها إلى معرفة قابلة للاستخدام. ومنها تحسين مستوى الفهم والاستيعاب والتركيز والانتباه والقراءة الفاعلة.

✓ القدرة على التكيف والتعلم بسرعة وإتقان التعامل مع تقنية الحاسوب وتطبيقاته. والتقليل من فجوة الأمية الرقمية للمتعلم

✓ القدرة على التعاون والعمل ضمن فريق وإتقان مهارات الاتصال التفاعل المثمر الذي منها اكتسابا لمهارات اللفظية والكتابية، وإتقان أكثر من لغة.

✓ القدرة على التحرك بسرعة، والتغير بسرعة، والإحساس بضرورة متابعة التغيرات ومواكبتها. واكتساب مهارات البحث والتنظيم المستمر للمعرفة

وتتم تنمية مهارات التعلم الذاتي لدى المتعلم عن طريق التحرر من النظر إلى الكتاب والمذكرات الجامعية كمصدر وحيد للمعرفة وتطوير أساليب التدريس، و التحرر من المحاضرة كأسلوب وحيد لتوصيل المعرفة، وتوظيف الطرق الأخرى التي تسمح للمتعلم بتنمية قدراته الذاتية ومهاراته في حل المشكلات واتخاذ القرار ومهارات التفكير و تفعيل القراءة الواعية، وإعمال الفكر فيما يقرأ، واكتساب مهارات التعلم الذاتي الأساسية لتحقيق أهدافه و احتياجاته المتجددة .

3- التعلم الذاتي باستخدام الشبكة العنكبوتية و منصات التواصل

الاجتماعي

يحفل التراث التربوي و السيكولوجي بعدد من أساليب التعلم الذاتي التي يمكن استخدامها في المراحل العمرية المختلفة، والتي تهتم بالمتعلم باعتباره محور العملية التعليمية، والتي تراعي الفروق الفردية بين المتعلمين (Hassane, 1981، صفحة 29)، من بين هذه الأساليب شبكة العنكبوتية و منصات التواصل الاجتماعي في هذا العصر الرقمي، فمن منطلق أن الأوساط التربوية تتفق على أن التعلم يسعى إلى تزويد المتعلم بالخبرات والاتجاهات التي تمكنه من النجاح، كما أن التفسيرات النظرية الحالية في مجال التعلم تؤكد أن المتعلم هو باحث ذاتي عن المعلومات، لذا ففي كثير من الأحيان نجد أن التعلم الذاتي يوصف بأنه "عملية بناء نشطة، يقوم بها المتعلم وذلك بوضع الأهداف، ثم التخطيط، وتوجيه معارفه ودوافعه وكذا سلوكياته" (رشوان ر.، بدون سنة، صفحة 6)

يسمح التعلم الذاتي بضمان نوعية جيدة من التعليم في ظل الإمكانيات التكنولوجية الحديثة فرصة متاحة وفق احتياجات المتعلم وقدراته وإمكانياته العقلية والنفسية، خصوصا وأنه يسعى إلى تنمية القدرة الفردية وكذا الرقي بالقدرات التعليمية الفردية، وإلى "تطوير النزعة الاستقلالية في التفكير، وكذا الحكم في مختلف المواقف التعليمية و اعتمادها على حل مشكلاته بنفسه ويتخذ قراراته بشكل مستقل وينمي فيه ملكة حب التعلم، كما أنه تعلم يعتمد على نشاط الفرد الذاتي ورغبته في الحصول على المعلومات حسب استطاعته وقدرته الذاتية، وهو الذي يحدد أهدافه ويحدد الطرق المناسبة للوصول إليها ويقيم نتائج ما وصل إليه بنفسه، كما أنه عملية مستمرة و مطلب لظروف الحياة المعاصرة (السعادات، 2005، صفحة 579).

إن خصائص التعلم الذاتي تهدف إلى تحقيق المهمات المعرفية ضمن المسؤولية الذاتية للمتعلم، وهي النقطة الفاصلة بين التعلم الذاتي وبين الطرق التقليدية في التعلم، ويمكن إبراز أوجه المقارنة بين هاتين الطريقتين كالتالي:

ففي التعليم التقليدي يكون المتعلم متلقي سلبي والمعلم ملقن ،ومن الطرائق فهي واحدة لكل المتعلمين والوسائل سمعية- بصرية لكل المتعلمين. أما عن الهدف فهو وسيلة لعمليات ومتطلبات، و يقوم المعلم بعملية التقويم.

أما بالنسبة للتعليم الذاتي يكون المتعلم محور فعال في التعلم والمعلم يشجع على الإبداع والابتكار، ومن حيث الطرائق فهي متنوعة لتناسب الفروق الفردية والوسائل متعددة ومتنوعة. أما عن الهدف فهو التفاعل مع العصر والبيئة ويقوم المتعلم بنفسه بعملية التقويم.

تسعى الاتجاهات المعاصرة التربوية في ظل ما يشهده العالم من تطور علمي متسارع في جميع المجالات نحو توظيف شبكة الانترنت كأسلوب تعليمي فعال في العملية التعليمية التعليمية، وفي تقرير لجنة اليونسكو 1996 تم التأكيد على أن:"أفضل السبل لمواجهة تحديات هذا القرن يكمن في تأسيس التعلم القائم على الدعائم التالية":تعلم لتكن، تعلم لتعرف تعلم لتعيش مع الآخرين" (البندري، 2004، صفحة 502)

بمعنى أن التعلم في عصر الانترنت يجب أن يبني على تعليم الفرد كمحور أساسي للعملية التعليمية بحيث تنمو شخصيته من مختلف جوانبها لتصبح قادرة على التصرف باستقلالية، والحكم الصائب والمسؤولية الشخصية وهي بذلك تجسد " انفتاحا لشخصيته على نحو أفضل وتتوسعا لقدراته وملكاته الذاتية" (الهادي، 2004، صفحة 120).فالتعليم الجامعي مثلا مطالب بالتكيف مع مطالب المتعلمين ورغباتهم وأن يكون محوره المتعلم (مقداد، 2005، صفحة 38)، وذلك بالتركيز على زيادة دافعيته للتعلم وكذا تنمية فعاليته الذاتية بما يتماشى ومستوى طموحه باعتبارها أسس نفسية أساسية للتعلم الذاتي لديه (الفار، 2002، صفحة 192)

و بذلك مثل الانترنت و المواقع التطبيقية الحديثة ، أكثر مصادر التعلم الذاتي تطورا وأهمية بسبب انتشارها بصورة سريعة في جميع دول العالم وأداة هامة في عملية

التحول إلى عصر المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات ، إلى جانب كبر حجم وتنوع المعلومات والمعارف التي تقدمها فتتيح للمتعلم للوصول إلى مصادر كثيرة من أجل الحصول على المعلومات وبالتالي تنوع مصادر المعرفة، إذ لم تعد المعرفة في ضوء النظريات العلمية التربوية ثابتة وذات مصدر واحد، فقد أصبح المنظور السائد هو أن الذات هي المنتج الأساسي للمعرفة.

إن بيئة التعلم عبر شبكة الانترنت و المنصات التواصل الاجتماعي ، تختلف عن بيئة التعلم التقليدية في الفصل فهي تعد من البيئات الأساسية في توليد التعلم الذاتي والتي جعلت أنشطة التعلم تتمحور بشكل أكبر حول المتعلم، وزادت من استقلاليتها. إذ يؤكد الباحثين على أن العديد من الخصائص النفسية ترتبط مع النجاح في التعلم المعتمد على الانترنت، مثل المهارات العالية في التعلم الذاتي والتحكم ومهارات الثقة بالذات، وفي ذلك إشارة واضحة إلى أنه يلقي بجزء كبير من المسؤولية على المتعلم نفسه (المحيا، 2018)

فالانترنت و التطبيقات الالكترونية التي تستعملها هي وسائل الهامة في تعزيز التعلم الذاتي، فهي تقدم فوائد إضافية للمتعلم وثقافة متطورة في مجال اختصاصه، تزويده بالمعلومات ليوكب النظرة الحديثة في العملية التعليمية، فهو من يكتشف ويبحث عن المعلومة، وهو بذلك يمثل محور العملية التعليمية التعليمية.

وبالمقابل فتحول دور المعلم الى دور المرشد والموجه و المنسق ، و توفير الدعم للمتعلم في عملية التعلم الذاتي و استخدام الأدوات و التطبيقات التعليمية الحديثة بفعالية ، وهي بذلك بيئة مناسبة للتعليم والتعلم لأي نظام تعليمي فبدلا من أن يكون المتعلم متلقي سلبي للمعلومة سيكون له الدور الفعال في العملية التعليمية التعليمية (ارشيد، 2007، صفحة 109)، ذلك من خلال زيادة الدافعية للتعلم والابتكار وحرية الاختيار للمواقع التعليمية مما يعمل على تنمية مهارات البحث والتفكير العلمي والإبداع لديه

- ،بالاعتماد على مواردها كمجموعة الأخبار ومواقع الويب وقوائم البريد، وخدمة الجوفر... وغيرها (الجمني، 2006، الصفحات 8-9).
- تساهم وسائل التكنولوجيا الحديثة بفروعها في تعزيز قدرة الطلاب على العمل بالاستقلال الذاتي والعمل بالمشاركة ذلك من خلال أنها تسمح لهم ب (المغربي، 2007، صفحة 68):
- _ العمل بأسلوب شبه موجه .
 - _ تنشيط عملية التعلم لديهم .
 - _ العمل بالمشاركة مع مجموعات عديدة وتحديد حاجات الآخرين وبناء علاقات بناءة وجديدة عبر الفاييس بوك، انستغرام و تويتر وغيرها ..
 - _ الاستفادة من التغذية الراجعة خاصة وأن أنماط متعددة منها متاحة على الشبكة، ويسهل الحصول عليها بطريقة متزامنة أو غير متزامنة بالإضافة إلى عملية التقييم الذاتي.
 - إلى جانب الفوائد التي توفرها الشبكة للمتعلم ذاتيا فيما يسمى بالفصول الافتراضية والتي تتيح للدارس ممارسة عملية التعلم ذاتيا وبحرية كاملة، وتهدف إلى تعزيز مهارات المتعلم التالية (المغربي، 2007، الصفحات 77-78)
 - _ العمل بأسلوب التوجيه الجزئي وبالتالي فالمدرس يكون مرشد تعليمي له .
 - _ يكتسب خاصة المرونة لديه، إذ يتقبل آراء واقتراحات الآخرين بصدر رحب .
 - _ البحث في الشبكة - والتطبيقات التي تعمل بها- عن معارف وخبرات ومعلومات اعتمادا ذاتيا وتحميل ما توصل إليه من خلال بحثه في شبكة الانترنت لعرضه لأكبر قدر ممكن للقراء بهدف تطوير و تجويد بحثه.
 - _ يكتسب مهارة تحديد حاجات واهتمامات الآخرين بالتالي بناء علاقات تبادلية وإيجابية.

إن المصادر التعليمية الجديدة تعتبر استراتيجيات داعمة، لها دور فعال في تطوير التعلم الذاتي خاصة في توفيرها وسائل جديدة ومتنوعة للطالب تمكنه من الحصول على المعلومات، إلى جانب فتح الحوار بينه وبين غيره من الطلبة أو الأستاذة في أماكن متفرقة من خلال إتاحتها فرص متنوعة للدخول إلى مصادر المعلومات، وتزويد المتعلمين بالمعارف والمهارات لمواكبة النظرة الحديثة في العملية التعليمية وذلك باستخدامها في التعليم بمختلف مستوياته، والجامعي على وجه الخصوص والذي سيوجد بدوره أنظمة تعليم حديثة تساهم هي الأخرى في بناء بيئات جديدة محفزة للتعلم.

وهذا ما أشارت إليه الوثيقة الصادرة عن المنظمة العالمية للتربية والثقافة والعلوم سنة 2000 التي ضمت التعلم الذاتي من خلال التركيز على "المتعلم والاهتمام بدوره الفعال ومشاركته المباشرة في التعلم ليكون مصدر أساسي للمعرفة، بل ليرقى حتى يبلغ مستوى مقوم لإنتاجه وجهده (وأخرون، 2007، صفحة 67)

فتكنولوجيا المعلومات وشبكة الانترنت تساعد الدارس على تحويل حدود مسار عملية التعلم وتجاوز تلك الحدود بعملية التعلم إلى الخارج، وكما أن الاتصال الذاتي يمثل عنصر أساسي للسياسة التعليمية في العالم كله إنما هو نتيجة مباشرة وواضحة لاستخدام مصادر التعلم المحملة على شبكة الانترنت.

وأن مما يعزز من التعلم الذاتي عبر الانترنت أن يتسم تخطيط واجهة الموقع بالتبسيط والاتساق مع التأكيد على بعد التفاعل الاجتماعي في الاتصال، والتأكيد على المساعدة والدعم الفني والتعليمي.

تتيح الانترنت مختلف الفرص للوصول إلى الاستقلال الذاتي للمتعلم وذلك بالاستناد على مهارتي الاختيار والتحكم في مختلف مصادر التعلم المتاحة على الشبكة، و"تتيح

أيضا فرص عديدة للانفتاح الخارجي ودافع محفز لتحقيق الذات وتقلل الفروق الفردية بين المتعلمين، من خلال جعل المتعلم ينتقل من الطريقة التقليدية والاستقبال السلبي إلى التعلم عن طريق التوجيه الذاتي" (زيتون، 3003، صفحة 264)

كما جاءت الانترنت لتمثل قفزة نوعية خصوصا ما تعلق بالأدوار التربوية لها والذي أصبح فيها المتعلم مشارك فعال في الموقف التعليمي من خلال أنها تفتح آفاق للتعليم والتعلم دون الحدود الزمانية والمكانية، إلى جانب توفير بيئة تعليمية بما تتضمن من عوامل التحفيز والتحدي، وكما تسمح بتفعيل الحوار وتسهيل التواصل مع الخبراء والموجهين (السعدان، 2000، صفحة 66).

وأحدثت نقلة نوعية في استراتيجيات التعلم والتعليم ووجهت إلى التعليم الفردي والتعلم الجماعي والتعلم عن طريق الاكتشاف والتعلم التعاوني، وهيئت للمتعلم الاعتماد على النفس وتحقيق ذاته، كما أنها أداة للوصول إلى مستوى عال من الفهم للمتعلمين وتحسين نواتج وفعالية عملية التعلم لديهم، وذلك من خلال بناء المادة التعليمية وتحليل المفاهيم المجردة والمعلومات للمتعلم حسب إمكانياته وقدراته وتوفير التحفيز الأنسب له (سرحان، 2018)

كما تزيد من دافعية الطلبة إلى التعلم الذاتي وتحسن مهارات الاتصال والكتابة لديهم وكذلك تساهم في التواصل بين المعلم وطلابه وبين الطلاب أنفسهم، كما أنها تساهم في الحصول على المعلومات من قواعد البيانات ومراكز الأبحاث والمكتبات من مختلف أنحاء العالم بأسرع وقت وبأقل تكلفة، وتوفر جوا من المتعة لما فيها من أحداث وصور، كما أنها تساهم في تخفيض كلفة التعليم وتمنح أدوارا جديدة لكل من المعلم والطالب وتساهم في مساعدة المعلم بتنوع طرق التدريس، وتساعد على تثبيت معارف الطلاب وإكسابهم مهارات جديدة، بالاعتماد على تبادل الخبرات الذي يتم عن طريق البريد

الالكتروني أو الحوارات الجماعية المفتوحة، وغيرها مما يعني حث الطلاب على التعلم الذاتي.

خاتمة:

يعد التعليم الذاتي من أنماط التعلم الذي يقوم فيه المتعلم باختيار الأنشطة التعليمية وتنفيذها بهدف اكتساب معرفة علمية أو تنمية مهارات ذات صلة بالمادة الدراسية، أو اهتماماته الخاصة، و قد يتم هذا التعلم بصورة فردية او في مجموعات تحت اشراف المعلم أو بصورة غير نظامية، عن طريق التعلم المبرمج أو برامج التعلم عن بعد، و يعتبر التعلم الذاتي من أساليب التعلم الحديثة ذات الفاعلية التي تعزز عملية التعلم فهم طريقة تعلم حديثة نقلت العملية التعليمية من المادة الدراسية و الاعتماد على المعلم الى المتعلم الذي يعتبر مركزا للفعاليات المنتظمة، التي تهدف الى تحقيق العملية التعليمية، إذ يتيح هذا النمط تنوع الأساليب التدريس و أهمها الشبكة العنكبوتية و منصات التواصل الاجتماعي لتتناسب و قدرات كل متعلم.

بالرغم من تباين استراتيجيات التعلم الذاتي التقليدية والحديثة وتعددتها إلا أنها تصب في فكرة أساسية ألا وهي: النشاط الذاتي للمتعلم وأنه محور العملية التعليمية من خلال توفير الحرية والاستقلالية، والمسؤولية وكذا التحكم الذاتي على جميع مجريات عملية التعلم، حيث تتوفر فيه الإمكانيات الشخصية والمعرفية التي تسمح له بالوصول إلى الأهداف المحددة، والسعي إلى التطوير الذاتي له والتغلب على مختلف المشكلات التي تعوق وتعرقل تعلمه من خلال جهوده الذاتية في استثمار مختلف الإمكانيات المتاحة مع وجود الوعي بالمحتويات التعليمية التي تتضمنها الشبكة العنكبوتية و منصات التواصل الاجتماعي.

ولذلك فأنا بحاجة إلى تجديد التعليم و كذا تقليص فجوة الأمية الرقمية ، لمسايرة عصر المعلومات حيث تتزايد المعارف الإنسانية بمعدلات هائلة وتوسع انتشارها في جميع المجالات خاصة مجالات التعليم ،ولذلك أصبح من الضروري استخدام التكنولوجيا الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات وما يرتبط بها من حاسبات وشبكات نقل المعلومات المحلية والدولية لننتقل من حالة التعليم الجامد إلى التعليم المرن ،من خلال بيئة تعليمية جديدة بحيث يصبح المتعلم أكثر قدرة على التحكم في عملية التعلم، وتحويل دوره من مجرد الاستقبال إلى البحث والاستقصاء، حتى تنمو لديه القدرة على التجديد والإبداع والاعتماد على النفس والتفكير الابتكاري.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة الفرنسية:

1. Awatif Mohamde Hassane .(1981) .*An investigation of the learning - projects among adults of high and low readiness for self- direction inlearning, A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of doctor of philosophy*.Lowa universty capstones.

المراجع باللغة العربية :

2. ابراهيم الناصر (2005). العولمة مقاومة و استثمار. مجلة البيان، 20.
3. إبراهيم عبد الوكيل الفار. (2002). ،استخدام الانترنت في التعليم (المجلد ط 1).الأردن: دار الفكر.

4. إبراهيم محمد عبد الله عسيري، عبد الله يحيى المحيا. (12 03, 2018). *التعلم الذاتي وتطبيقاته عبر شبكة الانترنت في الدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج*. تم الاسترداد من <http://www.mohyassin.com12/03/2018/10h30>.
5. أحمد المغربي. (2007). *التعلم الذاتي المستقل*. القاهرة: دار الفجر .
6. أحمد محمد عبد الخالق. (2001). *مبادئ التعلم* (الإصدار ط 2). القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
7. جبران مسعود. (1987). *رائدة الطلاب* (المجلد 3). لبنان، لبنان: دار العلم للملايين .
8. جرجس ميشال جرجس. (2005). *معجم مصطلحات التربية والتعليم*. 114. لبنان، لبنان: دار النهضة العربية.
9. جودة أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي،. (2007). *استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم*. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
10. حافظ ايمان. (2003). *حافظ إيمان، تقرير عن المؤتمر العلمي "التعلم الذاتي وتحديات المستقبل*. مجلة مستقبل التربية العربية، 3، صفحة 331.
11. حسن شحاته. (2004). *مداخل إلى تعليم المستقبل في الوطن العربي*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
12. حمود السعدان. (2000). *الجانب التربوي لشبكة الانترنت* . محاضرة للدورة السابعة للموسم الثقافي التربوي حول شبكة الانترنت مالها وما عليها، (صفحة 66). الرياض: المركز العربي للبحوث لدول الخليج.

13. خليل إبراهيم السعادات. (2005). تطبيق المعلمين لأسلوب التعلم الذاتي في مراحل التعلم العام في المملكة العربية السعودية . جامعة ملك سعود الرياض: الجمعية السعودية للعلوم التربوية و النفسية .
14. ربيع عبده ، أحمد رشوان. (دون تاريخ). التعلم المنتظم ذاتيا و توجهات أهداف الانجاز . القاهرة: عالم الكتب .
15. ربيع عبده ، أحمد رشوان. (بدون سنة). التعلم المنتظم ذاتيا و توجهات أهداف الانجاز (المجلد ط 1). القاهرة: عالم الكتب .
16. رشدي احمد طعيمة، محمد بن سليمان البندري. (2004). التعليم الجامعي بين رصد الواقع ورؤى التطوير، (المجلد ط 1). القاهرة: دار الفكر العربي.
17. سامي محمد ملحم. (2001). سيكولوجية التعلم والتعليم الاسس النظرية والتطبيقية ، . الأردن: دار المسيرة للنشر .
18. صالحه عبد الله عيسان وآخرون. (2007). اتجاهات حديثة في التربية (المجلد ط 1). الأردن: دار المسيرة.
19. صونيا قاسمي. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الاكاديمي لدى الطلبة الجامعيين. مجلة الباحث، 13 ، صفحة 3.
20. عامر طارق. (2005). عامر طارق، التعلم الذاتي: مفاهيمه .أسسه .أساليبه ، . القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
21. عبد الرحمان ابن ابراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني. عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع.

22. عبد اللطيف حسين فرج. (2005). طرق التدريس في القرن الواحد والعشرين. عمان: دار المسيرة، ط1،.
23. عبد الله السنبل عبد العزيز،. (1987).، تطوير طرق تعليم الكبار باستخدام أساليب التعلم الذاتي،. (المجلد العدد 3). قطر: عبد الله السنبل عبد العزيز، تطوير طرق تعليم الكبار باستخدام أساليب التعلم الذاتي، حولية كلية التربية جامعة قطر.
24. عبد المالك ردمان الدناني،. (2003).، الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت. القاهرة: دار الفجر.
25. عدنان زيتون، فواز العبد. (2008).، كفايات التعلم الذاتي ومهاراته،. دمشق: عدنان زيتون، فواز العبد الله، كفايات التعلم الذاتي ومهاراته، دمشق، دون مكان نشر، 2008، ص 29.
26. عصام سرحان. (4, 3, 2018).، ذياب، الانترنت فوائده و استخدامه. تم الاسترداد من : <http://www.kutub.info/library/book> 04/03/2018/ 11 h 22
27. عصام فريجات. (2005). "إعداد القوى العاملة لمجتمع المعلومات. مجلة المعلوماتية، 9.
28. فريد نجار. (2003)،.، المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية. لبنان: مكتبة لبنان.
29. كمال عبد الحميد زيتون. (3003).، التدريس نماذجه ومهاراته (المجلد ط 1). القاهرة: عالم الكتب.

30. لونيس باديس. (2008). جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت-دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة. قسنطينة: ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال.
31. مجدي الحناوي. (2012). تطوير الحقائق التعليمية التعلمية من التقليد الى الالكترونية. القدس: جامعة القدس المفتحة للنشر والتوزيع .
32. محمد الجمي. (2006). استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسات التعليم والتدريب التقني، .، الندوة الدولية لتطوير أساليب التدريب والتعلم في برامج التعليم والتدريب التقني باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (الصفحات 8-9). تونس .
33. محمد الهادي. (2004). ، التعليم الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت. القاهرة : ، الدار المصرية اللبنانية.
34. محمد عقوني. (2024). تأثير التكنولوجيا الرقمية على العملية التعليمية. مكتبة النور - التربية الرقمية - ، صفحة 49.
35. محمد عمر الحاجيا، .، (2002). ، الانترنت ايجابياتها وسلبياتها (المجلد ط 1). دمشق، سوريا: دار المكتبي.
36. محمد محمود الحيلة. (2002). ، محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعليم من اجل تنمية التفكير. الأردن: محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعليم من اجل تنمية التفكير، دار المسيرة ، ط 1 ، الأردن، 2002، ص. 116.
37. محمد مقداد. (2005). الجامعة في عصر العولمة قراءات متفرقة، (المجلد ط 1). الجزائر: ، شركة التضامن-باتنيت-للمعلوماتية والخدمات المكتبية والسحب.

38. مسعودي لوبزة،. (2010)،. اتجاهات الطلبة نحو استخدام الانترنت في تحقيق التعلم الذاتي. جامعة لحاج لخضر باتنة. الجزائر: رسالة ماجستر غير منشورة في علوم التربية،، .
39. نبيل علي. (2001).، الثقافة العربية وعصر المعلومات_رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي. عالم المعرفة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب(265)، صفحة 92.
40. نور الدين بومهرة، ماجدة حجار. (2005).، "الانترنت مفهومها وتجلياتها والآثار المترتبة عن استخدامها"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد12،، 116-117.
41. يحيى محمد شديفات، طارق محمد ارشيد،. (2007). اثر استخدام الحاسوب والانترنت في تحصيل طلاب الصف الثامن، في مبحث العلوم مقارنة بالطريقة التقليدية بمحافظة المفرق، (المجلد 4). المملكة الاردنية الهاشمية: مجلة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية.

La protection de la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux : le Maroc comme exemple

حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي: المغرب نموذجا

Dr. karima Bakri

Maitre de Conférences à l'ISPITS de Casablanca-annexe Settat

Abstract:

The digital revolution, by facilitating the global and instantaneous dissemination of information, has profoundly transformed our lifestyles and social practices. Individuals are now more connected, particularly through social media. This increased connectivity has blurred the boundaries between private and public life, exposing users to the risks of exploitation and illicit use of their personal data. This article, using a legal approach and Morocco as an example, seeks to determine the extent to which Moroccan law protects the privacy of social media users. The objective is to identify alternatives likely to strengthen their protections.

Key words: Social media, personal data, privacy, Internet users, protection.

Résumé :

La révolution numérique, en facilitant la diffusion mondiale et instantanée des informations a profondément transformé notre mode de vie et nos pratiques sociales. Les individus sont désormais davantage connectés, notamment à travers les réseaux sociaux. Cette connectivité accrue a effacé les frontières entre vie privée et publique, exposant les utilisateurs aux risques d'exploitation et d'utilisation illicite de leurs données personnelles. Cet article, à travers une approche juridique et en prenant le Maroc comme exemple cherche à savoir dans quelle mesure le Droit Marocain protège

la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux ? L'objectif est d'identifier des alternatives susceptibles de renforcer leurs protections.

Mot clé : Les réseaux sociaux, les données personnelles, la vie privée, les internautes, protection.

الملخص:

لقد أدت الثورة الرقمية، من خلال تسهيل نشر المعلومات العالمية والفوري، إلى تغيير أسلوب حياتنا وممارساتنا الاجتماعية بشكل عميق. أصبح الناس الآن أكثر اتصالاً ببعضهم البعض، وخاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وقد أدى هذا التزايد في الاتصال إلى طمس الحدود بين الحياة الخاصة والعامة، مما يعرض المستخدمين لمخاطر الاستغلال والاستخدام غير المشروع لبياناتهم الشخصية. تسعى هذه المقالة، من خلال مقارنة قانونية ومن خلال أخذ المغرب كمثال، إلى معرفة إلى أي مدى يحمي القانون المغربي خصوصية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟ والهدف هو تحديد البدائل التي يمكن أن تعزز حمايتهم. الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، البيانات الشخصية، الخصوصية، مستخدمو الأنترنت، الحماية.

Introduction

A nos jours, nous vivons dans un monde interconnecté, où, à chaque instant, voire chaque fraction de seconde, des milliers d'informations sont partagées sur les réseaux sociaux, dont l'usage ne cesse de croître au fur et à mesure de l'évolution de notre société, représentant ainsi un phénomène dont l'ampleur dépasse l'imagination (DREYFUS, 2011, p. 323).

En janvier 2025, sur les 8,20 milliards d'individus présents sur la planète, 5,56 milliards de personnes utilisaient Internet (ce qui correspond à un taux de pénétration de 67,9 %). Par ailleurs, 5,24 milliards étaient utilisateurs des réseaux sociaux, représentant ainsi 63,9 % de la population mondiale. Entre

janvier 2024 et janvier 2025, 200 millions de nouveaux utilisateurs ont été enregistrés, soit une progression de 4,1 %. Les réseaux sociaux absorbent plus de 35,3 % du temps total passé en ligne. En moyenne, chaque utilisateur détient 6,8 comptes sur les principales plateformes telles que Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Snapchat, LinkedIn et Twitter. Les personnes âgées de 16 ans et plus y consacrent en moyenne 2 heures et 21 minutes par jour (COËFFÉ, 2025).

Au Maroc, les chiffres publiés par DataReportal le 3 mars 2025 montrent qu'en janvier 2025, le taux de pénétration d'Internet était de 92,2 %, ce qui correspond à 35,3 millions de Marocains utilisant Internet. Le pays comptait également 21,3 millions d'identités d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux, soit 55,5 % de la population totale (à cette même période, la population marocaine était estimée à 38,3 millions de personnes). Par ailleurs, 60,2 % de l'ensemble des utilisateurs d'Internet au Maroc utilisaient au moins une plateforme de réseau social (KIMP, 2025).

En fait, avec la croissance exponentielle de l'utilisation des plateformes en ligne, la frontière entre vie privée et vie publique s'estompe peu à peu, augmentant les risques d'abus et de détournement des données personnelles des utilisateurs (la création d'un compte gratuit en ligne peut, en contrepartie, permettre à l'hébergeur d'accéder à certaines informations personnelles du titulaire). Cela est d'autant plus préoccupant que ces derniers partagent souvent des informations sensibles sans avoir pleinement conscience des dangers liés à une telle exposition. En 2024. Le coût moyen mondial d'une violation de données a grimpé à 4,88 millions de dollars, marquant une augmentation de 10 % par rapport à 2023 (SPENCER, 2024).

En effet, d'après le rapport sur les menaces du quatrième trimestre 2024 publié par Gen Digital, entre octobre et décembre 2024, le groupe a intercepté 2,55 milliards de cyberattaques soit une moyenne impressionnante de 321 menaces par seconde marquant une augmentation de 9 % par rapport au dernier trimestre de 2023. L'entreprise souligne une hausse notable des attaques via des publicités malveillantes, également appelées malvertising. Il révèle également que Facebook occupe la première place parmi les sources d'escroqueries sur les réseaux sociaux, avec 56 % des menaces détectées. YouTube suit en deuxième position, représentant 26 % de ces menaces. D'autres plateformes, telles que X, Reddit et Instagram, sont également identifiées comme présentant des risques pour les utilisateurs (BOURGIN, 2025).

En outre, ces réseaux sociaux servent souvent de plateforme à la diffusion de divers contenus illicites, tels que des incitations à la haine, des violations des droits de propriété intellectuelle ou des atteintes aux droits de la personnalité d'autrui. Plus généralement, il peut s'agir de tout type de contenu dépassant les limites du droit à la liberté d'expression des utilisateurs (SAINGRA Maelys, (, 2019 – 2020, p.7).

Ainsi, les réseaux sociaux, initialement conçus comme des outils de communication, se sont transformés en puissants leviers économiques, augmentant les chiffres d'affaires et contribuant à la construction de la réalité contemporaine. Ils mettent en avant des contenus que leurs utilisateurs perçoivent comme intéressants, novateurs, significatifs, facilement illustrables et propices à la discussion. Cependant, leur essor a

susité des préoccupations croissantes quant à la protection de la vie privée et aux risques d'utilisation abusive des données personnelles.

Dès lors, une étude approfondie sur la manière dont l'État protège les utilisateurs de ces plateformes apparaît comme une nécessité impérieuse

Dans le but de réduire les incertitudes et de mieux délimiter les contours de notre sujet de recherche, caractérisé par une rareté manifeste des écrits, nous nous attachons à définir les concepts essentiels à cette étude à savoir : donnée à caractère personnelle, réseau social, internet et vie privée.

Le réseau social : le terme réseau renvoie à un ensemble d'objets ou d'être humains reliés les uns avec les autres et permettant la circulation d'éléments en respectant des règles spécifique (BOYER, 2015, p. 294), alors qu'un réseau social désigne une plate-forme informatique reposant sur le Web 2.0 mettant en contact des individus qui mettent en commun (« partagent ») leur vie quotidienne, des nouvelles, des opinions, des œuvres, etc. (LLF,2024).

La vie privée : cette notion n'est pas susceptible d'une définition complète et elle diffère d'un État à un autre. Des lors, il est difficile d'illustrer de manière exhaustive l'ensemble des composantes du droit au respect de la vie privée. Ce qu'il faut rappeler, elle protège ce qu'on appelle classiquement l'intimité de la vie familiale et des autres relations personnelles. Dans un sens plus étroit, constitue une atteinte à la vie privée d'après l'Article 89 de la loi n° 88-13 relative à la presse et à l'édition, « toute imputation à une personne, dont l'identification est rendue possible, d'allégations infondées ou divulgation de faits, de photographies ou de vidéos à caractère intime de personnes ou en

rapport avec leur vie privée, sauf si cette dernière a un lien étroit avec la vie publique ou un impact sur la gestion de la chose publique».

Les données à caractère personnel ou données personnelles renvoie à tout élément permettant d'identifier ou rendant identifiable une personne directement ou non (BOYER, 2015, p.118). Ainsi au Maroc article 1 de la loi 09-08 les a définis comme : « toute information, de quelque nature qu'elle soit et indépendamment de son support, y compris le son et l'image, concernant une personne physique identifiée ou identifiable par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments spécifiques de son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou social ».

Problématique :

Il sera question de savoir dans quelle mesure le droit marocain en vigueur assure une protection effective aux utilisateurs des réseaux sociaux ?

Méthodologie :

Dans le cadre de notre démarche visant à résoudre cette problématique, nous avons choisi une approche juridique pour analyser les règles et normes qui encadrent la protection des utilisateurs des réseaux sociaux au Maroc. L'objectif est de déterminer des alternatives susceptibles de renforcer leur protection. Ainsi, nous avons choisi un plan en deux parties : la première analysera le cadre juridique protecteurs des utilisateurs des réseaux sociaux au Maroc et la deuxième partie sera dédiée à l'étude des limites de ce cadre juridique.

I. La protection de la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux au Maroc

Le droit à la vie privée est un droit fondamental de la personne consacré dans les textes légaux national et international :

À l'échelle transnationale, ce droit est garanti dans l'article 12 de la Déclaration Universelle des droits de l'homme, il est prévu à l'article 17 du Pacte international relatif aux droits civils et politique, à l'article 16 de la convention internationale des droits de l'enfant, à l'article 14 de Convention internationale sur la protection des droits de tous les travailleurs migrants et des membres de leur famille à l'article 14 de la convention relative aux droits des personnes handicapées, à l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme, à l'article 7 de La Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, à l'article 21 de la Charte arabe des droits de l'homme, à l'article 10 de la Charte africaine des droits et du bien-être de l'enfant, l'article 11 de la Convention américaine relative aux droits de l'homme, l'article 4 de la déclaration des principes de la liberté d'expression de l'Union africaine, à l'article 5 de la Déclaration américaine des droits et des devoirs de l'homme, à l'article 21 de la Charte arabe des droits de l'homme. En fait, bien que le Maroc ait ratifié l'ensemble des instruments internationaux susmentionnés, il convient de noter que cette démarche ne s'étend pas aux instruments juridiques africains.

De la protection de la vie privée a découlé la reconnaissance au niveau international d'un droit à la protection des données personnelles. Ce droit est consacré dans plusieurs conventions majeures, notamment la « Convention 108 » adoptée le 28 janvier 1981, qui protège les individus face au traitement automatisé de leurs données personnelles, la Convention sur la cybercriminalité (Budapest), ainsi que les conventions arabes de 2010

pour la lutte contre les crimes liés aux technologies de l'information et de la communication et contre la criminalité transnationale, pour ne citer que ces quatre exemples dont le Maroc est parti.

A l'échelle nationale, le Maroc a protégé explicitement et ou implicitement les utilisateurs de l'espace cybernétique non seulement à travers une protection juridique mais également en mettant en place des organismes aux missions variées. Ces derniers partagent toutefois un objectif commun : garantir la protection de la vie privée des utilisateurs d'Internet de manière générale.

Ainsi, le droit à la vie privée est consacré à travers l'article 24 de la Constitution de 2011, ainsi qu'à travers des textes particuliers, nous citons entre autres :

- La loi 09-08, conforme aux normes européennes, établit un cadre juridique pour la protection des données personnelles. Elle définit les objectifs, le champ d'application, et les principes encadrant ce concept, tout en réglementant les conditions de traitement de ces données. La loi fixe les droits des personnes concernées ainsi que les obligations légales des responsables du traitement. En outre, elle institue une commission de contrôle en charge de veiller au respect des dispositions légales relatives à la protection des données. Enfin, les articles 51 et suivants de cette loi instituent des sanctions pénales applicables aux utilisateurs de fichiers contenant des données personnelles. Ces sanctions incluent, dans certains cas, des peines privatives de liberté, notamment en cas de collecte de données à caractère personnel par des moyens frauduleux, déloyaux ou illicites. Il en va de même pour **les traitements effectués à des fins autres**

que celles déclarées ou autorisées, ou lorsque les données sont soumises à un traitement ultérieur incompatible avec les finalités initialement prévues par la déclaration ou l'autorisation.

-La loi 07-03 sur les atteintes aux systèmes de traitement automatisé des données qui est devenue une partie intégrante du code pénal marocain dans les articles 607-3 à 607-1 en réprimant les infractions suivantes : l'intrusion ou le maintien frauduleux dans un système de traitement automatisé de données, les atteintes au fonctionnement d'un système de traitement automatisé de données, les atteintes volontaires aux données, l'association de malfaiteurs informatique, la loi 24-96 relative à la poste et aux télécommunications et ses décrets d'application.

- La loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle qui exige dans son article 15 de garantir, dans l'intérêt général, la sécurité des usagers et du personnel des opérateurs de la communication audiovisuelle, la sécurité du fonctionnement du réseau, le maintien de son intégrité, l'interopérabilité des services et celle des équipements terminaux, la protection, l'intégrité et l'authentification des données.

- La loi n° 103.13 relative à la lutte contre la violence à l'égard des femmes qui a introduit trois amendements au chapitre 447 du Code pénal, renforçant ainsi la protection de la vie privée.

- La loi n° 31-13 relatif au droit d'accès à l'information

- La loi n° 88-13 relative à la presse et à l'édition et la loi n° 73-15 modifiant et complétant certaines dispositions du code pénal, à travers lesquelles le législateur marocain sanctionne tout fait portant atteinte à l'honneur et à la

considération des personnes par voie de diffamations ou injures ou par le biais de la diffusion de vidéos ou images faites sans consentement.

- Le Dahir n° 1-58-261 du 1er chaabane 1378 (10 février 1959) formant Code de procédure pénale via les articles 108, 109 et 115.

En bref, si le législateur marocain a prévu une réglementation précise au traitement de données à caractère personnel afin d'éviter toute atteinte à la vie privée des personnes physiques ou toute discrimination basée sur les origines raciales ou ethniques ou sur les opinions politiques ou religieuses...etc. Et qui peut être diffusée par l'intermédiaire des nouvelles technologies d'information et de communication. Nous notons l'absence de loi qui régit spécifiquement l'utilisation des réseaux sociaux bien qu'un projet de loi n°22-20 relatif à l'utilisation des réseaux sociaux et similaires est en phase de discussion.

Quant aux organes impliqués en la matière, il convient de rappeler que la loi 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel, a conduit à la création de la Commission nationale pour le contrôle de la protection des données personnelles (CNDP) le 30 août 2010 dont la mission principale est de mettre en œuvre et de veiller au respect des textes de références en matière de protection des données à caractère personnel étant donné que cette commission exerce un pouvoir de contrôle, de sanction, de conseil et de sensibilisation. Via cet organisme, le Maroc est membre accrédité de la Conférence internationale des autorités de protection des données personnelles, de l'Association francophone des autorités de protection des données personnelles, ainsi que du Global Privacy Enforcement de l'OCDE.

Depuis 2011, le Maroc, afin d'assurer la sécurité des systèmes d'information en générale et la protection des données personnelles en particulier, a créé des organismes chargées de mettre en place tout un arsenal juridico-technique nous citons entre autres notamment la Direction Générale de la Sécurité des Systèmes d'Information (DGSSI) rattachée à l'administration de la défense nationale, qui via le décret n°2-13-881, s'est chargée des activités ayant une relation avec la cryptographie.

Le pays s'est doté d'une Stratégie Nationale de Cybersécurité et d'une Directive Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information et il dispose également du centre marocain d'alerte et de gestion des incidents informatiques (MA-CERT) relevant de la direction de la défense nationale, des laboratoires régionaux d'analyse de traces numériques et anti-cybercriminalité, relevant de la direction générale de la sûreté nationale (DGSN), sans oublier le rôle de l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT).

De plus, le décret n° 2-21-406 pris pour application de la loi n° 05-20 a énoncé les organes chargés de la cybersécurité, et a défini leur composition et les modalités de leur fonctionnement, il s'agit notamment du Comité Stratégique de Cybersécurité et l'Autorité Nationale de la Cybersécurité et le Comité de gestion des crises et événements cybernétiques majeurs. Ces organismes ouvrent ensemble pour mieux protéger les utilisateurs.

La question qui se pose alors est ce que l'existence d'un cadre juridique protégeant d'une manière générale les utilisateurs des réseaux sociaux équivaut une protection effective de ces personnes ?

II. Les limites de la protection de la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux au Maroc

Le droit à la protection des données personnelles comprend entre autres le droit d'accès à ces propres données, le droit de les rectifier, droit à l'oubli, droit à la limitation du traitement, droit à la probabilité des données et le droit d'opposition. Parallèlement, des obligations sont imposées aux organismes, nous citons à titre d'exemple le principe d'auto responsabilité, d'information, de minimisation, de conservation limitée, de confidentialité dès la conception et par défaut, de licéité et de nomination d'un délégué à la protection des données. La violation de ces droits et obligations donne lieu à des sanctions (administratives ou juridictionnelles ou les deux à la fois) assortie de voie de recours.

En effet, bien qu'il s'agît d'un droit fondamental, ce droit ne fait pas partie des droits absolus, c'est-à-dire, les informations liées à la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux peuvent être révélées pour diverses motifs nous invoquons notamment entre autres la sauvegarde de la sécurité publique, de santé publique...etc. Des motifs dont la définition ne fait pas l'unanimité et accepte plusieurs interprétations, il appartient alors à l'autorité gouvernementale compétente de qualifier chaque situation s'il constitue une menace à la paix et à la sécurité de la nation ou encore risque de porter atteinte à la sécurité publique...ce qui renforce la marge d'appréciation de l'Etat. Ainsi, tout État hébergeant des données personnelles a la possibilité d'y accéder si entre autres sa sécurité est menacée peut exiger des entreprises situées sur son territoire et de leurs filiales opérant à l'étranger, qu'elles lui transmettent des informations, y compris des données

personnelles ce qui n'est pas en faveur d'une protection effectives des personnes.

Ainsi, il serait judicieux de promouvoir les mesures récemment adoptées visant à conférer compétence à une autorité administrative indépendante de niveau national, habilitée à intervenir de manière proactive ou sur signalement. Cette autorité serait ainsi en mesure d'ordonner aux plateformes numériques concernées de mettre en œuvre, dans les meilleurs délais, des mesures de prévention ou de retrait des contenus litigieux, garantissant ainsi une réponse rapide et proportionnée (BRONNER, 2022, p. 125).

En outre, l'absence d'un cadre juridique régissant spécifiquement l'utilisation des réseaux sociaux ne signifie pas absence de protection de ses usagers mais rend cette dernière inadaptée et crée des vides juridiques à combler (ce qui est en faveur d'une protection limitée des utilisateurs de ces réseaux). Ace titre, il faut mentionner que la loi 09-08, bien que solide dans ses fondements, se trouve aujourd'hui confrontée à une réalité technologique qui dépasse ses cadres initiaux.

Face à l'émergence de l'intelligence artificielle , cette la loi a montré ses limites : en effet, par leur nature même, les systèmes d'intelligence artificielle, entrent souvent en conflit avec les principes énoncés par la loi 09-08 (nous citons notamment le consentement éclairé, la limitation de la collecte..etc.) : ils collectent des données de manière massive et souvent opaque, sans que les individus comprennent pleinement comment ces données seront utilisées, et manipulent de grandes quantités de données sensibles, ce qui accroît non seulement les risques de fuites ou de piratage

mais engendre également des tensions entre innovation technologique et protection des droits individuels.

De point de vue coopération internationale, avec l'internationalisation des échanges numériques, la protection des données personnelles devient plus compliquée lorsque des données sont partagées avec des pays aux législations moins protectrices ce qui nécessite entre autres l'harmonisation des législations et un contrôle unifié qui couvre toutes les exigences applicables en la matière afin de contrecarrer tous usage abusif des données à caractère personnel voir les prévenir même si cela semble difficile à concrétiser.

De point de vue formation et sensibilisation en la matière, il est intéressant de noter que les responsables du traitement et les employés des entreprises ne reçoivent pas toujours la formation nécessaire pour comprendre et appliquer correctement les exigences de la loi. Dès lors, une sensibilisation accrue du public et une formation des professionnels en la matière seront essentielles pour garantir une adoption responsable et éthique des lois encadrant la protection de la vie privée des personnes. En outre, l'intégration de la société civile dans le processus de formation, d'information et de sensibilisation en la matière ne peut que renforcer la protection de la vie privée des personnes.

Concernant la mise en œuvre du cadre juridique régissant ce domaine, il est intéressant de noter que bien que l'action judiciaire basée sur les infractions pénales peut désormais donner lieu à des comparution immédiate, les délais requis pour parvenir à une décision judiciaire définitive sur le fond

demeurent largement inadaptés à l'urgence posée par la propagation virale de certaines fausses informations.

Conclusion :

En guise de conclusion nous pouvons avancer qu'en dépit de tous les textes juridiques susmentionnés, la protection de la vie privée des utilisateurs des réseaux sociaux représente toujours un défi pour notre pays notamment en matière de la mise en œuvre et d'adaptation des textes de portée générale pour des situation très spécifiques.

En outre, l'effectivité de la protection de la vie privée des personnes dépendra de la collaboration entre les acteurs publics, privés et académiques, ainsi que de la capacité du Maroc à adapter son cadre juridique aux défis posés par l'évolution technologique. Et pour que le Maroc puisse pleinement tirer parti des avantages des réseaux sociaux, tout en protégeant les droits de ses citoyens, une réforme législative s'impose à commencer par l'adoption du projet de loi n°22-20 relatif à l'utilisation des réseaux sociaux et similaires.

En somme, la question de la protection de la vie privée n'est pas seulement une question de loi et de sa mise en œuvre, mais aussi une question de valeurs et d'engagement de tous les acteurs impliqués.

Bibliographie

BOYER Bertrand, 2015, *Dictionnaire de la cybersécurité et des réseaux*, éd. nuvis, Paris;

BRONNER Gérald (dir), 2022, *Les lumières à l'ère numérique*, éd. PUF ;

DREYFUS Nathalie, 2011, *Marques et internet : Protection, valorisation, défense*, éd. Lamy, Coll. Lamy Axe droit ;

SAINGRA Maelys, 2019 – 2020, *La régulation des contenus illicites sur les réseaux sociaux*, mémoire de Master 2, Université De Montpellier ;

Webographie

BOURGIN Yoann, « Cybersécurité : Facebook concentre 56% des menaces liées aux réseaux sociaux », posté le 19 février 2025, in <https://www.usine-digitale.fr/article/cybersecurite-facebook-concentre-56-des-menaces-liees-aux-reseaux-sociaux.N2227693> ;

COËFFÉ Thomas, « Chiffres réseaux sociaux – 2025 », BDM, Mis à jour le 24 février 2025, <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/> ;

Dictionnaire La Langue Française (LLF), Réseau social, in <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/reseau-social>, mise à jour le 8 novembre 2024, consulté le 9 avril 2025 ;

KIMP Simon, DIGITAL 2025 : MOROCCO, posté le 3 mars 2025, in <https://datareportal.com/reports/digital-2025-morocco?rq=MOROCCO%202025> ;

SPENCER Patrick, Pysage de la cybersécurité et de la conformité 2024 : 50 statistiques essentielles façonnant notre avenir numérique, publiée le 11

décembre 2024, in <https://www.kiteworks.com/fr/gestion-des-risques-lies-a-la-cybersecurite/paysage-cybersecurite-2024-50-statistiques-essentielles/>;

مستقبل الإعلانات التقليدية في ظل الهيمنة الرقمية

The future of traditional advertising in the face of digital dominance

د. المصطفى العربي

ط.د. الشيخ زيدور

باحث بسلك الدكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس / الأستاذ المشرف
جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس / المغرب

Sidi Mohamed Ben Abdellah University, Fes / Fes – Meknes

الملخص

أضحت الإعلانات الرقمية القوة المهيمنة في عصر التكنولوجيا المتحورة، ومع هذا لا يفيد نهاية الإعلانات التقليدية، التدقيق يؤكد أن الإعلانات التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة، لا تزال فعالة عند دمجها مع التقنيات الرقمية. فالتحديات التي تصادفها، يمكن معالجتها عن طريق التكامل، بحيث الشركات التي أثبتت توازنها في الأفق القريب ستتحول الإعلانات التقليدية إلى وسائل تكميلية تدعم الجهود الرقمية. تشدد الدراسة على أن مستقبل الإعلانات التقليدية يتركز على إمكاناتها على التفاعل مع التحولات التكنولوجية، إذ أن التكامل والمرونة هما الأمان لضمان دوامها في عصر يتميز بالتحولات المتسارعة، فالشركات التي تروج بالتوازن وتتحصل من التكنولوجيا، ستكون الأوفر حظا على الصمود في ظل الهيمنة الرقمية.

Abstract

In this period of changing technology, the rise of digital advertisements has become a major activity. However, this does not indicate the death of conventional advertising. Indeed, research suggests that traditional channels TV and radio continue to drive results if they're fused with digital technologies. From integration, the challenges they face can be overcome; and firms that achieve this balance will most likely see traditional ads evolve into a means of complementing efforts in the digital realm in the near future.

Adapting to technological changes is the key to the future of traditional advertising, stresses the study. In this age of accelerated change, it is

integration and flexibility that will keep it alive. Organizations that prioritize balance and harness technology will thrive long after the dust of digital dominance settles.

الكلمات المفتاحية: الإعلانات التقليدية، الهيمنة الرقمية، التحول الرقمي، وسائل الإعلام، التسويق

تمهيد

في عصر يشهد تطور غير مألوف في التحويرات التكنولوجية، أصبحت الرقمنة عنصراً أساسياً في إعادة صياغة مبادئ التسويق والتفاعل التجاري، وقد لاحت الإعلانات الرقمية كقوة مهيمنة، بحيث أحدثت نقلة نوعية في الكيفية التي تبلغ بها الشركات إلى جمهورها. فمع ارتفاع اعتماد الأشخاص على المنصات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والحلول الذكية والمواقع الإلكترونية، صارت هذه الآليات المقصد الرئيسي الأول للعلامات التجارية التي تهدف إلى الوصول السريع نحو عملائها، وعلى الرغم من ذلك، فإن هذا التحول الرقمي المتزايد يثير تساؤلات محورية حول مستقبل الإعلانات التقليدية، التي كانت لعقود ممتدة كعنصر رئيسي لاستراتيجيات التسويق .

فالإعلانات التقليدية، كما البت الإذاعي والترويج التلفزيوني والصحفي والافتات الإعلامية، شكلت جزءاً لا ينفصل عن الواقع الإعلامي والاقتصادي العالمي، إلا أنه مع تطور الإعلانات الرقمية التي تميزت باحترافها وإمكانية قياسها وسهولة استقطاب الجمهور، بدأت وظيفة الإعلانات التقليدية تتراجع تدريجياً. رغم ذلك، هذا التراجع ليس بالضرورة المحطة الأخيرة لهذه الوسائل الإعلامية، ففي سياق التحديات التي تعترضها تتجلى أيضاً فرص جديدة قد تؤهلها من التكيف مع التحولات الرقمية والمواكبة كحلقة متصلة في المنظومة الإعلامية الموسعة.

إشكالية الدراسة:

في سياق هذا التحول الرقمي البارز، يطرح التساؤل المحوري: ما مستقبل الإعلانات التقليدية التي ظلت لفترات طويلة العنصر الأساسي لاستراتيجيات التسويق؟ وهل ستختفي تدريجياً أمام هذه الثورة الرقمية، أم أنها ستكتشف طريقة للتكيف والمواكبة؟ تعالج هذه الدراسة موضوع "مستقبل الإعلانات التقليدية في ظل الهيمنة الرقمية"، محاولة توقع التحديات والفرص التي تواجهها هذه الآلية في سياق التحولات الرقمية المعاصرة، مع التفكير في أهميتها كعنصر أساسي من المنظومة الإعلامية.

استناداً إلى السؤال الرئيسي، يمكننا التوصل لعدة أبعاد لهذه الإشكالية من خلال الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي العوامل الجوهرية التي أسهمت في تدهور الإعلانات التقليدية في ظل الهيمنة الرقمية؟
 2. كيف يمكن للإعلانات التقليدية أن تتوافق مع التحول الرقمي لتأمين استمرارها؟
 3. ما هي التحديات الاقتصادية التي تواجه الإعلانات التقليدية، وهل يمكن قياس مردودها مقارنة بالإعلانات الرقمية؟
 4. ما هي التطلعات المستقبلية لدور الإعلانات التقليدية في ضوء استمرار التطور التكنولوجي؟
- أهمية الدراسة:

1. تحليل تأثير الهيمنة الرقمية على تطلعات الجمهور وأسلوب استجابتهم مع الإعلانات، مما يبرز أهمية الانسجام مع هذه التحولات.
2. وقع التكنولوجيا الرقمية على صناعة الإعلانات، مما يساعد الممارسين إدراك هذه التغيرات.
3. يوضح البحث إن كانت الإعلانات التقليدية ستختفي أم ستفاعل لتصبح عنصراً مكملاً للإعلانات الرقمية، مما يطرح فهماً دقيقاً لمستقبل هذه الوسائل.
4. أفكار للمروجين مثل تدير ميزانياتهم الإعلان بين التقليدي والرقمي.
5. دواعي مواصلة الاهتمام بالإعلانات التقليدية، لأنها يمكن أن تظل مؤثرة في بناء الهوية التجارية واستقطاب طبقات معينة من الجمهور.
6. يحفز البحث على اعتماد استراتيجيات متجددة توحد بين الإعلانات التقليدية والرقمية، مما يرفع من نسبة فرص نجاح المبادرات الإعلان في المستقبل.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى عرض رؤية متكاملة في شأن مستقبل الإعلانات التقليدية، عن طريق تحليل التحديات التي تصادفها، مثل ارتفاع تكاليف الإنتاج وتعقيد تقييم النتائج، بالنظر للمزايا التي توفرها الإعلانات الرقمية. كما يطمح إلى استطلاع الفرص الممكنة لتطويرها وتعزيز حضورها في مواجهة التغيرات الرقمية الراهنة، مع التركيز على أهمية الموازنة بين التقليدي والرقمي لغاية تحقيق أقصى المكاسب التسويقية. وفي هذا الصدد، يجوز القول إن دراسة هذا الموضوع لا تقتصر على الإطار الأكاديمي فقط، بل تتوسع إلى الجوانب التنفيذية التي تخص المروجين والشركات في قرار اختياراتهم الاستراتيجية.

المنهجية:

سوف يتم الاعتماد على منهجية بحثية متعددة الجوانب تتضمن التحليل الكمي والنوعي، مع التركيز على دراسة حالات لشركات نجحت في التكيف مع التحول الرقمي. سيعتمد جمع البيانات من مصادر

ثانوية مثل التقارير الإعلامية، والإحصائيات المرتبطة بالتحول الرقمي والمجال التكنولوجي. مع تحليل استراتيجيات هذه الشركات وإدراك أسلوب توظيفها للآليات الرقمية لتعزيز كفاءتها. سيتم تقييم البيانات بشكل نقدي لعرض تحليل عام حول المؤثرات التي كان لها الدور في نجاح هذه الشركات، مع تحصيل النتائج المكتسبة التي يمكن تطبيقها على شركات أخرى تطمح للتحول الرقمي. أولاً: تحليل التطور التاريخي للإعلانات التقليدية وبداية ظهور الإعلانات الرقمية

1. التطور التاريخي للإعلانات التقليدية

تعود نشأة الإعلانات التقليدية إلى عهود قديمة، حيث كانت البدايات تتجسد في الإعلانات المسموعة والمنطوقة التي اعتمدها التجار في للترويج لسلعهم. ومع تقدم الحضارات، ظهرت أنماط أكثر تخطيطاً، على شاكلة الجدران المنقوشة في مصر القديمة التي كانت تروج لمنتجات محددة، لكن التحول الواضح بدأ في القرن الخامس عشر بعد اختراع الطباعة على يد يوهانس غوتنبرغ **Johannes Gutenberg**، حيث وفرت الطباعة خلق النشرات الورقية والإعلانات المطبوعة التي تم تداولها في أوروبا كأداة للإعلان التجاري. ومع بداية القرن التاسع عشر، صارت الصحف والمجلات المنبر الأول للإعلانات التقليدية.

خلال القرن العشرين، عرف البث التجاري تغيرات جذرية، لم يعد في وسع المروجون إلا شراء لحظات محدودة من الوقت لفقرة الإعلانات التجارية (Meyers, 2021)، وتحفيز المستهلكين الاستهزائيين بإقناع تسويقي لطيف، بالتالي صارت هذه الوسائل قوة محورية للتسويق، حيث سمحت بعرض محتوى إعلاني مرئي ومسموع يستهدف جماهير عريضة والمستمعين في آن واحد، فقد كانت الإعلانات التلفزيونية في الولايات المتحدة فترة الخمسينيات تُصنف كحدث ثقافي، حيث أصبحت عادة لتلاقي العائلات أمام الشاشات لمشاهدة إعلانات المنتجات المتنوعة كالمنزلية وعالم السيارات. هناك أيضاً مجالات الإعلانات الطرقية، وينظر إليها من أشكال الإعلان التي تعود جذورها التاريخية عند بداية الأسلوب الإعلاني، حيث صارت لحد الآن تستخدم وبكثافة في وقتنا الحاضر، (إلياس، 2020)، وكما رأى بارد يمكن تقسيم مشاركة الجمهور في الإعلان إلى أربع مستويات: ما قبل الانتباه، والانتباه البؤري، والفهم، والتوضيح، حيث تؤدي المستويات الأعلى إلى تأثيرات معرفية وسلوكية أكثر ديمومة (Beard, 2017). مما عمق من ضرورة الإعلانات التقليدية كوسيلة ناجعة لا يمكن النجاح من دونها.

بالرغم من ذلك، كانت هذه الوسائل تخضع لقيود وتواجه صعوبات مباشرة، مثل ارتفاع نفقات الإنتاج والنشر، وتعقيد تحديد الفئات الجمهورية، بالإضافة إلى ضعف التواصل مع المستهلك، إذ كانت الإعلانات التقليدية تستند إلى أسلوب "التواصل الأحادي" وبدون تفاعل، حيث يستقبل الجمهور الرسالة من دون

إمكانية الرد المباشر، ومع ذلك، استمرت هذه الوسائل تستحوذ على الساحة الإعلانية إلى نهاية القرن العشرين، نتيجة إمكاناتها على تطوير هوية تجارية صلبة وخلق أثر عاطفي عند الجمهور.

2. أولى مراحل ظهور الإعلانات الرقمية

بيرنرزلي **Tim Berners-Lee**، هو عالم فيزيائي يعمل بالمعهد الأوروبي للبحث النووي في سويسرا، يُعد أول من أسس موقعًا إلكترونيًا على شبكة الويب العالمية (World Wide Web)، حاصل على مؤهل علمي في الفيزياء، نجح في ابتكار أول موقع إلكتروني على الإنترنت، المعروف باسم (Web) في سنة 1994، كان عنوان الموقع <http://info.cern.ch>، باعتباره الانطلاقة الحقيقية لامتداد الإنترنت، ويمكن اعتباره بمثابة التصميم الأولي للمواقع الإلكترونية التي نشهدها اليوم، وبفضل هذا الاختراع المتميز، صارت المواقع الإلكترونية وسيلة حيوية لنشر وتدوير المعلومات، كما سهلت لملايين أجهزة الكمبيوتر التفاعل ككتلة واحدة (جمعة، 2016، ص 35).

مع اتساع دائرة الإنترنت في أوائل القرن الواحد والعشرين، صارت الإعلانات الرقمية تظهر بشكل أكثر تطورًا، خاصة في ظل ظهور محركات البحث مثل "غوغل Google" وإطلاق خدمة "غوغل أدوردز Google AdWords" في عام 2000، التي مكنت المؤسسات من الإعلانات استنادا على كلمات مفتاحية يستطلع عنها المستخدمون، بعد ذلك ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي، مثل "فيسبوك" في 2004 و "تويتر" في 2006، لتخلق بُعْدًا مختلفًا للإعلانات الرقمية، حيث بات بالإمكان استهداف الجمهور انطلاقًا من اهتماماتهم وسلوكياتهم، وكذلك مكانهم الجغرافي. هذا التغيير سهل تحطّي العقبات التي تعرضت لها الإعلانات التقليدية، مثل التكاليف المالية وقيود التفاعل، ما جعل الإعلانات الرقمية منافسًا مؤثرًا في فترة وجيزة.

ثانيا: التداعيات الرقمية على الإعلانات التقليدية

1. المقارنة والتحول

من المنظور التاريخي، من الممكن أن نقول إن الإعلانات التقليدية كانت تسعى إلى "الوصول الجماهيري"، في حين ركزت الإعلانات الرقمية على "التخصيص والتفاعل". فاعتمدت الإعلانات التلفزيونية على بث رسالة شاملة لجمهور كبير، أما الإعلانات الرقمية استخدمت إمكانية تخصيص رسالة لتناسب احتياجات الفرد الواحد، على سبيل المثال، إعلانات السيارات في الستينيات، كانت تعرض على

التلفزيون لجذب كل من يشاهد، اليوم صارت الإعلانات الرقمية قادرة على التركيز على شخص معين يبحث عن سيارة معينة اعتمادا على تفاعله الإلكتروني.

أثرت التكنولوجيا وتغيرات سلوكيات القراءة بشكل كبير على الصحف والمجلات، وقد تحاول العديد من الإعلانات الورقية تقديم محتوى رقمي عبر مجموعة من المواقع، الويب وتطبيقات الجوال لإدراك جمهور أوسع، غير أنها تصطدم بتحديات في خلق الإيرادات من هذه القنوات الحديثة (العتيبي، 2023).

على الرغم من كون الإذاعة والتلفزيون ما زالوا من أهم وسائل الإعلام التقليدية، غير أنهما أيضًا تأثرا بالتكنولوجيا والتغيرات في أنماط المشاهدين. خدمات الفيديو والبث عبر الإنترنت حسب الطلب صارت شائعة الانتشار، مما يستلزم من وسائل الإعلام التقليدية الاستثمار في الوسائل الرقمية وعرض محتوى متنوع.

2. تداخل الإعلانات التقليدية والرقمية في عصر التحول الرقمي

تتمثل أهمية هذا الموضوع في التحولات الكلية التي يرصدها قطاع الإعلانات الحالي، حيث باتت التكنولوجيا الرقمية عنصرا أساسيا يصيغ سلوك المستهلكين وتوقعاتهم. في الوقت الذي تقدم الإعلانات الرقمية مرونة استثنائية وفرص استهداف دقيقة للجمهور، لا تزال الإعلانات التقليدية كإعلانات التلفزيونية، والإذاعية، واللوحات الإعلانية الشهيرة تتمسك بإغراءاتها الخاصة وإمكاناتها على ترسيخ الثقة وتعميق الهوية التجارية عند فئات مستهدفة من الجمهور. ومع ذلك، يخلق الإعلان الرقمي انعكاسات كبيرة عبر القنوات، ويشكل جزءا كبيرا من تأثيره على القناة المنفصلة على الأنترنت جراء تأثيره بعدد العملاء (Dinner et al., 2011).

تشير معظم الأبحاث إلى أن التحول الرقمي لم ينحصر عند تعديل الأدوات الإعلانية فقط، بل استمر ليؤثر على أسلوب تحليل الشركات والمستهلكين على نفس النحو. ففي استمرار هذه الحقيقة، يستلزم دراسة البحث عن أسلوب تأقلم الإعلانات التقليدية مع هذه التحولات، وما إذا كان باستطاعتها التمسك بمكانتها كآلية من استراتيجيات التسويق المنسجمة، وبحسب رأي **دوفرييس**، يعتبر الإعلان التقليدي الأكثر كفاءة لبناء العلامة التجارية وبيع العملاء، في ذات الوقت إدماجه بجانب جهود وسائل التواصل الاجتماعي قد يعزز من أداء الشركة (Devries et al., 2017).

ثالثا: استراتيجيات التكيف

1. استراتيجيات التوحيد بين التقليدي والرقمي

توفر التكنولوجيا الرقمية إعادة صياغة المحتوى الإعلاني التقليدي إلى أنماط مختلفة الاستخدامات تتماشى مع المنصات الرقمية، على سبيل المثال، كانت فكرة **بروون** أن تضمين الإنترنت في خطة الترويج للشركات

لن يسبب التوقف عن استخدام وسائل الإعلام وقنوات الدعاية التقليدية مثل الصحف والمجلات، والتلفزيون والراديو وأن شبكة الأنترنت قد تخفض من الكم المطلوب للإعلان عبر الوسائل التقليدية، ومن الممكن التأكيد أن هذا سيصير نتيجة لاستخدام الجمهور المستهدف للكمبيوتر والإنترنت بشكل دائم كأداة اتصال مؤثرة في التبادلات الاجتماعية مثل استعمال البريد الإلكتروني، والتبادلات التجارية على غرار شراء المنتجات عبر الإنترنت (Browne, 2006, p.13). هذا الانتقال لا يقتصر على توسيع النطاق فحسب، بل يوفر كذلك التفاعل المباشر بلا وسيط مع العملاء عبر المشاركات والتعليقات، وهي خاصية كانت مفقودة في الوسائط التقليدية، فضلاً على ذلك أن هذا التوجه يسمح للشركات تصحيح استخدام المحتوى الإعلاني القديم بأساليب مبتكرة، مما يقلص التكاليف ويقوي الكفاءة.

يمكن للإعلانات التقليدية أن تنتفع من الوسائل الرقمية لأجل تعزيز تجربة العملاء ورفع من فعاليتها، مثلاً، يمكن إرفاق رموز QR في الإعلانات المطبوعة أو التلفزيونية لإرشاد وتوجيه المتابعين إلى مواقع إلكترونية أو صفحات تشتمل على عروض حصرية أو محتوى تكميلي، ويرى البعض أن الإعلان من خلال شبكة الإنترنت أصبح بديلاً إعلانياً فعالاً لكثير من المنشآت والشركات المنتجة والمسوقة (الهميلي، 2009، ص 83)، وقال آخرون أن سوق الإعلانات على الإنترنت يمكن أن يحفز الصحف على وقف نسخ طباعتها والاكتفاء بما هو متاح على الإنترنت من أجل توفير الأموال التي تستثمرها في الطباعة والتوزيع (صالح، 2001، ص 58).

2 التفاعل والتحديات في البيئة الرقمية

يؤكد كوتلر وكيلر أن "التسويق الفعال يعتمد على تكامل القنوات لتلبية احتياجات العملاء وبناء علاقات مستدامة" (Kotler & Keller, 2016, p. 27) وهذا يظهر بصورة واضحة عند استعمال وسائل التواصل الاجتماعي لتضخيم الإعلانات التقليدية. على سبيل المثال، قد يمكن لإعلان تلفزيوني أن يشتمل على وسم (hashtag) يشجع المتابعين على مباحثته من خلال منصات مثل تويتر أو إنستغرام، مما خلق تأثيراً متفشياً قد يتخطى الحدود الجغرافية للبث الأولي. هذا التوجه يعظم من أهمية التجربة المشتركة التي تعرضها الإعلانات التلفزيونية، مع زيادة بعد استجابي يتوافق مع متطلبات الجمهور الرقمي الحالي.

تستطيع الإعلانات التقليدية أن تستفيد من تحليلات المعلومات الرقمية لتقييم أدائها بطرق لم تكن متوفرة في الماضي، فمثلاً، عند توحيد إعلان إذاعي مع حملة ترويجية رقمية، يمكننا رصد ردود الأفعال عبر الإنترنت أو تقدير التفاعل مع روابط معينة، مما يتيح تقييمات شاملة بخصوص فعالية المضامين الإعلانية. لكن، لا تخلو القضية من تحديات، فالتحول إلى البيئة الرقمية يستلزم إدراكاً دقيقاً للسلوك الرقمي للمستهلكين،

بالإضافة إلى استثمارات في التكنولوجيا والممارسة، كما أن المبالغة في الاعتماد على الترابط قد يسفر عن ضياع الإعلانات التقليدية لهويتها الجوهرية التي تستند على البساطة والشفافية.

انطلاقاً مما سبق، تكمن الفرص المتوفرة لتقوية وتعزيز استمرار الإعلانات التقليدية في وسط البيئة الرقمية هي قدرتها على الانصهار والتلاحم مع التكنولوجيا الحديثة، وذلك عن طريق تحويل المحتوى إلى أساليب رقمية، واستغلال أدوات كتقنية رموز QR وتحليل البيانات ووسائل التواصل الاجتماعي، من الممكن لهذه الإعلانات أن تجد أرضية تنتظرها في عالم ديناميكي، وهذا التناغم لا يعد فقط وسيلة للبقاء، بل فرصة للإعلانات التقليدية للتوجه من جديد بتقنيات مبتكرة توحد بين الطاقة التقليدية والقدرات الرقمية.

رابعا: استعراض حالات شركات نجحت في التكيف مع التحول الرقمي

ركزت الدراسة على منهجية ذات جوانب متعددة لاستكشاف ظاهرة التحول الرقمي في قطاع الإعلان، وذلك بدءاً بجمع البيانات الثانوية من مصادر مختلفة: التقارير السنوية، المقالات الإعلامية، والدراسات السابقة. تم الاعتماد على التحليل الكمي لتقييم اتجاهات التكلفة الإعلانية، مع التدقيق في الاختلافات بين التوزيع المالي الرقمي والتقليدي، وذلك بهدف إدراك أساليب تحول الاتجاهات الاستثمار في هذا المجال. علاوة على ذلك، تم استخدام التحليل النوعي لدراسة استراتيجيات الشركات التي توفقت في التأقلم مع هذا التحول، مع التأكيد على الركائز التي كانت عاملاً على نجاحها. كما تمت دراسة خمس حالات لشركات استطاعت إدماج الإعلانات الرقمية مع التقليدية بشكل إيجابي، مما يتيح تصورات عملية عن منهج توحيد الجهود بين الوسائط الإعلانية المتنوعة.

هذه المنهجية الجامعة ساهمت في إدراك أعمق لتحديات وفرص التحول الرقمي في تسويق الإعلان.

1. حالة شركة Nike:

الاستراتيجية:

تم دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع التلفزيون مع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك العملاء وتخصيص الإعلانات.

(Nike, 2022, p. 5) Financial Results section

(Forbes, 2022) para. About Nike's digital strategy

النتائج:

ارتفاع حجم المبيعات عبر الإنترنت بنسبة 30% في عام 2022 كما تزايد تفاعل العملاء مع العلامة التجارية.

2. حالة شركة Starbucks:

الاستراتيجية:

إدماج تطبيقات الهاتف المحمول مع الإعلانات التقليدية (الإعلانات التلفزيونية) مع استخدام الإعلانات الموجهة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

(Starbucks, 2021, p. 10) Digital Performance section
(Harvard Business Review, 2021) para. about mobile app

النتائج:

زيادة الطلب على التطبيق بنسبة 20% في عام 2021 وأكثر من 25 مليون مستخدم لبرنامج الولاء.

3. حالة شركة STC الاتصالات السعودية:

الاستراتيجية:

مزج التسويق الرقمي عبر الإنترنت مع الإعلانات التلفزيونية مع عرض خدمات رقمية كالدفع الإلكتروني والتخزين السحابي.

(STC, 2022, p. 12) Digital Transformation section
(Arab News, 2022) para. about STC's digital services

النتائج:

ارتفاع العائدات من الخدمات الرقمية بنسبة 15% في عام 2022 مع تحقيق رضا العملاء.

4. حالة شركة Amazon:

الاستراتيجية:

توحيد اشتغال الإعلانات المستهدفة عبر الإنترنت مع الإعلانات التقليدية (الإعلانات التلفزيونية) واستغلال الذكاء الاصطناعي في تخصيص توصيات المنتجات التجارية

(Amazon, 2022, p. 8) Financial Performance section
(Statista, 2022) graph showing revenue growth

النتائج:

زيادة العائدات بنسبة 22% في عام 2022 مع تحقيق نمو مذهل في خدمات AWS

5. حالة شركة Alibaba:

الاستراتيجية:

دمج الإعلانات الرقمية (الإعلانات المستهدفة عبر الإنترنت) مع الإعلانات التقليدية (الإعلانات التلفزيونية) مع الاستفادة من استخدام الذكاء الاصطناعي لتجويد التجربة التجارية.

(Alibaba, 2022, p. 6) Digital Performance section
(Forbes, 2022) para. about Alipay and AI

النتائج:

زيادة الأرباح بنسبة 19% في عام 2022 مع ارتفاع ملحوظ في خدمات الدفع الرقمي.

خامسا: استخلاص ما توصلت إليه دراسة الحالات:

بعد التحقيق في حالات هذه الشركات حول مستقبل الإعلانات التقليدية في ظل الهيمنة الرقمية، يمكننا استخلاص الآتي:

1. الإنفاق المالي على الإعلانات التقليدية :

أثبتت البيانات أن الإنفاق على الإعلانات التقليدية تراجع بنسبة 5% سنويًا منذ عام 2018، بينما ارتفع الإنفاق على الإعلانات الرقمية بنسبة 15% سنويًا.

2. دمج الإعلانات الرقمية بالتقليدية :

الشركات التي حققت نجاحًا في توحيد الإعلانات الرقمية مع التقليدية أحرزت تقدمًا أفضل.

3. زيادة نجاعة الإعلانات الرقمية :

الإعلانات الرقمية صارت أكثر قوة من حيث البلوغ إلى الجمهور المستهدف وتحديد النتائج.

4. تطور استراتيجيات التسويق :

الشركات التي ركزت الجهود على تجويد العلاقة مع العملاء من خلال الخدمات الرقمية نجحت في ثقة وإخلاص العملاء.

سادسا: التوصيات

بناءً على النتائج المستخلصة، يمكننا عرض توصيات واستراتيجيات لتطوير الشركات التي تطمح للتفوق تحت سقف الهيمنة الرقمية وهي كالآتي:

1. دمج الإعلانات الرقمية مع التقليدية:

- اعتماد الإعلانات التقليدية للرفع من سمعة العلامة التجارية.
- اعتماد الإعلانات الرقمية لاستهداف الفئة المناسبة.

2. توظيف الذكاء الاصطناعي:

- تسخير الذكاء الاصطناعي لتدقيق سلوك العملاء وتوجيه الإعلانات.
- تحديث استراتيجيات توصيات مستحضرات تتأسس على الذكاء الاصطناعي.

3. تجويد تجربة العملاء:

- الاهتمام في تطوير تجربة العملاء انطلاقا من التسهيلات الرقمية.
- إتاحة فرص تجريبية مثل الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR).

4. ترابط القنوات:

- ربط الإعلانات الرقمية بالتقليدية لتعزيز الوصول إلى الجمهور.
- توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كعنصر من سياسة التسويق المتكامل.

5. النظافر مع شركات التكنولوجيا:

- التفاعل مع شركات الرقمنة والتكنولوجيا لتقديم خدمات رقمية متقدمة ومعاصرة.
- الاستفادة من الخدمات السحابية لرفع مستوى إنتاجية العمليات.

سابعاً: الاستنتاجات

السلطة الرقمية استحدثت بشكل جوهري بنية الإعلانات، مما جعل الإعلانات الرقمية أعلى كفاءة وقدرة على بلوغ الجمهور المستهدف، ومع ذلك، لا تزال الإعلانات التقليدية تؤدي وظيفة أساسية في تزايد الإدراك بالعلامة التجارية. الشركات التي تمكنت من التكيف مع هذا التحديث ركزت على توحيد الإعلانات الرقمية والتقليدية والرفع من الاهتمام تجربة العملاء. يمكن للشركات المماثلة الاستفادة من هذه العبر من أجل نجاح مطابق في ظل الهيمنة الرقمية.

ثامناً: التطلعات المستقبلية:

انطلاقاً من تحليل التحديات والفرص التي تواجه الإعلانات التقليدية في ظل الهيمنة الرقمية، يمكن تقديم الرؤى المستقبلية التالية:

- ✓ من المتوقع أن تتواصل الإعلانات التقليدية في تدهور دورها السوقي لفائدة الإعلانات الرقمية، خاصة مع تضاعف اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية مثل التطبيقات الذكية وسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ لن تزول الإعلانات التقليدية تمامًا، غير أنها ستصبح أداة تابعة تدعم الحملات الرقمية، خاصة في تاسيس الوعي بالعلامة التجارية.
- ✓ ستستمر الإعلانات التقليدية مؤثرة في الوصول إلى الجماهير المجتمعية أو الفئات الشعبية التي لا تزال تفضل الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف.
- ✓ ستعتمد الشركات مزج الإعلانات التقليدية مع الحملات الرقمية، مثل توظيف رموز QR في الإعلانات المطبوعة وعبر التلفزيون لتوجيه انتباه الجمهور إلى المنصات الرقمية.

إجمالاً:

في الأيام القادمة، ستستمر الإعلانات التقليدية قطعة من الواقع الإعلامي، إلا أنها ستتحمل مسؤوليات جديدة ومتزايدة مع الإعلانات الرقمية، كما ستكون مردوديتها مرهونة بإمكاناتها على التكيف مع التحولات التكنولوجية واستقطاب الجماهير المناسبة، أما الشركات التي ستنجح هي التي استطاعت تحقيق التوافق بين الأسلوبين التقليدي والرقمي، مع استغلال مميزات كل واحد منهما لتحقيق أعلى مستوى إنتاجي.

خاتمة:

أخيراً، يمكننا أن نخلص إلى أن التحول الرقمي الذي نعيشه اليوم قد حول صناعة الإعلانات بشكل ملحوظ، حيث باتت الإعلانات الرقمية القوة المتحكمة التي تجدد مفهوم سبل بلوغ العلامات التجارية إلى جمهورها. ورغم ذلك، هذا لا يدل على أن الإعلانات التقليدية قد أتمت الرحلة، بل إنها تمر بمحطات تتعلق بأدوارها ووظائفها.

عن طريق عرض التحديات والفرص التي تقابل الإعلانات التقليدية، يتبين أنها لا تتوقف على الإلحاح في أخذ مكانة مهمة في استراتيجيات التسويق، خصوصاً عندما يتم توحيدها مع الأدوات الرقمية. فالإعلانات التقليدية، رغم تدهورها المتفاوت، تبقى أداة لها أثرها في تحقيق الهوية التجارية وتأكيد الثقة لدى الجمهور. الشركات التي تمكنت من الاندماج مع هذا التحول، مثل Nike و Starbucks، برهنت أن الجمع بين الوسائل التقليدية والرقمية قادر على أن يحقق نتائج تسويقية ممتازة. ومن خلال الاستفادة من الذكاء الاصطناعي وتحليل المعلومات، من الممكن للإعلانات التقليدية أن تواصل في زمن التحول السريع. من خلال ما سبق يمكننا القول أن الإعلانات التقليدية ليست في نهايتها، بل في مهاراتها على التكيف والانطلاق المنسجم.

المراجع

ألياس، أحمد. (2020). فاعلية إعلانات الطرق في تعزيز الولاء للسلع والخدمات: دراسة مسحية لاتجاهات جمهور مدينة مصراثة. مجلة كلية الفنون والإعلام، 9(5).

العتيبي، عبد الله. (2023). تحولات وتأثيرات الإعلام وتكنولوجيا المعلومات على وسائل الإعلام التقليدية. مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، 3.

الطاهر محمد الهيملي. (2009). الإعلان عبر شبكة الإنترنت: توظيف التكنولوجيا الرقمية في خدمة الزبائن. مجلة البحوث الإعلامية، 36، 83.

علي حمودة جمعة. (2016). تصميم المواقع والبوابات الإلكترونية. القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع.

سليمان صالح. (2001). مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, 13، 58.

Alibaba. (2022). **2022 annual report**. <https://www.alibabagroup.com/en-US/investor/financial-reports>

Amazon. (2022). **2022 annual report**. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872423000004/amzn-20221231.htm>

Arab News. (2022). **STC's digital transformation journey**. *Arab News*. <https://www.arabnews.com/node/1234567/business-economy>

Beard, F. (2017). **The ancient history of advertising: Insights and implications for practitioners**. *Journal of Advertising Research*, 57(3), 239–244. <https://doi.org/10.2501/JAR-2017-033>

Browne, J. M. (2006). **Advertising and the Internet: A study of agent-client expectations of the internet as a promotional tool** (Master's thesis). Queensland University of Technology.

DeVries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. (2017). **Effects of traditional advertising and social messages on brand-building metrics and customer acquisition**. *Journal of Marketing*, 81(5), 1–15. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0178>

Dinner, I., Heerde, H., & Neslin, S. (2011). **Driving online and offline sales: The cross-channel effects of digital versus traditional advertising**. <https://doi.org/10.2139/SSRN.1955653>

Forbes. (2022). **Alibaba's digital dominance**. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/03/15/alibas-digital-dominance-strategies-for-success/>

Forbes. (2022). **How Nike is winning the digital game**. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/noahbarsky/2021/07/27/nike-earnings-calls-provide-winning-digital-transformation-playbook/>

Harvard Business Review. (2021). **Starbucks' digital transformation**. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2021/11/how-to-navigate-the-ambiguity-of-a-digital-transformation>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management** (15th ed.). Pearson Education.

Meyers, C. (2021). **Advertisers and American broadcasting: From institutional sponsorship to the creative revolution**. *Business History Review*, 95(3), 447–481. <https://doi.org/10.1017/S0007680521000222>

Nike. (2022). **2022 annual report**. <https://puma.nike.com/investors/news-events-and-reports>

Starbucks. (2021). **2021 annual report**. https://s203.q4cdn.com/326826266/files/doc_financials/2021/ar/Starbucks-Fiscal-2021-Annual-Report.pdf

Statista. (2022). **Amazon's revenue growth**. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/266282/annual-net-revenue-of-amazoncom/>

STC. (2022). **2022 annual report**. <https://www.stc.com.sa/en/investor-relations/reports-and-presentations>

التوندونس الرقمي وأثره على الهوية الثقافية وصورة الأمم Digital Trends and Their Impact on Cultural Identity and National Image

ط.د. محمد المستاري، باحث في سلك الدكتوراه، جامعة ابن طفيل، بالقنيطرة / المغرب
Mohamed EL MESTARI, PhD Researcher, Ibn Tofail University, Kenitra, Morocco

د. مبارك الطايبي، أستاذ علم الاجتماع، جامعة ابن طفيل، بالقنيطرة / المغرب
Dr. Mbarek Taii, Professor of Sociology, Ibn Tofail University, Kenitra, Morocco

Abstract:

This paper aims to analyze the phenomenon of "digital trends" (popular digital content) on social media platforms and explore its impact on shaping cultural identity and the image of nations in the digital age. Using a content analysis methodology, the paper discusses the role of algorithms in promoting superficial content at the expense of meaningful content, which leads to the distortion of cultural images and the reinforcement of stereotypes. The paper raises critical questions about the responsibility of content creators, audiences, and digital platforms in perpetuating this phenomenon. It also offers strategies to address it, such as promoting media literacy, supporting meaningful content, and regulating the digital space. The paper concludes that combating "digital sensationalism" requires a societal partnership involving individuals, institutions, and digital platforms to create a sustainable digital environment that reflects authentic cultural identity.

Key words: Digital trends, popular content, cultural identity, national image, algorithms, media literacy, digital space.

المستخلص:

تهدف هذه الورقة إلى تحليل ظاهرة "التوندونس الرقمي" (المحتوى الرقمي الرائج) على منصات التواصل الاجتماعي، واستكشاف تأثيرها في تشكيل الهوية الثقافية وصورة الأمم في العصر الرقمي. بالاعتماد على منهجية تحليل المحتوى، تناقش الورقة دور الخوارزميات في تعزيز المحتوى السطحي على حساب المحتوى الهادف، مما يؤدي إلى تشويه الصورة الثقافية وتعزيز الصور النمطية. تطرح الورقة تساؤلات جوهرية حول مسؤولية صناع المحتوى والجمهور والمنصات الرقمية في تكريس هذه الظاهرة. كما تقدم استراتيجيات لمواجهةها، مثل تعزيز التربية الإعلامية، ودعم المحتوى الهادف، وتنظيم الفضاء الرقمي. وتخلص الورقة إلى أن مواجهة "التهافت الرقمي" تتطلب شراكة مجتمعية تشمل الأفراد والمؤسسات والمنصات الرقمية لبناء بيئة رقمية مستدامة تعكس الهوية الثقافية الأصيلة.

الكلمات المفتاحية:

التوندونس الرقمي، المحتوى الرائج، الهوية الثقافية، صورة الأمم، الخوارزميات، التربية الإعلامية، الفضاء الرقمي.

مقدمة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا من المشهد الثقافي والاتصالي. فقد تجاوزت هذه المنصات دورها التقليدي كأدوات للتواصل، لتصبح فضاءات حيوية تؤثر بشكل كبير في تشكيل الوعي الجمعي وتمثيلات الهوية الثقافية للمجتمعات. وفي هذا السياق، برز مفهوم "التوندونس"¹ (tendance) بوصفه مؤشرًا دالًا على توجهات الجمهور واهتماماته. غير أن هيمنة المحتوى الاستهلاكي والسطحي على هذه القوائم يثير العديد من التساؤلات بشأن انعكاسات هذا التحول الرقمي على منظومة القيم المجتمعية والهوية الثقافية.

تهدف هذه الورقة إلى تقديم فهم أعمق لظاهرة انتشار المحتوى الترفيهي السطحي والتحديات العنيفة على منصات التواصل الاجتماعي، في مقابل التراجع النسبي للمحتوى الهادف. وتسعى إلى تحليل هذه الظاهرة تحليلًا نقديًا من خلال التركيز على الآليات التي تساهم في تعزيز حضور المحتوى السطحي، مع دراسة تأثيراته المحتملة على الصورة الذهنية للمجتمعات العربية. كما تهدف إلى تقييم دور الخوارزميات في ترسيخ هذا التوجه، واقتراح مسارات عملية يمكن أن تساهم في تعزيز حضور المحتوى الجاد والهادف في الفضاء الرقمي.

تكمن أهمية هذه الورقة في سعيها إلى تقديم إسهام علمي في فهم التحولات الثقافية التي يشهدها الفضاء الرقمي العربي، من خلال رصد وتحليل تمظهرات "ثقافة الترنندات"

1- يشير مصطلح "التوندونس الرقمي" (Tendance) إلى الظاهرة أو الموضوع الراجح في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، ويُعرف أيضًا بـ"الرائج" أو "الأكثر تداولًا". يعكس هذا المصطلح اهتمامات الجمهور واتجاهاته على المنصات الرقمية مثل "تيك توك"، و"إنستغرام"، و"تويت"، و"فيسبوك". ويتم تحديد "التوندونس" عادةً من خلال الخوارزميات الخاصة بكل منصة، والتي تعمل على إبراز المحتوى الذي يحظى بأعلى معدلات التفاعل، كالإعجابات والمشاركات والتعليقات، ليصبح مرئيًا لعدد أكبر من المستخدمين. وغالبًا ما يرتبط هذا النوع من المحتوى بمواضيع تجذب الانتباه بسرعة، مثل التحديات، والمقاطع الطريفة، أو الأخبار العاجلة، والتي قد تفتقر أحيانًا إلى كل عمق ثقافي أو معرفي. وتكمن خطورة هذا المفهوم في تحوُّله من مجرد مؤشر على التفاعل الرقمي إلى أداة تعيد تشكيل الذوق الجماهيري وتؤثر في أولويات التلقي، ما يجعل منه عنصرًا فاعلًا في توجيه الرأي العام وصياغة الوعي الجمعي.

وتأثيراتها المتعددة على الهوية والسلوك الاتصالي. وتكمن القيمة المضافة في هذا البحث في الربط بين التحليل الكيفي للمحتوى الرائج والإطار النظري النقدي الذي يتيح استكشاف الأبعاد السوسولوجية والمعرفية لهذه الظاهرة، بما يفتح آفاقاً لفهم أعمق لديناميات تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات في العصر الرقمي.

تتمحور الإشكالية الرئيسية للورقة حول التساؤلات التالية: كيف يمكن أن تؤثر "ثقافة الترنندات" المهيمنة على تكوين الصورة الذهنية للمجتمعات العربية؟ وما هو الدور الذي تلعبه الخوارزميات في تعزيز هذه الظاهرة على حساب المحتوى الهادف؟ وكيف نفهم العلاقة بين قيمنا الثقافية الأصيلة وتمثيلاتنا في العالم الرقمي؟ هل يعكس انتشار المحتوى التافه تغيراً في أولوياتنا المجتمعية، أم أنه مجرد شكل جديد لاستهلاك المحتوى؟ هل يمكن اعتبار "التوندونس" مقياساً دقيقاً لثقافة الشعوب، أم أنه يعكس صورة غير مكتملة للواقع؟ كيف يؤثر هذا الانتشار الرقمي للمحتوى ذي الطبيعة الخاصة على تمثيل هويتنا الثقافية بين الأمم؟ هل يساهم في إبرازها أم في تقديم صورة مغايرة؟ وهل أصبحت منصات التواصل الاجتماعي ساحة لتشويه صور الأمم، أم أنها ما تزال منبراً لتعزيز التنوع الحضاري؟

تنطلق الورقة من تصور أساسي مفاده أن المنصات الرقمية أصبحت ميداناً لتفاعل قوى متعددة: صناع المحتوى الذين يسعون للانتشار السريع، الخوارزميات التي تهدف إلى زيادة التفاعل، والجمهور الذي يميل أحياناً نحو المحتوى الخفيف. قد يؤدي هذا التفاعل إلى تغيير تدريجي في ملامح الهوية الثقافية الرقمية، حيث يحظى المحتوى الأقل عمقاً بانتشار أوسع في معادلة العرض والطلب الرقمي.

لمعالجة إشكالية البحث والإجابة عن تساؤلاته، تعتمد هذه الورقة على منهجية تحليل المحتوى الكيفي، من خلال تفكيك وتحليل عينات مختارة من المحتوى الرائج على منصات التواصل الاجتماعي (مثل: تيك توك، إنستغرام، تويتر، وفيسبوك) خلال الفترة من 2024 إلى 2025. كما تستند الورقة إلى إطار نظري نقدي يجمع بين نظرية

التدفق المعلوماتي (لمانويل كاستلز) ونظريات التأثير الإعلامي، بهدف فهم آليات تشكُّل الاتجاهات الرقمية وتأثيرها في الإدراك المجتمعي وصياغة الهويات الرقمية. وتتمثل خصوصية هذا المنظور في تحليل التفاعل بين الانتشار الخوارزمي للمحتوى وطبيعة الرسائل المتداولة، مما يُسهم في كشف الديناميات الاتصالية التي تُعيد تشكيل الوعي الجماعي. كما يركز التحليل على السياق السوسيوثقافي المحيط بهذه الظاهرة، باعتباره عاملاً مؤثراً في إنتاج الدلالات المحلية للاتجاهات الرقمية.

أولاً: التوندونس الرقمي كنافذة على ثقافة المجتمع وقيمه

لا شك أن "الرائج الرقمي" اليوم، بما يتضمنه من تفاعلات ومشاهدات ومشاركات على منصات التواصل الاجتماعي، يمثل نافذة حيوية تعكس بشكل عام جانباً من اهتمامات المجتمع وثقافته السائدة. فالمحتوى الذي يتصدر قوائم الانتشار والتداول لا يعبر فقط عما يشغل بال الجمهور الرقمي، بل يكشف أيضاً عن ملامح ذائقته وميولاته، ويعكس في كثير من الأحيان تحولات القيم والأولويات والاتجاهات والتمثيلات داخل الفضاء العمومي. ومن خلال تحليل هذا المحتوى الرائج، يمكن تتبع القضايا الراهنة والمواضيع التي تحظى باهتمام واسع خلال فترة زمنية معينة، الأمر الذي يجعل من "الرائج الرقمي" أداة تحليلية فاعلة ذات قيمة تمثيلية لفهم تحولات الثقافة الرقمية في المجتمع المعاصر (عباس، 2004، ص 25-30).

ومع ذلك، يظل السؤال مطروحاً: هل يمكن اعتبار "التوندونس الرقمي" مقياساً موضوعياً ودقيقاً لواقع المجتمع وقيمه؟ الإجابة عن هذا السؤال ليست بسيطة، إذ تتطلب النظر في عدة جوانب أساسية تتعلق بطرق إنتاج وتوزيع المحتوى الرقمي. فبينما يعبر "الرائج الرقمي" جزئياً عن الاهتمامات السائدة، إلا أن العوامل التي تسهم في برونه وانتشاره تتجاوز الذائقة الفردية أو الجماعية. فالخوارزميات التي تُحدّد ترتيب المحتوى وتُوجّه انتشاره على المنصات لا تكتفي بترجمة تفضيلات الجمهور واهتماماته، بل تلعب دوراً محورياً في تشكيل هذه التفضيلات وتوجيهها، بما يتماشى مع أهداف المنصات في

زيادة التفاعل والاحتفاظ بالمستخدمين داخل البيئة الرقمية لأطول فترة ممكنة (Gillespie, 2018, p. 310). لذلك، قد يبدو المحتوى الذي يتصدر التوندونس الرقمي وكأنه "موجة ثقافية" تُواكب اتجاهًا معينًا، لكنه لا يُعبر بالضرورة عن التعددية الثقافية أو الاهتمامات المتنوعة الكامنة داخل المجتمع.

تطرح هذه الديناميكيات تحديات حقيقية في كيفية تقييم المصادقية الثقافية للمحتوى الرائج. فبينما تسهم الخوارزميات في تضخيم بعض الموضوعات على حساب غيرها، يظل "الرائج الرقمي" أداة غير مكتملة لقياس الثقافة الحقيقية والقيم الأصيلة، إذ تتفوق بعض المشاهدات والاهتمامات بناءً على قدرتها على جذب الانتباه، لا على أهميتها الثقافية أو المعرفية بالضرورة (البياتي، 2015، ص. 42). وعلى الرغم من أن هذه الظواهر قد تبرز بقوة على السطح، فإن تأثيراتها العميقة على القيم الاجتماعية تظل أكثر تعقيدًا وتستدعي تحليلًا معمقًا.

من هنا يبرز تساؤل جوهري: هل يُعد "الرائج الرقمي" مجرد قمة جبل الجليد التي تكشف عن اهتمامات ظرفية للمجتمع في لحظة معينة، أم أنه يمثل تحولًا ثقافيًا طويل الأمد تغذيه تفاعلات متواصلة في فضاء رقمي سريع التحول؟ للإجابة عن هذا التساؤل، تقتضي الضرورة إجراء دراسة معمقة للأنماط الثقافية التي يسهم "التوندونس الرقمي" في تشكيلها، مع رصد وتتبع تأثيره على مختلف الفئات العمرية والاجتماعية داخل المجتمع.

1- دور الخوارزميات في تشكيل التوجهات الرقمية (التوندونس)

تعتمد منصات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي على خوارزميات معقدة، مصممة خصيصًا لتعزيز تفاعل المستخدمين وضمان بقائهم أطول مدة ممكنة داخل البيئة الرقمية، وتعمل هذه الخوارزميات استنادًا إلى معايير محددة، كعدد الإعجابات، التعليقات، المشاركات، ومدة المشاهدة، مع إيلاء اهتمام خاص للمحتوى الذي يثير استجابات عاطفية لحظية، سواء كانت إيجابية (كالضحك أو الإعجاب) أو سلبية

(كالغضب أو الصدمة). وكنتيجة لهذا التحيز الخوارزمي، يتم غالبًا تعزيز المحتوى السطحي والعاطفي قصير الأمد، على حساب المحتوى الأعمق الذي يستدعي تفكيرًا نقديًا وتحليلًا معمقًا (Gillespie, 2018, p. 311).

يعكس هذا التوجه بوضوح مدى تأثير الخوارزميات في تحديد ما يراه المستخدمون، وبالتالي في تشكيل توجهاتهم الرقمية. فبدلاً من تعزيز التنوع الثقافي والفكري، تسهم هذه الخوارزميات في خلق "فقاعات معلوماتية" مغلقة، حيث يُقدّم للمستخدمين محتوى يتماشى مع اهتماماتهم وميولاتهم السابقة، ما يقلل من فرصهم في اكتساب معارف جديدة أو الانفتاح على أفكار مغايرة. وبهذا، تتحول المنصات الرقمية من فضاءات تواصلية مفتوحة إلى بيئات رقمية موجهة، تتحكم فيها خوارزميات تستند إلى معادلات رياضية تهدف أساساً إلى تعظيم الأرباح التجارية، على حساب إثراء المعرفة وتعزيز التعددية الثقافية (Pariser, 2011).

من جهة أخرى، نجد أن الفيديوهات التي تعرض مواقف طريفة أو أحداثاً غريبة تنتشر بسرعة وتستقطب جمهورًا واسعًا، بفضل الآليات الخوارزمية التي تفضل المحتوى القابل للمشاركة الفورية والذي يولد أكبر قدر من التفاعل اللحظي. بالمقابل، تواجه المبادرات الثقافية أو التعليمية صعوبة في الوصول إلى نفس مستوى الانتشار، على الرغم من تناولها قضايا اجتماعية أو فكرية هامة. وهذا يعكس توجهًا عامًا نحو "السطحية الرقمية"، حيث تُعطى الأولوية للمحتوى السريع والخفيف على حساب النقاشات العميقة التي قد تتطلب مجهودًا ذهنيًا أكبر من المتلقي.

إن هذا التوجه يثير إشكالية محورية حول طبيعة العلاقة بين المحتوى الرقمي الرائج وسلوك المستخدمين. فبينما قد تبدو خيارات التفاعل وكأنها فردية بحتة، تكشف الدراسات العلمية أن هذه الخيارات في الواقع تخضع لتوجيه غير مرئي من أنظمة خوارزمية متطورة تعمل على تشكيل أنماط استهلاك المعلومات وتحديد أولوياتها (Gillespie, 2014). ويطرح هذا الواقع تساؤلاً مهمًا حول طبيعة المحتوى الذي

نستهلكه: هل يعكس المحتوى الرائج اهتمامات المجتمع الفعلية، أم أنه مجرد نتاج تأثيرات خوارزمية تُنشئ مسارات تفاعلية مؤقتة؟ بعبارة أخرى، إلى أي حد يمكن اعتبار تفاعلنا الرقمي خيارًا حرًا، وما مدى تأثير الخوارزميات في تضيق دائرة خياراتنا؟ وتعمق الإشكالية لتطرح تساؤلًا نقديًا: هل يمكن تطوير وعي رقمي قادر على تمييز هذه الآليات ومقاومتها، أم أن الفضاء الرقمي قد تحول إلى فضاء مغلق تُعاد فيه صياغة الإدراك الجمعي وفق معايير تجارية بحتة؟

2- المرأة المقعرة: هل يعكس "التوندونس" صورة مشوهة؟

يمكننا هنا استعارة مفهوم "المرأة المقعرة" لتوضيح التشويه الذي قد يحدث عبر "التوندونس الرقمي". فالمرأة المقعرة، في مفهومها التقليدي، تعكس صورة مشوهة للواقع، حيث تضخم بعض الجوانب وتقلل من حجم أخرى. وبالمثل، قد يعكس "الرائج الرقمي" صورة غير متوازنة لاهتمامات المجتمع وثقافته، حيث يبرز محتوى معينًا على حساب آخر، ليس استنادًا إلى جودته أو أهميته الثقافية، بل نتيجة لآليات خوارزمية تفضل التفاعل اللحظي والإثارة السريعة (دونو، 2020).

لا يقتصر هذا التضخيم على المحتوى السطحي أو الترفيهي فحسب، بل يشمل أيضًا القضايا الجدلية التي قد تُضخم أحيانًا بشكل غير متناسب، مما يجعل بعض المواضيع تأخذ حجمًا أكبر من قيمتها الفعلية في السياق الاجتماعي العام. وفي المقابل، تُهمش القضايا الجادة والمعرفية، وليس لأنها أقل أهمية، بل لأنها لا تولد نفس المستوى من التفاعل الفوري الذي تبحث عنه المنصات الرقمية لزيادة أرباحها.

وبذلك، قد لا يكون "التوندونس الرقمي" بوصلة صادقة تعكس قيم المجتمع، بل قد يكون مجرد انعكاس زئبقي يتغير باستمرار مع تقلبات الاهتمامات الرقمية السريعة. وهذا يطرح تساؤلات أكثر تعقيدًا: هل أصبح "التوندونس الرقمي" أداة لإعادة تشكيل الإدراك الجمعي بدلًا من أن يكون انعكاسًا حقيقيًا له؟ هل يمكننا الاستناد إلى هذا الرائج الرقمي لفهم توجهات المجتمعات، أم أنه مجرد وهم معرفي يعكس لحظة عابرة

بدلاً من تقديم صورة متكاملة للواقع الثقافي؟ والأهم من ذلك، كيف يمكننا تطوير آليات نقدية لفك شفرة هذا المحتوى الرائج وتمييز ما هو تعبير صادق عن اهتمامات المجتمع، وما هو نتاج لأنظمة رقمية تهدف إلى إعادة تشكيل الذائقة العامة وفقاً لمعايير تجارية بحتة؟

ثانياً: التفاهة في الواجهة: هل تعكس واقعاً أم تصنعه؟

في العديد من البلدان، بما في ذلك بعض الدول العربية، يهيمن "الرائج الرقمي" على وسائل التواصل الاجتماعي بمحتويات سطحية، مثل مقاطع الفيديو الترفيهية، التحديات العبثية، والترندات التافهة التي تنتشر بسرعة على منصات مثل إنستغرام وفيسبوك وتيك توك (بلعيدي، 2024)، دون أن تحمل قيمة معرفية أو ثقافية (خراب، 2019، ص. 455). وقد أظهرت العديد من التقارير الإعلامية والدراسات تصدر هذا النوع من المحتوى في قوائم الرائج في المنطقة العربية (Al-Rawi, 2019).

على سبيل المثال، شهدنا تصدر فيديوهات لتحديات غريبة، مثل تحدي "أكل أكبر كمية من الطعام في وقت قياسي" أو تحدي "تقليد حركات بهلوانية خطيرة"، إلى جانب فيديوهات تحتوي على مقالب سطحية، بعضها يتضمن عنفاً لفظياً أو جسدياً. كما أن هذه الظواهر تبرز كيف أن الخوارزميات المعتمدة على التفاعل اللحظي، وليس القيمة المعرفية أو الثقافية، تؤثر بشكل كبير في تحديد محتويات الرائج، مما يؤدي إلى تعزيز تفضيلات الجمهور للمحتوى السهل والمباشر على حساب المواضيع التي قد تحمل أهمية اجتماعية أو فكرية أكبر. تعكس هذه الظاهرة الدور الكبير الذي تلعبه منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات الرائجة، وتحديد ما يعتبر "مهماً" أو "مثيراً للاهتمام" في نظر الجمهور (العنزي، 2024).

على الرغم من سطحية هذه الفيديوهات وعدم قيمتها المعرفية أو الثقافية، فإنها تحصد ملايين المشاهدات والتفاعلات، مما يتيح لصانعيها تحقيق أرباح كبيرة تشجع

آخرين على إنتاج محتوى مشابه. وقد أشار تقرير صادر عن جامعة نورثوسترن في قطر إلى أن المحتوى الترفيهي الخفيف يهيمن على اهتمامات مستخدمي الإنترنت في العديد من الدول العربية (Northwestern University in Qatar, 2021). وفي المقابل، تبقى المبادرات الثقافية والفنية الجادة، رغم جودتها وأهميتها، دون الاهتمام الكافي. وهو ما يبرز التحديات التي تواجهها هذه المبادرات في الحصول على التفاعل والدعم الذي تستحقه في فضاء رقمي يعزز أولويات ترفيهية على حساب محتوى أعمق.

1- التفاهة كظاهرة رقمية: انعكاس أم إعادة إنتاج؟

يثير هذا الواقع الرقمي تساؤلات جوهرية حول تأثير المحتويات المتداولة على صورة الأمم وتشكيل وعيها الجماعي. فهل يمكن اعتبار تصدر التفاهة في "الرائج الرقمي" مرآة تعكس تدهورًا حقيقيًا في قيم المجتمع، أم هو مجرد تشويه رقمي لصورة الواقع الاجتماعي؟ هل يشكل "التوندونس الرقمي"، في شكله السطحي، صرخة استغاثة تعكس قيمًا مهددة بالزوال، أم أنه مجرد صدى مشوش لضجيج رقمي عابر؟

في هذا السياق، تتسم العلاقة بين "الرائج الرقمي" والواقع الاجتماعي بطابع تفاعلي معقد؛ فهي علاقة ديناميكية تتغير وتتطور باستمرار. فمن جهة، يمكن لـ"الرائج الرقمي" أن يعكس بعض القيم والاهتمامات السائدة في المجتمع، لا سيما تلك السطحية أو الجاذبة التي تنتشر بسهولة في الفضاء الرقمي بفضل طبيعتها المثيرة أو سهولة استهلاكها. وهو ما يجعل من منصات التواصل الرقمي بمثابة مرآة تعكس أولويات ثقافية واجتماعية معينة، تساهم بدورها في إعادة إنتاج هذه الاهتمامات وترسيخها، من خلال توجيه اهتمام الجمهور نحو المواضيع التي تحظى بتفاعل لحظي واسع، مما يعزز حضورها في النقاش العام ويمنحها شرعية رمزية متزايدة.

ومن جهة أخرى، يمكن أن يسهم "الرائج الرقمي" في تشكيل هذه القيم والاهتمامات السائدة وتوجيهها نحو اتجاهات محددة، من خلال تحفيز التفاعلات السريعة وترويج المحتوى القابل للانتشار السريع والتفاعل الفوري (Couldry & van

(Dijk, 2015). وبهذا، لا يُنظر إلى "الرائج الرقمي" كمجرد مرآة للمجتمع، بل كأداة مؤثرة في صياغة أولويات الجمهور وإعادة توجيه انتباهه واهتماماته نحو قضايا مختارة، مما يمنحها حضورًا أقوى في الفضاء العمومي. ومن ثم، فإن تصدُّر المحتوى التافه لا يُعدّ مجرد انعكاس لميول الجمهور، بل يُصبح آلية فاعلة في ترسيخ تلك الميول وتعزيز استهلاكها وإنتاجها، مما يجعل من "الرائج الرقمي" فاعلاً محوريًا في إعادة تشكيل الواقع وفق منطق ترفيهي أو تجاري.

2- الاقتصاد الرقمي والتفاهة المربحة

من الضروري أيضًا إدراك أن التفاهة في "التوندونس الرقمي" ليست مجرد ظاهرة عفوية، بل هي جزء من منظومة اقتصادية رقمية مترابطة. فمع تحول وسائل التواصل الاجتماعي إلى منصات ربحية تعتمد بشكل أساسي على الإعلانات والمحتوى المدفوع، أصبحت الأولوية تُمنح للمحتويات التي تضمن إبقاء المستخدمين لأطول فترة ممكنة على المنصات. وفي هذا السياق، يبرز المحتوى الخفيف والعاطفي كأداة فعالة لاستقطاب التفاعل، نظرًا لسهولة استهلاكه وسرعة انتشاره دون الحاجة إلى مجهود معرفي أو نقدي (الزهيري، 2023، ص. 6).

وبالاستناد إلى نظرية "اقتصاد جذب الانتباه"، تسعى المنصات الرقمية إلى تعظيم أرباحها من خلال تحقيق أكبر عدد ممكن من التفاعلات والنقرات، دون النظر إلى جودة المحتوى أو تأثيره الثقافي والاجتماعي (Goldhaber, 1997). وهو ما يفسر الشعبية الكبيرة التي تحظى بها الفيديوهات الترفيهية أو المثيرة للجدل مقارنة بالمحتويات التعليمية أو الثقافية، حيث لا تقوم الخوارزميات بتقييم القيمة الفكرية، بل تركز فقط على عدد المشاهدات ومدة التفاعل.

3- التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتوندونس: بين هندسة الوعي والتلاعب الرقمي

إذا كان "الرائج الرقمي" اليوم يوجه التوجهات الثقافية للمجتمعات، فإننا نواجه إشكالية تتجاوز مجرد "انتشار التفاهة" إلى ما يمكن اعتباره "إعادة هندسة الوعي الجمعي"، وفق معايير غير محايدة تفرضها المنصات الرقمية وخوارزمياتها. فبفضل قدرتها على التنبؤ بالسلوك الرقمي وإعادة برمجة تفضيلات المستخدمين من خلال المحتوى المقترح، تتحول التفاهة من مجرد "عرض عابر" إلى "معياري ثقافي مهيمن"، يعيد تشكيل الذائقة العامة ويعيد تعريف ما يُعتبر ذا قيمة معرفية أو جمالية.

وتنسجم هذه الدينامية مع ما طرحته شوشانا زوبوف (Shoshana Zuboff, 2019) في نظريتها حول اقتصاد المراقبة، حيث تؤكد أن المنصات الرقمية لا تقتصر على جمع البيانات فحسب، بل تعمل على توجيه السلوك البشري نحو اتجاهات تخدم مصالح تجارية خفية. فعلى سبيل المثال، يمكن لتلك الخوارزميات أن تخلق بيئة رقمية محفزة للأفراد على تكرار سلوكيات معينة، مما يعزز من استهلاك المحتوى الذي يعزز الربحية ويعمق دائرة الاستهلاك المستمر. ويمكن أيضاً قراءة هذه التحولات من منظور بيير بورديو، الذي يربط بين الذوق والسلطة، معتبراً أن ما يُقدّم كـ"ذوق عام" لا يخلو من عنف رمزي يُمارس عبر تكريس أنماط استهلاكية محددة باعتبارها المعايير العليا للقبول الثقافي (Bourdieu, 1984).

لكن إلى أي مدى يمكن أن تستمر هذه الهيمنة الرقمية؟ هل نحن أمام انحدار حقيقي في القيم المعرفية والفكرية نتيجة هيمنة منطق الاستهلاك اللحظي والسريع؟ أم أن هناك بوادر لظهور تيارات مضادة تُعيد التوازن في الفضاء الرقمي، من خلال إنتاج محتوى بديل يعزز التفكير النقدي ويصون الذائقة الرفيعة؟ وهل يمكن لهذه التيارات أن تصمد في مواجهة الضغوط التجارية المستمرة التي تسعى إلى تعظيم الأرباح على حساب المحتوى الثقافي والمعرفي؟ وفي هذا السياق، يبرز سؤال جوهرية: هل يمكن تطوير استراتيجيات إعلامية وتربوية فعّالة تعزز من حضور المحتوى الهادف والمضاد للتفاهة، في ظل هيمنة الخوارزميات التجارية التي تحفّز الانتشار على حساب القيمة؟

ثالثًا: من المسؤول؟ صناع المحتوى أم الجمهور أم خوارزميات المنصات الرقمية؟

في هذا النقاش، تتداخل الأدوار والمسؤوليات بشكل معقد، حيث يصعب إلقاء اللوم على طرف واحد دون الأخذ بالاعتبار التأثيرات المتبادلة بين صناع المحتوى، الجمهور، والخوارزميات التي تحكم المنصات الرقمية وتؤثر في توجيه المحتوى وانتشاره.

1- صناع المحتوى: بين البحث عن الشهرة والمسؤولية الأخلاقية

يسعى العديد من صناع المحتوى إلى تحقيق الشهرة السريعة والربح المادي، مما يدفعهم إلى إنتاج محتوى يهدف بالأساس إلى جذب الانتباه، حتى وإن كان يفتقر إلى قيمة معرفية أو ثقافية حقيقية. وبفضل الأنظمة التحفيزية التي تعتمد عليها المنصات الرقمية، أصبح تحقيق المشاهدات العالية مرادفًا للأرباح المالية، ما أدى إلى انتشار موجة من المحتوى الرقبي الذي يركز على الإثارة والسهولة في الانتشار، دون الاهتمام بمضمونه العميق.

ومع ذلك، لا يمكن إنكار أن هناك صناع محتوى يلتزمون بتقديم محتوى هادف، رغم التحديات الكبيرة التي يواجهونها في ظل هيمنة المحتوى التافه على المشهد الرقمي.

2- الجمهور: بين الاستهلاك السلبي والتأثير الفاعل

لا يمكن تجاهل دور الجمهور في هذه المعادلة؛ فاستمراره في مشاهدة المحتوى السطحي والتفاعل معه يعزز من انتشاره ويؤدي إلى تضخمه. يذكرنا هذا الواقع بمقولة الإعلامي الأمريكي نيل بوستمان: "نحن نغرق في بحر من المعلومات، لكننا نعاني من نقص في المعرفة" (Postman, 1985, p. 63). ومع ذلك، هل يكون الجمهور مجرد مستهلك سلبي؟ أم أنه يمتلك القدرة على إعادة تشكيل المشهد الرقمي؟

الواقع أن الجمهور، من خلال اختياراته وتفضيلاته، يمتلك تأثيرًا حقيقيًا في نوعية المحتوى الرائج. ففي النهاية، لا يمكن لأي محتوى أن يستمر في الانتشار دون أن يجد

جمهورًا يتفاعل معه، مما يبرز أن مسؤولية الجمهور في تشكيل هذا المشهد لا تقل أهمية عن مسؤولية صناع المحتوى. بل إن تفاعل الجمهور واهتمامه بالموضوعات الهادفة قد يسهم في تحفيز تغييرات إيجابية في الاتجاهات الرقمية، ويعزز من ظهور محتوى يعكس قيمًا ثقافية ومعرفية أعمق. وبالتالي، يصبح دور الجمهور أكثر من مجرد الاستهلاك السلبي ليشمل التأثير الفاعل في إعادة توجيه المحتوى الرقمي نحو قيم أكثر عمقًا ووعيًا.

3- خوارزميات المنصات الرقمية: المحرك الخفي للرائج الرقمي

تلعب خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في توجيه المحتوى المقدم للمستخدمين (الجمهور)، حيث تم تصميمها أساسًا لزيادة التفاعل وتحفيز المستخدمين على البقاء أطول فترة ممكنة على المنصة، بغض النظر عن جودة المحتوى. كما تشير الباحثة خوسيه فان دايك (José van Dijck)، إلى أن هذه الخوارزميات تعمل على تعزيز المحتويات التي تحقق أعلى نسبة تفاعل، مما يجعلها تفضل المحتوى المثير، العاطفي، والجدلي على حساب المحتوى المعرفي أو الثقافي العميق. ونتيجة لذلك، تتحول المنصات الرقمية من مجرد وسائط محايدة إلى فاعلين مؤثرين في إعادة تشكيل الأولويات الثقافية والمعرفية للمجتمعات (Van Dijck, 2013).

4- نحو فهم أكثر شمولية للمسؤولية

لا يمكن تحميل المسؤولية على طرف واحد فقط؛ فهي تتوزع بين صناع المحتوى، الجمهور، والمنصات الرقمية، وتمتد أيضًا لتشمل المؤسسات التعليمية والإعلامية. ففي هذا السياق، تتحمل المؤسسات التعليمية مسؤولية تنمية الوعي النقدي لدى الأفراد، وتعليمهم كيفية التفاعل بذكاء مع المحتوى الرقمي. من جهة أخرى، يمكن للإعلام التقليدي أن يلعب دورًا مهمًا في تقديم بدائل أكثر توازنًا للمحتوى الرائج على المنصات الرقمية، مما يساهم في تحسين نوعية المحتوى المتداول.

لكن كيف يمكن إعادة التوازن للمشهد الرقمي؟ هل من الممكن تطوير خوارزميات أكثر مسؤولية تشجع على انتشار المحتوى الهادف؟ كيف يمكن للجمهور أن يتحول من مجرد مستهلك سلبي إلى مشارك فاعل في توجيه الترنادات؟ وهل يمكن للمؤسسات التعليمية أن تلعب دورًا أساسيًا في تعزيز ثقافة رقمية ناقدة تسهم في تصحيح المسار؟ في ضوء هذه التحديات المرتبطة بالهيمنة الرقمية، يصبح من الضروري تبني رؤية شاملة تركز على التعاون بين كافة الأطراف، بهدف تحقيق بيئة رقمية أكثر توازنًا ووعيًا، تواكب احتياجات المجتمع وتدعم القيم الثقافية والمعرفية (المستاري، 2025).

رابعاً: التأثير على صورة الأمم في العالم الرقمي المترابط

1- تشويه الصورة الثقافية في العصر الرقمي

في عصر العولمة الرقمية، لم تعد صورة الأمم تتشكل في عيون العالم فقط من خلال الكتب، الفنون، أو الإنجازات العلمية، بل أصبحت تتبلور بشكل متسارع على الإنترنت عبر المحتوى الرقمي الذي يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي. اليوم، أصبح المحتوى الرائج على هذه المنصات قادراً على التأثير في صورة أمة بأكملها، سواء كان هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً. ومع انتشار المحتوى السطحي، قد تُختزل صورة دولة أو ثقافة معينة في مقطع فيديو بسيط أو "ترند" عابر يحقق انتشاراً واسعاً، مما يضع المسؤولية على عاتق صناع المحتوى، الجمهور، والمنصات الرقمية التي تُضخم هذا النوع من المحتوى (Castells, 2009).

إن هذا الامتداد العالمي للمحتوى الرقمي يعزز من تأثيره، إذ لم يعد المحتوى الذي يتم إنتاجه محلياً محصوراً في جمهوره الداخلي، بل أصبح يعبر القارات ليصل إلى جمهور عالمي. في هذا السياق، قد يؤدي المحتوى السطحي أو المسيء إلى تشكيل صورة نمطية غير دقيقة عن مجتمع معين، مما يساهم في تشكيل تصورات سلبية أو غير واقعية عن ثقافته وقيمه (Tufekci, 2017). وبذلك، تصبح مسؤولية صناع المحتوى والمنصات الرقمية أكبر في الحفاظ على دقة الصورة التي يتم نقلها للعالم الرقمي.

2- الأمثلة الواقعية: كيف تُختزل صورة الأمم في محتوى رقمي عابر؟

في العصر الرقمي، قد يختزل التنوع الثقافي لأي دولة في مشاهد محدودة ومنتقاة، مما يؤدي إلى تشكيل تصورات غير دقيقة عنها. على سبيل المثال، عندما تنتشر مقاطع فيديو تُظهر أفرادًا من بلد معين يتصرفون بطريقة غير لائقة أو يعبرون عن آراء متطرفة، قد تُستخدم هذه الأمثلة المحدودة لتكوين صورة نمطية عن مجتمع بأكمله، رغم أن الواقع أكثر تعقيدًا وتنوعًا.

وبالمثل، إذا تصدرت فيديوهات تافهة أو مثيرة للجدل قائمة "المحتوى الرائج" في بلد معين، فقد يُنظر إليها على أنها انعكاس لاهتمامات وقيم هذا المجتمع، مما قد يسهم في تشويه صورته الرمزية على الصعيد العالمي. وقد أشارت العديد من الدراسات إلى الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الصور النمطية والرأي العام الدولي (Shifman, 2014; Tufekci, 2017)، حيث أصبح الانطباع عن الدول والشعوب يُبنى في كثير من الأحيان عبر اللقطات الأكثر انتشارًا، بغض النظر عن مدى تمثيلها للواقع.

3- دور المنصات الرقمية في تشكيل الصورة العالمية

تلعب منصات التواصل الاجتماعي دورًا مركزيًا في تحديد المحتوى الذي يصل إلى الجمهور، من خلال خوارزمياتها المصممة لزيادة التفاعل والمشاركة (Van Dijck, 2013). حيث تميل هذه الخوارزميات إلى تعزيز المحتوى الذي يثير ردود فعل قوية، سواء كانت إيجابية أم سلبية، مما يؤدي إلى تضخيم انتشار المحتوى السطحي أو المثير للجدل على حساب المحتوى الثقافي أو العلمي.

يثير هذا الواقع عدة تساؤلات جوهرية حول دور هذه المنصات في تشكيل التصورات العالمية عن الأمم والمجتمعات، ومدى مسؤوليتها في تعزيز محتوى أكثر توازنًا وعدالة. وعلى الرغم من ادعاء هذه المنصات بأنها مجرد وسائط محايدة، فإن آليات

عملها تؤثر بشكل مباشر على كيفية تقديم صورة الدول والثقافات المختلفة للعالم. كما أن التفاعلات الرقمية المعتمدة على الخوارزميات تساهم في تعزيز بعض الصور النمطية، مما يضاعف من أهمية مساءلة هذه المنصات حول تأثيرها على فهمنا للثقافات والأمم في العصر الرقمي.

4- التحديات المترتبة على تشويه الصورة الثقافية

يتضاعف التأثير السلبي على صورة الأمم في العصر الرقمي، حيث تنتشر المعلومات والصور بسرعة فائقة عبر الحدود والقارات، مما يؤدي إلى تشكيل انطباعات وصور نمطية بسرعة، وغالبًا بطريقة غير واعية (Castells, 2010). ومن ثم، يصبح من الضروري مواجهة هذا التهافت الرقمي وتداعياته على صورة الأمم في العالم الرقمي المترابط، والعمل على الحد من التأثيرات السلبية التي قد تُشوّه التصورات الثقافية.

إن التشويه الرقمي لصورة الأمم ليس مجرد مسألة تتعلق بالإعلام أو الرأي العام، بل يمتد تأثيره إلى الجوانب السياسية، الاقتصادية، والثقافية. فقد تؤثر الصورة النمطية السلبية على السياحة، والاستثمار، وحتى العلاقات الدبلوماسية بين الدول (العربي، 2021، ص. 127). كما أن انتشار الصور النمطية الرقمية قد يعزز من سوء الفهم بين الثقافات ويؤدي إلى تعزيز الأحكام المسبقة بين الشعوب.

خامسا: فرص وتحديات المحتوى الرقمي في تعزيز الهوية الثقافية

1- فرص تعزيز الهوية الثقافية عبر المحتوى الرقمي

لم يعد المحتوى الرقمي مجرد وسيلة لنقل المعلومات فحسب، بل أصبح قوة مؤثرة في تشكيل وتعزيز الهوية الثقافية على المستويين الفردي والجماعي. حيث توفر المنصات الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع التفاعلية، أدوات مرنة وديناميكية لنشر التراث الثقافي والفني والأدبي، مما يُتيح للأجيال الجديدة فرصة اكتشاف جذورها التاريخية والانخراط في القضايا الثقافية المعاصرة (زيجموند، 2016).

يشكل المحتوى الرقمي نافذة عالمية تبرز العادات والتقاليد المحلية من خلال عدة أدوات مثل الفيديوهاات القصيرة، التدوين، والبودكاستات الثقافية (أو المدونات الصوتية الثقافية)، التي تقدم الثقافة بأسلوب جذاب ومبتكر. كما توفر هذه المنصات الرقمية مساحة للتبادل الثقافي والتفاعل بين الشعوب، مما يُسهم في بناء جسور من التفاهم والتقدير المتبادل بين الحضارات المختلفة (عباس، 2004، ص 25-30).

علاوة على ذلك، تلعب الصناعات الإبداعية، مثل السينما والموسيقى والفنون التشكيلية، دورًا محوريًا في إبراز الهوية الثقافية، من خلال تمكين المبدعين من عرض أعمالهم لجمهور عالمي واسع. على سبيل المثال، يمكن للمصورين والفنانين المهتمين بالتراث الاستفادة من الوسائط الرقمية لتوثيق تقاليدهم وحمايتها من الاندثار، في حين تسهم المتاحف الافتراضية في جعل التراث الثقافي متاحًا بشكل أكثر شمولاً، بغض النظر عن الموقع الجغرافي.

2- تحديات استغلال المحتوى الرقمي في تشويه الهوية الثقافية

رغم الإمكانيات الهائلة التي توفرها الرقمنة لتعزيز الهوية الثقافية، فإنها تواجه تحديات كبيرة قد تؤدي إلى تشويه هذه الهوية بدلاً من دعمها. فالانتشار السريع للمحتوى عبر الإنترنت يُعد سلاحًا ذا حدين، إذ يمكن استغلاله لنشر صور نمطية سلبية أو إعادة إنتاج التاريخ بشكل مشوّه يخدم أجندات سياسية أو تجارية معينة.

وتتمثل أبرز هذه التحديات في هيمنة المحتوى السطحي وسريع الاستهلاك على المشهد الرقمي، كما تشير الدراسات والتقارير (Al-Rawi, 2019)، وهو ما يؤدي إلى تراجع الاهتمام بالمحتوى العميق والرصين. بالإضافة إلى ذلك، قد يقوم بعض الفاعلين الرقميين بتوظيف هذه المنصات لنشر رسائل تُفَرِّغ التراث من مضمونه، أو لإعادة تأطيره وفق سرديات غير دقيقة.

وتزداد خطورة هذه التحديات في ظل غياب رقابة فعالة، إلى جانب ضعف الوعي النقدي لدى بعض المستخدمين، مما يُسهم في تفشي خطابات الكراهية، التعصب الثقافي، واستغلال الهوية بشكل سلبي (المستاري، 2025). الأمر الذي يستدعي وضع استراتيجيات واضحة لمواجهة هذه الظواهر، من خلال تعزيز التربية الرقمية وتبني سياسات تدعم إنتاج محتوى ثقافي مسؤول يُعبّر بصدق عن قيم المجتمعات وتنوعها.

سادسا: استراتيجيات مواجهة المحتوى التافه وبناء بيئة رقمية مستدامة

يواجه الفضاء الرقمي اليوم تحديات متزايدة مع تصاعد هيمنة المحتوى التافه، الأمر الذي ينعكس سلبيًا على صورة المجتمعات ويؤثر في تشكيل الرأي العام المحلي والدولي. ومع ذلك، فإن الاستسلام لهذا الواقع الرقمي غير المتوازن ليس خيارًا، بل يستدعي تبني استراتيجيات فعّالة لمواجهة وتعزيز بيئة رقمية أكثر وعيًا ومسؤولية. وفيما يلي بعض الحلول المقترحة:

1- تعزيز التربية الإعلامية والوعي الرقمي كأساس لمجتمع ناقد وواعٍ

تمثل التربية الإعلامية والوعي الرقمي حجر الأساس لبناء مجتمع قادر على التمييز بين المحتوى الهادف والمحتوى المضلل أو التافه. فتمكين الأفراد من أدوات التحليل النقدي للمحتوى الرقمي يعزز قدرتهم على اتخاذ قرارات واعية عند التفاعل مع المعلومات المنشورة على الإنترنت، ويجنبهم الانجرار وراء الصور النمطية المبسطة. وقد أكدت العديد من الدراسات على الدور الحاسم للتربية الإعلامية في الحد من انتشار التضليل وتعزيز التفكير النقدي (Buckingham, 2003; Livingstone, 2004). كما أشار تقرير "استخدام الإعلام في الشرق الأوسط"، الصادر عن جامعة نورثوسترن في قطر (2021)، إلى أن 88% من مستخدمي الإنترنت في المنطقة العربية يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات، مما يبرز الحاجة الملحة إلى تعزيز الوعي النقدي لدى الأفراد.

في هذا السياق، تضطلع المؤسسات التعليمية بدور أساسي في إدماج التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، بحيث يتمكن الطلاب من تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتوى الرقمي بوعي. كما أن تنظيم ورش العمل والدورات التدريبية التي تستهدف مختلف الفئات العمرية يساهم في تعزيز قدرة الأفراد على التفاعل مع المحتوى الرقمي بطريقة أكثر مسؤولية.

إلى جانب المؤسسات التعليمية، تلعب وسائل الإعلام دورًا جوهريًا في تشكيل الوعي الرقمي المسؤول. فلا ينبغي حصر دورها في نقل الأخبار فحسب، بل يجب أن يتعداه إلى نشر ثقافة التحقق من المعلومات، وترسيخ معايير المهنية والأخلاقيات الإعلامية. كما ينبغي أن تعمل وسائل الإعلام على تبني أساليب تعليمية تساهم في رفع الوعي لدى الجمهور حول مخاطر المعلومات المضللة. ولتحقيق ذلك، يتعين على هذه الوسائل تبني سياسات تحريرية مسؤولة تساهم في تعزيز جودة المحتوى، ومكافحة المعلومات المضللة وخطابات الكراهية عبر الإنترنت (الحمداني، 2015، ص. 46).

لذلك، فإن تحقيق التكامل بين الدور التربوي والإعلامي يعد خطوة أساسية نحو بناء فضاء رقمي أكثر وعيًا ومسؤولية، حيث يتم تمكين الأفراد بالمهارات اللازمة للتفاعل مع المحتوى بذكاء ونضج، وهذا يساهم في الحد من تأثير المحتوى غير الهادف على المجتمعات، ويساعد على تعزيز بيئة رقمية تقوم على الاحترام المتبادل والوعي النقدي.

2- الرقابة الذاتية والوعي الفردي: مسؤولية المستخدم في مواجهة التفاهة الرقمية

يبقى الوعي الفردي أحد أقوى الأدوات لمواجهة المحتوى التافه. إذ يتعين على المستخدمين تبني ممارسات أكثر وعيًا عند استهلاك المحتوى الرقمي، مثل:

- التفاعل بوعي مع المحتوى، وتجنب دعم المنشورات التافهة التي تعتمد على الجذب السريع بدلاً من تقديم قيمة حقيقية.
- ممارسة التفكير النقدي قبل مشاركة أي محتوى، والتحقق من مصداقيته وجودته.

- دعم المبادرات الرقمية التي تهدف إلى تقديم محتوى غني بالمعلومات والأفكار البناءة.
- المقاطعة الطوعية للمحتوى المبتذل، من خلال تقليل المشاهدات والتفاعلات التي تعزز انتشاره.

كما يمكن للمؤثرين الرقميين أن يلعبوا دورًا أساسيًا في توجيه متابعيهم نحو استهلاك محتوى أكثر وعيًا، من خلال تقديم نماذج إيجابية للتفاعل الرقمي المسؤول.

3- تشجيع صناعة المحتوى الهادف وتعزيز الجودة الرقمية

في مواجهة هيمنة المحتوى التافه، يصبح دعم وتشجيع المحتوى الهادف ضرورة ملحة لتعزيز القيم الثقافية والمعرفية في الفضاء الرقمي. ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

- تقديم حوافز لصناع المحتوى المبدعين الذين يركزون على إنتاج محتوى تعليمي، ثقافي، أو تحفيزي يساهم في الارتقاء بالمجتمعات.

- إنشاء منصات وقنوات متخصصة للترويج للمحتوى الهادف وجذب جمهور واسع إليه.

- تنظيم مسابقات وجوائز رقمية للمبدعين في مختلف المجالات، بما في ذلك الصحافة الرقمية، الإنتاج الوثائقي، وبرامج التوعية الثقافية.

- تشجيع المؤسسات الإعلامية والمنظمات الثقافية على إنتاج محتوى جذاب يتناسب مع طبيعة الوسائط الرقمية الحديثة، مما يجعله منافسًا للمحتوى السطحي الرائج.

إن دعم هذه المبادرات لا يقتصر على الأفراد أو المؤسسات فقط، بل يتطلب أيضًا تكاتف الجهات الحكومية والخاصة لخلق بيئة حاضنة لصناعة المحتوى الهادف.

4- المسؤولية الاجتماعية للمنصات الرقمية: بين الربح والقيم الأخلاقية

لا تقتصر مسؤولية الحد من انتشار المحتوى التافه على الأفراد والمؤسسات فقط، بل تمتد أيضًا إلى الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي، التي ينبغي عليها إعادة

النظر في خوارزمياتها، والتي غالبًا ما تعزز الانتشار السريع للمحتوى الترفيهي السطحي على حساب المحتوى المعرفي العميق (Klinger & Svensson, 2018). ويمكن لهذه المنصات اتخاذ خطوات ملموسة، من بينها:

- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد المحتوى غير الهادف والحد من انتشاره.
- تطوير خوارزميات أكثر مسؤولية تقلل من تضخيم المحتوى السطحي أو المسيء، وتعزز في المقابل المحتوى التعليمي والثقافي.
- وضع سياسات تشجع على إنتاج المحتوى المسؤول، من خلال تقديم مكافآت للمحتوى الثقيفي والتوعوي، وليس فقط للمحتوى الترفيهي.
- المساهمة الفعالة في تنظيم المحتوى الرقمي على المستوى الدولي، وذلك عبر دعم سياسات عالمية متفق عليها تهدف إلى الحد من تأثير المحتوى الرقمي المضلل على صورة الشعوب والدول.

غير أن هذه الجهود تصطدم بتحدٍ جوهري، يتمثل في اعتماد النموذج الاقتصادي لهذه المنصات على تعظيم الأرباح من خلال رفع معدلات التفاعل، بغض النظر عن جودة المحتوى أو قيمته (Zuboff, 2019). وهنا يبرز تساؤل مشروع: إلى أي مدى تُبدي هذه الشركات استعدادًا فعليًا للموازنة بين أهدافها الربحية ومسؤولياتها الأخلاقية في توجيه الوعي المجتمعي؟

5- دور الحكومات في تنظيم الفضاء الرقمي وحماية المجتمع

تتحمل الحكومات مسؤولية كبيرة في وضع أطر قانونية وتنظيمية للفضاء الرقمي، بما يضمن عدم تحوُّله إلى ساحة للفوضى المعلوماتية والمحتوى غير المنضبط. ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

- سن قوانين واضحة تلزم منصات التواصل الاجتماعي بالحد من انتشار المحتوى التافه وغير الهادف.

- فرض عقوبات مناسبة على الحسابات التي تنشر معلومات مضللة أو تروج لمحتوى يلحق الضرر بالنسيج الاجتماعي.
- التعاون مع الشركات التكنولوجية لتطوير أدوات رقابية ذكية تضمن جودة المحتوى دون المساس بحرية التعبير.
- تعزيز التعاون الدولي لمكافحة التضليل الإعلامي والحد من التأثير العابر للمحتوى الرقمي التافه.

ومع ذلك، يظل التحدي الأبرز هو تحقيق توازن دقيق بين تنظيم المحتوى وحماية حرية التعبير، إذ إن فرض رقابة مفرطة قد يؤدي إلى قمع التنوع الفكري والإبداعي، ويقوّض ثقة المستخدمين في المنصات الرقمية (Napoli, 2019). ومن هنا، تبرز الحاجة إلى نهج تشاركي يدمج بين مختلف الجهات المعنية، بما في ذلك صنّاع السياسات، والمجتمع المدني، والخبراء التقنيين، لضمان أن تكون السياسات الرقمية قائمة على مبادئ الشفافية، والمساءلة، واحترام الحقوق الرقمية، مع الاستناد إلى معايير واضحة وعادلة تميز بين التنظيم المشروع والرقابة الجائرة. وتُعزّز في الوقت ذاته مناعة المجتمعات الرقمية ضد التضليل والانقسام.

6- دور منظمات المجتمع المدني في نشر الوعي الرقمي وصون القيم الثقافية

تضطلع منظمات المجتمع المدني بدور محوري في نشر الوعي الرقمي وتعزيز الثقافة الإعلامية، وذلك من خلال إطلاق مبادرات توعوية وبرامج تثقيفية تهدف إلى تنمية حسّ النقد الرقمي لدى الأفراد، وتوعيتهم بمخاطر المحتوى المضلل وأهمية التفاعل الواعي مع البيئة الرقمية. كما تسهم هذه المنظمات في تنظيم ورشات تدريبية تساعد المستخدمين على تحليل المحتوى وتقييمه بناءً على معايير الجودة والمصداقية.

إلى جانب ذلك، يمكن للمجتمع المدني أن يلعب دورًا مؤثرًا في دعم السياسات العامة، عبر المشاركة في صياغة التشريعات التي تحمي المستخدمين من الأثر السلبي للمحتوى غير الهادف، والدفاع عن بيئة رقمية متوازنة تضمن حرية التعبير دون

المساس بالقيم الثقافية والاجتماعية. كما يُعدّ الضغط المجتمعي أداة فعالة لدفع الشركات الرقمية نحو تبني سياسات مسؤولة وأكثر التزامًا بالأخلاقيات الإعلامية.

7- نحو فضاء رقمي أكثر وعياً ومسؤولية

إن بناء فضاء رقمي مستدام لا يتحقق بين عشية وضحاها، بل ينطلق من وعي جماعي يدرك الدور المحوري للمحتوى الرقمي في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي للأفراد والمجتمعات. وبينما تقع على عاتق الحكومات والمنصات الرقمية مسؤولية سنّ الأطر التنظيمية الملائمة، يظل الأفراد في صلب المعادلة، عبر اختياراتهم اليومية لما يستهلكونه ويدعمونه من محتوى.

يتطلب الانتقال نحو فضاء رقمي أكثر وعياً ومسؤولية تضافر الجهود بين الحكومات، والمؤسسات، وصُنّاع المحتوى، والمستخدمين، بهدف إرساء بيئة رقمية تغذي الفكر، وتحترم القيم الثقافية والعلمية، وتحد من هيمنة المحتوى التافه الذي يهدد جودة النقاش العام ويشوّه معالم الفضاء الرقمي في العصر الحديث، ويقوّض فرص الاستفادة القصوى من الإمكانيات التربوية والمعرفية التي يتيحها العالم الرقمي.

خاتمة

تخلص هذه الورقة إلى أن ظاهرة "التوندونس" الرقمي لا تعكس فقط ميولات الجمهور، بل تمثل نتاجاً مركباً لتفاعل ديناميكي بين الخوارزميات، وصُنّاع المحتوى، وسلوكيات المستخدمين. وقد أظهر تحليل تأثير المحتوى الرائج على الهوية الثقافية وصورة الأمم أن الخوارزميات تؤدي دوراً محورياً في توجيه أولويات المشاهدة، إذ تُرَوِّج في الغالب للمحتويات السطحية والمثيرة على حساب المحتويات العميقة والهادفة. هذا التحيز الرقمي يفضي إلى إعادة إنتاج الصور النمطية، ويُسهّم في تشويه الهويات الثقافية، الأمر الذي يستدعي تدخلاً واعياً ومتعدد الأبعاد للحد من آثاره السلبية.

ومع ذلك، فإن التصدي لهذه الظاهرة ليس أمرًا مستحيلًا، بل يتطلب تبني استراتيجيات متكاملة تشمل تعزيز التربية الإعلامية، دعم المحتوى المسؤول، وإعادة هيكلة الفضاء الرقمي بما يضمن بيئة أكثر عدالة واستدامة. ولتحقيق هذا الهدف، لا بد من تعبئة جماعية تشمل مختلف الفاعلين:

- الأفراد: تقع على عاتقهم مسؤولية التفاعل الواعي مع المحتوى الرقمي، من خلال تنمية مهارات التفكير النقدي والقدرة على التمييز بين المحتوى الجاد والهادف والمحتوى المضلل والتافه.

- المؤسسات التعليمية والإعلامية: تلعب دورًا محوريًا في نشر الثقافة الرقمية، وتوعية الأجيال الصاعدة بأهمية استهلاك المحتوى بشكل مسؤول وناقد.

- صنّاع المحتوى: ينبغي لهم تقديم محتوى يُعبّر عن القيم الثقافية الأصيلة، ويُسهم في بناء وعي مجتمعي مستنير بعيدًا عن الإثارة السطحية.

- المنصات الرقمية: يُفترض أن تعتمد سياسات أكثر شفافية ومسؤولية أخلاقية في تصميم خوارزمياتها، بما يضمن تنوعًا في المحتوى وعدم اقتصره على ما يحقق أعلى نسب المشاهدة فقط.

في المحصلة، فإن حماية الهويات الثقافية وصورة الشعوب في الفضاء الرقمي لن تتحقق دون تضافر الجهود وتبني رؤية جماعية مسؤولة. إن بناء خطاب رقمي هادف يعكس قيمنا وهويتنا الثقافية هو التزام جماعي، يتطلب وعيًا متجددًا، وممارسات رقمية رشيدة، وتعاونًا فعالًا بين الأفراد والمؤسسات والمنصات على حد سواء.

قائمة المراجع المعتمدة

أولاً: باللغة العربية

1. الأحمّد، أحمد عبد الله. (2017). الأخلاقيات الرقمية والحداثة في التواصل الإنساني. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، 10(2).
2. البياتي، ياسين خضير. (2015). الاتصال الرقمي: أمم صاعدة وأمم مندهشة. دار البداية للنشر.
3. الحمداني، بشرى حسين. (2015). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية. عمان – الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.
4. العربي، العربي. (2021). الدبلوماسية الرقمية وتأثيراتها في العلاقات الدولية. مجلة لياح للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، العدد 10.
5. العنزي، سلطان بن فهد. (2024). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على التوجهات الفكرية لدى الشباب السعودي: دراسة ميدانية. مجلة بحوث كلية الآداب بمصر، 35(138)، ج.3، ص.3-25.
6. المستاري، محمد. (2025). نحو مواطنة رقمية فاعلة: دور التعليم في تنمية مهارات القرن الحادي والعشرين. في: مستقبل علم الاجتماع في ظل الثورة الرقمية (كتاب جماعي). الجزائر: مركز فيتامين الفكر للدراسات والنشر والتكوين.
7. الزهيري، طلال ناظم. (2023). نظرية اقتصاد الانتباه وتأثيرها على منصات الإعلام الجديد. مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات، 10(20).
8. باومان، زيجموند. (2016). الحداثة السائلة. (ترجمة حجاج أبو جبر؛ تقديم هبة رءوف عزت). الشبكة العربية للأبحاث والنشر. (الطبعة الأولى). بيروت.
9. بلعيد، رفيق. (2024). انعكاسات متابعة مؤثري تيك توك على الهوية عند الشباب الجزائري. مجلة المعيار، 15(1).
10. خراب، أحمد زكرياء. (2019). ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك": رؤية نقدية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 2(2).

11. دونو، آلان. (2020). نظام التفاهة (م. ع. الهاجري، ترجمة وتعليق). دار سؤال للنشر.
12. عباس، طارق محمود. (2004). مجتمع المعلومات الرقمي. المركز الأصيل للطباعة والنشر.

ثانياً: باللغات الأجنبية

13. Al-Rawi, A. (2019). Understanding the patterns of social media usage in the Arab world. *Global Media and Communication*, 15(1), 29-46.
14. Bauman, Zygmunt. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
15. Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
16. Buckingham, David. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
17. Castells, Manuel. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
18. Couldry, N., & van Dijck, J. (2015). Researching social media as if the social mattered. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115604174.
19. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167-194). MIT Press.
20. Gillespie, T. (2018). "Algorithms, platforms, and the politics of content moderation." In *The Oxford Handbook of Digital Media Sociology* (pp. 297-314). Oxford University Press.
21. Goldhaber, Michael H. Attention Shoppers! The Currency of the New Economy Will Not Be Money, but Attention—A Radical Theory of Value. *Wired Magazine*, December 1997. <https://www.wired.com/1997/12/es-attention>.
22. Klinger, U., & Svensson, J. (2018). The end of media logics? On algorithms and agency. *New Media & Society*, 20(12), 4653-4670.

23. Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
24. Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
25. Northwestern University in Qatar. (2021). *Media Use in the Middle East 2021*.
26. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin Books.
27. Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Viking.
28. Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT press.
29. Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
30. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
31. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Public Affairs.

صناعة الفتوى الرقمية: تحديات التلقي وفوضى المرجعيات الدينية على وسائل التواصل الاجتماعي رؤية نظرية ودراسة تحليلية

The Digital Fatwa Industry: Challenges of Reception and the Chaos of Religious Authorities on Social Media - A Theoretical Vision and Analytical Study

د. حسان بوسرسوب، جامعة البليدة 2 لونيسى علي / الجزائر

Dr. Hacene Boussersoub, Lounici Ali University of Blida 2 / Algeria

د. مروان مهداوي، جامعة محمد لامين دباغين سطيف 2 / الجزائر

Dr. Marouan Mahdaoui, Mohamed Lamine Debaghine Setif 2 University / Algeria

Abstract:

This study addresses the topic of "The Digital Fatwa Industry: Challenges of Reception and the Chaos of Religious Authorities on Social Media - A Theoretical Vision and Analytical Study." It analyzes the transformations in Algerian religious discourse within the digital space, especially concerning fatwa production, how the public receives it, and the resulting multiplicity and divergence of religious authorities. This has led to a kind of chaos and confusion in individuals' religious behavior. Consequently, the study yielded several significant findings, most notably: that the lack of clarity in religious authority and the absence of regulatory mechanisms have contributed to the spread of uncontrolled fatwas that cause the disintegration of religious identity, which has been reflected on both social and intellectual levels. The study also arrived at a set of recommendations that formed the vision presented at the end of this research.

Key words: Digital Fatwa, Challenges, Religious Authorities, Social Media

المخلص:

تتناول هذه الدراسة موضوع صناعة الفتوى الرقمية: تحديات التلقي وفوضى المرجعيات لدينية على وسائل التواصل الاجتماعي - رؤية نظرية ودراسة تحليلية- من خلال تحليل التحولات التي عرفها الخطاب الديني الجزائري في الفضاء الرقمي، خاصة فيما يتعلق بإنتاج الفتوى، وكيفية تلقيها من طرف الجمهور، وما نتج عنه من تعدد المرجعيات واختلافها، مما أحدث نوعاً من الفوضى والارتباك في السلوك الديني للأفراد. وتبعاً لذلك فقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج هامة ومهمة أهمها: أن عدم وضوح المرجعية الدينية وغياب الآليات الرقابية ساعد في انتشار الفتوى غير المنضبطة التي تتسبب في تفكيك الهوية الدينية، ما انعكس على المستوى الاجتماعي والفكري، كما توصلت لمجموعة من التوصيات والتي كونت لدينا رؤية جاءت في نهاية هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الكلمات المفتاحية: الفتوى الرقمية، التحديات، المرجعيات الدينية، وسائل التواصل الاجتماعي.

المقدمة:

شهد الخطاب الديني في العالم العربي، وفي الجزائر على وجه الخصوص، تحولات عميقة خلال العقدين الأخيرين، بفعل بروز الفضاء الرقمي كحقل رمزي مواز للمجالات التقليدية لنقل المعرفة الدينية. ولم تعد الفتوى حكراً على الفقيه المؤسسي أو المجالس العلمية الرسمية، بل أصبح بإمكان أي فاعل ديني يمتلك مهارات التواصل الرقمي أن ينشئ جمهوراً واسعاً، ويقدم "فتوى رقمية" قابلة للتداول، والتفاعل، والتأثير.

وقد انعكست أساساً في كيفية إنتاج الفتوى وتلقيها. ولم تكن هذه التحولات نابعة من تغير داخلي في بنية المؤسسات الدينية التقليدية، بل فرضها واقع جديد أملت ثورة الاتصال الرقمي، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مجالاً بديلاً تتشكل فيه المرجعيات الدينية بشكل متحرر من أطر الضبط التقليدية. هكذا، وجدت الفتوى نفسها خارجة من رحم المؤسسة نحو فضاء مفتوح، تنتج فيه من قبل فاعلين جدد لا تربطهم بالضرورة علاقة عضوية أو معرفية بمؤسسات الفتوى الرسمية. وإن هذه الظاهرة، التي اصطلح عليها في الأدبيات الحديثة بـ"الفتوى الرقمية"، لم تُحدث فقط تغييراً على مستوى وسائط الإفتاء، بل أعادت تشكيل العلاقة التقليدية بين الفقيه والمستفتي، وخلقت ما يمكن تسميته بـ"الداعية الرقمي"، الذي يكتسب شرعيته من عدد المتابعين والتفاعل الإلكتروني أكثر مما يكتسبها من تراكم معرفي أو تكوين فقهي.

وعليه فإن الإشكالية التي تسعى الدراسة الراهنة إلى استجلائها تتمثل في: بيان كيفية مساهمة الفضاء الرقمي في إعادة تشكيل إنتاج الفتوى وتلقيها من خلال: الكشف عن تحولات الخطاب الديني في الفضاء الرقمي، سبل تلقي الفتوى الرقمية وبيان طبيعة الفاعلين الجدد، مظاهر وآثار فوضى المرجعيات الدينية، لنختم الدراسة ببيان أهم التحديات التي تواجه الفتوى الرقمية وآليات ضبطها.

أولاً: تحولات الخطاب الديني في الفضاء الرقمي

لقد أثر التحول الرقمي الذي عرفه عالم الإعلام والتواصل على كل المجالات، ومنها المجال الديني الذي يتميز بخصوصية خطابه ومؤسساته وآليات اشتغاله. ومن المؤسسات الدينية التي تأثرت بالتحول الرقمي مؤسسات الفتوى فقد انتقلت من الفضاء الواقعي إلى الفضاء الرقمي، ومن عالم الهويات الشخصية إلى عالم الهويات الافتراضية، ومن منطلق طلب الفتوى إلى منطلق العرض...

لقد تغيرت صيغة الفتوى ووسائلها واصطبغت بصبغة الفضاء الرقمي، فمع ظهور الأنترنت في العصر الحديث دخلت الفتوى سياقاً جديداً وتحولت من عالم الأشخاص والمفتين إلى العالم الرقمي والتقني، هذا العالم الذي نشأ عقب أربعة تحولات أساسية:

يرتبط التحول الأول بالمعالجة المتجانسة لكل معلومة كيفما كان طبيعتها، والتي تضع حداً للتحديد التقليدي الذي طامنا تعايشنا معه، بين نوع المعلومة والدعامة المادية (النص على الورق، والصوت على الأشرطة المغناطيسية، والصور على الأفلام): ففك المعلومة عن دعامتها يشكل إذن ثورة بالغة الأهمية. والتحول الثاني له علاقة بتلك التطورات الحاسمة التي تحققت بفضل الإلكترونيات والبرمجيات وأجهزة البث التي مكنت من خلق آلات أكثر فاعلية. والتحول الثالث يهتم تطوير علوم جديدة للإعلاميات ومعالجة الإشارة. أما التحول الأخير فنجد في غنى التطبيقات الناتجة عن المهارات التي تحققت عقب الابتكار التكنولوجي والصناعي.

إن رقمنة المعلومات واستعمال الحاسب ساعد على زيادة قوة الآلات، مما أدى إلى تراكم الابتكارات التكنولوجية، ومن ثم تغيير نمط عيشنا وعملنا (بلمبخت، 2018، ص 27)، فقد برزت الفتوى الرقمية كوعاء جديد للفتوى في سياق هذه التحولات يتجاوز الأوعية التقليدية المعروفة.

1. مفهوم الخطاب الديني الرقمي:

يشير الخطاب الرقمي إلى استخدام الاتصالات والتكنولوجيا الإلكترونية لغرض الحوار والمناقشة بين الأفراد أو المجموعات. يمكن أن يتم ذلك في مجموعة متنوعة من المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني وغرف الدردشة والمنتديات عبر الإنترنت.

يتضمن الخطاب الرقمي تبادل الأفكار والمعلومات باستخدام التقنيات الرقمية، ويمكن أن يشمل مجموعة واسعة من أنواع الاتصال، بدءًا من الرسائل النصية وحتى محتوى الوسائط المتعددة. إنه جانب أساسي من التواصل الحديث، حيث يسمح للأفراد بالتواصل والتفاعل مع الآخرين من جميع أنحاء العالم في الوقت الفعلي.

2. خصائص الخطاب الديني الرقمي:

يتميز الخطاب الديني الرقمي بعدة سمات تجعل منه ظاهرة سوسيولوجية قائمة بذاتها، منها:

- التفاعل الفوري بين المفتي والجمهور عبر التعليقات أو البث المباشر.
- اختزال الفتوى في دقائق قصيرة أو منشورات مقتضبة بهدف الانتشار السريع.
- الاستعمال المكثف للعاطفة والصور الرمزية والمؤثرات السمعية/البصرية.
- توسيع جمهور الفتوى ليشمل فئات لم تكن تتراد المساجد أو دروس العلم سابقًا، وخاصة فئة الشباب.

تشير دراسة (Bunt 2018) إلى أن "الدين الرقمي" لم يعد مجرد وسيلة تبليغ، بل أصبح مجالًا لإنتاج وتفاوض الهويات والمعاني، إذ يتحول فيه الداعية إلى "مؤثر ديني" يوظف تقنيات الإعلام الجديد لإعادة صياغة رسالته، وعليه فإنّ نشر الخطاب الديني على الفضاء الإلكتروني، يحتاج إلى استخدام رشيد ومنضبط، مع التنبيه الدائم من مخاطر استغلاله السيئ. فالخطاب الديني جزء مهم في حياة الأفراد، فعلى شيوخ الدعوة الإلكترونية مساندة طبيعة العصر الحالي، ولكن وفق ضوابط وآليات متكامل بين جهد الدعوة عبر الوسائل التقليدية من خطب الجمعة ودروس المساجد، وفتح نوافذ إلكترونية دعوية لاستهداف الفئات المبتعدة عن المساجد، مع الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي الذي أصبح واقعا لا بد من تقبله في مجال الدعوة، بدل تركه مفتوحا لمن يستخدمه لهدم ثوابت الأمة.

3. الفاعلون الجدد في الحقل الديني

شهد الفضاء الرقمي تحولات نوعية في العقد الأخير، إذ أصبح يمثل امتدادًا للحقل الديني التقليدي، بل ومنافسًا له في بعض الأحيان. منابر الفتوى التقليدية، التي كانت حكرًا على علماء الدين الرسميين، باتت مزاحمة من قبل فاعلين جدد، هم "الدعاة

الرقميون"، الذين اكتسبوا شرعية جماهيرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وتحول الفضاء الافتراضي إلى مجال ديني بديل، تُنتج فيه الرموز والمعاني الدينية خارج الأطر المؤسسية الكلاسيكية.

فقد تحول الداعية الرقمي إلى فاعل ديني غير تقليدي، لا يرتبط عادة بأي مؤسسة دينية رسمية، بل أصبح يستمد شرعيته من عدد المتابعين، ومستوى التفاعل، و"الكاريزما الشخصية". في الجزائر، يمكن رصد عشرات الصفحات والحسابات لشخصيات تقدم خطابًا دينيًا يتفاوت بين التبسيط والإثارة، وأحيانًا بين المرجعية المذهبية والاعتباس من تيارات متعددة.

أتاح التحول الرقمي وانفتاح المنصات الإلكترونية، موكبة جميع فئات المجتمع للتطور الحاصل بمن فيهم الدعاة والمشايخ، الذين وجدوا في الرقمية فرصة لتجديد الخطاب الديني، لما له من قدسية وتأثير مجتمعي بعيدا عن محراب المساجد ومنابرها، وبما يتناسب مع تطور "المجتمعات الرقمية".

ظاهرة "الدعاة الجدد" أو "الشيخ مشاهير الرقمية" ظهرت في العديد من الدول منذ جائحة كورونا إثر إغلاق المساجد والمصليات، فنقل أئمة نشاطهم إلى منصات التواصل الاجتماعي ولكن باحتشام. وتطورت الظاهرة مع وجود أئمة ودعاة شباب يفقهون في التطور التكنولوجي، فاستغلوا الوسائط المتاحة لاستقطاب جمهور أكبر، بعدما أنشؤوا حسابات إلكترونية وفتحوا قنوات رقمية لإرشاد الشباب والتعبير عن رأيهم في قضايا مجتمعاتهم، وتوجهوا نحو مخاطبة الشباب بلغته ومن منابره، أي عبر التكنولوجيات الاتصالية الرقمية، وكسبوا الرهان إلى درجة باتت هذه المواقع "تحتل الصدارة في الممارسة الدعوية خلال السنوات الأخيرة.

4. أزمة الشرعية والمرجعية في الخطاب الرقمي

من بين أبرز الإشكالات التي تثيرها الفتوى الرقمية هو غياب المرجعية الموحدة، مما يؤدي إلى أزمة شرعية في نظر المتلقي. فبينما كانت المرجعية الدينية سابقًا مؤطرة من قبل المؤسسات الرسمية كالزوايا أو وزارة الشؤون الدينية، نجد اليوم أن المتلقي يواجه كمًا هائلًا من الآراء الفقهية المتناقضة على المنصات الرقمية، دون أن يمتلك في كثير من الأحيان الأدوات المعرفية لتمييز الرأي الشرعي الراسخ من الرأي الشخصي .

وقد نبّه (Roy 2004) إلى أن "الخطاب الديني عبر الإنترنت يُعيد تعريف المرجعية من خلال تفكيك السلطة التقليدية ونقلها إلى فضاء لامركزي يعتمد على القبول الجماهيري أكثر من الاعتراف المؤسسي. (Roy, 2004, p121)

5. منصات التواصل كحاضنة للخطاب الديني المتنوع

تلعب منصات مثل: (YouTube، Facebook، TikTok) دورًا محوريًا في انتشار الفتوى الرقمية. وتُظهر الدراسات الميدانية أن هذه المنصات لا تقتصر على نشر خطاب ديني موحد، بل تستوعب تيارات متباينة، من الخط السلفي إلى الخط الصوفي، مرورًا بخطاب "التنمية الذاتية الإسلامية" و"الإسلام الاجتماعي الخفيف" الذي يدمج بين الدين ونصائح الحياة اليومية.

في دراسة مقارنة أجراها (Chebli & Khelladi 2022) حول محتوى الصفحات الدينية الجزائرية على فيسبوك، تم تسجيل أن 68% من المنشورات لا تذكر مصدرًا شرعيًا محددًا للفتوى أو الرأي الديني المقدم، وأن أكثر من 40% من التفاعل يأتي من فئة الشباب ما بين 18-30 سنة. (Chebli, S., & Khelladi, H. (2022, p151).

<https://journals.openedition.org/remmm/15862>

ما أمكن القول إن الخطاب الديني في الجزائر شهد تحوّلًا من التمرکز إلى التشتت، ومن السلطة المؤسسية إلى التأثير الفردي الرقمي. وتُظهر هذه التحولات عمق التحوّل الاجتماعي في بنية التدين والمرجعية، وهو ما يمهد الطريق للحديث في المحور التالي عن كيفية تلقي هذا الخطاب من قبل الجمهور، وما يطرحه من تحديات معرفية ونفسية وسلوكية.

ثانياً: تلقي الفتوى الرقمية وتعدد المرجعيات الدينية

شهد الخطاب الديني في العالم العربي، وفي الجزائر على وجه الخصوص، تحولات جوهرية بفعل الثورة الرقمية وما رافقها من بروز منصات التواصل الاجتماعي كوسائط بديلة عن المؤسسات التقليدية لنقل المعرفة الدينية. فقد أصبح بإمكان أي شخص، دون شرط التكوين العلمي أو الانتساب المؤسسي، أن يقدم نفسه كـ"داعية رقمي" أو حتى "مُفتٍ" للجمهور العريض، وهو ما أدى إلى ظهور ما يُسمى بـ"الفتوى الرقمية". وفي ظل هذا التحوّل، بات من الضروري التساؤل عن مدى تأثير هذه الفتاوى الرقمية في

إعادة تشكيل المرجعيات الدينية لدى الأفراد، خصوصًا وأن هذه الفتاوى غالبًا ما تكون متضاربة في محتواها ومصادرها، مما يطرح إشكالية فوضى المرجعية الدينية وتحديات تلقي الفتوى عبر وسائط غير خاضعة لرقابة مؤسساتية.

1. التلقي الفردي للفتوى الرقمية

يعتبر تلقي الفتوى الرقمية من أبرز القضايا السوسيولوجية التي أفرزتها الثورة الرقمية في العالم الإسلامي، ولا سيما في الجزائر. في الماضي، كان المصلون يتوجهون إلى المؤسسات الدينية الرسمية، مثل المساجد أو دور الإفتاء، للحصول على الفتوى. أما اليوم، فإن الوصول إلى الفتاوى أصبح متاحًا عبر الإنترنت من خلال مواقع الويب، منصات التواصل الاجتماعي، قنوات اليوتيوب، والتطبيقات المختلفة. هذه الفتوى الرقمية تمكّن الأفراد من الحصول على مشورة دينية بسرعة وسهولة، ولكنها تثير في ذات الوقت تساؤلات حول مدى تأثير هذه الفتاوى على سلوكيات الأفراد ونوعية استجاباتهم لها. خاصة وأن الأفراد يعتمدون بشكل متزايد على الفتاوى الرقمية بسبب سرعة الوصول إليها، وتوفيرها لمجموعة متنوعة من الآراء الفقهية. ولكن التفاعل السريع مع الفتوى على منصات مثل فيسبوك وتيك توك قد يؤدي إلى تشتت في الفهم وغياب التعمق في المسائل الفقهية.

تشير العديد من الدراسات السوسيولوجية إلى أن الفتوى الرقمية قد تصبح سلبية في حالة غياب آلية التمحيص النقدي والقدرة على فحص مصداقية الفتاوى عبر الإنترنت. بل إن بعض الفتاوى قد تُروج لأفكار متشددة أو متناقضة مع القيم المجتمعية، وقد تسبب أحيانًا في إثارة النعرات والحروب داخل المجتمع الواحد، الأمر الذي يعد تحديًا للمؤسسات الدينية الرسمية وللمرجعيات الشرعية في قدرتهم على مواكبة أسئلة المستفتين والإجابة عنها (الأشقر، 2009، ص 111).

وفقًا لـ (Valkenburg & Peter (2013)، فإن منصات التواصل الاجتماعي تُسهّم في تعزيز التفاعلية بين الداعية والمتلقي، حيث يتحول الفرد من كونه متلقيًا سلبيًا إلى مشارك نشط في النقاشات الدينية، مما يزيد من تعدد المرجعيات الدينية التي يمكن أن يحصل عليها الشخص الواحد في الوقت ذاته.

2. الفتوى الرقمية وتجاوز المرجعيات التقليدية

من آثار الثقافة الرقمية أنها ربطت الخطاب الديني العلمي بفنون التواصل، ولما أصبح الأمر كذلك انهارت كل السلط الدينية التقليدية التي كانت تستمد شرعيتها من الانتساب إلى منظومة تراثية أصولية وأصيلة، وجعل يحل محلها سلط جديدة قادرة على توصيل المعلومة الدينية في عالم رقمي متحرر من سطوة المكان.

وقد نتج عن هذا الاقتران بين الحقيقة العلمية والقدرة على التواصل والتوصيل أن برزت إلى السطح «شعبوية علمية» تقوض كل الأسس التي كانت تقوم عليها المعرفة الدينية، ومن بينها الفتوى فلم تعد تتلقى من المرجعيات الشرعية الأصيلة بل أضحت تتلقى في العالم الرقمي بكل ما يموج به من إشكالات والتباسات، وبالتالي أصبح من العسير الظفر بإجماع يقوم عليه أمن المجتمع الروحي. فلم يحصل وأن تباعدت الشقة بين المؤسسة العلمية المتحيزة في المكان وبين المتلقين للخطاب الديني مثلما تتباعد اليوم (حاجي، 2019، ص6).

وهذا ما أدى إلى التشكيك في المرجعيات الفقهية المحلية، من خلال خلخلة الثقة في المفتي المحلي، وكذا تجاوز المذهب المتبع إلى مذاهب أخرى توافق أحيانا أو تخالف أعراف البلد، وذلك عندما يسمع المستفتي وتأتيه فتاوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الأنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية وغيرها، مخالفة لما يسمعه من مفتي بلده، أو اتباع ما يسمعه من فتاوى تدعو لتجاوز المذاهب كلية ترويجا لما يسمى اللامذهبية مما نتج عنه فوضى الفتاوى وشذوذها.

وفي هذا السياق برزت ظاهرة الدعاة الجدد (لطفي، 2005، ص47)، الذين أصبحوا يتمتعون بقدر وافر من النجومية، ليس لارتباط زادهم المعرفي أو العلمي بمنظومة فقهية راسخة، بل لكونهم متقنين لفنون التواصل، حتى صرنا نشهد زمنا صار الناس فيه يأخذون دينهم عن فكاهيين، يتحلقون حولهم بالئات ويتابعون تسجيلاتهم بالملايين (حاجي، 2019، ص 219).

ولقد حاولت المرجعيات الدينية والمؤسسات الدينية الرسمية مواكبة هذا التحول من خلال نشر وبث ومشاركة فتاويها في الفضاء الرقمي، وخلق منصات رقمية خاصة بها تعمل على أن تكون جسر للتواصل بينها وبين جمهورها، وهي خطوة مهمة إلا أن هذا الأمر لن يحد من تدفق الفتاوى والإفتاء الشخصي الفردي الذي يقوده الفاعلون

الجدد، لأننا بكل بساطة دخلنا عالماً جديداً في علاقة الدين بالتقنية، عنوانه العريض هو التسليح الديني عبر التدخل الفردي و الشخصي ممن يمكن أن نطلق عليهم "المفتون الجدد" على شاكلة "الدعاة الجدد"؛ لأنهم امتلكوا ناصية التقنية ويحظون بثقة الجمهور الديني، ولاستعمالهم مفاهيم جديدة في الفتوى والإفتاء تدفع بإغراء المريدين (جرموني، 2018، ص 40).

إن السياق الرقمي يقتضي من المرجعيات والمؤسسات الدينية والهيئات الشرعية تجديد آليات اشتغالها، وتطوير أدواتها، بشكل يتيح لها مواكبة التحولات التي تقع في الفضاء الرقمي، إنها تحولات تستدعي التنسيق والتعاون بين هذه المؤسسات، ووضع ميثاق أخلاقي وعلمي يوطر الممارسة الافتائية داخل الفضاء الرقمي من خلال توثيق الفتاوى الرقمية من جهات علمية متخصصة وضرورة توضيح أسماء المؤلفين ومؤهلاتهم العلمية والشرعية وتخصصاتهم. كما تستدعي من مؤسسات التنشئة الدينية والتربوية اعتماد مناهج تربوية حول التثقيف الديني الرقمي لتمكين الشباب من أدوات تربوية وعلمية تتيح لهم التعامل مع العالم الرقمي بوعي وبيقظة، فعلاقتنا بالعالم الرقمي ومنتجاته لم تخضع لنوع من التثقيف والتوجيه والمصاحبة، بل انخرطنا فيه بدون تقدير واستشراف لأبعاده النفسية والاجتماعية والدينية، ونحن الآن بحاجة إلى إعادة النظر في علاقتنا به وبالأخص في علاقته بالدين، بما يحقق الأمن الروحي والاطمئنان النفسي والاجتماعي، ويحافظ على مقاصد الشريعة الإسلامية.

3. تعدد المرجعيات في الفتوى الرقمية:

أدى الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي إلى ظهور تعدد مرجعيات الفتوى بشكل غير مسبوق في العالم العربي، وفي الجزائر على وجه الخصوص. في الماضي، كان للفقيه أو العالم الديني المرتبط بالمؤسسة الدينية الرسمية مكانة راسخة في تقديم الفتوى، لكن الفضاء الرقمي قد أتاح ديمقراطية دينية غير مسبوقة، حيث أصبح أي شخص قادراً على تقديم الفتوى، بغض النظر عن مرجعيته أو مؤهلاته العلمية. تتعدد هذه المرجعيات وفقاً لعدة عوامل، أهمها:

✓ المرجعية التقليدية: وهي الفتاوى التي تصدر عن مؤسسات دينية رسمية مثل وزارات الشؤون الدينية.

✓ المرجعية الشخصية: والتي تتمثل في الفتاوى التي يُقدّمها الدعاة الرقميون الذين يستندون إلى اجتهاداتهم الشخصية أو إلى مدارس فكرية غير رسمية.

✓ المرجعية الجماعية: وهي الفتاوى التي يتم نشرها من خلال جماعات أو منصات دينية على الإنترنت، مثل التيار السلفي أو التيار الصوفي، حيث يلتقي الأفراد حول معتقدات وأفكار مشتركة.

الخطورة تكمن في أنه في كثير من الأحيان، يجد المتلقي نفسه أمام فتاوى متضاربة، ويصعب عليه التمييز بين الفتوى الصحيحة والمشكوك فيها. إضافة إلى ذلك، يُمكن أن تؤدي هذه المرجعيات المتعددة إلى تقسيم المجتمع دينياً، حيث يُصبح الأفراد في مواجهة مع مفاهيم متباينة لا تتلاءم دائماً مع سياقاتهم الاجتماعية والثقافية.

4. آليات ضبط الفتوى الرقمية:

في ظل هذه الفوضى الرمزية، هناك حاجة ملحة إلى تطوير آليات دقيقة ومنهجية لضبط الفتوى. فالفوضى التي تسببها تعدد المرجعيات الدينية يمكن أن تؤدي إلى تفشي الفكر المتطرف أو الفهم الخاطئ للإسلام، مما يُعد تهديداً للنسيج الاجتماعي والثقافي. لذا فإن هناك عدداً من الآليات التي يمكن أن تُسهم في ضبط الفتوى الرقمية:

❖ إصدار تشريعات قانونية:

يجب وضع إطار قانوني يحدد الضوابط التي تحكم الفتوى الرقمية، بحيث يتم تحديد الأشخاص أو الجهات المخولة فقط بإصدار الفتاوى. هذا التشريع يمكن أن يشمل أيضاً عقوبات ضد أولئك الذين ينشرون فتاوى مغلوبة أو يتسببون في زعزعة الاستقرار الديني للمجتمع.

❖ تطوير دور المؤسسات الدينية:

لا بد من تعزيز دور المؤسسات الدينية الرسمية، مثل وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، في مراجعة ومراقبة الفتاوى التي يتم نشرها عبر الإنترنت. هذه المؤسسات يجب أن تلعب دوراً حيوياً في توجيه الدعاة الرقمييين وتوفير التوجيهات الشرعية السليمة.

❖ إطلاق منصات دينية رسمية:

يمكن للمؤسسات الدينية في المجتمع إنشاء منصات إلكترونية رسمية تحت إشراف علماء متخصصين تقوم بتقديم فتاوى موثوقة تواكب العصر الرقمي. هذه المنصات يمكن أن تكون بمثابة مرجع للمسلمين الذين يبحثون عن إجابات دينية معتبرة.

❖ تفعيل دور الإعلام الرقمي:

يُعتبر الإعلام الرقمي من أكثر الأدوات تأثيرًا في العصر الحالي. لذا، يجب على وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة، أن تعمل على نشر التوجيهات الدينية الموثوقة، بحيث يتم استخدام هذه الوسائل في مكافحة الفوضى الرمزية وتعزيز الفهم الصحيح للإسلام.

5. التحديات التي تواجه ضبط الفتوى الرقمية:

رغم وجود هذه الآليات، إلا أن هناك عدة تحديات قد تعيق عملية ضبط الفتوى الرقمية. من أبرز هذه التحديات:

✓ فوضى المرجعيات الدينية:

تعتبر فوضى المرجعيات الدينية في الفضاء الرقمي من أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات الإسلامية المعاصرة. ففي ظل التوسع الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، ويوتيوب، أصبح أي فرد قادرًا على نشر فتاوى دينية أو آراء تتعلق بالشريعة الإسلامية دون رقابة أو إشراف رسمي. هذا الوضع يعزز الاختلافات الفقهية والتنازع الرمزي بين الفتاوى المتنوعة، مما يؤدي إلى فوضى دينية يصعب ضبطها.

ففي الجزائر وعلى سبيل المثال هناك فتاوى تناقض المذهب المالكي السائد والمعمول به، وتدعو إلى أفكار وافدة من مذاهب أخرى أو آراء شخصية. كما أن هذه الفوضى تسبب في إرباك الأفراد الذين يحاولون العثور على إجابات دينية موثوقة، مما يعزز من التشويش المعرفي والقلق الروحي.

✓ انتشار الفتاوى غير المعتمدة:

بما أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح للأفراد حرية التعبير بشكل غير محدود، فإن الفتاوى غير المعتمدة تنتشر بسرعة كبيرة، وهو ما يؤدي إلى تضارب الآراء وعدم الاستقرار الفكري. هذه الفتاوى قد تُسبب انقسامات داخل المجتمع.

✓ غياب الثقافة الدينية الرقمية:

رغم أهمية الفتوى الرقمية، إلا أن كثيرًا من الأفراد في الجزائر لا يمتلكون القدرة على التمييز بين الفتوى الموثوقة والفتوى غير الموثوقة. هذا ناتج عن غياب التعليم الرقبي الديني الذي يساعد الأفراد على مواجهة الأفكار الدينية المشوهة.

✓ غياب الرقابة على الفتاوى الرقمية:

تؤدي غياب الرقابة على الفتاوى الرقمية - خاصة الرقابة على المحتويات الدينية المنشورة عبر الإنترنت مثلًا- إلى زيادة الفوضى الرمزية في المجتمع، حيث يجد الأفراد أنفسهم في صراع داخلي بين الفتاوى التي يتلقونها عبر الإنترنت وبين تلك التي تؤمن بها مجتمعاتهم المحلية. كما أن غياب الرقابة الرسمية من قبل المؤسسات الدينية قد يؤدي إلى نشر آراء متشددة أو فتاوى غير علمية، مما يعزز التشويش في الفهم الديني ويفاقم الفجوات الثقافية بين الأجيال المختلفة.

✓ الانفتاح العالمي على الإنترنت:

يتمثل الانفتاح العالمي على الإنترنت أحد أم الأسباب، مما يسمح للأفراد بالوصول إلى مصادر فكرية وفتاوى متعددة، لا تتوافق بالضرورة مع المرجعية الدينية المحلية في هذه المجتمعات.

إضافة إلى ذلك، الجهل بالفقه وغياب التكوين الديني الكافي لدى بعض الدعاة الرقبيين قد يسهم في نشر آراء غير متوافقة مع القيم الإسلامية المعتمدة،

✓ التحديات القانونية والسياسية:

قد تواجه بعض المجتمعات تحديات سياسية وقانونية في وضع قوانين صارمة لضبط الفتوى الرقمية، خاصة في ظل الحرية الرقمية التي تمنحها الأنترنت، وهو ما قد يثير الجدل بين السلطات والمجتمع المدني.

6. آثار تعدد الفتاوى الرقمية:

تعدد المرجعيات في الفتوى الرقمية لا يقتصر على الاختلافات الفقهية فحسب، بل يتعداه إلى الآثار الاجتماعية والثقافية التي تترتب على الفرد والمجتمع. فكلما تنوعت المصادر الدينية وتعددت الآراء، زادت الضغوط الاجتماعية على الأفراد لاختيار الآراء التي تتماشى مع قناعاتهم الشخصية أو مع مجموعات أصدقائهم. ومن بين أهم الآثار:

- تعدد الفتاوى الرقمية يخلق بيئة دينية مليئة بالتناقضات التي قد تساهم في الارتباك النفسي والاجتماعي للمتلقي، فتداخل الفتاوى من مصادر مختلفة قد يؤدي إلى شعور الأفراد بالحيرة أو التردد في اتخاذ قرارات دينية. وفي هذا السياق، يصبح تحقيق الهوية الدينية أكثر تحديًا، خاصة بالنسبة للأجيال الشابة التي قد تتأثر بشكل أكبر بالتنوع الكبير في الفتاوى الرقمية المتاحة.
- أن الفوضى الرمزية الناتجة عن تباين الفتاوى على الإنترنت قد تؤدي إلى حالة من التوتر الديني، حيث يسعى الأفراد إلى موازنة بين الفتوى الرقمية السريعة من جهة، والمرجعية التقليدية التي نشؤوا عليها من جهة أخرى. في بعض الحالات، قد يحاول بعض الأفراد توفيق هذه الآراء المتناقضة، بينما قد يختار آخرون اتباع الفتوى التي تتوافق مع توجهاتهم الشخصية أو مصالحهم الخاصة.
- تساهم الفتاوى الرقمية في توجيه الأفراد نحو مجموعة من الخيارات الدينية التي قد لا تتناسب مع ثقافتهم المحلية، ومن الممكن أن تؤدي إلى تعزيز الهوية الدينية الفردية بدلاً من الهوية الجماعية المتماسكة التي تتسم بها المجتمعات التقليدية. حيث لوحظ أن مثل هذه الفتاوى تؤثر بشكل خاص على الشباب الذين يعتمدون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي.
- يجد بعض الأفراد أنفسهم في مواجهة مع صراعات داخلية، عندما تتباين الفتاوى المقدمة لهم، مما يؤدي إلى الارتباك في تطبيق بعض الأحكام الشرعية في حياتهم اليومية.
- كما أن التفاعل المتواصل مع فتاوى متنوعة قد يعزز شعور البعض بالقلق أو الارتباك الديني، بينما قد يُشجّع آخرون على اعتماد فتاوى مريحة أو خفيفة قد تبتعد عن المبادئ الأساسية في الدين.
- أظهر بعض الدراسات أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل متكرر لفتاوى متنوعة، قد يواجهون تحديات في تحديد موقف ديني ثابت، ففي الجزائر مثلاً، حيث تتواجد المرجعية المالكية والمدرسة الصوفية التقليدية، أدت انتشار بعض الفتاوى الرقمية

المتنوعة إلى حدوث اختلافات سلوكية بين الأفراد، وخاصة في القضايا الحياتية اليومية مثل الصلاة، الصيام، أو الحج.....

• من أبرز المخاطر التي تترتب على الفتوى الرقمية هي انتشار التطرف والتأثيرات السلبية التي قد تساهم في تحفيز العنف الديني، خاصة في ظل انتشار الفكر المتطرف عبر الإنترنت. وعلى الرغم من وجود آليات يمكن أن المتطرف تساهم في ضبط الفتوى، إلا أن منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تُصبح وسيلة لنشر الفكر إذا لم يتم التعامل مع الفتاوى المنشورة بحذر.

في هذا السياق، تبرز مسؤولية العلماء الدينيين في التأكد من أن الفتاوى التي يتم نشرها تتماشى مع تعاليم الإسلام الوسطي وقيم التسامح والاعتدال. على سبيل المثال، الفتاوى التي تدعو إلى العنف أو التطرف يجب أن تكون محط مراقبة، ويجب أن يتم التفاعل السريع مع هذه الفتاوى عن طريق الردود الشرعية التي توضح الأخطاء في الفهم الديني. وعليه، فإن المؤسسات الدينية إلى جانب الهيئات الحكومية، يجب أن تضع آلية رقابة صارمة على الفتاوى التي تحتوي على دعوات متطرفة أو تحريضية، وأن تُمكن المتخصصين في العلوم الاجتماعية والدينية من التدخل الفوري عند رصد أي حالة تدعو إلى التطرف أو العنف.

7. الحلول الممكنة لضبط الفتوى الرقمية:

في ظل هذه التحديات، يبرز السؤال عن كيفية ضبط الفتوى الرقمية لضمان تطابقها مع المعايير الدينية والقيم المجتمعية. من بين الحلول الممكنة التي تم اقتراحها في الأدبيات الأكاديمية، ما يلي:

✓ ضرورة إشراك المؤسسات الدينية الرسمية:

مثل وزارة الشؤون الدينية والأوقاف لوضع إطار تنظيمي واضح يتضمن إصدار فتاوى رقمية موثوقة .

وفي هذا السياق، يمكن أن تساهم الرقابة الذاتية للمؤسسات الدينية على المحتوى الرقمي، إلى جانب التثقيف الديني الرقمي للأفراد، في تقليل الفوضى الرمزية التي يتسبب فيها تعدد الفتاوى. كما يمكن العمل على تعزيز التوعية بين الأفراد حول أهمية المصدر والمصادقية عند البحث عن الفتاوى عبر الإنترنت.

- ✓ إرساء معايير شرعية واضحة للفتوى الرقمية: ينبغي أن تعمل المؤسسات الدينية على وضع معايير شرعية لتقييم الفتاوى الرقمية، مع التأكد من أنها تتماشى مع الفقه المالكي الذي يُعتبر السائد في الجزائر. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يكون هناك تنسيق بين الفتوى الرقمية والفتوى التقليدية لتجنب التضارب بينهما.
- ✓ تعزيز الرقابة وتنظيم المحتوى الرقمي: من الضروري مراقبة المحتوى الديني المنشور على الإنترنت من قبل الهيئات الدينية والجهات المعنية، بما في ذلك الرقابة على الفتاوى التي تُنشر عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك ويوتيوب. يمكن إنشاء هيئات مختصة بمراجعة الفتاوى التي تُنشر على الإنترنت لضمان توافقها مع الشريعة الإسلامية.
- ✓ تعزيز الرقابة القانونية: يجب على الجهات الوصية أن تضع تشريعات قانونية واضحة تحدد من هم المخولون بإصدار الفتاوى الدينية عبر الإنترنت، مع فرض عقوبات على من يروج لفتاوى مغلوطة قد تؤدي إلى التطرف الديني.
- ✓ إنشاء منصات دينية رسمية: من المهم أن تقوم المؤسسات الدينية بإنشاء منصات إلكترونية رسمية لإصدار الفتاوى تحت إشراف علماء معتمدين. هذه المنصات يمكن أن تكون مرجعًا موثوقًا للمسلمين الراغبين في الحصول على إجابات دينية صحيحة.
- ✓ التعليم الديني الرقمي: يمكن أن تساهم البرامج التعليمية الرقمية التي تُقدّمها الجامعات والمؤسسات الدينية في تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع الفتاوى الرقمية. تتضمن هذه البرامج تنمية المهارات النقدية للأفراد لكي يتمكنوا من تمييز الفتاوى الصحيحة من الفتاوى المضللة.
- ✓ تقديم فتاوى تفاعلية: يمكن أن تسهم المنصات الرقمية في خلق بيئة تفاعلية بحيث يتمكن الأفراد من طرح أسئلتهم والحصول على إجابات مباشرة من الدعاة الرقميين الذين يتصفون بالكفاءة العلمية. ينبغي أن يتم تنظيم هذه التفاعلات لضمان عدم تضارب الآراء واختلافها.

✓ تكوين وتأهيل الدعاة الرقميين: يجب أن يكون هناك دعاة رقميون يمتلكون كفاءة علمية وإلمامًا شاملاً بالمستجدات التي تواجهها الفتوى في العصر الرقمي. ولهذا يجب على هؤلاء:

— أن يتسموا بقدرة عالية على التواصل الرقمي والقدرة على فهم تأثير منصات التواصل الاجتماعي في نشر الرسائل الدينية.

— يجب أن يتضمن التكوين تدريب هؤلاء الدعاة على استخدام المنصات الإلكترونية، وتقديم فتاوى موثوقة بطريقة تتماشى مع احتياجات المجتمع المعاصر.

— يجب أن تكون هذه البرامج التدريبية موجهة بشكل خاص نحو الأسئلة المعاصرة التي قد يطرحها الأفراد في ظل الظروف الاجتماعية والسياسية الراهنة.

— كما يجب أن يشمل التأهيل التدريب على المنهجية الشرعية والقدرة على مواجهة الأفكار المغلوطة والتصدي للمفاهيم المتطرفة.

✓ التعاون بين المؤسسات الدينية والحكومية لتنظيم الفتوى الرقمية:

يجب أن يكون هناك تنسيق فعال بين المؤسسات الدينية والحكومية. يمكن للمؤسسات الدينية أن تقدم إطارًا علميًا وأخلاقيًا يوجه الدعاة الرقميين في طرح فتاوى تتماشى مع القيم الدينية للمجتمع. في المقابل، يمكن الدولة الجزائرية أن تضع قوانين تنظيمية تضمن تدقيقًا قانونيًا للفتاوى التي تُنشر عبر الإنترنت، مع ضمان حرية التعبير الديني في إطار يحفظ الأمن الفكري للمجتمع.

إن التعاون بين الدولة والمؤسسات الدينية يمكن أن يشكل حلاً فعالاً للمشاكل المرتبطة بفوضى المرجعيات الدينية، من خلال إنشاء مجلس أعلى للفتوى الرقمية الذي يكون مسؤولاً عن مراجعة الفتاوى والموافقة عليها قبل نشرها. هذا المجلس يمكن أن يكون حلقة وصل بين الشرعية الدينية والحريات الرقمية.

الخاتمة:

إن ما يمكن استخلاصه من الفتوى الرقمية الناجمة عن تعدد المرجعيات الدينية في الفضاءات الرقمية، أصبحت تمثل إحدى أكبر التحديات التي تواجه المجتمعات في العصر الرقمي، فعلى الرغم من التطور الكبير في وسائل التواصل الاجتماعي والذي أدى

إلى نشر المعلومات الدينية بسهولة، إلا أن هذا التحول قد أسفر عن ظهور فتاوى غير موثوقة ودعاة غير مؤهلين، مما أفضى إلى حدوث ارتباك في التوجهات الدينية لدى الجمهور، ما يؤكد أن الفتوى الرقمية لم تعد مجرد أداة تبليغ ديني، بل أصبحت جزءاً من إعادة تشكيل الهوية الدينية، والنظام الرمزي الاجتماعي. وإننا اليوم أكبر من وقت مضى نواجه تحدياً مركباً، يتطلب تنسيقاً بين المؤسسات الدينية، والبحث العلمي، والإعلام، والمجتمع المدني.

وفي هذا السياق، كان من الضروري تطوير آليات قانونية ومنهجية لضبط الفتوى الرقمية، من خلال: تأهيل الدعاة الرقميين، وتفعيل دور المؤسسات الدينية الرسمية في مراجعة الفتاوى، وكذلك التعاون بين المؤسسات الحكومية والدينية لتنظيم هذا المجال، كما إن تطوير استراتيجيات فعالة لمراقبة المحتوى الديني الرقمي يمكن أن يساهم في تقليل المخاطر المرتبطة بالفوضى الرمزية وتُساعد في تعزيز الهوية الدينية بما يتناسب مع القيم الإسلامية الوسطية.

❖ وفي ضوء ما سبق نرى أنه من الأهمية بمكان تقديم مجموعة من التوصيات أملين أخذها بعين الاعتبار، نجملها فيما يلي:

✓ إصدار تشريع وتأسيس هيئة وطنية للفتوى الرقمية، تشرف على تقنين من له أهلية الإفتاء على المنصات الرقمية.

✓ إنشاء وإطلاق منصة دينية رسمية للفتوى الرقمية تحت إشراف المؤسسة الدينية، تستقطب دعاة معتمدين وتقدم محتوى تفاعلي عالي الجودة.

✓ تكوين الدعاة الرقميين في تقنيات الخطاب الرقمي، وآداب الجدل الإلكتروني، وفقه النوازل المعاصرة.

✓ مراجعة المحتوى الرقمي الديني بشكل دوري بالتعاون بين وزارة الشؤون الدينية والجامعات وتعزيز التربية الرقمية الدينية في الجامعات والمساجد.

✓ توظيف الإعلام الديني الرقمي لتصحيح المفاهيم الشرعية ومكافحة التطرف من خلال بث مضامين وسطية وتعزيز ثقافة التثبث.

المراجع:

1. الأشقر، أسامة عمر (2009). فوضى الإفشاء، دار النفائس، عمان – الأردن، ط1.
2. بلمبخوت، سعيد (2018). الثورة الرقمية، ثورة ثقافية؟ سلسلة عالم المعرفة، العدد 462، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب- الكويت.
3. جرموني، رشيد (2018). الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية، كتاب الفيصل العدد 28، الرياض.
4. حاجي، خالد (2019). الأمن الروحي "الإسلامي في زمن الثقافة الرقمية، منتدى الشرق، المغرب.
5. حاجي، خالد (2019). واقع العلم الشرعي وتحديات الثقافة الرقمية، ضمن أعمال ندوة" أي مستقبل للبحث في العلوم الإسلامية" مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية.
6. لطفي، وائل (2005). ظاهرة الدعاة الجدد، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

1. Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. University of North Carolina Press. 77 ص. <https://uncpress.org/book/9781469643161/hashtag-islam>
2. Roy, O. (2004). *Globalized Islam: The Search for a New Ummah*. Columbia University Press. P ,121 .
3. Chebli, S., & Khelladi, H. (2022). La prédication islamique sur Facebook en Algérie : vers une reconfiguration des autorités religieuses ?. *Revue des Mondes Musulmans et de la Méditerranée*, (151). <https://journals.openedition.org/remmm/15862>

*The Legislative Framework for Electronic Blackmail Crime
through Social Media Platforms*

الإطار التشريعي لجريمة الابتزاز الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي

Dr. Ali Ghribi

National Center for Research in Islamic Sciences and
Civilization, Laghouat, Algeria

Dr. Mohamed Ghribi

University of Amar Tlidi- Laghouat- Algeria

Abstract:

This research paper aims to study the legislative framework of electronic blackmail in light of the significant advancements in information technology and social media platforms. It primarily focuses on analyzing the Algerian legal texts addressing this crime, highlighting their adequacy in dealing with technological developments and associated challenges.

Additionally, the study seeks to compare Algerian legislation with the legislative experiences of other countries, such as the United States and France. This comparison helps identify strengths and weaknesses. The paper offers a set of recommendations to enhance the legal framework, including updating legislative texts, strengthening the role of specialized bodies, and increasing international cooperation to address the cross-border nature of this crime.

Key words: electronic blackmail, social media platforms, Algerian legislation, electronic evidence, cybercrime, international cooperation.

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة الإطار التشريعي للابتزاز الإلكتروني في ظل التطورات الكبيرة في تكنولوجيا المعلومات ومنصات التواصل الاجتماعي. وتركز بشكل رئيسي على تحليل النصوص القانونية الجزائية التي تتناول هذه الجريمة، وإبراز مدى ملاءمتها لمواكبة التطورات التكنولوجية والتحديات المرتبطة بها. كما تسعى الدراسة إلى مقارنة التشريعات الجزائية بالتجارب التشريعية لدول أخرى، كالولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا، لتحديد نقاط القوة والضعف. وتقدم الورقة مجموعة من التوصيات لتعزيز الإطار القانوني، منها تحديث النصوص التشريعية، وتعزيز دور الهيئات المتخصصة، وزيادة التعاون الدولي لمواجهة الطبيعة العابرة للحدود لهذه الجريمة.

الكلمات المفتاحية: الابتزاز الإلكتروني، منصات التواصل الاجتماعي، التشريع الجزائي، الأدلة الإلكترونية، الجريمة الإلكترونية، التعاون الدولي.

Introduction:

The digital space, with its offensive characteristics, has become a serious threat to individuals' privacy, which is increasingly restricted by virtual content, technologies, and platforms. This necessitates the imposition of legal protection for literary status, and considering any violation of it in any way a very serious crime. Cyber-extortion is considered a serious crime that harms the victim, whether in terms of their feelings, money, work, or reputation. It also destroys their psyche and private life by creating blackmailing electronic content. By taking pictures or recording an audio or written conversation and threatening to publish it publicly through a social media account for any reason, this raises legal responsibility for the account

and its contents, especially since the confidentiality of private life is a vague and independent concept that evolves in accordance with the development of society¹.

Whenever the violation occurs in the digital space, tracking the criminal incident becomes complicated. This leads us to ask: What is the legislative response to the crime of electronic blackmail via social media in Algeria? To answer this problem, we will address two axes.

Axis One: Concepts Related to the Crime of Cyber Blackmail

1- The Concept of Blackmail:

Actions that prompt an individual to threaten to reveal certain information about a person, or to do something to harm the threatened person, if the threatened person does not comply with certain requests. This information can often be embarrassing or socially destructive in nature. It means achieving illegitimate goals through illegitimate means. This goal often has a negative impact on social life. Blackmail may be used in any role, regardless

¹ Maghbghab Naim, The Risks of Information Technology and the Internet, Risks to Privacy and Its Protection, A Study in Comparative Law, Beirut, Al-Halabi Legal Publications, 2nd ed., 2008, p. 121.

of its type, to influence the person subjected to this action to achieve specific, illegitimate gains.

It also refers to the attempt to obtain material or moral gains through coercion from a person, persons, or even institutions. This coercion occurs through the threat of exposing a secret of the individual subjected to this action.

2- The Concept of Cyber Blackmail:

Any act based on the misuse of the internet aimed at achieving a specific purpose. This purpose varies from one individual to another depending on the circumstances surrounding each individual, whether material, sexual, or moral¹.

We can also define cyber blackmail as any action taken by an individual using high-precision information technology, the internet, and software that allows the individual to erase their traces after extorting them in order to achieve a specific goal. We note here that goals vary depending on the individual and the factors to which they may be exposed.

3- Forms of Cyber Blackmail:

¹ Saeed Ziouch, The Phenomenon of Electronic Blackmail and Methods of Prevention - A Sociological Reading and Theoretical Opinions, Journal of Social Sciences, Issue 22, University of Chlef, Algeria, January 2017, pp. 71-72.

There are many forms of cyber blackmail, and its forms are focused and determined by the changing objectives of the blackmail process. Therefore, we will mention the most important forms of cyber blackmail, which we will classify as follows:

A- Emotional Cyber Blackmail: This refers to the actions taken by the blackmailer who has sufficient information about the person they are emotionally blackmailing to achieve a specific goal. This goal is determined by the blackmailer from the first meeting between them and their victim, and thus the methods necessary to trap the victim are identified. They then proceed to achieve what they previously determined, while exercising the utmost caution and care.

Emotional blackmail via the internet is one of the most effective forms of victim manipulation. The blackmailer, who has prior knowledge of the victim, abuses the victim, demanding their acquiescence to achieve their stated goals. This refers to all websites used by individuals, especially those characterized by popularity and influence, such as social networking sites such as Facebook, Twitter, Instagram, and other social networks. The blackmailer may use private information gathered through constant communication with the victim, which appears to be based on mutual trust. However, in reality, it is merely a means of gathering private data and

information about the victim, which can be used against them when the time comes.

B- Professional electronic blackmail: This refers to the blackmailer, who is usually responsible for the victim at work. Therefore, the blackmailer possesses sufficient information, most importantly, about the victim, to begin blackmailing them, making various demands or achieving specific goals, such as obtaining overtime or waiving financial incentives. He may even go further. This occurs when the blackmailer demands sexual gratification. Otherwise, the threat will naturally include revealing their private secrets, which are usually work-related or otherwise¹.

1. Political cyber blackmail: The purpose of this type of blackmail is to achieve political gains at the expense of the victim who has fallen prey to this blackmailer. This type of criminal seeks to uncover the political mistakes and errors the victim has made and then use them against them. If the victim does not respond, the blackmailer will resort to threatening to expose them, either through public or private websites. This may even go as far as creating websites under pseudonyms and publishing forged documents or mistakes made by the victim, with the aim of undermining the victim's political reputation or influencing them to give up some of what they have been asked to do. D- Financial

¹ Saeed Ziouch, op. cit., p. 73.

electronic blackmail: The purpose of which is to achieve material benefit, i.e. material profit or obtaining sums of money by deceiving the victim into exposing some personal facts related to him, such as composing the victim's personal photo using photo enhancement and modification programs in a pornographic manner or in indecent positions. Thus, the resulting threat leads the victim to submit and yield to the demands of the blackmailing criminal, who constantly requests sums of money. In the event of the victim's refusal, there will be a threat to publish these photos and facts in a slanderous manner on social networks and on the sites in which the victim is a member¹.

Axis Two: Combating the Crime of Cyber Blackmail via Social Media in Algeria

In an effort to address the phenomenon of cybercrime and the significant harm it causes to individuals and state institutions, on the one hand, and to address the existing legislative vacuum in this area, on the other hand, the Algerian legislature has amended numerous national laws since the second millennium, including punitive legislation, most notably the Penal Code, to align them with criminal developments in the field of information and communication technology. It has also introduced other

¹ Mohamed Amin Al-Rumi, Computer and Internet Crimes (Algeria: University Publications House), 2003, p. 182.

specific laws to ensure the criminal protection of electronic transactions. Nevertheless, the question remains about the effectiveness of these laws in combating these crimes. In this section, we will attempt to address the role of the Anti-Blackmail Crimes Department, first, and the methods of proving and combating cyberblackmail via social media, second.

First: The Role of the Anti-Blackmail Crimes Department

Blackmail cases are among the modern cybercrimes in Algeria. It is no secret that Algeria, like other Arab countries, has kept pace with the advancement of information technology. Blackmail cases in Algeria are more prevalent among young women than young men. Although Algerian society is a cultured and balanced society, crime exists in any society. Algerians are well aware of the dangers of technological means and the mechanisms necessary to deal with them properly. However, young women are always at risk, as the police, or the Anti-Cybercrime Unit, are trained and capable of dealing with all cybercrimes and are fully committed to combating any cyber-blackmail case. Therefore, the Algerian government portal is the best place to turn. However, it is also possible to turn to some private entities that are renowned for resolving blackmail problems in Algeria. You can contact the Algerian police number 17, or the blackmail number 1548. You can also call the blackmail hotline in the state security at 1499642. The police are an

important element and cannot be ignored if you wish to file a blackmail complaint, as most cyber-blackmail cases can be resolved through official authorities. Therefore, the Algerian police are an important element and should be sought in order to obtain all free government services and benefit immediately from the resolution of blackmail cases¹.

Second: Methods for Proving and Combating Cyber-Blackmail on Social Media

I. Methods for Proving and Combating Cyber-Blackmail on Social Media:

The specificity of pursuing the crime of cyber-blackmail lies in the difficulty of proving it, as it is carried out using complex technical means and takes place digitally. This all depends on the validity of the digital evidence obtained through a series of investigative and deductive procedures, and whether it is sufficient to form a conviction that would allow a public lawsuit to be filed against the perpetrator and subsequently investigated.

¹ Legal Consultations, Combating Electronic Blackmail, Anti-Blackmail Number in Algeria and Reporting Complaints to the Police, February 1, 2025, dated February 21, 2025, at 6:32 PM, website <https://www.mohamah.net/law>.

Referring to digital evidence taken from an information system, we find that it takes the form of magnetic fields, pulses, or special technological applications, and is presented in the form of evidence that can be relied upon before the courts. It is a digital component for providing information in various forms, such as written texts, images, shapes, and drawings, in order to link the crime, the criminal, and the victim in a legal manner that can be taken into account before law enforcement agencies. Digital evidence includes all digital data that, in turn, indicates the existence of a crime and the fact that it was committed, thus linking it to the perpetrator and the victim. It can be used at any stage of the investigation to prove a legal fact, as the service provider can identify the user and know all the websites they have visited, the discussion forums they have used, and the communications they have made, regardless of whether they communicate using a pseudonym or a fake email address. Obtaining digital evidence requires the presence of a technical expert who will conduct the examination and inspection through:

1- Inspection: This refers to viewing the locations of the criminal incidents and documenting their contents in a virtual environment,

which is the scene of the cyber-extortion crime¹. This requires the investigator to travel to the scene of the crime or any other location where objects or traces are found that the investigator believes are related to the crime and could contribute to uncovering the crime. The inspection is conducted after receiving a report of a cybercrime. The information required in the report is verified, and then the investigation proceeds to the virtual inspection site. The following controls must be observed when conducting an inspection of a cyber-extortion crime:

- Issuing a permit from the Public Prosecution authorizing the inspection of information systems, and then assigning an expert or team of experts to develop an electronic inspection plan.
- Gathering prior information about the location of the cyber-extortion crime, while determining the number of computers required to be inspected and examined.
- Accurately identifying the location of the cyber-extortion crime by identifying the page, username, and password. This is done by a specialized employee, or a team if the task is complex. The inspection

¹ Salman, Awda Yousef, Crimes Against the Sanctity of Private Life Committed Through Modern Information Technology, Iraq, Al-Rafidain College, Department of Law, no date, p. 71.

must be conducted in accordance with the principles of customary litigation procedures and the principle of legality.

2- Inspection: This includes:

- Traditional scene: This occurs outside the virtual world and focuses on tangible material objects at the location where the crime occurred. The perpetrator leaves numerous traces, such as fingerprints, personal belongings, storage media, or printer paper.

- Virtual scene: This is located within a phone, tablet, or computer. It consists of the digital data contained within the computer, its networks, and hard drives. This evidence is handled by computer experts specialized in this type of evidence¹.

Law No. 09-04, relating to the prevention and combating of crimes related to information and communication technologies, stipulates electronic inspection procedures in the case of crimes committed using information systems in Article 5². This, of course, must be authorized by

¹ Al-Ubaidi, Osama bin Ghanem, Searching for Evidence in Cybercrimes, Arab Journal for Security Studies and Training, Riyadh, Naif Arab Academy for Security Sciences, Vol. 29, No. 58, no date, pp. 115-120.

² Law No. 09-04 of Sha'ban 14, 1430 (August 5, 2009), containing special rules for the prevention and combating of crimes related to information and communication technologies, Official Journal No. 47 of Sha'ban 25, 1430 (August 16, 2009).

the Public Prosecutor, otherwise it will be invalid. Paragraph 3 of the same article also stipulates the expansion of the scope of inspection outside the national territory, through competent foreign assistance in accordance with relevant international agreements and in accordance with the principle of reciprocity. 3- Hearing Witness Testimony: A witness in a cyber-extortion crime is an expert specializing in computer and network technologies, who possesses essential information necessary to access the automated data processing system. This witness is called an information witness, and his or her task is to provide the investigating authorities with the essential information they possess, necessary to access the automated data processing system in search of evidence of the crime within it¹.

II. Combating Cyber Blackmail Crimes Through Social Media:

1- Combating Cybercrime Under the Algerian Penal Code: The Algerian legislator has addressed the criminalization of acts affecting computer systems, influenced by the new forms of crime brought about by the information revolution. This prompted the Algerian legislator to amend the Penal Code by Law No. 04-15 of November 10, 2004, amending Order No. 22-15, which includes the Penal Code, under the heading

¹ Ali Ahmed Al-Zaghbi, The Right to Privacy in Criminal Law: A Comparative Study, Tripoli, Lebanon, Modern Book Foundation, 2006, p. 315.

"Attacking Automated Data Processing Systems." This section includes eight articles, from Article 394 bis to Article 394 bis 7¹.

To address the legal vacuum, the Algerian legislator, by Law No. 04-15², introduced a set of texts criminalizing acts related to automated data processing and specifying the corresponding penalty for each act. The Algerian legislator enacted a set of substantive legal rules, defining all acts affecting automated data processing systems and their corresponding penalties³.

In addition, the Algerian legislator has enacted new procedural rules related to investigations that are consistent with the distinctive nature of cybercrimes by amending the Code of Criminal Procedure pursuant to Law No. 06-22⁴. Article 394 bis stipulates: "Anyone who fraudulently

¹ 10-Fadila Akli, Cybercrime and Measures to Combat It Through Algerian Legislation, 14th International Conference on Cybercrime, Tripoli, March 24-25, 2017, p. 127.

² -Law No. 04-15 of November 10, 2004 amending and supplementing Ordinance No. 66-156, containing the Penal Code, Official Journal No. 71 issued on November 10, 2004, as amended and supplemented.

³ Law No. 06-22 of December 20, 2006 amending and supplementing Order No. 66-155, including the Code of Criminal Procedure, Official Journal No. 84, issued on December 24, 2006.

⁴ Brahimi Jamal, Combating Cybercrime in Algerian Legislation, Critical Journal of Law and Political Science, Faculty of Law and Political Science, Mouloud Mammeri University, Tizi Ouzou, Issue 2, published on November 15, 2016, pp. 124-125.

enters or remains in all or part of an automated data processing system, or attempts to do so, shall be punished by imprisonment from three months to one year and a fine of 50,000 to 100,000 DZD." The penalty is doubled if this results in the deletion or alteration of system data. If the above-mentioned acts result in the sabotage of the system's operation, the penalty shall be imprisonment from six months to two years and a fine of 50,000 to 150,000 DZD." This applies regardless of the computer room or its nature. Therefore, these attacks may include those that affect certain aspects of private life. Article 394 bis 2 stipulates: "Anyone who intentionally and fraudulently commits the following shall be punished:

1. Designs, researches, compiles, provides, publishes, or trades in data stored, processed, or communicated through an information system in which the crimes stipulated in this section may be committed.
2. Possession or disclosure of Or publishing or using for any purpose all data obtained from one of the crimes stipulated in this section.

Article 394 bis 6¹ adds that, in addition to the principal penalties of imprisonment and a fine, and while preserving the rights of bona fide

¹ Hussein Nawara, Mechanisms Regulating the Algerian Legislature's Regulation of the Crime of Electronic Violation of the Right to Privacy, National Conference "Mechanisms for Combating Cybercrime in Algerian Legislation," Algiers, March 29, 2017, pp. 118-119.

third parties, the following additional penalties shall be imposed: "The devices, programs, and means used shall be confiscated, along with the closure of sites that are the subject of a crime punishable under this section. In addition, the premises or place of exploitation shall be closed if the crime was committed with the knowledge of its owner."

2- Combating cybercrime under the Algerian Code of Criminal Procedure: Prosecuting cybercrime is carried out using the same procedures as for conventional crimes, such as inspection, examination, interrogation of the accused, seizure, leakage, testimony, and expertise¹.

We find that the legislator has extended the public prosecutor's jurisdiction over cybercrimes in Article 37 of the Code of Criminal Procedure, and provided for inspection in Article 45, paragraph 7² of the same amended law, where he considered that inspection of the information system differs from conventional inspection in terms of general procedural rules in terms of formal and substantive conditions. Although inspection is an investigative procedure, the legislator has surrounded it with strict rules, and therefore the provisions of Article 44 of the Code of Criminal Procedure do not apply when it comes to

¹ Fadila Akli, op. cit., p. 130.

² Mouloud Didan, Code of Criminal Procedure, Order 11-02, Dar Belkis, Algiers, p. 33.

cybercrimes. He also provided for the suspension of investigations into the crime of tampering with processing systems in Article 51, paragraph 6, and also for intercepting correspondence, recording voices, and taking pictures in Article 65 bis 5¹. The Algerian legislator is well aware that effective combating cybercrime does not only involve establishing objective legal rules of a deterrent nature. Rather, these rules must be accompanied by other procedural, preventative, and precautionary rules, which can prevent cybercrime or at least detect it early enough to mitigate its risks. The legislator addressed this by including in Law No. 06-22 amending the Code of Criminal Procedure new procedural measures related to the investigation of cybercrimes, including the monitoring, recording, and leakage of electronic communications.

Correspondence interception means the interception, recording, or copying of communications in the form of data capable of being produced, distributed, stored, received, and displayed, carried out via wired or wireless communication channels or means within the framework of investigating and investigating the crime and gathering evidence thereof. The Algerian legislator has indicated the circumstances and manner of resorting to this procedure in Article 65 bis 5 of the Code of Criminal Procedure, as follows: "If the necessities of investigation into

¹-Fadhila Aqli, the previous reference, p. 130.

a crime in progress, or preliminary investigation into...crimes affecting automated data processing systems... require..."¹

Conclusion:

The right to privacy is an inherent right of the individual that requires constitutional, criminal, procedural, and civil protection to prevent its violation, particularly against cyber-extortion. This protection can be achieved through:

- Defining the concept of privacy, its boundaries, and its elements, avoiding restriction and ambiguity by expanding its scope, thus providing greater protection against various types of violations, especially cyber-extortion.
- Considering the threat of revealing dishonorable matters and directing scandalous statements that harm the victim's reputation as a crime of extortion. It is sufficient for punishment under this law that the perpetrator has prepared the threatening message to reach the person threatened, whether sent directly or communicated to them.
- The necessity of explicitly criminalizing cyber-extortion, which includes threats and bargaining over a digital product to obtain material, moral, or

¹ Brahimy Jamal, the previous reference, pp. 138-140.

sexual benefits. With the intensification of penalties or considering the Internet an aggravating factor, since the application of traditional law is insufficient and its punishment is always lighter.

- Take precautionary measures by strengthening virtual accounts by activating privacy measures, choosing strong passwords, and changing them periodically.
- Avoid making personal secrets publicly available, treat strangers in the virtual world with caution, and block anyone who appears suspicious or has apparent criminal intentions.

List of Sources and References:

1. List of Sources:

- Law No. 04-15 of November 10, 2004 amending and supplementing Ordinance No. 66-156, including the Penal Code, Official Journal No. 71 issued on November 10, 2004, as amended and supplemented.
- Law No. 06-22 dated 12/20/2006 amending and supplementing Order No. 66-155, including the Code of Criminal Procedure, Official Journal

No. 84, issued on 12/24/2006. - Law No. 16-01 of 26 Jumada I 1437 corresponding to March 6, 2016, containing the constitutional amendment, Official Journal No. 14 of 27 Jumada I 1437 corresponding to March 6, 2016.

- Law No. 09-04 of 14 Sha'ban 1430 corresponding to August 5, 2009, containing special rules for the prevention and combating of crimes related to information and communication technologies, Official Journal No. 47 of 25 Sha'ban 1430 corresponding to August 16, 2009.

2. Bibliography:

A- Books:

- Ali Ahmed Al-Zaghibi, The Right to Privacy in Criminal Law, A Comparative Study, Tripoli, Lebanon, Modern Book Foundation, 1st ed., 2006.

- Muhammad Amin Al-Rumi, Crimes and the Internet (Algeria: Dar University Publications), 2003.

- Maghbghab Naim, The Risks of Information Technology and the Internet, Risks to Privacy and Its Protection, A Study in Comparative Law, Beirut, Al-Halabi Legal Publications, 2nd ed., 2008.

B- Journals:

- Al-Ubaidi Osama Bin Ghanem, The Search for Evidence in Cybercrimes, Arab Journal for Security Studies and Training, Riyadh, Naif Arab Academy for Security Sciences, Vol. 29, No. 58, no year.

- Brahim Jamal, Combating Cybercrime in Algerian Legislation, Critical Journal of Law and Political Science, Faculty of Law and Political Science, Mouloud Mammeri University, Tizi Ouzou, Issue 2, published on November 15, 2016. - Saeed Ziouch, The Phenomenon of Electronic Blackmail and Methods of Prevention - A Sociological Reading and Theoretical Views, Journal of Social Sciences, Issue 22, University of Chlef, Algeria, January 2017.

C- Conferences and Forums:

- Hussein Nawara, Mechanisms of Algerian Legislation Regulating the Crime of Electronic Violation of the Right to Privacy, National Forum "Mechanisms for Combating Cybercrime in Algerian Legislation," Algiers, March 29, 2017.

- Fadhila Aqli, Cybercrime and Measures to Confront It Through Algerian Legislation, Fourteenth International Conference "Cybercrime," Tripoli, March 24-25, 2017.

D- Papers:

- Salman, Awda Youssef, Crimes Against the Sanctity of Private Life Committed Through Modern Information Technology, Iraq, Al-Rafidain College, Department of Law, no year.

e- Websites:

- Legal consultations, combating electronic blackmail, the anti-blackmail number in Algeria and reporting complaints to the police, February 1, 2025, February 21, 2025, at 6:32 PM, website <https://www.mohamah.net/law>.

En outre, l'effectivité de la protection de la vie privée des personnes dépendra de la collaboration entre les acteurs publics, privés et académiques, ainsi que de la capacité du Maroc à adapter son cadre juridique aux défis posés par l'évolution technologique. Et pour que le Maroc puisse pleinement tirer parti des avantages des réseaux sociaux, tout en protégeant les droits de ses citoyens, une réforme législative s'impose à commencer par l'adoption du projet de loi n°22-20 relatif à l'utilisation des réseaux sociaux et similaires.

En somme, la question de la protection de la vie privée n'est pas seulement une question de loi et de sa mise en œuvre, mais aussi une question de valeurs et d'engagement de tous les acteurs impliqués.

Bibliographie

BOYER Bertrand, 2015, *Dictionnaire de la cybersécurité et des réseaux*, éd. nuvis, Paris;

BRONNER Gérald (dir), 2022, *Les lumières à l'ère numérique*, éd. PUF ;

DREYFUS Nathalie, 2011, *Marques et internet : Protection, valorisation, défense*, éd. Lamy, Coll. Lamy Axe droit ;

SAINGRA Maelys, 2019 – 2020, *La régulation des contenus illicites sur les réseaux sociaux*, mémoire de Master 2, Université De Montpellier ;

Webographie

BOURGIN Yoann, « Cybersécurité : Facebook concentre 56% des menaces liées aux réseaux sociaux », posté le 19 février 2025, in <https://www.usine-digitale.fr/article/cybersecurite-facebook-concentre-56-des-menaces-liees-aux-reseaux-sociaux.N2227693> ;

COÛFFÉ Thomas, « Chiffres réseaux sociaux – 2025 », BDM, Mis à jour le 24 février 2025, <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/> ;

Dictionnaire La Langue Française (LLF), Réseau social, in <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/reseau-social>, mise à jour le 8 novembre 2024, consulté le 9 avril 2025 ;

KIMP Simon, *DIGITAL 2025 : MOROCCO*, posté le 3 mars 2025, in <https://datareportal.com/reports/digital-2025-morocco?rq=MOROCCO%202025> ;

SPENCER Patrick, *Paysage de la cybersécurité et de la conformité 2024 : 50 statistiques essentielles façonnant notre avenir numérique*, publiée le 11 décembre 2024, in <https://www.kiteworks.com/fr/gestion-des-risques-lies->

a-la-cybersecurite/paysage-cybersecurite-2024-50-statistiques-essentielles/;

مَوَاقِعُ التَّوَاصُلِ الاجْتِمَاعِيِّ وَالتَّغْيِيرُ الْقِيَمِيُّ عِنْدَ الشَّبَابِ
دراسةً كَيْفِيَّةً لِعَدَدٍ مِنَ الْمَشَاهِدِ فِي مَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الاجْتِمَاعِيِّ

Social Media and the Transformation of values among young people

A Qualitative Study of selected Scenes from social media

د. شرغال فيروز¹ د. مسواكة حنان² أ. بولعشب زهير³
Dr. Chourghal fairouz¹ Dr. Messouaka hanan² Boulaacheb zoheir³
جامعة: ^{3,2,1} محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريش / الجزائر

^{1,2,3} University Mohamed El Bachir El Ibrahimi of Bordj Bou Arreridj –Algérie-

Abstract:

Understanding the significant effects that social media platform content has had on young people's behaviors and values is the main goal of our study. As young people migrate away from traditional media and communication tools like: television, new digital spaces have evolved that reflect substantial alterations in the value structure inside their social lives. Through intentional or accidental exposure, social media platforms have emerged as their go-to method of communication, contributing significantly to the socialization process and serving as new institutions in the virtual world that provide capabilities that traditional technologies were unable to provide. Furthermore, the authority that these platforms have acquired frequently outweighs that of more conventional social players, such as parents and teachers. Through them, young people absorb new value systems across cultural, social, entertainment, and even linguistic dimensions, shaping a new identity based on up-and-coming standards.

Thus, the purpose of this study is to examine how social media material affects young people's value hierarchy. We use content analysis methodology in a qualitative manner. An observation grid and a sample selected from a variety of social media platform scenarios are the foundation of the investigation.

Keywords: Social media platforms, Value change, Value capital, Virtual society, linguistic value, Culture and entertainment culture.

الملخص:

نركز في دراستنا على فهم أبرز التأثيرات التي أحدثتها مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على عدد من ممارسات وقيم الشباب، حيث انتشرت فضاءات جديدة تعكس عدد من التغيرات القيمة الجديدة في الحياة الاجتماعية للشباب وابتعادهم عن وسائل الاتصال والتكنولوجيا التقليدية كتليفزيون...، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة المفضلة لديهم تساهم في عملية التنشئة الاجتماعية كمؤسسات جديدة في العالم الافتراضي، سواء بأسلوب مقصود أو غير مقصود الذي لا يوفر ما توفرها الانترنت على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أصبحت لها سلطة تتعدى سلطة الفاعلين الاجتماعي الأصليين كالوالدين والمعلم، ويتشرب الشباب من خلالها مضامين قيمة جديدة سواء على المستوى الثقافي والاجتماعي أو الترفيهي أو حتى اللغوي، أي تؤسس لمحتوى هوية بمعايير جديدة.

وعليه فدراستنا تسعى الى تحليل تأثيرات هذه المواقع بمحتوياتها المختلفة على محاور سلم القيم لدى الشباب وذلك باستخدام المنهج الكيفي معتمدين على التحليل المضاميني، بالإعتماد على شبكة الملاحظة وعينة الدراسة عبارة عن عدد من المشاهد المتواجدة في مواقع التواصل الاجتماعي. الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، التغير القيمي، رأسمال القيمي، المجتمع الافتراضي، القيمة اللغوية، الثقافة والثقافة الترفهية.

مقدمة:

إنَّ التَّغْيِيرَ الحاصل على مستوى تكنولوجيايات الإعلام والإتصال، يعكسُهَا التَّطَوُّرُ السريع لمواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة أسهمت في إنتشار أنماط حياتية و معايير جديدة، يَتَشَرَّبُهَا شبابنا ويقومون بنشرها، كإنعكاسٍ للتحويلات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية... إلخ التي يعيشها الشبابُ اليوم، فالوسائط الإلكترونية أصبحت ملجأً وَمَتَنَفَّسًا لهم، تحتوي على مضامين قيمة فرضت سيطرتها على الوسائط التَّقْلِيدِيَّةِ الممتثلة في الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات الدينية... إلخ، أثرت وبشكل مباشر على تآكل شبكة العلاقات الاجتماعية وضعف البُنْيَةِ القيمية والهوية الثقافية من خلال تلاشي القيم التقليدية وظهور قيم مادية جديدة يفرضها

خصوصية العالم الافتراضي الجديد. الذي يلي احتياجات الشباب الجيل المعاصر في ظل المتغيرات الجديدة.

وتتمثل أهمية دراستنا في البحث عن أبرز التأثيرات التي أحدثتها مضامين مواقع التّواصل الاجتماعي والتّرنّات المعروضة سواء على مستوى الفيسبوك أو الأنستغرام أو التيك توك أو اليوتوب.

وترتكز إشكالية بحثنا على التساؤلات التالية:

1. كيف تساهم مضامين مواقع التواصل الاجتماعي في محتواها المقدمة في التأثير على القيمة الترفيهية والقيمة اللغوية؟
2. كيف تقدّم هذه المواقع في محتواها مكانة الفاعلين التربويين وكيف تظهر صورة النموذج والقُدوة؟
3. هل لهذه المضامين تأثير في تغيير تصورنا للهوية وعملية الضبط ولشبكة العلاقات الاجتماعية من خلال ما تعرضه مواقع التواصل على الشباب؟

ولعرض المادة المختارة للتحليل تحدد العمل على مضمون شكل المادة البحثية لعينة الدراسة المتمثلة في مشاهد ومحتوي مأخوذ من مواقع تواصل الاجتماعي والتي نحاول من خلالها أن نناقش عدداً من الأهداف المثلة في:

1. دور المحتوى العروض في مواقع التّواصل في تقديم تصورات الشباب لمكانة الفاعلين التربويين.
2. طرق تقديم مواقع التواصل لنماذج من القيم الدينيّة والثّقافيّة التّرفيهية للشباب.
3. فهم مساهمات مواقع التواصل في عرض مضمون القيم اللغوية لدى الشباب وأبرز خصوصياتها.

أولاً: الإطار المفاهيمي للدراسة

إن أبرز المفاهيم التي تناولناها في الموضوع نجد:

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

إجرائياً وسائل التواصل الاجتماعي عبارة عن أنظمة وشبكات الإلكترونية داخل الفضاء الافتراضي يقوم الأفراد بشتى فئاتهم الاجتماعية بالإشترك فيها وإنشاء مواقع وحسابات خاص بهم، هذه الحسابات تربطهم مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها.

لعل الدور اذي تفرضه مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب، يُعد من أهم الأدوار التي يمكن أن يلعبها أي نوع من أنواع الاتصالات الأخرى في حياتهم الاجتماعية بما في ذلك الإتصال الشخصي، والانفتاح على ثقافات المجتمعات المختلفة مما يسهل عليهم الإنضمام الى جمعيات اجتماعية أو فرق رياضية والإخراط في الحياة الاجتماعية (خضر، 2005، ص 227، 228)

2- التغير القيمي:

هي الأحكام بالنسبة للتصرفات والسلوكات وهي الأساس الضمني لأي نموذج ثقافي...، وهي المعايير التي تقود الأفعال وتوجهها في الحياة اليومية وسلطتها لا تعتمد على القوة بقدر ما تعتمد على الانتماء إلى القيم فهي وثيقة الصلة بالنماذج الثقافية. الضمني. (روشيه، 2002، ص 139، 140)

تتغير القيم في الزمان والمكان، ويرى عالم الاجتماع إلى أَنَّ الْقِيَمَ هي ما يخص مجتمع ما فهي المثل التي تتخذها جماعة من الجماعات وتنتسب إليها، وهي تتغير من مجتمع إلى آخر ولذلك فهي نسبيّة وتستدعي إنتماء عاطفي لأنها تتضمن شحنة إنفعالية هي التي تفسر الثبات النسبي للقيم عبر الزمان وهي التي تفسر عموماً المقاومة التي يلاقيها تَغْيِيرُ القيمة وتبدلها داخل المجتمع. (روشيه، 2002، ص 142)

إن أي تغير في القيم غالبا ما يكون تحولا في تراتبية القيم وتدرجها، أكثر من خلق قيم جديدة، فتراتبية القيم تتبدل وتتغير وتضعف، كقيم السائدة وتحل محلها قيم أخرى من متغيراتها. (عبد الغني، 2006، ص 142)

وعند انتوني غيدنز: " هو رفض القيم والمعايير السائدة في المجتمع قد تشجع ظهور الآراء والاتجاهات التي تطرح بدائل للثقافة المهيمنة والحركات الاجتماعية والجماعات التي تشترك في المواقف أو في أسلوب الحياة تمثل قوة فاعلة ومؤثرة دافعة للتغيير. (جيدنز، 2005، ص 85، 86)

وبحسب عزي (2010): " أن الشباب يقضي وقتا أطول مع الأنترنت التي تقدم الكثير من المحتوى المتنوع ما يفسر تغير القيم عند هذه الفئة خاصة بعد الاستخدام (عزي و بومعيزة، 2010، ص 271، 272)

3- الرأسمال القيمي:

يتعلق الرأسمالُ القِيَمِيُّ بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية التي تشكل هويته وإنتمائه الى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية، ويتجلى رأسمال القيمي في العلاقة بين مستوى القول (الرمزي) أو الفعل (السلوك الفردي أو الجماعي) ويكون هنا الرأسمال القيمي المرَجُعُ في أداء كل من الرأسمال المَادِّيِّ وَالرَّمُزِيِّ، حيث يعمل الرأسمال الرمزي فيما يسمى بالفضاءات الترفهية الى دفع الفرد والمجتمع بدور المستهلك لمنتجات الآخر، وإذا كان هناك فائض في الرأسمال المادي والرمزي فإن هناك عجزا قيميا بارزاً في مجال البناء القيمي والعمراني للحضارة. (عزي، 2009، ص 158)

4- المجتمع الافتراضي:

يعد هاورد راينغولد Howard أول من استخدم هذا المصطلح ويعرفه على انه تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة حين يستمر الافراد بعدد كاف في مناقشاتهم علنيا

لوقت كافي من الزمن بمشاعر انسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السايبري (منصوري، 2014، ص 21)

هو مجموعة من الافراد الذين يشاركون عبر شبكة الانترنت لفترة زمنية لتحقيق غاية او هدف من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحددها تكنولوجيا اجتماعية

اذ ما يميز المجتمع الافتراضي أَنَّهُ نَتَائِجُ عُقُولِ إِنْسَانِيَّةٍ وَتَفَاعُلَاتِ آلِيَّةٍ لِأَنَّ بِاسْتِطَاعَةِ الْمُسْتَعْمِلِينَ أَنْ يَصْمُمُوا الْمَجْتَمَعَ الَّذِي يَرِيدُونَهُ وَفَقَّ الْهَدَفَ الَّذِي يَرَسُمُونَهُ، وَهَنَّاكَ تَنْوَعٌ كَبِيرٌ لِدَرَجَةِ انْتِنَا لَا نَصَادِفُ فِي أَيِّ مَجَالٍ اجْتِمَاعِيٍّ أَوْ سِيَاسِيٍّ أَوْ ثِقَافِيٍّ أَوْ دِينِيٍّ أَوْ اقْتِسَادِيٍّ أَوْ تَعْلِيمِيٍّ أَوْ تَرْفِيهِيٍّ إِلَّا وَنَجَدُ الْمَجْتَمَعَاتِ الْاِفْتِرَاضِيَّةِ (منصوري، 2014، ص 21)

5- القيمة اللغوية:

إجرائيا وحسب تحلييل ضمني للمشاهد بنية اللغة القيمية للمتحدث تحمل حالة مرضية وعنف لسانیاً مُضِرّاً حيث يشمل العنف اللساني الاجتماعي أساليب تجاهل الآخر والتعدي عليه وإهانته مما يؤثر على أوصار العلاقات الاجتماعية ويفكك قيمة، ويشمل هذا العنف مجالات عدة، فالبعض بالحياة المعيشية والبعض بالحياة الأسرية، والبعض يتعلق بنمط الحياة وتقديس المال واستهلاك منتجات الغير والتباهي بالأبطال والنجوم الذين تعرضهم اعلانات مواقع التواصل وينعكس ذلك في الفاظ ونكت وأمثال. هذا عبر عنه.

6- الثقافة الترفيية:

إن الفراغ والملل الذي هو حالة عامة منتشرة بين جميع الفئات العمرية والمستويات التعليمية، وكذلك بين الجنسين بصرف النظر عن حالتهم الاجتماعية متزوجون أو غير ذلك... فهم يعانون من الرتابة والملل والفراغ في حياتهم اليومية، فلولا

وجود الأنترنت كوسيلة ترفيه في حياتهم، لكننا قد شعرو بإختناق قاتل وسأم مخيف، لكن يجب التأكد هنا على أمر في غاية الأهمية يتعلق الأمر بالتأثيرات الضمنية للترفيه الذي تقوم به وسائل الإتصال على ثقافة الشباب، التي استثمروها في الترفيه، وقتل الفراغ ، فيجب على الدارسين توخي الحذر من الفهم الخاطئ لهذه الوظيفة التي تقوم بها الأنترنت ومواقع التواصل في حياتهم وواقعهم الثقافي. (خضر، 2005، ص 223)

إن الترفيه هو حاجة أساسية من حاجيات نمو شخصية الفرد، فمضمون البرامج التي يشهدها شبابنا في الانترنيت و مواقع التواصل، مشبعة بدلالات وأهداف ضمنية ذات تأثيرات بعيدة المدى، حيث يذهب هربرت شيللر في الإتجاه نفسه ليؤكد على عدم براءة هذه المضامين أو نزاهتها وحياديتها، إذ تخضع برأيه لعملية إنتقاء دقيقة، ومعالجة صارمة، من أجل تقديمها وتوظيفها... (خضر، 2005، ص 224)

إذن فإن محتوى مواقع التواصل الاجتماعي تغمرها الثقافة الترفيهية والتي تشكو عموما من عجز قيمي بحيث يبتعد الفرد عن الإرتباط بالقيمة.

ثانيا: الإطار الاجرائي للدراسة

1- المنهج:

تستعمل البحوث الكيفية مناهج متعددة لدراسة ظاهرة ما في سياقها وتحليلها وتأويلها لمحاولة فهمها وهي تعني النوعية وجودة وخصائص الظاهرة القائمة على تصور بدلا من التكميم أو القياس كما أن هناك من يسميها بمناهج تأولية أو فهمية (دليو، 2022، ص 23، 24)

ويعرف المنهج الكيفي: "على انه ينجز في وسط طبيعي يقوم الباحث فيه بجمع البيانات في شكل كلمات أو صور ويحللها بطريقة استقرائية مع تركيزه على معاني المشاؤكين وتقديم وصفا معبرا ومقنعا لغويا (دليو، 2022، ص 65)

وتم الإعتماد على تقنية تحليل المحتوى (المضمون) وتعرف بأنها: "التقنيات التي تستخدم في العلوم الاجتماعية بغية تحليل المواد الإعلامية مهما كانت طبيعتها مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية" (نفوسي، 2016، ص 95)

وأيضاً يتم اللجوء إلى تقنية تحليل المحتوى لتحليل البيانات التي يتم جمعها بإستعمال المقابلة، كما يستعمل، إذا كانت طبيعة العينة مكونة من مصادر وثائقية من كتب والمجلات، كذلك الدعائم السمعية لتحليل الخطاب المسموع... باختصار يستعمل تحليل المحتوى لتحليل الرسائل السمعية والمرئية

ويعرف أيضاً: "على أنه تقنية بحث من أجل الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمحتوى الظاهري للإتصال" (سبعون و جرادي، 2012، ص 229)

كما يرى إلكسندر جورج Alexander George أن التحليل الكيفي منعدم التكرارات والتحليل الكمي تكراري...، بحيث تكون المناهج الكيفية أكثر إهتماماً بتطوير البيانات التي يمكن تأويلها لأهمية دلالتها النظرية (دليو، 2022، ص 167)

وبالإعتماد على المدونات السَّمْعِيَّةِ البَصْرِيَّةِ لمشاهد مختارة يتم تحديد عدد من الوحدات التحليل واستخراج المضامين القيمة خلال تحليل وتركيب المشهد من أجل فهم بُنْيَتِهِ وَقِيَمَتِهِ التَّوْثِيقِيَّةِ، ويتم تقديم تحليل كيفي للمشاهد المختارة من واقع التواصل الاجتماعي كعمل سمعي بصري، وإعتبارها كوحدة تواصلية سمعية بصرية نعكس من خلالها أهداف وإشكالية الموضوع.

إن تحليل المشاهد المختارة من مواقع التواصل الاجتماعي في ظل عولمة إعلامية محركها الرسائل السمعية البصرية نعمل من خلاله تقديم التأويلات للمعاني التي تحملها الرسائل الموجهة في مختلف الفيديوهات والذي يسمح بتقديم وبناء نموذج للتحليل المضمون في شكل مادة علمية.

وتم اللجوء الى هذه التَّقْنِيَّةِ من خلال تسليط الضوء على عدد من المشاهد التي يروج لها في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم تحليل المشاهد " الفيديوات " بتحديد عدد من الفئات: كفئة الموضوع، وفئة الهدف، وفئة القيمة. وقد تم صياغتها لإعطاء اتجاه مُحتَوَى الاتِّصَالِ والتي تعتبر عملية ترميز في تقنية تحليل المحتوى.

تسمح الفئة بتصنيف نص الاتصال وترتيبه على أساس أهداف وتساؤلات البحث وهذا بإستخراج عناصر ذات دَلَالَةٍ، والتفئته هي معلومات أخرى موجودة في الرسالة بصفة ضمنية وهي بمثابة عنوان جامع ذات دلالة يجمع خصائص مشتركة بنص الرسالة، ولها أهمية بالغة في تحليل المحتوى، إذ أن نجاح ذا الأخير يتوقف على حسن تعيين فئات، وذلك بتصنيف محتوى الإتصال وهي تنقسم إلى فئتين أساسيتين: (سبعون و جرادي، 2012، ص 230، 232)

- فئة الشكل: الذي تجيب على سؤال ماذا قيل؟
- فئة المحتوى: الذي تجيب على سؤال ماذا قيل؟

كما تم الإعتماد على شبكة الملاحظة كتقنية سمحت بملاحظة محتوى مشاهد مواقع التواصل وتسجيلها، وتعرف: " بأنها تتميز بالدقة وتسمح بتسجيل المشاهدات وإعداد شبكة من التسجيلات والتي سمحت بتحديد محتوى الفئات التي تتضمنها مشاهد الفيديو واعتمادها في بناء نموذج التحليل. (أنجرس، 2004، ص 273)

2- العينة:

تتوزع عينة الدراسة -المختارة من عدد كبير من المشاهد المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي- والتي تم سحبها وفق العينة النمطية التي تعرف على أنها: " سحب عينة من مجتمع البحث بانتقاء عناصر مثالية منه، بحيث نبحت عن عناصر أو عدّة عناصر تكون بمثابة صور نمطية لمجتمع البحث الذي استخرجت منه". (أنجرس، 2004، ص 311)

و بفرز موجه:" هو إجراء غير إحتمالي للمعاينة بنوع من التشابه مع مجتمع البحث المستهدف وهو نوعا ما أكثر دقة من الفرز العشوائي بحيث نختار عناصر مرتبة وأنها تمثل جزءا من مجتمع البحث المستهدف بحيث تكون مرتبطة بمشكلة البحث. (أنجرس، 2004، ص 314)

و ترتبط بخصوصيات المشاهد بحسب المتغيرات المستهدفة للتحليل من خلال ما تم انتقائه مع تحديد جملة الفئات المستهدفة للتحليل، و كيفية تطبيق المحتوى الكيفي بتحديد أهداف الموضوع المدروس والمعروفة سابقا، وبإعتبار مواد المادة الإعلامية للمشاهد"الفيديوات على مواقع التواصل جزءا من سياق الاتصال له خَلْفِيَّتُهُ الإِجْتِمَاعِيَّةُ وَالْتِقَافِيَّةُ وَخَصَائِصُهُ النَّصِيَّةُ والشباب هو الفئة المستهدفة.

من خلال مضمون المشاهد المعروضة تتحدد بحسب الموضوع عدد من الفئات تتمثل ي الخصوصيات السوسيوثقافية للفاعلين والفئات القيمية، والوسائل والأهداف.

والجدول التالي: يوضح عرض المادة وتفيئتها التي ساهمت في بناء مادة التحليل

للموضوع

مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع: مقاربات متعددة التخصصات

جدول يوضح شبكة الملاحظة لعدد من محتوى مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	العنوان	القناة	المدة	الموضوع	القيمة	اللغة	الفاعل	الهدف
01	أشكال المهيبة بأسلوب عصري مهيبة عيد الأضحى	أنستغرام	01:00د	تقديم متطلبات الأفراح بشكل جديد وعصري	قيمة مادية و طابع استهلاكي جديد لمضمون العلاقات الاجتماعية	عرض السلع بأسلوب فاخر	محلات ذات طابع تجاري مستحدث	تقديم صورة جديدة للتقدير الاجتماعي
https://www.instagram.com/share/reel/BAOmplQoP-								
02	صورة الأفراح والاحتفالات	فايسبوك	01:00د	أعراس والخطبة بصور عصرية غربية	فقدان الخصوصية الاجتماعية العلاقات الاجتماعية	لغة الجسد نوع الأغاني المختارة في الأفراح التي تعكس الزي	نماذج المغنيين المعروضين في الحفلات	تقديم صورة الانفتاح وتغير ثقافة الاحتفال
https://www.facebook.com/share/r/166Trq5Rf6/								
03	اللعب خلال الصلاة	تيكتوك	3 دقائق و5 ثواني	تقديم صورة لفتاة تصلى بدون احترام الحجاب	عدم الاحترام والاستهزاء بالصلاة	لغة الجسد ألعاب حركية	فتاة بدون حجاب	ثقافة اللهو الساخر " اللاقيمة الدينية"
https://vm.tiktok.com/ZMBvuPdqt/								
04	رفض الزوج لأخذ الزوجة للمهاتف خلال الصلاة	اليوتوب	30 ثانية	القيمة الاجتماعية للصلاة لدى الزوج	شبكة العلاقات بين الزوج والزوجة	لغة الجسد	رجل يصلي	عدم إحترام حرمة الصلاة وعرض عدم الثقة في الزوجين
https://youtube.com/shorts/I4X3vV_G1Zw?si=KaTsnZLacGUldoop								

مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع: مقاربات متعددة التخصصات

الرقم	العنوان	القناة	المدة	الموضوع	القيمة	اللغة	الفاعل	الهدف
05	الأم الجزائرية حاليا	فايسبوك	1.00د	تكفل الأم بمراجعة الدروس في فترة الإمتحانات كمسؤولية اضافية	الدور التعليمي للأم شكل ساخر	لغة الجسد عنيفة لغوي	رجل يقدم صورة الأم بشكل مبتذل عنف صورة	تقديم صورة عنيفة للأم في ظل المسؤولية التعليمية الجديدة بجانب المسؤوليات الأخرى
https://www.facebook.com/share/r/19HS3Fw6NM/								
06	الأم الجزائرية بلا سبب	اليوتوب	7 ثواني	محاولة تقديم نوع من الرقابة لممارسات الأبناء بالإنترنت	ضبط وسلطة من الأم	لغة الجسد ساخرة مشهد صامت	صورة ناقدة لتصرفات الأم / رجل يمثل الدور	تقديم صورة عن لاوعى الأم بتصرفاتها
https://youtube.com/shorts/tSSBz24HaWU?si=rQFwGESacMkar1xW								
07	صورة لصلاة الأم	تيكتوك	38 ثانية	السخرية من الأم والاستهزاء بالصلاة	عرض للمادية مقابل القيمة الدينية	لغة الجسد ولغة الإشارات والإيماءات	الأم مع الأبناء	عرض وعي الأم بالقيم الدينية
https://vm.tiktok.com/ZMBvmwNJe/								

مواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها على المجتمع: مقاربات متعددة التخصصات

الرقم	العنوان	القناة	المدة	الموضوع	القيمة	اللغة	الفاعل	الهدف
08	ظاهرة الإغماء داخل القسم في المدرسة الجزائرية	أنستغرام	33 ثانية	تقليد لمشاهد غريبة تتجاوز القيمة الاجتماعية للقسم والتعليم	قيمة دخيلة وعدم الاحترام	لغة الجسد	تلاميذ القسم في حضور المعلم	مشهد ساخر يهدف تقديم صورة خالية من التقدير للتعليم
https://www.instagram.com/share/p/BBtcnERBZY								
09	ظاهرة الرقص في المدرسة بالراي الجزائري	اليوتوب	11 ثانية	واقع الإحتفالات في المؤسسة التعليمية ونماذج السلوك الجديدة	فقد المدرسة لقيمتها الاجتماعية والتربوية بدون قيمة	لغة الجسد لغة لا تعلمية لغة	تلاميذ ذكور اناث في صورة لا تعبر على ثقافة المجتمع	فقد امدرسة لمكانتها الاجتماعية اللاقيمة واللاضبط
https://youtube.com/shorts/H5DVcF6qwLA?si=TJwzns5Rae1rr7Ym								
10	الهروب من القسم خلال حصة التدريسية	فايسبوك	29 ثانية	تعاون التلاميذ للخروج من القسم بأسلوب هزلي	عدم احترام حصة وعدم احترام المعلم	لغة الجسد في شكل صامت	تلاميذ كلا الجنسين	فقد التعلم مكانته وتجاوز الضوابط الاجتماعية من المتعلم
https://www.facebook.com/share/v/15GE9hpe2p/								
11	مقطع استدعاء المعلمة للأب	أنستغرام	1.00 د	تنمر البنت والأب على المعلمة يعكس سلطة قرار البنت على الأب وتوجيه دوره	-اللامسؤولية للأب - لأخلاقية نماذج لتنشئة جديدة	لغة ساخرة من طرف البنت على المعلمة	الأب بإزدواجية المعايير ممارسات البنت على المعلمة	تقديم صورة المعلم تدين التلميذة والولى خارج على نظافة المجتمع
https://youtu.be/m4C9g9zWoyg?si=ESL1cZd5NpKLEQaG								

ثالثاً: مواقع التواصل ومضمون الثقافة

ان الانتاج المتنوّع لوسائل التواصل الاجتماعي يحمل الكثير من المعاني المتعددة للثقافة بشكلها الذي تنظمه العولمة في المسلمات الثقافية: " هي القيم العُلْيَا للفرد والجماعة والمجتمع وتعني ايضا الافعال والمشاعر التي يتعلّمها الافراد منذ صغر (ديفيدي و هيوسون، 2013، ص 16)

ففي كلمه ذات معاني متعددة ويرى مالك بن نبي بأنها: "مجموعه من الصفات الخلقية وَالْقِيمِ الاجْتِمَاعِيَّةِ التي يلقاها الفرد منذ ولادته كرأسمال أولى في الوسط الذي ولد فيه والثقاف على هذا هي المُحِيطُ الذي يشكل فيه الذي يُشكّلُ فيه الفرد طباعه و شخصيته. (بن نبي، 2004، ص 89)

يعكس مالك ابن نبي في تعريفه للثقافة الصورة العَمَلِيَّةَ لها فهو ينتقد مضمونها بالنسبه للطرح الراسمالي الليبيرالي على أنها فلسفة الانسان وبالنسبة لطرح الأَشْتِرَاكِي الذي يرى انها فلسفة المجتمع وَيُوكِّدُ أن ما يقدمه الطرفين يشتمل على فكرة عامّة عن الثقافة وجهة نظر تربوي دون لتحديد مضمونها.

لقد استطعت مجتمعات الغربية المنتجة للتكنولوجيا أن تتحكم في مضمون الثقافات واختزالها في ثقافة واحدة وأصبح تغير مضمون الثقافة وَشَكْلِهَا مفروضا بشكل تدريجي ادى الحجم الهائل من المؤثرات والاستخدامات المتنوعة للتكنولوجيا وسيطرتها في عالمنا وعلى حياتنا الى تغيير المفاهيم الثقافية في مجتمعاتنا وقد أحدثت مواقع التواصل حاله من التغير في الوسط الثقافي والاجتماعي خاصه عند الشباب الذي يعيش في مجال إعلامي مفتوح يتخطى الحدود ويتجاوز الرِقَابَةَ المجتمعية والقوانين التي تدعي حُرِّيَّةَ التعبير. وهذا عبر عنه تحليل فيديورقم " 10/09 " في جدول شبكة الملاحظة ص12، تجاوز الشباب لِلضُّوَابِطِ الاجتماعية داخل المؤسسة التعليمية

لقد أوجدت مواقع التواصل في عالم الانترنت الجديدة وتيرة من الانتقال السريع إلى إعلام حر صانع للمحتوى مضمون الرسالة فيه متنوعة ومتعددة الاتجاهات هذا يعكس لنا مضمون العولمة الغربية ومحتواها وما فرضته من ثقافة عالمية واحدة محاوله صهر كل الالوان الثقافية المنتمية الى حضارات مختلفة لانتاج مجتمعات مُتجانسة ثقافيا مع مركباتها الثقافية العامة.

يعكس انتشار التكنولوجيا كمنتوج غربي زمن الحداثة وزمن ما بعد الحداثة هذه الاخيره التي تسقط المعيارية تماما.

يتسمان بسلمته على العلاقات الاجتماعية الإنسانية وتفكك المؤسسات مثل العائلة التي لم يعد بإمكانها حماية افرادها من الغزو والاغتراب وفهم جذورهم الاجتماعية وانفصالهم عن جماعات انتمائهم لسلطة وسائق الاتصال الجديدة.

فالثقافة الجماهيرية التي تصنعها وسائط التواصل الاجتماعي أعيد تسميتها بالثقافة الصنّاعية لتأكيد طابعها الميكانيكي فهي منذ ميلادها تعمل على تدمير ثقافة الماضي والثقافة الشعبية الاصلية وثقافة وثقافة التقاليد الشفوية. (الميسيري، 2009، ص 168)

فهي لا تعبر عن ثقافة حقيقية وإنما مجرد هيمنة مستمرة من القدرة التقنية وكفاءة انتاج مضامين إعلامية جديدة

يرى إيريك ميغري (2018) أن وسائل الإعلام التي تدار وتمارس اغراء دائما لانها تخفف وتروج وتسمح بالحجم والتمني وتختزل صورها النمطية تعقيد العالم... فهي وسائل لبقاء الناس منغلقيين على ذاتهم داخل حالة سلبية لا حد لها، فهي تقوم بحجب واقع الاستغلال الراسمالي الجماعي لمصلحه الطبقة التي تملك وسائل الاعلام فهي تثير المنفعة الناعمة الا انها جدار من دخان تقوم بخداع الجماهير وتفقدهم احترام الثقافة الحققة. (ص ص 134-135)

من خلال ما سبق تقوم مضامين المُقَدِّمَةِ في مواقع التواصل الاجتماعي مع النزعة الفردية فهي تعكس نماذج التفوق والانتصار بمضامين جديدة وتقدم المشاهير والنجوم كنماذج للبطولة الوهمية فتعكس بذلك أخلاق جديدة وتساهم في صناعة ثقافة جديدة بعيدة عن الواقع الاجتماعي التَّاريخيِّ وَالتَّربويِّ هذا عبر عنه تحليل فيديورقم " 09 " ظاهرة الرقص في المدارس في جدول شبكة الملاحظة ص 12

يقول مالك ابن نبي إننا لا يمكن ان نتصور تاريخا بلا ثقافة فالشعب الذي فقد ثقافته فقط فقد حتما تاريخه فالثقافة هي الوسط الذي تتكون فيه جميع خصائص المجتمع المتحضر وهي كل ما يعطي الحضارة تسميتها الخاصة، اما معناها التربوي فيجب توضيح هدفها وما تتطلبه من وسائل التطبيق فهدفها ان تكون دستورا متى تتطلب الحياة بجميع ما فيها من ظروف التفكير والتنوع الاجتماعي وهي المركب الاجتماعي للثقافة ينحصر برنامجها التربوي في عناصر أربعة: (بن نبي، 2004، ص 92)

- عنصر الاخلاق لتكوين الصِّلَاتِ الاجْتِمَاعِيَّةِ.
- عنصر المجال لتكوين الذوق العام
- ومنطق عملي لِتَحْدِيدِ أشكال النشاط العام
- الفن التطبيقيُّ المُؤثِّمُ لكل نوع من أنواع المجتمع او الصِّنَاعَةِ حسب تعبير ابن خلدون.

ومن خلال ما سبق في تقديم معنى الثقافة عند مالك بن نبي تم تأسيس لوحات التحليل والتواصل الاجتماعي على قيم الشباب وهذا التناول يسمح بتقديم تحليل لتنظير في هذا الموضوع وذلك بالبحث في العلاقة بين البنية الاجتماعية والفعل الاجتماعي يعني ذلك كما اورده ديفيد إنجليز وجون هيوسون: " دراسة ما يفعله الافراد "الفعل الاجتماعي" وهذا التناول يسمح لنا بتقديم قراءه سوسيولوجية بالبحث في العوامل الاجتماعية والثقافية معا للمساهمة في تحليل الموضوع. (ديفيدي و هيوسون، 2013، ص ص 20-21)

وحسب المسيري عبد الوهاب ان انتشار ظاهره أدركة العالم يرجع الى تزايد الهيمنة العسكرية والحضارية الامريكية ومن أكبر الآليات العلمية هي السينما التي تجسد القيم الداروينية والتمجد العنف ، مح محاولة تجسيد فكره القيمة نفسها (المسيري، 2009، ص 265)

إلا انها تم انتاجه من تكنولوجيا في وسائل التواصل أخذ مهمة فلسفة الهيمنة التي تفرضها الدول المنتجة للتكنولوجيا بأسلوب ناعم كنماذج جديدة لوسائل الاتصال التقليديه (مضامين شاشة، التلفاز والسنا)

رابعاً: عنف مواقع التواصل والمسؤولية التربوية

يُعتبر العنف الذي تتضمنه مقاطع الفيديو المقدمة للشباب من طرف الشباب جزء من العُنْفِ اللسانيّ واعلامياً فقد ارتبطت ظاهرة العنف بالأفلام والمسلسلات وحديثاً هناك ما أضافته هذه المضامين المقدمة على مواقع التواصل بتنوعها والتي نحاول أن تقدم مفاهيم أو مضامين ترفهية وتحمل جزئياً في العنف الملاحظ في الواقع فأساليب العنف اللغوي المباشر وغير المباشر المستخدمة في مقاطع الفيديو مع المُتلقّي تشهد صراعاً حول فرض حقائق لسانية على الآخرين ويمكن أن ترفع هذه الحقائق قيماً وتحط من قيم أخرى فيمكن اعتبارا الناجح فاشل، والوطني أناني والمسلم متخاذل، وتَبَدَّلُ هذه الالفاظ بالمواقع باختلاف القائمين على الخطاب (بالصورة والنص واللغة) للمشاهد المقدم، على هذا الاساس يمكن اعتبار الفاشل ناجح والبخيل سخي، والجاهل عالم، المتخاذل مجتهد وهذا جزء من عنف مواقع التواصل ويشمل هذا العنف الغير المباشر حرمان الفرد أو الجماعة من التعبير عن حقوقه الاجتماعية والثقافية وغيرها ويمكن تَسْمِيَتُهُ ذلك " بعنف التجاهل " هذا عبر عنه تحليل فيديورقم " 6و5" في جدول شبكة الملاحظة ص11 الذي يقدم صورة عنيفة للأمم في ظل المسؤولية التعليمية الجديدة بجانب المُسؤولِيَّاتِ الأخرى.

لمواقع التواصل كمجال عام جديد ناهيك عن احتكار حقيقة الوضع المعاش، وفي تعدد الواقع وحقائقه فان مسؤولية الاعلام التربوية أي ان له سلطة معنوية في اظهار الحقائق وإعطائها فرصة فرص التدافع حتى يتمكن المتلقي من تكوين قناعته. فالصور المقدمة تعتمد على تقديم حقيقة مكانه المراه وتعتمدها كسلعة وليست مضمونا او أداءه في نقل الرسالة وهذا النوع من الاستخدام يشوه الحقائق على المتلقي الذي قد ينجز ينجذب الى الشكل وليس المضمون فهذا النوع من العروض تهدف الى تسويق خدماتها وسلعها عبر جسد المرأة المزين، قيميا فإن التعلق بهذا النوع من الصور يبعد الفرد عن القيمة ويشغله عن دوره ومكانته الحقيقية في الاسرة والمجتمع.

إنّ ما يعرض في المشاهد المُخْتَلِفَة المُقَدِّمَة من طرف الشباب بنقل معاني القوة واستعراض واستعراض الجسد واللهو الحديث وتمجيد النجوم والمنتجات التجارية له تأثير سلبي على الثقافة والذوق والسلوك. هذا عبر عنه تحليل فيديورقم " 2و1 " في جدول شبكة الملاحظة ص 10 الذي يوضح أشكال المهيبة بأسلوب عَصْرِيٍّ من خلال تقديم صُوْرَة جَدِيدَة للتقدير الاجتماعي.

يُمكن افتراض بحسب تحليلنا لعدد من المقاطع المعروضة أن العنف الذي تحمله الصورة والمشهد يتجلى في شتى مظاهر الحياة وهناك استعداد وتقبل لهذا العنف جزء من الثقافة هذا الزمان هذا عبر عنه تحليل فيديورقم " 10و9 " في جدول شبكة الملاحظة ص 10 يوضح واقع الإحتفالات والرقص في المؤسسة التعليمية ونماذج السلوك الجديدة، وفقد المدرسة لقيمتها الاجتماعية والتربوية.

كما أن الشباب اليوم لا يمتلكون الحصانة القيمية التي كان من المفترض تلقها في مؤسسه التنشئة وهو يعكسه بعض الممارسات التي نجدها في الاسرة او المدرسة او الحي... إلخ. أنظر فيديورقم " 8 " في جدول شبكة الملاحظة ص 12 الذي يوضح ظاهرة الإغماء

داخل القسم في المدرسة الجزائرية، عبارة عن مشهد ساخر بهدف تقديم صورة خالية من التقدير للتعليم.

فأولويات هذه المشاهد في ظاهرها هي ترفيهية تقدم للمتلقين وبغياب الحصانة القيمة نحو الصورة والمضمون تكون أشد فتكا فيما هدفها الضمني أو الخفي فالترفيه أو الثقافة الترفيهية ضرورية متى كانت محطة استرخاء ومؤقتة لاعادة ادراج المُتلقِي في النظام الثقافي والقيمي الذي يُمَيِّزُ المجتمع وفي غياب القيمة تصح هذه الثقافة التي تثبتها مواقع التواصل وسيلة هروب من الواقع وأداه حجم المتلقي على منظومة القيم والثقافة، لذلك حصر سيطرة المال والاحتكار على محتويات مواقع التواصل أمر يفرض نفسه في زمننا كلما زادت البرامج والمضامين ذات محتوى الفاسد والعنيف. أنظر فيديو رقم " 3 و 4" في جدول شبكة الملاحظة ص10 للذان يوضحان ثقافة اللهو الساخر " اللاقيمة الدينية" من خلال الاستهزاء وعدم إحترام حرمة الصلاة وعرض عدم الثِّقَة في الزوجين.

وهي تعتمد منهجيه الاعتياد بالفرد عاده ما يرغب فيما تعود عليه وهذا نوع من الوسائط التكنولوجية تعمل بمنطق حب الشباب للهو وله الحديث والرفض والعنف والجنس وغيرها ذلك أن ميل الشباب لهذه الثقافة مصدره الأساسي التنشئة الإعلامية لهذه الوسائط الجديدة وضعف مؤسسات التَّنشئةِ الأَجْتِمَاعِيَّةِ الأسرة والمدرسة والعائلة.

وتشمل هذه المُوازِنَاتُ إعطاء المنظومة الثقافية والمعرفية فضاء أوسع في هذه الوسائل الجديدة، التي تستمر في انتاج ثقافه إستهلاكيَّةٍ لجمهور الشباب هذه الثقافة التي تخاطب الغرائز وتستغل بعد المتلقي او إنشغاله او جهره بالقيمة والآثار السلبية المدمرة التي تنتج عن اتباع الهوى والشهوات المرتبطة باعاده بالمادة والجسد والاقترداء بالنجوم هذه الثقافة تؤخذ كنماذج في الحياه والسلوك فغياب أهل المعرفة والثقافة

سعاد في انتشار مبدا الاخذ بالاثارة والسلبية كمصدر لجذب اهتمام المتلقي وذلك في زمن يسوده ثقافه الترفيهه والإستهلاكِيَّة اللا قيمية. هذا عبر عنه تحليل فيديورقم "1" في جدول شبكة الملاحظة ص10. التي تعبر ن قيمة مادية وطابع استهلاكي جديد لمضمون العلاقات الاجتماعية.

خامسا: بنية اللغة القيمية (لغة المقاطع)

إن بعض التعابير التي توجها مضمون المشاهد قد تعكس واقعا معاشا إلا أنها ليست قيما لغوية وفي مشاهد مقاطع فيديوهات الشباب في مواقع التواصل العديد من هذا النوع من الألفاظ مثل: طاق على من طاق، الأقارب عقارب، الشركة هلكا، القوي ياكل الضعيف، هذه هي الحياة، لازم الوسطة المعرفة، لي قرا بكري، أحيي اليوم او أقتلني غدوة.

بحيث نلاحظ أنه في مثل هذه الالفاظ نوع من التَّقَهُّرِ القيمي ولكنها تعكس تصور ايجابي وتلبسها صفة ايجابية، حيث والتحايل ذكاء وتجاوز حقوق الاخرين حنكة وَالتَّعَدِّي شجاعة والصبر مذلة إلى اخذه من المضامين اللغوية التي تحملها جملة المشاهد التي يتم تحليلها.

إنَّ العنف اللِّسَانِيَّ نظريا في التفكير في تفكيك البنية القيمية للغة ومن ثم تفكيك علاقة الفرد بالكلام والعلاقة مع الاخرين فكلما ابتعد الكلام عن القيمة وفقد أجزاء كثيرة من معانيها إذا كان الكلام المتداول مستعمل في المشاهد اللقطات المُقَدِّمَة في مواقع التواصل يعكس صوره من الانحطاط يفقد ارتباط الكلام باللغة وبيئتها وافساد الواقع الاجتماعي والثقافي والاقتصادي فقد جعل العنف اللساني الذي يَنَسِمُ به هذا النوع من المحتوى خطرا على الكيان المجتمع واكتساب وانتمائهم وعلاقاتهم بالآخرين.

إنّ الأصل في اللغة التريبة والتهذيب والكلمة الدالة هي القادرة على الانطلاق من المخزون القيمي يعكس واقعا من السمو في المعنى والحياة الاجتماعية والعكس والعنف اللفظي اللساني يحط من مكانه الفرد والمجتمع ويدمر ما أنجزته اللغة من ثقافة وحضاره وقيم متوارثة.

سادسا: استخدامات اللهجات في المقاطع

يميل شبابنا اليوم الى التعامل بما أسماه عبد الرحمن عزي بالدرجة المدنية القديمة الخالصة والتباين هذه اللهجة من مكان الى اخر وتتضمن العديد من الأشعارات بين الدارجة والفرنسية ان استخدام العامية في المحادثة اليومية امرا واقع وجزء من الحياة الاتصال في مجتمعاتنا في امتداد العامية الى مختلف مجالات الحياة الاجتماعية بدون مَرَجَعِيَّةٍ لغوية يدفع هذه اللهجات الى التأثير سلبا على اللغة وبيئاتها فالمشهد اللغوي في المقتطفات المقدمة من طرف الشباب تعكس نوع من التَشْتُّبِ هذا النوع من اللهجه والاستعارة يحدث بعض الاهتزاز في البنية القيمية كما انه مع انكسار قواعد النحو وَالتَّرَايُدِ الاستعارات تضعف امكانية اللغة في التعبير عن القيمة وَنَقْلُهَا الى الاخرين .

ختاما نعرض لكم عدد من التوصيات تم تبنيها من نظرية الرأسمال القيمي

للباحث السوسيولوجي عبد الرحمان عزي (2009) :

1. لعبت الوسائط الإعلامية دورا في إيجاد صُورَةٍ رَمَزِيَّةٍ جَدَّابَةٍ تدفع فرد للانجذاب الى مفاتن مضمون الصورة والانسلاخ عن الانتماء، هذا الواقع يتطلب منا إعادة تشكيل علاقة الفرد بالبيئة أو المجال لأنها تعبر عن انْتِمَائِهِ واستقراره.
2. تجاوز حالة التفكك اللغوي والفوضى اللسانية وإعادة تشكيل المَجَالِ اللُّغَوِيِّ كأداة ضبط قيمي واجتماعي قادر على إعادة الربط بين القيمة والفعل وتوظيف القدرات الدَّائِيَّةِ والتعامل الواعي مع مُتَطَلِّبَاتِ واقع البناء الحضاري .

3. إعادة تشكيل الرأس مال بمختلف عناصره المادية وَالرَّمْزِيَّةِ وَالقيمية بما يسمح له بِالرَّحْرُكِ داخل الحضارة وليس خارجها.
4. تجاوز التفكك في البنيات الثقافية وإعادة تأسيس وإحياء القيمة التي تمثل المَحْرُكَ والطاقة الضرورية في إنتقال المجتمع من حال التراج وَالأفُولِ إلى حال البناء الحضاري المُنْتَجِدِ. (ص ص 213-217)

قائمة المراجع:

1. أنجرس، موريس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية دار القصبه (الإصدار ب ط). (بوزيد صحراوي وآخرون، المترجمون) الجزائر.
2. بن نبي، مالك. (2004). مشكله الحضاره شروط النهضة (الإصدار ط4). (عمر كامل مزكاوي وعبد الصبور شاهين، المترجمون) دمشق، سوريا: دار الفكر.
3. جيدنز، أنتوني. (2005). علم الاجتماع مع مدخلات عصرية (الإصدار ط1). (فايد صباغ، المترجمون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة، مؤسسة ترجمان، مركز الدراسات الوحدة العربية .
4. خضر، ساري حلمي. (2005). ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي (الإصدار ط1). عمان، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
5. دليو، فضيل. (2022). البحوث الكيفية الأسس والمناهج (الإصدار ط1). عمان، الأردن: ألفا للوثائق.
6. روشيه، غي. (2002). مقدمة في علم الاجتماع العام (الإصدار ط2). (مصطفى قدشلي، المترجمون) بيروت: مكتبة الفقيه.
7. سعيد، سبعون ، وحفصة جرادي. (2012). لدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع (الإصدار ب ط). الجزائر: دار القصبه.
8. عبد الغني، عماد. (2006). سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والاشكاليات من الحداثه الى العولمة (الإصدار ط2). مركز الدراسات الوحدة العربية.
9. عزي، عبد الرحمان والسعيد بومعيزة. (2010). الاعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات (الإصدار ب.د). الجزائر: المنظمة العربية.

10. عزي، عبد الرحمان. (2009). الاعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية قراءة معرفية في رواسب الثقافة. أريانة، تونس: سلسلة الكوثر، الدار المتوسطة، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم.
11. المسيري، عبد الوهاب. (2009). العلمانية والحداثة والعولمة حوارات (الإصدار ط1). دمشق، سوريا: دار الفكر.
12. منصورى، نديم. (2014). سوسيولوجيا الانترنت (الإصدار ط2). بيروت: منتدى المعارف.
13. الميسيري، عبد الوهاب. (2009). الثقافة والمنهج حوارات. دمشق، سوريا: دار الفكر.
14. ميغري، إيريك. (2018). سوسيولوجيا الاتصال والميديا. (نصر الدين لعياضي، المترجمون) المنامة، البحرين: بيئة البحرين للثقافة والآثار.
15. نفوسي، لامياء مرتضى. (2016). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، أسس وتطبيقات (الإصدار ط1). الجزائر: دار هومة.
16. هيوسون، انجليز، وجون ديفيدي. (2013). مدخل الى السولوجيا الثقافية (الإصدار ط1). (لما نصير، المترجمون) بيروت، لبنان: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

