



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري والتقنيات الجديدة



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في علوم الإعلام والاتصال موسومة بـ:

تمثلات واستخدامات الشباب للصورة المتحركة في الهاتف

النقال الذكي

**Youth representations and uses of Moving Image in
Smartphone mobile**

إشراف الأستاذة:

أ. د لمياء مرتاض-نفوسي

إعداد الطالبة:

فاطمة آل سيد الشيخ

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم	أ. د عكروت فريدة
مقررا	أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم	أ. د مرتاض نفوسي لمياء
ممتحنا	أستاذ محاضر أ جامعة مستغانم	د. لحياني فاطمة
ممتحنا	أستاذ محاضر أ جامعة مستغانم	د. لمام فتيحة
ممتحنا	أستاذ التعليم العالي جامعة الجزائر 3	أ. د فريح رشيد
ممتحنا	أستاذ التعليم العالي جامعة بشار	أ. د سي موسى عبد الله

الموسم الجامعي: 2026/2025

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري والتقنيات الجديدة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال موسومة بـ :

تمثلات واستخدامات الشباب للصورة المتحركة في الهاتف

النقال الذكي

**Youth representations and uses of Moving Image in
Smartphone mobile**

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم	أ. د عكروت فريدة
مقررا	أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم	أ. د مرتاض نفوسي لمياء
ممتحنا	أستاذ محاضر أ جامعة مستغانم	د. لحياني فاطمة
ممتحنا	أستاذ محاضر أ جامعة مستغانم	د. لمام فتيحة
ممتحنا	أستاذ التعليم العالي جامعة الجزائر 3	أ. د فريح رشيد
ممتحنا	أستاذ التعليم العالي جامعة بشار	أ. د سي موسى عبد الله

الموسم الجامعي 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى: ﴿الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ فِي أَيِّ صُورَةٍ مَا شَاءَ رَكَّبَكَ﴾

الانفطار (الآية 08)

شكر وتقدير

﴿رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ

وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾

سورة النمل "الآية (91)

الشكر دامت وأبداً لله عزوجل الذي أنعم علينا بنعمة الإسلام وفرض علينا العلم

بفضله وبكرمه وسهل علينا سبل الوصول إلى إتمام هذا العمل

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى **د. نفوسي مرتاض لمياء** المشرفة على مسار دراستنا

والتي كانت خير مشرفة وموجهة لنا، منحتنا كثيراً من وقتها ولم تبخل علينا بنصائحها

وتوجيهاتها لإتمام هذا العمل.

وجزيل الشكر لكل من **د. عكروت فريدة** جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

على دعمها لنا في مسارنا الدراسي، و **د. العربي بوعمامة** مدير

مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية وتحليل الخطاب،

ورفيقة دربي **د. دريم فاطمة الزهراء** جامعة أحمد دراية أدرار،

و **د. نزار علي السمرائي** جامعة الاسراء العراق، و **أ. عمار ميلاد نصر**

جامعة سيرت ليبيا، و **أ. رافد عجيل** صحفي وباحث إعلامي جامعة بغداد

وإلى جميع من ساهم في إنجاز هذا العمل

من قريب أو بعيد لكم مني جزيل الشكر والتقدير...



الإهداء

إلى من قال فيهما الله تعالى في كتابه العزيز

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا

يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ

وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿

إلى أعلى ما لدي في الدنيا رمز المحبة وسر وجودي في البقاء

أمي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها وبارك في صحتها

إلى جميع أفراد عائلتي كبيراً وصغيراً...

إلى فاطمة.....





"من ليس له صورة ليس له واقع"

ريجيس دوبريه

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات وتمثيلات الشباب للصورة المتحركة في الهاتف الذكي، حيث تم استخدام المنهج المسحي بأداة الاستبيان، ووزع على عينة قوامها 300 مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث من الشباب مستخدمي تطبيقات الهواتف الذكية عبر مجموعات مختلفة الانتماء، والمقابلة كأداة ثانية تم بواسطتها استجواب 20 مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث على فترات مختلفة. كما تم تبني الملاحظة بالمشاركة لملاحظة مباشرة لكيفيات استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الهواتف الذكية ساهمت بشكل كبير في انتشار ثقافة الصورة والتواصل المرئي خاصة الأجيال الأخيرة التي تدعم كاميرات تصوير عالية الجودة، وأصبحت الصور المتحركة لغة تعبيرية وتواصلية طغى استخدامها في مختلف تفاصيل الحياة اليومية للشباب، كحتمية تكنولوجية فرضتها تقنية الهواتف الذكية في المجتمعات المعاصرة. ويتمثل الشباب الصورة المتحركة وسيلة لتحقيق الوجود الافتراضي عبر منصات التواصل الاجتماعي حيث تُعتمد الصورة المتحركة خلفية ذهنية لدى الشباب في مختلف العلاقات والممارسات اليومية وبناء الروابط الاجتماعية. وأصبحت بمثابة خطاب اجتماعي تشاركي افتراضي غيرت فيه مختلف الجوانب السلوكية النفسية والعاطفية لدى الشباب من خلال ما يلتقطونه أو يشاركونه ويتفاعلون معه من صور متحركة ومقاطع قصيرة عبر هواتفهم الذكية.

الكلمات المفتاحية: الهواتف الذكية، الصورة المتحركة، الاستخدام، التمثيل، الشباب.

Abstract:

This study aims to identify the uses and representations of youths for the Moving Image in the smartphone, where the survey method was used with questionnaire as fundamental tool, distributed to a sample of 300 individuals distributed equally among male and female youth users of smartphone applications across different groups belonging, and the interview as a second tool of 20 individuals distributed equally between males and females were questioned at different times. We also adopted participant observation in order to observe the forms of use of the mobile image in the smartphone.

The study reveals that smartphones have significantly influenced image culture and visual communication, particularly in recent generations with high-quality cameras. Moving images have become an expressive language, influencing youth daily lives and social interactions. This technology has transformed psychological and emotional behaviors through the sharing and interaction of animated images and short videos.

Keywords: Smartphones, Moving Image, Use, Representation, Youth.

Résumé:

Cette étude vise à identifier les usages des jeunes de l'image mobile dans le smartphone et les représentations qu'ils se font d'elle.

Nous avons adopté la méthode d'enquête avec le questionnaire comme principale technique, distribué à un échantillon de 300 enquêtés répartis également entre les deux genres, utilisateurs d'applications smartphone et appartenant à différents groupes, et l'interview comme deuxième outil avec un échantillon de 20 individus répartis également entre les deux genres qui

ont été interrogés à des intervalles différents. Aussi nous avons adopté l'observation participante afin d'observer les formes d'usage de l'image mobile dans le smartphone.

L'étude a révélé que les smartphones ont considérablement influencé la culture de l'image et la communication visuelle, en particulier au cours des dernières générations avec des appareils photo de haute qualité. Les images mobiles sont devenues un langage expressif, influençant la vie quotidienne et les interactions sociales des jeunes. Cette technologie a transformé les comportements psychologiques et émotionnels grâce au partage et à l'interaction d'images animées et de courtes vidéos.

Mots-clés : Smartphones, Image mobile, Utilisation, Représentation, Jeunes.

خطة الدراسة:

مقدمة عامة

الباب الأول: الإطار المنهجي

- تمهيد

1.1 الدراسة الاستطلاعية ونتائجها

1.1 الدراسات السابقة والمشابهة

1.1 أسباب اختيار الموضوع

1.1 الهدف من الدراسة وأهميتها

1.1 الإشكالية

1.1 صياغة الفرضيات

1.1 الإطار المفاهيمي

1.1 نوعية الدراسة

1.1 المنهج المستخدم

1.1 التقنيات المستخدمة

1.1 مجتمع البحث والمعاينة والعينة

1.1 الإطار الزمني والمكاني للدراسة

1.1 الخلفيتان النظريتان

الواجب الثاني: الإطار النظري

الفصل الأول: المدخل النظري لدراسة التمثلات الاجتماعية

1. التمثلات الاجتماعية في مفترق المقاربات (الفلسفة، علم النفس، علم الاجتماع)
2. خصائص التمثلات الاجتماعية
3. وظائف التمثل الاجتماعي

الفصل الثاني: المدخل النظري لدراسة الاستخدامات التكنولوجية

1. نشأة سوسيولوجيا الاستخدام
2. المقاربات السوسيولوجية لدراسة سيرورة الاستخدام (البراديغم الانتشاري، البناء الاجتماعي للمبتكرات، تملك الأدوات التقنية، الحتمية التكنولوجية)
3. استخدامات الصور التفاعلية

الفصل الثالث: الهاتف النقال الذكي والصور المتحركة

1. نشأة وتطور الهاتف النقال الذكي
 2. مميزات الهاتف النقال الذكي
 3. وظائف الهاتف النقال الذكي
 4. الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي
- أنواع الصور المتحركة ومجالاتها
 - خصائص الصور المتحركة
 - وظائف الصور المتحركة في الهاتف النقال الذكي

الباب الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الفصل الأول: أنماط استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي

- تمهيد

1.1 عرض وتحليل النتائج

2.1 الاستنتاج

الفصل الثاني: أسباب استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي

- تمهيد

1.1 عرض وتحليل النتائج

2.1 الاستنتاج

الفصل الثالث: تأثير تمثل الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي

- تمهيد

1.1 عرض وتحليل النتائج

2.1 الاستنتاج

الاستنتاج العام للدراسة

مقارنة نتائج الدراسة بالفرضيات

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الفهارس

الملاحق

حقائق

مقدمة:

فتحت التكنولوجيات الحديثة للإعلام آفاقاً جديدة أدت إلى تغييرات عدة في مختلف نواحي الحياة الاجتماعية. ولقد فرضت على المجتمعات تحديات عديدة غيرت طبيعة الحياة وأساليبها لدى مختلف فئات المجتمع وعلى وجه التحديد الشباب بحكم أنها الفئة الأكثر تأثراً بتلك التطبيقات. ومن أهم هذه التغييرات دخول التقنيات والأجهزة التي تقوم بإرسال واستقبال المعلومات والبيانات والمحادثات وأيضاً تسهيل التواصل وسرعة نقل وتبادل المعلومة على وجه السرعة، مما حول العالم إلى قرية كونية صغيرة، يستطيع الفرد من خلال هذه التقنيات اجتياز خط الزمان والمكان وعبر الحدود الجغرافية بالاطلاع الدائم على مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية منها.

ونتيجة للتطور السريع في تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتطور أساليب وتقنيات الاتصال ظهر الهاتف النقال الذكي الذي أصبح ضرورة من ضروريات الحياة المعاصرة، والذي لا يمكن الاستغناء عنها بأي حال من الأحوال؛ فقد اقتحم الهاتف النقال الذكي حياة جميع فئات المجتمع وبالأخص الشباب.

وهو يمثل وسيلة مهمة وضرورية في عملية التواصل الاجتماعي ما بين الأهل والأصدقاء لا غنى عنها نظراً لما يوفره من برامج وخدمات متعددة وأيضاً سهولة التعامل معه كتقنية، ولما يحتويه من وسائل متعددة وتطبيقات حديثة أسهمت في ولوج الشباب عالم التفاعلية وتوظيفه في

مختلف مناحي الحياة اليومية. وتتسم تكنولوجيا الهاتف النقال الذكي بتوسع مجالاتها وتنوع خدماتها واستخداماتها، بالإضافة إلى كونها أهم أداة من أدوات تكنولوجيا الاتصال والإعلام لتنوع برامجها الشبكية والبرمجية ولها تأثير كبير في الفرد.

وتتيح هذه التكنولوجيا استحداث تطبيقات في العديد من المجالات كالتعليم والصحة وخدمات التسوق وصناعة الأخبار ونشرها وغيرها. وتسهم بشكل فعال في إنتاج المواد الإعلامية من صور وفيديوهات ونصوص وإرسالها للجمهور بسرعة فائقة مستغلة خدمات الجيل الرابع الذي يوفر سرعة فائقة وجودة عالية.¹

وقد لوحظ نمو متزايد في استخدام الأجهزة النقالة والهاتف الذكي على وجه الخصوص في العالم العربي، أي أنّ الأجهزة التكنولوجية المحمولة في العصر الحالي أضحت من الأدوات التكنولوجية التي لا تفارق مستخدميها ليلاً ونهاراً بعد أن أصبحت هذه التقنية رخيصة وارتفع عدد مستخدميها، كما أن تكلفة الخدمات المرتبطة في هذه الأجهزة أسعارها معقولة. فقد بات الهاتف الذكي من أهم وأشهر الأجهزة استخداماً لأنه جهاز لا يختصر استخدامه على فئة معينة بل يعد الهاتف الذكي الشيء الأساسي الذي لا يمكن الاستغناء عنه². ولعل فئة الشباب هي الفئة الأكثر استخداماً للهاتف الذكي لاعتبارات عدة أولها ميزاته التقنية واهتمام الشباب بهذا المبتكر كونه يحتوي خصائص وميزات عدة دون غيره من باقي الأغراض التقنية.

1- عمر أبو جبر، استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم_ دراسة ميدانية على الشباب في قطاع غزة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 2، العدد 2، ديسمبر 2019، ص 418.

2- إيمان قناوي محمد، الآثار الاجتماعية لاستخدام الهواتف الذكية على الشباب الجامعي، مجلة البحث العلمي العربي، العدد 21، 2019، ص 15.

ويحيط بنا في عصرنا الحالي كم هائل من الصور بكل الأنواع والأشكال، منتجة بمختلف الوسائل والأجهزة ومحمولة في عدة وسائط وتعديل وتركيب برمجيات وتقنيات متعددة. ولذلك لا أحد يجادل اليوم المكانة التي أصبحت تحتلها الصورة لدى الإنسان المعاصر حيث أصبحت تحيط به من كل جانب. وأضحى إنسان اليوم يساير التكنولوجيا المرئية خاصة ويقتني مستجداتها. إنّه فعلا عصر حضارة الصورة كما يسميه رولان بارث (Roland Barthes) أو بالأحرى هو عصر "ثقافة الصورة" كما يسميه وآخرون¹.

إنّ للصورة دور كبير في حياتنا وهي ذات فوائد كثيرة في تنشيط عمليات الانتباه والإدراك والتذكر والتصوير والتخيل، ولقد أصبحت الصور المرتبطة الآن على نحو لم يسبق له مثيل بكل جوانب حياة الإنسان. وقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي خاصة التلفزيون والسينما والإنترنت وفنون الإعلان والإعلام بشكل عام دوراً رئيسياً في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال إيجابية حيناً آخر، والمهم هو الطريقة التي تُقدم الصورة من خلالها وأساليب تميز جديدة في الأداء والتعبير عن الحس الإنساني الخاص بالرؤية البصرية.²

وقد باتت الصورة اليوم لغة عصرية تشكل أحد أهم مكونات الثقافة المعاصرة، إن لم يكن أهمها، حيث مرت الثقافة البشرية بأربع مراحل مختلفة وهي: "الشفاهية والتدوينية والكتابية وأخيراً مرحلة "ثقافة الصورة". ورغم التداخل والتفاعل المشترك بين هذه المراحل إلا أنّ الصورة أصبحت

1- إبراهيم بعزیز، أثر الصورة الإشهارية على ثقافة المتلقي وقيمتها، ورقة قدمت في الملتقى الوطني حول "ثقافة الصورة"، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، 2010

2- عمر عادل، عصر العولمة، مؤتمر فيلادلفيا ل "ثقافة الصورة"، جامعة فيلادلفيا، عمان، المملكة الأردنية، الهاشمية، 2007

هي العلامة الثقافية السائدة، علامة تساوت في رؤيتها عيون كل البشر دون رقيب أو وسيط. لكن حينما دخل التلفزيون مرحلة جديدة في الثقافة البشرية حلت فيها الصورة محل كل الأدوات وتفوقت على كل الوسائل الأخرى. وبذلك تأتي العين لتحل محل الفم وتأخذ دورها كأداة وحيدة فاعلة، حولت المشاهد من مُستمع وقارئ إلى مشاهد وأصبح يستعمل عينه بدلاً من أذنه¹.

كما أنّ إنسان الصورة اليوم إنسان يختلف عن إنسان الأمس فهو محمل بالدهشة والتعجب لا يملك سوى تلقي المزيد والمزيد من سيل الصور التي أصبحت أداة معرفة ووسيلة لإدراك المعطيات وتشكيل للفكر والإحساس. إنّها معرفة تملك كل الإمكانيات لتصل لكل الأبعاد وتحقق ما تشاء².

إنّ الأمر الذي جعلنا نقوم بدراسة الصورة المتحركة من الجانبي: الاستخدام والتمثل، لكون الهاتف الذكي السبب الرئيسي في العصر الحالي في طغيان الصورة بمختلف أنواعها على مختلف أنشطة الحياة اليومية للأفراد وخصوصاً فئة الشباب، حيث تعتبر الفئة الأكثر احتكاكاً بالتقنية وبما تحتويه من خصائص ومميزات تخصه دون غيره من باقي التقنيات الحديثة وأيضاً سهولة اقتنائه والوصول إليه.

وقد قسمت هذه الدراسة إلى مجموعة من الأبواب؛ يتضمن الباب الأول الإطار المنهجي الذي تم من خلاله بداية عرض نتائج الدراسة الاستطلاعية وصولاً إلى الخفيتين النظريتين التي تم تبنيهما، مع تحديد جميع الخطوات المنهجية الخاصة بهذه الدراسة.

1- عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية/سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2004، ص24

2- طاهر عبد مسلم، عبقرية الصورة والمكان التعبير والتأويل - النقد، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002.

مقدمة

أما الباب الثاني فهو يشمل الإطار النظري حيث قسم إلى ثلاثة فصول: الفصل الأول يعنى بالمدخل النظري لدراسة التمثلات الاجتماعية. ثم الفصل الثاني يشمل المدخل النظري لدراسة الاستخدامات التكنولوجية. أما الفصل الثالث فقد خصص للهاتف الذكي والصورة المتحركة. وفي الأخير الباب الثالث خصص للإطار الميداني والذي قسم بدوره إلى ثلاثة فصول : الأول خصص لأنماط استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي. أما الثاني فقد حدد لدراسة أسباب استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي، والأخير خصص لدراسة تأثير استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي، مع عرض للنتائج العامة للدراسة فمقابلة هذه النتائج بالفرضيات التي تمت صياغتها فالخاتمة فتقديم مجموعة من التوصيات فعرض لقائمة المراجع فالفهرس، وفي الأخير الملاحق.

بداية نقوم بعرض الإطار المنهجي للدراسة.

الباب الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1.1 الدراسة الاستطلاعية ونتائجها
- 2.1 الدراسات السابقة والمثابفة
- 3.1 أسباب اختيار الموضوع
- 4.1 الهدف من الدراسة وأهميتها
- 5.1 تحديد الإشكالية
- 6.1 صياغة الفرضيات
- 7.1 الإطار المفاهيمي
- 8.1 نوعية الدراسة
- 9.1 المنهج المستخدم
- 10.1 التقنيات المستخدمة
- 11.1 مجتمع البحث والمعاينة والعينة
- 12.1 الإطار الزمني والمكاني للدراسة
- 13.1 الخلفيتان النظريتان

الإطار المنهجي للدراسة

- تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي أحد الأعمدة الأساسية التي تقوم عليها عملية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، إذ يسهم في توجيه الباحث نحو الإجراءات اللازمة لتنفيذ الدراسة بشكل دقيق. وعلى هذا الأساس يتضمن الإطار المنهجي لهذه الدراسة مجموعة من الخطوات التي تم اعتمادها والتي تشمل الدراسة الاستطلاعية ونتائجها ثم الدراسات السابقة والمثابفة المتعلقة بالموضوع، وتحديد الاشكالية والفرضيات فتحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة ثم طبيعة الدراسة ونوعها والمنهج المستخدم، واختيار وتحديد التقنيات المناسبة لجمع وتحليل البيانات، وتحديد مجتمع البحث فالعينة فالعينة المناسبة التي تمثل هذا المجتمع، ثم المجال الزماني والمكاني، وأخيراً استعراض الخلفيتين النظريتين التي تدعم الدراسة وتقودنا إلى فهم النتائج المتوصل إليها وتأويلها.

1.1. الدراسة الاستطلاعية ونتائجها:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية أساساً جوهرياً لبناء البحث العلمي. وعدم تخطي هذه الخطوة في أي بحث يجعل الباحث يبذل جهداً مضاعفاً في الدراسة الأساسية¹. ومن هذا المنطلق اعتمدنا في دراستنا الحالية إلى إجراء الدراسة الاستطلاعية كخطوة أولية بهدف:

- دعم أهداف البحث.

- استطلاع مجتمع البحث الأولي ثم تحديد المجتمع الأصلي للدراسة الأساسية.

1 - محي الدين مختار، محاضرات علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص47.

- الحصول على معلومات أولية لتحديد عينة الدراسة الأساسية.
 - معرفة مدى إقبال الشباب على استخدام الشباب للصورة المتحركة دون باقي أنواع الصور الأخرى (الثابتة).
 - تحديد المدة الزمنية الكافية لإجراء الدراسة الأساسية.
 - معرفة الصعوبات التي يمكن التعرض لها عند تطبيق الدراسة الميدانية.
- وقد تم الإبقاء على مجتمع الدراسة الاستطلاعية في الدراسة الميدانية وهو مجتمع الشباب عامة وتحديدًا الطلبة الجامعيين الشباب بغية تحقيق أهداف الدراسة.
- وقد كانت استمارة الاستطلاع مكونة من محورين اثنين، الأول متعلق بنوع الجهاز المفضل استخدامه من قبل عينة الدراسة، والثاني يخص نوع وخصائص الصور التي يفضل الطلبة استخدامها. وقد قسمت على عينة مكونة من 100 مفردة تضم أربعة معاهد من تخصصات مختلفة بالمركز الجامعي النور البشير - البيض: معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية ومعهد الآداب واللغات ومعهد الحقوق والعلوم السياسية وقسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية. وتم التوزيع إلكترونياً على الصفحات الرسمية للمعاهد على موقع فايسبوك ومجموعات تجمع أكبر عدد من طلبة المعاهد المحددة مسبقاً.
- وقد حددت الفترة الزمنية لإجراء الاستطلاع من نهاية 2022 إلى بداية 2023 وتحديداً دامت هذه المرحلة شهرين اثنين حتى تم الحصول على العدد المطلوب من الإجابات.
- وتوصلت نتائج الاستطلاع إلى أن:

- متوسط سن الطلبة يتراوح بين 18 و 23 سنة شملت أكبر عدد من الطلبة بنسبة 48% وهم من فئة طلبة الليسانس 65% مثلت أكبر عدد مقارنة باقي المستويات الأخرى (الماستر والدراسات العليا).
- بالنسبة للمحور الخاص بنوع الجهاز الذي يفضل استخدامه من قبل العينة ظهر الهاتف الذكي بأعلى 71% على حساب اللوح الإلكتروني وجهاز الكمبيوتر بأقل نسب، حيث بررت عينة الدراسة اختيار الهاتف الذكي لأنه جهاز ضروري في الحياة المعاصرة بنسبة 39%، ثم لأنه أحدث تقنية بنسبة 25%.
- من بين المميزات التي يفضلها الطلبة عينة الاستطلاع عند اقتناء هاتف ذكي جديد هي العلامة التجارية (ماركة الهاتف) بنسبة 35%، ثم نوع وجودة الكاميرا بنسبة 21%، وذلك لأن لكل علامة تجارية في الهواتف الذكية مميزات خاصة تميزها عن باقي العلامات الأخرى مما يجعل الإقبال عليها دون غيرها من العلامات التجارية.
- بالنسبة لمدة الاحتفاظ بالهاتف الذكي لدى الطلبة عينة الاستطلاع فكانت معظم الإجابات بسنة بنسبة 46%، بينما الذين أجابوا منذ سنتين فكانت بنسبة 38%، وأكثر من 3 سنوات بنسبة 16%. وقد أجاب معظم الطلبة بأنهم يهتمون بتغيير هواتفهم الذكية بنسبة 63% في حين أن الذين لا يحبون تغييره كانوا بنسبة 37%.
- بالنسبة للذين أجابوا بأنهم يهتمون بتغيير هواتفهم الذكية برروا إجابتهم بأنهم يحبون اقتناء علامة جديدة بنسبة 35%. أما 28% منهم فيبررون هذا التفضيل للحصول على نوع كاميرا

أفضل، ثم لسعة تخزين أكبر كانوا ممثلين بنسبة 21%، وفي الأخير لعدد التطبيقات وخدماتها بنسبة 16%. والملاحظ أن اهتمام عينة الطلبة لنوع الهاتف الذكي ومواصفاته تعود لخلفيات كثيرة منها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية...

- يستخدم الطلبة الهاتف الذكي في مختلف الأنشطة اليومية بمعدل أكثر من 7 ساعات بنسبة 48% و 5 ساعات بنسبة 36%، ثم 3 ساعات بنسبة 11%.

والملاحظ ارتفاع معدل استخدام الهاتف الذكي بشكل كبير لدى الطلبة وذلك لكونه تقنية ضرورية في مختلف الأنشطة اليومية التي يقومون بها والتي يسهل الهاتف الذكي أداءها سواء على المستوى المعرفي أو الشخصي.

- بالنسبة لمحور نوع الصور التي تفضل عينة الاستطلاع استخدامها مثلت الصور المتحركة أعلى نسبة مقدرة ب 59% مقابل استخدام الصور الثابتة بنسبة 24% والاثنين معاً مثلت 17%. بالنسبة للطلبة الذين اختاروا الصورة المتحركة فذلك لأنها: تجذب انتباههم بنسبة 52%، ولأنها تحمل مواضيع تهم بنسبة 27% ولأنها تستخدم بكثرة على منصات التواصل الاجتماعي ب 21%.

- والاهتمام بالصور المتحركة راجع لأنها تجمع بين الصورة والصوت ومؤثرات الحركة بنسبة 31%، ولأنها سهلة الاستخدام بنسبة 21%، ولأنها تحمل مواضيع مهمة بنسبة 19%، ولأنها تختصر الكتابة بنسبة 17%، وفي الأخير لأنها تسهل التعبير عن وجهات النظر المختلفة بنسبة 12%.

والجلي هنا أنّ اهتمام الطلبة بالصور المتحركة يعود لطبيعتها (تركيبها) فهي تدمج عدة عناصر في نموذج واحد (صورة وصوت ومؤثرات) ، كما أنها في أغلب الأحيان تدمج مقاطع تحمل عبارات مكتوبة أيضاً.

- الصورة المتحركة ومقاطع الفيديو التي يحملها هاتفك الذكي: من خلال تحميلها بـ 43%، ولأنه تم التعرض لها على مواقع التواصل الاجتماعي 39 %، ومن إنشاء المستخدم بـ 18%.
- عند التواصل مع أصدقاءك تفضل: الاتصال المباشر (Live) ظهرت بأعلى نسبة 29%، ثم إرسال تسجيل مقطع قصير بـ 25 % ثم إرسال تسجيل صوتي بـ 19 % . وجاءت أخذ صورة ثابتة والكتابة بأقل نسب.

والملاحظ اهتمام عينة الدراسة بالتواصل المباشر ونقل الصورة والصوت وتوثيق اللحظات وأيضاً تسجيل مقطع قصير يحمل رسالة محددة، في حين تراجع استخدام الكتابة أو إرسال الصور الثابتة في عملية التواصل بين فئة الطلبة كجزء من المجتمع المعاصر.

علاوة على ذلك فقد تم حصر كل الملاحظات بالمشاركة وتجميعها وأيضاً تجريب دليل المقابلة على 05 طلبة، حيث لم يتم تعديله نظراً لأنه تمت الإجابة عن أسئلته التي تخدم أهداف الدراسة. ومن خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية واستقراء نتائجها قمنا بتحديد أولي لمجتمع البحث وعينة الدراسة الأصلية، حيث اتضحت نوعاً ما توجهات واهتمام الطلبة باعتبارهم جزءاً من مجتمع الشباب الواسع الشغوف بالصور المتحركة والمقاطع القصيرة دون غيرها من الصور الثابتة والتسجيلات الصوتية وغيرها.

وعلى هذا الأساس قمنا بتحديد المتغير الخاص بالصور المستخدمة عبر الهاتف النقال الذكي بالصور المتحركة للتركيز عليه في هذه الدراسة. فضلا عن ذلك، تمكنا من تصميم دقيق لطبيعة أسئلة محاور الاستبيان لإجراء الجانب الميداني للدراسة الأصلية.

2.1 . الدراسات السابقة والمثابفة:

تكمّن أهمية عرض الباحث للدراسات السابقة في تحقيق جملة من الأهداف أهمها :

- تكوين خلفية نظرية عن الموضوع، " وأنه (الباحث) ليس الوحيد الذي يدرس الموضوع وإنما سبقه إليه آخرون وبذلوا جهودهم فيه، فإن ذلك من شأنه أن يوفر على الباحث الجهد في اختيار الإطار النظري العام للموضوع العام".¹

ولقد تم تناول موضوع الدراسة من قبل أكثر من باحث ومن زوايا متعددة؛ فهناك دراسات بحثت عن أسباب استخدام الهاتف النقال وربطتها بمتغيرات السن والجنس والمستوى التعليمي وغيرها، ودراسات تبحث عن أسباب ومآلات وجود تمثلات وآثار مختلفة عن استخدام الهاتف النقال في مراحل متقدمة من ظهور التقنية ووصولها إلى المجتمعات العربية.

وعليه سنحاول عرض بعض الدراسات العربية والأجنبية حول الهاتف النقال، لتبيين أوجه التشابه والاختلاف مع دراستنا.

1- فضيل دليو، الأسس المنهجية في توظيف الدراسات السابقة، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2011، ص.ص 37-44.

1. 2. 1. الدراسات العربية :

الدراسة الأولى: ل كنزة قوطال بعنوان: العزلة الاجتماعية لدى مستخدمي الهواتف الذكية_ دراسة مسحية تحليلية على عينة من الشباب المستخدمين للهواتف الذكية بمدينة مليانة، 2015. مقال منشور بمجلة هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين استخدام الشباب للهواتف الذكية العزلة الاجتماعية لديهم، وقد شملت العينة البحثية عينة قصدية عددها 200 مبحوث ومبحوثة من الشباب بمدينة مليانة، استخدمت الاستمارة كأداة لجمع البيانات. أسفرت النتائج عن : حصل دافع استخدام الهاتف الذكي من أجل التعرف على أشخاص جدد أعلى مرتبة بنسبة 70%، أمّا الفخر والمباهاة بنسبة 55%، في حين 18% يستخدمون الهاتف الذكي من أجل البحث العلمي. لا توجد فروق في درجة تأثير استخدام الهواتف الذكية من ناحية العزلة الاجتماعية تبعاً لمتغير السن. كما توجد فروق تبعاً لمتغير الوضعية المهنية والدراسية والحالة الاجتماعية.

الدراسة الثانية: ل سائد سعيد محمد رضوان بعنوان: اعتماد الشباب الفلسطيني صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات_ دراسة ميدانية_ 2016، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.

تهدف الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد، ودوافعه، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها، ومدى ثقتهم في هذه الصحافة، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها المنهج

المسحي، وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، حيث اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتم جمع البيانات بأداة المقابلة الشخصية وأداة صحيفة الاستقصاء، التي تم توزيعها إلكترونياً على عينة عشوائية بسيطة قوامها 383 مفردة من الشباب الفلسطيني في كافة محافظات فلسطين، خلال الفترة من تاريخ 2016/06/15م حتى تاريخ 2016/07/02م، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

يعتمد المبحوثون على صحافة الهاتف المحمول بنسبة 77.8% في أوقات الأزمات، بينما يثق في الأخبار المتلقاة عبر صحافة المحمول أوقات الأزمات بنسبة 72.2%. تصدر تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشاب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة 88.2%، تلاها متصفحات المحمول، ومن ثم التطبيقات الإخبارية، فالتطبيقات الصوتية والمرئية. حصد تطبيق قناة الأقصى المرتبة الأولى في التطبيقات الإخبارية لمتابعة أحداث انتفاضة القدس عبر الهاتف المحمول، بينما حصل اليوتيوب الأولى في تطبيقات التواصل الاجتماعي، والجيل الأول بين التطبيقات البريدية. فضل المبحوثين الأخبار السريعة، ثم التفاعل على الأوسمة (الهاشتاقات) بين الأشكال الصحفية لمتابعة أحداث انتفاضة القدس عبر الهاتف المحمول.

الدراسة الثالثة: فريال ناجي بعنوان: درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية_ دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة تكنولوجيا التعليم في الجامعات الأردنية_ رسالة ماجستير، 2017/2016. هدفت هذه الدراسة لقياس درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية،

لتحقيق هدف الدراسة تم تطوير أداة استبانة تتعلق بدرجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية تتكون 20 فقرة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، من خلال توزيع الاستبانات على جميع أفراد مجتمع الدراسة من طلبة تكنولوجيا التعليم في الجامعات الأردنية ومسحهم خلال العام الدراسي 2016/2017، بلغ إجمالي الاستبانات المكتملة 100 استبانة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن درجة استخدام طلبة تكنولوجيا التعليم بالجامعات الأردنية الخاصة بالهواتف الذكية في التعليم كانت متوسطة، وأظهرت أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في درجة استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية من وجهة نظر طلبة تكنولوجيا التعليم في الجامعات الأردنية الخاصة تعزى لمتغيرات ثلاث: الجنس الجامعة، والمراحل الدراسية .

الدراسة الرابعة: ل تسامي رمضان، أنوار عبده، مدى استخدام الطلبة للهواتف الذكية بهدف الحصول على المعلومات، طلبة كلية الإعلام وكلية تكنولوجيا المعلومات في جامعة النجاح الوطنية نموذجاً، نابلس، 2017/2018. بحث مقدم لقسم الصحافة المكتوبة والإلكترونية. كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية. تهدف الدراسة إلى التعرف على أهداف الطلبة من استخدام الهواتف الذكية وبالتحديد أهداف طلبة كلية تكنولوجيا المعلومات من استخدامها، تكونت عينة البحث من 390 طالب وطالبة اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي التحليلي ، باستبانة بلغ الصالح منها للتحليل 322 استبانة. توصلت نتائج البحث إلى أن طلبة تكنولوجيا المعلومات يعتمدون على خبرتهم التقنية في استخدام الهواتف الذكية، لذلك يجيدون استخدامها

أكثر من طلبية الإعلام، كما توصلت إلى أن الهاتف الذكي هو وسيلة فعالة للحصول على المعلومات، وبأن غالبية الطلبة يثقون به كوسيلة للحصول على معلومات .

الدراسة الخامسة: ل عمر أبو جبر بعنوان: استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات

الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم دراسة ميدانية على الشباب في قطاع غزة، ديسمبر 2019، مقال منشور بالمجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام. تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي. تجيب الدراسة عن مجموعة من التساؤلات أهمها: ما استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وما تأثيراتها فيهم، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على مجتمع الشباب الفلسطيني على عينة قوامها 200 مبحوثاً من محافظات غزة. تشير أهم نتائج الدراسة إلى أن الشباب الفلسطيني يستخدم تطبيقات الهاتف الذكي لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي لساعات طويلة يومياً، وحصل تطبيق Face book على الترتيب الأول بين التطبيقات في الاستخدام والتصفح، ويعد الدافع الأول لدوافع الاستخدام. كما يستخدم الشباب الفلسطيني تطبيقات الهاتف الذكي لحاجات تتعلق بالأخبار ومتابعة ما يجري حوله ومراقبة البيئة. حيث يتأثر الشباب الفلسطيني بشكل إيجابي من استخدامه لتطبيقات الهاتف الذكي ويحقق مجموعة من الفوائد، منها التعرف على المجتمع بشكل أوسع، معرفة كل ما هو جديد، التسلية والترفيه، الاطلاع والمتابعة على كافة الأخبار، ويتأثر بشكل سلبي من استخدامه لهذه التطبيقات بنسبة أقل مقابل الإيجابيات مما يعكس أضرارها على الشباب كإدمان الهاتف الذكي والعزلة عن المجتمع والأسرة والأصدقاء، وتغير أنماط الحياة وقلة ساعات النمو .

الدراسة السادسة: ل إيمان قناوي محمد بعنوان: الآثار الاجتماعية لاستخدام الهواتف الذكية على الشباب الجامعي، 2019، جامعة الأزهر. مقال منشور بمجلة البحث العلمي في التربية. هدفت الدراسة إلى التعرف على أوقات وأماكن استخدام أفراد العينة من الشباب الجامعي للهواتف الذكي وكذلك التعرف على أسباب ودوافع استخدامهم للهواتف الذكية، وما هي الآثار الاجتماعية والأكاديمية الإيجابية والسلبية لاستخدامهم للهواتف الذكية ذلك من خلال تطبيق الاستبيان على عينة من طلبة وطالبات جامعة الأزهر قوامها 200 مفردة، توصلت إلى أن أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية في أوقات الانتظار ثم أوقات ما قبل النوم وبعد الإستيقاظ من النوم، وأن أهم أسباب استخدام الهواتف الذكية هي المتعة والتسلية ثم لأنه سهل الاستخدام ثم لأنه مظهر اجتماعي لائق يظهر به أمام الناس. من أهم الآثار الاجتماعية الإيجابية التي تحدث للشباب الجامعي نتيجة الاستخدام هي تقريب المسافات بين المستخدم والآخرين، التعلم بسهولة مثل المكتبات الرقمية أما الآثار السلبية هي سهولة نشر الشائعات وتداولها.

1. 2. 2. الدراسات الأجنبية :

الدراسة الأولى: ل Ooi Keng-Boon, Tan Garry Wei-Han (2016) بعنوان :

Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card.¹

1- الدراسة متاحة على الرابط <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0957417416301816> ، اطّلع

بتاريخ 2021/01/21، بتوقيت 13:11.

مقال منشور على مجلة إلكترونية عالمية أنظمة الخبراء مع التطبيقات Expert Systems with Application، المجلد 59. وقد هدفت الدراسة إلى البحث في العوامل المؤثرة على الوحدة الدولية لمستخدمي بطاقات الائتمان للهواتف الذكية والنظام الأساسي لاستخدام آداب التجارة الإلكترونية التي لا تعكس بيئة الهاتف المحمول الفعلية. تم تطبيق النموذج المتكامل على 459 من مستخدمي الهاتف المحمول من خلال نهج الاستبيان واختبارها باستخدام الجزئي للشبكة العصبية الاصطناعية (الثابتة والمتحركة-سيم-آن). وتوصلت النتائج إلى أن عددا كبيرا من المستخدمين متعلمون جيداً وذوو مستوى اجتماعي راق وصغار السن، حيث لديهم رؤى حول تبني التكنولوجيا المستحدثة .

– الدراسة الثانية: Chang, Shuchih Ernest & Shen, Wei-Cheng & Liu, Yenching Anne بعنوان:

Why mobile users trust Smartphone social networking services? A PLS-SEM approach, (2016) ¹.

مقال منشور على المجلة الإلكترونية Journal of Business Research، المجلد 69 العدد 11. قدمت الدراسة مسحاَ كميًا لاستكشاف ما يؤثر في ثقة المستخدمين في نصائح السفر المكتسبة من الهواتف الذكية، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن :

1- ثقة مستخدمي الهواتف المحمولة في نصائح السفر المكتسبة من شبكات الهاتف الذكي ترتبط ارتباطاً كبيراً بقيمتهم المتصورة من شبكات الهاتف الذكي والتمتع بنشاط شبكات الهاتف الذكي.

1- الدراسة متاحة على الرابط <https://ideas.repec.org/a/eee/jbrese/v69y2016i11p4890-4895.html>

2- ترتبط وكالة الفضاء الأوروبية ارتباطاً كبيراً بمخاوف خصوصية مستخدمي الهواتف المحمولة والمخاطر المتصورة.

3- كما ترتبط خدمات الهاتف المحمول ارتباطاً كبيراً بوكالة الفضاء الأوروبية والعلاقات العامة. كما أظهرت النتائج أن الهواتف الذكية تسمح بالاتصال والتفاعل مع الآخرين سواء أقارب أو زملاء... إلخ عبر الهاتف الذكي في أي وقت وأي مكان، وأن الأشخاص الذين يتمتعون بشبكات اجتماعية هم أفضل في استخدام الهاتف الذكي.

ويمكن أن تساعد هذه النتائج المديرين وصناع القرار في صناعة السياحة على مواكبة الأبحاث حول مواقف المستهلكين والابتكارات في شبكات الهاتف الذكي، واتخاذ تكتيكات مواتية للاستفادة من التجارة الاجتماعية عبر الهاتف المحمول في بيئة التجارة في كل مكان.

1. 2. 3. التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسات العربية السابقة في عينتها المتمثلة في الطلبة الجامعيين لحصر العينة بشكل جيد كون مجتمع الطلبة له نفس الخصائص وسهولة الوصول إليه، حيث اعتمدت أغلب الدراسات على العينة بعدد أكبر: 200 مفردة فما فوق لاعتمادهما الاستمارة كأداة لجمع المعطيات.

- وقد وظفت الدراسات المنهج المسحي الوصفي والتحليلي بغية الوصول إلى نتائج معمقة وإعطاء تفسير وتحليل لظاهرة استخدام الشباب للهواتف الذكية عبر حقبة زمنية مختلفة بينت طبيعة

استخدامات الهاتف الذكي من قبل مجتمعات البحوث التي كانت ممثلة بين فئة الشباب والطلبة على حد سواء في معظم الدراسات.

- اتفقت أغلب الدراسات حول مقرب الاستخدامات حيث أن الهاتف تقنية حديثة في المجتمعات العربية لقيت اهتماماً واسعاً من قبل فئة الطلبة وأيضاً المراهقين لكونهما الشريحتين الأكثر استخداماً للتقنية .

- أبرزت نتائج الدراسات خلصت إلى وجود تمثيلات اجتماعية جراء استخدام الهواتف النقالة والذكية كآثار ترتبت عن كيفية استخدام وتبني للمبتكر في المجتمعات العربية، والفئة الأكثر تأثراً بالتقنية هي فئة الطلبة .

- اتفقت الدراسات في دور الهاتف النقال في القضاء على حاجز الزمان والمكان، وأيضاً كونه عاملاً أساسياً في ظهور ظواهر اجتماعية جديدة نتيجة ولوج التقنية إلى المجتمعات بالأخص العربية منها.

- أظهرت هذه الدراسات أيضاً الفوارق الاجتماعية والاقتصادية بين مختلف فئات المجتمع، كما أوضحت أن الهاتف أصبح أداة تواصل بين الآباء والأبناء ومع الآخرين من أصدقاء وأقارب. وقد أبرزت دراستا فريال ناجي وعمر أبو جبر دور الهاتف في مجال العملية التعليمية وللوصول إلى المعلومات كنوع حديث من الاستخدام لتطور الهاتف في جيليه: الثالث والرابع.

- أغلب استخدامات الهاتف النقال هي لتحقيق حاجات ترفيهية وعاطفية وتعليمية. وقد كان لعاملي السن والجنس تأثيراً بارزاً في تحديد نوعية الظواهر الاجتماعية الناتجة عن هذا الاستخدام.
- أشارت الدراسات الحديثة للهواتف الذكية عن تغير عادات وأنماط الاستخدام بشكل مختلف عن السابق وذلك لتغير التقنية وتغير أجيالها و تعدد خصائصها ومحتوياتها.

فمن خلال استعراض أوجه التشابه في الدراسات السابقة والاختلاف بينها نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيسي ألا وهو الاستخدام والتمثل للهواتف المحمولة في آخر تحديث لها وهو الهواتف الذكية، حيث كان الهدف العام من القيام بها هو تحديد التمثلات والاستخدامات الحديثة لهذه التقنية كونها تعرضت لتحديث عميق مس برمجياتها وتطبيقاتها الخاصة بالكاميرات الرقمية التي غيرت منحى الاستخدام إلى مآلات أخرى جديدة. إلا أنها تختلف عنها في كون هذه الدراسة تنصب حول الاستخدامات المختلفة والمتعددة للصورة المتحركة تحديدا باعتبارها ميزة حديثة أطلقت على الهواتف الذكية وأصبحت هوس الاستخدام بين فئة الشباب التي تشمل الطلبة وغيرهم من حيث التمثلات حولها ودرجة استخدامها. ولم تقتصر هذه الدراسة على عينة الطلبة بل عينة الشباب كمجال أوسع تختلف فيه الخصوصية الفردية من فرد إلى آخر لضمان تشخيص الواقع بدقة.

1. 3 أسباب اختيار الموضوع:

لقد أسهم التطور السريع لتكنولوجيات الاتصال الرقمية في خلق بيئة تكنولوجية جديدة أدت بدورها إلى الإقبال الواسع للشباب على اقتناء واستخدام التقنيات الحديثة وبالتحديد الهواتف الذكية التي أثرت بشكل مباشر في طبيعة العلاقات الاجتماعية وتغير تصرفات الشباب، من استخدام الهواتف كتقنية أو وسيلة إلى ضرورة حتمية يومية فرضت أنماطاً جديدة للتواصل الاجتماعي وأشكالاً جديدة في بناء العلاقات الاجتماعية.

وتمحورت أسباب اختيار هذا الموضوع فيما يلي:

- الرغبة في معرفة أفضل للوظائف المتعددة التي باتت تؤديها الهواتف الذكية المزودة بتقنيات حديثة وهي الكاميرات الرقمية التي زادت درجة الاستخدام إلى هوس الاستخدام.
- الرغبة في الكشف عن الدور الذي تؤديه الصورة المتحركة في الهواتف الذكية في بناء أنماط اجتماعية جديدة وتأثيرها الكلي في العلاقات الاجتماعية بين الشباب.
- الرغبة في فهم كيفية طغيان الصورة ونحن نعيش اليوم عصر الصورة، بما فيها الصورة المتحركة التي احتلت حيزاً واسعاً من مختلف مجالات الحياة اليومية للأفراد وخاصة الشباب.
- الاهتمام الشخصي بمجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة وعلى وجه التحديد استخدام الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي، باعتباره مستحدثاً له تأثيرات واسعة في فئات المجتمع وأولها فئة الشباب الأكثر استخداماً وتأثراً بهذا المستحدث.

- حادثة موضوع الصورة المتحركة في الهاتف الذكي والحاجة العلمية لهذا النوع من الدراسات الأكاديمية في العالم العربي.

1. 4 الهدف من الدراسة وأهميتها :

تكمن أهمية دراسات الهواتف الذكية في إطار تفاعلي لاستخدام الصورة المتحركة من منظور ازدياد إقبال الشباب على التقنية لما تحمله من خصائص وسمات تفاعلية رقمية، حيث فتحت المجال أمام بناء أنماط اجتماعية جديدة من التفاعل عبر التقنية. وقد ارتأينا التطرق إلى هذا النوع من الدراسات الأكاديمية لمعرفة درجة تأثير استخدام الهواتف الذكية في الحياة اليومية للشباب الجزائري وأنماط وعادات استخدام الصور المتحركة وأهميتها، كمستحدث في مختلف الوظائف اليومية بما فيها العلاقات الاجتماعية بعلاقة تأثر وتأثير، وولوج المجتمعات عصر الصورة حيث طغت ثقافة الصورة على مختلف مناحي الحياة اليومية للشباب.

وعليه، تبتغي هذه الدراسة الوصول إلى الأهداف المولوية :

- فهم الدوافع والحاجات التي تجعل الشباب يستخدم الصورة المتحركة في الهواتف الذكية.
- وصف الديناميكية التي يبني من خلالها الشباب تمثلات حول الصورة المتحركة في الهاتف الذكي.

- التعرف على الأثر الذي يحدثه استخدام الصور المتحركة في الهاتف الذكي في بناء علاقات اجتماعية بين الشباب.

- إبراز كيفية تأثير ثقافة الصورة المتحركة على عادات استخدام الهواتف الذكية.

1. 5. الإشكالية:

أدى التطور الكبير للتقنيات الحديثة بما فيها الهاتف النقال الذكي إلى فرض أنماط جديدة من الاستخدام لتلك الوسيلة؛ فلم يعد يقتصر استخدامها على التواصل في الحياة الخاصة والأعمال فحسب، وإنما تعداه إلى أنشطة اجتماعية واسعة النطاق. فلم يعد الأمر مقتصرًا كما كان في السابق على المكالمات الهاتفية وإرسال واستقبال الرسائل العادية والإلكترونية منها عبر البريد الإلكتروني فحسب، وإنما تخطاه إلى التكنولوجيا الرقمية التي تشمل تطبيقات وخدمات أخرى كألعاب الفيديو والكاميرا وذاكرة تخزين المعلومات والصور ومشاهدة الفيديوهات ومواقع التواصل الاجتماعي وخدمة البث المباشر (Live) ، وتطبيقات المونتاج وغيرها من التحديات الآنية على مختلف الهواتف الذكية.

إنّ الاختيار الشخصي للهواتف الذكية يكون لما تتميز به من خصائص كسهولة الاستخدام والقدرة على استخدامها ونقلها في كل مكان. هذا من جهة ومن جهة أخرى احتواؤها على تطبيقات وبرامج تفاعلية مثل الوسائط المتعددة للتكنولوجيا الرقمية التي أصبحت هاجس الشباب في اقتناء الهواتف. وأيضاً ظاهرة تدوين اللحظة عن طريق الصور الثابتة والمتحركة التي أضحت لغة الهواتف الذكية الحديثة وليس الخطاب المقروء، من خلال تجسيد مختلف الأحداث اليومية عن طريق الصور التي كانت في الماضي تؤخذ للذكرى فحسب.

لقد أضحى استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي لدى الشباب مفرطة إلى درجة الإدمان وهذا يعكس صورة أخرى لطبيعة الحياة الاجتماعية لديهم، حيث لم يعد الهاتف الذكي مجرد وسيلة تستخدم وتلبي حاجات معينة وضرورية فحسب، بل انتشر هاجس التفاعلية الآنية والمشاركة المباشرة في صناعة وإنتاج ونشر المعلومة عبر هذا الوسيط؛ فلم يعد الهاتف النقال الذكي وسيلة لتسهيل وظائف اجتماعية واقتصادية وثقافية وتعليمية يومية وإنما تخطاه هوس المشاركة في صناعة المحتوى الإلكتروني، مع وجود استخدام منتظم له مما أسفر عن تغيرات عميقة في الحياة اليومية (Daily). في المقابل ظهر تغير في السلوك الاجتماعي خاصة لدى الشباب وطبيعة العلاقات الاجتماعية من خلال بناء تمثلات جديدة للصورة في الهاتف النقال الذكي وفقاً لمتطلبات العصر الرقمي.

ونحن نعيش اليوم في عالم تتخلله الصور بشكل سريع وخاطف للأنظار حيث تهيمن على مشهد الحياة اليومية، إذ تملأ الصور الصحف والمجلات والكتب والملابس ولوحات الإعلانات وشاشات التلفزيون والكمبيوتر والإنترنت والهواتف المحمولة (النقالة) بشكل لم يحدث من قبل في تاريخ البشرية العامة. لقد أصبح المجتمع الإنساني مجتمعاً تقوم الصور بالوساطة خلاله، في الأنشطة الإنسانية كافة. وقد حذر العديد من المفكرين من مثل هذا الطغيان للصورة على ثقافة الإنسان، إلى درجة أنهم قالوا إن التلفزيون سيحل محل الكلمات فيكون هو العامل الأساسي في

التخاطب الاجتماعي.¹

وبالفعل نعيش اليوم ما يسمى بثورة الصورة، بفعل انتشارها بما توفره التكنولوجيا من تقنيات وفضاءات جعلتها داخل مرحلة تتسم بتحررها إلى حد ما من التصور. فلأسباب تقنية أصبحت قدرتنا على إنتاج وتلقي الصور تفوق بمراحل هائلة قدرتنا على إنتاج التصورات المصاحبة لها²، حيث لعبت الأنواع الحديثة للصور الناتجة عن الكاميرا الرقمية والأقمار الصناعية والأجهزة الحاسوبية والتلفزيونية والإنترنت ومجمل فنون الإشهار والإعلام دوراً كبيراً ومؤثراً في صناعة الوعي الفكر والثقافي.

ويمكن القول إن الشاشة والسينما والصحافة وشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من تمظهرات الصورة قد عوضت صحافة الآداب والقراءة ومجمل الكتب بتنوع مواضيعها حيث انتقلنا من المقروء إلى المرئي واختفى نوعا ما المقروء واستبدل بالخطاب البصري واستبدل بالسينما والتلفزة بصفحات التواصل الاجتماعي وغيره³.

إن لغة التقنية اليوم هي الصورة بمختلف أشكالها وتمظهراتها الثابتة منها والمتحركة. وقد انتقلت الصورة من طور أنها كانت ذهنية إلى طور صارت فيه بصرية، بمعنى أنها بعدما كانت في خدمة غايات روحية أصبحت تحيل إلى ذاتها. لقد باتت توظف لذاتها بوصفها لغة ودلالة

1- شاكر عبد الحميد، عصر الصورة (السلبيات والإيجابيات)، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير 2005، العدد 311، ص 2.

2- عبد الناصر حنفي، ندوة ثقافة الصورة، فصول في النقد الأدبي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 65، 2003، ص ص 102-

دالاً ومدلولاً في آن واحد، هي الرسالة المبتغاة. وما هي اليوم لا تخلو شاشة منها ولا كتاب،.. بما تحقّقه من فاعلية تواصلية سريعة. فهي لا تحتاج إلى مترجم لأنها عابرة للحدود الزمانية والمكانية. ولعل هذه الخاصية التي جعلتها لغة التكنولوجيا المعاصرة بتقنياتها الرقمية التفاعلية المختلفة. ولقد عززت التكنولوجيا دور الصورة ورفعت رصيدها ليتجاوز حدود الوقتي الآني إلى اللامحدود، إلى الافتراضي المخترق للحواسر¹، حيث أضحت ثقافة الصورة جزءاً لا يتجزأ من يوميات الشباب، وظاهرة تدوين اللحظة عن طريق الصورة حيثية من حيثيات استخدام الهواتف الذكية واقتنائها ضرورة من ضروريات الحياة، حيث أصبحت الصورة المتحركة تنصدر جل اهتمامات الشباب وشاشات الكومبيوتر والهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية ومختلف صفحات التواصل الاجتماعي. فهذه الأجهزة تتميز باحتوائها على تقنيات وخصائص لصناعة الصورة المتحركة وجعلها أكثر تداولاً من الصور الثابتة بما تتيحه من استخدامات وما يميزها من سمات تعبيرية تجسد يوميات الشباب وتسمح لهم بمشاركة الآخرين مختلف الأنشطة اليومية التي يقومون بها، فضلاً عن التعبير عن الأفكار والآراء في مقاطع مختصرة للمكان والزمان وتدوين اللحظات عبر مختلف المجتمعات الافتراضية، لتتشكل لدى الشباب تمثلات حول استخدام الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي بما تعكسه من نماذج وصور عن واقع هذا الاستخدام. ومن هذا المنطلق نطرح السؤال الآتي:

ما مدى تأثير تمثلات الشباب للصورة المتحركة في الهواتف النقالة الذكية في استخدامهم لها؟

ويتفرع هذا السؤال إلى تساؤلات فرعية هي كالتالي:

- كيف يتمثل الشباب الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي؟
- هل تختلف استخدامات الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي من جنس إلى آخر؟
- إلى أي مدى تؤثر استخدامات الصورة المتحركة في عادات استخدام الهواتف الذكية؟

1. 6 صياغة الفرضيات :

وباعتبار الفرضية كإجابة مؤقتة عن سؤال البحث، فقد قمنا بصياغة الفرضيات الموالية :

الفرضية الأولى: يتمثل الشباب الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي كوسيلة لبناء علاقات اجتماعية جديدة.

الفرضية الثانية: تختلف استخدامات الصورة المتحركة في الهاتف الذكي تبعاً لطبيعة كل جنس.

الفرضية الثالثة: يؤثر استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي لدى الشباب من حيث تغيير الحياة اليومية.

1. 7. الإطار المفاهيمي:

المفهوم هو " تصور ذهني عام ومجرد للظاهرة أو أكثر وللعلاقات الموجودة بينهما".¹

وفي هذه الدراسة تم استخدام المفاهيم التالية:

1- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، مصطفى ماضي، ب ط، دار القصة للنشر والتوزيع، 2004، ص158.

1- الهواتف الذكية: Smartphones

(أ) - لغة:

مصطلح مركب من كلمتين هاتف وذكي. والهاتف من الهاتف والهاتف أي الصوت الجافي العالي، وخيل الصوت الشديد، وقد هتَفَ به أي صاح¹ الهاتف جمع هَاتِفُونَ وهُتَافٌ وهَوَاتِفٌ أي آلة نقل الأصوات والكلام إلى بعيد. والذكي من الذكاء أي اشتدت فطنته.²

(ب) - اصطلاحاً:

لم يجري الاتفاق بين الشركات المصنعة للأجهزة المحمولة على تعريف موحد للأجهزة الذكية (Smartphone)، فمنهم من يعتبر الهاتف الذكي هو الهاتف الذي يوفر مزايا تصفح الإنترنت، ومزامنة البريد الإلكتروني، وفتح ملفات Office، ويحتوي لوحة مفاتيح كاملة Qwerty، إلا أن التعريف الأصح والأكثر قبولاً اليوم أنه الهاتف الخليوي الذي يعمل على أحد أنظمة التشغيل الآتية: "ويندوز موبايل سيمبيان" أو مشتقاته، "ليونكس" أو مشتقاته، "ويلاك بيرري"³.

كما عرفه المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والإنترنت على أنه عبارة عن هاتف نقل له قدرات مميزة من خلالها يقدم خدمات متقدمة عدة مثل: التصفح عبر الإنترنت وخدمة البريد الإلكتروني، خدمة قراءة الوثائق الإلكترونية مثل PDF/Word، كما يعمل كآلة للتصوير

1- ابن منظور، معجم لسان العرب، ط1، المجلد1، دار صادر، بيروت، 2005، ص344

2- عبد الوهاب بوخونفة، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثيل والاستخدام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2007، ص 49.

3- سالم الأحمد أعمد، العلاقة بين التكنولوجيا والقيم الاجتماعية والقرابة والأسرة، بيروت: مجلة الباحث، العدد الأول، 2011، ص.13

الفوتوغرافي وجهاز التسجيلات الصوتية وله قدرات للتسجيلات الفيديوية، ويعمل كمفكرة أو جدول أعمال، كما يقدم خدمات متميزة أخرى.¹

كما عرف الأحمدي الهواتف الذكية على أنّها: " أجهزة حديثة تقوم على أنظمة تشغيلية مثل (IOS)، و (Android)، ويمكن من خلالها إنجاز مهام متعددة كإرسال الرسائل النصية والوسائط المتعددة، وتصفح الإنترنت وإنتاج وتشغيل الملفات الصوتية والمرئية".²

وقد عرف كل من المطيري وعائشة القحطاني الهواتف الذكية على أنّها: " الهواتف التي ترسل وتستقبل مكالمات الصوت والفيديو، وتساعد على فتح الملفات والتنقل بها، وتوفر مزايا وخدمات تصفح الإنترنت ومزامنة البريد الإلكتروني وخدمات التواصل الاجتماعي".³

(ج) - التعريف الإجرائي:

هو جهاز مطور بأحدث التقنيات يحمل كاميرا تصوير عالية الدقة ويعمل بنظام تشغيل مطور؛ بحيث يدعم جميع الخدمات الهاتفية من استخدام الإنترنت وإجراء المكالمات الهاتفية وإرسال الرسائل والإيميلات وخدمات بطاقات الائتمان وشاشة عرض تلفزيونية ومفكرة شخصية بالإضافة إلى أنه يدعم تطبيقات أخذ ومعالجة ومشاركة الصور ويتيح للشباب إمكانية النقاط

1- - لموشي زينب، دور تطبيقات الهواتف الذكية في تفعيل صحافة المواطن، الملتقى الوطني حول صحافة الموبايل، جامعة بسكرة، يومي 17-18 ديسمبر، 2018، ص 83.

2- الأحمدي محمد عبد الهادي معيض، توظيف الهواتف الذكية في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، مصر، 2019، (8)35، ص ص 2-28.

3- المطيري سلطان هويدي و القحطاني عائشة سعد علي، واقع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العملية التعليمية لدى أعضاء هيئة التدريس من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا بكلية التربية في جامعة الملك سعود، مجلة البحث العلمي في التربية، مصر، (20)،

الصور عبر كاميرا أمامية أو خلفية وتسجيل مقاطع الفيديو والموسيقى وتخزينها على ذاكرة ذات سعة كبيرة جداً واسترجاعها وقت الحاجة إليها.

2 -/ الصورة المتحركة : Moving image

(أ) - الصورة لغة: إنها في الأصل اللغوي "نسخة" عن الشيء أو تقليد له. كلمة صورة تعني هيئة الفعل أو الأمر وصفته، ومن معانيها أيضاً: وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي¹.
جاء في لسان العرب لابن منظور في مادة صورة:

صور: في أسماء الله الحسنى المصور: وهيئة مفردة يتميز بها على اختلافها وكثرتها، وتصورت الشيء: أوهنت صورته والتصور: التماثل. يُقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئة وصورة الأمر².
وفي القرآن الكريم: قوله تعالى: ﴿الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ﴾
الانفطار (الآية 8).

قال ابن الأثير: الصورة ترد كلام العرب على ظاهرها وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وعلى معنى صِفَتِهِ. يقال صورة الأمر كذا وكذا أي صِفَتُهُ، كما يشير معجم Robert إلى أن الأصل اللاتيني لكلمة صورة (Imago) يحيل إلى كل تمثيل مصور مرتبط بالموضوع الممثل عن طريق التشابه المنظوري، وتدور معاني الصورة حول فكرة إعادة الإنتاج، أي أن الصورة إعادة إنتاج طبق الأصل³.

1- عبد الحميد شاكور، عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير 2005، العدد 311.

2- ابن منظور، لسان العرب، مجلد 8، دار صادر، ط1، بيروت 2000-2004، صص 303-304.

3- زاهر محمد نعيم عبد اللطيف زهد، مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت نموذجاً، رسالة ماجستير منشورة، جامعة القدس، 2017، ص14.

(ب) - اصطلاحاً: تعرف الصورة بأنها شيء أنجز لكي يكون مرئياً، في حدود إطار معين، ومرتبطة غالباً بوسائل الإعلام والاتصال. وهذا الشيء الذي قد يكون تمثيلاً مرئياً لشيء طبيعي أو اصطناعي، مادي أو معنوي... عبارة عن رسم، صورة فوتوغرافية، لوحة فنية، إشارة إرشادية، صورة علمية (فلكية، طبية، إحصائية...)، يقوم صاحبها بعدد من الخيارات لإخراج عمله في أحسن مظهر ممكن، من حيث التأطير، زاوية الرؤية، الألوان، النص المرفق.... وهي من العناصر التشكيلية التي تستهدفها أي شبكة تحليلية.¹

الصورة المتحركة Moving Image هي الصور التي تتحرك وتتوالى أمام عين المشاهد

كالصور السينمائية والتلفزيونية وأشرطة الفيديو.²

(ج) - **التعريف الإجرائي:**

يمكن تعريفها لأغراض الدراسة بكونها ما يمكن إدراكه في الدماغ عبر حاسة البصر عند التعرض للفضاءات المرئية. وهي تشمل الصور المتحركة ومقاطع الفيديو التي يتم تحميلها وإنتاجها وتداولها عبر تطبيقات الهاتف الذكي عبر شبكة الإنترنت، وتكون محفوظة بإحدى صيغ حفظ الصور المتداولة في الهواتف الذكية.

1- فضيل دليو، شبكة تحليل الصورة الثابتة: نمذجة بيداغوجية لبعض المرجعيات السيميولوجية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 04، 2019، ص 22.

2- عيسى نهلة وآخرون، أساليب تحليل الصورة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 11.

3- الاستخدام: Use

(أ) - لغة: إِسْتَحْدَمَ يَسْتَحْدِمُ إِسْتِحْدَامًا أَي مُمَارَسَةً.¹

(ب) - اصطلاحاً: يعرف الباحث Lacroix الاستخدامات الاجتماعية على أنها أنماط تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف، حيث تصبح عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية مسبقاً وتعيد إنتاج نفسها وربما مقاومة الممارسة الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها.²

ويعتبر كل من Michel De Certeau و Simondon من كبار المنظرين في البحث عن الاستخدامات. وتعتبر الأخيرة "منظومات من الممارسات الممأسسة"³ التي بواسطة التقنية، سيتم خلق أنماط جماعية لاستخدامها في الحياة اليومية.

(ج) - التعريف الإجرائي:

هو الاستجابة الكلية أو الجزئية لمتطلبات ودوافع وعادات الأفراد لاستخدام الوسيلة التي تلبى حاجاتهم ورغباتهم في هذه الدراسة. و يظهر مفهوم الاستخدام عبر ما يُتيح الهاتف الذكي من تطبيقات رقمية تلبى حاجات ودوافع الشباب في صناعة وتداول الصور المتحركة عبر تطبيقاته،

1- ابن منظور، مرجع سابق، ص40.

2- بلعبادة نور الهدى، العلاقات الاجتماعية لمستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017، ص14.

3- -Pascal Plantard, **La professionnalisation des animateurs multimédia en question? Usages, formation et médiations numériques**, France, Université Rennes2, disponible sur le lien https://www.researchgate.net/publication/323994704_La_professionnalisation_des_animateurs_multimedia_en_question_Usages_formations_et_mediations_numeriques, vue 19 Aout, 2021.

وينشأ عن هذا الاستخدام تفاعلات اجتماعية وفقاً لمستويات تداول الصور المتحركة وكيفية تأثيرها عليهم في تكوين تلك الروابط.

4- التمثيل: Representation

(أ) - لغة: نقول تمثيل الموضوع أو الفكرة هو النسخة عنها بشكل صورة أو رمز أو علامة مجردة والتمثيلات تَمَثِّلُ يَتَمَثَّلُ تَمَثُّلاً أي تصوّر له ونقول تَمَثَّلَ الشيء أي تَشَبَّهَ به. أمّا ابن منظور فيعرف التمثيل كما يلي: " التمثيل من مثل الشيء أي تصويره حتى كأنّه ينظر إليه، وامْتَثَلَهُ أي تصوّره، ومثلت له تمثيلاً إذ تصوّرت له مثلاً بكتابه أو غيرها وتمثيل الشيء يعني التشبيه به.¹

(ب) - اصطلاحاً: يشير مفهوم التمثيل إلى العملية التي يستوعب فيها الذهن المعطيات الخارجية أي معطيات الواقع بعد أن يحتك بها الفرد ويضفي عليها مستويات شخصيته المختلفة ويؤدي ذلك إلى أن تتجمع لدى الفرد صور عن تلك المعطيات بشكل حصيلة هذا الاحتكاك. فتكون بالتالي تمثلاً لها. التمثيلات تتميز بنوع من الثبات النسبي ولا تتغير إلا بتغير عناصر الواقع وتغير إدراك الفرد لهذه العناصر.²

فالتمثيلات عبارة عن مواقف توجه السلوك وتحدد عدداً من الاستجابات التي يتعين أن يصدرها الفرد كرد فعل مباشر أو غير مباشر اتجاه مثير داخلي أو خارجي إن هذا ما يعطيه طابع المعنى والدلالة.³

1- دهلاس جنيفر، تمثيلات واستخدامات المراهق للهاتف النقال_دراسة ميدانية على عينة من المراهقين بولاية الجزائر، مجلة الراصد العلمي، العدد 05، ماي 2018، ص 101.

2- المرجع نفسه، ص 102.

3- المرجع نفسه، ص 102.

(ج) - التعريف الإجرائي: هي عبارة مجموعة من التوقعات أو التصورات التي يحملها الشباب أو يشكّلها من خلال استخدامه للصورة المتحركة في الهاتف الذكي.

5- الشباب: Youth

(أ) - لغة: اللفظة شاب من الفعل شبّ والجمع شُبان، والمؤنث شابة والجمع شابات، ويعرفه المعجم الوسيط على أنه إدراك سن البلوغ إلى سن الرجولة ويعني الحداثة وشباب الشيء أوله.¹

وفي لسان العرب لابن منظور: الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوة الدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشباب هو الفتاء والحداثة، وشباب الشيء أوله، وتجمع على شباب وشبان وشواب²

(ب) - اصطلاحاً: يعرف فرد ميلسون أنه " مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الانسان سواء مستقبه المهني أو مستقبه العائلي".³

(ج) - التعريف الإجرائي: بغض النظر عن وجود تحديدات متعددة عن مفهوم الشباب بيد أنهم يمثلون فئة عمرية عادة ما تتراوح بين 18 و35 سنة.

1- المعجم الوسيط ، إصدار مجمع اللغة العربية ، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 1998، ص65

2- ابن منظور، لسان العرب، مجلد 8، دار صاد، ط1، بيروت 2000-2004، ص257.

3- ميلسون فرد، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة: مرسي عيد بدر يحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الاسكندرية، 2007،

1. 8. نوعية الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الأبحاث الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة لظاهرة تمثلات الصورة المتحركة في الهاتف الذكي والتأثيرات المتبادلة من خلال الاستخدام المفرط للتقنية.

ولدقة أكبر كانت الدراسة كمية عبر تجميع بيانات كمية من خلال الاستمارة، وأيضاً كيفية من خلال تجميع معلومات كيفية، فضلاً عن الملاحظة التي تم عن طريقها تجميع بيانات كمية وكيفية.

1. 9. منهج الدراسة:

إن تبني منهج ما يعتبر من أهم الخطوات لإنجاز البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، إذ يتعين على الباحث في مسار بحثه التزام خطوات المنهج المناسب لموضوع لدراسته يقوم بتحديد كخطوة أولية في عملية البحث. والمقصود بمنهج البحث العلمية عند "Anderson" تلك المجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية. لذلك يتوجب على كل باحث أن يوضح المنهج الذي يستخدمه في بحثه. وطبيعة البحث في أغلب الأحيان هي التي تفرض على الباحث منهجاً يعتمد عليه في مسار بحثه.¹

1- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، ط2، 1999، ص35.

ويعرف المنهج على أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار من أجل الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها¹، كما أنه مجموعة من الإجراءات المتبعة في دراسة ظاهرة أو مشكلة بحيث يقوم الباحث بإتباع سلسلة من العمليات حتى يصل إلى النتائج، وذلك عن طريق الأساليب المتبعة من أجل تحقيق الفروض المصممة وأيضاً هو طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال وعلى إجراءات متعرف بها للتحقق من الواقع.²

وبالتالي، المنهج هو " إستراتيجية عامة التي يستخدمها لشرح أو فهم ظاهرة ما".³

وقد تم تبني المنهج المسحي في هذه الدراسة، الذي يعتبر الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن سياقها الطبيعي من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك.⁴

وقد ارتأينا اختيار المنهج المسحي الذي يسمح بتعدد تصنيفاته وأساليبه وأدواته، كما يعد الطريقة المثلى لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صور يمكن الاستفادة منها⁵. وتتخذ هذه الأداة الجمهور مفردات بحثية تستطلع رأيها أو التعرف على رأيها بشأن قضية أو أحداث محددة، وهي أداة موضوعية تستخدم في جمع البيانات من الشباب الذي

1- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص270.

2- صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دط، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003، ص92

³ Luc Bonneville, Sylvie Grosjean, Martine Lagacé, **Introduction aux méthodes de recherche en communication**, Canada, Gaëtan Morin Editeur, 2007, p.50

4- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 4، 2010، ص286، 287.

5- حرفت الطرابيشي، بحوث قياس الرأي العام المناهج والأدوات، ط2، القاهرة، 2017، ص30

يستخدم الصورة المتحركة في تطبيقات الهاتف الذكي لدراسة حدود الاستخدام وتأثيراتها فيهم، والتعرف على التمثلات الاجتماعية التي تتشكل من خلال الاستخدام اليومي المفرط للهواتف الذكية.

1. 10 التقنيات المستخدمة:

بغية القيام بهذه الدراسة، ونظراً لتشعب زوايا الموضوع، تم توظيف ثلاث تقنيات: الملاحظة بالمشاركة والاستمارة والمقابلة، باعتبار التقنية " أداة لجمع المعطيات ووسيلة للتقصي العلمي، يستخدمها الباحث في مجاله معتمداً على مجموعة من إجراءات منهجية، تختلف من حقل إلى آخر، وحتى من بحث إلى آخر في نفس الحقل الواحد. تُحدّد حسب طبيعة المعطيات المراد تجميعها، طبقاً لهدف البحث وطبيعة الإشكالية. كما أن اختيار واحدة منها مرهون بما توفر في حد ذاتها من إمكانيات"¹.

1. الاستمارة:

تعتبر الاستمارة (questionnaire) " تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، ذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقاً، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية. إن الاستمارة هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحداً واحداً وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوك مجموعة كبيرة من الأفراد، انطلاقاً من الأجوبة المتحصل عليها"².

1- لمياء مرتاض-نفوسي، دينامية البحث في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار هومة، 2015، ص119.

2- موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، دار القصبية للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص202.

وتعتبر الاستثمارة في هذه الدراسة تقنية أساسية وضرورية، نظرا لطبيعة مجتمع البحث المتمثل في الشباب الجزائري الذي "بلغ 22.48 مليون نسمة سنة 2018، أي حوالي 54% من مجموع سكان الجزائر"¹؛ فلا يمكن مع عدد كبير كهذا استخدام تقنية أساسية إلا الاستثمارة، لاستحالة القيام بمقابلات وتجميع ملاحظات كثيرة.*

2. المقابلة:

تعتبر المقابلة (interview) في هذه الدراسة كتقنية ثانوية، وهي من الوسائل البحثية لجمع المعلومات والبيانات، إذ يعرفها "موريس أنجرس" بأنها أداة بحث مباشرة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين فرديا أو جماعيا، قصد الحصول على معلومات كيفية ذات علاقة باستكشاف العلل العميقة لدى الأفراد، أو ذات العلاقة بالتعرف من خلال الحالة الفردية لكل مقابلة، على الأسباب المشتركة على مستوى سلوك المبحوثين"².

وهي تمثل "وضعية تفاعل يستشيرها الباحث بغية الحصول على مجموعة من المعطيات. من جهة، يعرض المبحوث تصوره للظاهرة المدروسة. ومن جهة أخرى، يحاول الباحث أن يسهل كلام المبحوث"³. كما يعرفها كل من W.Labov و D.Fanshel على أنها "خطاب الأحداث الذي

1- خالد صديق خوجة، يحيى لعمارة خالد، تطور فئة الشباب في الجزائر (1966-2018)، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 6، العدد 1، 2020، ص.ص 67-79

* لقد اعتمدت الاستثمارة من خلال تجميع البيانات من خلال فتح حساب على "غوغل فورم".

2- موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص197

3- Thomas Gay, L'indispensable de la sociologie, France, Studyrama, 2004, p86.

يأخذ فيه A من B معلومة معينة التي كانت موجودة في سيرة B (biography) ¹. والسيرة هي "مجموع التمثلات المرتبطة بالأحداث التي عاشها B" ².

و"تتطلب المقابلة أن يكون هناك طرفان اثنان: أحدهما المبحوث الذي سيعرض وجهة نظره للمسألة المطروحة، وثانيهما الباحث الذي سيحاول جمع معلومات متعلقة بالموضوع بطرح مجموعة من الأسئلة المنظمة، في لقاء يتم فيه التفاعل بين الطرفين" ³.

ولإجراءات عملية، تم الاعتماد في هذه الدراسة على المقابلة الإلكترونية التي تمكن من تجاوز بعض العراقيل المنهجية.*

وقد تم في هذه الدراسة تبني تحديدا المقابلة نصف الموجهة أو غير المقننة (Unstructured interview). فضلا عن ذلك فقد تم استخدام توظيف التحليل الموضوعاتي في دراستنا هذه. يتم من خلال هذا التحليل تقليص المعطيات المجمعة في المقابلات التي تم إجراؤها. فيتم تحديد المواضيع والمواضيع الفرعية التي تُستخرج من كل موضوع ⁴.

1 - Alain Blanchet, Rodlphe Ghiglione, Jean Massonnat, Alain Trognon, **Les techniques d'enquête en sciences sociales**, Paris, Dunod, 2005, p82.

2- Ibid.

3- لمياء مرتاض-نفوسي، تقنيات البحث الكيفي، المقابلة، الجزائر دار هومة، 2017، ص77.

* تتمثل هذه الإجراءات المنهجية في ربح المال والوقت واختياره (صباحا، ظهيرة، مساء أو حتى في فترة السهرة بدون أخذ عناء التنقل إلى مكان إجراء المقابلة)، إذ يتعلق الأمر بدراسة تنصب على الشباب الجزائري الذي يمكن أن يكون متواجدا فيزيقيا في أي مكان في الجزائر.

⁴- لمياء مرتاض-نفوسي، تقنيات البحث الكيفي، المقابلة، مرجع سابق، ص. 194.

3. الملاحظة بالمشاركة:

يعرف أحمد بن مرسلي الملاحظة على أنها بمثابة "مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية"¹.

وقد تم تحديداً في هذه الدراسة تطبيق تقنية الملاحظة بالمشاركة (participant observation) كتقنية ثانوية، بغية "فهم المعطيات المجمع، بحيث سيشترك في حياة الأفراد الذين تنصب عليهم الدراسة، وسيشترك بالتالي انشغالاتهم من الداخل، فيتمكن من فهمها يلاحظ، وحتى إنه سيكون قادراً على إدراك منظومة تفكيرهم وآرائهم وأفعالهم، مما سيولد تفاعلاً بين من يلاحظ ومن يلاحظ مهمة في الحقل التفاعلي الذي محركه الأساسي هو صفة المشاركة والاندماج في حياة المبحوثين. بفضل الملاحظة بالمشاركة، سيتمكن الباحث من الغوص في حياة الجماعة محل الدراسة، فيتأقلم معها ويشارك في حياة أفرادها. من هذا المنطلق، سيجادل فهم كيفية عملها وتنظيمها"².

بناء على هذا فقد تم القيام بالملاحظة بالمشاركة على عينة من مجتمع الدراسة، من خلال ملاحظة مباشرة لكيفيات استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي حتى تتضح صورة الاستخدام وما ينتج عنها من تمثيلات مقابل هذا الاستخدام للتقنية وتطبيقاتها الرقمية، لنستعرض

1- أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص66.

2- لمياء مرتاض-نفوسي، منطلقات ميمات الإنترنت-رصد للتمثيلات والممارسات، مجلة المواقف، جامعة معسكر، المجلد16، العدد04، 2020، ص.ص 164-196.

معطيات مبدئية في عملية البحث.

1.11. مجتمع البحث والمعاينة والعينة:

يعرف **مجتمع البحث** على أنه "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث فإن مفردات البحث

هي جزء الأساسي المكون للمجموع البحثي وقد تكون أفراد أو أشياء".¹

كما يعرف على أنه: "مجموع الأفراد أو العناصر التي لها خصائص مشتركة والتي يهتم بها

الباحث".²

وقد انصبت دراستنا على مجتمعي بحث اثنين من الجنسين الاثنتين تتراوح أعمارهم ما بين

18 و 40 سنة؛ بالنسبة إلى مجتمع البحث الأول فهو الذي قسمت على أفرادهِ وثائق وأسئلة خاصة

بتقنية الاستمارة. فكانت هنا **المعاينة غير احتمالية عرضية**، بمعنى "اختيار عناصر العينة مرهون

على توفر عاملين اثنين: وجودهم في مكان ما وفي وقت ما، بشكل عابر. بمعنى، أن هذا

الاختيار يُبنى على الصدفة بشكل عرضي، لا يركز على شروط مميزة، إلا بكون ذلك الاختيار

يتم ضمن مجتمع البحث المستهدف. فيقوم "الباحث ببحثه مع العناصر التي يجدها بشكل

عرضي، ولا تهمة العناصر الأخرى، وينتهي من عمله بعدها يحصل على عناصر العينة هو

بحاجة إليها".³

1- أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 197.

2- Luc Bonneville, Sylvie Grosjean, Martuine Lagacé, op.cit., p88.

3- لمياء مرتاض-نفوسي، ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار هومة، 2015، ص 207.

أمّا فيما يخص مجتمع البحث الثاني فهو خاص بالعناصر التي أجريت معها المقابلات. وكانت هنا المعاينة غير احتمالية نمطية تتمثل في الطلبة الجامعيين على وجه التحديد طلبة كليات علوم الإعلام والاتصال وعلم النفس ونشاط وتدريب رياضي وعلوم اقتصادية من مستخدمي الهواتف الذكية بشكل مفرد، باعتبار أنه " تكون العناصر المختارة المكونة للعينة كنماذج لمجتمع البحث المراد دراسته، بمثابة صور نمطية لنفس المجتمع الذي استُخرجت منه"¹، دون سواهم الذين يهتمون بشكل مفرد بالصورة في الهاتف النقال الذكي.

أما العينة فتعرف على أنها جزء من المجتمع الأصلي الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث بدقة لإجراء دراسته عليها وفقاً لقواعد خاصة تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً². وبما أنه من الصعب إجراء البحث على المجتمع الأصلي بأكمله لكوننا بصدد دراسة سلوك استخدام الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي من طرف الشباب وما ينتج عنه تفاعلات جارية هذا الاستخدام خصوصاً لكون هذا المجتمع واسعاً حيث لا يحتل نفس الصفات في جميع أفرادها، وبما أننا اعتمدنا على مجتمع بحث اثنتين فسيتم الاعتماد على عينتين اثنتين: الأولى تخص مجتمع البحث الأول الذي قسمت على عناصره وثائق أسئلة خاصة بالاستمارة. وهي تتكون من 300 مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث: 150 ذكراً و150 أنثى بهدف مقارنة النتائج بين الجنسين الاثنتين.

1- موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص311.

2- رحيم بونس، كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دط، دار دجلة للنشر الأردن، 2008، ص161

أما العينة الثانية فهي تمثل المبحوثين الذين تم القيام بمقابلات معهم المنتمين لمجتمع البحث الثاني، موزعين بالتساوي بين الذكور والإناث: 10 مفردة لكليهما، بمعنى أنه تم القيام بعشرين مقابلة. وفي الواقع هذا الرقم ليس اعتباطياً، إذ "يقترح بعض الباحثين بأن عدد المقابلات يجب أن يتراوح بين 20 إلى 50 مقابلة. حسب رأينا، يكون هذا التحديد صائباً في حالة المقابلة الموجهة".¹

وقد بينت التجربة أنه بعد القيام بمجموعة من المقابلات، سيبدأ الباحث "بمعرفة أمور أقل"² وبذلك، "معيار عدد المقابلات لا يهم كما يهم الربط مع بعض العمل بالمقابلة والتحقيق الميداني".³

المهم هو أن يتوقف الباحث عن القيام بمقابلات عند ملاحظة تكرار المعلومات المجمعة، وعندما يقتنع بأن إضافة مقابلة أخرى لن تغيد دراسته، وهذا ما يعرف بالتشبع بالمصادر (saturation of the data).

1. 12. الإطار الزمني والمكاني للدراسة :

بما أننا بصدد دراسة التمثلات حول الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي واستخداماتها واستنادا إلى الاستبيان الإلكتروني Electronic Questionnaire عبر خدمات Google Forms وعلى المقابلات الإلكترونية في جمع المعلومات من عينتي الدراسة فقد حددنا الإطار المكاني بالمجموعات التي تنشط في الفضاءات السيبرانية التالية: طلاب جامعة عبد

1- لمياء مرتاض-نفوسي، تقنيات البحث الكيفي: المقابلة، مرجع سبق ذكره، ص178

2 -Jean-Claude Kaufmann, L'entretien compréhensif, Paris, Editions Nathan, 2001, p103.

3 -Ibid., p157.

الحميد بن باديس، كلمات مبعثرة، طلبة كلية العلوم الإنسانية جامعة الجيلاي
 اليايس (ليسانس/ماستر)، Les femmes algériennes ، فضاء طلبة البيض، لماذا لا تتفاعل
 معنا، صفحة منتدى الفيلسوف المعاصر، ملتقى طلبة علوم الإعلام والاتصال، التبادل المعرفي
 بين طلاب الدراسات العليا بالدول العربية، أخبار التوظيف والمسابقات 2023، قسم العلوم
 الإسلامية وقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة عمار ثليجي الأغواط، درشة عامة، ، شتاء
 Winter، كل يوم حكمة، الصحافة والإعلام، المنصة التعليمية لعلوم الإعلام والاتصال والسوشل
 ميديا، ومجموعة من الحسابات الشخصية بصفة مباشرة التي تضم فئة الشباب الأكثر تفاعلاً مع
 التقنيات الحديثة وعلى رأسها الهواتف الذكية وتطبيقاتها الرقمية، ومعرفة كيف يستخدم الشباب
 الصورة المتحركة في مختلف مجالات حياتهم اليومية، بهدف معرفة التفاعلات الناتجة عن درجة
 الاستخدام اليومي للصورة المتحركة ومدى تأثيرها في تصرفاتهم وعلاقاتهم الاجتماعية مع بعضهم
 البعض.

أما بالنسبة للإطار الزمني فحدد مع بداية توزيع الاستبيان من 27 أكتوبر 2023 إلى
 غاية 30 جوان 2024 حيث تم الحصول على 210 استمارة فقط. لذلك قمنا بتوزيع يدوي لباقي
 الاستمارات: 90 استمارة موزعة بين 33 إناث و57 ذكور لتكملة عدد مفردات عينة الدراسة
 المحددة من قبل ب 300 استمارة. أما المقابلات فقد انطلقت من بداية فيفري 2024 إلى غاية
 نهاية جوان 2024 على فترات مختلفة.

أمّا عن الملاحظات من خلال الملاحظة بالمشاركة فقد قمنا بتجميعها منذ سنوات بحكم أنها كانت الدافع للقيام بمشروع البحث، ولأننا في ذات الوقت نقوم بهذه الدراسة حول التقنية وهي جزء من أهداف الدراسة وفي ذات الوقت نحن جزء من هذه الدراسة بحكم استعمالنا اليومي للهاتف النقال الذكي لتلبية عدة حاجات.

وقبل القيام بالدراسة الميدانية على عينة الدراسة قمنا بتحكيم وثيقة الأسئلة الخاصة بالاستمارة ودليل المقابلة الخاص بالمقابلة للتأكد من صحته ودقته بعرضهما على مجموعة من الأساتذة المحكمين بتخصص الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع نذكرهم كالآتي:

- د. نزار عبد الغفار السامرائي ، أستاذ بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الاسراء، العراق.

- أ. عمار ميلاد نصر، أستاذ مساعد بالهيئة الليبية للبحث العلمي، وأستاذ بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة سرت، ليبيا.

- أ. د عكروت فريدة، أستاذ تعليم العالي، قسم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

- أ. د بوعدة حسينة، أستاذ تعليم العالي، قسم علم الاجتماع، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.

وبناء على ملاحظات المحكمين قمنا بالتعديلات اللازمة والمراجعة النهائية لصياغة وطرح أسئلة الاستبيان. وقبل التوزيع النهائي قمنا باختبار الاستبيان على عينة اختيارية للتأكد من وضوح الأسئلة وسرعة تجاوب المبحوثين مع الاستبيان .

وقد احتوت الاستمارة على أربعة محاور موزعة على 33 سؤال هي كالتالي:

- المحور الأول: أنماط استخدام الشباب للصور المتحركة عبر تطبيقات الهواتف الذكية
- المحور الثاني: أسباب استخدام الشباب للصورة المتحركة عبر تطبيقات الهواتف الذكية
- المحور الثالث: تأثير تمثل الصورة المتحركة في الهاتف الذكي
- المحور الرابع: السمات العامة للمبحوثين.

أما بالنسبة لأسئلة المقابلة قسمتها إلى ثلاثة محاور رئيسية تضم أسئلة فرعية وهي :

- المحور الأول: محور الاستخدامات
- المحور الثاني: محور التفاعل
- المحور الثالث: السمات العامة

1. 13 الخفيتان النظريتان:

لتقديم إطار تفسيري لهذه الدراسة، تم تبني كل من التفاعلات الرمزية ومدخل الاستخدامات والإشباعاات.*

1. 1 مدخل التفاعلات الرمزية: Symbolic interactions

1.1 ظهور التفاعلية الرمزية:

فطن عدة مفكرين بالدور الذي يلعبه الاتصال في الحياة الاجتماعية. وقد ارتبط ظهور التفاعلية الرمزية مع العالم الأمريكي "جورج هيربرت ميد" George Herbert Mead (1863-1913) مع

بداية القرن العشرين من جامعة شيكاغو في كتابه بعنوان "العقل والذات والمجتمع". وأيضاً نجد "هربرت بلومر" Herbert Blumer (1900-1981)، و"ارفينغ غوفمان" Erving Goffman . ويشير مفهوم التفاعلية الرمزية إلى عملية التفاعل الاجتماعي الذي يكون فيه الفرد على علاقة واتصال بالآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة ووسائلهم في تحقيق أهدافهم. فالفرد في تفاعله مع الآخرين يكون صوراً ذهنية أو رموزاً عن كل فرد تفاعل معه، وهذا قد يكون محبباً أو غير محبب، وطبيعة الرمز الذي أعطاه الفرد للآخرين هو الذي يحدد علاقته معهم.¹

ويحاول مدخل التفاعلية الرمزية الربط بين الحياة الداخلية للفرد وبين المجتمع وما يحتوي عليه من قيم وأحكام أخلاقية يمكن رصدها على الفرد الذي يكون مصدر تفاعل الآخرين.² وقد أرسى "جورج هربرت ميد" أسس النظرية وحدد مقولاتها الأساسية فيما يلي :

- الذات والعقل: إنّ الذات عضو نشط يستجيب حسب نوعية الدافع الذي يسعى لإشباعه.

- التفاعل الاجتماعي: ركّز "ميد" على أهمية تحليل أنماط التفاعل أو محصلة الأفعال الاجتماعية التي عن طريقها يتم تشكيل المجتمع الإنساني. فالتفاعل يحدث من خلال العلاقات الاجتماعية بين الجماعات: كالأُسرة والتنظيمات والنقابات واللعب.

* في الواقع، استخدام أكثر من إطار نظري وأكثر من تقنية في الدراسة الواحدة كما هو حال دراستنا هذه إنما يندرج ضمن ما يسمى بالتقييم بواسطة المقارنة (triangulation)، لأكثر مصداقية ودقة للدراسة.

1 - إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، ط3، دار وائل، عمان، 2015، ص80.

2- إحسان محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص81

- المعنى الرمزي: سعى "ميد" بتحليل المراحل الأولى التي يتم من خلالها تكوين الذات: مرحلة ما قبل اللعب ومرحلة اللعب ومرحلة الإلمام بقواعد اللعب.

1. 2. الفروض الأساسية لمدخل التفاعلات الرمزية:

يعد "هربرت بلومر" أول من أطلق تعبير التفاعلية الرمزية من خلال الفرضيات التي صاغها (1969) عن عملية التفاعل وهي :

- إنّ البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.

- هذه المعاني هي نتاج التفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.

- وهذه المعاني تُحوّل وتُعدّل ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله

مع الإشارات التي يواجهها. ويمكن إجمال مفاهيم النظرية كالاتي :

(أ) - الرموز والمعنى: تنطلق فكرة "جورج هربرت ميد" من فكرة أساسية ألا وهي أن الإنسان مثله

مثل الكائنات الحيوانية هو كائن فعّال يقوم بحركات وإشارات ويُصدر أصواتاً. ولكن بالمقابل النوع

الإنساني سرعان ما يُحوّل تغيرات الوجه أو الإشارات إلى رموز تكون الأصوات والأفعال ذات

معنى له ولمُستقبلها، كمعنى موحد بين المرسل والمستقبل. بمعنى أنّ الرمز يصبح معنى مشتركا

فهي تصبح في هذه الحالة رُموذاً اجتماعية تُكسب من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين...

وبذلك نستطيع القول إنّ الإنسانية ظاهرة اجتماعية والناس هم كائنات اجتماعية أساساً وإنسانيتهم

نتاج التفاعل الاجتماعي الرمزي مع الآخرين.

(ب) - التوقعات والسلوك: إنّ المجتمع مجموعة من التفاعلات التي تجمع به أفراد وتجمع الأفراد بالجماعات التي تنتمي لها وتجمع الجماعات ذاتها بجماعات أخرى. ويتم تنظيم السلوك في خضم ذلك من خلال ما يسمى بالتوقعات وهي التوقعات التي تخلق وتتطور بواسطة " الآخر". فالناس من خلال التفاعل يتعلمون أن يتصرفوا بالطريقة التي يتوقعها الآخرون منهم. ومن ثمّ فهم يراعون أن يكون سلوكهم مطابقاً للأنماط السلوكية التي تحدث في المؤسسات والنظم الاجتماعية التي خلقوها وهم يتعلمون أيضاً أنّ الآخرين لديهم نفس التوقعات. ومن هنا فإنّ أنماط العلاقات بين الناس وجماعاتهم تُشكّل البنية الاجتماعية، وتتجلى طبيعة المجتمع في أنّه جماع التوقعات المتبادلة والسلوك الذي ينجز هذه التوقعات.

(ج) - الأدوار والأفعال: يؤدي المجتمع مهامه ويستمر في البقاء بسبب قدرة الناس على استخدام السلوك الرمزي أو السلوك الذي يستخدم الرموز كنتيجة لامتلاك اللّغة. ومن أهم النتائج المترتبة على هذه الحقيقة يخلق ما يسمى بالوعي الذاتي. فالطفل يصبح واعياً بذاته كنتيجة لخبرته وتعامله معها وإلى المدى الذي تتطور فيه قدراته اللغوية. فإنّه يتعلم معاني الكلمات والاتجاهات المرتبطة بهذه المعاني والتي يعبر عنها أولئك الذين يستخدمون هذه الكلمة. ثمّ يتعلم فيما بعد ما يتوقعه الآخرون من سلوكه. وبمرور الوقت يكتسب هو ذاته توقعات مشابهة بالنسبة للآخرين¹.

إنّ مجموعات التوقعات المرتبطة بسلوك أشخاص معينين تسمى بالأدوار والأدوار هي بمثابة دالة. وتشكل الأدوار المعتمدة (الأب، الأم، المدرس...)

1- مصلح الصالح، النظرة الاجتماعية أصولها التاريخية، بناؤها، وظائفها، خصائصها وملامحها، دار الفيصل، الرياض، 1421هـ، ص.ص

تعتبر التفاعلية الرمزية واحدة من المحاور الأساسية التي تعتمد عليها الدراسات الاجتماعية في تحليل الأفعال الاجتماعية والعوامل المؤثرة فيها. وهي تبدأ بمستوى تحليل الوحدات الصغرى، تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم فلسفة النسق الاجتماعي؛ فأفعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من الأدوار. ويمكن النظر إلى هذه الأمور من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه بعض من حيث الرموز. وهنا يصبح التركيز إما على بنى الأدوار والأنساق الاجتماعية أو على سلوك الدور والفعل الاجتماعي.¹

1. 3. نقد التفاعلية الرمزية :

بالرغم من أهمية النظرية التفاعلية الرمزية وإثرائها لمجال النظرية السوسيولوجية المعاصرة، إلا أنها تعرضت أيضاً للعديد من الانتقادات وهي :

1. يرى بعض العلماء أن التفاعلية الرمزية كنظرية سوسيولوجية قد تخلت كثيراً عن استخدام الأساليب العلمية التقليدية، وخاصة لأن أصحابها رؤوا أن مضمون اهتماماتهم وقضاياهم التي ترتبط بالذات أو الوعي تتصف بالدراسات المتنوعة التي يصعب عليهم استخدام الأساليب الكمية، والتي يمكن أن تساعد عمليات الترميز والتصنيف أو حتى الحصول على أرقام محددة، وهذا ما تخلى رواد التفاعلية الرمزية عنه وجعلهم يبتعدون عن خاصية الموضوعية واستخدام العلم عند تحليل قضايا النظرية ومشكلاتها الأساسية.

2. ظهور العديد من التحليلات والتصورات الغامضة وهذا ما جعل العديد من القضايا والمسلمات غير قابلة للاختبار مما أدى لعدم الوصول إلى القوانين والتعليمات العامة حول التفاعلية الرمزية.

3. إهمال التفاعلية الرمزية في معظم تحليلاتها لدراسة البناءات الكبرى، وهذا ما جعلها غير قادرة على التنبؤ خاصة في القضايا التي حاولت معالجتها بصورة نظرية وميدانية واقعية في نفس الوقت.¹

4. أكدت التفاعلية الرمزية على أن المجتمع يتفاعل أفراده تفاعلاً رمزياً دون أن تشير إلى أنماط الظروف، مهما كان نوع التفاعل الذي يؤدي إلى ظهور انبثاق أي نمط من أنماط البناء الاجتماعي واستمراره، وتغييره في سياق أي ظرف من الظروف.

5. جعلت من الشخصية أو الذات محور دراستها وجذبت انتباه الباحثين إلى دراسة التفاصيل الصغيرة في الحياة الاجتماعية. وبذلك تكون قد استبعدت النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي من مجال الدراسة.

6. إخفاق التفاعلية الرمزية في تحليل الكثير من المفهومات والتصورات والعوامل السيكولوجية، إن لم تكن قد أهملتها تماماً ومن أهم المفهومات: الحاجات والدوافع والتوتر والإلهام، وإن ركزت فقط على دراسة المعاني والرموز والتفاعل.

1- عدلي أبو طابون، النظريات الاجتماعية المعاصرة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، القاهرة، 1905.

وقد تم تبني التفاعلية الرمزية للبحث عن المعاني المكتسبة من خلال التفاعل الذي يتمخض عن استخدام الصور المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي، بحيث يمثل الأخير وسيلة للبقاء على اتصال مع المستخدمين الآخرين.

2. مدخل الاستخدامات والإشباعات:

1.2. ظهور مدخل الاستخدامات والإشباعات: Uses and gratifications

يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباعات من المداخل المبكرة التي ظهرت قبل عقد الأربعينيات من القرن العشرين مثل نظرية القذيفة السحرية أو الآثار الموحدة. وهي تنظر إلى الجماهير بشكل سلبي وأنه ليس بين وسائل الإعلام والاتصال علاقة سوى أنها تنتظر في سلبية لكي تنتقل لهذه الجماهير معلومات سواء أكانت بحاجة لها أم لا. لكن هذا التبيان بين جمهور وسائل الإعلام أدى بكثير من الباحثين إلى إدراك مواقف الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، وصار ينظر إلى العلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام بنظرة تمثلت في التحول من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة وقادرة على اختيار المضمون والرسائل التي تتناسب معها من وسائل الإعلام.¹

1- ديفلير ملفين، روكيتش ساندرابول، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص266.

ويهتم هذا المنظور "بطبيعة الجمهور المشارك والإشباع التي تتم تلبيتها بالتعرض للتلفزيون، مع قوة تحفيزات الوسيط حيث تؤثر سمات نفسية واجتماعية في هذا الاستخدام، وتتطور التصرفات كنتيجة لتأثير التحفيزات والسمات معا".¹

ويعتبر كل من Katz و Blumler و Gurevitch من أبرز ممثلي هذا المدخل. من هذا المنظور، قبل أي ينظر إلى الجماهير قبل أي شيء، "كفاعلين اجتماعيين، لديهم ذاكرة وقدرات نقدية الذين يجب منحهم حرية الاختيار، وليس كمتلقين سلبيين في نسق يفرض عليهم".²

كانت الأبحاث في مجال الاستخدامات والإشباع من الأبحاث المبكرة في مجال العلوم الاجتماعية المرتبطة بالدراسات الإعلامية، وقد بدأت هذه الأبحاث خلال عام 1940 من خلال دراسات لازرسفيد عن دوافع الاستماع إلى الراديو ودراسات بيرلسون حول أسباب قراءة الصحف، ركزت معظم الأبحاث الخاصة بالاتصال على عملية التأثيرات الخاصة بمضامين وسائل الإعلام أكثر من التركيز على الجوانب المتعلقة باستخدامات وإشباعات الجمهور وحتى في مثل هذه السنوات الأولى حاول بعض الباحثين أن يضيفوا دوافع الأفراد للاندماج أو القيام ببعض السلوكيات بينها وبين غيرها، كالاستماع إلى المسابقات بالراديو والمسلسلات النهارية وقراءة الكتب الكوميدية بالإضافة إلى قراءة الصحف.³

وهناك سببان رئيسيان وراء ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع هما :

1- Zizi Papacharissi, **Uses and gratifications**, An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Lawrence Erlbaum, Communication Routledge Series, 2008, p.p 137-152.

2-Éric Maigret, **Sociologie de la communication et des médias**, Paris, Armand Colin, 3ème édition, 2015, p11.

3- Yay Blak Jenais Brgart, **Introduction To Media Communication**, United States of America-Hill, 5th Edition, 1998, p27.

الأول: هو المعارضة لفروض تأثير وسائل الإعلام في الجمهور وهو ما يعد اكتشافا للجمهور خاصة في المجتمع الأمريكي.

الثاني: قدم هذا المدخل البديل في العلاقة بين المضمون الإعلامي والجمهور كما قدم البديل في تقسيم المضمون الإعلامي إلى فئات حسب الوظيفة التي يقوم بها وليس حول مستوى الاستماع والتذوق المترتب عن التعرض لوسائل الإعلام. ثم تطورت دراسات هذا المدخل في سبعينيات القرن الماضي عندما اهتم الباحثون بحاجات الجمهور الاجتماعية والنفسية كما ذهب الياهو كاتز Elihu Katz. وجاءت دراسات ماكويل Macquail وبلومر Blumer عن محتويات التلفزيون لتؤكد على الربط بين استعمال محتوى برامج التلفزيون والظروف الاجتماعية للمشاهد.¹

فيرى مدخل الاستخدامات والإشباع أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها، إضافة على المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة. وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناءً على الدور الإيجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال، بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور والمتمثلة في الإيجابية والنشاط والاختيار الواعي والتفكير الجيد.²

2. 2 الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع فيما يلي³:

1- يهدف جمهور وسائل الاتصال إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل

1- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص.ص، 270-272.

2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص.ص 239.

3- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 254.

بصفة إيجابية، لأنّ أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهدافاً مقصودة تُلبى توقعاً ما، وبالتالي فالسلوك الاتصالي هو سلوك هادف ذو دوافع معينة.

2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه، الذي يكون استخدامه لهذه الوسائل من أجل تحقيق احتياجاته الأساسية وتلبية رغباته.

3- استجابة الفرد السلوكية لوسائل الاتصال، تملئها مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية والأصدقاء، والعلاقات الاجتماعية، والبيئة التي يعيش فيها، حيث تمثل هذه المتغيرات وسيطاً بين وسائل الاتصال والجمهور .

4- تؤثر وسائل الاتصال في سمات الفرد وفي جميع مناحي حياته وحتى في البنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع، حيث يمكن الحكم على هذه المعايير انطلاقاً من استخدام أفراد المجتمع لوسائل الإعلام والاتصال، وليس من خلاله محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل.

5- تتنافس وسائل الإعلام والاتصال مع المصادر الأخرى، الموجودة في محيط الفرد على عمليات الانتقاء والاستخدام التي يقوم بها الجمهور من أجل إشباع رغباته وحاجاته، باعتبار أنّ تلبية وسائل الإعلام لهذه الاحتياجات تختلف من فرد لآخر، وباختلاف البيئة الاجتماعية.

2. 3. الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع:

تلقت نظرية الاستخدام والإشباع مجموعة من الانتقادات أشهرها أوردها "ماكويل" وهي:

- تعتبر مقارنة نفسية جديدة ومبالغ فيها تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.

- تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين نظرية المستخدم التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني. إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجه له.
- تواجه فلسفة الاستخدامات باستمرار قوة تأثير مضمون الاتصال.¹
- أما عن أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدام والإشباع فتكمن في الطابع الوظيفي لها وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتفكر للتغيير الاجتماعي.²
- وقد أسهمت هذه الانتقادات وغيرها في تطوير نظرية الاستخدامات والإشباع وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة استدراك النقص المسجلة يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الإشباع وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة المستخدمة، واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية عند التعرض للوسائل، واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداولة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتهم.³

1- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، قسنطينة، مخبر علوم الاجتماع والاتصال، 2003، ص 31،32.

2- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر، دار الفكر العربي، 1991، ص33.

3- مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، القاهرة، دار الفجر، ط1، 2004، ص 131.

وقد تم تبني هذه المقاربة النظرية للبحث عن الحاجات المبتغاة من وراء استخدام الصور المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي، والبحث أيضا عن الإشباعات الممكنة عن طريق هذا الاستخدام.

خلاصة

في هذا الإطار تم عرض الإجراءات المنهجية المعتمدة في هذه الدراسة حيث عرضنا الدراسة الاستطلاعية ونتائجها وبعض الدراسات السابقة والمثابفة لدراستنا لأسباب اختيار هذا الموضوع فأهميته فالإشكالية فالفرضيات المعتمدة فضبط مفاهيم الدراسة، وتحديد طبيعة الدراسة فالمنهج المتبع فالتقنيات التي تم تبينها. ثم قمنا بتحديد مجتمعي الدراسة فالمعينتين فخصائص العينتين، وتحديد الإطار المكاني والزمني للدراسة بدقة، ثم عرض المدخلان النظريان للدراسة. وبعد عرض الإطار المنهجي لهذه الدراسة من خلال تحديد كل الإجراءات المنهجية المتبعة فيها نعرض الآن إلى الإطار النظري لها.

الباب الثاني: الإطار النظري

الفصل الأول: المدخل النظري لدراسة التمثلات الاجتماعية

1. التمثلات الاجتماعية في مفترق المقاربات

(الفلسفة، علم النفس، علم الاجتماع)

2. خصائص التمثلات الاجتماعية

3. وظائف التمثل الاجتماعي

الفصل الأول: المدخل النظري لدراسة التمثال الاجتماعي

- تمهيد:

إنّ مجالات التمثال الاجتماعي واسعة امتدت جذورها من الفلسفة وصولاً إلى العلوم الاجتماعية والإنسانية. ولقد كان هذا المجال ولا يزال يشد اهتمام الكثير من الباحثين الذين انقسموا في دراسته إلى مجموعة من المقاربات والنظريات تظهر مجملها أهمية التاريخ الشخصي للفرد والجماعات، وتأثير كل من المحيط والأسرة والمجتمع ووسائل الإعلام.... في تشكيل التمثال الاجتماعي وأثرها في صياغة توجيه سلوكيات وممارسات الأفراد والجماعات على حد سواء.

1. التطور التاريخي لمفهوم التمثال :

أصبح اليوم مفهوم التمثال الاجتماعي من أهم الأدوات المستعملة لفهم وتفسير الظواهر الإنسانية. فمفهوم التمثال مفهوم قديم نوعاً ما، لكنّه لم يظهر في صبغته الإجرائية الصارمة إلاّ حديثاً في النصف الثاني من القرن الماضي، خاصة في مجال علم النفس الاجتماعي، وذلك على يد الفرنسي **Serge Moscovici** في كتابه: " La psychanalyse son image et son public " حيث حاول توضيح كيفية انتشار النظرية العلمية أو السياسية في ثقافة معينة وكيف تحولت ضمن السيرة وكيف تتغير رؤية الأفراد التي يحملونها عن أنفسهم أو عن المحيط أو العالم الذي يعيشون فيه. وقد أشار إلى أن هذا المفهوم يسمح بدراسة السلوكيات والعلاقات الاجتماعية دون تحريفها وتبسيطها¹. وقد شهد مفهوم التمثال تجديداً مستمراً بفعل التغيرات الاجتماعية التي يشهدها المجتمع، حيث اهتم العديد من الباحثين بعد موسكوفتشي بالتمثل مثل: " Chombart de Lauwe "

1- Serge Moscovici, *La psychanalyse, son image, son public*, Paris, PUF, 1961.

(1970)، "Farr" (1987/184)، "Herzlich" (1972)، "Jodelet" (1984)، وأنثروبولوجيين مثل: "Laplantine" (1978/1978)، وعلماء اجتماع مثل "Bourdieu" (1982)، وعلماء التاريخ "Ariès" (1962)، و "Duby" (1978)، حيث كان بحثهم واسعاً جداً:

1. التمثلات الصحية والمرضية لجسم الإنسان (Les représentations de la santé de la santé humaine) (maladies du corps humain). لـ " Herzlich et laplantine "
2. الأمراض العقلية (الذهنية) (Maladies mentale) لـ " Jodelet "
3. التمثلات المتعلقة بالثقافة (Les représentations de la culture) لـ " Kaés "
4. التمثلات الخاصة بالطفولة (Les représentations de l'enfance) لـ " Chombart de Lauwe "
5. التمثلات المتعلقة بالحياة المهنية (Les représentations de la vie professionnelle) لـ

"Synder man, Herbeg Mausner"، إلى جانب الدراسات التي قام بها "Abic" حول التمثلات الاجتماعية والمواقف والذي اهتم بالمتغيرات التي تحدث أثناء التمثلات¹. بيد أن أول من استعمل مفهوم التمثلات الاجتماعية من غير الفلاسفة هو عالم الاجتماع الفرنسي **Emile Durkheim** في مقال نُشر له سنة 1898 حيث فرّق بين التمثلات الفردية²، مؤكداً أنه على الرغم من التمثلات الاجتماعية مصدرها ذهن الفرد، إلا أنّ لها جوانب أخرى تعتبر أساسية في

1- Robert Farr, **Les représentations sociales**, in psychologie, sous la direction de S.Moscovici, Paris, PUF, Le psychologue, 1977, p385

2- Maache et autres, **Les représentation Sociales : un concept au carrefour de la psychologie sociales et d la sociologie**, les éditions de l'Université de Constantine, Algérie, 2002, P7.

تكوينها كالبينة والمجتمع والأسرة التي ينشأ فيها الفرد ويتأثر بها.¹

2 . التمثلات في مفترق المقاربات:

2. 1 التمثلات الاجتماعية في المعنى الفلسفي :

شهد مفهوم التمثلات الاجتماعية تطوراً ملحوظاً عبر مختلف الحقب الزمنية، من منطلق دراسات مختلفة عملت على تحديد المفهوم وفهم دلالاته ووضعه في إطار صحيح. فالتمثلات الاجتماعية مفهوم قديم جداً، وأول من إهتم به هم الفلاسفة عندما طرحوا تساؤلات عن العلاقات الموجودة بين المواضيع والأفراد. ويعتبر إيمانويل كانت " **E.Kant** " من بين هؤلاء الفلاسفة الذين أشاروا إلى دور الوسائط والتفاعل بين الفرد ومواضيع المعرفة. فالمعرفة الحسية هي عمل بنائي، بحيث أنّ " البنائية صفة تطلق على كل النظريات والتصورات التي تنطلق في تفسيرها للتعلم من مبدأ التفاعل بين الذات والمحيط من خلال العلاقة التبادلية بين الذات العارفة وموضوع المعرفة".²

2. 2 التمثلات الاجتماعية في المعنى الاجتماعي:

ظهر مفهوم التمثلات الاجتماعية في علم الاجتماع من طرف إميل دوركايم " **E. Durkeim** "، مركزاً على دور المجتمع كموضوع أساسي حول ما يجري داخل المجتمع بمهارة أكاديمية واضحة،

1 - ديب مهدي زكريا، التمثلات الاجتماعية لقيم الديمقراطية في أوساط الطلبة الجامعيين، جامعة تلمسان نموذجاً، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علم الاجتماع تخصص تنمية بشرية، 2016/2017، ص 158.

2- بن ملوكة شهباز، التمثلات الاجتماعية للمعرفة المدرسية لدى التلاميذ الذين تظهر لديهم أعراض الإنقطاع عن الدراسة، دراسة ميدانية لتلاميذ السنة الثانية ثانوي ولاية وهران ومستغانم أنموذجاً _ أطروحة دكتوراه لنيل دكتوراه علوم في علم النفس الأسري، جامعة وهران، 2014/2015، ص 21.

في كتابه أشكال الحياة الدينية (Les formes de la vie religieuse) موضحاً أن الفكر

المنطقي هو من إبداع المجتمع وليس صفة طبيعية للفرد.¹

فقد أكد دوركايم على الدور الاجتماعي للفكر؛ إذ يقول: " ينتمي الإنسان إلى المجتمع،

وهذه الحياة الاجتماعية كلها مكوّنة من تمثلات. إن حالات الوعي الجماعي هي من طبيعة أخرى

مقارنة مع حالات الوعي الفردي. إذاً ليس المهم هو معرفة طريقة فردانية المفكر تمثله لمؤسسة

ما، بل معرفة إدراك في جماعة"². بالنسبة إلى دوركايم، التمثل الاجتماعي هو مفهوم مشترك بين

أفراد الجماعة، إذ توجد سيرورة انتساب ومشاركة. التمثل الاجتماعي متجانس ودائم، يقرب أعضاء

الجماعة ويحافظ على الروابط فيما بينهم. مشترك ومدرك بطريقة جماعية، الأمر الذي يمنحه حق

الدوام وقوة الاعتبار. يعتبر دوركايم التمثل الاجتماعي محصولاً جماعياً إذ يقول: " إذا كان التمثل

الاجتماعي مشتركاً بين الجميع، فلأنه مؤلف جماعي بما أنه لا يحمل بصمة أي ذكاء خاص،

فهذا يعني أنه منجز من طرف ذكاء فريد فيه يلتقي كل الأشخاص الآخرون ومنه يتغذون. وإذا

كان الذكاء الفريد يتميز باستقرار أكثر من الإحساسات والصور، فلأن الاستقرار من التمثلات

الفردية أمّا التمثلات الاجتماعية فتعتبر أكثر"³. في مقارنته بين التمثلات الفردية والتمثلات

الاجتماعية يؤكد دوركايم على نوعيه الفكر الجماعي مقارنة بالفكر الفردي، فيقول: " التمثلات

الاجتماعية الناتجة عن الأفعال وردود الأفعال المتبادلة بين المعارف المبدئية المكونة للمجتمع

1-Durkheim E, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, 1912, Editions générales françaises, p738.

2 - Bagros ph, De Toffol B, *Introduction aux sciences humaines en médecine*. Paris, édition marketing, 1993, p180.

3- Jodelet Denise, *Les représentations sociales : Un Domaine En Expansion* ; In Jodelet (Ed) *Les Représentations Sociales*, P.U.F, Paris, 1989, p65

نابعة مباشرة من هذه المعارف ثم تتفوق عليها".¹

ويضيف قائلاً: " هي تصورات اجتماعية تتأسس على شكل قيم ومعايير للسلوك والتذوق والقول، إنها تتغير بتغير الحياة الاجتماعية، إنها تتشكل انطلاقاً من الأوضاع والمواقف والميولات الثقافية التي تحكم رؤية المجتمع إلى العالم، كما تحكم أنماط تفكيره وأسلوب عيشه، والمعايير المعتمدة فيه حسب الأولويات. كأمثلة على ذلك في مجتمعنا مجموعة من العادات والقيم والسلوكيات والآداب التي نتمسك بها ونمارسها في حياتنا اليومية في مختلف المؤسسات الاجتماعية التي نعيش فيه".²

ويعرف (Durkheim,1967) التمثلات الاجتماعية فيقول: " هي ظواهر تتميز عن باقي الظواهر في الطبيعة بسبب ميزاتها الخاصة، فهي لها أسباب وهي بدورها أسباب، هي بقايا لحياتنا الماضية، إنها عادات مكتسبة وأحكام مسبقة وميول تحركنا دون أن نعي، وبكلمة أخرى إنها كل ما يشكل سماتنا الأخلاقية".³

ويعرفها (Ficher,2005) على أنها: " بناء اجتماعي لمعارف عادية مهياة من خلال القيم والمعتقدات، ويتقاسمها أفراد جماعة معينة، وتدور حول مواضيع مختلفة) أفراد، فئات اجتماعية...الخ)، وتؤدي إلى توحيد نظرتهم للأحداث كما أنها تظهر أثناء التفاعلات الاجتماعية".⁴

1-Jodelet Denise, op.cit., p65.

2- Ibid.

3 -E. Durkheim, **Sociologie et philosophie**, Paris, Presses universitaires de France, 1967, p113

4- Ficher G.N, **Les concepts fondamentaux de la Psychologie sociale**, Paris, Dunod, 2005, p131.

في حين عرفها (Abric, 1994) على أنها: "عبارة عن منتج أو سيرورة خاصة بنشاط عقلي معين، والذي من خلاله يقوم الفرد أو الجماعة بتشكيل الدافع الذي يواجههم وكذلك منحه معنى نوعياً".¹

2. 3 التمثلات الاجتماعية في المعنى النفسي:

بعد مرحلة الكمون التي عرفها المفهوم، ظهر من جديد سنة 1950م من خلال دراسة سيرج موسكوفيشي S.Moscovici للتمثلات الاجتماعية كموضوع للتحليل النفسي، بتحديد الآليات النفسية التي تنتج وتسوغ المادة التمثيلية. وأظهر في دراسته أن تمثلات المجتمع الفرنسي أصبحت آلية ووظيفية في صياغة وتوجيه السلوكيات، وأن "دراسة التمثلات الاجتماعية تدفعنا إلى خوض غمار الصراعات الثقافية والممارسات المهمة".²

فدراسة سيرج موسكوفيشي توصلت إلى فكرة أن النظرية العلمية الجديدة انتشرت في الثقافة الفرنسية وتكرست مع الأحداث اليومية وغيرت نظرة أفراد المجتمع إلى ذواتهم وكينوناتهم وإلى المحيط الذي يعيشون فيه.³ وقد جمع من خلال هذه الدراسة بين ما هو نظري وتطبيقي حيث قام بتحليل مقابلات واستبيانات وزعت على 2265 شخص، إلى جانب تحليله 1640 مقالاً انتقاه من 230 جريدة ومجلة في الفترة الزمنية الممتدة في جانفي 1952 وجويلية 1956. فقد أعطى سيرج موسكوفيشي جسداً (Un Corps) لمفهوم التحليل النفسي وذلك بتوظيفه لوسائل منهجية جعلت دراسة التمثلات تتسم بما يعرفه سعدي لحلو بالمسافة النسبية La

1 - Abric. Jean Claude, *Pratiques sociales et représentations*, Paris, Puf, 1994, p23.

2- Moscovici, S, *Des représentations collectives aux représentations sociales* dans Jodelet, op.cit., p.p88-99

3 - Robert Farr, op.cit., p.381

Distance Relativiste مقارنة بالبحث في العلوم الدقيقة التي تعتبر نفسها الوحيدة التي تستطيع أن تضبط وتتنبأ بالواقع. هذا ما جعل سعدي لحو يرى أن سيرج موسكوفيتشي هو أول من أقحم التمثلات في الواقع الاجتماعي، بعيداً عن المجتمعات البدائية أو عالم الطفولة أو الاضطرابات النفسية. لقد اهتم الإنسان الاجتماعي (إنسان الشارع) ما يفكر فيه ويشعر به إزاء المواضيع التي تحيط به، محولاً بذلك مفهوم التمثال الاجتماعي من موقع النموذج النظري أو الظاهرة إلى مفهوم أكثر تعقيداً من تقاطع محورين، حيث أصبح ملتقى لمجموعة من المصطلحات النفسية والاجتماعية. بقي هذا المفهوم محل تجاذب لمدة قصيرة ثم مرت عليه مرحلة كمون أخرى جاوزت عشر سنوات، بسبب المقاومة التي واجهته من طرف النظريات المادية والسلوكية التي تعتبر المادة أساساً لكل شيء مستبعدة فرضية وجود محددات نفسية، ثم ما لبث أن استرجع مكانته مرة أخرى في مجالات علم النفس الاجتماعي ليصبح تياراً فكرياً. وأصبح للتمثلات دور أساسي في فهم معطيات الواقع، وأداة مفضلة لدراسة العلاقات بين الأفراد والمحيط ووسيلة للاتصال بين الأفراد وهذا راجع إلى التغيرات الإبيستيمولوجية التي طرأت على علم النفس والعلوم الاجتماعية، بعدما كان يسيطر عليها الفكر الماركسي الذي أعاق تطور هذا المفهوم.¹

أكد سيرج موسكوفيتشي على البعد التطبيقي والبعد النفسي للتمثلات الاجتماعية، فاعتبرها واقعاً يكاد يكون ملموساً ومجسداً فعلياً، بحيث تظهر يومياً في سلوكنا وخطاباتنا وأفكارنا وطريقة فهمنا. فعلى الرغم من أنها مخفية في الأذهان على شكل تمثلات، إلا أنها تظهر بوضوح

1- Moscovici, S, La psychanalyse, son image et son public, 1976, Paris, PUF, p50

من خلال هذه الرموز¹. فهي في الأخير عبارة عن نظام خاص له منطقة ولغته الخاصة به، متكون من القيم والمفاهيم والممارسات المتعلقة بمواضيع ومظاهر وأبعاد الوسط الاجتماعي التي تسمح بتثبيت إطار الحياة، كما تشكل التمثلات الاجتماعية وسيلة لتوجيه وإدراك المواضيع وبناء الاستجابات².

أمّا دينيس جودلي D.Jodelet فهي تَعَبِّر التمثلات عبارة عن شكل من المعرفة المتطورة اجتماعياً والمشاركة بين أفراد الجماعة، لها غاية علمية في تنسيق واقع مشترك، لذلك غالباً ما نجد جماعة من الأفراد لهم نفس التمثلات الاجتماعية حول موضوع معين وهذا ما يجعل لها بعداً رمزياً في تفسير أحداث العالم الخارجي. في دراسة لـ جودلي عن تمثل المرض العقلي وملاحظاتها حول مجمل الأفكار التي تحملها عينة من الأفراد خلال المناقشات، تبين أن لهم تمثلات اجتماعية مشتركة اتجاه المرض، وأن مجمل هذه التمثلات لها بعد إجرائي في تشكيل سلوكيات معينة في التعامل مع المرضى العقلين، مما يجعل من التمثلات الاجتماعية "نماذج لتفكير الاجتماعي تتعارض مع التفكير المنطقي العلمي الفرضي"³.

تري د. جودلي: " أن التفكير في معناه العام كنظام اجتماعي والثقافة كخلفية، وهي جانب ضروري لفهم الخطاب وتشكيل فضاء للمتكلم"، وهذا يعني أن كل من الموضوع الفاعل والمحيط في ترابط وتكامل شامل وتفاعل متلازم أو بمعنى آخر في بوتقة واحدة لدراسة التمثلات، مما أضاف بعداً جديداً في مسار البحث في التمثلات الاجتماعية باستعمال ما يعرف بالمنظور

1- Maache et autres, op.cit., p09

2- Herzlich Claudine, **Santé et Maladie : Analyse d'une représentation sociale**, France, Les éditions Mouton, 1969, p388.

3-Jodelet (D), op.cit., p36.

التحليلي وإضافة عناصر كمية، هذا ما جعل من دراسة د. جودلي للتمثلات تختلف عن الأعمال الأخرى وتتميز عنها¹.

أكدت Jodelet على الجانب المعرفي Cognitive للتمثلات الاجتماعية، وسمح هذا بالفصل بين التمثل العلمي، الذي هو معرفة صارمة تركز على قواعد منطقية وتجريبية، وبين التمثل الاجتماعي، الذي هو معرفة عفوية بسيطة وغير دقيقة.²

3. خصائص التمثلات الاجتماعية:

يمكن حصرها حسب Jodelet في خمس خصائص وهي :

- إن التمثلات يمكن أن تكون ذات طبيعة مجردة مثل: " أشخاص، لباس... الخ.
- أن التمثل دائماً هو تمثّل شيء ما ولا توجد تمثلات بدون أشياء كما لا توجد بدون تمثلات.
- إن الشيء والفاعل على علاقة بحيث يؤثران ويتأثران ببعضهما البعض وفي دراسة التمثلات يتم التركيز على ظاهرة التفاعل والشيء.
- إن التمثلات طبيعة تصويرية ومفهوم الصورة يميل إلى الخيال الاجتماعي والفردية. وبفضل هذه الطبيعة يساعد التمثل في فهم المفاهيم المجردة.
- للتمثلات الاجتماعية طبيعة رمزية ودالة؛ إذ لها وجهين: الأول شكلي والثاني رمزي، ففي الشكل الأول يقوم الفاعل بترميز الشيء الذي يفسره من خلال إعطائه.³

1- بن ملوكة شهيناز، مرجع سبق ذكره، ص 25-26.

2- Denis Jodelet, **Folies et représentations sociales**, Préface de Serge Moscovici, France, PUF, p43.

3- Abric Jean Claude, **Pratiques sociales et représentations**, Paris, Puf, 1994, 2ème édition, 1997, p12.

لاحظت **جودلي** أنّ التمثلات الاجتماعية تتميز بخصائص وصفات معينة يمكن تلخيصها

في خمس نقاط:

- تتميز التمثلات الاجتماعية بالتركيب **Complexity**، وذلك راجع لتداخلها مع مفاهيم قريبة منها مثل الرأي **Opinion**، والاتجاه **Attitude**، والاعتقاد **Belief**، الصورة **Image** والإدراك **Perception**.

- تنتقل التمثلات الاجتماعية من جيل إلى آخر مع تغيّرات ضئيلة لا تمس بجوهرها. كما أنّها موزّعة بين أفراد المجتمع الواحد، وهي مكوّنة من خبراتنا وتجاربنا كما نجد عوامل موضوعية أخرى كالثقافة والتربية والعرف، أي أنّها تمتلك صفات اجتماعية.

- الغاية من هذه التمثلات الاجتماعية هي إعطاء معنى للواقع المعيش وتأطير سلوك الأفراد وتوجيههم وفق النظام الاجتماعي السائد.

- التمثلات الاجتماعية هي نوع من المعرفة، والتي لا تكون بالضرورة مطابقة للواقع والحقيقة فقد تقترب منها أو تبتعد.

- التمثلات الاجتماعية تنتج عن عمليتين أساسيتين: أولاً عملية معرفية، أي تشكّل تلك المعرفة الخاصة المسماة بالمعرفة الساذجة أو العلمية على خلاف المعرفة العلمية، ثانياً العملية الاجتماعية، بمعنى الانتاج العلمي للتمثّل حتّى يصير مُشتركاً بين أفراد المجتمع، ويندرج بالتالي في تراثهم الاجتماعي والثقافي فستصبح عنراً هاماً ونشيطاً في العلاقات الاجتماعية وكذا العناصر

الثقافية.¹

1-Denis Jodelet, **Folies et représentations sociales**, op.cit., p.36.

1- حسب Jodelet التمثال الاجتماعي دائماً تمثل لشيء ما A social representation is always a representation of something ولا توجد تمثلات بدون أشياء، وبالمقابل لا وجود لتمثلات اجتماعية بدون أشياء حيث يمكن أن تكون ذات طابع مجردة مثل الجنون أو وسائل الإعلام، أو تحليل لفئة من الأشخاص بحيث يمكن أن يكون على علاقة بالفاعل.

2- إنّ لها طبيعة تصويرية وميزة جعل الفكرة والملموس والمدرک والمفهوم في تغير متبادل:

It has a figurative nature and the advantage of making the idea, concrete, perceived and understood change
إن مفهوم الصورة لا يعني إعادة إنتاج الواقع، وإنما يحيل المخيال الاجتماعي والفردى وبفضل هذه الطبيعة يساعد التمثال في فهم المفاهيم المجردة¹.

3- لها طبيعة رمزية ودالة: It has a symbolic and functional nature

إن للتمثال الاجتماعي وجهين، الأول وجهي (Figurative)، والآخر رمزي، ففي الشكل يقوم الفاعل بترميز (Symbolic)، الشيء الذي من خلال إعطائه معنى، إذ عند Rouquette et Rateau " المعنى هو الميزة الأكثر وضوحاً للتمثال الاجتماعي².

4- لها طابع بنائي : It has a constructive character إنّ التمثال يقوم ببناء الواقع الاجتماعي (Social reality) بالنسبة لـ "Abric" فإن كل واقع يجري تمثله بمعنى تملكه من قبل بمعنى يتم تملكه من قبل الفرد (أو الجماعة)، ويعاد بناؤه في نسقه الإدراكي المعرفي ويدمج في نسقه لقيم مرتبطة بتاريخه والسياق الاجتماعي والإيديولوجي للمحيط الذي يعيش فيه. إن دراسة

1 - Ibid., p.37

2- Michel-Luis Rouquette et Patrick Rateau, **Introduction à l'étude des représentations sociales**, PU de Grenoble, 1998, p29.

التمثلات الاجتماعية تسمح بتوضيح وإبراز أن الفكر الاجتماعي يقوم بصياغة الواقع وفق نماذج مختلفة.

5- لها طبيعة مستقلة وإبداعية: It has an independent an creative nature إذ لها تأثير كبير في الاتجاهات والسلوكيات .

4. وظائف التمثل الاجتماعي:

للمثلات الاجتماعية وظائف متعددة، نشلها فيما يلي:

• وظائف إدراكية: Cognitive functions

إن التمثلات الاجتماعية تسمح للأفراد بإدماج معطيات جديدة في إطار تفكيرهم، وهذا ما أوضحه "Moscovici" بخصوص التحليل حيث هذه المعرفة الجديدة يتم نشرها خصوصا من قبل فئات اجتماعية معينة مثل: الصحفيين، السياسيين، الأطباء أو المكونين...إلخ.

• وظائف التفسير وبناء الواقع: Functions of explanation and building reality

إن التمثلات تعتبر طرق تفكير وتفسير العالم والحياة اليومية، إن القيم والسياق اللذين تصاغ فيهما لهما تأثير أو انعكاس على بناء الواقع، ويوجد دائماً جانب من الإبداع الفردي (Individual creativity) أو الجماعي (Collective) في التمثلات. لهذا السبب فهي ليست جامدة للأبد، حتى وإن تطورت ببطء.¹

1- Jean Claude Abric, **Pratiques sociales et Représentation**, sous la direction de J-C Abric, Paris, PUF 2ème édition, 1997, p12.

- وظائف هوياتية: Identity functions

للمتمثلات الاجتماعية وظائف أخرى منها تحديد موضع الأفراد والجماعات في الحقل الاجتماعي حيث تسمح ببلورة هوية اجتماعية وشخصية مجزية، بمعنى مطابقة مع نسق المعايير والقيم المحددة لها اجتماعياً وتاريخياً.

- وظائف توجيه التصرفات والسلوكيات: Functions of directing the actions and

the behaviors إن المتمثلات الاجتماعية حاملة للمعنى وتخلق الروابط، ومن هذا المنطلق فإن لها وظيفة اجتماعية؛ فهي تساعد الناس على الاتصال للتوجه في محيطهم وللتصرف. فالتتمثلات الاجتماعية تولد بذلك اتجاهات وآراء وسلوكيات. كما لديها أيضاً جانب توجيهي لأنها تعرف ما هو شرعي ومقبول ومسموح به في سياق اجتماعي معين.

- وظائف تبرير الممارسات: Functions justify practices

وهي تبدو جد مرتبطة بالوظائف السابقة، فهي تهتم خصوصاً بالعلاقات بين الجماعات والتتمثلات التي يكونها كل جماعة عن جماعة أخرى بالتبرير المسبق المتخذ والسلوكيات¹.

1- Jean Claude Abric, *Pratiques sociales et Représentation*, p16, 17, 18 .

خلاصة:

نستنتج من خلال هذا الفصل أنّ حقل التمثال حقل جد واسع. ولدراسة التمثال الاجتماعي لابد من التعمق بشكل جيد في الظاهرة الاجتماعية المراد دراستها. وبما أن الأفراد في مفهوم التمثال يدمجون الواقع بناءً على معطيات تتعلق بتاريخهم الشخصي وأخرى لها علاقة بالبناء الجماعي للتمثال حول المواضيع التي تشكل حياتهم اليومية فقد قمنا من خلال هذا الفصل بضبط المفاهيم العامة للتمثال الاجتماعي في معناها الفلسفي ثم الاجتماعي والنفسي، وأيضاً تحديد خصائصها ووظائفها للتعمق في دراسة تمثال الصورة المتحركة وكيف يتمثلها الشباب من خلال الممارسات اليومية التي يقومون بها في مختلف الأنشطة.

الفصل الثاني:

المدخل النظري للاستخدامات التكنولوجية

1. نشأة سوسيولوجيا الاستخدام
2. المقاربات السيوسولوجية لدراسة سيرورة الاستخدام
3. استخدامات الصور التفاعلية

الفصل الثاني: المدخل النظري لدراسة الاستخدامات التكنولوجية

- تمهيد:

لقد أسهم التطور التكنولوجي الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى حد كبير في بلورة دراسات تيار سوسيولوجيا الاستخدام، حيث اهتمت الدراسات بالاستخدامات اليومية لهذه التكنولوجيا (الهاتف، الكومبيوتر...). وحاولت التركيز على هيكله الممارسات. كما ركزت أيضاً على درجة استقلالية المستخدم وقدرته على المقاومة. ثم إن من أهم ما توصلت إليه هذه الدراسات هو أنها كشفت عن أهمية ما يطلق عليه بالمحددات السوسيو-ثقافية وأقرت بأن النشاط الذي يقوم به الفرد في استخدامه للتكنولوجيا هو نشاط مبتكر إبداعي.¹

وقد شكل هذا التيار مجالاً خصباً للبحث في طبيعة العلاقة التي تجمع بين الإنسان المستخدم والوسائط الاتصالية الذي يعتبر المستخدم فاعلاً يتمتع بقدر الإبداع.²

وقد تم توظيف مفهوم " الاستخدام " في حقل سوسيولوجيا الاستخدامات الذي يعرف كتيار بحث يبتعد عن تيار الحتمية التكنولوجية الذي يقوم على فكرة القوة الكبيرة والخرافية للتكنولوجيات وترى بأنها قادرة على إحداث التغيير الاجتماعي، إذ يمكن التفكير بأن تكنولوجيات معينة تولد استخداماً واحداً فقط. ويسعى إلى دراسة ظواهر الاستخدام حيث اهتم هذا التيار بدراسة العلاقات

1- مهدي سامية، مواقع الشبكات الاجتماعية قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حمه لخضر الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016، ص168.

2- عزي عبد الرحمن، بومعيزة السعيد، الإعلام والمجتمع رؤية سوسولوجية مع تطبيقات المنطقة العربية، دار الورسم، الجزائر، (2010)، ص291.

الاجتماعية والتقنية التي تنشأ بين الأفراد والأشياء التقنية.¹

1. نشأة سوسيولوجيا الاستخدام:

يعود تطور سوسيولوجيا الاستخدامات إلى الدراسات التي عُنت بأدوات تكنولوجيات الإعلام والاتصال. ولقد مكّنت الاستقلالية العلمية من تحليل النتائج ونشرها، والتي جاءت عكس توقعات التقنيين وبالتالي رفض وجهة نظر التقنية لصالح الدور النشط للمستخدم في تشكيل استخدامات التكنولوجيا. ولقد اهتم علماء اجتماع الأسرة وأنماط الحياة والعمل وعلماء السياسة بتنوع وتبيان الابتكار الاجتماعي الذي يسبق وصول الحوسبة والتمليك. فإن الدراسات الأولى للاستخدامات تمت من قبل باحثين في المجالات المذكورة آنفاً والتي تبحث عن كيفية تناسب تكنولوجيات الإعلام والاتصال مع ديناميكيات الممارسات الذاتية.²

أفرز هذا التيار العديد من دراسات استخدام وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال التي شهدت بدورها تحولاً في مسار الدراسات شبيهاً بالنقلة والتحول الذي عرفته سوسيولوجيا وسائل الإعلام الجماهيري في فترة خمسينيات القرن الماضي من تحليل الآثار إلى تحليل التلقي، بحيث وجهت اهتمام دراستها من تلك التي تركز على الاستخدامات والمستخدمين.³

فيما يخص نشأة بحوث استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال عموماً فقد قام الباحثان Jauré guiberry et Proulx بتقسيم لبحوث الاستخدام حسب تطورها التاريخي إلى مرحلتين:

1- عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلومات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، التمثل والاستخدامات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2007/2006، الجزائر، ص 34-35.

2-Jouet, J, **Retour critique sur la sociologie des usages**, In Réseaux(18), 2000, p.p 487-521.

3- Chambat Pierre, **Usages des technologies de l'information de la communication(tic), évolution des problématiques**, technologies de l'information et société, 1994,vol 6 n°3, p.p 249-270

الأولى التي تمتد من 1980 إلى 1995، المرحلة الثانية تمتد من 1995 إلى 2010، مؤكداً أن كل فترة تميزت بترسانة مفاهيمية خاصة، حيث تميزت المرحلة الأولى من بحوث الاستخدام بظهور أربع مصطلحات أساسية رافقت التفكير حول تملك التقنية وسمحت بهيكله أبحاث سوسيولوجيا الاستخدام للجيل الأول: استخدام التكنولوجيا، ممارسة الأفراد والجماعات، التصورات حول التقنية، السياق الاجتماعي والسياسي والثقافي للاستخدام. وقد أكد الباحثان أن الأعمال التي ميزت الفترة الأولى قدمت إضاءة مهمة على بعض جوانب الاستخدام، لكنّها ظلت محصورة في حقل السوسيولوجيا، وبعيدة عن الانفتاح على منهجيات أخرى وأطر نظرية مغايرة. أما الفترة الثانية فقد تركزت بحوث الاستخدام حول خمس إشكاليات لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال: التفاعل بين المستخدم والأداة التقنية، التنسيق بين المستخدم والمصمم، تموضع الاستخدام ضمن الحياة اليومية، الأداة التقنية المهيكلة للمعايير السياسية والأشكال السوسيو تاريخية للاستخدام¹. قام باحثو سوسيولوجيا الاستخدامات في فرنسا في الثمانينيات القرن الماضي إلى دراسة العلاقة التبادلية ما بين الابتكار التقني والابتكار الاجتماعي، والذي يعدُّ أحد المحاور الرئيسية لسوسيولوجيا الاستخدامات، إذ أنّ دراسة التفاعل بين الفرد والتقنية يكتسي أهمية بالغة، حيث كانت الدراسات الأولى للتليماتيك كوسيط تهدف لبناء مصفوفة Matrice تحليلية للروابط الفردية والاجتماعية جراء الاستخدام الاجتماعي للتليماتيك وتملكه².

1- بخوش فاطمة، إيمان سوكال، مقرب سوسيولوجيا الاستخدام في بحوث الإعلام والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا، برلين، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 187.

2- Jouet, J, Des usages de la télématique aux Internet Studies, Dans J, Denouel, & F, Ganjon, Des usages sociaux des technologies numériques d' information de communication, (pp 45-90), Paris : Presses des mines.

2. المقاربات السيوسولوجية لدراسة سيرورة الاستخدام:

هنالك عدة مقاربات سيوسولوجية لدراسة سيرورة الاستخدام نوجزها فيما يلي:

2. 1 البراديفم الانتشاري:

يقوم هذا النموذج على معرفة وتحليل طريقة انتشار المبتكرات في نظام اجتماعي ما، وكيف يتم تبنيها من طرف أفراد المجتمع مبينين الدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في عملية الانتشار.

أسس هذه النظرية إيفرت روجرز **Evertt Rogers** (1995) والتي تهتم بدراسة الانتشار الاجتماعي للمبتكرات التقنية الذي يركز على ميكانيزمات الانتشار وتداول الابتكار داخل المجتمع من خلال رصد معدل التبني لهذه التقنية أو المبتكر. تقوم أسئلة البحث فيه من جهة على: كيف تنتشر المبتكرات؟ ومن يتبناها؟. ومن جهة أخرى على: قياس أثر التبني من خلال التغيرات التي تحدث على مستوى الممارسات.¹

والانتشار (diffusion) تبعا ل **Rogers** هو " مسار من خلاله يتم توصيل الابتكار عبر بعض القنوات بمرور الوقت بين أعضاء النسق الاجتماعي".²

ساعدت هذه النظرية على تقديم جملة من المعارف عن كيف تنتشر المبتكرات في نظام اجتماعي ما وكيف يتم تداول هذه المبتكرات من خلال الشبكات الاجتماعية والدور الأساسي الذي يلعبه الاتصال الشخصي في قرار التبني. كما استند الباحث روجرز في كل أبحاثه حول انتشار

1- Florence Millerand, L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique?(2003), Montréal, Département de communication, p26

2- Everett M. Rogers, Diffusion of innovations, New York, the Free Press, Third edition, 1983, p.10

المبتكرات إلى الآفاق التي حددها هذا الدور، إذ رأى أن الأشخاص الأوائل الذين يتبنون التقنيات الجديدة يتحولون إلى قادة الرأي. إنهم أشخاص منفتحون على العالم الخارجي وكبار مستهلكي مواد وسائل الاتصال الجماهيري.¹ تذهب هذه المقاربة في البحث عن كيفية انتشار وتبني المبتكرات داخل مجتمع معين والدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في تدفق المعلومات الخاصة بالمبتكر من قادة الرأي إلى بقية أفراد المجتمع.

حسب هذه المقاربة يتجسد أي مبتكر من خلال خمس سمات وهي: فائدته النسبية، توافقه مع قيم أعضاء المجموعة، تعقده، إمكانية تجريبه، وضوحه. كما يصنف المستخدمون إلى خمس أصناف: الموالون للمبتكر، فئة المستعملون الأوائل، فئة الغالبية الأولى، فئة الغالبية الثانية، وفئة المتأخرون.² وكان هذا التصنيف محل انتقاد بسبب قصور المتغيرات السوسيو ديموغرافية المستخدمة في وصف المجددون/ المبتكرون " Les innovateurs ".

كما أشار دومينيك بوييه **Dominique Boullier** إلى أن روجرز ساهم في ترويج تصور خاطئ لمفهوم الانتشار مفاده أن انتشار اختراع ما لا يتم إلا بعد أن يكون هذا الاختراع جاهزاً للتبني حيث يبرز هنا الطابع السلبي للمستخدم الذي يقبل بالاختراع أو يرفضه.³ بعد هذا النقد قام روجرز بتقحيح الطبعة الثالثة وإدماج مصطلح إعادة الابتكار "Réinvention" للأخذ بعين

1- Josiane Jouët, **Retour critique sur la sociologie des usages**, in Réseaux, 2000, n°100, Paris, CENT, pp487-521

2- Florence Millerand, **Usage des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation**, Dunod, France, 2005, p.8

3- عبد الوهاب بوخونوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال (التمثل والاستخدام)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص67.

الاعتبار الطريقة التي يقوم بها المستخدمون بتعديل جهاز ما قد تبنيه.¹

2.2 البناء الاجتماعي للمبتكرات:

انطلقت فيه الدراسات من مبدأ أساسي هو اعتبار الاستخدام بناء اجتماعي، حيث تقر

Jouët Josiane بأنّ الاستخدام المنتظر ليس هو دائماً الاستخدام الفعلي، هذا الأخير هو نتاج للإطار السوسيو تقني المستمر، وكذلك ثمرة خيال المبتكرين وهو نتيجة الابتكار الذي يتولد من ممارسات المستخدمين أو انعكاس لحالتهم السوسيوثقافية. إن الاستخدام تحليل معروف على أنه " كيان اجتماعي " وبالتالي لا يمكن وضع حد للاستخدام عند الإشكال الذي تنص عليها الأجهزة التقنية " أي عدم التقيد بدليل الاستعمال "، والذي يعبر دون شك عن جزء من الاستخدام وإنما يمتد إلى سيرورة متعددة لوساطة تحقق جودة استخدام اجتماعي فعلي.²

ترى **Jouët** استحالة تحديد الاستخدام بمنطق تقني محض، وتقر بأن " بناء الاستخدام الاجتماعي ظاهرة معقدة تكمن في عمليات التفاوض بين المادة التقنية والممارسة الاجتماعية، كما يمكن الإنتاج في خضم هذه العلاقة فيما تنعزل التقنية بصعوبة عن نماذج التطبيقات". فهي تتطور حول الأقطاب العلمية والإبداعية في حيوية مقترضة من الشكوك والحقائق التي يتخللها تفاعل الترابط الاجتماعي والتقنية.³

في الواقع نستنتج أنّ هناك علاقة تعاونية بين المستخدم والمتصور من خلال تسجيل المستخدم في الجهاز(عن طريق خاصية البيئة التي يدخل فيها الاستخدام، وعن طريق المؤهلات

1- Florence Millerand, Usage des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, op. cit., p10.

2-Josiane Jouët, Retour critique sur la sociologie des usages, in Réseaux, 18(100), 2000, pp, 487-521.

3 - Josiane Jouët, nouvelles Techniques et leurs utilisateurs, De la production sociale, Technologies de l'information et société (1), pp 13-44..

النفسية والحركية أو الاجتماعية التي ترتبط بالمستخدم، ...الخ)، وتسجيل الجهاز - عن طريق التطبيق - في جسد المستخدم بالرجوع إلى الوسائط (كيفية الاستعمال، الأدوات الملحقة، ...الخ).¹

يقترح " Serge Proulx " نموذجاً لتحليل البناء الاجتماعي للاستخدامات حيث يقترح تبني نموذج تفسيري يرى أنه يشكل مدخلاً أساسياً في دراسة الاستخدامات، يرمي أساساً إلى بناء نظرية للاستخدامات يقر فيه أنّ الاستخدام غير مستقر وغير ثابت، وعلى ذلك يقول ربما إنّ هذه العوامل الحقيقية التي يقدمها تقدم مستويات تحليلية تساعد على تفسير ممارسات الاستخدام التي يخضعها الباحث للملاحظة، ويرى كذلك أنّ دراسة الاستخدامات في ظل تكنولوجية الشبكات تفرض على الباحث أن يأخذ بعين الاعتبار ليس فقط جماعات المستخدمين على الخط أو الجماعات التفسيرية.²

2. 3 تملك الأدوات التقنية:

فكرة التملك هي واحدة من الأفكار وروداً في الإشكاليات الاجتماعية المتعلقة باستخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. وفي المعنى العام يشير التملك إلى "الأخذ أو الاستعمال بدون سلطة أو حق. ويمكن بذلك أن يستخدم هذا المفهوم في سياقات متعددة، كالإشارة إلى الاستحواذ على أملاك أو على ثقافة ما".³

1- Akrich M, **Les objets et leurs utilisations, De la conception à l'action**, Raisons Pratiques, (1993), p56

2- Serge Proulx, **Penser les technologies de l'information et de communication aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances**. Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, Presses universitaires de Bordeaux, (2005), p.p 07-11.

3- Emily Chen, Edric Huang, Jenny Dorsey, **Understanding... Cultural Appropriation**, <https://www.studioatao.org/post/understanding-cultural-appropriation> , visited in 2022, 20th, march at 11h54.

أما Jouët فتشير هذه الوضعية إلى كون المصطلح يحيل إلى توجه أو نوع من التيارات البحثية أكثر من كونه خطوة محددة تركز على مجموعة من التعاريف المفاهيمية. بالنسبة إليها فإنّ الدراسات حول تملك تكنولوجيات الاتصال تفند برأيها البراديغم التقني المحض الذي يصرح أصحابه بفكرة الذوبان والتماهي في نموذج الاستهلاك فتقول: " إن المستخدم لم يعد مجرد مستهلك بسيط سلبي للمنتجات والخدمات المقدمة له، حتى مع بروز خاصية الفاعل الإقتصادي فيه إن المستهلك أصبح فاعلاً"¹. فهذا التصور لتمامك يبتعد عن الفكرة التي تعرفه على أنه الاكتساب المادي للتقنية، وتشير إلى البناء الرمزي وإلى عملية أكثر تعقيداً من ذلك.

تهتم مقارنة التملك بالشرح أكثر من اهتمامها بملاحظة التوزيع غير المتساوي للتجهيزات التكنولوجية. فهي إذن تشرح الظواهر المرتبطة بالمعنى الذي يقدمه المستخدمون للأشياء والأدوات التقنية، إذ إنّ " تباين حجم التجهيز أو تواتر الاستخدام لا تمثل هنا سوى وسيلة مساعدة على إظهار الاختلاف في المدلولات التي تقدمها الممارسات المعنية بالنسبة إلى المجموعات الاجتماعية المختلفة"².

ويرى دومينيك كاردون **Dominique Cardon** أنّ الحديث عن المستخدم بلاً من

المستعمل يقودنا إلى التأكيد أن علاقة الأشخاص بالوسائل التقنية لا يمكن اختزالها في تنفيذ الوظائف المتوقعة من قبل المصممين؛ فتملك هذه التكنولوجيات ينضوي بعمق في الحياة

1 -Jouët, J, **Retour critique sur la sociologie des usages**, dans **Réseaux**, 18(100),2000, pp487-521.

Consulté le 23/08/2022, sur http://www.presse.fr/web/revues/home/prescript/article/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2235 .

2- Chambat Pierre, **Usages des technologies de l'information de la communication(tic)**, évolution des problématiques, technologies de l'information et société, 1994,vol 6 n°3, p249-270..

الاجتماعية للأشخاص... لهذا فإن التملك بالاستخدام يلعب دوراً مهماً في تحليل التحولات التي تحملها وسائل الاتصال الحديثة لمجتمعنا"¹

2. 4 الحتمية التكنولوجية: Technological Determinism

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات. فحينما ينظر **Marechal Macluhan** إلى التاريخ يأخذ موقفاً نستطيع أن نسميه بالحتمية التكنولوجية **Technological Determinism**؛ فبينما كان **كارل ماركس** يؤمن بالحتمية الاقتصادية وأن النظام الاقتصادي للمجتمع يشكل جانباً لفهم ديناميكيته، وكان **فرويد Freud** على أن الجنس يلعب دوراً أساسياً في حياة الفرد والمجتمع، كان **ماكلوهان** يؤمن بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً في التغيير الاجتماعي.

لم تزل نظرية الحتمية التكنولوجية التي ظهرت قبل أكثر من أربعة عقود وحتى اليوم من أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة الإعلامية والوسيلة الإعلامية، من خلال تأكيدها على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، إذ ترى أن الوسيلة هي الرسالة، وأوضحت أنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام بشكل مستقل عن تقنيات وسائل الإعلام والموضوعات والجمهور الذي يوجه المضمون إليه، وأشارت إلى أنهما يؤثران في ما تورده تلك الوسائل، رغم أنه من طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان أنها تشكل

1- Dominique Gardon, **Innovation par l'usage, des Enjeux de mots : regards multiculturels sur les sociétés de l'information**, sous la direction de Ain Ambrosi, Valérie Peugeot et Daniel Piminta, mai 2006, sur le lien <https://www.vecamorg/article603.html> , vue le 21/01/2024.

المجتمعات أكثر من ما يشكلها مضمون الاتصال.¹

كما أشارت أنّ وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر لاستخدامها تحدد طبيعة المجتمع وكيفية معالجته لمشاكله، وأنّ أي وسيلة تعتبر امتداداً لحواس الإنسان، وتشكل الظروف التي تؤثر على الأسلوب الذي يفكر به الناس ويتلقون المعلومات وفقاً له. وتطرقنا إلى أربعة مراحل تعكس التاريخ الإنساني وهي كالتالي :

1. المرحلة الشفوية: أي المرحل ما قبل التعليم، أو المرحلة القبلية.

2. مرحلة الكتابة والنسخ: التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت لنحو ألفي عام.²

3. عصر الطباعة: واستمر من عام 1500 وحتى عام 1900 تقريباً.

4. عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: وبدأ عام 1900 تقريباً ولم يزل مُستمرّاً حتى الوقت الراهن³ وأنّ طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة من المراحل تساعد على تشكيلا لمجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على تشكيله .

وأهم ما جاء في نظرية الحتمية التكنولوجية عن وسائل الاتصال حيث قسمت إلى قسمين وهما: وسائل باردة، ووسائل ساخنة.

➤ **الوسائل الباردة:** وهي تلك التي تتطلب من المستقبل جُهداً إيجابياً للمشاركة والمعاشية والاندماج معها.

1 - تواتي نور الدين، ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين أمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد10، جامعة الجزائر 3، 2013، ص177-190.

2- Mc Luhan Marshall, **Pour comprendre les médias**, traduit par Jean Paré, Paris, Points, 1968, p404.

3- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1978، ص58.

✚ الوسائل الساخنة: فهي الوسائل الجاهزة ومحددة الأبعاد نهائياً، وهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع أي جهد يبذله للمشاركة أو المعاشية، فالكتابة والهاتف والإذاعة المرئية هي وسائل باردة، أمّا الطباعة والإذاعة المسموعة والسينما فهي وسائل ساخنة.¹

يقول ماكلوهان إن: " وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله وأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تشكل ظروفًا جديدة محيطية تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل هذه الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها أي أنّ الوسيلة امتداد للإنسان، فالملابس والمسكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا التلفزيون تُمد أعيننا والميكروفون يُمد آذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي مساوية لامتداد الوعي.²

وسائل الإعلام الجديدة- كامتداد لحواسنا- كما توفر زمنا وإمكانيات تشكل تهديداً في الوقت نفسه، لأنه في الوقت الذي تمتد فيه يد الإنسان، وما يمكن أن يصل إليه بحواسه في وجوده، تستطيع تلك الوسائل أيضاً أن تجعل يد المجتمع تصل إليه لكي تستغله وتسيطر عليه، ولكي تمنع احتمال التهديد يؤكد ماكلوهان أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الإعلام لأنه "معرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلب تماماً على نفوذها أو قدرة الحتمية" وفي الواقع بدلاً من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون الأدق أن نقول أنّ المتلقي يجب أن يشعر بأنّه اعتبار التغيير التكنولوجي حتمياً لا مفر منه، ذلك لأننا إذا

1- محمد عبد المجيد، بحوث الاتصال واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص39.

2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص325

فهنا عناصر التغير يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده من الوقوف في وجهه.¹

2. 4. 1 فروض نظرية الحتمية التكنولوجية :

(أ) - وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان :

اعتقد ماكلوهان ما يسميه الحتمية التكنولوجية أي المخترعات التكنولوجية هي التي تؤثر في تكوين المجتمعات. وحسب ماكلوهان فإنّ التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب ليس فقط في التنظيم الاجتماعي وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً، لهذا فالناس يتكيفون من الظروف البيئية في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة. كما أنّ طريقة عرض وسائل الاتصال للمواضيع المتنوعة وطبيعة الجمهور الذي تتوجه يؤثران على مضمون تلك الوسائل، وبالتالي يرى ماكلوهان أن طبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسالة الاتصالية، (أي لفهم بنية وتركيب المجتمع وكيفية علاجه لمشاكله فإن نوع الوسيلة السائدة كفيلة للإجابة). أي أنّه وبدون فهم للأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام بن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة كما رأى ماكلوهان هي امتداد للإنسان تأثر على طريقة تفكيره وسلوكه². باختصار يعتقد ماكلوهان أنّ كل حقبة بشرية تستمد شخصيتها من الوسيلة الإعلامية المتاحة، ذلك أنّ عصر الإلكترونيات حل محل عصر الطباعة، وأنّ الوسائل الإلكترونية جعلت الاتصال سريعاً لدرجة أن

1- تواتي نور الدين، مرجع سابق

2- عبد الله الحيدري، نظريات الاتصال، الوسط التونسية، (15/05/2008)، أطلع بتاريخ 2022/09/29 بتوقيت 20:47 متاح

على الرابط www.tuess.com/alwasat/11094

الشعوب وعلى اختلاف مواقعها في العالم تتصهر في بوتقة واحدة، وتشارك بشكل عميق في حياة الآخرين والتنمية هي ان الوسائل الإلكترونية تقضي على الحياة الفردية وتتمى مجتمع عالمي جديد.¹

(ب) - الوسيلة هي الرسالة:

يرفض ماكلوهان نقاد وسائل الإعلام الذين يدعون أو وسائل الإعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها الوسيلة أو الوسائل التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح ماكلوهان بدلاً من ذلك أنه علينا أن نفكر في طبيعة وشكل وسائل الإعلام الجديدة، فمضمون التلفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التلفزيون كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو كلاسيكية ولكن ليس لها دخل بعملية قراءته، فالرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه (العملية نفسها). كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع فالرأي الذي يقول أن وسائل الإعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماكلوهان.²

ويعني ماكلوهان أيضاً بفكرة الوسيلة هي الرسالة، إن مضمون أي وسيلة هو دائماً وسيلة أخرى، فإذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام والكلمة هي مضمون المطبوع هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية، فمضمون الظرف الجديد هو الظروف الأقدم ونحن دائماً أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد، وبدأ

1- المرجع نفسه

2- Marshall Mc Luhan, Waston Wilfred, **Du cliché à l'archétype : la foire du sens**, Montréal , Hurtubise, HMH, Paris, 1973, p960.

الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية، وبدأ بالإعجاب بالعصور السابقة بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، ولكن الجديد يحول ما سبقه إلى شكل فني فحينها كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً وحول عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني.¹

أصبح شباب اليوم يدرك بالفكرة الظروف الحالية المحيطة (أي الدراما الكهربائية) فهو يعيشها بعمق، وربما كان هذا هو السبب في الفجوة الكبيرة الموجودة بين الأجيال، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الإعلام الكهربائية فقد أصبح زمننا هو زمن عبور الحواجز لإزالة الفئات القديمة.²

وعليه فالوسيلة الإعلامية تعمل على تشكيل المجتمع ونوعيته أكثر مما تسهم فيه مضامين الرسائل الإعلامية الموجهة، لأنّ تفاعله مع الواقع هو الوسيلة ومنظومة التغيير لديه تشكل طبيعة الوسيلة الإعلامية، فكما يحب الناس القراءة والحركة والألوان، ويقول أن لكل وسيلة أفضلية في نقل الرسالة. فمثلاً مشاهدة كرة القدم أفضل في التلفزيون عنها في الراديو ومتابعة تفاصيل الأحداث والأخبار والتحليلات أفضل في الصحيفة منها في التلفزيون؛ فلكل وسيلة خصائص تجعلها الأفضل في إثارة موضوعات معينة.³

1- تواتي نور الدين، مرجع سابق

2- تواتي نور الدين، مرجع سابق

3- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003، ط3، ص.276

لقد أصبح لزاماً علينا أن نسهل انتقالنا من العالم البصري المجزأ، أي عالم المطبوع حتى نصل إلى أسلوب للتعليم نستخدم فيه كل وسيلة حديثة متوفرة يعيش الشباب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه عندما يتعلم الظروف منظمة على أساس المعلومات المصنفة أي الموضوعات المتصلة التي يتم إدراكها.¹

(ج) - القرية العالمية:

في منتصف الستينات من القرن 20م، أعلن ماكلوهان عن ما أسماه بالقرية الكونية أو القرية العالمية، من خلال كتاب نشره عام 1967 تحت عنوان " الوسيلة هي الرسالة " وصرح قائلاً " إننا نعيش في قرية عالمية وإن الوسائل الإلكترونية الحديثة ربطت كلاً منا بالآخر، وبالتالي فإن المجتمع البشري لن يعيش في عزلة بعد الآن، وهذا يجبرنا على التفاعل الجماعي والمشاركة، فقد تغلب الوسائل الإلكترونية على قيود الوقت والمسافة². وهنا يرجع ماكلوهان الفضل في ربط العالم ببعضه إلى عامل أساسي ألا وهو الكهرباء، ويذكر ماكلوهان أن العالم قبل عصر الكهرباء كان مجرد عالم مجرد، ومتخصص ومجزأ جداً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عملية التجزئة والتخصص والابتعاد، نجد أن تكنولوجيا الكهرباء تقوى وتشجع التوحيد والاشتراك³. فالمعروف أن الكهرباء تجعل الأفراد يشتركون في المعلومة بسرعة كبيرة جداً، فقد أجبرنا عالمنا من خلال الوسائل الكهربائية على أن تبتعد عن عادة تصنيف المعلومات، وجعلنا نعتمد على إدراك النمط أو الشكل الكلي، لم يعد في الإمكان أن نبني شيئاً في

1- Mc Luhan Marshall, op.cit., p79 .

2- مختار مفتاح السنوسي، الإعلام الدولي: الأسس والمفاهيم، دار زهران للنشر، عمان، 2008، ص22

3- نور الدين توتاتي، مرجع سابق

تسلسل، لأنّ الاتصال الفوري يجعل كل المعلومات الموجودة في الظروف المحيطة تتفاعل كما يجعل التجربة تتواجد في حالة فاعل نشط¹. وهكذا بفعل الكهرباء أيضاً حدث ذلك الانفجار التقني المعلوماتي العالي الذي عرفه العالم في السنوات الأخيرة، حيث يشير وبشكل صريح إلى دور التقنية التي باتت تتطور يوماً بعد يوم مشكلة أحد أهم عوامل تدفق المعلومات، فتورة تقنية المعلومات هي تقنية رابطة بين تقنية الكمبيوتر مع تقنية الاتصالات لنقل ومعالجة وتخزين المعلومات داخلياً وخارجياً ولها أثرها في كل مجالات الحياة.

من الإنتاج إلى التسويق والتمويل والإدارة... وثورة المعلومات هذه هي التي قادت مارشال ماكلوهان ليطلق قولته المشهورة "العالم قرية كونية" حيث أصبح الإنسان وهو في غرفة جلوسه في الأحداث العالمية بالصوت والصورة وكأنه حاضر².

يقول ماكلوهان "إنّ الوسيط يغيّرنا ويؤثر في البنية الفرديّة والاجتماعية، لأننا نتفاعل معه مراراً وتكراراً حتى يصبح جزءاً من أنفسنا"، فنحن اليوم لا نستطيع تخيل حياتنا بلا الهواتف الذكية والإنترنت... عندما تدخل تكنولوجيا إعلامية جديدة يمر المجتمع فترة تصبح هذه التكنولوجيا ظاهرة غريبة يتحدث عنها، في هذه المرحلة يبدأ الأفراد تعلم هذه الوسيلة. وفي المرحلة الثانية عندما تصبح هذه التكنولوجيا في متناول أيدي الجميع تصبح ظاهرة اعتيادية وتختفي عادات المجتمع، وعندما ينخرط الأفراد تحت الأنماط البيئية التي يخلقها هذا النوع من الإعلام وتصبح جزءاً أساسياً من تكوينه. وكأبسط مثال على ذلك فكر دخول الهواتف الذكية لحياتنا وما العادات

1- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط1، 2010، ص264.

2- أحمد عبد الرحيم، العولمة: المفهوم، المظاهر والمسببات، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، المجلد 26، 1 ربيع 1998،

الجديدة التي اكتسبناها بسببه. ويكون الانخراط في هذه البيئة التكنولوجية للأفراد الذين نشؤوا مع هذه التكنولوجيا كالأطفال الذين بدؤوا طفولتهم بالرسم على ال Ipad، أكبر من الذين شهدوا دخول هذه التكنولوجيا وحاولوا تعلّمها. فالأجيال التي تكبر بوجود هذه التكنولوجيا لن تستطيع أبداً تخيل العالم بدونها ليس كمن شهدوا اختراعها.¹

وهذا ما ينطبق تماماً على شبابنا اليوم الذي أصبح لا يتصور حياته من غير هواتف ذكية، فوجودها ضرورة من ضروريات الحياة نظراً لتوغل هذه التكنولوجيا في حياته وفي مختلف مناحيها، فالهاتف الذكي موجود في مختلف الأنشطة اليومية وبالأخص فئة الشباب التي نشأت مع تطور أجيال الهاتف النقال وتطور تطبيقاتها ، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على تأكيد نظرة ماكلوهان في حتمية التقنية التي فرضت نفسها في مجتمعاتنا بصورة أو بأخرى. ومن أهم تأثيرات الهواتف الذكية في حياة الشباب تبادل الصورة المتحركة كميزة يوفرها الهاتف الذكي عن باقي أجيال الهاتف السابقة، والتي تختصر مختلف الأنشطة التي يقوم بها الشباب كتسجيل آني أو كتعبير عن سرعة تدوين اللحظة باستعمال الهاتف الذكي بشكل يختلف من شخص لآخر ومن مكان لآخر ومن بيئة لأخرى.

وفقاً لرأي ماكلوهان فإنّ عصر الإلكترونيات قد حلّ محلّ الطباعة. فالوسائل الإلكترونية تجعل الاتصال سريعاً لدرجة أن الشعوب- على اختلاف مواقعها في العالم- تنصهر في بوتقة

1 - عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2016، ص299،298.

واحدة، وتشارك بشكل عميق في حياة الآخرين¹. والنتيجة كما يرى أنّ الوسائل الإلكترونية تقضي على الفردية والقومية، ونمو مجتمع عالمي واحد، بالنسبة لدراستنا مجتمع الهواتف الذكية (الشباب المستخدم للهاتف الذكي).

3. استخدامات الصور التفاعلية:

بعد ظهور وتطور الحاسبات الإلكترونية وشيوع استخدام شبكة الإنترنت، تطورت فكرة الصور والرسوم المتحركة وتنوعت أساليب إنتاجها، سواء أكانت من حيث الأدوات والتجهيزات المادية المستخدمة، أو من حيث البرمجيات التي تقوم بتحريكها. ولقد شهد العقدان الأخيران الكثير من الجهود التي قام بها العديد من العلماء والباحثين في علوم الكمبيوتر والفنانين والمصممين المتخصصين في برمجيات الرسوم المتحركة، وساهمت هذه الجهود في الارتقاء بعمليات تخليق ومعالجة الصور (Rendering images) عند إنتاج الرسوم المتحركة، فضلاً عن إضفاء قيمة التفاعلية (Interactive graphics) لتصميم العروض الجغرافية الرقمية². ولم يقف أمر هذه الجهود عند الارتقاء بعمليات إنتاج ملفات الرسوم المتحركة الرقمية، حيث انطلقت العديد من الجهود التي نتج عنها ابتكار الكثير من التجهيزات المادية المساعدة، فضلاً عن التنافس في إعداد وتطوير البرمجيات المتقدمة المنتجة لتأثيرات الحركة والأنساق اللازمة لحفظها وتداولها، سواء أكانت من خلال إطارات متحركة يتم حفظها كملفات فيديو، أو إطارات تحمل في ثناياها تأثيرات

1- عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص304.

2- Street Rita, Computer Animation, Rockport Publisher Inc, Massachusetts, Gloucester, 1998, p9.

الحركة التي يتم حفظها في ملفات ذات هيئات وصيغ خاصة¹.

وقد انتشرت في البداية البرمجيات المنتجة لتأثيرات الحركة الثنائية مثل (Toonz, Animo, Cutout animation, Cel Action, Creation) حيث أدى انتشار مثل هذه البرامج وتطورها السريع إلى الاستغناء عن عمليات إنتاج الرسوم المتحركة بالطرق اليدوية، ثم جاءت بعد ذلك الحركة ثلاثية الأبعاد التي أضافت قيماً بصرية متعددة، ويأتي على رأسها الإيحاء ومشاهدة العنصر أو العناصر المتحركة من جميع الزوايا والاتجاهات، فضلاً عن إضافة المؤثرات التصويرية التي لا يمكن تحقيقها أو يستحيل تنفيذها على أرض الواقع². وتوجد العديد من الأنساق الخاصة بالصور المتحركة التي تعتمد على نسق (GIF Animation) تستخدم امتداد خاص بمواصفات (GIF)، وهو يدعم أغلب المتصفحات (Browsers) على شبكة الأنترنت، والرسوم والصور المتحركة بنسق (Flash) التي تعتمد على برنامج (Macromedia) وملحقاته، وهناك أيضاً الرسوم والصور المتحركة التي تعتمد مشغلات أو امتدادات (Shockwave) التي تعتمد على النسق الخاص بالبرنامج الشهير (Macromedia Director)، بالإضافة إلى رسوم (Java) المتحركة التي تعتمد على لغة برمجة (Java Programming Language) المتعددة التدديم من نظم التشغيل، كما توجد الرسوم والصور المتحركة (Quiktime) التي تعتمد على النسق المعروف بنفس الاسم (Quiktime) وهو نسق واسع الانتشار مع نظم تشغيل الماكيننتوش³.

1- أميمة خليل عبد الهادي الحداد، مؤثرات الحركة في الصور الرقمية في وسائط النشر الإلكترونية، مجلة العمارة والفنون والعلوم

الإنسانية، المجلد 8، عدد 7 خاص، أبريل 2023، ص ص 34-54

2- Kuper Marcia, **A guide to computer animation**, Focal press, Oxford, 2002, p. p 10-12.

3- ياسر حسني حسين الشامي، التصميمات الجغرافية المتحركة في مواقع الشبكة، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة الإسكندرية، 2005، ص 36.

تتم معالجة الصور من البرمجيات المعتادة وأشهرها أدوبي فوتوشوب (Photoshop)، ويشمل أيضا مهام متنوعة لتوظيف الصور الرقمية وأهمها تلك التقنيات المستحدثة التي تستخدم أساليب المحاكاة في تخليق الصور المتحركة (Simulation effects).¹

3. 1 الصور التفاعلية: Interactives Picture

عرفتها مروى إسماعيل بأنها: " بيئة تعليمية لإنشاء الصور التفاعلية من خلال تحويل الصور الثابتة إلى صور تفاعلية، من خلال إنشاء مجموعة من النقاط على أجزاء معينة من الصورة.²

وهي تحويل الصور المجردة الجامدة إلى صورة تشمل على بعض الحركات وبعض الروابط ومواقع التواصل الاجتماعي التي تخص الموضوع التي تعبر عنه الصورة.³

3. 1. 1 صور GIF :

تعتبر صور GIF من أقدم وأشهر أنواع الصور المتحركة تتميز بتنسيق ملف صغير الحجم وتشغيل تلقائي وحلقة مستمرة يمكن استخدامها لتكرار مشاهد قصيرة أو توضيح العمليات.

3. 1. 2 الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد: تُتيح الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد إنشاء عوالم افتراضية وشخصيات ثلاثية الأبعاد تتحرك بطريقة واقعية يمكن استخدامها في الأفلام وألعاب الفيديو والإعلانات التلفزيونية.

1- Street Rita, op.cit., p27

2- مروى حسن إسماعيل، فاعلية استخدام الصورة التفاعلية" لتنمية مهارات التفكير البصري وحج الاستطلاع لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، جامعة عين شمس، كلية التربية، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، 2016، العدد83، ص ص 1-49.

3- الصور التفاعلية، موقع المعلم الألماسي، <https://www.diamondteatcher.com/2020/08/Thing-Link.html?m=1>، أطلع بتاريخ 2023-07-03 بتوقيت 00:25.

3. 1. 3 فيديوهات متحركة: تعتبر الفيديوهات المتحركة مثالية للتواصل مع الجمهور وتوضيح المفاهيم المعقدة، يمكن إنشاء فيديوهات متحركة قصيرة وتوزيعها على منصات التواصل الاجتماعي أو تضمينها في موقع معين¹.

هنالك العديد من خدمات مشاركة الصور على شبكة الإنترنت مثل Picasa و Flickr و Instagram التي خلقت جيلاً جديداً من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي الذين يحبون استكشاف وتبادل الصور الفريدة على الإنترنت. في حين توفر المواقع المذكورة أعلاه منصة تبادل الصور؛ وهناك أيضاً خدمات أخرى أقل شهرة مع مميزات أكثر إثارة للاهتمام مثل ThingLink فهو خدمة الإنترنت التي تمكن المستخدمين من إنشاء قنوات الصورة، حيث يمكنهم كم رؤية قصصهم باستخدام الصور مع مقاطع الفيديو والموسيقى والنص. مع الميزات التي تجعل أيضاً إمكانية إنشاء الصور التفاعلية مثل العروض التقديمية المتحركة.

الصورة رقم 01: موقع ThingLink لإنشاء الصور التفاعلية



المصدر: موقع Homeppt²

1- تصميم صور متحركة، موقع Kettaba.com، (2023-06-13)، أطلع بتاريخ 2023-07-03 بتوقيت 22:12.

2- إنشاء الصور التفاعلية للصورة القناة ThingLink، على موقع homeppt، أطلع بتاريخ 2023-07-03 بتوقيت 01:08 على

<https://www.homeppt.com/articles/thinglink-create-interactive-images-for-your-image-channel.html>

يمكن تعديل الصور التي تم تحميلها أو المستوردة وبمناسبة مناطق معينة من الصور لإضافة وصلات تتضمن وصلات إلى الشبكات الاجتماعية الأخرى، Blog personnel، والأخبار وتجارة المواقع وما شابه ذلك. يمكن إجراء صور تفاعلية حيث يمكن للمشاهد الضغط على نقطة لإطلاق الموسيقى، والفيديو أو الموقع. يمكن ThingLink المستخدمين من متابعة المستخدمين الآخرين مثل: ترك تعليق، تحقق إحصائيات لقنواتها، وكذلك متصفح وتبادل الصور التفاعلية. ويمكن أيضا تضمين صور أخرى مشتركة علناً إلى Blog¹، موضحة في الصورة التالية:

الصورة رقم 02: طريقة إنشاء صور تفاعلية عبر موقع ThingLink



المصدر: موقع homeppt²

بعد العام 2014 تحديداً، وبحسب شركة " Google " أصبحت المعلومة المنشورة ضمن صورة أكثر انتشاراً بنسبة 70% مقارنة بالمنشور الكتابي، وذلك لأهمية الصورة كونها تقدّم مشهداً

1- المرجع نفسه

2- إنشاء الصور التفاعلية للصورة القناة ThingLink، مرجع سبق ذكره

متكاملاً يمكن من خلاله إيصال الفكرة ودعمها ببعض العبارات دون الحاجة إلى التفسير والإطالة في الكتابة كما في المنشورات الكتابية. وفي العام التالي 2015، غزت المقاطع المصوّرة مواقع التواصل الاجتماعي لتتفوق على الصور ضمن الأكثر انتشاراً وقراءة. فكما في الصور تقدّم المقاطع المصوّرة مشهداً حقيقياً نابضاً بالحياة إضافة إلى الصوت، وفي ثوانٍ يتمّ شرح القضية وإيصالها كما هي للمتلقّي. أمّا عن الصور المتحركة فهي تقدّم مشهد أو معلومة ولا تستنزف وقتاً كثيراً من باقة البيانات وفي نفس الوقت هي قصيرة الوقت وفعّالة. لقد غزت صور GIF مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الدردشة الأشهر على متاجر الهواتف الذكية. وإلى جانب فعاليتها في إيصال الفكرة وصغر حجمها، هي سهلة الصنع ويمكن لأي شخص صنع مجموعته الخاصة. بدأت وسائل الإعلام باستخدام الرسوم المتحركة القصيرة بدل الصور مع النصوص، بالإضافة إلى استخدامها للتعبير عن مشاعر وتحفيز القارئ على حسابات هذه المواقع على وسائل التواصل الاجتماعي. ولا شكّ في أنّ الصورة تجعل الخبر أكثر إقناعاً بيد أنّ استخدام الصور المتحركة GIF تضاعف وصوله، وبالتالي تضاعف تأثيره. لهذا أصبحت أشهر العلامات التجارية تستخدم الصور المتحركة في الإعلان عن منتجاتها، من بين أهم مواقع وتطبيقات صنع الصور المتحركة GIF:

1. موقع Giphy : يقدم قاعدة ضخمة من بيانات الصور المتحركة القصيرة والتي يمكن العثور عليها بسهولة وفقاً لنوعها. وبما أنّ الصور المتحركة مستعملة جداً على موقع " تويتتر " قامت الشركة بربط الموقع بحساب " تويتتر " الخاص بالمستخدم، وبذلك يمكنه البحث من داخل حسابه

في موقع التغريد الشهير عن الصور المتحركة للتغريد بها، ويمكن من خلالها صنع الصور المتحركة الخاصة عبر إرسال مقطع مصوّر أو دمج عدّة صور، مع إمكانية تحميلها أو استعمالها مباشرة على مختلف مواقع التواصل.

2. تطبيق GIFYme : يتضمن التطبيق واحدة من أفضل ميزات تطبيق " سناب شات " وهي الفلاتر وذلك من أجل إضفاء مزيد من المرح والتغيير في الشكل قبل إنشاء الصور المتحركة، إلى جانب الفلاتر يمكن استخدام التطبيق لإنشاء صور GIF المتحركة عن الإنتهاء من ذلك يمكن تحميل الصور، إمّا متحركة أو المقاطع المصوّرة ومشاركتها عبر تطبيقات معروفة مثل: إنستغرام، تويتر، واتساب.¹

الصورة رقم 03: تطبيق Gifmaker



المصدر: موقع alraby.co.uk²

3. تطبيق Motion Stills : وهو تطبيق مجاني من شركة "Google" يتيح التطبيق تحويل أي صورة بتقنية Live Photos الموجودة في هاتف " آيفون " S6 إلى صور عالية الجودة في ثوانٍ،

1- حمد دنكر، هذه أسرار انتشار وصنع الصور المتحركة GIF، موقع alraby.co.uk ، (3 سبتمبر 2016)، أطلع 2023/06/03.

2- المرجع نفسه

بالإضافة إلى ذلك يستخدم التطبيق تكنولوجيا تثبيت اللقطات المتحركة في المقاطع الصورة لاختيار أفضل مقطع وتحويله إلى GIF بلمسة واحدة.

4. **تطبيق Giffer**: هو مشابه لتطبيق Motion Stills في تحويله لصور Live Photos إلى جانب إتاحة للمستخدم إضافة نص على صورته المتحركة.

5. **تطبيق Boomerang** وهو التطبيق الأسهل والأشهر في صناعة الصور القصيرة المتحركة ويتيح التطبيق تصوير مقطع مصور لا يتجاوز مدته الثانيتين ليحوّله تلقائياً لصور متحركة، وهو من شركة إنستغرام يمكن بسهولة مشاركة المقاطع عبر تطبيق الصور والمقاطع المصورة.¹

بعدما أسهم استخدام الهواتف الذكية في زيادة الإقبال على الرموز التعبيرية في الكتابة والتواصل الشخصي، أصبحت الأجهزة المحمولة حالياً تدعم لغة جديدة للتواصل البصري الفوري تتمثل في الصور المتحركة أو GIF ، على الرغم من أنّ ابتكارها يعود إلى عام 1987م، حينما قدمها المطور في شركة " كومبيوتر سيرف " ستيف ويلهيت. ومنذ ذلك الحين انتشرت الصور المتحركة بين مستخدمي أجهزة الكمبيوتر المكتبية، ودفعها تحسن تقنيات " المحمول " وتساعد الإقبال على تطبيقات التواصل للإنتشار خارج منديات الإنترنت، وتحولت إلى شكل رائع للتعبير الرقمي، وطريق لنقل مشاعر وأفكار معقدة، بما يتجاوز الكلمات والصور الفوتوغرافية، ما منحها شعبية كبيرة لا سيما بين الشباب محبي الهواتف الذكية.²

1- محمد دنكر ، مرجع سبق ذكره

2- الصورة المتحركة .. لغة جديدة للتواصل المرئي عبر الأجهزة المحمولة، (2015-8-9) emaratalyout.com ، أطلع 05-10-2022 ، <https://www.google.com/amp/s/www.emaratalyout.com/technology/mobiles/2015/-08-09->

3. 2. 4 صور متحركة بالذكاء الاصطناعي :

الصورة رقم 04: منصة إنشاء الصور بالذكاء الاصطناعي



المصدر: ¹emaratalyoum

أطلقت منصة تحرير الصور بيكس آرت **PicsArt** منصة جديدة لإنشاء الصور المتحركة تعمل بالذكاء الاصطناعي، وتتيح الأداة الجديدة إمكانية إنشاء صور متحركة بصيغة GIF باستخدام الأوامر الكتابية فقط، وبدون استخدام أي مدخلات كالصور أو مقاطع الفيديو. وتختلف أداة **PicsArt** الجديدة عن باقي أدوات الذكاء الاصطناعي التي تحول النص إلى صورة في أنها تنتج صوراً متحركة، بينما تنشئ باقي الأدوات صوراً ثابتة. ويتطلب الأمر كتابة وصف للصورة المرادة ثم الانتظار قليلاً بينما يعمل النظام على تحليل الوصف وتوليد الصورة، وبعدها يمكن تنزيل الصورة المتحركة بصيغة GIF على جهاز المستخدم، من أجل مشاركتها عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، ويلاحظ أنّ الصور المولدة عبر هذه الأداة تحمل طابعاً إلكترونياً.²

1 - المرجع نفسه

2- أداة لإنشاء الصور المتحركة، موقع al-watan.com، (03-07-2023) ، أطلع بتاريخ (2023-07-15) بتوقيت 22:41

3.2 نمو الاستخدام:

تتسم الصور المتحركة عموماً باستمرار المقطع لبضع ثوانٍ، واقتصارها على الصورة دون صوت وتكرار تشغيلها تلقائياً، كما تتضمن في كثير من الأحيان لقطات من أفلام وبرامج تلفزيونية وقد تضاف إليها النصوص. وتلفت منصة " تمبلر " للتدوين إلى إرسال المستخدمين 23 مليون صورة متحركة يومياً. وفي مارس 2015 بدأ موقع Facebook دعم الصورة المتحركة، إذ يشهد موقع Messenger تبادل أكثر من خمسة ملايين صورة يومياً، كما يتبادل مستخدمو منصة التراسل في بيئة العمل " سيليك " أكثر من مليوني صورة متحركة شهرياً. وتزايد الإقبال على البحث عن الصور المحركة على شبكة الإنترنت.

3.3 الإعلان والترفيه: عمل بعض العاملين في مجال الإعلان والترفيه على استخدام الصور المتحركة ومنهم بامبلا ريد وماثيو ريدر في نيويورك، اللذان يُخرجان مقاطع فيديو في السنوات الأخيرة استعانا بصور متحركة في الحملات الإعلانية لبعض عملائهما البارزين في مجال الأزياء Adidas و Diesel على الرغم من رفض البعض للصور المتحركة في البداية، إلا أن الأمر تغير حالياً واعتبرت جزءاً من الحملة الإعلانية الكاملة. وتجد مواقع التواصل الاجتماعي فرصة كبيرة في مقاطع الصور المتحركة؛ إذ قدمت منصة " تمبلر " لتدوين محرراً بحثياً للعثور على الصور المنشورة ضمن الموقع لاستخدام الصور المتحركة ضمن الإعلانات التي تُعرض لمستخدمي " إيموجور " البالغ عددهم 150 مليون مستخدم ووصفها بالاستخدام العاطفي الفوري.¹

1- الصورة المتحركة .. لغة جديدة للتواصل المرئي عبر الأجهزة المحمولة، مرجع سبق ذكره

خلاصة

نستخلص من خلال الفصل أنّ التطور التاريخي لتيار الاستخدامات عبر مختلف الحقب الزمنية كان محل اهتمامه بالدرجة الأولى دراسة العلاقات الاجتماعية والتقنية، حيث لا يزال هذا التيار قائماً من خلال ما تفرضه التكنولوجيات الحديثة على المجتمعات المعاصرة وخاصة تكنولوجيا الهواتف الذكية. ولم يتوقف عند حد الاستخدام التقني للمبتكر بل تخطاه إلى تغيير جذري في طبيعة الممارسات والعلاقات الاجتماعية من خلال حتمية استخدام الهواتف الذكية وإتقان مهارات استخدام الصور التفاعلية التي أدت بدورها إلى تغيير الممارسة الفردية والجماعية في آنٍ واحد.

الفصل الثالث:

الهاتف النقال الذكي والصور المتحركة

1. نشأة وتطور الهاتف النقال الذكي
2. مميزات الهاتف النقال الذكي
3. وظائف الهاتف النقال الذكي
4. الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي

الفصل الثالث: الهاتف الذكي والصورة المتحركة

- تمهيد:

تعد الهواتف الذكية أحدث التطورات في السنوات الأخيرة في مجال تقنيات الاتصالات التي انتشرت بصورة غير مسبوقة. وقد وفرت تقنيات " الواي فاي " Wi-Fi عبر تقنية **botsport** وتقنية NFC لقراءة المعلومات وشبكات الجيل الثالث والرابع بيئة خصبة للهواتف الذكية وانتشارها وخصائصها غير المتناهية. وأصبحت الهواتف الذكية ضرورة من ضروريات الحياة تستخدم في مختلف الأنشطة اليومية بل وأصبحت تسهل إنجاز العديد من المهام والوظائف بالنسبة لمختلف الأفراد في المجتمعات الحديثة.

1. نشأة الهاتف الذكي:

الهاتف الخليوي أو الهاتف المحمول أو الهاتف النقال أو الجوال كان يعرف في بدايته بأنه جهاز إلكتروني بعيد المدى، محمول متنقل يستخدم للاتصالات؛ فهو جهاز يشبه في عمله الراديو، ولكن الراديو بدرجة عالية من الدقة والتعقيد، كما يقوم بوظيفة المكالمات الصوتية للهاتف وكذلك خدمات مثل الرسائل القصيرة والبريد الإلكتروني، والوصول إلى الرسائل النصية القصيرة sms، mms، شبكة الإنترنت ورسائل الوسائط المتعددة لإرسال واستقبال الصور والفيديو¹. وقد صمم أول هاتف ذكي في عام 1992 باسم سايمون " Simon " وكان من شركة

1- غُذاب طاهر الكنانى، التأثيرات الصحية للهاتف الجوال وأبراجه وبعض الأجهزة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص224.

IBM ، وقد اعتبر أكثر جهاز متحرك بشاشة لمس وبعض التطبيقات كالمفكرة والحاسبة¹.

كما سمحت Newton بتصنيع هاتف ذكي Apple وفي عام 1993 قدمت شركة آبل الهواتف

لمستخدميها بتخزين البيانات الخاصة بهم من المعلومات والصور، وملفات أو البريد الإلكتروني².

وقد ظهرت أجهزة الهواتف الذكية التي توفر لمستخدميها الحركة والقدرة على الاتصال في

عام 1997. أطلق أول مرة اسمه جهاز سمارت فون Smartphone على جهاز اريك سون

Gs88 ولم يمضي وقت طويل حتى ظهر Nokia 9210 communicateur سنة 2001

يعمل بنظام تشغيل مفتوح SYMBIANP قادر على إرسال الفاكسات واستقبالها بالإضافة إلى

خدمة البلوتوث وقد انتشر هذا الجهاز على نطاق أوسع.

وظهر المفهوم الحالي للهواتف الذكية مع انطلاق الشركة الاتصالية الكندية RIM جهاز

بلاك بيري BLAKBEERY مع خدمة البريد الإلكتروني اللاسلكي. وقد جاءت النقلة النوعية

من طرح آبل APPEL لأول نسخة من الآيفون iPhone سنة 2007 شاشة لمس كبيرة ومن

دون لوحة مفاتيح أو قلم، وهو هاتف وفر إمكانية تصفح الإنترنت، وإضافة إلى العديد من

الخدمات الأخرى التي جعلت منه أجهزة عدة في جهاز واحد فقط، وفي عام 2008 أضيفت خدمة

متجر التطبيقات APPSTORE، مع تزايد الطلب الكبير على هاتف " آيفون " أطلقت شركة

Google نظام التشغيل أندرويد Android بالتعاون مع HANDSETALIANCE وذلك

لمنافسة نظام MICROSOFT Appel وNOKIA، ويعتمد نظام Android على بيئة مفتوح

1- شادية أحمد، الهاتف الذكي حاسوب المستقبل. مجالات العلوم والتكنولوجيا آفاق المستقبل، 2012، ص72.

2- محمد بدر زهر، سوزان، مهارات الطلاب في استخدام الهواتف الذكية في الوصول إلى مصادر المعلومات_ دراسة مقارنة بين كليتي

الطب والآداب، بجامعة بيروت العربية، 2016، ص17

المصدر، ومزود بباقة من خدمات **Google** المتميزة كخرائط قوقل والبريد الإلكتروني **Gmail** مع متصفح إنترنت¹.

وعلى الرغم من اختلاف التصميمات والأشكال فإن التقويم الفعلي للهواتف الذكية كان عن طريق نظام التشغيل **Google** و**Android**، وكان أول هاتف يستخدم نظام جديد هو **Hts**. وفي سنة 2009 قامت العديد من الشركات بإنشاء مخازن التطبيقات الخاصة بها على شبكة الإنترنت ومنها متجر **Ovi** من **Nokia**، متجر **Windows** لشراء تطبيقات الهواتف، و**BlackBerry**، ثم تبعها كذلك تطور أجيال الاتصالات حتى وصلت إلى الجيل الثالث **G3**². لتاريخ الهاتف الذكي ثلاث لحظات فارقة كانت الأولى هي ظهور الآيفون لأن كل ما نراه مُميزاً في الهاتف الذكي كان موجوداً في الإصدار الأول للآيفون الذي أذهل العالم في 2007. اللحظة الثانية كانت ظهور هواتف الأندرويد خاصة سامسونج جلاكسي **Samsung Galaxy**، فقد حولت تلك الخطوة الهواتف الذكية إلى فصيلة هواتف مليئة بالتنوع مما أرجع الآيفون إلى تواجد محدود. اللحظة الفارقة الثالثة كانت ظهور هواتف نكية رخيصة الثمن غالباً من الصين، ولقد أطلقت هواوي **HUAWEI** هاتفها الذكي الأول في 2009 وشاومي **XIAOMI** في 2011.

ليس هناك فروق هامة تذكر بين الطرز الرخيصة للهواتف الذكية وتلك التي تنتمي للماركات لراسخة عداً كونها دلالة على منزلة المرء. أتاح ظهور هواتف رخيصة للهاتف الذكي أن

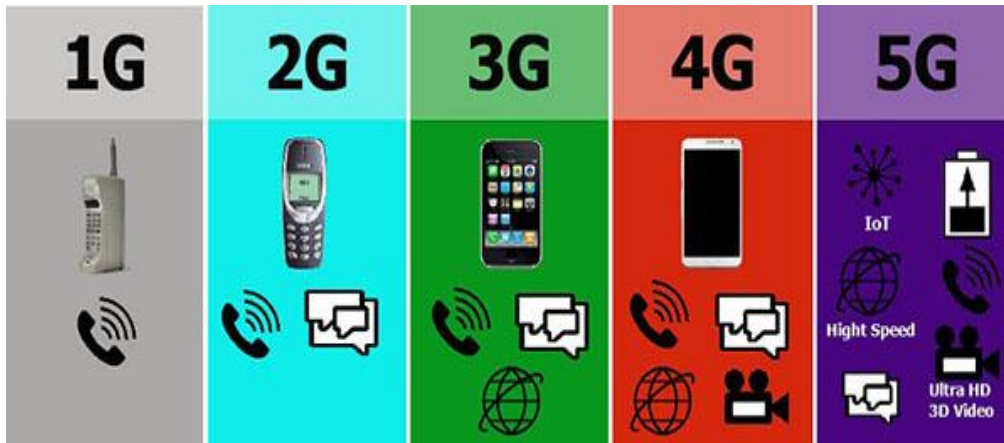
1- سوقال إيمان، ملامح الهوية الثقافية لجيل الهاتف الذكي بالجزائر، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 1، العدد 2، 2016، ص ص 89-102.

2- المرجع نفسه

يكون ذا حضور عالمي وليس قصراً على المناطق يسيرة الحال، ومثل هذا التوسع كان شرطاً أساسياً لهذا الكتاب حيث أن جزءاً كبيراً من البحث شمل مجتمعات أقل ثراء ممن لا تتوفر لهم حياة الهواتف الراقية. وهناك أيضاً عدد من التطورات الأخرى حدثت في تلك الخلفية مثل تطور سلاسل التجميع والتوريد وظهر طرف ثالث من مطوري التطبيقات¹.

1. 2. أجيال الهاتف النقال:

الصورة رقم 05: أجيال الهاتف النقال طريقة سريعة وسهلة



المصدر: شبكات الهاتف المحمول²

بدأت فكرة الهواتف الجواله في عام 1945م حيث أدخل للخدمة الجيل الصفري المسمى G0 للهواتف الحرارية بالرغم من أنه لم يكن من فئة الهواتف الجواله لأنها لا تمكن من التغيير التلقائي لتردد القناة خلال المكالمه عندما ينتقل المستخدم من خليه إلى أخرى في المحطات

1- دانيال ملير وليلى عبد ربه، وآخرون، الهاتف الذكي العالمي ما وراء تكنولوجيا الشباب، ط1، مطبعة كلية لندن الامعية، لندن، 2021، ص.ص 11-12.

2- شبكات الهاتف المحمول من الجيل الأول وحتى الخامس (مقالة تفصيلية)، أطلع بتاريخ 2022/10/08 بتوقيت 20:24 متاح على

الرابط <https://alrahawanfast.com/%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84>

القاعدية، والتي تسمى " بالتسليم اليدوي " handover. اخترعت خلايا المحطات القاعدية ذات الشكل السداسي للمحطات الأرضية للهاتف في عام 1947 من مختبرات "بيل" ثم طورت في نفس المختبرات عام 1960. الهواتف الراديوية...وبدأ استخدام الهاتف الجوال الحراري منذ 1983. وبعد انخفاض تكاليف الإنشاء والانتشار السريع للمحطات القاعدية للهاتف انتشر منذ ذلك الحين استخدام الهاتف الجوال بسرعة في جميع أنحاء العالم، متجاوزة بذلك نمو الهواتف الثابتة. أول نظام للهاتف الجوال المستخدم في المملكة المتحدة كان نظام تماثلي، كانت قدرة الهواتف المرسلة 0.63 واط؛ وطور هذا النظام تدريجاً بحيث أنه يستخدم قنوات ترددها يصل إلى حوالي 900 ميغاهرتز MHz، ويستخدم التضمين الترددي والذي يؤدي إلى تغيرات عشوائية قليلة جداً في سعة الموجة الحاملة.¹

1. 2. 1 الجيل الأول: First generation

الصورة رقم 06: الجيل الأول للهاتف النقال



المصدر: مدونة صورة وكلام²

1- عُذاب طاهر الكناني، مرجع سبق ذكره، ص. ص 222-223.

2- الجيل الأول من الاتصالات الجواله G1، مدونة صورة وكلام، 12 فبراير 2019، أطلع بتاريخ 2022/10/11 بتوقيت 22:04 متاح

على الرابط <https://photokalam.blogspot.com/2019/02/1g.html>

في عام 1979، قدمت شركة Nippon Telegraph and Telephone الجيل الأول من شبكات الهواتف المحمولة، ثم بدأت اليابان بالكامل في استخدام معيار الهاتف المحمول اللاسلكي هذا. بعد ذلك، وافقت الولايات المتحدة 1983 على سلسلة هواتف الجيل الأول G1 من Dyna Tac من شركة Motorola بعد ذلك بعدة سنوات اعتمد ببقية بلدان الأخرى تدريجاً وببطء تقنية G1 في الهواتف المحمولة.¹

في أوائل التسعينات كانت الهواتف الجواله كبيرة الحجم بحيث لا يمكن وضعها في الملابس، لذلك فإنها عادة ما توضع بشكل دائم في السيارة كهواتف المركبات. مع تقدم التكنولوجيا وتصغير المكونات الرقمي للهواتف الحرارية أصبح الهاتف أصغر حجماً وأخف وزناً. الجيل الأول للاتصالات اللاسلكية تثل اللبنة الأولى للهواتف التماثلية التي تجمع الآن كنوع من أنواع الهويات يعرض من قبل الشركات اللاسلكية لحد اليوم.

1. 2. 2. الجيل الثاني: الثورة الرقمية (Digital revolution)

الصورة 07: الجيل الثاني للهاتف النقال



المصدر: شبكات الهاتف المحمول²

1- عزيز سليمان، مقدمة عن الأجيال السابقة من شبكات الهاتف المحمول - Mobile Trans، متاح على الرابط

<https://mobiletrans.wondershare.com/er/5g/g-generations.html> تاريخ الإطلاع 2022/11/24 بتوقيت 11:45

2- شبكات الهاتف المحمول من الجيل الأول وحتى الخامس (مقالة تفصيلية)، مرجع سبق ذكره

تعتبر جوالات الجيل الثاني هي أول جوالات تعمل بالنظام الرقمي والتي بدأت استخدامها في التسعينيات من القرن الماضي، ويستخدم جوال الجيل الثاني نفس تكنولوجيا الراديو كما في جوال الجيل الأول ولكن بطريقة مختلفة، ففي النظام التماثلي لا تستخدم كل إمكانات الإشارة المتبادلة بين الجوال والشبكة التابع لها.

في الجيل الثاني ظهرت الشبكة الرقمية إلى العلن. وقدمت فلندا شبكة G2 عام 1991. في هذا الجيل أصبحت المكالمات المشفرة متوفرة لضمان الحرية، وأتاح للمستخدمين إرسال الرسائل المصورة والرسائل النصية من الهاتف بكل سهولة. في بدايتها كانت سرعة شبكة G2 حوالي 9.6 كيلوبت Kb في الثانية، وفي وقت لاحق استثمرت وحدثت شركات الاتصال البنى التحتية وزادت السرعة إلى 40 كيلوبت في الثانية كحد أقصى. تمكنت (EDGE) وهي تقنية معدلات البيانات المحسنة لتطور نظام GSM من توفر تصل إلى 500 كيلوبت في الثانية. بشكل عام، تمكنت شبكة الجيل الثاني من إحداث ثورة رقمية في مجال الأعمال وغيّرت العالم في لمح البصر. سمي هذا النظام بالنظام العالمي للاتصالات اللاسلكية (GSM) هو نظام متعدد لتشغيل شبكات الاتصالات اللاسلكية ويعمل على المعالج الدقيق الخاص بأجهزة الجوال التي تعمل على نظام GSM، حيث يمكن من خلاله تشفير (ترميز) البيانات المرسله بواسطة الجوال لتحقيق درجة عالية من الأمان وعدم اختراق هذه البيانات. في الجيل الثاني من الهاتف الجوال ليتمكن عادة نقل البيانات، مثل البريد الإلكتروني أو البرامج، ما عدا المكالمات الصوتية الرقمية، وغيرها من البيانات المساعدة الأساسية مثل الوت والتاريخ. بالتزامن مع إدخال G2 استبدلت الهواتف الأكبر بهواتف

محمولة صغيرة لا يتجاوز وزنها 100-200 غ، والتي سرعان ما أصبحت هي السائدة في السوق. والسبب التحسينات التكنولوجية المستخدمة في هذا الجيل مثل استخدام بطاريات أكثر تقدماً وإلكترونيات أكثر كفاءة في استخدام الطاقة لوصول الإشارة للأبراج البعيدة من أجل أن يقتنع العملاء¹.

1. 2. 3 الجيل الثالث: ثورة تبديل الحزم (Packet switching revolution)

الصورة رقم 08: الجيل الثالث للهاتف النقال



المصدر: موقع، amazon.eg، 2024²

1- عزيز سليمان، مرجع سبق ذكره

2- الجوالات والموبيلات وأجهزة الاتصال، موقع amazon.eg، أطلع بتاريخ 2022/11/25، بتوقيت 19:50، متاح على الرابط
<https://www.amazon.eg/%D8%A8%D9%84%D8%A7%D9%83-%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D9%8A-%D8%A8%D9%88%D9%84%D8%AF-9900-%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%8C/dp/B00GPRRI8Y>

يعتبر الجيل الثالث من الهاتف الجوال من التكنولوجيات الحديثة للاتصالات اللاسلكية، لأنه يعد جوال الوسائط المتعددة multimedia cell phone وتسمى هذه الجوال بالجوالات الذكية، حيث يمتاز بقدرته على تبادل البيانات بسرعة كبيرة لمساعد المستخدم لتصفح الإنترنت بسرعة كبيرة كما يمكن إرسال واستقبال الرسائل الصوتية والفيديو. ويتعامل مع البيانات والصوت والصورة معاً بسرعة تبلغ 2.5 كيلو بايت/ثانية.

ظهر مفهوم حزم البيانات في الجيل الثالث للشبكات G3 في عام 2001 أطلقت شركة NTT Docomo إنجازها في شبكات G3 وهو بروتوكول الشبكة، تمت عملية الاتصال باستخدام حزم البيانات؛ وكانت ميزة التجوال الدولي مُمكنة باستخدام هذه التقنية. سرعة النقل أكبر بأربع مرات من شبكة G2 في هذا الجيل الثالث G3، ظهر بروتوكول الإنترنت مثل شركة Skype المتخصصة في مجال الاتصالات. عُزز اتصال شبكات الجيل الثالث من خلال ظهور أجهزة هواتف Blackberry، كما ظهرت أجهزة iPhone عام 2007 في عصر شبكة الجيل الثالث G3 يمكننا ملاحظة مجموعة كبيرة من التغيرات التدريجية التي طرأت على شبكة الجيل الثالث. لقد كانت كهديّة رائعة ونعمة بالنسبة لرواد الأعمال لأنها أتاحت لهم توسيع نطاق أعمالهم خارج مناطقهم بكل سهولة.¹

1. 2. 4 الجيل الرابع: عصر جودة البث (Era of broadcast quality)

الصورة رقم 09: الجيل الرابع للهاتف النقال الذكي

1- عزيز سليمان، مرجع سبق ذكره.



المصدر: العربية، الجيل الرابع¹

G4 هو مصطلح للتعبير عن الجيل الرابع للهواتف الحرارية مرحلة المدى العريض لحزم الاتصالات اللاسلكية يتفوق على الجيل الثالث **G4** علماً بأنه معايير الهيئات أو الانتقال لم تتفق على تحديد أو تعريف دقيق للجيل **G4** من المتوقع أن تكون من بين السمات المميزة لخواص هذا الجيل هي الجودة العالية للفيديو. شبكات الجيل الرابع من المحتمل أن تستخدم مزيج من WiMax و **Wi1-Fli** فمن المتوقع أن الجيل **G4** يؤدي لانتشار الكومبيوتر، والذي يوفر توصيلات متتالية إلى شبكات متعدد فائقة السرعة توفر اتصال يدوي روتيني سلس في جميع أنحاء المنطقة الجغرافية. مشغلي الشبكات يمكنهم استخدام التكنولوجيات المعرفية من مرور الشبكة والطيء السرعة العالية التي تُتيحها **G4** سوف تخلق أسواق جديدة وفرص لكل من الشركات التقليدية وشركات الاتصالات السلكية واللاسلكية. أعلنت شركة سبرنت تكستل Sprint textel عن خطط

1- الجيل الرابع (نوكيا تبني أول شبكة هواتف للجيل الرابع على سطح القمر)، العربية، 2020/10/19، أطلع بتاريخ 2022/10/12، بتوقيت 21:10، متاح على الرابط

<https://www.alarabiya.net/aswaq/companies/2020/10/19/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-%D8%A3%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A8%D8%A7-%D9%86%D9%88%D9%83%D9%8A%D8%A7-%D8%AA%D8%A8%D9%86%D9%8A>

تطوير ونشر الحزمة العريضة الجوال للجيل **G4** في الولايات المتحدة باستخدام WiMax. وقد أعلن في بريطانيا عن خطة لإعلان مزاد الجيل **G4** في خريف 2006 تتوفر في ذلك الوقت على جملة من الخدمات للجوال هي:

1. إرسال الرسائل القصيرة ورسائل البريد الإلكتروني.
2. الجيل الحالي ينفذ حسابات أكثر تقدماً باستخدام حاسب.
3. الاتصال مع الإنترنت والحصول على الأخبار العاجلة والمعلومات الأخرى.
4. استخدام الجوال كوسيلة تسلية من خلال الألعاب التي يخزنها الجهاز.
5. دمج أجهزة أخرى مثل الراديو ومشغل **MP3** لتشغيل الملفات الصوتية ومشغل الفيديو لعرض لقطات الفيديو وكاميرا للتصوير الثابت والمتحرك وقارئ نصوص إلكترونية **PDF** ومرشد مكاني للجوال¹.

أطلقت ستوكهولم **Stockholm** وأوسلو **Oslo** تقنية الجيل الرابع **G4**، وذلك في عام 2009 استخدم معيار الشبكة هذا كمعيار طويل الأمد، ساعدت شبكة **G4** في بث الفيديو عالي الدقة بمعدل سرعة يصل إلى **1** جيجابايت **Gb** في الثانية، كما ساعدت في تحسين العديد من المجالات مثل الألعاب وبث الفيديو عالي الدقة ومؤتمرات الفيديو عالية الجودة وما إلى ذلك. إذا أُلقيت نظرة عن كثب على الأجيال السابقة، حيث أنه بإمكاننا الوصول إلى تلك التكنولوجيا من خلال بطاقات

1- غذاب طاهر الكنانى، مرجع سبق ذكره، ص256.

الهاتف SIM بالنسبة لشبكة G4 فإنه يجب على الشركات المصنعة للهواتف الذكية ابتكار أدوات مُصممة خصيصاً للاستمتاع بأحدث تقنيات الاتصال.¹

شبكات G4 عندما تقترن بهواتف نقالة مزودة بكاميرات رقمية عالية الجودة ستقدم نماذج جديدة لتعاون الصحافة المواطن. قامت الشركات اليابانية NTT docoMo باختبار الاتصال للجيل الرابع G4 على 100 ميجابايت/ثانية لمستخدمي الهواتف الجوال، وتصل إلى 1 جيجا بت/ثانية للهواتف الثابتة. أطلقت هذه الشركة خطتها التجارية عام 2010.

1. 2. 5 الجيل الخامس: عصر إنترنت الأشياء Internet of things era

الصورة رقم 10: الجيل الخامس للهاتف النقال الذكي



المصدر: صحيفة الخليج²

1- عزيز سليمان ، مرجع سبق ذكره.

2- سوق الهواتف يراهن على ال « G5 » والقابلة للطي في 2020، مدونة الخليج، 02 مارس 2020، أطلع بتاريخ 2022/10/14 بتوقيت 22:21 ، متاح على الرابط <https://www.alkhaleej.ae/2020-03-01/%D8%B3%D9%80%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%80%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%818%A7%D9%84%D9%808-%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF>

بدأت أبحاث شبكة **G5** في عام 1990، وبدأ المحترفون في هذا المجال ساعتين إلى تقديم مفهوم **RFID** لأكثر من عقدٍ من الزمن لاحقاً، بدأ الخبراء الفنيون في التركيز على هذا المفهوم الجديد لابتكار أحدث التقنيات في مجال الاتصال بالشبكة. يمكنك الاستماع بمزايا الزمن الحقيقي مع مجيء عصر إنترنت الأشياء.

تعمل الأجهزة المحمولة كمستشعرات مُتصلة بالشبكة تقوم بأنشطة رائعة مختلفة من تنقل وتصوير فوتوغرافي وغيرها ستُصبح جميع الأجهزة مزودة بتقنية **WI-FI**، وهذا سيساعد على التحكم بها بسهولة عن بُعد باستخدام الهواتف المحمولة. لا يُمكن للأجيال السابقة من الشبكات مثل **G3** أو **G4** القيام بهذا النوع من الاتصال لأن نطاق زمن الاستجابة الخاص بها سيئ جداً لتطبيق تقنية إنترنت الأشياء، أطلقت وكالة ناسا تقنية الذكاء الصناعي آلة لآلة في عام 2008، كما قدمت كوريا الجنوبية 5 برامج بحث وتطوير من أجل العمل على هذه التكنولوجيا الجديدة في نفس العام. ركزت أكاديمية **NYU Wireless** في جامعة نيويورك على تقنية شبكة **G5** في عام 2012، وبات بإمكاننا الاستمتاع باتصال مُمتاز بشبكة **G5** يدعم المعالجة اللاسلكية في العديد من المجالات كالرعاية الصحية والعمليات الجراحية والخدمات المصرفية وما إلى ذلك. عملت كوريا الجنوبية أيضاً على تأسيس شركات اتصالات **G5** تجارية وهي **KT** و **LG**، و **Uplus** و **SK Telecom** تُركز شبكة **G5** على مسألة الاتصال في الزمن الحقيقي أول معيار لشبكة **G5** للهاتف المحمول قدمته كوريا الجنوبية في الأول من ديسمبر عام 2018¹.

1- عزيز سليمان ، مرجع سبق ذكره.

الجيل الخامس للاتصالات G5 هو الجيل الجديد من الاتصالات والذي سيستبدل الجيل الرابع G4 خلال السنوات القادمة ليقدم سرعات إنترنت أعلى ودعم عدد أكبر من الأجهزة الذكية بإطار أوسع من الهواتف. وقد بدأت خدمات G5 الأولى في العديد من البلدان عام 2019 ومن المتوقع توافرها على نطاق واسع " أي في أغلب دول العالم " بحلول عام 2025.

يمكننا من خلال شبكة الجيل الخامس G5:

+ الاتصال الفوري بمليارات الأجهزة وإنترنت الأشياء (IoT) وعالم متصل حقاً.

+ السرعة وسرعة الاستجابة.

+ تكين التطبيقات والخدمات وفرص الأعمال التي لم تتم رؤيتها من قبل.

+ اتصالات ضخمة من آلة إلى آلة، توصيل مليارات الأجهزة دون تدخل بشري.

+ اتصالات سريعة الاستجابة لدرجة أن تعتبر مهمة حاسمة بما في ذلك التحكم في الوقت الفعلي

للأجهزة، والروبوتات الصناعية، الرعاية الصحية، وأنظمة الاتصالات والسلامة من مركبة إلى

أخرى والقيادة المستقلة وشبكات النقل الأكثر أماناً.

+ النطاق العريض الافتراضي المعزز يوفر سرعات بيانات أكبر بكثير وقدرة أكبر على إبقاء

العالم على اتصال¹.

1- عدي النفيعي، مقارنة بين أجيال الاتصالات اللاسلكية، 2020/05/31، متاح على الرابط

<https://rattibha.com/thread/1267086799018622980?lang=ar> أطلع بتاريخ 2022/11/27 بتوقيت 16:52.

2. مميزات الهاتف الذكي: Smartphone features

يملك الهاتف الذكي العديد من المزايا والمواصفات التي تلبي الكثير من الاحتياجات لمستخدميه، وتجعلهم يقضون المزيد من الوقت في استعمالها والتصفح من خلاله حيث يتيح الهاتف الذكي التصفح والوصول إلى للإنترنت بطريقة ذاتية، كما أنه يملك معالماً للرسوم ومشغل للأبعاد الثلاثية الأبعاد وفيه ذاكرة وصول عشوائية تسمى "رامات"، ويمتلك مساحة تخزينية قادرة على الاحتفاظ بالنصوص والصور وتحميل العديد من التطبيقات والبرامج¹.

وَرُبَّمَا تُعدُّ أبرز ميزة للهاتف الذكي هي السهولة والمرونة التي تتيح للمستخدم الوصول لمنصات التواصل الاجتماعي، وبناء علاقات مع الآخرين من خلالها، والقدرة على تبادل الملفات بينه وبين الحواسيب الشخصية وعمل مزامنة بينهما، وعمل مزامنة لملفات الوسائط المحفوظة عليه مع حساب المستخدم في خدمات التخزين، وكذلك دعم الطباعة اللاسلكية مع الطابعات التي تدعم هذه الميزة. ومع التقدم الكبير في مجال الهواتف الذكية ظهرت خصائص أكثر اتساعاً كاستخدامها لتقنية العين في تصفح الإنترنت واستعراض الصور من خلال الإشارة الهوائية باليد.²

والهاتف الذكي كأحد المخترعات المتداولة بشكر كبير من قبل أفراد مجتمعات المعلوماتية ترك أثره على سلوكيات الفرد لا سيما الشباب وطبيعة علاقته مع الآخرين نذكر من بين خصائصه:

1- إيمان عبد الرحمن، باسم أسماء، التأثيرات السلبية لاستخدام الهواتف الذكية على الأطفال من وجهة نظر الأمهات "جنين والباذان"، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2017، ص ص 19- 20.

2- المرجع نفسه.

* الهاتف الذكي حطم حواجز المكان والزمان وسمح للفرد بالاتصال مع الآخرين بشكل سريع وفوري.

* طبيعته المتحركة ومصاحبته للفرد في كل مكان وزمان جعل منه مدخلاً لإبقاء حبل التواصل مع الأسرة، كما أتاح الاتصال الدائم مع الأهل والأصدقاء دون الحاجة للتنقل.

* تطبيقات الهواتف الذكية المتعددة أدت إلى خلق اهتمامات جديدة لدى مستخدميه تتعلق بالنقاط الصور ومقاطع الفيديو والموسيقى بالإضافة إلى التطبيقات الجديدة كالفيسبوك والتويتر وخدمة تصفح المواقع على الإنترنت والسكايب وغيرها من التطبيقات.

* لقد تعدى الهاتف الذكي بتطبيقاته وظيفته الأساسية من مجرد جهاز يستخدم للاتصال والتواصل مع الغير إلى جهاز يعيش فيه كل فرد حياته الخاصة، فأصبح مكتبا متنقلا تتجز من خلاله الأعمال وتتابع، وسجل يحفظ أسرار الفرد، ووسيلة لحفظ المعلومات وتسجيل المواعيد والتذكير بها.

* استخدام نظامي تشغيل معاً على الهاتف الذكي مثل تنظيم نظام ويندوز موبايل ونظام أندرويد في هاتف واحد¹.

* مع التقدم الكبير في مجال الهواتف الذكية والخدمات السحابية أصبح لزاماً على أي هاتف ذكي أن يتمتع بإمكانية عمل ملفات الوسائط المحفوظة عليه مع حساب المستخدم في خدمات التخزين السحابية وكذا لدعم الطباعة اللاسلكية التي تدعم هذه الميزة.

1- البياتي منال، الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي ورعاية الشباب، دار العلم، الفيوم، 2014، ص440

* وبعض الهواتف الذكية تستخدم تقنيات تتبع حركة العين لتصفح الإنترنت أو استعراض الصور بمجرد الإشارة الهوائية باليد.¹

والهواتف الذكية الحالية تدعم مزايا إضافية أكثر تقدماً مثل شاشات اللمس المقاومة للخدوش، وكاميرات التصوير المدمجة ذات الدقة العالية. ويتضمن الهاتف الذكي معالجاً خاصاً للرسومات يُتيح تشغيل الألعاب ثلاثية الأبعاد وذاكرة وصول عشوائي (RAM) كافية ومساحة تخزين ملائمة وإلى جانب العتاد يتميز الهاتف الذكي بإمكانية تحميل العديد من التطبيقات ويدعم العديد من قدرات الاتصال اللاسلكي مثل شبكة " Wifi " التي تُتيح لمستخدم الهاتف تصفح الإنترنت، وتقنية البلوتوث التي تُتيح له التواصل مع الهواتف الأخرى ومشاركة الملفات معها، وتقنية الاتصال قريب المدى التي مشاركة الملفات مع هاتف آخر يدعم تلك التقنية بمجرد التواصل بينهما، ونظام تحديد المواقع الجغرافية. إلى جانب ذلك فإن الهاتف الذكي قادر على أن يعمل كقارئ كتاب إلكتروني، خاصة بعدما أصبحت شاشات تلك الهواتف ذات قياسات كبيرة نسبياً، وقادرة أيضاً على تسجيل الفيديو واستعراض الصور بطريقة جذابة. وقدرة مشاركة شاشته مع الشاشات الأكبر مثل أجهزة التلفاز العالية الوضوح، أو الحواسيب اللوحية، وكذلك القدرة على تبادل الملفات بينه وبين الحواسيب الشخصية وعمل مزامنة بينهما.²

1- الهاتف الذكي.. عصر ما بعد الحاسوب الشخصي، موقع aljazeera.net، (18/5/2014)، أطلع بتاريخ 2022/7/21 بتوقيت

01:10 متاح على الرابط

https://www.google.com/search?q=%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81+%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A+%D8%B9%D8%B5%D8%B1+%D9%85%D8%A7+%D8%A8%D8%B9%D8%AF+%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A8&sca_esv=5b7f46631c8e9f6c&biw=1321&bih=613&ei=64oDaKGwMfTAi-gPt-BZVnbOQoAyR_iAYBkAY

2- المرجع نفسه

فالهواتف الذكية أصبحت تحمل الكثير من حياة أصحابها وأحلامهم فقد أصبحوا يمضون وقتاً متزايداً في فضائها وبعضهم وصل إلى مرحلة إدمانها. ولم تعد مقتصرة على فئة معينة بل اجتذبت فئات أخرى مثل الأطفال وكبار السن كما سهلت حياة ذوي الاحتياجات الخاصة لقد أصبح التعامل مع هذه الأجهزة أكثر بساطة وباتت متوافرة بأسعار معقولة ومن السهل حملها فضلاً على أنها تزدهم بالتطبيقات الخدمية وقد أعادت الكبار في السن إلى مسرح الحياة وجعلتهم على صلة بالآخرين ونشطت قدراتهم العقلية، ولم يعودوا معزولين عن العالم كما قلصت إلى حد ما الفجوة بينهم وبين جيل الشباب.¹

3. وظائف الهاتف الذكي : Smartphone functions

مع التقدم التكنولوجي أصبحت الهواتف الذكية العنصر الأساسي في يومياتنا فبينما نبحث عن الراحة من ناحية، نحن بحاجة إلى السرعة والجودة والفاعلية من ناحية أخرى، يجمع الهاتف الذكي بين وظائف الهاتف الخليوي والحاسوب المحمول في جهاز واحد، وقد وصلت صناعة الهواتف الذكية إلى موقع هام، " فقد أعلنت شركة Strategy Analytics للأبحاث اليومية أن إجمالي قاعدة الهواتف الذكية المثبتة على مستوى العالم بلغ 1.04 مليار خلال الربع الثالث"، إذ انتقل من 259 مليون هاتف ذكي خلال الربع الثاني.²

1- شادية أحمد، الهاتف الذكي حاسوب المستقبل، أفاق المستقبل، العدد 14، (أفريل، ماي، جويلية) 2012، ص71-72.

2 -Paul Goodman, 20 Advantages of mobile Phones, (15-01-2020), <https://turbofuture.com/cell-phones/avantages-Mobile-phones>, Retrieved Edited, 24-07-2022

3. 1 التواصل: توفر الهواتف الذكية المحمولة وسيلة للتواصل مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل، بل ومعظم سكان العالم على الفور على عكس وسائل التواصل القديمة التي تطورت وصولاً إلى الإنترنت والهواتف المحمولة ومواقع التواصل الاجتماعي.¹

3. 2 النقاط الصور والفيديوهات: كثير من الناس لا يمتلكون كاميرا في الوقت الحاضر، لأن هواتفهم لديها كل إمكانيات النقاط الصور والفيديو التي يحتاجونها، فبمجرد التقاط الوسائط يمكن إرسالها إلى الآخرين عبر البريد الإلكتروني أو البلوتوث، أو نشرها عبر الإنترنت ببضع نقرات، كما توفر العديد من الهواتف ميزات إضافية مثل تحرير الصور.

3. 3 مؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي: لا يتطلب ذلك الشهرة أو النجومية أو النقاط المئات من صور السلفي من أجل إقناع الشركات بالدفع مقابل الخدمة كمؤثر، في الواقع تتجه العلامات التجارية بعيداً عن المؤثرين الذين لديهم عشرات أو مئات الآلاف من المتابعين وتتواصل مع المؤثرين الذين لديهم مئة أو أكثر من المتابعين ويستهدفون فئة معينة من الأشخاص وبالتالي يحصلون على ثقتهم الكاملة.²

3.4 مكالمة الفيديو مباشرة: يحب الكثير من الناس رؤية الشخص الذي يتحدثون معه عبر

الهاتف، وكذلك سماع صوتهم من خلال مكالمة الفيديو الحية بواسطة الهاتف الذكي، بالإضافة إلى نقل البث المباشر للعديد من الأحداث عبر الإنترنت.

1- Richard Munoz, **The Evolution of Communication through the Centuries**, (15 Jun 2017), <https://www.mobilecon2012.com/the-evolution-of-communication-through-the-centuries/>, Retrieved Edited 25-07-2022.

2- Steven John, **9 Jobs you can do entirely on your phone**, (Jul11, 2019), <https://www.businessinsider.com/jobs-you-can-do-on-your-phone-2019-7>, Retrieved Edited, 27-07-2022.

3. 5 الموضة والتعبير عن الذات: أصبح اختيار طراز الهاتف أو تخصيص أشياء مثل نغمة الرنين، أو شراء غطاء الهاتف الشخصي أكثر وسيلة للتعبير عن الذات لمالكي الهواتف المحمولة وإبلاغ الآخرين بأي نوع من الأشخاص هم.

3. 6 مشاهدة الأخبار والأحداث المباشرة: يمكن للهاتف أن ينبه مستخدمه عن وجود أخبار عاجلة، عندما يسجل فريقك المفضل هدفاً في المباراة، كما يمكنه الآن تتبع العديد من الأحداث المباشرة عبر مقاطع الفيديو المنشورة على الإنترنت.

3. 7 سرعة الحصول على المعلومة: يُتيح الهاتف لمستخدميه إمكانية الوصول السريع إلى أنواع مختلفة من المعلومات؛ وذلك من خلال الأدوات الذكية التي تحتويها أجهزة الهواتف كمتصفحات الإنترنت، وسجل الصور، والمفكرة، والساعة وغيرها من أدوات معرفية يمكن اللجوء إليها لمعرفة شيء معين، ويجدر بالذكر أن استخدم مثل هذه الأدوات المعرفية من شأنه توفير الوقت والجهد على المستخدم في الحصول على المعلومات¹.

3. 8 الملاحظات والتذكير: تعد الهواتف المحمولة طريقة رائعة لحفظ الملاحظات والتذكيرات سواء كانت قائمة تسوق أو كلمة مرور مهمة أو مجموعة معقدة من التعليمات التي يصعب حفظها، ولا يمكن فعل ذلك على شكل نص أو أرقام فقط، بل يمكن أيضاً استخدام الصور أو الصوت أو الصورة أو الفيديو لتسجيل معلومات مهمة لاستخدامها لاحقاً².

1- Keith Miller, 18 Advantages and Disadvantages of Cell Phones, <https://futureofworking.com/8-advantages-and-disadvantages-of-cell-phones/> , Retrieved, 29-7-2022

2- Paul Goodman, op.cit.

3. 9 معلم لغات: تتوفر العديد من البرامج التي تخوِّلك الوصول للأشخاص الراغبين في تعلم لغة أجنبية. وفي معظم الحالات تتمثل المهارة الوحيدة التي تحتاجها في إجابة اللغة الإنجليزية ويمكن للمتحدث بهذه اللغة استخدام الهاتف الذكي للوصول لبرامج من قبيل « Nice Talk » الذي يساعدك في كسب نحو عشرة دولارات في الساعة¹، بالإضافة إلى مختلف التطبيقات المجانية التي تحمل على الهاتف الذكي وتستخدم في مختلف عمليات الترجمة وتعلم اللغات من الصفر.

3. 10 كاميرا تصوير: أصبحت الكاميرا عنصراً رئيسياً من عناصر الهاتف الذكي وإحدى وسائل الجذب التي تلجأ إليها الشركات المصنعة لدفع مبيعات أجهزتها، ولذلك فإن أغلب الشركات العالمية تزود هواتفها الفاخرة بكاميرات متطورة تلتقط الصورة بجودة فائقة. يقول المحرر بمجلة الاتصالات "Conect" الألمانية، **مخائيل بويكيرت**، أن تطبيقات تحرير الصور تزخر حالياً بالعديد من الوظائف بدءاً من القطع البسيط مروراً باستعمال المرشحات (Filtres) ووصولاً إلى العمليات المعقدة لتحرير الصور من خلال طبقات متعددة، مثل الوظائف التي يوفرها البرنامج الاحترافي " Adobe Photoshop " ويتمكن المستخدم عن طريق التطبيقات المختلفة من إضافة العديد من التأثيرات المثيرة على الصورة، مثل طمس جزء من الصورة للحصول على تأثير مصغر أو إضافة نطاقات غير واضحة، أو تداخل الصور مع النصوص، أو تصميم صور ممتعة من بين تلك

1- 8 وظائف بدوام كامل باستخدام هاتفك الذكي فقط، (2019-7-24)، Aljazeera.net، أطلع بتاريخ 28-7-2022، على الرابط <https://www.aljazeera.net/lifestyle/2019/7/24/%D9%88%D8%B8%D8%A7%D8%A6%D9%81-%D8%A8%D8%AF%D9%88%D8%A7%D9%85-%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%A8%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A>

التطبيقات: "Instawiths" و "Picstart" و "InstaPoke" ¹.

وقد ساهمت الهواتف الذكية في السنوات الأخيرة بتوثيق الأحداث التاريخية فيما سمي "صحافة المواطن"، أي المشاهد والأخبار التي يتناقلها المواطنون قبل ان تصل إليها وسائل الإعلام. وعلى المستوى الشخصي، أتاحت للناس أن يُعيدوا معايشة اللحظات المهمة مراراً وتكراراً مع الأهل والأصدقاء ².

3. 11 التدريس والبحث: يكون عن طريق التعليم عن بعد عند بعض الأشخاص ويمكن للمعلمين الوصول إلى الأشخاص عبر **Face Time** أو الرسائل النصية أو مكالمات هاتفية، وهناك مجموعات من التطبيقات المستخدمة للتعليم عن بعد وبالنسبة للمعلمين؛ فإن تخطي تكاليف السفر عن طريق تخلي زيارة الطلاب يجعل الوظيفة أكثر ربحية. ويمثل وجود الهاتف المحمول وجود أكبر مكتبة مرجعية في العالم في كل مكان نذهب إليه، كما يمكنك البحث عن أي معلومة في أي وقت طالما كان لدينا اتصال بالإنترنت ³.

1- التصوير الفوتوغرافي بكاميرا الهاتف الذكي، (2014/11/26)، Alazeera.net، استرجع بتاريخ 28-07-2022 على 22:31، على الرابط

<https://www.aljazeera.net/tech/2014/11/26/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%88%D8%AA%D9%88%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%B1%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81>

2- كوكب الهاتف الذكي، qafilah.com، استرجع بتاريخ 29-07-2022 على 12:25، على الرابط <https://qafilah.com/ar/wp-content/uploads/qafilah-files/73.pdf>

3- Michel Hoon, **8 jobs you can do completely on your phone**, (2020), <https://community.thejobnetwork.com/8-job-yuo-can-do-completely-on-your-phone/>, Retrieved 28-07-2022 at 23:15.

3. 12 الخرائط والملاحة والسفر: إن العثور على الطريق المراد الوصول إليه أسهل من أي وقت مضى منذ أن بدأت الهواتف باستخدام تقنية GPS لتوجيهنا إلى وجهتنا، وسواء عند قيادة سيارة أو دراجة أو ماشياً، تمكن تلك التقنية من الحصول على تحديثات مباشرة حول موقعك وأعمال الطرق والحوادث ووصف عام لحركة المرور، بالإضافة إلى معلومات عن المرافق القريبة مثل: المطاعم، محطات الوقود، والفنادق، وعند السفر بالطائرة أو القطار يمكن استخدام الهاتف لشراء وعرض التذكرة.¹

3. 13 يقدم خيارات ترفيهية: يعتبر الهاتف أحد أهم مصادر الترفيه بالنسبة لمستخدميها؛ حيث لا يشعر المرء بالملل في حال استخدامه؛ وذلك لما يحتويه من تطبيقات متنوعة يمكن استخدامها في أوقات الفراغ، كتطبيقات الألعاب والموسيقى مشاهدة مقاطع الفيديو، ويمكن مشاركة ما تحتويه تلك التطبيقات من موسيقى، أو مقاطع فيديو، أو ألعاب مع الأصدقاء.²

4. الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي

4. 1 الصورة المتحركة: Moving Image

ينطبق مصطلح الصورة المتحركة moving image على نحو مماثل بالنسبة إلى التلفزيون والسينما. فالفكرة الخاصة برؤية فيلم على شاشة التلفزيون في المنزل تبدو مقاربة لرؤية في قاعة عرض سينمائي. ومع ذلك فإن طبيعة الخبرة بصورة الفيديو تختلف عن صورة الفيلم السينمائي بطرائق عدة تشمل على ظروف منها: ظروف المشاهدة وانتباه المشاهد وتوقعه والتضاد بين النور

1- Paul Goodman, op.cit.

2- Importance of Smartphones in our life, Tatgetstudy.com, (22-8-2018),

<https://targetstudy.com/articles/importance-of-smartphones-in-our-life.html> , Retrieved 28-7-2022

والعتمة وحجم الشاشة واستخدامها، بل حتى في تتابع أو سرعة الحكمة الدرامية. فعلى عكس الخبرة الجماعية بديناميكيتها المتنوعة وأيضا الشاشة الكبيرة المرتبطة بالذهاب إلى السينما، فإن مشاهدة التلفزيون هي خبرة مؤقتة أكثر (تقوم على أساس المصادفة) والوحدة (العزلة) وهي أيضا خبرة موجهة ذاتياً وتكون عرضة على نحو مستمر للمؤثرات المشتتة (بفعل الإعلانات والاتصالات التلفزيونية وحديث الآخرين داخل المنزل ومجيء زوار أو باعة... إلخ) بشكل يفوق حالة المشاهد لفيلم في قاعة سينما، حيث تقل - وربما تنعدم - الإعلانات التي تقطع تسلسل الأحداث، عدا ما يعطى راحة بين فترتين عندما تكون المدة الزمنية للفيلم طويلة أو ما يقدم من إعلانات في بداية الفيلم. وقد تمنع بعض القاعات دخول الأفراد بعد بداية العرض، ويمنع خروجهم ربما لأسباب أمنية أثناء العرض، وتُمنع الاتصالات التليفونية والصياح والمحادثات الجانبية... إلخ¹

4. 2 أنواع الصور المتحركة ومجالاتها:

4. 2. 1 الصورة البصرية: Visual image

يعرفها عبد الحميد بأنها أكثر الاستخدامات العيانية (الملموسة المحسوسة) للمصطلح. ويشير هذا الاستخدام بشكل خاص إلى انعكاس موضوع ما، على مرآة، أو على عدسات، أو غير ذلك من الأدوات البصرية، ويجري الامتداد بالاستخدام السابق فتحدث عن الصورة الشبكية التي هي الصورة التقريبية لجسم ما ينعكس على شبكية العين عندما ينكسر الضوء على الجهاز

1- عبد الحميد شاكر، عصر الصورة، الايجابيات والسلبيات، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير 2005،

للإبصار بشكل مناسب.¹

4. 2. 2 الصورة الرقمية: Digital Images

هي مكونة من مئات الآلاف أو ملايين المربعات الصغيرة وتدعى عناصر الصورة أو بيكسلات. عندما يبدأ الحاسب برسم الصورة فإنه يقوم بتقسيم الشاشة أو الصفحة المطبوعة إلى شبكة من البيكسلات ثم يقوم باستخدام القيم المخزنة للصورة الرقمية ليعطي لكل بيكسل لونه وسطوعه، وتدعى هذه الطريقة توضع الخانات bit mapping وتدعى الصور bit-maps.²

أدى تطور الصور الرقمية في ثمانينيات القرن العشرين وتسعينياته إلى تحولات جذرية في معنى الصور في الثقافة الإنسانية وتختلف الصور الرقمية عن الفوتوغرافية في أنها صورة مولودة من خلال الكمبيوتر Computer generated، أو على الأقل معززة بالكمبيوتر. وتستمد القيمة الخاصة بالصورة الرقمية من دورها كمعلومة تميزها بوصفها صوراً يسهل الوصول إليها والتعامل معها، أو معالجتها وتخزينها في الكمبيوتر أو على موقع الإنترنت أو إنزالها... إلخ. وليس هناك معنى لوجود صور فريدة فيما يتعلق بالصور الرقمية. وهكذا، يمكننا أن نرى كيف أن كل حقبة زمنية خاصة بتكنولوجيا الصور (الفن القديم، عصر المنظور، الحقبة الحداثية، الخاصة بالنسخ الآلي، الحقبة ما بعد الحداثية الخاصة بالصور الإلكترونية والكمبيوترية)، قد أفرزت مجموعة مختلفة من المحاكات التي تجري من خلال تقييم الصور وإدراكها. أما الصور المنسوخة آلياً فقد حصلت على قيمتها من خلال قابليتها لإعادة الإنتاج المكثف، وإمكان توزيعها بدرجة كبيرة،

1- عبد الحميد شاكر، مرجع سابق، ص10.

2- عمران حسين ندى، الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد، دراسة الصورة الخيرية في موقع "مدى برس"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد21، سبتمبر 2019، ص427.

وكذلك دورها في وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة خصوصاً في البداية)، حيث أنها يمكنها أن تنشر الأفكار، وتقنع المشاهدين، وتعمل على تدوير الأفكار السياسية وإذاعتها. أمّا عن الصور الرقمية والافتراضية فقد حصلت على قيمتها من خلال خصائص سهولة الوصول إليها، مطاوعتها، والقيمة المعلوماتية المعطاة لها¹.

4. 2. 3 الصور التلفزيونية: Pictures TV

وهي أيضاً صور متحركة لكنها تحتاج هنا إلى وقفة خاصة بسبب تأثيراتها المذهلة. أدت التطورات الكبيرة التي طرأت على مجال التلفزيون من حيث الابتكارات والتسويق... إلخ. والتي تمثلت في جوانب مثل: زيادة عدد أجهزة التلفزيون المنزلية، زيادة عدد البرامج الموجهة إلى فئات أو موضوعات محددة ومدى الخيارات الكبيرة المتاحة للمشاهدة، مثل محاكات الكابل cable station وعمليات إيجار أفلام الفيديو، وتوافر أجهزة الفيديو وشرائط الفيديو المدفوعة، والقنوات الموجهة إلى موضوعات أو أشياء أو نشاطات مثل: البيع عبر التلفزيون، والأخبار، والطقس، والرياضة، والمنوعات، والكوميديا... إلخ أدت هذه التطورات كلها إلى تحويل التلفزيون إلى أداة أكثر شخصية تعدداً في أهدافها وأغراضها. إنّ الصورة التلفزيونية ليست "صورة" على الإطلاق كما يقول بعضهم بالمعنى الذي تكون عنده الصورة الفوتوغرافية هي "صورة"؛ وذلك لأن وجود الصورة التلفزيونية يكون لحظياً ومؤقتاً، فهي توجد فقط عندما تحضر أمامنا لحظة عرضها ثم تختفي بعد ذلك².

1- عبد الحميد شاكر، مرجع سبق ذكره، ص 15

2- عبد الحميد شاكر نفس المرجع، ص 18.

4. 2. 4 صور الواقع الافتراضي: Virtual reality

هو مصطلح صاغه عالم الكمبيوتر "Jardon Lanier" لوصف طريقة التي يعيش بها مستخدمو الكمبيوتر بينما هم يعايشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها في العلم وفي ألعاب الكمبيوتر، والتي نشرت ثمانينيات القرن العشرين وعبر تسعينياته حتى الآن. إن أنظمة العالم الافتراضي تمزج بين طرائق التصوير والصوت والأنظمة الحسية الخاصة بالكمبيوتر من أجل أن تضع جسد المستخدم للكمبيوتر في دائرة العائد أو التغذية الحيوية feedback المباشرة مع هذه التكنولوجيا ذاتها، وكذلك مع العالم الذي تقوم هذه التكنولوجيا بالمحاكاة أو مماثلة.¹

4. 2. 5 الأفلام السينمائية: Movies

هناك نوعان من الصور المتحركة المطبوعة على شريط شفاف ويطلق عليها الأفلام السينمائية ومنها المطبوعة على شريط غير شفاف وتعف بالأفلام التلفزيونية. والفيلم السينمائي هو عبارة عن شريط من البلاستيك الشفاف محمض عليه سلسلة من الصور الثابتة التي تعطي الإحساس بالحركة حول موضوع معين وتوجد أنواع متعددة من الأفلام السينمائية مثل (الأبيض والأسود) تتنوع أيضا من حيث مقاساتها منها المقاس العادي وذات المقاسات الكبرى.²

من المعلوم أن الصورة السينمائية هي لقطة بصرية سيميائية متحركة، مرتبطة بالفيلم والإطار وزاوية النظر ونوع الرؤية، وتخضع لمجموعة من العمليات الإنتاجية الفنية والصناعية، مثل التمويل والكاستينغ وكتابة السيناريو والتمثيل، والإنجاز والتقطيع والتركيب والميكساج ثم

1- المرجع نفسه، ص19.

2- عبد الرحيم أسامة، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، 2003،

العرض. وبالتالي فالصورة السينمائية علامة سيميائية بامتياز، وأيقونة بصرية تنقل الواقع حرفياً أو خيالياً، ويعني أن الصورة قد تكون متخيلاً فنياً وجمالياً، وقد تكون وثيقة تقريرية ومباشرة. وتمتاز الصورة السيميائية بفضائها الديناميكي المركب، وتتسم كذلك ببعدها الحركي والتعاقبي، علاوة على كونها عبارة عن لقطات ذات مستويات متنوعة، ترتبط بما هو لفظي، وبصري، وموسيقى، ورقمي،¹ ...

4. 2. 6 الفيديو الرقمي: Digital video

الفيديو عبارة عن مجموعة لقطات مصورة يتم تشغيلها بسرعة معينة لا تراها العين مستمرة الحركة، وللحصول على صور متحركة لمدة ثانية واحدة نحتاج تقريباً من 15 إلى 25 لقطة أو صورة ثابتة. علماً أن الصور المتحركة تظهر في لقطات فيلمية متحركة سجلت بطريقة رقمية وتعرض بطريقة رقمية أيضاً، وتتعدد مصادرها لتشمل كاميرا الفيديو وعروض التلفزيون وأسطوانات الفيديو عن طريق مشغلاتها، ويمكن إيقاف هذه اللقطات وتسريعها وإرجاعها.

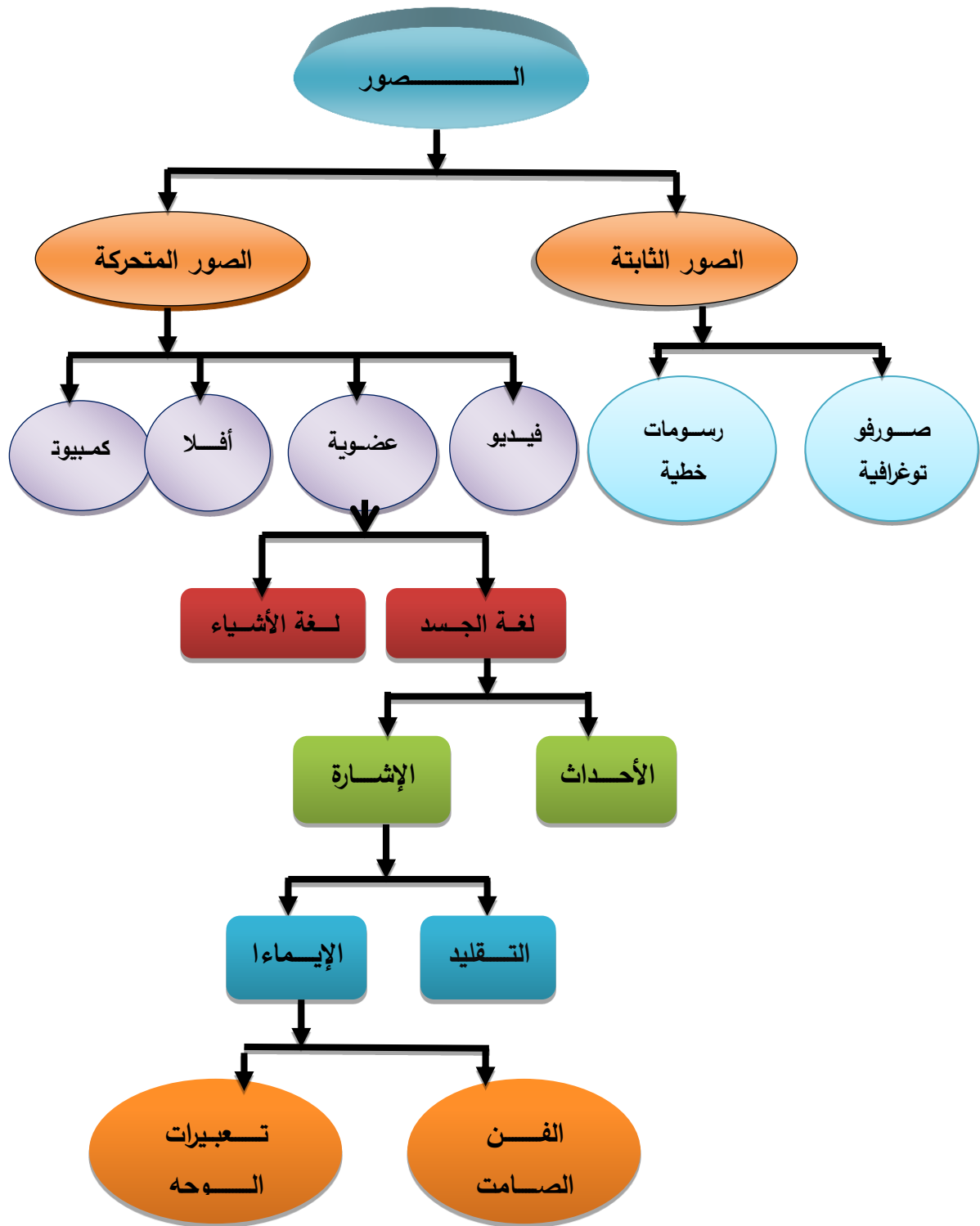
ويدل مصطلح الفيديو الرقمي على سلاسل حركة تم تسجيلها باستخدام حاسوب ما وحفظها كملف حاسوبي. يمتلك الفيديو الرقمي إمكانية إضافة الواقعية إلى مشاري الوسائط المتعددة. وقد ساعد التطور التكنولوجي للفيديو الرقمي إلى إمكانية استخدام هذه التكنولوجيا من خلال الحاسبات الشخصية، حيث يمكن عن طريق البرامج المتخصصة تشغيل الفيديو المخزن على أسطوانات

1- أمال قاسمي، الصورة البصرية بين الإسهامات البحثية وتمظهرات المعنى، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 6، العدد 1، سبتمبر 2018، ص. ص 99-120.

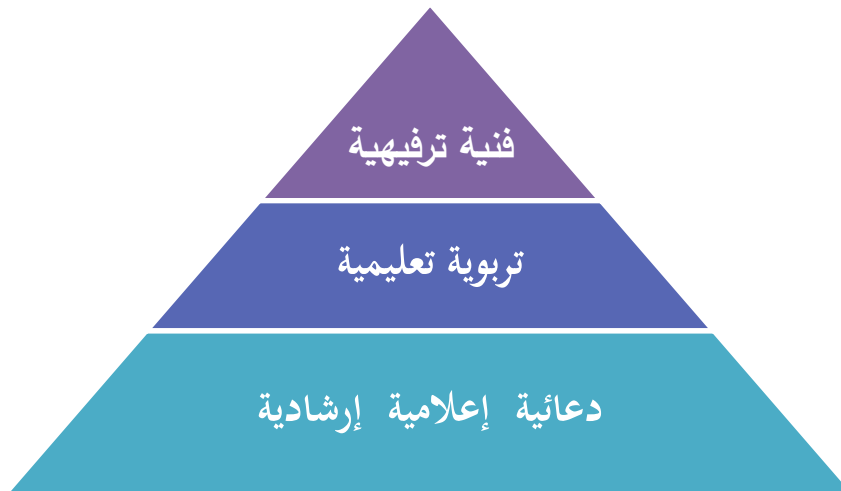
مرئية مدمجة. ويمكن عقد المؤتمرات الفيديوية عن طريق توصيل الحاسب بوحدة شبكة وإضافة كاميرا وبعض المعدات الخاصة¹.

4. 3 تصنيف الصور في ضوء اظهار الحركة:

1- لؤي الزعبي وآخرون، الوسائط المتعددة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص. ص 84-85.

الشكل 1: تصنيف الصورة في ضوء الحركة¹

1- زاهر محمد نعيم، بد اللطيف زهد، مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر_ طلبية المرحلة الثانوية في سلفيت أنموذجاً_ رسالة ماجستير، معهد التنمية المستدامة، جامعة القدس، فلسطين، 2017، ص 29-30-31.



الشكل 2: تصنيف الصورة في ضوء مجال الاستخدام¹

مع زيادة انتشار الصور المتحركة أصبحت تستخدم في العديد من المجالات سواء في الترفيه أو التسويق أو التعليم. ففي عالم الترفيه يمكن رؤية الصور المتحركة في الكثير من الميمات والفيديوهات الكوميدية على الإنترنت، مما يضيف لمسة من الضحك والمرح لتجربة المشاهدين، وفي مجال التسويق أصبحت وسيلة فعالة لجذب الانتباه وزيادة التفاعل مع المحتوى الإعلاني، حيث يمكن استخدامها في الإعلانات عبر البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي لإيصال رسالة تسويقية بشكل أكثر جاذبية. وفي مجال التعليم يمكن استخدام الصور المتحركة لشرح المفاهيم والعمليات المعقدة بطريقة بسيطة ومرئية. يمكن للمدرسين والمدرسين إنشاء صور متحركة توضيحية لتبسيط المواضيع الصعبة وجعلها أكثر وضوحاً وفهماً للطلاب والمتعلمين.²

1- زاهر محمد نعيم، عبد اللطيف زهد، مرجع سبق ذكره، ص ص 30-31.

2- Majed bahaj، خمسة أدوات مجانية لإنشاء الصور المتحركة GIF بسهولة وإبداع، مواقع وأدوات (03 يوليو 2023)،

<https://www.tech1new.com/2023/07/Five-free-tools-to-create-GIFs-easily-andcreatively.html?m=1>

4. 4 خصائص الصورة المتحركة:

تتميز الصور المتحركة عن غيرها من الصور بكونها صورة إلكترونية ضوئية تتكون من مجموعة من نقاط متجاورة على معدن ذي حساسية عالية للضوء مكونة من مجموعة من الخطوط قد تبلغ (625) خطأ لكل من مجموعة إطارات الصورة الواحدة مكونة من (25) إطار في الثانية الواحدة في التلفزيون (24) إطار في الثانية الواحدة في السينما. من هنا سنحاول تسليط الضوء على أهم خصائص الصورة المتحركة نذكر من بينها :

4. 4. 1 ثنائية الصوت والصورة: تتفوق الصورة المتحركة على باقي الأنماط من الصور بامتلاكها عنصري الصوت والصورة، وهي بذلك تخاطب حاستين في آن واحد مما يعزز نجاحها كوسيلة تكنولوجية خاصة في المجال التعليمي.

4. 4. 2 الحركة: تتصف الصورة المتحركة بالدينامية التي تميزها عن باقي الصور التي يمكن تمثيل الحركة فيها عن طريق الإيحاء فقط، فالصور المتحركة تمتاز بخصائص نفسية وجمالية ومعرفية تستطيع أن تترجم مختلف الدلالات العلمية، فقد أصبحت الحركة الرأسية الصاعدة معبرة عن الأمل والتحرر، والحركة الرأسية الهابطة معبرة عن الاختناق أو الدمار، وتعبّر الحركة الدائرية عن المرح والطاقة كحركة العجلات، أما الحركة البندولية فهي تعبر عن الإحساس بالرتابة والضيق، والحركة المتجهة للمشاهد تكون أكثر أهمية وإثارة للاهتمام من غيرها لأنهار تزداد في الحجم كلما زاد اقترابها عكس الحركة المتراجعة.

4.4.3 الفورية: تتميز الصورة التلفزيونية على وجه الخصوص بهذه الميزة لأنها " تولد إحساس الفورية لدى المتلقين وانهم يمرون بهذه الخبرة أو تلك في الوقت نفسه الذي يمر بها كثيرون غيرهم على الرغم مما يباعد بينهم". كما أنّ هذه الميزة جعلت الصورة المتحركة ناقلة مباشرة للأحداث والظواهر.

4.4.4 التتابعية: تتميز الصورة المتحركة عن مثيلاتها من الصور الأخرى كونها صورة لا يكتمل العمل الفني فيها إلا بتكامل عدد هائل من الصور لتؤدي غرضاً معلوماً لصياغة المعنى الذي يتبلور في البرنامج ككل، عكس اللوحة التشكيلية أو الصورة الفوتوغرافية التي تعد عملاً فنياً متكاملًا، فالصورة المتحركة تستمد معناها من الصورة التي سبقتها ويكتمل المعنى في الصورة التي تعقبها، فهي لا تكفي بتجميد لحظة الذروة التي تلتقطها الصورة الفوتوغرافية وإنما تعرض ما سبقها وما يلحقها في إطار تتابعي ضمن حركة الزمن¹.

4.4.5 عالمية: رغم اختلاف اللغات والثقافات والعادات إلا أن الصورة مهما كانت يمكن أن يقرأها ويفهمها الجميع على اختلاف لغاتهم، رغم ما قد تحمله هذه التأويلات من اختلافات².

1- محمد السيد سليمان فولي، الخصائص العامة للصور المتحركة، موقع كنانة أونلاين (7 يونيو 2013)، متاح على الرابط

<https://kenanoonline.com/user/drFoly/posts/537395> ، أطلع بتاريخ 30-07-2022 بتوقيت 23:52.

2- ليوغ رشيد، أهمية الصورة في العملية التعليمية، موقع التنويري، (12 يوليو 2021)، altanweeri.net، أطلع بتاريخ 01-08-22

بتوقيت 22:07.

4. 5 وظائف الصورة في الهاتف الذكي:

من سمات عصرنا الراهن أنه عصر الصورة، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز والحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية¹.

4. 5. 1 الوظيفة الجمالية: هي صورة لا تتضمن معاني إخبارية وإنما تعطي لمسات جمالية للصفحات أو المواقع الإلكترونية، وهي صورة ذات قيمة جمالية من حيث كونها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارئ، فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحياة والنشاط والتنوع وتضفي عليها الجاذبية، فضلاً عن أنها تستطيع خلق التأثير عاطفي واستجابة مواتية لدى الجمهور القراء².

4. 5. 2 وظيفة اتصالية بصرية: للصورة وظيفة اتصالية بصرية هي واحدة من الوظائف التي تقوم بها الأشكال في توصيل المعلومات، أو ما يسمى حالياً بالاتصال الجرافيكي ممثلاً للقطعة القريبة والإحساس بالألفة وأيضاً الإضاءة. فالصورة المشوقة توحى بالفرح في حين المعتمنة توحى بالتشاؤم³.

1- ولي محمد جاسم، الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والسياسية. ورقة قدمت في مؤتمر ثقافة الصورة، المحور الرابع الصورة التحدي والاستجابة (أبريل، 2007)، بجامعة فيلادلفيا الأردنية.

2- فهد العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة الهيكلية، الرياض، 1998. ص38.

3- عمران حسين ندى، الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد (دراسة الصورة الخيرية في موقع "مدى برس"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 21، سبتمبر 2019، ص426.

4. 5. 3 الوظيفة السيكلوجية: ترتبط الصورة ارتباطاً وثيقاً بسيكلوجية الإنسان وتحل له بعد المتطلبات النفسية والعقلية ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون إلى النوع البصري وتقويتها بإضافة الصورة إلى النص الإعلاني والإعلامي¹، إذ تجيب الصورة عن حاجات سيكلوجية لدى الإنسان وكذلك تستجيب لبعض المتطلبات العقلية والنفسية؛ فهي تساعد جذب الانتباه ولفت الأنظار وإثارة الاهتمام حول مسألة معينة.²

4.4. 5 وظيفة تعليمية: كثير من الأشياء نعرفها بصورها بطريقة أفضل من التعرف عليها بالكلمات، ولعل كتب الطفل المليئة بالصور خير دليل على ذلك، ويمكن أن تؤدي الصورة وظيفة من خال تسمية الشيء المصور، كما تعلمنا وتنمي فينا دقة الملاحظة، وأيضاً وسيلة شرح وتوضيح المعاني الواردة في النص المنشور، وتسهم في تثبيت المعلومات في الذاكرة.³

4. 5. 5 وظيفة إخبارية معلوماتية: للصورة أهمية إخبارية بما تنقل من وقائع فهي تنقل معلومات تعزز مضمون النص المكتوب، وتضفي الحركة والحيوية على الصفحة بما تبثه من واقعية على الصحفية الإلكترونية، وقد تجد صورة حدث وقع بالفعل أي سواء كان طبيعياً أم طارئاً، وصور حدث متوقع حدوثه، أي الأحداث التي يتوقع حدوثها خلال فترة معينة. فالصور أقدر على ربط مضمونها بالحياة، كما أن الصورة تشترك مع الكلمات في نقل الأخبار

1- احمد موسى قريعي، فن الإعلان والصورة الصحفية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2011، ص207.

2- الجميلي عظيم كامل والعاني ثناء اسماعيل، صناعة الأخبار الصحفية والتليفزيونية، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص249.

3- زاهر محمد نعيم، عبد اللطيف زهد، مرجع سبق ذكره، ص20.

والمعلومات، بل أنها تتقل المعلومة بشكل أوضح وأسرع مما لا تستطيعه الكلمة¹.

4. 5. 6 وظيفة توثيقية ومصدقية للحدث: تشكل الصور عنصراً أساسياً في العمل الإعلامي،

لما لها من أهمية بالغة في توثيق الأحداث والمناسبات الرسمية وغير الرسمية، ولما يحقق من

مصدقية في الأخبار والتقارير، واحتلت الصورة جزءاً في توثيق حياة الشعوب، وتوثيق تاريخها

وشخصيتها الإنسانية والسياسية بمختلف شرائحها حيث تشيع دائماً عبارة (موثقة بالصور)، أي أنّ

ما أتحدث عنه ليس من بنات أفكار بل وثيقة تعززها الصور.²

1- شيماء جاسم، الصورة الرقمية التصميم والإخراج، ط1، دار فضاءات للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص35.

2- شيماء جاسم، الصورة الرقمية التصميم والإخراج، نفس المرجع، ص36

خلاصة:

إنّ التطور التقني الذي شهدته تكنولوجيا الهواتف الذكية في الآونة الأخيرة وخاصة مع ظهور الأجيال الجديدة التي تحمل كاميرات تصوير رقمية عالية الدقة وتطبيقات التقاط وتعديل الصور والتي تدعم أيضا خدمات شبكات الإنترنت حول الهاتف الذكي إلى إحدى أساسيات الحياة في العصر الحالي حيث لا يمكن الاستغناء عنه.

وقد برزت وظائف وخصائص جديدة للهواتف الذكية زادت أهميتها مع التحديث التقني للأجيال الأخيرة التي أنتجت تقنيات التقاط الصور. وقد طغى استخدامها في الجيلين: G4 و G5 مسهمة بدورها في خلق أنواع جديدة من الصور وهي الصور المتحركة ومقاطع الفيديو بمختلف أنواعها التي أصبحت لها أهمية قصوى في مختلف الأنشطة اليومية، وهو ما عالجاه من خلال هذا الفصل.

وبعد الانتهاء من عرض الدراسة النظرية لهذه الدراسة سنشرع في عرض الإطار الميداني الخاص بها.

الباب الثالث : الإطار الميداني

- السمات العامة للمبجوثين

الفصل الأول: أنماط استخدام الصورة المتحركة في

الهاتف النقال الذكي

الفصل الثاني: أسباب استخدام الصورة المتحركة في

الهاتف النقال الذكي

الفصل الثالث: تأثير تمثل الصورة المتحركة في

الهاتف النقال الذكي

مقارنة النتائج بالفرضيات

الاستنتاج العام

الإطار الميداني للدراسة

- تمهيد:

نتناول في هذا الباب الإطار الميداني للدراسة حيث نقوم بعرض نتائج الدراسة المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية ضمن ثلاثة فصول حيث يُعنى كل فصل بمحور من محاور الاستبيان بالاعتماد على نتائج تحليل المقابلات وأيضاً على الملاحظات المجمعة حول الظاهرة المدروسة. فضلاً عن ذلك سيتم عرض النتائج النهائية للدراسة وعرض النتائج وفقاً لفرضيات الدراسة .

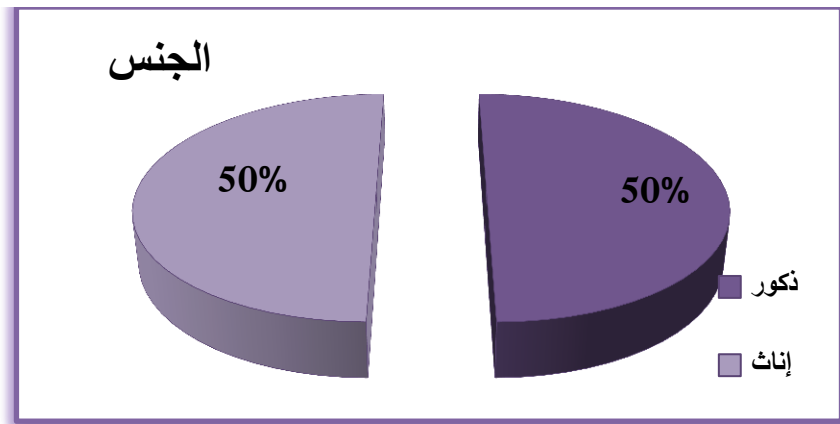
ولكن قبل هذا وذاك من الضروري عرض السمات العامة للمبحوثين سواء أعلق الأمر بالذين تم تقسيم وثائق أسئلة عليهم أو أولئك الذين قمنا بمقابلات معهم.

- النتائج المتعلقة بالسمات العامة للمبحوثين:

الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	150	50%
	أنثى	150	50%
	المجموع	300	100%

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

الشكل 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

يوضح الجدول 01 والشكل 03 توزيع عينة الدراسة حسب الجنس وهي نسبة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث بنسبة 50% لكل من الجنسين، حتى يتسنى لنا معرفة الاختلافات في استخدامات الصورة المتحركة بين النوعين.

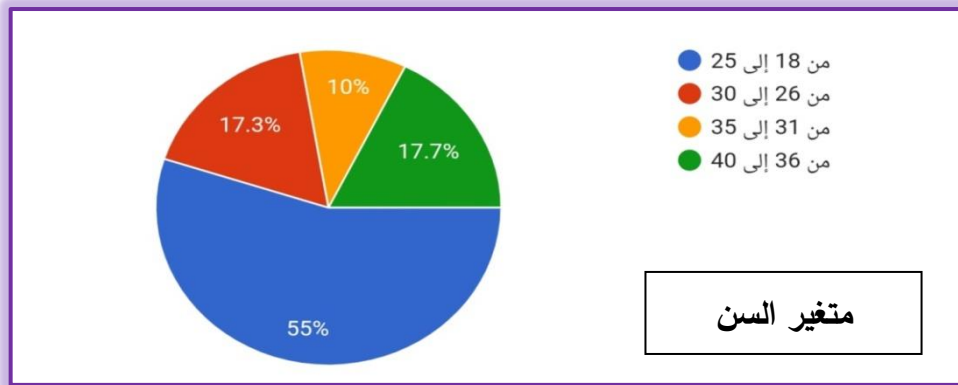
- توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

الجدول 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة %
السن	من 18 إلى 25	165	55%
	من 26 إلى 30	52	17.3%
	من 31 إلى 35	30	10%
	من 36 إلى 40	53	17.7%
	المجموع	300	100%

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

الشكل 04: توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

يمثل الجدول 02 والشكل 04 توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.. والملاحظ أنّ أعلى نسبة كانت 55% لفئة من 18 إلى 25 وهي الفئة الأقل سناً في توزيع فئات السن وهي الأكثر استخداماً وإقبالاً على مقاطع الفيديو ومختلف الصور المتحركة من الأجيال التي نشأت بوجود التكنولوجيات الحديثة والهواتف الذكية، وتضم أيضاً فئة صانعي المحتوى، الأكثر حضوراً وتفاعلاً في مواقع التواصل الاجتماعي. ثم بالتقارب بين النسبتين 17.7% من 36 إلى 40 و 17.3% من 26 إلى 30 وهم من الأفراد الأكثر نضجاً والأكثر اطلاعاً على حيثيات التقنيات الحديثة وما تحمله الهواتف الذكية من تحديثات ومميزات جديدة في كل جيل من أجيال الهاتف الذكي، هذا من جانب. ومن جانب آخر، تُعتبر الفئة الأكثر تفاعلاً في المجتمع مع مختلف القضايا الاجتماعية. ثم آخر نسبة وهي 10% لـ من 31 إلى 35 مثلت أقل نسبة وهم الفئة ذات الاستخدام المحدود تهتم بحاجيات معينة وليس لها هوس الاستخدام؛ وإنما تلبية حاجيات معرفية ووظيفية خاصة

بالنسبة لفئة الشباب من الباحثين والموظفين الذين لديهم وظائف متعددة يُقحمون فيها الهواتف الذكية وتطبيقاته في تأديتها. وتعتمد هذه الفئة الصورة المتحركة ومقاطع الفيديو في مشاركة اهتمامات خاصة وبالأخص مختلف القضايا والأحداث الاجتماعية وغيرها عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي. والملاحظ أنّ مختلف الفئات العمرية لدى عينة الدراسة لها إقبال على استخدام مقاطع الفيديو والتفاعل معها بمختلف مضامينها، أي أنّ تأثير الهواتف الذكية على حياة الأفراد ليس له حدود مقيدة بنوع من الاستخدام فهو جزئية من الجزئيات الأساسية بالنسبة للشباب. ومن جهة أخرى تتحقق نظرة الحتمية التكنولوجية للتقنيات الحديثة على المجتمعات العالمية وذلك من خلال توغل استخدام الهواتف الذكية مختلف الأنشطة اليومية للشباب ومختلف الممارسات لديهم ومعظم أنواع الاتصال والتفاعل الاجتماعي تكون عن طريق تطبيقات الهواتف الذكية وذلك من خلال أخذ صورة أو تدوين مقطع قصير ويمكننا القول بأنه: " لم تنزل نظرية الحتمية التكنولوجية التي ظهرت قبل أربع عقود وحتى اليوم من أكثر النظريات انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة الإعلامية، والوسيلة الإعلامية من خلال تأكيدها على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره".¹

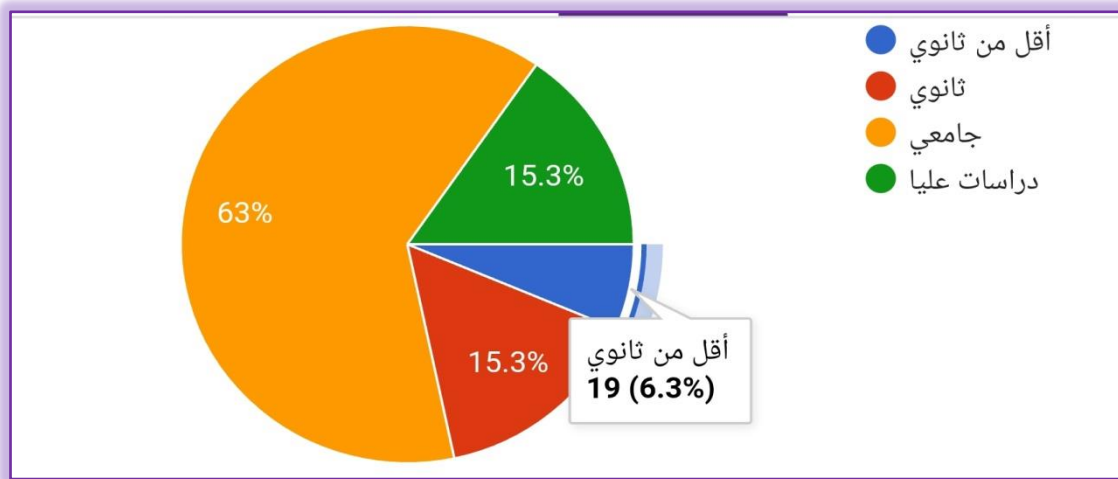
1- تواتي نور الدين، مرجع سبق ذكره

الجدول 03: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة %
المستوى التعليمي	أقل من ثانوي	19	6.3%
	ثانوي	46	15.3%
	جامعي	189	63%
	دراسات عليا	46	15.3%
	المجموع	300	100%

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

الشكل 05: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

يمثل الجدول 03 والشكل 05 توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي. والملاحظ

من خلال الجدول أنّ أعلى نسبة مثلت فئة الشباب الجامعي ب نسبة 63% وهي الفئة الأكثر

استخداماً للهاتف الذكي بحكم الوسط الدراسي ومتطلبات البحث العلمي هذا من جانب ومن جانب

آخر مقتضيات العصر حيث يتنافس الشباب الجامعي في اقتناء أحدث الماركات العالمية التي

تحمل كاميرات عالية الدقة، وآخر التحديثات التقنية للهواتف الذكية كجزء من متطلبات العصر والمودة والتباهي بالمظهر الخارجي في وسط الزملاء والأصدقاء. ثم ثاني نسبة بالتساوي بين مستوى الدراسات العليا والثانوي بنسبة 15.3%.

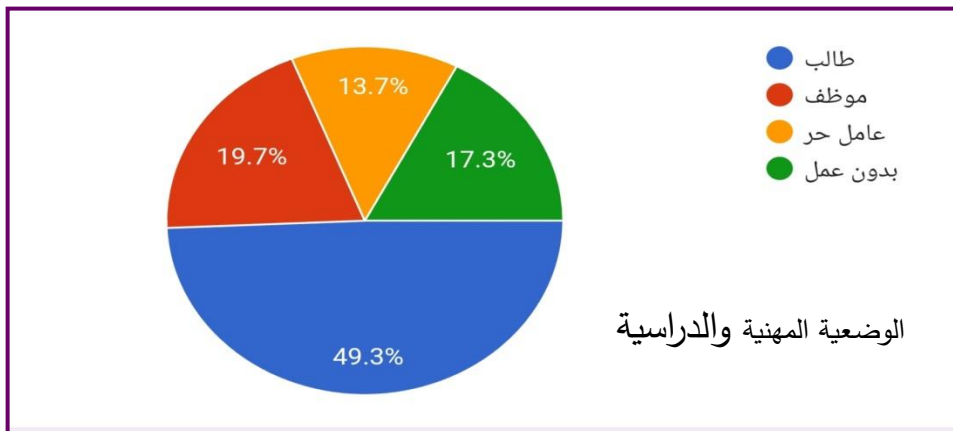
وآخر فئة أقل من الثانوي جاءت بنسبة ضئيلة مقدرة ب 6.3%.

الجدول 04: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية والدراسية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة %
الوضعية المهنية والدراسية	طالب	148	49.3%
	موظف	59	19.7%
	عامل حر	41	13.7%
	بدون عمل	52	17.3%
	المجموع	300	100%

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

الشكل 06: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية والدراسية



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

يوضح الجدول 04 والشكل 06 توزيع عين الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية والدراسية. والملاحظ أنّ فئة الطلبة هم أعلى نسبة ب 49.3 % بالرغم من أنّ الدخل المادي للطلبة محدود إلا أنّهم الفئة الأكثر امتلاكاً للهواتف الذكية وذلك وبتقنيات جد متطورة وذلك باعتباره أحد متطلبات الحياة وضرورة لا يمكن الاستغناء عنها ووسيلة تساعده في مساره العلمي في مختلف المراحل.

وتأتي في المرتبة الثانية فئة الموظفين بنسبة 19.7% تُعتبر فئة ذات دخل عالي أو ثابت لها القدرة الشرائية لاقتناء وتجديد الهواتف الذكية، ثم الفئة التي ليس لها عمل بنسبة 17.3 %، أي أنه ليس لها دخل مادي ثابت إلا أنّها تمتلك هواتف ذكية حتى وإن كان من الأجيال الأولى. فالهاتف الذكي ضرورة أساسية من أساسيات الحياة المعاصرة. وفي الأخير فئة الذين يمارسون أعمال حرة وهم من ذوي الدخل المادي غير مستقر وهم أيضا يمتلكون هواتف ذكية وبآخر التحديثات، والملاحظ أنّ مختلف الفوارق المادية لا تؤثر على إمكانية امتلاك الهواتف الذكية، يمكن الاستغناء عن بعض أساسيات الحياة للحصول على هاتف ذكي وهذا ما تفرضه الحتمية التكنولوجية على المجتمعات المعاصرة، حيث أصبحت التقنية ضرورة لا بد من توفرها في الحياة اليومية للأفراد وخاصة فئة الشباب منهم.

الجدول 05: السمات العامة للعينة الثانية

المبحوث	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الوظيفة	الحالة العائلية
01	أنثى	28 سنة	ماجستير علم النفس العيادي	أخصائية نفسانية	متزوجة
02	ذكر	20 سنة	2 ليسانس علم اجتماع الاتصال	طالب جامعي	أعزب
03	أنثى	22 سنة	1 ليسانس حقوق وعلوم سياسية + تقني سامي مطور الواب والوسائط الإعلامية	طالبة جامعية	عزباء
04	أنثى	20 سنة	2 ليسانس حقوق وعلوم سياسية	طالبة جامعية	عزباء
05	ذكر	21 سنة	2 ليسانس إعلام واتصال	طالب جامعي	أعزب
06	ذكر	21 سنة	3 ليسانس اتصال	طالب جامعي	أعزب
07	ذكر	19 سنة	2 ليسانس إعلام واتصال	طالب جامعي	أعزب
08	أنثى	22 سنة	3 ليسانس اتصال	طالبة جامعية	عزباء
09	ذكر	32 سنة	أولى ليسانس علوم إنسانية	موظف إداري	متزوج
10	ذكر	22 سنة	3 ليسانس تدريب رياضي	طالب جامعي	أعزب
11	أنثى	20 سنة	2 ليسانس علم النفس التربوي	طالبة جامعية	عزباء
12	أنثى	20 سنة	2 ليسانس إعلام واتصال	طالبة جامعية	عزباء
13	ذكر	35 سنة	ليسانس علوم الإعلام والاتصال	موظف إداري	متزوج
14	أنثى	24 سنة	ماجستير سمعي بصري	طالبة جامعية	عزباء
15	أنثى	26 سنة	ليسانس إعلام واتصال	بدون عمل	عزباء
16	ذكر	22 سنة	3 ليسانس حقوق وعلوم سياسية	طالب جامعي	أعزب
17	ذكر	26 سنة	ليسانس علوم إقتصادية	عامل حر	أعزب
18	أنثى	23 سنة	3 ليسانس تدريب رياضي	طالبة جامعية	عزباء
19	ذكر	30 سنة	ليسانس علم الاجتماع	أستاذ تعليم ابتدائي	أعزب
20	أنثى	20 سنة	2 ليسانس إعلام واتصال	طالبة جامعية	عزباء

المصدر: بيانات المقابلات، 2024

يوضح الجدول 05 السمات العامة للعينة الثانية للدراسة الخاصة بالمبحوثين الذين قمنا بمقابلات معهم وهم متكونون من مجموعتين: 10 إناث و10 ذكور بالتساوي كما سبق وأشرنا إلى ذلك في الإطار المنهجي في حجم عينة المقابلات وكيفية إجرائها (مقابلات إلكترونية). وقد تم منح ترقيم تسلسلي لكل مبحوث بالترتيب حسب الترتيب الزمني لإجراء المقابلة مع كل مبحوث: رقم 01، رقم 02، حتى رقم 20. هذا من جهة ومن جهة أخرى اتضح أن جلهم طلبة جامعيون في طور استكمال دراستهم الجامعة أغلبهم في طور الليسانس مقابل الماستر والدراسات العليا. كما اتضح بأن قلة منهم متحصلون على شهادات جامعية وموظفون بنفس التخصص. معظم الطلبة هم من تخصص إعلام واتصال لهم ميول ودافعية لاستخدام الصور المتحركة والمقاطع القصيرة وتسجيل الفيديوهات المتنوعة دون غيرهم من باقي التخصصات. وأخيراً يتراوح سنهم بين 19 و35 سنة وهم من فئة الشباب مماثلة لعينة الاستبيان.

- استنتاج:

من خلال تحليل ومناقشة نتائج محور السمات العامة ظهرت جملة من الميزات خصت عينتي الدراسة. فتمثلت في تنوع الفئات العمرية والمستوى التعليمي والوضعية المهنية والدراسية، وهذا ما سمح لنا بالوصول إلى نتائج دقيقة تبينت كالآتي :

✚ الفئة العمرية الأكثر حضوراً هي فئة السن من 18 إلى 25 بنسبة 55%. وبالفعل هي الفئة الأصغر سناً ضمن فئات السن والتي تعرف إقبالا شديداً على التقنيات الحديثة والأكثر هوساً باستخدام الهواتف الذكية والاطلاع على كل تحديث جديد لها.

بالنسبة للمستوى التعليمي شكلت فئة الطلبة أكبر نسبة من المبحوثين مقدرة بـ 63% وأيضا

بالنسبة للمهنة مثلت فئة الطلبة أعلى نسبة 49.3%.

بالنسبة للسمات العامة للعينة التي أجريت معها المقابلات لها تقريبا نفس خصائص عينة

الاستبيان من حيث الجنس نفس العدد موزع بين الذكور والإناث. أما السن فهو يتراوح بين 19

و35 سنة وهي تمثل فئة الشباب بشكل مباشر، أغلبهم طلبة جامعيون في طور استكمال

الدراسة أو متحصلون على شهادات جامعية.

الفصل الأول:

أنماط استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي

تمهيد

1. 1 عرض وتحليل النتائج

1. 2 الاستنتاج

الفصل الأول: أنماط استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي

- تمهيد:

تتأثر ثقافة الصورة بالوسائطية التي تجد الأثير مجالها الأرحب، وأصبح المجال المحبذ لها هو المرئي. وشيئاً فشيئاً استحالت ثقافة الصورة إلى الثقافة الإلكترونية، ومن ثم أثيرية أو افتراضية. والأثيري أو الافتراضي هو وصف لمفردات ومعطيات العالم السيبراني وإحداثه من الصور والرسائل والأرقام والنصوص، وسواها من السلع الإلكترونية... تُعد ثقافة الصورة نسيجاً لمعرفة المعاصرة.¹

وفي هذا السياق تعددت أنماط استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي وبالأخص الصور المتحركة. وسنعرض من خلال هذا الفصل أنماط استخدام الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي من خلال المحاور الموالية:

- نوع كاميرا التصوير التي يحملها الهاتف الذكي
- الصور الأكثر التقاطاً من قبل أفراد عينة الدراسة
- وتيرة مشاهدة الصور المتحركة في الهاتف الذكي
- الفترة المفضلة لمشاهدة الصور المتحركة في الهاتف الذكي
- متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي
- ترتيب التطبيقات التي يشارك بها المستخدمون صوراً متحركة عبر الهاتف الذكي

¹- تسنيم مفضي العوني، اتجاهات الأبوين في الأسرة الأردنية نحو ثقافة الصورة التلفزيونية ودورها في صراع الأجيال داخل أسرهم مدينة الكرك أنموذجاً، رسالة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع، جامعة مؤتة، 2015، ص 37.

1-1/ عرض وتحليل النتائج :

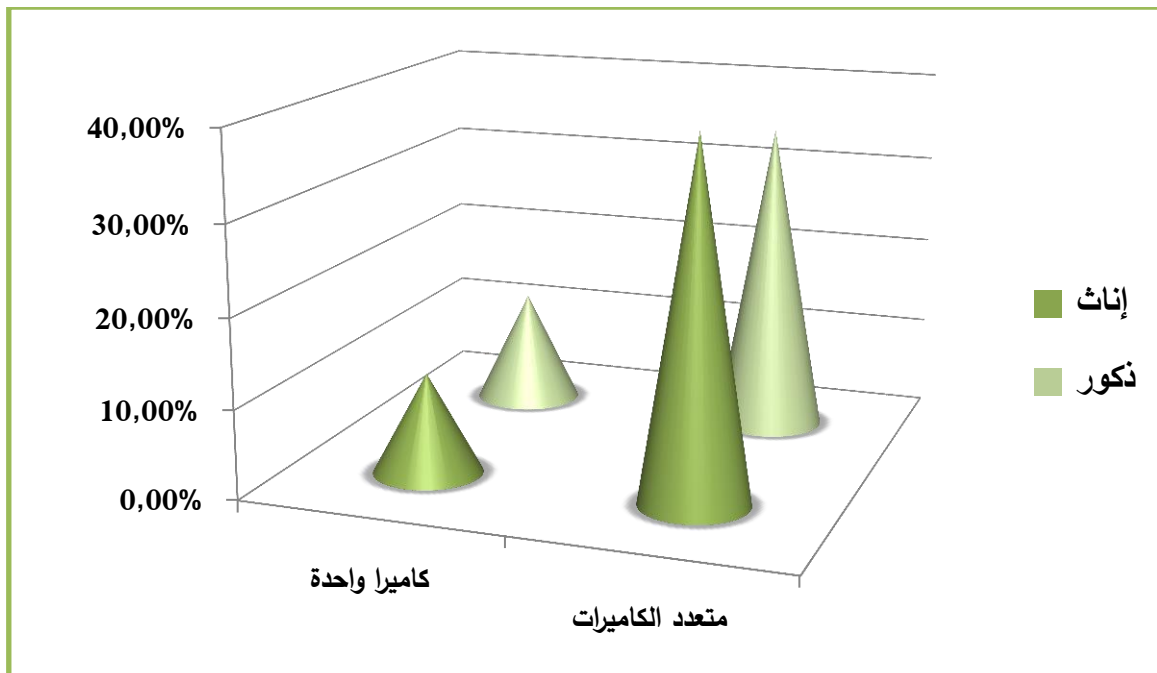
- نوع كاميرا التصوير التي يحملها الهاتف الذكي:

الجدول 06: يمثل نوع كاميرا التصوير التي يحملها الهاتف الذكي

المجموع		الجنس				الجنس
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	هاتفك الذكي مزود ب
%25	75	%12.67	38	%11.34	34	كاميرا واحدة
%75	225	%35	105	%40	120	متعدد الكاميرات
%100	300	%47.67	143	%51.34	154	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 07: يمثل نوع كاميرا التصوير التي يحملها الهاتف الذكي لأفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الملاحظ من الجدول 06 والشكل 07 أنّ أغلب الهواتف الذكية التي يمتلكها أفراد عينة الدراسة هي هواتف متعددة الكاميرات بنسبة 75% موزعة بين الإناث بنسبة 40% والذكور 35% بفارق بسيط. وهي نسبة مرتفعة تؤكد أنّ عينة الدراسة تهتم بالتحديث التقني لأجيال الهاتف الذكي وتعدد الكاميرات، خاصة الإناث اللواتي يهتمن باقتناء هاتف ذكي نو كاميرا عالية الجودة. وذلك ما أكده أغلب المبحوثين، إذ من بين شروط شراء هاتف ذكي جديد احتواؤه على كاميرا تصوير عالية الجودة كما جاء في إجابة المبحوث رقم 3 طالبة جامعية سنة أولى حقوق وعلوم سياسية ومتحصلة على شهادة تقني سامي مطورة الواب والوسائط الإعلامية، 22 سنة قائلة:

" كاميرا متوسطة عالية الجودة مقبولة بشكل ما، حيث الكاميرا الأمامية M5 والخلفية DUAL CAMERA M50. وجودة الكاميرا المنخفضة تعود لأسباب مثلا حسب سعر الهاتف أو الإضاءة أو طبقة الزجاج لدى الكاميرا رقيقة جدا مما يجعلها تتعرض للخدش كثيرا وتتحسس من أي شيء يلامسها".

كما سجلنا إجابة المبحوث رقم 07 طالب جامعي سنة ثانية إعلام واتصال 19 سنة:

"هي متوسطة MP13، إخراج الصور بدون عيوب".

وهذا إن دل على شيء فإنّما يدل على حرص المستخدمين على جودة التصوير ودقة أخذ الصور بتفاصيل دقيقة، مما ساعد على استخدام وانتشار الصور الرقمية المتحركة ومقاطع الفيديو بأنواعها، واكتساح تكنولوجيا الهواتف الذكية حياة الشباب.

فقد باتت هذه الأخيرة هوس الكثيرين. ولم يتوقف الاستخدام عند تلبية حاجات محدودة وإنما تعداه إلى تجديد الحاجيات والاستخدام المكثف وغير المحدود.

وقد تبين أيضا من خلال الاستشهادين أعلاه أنّ امتلاك الهاتف المتعدد الكاميرات يُميز نوع الصور الملتقطة بواسطته وتعتبر رمزا وأيقونة بصرية يتواصل الشباب من خلالها عبر الهواتف الذكية وأيضا منصات التواصل الاجتماعي.

هذا من جهة ومن جهة أخرى، فقد سجلنا الفئة التي تمتلك هاتفا ذكيا بكاميرا واحدة بنسبة 25%. وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالأولى موزعة بين الذكور بنسبة 12.67% والإناث بنسبة 11.34% بتفاوت بسيط. وهي تميز فئة الشباب ذوي الدخل المادي المحدود الذين لم يتمكنوا من تحديث هواتفهم. إلا أنّ هذا النوع له إمكانية التقاط الصور المتحركة ومشاركتها عبر مختلف المنصات الاجتماعية وأيضا التواصل والتفاعل مع مختلف ما توفره منصات التواصل الاجتماعي من دعم للصور المتحركة وخدمة Story و Reels والتي توفر خاصية نشر ومشاركة مقاطع جد قصيرة بالإضافة إلى البث المباشر.

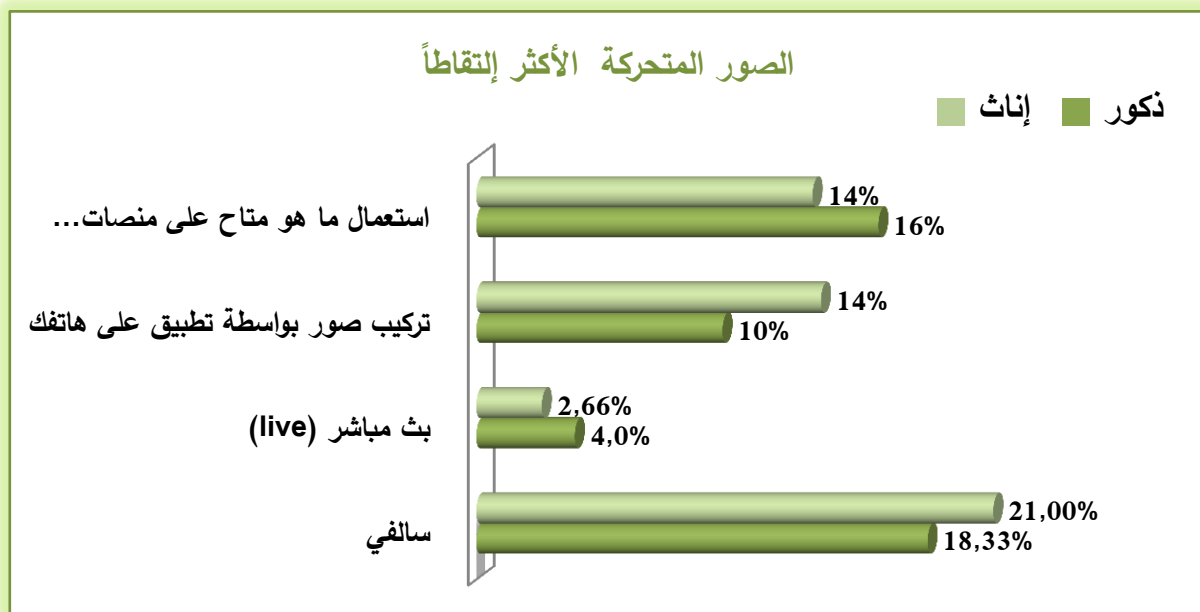
- الصور الأكثر التقاطاً في الهاتف الذكي

الجدول 07: توزيع الصور الأكثر التقاطاً من قبل أفراد عينة الدراسة

المجموع	الجنس				الجنس	الصور المتحركة الأكثر التقاطاً
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
% 39.33	118	%18.33	55	% 21	63	سالفى
% 6.66	20	% 4	12	% 2.66	08	بث مباشر (live)
% 24	72	% 10	30	% 14	42	تركيب صور بواسطة تطبيق على هاتفك
% 30	90	% 16.33	49	% 13.66	41	استعمال ما هو متاح على منصات التواصل الاجتماعي
%100	300	% 48.66	146	% 51.32	154	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 08: توزيع الصور الأكثر التقاطاً من قبل أفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

نلاحظ من خلال الجدول 07 والشكل 08 أنّ الصور الأكثر التقاطاً من قبل عينة الدراسة هي السالفي بنسبة **39.33%** ظهرت موزعة بين الإناث بنسبة 21% والذكور بنسبة 18.33%. وهي ميزة توفرها الهواتف الذكية ذات كاميرا عالية الجودة وخاصة الكاميرات الأمامية ولازال لها التأثير القوي على فئة الشباب وخاصة المهووس بتدوين اللحظة ومشاركة خصوصياتهم على مختلف المنصات الاجتماعية وحتى الصور الثابتة التي تؤخذ للذكرى والملاحظ أنّ التأثير القوي لصور السيلفي لازال ذو مفعول ولا زال يتصدر قائمة استخدامات الهواتف الذكية كما بينته إلزا غاودار أنّ " مرحلة السيلفي أعلنت ظهور كيان جديد يمكن رده إلى ذات افتراضية"¹.

وهي إشارة إلى بداية انغماس الأفراد في الحياة الافتراضية والتخلي عن الحضور الواقعي. ثم في المرتبة الثانية استعمال ما هو متاح على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 30% ظهرت موزعة بين الذكور بنسبة 16.33% والإناث بنسبة 13.66% بتفاوت بسيط بين الجنسين. وهي الميزات المجانية التي تدعمها منصات التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً مثل Face book، Instagram، Tik tok، خاصة ميزة البث المباشر وميزة بث المقاطع القصيرة والتي تدعم أيضاً إغراءات مادية مثل تطبيق Tik tok. وفي الترتيب الثالث تركيب صور بواسطة تطبيق على هاتفي جاءت بنسبة 24% موزعة بين الإناث بنسبة 14% والذكور بنسبة 10%، حيث تشمل التطبيقات المطورة على الهواتف الذكية لتركيب وتعديل الصور المتحركة والمقاطع بواسطتها مثل

1- إلزا غودار، أنا أوسيلفي إذن أنا موجود- تحولات الأنا في العصر الافتراضي-، ترجمة: سعيد بن كراد، المركز الثقافي للكتاب، الدار البيضاء، 2018، ص14.

تطبيق Capcut، Likee، Inshort vedio. وهي تطبيقات تُمكن من تركيب صور متحركة وإجراء تعديلات صوتية على الصور وإضافات جمالية كتعديل الزوايا والإضاءة والتدرج اللوني والخلفيات المختلفة، حيث يهتم بها صانعي المحتوى أكثر من الفئات الأخرى من كلا الجنسين. وفي آخر مرتبة نجد أن الصور الأكثر التقاطا هي صور ومقاطع البث المباشر بنسبة 6.66% ظهرت موزعة بين الذكور بنسبة 4% والإناث بنسبة 2.66%. وتُعنى بها الفئة التي تفضل مشاركة تفاصيل يومياتها وخصوصيتها على مواقع التواصل الاجتماعي لكلا الجنسين بالإضافة إلى الفئة التي تفضل مشاركة أعمالها الخاصة كالمشاهير والمؤثرين، ومقاطع تسويق المحتوى المرئي كعرض محتوى الطبخ والتسويق التجاري والمحتوى الخدماتي والطبي، وغيرها من المقاطع التي يتفاعل معها الشباب وفقاً لسياق اجتماعي يعتمد على الصورة المتحركة في التواصل التفاعل في مختلف الأنشطة اليومية، مما يبرز استخدامات متعددة وحاجيات غير منتهية للصور المتحركة ضمن تطبيقات الهواتف الذكية.

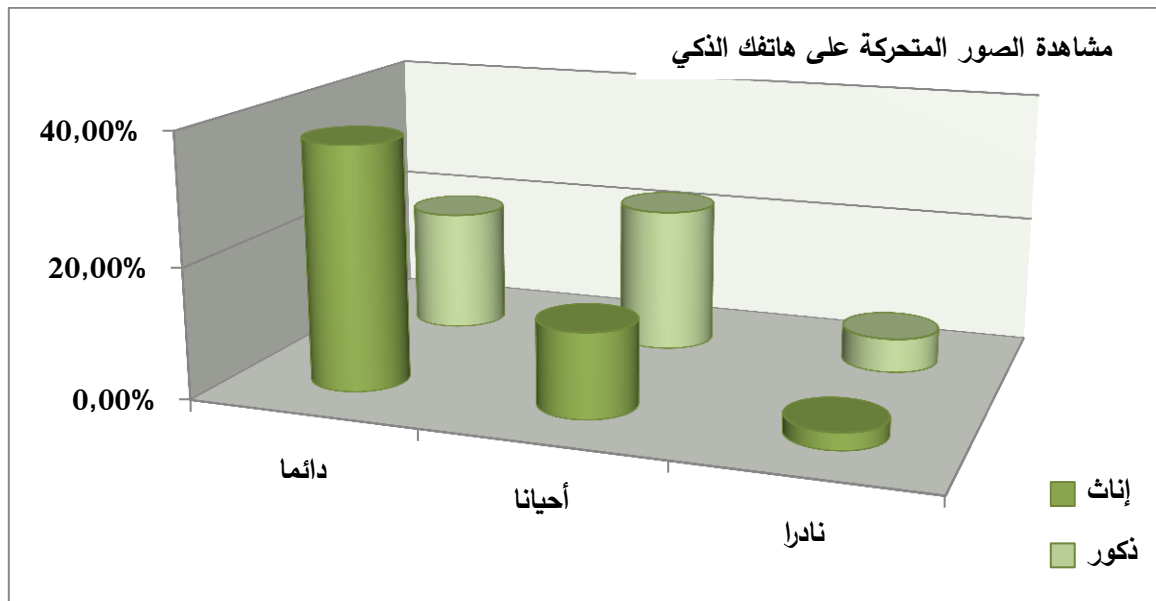
- وتيرة مشاهدة الصور المتحركة في الهاتف الذكي

الجدول 08: يمثل توزيع وتيرة مشاهدة الصور المتحركة في الهاتف الذكي أفراد عينة الدراسة

المجموع		الجنس				الجنس	
		ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	تُشاهد الصور المتحركة على هاتفك الذكي	
%56.7	170	%19	57	%37.66	113		دائما
%35.3	106	%22.33	67	%13	39		أحيانا
%8	24	%5.33	16	%2.66	8		نادرا
%100	300	%46.66	140	%53.32	160		المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 09: يمثل توزيع مشاهدات الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 08 والشكل 09 أنّ المُشاهدة المستمرة للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي جاءت بنسبة 56.7% موزعة بين الإناث بنسبة 37.33% والذكور بنسبة 19%. وهي نسبة مرتفعة مقارنة مع النسب الأخرى أي أنّ مُشاهدة الصورة المتحركة عادة دائمة عند أفراد عينة الدراسة. ويقترن ذلك بوجود استخدام ومتابعة متواصلة للمحتوى المتحرك على شاشات الهاتف الذكي، ولكن ذلك تبعاً لحاجيات المتابعة لدى فئة الشباب حسب درجة الاستخدام وخاصة لدى الإناث اللواتي سجلت لديهن أعلى نسبة.

ونظراً لتنوع خصائص وميزات الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي فهي تسهم بشكل مباشر في طبيعة الاستخدام ومجالاته وتبقى داعماً قوياً لاستمرارية الاستخدام.

ثم سجلنا الذين يشاهدون أحيانا الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي بنسبة 35.3%، موزعة بين الذكور بنسبة 22.33% والإناث بأقل بنسبة 13%.

وهذه النسبة المرتفعة نسبياً تثبت وجود مشاهدة للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي لكن بوتيرة غير منتظمة، أي أنّ استمرارية استخدام الصورة المتحركة تختلف باختلاف مناسبة المشاهدة وزمن المتابعة.

وفي الأخير سجلنا نسبة الذين يشاهدون الصور المتحركة نادراً عبر الهاتف الذكي بنسبة 8%، موزعة بين الذكور بأعلى نسبة 5.33% والإناث بأقل نسبة 2.33%. وهي أقل نسبة مقارنة مع النسبتين الأولى والثانية، وتمثل الفئة التي قلما تشاهد الصور المتحركة بحكم انه ليس

لديها اهتمام دائم باستخدامها أو متابعتها خاصة فئة الذكور اللذين لديهم اهتمامات أخرى.

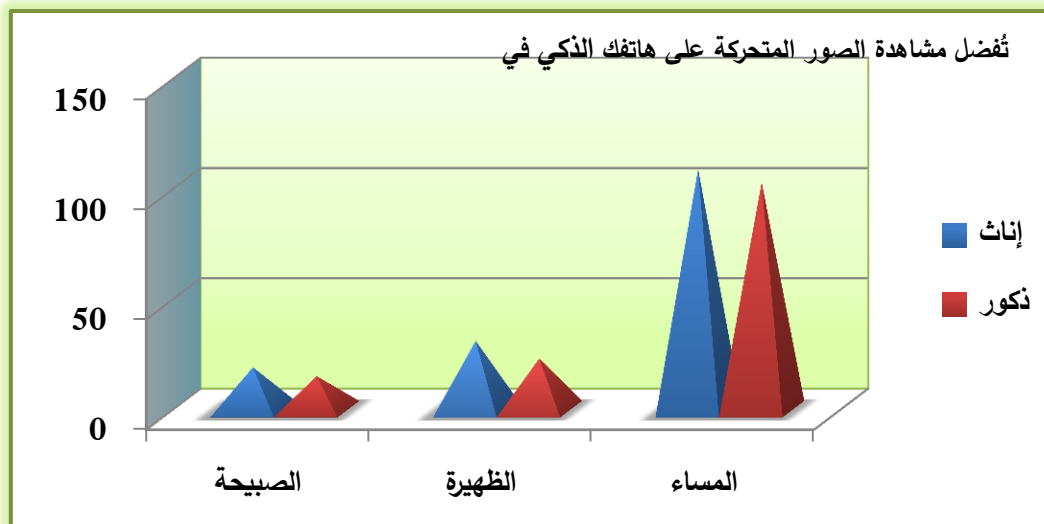
– الفترة المفضلة لمشاهدة الصور المتحركة في الهاتف الذكي

الجدول 09: يمثل الفترة المفضلة لمشاهدة الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة

المجموع		الجنس				الجنس
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	تُفضل مشاهدة الصور المتحركة على هاتفك الذكي في
%11.33	34	%5	15	%6.33	19	الصبيحة
%17.99	54	%7.66	23	%10.33	31	الظهيرة
%70.66	212	%34.33	103	%36.33	109	المساء
%100	300	%46.99	141	%52.99	159	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

الشكل 10: يمثل الفترة المفضلة لمشاهدة الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

الملاحظ من الجدول 09 والشكل 10 أن التوقيت المفضل لمشاهدة أفراد عينة الدراسة الصورة المتحركة هو المساء وجاءت بنسبة 70.7% وهي نسبة مرتفعة جداً ظهرت موزعة بين الإناث بنسبة 36.33% والذكور بنسبة 34.33%. وهما تقريبا تكادان تكونان متساويتين.

فأغلب فئة الشباب من الجنسين الاثنتين تُفضل مشاهدة الصور المتحركة في المساء وهو وقت فراغ لجميع المستخدمين وإنهاء جميع الأعمال اليومية كالدراسة والعمل وغيرها. ففي وقت الفراغ تكون نسبة الاستخدام مرتفعة وأيضاً نسبة المشاهدة لتتبع أغلب الحاجيات التي يُريد أفراد عينة الدراسة إشباعها أثناء الاستخدام والمشاهدة. وأيضاً ترتفع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الفترة التي تعتبر وقت الذروة، ترتفع من خلال ذلك نسبة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي خاصة لدى الفئات التي تقوم بالتفاعل من خلال المحتوى المصور والمقاطع القصيرة، وهي حاجات متجددة تتجدد بتغير دوافع الاستخدام وأوقاته.

أما الذين أجابوا بأن الفترة المفضلة لمشاهدة الصور المتحركة تكون في الظهيرة فكان ذلك بنسبة 18% جاءت موزعة بين الإناث بنسبة 10.33% والذكور بنسبة 7.66%. وتخص هذه النسبة الذين يفضلون هذه الفترة بعد الانتهاء من الالتزامات في الفترة الصباحية كربات البيوت والفئة العاطلة عن العمل.

ثم سجلنا الذين أجابوا بأن الفترة المفضلة لمشاهدة الصور المتحركة تكون في الصباحية بنسبة 11.3%، ظهرت موزعة بين الإناث بنسبة 6.33% والذكور بنسبة 5%. وهي نسبة

ضئيلة جداً مقارنة مع النسب الأولى وتمثل فئة قليلة جداً ممن يشاهدون الصورة المتحركة في الفترة الصباحية لتشمل بعض الطلبة حسب حاجة المشاهدة في قاعات الدراسة أو أثناء التنقل، والفئة التي ليس لديها أعمال في الفترة الصباحية حيث تمثل فترة فراغ بالنسبة إليهم.

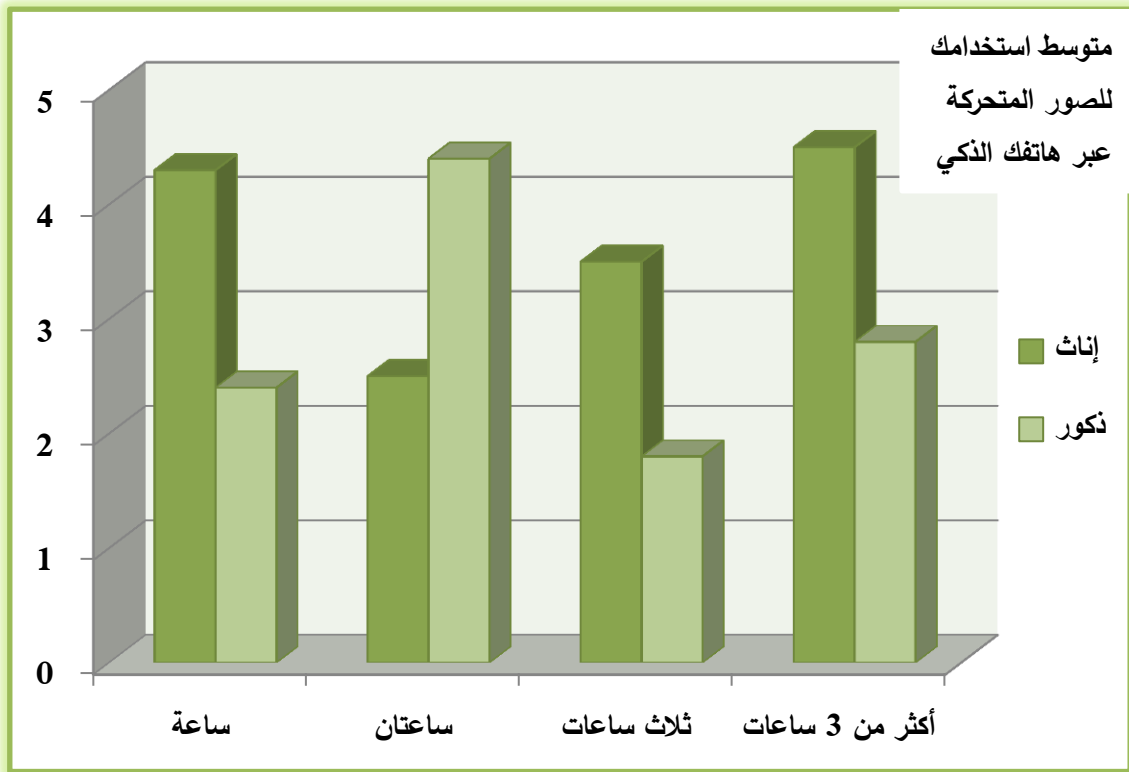
- متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي

الجدول 10: يمثل متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة لأفراد عينة الدراسة

المجموع		الجنس				الجنس ما هو متوسط استخدامك للصورة المتحركة في هاتفك الذكي
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	
28.33%	85	19%	57	9.33%	28	ساعة
15%	45	7%	21	8%	24	ساعتان
18.33%	55	8%	24	10.33%	31	ثلاث ساعات
38.33%	115	23%	69	15.33%	46	أكثر من 3 ساعات
100%	300	57%	171	42.99%	129	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 11: يمثل متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة لأفراد عينة الدراسة



مصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 10 والشكل 11 متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي لدى أفراد عينة الدراسة. والملاحظ أنّ أعلى نسبة سجلت للاستخدام لذي يتجاوز 3 ساعات بنسبة مقدرة بـ 38.3%، موزعة بين الذكور بأعلى نسبة 23% والإناث بنسبة 15.33%. ويمثل هؤلاء المهوسين بهذا الاستخدام والذين لديهم حاجيات متجددة، كصناع المحتوى المصور والفئة التي تتفاعل عبر البث الحي المباشر وأيضا الفئة التي تشاهد وتتفاعل مع الصور المتحركة عبر منصات التواصل الاجتماعي وتلك التي تقضي معظم ساعات اليوم على منصات التواصل الاجتماعي، ساعية إلى مشاركة الآخرين بتفاصيل الحياة الخاصة لديهم وخاصة فئة الذكور منهم والتي ظهرت بأعلى نسبة، حيث أكدت آخر الإحصائيات ووفقا لاستطلاع أجري عام 2021 أنّ

نصف المستجيبين تقريباً يمضون من 5 إلى 6 ساعات يومياً على هواتفهم المحمولة. وكشفت البحوث أن 71% من مستخدمي هذه الهواتف ينامون بالفعل مع أجهزتهم، ونحو ثلث المستخدمين لا يغلقون هواتفهم أبداً¹.

هذا من جهة. ومن جهة أخرى، تم تسجيل نسبة 28.3% من الذين يستخدمون الصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي ساعة واحدة في اليوم، موزعين بين الذكور بأعلى نسبة 19% والإناث بنسبة 9.33%. وهي نسبة معتبرة مقارنة مع الأولى وتمثل الفئة ذات الاستخدام المحدود؛ للصورة في الهاتف النقال الذكي والتي لديها حاجيات محدودة، كالحاجات المعرفية أو التعليمية أو مشاهدة المقاطع المفضلة بأوقات محددة خاصة لدى فئة الذكور منهم.

أما الذين يستخدمون الصور المتحركة في الهاتف النقال بمعدل 3 ساعات في اليوم فبلغت نسبتهم 18.3%، موزعين بين الإناث بنسبة 10.33% والذكور بنسبة 8% أي بفارق بسيط بين الجنسين الاثنتين. وهي أيضاً نسبة معتبرة تبين استمرارية الاستخدام بالرغم من تفاوت مدة الاستخدام من فئة إلى أخرى؛ فمعدل ثلاث ساعات باليوم ثابت ويتغير بالنسبة للأغلبية إلى أكثر من 3 ساعات. فطبيعة الاستخدام تتغير بتغير الحاجة إلى مشاهدة مقاطع الفيديو أو التفاعل من خلالها. وفي الأخير، يتم استخدام الصور المتحركة بمعدل ساعتين اثنتين في اليوم بنسبة 15%،

¹ - محمد سنجاله، هل تغير الهواتف المحمولة عقولنا؟، الجزيرة نت، (2023/04/22)، أطلع بتاريخ 2022/02/22، متاح على

الرابط <https://www.aljazeera.net/lifestyle/2023/4/22/%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%8F%D8%BA%D9%8A%D9%91%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9-%D8%B9%D9%82%D9%88%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%9F>

موزعين بين 8 % للإناث و7% للذكور. وهي نسبة محدودة أيضاً تخص فئة معينة من الشباب التي تستخدم مقاطع الفيديو بحجم زمني متوسط والتي لها اهتمامات محدودة، وتستخدم الصور المتحركة لإشباع حاجياتها المعرفية والترفيهية وغيرها.

والملاحظ أنّ متوسط ساعات الاستخدام يفوق الثلاث ساعات وتتغير أيضاً ساعات الاستخدام من الثابتة إلى المفرطة، وذلك لأن حاجيات الشباب متجددة وتتغير بالإقبال على استخدام الصور المتحركة المتجدد بتغير الظروف المحيطة بالبيئة التي ينتمي إليها الشباب والسياق الاجتماعي الذي يعيشون فيه. فضلا عن ذلك، فإن طبيعة الاستخدام مرتبطة بالتقنية، حيث أكدت Jouët بأنّ " بناء الاستخدام الاجتماعي ظاهرة معقدة تكمن في عمليات التفاوض بين المادة التقنية والممارسة الاجتماعية، أي أنه هناك تفاعل بين الترابط الاجتماعي والتقنية، وأنّ سيرورة الاستخدام متعددة تحقق جودة استخدام اجتماعي فعلي"¹.

فالمستخدم يستخدم الأغراض التقنية ويتفاعل معها داخل سياق اجتماعي معين.

¹ Josiane Jouët, *Retour critique sur la sociologie des usages*, in *Réseaux*, 2000, p.p 144-499

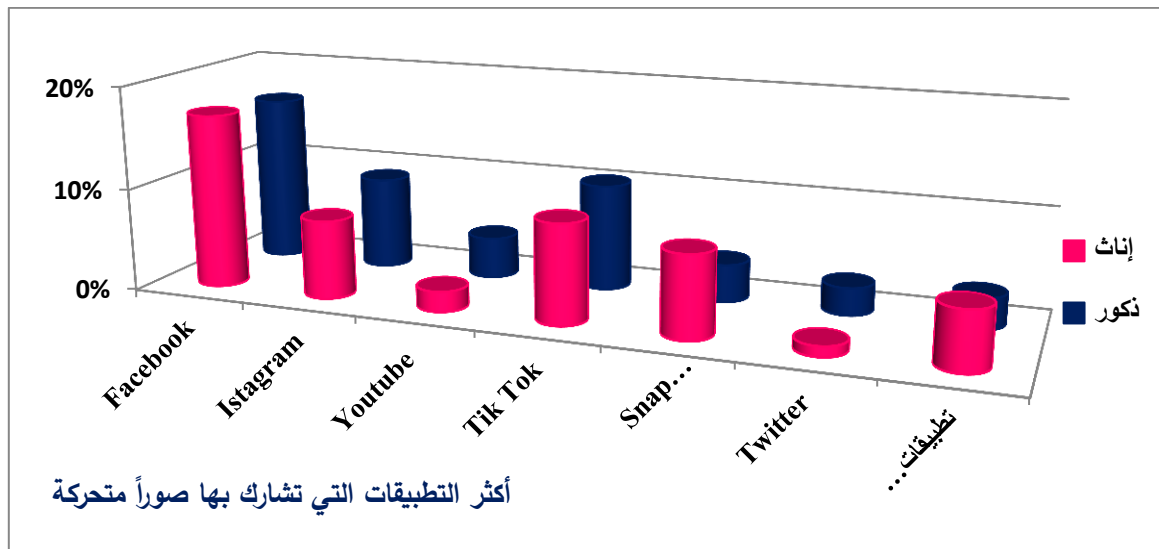
- ترتيب التطبيقات التي يشارك بها المستخدمون صوراً متحركة عبر الهاتف الذكي

الجدول 11: يمثل أكثر التطبيقات التي يشارك بها أفراد عينة الدراسة صوراً متحركة

المجموع	الجنس				الجنس	أكثر التطبيقات التي تشارك بها صوراً متحركة
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
% 33.33	100	%16.33	49	% 17	51	Facebook
% 16.66	50	% 9	27	% 7.66	23	Instagram
% 6	18	% 4	12	% 2	06	Youtube
% 20	60	% 10.33	31	% 9.66	29	Tik Tok
% 11.66	35	% 3.66	11	% 8	24	Snapchat
% 3.66	11	% 2.66	08	% 1	03	Twitter
% 8	26	% 3	09	% 5.66	17	تطبيقات أخرى
%100	300	% 48.98	147	% 50.98	151	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 12: يمثل أكثر التطبيقات التي يشارك بها أفراد عينة الدراسة صوراً متحركة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 11 والشكل 12 أكثر التطبيقات التي يشارك بها أفراد عينة الدراسة صوراً متحركة بحيث ظهر أول تطبيق يستخدمه الشباب لمشاركة صوراً متحركة هو تطبيق Facebook بنسبة 33.33% موزعة بين الإناث بـ 17% والذكور بـ 16.33 بتفاوت بسيط، نظراً لما يمتاز به التطبيق من مجانية الاستخدام. ويعتبر فايسبوك أكثر منصات التواصل الاجتماعي تداولاً بين مختلف فئات المجتمع بالأخص فئة الشباب وذلك بعد التحديثات التي قامت بها شركة فايسبوك على التطبيق، حيث أصبح يدعم خدمة البث المباشر Video live و Collages التي تسمح بمشاركة اللحظات الخاصة مع الأصدقاء، وخاصة Story التي تبث مقاطع جد قصيرة بالثواني. ويمكن المشاركة والتفاعل عن طريق الصور المتحركة في مختلف المجموعات حيث يلقي تجاوب كبير من قبل المستخدمين بالإضافة إلى الرموز التعبيرية Imojis Gif والملصقات. وقد بات استخدام تطبيق Facebook أكثر انتشاراً في العالم بعد توظيفه لأغلب اللغات العالمية بما فيها اللغة العربية التي تسهل التواصل بين الشباب في احتياجاته الخاصة بالدراسة والعمل والتسلية ومتابعة الأخبار والأحداث المختلفة، بالإضافة إلى صفحات التسوق والإعلانات التجارية.

وحسب آخر الإحصائيات تعتبر منصة فايسبوك " أول شبكة اجتماعية تتجاوز مليار حساب

مسجل ويبلغ عدد مستخدميه النشطين حالياً أكثر من ثلاثة مليارات مستخدم شهرياً¹.

ثم سجلنا ثاني تطبيق الذي تشارك من خلاله الصور المتحركة **Tik Tok** بنسبة 20% موزعة بين الذكور بـ 10.66% والإناث بـ 9.66%. وبالرغم من حداثة التطبيق إلا أنه اكتسح ساحة الاستخدام بين مختلف الفئات وأولها فئة الشباب حيث يدعم **Tik Tok** خدمة إنتاج وتبادل المقاطع القصيرة والصور المتحركة بسرعة فائقة تصل إلى 15 ثا و 10د أقصى حد لزمان عرض المقاطع. كما يدعم التطبيق نفس الميزات التي يدعمها تطبيق **Facebook** كميزة البث المباشر video live و collages. ووفقاً لآخر الإحصائيات " يمتلك **Tik Tok** أكثر من مليار مستخدم نشط شهرياً حيث يبلغ عدد مستخدمي **Tik Tok** حوالي 1.218 مستخدم في أكتوبر 2023"²، بالإضافة إلى الإجراءات المادية جعلت الإقبال عليه بشكل غير مسبوق.

ثم سجلنا تطبيق **Instagram** في الترتيب الثالث من حيث التطبيقات التي تشارك من خلاله الصور المتحركة بنسبة 16.66% موزعة بين الذكور بـ 9% والإناث بـ 7.66% ويعد التطبيق أكثر التطبيقات أماناً وحفظاً للمعلومات الشخصية للأفراد ويدعم أيضاً حسابات المشاهير والفنانين وله إقبال كبير في مشاركة الصور الشخصية ومقاطع الحياة الخاصة للأفراد مما يجعل الشباب

1- مؤنس حواس، فيس بوك يتصدر بـ 3 مليار مستخدم أبرز منصات السوشيال ميديا انتشارا في العالم، موقع اليوم السابع،

(2024/01/06)، أطلع بتاريخ 2025/02/12، بتوقيت، 00:57، متاح على الرابط

<https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225>

1- محمد ديون، إحصائيات تيك توك 2024: نمو مستمر وتحديات جديدة، موقع Create a Profitable Website، أطلع بتاريخ

2025/02/18، بتوقيت 01:00، متاح على الرابط <https://www.createprofitableblog.com/tiktok-users>

يقبلون على استخدامه بصفة دائمة توضح وذلك ما أكدته آخر الإحصائيات حيث وصل تطبيق **Instagram** إلى " 2 مليار مستخدم نشط في الربع الثالث من عام 2023 ويزداد في النمو. ومن المتوقع أن يصل العدد إلى 2.3 مليار مستخدم نشط شهرياً بحلول نهاية 2024"¹.

أما تطبيق **Snapchat** فقد جاء في الترتيب الرابع من حيث التطبيقات التي تشارك الصور المتحركة بنسبة **11.66%** بأعلى نسبة لدى الإناث بـ 8% وأقل نسبة لدى الذكور **3.66%**. ويمثل هذا التطبيق الواجهة الفعلية لالتقاط الصور والمقاطع القصيرة حيث يدعم جميع خصائص التصوير والتقطيع وبرامج تعديل الصور (Les filters) وله رواج كبير بين فئة الشباب خاصة لدى الإناث من الذين يفضلون التقاط الصور المتحركة بواسطة التطبيق. فهو يقوم بجميع عمليات التعديل والتركيب والنشر في آن واحد.

ثم نسجل تطبيق **Youtube** لمشاركة الصور المتحركة بنسبة **6%** موزعة بين الذكور بـ 4% والإناث **2%**. وقد تراجع استخدام التطبيق مقابل التطبيقات الأخرى نظراً لكونه تطبيقاً تفاعلياً للروابط المرئية وليس لديه خدمة التقاط الصور المتحركة. فهو يلبي حاجيات محدودة لفئة قليلة من الشباب المتابعين لصفحات معينة.

وفي الأخير نجد تطبيق **Twitter** لمشاركة الصور المتحركة بنسبة **3.66%** كأقل نسبة من التطبيقات السابقة نظراً لخصوصية التطبيق؛ فهو يدعم المواضيع السياسية لذلك فهو قليل الاستخدام فقط للذين لديهم اهتمامات سياسية معينة.

1- نيدهي، إحصائيات **Instagram 2025**: أحدث بيانات المستخدم والنمو، مدونة FFMaven A، (29/01/2025)، أطلع بتاريخ

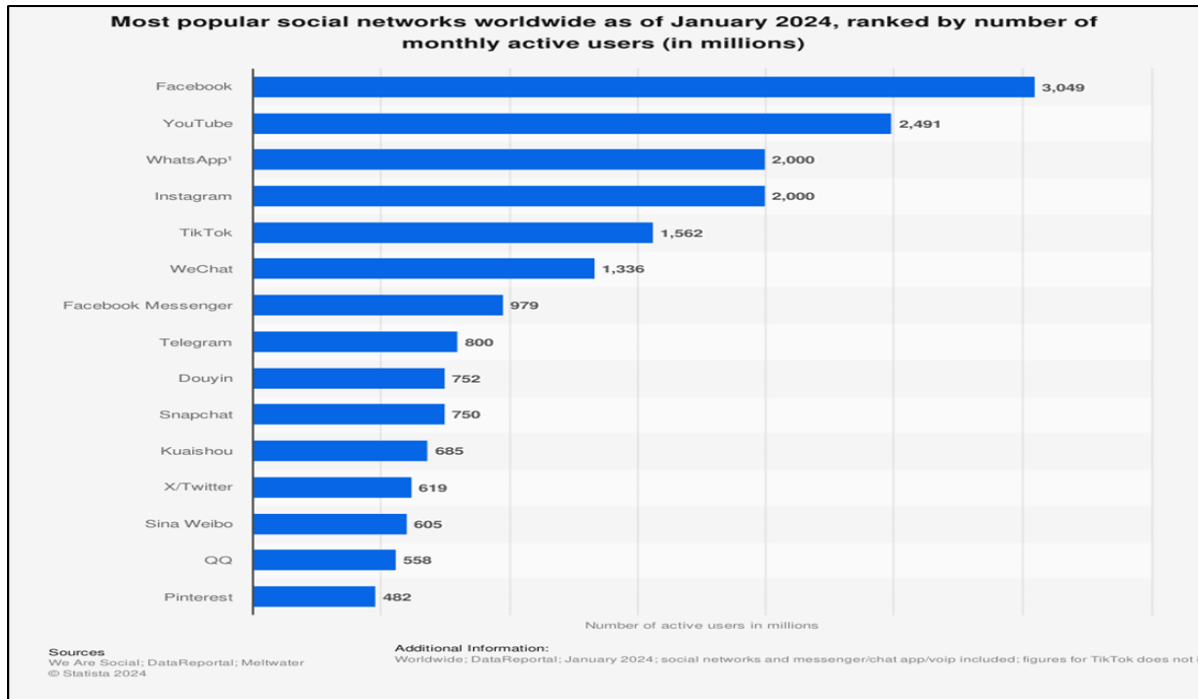
2025/02/18، بتوقيت 01:15، متاح على الرابط <https://affmaven.com/ar/instagram-statistics>

أما بالنسبة للتطبيقات الأخرى التي حددها أفراد عينة الدراسة جاء في الصدارة كل من تطبيق **Watsapp، Viber و Telegram** بنسبة **3.33%**. وهي تطبيقات اجتماعية تدعم التواصل والتفاعل عن طريق المقاطع القصيرة. وهي أيضا تطبيقات مجانية التراسل تعمل على السرعة والخصوصية في حفظ المعلومات. من حيث الناحية الأمنية يمكن تشفير الحسابات والمعلومات الشخصية وتدعم أيضاً التطبيقات خدمة مشاركة تنسيقات الملفات وبأحجام مختلفة، مما يجعل إقبال الشباب عليها يزداد يوماً بعد يوم. فهي تلبي حاجياته المعرفية والاجتماعية في نفس الوقت. ثم تأتي تطبيقات التفاعلية الجماعية والبث المباشر في التطبيقين **Bigo Live و Imo** بنسبة **2.33 %** التي تدعم هي الأخرى إغراءات مادية. أما بالنسبة لتطبيقات الموالية **Likee، Cup cat و Inshort** فجاءت بنسبة **2%**. وهي تطبيقات متخصصة في إنتاج مقاطع الفيديو بمختلف أنواعها والنقاط الصور بتوظيف المؤثرات الصوتية وتركيب الصور مع مقاطع الموسيقى وتعديل وحذف أجزاء في المقاطع ومشاركتها بصورة مباشرة في منصات التواصل الاجتماعي أو على الهاتف الشخصي للمستخدم. وهي تطبيقات تلبي حاجيات صناع المحتوى والمهوسون من فئة الشباب بالتصوير الاحترافي فحسب.

وأخر تطبيقين تمت الإشارة إليهما هما: تطبيق **LinkedIn و Pinterest** بنسبة **1%**. فالأول عبارة تطبيق لعرض الملفات الشخصية للمستخدمين يضم صفحات عروض العمل والتشغيل في مختلف القطاعات، والثاني تطبيق إعلاني تجاري يضم مقاطع ترويجية لماركات عالمية ومودة وأزياء ومختلف الأغراض التسويقية.

والملاحظ أنّ التطبيقات التي يشارك بها أفراد عينة الدراسة صوراً متحركة متعددة ومتنوعة توجي بكثرة الاستخدامات وتنوعها حسب خصوصية كل تطبيق إلا أنّ استخدامها غير محدود وتبقى استمرارية الاستخدام متواصلة بكل تحديث يحدث على مستوى كل تطبيق. وتشكل بعض التطبيقات خاصة الأكثر شعبيةً واستخداماً بين فئة الشباب تشكل تفاعلية متواصلة أنتجت نوعاً من الولاء لهذه التطبيقات دون غيرها كتطبيق Facebook الذي يحتل الصدارة في استخدام التطبيقات (كما هو موضح في الصورة رقم 11)، ثم تطبيق Tik Tok الذي يتصدر تطبيقات التفاعلية عن طريق المقاطع القصيرة التي تعتبر سمة التطبيق الأولى.

الصورة رقم 11: ترتيب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لسنة 2024



المصدر: موقع اليوم السابع¹

1- مؤنس حواس، فيس بوك يتصدر ب 3 مليار مستخدم أبرز منصات السوشيال ميديا إنتشاراً في العالم، نفس المرجع

- استنتاج :

تبين إثر تحليل النتائج الخاصة بعادات استخدام الصورة المتحركة وجود أنماط جديدة لاستخدام الصور عبر الهاتف الذكي. وهي مرتبطة ارتباطاً كلياً بمقتضيات العصر وما خلفته الهواتف الذكية من ممارسات وعادات استخدام نذكرها كالتالي:

- معظم المبحوثين يمتلكون هاتفاً متعدد الكاميرات بنسبة 75%، إذ تهتم عينة الدراسة بالتحديث التقني المصاحب للهواتف الذكية الذي اكتسح حياة الشباب. ولم تعد تلبي حاجيات محدودة وإنما تتجدد الحاجيات بتجدد سيرورة الاستخدام المكثف والغير محدود.

- الصور المتحركة الأكثر التقاطاً هي "السالفي" بنسبة 75.7% بتفاوت بسيط بين الإناث بنسبة 39.3% والذكور 36.3%، كميزة وفرتها الكاميرا الأمامية للهواتف الذكية والتي ظهرت في الجيل الرابع للهواتف الذكية وتم تعديلها بقياسات عالية الجودة في الجيل الرابع والخامس. والملاحظ التأثير القوي لصور "السالفي" على استخدامات التصوير والذي يتطابق أيضاً مع تحديّات تطبيقات الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي بخاصية البث المباشر.

- يُشاهد معظم أفراد عينة الدراسة الصورة المتحركة على هواتفهم الذكية بصفة بنسبة 56.7% حيث تبين أن نسبة الإناث 37.6% من مجموع الاستخدام الكلي بوتيرة مستمرة وحاجيات متجددة.

- تُفضل مشاهدة الصورة المتحركة في الفترة المسائية بنسبة 70.7% تكاد تكون متساوية بين الجنسين. وهو توقيت الفراغ والراحة بالنسبة لأغلبية عينة الدراسة خاصة للذين يمارسون أعمالهم في الفترة الصباحية كالطلبة والموظفين.

- متوسط ساعات استخدام الصور المتحركة هو أكثر من ثلاث ساعات في اليوم بنسبة **38.3%**، مما يبين هوس هؤلاء لهذا الاستخدام، كحاجيات متجددة لدى صناع المحتوى وفئة البث المباشر والفئة التي تُشاهد وتتفاعل مع مقاطع الفيديو عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- أكثر التطبيقات التي يُشارك بها الشباب صوراً متحركة هو **Facebook** بنسبة **33.33%**، بالأخص بعد التحديثات التي عُني بها التطبيق كالبث المباشر (video live)، وخاصة مشاركة الأصدقاء اللحظة (collages)، ثم تطبيق **Tik Tok** في الترتيب الثاني بنسبة **20%** نظراً لميزة البث القصير للمقاطع والإغراءات المادية للتطبيق.

الفصل الثاني:

أسباب استخدام الشباب للصورة في الهاتف النقال الذكي

تمهيد

1. 1 عرض وتحليل النتائج

1. 2 الاستنتاج

الفصل الثاني: أسباب استخدام الشباب للصورة المتحركة في الهاتف الذكي

- تمهيد:

نشأت ثقافة الصورة الإلكترونية على تقنيات غاية في السرعة واختراق المكان بعيداً عن أي محلية أو جغرافية منفردة. وهي ثقافة يرجح مصطفى حجازي أنها "ستكون المرجعية الثقافية الأساسية للأجيال الطالعة"¹. وبالفعل، أصبحنا نعيش في عصر ثقافة الصورة المدهشة والمهيمنة على مختلف الأنشطة خاصة مع انتشار التقنيات الحديثة وتطور الهواتف الذكية وما صاحبها من تحديثات وتقنيات التقاط وصناعة الصور، حيث طغى استخدام الصور الرقمية والفيديوهات التفاعلية.

وسنعرض من خلال هذا الفصل النتائج المتعلقة بأسباب استخدام الشباب للصورة المتحركة

عبر هواتفهم الذكية من خلال المحاور الموالية:

- نوع الصور المتحركة المتابعة عبر الهاتف النقال الذكي
- الهدف من استخدام الصور المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي
- الغاية من التقاط الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي
- وتيرة التقاط الصورة المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي
- استخدام برامج تعديل الصور
- الحاجات التي يتم إشباعها عند التعامل مع الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي

¹ - تسنيم مفضي العوني، مرجع سبق ذكره، ص 37.

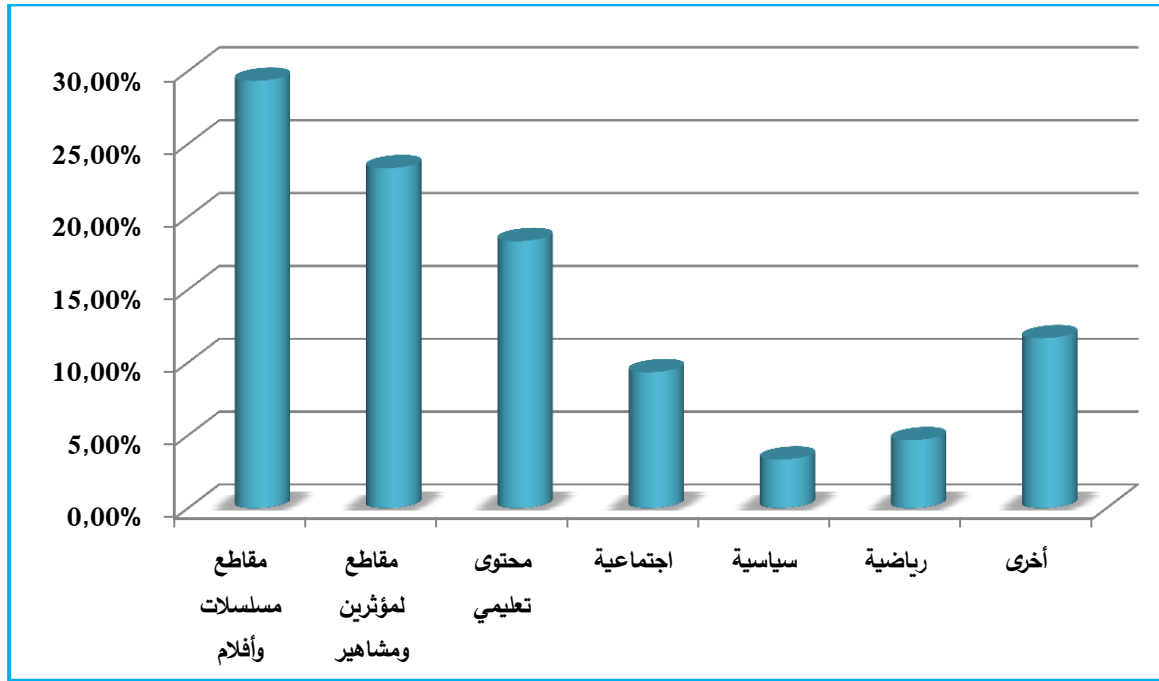
1-1 عروض وتحليل النتائج:

الجدول 12: يمثل توزيع نوع الصور المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي

المجموع		الجنس				الجنس ما نوع الصور المتحركة التي تستهويك متابعتها عبر هاتفك الذكي
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	
29.33%	88	11%	33	18.33%	55	مقاطع مسلسلات وأفلام
23.33%	70	9%	27	14.33%	43	مقاطع لمؤثرين ومشاهير
18.33%	55	10%	30	8.33%	25	محتوى تعليمي
9.33%	28	3.66%	11	5.66%	17	اجتماعية
3.33%	10	2.33%	7	1%	03	سياسية
4.66%	14	3.33%	10	1.33%	04	رياضية
أخرى						
3.66%	11	2.33%	07	1.33%	04	مقاطع دينية
3.32%	10	1.66%	05	1.66%	05	إعلانات وتسويق، سياحة وأسفار
3%	09	1.66%	05	1.33%	04	مقاطع ترفيهية، موسيقى وألعاب إلكترونية
1.66%	05	1%	03	0.66%	02	أحداث محلية وأخبار دولية
100%	300	44.31	138	53.96%	162	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 13: يمثل توزيع نوع الصور المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 12 والشكل 13 نوع الصور المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي. وجاءت مقاطع لمسلسلات وأفلام بأعلى نسبة 29.33% ظهرت بأعلى نسبة لدى الإناث 18.33% وأقل نسبة لدى الذكور 11%، وذلك لكون أغلب تطبيقات الهاتف الذكي توفر هذه الخاصية وأيضا المنصات الاجتماعية عبر عرض مقاطع ومقتطفات لمسلسلات وأفلام تستهوي الشباب متابعتها وهي أيضاً تلبي حاجياتهم الترفيهية، عن طريق الاشتراك في بعض قنوات العرض واقتناء تطبيقات خاصة بعرض الأفلام والمسلسلات مثل تطبيق Netflix المتخصص في عرض باقات الإنتاج السينمائي العالمي. " فالصورة السينمائية علامة سيميائية بامتياز، وأيقونة بصرية تنقل الواقع حرفياً أو خيالياً. ويعني أن الصورة قد تكون متخيلاً فنياً

وجمالياً، وقد تكون وثيقة تقريرية مباشرة¹، وتشكل رغبة مستمرة بالنسبة لفئة الشباب خاصة لدى الإناث منهم بحيث يتفاعلن عبر مقاطع الأفلام والمسلسلات.

وأصبحت تشكل ثقافة رمزية في أوساط الأجيال الجديدة والتأثر بالمحتوى السينمائي المعروض بشكل كبير وسمة من سمات التحول الثقافي وتأثر الشباب بالثقافات الدخيلة على المجتمعات العربية.

ثم تم تسجيل نسبة 23.33% في المرتبة الثانية من الذين أجابوا بأنهم يفضلون المحتوى التعليمي للصور المتحركة المسيرة عبر الهاتف الذكي، موزعين بين الذكور بنسبة 14.33% والإناث بنسبة 9%، نظراً لكون أغلب أفراد عينة الدراسة كانوا من الطلبة، بحيث يتم استخدام ومتابعة المحتوى التعليمي بمختلف أشكاله. فالهاتف الذكي يساعد الطلبة في تأدية أبحاثهم العلمية وتبادل الملفات العلمية والمعرفية لكون أجيال الهاتف الذكي الجديدة (G4 و G5) تحمل جملة من الخصائص كسرعة تبادل الملفات المضغوطة والرقمية وسعة التخزين وعن طريق الإنترنت تحديد المواقع والخرائط والبحوث الرقمية المختلفة، والحصول على المعلومات الدقيقة والولوج إلى المنصات العلمية العالمية والاشتراك في الجامعات، واقع تؤكد ضمن إجابة أحد المبحوثين رقم 10 طالب جامعي سنة ثالثة تدريب رياضي 22 سنة حول مميزات الهاتف الذي يمتلكه الذي صرح قائلاً:

1- آمال قاسمي، الصورة البصرية بين الاسهامات البحثية وتمظهرات المعنى، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد6، العدد1، سبتمبر 2018، ص. ص 99-120.

" نوع هاتفي iPhone14 pro max. سبب امتلاكي لهذا الهاتف هو أنّ شكله جميل وجذاب وآخر صيحة في مودل أيفون. اشتريته لأن به مميزات لا توجد في هاتف آخر: البطارية ليثيوم-أيون مدمجة قابلة لإعادة الشحن، سعة التخزين تصل حتى G512 (جيغا أوكتي) وشاشته ذات دقة عالية في العرض (Ecran Retina super XDR) مع خاصية انسجام الألوان، ومتعدد الكاميرات الرئيسية بوضوح MP 48 مع كاميرا واسعة للغاية بوضوح MP 12 (ميغا بيكسيل)".

والملاحظ أنّ الطالب على دراية تامة بخصائص هاتفه قبل اقتنائه لأنه يوفر له مميزات خاصة ويساعده بشكل كبير في تأدية أعماله العلمية ونشاطاته اليومية وأيضا التباهي به أمام أصدقائه، "خاصة بعدما أصبحت شاشات تلك الهواتف ذات قياسات كبيرة نسبياً وقادرة أيضاً على تسجيل الفيديو واستعراض الصور بطريقة جذابة. وقدرة مشاركة شاشته مع الشاشات الأكبر مثل أجهزة التلفاز العالية الوضوح والحواسيب اللوحية"¹، بالإضافة إلى تطبيقات الهاتف الذكي التي يتفاعل الطلبة من خلالها وتسمح لهم بإنشاء مجموعات تعليمية تسهل تبادل الملفات والتفاعل من خلالها. ثم احتلت نسبة 18.33% الترتيب الثالث من حيث الصور المسيرة عبر الهاتف الذكي الخاصة بمقاطع لمشاهير ومؤثرين موزعة بين الإناث بنسبة 14.33% والذكور بنسبة 9%. وهي نسبة جد متقاربة مع نسبة الصور الخاصة بالمحتوى التعليمي، حيث استخدام ومشاركة مقاطع المؤثرين والمشاهير أصبحت محور اهتمام الكثيرين من فئة الشباب الذين يهتمون بمتابعة أخبار

1- الهاتف الذكي.. عصر ما بعد الحاسوب الشخصي، موقع aljazeera.net، (18/5/2014)، أطلع بتاريخ 2022/7/21 بتوقيت

01:10 متاح على الرابط

<https://www.aljazeera.net/tech/2014/5/18/%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A-%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D9%85%D8%A7-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A>

المشاهير والمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثر بهم بشكل مباشر في مختلف تفاصيل الحياة. وبات الاقتداء بالمؤثرين والمشاهير يخرق جميع الثقافات والهويات في المجتمعات وخاصة العربية منها، نظراً للتعرض المكثف لتلك المقاطع ودعم منصات التواصل الاجتماعي لهم بشكل دائم بعرض إغراءات مادية التي تعود بزيادة عدد المتابعين وزيادة المداخل المادية أيضاً. هذا من جهة. ومن جانب آخر يعتبر الشباب مشاركة ومتابعة مقاطع المؤثرين سمة من سمات العصر تدعم لغة التواصل والتفاعل من خلال صور متحركة تُسجل مقتطفات للكثير من الفنانين والرياضيين وغيرهم، حيث تختلف مشاركة مقاطعهم بين الإناث والذكور؛ فلكل جنس اهتماماته الخاصة.

أما في الترتيب الرابع فسجلنا نسبة **9.33%** لمن أجابوا بأنهم يتابعون مقاطع اجتماعية من خلال الصور المتحركة في الهاتف الذكي موزعة بين الإناث بنسبة **5.66%** والذكور **3.66%**. وهي التي تُعنى بمختلف المقاطع التي تخص مختلف القضايا والمواضيع الاجتماعية التي يتم عرضها على منصات التواصل الاجتماعي وتتلقى تفاعلاً كبيراً ضمن المجموعات والحسابات الشخصية. ففئة الشباب كباقي فئات المجتمع لها اهتمامات اجتماعية وخاصة تلك التي تهمهم بشكل مباشر سواء لدى الإناث أو الذكور منهم. وفي المرتبة الخامسة بنسبة **4.66%** جاءت إجابات المبحوثين الذين يشاهدون المقاطع الرياضية عبر الهاتف الذكي، بأعلى نسبة كانت بأعلى نسبة للذكور **2.33%** وبنسبة **1%** للإناث. وهي نسب ضئيلة مقارنة مع النسب الأولى حيث أنّ الاهتمام بالمقاطع الرياضية والسياسية يخص فئة محدودة من الشباب والتي يعنى بها الذكور أكثر

من الإناث ممن تستهويهم متابعة المواضيع الرياضية والسياسية وأخبار الرياضيين والأحداث السياسية. وفي الأخير تم تسجيل نسبة 11.66% من الذين أجابوا بأنهم يشاهدون صوراً متحركة أخرى عبر هواتفهم الذكي. وضمن جملة المقاطع التي يتابعها أفراد عينة الدراسة ظهرت المقاطع الدينية في الترتيب الأول بنسبة 3.66% وهي من أولى اهتمامات الشباب لمتابعة القراءات المختلفة للآيات القرآنية ومحتوى ديني هادف. ثم الإعلانات والتسويق والسياحة والأسفار بنسبة 3.66%. وكانت المقاطع الترفيهية والموسيقى والألعاب الإلكترونية بنسبة 3.33%، حيث أنّ لكل فئة ميولاته الخاصة في استخدام ومتابعة ومشاركة موسيقاه الخاصة ضمن الاستماع وتحميل المقاطع ومشاركتها مع أصدقائه وأيضاً رنات الهاتف المميزة. وفي آخر ترتيب نجد من تهمه مقاطع لأحداث محلية وأخبار دولية بنسبة 1.66%.

والملاحظ أنّ تنوع المقاطع التي يتابعها أفراد عينة الدراسة متنوعة وتشمل جميع المجالات وهي توحى بالتأثير الكلي لاستخدام الصورة المتحركة من خلال الهواتف الذكية في الحيات اليومية للشباب ومختلف الأنشطة التي لا تكاد تخلو من استخدام الصورة المتحركة والتفاعل من خلالها، حيث أصبحت أيقونة بصرية تلخص مختلف اهتمامات الشباب في المجتمعات المعاصرة.

- الهدف من استخدام الصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي:

الجدول 13: يمثل توضيح الهدف من استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة

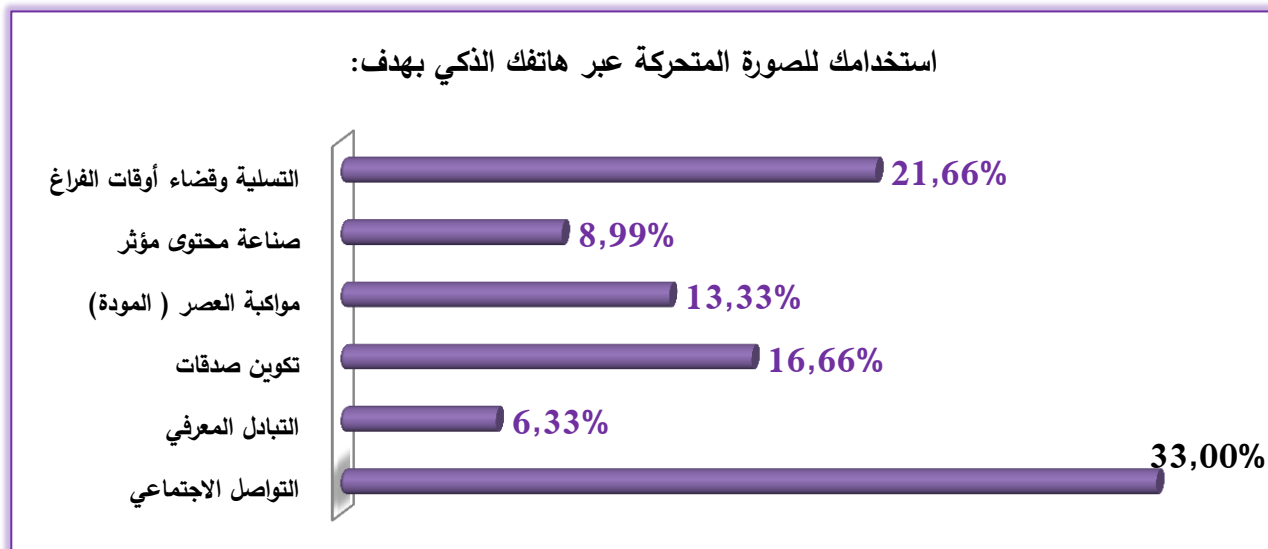
عبر الهاتف الذكي

المجموع	الجنس				الجنس	استخدامك للصور المتحركة عبر هاتفك الذكي بهدف
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
33%	99	15.66%	47	17.33%	52	التواصل الاجتماعي
6.33%	19	4%	12	2.33%	7	التبادل المعرفي
16.66%	50	7.66%	23	9%	27	تكوين صداقات
13.33%	40	5%	15	8.33%	25	مواكبة العصر (الموضة)
8.99%	27	5.66%	17	3.33%	10	صناعة محتوى مؤثر
21.66%	65	11.66%	35	10%	30	التسلية وقضاء أوقات الفراغ
100%	300	49.64%	149	50.32%	151	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 14: يمثل توضيح الهدف من استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة

عبر الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 13 والشكل 14 أهداف استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة. وجاء في الترتيب الأول بهدف التواصل الاجتماعي بأعلى نسبة مقدرة ب 33% موزعة بين الإناث بنسبة 17.33% والذكور بنسبة 15.66%، بتفاوت بسيط بين الجنسين. وهي ميزة توفرها تطبيقات الهواتف الذكية للتواصل والتفاعل الاجتماعي على مختلف منصات التواصل الاجتماعي والتي تنعكس على طبيعة الممارسات الاجتماعية. ويظهر ذلك ضمن مجموعات مختلفة الانتماء التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة، حيث أصبح التواصل الاجتماعي افتراضيا غير واقعي يتم فيه تبادل المقاطع المصورة للتعبير عن حالات اجتماعية معينة ونقل الواقع إلى الفضاء الافتراضي. فقد تحولت الروابط الاجتماعية الواقعية إلى روابط رقمية افتراضية. وتكمن أهداف التواصل الاجتماعي إلى تحقيق وجود افتراضي لا غير وهذا ما يستهويه الشباب من كلا الجنسين في المجتمعات المعاصرة بغية إشباع حاجياته الاجتماعية والنفسية من خلال تحقيق الانتماء والتواجد الدائم على منصات التواصل الاجتماعي ومشاركة مختلف أنشطته اليومية عبر تلك المنصات. ثم في الترتيب الثاني جاءت مشاركة الصور المتحركة بهدف التسلية وقضاء أوقات الفراغ بنسبة 21.66% موزعة تقريبا بالتساوي بين الذكور بنسبة 11.66% والإناث بنسبة 10%، بحيث يختلف المحتوى الذي يفضله الشباب كمقاطع للتسلية من فئة إلى أخرى ومن مجموعة لأخرى ومن جنس لآخر. والملاحظ أنّ النسبة مرتفعة مقارنة مع النسب الأخرى وهو مؤشر على أنّ من أهم استخدامات الشباب للصور المتحركة هو بهدف التسلية وقضاء أوقات الفراغ وذلك قد يعرج بهم إلى استخدام مقاطع غير هادفة وعدم استغلال أوقات الفراغ في الأشياء المهمة أو التحصيل

الدراسي وأداء النشاطات الخاصة. أمّا في الترتيب الثالث فتم تسجيل نسبة 16.66% من الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي بهدف تكوين صداقات موزعة بين الإناث بنسبة 9% والذكور بنسبة 7.66%. وهي مؤشر لإشباع حاجيات الشباب النفسية والاجتماعية من خلال الانفتاح على الآخر وعلى مختلف الثقافات العالمية عن طريق التقارب الزمني والمكاني الذي توفره التكنولوجيات الحديثة في الهواتف الذكية وخدمات منصات التواصل الاجتماعي، حيث يتحقق تكوين صداقات جديدة وانتقال التقارب الاجتماعي الواقعي إلى تقارب افتراضي ضمن مجموعات مختلفة الانتماء. أمّا في الترتيب الرابع فجاءت نسبة 13.33% من الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي بهدف مواكبة العصر (الموضة) حيث ظهرت أعلى نسبة لدى الإناث 8.33% و الذكور بأقل نسبة ممثلة بـ 5%. وهي نسبة مرتفعة مقارنة مع النسب المئوية، حيث استخدام ومشاركة الصورة المتحركة هو أحد متطلبات العصر وكرمز من رموز التحضر والسلوك الاجتماعي الراقى الذي يتباهى به الشباب خاصة لدى الإناث، من خلال عدد المقاطع المسجلة على هواتفهم الذكية وعدد المقاطع المشارك بها على مجموعات الانتماء وعلى منصات التواصل الاجتماعي. وينسب مقارنة سجلنا 8.99% و 6.33% من الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي بهدف صناعة محتوى مؤثر والتبادل المعرفي. وهم فئة قليلة ممن يستخدمون الصور المتحركة بهدف إنشاء محتوى مؤثر والتفاعل من خلاله مع الآخرين. وآخر ترتيب خص استخدام المقاطع الخاصة بالصور المتحركة عبر الهاتف الذكي بهدف التبادل المعرفي. وبالرغم من أنّ جُلّ أفراد عينة

الدراسة هم من الطلبة إلا أنّ استخدام الصور المتحركة بُغية التبادل المعرفي احتلت آخر نسبة. وهي توحى بعدم اهتمام الشباب بالمحتوى الهادف وانشغالهم بالمحتويات السطحية والترفيهية وللتسلية فحسب.

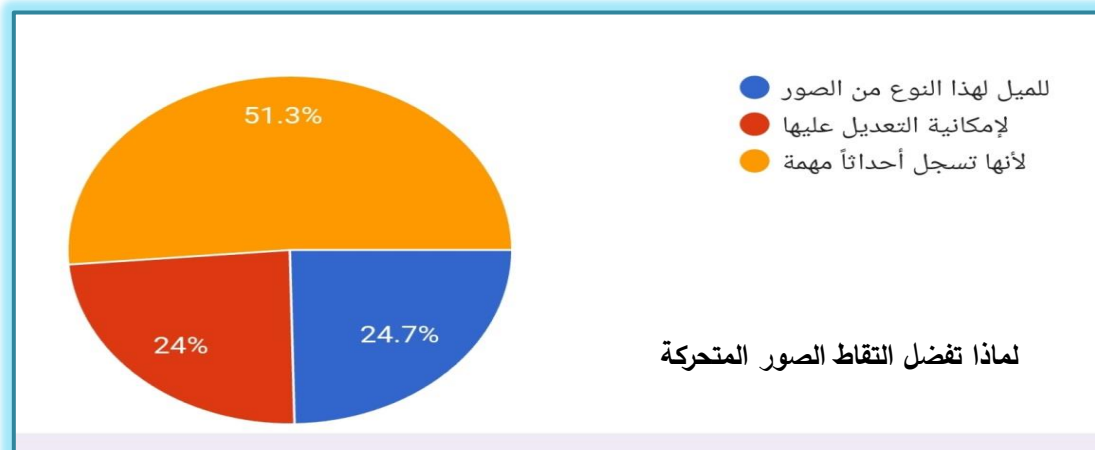
- الغاية من التقاط الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي:

الجدول 14: يوضح الغاية من التقاط الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة

المجموع		الجنس				الجنس	تفضيل التقاط هذه الصور
		ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك		
24.7%	74	16.33%	49	8.33%	25		للميل لهذا النوع من الصور
24%	72	11%	33	13%	39		لإمكانية التعديل عليها
51.3%	154	25%	75	26.33%	79		لأنها تسجل أحداثاً مهمة
100%	300	52.33%	157	47.66%	143		المجموع

المصدر: بيانات الإستبيان، 2024.

الشكل 15: يوضح الغاية من التقاط الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة:



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يتضح من خلال الجدول 14 والشكل 15 أنّ أهم دافع لالتقاط الصور المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي هو أنّها تُسجل أحداثاً مهمة بنسبة 51.3% ظهرت تقريباً متساوية بين الإناث بـ 26.33% والذكور بـ 25%. وتختلف طبيعة الأحداث المهمة من شاب إلى آخر ومن جنس لآخر، حسب درجة الأهمية وطبيعة المواضيع التي تحملها الأحداث منها: الاجتماعية والسياسية والمناسبات الشخصية والعائلية... الخ. أمّا التفضيل الثاني فهو للميل لهذا النوع من الصور بنسبة 24.7% والتي ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ 16.33% وبأقل نسبة لدى الإناث 8.33%، بحيث إنّ الصور المتحركة تجمع بين عدة مؤثرات: الحركة والصوت والصورة في آن واحد وتحمل تفاصيل في طياتها. ويمكن توثيق اللحظة من خلالها ونقل الوقائع والأحداث كما هي في صورتها الحقيقية وهي جد مهمة بالنسبة للذكور أكثر من الإناث كما وضحته النسب السابقة الذكر.

وفي الأخير يُفضلها أفراد عينة الدراسة لإمكانية التعديل عليها بنسبة 24%، موزعين بين الإناث بنسبة 13% والذكور بنسبة 11%، وهما نسبتان متقاربتان مع سابقتها إذ إنّ فئة الشباب المهتم بالتقاط الصور المتحركة فئة قليلة وهم بشكل عام من صنّاع المحتوى المرئي والفئة التي تفضل إجراء تعديلات على المقاطع المصورة كتغيير الألوان وتعديل الإضاءة وإضافة مقاطع الموسيقى والنصوص المكتوبة وتركيب المقاطع المتداخلة. وهم أيضاً الفئة المهمة ببرامج تركيب الصور والمقاطع القصيرة ومشاركتها مع مجموعات الأصدقاء ونشرها على الصفحات الشخصية.

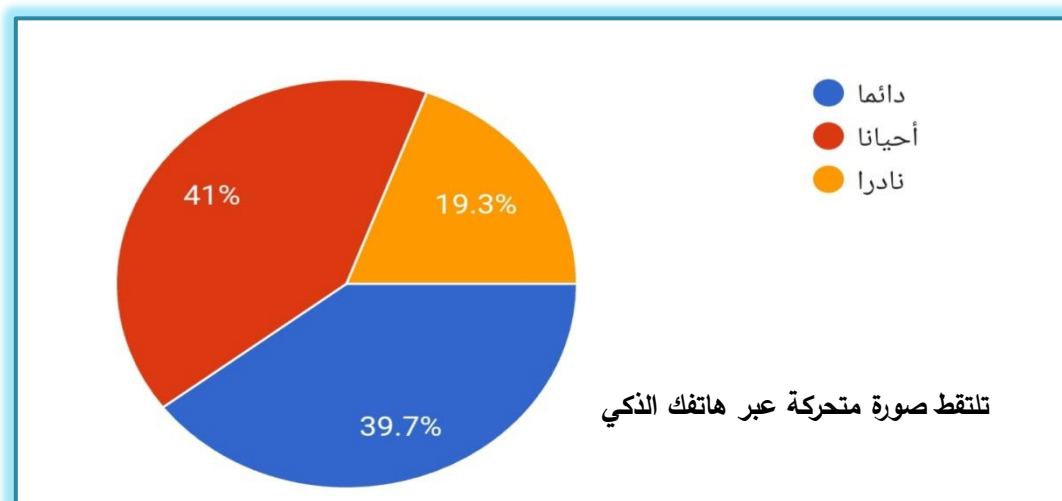
- وتيرة التقاط الصورة المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي:

الجدول 15: يمثل وتيرة التقاط الصورة المتحركة لدى عينة الدراسة

المجموع		الجنس				الجنس
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	تلتقط صورة متحركة عبر هاتفك الذكي
39.7%	119	19.33%	58	20.33%	61	دائما
41%	123	23.33%	70	17.66%	53	أحيانا
19.3%	58	12.33%	37	7%	21	نادرا
100%	300	54.99%	165	44.99%	135	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 16: يمثل وتيرة التقاط الصورة المتحركة لدى عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 15 والشكل 16 وتيرة التقاط أفراد عينة الدراسة للصور المتحركة عبر

هواتفهم الذكية، حيث أجاب معظم المبحوثين بأنهم لا يلتقطون الصور عبر هواتفهم بشكل منتظم

بنسبة مقدرة ب 41%، موزعة بين الذكور بنسبة 23.33% والإناث بنسبة 17.66%. وهي نسبة معتبرة يمثلها أولئك الذين يلتقطون صوراً متحركة بوتيرة غير ثابتة حسب الحاجات المراد إشباعها. وتختلف حاجات الشباب من فئة إلى أخرى. أما الفئة التي تلتقط صوراً بصفة دائمة فجاءت بنسبة 39.7%، موزعة تقريبا بالتساوي بين الإناث بنسبة 20.33% والذكور بنسبة 19.33%. وهم من الفئة التي لها حاجات دائمة ومستمرة لاستخدام التقاط الصور المتحركة. ويحقق ذلك بالنسبة إليهم إشباع حاجات مختلفة سواء النفسية أو الاجتماعية أو المعرفية....

وتعتبر هذه الفئة هي التي تتفاعل بشكل مستمر مع الصور المتحركة وخاصة عبر التطبيقات التي تُعنى بصناعة المقاطع القصيرة ومشاركتها عبر الفضاءات الرقمية.

في حين جاءت فئة المستخدمين النادر لالتقاط الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي بنسبة 19.3%، موزعة بين الذكور بأعلى نسبة 12.33% والإناث بأقل نسبة 7%. وهم من الفئة التي قلما تلتقط صوراً متحركة والتي ليس لها اهتمام دائم بالتقاط الصور عبر الهاتف النقال الذكي إلا للضرورة، خاصة لدى فئة الذكور الذين يُفضلون مشاهدة المحتوى المعروض على منصات التواصل الاجتماعي دون المبادرة إلى المشاركة أو التفاعل من خلال صنع محتوى أو التقاط مقاطع قصيرة.

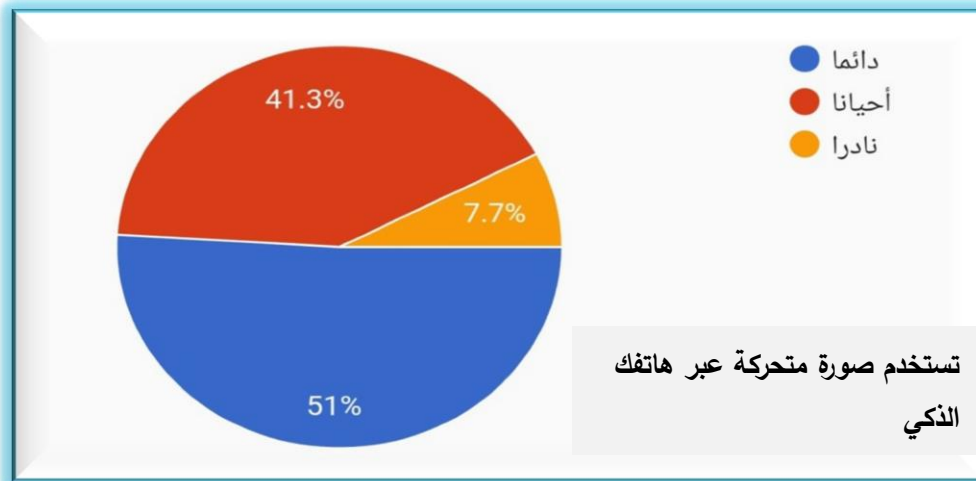
- وتيرة استخدام الصور المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي:

الجدول 16: يمثل توزيع وتيرة استخدام الصورة المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي

المجموع		الجنس				استخدام الصورة عبر هاتفك الذكي
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	
51%	153	24.33%	73	26.66%	80	دائما
41.3%	124	23%	69	18.33%	55	أحيانا
7.7%	23	4.33%	13	3.33%	10	نادر
100%	300	51.66%	155	48.32%	145	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 17: يمثل توزيع وتيرة استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 16 والشكل 17 توزيع وتيرة استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة

فجاءت الفئة التي دائما تستخدم هذا النوع من الصور عبر الهاتف الذكي بأعلى نسبة مقدرة ب

51%، موزعة بين الإناث بنسبة 26.33% والذكور بنسبة 24.33%. وهم فئة الشباب الذين

لديهم استخدام دائم ومستمر للصور المتحركة عبر هواتفهم الذكية، سواء الملتقطة عبر كاميرات هواتفهم الذكية أو تلك التي يتفاعلون ويتخاطبون من خلالها عبر منصات التواصل الاجتماعي أو المجموعات التعليمية، أو تلك التي تُدَوّن مختلف المناسبات العائلية ومختلف الأحداث اليومية لديهم. فهي تشبع حاجات مختلفة لديهم وقد تتعدى مرحلة الإشباع إلى هوس الاستخدام والحاجات المتجددة بتجدد الحاجة إلى الاستخدام مع كل تحديث للهواتف الذكية أو تطبيقات استخدام وتبادل المقاطع المصورة، وذلك ما تقتضيه متطلبات العصر عبر التعبير عن مختلف حاجات الشباب لكلا الجنسين الاثنين عن طريق التقاط مقطع مرئي مصور.

ثم تم تسجيل فئة من المستخدمين الذين أقرّوا بأنهم يستخدمون هذا النوع من الصور عبر الهاتف الذكي في بعض الأحيان بنسبة 41.7%، موزعة بين الذكور بنسبة 23% والإناث 18.33%.

وهي تمثل فئة الشباب التي ليس لها استخدام ثابت وإنما مذبذب، ولكنه موجود ويبقى معلقاً حسب حاجة كلا الجنسين إلى استخدام المقاطع المصورة.

أمّا فئة الذين يستخدمون نادراً هذا النوع من الصور فجاءت بنسبة ضئيلة مقدرة بـ 7.7%، موزعة بين الذكور بنسبة 4.33% والإناث بنسبة 3.33%. وهم الفئة التي نادراً ما تستخدم الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي لأنه لديها أولويات أخرى. وبالرغم من أنّ النسبة ضئيلة إلا أنّ هناك استخدام بسيط للمقاطع المرئية حتى من خلال التعرض إليها عبر مختلف

المنصات أو تلك التي يتصادف استخدامها في حاجات متغيرة ولكنها تحقق نسبة من الاستخدام لا يمكن إلغاؤها.

- استخدام برامج تعديل الصور:

الجدول 17: يمثل استخدام برامج تعديل الصور لدى أفراد عينة الدراسة أثناء إنتاج

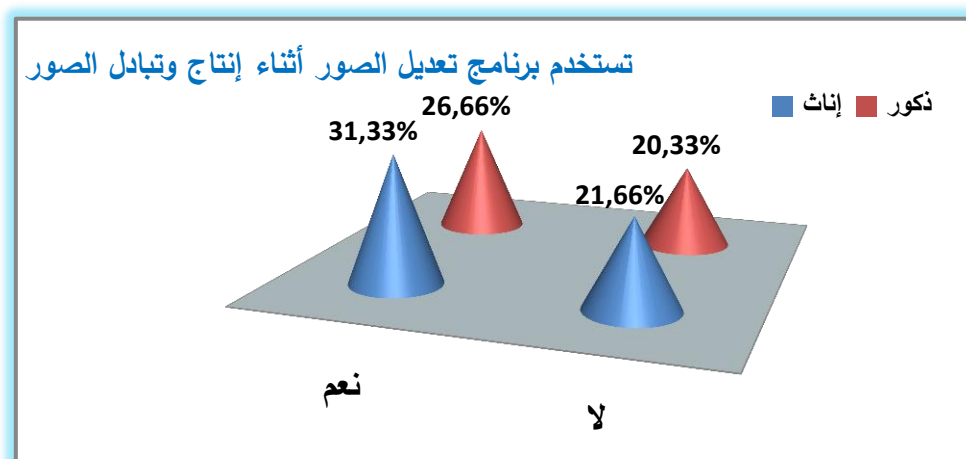
وتبادل الصور المتحركة

المجموع		الجنس				الجنس
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	تستخدم برنامج تعديل الصور أثناء إنتاج وتبادل الصور
%58	174	%26.66	80	%31.33	94	نعم
%42	126	%20.33	61	%21.66	65	لا
%100	300	%47	141	%53	159	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 18: يمثل استخدام برامج تعديل الصور لدى أفراد عينة الدراسة أثناء إنتاج وتبادل

الصور المتحركة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الملاحظ من خلال الجدول 17 والشكل 18 أن معظم المبحوثين ممثلين بنسبة 58% أجابوا بأنهم يستخدمون برنامج تعديل الصور أثناء إنتاج وتبادل الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي، موزعين بين الإناث بنسبة 31.33% والذكور بنسبة 26.66%، حيث أغلبهم من اللذين لديهم هوس الاستخدام ولهم أيضاً دوافع مادية، وهم على دراية كافية بمحتوى برامج تعديل الصور وتطبيقات صناعة المقاطع القصيرة. وهذا ما تؤكد إجابة إحدى المبحوثين (رقم 12) طالبة جامعية، سنة ثانية إعلام واتصال 20 سنة قائلة:

" نعم أستخدم الكثير من تطبيقات للتصميم وتعديل الصور من أجل صور لي تحتاج تعديل وتطبيقات لي تصنع فيديوهات مثل Capcut وغيره".

وفي ذات السياق، يؤكد مبحث آخر (رقم 17) متحصل على ليسانس في العلوم الاقتصادية، عامل حر، 26 سنة قائلًا:

" أحياناً أستخدم Filtre عند التقاط بعض الصور، لتعديل بعض العيوب بالصور والخلفيات".

وهنا تظهر تفضيلات تركيب الصور المتحركة ضمن المؤثرات الصوتية والخلفيات الملونة والتحكم بشدة الإضاءة وسهولة دمج أكثر من مقطع والقيام بتقطيعات مختلفة، بالإضافة إلى مجانية بعض التطبيقات، مما يسهم في زيادة عدد المستخدمين لها بشكل غير مسبق، ويؤكد عدم سلبيتهم ومعرفتهم الدقيقة بهذه المسائل التقنية.

أما الفئة التي لا تستخدم برامج تعديل الصور في الهاتف الذكي فكانت بنسبة 42%، موزعة بين الإناث بنسبة 21.66% والذكور بنسبة 20.33%. وهم بالتأكيد ليسوا مهوسين بهذا الاستخدام ويستقبلون ويتفاعلون مع المقاطع المصورة دون الحاجة إلى تعديلها، ويكتفون بها بنفس درجة الالتقاط وأغلبهم ممن لديهم هواتف تحتوي على كاميرا عالية الجودة، أو متعدد الكاميرات حيث الصور المأخوذة لا تحتاج إلى تعديل فهي ملتقطة بجودة عالية.

- الحاجات التي يتم إشباعها عند التعامل مع الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي:

الجدول 18: يمثل توزيع الحاجات التي يحس أفراد عينة الدراسة بإشباعها عند التعامل

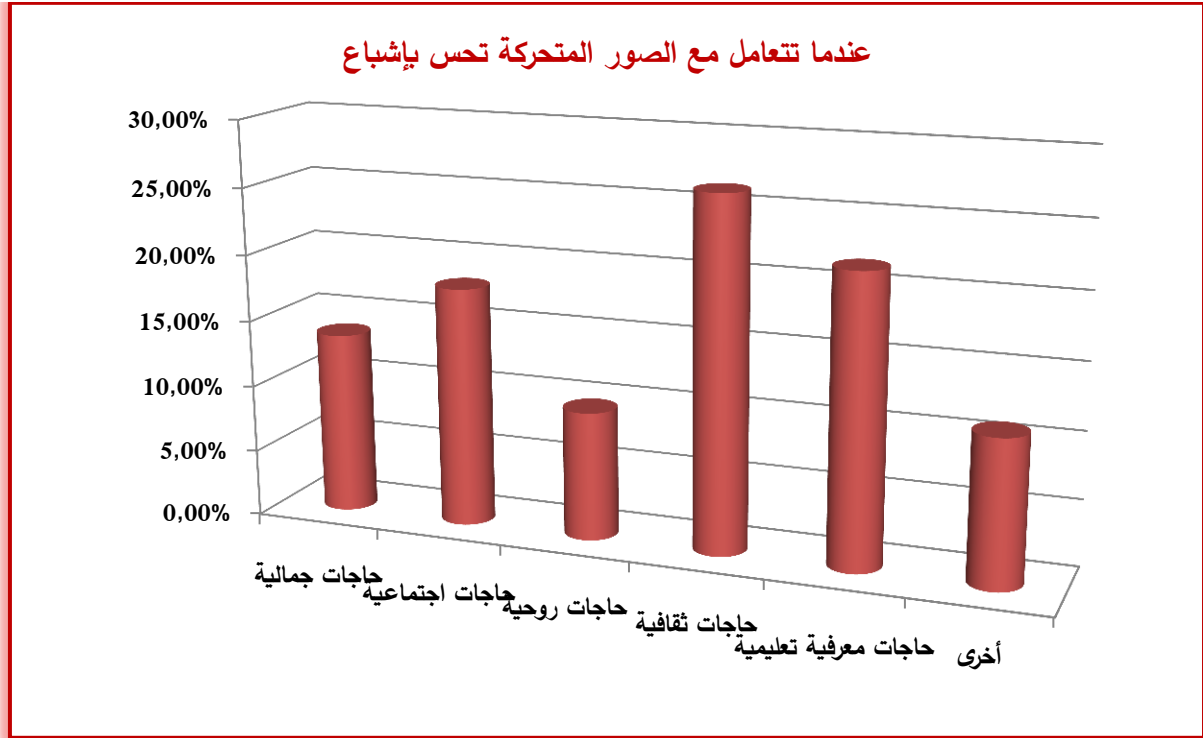
مع الصور المتحركة

المجموع		الجنس				الجنس عندما تتعامل مع الصور المتحركة عبر هاتفك الذكي هل تحس بإشباع
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	
13.66%	41	5.66%	17	8%	24	حاجات جمالية
17.66%	53	9.33%	28	8.33%	25	حاجات اجتماعية
9.66%	29	3.33%	10	6.33%	19	حاجات روحية
26.33%	79	14.33%	43	12%	36	حاجات ثقافية
21.66%	65	11.66%	35	10%	30	حاجات معرفية تعليمية
						أخرى
4.33%	13	2.66%	08	1.66%	05	حاجات ترفيهية وتسلية
3.66%	11	1.66%	05	2%	06	اكتساب معارف جديدة
03%	09	02%	06	01%	03	حاجات سياحية ورياضية
100%	300	50.63%	154	49.32%	148	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 19: يمثل توزيع الحاجات التي يحس أفراد عينة الدراسة بإشباعها عند التعامل

مع الصور المتحركة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 18 والشكل 19 توزيع الحاجات التي يقوم بإشباعها أفراد عينة الدراسة من خلال التعامل مع الصور المتحركة، حيث جاءت الحاجات الثقافية بأعلى نسبة مثلت 26.33% موزعة بين الذكور بنسبة 14.33% والإناث بنسبة 12%. وهي تشمل الانفتاح على مختلف الثقافات العالمية والتبادل الثقافي الذي فتحته فرص التقارب الزمني والمكاني بين مختلف شعوب العالم وما تفرضه التكنولوجيات الحديثة، حيث أصبح للأفراد حاجات ثقافية متجددة وهي حب معرفة الآخر والاطلاع على مختلف الثقافات العالمية. هذا من جانب ومن جانب آخر هنالك حاجة ملحة للتقارب الفكري والثقافي لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي. ولعل فئة الشباب

من بين أفراد المجتمع الأكثر اهتماماً بهذا المجال. ويتجسد التبادل الثقافي في التفاعل مع مختلف المقاطع المصورة التي يتم مشاركتها عبر تطبيقات الهواتف الذكية التي تحمل صورة مصغرة عن مختلف الثقافات العالمية. ثم ثاني نسبة تخص الحاجات المعرفية التعليمية بنسبة **21.66%** ظهرت موزعة بين الذكور بنسبة **11.66%** والإناث **10%**. وهي حاجات ذات أهمية بالغة خاصة بالنسبة لفئة الطلبة متجددة حسب المستوى التعليمي لدى أفراد العينة، "وهناك مجموعات من التطبيقات المستخدمة للتعليم عن بعد. وبالنسبة للمعلمين فإن تخطي تكاليف السفر عن طريق تخلي زيارة الطلاب يجعل الوظيفة أكثر ربحية. ويمثل وجود الهاتف المحمول وجود أكبر مكتبة مرجعية في العالم في كل مكان نذهب إليه، كما يمكنك البحث عن أي معلومة في أي وقت طالما كان لدينا اتصال بالإنترنت"¹.

أما بالنسبة للفئة المتبقية من غير الطلبة فلم حاجات معرفية من خلال المقاطع التي يتعرضون لها ذات المحتوى المعرفي المختلف. وهي تشمل مقاطع معلومات جديدة في جوانب عدة. أما النسبة الثالثة فكانت لتحقيق حاجات اجتماعية بنسبة **18%** موزعة بين الذكور بنسبة **9.66%** والإناث بنسبة **8.33%**. والحاجات الاجتماعية متعددة من تواصل وتقارب اجتماعي بين مختلف الشباب من كلا الجنسين سواء على منصات التواصل الاجتماعي أو لتكوين علاقات اجتماعية جديدة أو التفاعل مع مختلف الأحداث الاجتماعية التي يتم عرضها عبر المقاطع المصورة.

1- Michel Hoon, op.cit.

في حين كانت الحاجات الجمالية في الترتيب الرابع بنسبة **13.66%** موزعة بين الإناث بنسبة **8%** والذكور بنسبة **5.66%**، علماً بأن الحاجات الجمالية تختلف بين الذكور والإناث؛ فلكل نظرتة الجمالية: بالنسبة للذكور تشمل المناظر الطبيعية والمقاطع السياحية وعالم السيارات. في حين جماليات الإناث عبارة عن باقات الأزياء والماركات العالمية وعالم المودة والتجميل. أمّا النسبة الخامسة فكانت تخص الحاجات الروحية بنسبة **9.66%** موزعة لدى الإناث بـ **6.33%** والذكور بـ **3.33%**. وتشمل المقاطع العاطفية والرومانسية التي يُشبع من خلالها الشباب حاجاته الروحية ويتم تبادلها بين الجنسين بصفة أكثر. وفي الأخير كانت حاجات أخرى بنسبة **11%** حددها أفراد عينة الدراسة كآلاتي: حاجات ترفيهية وتسلية بنسبة **4.33%** لدى الذكور بنسبة **2.66%** أمّا الإناث فقدرت بـ **1.66%**. وهي أولى الحاجات التي يقوم الشباب بإشباعها من خلال التعرض للمقاطع المصورة وتبادلها مع بعضهم البعض أو مع مختلف الشرائح في المجتمع. ويعتبر المحتوى الترفيهي من بين أغلب الحاجيات التي يسعى الشباب اليوم إلى تحقيقها وإشباعها من خلال التعامل مع آلاف المقاطع المصورة التي يطغى استخدامها عبر مختلف تطبيقات الهواتف الذكية. ثم لاكتساب معارف جديدة بنسبة **3.66%** لدى الإناث **2%**، أمّا الذكور بنسبة **1.66%**. وهي نسبة ضئيلة جداً مقارنة مع الحاجات الترفيهية. وتعتبر فئة قليلة من الشباب ممن يهتمون باكتساب معارف جديدة أو التعرض لصور متحركة تحمل معلومات جديدة. وفي آخر ترتيب نجد الحاجات السياحية والرياضية بأقل نسبة تمثلت في **3%** بأعلى نسبة عند الذكور **2%** والإناث بأقل نسبة **1%**. وهي تلك التي يتم عرضها وتبادلها على صفحات المؤثرين في الجانب

السياحي والمشاهير من الرياضيين والتي تستهوي فئة قليلة من الشباب الذين يميلون لهذا المحتوى خاصة الذكور منهم. والملاحظ أنّ طغيان المحتوى الترفيهي على المقاطع التي يتناولها الشباب يفوق مختلف الحاجات الأخرى، وذلك ما يعكس سطحية المحتوى الترفيهي على شبكات التواصل الاجتماعي الذي يندفع الكثير من الشباب إلى إعطائه أهمية عن المحتوى الهادف. ويعود ذلك إلى سلبيات استخدام المقاطع المصورة وعدم القدرة على التمييز بين المحتوى الهادف دون غيره .

- استنتاج :

تبين من خلال نتائج الدراسة أنّ استخدامات التصوير تشير إلى فكرة صياغة المقاطع القصيرة. ولكن لم تعد تقتصر الهواتف الذكية على النقاط الصورة والمقاطع القصيرة فحسب بل تركز على تحويلها ومشاركتها والتفاعل معها ومن خلالها، حيث أصبحت كاميرا الهواتف الذكية عنصراً أساسياً في استخدامها وتملكها. فسيرورة الاستخدام تقودنا إلى تملك التقنية وهو ما ينطبق على عينة الدراسة وأكدته النتائج الميدانية، كما تأكدت نظرة ماكلوهان أنّ الرسالة هي الوسيلة فظهر أنّ الصورة هي الرسالة نوجزها من خلال النقاط التالية:

✓ نوع الصور التي يتابعها أفراد عينة الدراسة جاءت لـ مقاطع مسلسلات وأفلام بنسبة **29.33%** . وأعلى نسبة ظهرت لدى الإناث لكون أغلب تطبيقات الهاتف الذكي توفر خاصية عرض مقاطع لباقات ومقتطفات لمسلسلات وأفلام تستهوي الشباب متابعتها وهي تلبي حاجياتهم الترفيهية والعاطفية عن طريق الاقتناء والاشتراك على تطبيقات عرض الأعمال السينمائية (Netflix)، ثم المحتوى التعليمي بنسبة **23.33%** وذلك لكون أغلب المبحوثين

كانوا من فئة الطلبة يمتلكون هواتف ذكية من الجيل G4 و G5 التي تحمل خصائص تساعد في تحصيل المعرفة العلمية والطرق التعليمية.

✓ يستخدم معظم الشباب مقاطع المشاهير والمؤثرين بنسبة **18.33%** من مجمل المقاطع المتابعة من قبل عينة الدراسة. وهي تشكل محور اهتمام الكثير من الشباب على منصات التواصل الاجتماعي والانبهار بما يعرضه أولئك المؤثرون على منصات التواصل الاجتماعي والتأثر الشديد بهم، والافتداء بهم في أغلب الأحيان لدى الجنسين معاً في مختلف تفاصيل الحياة اليومية لديهم، واقع بات يخترق جميع الثقافات والهويات في المجتمعات وبالأخص العربية منها بعيداً عن أصالة الثقافات المحلية.

✓ تتنوع المقاطع التي يستهويها الشباب حيث تشمل جميع المجالات وهي تبرز التأثير الكلي لاستخدام الصور المتحركة التي طغى استخدامها على جميع الحثيات اليومية للشباب، حيث أصبحت أيقونة بصرية تلخص مختلف اهتمامات الشباب في المجتمعات المعاصرة.

✓ يستخدم الشباب الصورة المتحركة لأهداف عديدة أولها التواصل الاجتماعي بنسبة **33%**. وهي ميزة أتاحتها الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي تعكس طبيعة الممارسات الاجتماعية حيث تغيرت الروابط من الواقعية إلى الافتراضية (تحقيق وجود افتراضي) يشبع الشباب حاجياته الاجتماعية والنفسية من خلال الانتماء والتواجد الدائم على المنصات.

✓ استخدام ومشاركة الصور المتحركة هو بشكل أساسي بهدف التسلية وقضاء أوقات الفراغ بنسبة **21.66%**. ويتنوع المحتوى الترفيهي المتابع بهدف تكوين صداقات بنسبة **16.66%**.

وهذا مؤشر لإشباع الحاجيات النفسية والاجتماعية من خلال الانفتاح على الآخر وعلى مختلف الثقافات العالمية، حيث اختفى التقارب الواقعي وحل محله التقارب الافتراضي والعالمي.

✓ يفضل الشباب استخدام الصور المتحركة لأنها تسجل أحداثاً مهمة بنسبة 51.3%. وتختلف طبيعة الأحداث بين الجنسين ودرجة أهمية المواضيع المتداولة، فمنها الاجتماعية والسياسية والرياضية والمناسبات الشخصية والعائلية وغيرها.

✓ من أهم عادات الاستخدام أنّ الشباب يلتقط صوراً متحركة بوتيرة دائمة بنسبة 51% ويشبعون حاجات دائمة ومتجددة من خلالها.

✓ يستخدم الشباب برامج تعديل الصور بنسبة 58% حيث أن الأغلبية لديهم هوس الاستخدام ولهم دوافع مادية أكثر، بالإضافة إلى اهتمامات المتابعة والاطلاع على أنواع وتحديثات برامج تعديل الصور حيث أنّ معظمها مجاني الاستخدام يُحمّل على تطبيق Play Store .

✓ من أهم الحاجيات التي يقوم بإشباعها الشباب من خلال استخدام الصور المتحركة الحاجيات الثقافية بنسبة 26.33%. وتشمل الانفتاح الثقافي العالمي وما تفرضه تكنولوجيا الهواتف الذكية على المجتمعات (حتمية استخدام التكنولوجيا)، والحاجات الاجتماعية بنسبة 21.33% ثم الحاجيات المعرفية التعليمية بنسبة 18% وهي مهمة بالنسبة للطلبة والباحثين من كلا الجنسين.

الفصل الثالث:

تأثير تمثّل الصورة المتحركة في الهاتف الذكي

تمهيد

1.1 عرض وتحليل النتائج

1.2 الاستنتاج

الفصل الثالث: تأثير تمثل الصورة المتحركة في الهاتف الذكي

- تمهيد:

قوة تأثير الصور المتحركة والمقاطع القصيرة على ذهنيات الشباب أنتجت تصورات جديدة لاستخدام المقاطع القصيرة بحيث يحاولون من خلالها إشباع حاجياتهم المتنوعة التي طغى عليها الاستخدام المفرط أفرز بدوره أنماط اجتماعية جديدة تغيرت معها طبيعة الممارسات المختلفة للمقاطع القصيرة، يتبين من خلال المحور الآتي تأثير تمثل الصورة المتحركة في الهاتف الذكي على الشباب وأهم عناصر التأثير، من خلال المحاور التالية:

- تأثير الصورة المتحركة في الحياة الشخصية
- الاهتمامات التي تجذب الانتباه عند مشاهدة الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي
- تأثير الصور المتحركة الموجودة في الهاتف الذكي
- مضامين الصور المتحركة التي يتم التفاعل من خلالها عبر الهاتف الذكي
- أشكال التفاعل مع مقاطع الفيديوها عبر الهاتف الذكي
- الهدف من التفاعل عن طريق الصورة المتحركة في الهاتف الذكي
- أنواع الصور المتحركة التي تتم مشاركتها عبر الهاتف الذكي
- استخدام الصور المتحركة للتعبير عن الأفكار ضمن مجموعات مختلفة
- الرغبة في إنتاج وتبادل الصور المتحركة بعد التعرض المكثف للصور المتحركة
- تكوين صداقات وخبرات جديدة جراء استخدام الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي

- مستوى العلاقات الاجتماعية بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي

- كيفية تمثيل الصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي

- كيفية مساعدة الصور المتحركة على التفاعل الإيجابي

- تأثير الصورة المتحركة في الحياة الشخصية:

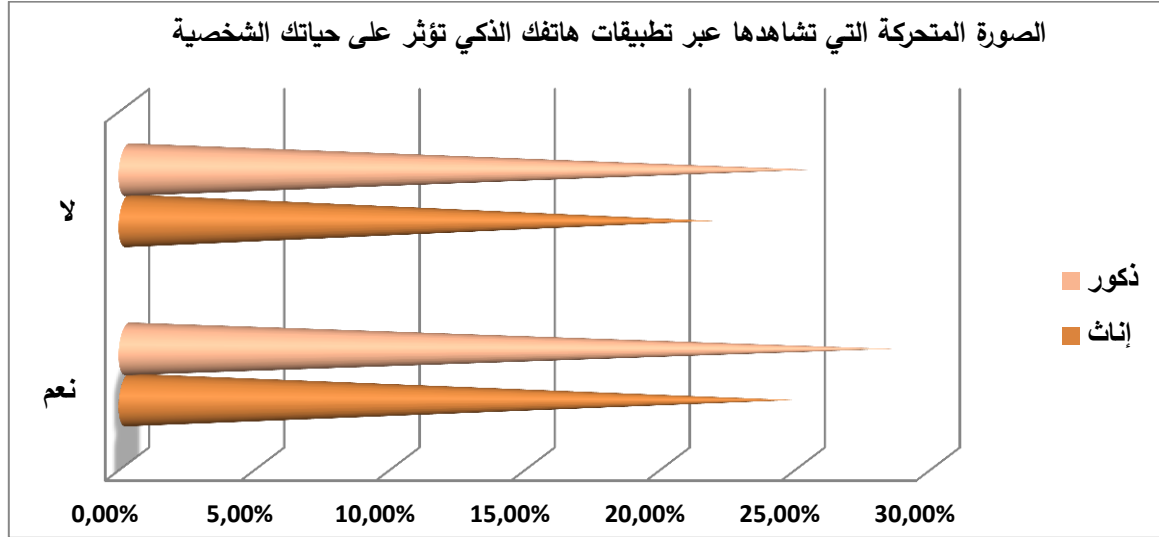
1.1 عرض وتحليل النتائج:

الجدول 20: يمثل تأثير الصورة المتحركة في الحياة الشخصية لأفراد عينة الدراسة

المجموع		الجنس				الجنس	الصورة المتحركة التي تشاهدها عبر تطبيقات هاتفك الذكي تؤثر على حياتك الشخصية
		ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك		
53%	159	28.33%	85	24.66%	74	نعم	
47%	141	25.33%	76	21.66%	65	لا	
100%	300	53.66%	141	46.32%	159	المجموع	

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 20: يمثل تأثير الصورة المتحركة على الحياة الشخصية لأفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يتضح من خلال الجدول 19 والشكل 20 أنّ الصور المتحركة التي يشاهدها أفراد عينة الدراسة تؤثر في حياتهم الشخصية بأعلى نسبة 53% وهي موزعة بين الذكور بنسبة 28.33% والإناث بنسبة 24.66%، بتفاوت بسيط بين الجنسين وذلك يؤكد أنّ شباب اليوم شديد التأثير بالمحتوى المصور الذي يتعرض له عبر الهواتف الذكية في أجيالها الجديدة التي تسمح " بتسجيل واستعراض المقاطع المصورة بطريقة جذاب¹، خاصة المقاطع التي يتم تداولها عبر تطبيقات الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي والتي ينغمس فيها الشباب ويتعدى استخدامها الاستخدام المتوسط بل يصل إلى درجة إدمان استعراض المقاطع المصورة، حيث تغيرت بعض

1- الهواتف الذكية.. عصر ما بعد الحاسوب الشخصي، موقع aljazeera.net، (18/5/2014)، أطلع بتاريخ 2022/7/21 بتوقيت

01:10 متاح على الرابط

<https://www.aljazeera.net/tech/2014/5/18/%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A-%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D9%85%D8%A7-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A>

الذهنيات والتصرفات الناتجة عن التعرض الشديد للمقاطع القصيرة، وظهرت سلوكيات جديدة كتغيير المظهر الخارجي وطريقة الكلام وتقليد المشاهير والمؤثرين في جزئيات حياتهم الخاصة، واقتباس مقولات من مسلسلات وأفلام سنيمايية وتغير المظهر الثقافي للمجتمعات حيث أصبح الشباب يهتم لما يُعرض على الشاشات دون الحاجة إلى الثقافات المحلية. أمّا الشباب الذين لا تؤثر في حياتهم الشخصية مشاهدة الصور المتحركة فقدرت نسبتهم ب 47% وهي موزعة بين الذكور بنسبة 25.33% والإناث بنسبة 21.66%. وهم من الفئة ذات الاستخدام المحدود دون الغوص في متهات مضامين المقاطع المصورة وأغلبهم من الفئة العمرية التي تتراوح بين 36 و 40 سنة خاصة الذكور ذوو النضج والوعي الفكري، الذين لديهم أولويات أخرى في حاجات الاستخدام لتبقى درجة التأثير جد محدودة وتكاد تنعدم عند باقي الفئة.

- الاهتمامات التي تجذب الانتباه عند مشاهدة الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي:

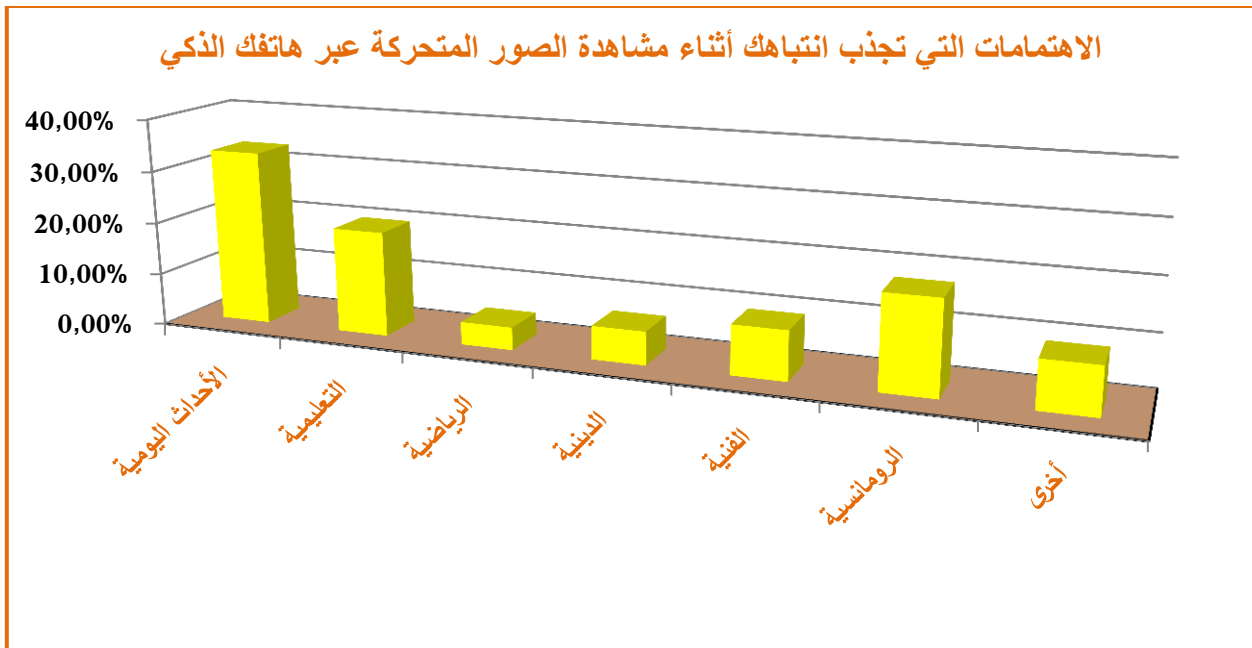
الجدول 21: يمثل الاهتمامات التي تجذب انتباه أفراد عينة الدراسة أثناء مشاهدة الصور المتحركة

المجموع	الجنس				الجنس	ما الاهتمامات التي تجذب انتباهك إلى مشاهدة الصورة المتحركة عبر هاتفك الذكي
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
33.33%	100	16.33%	49	17%	51	الأحداث اليومية
20%	60	9%	27	11%	33	التعليمية
4.33%	13	3%	09	1.33%	04	الرياضية
6.32%	19	3.66%	11	2.66%	08	الدينية
9.33%	28	3.33%	10	6%	18	الفنية

% 17.66	53	% 8.33	25	% 9.33	28	الرومانسية
						أخرى
% 3.66	11	% 1.66	05	% 2	06	إعلانات وتسوق إلكتروني
% 2.32	081	% 1.33	04	% 1.33	04	أسفار ومناظر طبيعية
% 1.66	05	% 0.66	02	% 01	03	وصفات وتدابير متنوعة
% 0.99	03	% 0.66	02	% 0.33	01	إكتشافات علمية
% 100	300	50.63	144	%49.32	156	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 21: يمثل الاهتمامات التي تجذب انتباه أفراد عينة الدراسة أثناء مشاهدة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يُمثل الجدول 20 والشكل 21 الاهتمامات التي تجذب انتباه أفراد عينة الدراسة إلى متابعة الصور المتحركة. ويتمثل أولها في الأحداث اليومية بنسبة قدرت ب **33.33%** موزعة بين الإناث ب **17%** والذكور ب **16.33%**. وتعتبر المقاطع المصورة التي تعبر عن مختلف الأحداث

اليومية الأكثر استخداماً لدى الشباب وأولى اهتماماته التطلع إلى كل ما هو جديد، ومتابعة مستمرة للأحداث اليومية باختلاف مواضيعها سواء الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية أو الرياضية أو الأخبار المحلية والدولية أو الأحوال الجوية...، بالإضافة إلى ما يعرضه المؤثرون على صفحاتهم الشخصية، كحاجات متجددة يقوم بإشباعها الشباب من خلال المتابعة المستمرة والتنقل عبر مختلف الشاشات بحثاً عن كل ما هو جديد. ويصل بعضهم إلى استخدام أكثر من هاتف ذكي للوصول إلى إشباع حاجاته الخاصة. وتسهم المقاطع المصورة في تقريب الأحداث اليومية بالتفصيل خاصة التي يتم تسجيلها عبر الهواتف الذكية الخاصة أو تلك التي يتم مشاركتها عبر البث الحي المباشر على الحسابات الشخصية أو ضمن عُرف المحادثة في المجموعات المختلفة. كثاني اهتمام يخص المبحوثين ألا وهو البرامج التعليمية بنسبة مقدرة ب 20% موزعة بين الإناث ب 11% والذكور ب 9%، إذ تعتبر الاهتمامات التعليمية دافعا جدمهم لمتابعة المقاطع المصورة. فهي تحمل الصورة والصوت معاً والشرح المفصل وخاصة لدى فئة الطلبة الذين لديهم حاجات تعليمية يودون إشباعها تُعنى باهتمام جدمُ خاص من طرفهم حيث يقوم جلمهم بتسجيل مقاطع للمحاضرات والدروس والصور المتحركة التعبيرية ومشاركتها مع الأصدقاء ضمن التطبيقات والمجموعات التعليمية الخاصة بهم. أما الفئة التي ليست من الطلبة فلديهم أيضاً اهتمامات تعليمية كل حسب حاجاته ودرجة اهتمامه بالمحتوى التعليمي كالمقاطع التي تُعرض على تطبيقات التواصل الاجتماعي مثل: Youtube, Facebook, Tik Tok التي تضم مقاطع تعليمية بأعداد هائلة وبمواضيع متنوعة. ثم نسجل في المرتبة الثالثة أولئك الذين لديهم اهتمامات رومانسية بنسبة

66.17% موزعة بين الإناث بـ 9.33% والذكور بـ 8.66%. وتُعتبر الدوافع النفسية والعاطفية للشباب حافزا للاهتمام بمتابعة الصور المتحركة التي تحمل مضامين رومانسية تستهوي كلا الجنسين لمتابعتها وبالأخص المقاطع المأخوذة من الأفلام والمسلسلات. ورابع اهتمام يخص الاهتمامات الفنية بنسبة 9.33% ظهرت بأعلى نسبة لدى الإناث 6% وأقل نسبة لدى الذكور 3.33%. وهي تشمل مقاطع أخبار الفنانين والمشاهير والمقاطع خاصتهم التي يعرضونها على صفحاتهم الشخصية عبر Instagram الذي يوفر لهم الحماية الكافية لمعلوماتهم الشخصية وصورهم وتدويناتهم التي يشاركونها بصفة دائمة على المنصة. أمّا في المرتبة الخامسة فنسجل الاهتمامات الخاصة بالمقاطع الدينية بنسبة متقاربة من النسب السابقة مقدرة بـ 6.32% موزعة بين الذكور بـ 3.66% والإناث بـ 2.66%. وتخص الاهتمامات الدينية متابعة الشباب لمقاطع قراءات قرآنية وأدعية متنوعة بالإضافة إلى مواظب لِدعاة ومشايخ. آخر ترتيب خص الاهتمامات الرياضية بنسبة متقاربة مع سابقتها مقدرة بـ 4.33% ظهرت أعلى نسبة لدى الذكور 3% والإناث بنسبة 1.33%. فأخبار الرياضيين والمقاطع الرياضية والبت المباشر للمباريات تستهوي الكثير من الشباب ومتابعتها على الهواتف الذكية والشاشات الرقمية خاصة تلك التي تحمل تقنية عرض عالية الجودة (HD). وتم تسجيل اهتمامات أخرى أشار إليها المبحوثون أثناء ملاء الاستبيانات نذكرها كالآتي: إعلانات وتسوق إلكتروني بأعلى نسبة 3.66%، ثم أسفار ومناظر طبيعية بنسبة 2.32%، تليها وصفات وتدابير متنوعة بنسبة 1.66%. في حين سجلت آخر نسبة لتخص الاهتمام بالاكشافات العلمية 0.99%. والملاحظ أنّ اهتمامات الشباب متنوعة

وكثيرة تشمل جميع المجالات وذلك دلالة على طغيان استخدام الصور المتحركة والمقاطع في مختلف الأنشطة اليومية التي يقوم بها الشباب. هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن تعدد وظائف الصورة المتحركة جعلها من الأولويات التي يهتم الشباب باستخدامها ومتابعتها بل وأصبحت وسيلة تخاطب بينهم، وأسلوب تفاعل في مختلف العلاقات الاجتماعية الافتراضية منها والواقعية.

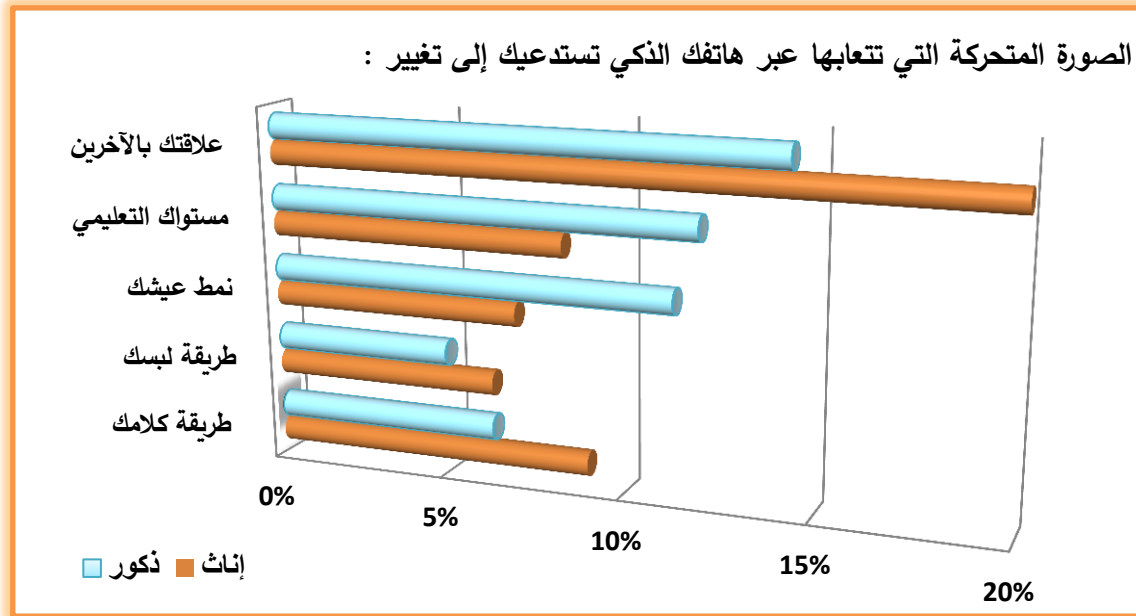
- التغيير الذي تحدثه متابعة الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي:

الجدول 21: الصورة المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة تستدعيهم إلى تغيير

المجموع	الجنس				الجنس	الصورة المتحركة التي تتابعها عبر هاتفك الذكي تستدعيك إلى تغيير
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
15.33%	46	6.33%	19	9%	27	طريقة كلامك
11.66%	35	5%	15	6.33%	20	طريقة لبسك
18.33%	55	11.33%	34	7%	21	نمط عيشك
20.33%	61	12%	36	8.33%	25	مستواك التعليمي
34.33%	103	14.33%	43	20%	60	علاقتك بالآخرين
100%	300	48.99%	147	50.66%	153	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 22: الصورة المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة تستدعيهم إلى تغيير



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

نلاحظ من خلال الجدول 21 والشكل 22 أنّ الصور المتحركة التي يُتابعها أفراد عينة الدراسة تستدعيهم إلى تغيير بالدرجة الأولى علاقتهم بالآخرين بنسبة 34.33% ظهرت بأعلى نسبة لدى الإناث 20% أمّا الذكور فنسبة 14.33%. فالشباب كغيره من فئات المجتمع يقوم بإعادة ترتيب العلاقات الاجتماعية سواء عن طريق بناء علاقات جديدة أو إصلاح العلاقات الموجودة. والملاحظ في الآونة الأخيرة هشاشة العلاقات الاجتماعية وسطحيتها، حيث أصبحت تُجدد العلاقات بصورة غير مسبوقه وحلّت محلها العلاقات الافتراضية التي أصبحت تشغل اهتمام الكثير من رواد منصات التواصل الاجتماعي، حيث أنّ المدة التي يقضيها الشباب مع أصدقائهم الافتراضيين تفوق بكثير تلك التي يقضيها مع أصدقائه في الواقع ومع أسرته وأقاربه. كما أنه

يسعى إلى بناء علاقات جديدة وزيادة عدد متابعيه على صفحات التواصل الاجتماعي في حين تتراجع علاقاته الواقعية ولا يهتم لها. ثم في الترتيب الثاني سجلنا أولئك الذين يتابعون الصورة المتحركة مما يؤدي إلى تغيير مستواهم التعليمي بنسبة **20.33%** ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور **12%** ثم الإناث **8.33%**، إذ يهتم الشباب بتحسين مستواهم التعليمي سواء ممن يريدون متابعة تعليمهم العالي أو الفئة المنقطعة عن التعليم في مراحلهم الأولى حيث يتعرض المكثف للمقاطع التعليمية حافز مهم ودافع إلى تغيير المستوى التعليمي لدى الشباب. وجاء في الترتيب الثالث أن متابعة الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي تؤدي إلى تغيير نمط العيش بنسبة **18.33%** موزعة بين الذكور بنسبة **11.33%** والإناث **7%**. فقد أصبحت تطبيقات الهواتف الذكية بمثابة بوابة عبور عالمية المنافذ، بحيث تُعتبر المقاطع المصورة التي تعكس حياة المشاهير والمؤثرين ومختلف الثقافات العالمية هاجسا لدى الشباب خاصة المهتم بالحياة المثالية وراء الشاشات الرقمية والتي تنعكس سلباً على المستوى المعيشي للأفراد حيث تتصادم الثقافات المحلية بالعالمية ويحدث عدم الرضى بالنمط الاجتماعي المحلي، ويُطرح هاجس الهجرة لدى فئة كبيرة من الشباب. أمّا في الترتيب الرابع فأجاب المبحوثون أنه عبر متابعة الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي يتم تغيير طريقة الكلام بنسبة **15.33%** ظهرت بأعلى نسبة لدى الإناث بـ **9%** وأقل نسبة لدى الذكور بـ **6.33%**. ويعكس ذلك تأثير المقاطع المصورة التي تنتج بلغات عالمية غير اللغة العربية ومختلف المقاطع التعليمية والسياحية ومقاطع الأفلام والمسلسلات والألعاب العالمية التي تتطلب الترجمة. وهي حافز قوي يدفع الشباب إلى تعلم اللغات الأجنبية وإتقان أكثر من لغة

واحدة، حيث أصبح دمج كلمات من لغات أجنبية أو تحدث لغة عالمية أحد مظاهر الرقي والتباهي في أوساط الشباب بالإضافة إلى الفئة التي لها توجه تعليمي وتسعى إلى تحقيق أهداف علمية وراء تعلم لغات مختلفة. وفي آخر ترتيب نجد أولئك الذين يفعل استخدام الصور المتحركة في الهاتف الذكي يؤدي ذلك إلى تغيير طريقة اللباس بنسبة 11.66% موزعة بين الإناث بنسبة 6.33% والذكور بنسبة 5%. ومّا لاشك فيه أنّ اهتمام الشباب من كلا الجنسين بالمظهر الخارجي أصبح هاجساً لديهم جراء التعرض المكثف للمقاطع المصورة لعرض الأزياء والماركات العالمية والإعلانات التجارية لتسويق أنواع كثيرة من الأزياء، واللجوء إلى الفنانين والمشاهير لعرض منتوجاتهم بشكل مغر يدفع بالشباب إلى تغيير القناعات حول اكتساب أشهر الماركات العالمية والقيام بعملية الشراء دون أي اعتبار، لكون تلك الألبسة تتماشى مع النمط الاجتماعي المحلي للأفراد والمجتمعات ومختلف العادات والتقاليد الأصلية للشعوب.

والملاحظ مما سبق قوة تأثير الصور المتحركة في التنشئة الاجتماعية للشباب حيث أصبح يتأثر بشكل غير مسبوق بما يعرض ويسوق عبر المقاطع القصيرة التي يشاهدها على هواتفهم الذكية دون رقابة أسرية ولا اجتماعية. وفي ظل غياب دور المؤسسات الاجتماعية يطغى الاستخدام العشوائي لتلك المقاطع التي يحاول الشباب إشباع حاجياته من خلالها حيث ظهرت أنماط اجتماعية جديدة تغيرت فيها طريقة اللباس والكلام ونمط العيش وهشاشة العلاقات الاجتماعية على جميع المستويات.

- مضامين الصور المتحركة التي يتم التفاعل من خلالها:

الجدول 22: يمثل توزيع مضامين الصور المتحركة التي يتفاعل من خلالها أفراد عينة الدراسة

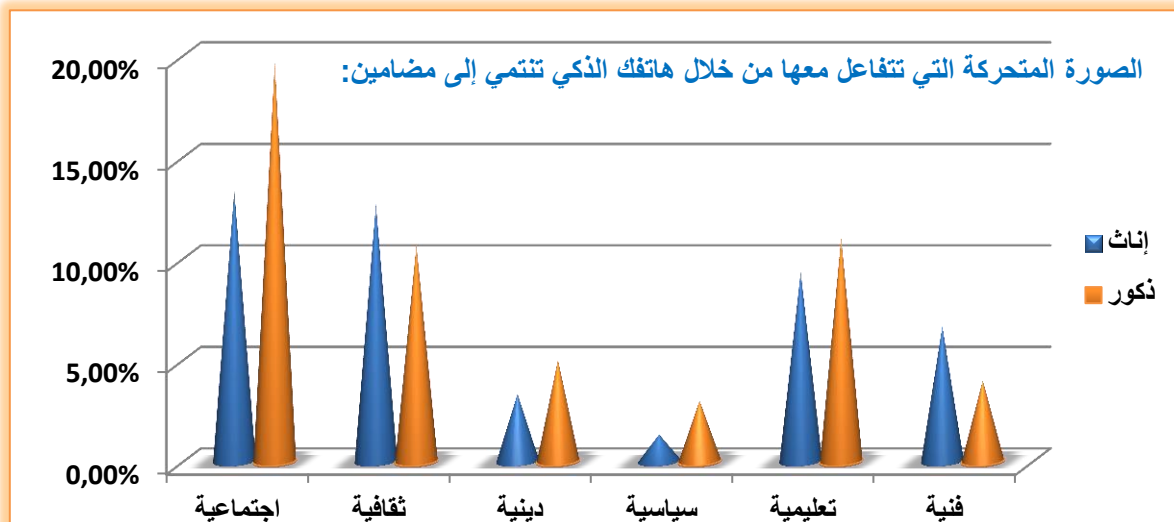
عبر الهاتف الذكي

المجموع	الجنس				الصورة المتحركة التي تتفاعل معها من خلال هاتفك الذكي تنتمي إلى مضامين	
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
% 33	99	% 19.66	59	% 13.33	40	اجتماعية
% 23.32	70	% 10.66	32	% 12.66	38	ثقافية
% 8.33	25	% 5	15	% 3.33	10	دينية
% 4.33	13	% 3	09	% 1.33	04	سياسية
% 20.33	61	% 11	33	% 9.33	28	تعليمية
% 10.66	32	% 4	12	% 6.66	20	فنية
% 100	300	% 53.32	160	% 46.64	140	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 23: يمثل توزيع مضامين الصور المتحركة التي يتفاعل من خلالها أفراد عينة الدراسة عبر

الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 22 والشكل 23 أنّ الصورة المتحركة التي يتفاعل من خلال أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي تنتمي إلى مضامين مختلفة وأولها المضامين الاجتماعية بأعلى نسبة 33% ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ 19.33% وأقل نسبة لدى الإناث بـ 13.33%. والجلي هنا أنّ تفاعل الشباب من الجنسين مع المضامين الاجتماعية أحد متطلبات العصر، حيث أصبح الخطاب الاجتماعي خطاباً بصرياً يحمل في ثناياه التفاعل الرمزي عن طريق الصورة وتسجيل الأحداث الاجتماعية وتوثيق المواقف عن طريق تدوين المقاطع المرئية، وهذا في ظل تغير طبيعة المجتمعات المعاصرة التي أصبحت تعتمد على استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة كوسيلة جد ضرورية بما فيها الهواتف الذكية في عملية التفاعل الاجتماعي بين الأفراد. وجاءت في الترتيب الثاني التفاعل عن طريق الصور المتحركة ذات المضمون الثقافي بنسبة 23.32% موزعة بين الإناث بـ 12.33% والذكور بـ 10.66%. وهو نتاج التحول التكنولوجي والمجال الذي ساعدت على توسعه الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي في خلق فضاءات من التبادل الثقافي العالمي والذي ساعد على ذلك أيضاً المقاطع المصورة التي تنقل مختلف الثقافات عن طريق الصورة والصوت معاً، حيث أصبح بإمكان الشباب الاطلاع على مختلف الثقافات العالمية من خلال ما يتم التقاطه بكاميرا الهواتف الذكية ومشاركته على منصات التواصل الاجتماعي.

ثم في الترتيب الثالث فنجد التفاعل عبر المضامين التعليمية الخاصة بالصور المتحركة المسيرة عبر الهاتف الذكي بنسبة 20.33% موزعة بالتساوي تقريباً بين الذكور بـ 11% والإناث

ب 9.33%. وهي ثاني أهم وظيفة من وظائف الصورة بعد البعد الجمالي للصورة المتمثلة في الوظيفة التعليمية بحيث يتفاعل الشباب من كلا الجنسين من خلال الصور المتحركة بهدف التعلم ومشاركة المعلومات والبيانات عن طريق توثيق وتبادل المقاطع التعليمية خاصة بين فئة الطلبة التي تشكل نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة. أما الفئة الأخرى من غير الطلبة فتتفاعل بواسطة مقاطع متنوعة لغرض تعليمي من خلال التعرض لمحتوى معرفي جديد في ميادين مختلفة. وجاء في الترتيب الرابع التفاعل مع المضامين الفنية بنسبة 10.66% حيث سجلت أعلى نسبة لدى الإناث 6.66% وأقل نسبة لدى الذكور 4%. وهي المقاطع التي تحمل محتوى فنيا سينمائيا كالأفلام والمسلسلات والقصص المؤثرة. والملاحظ أنها أصبحت لغة جديدة انتشرت بين الشباب للتواصل والتفاعل عن طريق مقاطع قصيرة للقطات ومشاهد سينمائية للتعبير عن حالات نفسية اجتماعية وعاطفية بدلاً من الكتابة أو التسجيل الصوتي. ثم جاءت بنسبة أقل التفاعل عن طريق المضامين الدينية 8.33% حيث سجلت أعلى نسبة لدى الذكور ب 5% والإناث ب 3.33%. ويظهر التفاعل مع المضمون الديني خاصة على صفحات المشايخ المشهورين ومقاطع لقراءات مختلفة. وفي الأخير التفاعل عن طريق مضامين سياسية بأقل نسبة 4.33% ظهرت أعلى نسبة لدى الذكور ب 3% وأقل نسبة لدى الإناث ب 1.33%. فالمضمون السياسي لا يتعدى صفحات الأخبار والنشرات المحلية وبعض المقطعات العالمية وخاصة على تطبيق تويتر الذي يمثل الواجهة السياسية للتفاعل مع المضمون السياسي.

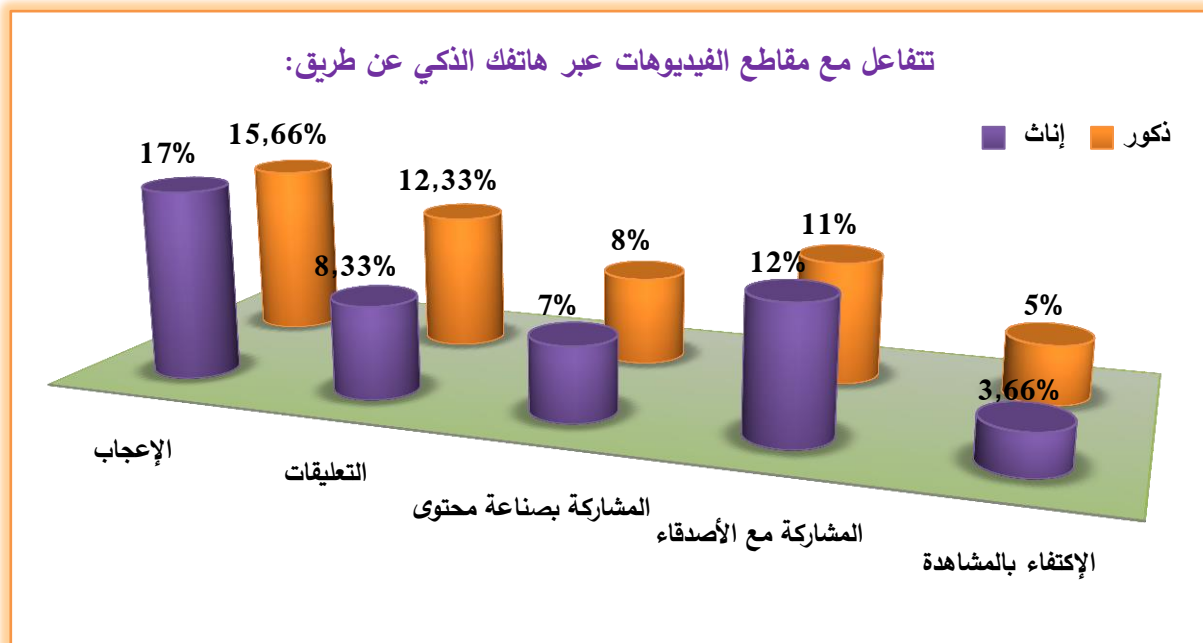
- أشكال التفاعل مع مقاطع الفيديوها:

الجدول 23: يمثل أشكال تفاعل أفراد عين الدراسة مع مقاطع الفيديوها عبر الهاتف الذكي

المجموع	الجنس				تفاعلك مع مقاطع لفيديوهات عبر هاتفك الذكي يكون عن طريق	الجنس
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
32.66%	98	15.66%	47	17%	51	الإعجاب
20.66%	62	12.33%	37	8.33%	25	التعليقات
14.66%	44	8%	24	6.66%	20	المشاركة بصناعة محتوى
23%	69	11%	33	12%	36	المشاركة مع الأصدقاء
9%	27	5.33%	16	3.66%	11	الإكتفاء بالمشاهدة
100%	300	52.32%	157	47.65%	143	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 24: يمثل أشكال تفاعل أفراد عين الدراسة مع مقاطع الفيديوها عبر الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 23 والشكل 24 الأشكال التي يتفاعل بها الشباب أفراد عينة الدراسة مع مقاطع الفيديوها عبر هواتفهم الذكية. ويمثل الإعجاب أعلى نسبة 32.66% موزعة تقريباً بالتساوي بين الإناث بنسبة 17% والذكور بنسبة 15.66%. وهي إحدى الخصائص الأكثر استخداماً على منصات التواصل الاجتماعي عن طريق الملصقات التعبيرية المتحركة ووضع الإعجاب (J'aime) لمختلف المقاطع والمضامين التي تُعرض على تلك المنصات. ثم المشاركة مع الأصدقاء بنسبة 23% موزعة بين الإناث بنسبة 12% والذكور بنسبة 11%. وهي أهم أشكال التفاعل كما بينت نتائج الدراسة.

وهذا ما تفيد به إجابة المبحوث رقم 13 موظف إداري متحصل على ليسانس علوم الإعلام والاتصال 35 سنة قائلاً:

" أحياناً، أرسلها لأصدقائي، وننتشارك بالمشاهدة والتعليقات".

وهذا ما تؤكد به إجابة المبحوث رقم 11 طالبة جامعية سنة ثانية علم النفس التربوي 20 سنة:

" أقوم بمشاركة صور متحركة كثيرة، وأتفاعل معها عن طريق الإعجاب، وأتأثر بها من خلال محاولة صنع مقاطع مماثلة".

والملاحظ هنا أنّ غالبية الشباب من كلا الجنسين لا يكتفي بمشاهدة المقاطع القصيرة بل يُشاركها مع أصدقائه سواء ضمن المجموعات أو عن طريق الحسابات الشخصية أو المنتديات أو الصفحات التعليمية وغيرها من التطبيقات التي يشارك بها الشباب مقاطع خاصته. أمّا التعليقات فجاءت بنسبة 20.66% ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور 12.33% وأقل نسبة لدى الإناث

8.33%. وتشمل التعليق عن طريق الكتابة أو صور ثابتة أو مقطع جد قصير وفي أغلب الأحيان التعبير عن طريق الملصقات المتحركة (Les Gifs) وفي بعض الأحيان ملصقات تعبيرية ببصمة شخصية (Avatar). وتعتبر التعليقات طريقة إبداء الرأي حول مختلف المضامين التي تعرض على منصات التواصل الاجتماعي بما فيها الفيديوهات.

ثم تم تسجيل نسبة **14.66%** الخاصة بالمشاركة عن طريق صناعة محتوى ممثلة بأعلى نسبة لدى الذكور بـ 8% وأقل نسبة لدى الإناث بـ 6.66%. وهي نسبة معتبرة تمثل فئة من الشباب من كلا الجنسين الذين يهتمون بصناعة محتوى مرئي وصناعة مقاطع ومشاركاتها مع الآخرين سواء الأصدقاء أو العائلة أو عرض محتوى مؤثر. والأغلبية تهتم بزيادة عدد المتابعين أو تحصيل أرباح مادية فحسب. وفي الأخير سجلنا نسبة **9%** تخص الذين يكتفون بالمُشاهدة موزعة بين الذكور بنسبة **5.33%** والإناث **3.66%**، حيث تُسجل نسبة المشاهدة (Vue) على المقاطع وتحصد آلاف المشاهدات بل الملايين وخاصة بالنسبة لمقاطع المؤثرين والمشاهير والتي تزيد من الأرباح المادية لديهم، وأيضا بالنسبة للحسابات الشخصية لمختلف الفئات حسب أهمية المحتوى المنشور.

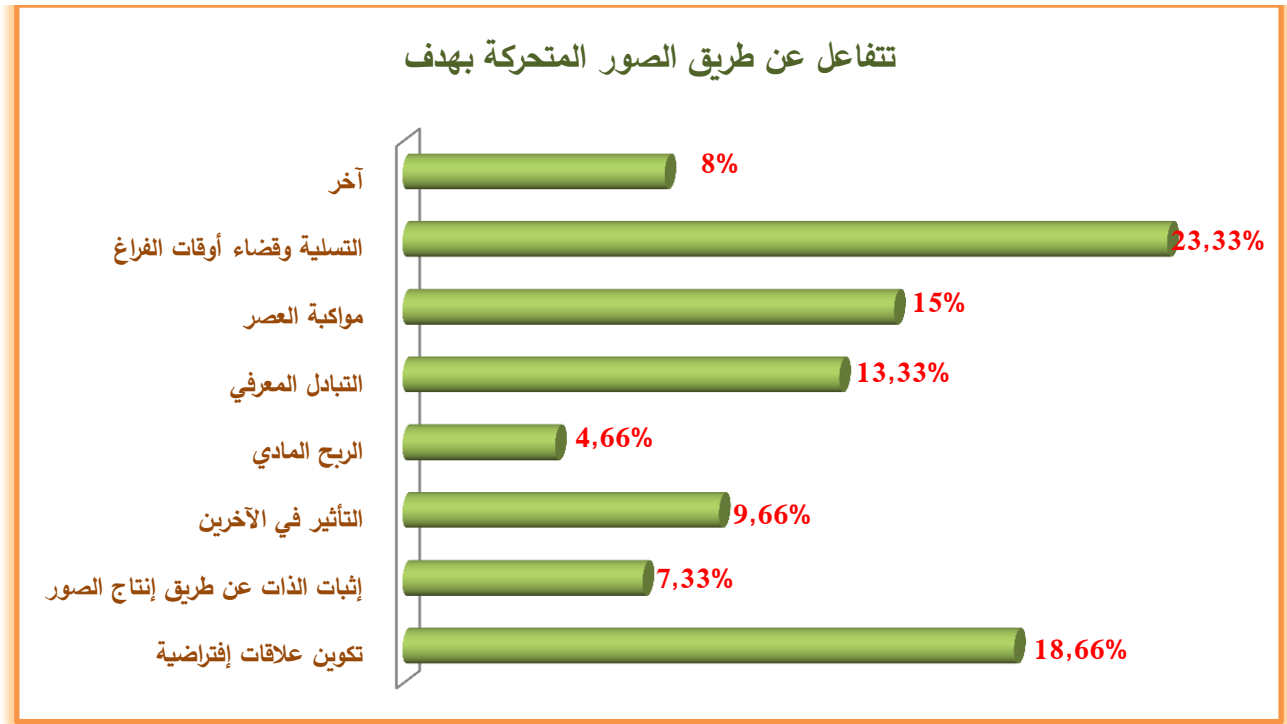
- الهدف من التفاعل عن طريق الصورة المتحركة:

الجدول 24: يمثل توزيع الهدف من تفاعل أفراد عينة الدراسة عن طريق الصورة المتحركة

المجموع	الجنس				تفاعل عن طريق الصور المتحركة بهدف	الجنس
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
18.66%	56	9.66%	29	9%	27	تكوين علاقات افتراضية
7.33%	22	3.33%	10	4%	12	إثبات الذات عن طريق إنتاج الصور
9.66%	29	6%	18	3.66%	11	التأثير في الآخرين
4.66%	14	2.66%	8	2%	6	الربح المادي
13.33%	40	7.66%	23	5.66%	17	التبادل المعرفي
15%	45	6.33%	19	8.66%	26	مواكبة العصر
23.33%	70	11.33%	34	12%	36	التسلية وقضاء أوقات الفراغ
						آخر
4%	12	2.66%	8	1.33%	4	زيادة عدد المتابعين
2.33%	07	1.66%	5	0.66%	2	تحقيق الشهرة
1.66%	05	1%	3	0.66%	2	نشر محتوى هادف
100%	300	51.63%	157	47.63%	143	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 25: يمثل توزيع الهدف من تفاعل أفراد عينة الدراسة عن طريق الصورة المتحركة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يتضح من خلال الجدول 24 والشكل 25 أنّ الهدف من تفاعل الشباب أفراد عينة الدراسة عن طريق الصور المتحركة جاء في الترتيب الأول التسلية وقضاء أوقات الفراغ بأعلى نسبة مقدرة بـ **23.33%** موزعة بين الإناث بنسبة 12% والذكور بنسبة 11.33% بتفاوت بسيط بين الجنسين. وذلك يعكس أنّ للشباب حاجيات آنية ومؤقتة غير مشبعة تتجدد بتجدد المحتوى المرئي المتعرض له من خلال الهواتف الذكية. لذلك ظهر هوس الاستخدام بوجود استخدام مستمر وغير منقطع يتجلى من خلال سطوة المقاطع الترفيهية واستهلاك سطحي للمقاطع القصيرة دون مراعاة جودة وفاعلية المضمون. كما أنّ سطحية الاستخدام أيضاً تعكس تضييع أوقات الفراغ بالنسبة للشباب وعدم استغلالها في الجانب المفيد لديهم. وجاء في الترتيب الثاني تكوين صداقات افتراضية بنسبة

18.66% موزعة بين الذكور بنسبة 9% والإناث 9.66%. وهي إحدى الحاجيات التي يتم إشباعها بصفة مستمرة وإحدى متطلبات العصر، نظراً لانغماس الشباب في المجموعات الافتراضية وقضاء أوقات طويلة على منصات التواصل الاجتماعي لساعات طويلة تفوق ساعات الاستخدام العادي أكثر من المكوث مع الأصدقاء والعائلة في الواقع. ويظهر أيضاً لدى الشباب الهويات المتطلعة للانفتاح الثقافي على المجتمعات العالمية وذلك ما ساهمت فيه حتمية تكنولوجيا الهاتف الذكية وانتشارها الواسع في مختلف المجتمعات. أمّا عن الترتيب الثالث فجاءت مواكبة العصر بنسبة 15% ظهرت بأعلى نسبة لدى الإناث 8.66% ثم الذكور بنسبة 6.33%، حيث تبادل المقاطع القصيرة أصبح أحد رموز التفاعل الاجتماعي والسلوك الاجتماعي المعاصر الذي تغيرت فيه طبيعة العلاقات الاجتماعية والتي أصبح جُلّها افتراضياً رقمياً، تستخدم فيه الصورة المتحركة للتعبير عن مختلف الأنشطة اليومية لدى الشباب وغيرهم من فئات المجتمع. في حين سجلنا التفاعل بهدف التبادل المعرفي بنسبة 13.33% موزعة بين الذكور بنسبة 7.66% والإناث بنسبة 5.66%. وهم فئة قليلة ممن تتفاعل مع المحتوى المعرفي وأغلبهم من الطلبة والباحثين ضمن المنصات التعليمية وغيرها. ثم بهدف التأثير في الآخرين بنسبة 9.66% ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ 6% وأقل نسبة لدى الإناث بـ 3.66%. وهم الفئة من الشباب التي تهتم بالمحتوى المرئي الهادف ولها هدف تغيير بعض السلوكيات في المجتمع واعتماد المقاطع القصيرة كوسيلة لإيصال أهدافهم. أمّا التفاعل بهدف إثبات الذات عن طريق إنتاج الصور فكان بنسبة 7.33% موزعة بين الإناث بـ 4% والذكور بـ 3.33%. وهذا يخص فئة

محدودة من الشباب الذين لديهم حاجات نفسية وغايات تتدمج ضمن تحقيق مجموعة من الأهداف عن طريق التعبير بواسطة الصور أو المقطع القصير. وبما أن الصورة أصبحت لغة العصر فإن الشباب يعتمدونها وسيلة لتحقيق نواتهم في المجتمعات الافتراضية والواقعية معاً. وظهر التفاعل بهدف الربح المادي بأقل نسبة مقدرة ب **4.66%** ظهرت لدى الذكور ب **2.66%** والإناث ب **2%**. وهي تشمل المتخصصين والمحترفين في إنتاج المقاطع القصيرة بُغية الحصول على ربح مادي وأغلبها مقاطع معرفية ومقاطع ترويجية لمحتوى تعليمي وسياحي وتجاري. سجلنا التفاعل لأهداف أخرى يتفاعل من أجلها الشباب وهي زيادة عدد المتابعين للمحتوى المسوق بنسبة **4%** تعمل المقاطع القصيرة على زيادة هذا العدد عبر تطبيقات الهواتف الذكية. ويرجع ذلك للإغراءات المقدمة من قبل الشركات المصنعة للتقنيات الحديثة وتطبيقات الهواتف الذكية التي أصبحت تشكل حاجساً لدى الشباب للوصول إلى العالمية وتأمين حساباتهم الشخصية بالعدد الضخم من المتابعين، دون مراعاة طبيعة المحتوى المقدم بل الهدف الأسمى هو تحصيل عائدات مالية للحسابات التي تضم آلاف وملايين المتابعين. في حين ظهرت الفئة التي تسعى إلى تحقيق الشهرة بنسبة **2.33%** ممن يشاركون تفاصيل حياتهم الخاصة على صفحات التواصل الاجتماعي. ومنهم من يقضون معظم ساعات اليوم على مواقع الدردشة والبت المباشر لمختلف الأنشطة اليومية التي يقومون بها. أما الفئة التي تتفاعل بواسطة الصورة المتحركة بهدف نشر محتوى هادف فكانت بنسبة **1.66%**. وهي فئة قليلة من الشباب من الذين يهتمون بالمحتوى الهادف والذين لهم سلوكيات إيجابية ودور فعال في المجتمع يسعون إلى خلق إصلاحات

اجتماعية أو تقويم سلوك غير سوي من خلال مشاركة مقاطع هادفة تكون عبارة عن رسائل مباشرة لمختلف الأفراد في مجموعات مختلفة الانتماء.

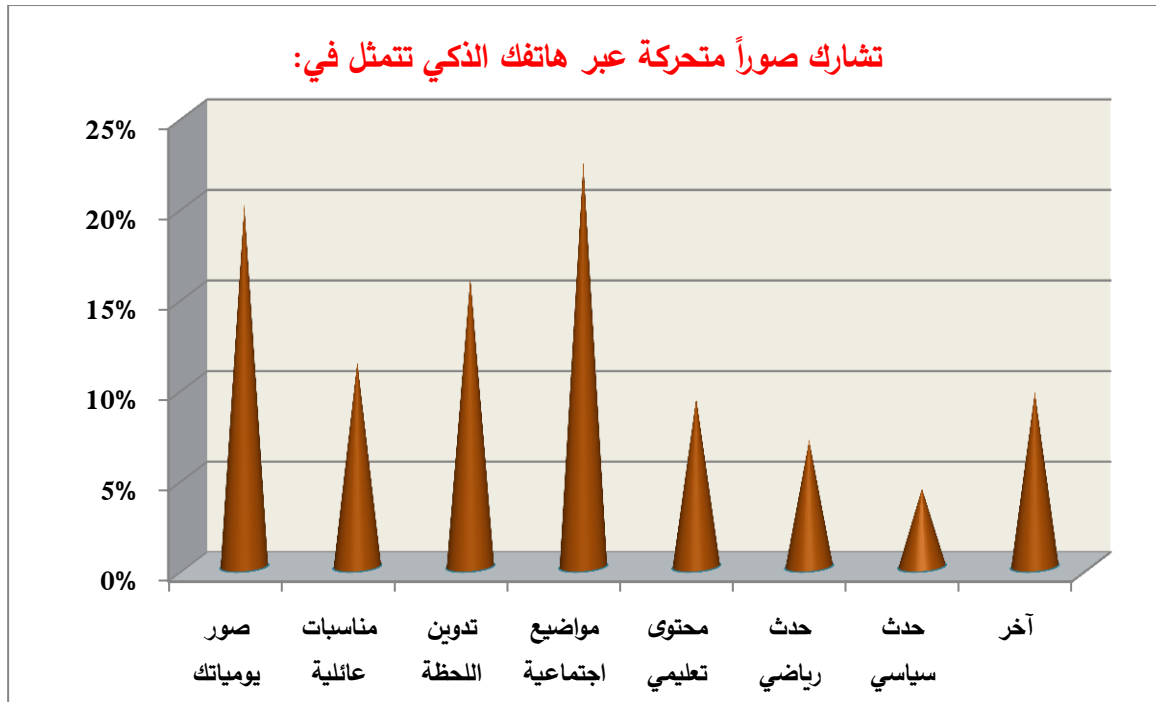
- أنواع الصور المتحركة المشاركة:

الجدول 25: يمثل أنواع الصور المتحركة التي يشاركها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي

المجموع		الجنس				الجنس	تشارك صوراً متحركة عبر هاتفك الذكي والتي تتمثل في	
		ذكور		إناث				
%	ك	%	ك	%	ك			
20 %	60	11 %	33	9 %	27	صور يومياتك		
11.33 %	34	5 %	15	6.33 %	19	مناسبة عائلية		
16 %	48	8.66 %	26	7.33 %	22	تدوين اللحظة		
22.33 %	67	11.66 %	35	10.66 %	32	مواضيع اجتماعية		
9.33 %	28	4.33 %	13	5 %	15	محتوى تعليمي		
7 %	21	5.33 %	16	1.66 %	5	حدث رياضي		
4.33 %	13	3 %	9	1.33 %	4	حدث سياسي		
							آخر	
4 %	12	1.66 %	5	2.33 %	7	مقاطع متنوعة		
3.33 %	10	2 %	6	1.33 %	4	مقاطع من تصميمي		
2.33 %	7	1 %	3	1.33 %	4	مقاطع فكاهية		
100 %	300	53.64 %	161	46.3 %	139	المجموع		

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 26: يمثل أنواع الصور المتحركة التي يشاركها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 25 والشكل 26 أنواع المقاطع القصيرة التي يُشاركها أفراد عينة الدراسة عبر هواتفهم الذكية وتتمثل بداية في المواضيع الاجتماعية بنسبة 22.33% ظهرت موزعة بين الذكور بنسبة 11.66% والإناث بنسبة 10.66%، حيث مثلت أعلى نسبة وهي تشمل مختلف الأحداث الاجتماعية التي يعيشها أفراد عينة الدراسة في حياتهم اليومية وتلك التي يتلقونها عبر المقاطع القصيرة عبر هواتفهم الذكية والتي تعاد مشاركتها عبر مختلف المجموعات الافتراضية. ثم صور اليوميات بنسبة 20% جاءت موزعة بين الذكور بـ 11% والإناث بـ 9%. وهي جميع المقاطع التي تسجل الأحداث اليومية للشباب لكلا الجنسين عبر مقاطع يلتقطونها بواسطة هواتفهم الذكية، والتي تحمل تفاصيل جزئية لمختلف المواقف التي يتعرض لها الشباب والتي يُشبع من خلالها

حاجياته النفسية والعاطفية والاجتماعية وغيرها. وهي ذات استخدام متجدد يتجدد بتجدد الأيام والأحداث معاً. أمّا تدوين اللحظة فجاءت بنسبة **16%** ظهرت لدى الذكور بنسبة **8.66%** والإناث بنسبة **7.33%**. وهي هاجس شباب اليوم حيث تدوين المقاطع المباشرة وتسجيل الصور المتحركة لتدوين مناسبة ما تختلف أهميتها بين المقاطع من شاب لآخر ومن جنس آخر. إلا أنّ تدوين اللحظة أصبح رمزا من رموز التواصل ولغة تخاطب بين الشباب حيث يتم عرض المقاطع المدوّنة على الصفحات الخاصة بكل شاب ويتم مشاركتها مع الأصدقاء وأيضاً ما يعرضه المؤثرون على حساباتهم الشخصية. ثم مشاركة مقاطع لمناسبات عائلية كانت بنسبة **11.33%** موزعة بين الإناث بـ **6.33%** والذكور بـ **5%**. وهي كثيرة الاستخدام بالنسبة للشباب هاوي التصوير (فوتوغراف) وغيرهم من الشباب الذين يشاركون مقاطع لمناسبات عائلية وخاصة المناسبات العالمية كمشاركة أعياد الميلاد والمناسبات الدينية والأفراح وحفلات المشاهير... حيث لا يكاد يخلو هاتف من هواتف الشباب من تلك المقاطع.

والملاحظ أنّ مشاركة الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعية تخطى جميع العادات والأعراف والتقاليد المحلية خاصة الشعوب، وأصبحت ثقافة مشاركة الآخر لغة جديدة يتبادلها الشباب من كلا الجنسين عبر مختلف المنصات الاجتماعية. في حين جاءت مقاطع لمحتوى تعليمية بنسبة **9.33%** ظهرت موزعة تقريبا بالتساوي بين الإناث بـ **5%** والذكور بـ **4.33%**. ويختلف المحتوى التعليمي لمقاطع تعليمية تحمل دروسا وشروحات حول مضمون معين وتلك التي تحمل وصفات أو طرق استخدام لمنتجات معين ووصفات الطبخ والتجميل والخياطة وغيرها. وأيضا

مشاركة مقاطع لحدث رياضي بنسبة 28% ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ 5.33% وأقل نسبة لدى الإناث 1.66%. وتشمل مقاطع المباريات العالمية (كأس العالم لكرة القدم) ومختلف المقاطع لتسجيل الأهداف وأهم الحوارات التي تجرى مع أشهر اللاعبين في العالم في مختلف الأندية. أما عن مشاركة مقاطع لحدث سياسي فجاءت بأقل نسبة 4.33% مثلت أعلى نسبة لدى الذكور بـ 3% وأقل نسبة لدى الإناث بـ 1.33%. ويبقى المحتوى السياسي قليل الاستخدام من قبل الشباب فقط لفئة محدودة من خلال مشاركة مقاطع لأحداث الساعة والأخبار المحلية والعالمية. وظهرت خيارات أخرى للشباب ضمن مشاركة مقاطع متنوعة بنسبة 4% وهي تشمل مقاطع ثقافية ودينية وسياحية ومقاطع لأفلام ومسلسلات... ثم مشاركة مقاطع من تصميمي بنسبة 3.33%. وتتمثل في تركيب مقاطع بتسجيل فيديوهات قصيرة لأحداث ومناسبات معينة أو إعادة تركيب أجزاء لمقاطع سبق نشرها خاصة ضمن التطبيقات التي تسمح بدمج لقطات وصور وموسيقى لإنشاء فيديوهات قصيرة ومشاركتها مع الأصدقاء ومجموعات الانتماء على منصات التواصل الاجتماعي. وآخر نسبة تخص المقاطع الفكاهية بنسبة 2.33%. ويبقى المحتوى الترفيهي أحد اهتمامات الشباب التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي حين. والملاحظ أنّ المقاطع القصيرة أصبحت تؤثر في السلوك الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية في مختلف الأدوار.

- استخدام الصورة المتحركة في الهاتف الذكي للتعبير عن الأفكار والآراء:

الجدول 26: يمثل توزيع استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم

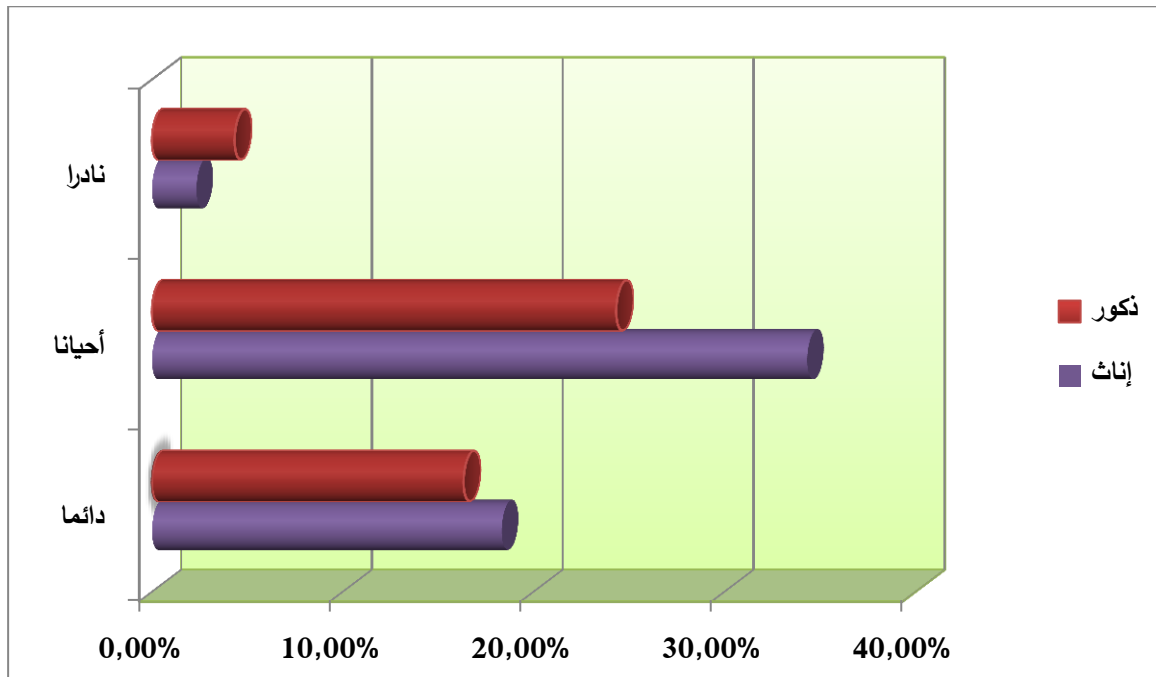
ضمن مجموعات مختلفة

المجموع		الجنس				الجنس
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	تستخدم الصورة المتحركة كرمز للتعبير عن أفكارك وآرائك ضمن مجموعات مختلفة
34.7%	104	16.33%	49	18.33%	55	دائما
58.7%	176	24.33%	73	34.33%	103	أحيانا
6.7%	20	4.33%	13	2.33%	7	نادرا
100%	300	44.99%	135	54.99%	165	المجموع

المصدر: بيانات الإستبيان، 2024.

الشكل 27: يمثل توزيع استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم

ضمن مجموعات مختلفة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 26 والشكل 27 استخدام أفراد عينة الدراسة الصورة المتحركة كرمز للتعبير عن أفكارهم وآرائهم ضمن مجموعات مختلفة جاءت (أحياناً) بنسبة 58.7% ظهرت بأعلى نسبة لدى الإناث 34.33% وأقل نسبة لدى الذكور 24.33% حيث ترتفع النسبة لدى الإناث مقارنة بالذكور ممن يتفاعلون عن طريق الصور المتحركة لطرح أفكارهم وآرائهم ضمن مجموعات مختلفة الانتماء وذلك يعكس اهتمام فئة الإناث على الذكور بهذه الخاصية. ثم جاءت (دائماً) بنسبة 34.7% موزعة بين الإناث بنسبة 18.33% والذكور بنسبة 16.33% بفارق بسيط وهي تمثل الفئة من كلا الجنسين التي تعتمد بشكل دائم على الصور المتحركة للتعبير عن مختلف الأفكار والانشغالات ضمن مقاطع من صنعهم تعتمد احترافية التصوير وحتى التي يتلقونها ويتفاعلون معها ضمن مجموعاتهم الخاصة، ثم جاءت (نادراً) بنسبة ضعيفة 6.7% موزعة بين الذكور بنسبة 4.33% والإناث بنسبة 2.33%، والملاحظ من خلال النتائج أنه يوجد استخدام فعلي للصور المتحركة والمقاطع القصيرة من قبل الشباب للتعبير عن أفكار معينة وآراء محددة حتى وإن كان متذبذب لكنه يحقق نوع من الإشباع لفئة محددة من الشباب والتي أكدت الاستخدام بنعم. ويظهر استخدام المقاطع المتنوعة ضمن المجموعات التي يُشارك بها الشباب من كلا الجنسين حاجاتهم الخاصة وأفكارهم حيث أصبحت التعليقات عن مختلف المواضيع ليس عن طريق الكتابة وإنما عن طريق مقطع قصير بثواني والملصقات التعبيرية وصور الذكاء الاصطناعي المتحركة

هي لغة جديدة يعتمدها الشباب في مختلف التفاعلات على منصات التواصل الاجتماعي وغيرها من الفضاءات الرقمية التي ينتمي إليها الشباب.

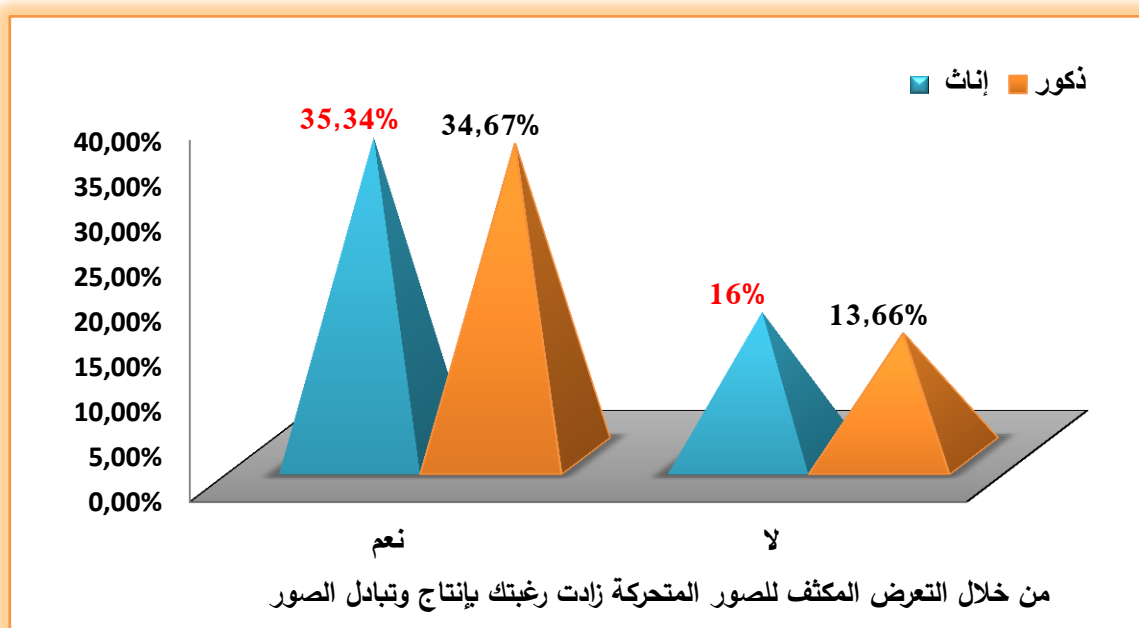
- الرغبة في إنتاج وتبادل الصور المتحركة بعد التعرض المكثف للصور المتحركة:

الجدول 27: يوضح رغبة أفراد عينة الدراسة لإنتاج وتبادل الصور المتحركة بعد التعرض المكثف

المجموع	الجنس						الجنس
	ذكور		إناث		من خلال التعرض المكثف للصور المتحركة زادت رغبتك بإنتاج وتبادل الصور		
%	ك	%	ك	%	ك		
70.3%	211	34.67%	104	35.34%	107	نعم	
29.7%	89	13.66%	41	16%	48	لا	
100%	300	48.33%	141	51.34%	159	المجموع	

المصدر: بيانات الإستبيان، 2024.

الشكل 28: يوضح رغبة أفراد عينة الدراسة لإنتاج وتبادل الصور المتحركة بعد التعرض المكثف



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 27 والشكل 28 أنه من خلال التعرض المكثف للصور المتحركة زادت رغبة أفراد عينة الدراسة في إنتاج وتبادل الصور المتحركة جاءت نعم بنسبة يوضح زيادة رغبة أفراد عينة الدراسة لإنتاج وتبادل الصور المتحركة وذلك بعد التعرض المكثف جاءت (نعم) بنسبة 70.3% موزعة بين الإناث بنسبة 35.34% ثم الذكور بنسبة 34.67%، تكاد تكون متساوية بين الجنسين وهي نسبة مرتفعة جداً تؤكد مدى تأثير استخدام المقاطع القصيرة على تصرفات الشباب حيث أصبح يعتمد بشكل كبير على الهواتف الذكية إن لم نقل كلياً اجتاحت استخدام المقاطع القصيرة مختلف التفاعلات الاجتماعية ويعكس ذلك التأثير الشديد بما يُعرض من محتوى مصور على عقول الشباب وعلى أفكارهم حيث أنّ التعرض المكثف للمقاطع المصورة غير الكثير من السلوكيات لدى الشباب وتغيرت فيه أسس التواصل والتفاعل الاجتماعي تغيرت لغته المكتوبة والمنطوقة إلى اللغة المصورة وباتت الصورة تحمل ألف خطاب بدلاً من خطاب النصوص والكلمات وحلت محلها الصور التفاعلية والتي تشمل تصميم العروض الغرافية Interaction graphics وطغت استخداماتها في مختلف الأنشطة اليومية للشباب وكذا برمجيات معالجة الصور الرقمية التي تستخدم أساليب المحاكاة في تخليق الصور المتحركة (Simulation effects) كذلك ظهر ذلك في إجابة المبحوث رقم 05: " آخذ صور متحركة للطبيعة، وحيوانات، مناظر جميلة، صور لعائلتي من أجل ذكريات وحصول تصوير احترافي" والمبحوث رقم: 02 " آخذ صوراً لي، ومناظر طبيعة، وقطط، لأنها هذه المناظر تلهمني إحساس رائع وتحتوي على معاني عميقة".

ثم جاءت (لا) بنسبة 34.67% وهي موزعة بين الإناث بنسبة 16% والذكور بنسبة 13.66% تفوق نسبة الإناث الذكور بتفاوت بسيط وهم من الفئة التي ليس لديها تعرض مكثف وإنما استخدام محدود حسب الحاجة وأيضاً ذات اهتمامات أخرى تسخر معظم أوقتها لأداء واجباتها المنزلية خاصة الإناث منهم، أمّا الذكور في العمل ومختلف النشاطات الاجتماعية اليومية خاصة لدى فئة السن (من 35 إلى 40).

- تكوين صداقات وخبرات جديدة جراء استخدام الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي:

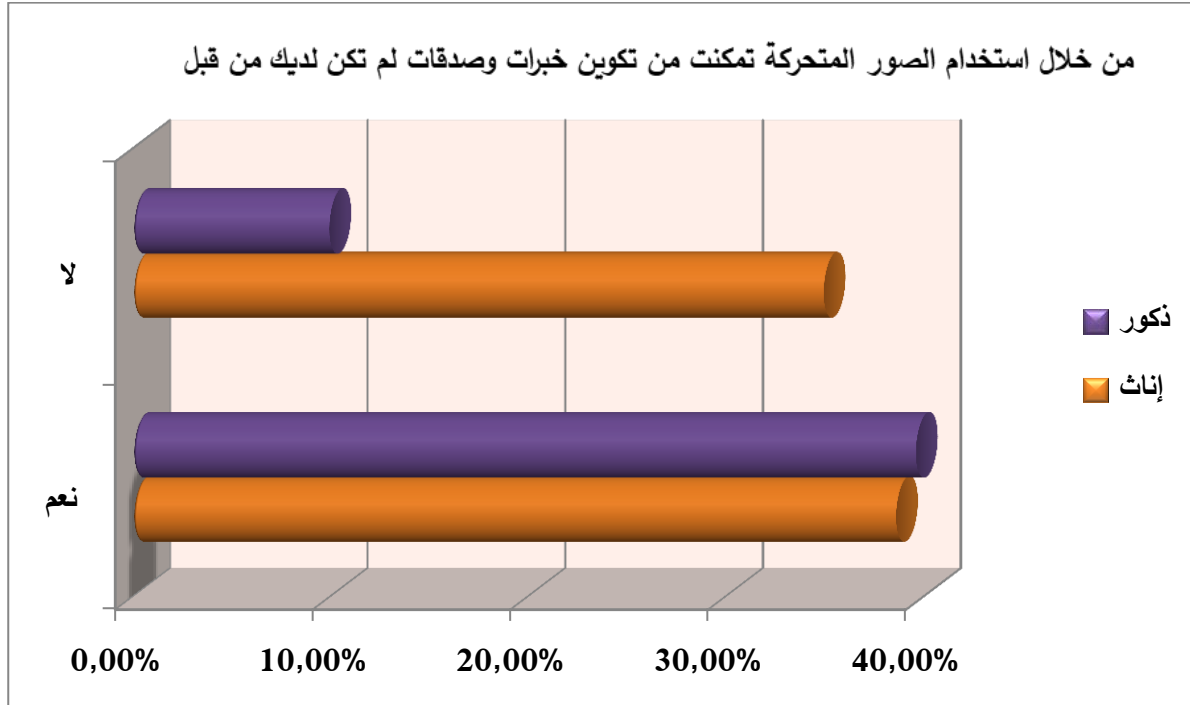
الجدول 28: يوضح إمكانية تكوين صداقات وخبرات جديدة من قبل أفراد عينة الدراسة جراء

استخدام الصور المتحركة

المجموع	الجنس						الجنس
	ذكور		إناث		من خلال استخدام الصور المتحركة تمكنت من تكوين خبرات وصداقات جديدة لم تكن لديك من قبل		
%	ك	%	ك	%	ك		
78.3%	235	39.66%	119	38.66%	116	نعم	
21.7%	65	10%	30	11.66%	35	لا	
100%	300	49.66%	149	50.32%	151	المجموع	

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 29: يوضح إمكانية تكوين صداقات وخبرات جديدة من قبل أفراد عينة الدراسة جراء استخدام الصور المتحركة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يظهر من خلال الجدول 28 والشكل 29 أنّ استخدام الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة مكنتهم من تكوين خبرات وصداقات جديدة لم تكن لديك من قبل جاءت (نعم) بنسبة 78.3% وجاءت موزعة بين الذكور بنسبة 39.66%، والإناث بنسبة 38.66% بفارق بسيط وهذا ما يؤكد درجة تأثير الاستخدام المكثف للمقاطع القصيرة ليست فقط لغة تواصل وإنما فتحت مجالات جديدة وهي التعليم والتثقيف ثم الانفتاح الثقافي والمعرفي على المجتمعات الأخرى ومختلف الثقافات العالمية وأيضاً التقارب الفكري لمختلف المجتمعات اختزلته الهواتف الذكية في مجموعات افتراضية تحمل نفس الخصائص والميولات ووحدت فيه التصرفات بحيث أنّ المقاطع المأخوذة عن طريق الهواتف الذكية أدت إلى تقارب الاستخدامات الاجتماعية لمختلف فئات

الشباب لكلا الجنسين عبر العالم ووحدت أيضاً أهدافهم العلمية والمعرفية، وهنا تتأكد نظرة ماكلوهان في حتمية التقنية التي فرضت نفسها في مجتمعاتنا بصورة أو بأخرى" الوسيط يغيرنا ويؤثر في البنية الفردية والاجتماعية، لأننا نتفاعل معه مراراً وتكراراً حتى يصبح جزء من أنفسنا"¹. وظهرت فئة (لا) بنسبة 21.7% موزعة بين الإناث بنسبة 11.66% والذكور بنسبة 10% بفارق بسيط تكاد تتساوى بين الجنسين وهم من الفئات التي لا تفضل الانفتاح على الآخر وتكتفي بالعلاقات المحدودة وخاصة الواقعية حيث أنّ تواجدها على العالم الافتراضي شبه معدوم تفضل التصفح الخارجي للمحتوى المصور ولا تتفاعل بالأشكال المعتاد للتفاعل كالتعليقات والإعجاب والمشاركة بصناعة محتوى مماثل يكاد تفاعلها يكون سلبي فقط المشاهدة.

- مستوى العلاقات الاجتماعية بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي:

الجدول 29: يُمثل مستوى العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بعد التعرض المكثف للصور

المتحركة عبر الهاتف الذكي

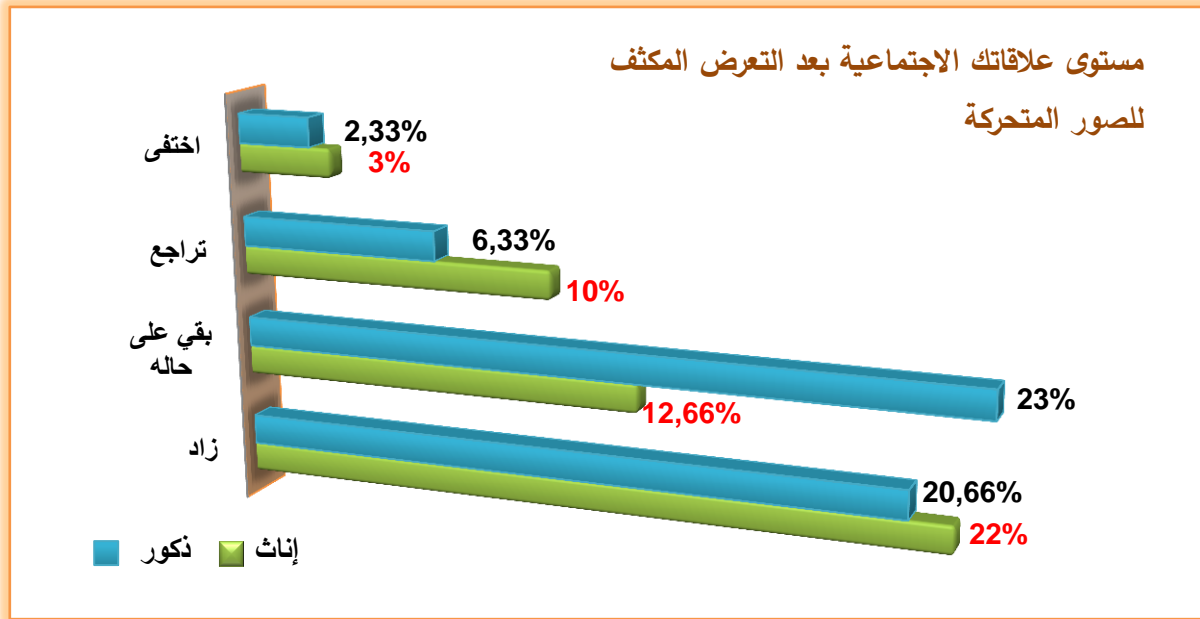
المجموع	الجنس				مستوى علاقاتك الاجتماعية بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر هاتفك الذكي	
	ذكور		إناث			
%	ك	%	ك	%	ك	
42.7%	128	20.66%	62	22%	66	زاد
35.7%	107	23%	69	12.66%	38	بقي على حاله
16.3%	49	6.33%	19	10%	30	ترجع
5.3%	16	2.33%	7	3%	9	اختلف

1- أحمد عبد الرحيم، العولمة: المفهوم، المظاهر والمسببات، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، المجلد 26، 1 ربيع 1998، ص 65.

المجموع	143	47.66%	157	52.32%	300	100%
---------	-----	--------	-----	--------	-----	------

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 30: يُمثل مستوى العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024

يُمثل الجدول 29 والشكل 30 مستوى العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بعد التعرض المكثف للصور المتحركة حيث جاءت (زاد) أعلى نسبة 42.7% موزعة بين الإناث بنسبة 22% والذكور بنسبة 20.6%، حيث أنّ مساهمة المقاطع القصيرة في زيادة مستويات العلاقات الاجتماعية وعدد الأصدقاء بصورة غير مسبوقة فهي تقرب التواصل بين فئة الشباب كلا الجنسين مع بعضهم البعض ومع غيرهم من باقي فئات المجتمع عن طريق المحتوى الذي تحمله والذي يتفاعل من خلاله الشباب مع مختلف المواقف والأحداث من خلال الصور المتحركة يتمكن الشباب من تكوين علاقات اجتماعية جديدة واتساع دائرة علاقته مع الآخر وخاصة العلاقات

الافتراضية التي لا حدود لها بحكم أن مجموعات الانتماء تجمع عدد لا متناهي من المنتسبين يصل إلى الآلاف والملايين ضمن المجموعة الواحدة ومنهم من يحول العلاقات الافتراضية إلى علاقات اجتماعية حقيقية خاصة في النطاق الجغرافي الواحد. أما التي بقيت على حالها فجاءت بنسبة **35.7%** ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ **23%** وأقل نسبة لدى الإناث بـ **12.6%** وهم الفئة من الشباب الذين يفضلون الاحتفاظ بعلاقاتهم الاجتماعية الواقعية والتفاعل الواقعي وتشمل الأصدقاء المقربين وأفراد العائلة الواحدة في نطاق محدود. في حين ظهرت العلاقات التي تراجعت بنسبة **16.3%** بأعلى نسبة لدى الإناث بـ **10%** وأقل نسبة لدى الذكور بـ **6.3%** وهي تخص فئة الشباب من كلا الجنسين التي تفضل العلاقات الافتراضية على الواقعية وهم أيضاً الذين يقضون جُل أوقاتهم على الشاشات الرقمية والهواتف الذكية في حين تغيب لديهم العلاقات الواقعية وقضاء الأوقات مع الأسرة والأصدقاء الحقيقيين. أما التي تراجعت فجاءت بنسبة ضئيلة جداً **5.3%** شملت الإناث بنسبة **3%** والذكور بنسبة **2.3%** وهم من ذوي إدمان الشاشات الذين يقضون ساعات طويلة على منصات التواصل الاجتماعي والتي تؤثر سلباً على حياتهم الشخصية وعلى علاقاتهم الاجتماعية.

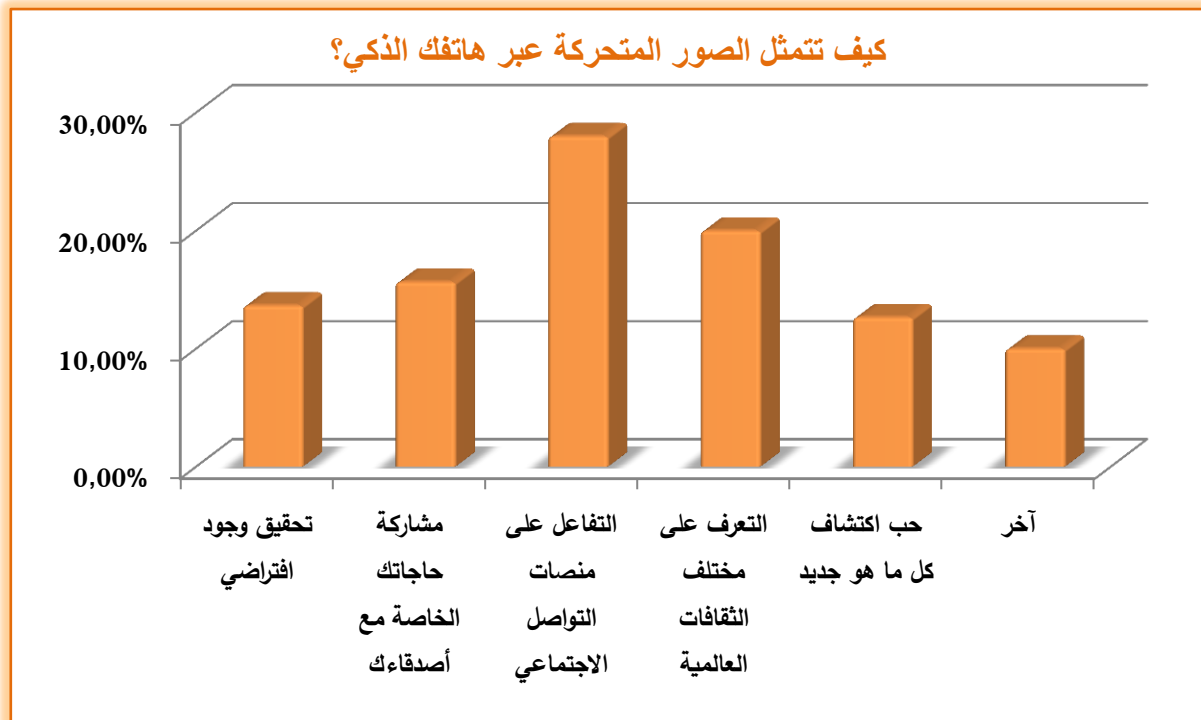
- كيفية تمثل الصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي:

الجدول 30: يوضح كيفية تمثل أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي

المجموع		الجنس				كيف تتمثل الصور المتحركة عبر هاتفك الذكي؟ هي وسيلة
		ذكور		إناث		
%	ك	%	ك	%	ك	
13.66%	41	5.66%	17	8%	24	تحقيق وجود إفتراضي
15.66%	47	8.66%	26	7%	21	مشاركة حاجاتك الخاصة مع أصدقاءك
28%	84	12.66%	38	15.33%	46	التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي
20%	60	13%	39	7%	21	التعرف على مختلف الثقافات العالمية
12.66%	38	9%	27	3.66%	11	حب اكتشاف كل ما هو جديد (التحديث التقني للهواتف الذكية
						آخر
4.66%	14	2.66%	8	2%	6	للتعبير عن أفكاره وآرائه الخاصة
3.33%	10	1.66%	5	1.66%	5	مشاركة مقاطع من تصميمي
2%	6	1.33%	4	0.66%	2	إكتساب الخبرة
100%	300	55.31%	166	44.63%	134	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 31: يوضح كيفية تمثيل أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 30 والشكل 31 أنّ معظم أفراد عينة الدراسة يتمثلون الصور المتحركة عبر الهاتف الذكية كوسيلة للتفاعل على منصات التواصل الاجتماعي. وكان ذلك في أول ترتيب بنسبة 28% ظهرت تقريباً متساوية بين الإناث بـ 15.33% والذكور بنسبة 12.66%. وهنا يظهر تأثير المقاطع القصيرة في سلوك الشباب لدى الجنسين معاً وتغير النسق الاجتماعي من التواصل الواقعي إلى تفاعلات افتراضية محضة. كما تغيرت الأدوار والأفعال بتغير لغة التخاطب التي أصبحت تعتمد بشكل كبير على فيديوهات قصيرة. ويظهر الاستخدام السوسيو-ثقافي المستمر للصور المتحركة وانعكاسه على الحالة السوسيو-ثقافية للشباب حيث "المستخدم لم يعد مجرد مُستهلك بسيط سلبي للمنتجات والخدمات المقدمة له حتى مع بروز خاصة التفاعل الاقتصادي

فيه فإن المستهلك أصبح فاعلاً¹. ثم كوسيلة للتعرف على مختلف الثقافات العالمية 20% ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ 13% وأقل نسبة لدى الإناث بـ 7%. ويتبين من خلال هذه النسبة أنّ الشباب يتمثل الصور المتحركة وسيلة للتقارب الثقافي من خلال المضامين التي تحملها المقاطع القصيرة؛ فهي نافذة للتذوق الفكري والمعرفي والتبادل لمختلف القيم والأخلاقيات التي يتعرض لها الشباب عبر ما يتم مشاركته وتبادلته عبر منصات التواصل الاجتماعي خاصة لدى الذكور. وفي سياق التمثل الاجتماعي فهذا يؤكد تصور دوركايم " للتصورات الاجتماعية التي تتأسس على شكل قيم ومعايير للسلوك والتذوق والقول وتتغير بتغير الحياة الاجتماعية. إنّها تتشكل انطلاقاً من الأوضاع المواقف والميولات الثقافية والتي تحكم رؤية المجتمع إلى العالم، كما تحكم أنماط تفكيره وأسلوب عيشه والمعايير المعتمدة فيه حسب الأولويات. كأمثلة على ذلك في مجتمعنا مجموعة من العادات والقيم والسلوكيات والآداب التي نتمسك بها ونمارسها في حياتنا اليومية في مختلف المؤسسات الاجتماعية التي نعيش فيه"².

ثم كوسيلة لمشاركة حاجياتهم الخاصة مع الأصدقاء وظهرت بنسبة 15.66% شملت أعلى نسبة لدى الذكور بـ 8.66% وأقل نسبة لدى الإناث بـ 7%. وهي أهم خاصية يُفضّلها الشباب خاصة الذكور منهم حيث يستخدم المقاطع القصيرة وصور الذكاء الاصطناعي المتحركة للتعبير عن حاجيات معينة يشبعونها أثناء التفاعل مع أصدقائهم ضمن المجموعات المفضلة وعلى الحسابات الشخصية والصفحات المشتركة والتي تتجدد يوميا بحسب تجدد الاستخدامات.

1- Jouët, J, *Retour critique sur la sociologie des usages*, In Réseaux, 18(100),2000, PP 487-521.

2- أحمد بيومي، تاريخ التفكير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، ط2 مصر، 2003، ص95.

والملاحظ أنّ تمثل الشباب للمقاطع القصيرة كوسيلة لإظهار حاجاته الخاصة أصبحت تصوراً جديداً أخذ سياقاً اجتماعياً جديداً ظهر مع تكاثف استخدام الهواتف الذكي حيث مع عصر الإلكترونيات تغيرت فيه الممارسات والأدوار بين التقنية والأشخاص وأصبح تمثل الصورة سلوكاً اجتماعياً واضحاً يتخلل مختلف الممارسات اليومية للشباب. أمّا عن الفئة التي تمثلت الصور المتحركة كوسيلة لتحقيق وجود افتراضي فجاءت بنسبة **13.66%** ظهرت أعلى نسبة لدى الإناث بـ **8%** وأقل نسبة لدى الذكور **5.66%**. وهم الفئة التي تهتم بالعلاقات الافتراضية دون العلاقات الواقعية كصانعي المحتوى الرقمي والمؤثرين وفئة قليلة من الشباب مدمني الهواتف الذكي الذين يقومون بصناعة وتصميم مقاطع قصيرة لمحتوى متعدد يعبرون من خلالها عن ميولاتهم وأذواقهم وأفكارهم الخاصة، وحتى المجالات العلمية التي ينتمون إليها. وتظهر مهاراتهم الخاصة في تركيب الفيديوهات المتحركة واستخدام برامج التصميم والمعالجة، مسألة برزت لدى الإناث أكثر من الذكور. وآخر ترتيب خص تمثل الصور المتحركة كوسيلة لاكتشاف كل ما هو جديد خاصة التحديثات التقنية للهواتف الذكية بنسبة **12.66%** ظهرت بأعلى نسبة لدى الذكور بـ **9%** وأقل نسبة لدى الإناث بـ **3.66%**. وهم من فئة الشباب المهووسون بالهواتف الذكية ومتابعة كل تحديث يطرأ على البرمجيات وسعات التخزين وعدد الكاميرات الخلفية والأمامية من خلال ما يتعرضون له أو يشاركونه من مقاطع تعرض خدمات الشركات المصنعة للهواتف الذكية وآخر الماركات العالمية خاصة لدى فئة الذكور. بالإضافة إلى مقاطع الإعلانات التجارية والإشهارات الخاصة بعرض الجديد من الهواتف الذكية وملحقاتها. كما ظهرت تمثلات أخرى نذكرها كالآتي:

يتمثل الشباب أفراد عينة الدراسة الصورة كوسيلة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم الخاصة بنسبة 4.66% بحيث تقوم هذه الفئة من الشباب باستخدام مقاطع قصيرة للتعبير عن آراء محددة ووجهات نظر تختلف من شخص لآخر ومن مجموعة لأخرى نظراً لتركيبية المقاطع. فهي تحمل الصورة والصوت معاً ومؤثرات عديدة وأيضاً تعدد وظائف الصورة في مختلف المجالات. هذا من جهة ومن جهة أخرى خصوصية تطور الصور الرقمية وكونها تحمل إحداثيات رقمية ثنائية وثلاثية الأبعاد مما يسمح بنقل المعلومة بدقة أكثر وبزمن قياسي. ثم الفئة من الشباب التي تتمثل الصورة المتحركة وسيلة لمشاركة مقاطع من تصميمهم بنسبة 3.33%. وهي تُعنى بالفئة من صانعي المحتوى وأيضاً الفئة التي تتواصل مع الآخرين وتتفاعل معهم عن طريق مقطع من تصميمهم، وتحنو نحو منحى الاحترافية في صناعة المحتوى المرئي. وهذه الجزئية لم تبقى حكراً على فئة معينة كالمؤثرين والمشاهير؛ فبفضل تطور أجيال الهاتف الذكي أصبح بإمكان الجميع تصميم المقاطع المصورة ومشاركتها مع الآخر دون قيود أو مقابل مادي. أمّا الفئة التي تتمثل المقاطع القصيرة كوسيلة لاكتساب الخبرة فظهرت بنسبة 2% من خلال صناعة مقاطع أو مشاهدتها باستمرار بمختلف مضامينها، مما يشكل خبرة مُشتركة لدى نفس الفئة المستخدمة لنفس المقاطع. وتظهر الخبرة من خلال المحتوى المصور الذي تحمله تلك المقاطع. فكل اهتماماته ومجالاته الخاصة بحيث تتنوع وتتسع دائرة الخبرة المكتسبة عن طريق الصورة المتحركة.

- كيفية مساعدة الصور المتحركة على التفاعل الإيجابي:

الجدول 31: يمثل كيف تساعد الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة إيجاباً في التفاعل مع الآخرين

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		الفئات	المتغيرات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
35.66%	111	3	9	<u>19</u>	57	13.66	41	بناء علاقات جديدة	تساعدك الصورة المتحركة في التفاعل مع الآخرين إيجاباً من خلال
29.65%	89	2.33	7	<u>18.66</u>	56	8.66	26	الاحتفاظ بعلاقاتك الحقيقية	
15.32%	46	1.33	4	<u>10.66</u>	32	3.33	10	المبادرة للعمل التطوعي	
18%	54							آخر	
7.33%	22	التفاعل في مجموعاتي							
3.66%	11	النشاط الجمعي وفي النوادي							
5.66%	17	التفاعل والمشاركة مع الآخر							
1.33%	4	التثقيف							
100%	300	المجموع							

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 32: يمثل كيف تساعد الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة إيجاباً في التفاعل مع الآخرين



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 31 والشكل 32 أنّ الصور المتحركة تساعد أفراد عينة الدراسة على التفاعل مع الآخرين إيجاباً من خلال بناء علاقات جديدة (أحياناً) جاءت بنسبة 19% و(دائماً) بنسبة 13.66%، ثم الاحتفاظ بعلاقاتهم الحقيقية (أحياناً) بنسبة 10.66% و(دائماً) بنسبة 3.33%. في حين جاءت المبادرة للعمل التطوعي (أحياناً) بنسبة 7.33% و(دائماً) بنسبة 3.66%، وظهرت تفاعلات إيجابية أخرى ضمن ما أفاد به أفراد عينة الدراسة وهي: التفاعل في مجموعات بنسبة 5.66% والمشاركة والتفاعل مع الآخرين بنسبة 1.33% والملاحظة من خلال هذه المجموع في النوادي بنسبة 3.66%، ثم التنقيف بنسبة 1.33%. والملاحظ من خلال هذه النتائج أنّ جل الفيديوهات القصيرة التي يتعرض لها الشباب تسهم في إنشاء تفاعلات إيجابية وهي مشاركة جماعية وليست فردية يغلب عليها طابع التعاون والتفاعل الاجتماعي مع مختلف الظواهر

والأحداث الاجتماعية اليومية، وتعكس سياقات اجتماعية جديدة تحمل طابعا افتراضيا ينعكس ضمن ممارسات في الواقع وقوة التفاعل المشترك بين مختلف الأفراد سواء في المنطقة الواحدة أو أماكن مختلفة قامت التقنية بتقريب المسافات بينها وتوحيد العمل الإيجابي بفضلها. والغاية من التمثيلات الناتجة عن التعرض المكثف للمقاطع المصورة كما بينت Denis " إعطاء معنى للواقع المعيش وتأطير سلوك الأفراد وتوجيههم وفق النظام الاجتماعي السائد"¹. ويظهر أيضاً التفاعل الإيجابي ضمن المجموعات على منصات التواصل الاجتماعي التي يتفاعل ضمنها الشباب عن طريق المقاطع المؤثرة ونقل مختلف الأحداث الاجتماعية والأعمال التي يقوم بها الشباب ويشاركها على الشبكات ويتأثر بها باقي الأفراد، وتكون دافعا لممارسة الأدوار الإيجابية في المجتمع ونقلها إلى الآخر بصفة مباشرة. ويتم من خلال ذلك إعادة بناء الواقع الاجتماعي social reality ضمن تمثيل المقاطع القصيرة كصورة إيجابية الاستخدام في مختلف الممارسات الاجتماعية.

- التفاعل السلبي مع الصور المتحركة:

الجدول 32: يمثل كيف تؤثر مقاطع الفيديو سلباً في أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين

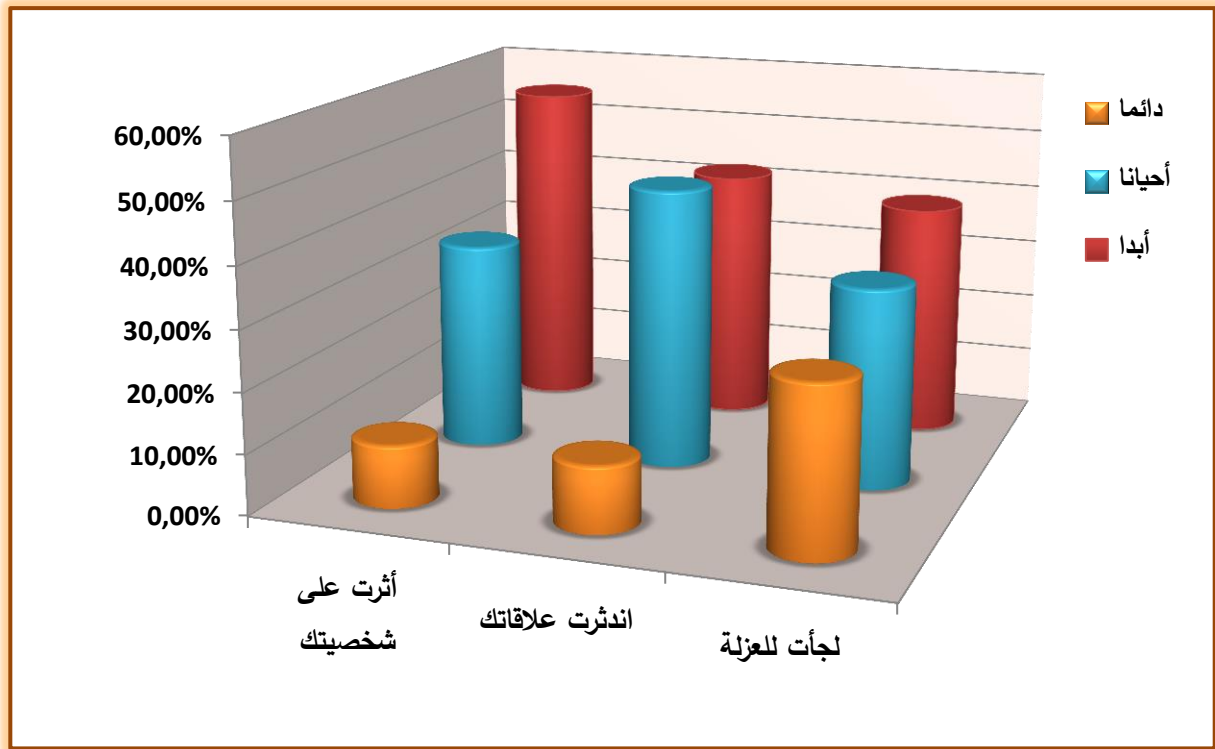
المتغيرات	الفئات	دائماً		أحياناً		أبداً		المجموع
		ك	%	ك	%	ك	%	
هل تتصور أن مقاطع الفيديوها التي تتعرض لها سبباً في تفاعلك مع الآخرين سلباً	أثرت على شخصيتك	22	7.33	28	9.33	55	18.33	105 35
	اندثرت علاقاتك	29	9.66	58	19.33	39	13	126 42
	لجأت للعزلة	13	4.33	24	8	32	10.66	69 23

1-Denis Jodelet, *Folies et représentations sociales*, op.cit., p.36

100	300	41.66	126	36.33	110	21.32	64	المجموع
-----	-----	-------	-----	-------	-----	-------	----	---------

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 33: يمثل كيف تؤثر مقاطع الفيديو سلباً في أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين



المصدر: بيانات الإستبيان، 2024.

يوضح الجدول 32 والشكل 33 كيف تؤثر الصورة المتحركة في أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين سلباً حيث لا يؤثر ذلك أبداً في الشخصية بنسبة 18.33% ويكون التأثير في بعض الأحيان بنسبة 9.33% ويكون التأثير دائماً بنسبة 7.33%. والملاحظ أنّ الفئة التي لم تتأثر سلباً هي الأعلى نسبة.

ثم سجلنا نسبة 19.33% للذين أجابوا بأن تأثير الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي قد أثر سلباً من حيث اندثار العلاقات الاجتماعية الواقعية في بعض الأحيان وبعدم اندثارها بنسبة

13% وباندثارها التام بنسبة 9.66%. والملاحظ أنّ فئة الشباب التي اندثرت علاقتها الواقعية في بعض الأحيان كانت بأعلى نسبة. وهذا تصريح غير مباشر باختفاء العلاقات الواقعية واستبدالها بالعلاقات الافتراضية وتراجع الترابط الاجتماعي، بسبب التكنولوجيات الحديثة وإدمان الشباب على العلاقات الافتراضية والتخلي شبه الكلي عن العلاقات الواقعية وحتى القربة منها كالروابط الأسرية والقرابة المباشرة.

في حين سجلنا نسبة 10.66% للذين أجابوا بأن تأثير الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي لم يؤثر سلبا من حيث اللجوء إلى العزلة، ثم بنسبة 8% للذين أجابوا بأن تأثير الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي قد أثر سلبا في بعض الأحيان باللجوء إلى العزلة. أما الذين أجابوا بأن تأثير الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي يؤثر دائما سلبا باللجوء إلى العزلة فقدرت نسبتهم 4.33%. والملاحظ أنّ أعلى نسبة تخص الذين أجابوا بأن تأثير الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي لم يؤثر سلبا من حيث اللجوء إلى العزلة. وهم الفئة التي تفضل التفاعل مع مختلف الشرائح الاجتماعية والتبادل في مختلف المجالات وممارسة جميع الأنشطة من حيث التمثلات التي تتشكل حولها. وهذا ما أشار إليه دوركايم بحيث يعتبر " التمثل الاجتماعي مفهوما مشتركا دائما بين أفراد الجماعة ويقربهم من بعض ويحافظ على الروابط فيما بينهم"¹. في حين تعكس شدة التعرض للفيديوهات المتحركة التأثير السلبي للاستخدام وبدوره ينعكس على الترابط الاجتماعي وعلى طبيعة العلاقات بين الأفراد، إذ يلجأ الكثير من الشباب من كلا الجنسين إلى العزلة

¹ - Jodelet Denise, **Les représentations sociales : Un Domaine En Expansion**, In Jodelet (Ed) Les Représentations Sociales, P.U.F, Paris, 1989, p65.

الاجتماعية فتتغير الحالة النفسية لديهم وتقل درجة التفاعل مع الآخرين وتكاد تنعدم لديهم الروابط الاجتماعية، ويفضلون قضاء أوقاتهم بمفردهم وفي حيز محدود جداً تستبدل لديهم العلاقات الواقعية بالعلاقات الافتراضية والتواجد على شاشات الهواتف معظم الأوقات والتخلي عن المشاركة الاجتماعية في مختلف المواقف.

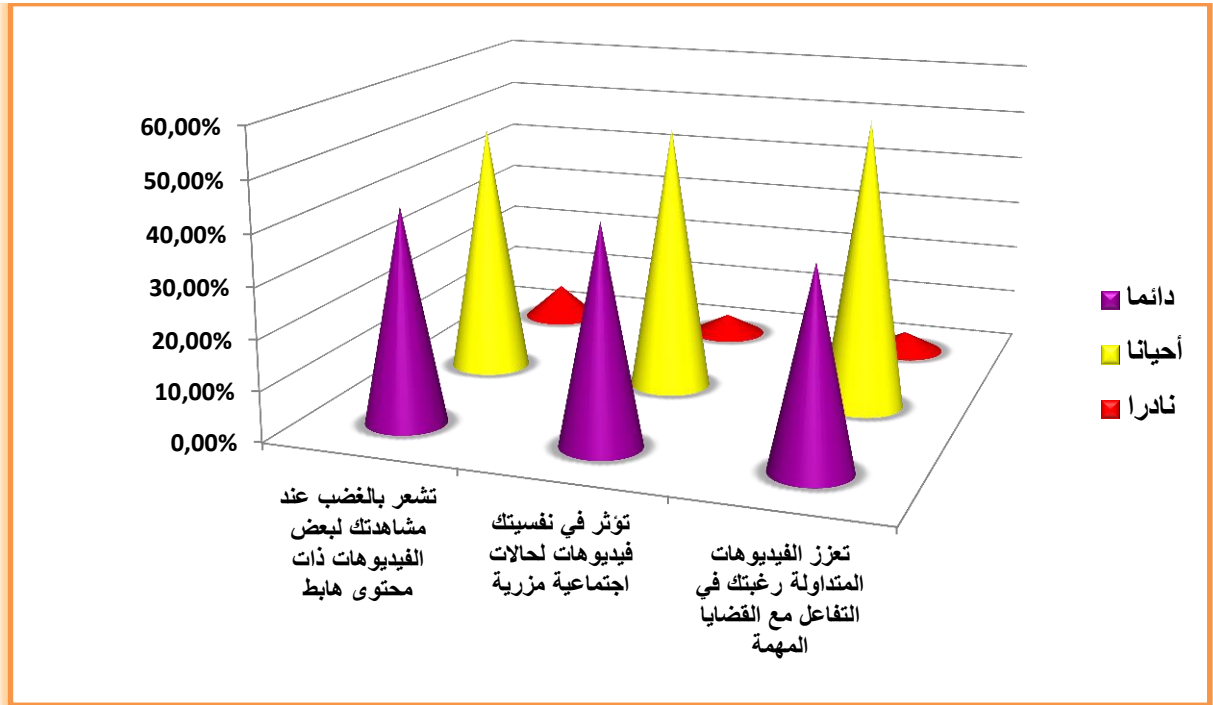
- تأثير الصور المتحركة في الجانب العاطفي:

الجدول 33: يمثل تأثير الصور المتحركة في الجانب العاطفي لأفراد عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات	دائماً		أحياناً		نادراً		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%		
تؤثر الصور المتحركة في الجانب العاطفي للشباب	تشعر بالغضب عند مشاهدتك لبعض الفيديوهات ذات محتوى منحط	49	16.33	53	17.66	21	7	123	41
	تؤثر في نفسك مشاهدة فيديوهات لحالات اجتماعية مزرية	31	10.33	47	15.66	12	4	90	30
	تعزز الفيديوهات المتداولة عبر تطبيقات هاتفك رغبتك في التفاعل مع القضايا المهمة في المجتمع	25	8.33	50	16.66	12	4	87	29
المجموع		105	35	150	50	45	15	300	100

المصدر: بيانات الإستبيان، 2024.

الشكل 34: يمثل تأثير الصور المتحركة في الجانب العاطفي لأفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 33 والشكل 34 تمثل تأثير الصور المتحركة في الجانب العاطفي. وقد أجاب معظم المبحوثين بأن هذا التأثير ملموس من حيث الشعور أحيانا بالغضب عند مشاهدة بعض الفيديوهات ذات المحتوى المنحط بأعلى نسبة 17.66%، ثم الشعور الدائم بالغضب إثر التعرض لهذه المحتويات بنسبة 16.33%، والشعور نادراً بالغضب إثر التعرض لهذه المحتويات بنسبة ضئيلة جداً 7%. وبالتالي، يظهر شعور الغضب والانفعال حول المحتوى المنحط وأيضاً مختلف المضامين المصورة التي لا يفضلها الشباب، مما ينعكس ضمن سلوكيات معينة تظهر في الردود الكثيرة بمحتوى مخالف أو المعارض والتعليقات السلبية والمنتقدة لمحتوى الفيديوهات التي يتعرض لها الشباب على هواتفهم الذكية. وفي بعض الأحيان يلجؤون إلى تبليغ إدارة الموقع الناشر للمقطع

حتى يتم حذفه ولا تتعرض له فئة أكثر. ثم سجلنا نسبة **15.66%** للذين أجابوا بأن نفسيتهم تتأثر أحيانا بفعل مشاهدة فيديوهات لحالات اجتماعية مزرية، ثم دائما بنسبة **10.33%** ونادراً بنسبة **4%**. فالتأثر الشديد بمقاطع لحالات اجتماعية يؤثر بشكل كبير في ردة فعل الشباب حول طبيعة الحالة. فيتم تشكل جانب انفعالي يتمظهر من خلال الممارسات اليومية التي نلمحها في سلوكيات كثيرة وهي التآزر والتكافل الاجتماعي ومحاولة الالتفاف حول حالات اجتماعية متنوعة. ثم سجلنا نسبة **16.66%** للذين أجابوا بأن نفسيتهم تتأثر أحيانا من خلال تعزيز الفيديوهات المتداولة عبر تطبيقات الهاتف عبر الرغبة في التفاعل مع القضايا المهمة في المجتمع، ثم دائما بنسبة **8.33%**، ثم نادراً بنسبة **4%**. فدرجة التأثر بالمقاطع القصيرة تظهر في انعكاس درجات التفاعل مع مختلف الأحداث والقضايا التي تهم المجتمع مع تشكل تمثلات حولها، فيتغير سلوك الشباب نحوها بالمبادرة إلى التفاعل الاجتماعي وتتغير الذهنيات نحو مختلف القضايا الاجتماعية. وينعكس البعد النفعي للتمثل الاجتماعي كما وضعه موسكوفيتشي " باعتباره واقعاً يكاد يكون ملموساً ومجسّداً فعلياً، بحيث تظهر يومياً في سلوكنا وخطابنا وأفكارنا وطريقة فهمنا. فعلى الرغم من أنها مخفية في الأذهان على شكل تمثلات إلا أنها تظهر بوضوح من خلال هذه الرموز"¹، حيث إنه ينشأ جراء المقاطع المتداولة رمزيات ذهنية تنبثق من تأثير المحتوى المرئي الذي يتعرض له الشباب بصفة مستمرة داخل سياقات اجتماعية تحمل قيماً وأفكاراً وتفاعلات جديدة مرتبطة بممارسات جديدة كحس المشاركة الجماعية وتوثيق ذلك من خلال المقاطع المصورة على منصات التواصل الاجتماعي.

¹—Moscovici, S, *Psychanalyse son image et son public*, 1976, Paris, puf, p50

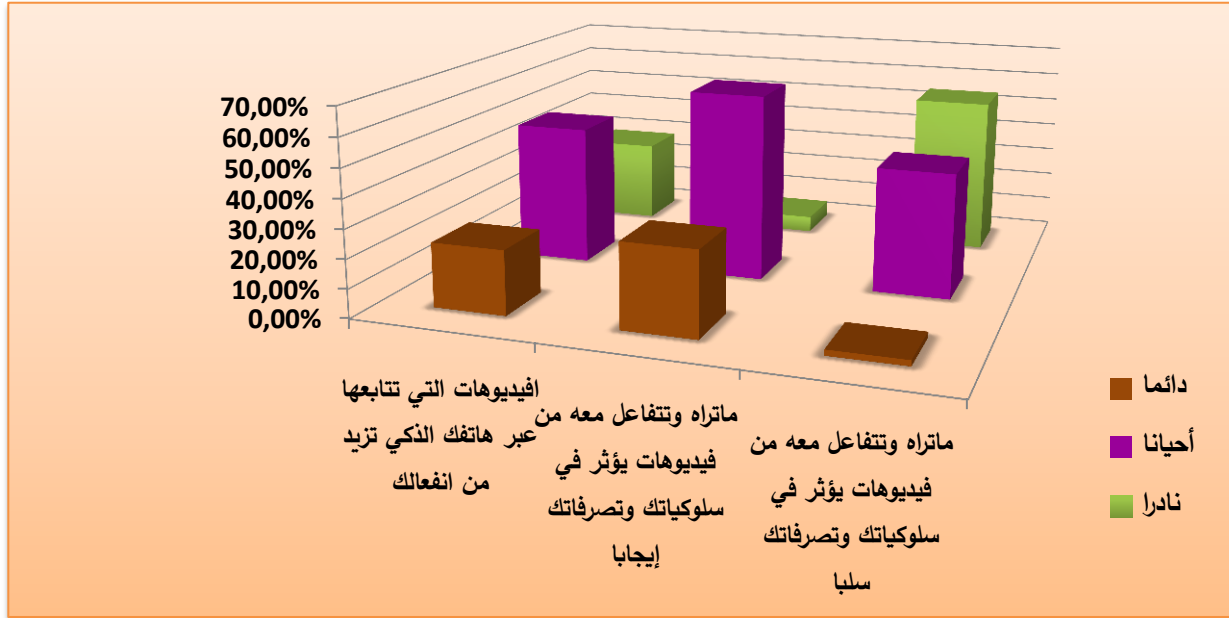
- تأثير الصور المتحركة في الجانب السلوكي:

الجدول 34: يمثل تأثير الصور المتحركة في الجانب السلوكي لأفراد عينة الدراسة

المجموع	نادرا		أحيانا		دائما		الفئات	المتغيرات
	%	ك	%	ك	%	ك		
30	90	6.66	20	<u>15.33</u>	46	8	24	الفيديوهات التي تتبناها عبر هاتفك الذكي تزيد من انفعالك
49	147	6.33	19	<u>23</u>	69	19.66	59	ما تراه وتتفاعل معه من فيديوهات يؤثر في سلوكياتك وتصرفاتك إيجابا
22	66	<u>10</u>	30	9	27	3	9	ما تراه وتتفاعل معه من فيديوهات يؤثر في سلوكياتك وتصرفاتك سلبا
100	300	23	69	<u>47.33</u>	142	30.66	92	المجموع

المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

الشكل 35: يمثل تأثير الصور المتحركة في الجانب السلوكي لأفراد عينة الدراسة



المصدر: بيانات الاستبيان، 2024.

يوضح الجدول 34 والشكل 35 تأثير تمثل الصور المتحركة في الجانب السلوكي لأفراد عينة الدراسة ، حيث تم تسجيل نسبة **15.33%** من الذين أجابوا بأن الفيديوهات التي تتابع عبر الهاتف الذكي تزيد أحيانا من الانفعال، ثم نادرا بنسبة **8%** ودائما بأقل نسبة مقدرة ب**6.66%** . فجل الانفعالات تظهر ضمن زيادة عدد المشاركات للمقاطع المصورة وزيادة عدد الردود والتعليقات السلبية حول مختلف المضامين المرئية خاصة التي تحمل قضايا تهم فئة الشباب بالدرجة الأولى.

ثم تم تسجيل نسبة **23%** من الذين أجابوا بأن ما يشاهد ويتم التفاعل معه من فيديوهات يؤثر أحيانا إيجاباً في التصرفات، ثم دائماً بنسبة **19.66%**، و(نادرا) بنسبة **6.33%**. وهي تشمل السلوكيات الإيجابية التي تعمل على غرسها مضامين المقاطع القصيرة بالأخص المقاطع

التعليمية والتثقيفية، وهذا ما يتأكد ضمن إجابات عدد من المبحوثين حيث أجاب المبحوث رقم 09 ذو مستوى أولى جامعي علوم إنسانية 30 سنة قائلاً:

" لا يؤثر علي سلبا بالعكس إيجاباً".

وأيضاً ضمن إجابة المبحوث رقم 08 طالبة جامعية 22 سنة الثالثة ليسانس اتصال قائلة:

" نعم يؤثر أكيد، فأغلب عاداتي الإيجابية اكتسبتها من عدة فيديوهات سواء ثقافياً أو تعليمياً أو دينياً أو اكتساب مهارات جديدة".

بالإضافة إلى إجابة المبحوث رقم 01 ماستر علم النفس العيادي 28 سنة قائلاً:

"أثّر إيجاباً من الناحية الدينية والتوعية وإعطاء ثقافة عامة".

ويتمظهر ذلك ضمن سلوكيات جديدة ظهرت ضمن مختلف ممارسات الشباب اليومية وهي التفاعل الاجتماعي مع مختلف القضايا الاجتماعية من خلال فنون الإقناع التي تمارسها المقاطع القصيرة والتي نتج عنها تغير تصرفات عديدة نحو خلق أفكار جديدة في المجتمع.

في حين تم تسجيل نسبة 10% من الذين أجابوا بأن ما يشاهد ويتم التفاعل معه من فيديوهات يؤثر نادراً بشكل سلبي في التصرفات، ثم أحياناً بنسبة 9% ودائماً بنسبة 3%. ويظهر ذلك ضمن جملة من الممارسات السلبية كفرط الاستخدام وهوس تدوين اللحظة والغايات المادية التي خلقت ممارسات جديدة التي هي سطحية المضامين المتداولة على المنصات الاجتماعية،

وتغليب المضامين الترفيهية على المضامين المفيدة، مما غير تصرفات الشباب في عملية التفاعل والتواصل الاجتماعي. فقد طغى استخدام المقاطع في الجانب السلبي أكثر منه في الإيجابي، وأصبحت مختلف التعبيرات تُحمل ضمن مقاطع قصيرة مع اختفاء صفحات الحوار إلى مجموعات الدردشة المباشرة. والسياق الاجتماعي لمختلف هذه الممارسات يعكس تمثل للصورة المتحركة على أنها أيقونة بصرية تحمل ذهنيات مختلفة تعمل على بناء مشاركة اجتماعية وفقا للمجتمع المعاصر الذي تتغلب فيه التقنية على مختلف الممارسات.

استنتاج :

ظهرت تمثيلات الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي في جملة من التصورات والتوقعات التي يشكها الشباب عن المقاطع القصيرة التي يتعرضون لها بشكل مكثف عبر هواتفهم الذكية، ضمن سياقات اجتماعية جديدة تعتمد خطاب الصورة كلغة رمزية جديدة يستخدمها الشباب ويتفاعل من خلالها لإشباع مختلف حاجياتهم اليومية، مع تغير طبيعة الممارسات والسلوكيات الاجتماعية نوجزها من خلال النتائج التالية :

- تؤثر الصورة المتحركة المشاهدة من قبل الشباب في حياتهم الشخصية ب 53%. وذلك يؤكد أنّ شباب شديد التأثر بالمحتوى المصور الذي يتعرض له عبر الهاتف الذكي في أجياله الجديدة التي تسمح بتسجيل واستعراض المقاطع بطريقة جذابة، تغيرت من خلالها سلوكياته الناتجة عن التأثير الشديد كتغير المظهر وطريقة الكلام وتقليد المشاهير والمؤثرين وأيضا تغير المظهر الثقافي للمجتمع.

- الاهتمامات التي تجذب الأكثر انتباه الشباب إلى متابعة الصور المتحركة عبر الهاتف الذكي تكمن في الأحداث اليومية بنسبة **73.6%** والتطلع إلى كل ما هو جديد. فقد أسفر عن تنوع المضامين المصورة بروز حاجات متجددة، ثم الاهتمامات التعليمية بـ **50.3%** والرومانسية بـ **33.6%**، حيث تعتبر الدوافع النفسية والعاطفية للشباب حافزا للاهتمام بمتابعة الصور المتحركة التي تحمل مضمون رومانسي وعاطفي تستهوي كلا الجنسين معاً.

- تغير العلاقات الاجتماعية حيث الصور المتحركة التي يتابعها الشباب عبر هواتفهم الذكية تستدعيهم إلى تغيير علاقاتهم بالآخرين بنسبة **73.7%**. والملاحظ وجود هشاشة في العلاقات الاجتماعية وسطحيتها التي حلت محلها علاقات افتراضية. فقد تحولت الهواتف الذكية إلى بوابة عبور عالمية المنافذ تعكس المستوى المعيشي لمختلف المجتمعات حيث تتصادم الثقافات المحلية بالعالمية ويحدث عدم الرضى عن النمط الاجتماعي المحلي مما يعكس هاجس الهجرة لدى فئة كبيرة من الشباب .

- المضامين التي يتفاعل من خلالها الشباب هي اجتماعية بالدرجة الأولى بنسبة **83.3%** بتأكيد أنّ الخطاب الاجتماعي خطاب بصري، ثم المضامين التعليمية بنسبة **70.3%** .

- أشكال التفاعل مع محتوى المقاطع القصيرة تمثلت في الإعجاب بـ **76%**، والمشاركة مع الأصدقاء بـ **65.3%** ثم التعليقات بـ **57%** .

- طبيعة الصور التي يشاركها الشباب عبر هواتفهم الذكية تنتمي إلى: مواضيع اجتماعية بـ **63%** التي تشمل الأحداث الاجتماعية التي يتلقونها عبر المقاطع القصيرة ضمن مجموعات

منصات التواصل الاجتماعي، ثم صور لليوميات ب 59.7% وهي التي يلتقطونها بواسطة هواتفهم الذكية ويسجلون من خلالها الأحداث اليومية، يشعرون بواسطتها حاجاتهم النفسية والعاطفية والاجتماعية وغيرها ذات الاستخدام المتجدد. وأيضاً تدوين اللحظة ب 57.3% وهي هاجس شباب اليوم، بتسجيل المقاطع والبث المباشر لمختلف المناسبات التي أصبحت لغة يتخاطب من خلالها الشباب ويشاركونها مع غيرهم.

- يستخدم الشباب الصور المتحركة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ضمن مجموعات مختلفة الانتماء بشكل متذبذب 58.7% وبصفة دائمة 34.7%. فهو يحقق نوعاً من الإشباع لدى الأغلبية حيث تتم مشاركة الأفكار والآراء عن طريق التقاط مقطع قصير وملصقات تعبيرية وصور الذكاء الاصطناعي، كلغة جديدة يعتمدها الشباب على منصات التواصل الاجتماعي بدلاً من الكتابة .

- من خلال التعرض المكثف للصور المتحركة زادت رغبة الشباب في إنتاج وتبادل المقاطع القصيرة ب 70.3%. ويعكس ذلك التأثير الشديد للمحتوى المرئي المصور في ذهنيات الشباب وأفكارهم حيث تغيرت الكثير من التصرفات لديهم وتغيرت أيضاً أسس التفاعل الاجتماعي الذي تغيرت لغته بطبيعة الحال من المكتوبة والمنطوقة إلى اللغة المصورة. وأصبحت الصورة تحمل ألف خطاب بدلاً من خطاب النصوص والكلمات.

- تمكن الشباب من خلال استخدام الصور المتحركة من تكوين خبرات و صداقات جديدة لم تكن مكتسبة من قبل بنسبة 78.3%. وبالفعل تأكد أنّ الاستخدام المكثف للمقاطع القصيرة لم يقف عند حدود لغة تواصل وإنما تخطاه إلى فتح مجالات جديدة وهي التعليم والتثقيف والانفتاح الثقافي

والمعرفي على المجتمعات الأخرى عن طريق الصورة، مما شكل نوعاً من التقارب الفكري في المجموعات التي تحمل نفس الخصائص والميولات وتوحدت فيه التصرفات.

- مستوى العلاقات الاجتماعية لدى الشباب زاد بعد التعرض المكثف للصور المتحركة ب

42.7%، مما سمح بتكوين علاقات اجتماعية جديدة خاصة الافتراضية التي لا حدود لها .

- يمثل الشباب الصور المتحركة وسيلة للتفاعل على منصات التواصل الاجتماعي ب 72%.

وهنا يظهر التأثير القوي للمقاطع القصيرة في سلوك الشباب وتغير النسق الاجتماعي من التواصل

الواقعي إلى التفاعلات الافتراضية المحضة. كما تغيرت أيضاً الأدوار والأفعال بتغير لغة

التخاطب التي تعكس من خلاله الحالة السوسيو-ثقافية للشباب. كما يتمثلونها كوسيلة للتعرف

على مختلف الثقافات العالمية ب 56.3% من خلال المضامين التي تحملها المقاطع القصيرة.

فهي نافذة للتذوق الفكري والمعرفي وتبادل مختلف القيم والأفكار بين الشباب والتي تؤكد نظرة

دوركايم للتمثلات الاجتماعية.

- تساعد الصور المتحركة الشباب في التفاعل مع الآخرين إيجاباً في تفاعلات إيجابية، وهي

مشاركة جماعية وليست فردية يغلب عليها طابع التعاون والتكافل والتعاون الاجتماعي في مختلف

الأحداث اليومية، تعكس سياقات اجتماعية جديدة تحمل طابعاً افتراضياً يتجلى ضمن ممارسات

في الواقع. فقد قامت التقنية بتقريب المسافات وتوحيد التمثل الإيجابي للصورة كما أكدته Denis

Jodelet.

- يؤثر التعرض المكثف للصور المتحركة في الشباب سلباً من خلال الاستخدام السلبي للمقاطع الذي ينعكس بدوره على الترابط الاجتماعي وعلى طبيعة العلاقات بين الشباب ومع غيرهم، بحيث يلجؤون للعزلة وتتغير الحالة النفسية لديهم وتقل درجة التفاعل مع الآخرين وتكاد تنعدم لديهم الروابط الواقعية والتخلي عن المشاركة الاجتماعية في مختلف المواقف.
- تؤثر الصور المتحركة في الجانب العاطفي للشباب حيث تظهر درجة التأثير بالمقاطع في انعكاس التفاعل مع مختلف الأحداث والقضايا التي تهم المجتمع. فلقد تغير سلوك الشباب نحوها وتغيرت الذهنيات التي تعكس البعد النفعي للتمثل الاجتماعي للصورة المتحركة الذي ظهرت من خلاله رمزيات جديدة تحمل سياقات اجتماعية مرتبطة كلية بممارسات جديدة كحس المشاركة الجماعية وتوثيقها على المنصات الاجتماعية.

الاستنتاج العام:

بينت نتائج الدراسة أنّ الشباب يستخدم الصورة المتحركة لتدوين الأحداث اليومية وفق مقاطع قصيرة تُنشر على الحسابات الشخصية وضمن المجموعات على منصات التواصل الاجتماعي. ويهتم الشباب بالتدوين المرئي بدلاً من المكتوب باعتباره ثقافة العصر حيث تتصدر لقطة " سالفبي " أهم أنواع الصور المتحركة الملتقطة عبر كاميرا الهاتف الذكي للشباب. وبذلك تبين بأنّ أنماط استخدام الصورة المتحركة مرئية حسب مقتضيات العصر وما تفرضه ثقافة التحول الرقمي على المجتمعات المعاصرة.

كما تزداد رغبة الشباب في إنتاج وتبادل المقاطع القصيرة يوماً بعد يوم جراء التعرض والاستخدام المكثف للصور المتحركة حيث أنّ التأثير الشديد للمحتوى المرئي المصور ينعكس على تمثيلات الشباب وعلى أفكارهم والعكس صحيح، مما أسفر عن تغير الكثير من السلوكيات لديهم وتغيرت أيضاً أسس التفاعل الاجتماعي الذي أصبحت اللغة المصورة لغته الأساسية حلت محل اللغة المكتوبة والمنطوقة، وأصبحت الصورة تحمل ألف خطاب بدلاً من خطاب النصوص والكلمات.

والإعجاب والمشاركة مع الأصدقاء هما أهم أشكال التفاعل الجديدة التي فرضتها منصات التواصل الاجتماعي والتي غيرت بدورها منحى التفاعلات الاجتماعية التي ألغت الكثير من

الممارسات الواقعية وأسهمت في اختفاء الرسائل النصية التي حلت محلها المقاطع القصيرة، كلغة جديدة يتواصل بها الشباب فيما بينهم ومع مختلف فئات المجتمع.

كما تبين أيضا بأن المقاطع المشاهدة عبر تطبيقات الهواتف الذكية من طرف الشباب تؤثر في العادات اليومية للاستخدام، حيث مدة الاستخدام تفوق الثلاث ساعات يوميا. وبذلك زادت رغبة الشباب في مشاركة مختلف التفاصيل اليومية مع الأصدقاء في مختلف بقاع العالم خاصة عن طريق التطبيقات التي توفر خدمة البث المباشر (Video live) ومشاركة اللحظة (Collages) والتي تحقق أهدافا قريبة المدى والأخرى بعيدة المدى. بالإضافة إلى التأثير الشديد بالمحتوى المصور الذي يتمظهر في تغيرات جذرية في فضاءات الشباب لكلا الجنسين كتغير المظهر الخارجي ونمط العيش وطريقة اللبس والكلام وبعض الحركات والميمات المقتبسة من تقليد المؤثرين والمشاهير التي باتت هاجس معظم الشباب. وأيضا التأثير بمختلف الثقافات العالمية وما يسوق عبر منصات التواصل الاجتماعي من عادات وتقاليد وأزياء وماركات عالمية ومختلف تفاصيل الأفراد في الممارسات اليومية. وبالتالي تغير المظهر الثقافي المحلي للمجتمعات.

ولم تتوقف استخدامات الصور المتحركة عند تلبية الحاجيات الضرورية وممارسة مختلف الوظائف اليومية بل تخطاه إلى هوس الاستخدام وظهور الحاجيات المتجددة لدى صناع المحتوى، حيث يتميز استخدام الصور المتحركة الرقمية بظهور الحاجات المستترة التي ظهرت أثناء استخدام الشباب للتطبيقات وكاميرا الهواتف الذكية في إنتاج وتبادل المقاطع القصيرة،

فضلاً عن تعدد دوافع الاستخدام. فقد أصبحت المقاطع القصيرة والصور المتحركة عبارة عن أيقونة بصرية يتم التواصل بواسطتها والتعبير عن مختلف الآراء والأفكار من خلالها.

وقد مكنت الهواتف الذكية الشباب بوجود شبكة الإنترنت من تحقيق الوجود الافتراضي والانتقال من الوجود الفعلي المادي إلى العالم الافتراضي. ويتجلى ذلك ضمن الفضاءات الافتراضية والمجموعات المخصصة كأحد متطلبات المجتمعات المعاصرة التي يسعى الشباب من خلالها إلى تحقيق المشاركة الاجتماعية الافتراضية.

وتطبيقاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات تتضح الإشباعات التي يرغب في تلبيتها الشباب من خلال تداول الصور المتحركة عبر تطبيقات الهاتف الذكي كبديل عن الاتصال الشخصي ووسيلة اتصالية تختصر الزمن والمكان في آن واحد.

فقد بات الشباب ينجذب إلى متابعة الصور المتحركة لمختلف الأحداث اليومية والتطلع إلى كل ما هو جديد، حيث أدى تنوع المحتوى المصور إلى بروز حاجات متجددة تبرز طبيعة الدوافع النفسية والعاطفية للشباب والتي تشكل حافزاً مهماً لمتابعة الصور المتحركة والمقاطع القصيرة التي تحمل محتوى رومانسيا وعاطفيا يستهوي فئة الشباب دون غيرها من باقي فئات المجتمع.

وضمن سياق التفاعل الاجتماعي الرمزي أصبحت الصورة المتحركة والمقاطع القصيرة وصور الذكاء الاصطناعي وسيلة للتعبير عن مختلف الآراء والأفكار والتوجهات تتحصر في جل الأنشطة والممارسات المختلفة. فهي تؤثر بشكل أو بآخر في الحياة الشخصية للشباب وفي

تصرفاتهم، مما انعكس إيجاباً ضمن تفاعلات إيجابية داخل المجتمع وعلى المنصات الافتراضية ما يدعم المشاركة الجماعية وتوثيقها وتقوية الروابط الاجتماعية بشكل مباشر. ومنها ما انعكس سلباً ضمن ممارسات سلبية بالدرجة الأولى على الفرد ثم على المجتمع تتمثل في هشاشة العلاقات الاجتماعية وحب العزلة وأمراض العصر الناتجة عن إدمان التقنيات الحديثة.

لقد أكدت نتائج الدراسة أنّ لغة العصر هي الصورة وبالأخص المتحركة وأصبحت الثقافة المرئية تتصدر مختلف الممارسات اليومية لدى الشباب وحتى جميع فئات المجتمع، بحيث يمثلونها وسيلة لبناء علاقات جديدة افتراضية بالدرجة الأولى وللتقارب الثقافي والتذوق الفكري، وتبادل مختلف العادات والقيم التي يشاركها الشباب ضمن المقاطع القصيرة عبر منصات التواصل الاجتماعي. ومن منظور التمثيلات الاجتماعية فاستخدام الصور المتحركة في الهاتف النقال الذكي يمثل خلفية ذهنية يتصور الشباب من خلالها نمطا معيشيا محددًا يعتمد على الصورة المتحركة في الاتصال والتواصل.

ومن أهم النتائج التي أتاحها استخدام الصور المتحركة من قبل الشباب التجول بين المواقع المتعددة والتطبيقات الحديثة التي توفرها الهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي وخدمات استخدام وتبادل الصور المتحركة وعرضها بصفة مباشرة وآنية، من أجل تلبية الحاجات التعليمية أو حاجات التسلية والترفيه والاسترخاء أو المشاركة مع الآخرين بأهداف عدة تختلف من شاب لآخر ومن مجتمع لآخر.

وفيما يتعلق بالتجول فإن المستخدم هو الذي يحدد نسبة وعدد المقاطع التي يقبل عليها، حيث لا يعبر عدد المواقع أو الصفحات الإلكترونية على سعة الاستخدام أو عدد المستخدمين، وإنما تعتبر كثافة استخدام الصور دليلاً على إشباع الحاجات، رغم أنّ التجول بين المواقع يمثل في حد ذاته استخداماً لها. وبالتالي فمن الضروري البحث في عادات الاستخدام وسلوك المستخدم نظراً للفجوة الموجودة بين فئة الشباب والفئات الأخرى في المجتمع بفعل تباين المستوى المادي والفكري، فإنه هناك اختلاف في كثافة وعادات الاستخدام وأنماط السلوكية.

وقد مكنت الصور الرقمية المتحركة الشباب من إتقان مهارات احترافية لالتقاط الصور وتسجيل المقاطع والفيديوهات الخاصة لمختلف التفاصيل اليومية بما فيها تدوين اللحظة المباشرة والاحتفاظ بالذكري والاحتفال بأعياد الميلاد والمناسبات العائلية ومشاركتها مع الأصدقاء وإنجاز الوظائف التعليمية والأعمال اليومية وغيرها، بالإضافة إلى بروز فئة مهووسة بهذا الاستخدام ممن يمتلكون مهارات عالية في النقاط الصور المتحركة والتفاعل من خلالها لأغراض تختلف من شخص إلى آخر وأغلبها ذات صلة بتحقيق الشهرة وتحقيق عائدات مادية.

وبالتالي، لا يزال تصور ماكلوهان قائماً وله تأثير قوي من خلال ما فرضته التقنية على المجتمعات من نتائج بالرغم من ظهورها في العقود الماضية. فحتمية استخدام تكنولوجيا الهواتف الذكية طرحت ممارسات جديدة في المجتمع المعاصر، وخاصة في أجيالها الأخيرة المطورة والداعمة لكاميرات التصوير عالية الدقة التي غيرت بشكل كبير وظائف الهاتف الذكي الذي أصبح يحل محل كاميرات التصوير كنشاط يومي يمارس من قبل مختلف أفراد المجتمع، وبالأخص فئة

الشباب التي تعرف إقبالا شديداً على تلك التكنولوجيات، والتي تحقق من خلالها طغيان استخدام الصور على مختلف الأنشطة اليومية لديهم وبرز مظاهر التحول الثقافي لاستخدام المرئيات كلغة تخاطب بين الشباب بدلاً من لغات التخاطب التقليدية.

مقابلة نتائج الدراسة بالفرضيات

من خلال تحليلنا للجداول الخاصة بوثائق الأسئلة وتحليل المقابلات والملاحظات، يتضح لنا بأن الفرضية الأولى المتمثلة في أنّ الشباب يتمثل الصورة المتحركة والمقاطع القصيرة في الهاتف الذكي كوسيلة لبناء علاقات اجتماعية جديدة قد أثبتت. وبالفعل، فقد تبين تغير طبيعة العلاقات الاجتماعية حيث الصور المتحركة التي يُتابعها الشباب عبر هواتفهم الذكية تؤثر فيهم بشكل مباشر خاصة بالنسبة للتعرض الشديد والمكثف مما أسفر عن تغير في العلاقات مع الآخرين، سواء الأطراف المقربة (الأسرة والأصدقاء المقربون) أو البعيدة ضمن مجموعات افتراضية والتي تتعكس بصورة مباشرة على هشاشة العلاقات الاجتماعية الواقعية وسطحيتها التي حلت محلها بصورة أو بأخرى علاقات افتراضية محضة، بانتقال التقارب الاجتماعي الواقعي إلى تقارب افتراضي ضمن مجموعات مختلفة الانتماء.

➤ أما بالنسبة للفرضية الثانية فقد تم إثباتها بدورها تبعا لنتائج الدراسة، إذ تبين أن استخدامات الصورة المتحركة في الهاتف الذكي مختلفة بين الذكور والإناث حيث أنّ لكل جنس ميولاته الخاصة. فلكلا الجنسين تفضيلات تخص الاستخدامات اليومية للصورة في الهاتف النقال الذكي، حيث أنّ من أولى استخدامات الإناث مقاطع ذات مضامين تنتمي إلى الموضة والأزياء ومقاطع الطبخ والصحة ووصفات الجمال، عكس الذكور الذين جل استخداماتهم مرتبط بمقاطع تنتمي إلى صفحات سياحية وسياسية ومقاطع دينية وألعاب إلكترونية وصفحات رياضية بالدرجة الأولى .

كما يتابع الشباب خاصة الإناث مقاطع متنوعة من بينها مقاطع مسلسلات وأفلام لكون أغلب تطبيقات الهاتف الذكي توفر خاصية عرض مقاطع لباقات ومقتطفات لمسلسلات وأفلام. فهي تستهوي الشباب لمتابعتها وأيضاً تلبى حاجياته العاطفية والترفيهية. فهي تبرز من جهة أخرى درجة التأثير الكلي لاستخدام الصور المتحركة التي طغى استخدامها على جميع الحثيات اليومية للشباب والتي أصبحت أيقونة بصرية تلخص مختلف اهتمامات الشباب في المجتمعات المعاصرة تبعاً لمتغير الجنس.

❖ أما بالنسبة إلى الفرضية الثالثة فقد بينت نتائج التحليل أنّ استخدام الشباب للصورة المتحركة في الهاتف الذكي يؤثر بشكل مباشر في تغيير الحياة اليومية، مما يؤكد أيضاً إثبات هذه الفرضية. فقد زادت رغبة الشباب في إنتاج وتبادل المقاطع القصيرة من خلال الاستخدام المكثف للصور المتحركة، مما انعكس بصفة مباشرة على المحتوى المرئي المصور على عقول الشباب وعلى أفكارهم. فقد تغيرت الكثير من السلوكيات لديهم وتغيرت أيضاً أسس التفاعل الاجتماعي والذي بدوره أدى إلى تغير لغة التواصل من المكتوبة والمنطوقة إلى اللغة المصورة، وأصبحت الصورة تحمل ألف خطاب بدلاً من خطاب النصوص والكلمات.

كما تغيرت أيضاً اهتمامات الشباب فأصبح يجذب إلى متابعة الصور المتحركة لمختلف الأحداث اليومية والتطلع إلى كل ما هو جديد، حيث أظهر تنوع المحتوى المصور إلى بروز حاجات متجددة تبرز طبيعة الدوافع النفسية والعاطفية للشباب والتي تشكل حافزاً مهماً لمتابعة

الصور المتحركة والمقاطع القصيرة التي تحمل محتوى رومانسي وعاطفي تستهوي كلا الجنسين معاً.

وقد أثر هذا الواقع الرقمي في العادات اليومية لاستخدام الصور المتحركة عبر الهاتف النقال الذكي، حيث زادت رغبة الشباب في مشاركة مختلف التفاصيل اليومية مع الأصدقاء في مختلف بقاع العالم خاصة عن طريق البث المباشر الذي يحقق أهدافاً قريبة المدى والأخرى بعيدة المدى، بالإضافة إلى التأثير الشديد بالمحتوى المصور الذي يتمظهر في تغيرات جذرية في أوساط الشباب لكلا الجنسين كتغير المظهر الخارجي ونمط العيش وطريقة اللبس والكلام وبعض الحركات والميمات المقتبسة من تقليد المؤثرين والمشاهير التي باتت هاجس معظم الشباب، وأيضاً التأثير بمختلف الثقافات العالمية وما يسوق عبر منصات التواصل الاجتماعي من عادات وتقاليد وأزياء وماركات عالمية ومختلف تفاصيل الأفراد في الممارسات اليومية.

خاتمة

في الختام يمكننا القول بأن التطور التقني لتكنولوجيات الاتصال بظهور الإنترنت والهواتف الذكية أدى إلى تحول طبيعة الممارسات اليومية وبالتالي تحول جذري في طبيعة العلاقات الاجتماعية التي أصبح جلها يُمارس على منصات التواصل الاجتماعي. فالتفاعلية وتبادل الأدوار الاتصالية والمرونة خلقت أشكالاً جديدة من الأنشطة والتفاعلات الاجتماعية التي أتاحتها تكنولوجيا الهواتف الذكية وما تحمله من تطبيقات حديثة وكاميرات رقمية وشبكات الاتصال الرقمية، مما ترتب عنه بروز لغة تواصل جديدة بدلاً من اللغات التقليدية وهي خطاب الصورة أو المقطع القصير. فقد باتت الصورة المتحركة أحد البدائل والخيارات الجديدة المطروحة اليوم أمام الشباب لإشباع حاجاته بناء على نوع المضامين التي تحملها تلك الصور وأيضاً ميولاته الخاصة التي تظهر طبيعة الاستخدام وما يترتب عنه من تمثلات.

ويتمثل الشباب الصورة المتحركة عبر الهواتف الذكية وتطبيقات صناعة المقاطع القصيرة وسيلة لتحقيق الوجود الافتراضي بالدرجة الأولى ثم تكوين علاقات جديدة ومشاركة مختلف الأفكار والآراء وجل الأنشطة عبر المنصات الاجتماعية. كما يتمثلها كخلفية ذهنية يتصور من خلالها الشباب نمطاً معيشياً مثالياً يعكس مختلف الممارسات اليومية والعلاقات ضمن المجتمع الافتراضي، ونافذة عبور للتنوع والتقارب الثقافي والتذوق الفكري، وأيضاً تبادل مختلف العادات والقيم بالاعتماد الكلي على خطاب الصورة المتحركة في التفاعل والمشاركة والتواصل.

إنّ استخدامات التصوير لم تقتصر على فكرة التقاط الصور بأنواعها بل تخطاه إلى التفاعل والمشاركة ثم إلى احترافية صناعة المحتوى المرئي المصور عن طريق كاميرا الهواتف الذكية، كثافة جديدة فرضتها تكنولوجيا الهاتف الذكي على المجتمعات المعاصرة. كما أنّ ثقافة الصورة أصبحت مرجعية أساسية لأجيال المستقبل وخاصة تلك المتطلعة لكل تحديث تكنولوجي جديد خاصة على مستوى الهواتف الذكية، وهذا ما يفتح المجال إلى التوسع في جانب البحث العلمي الأكاديمي وفتح الآفاق لدراسات علمية جديدة في هذا السياق للبحث إلى أي منحى تسير المجتمعات المعاصرة في ظل الرقميات التي اجتاحت مختلف الممارسات اليومية للأفراد وإلى أي مدى ينعكس ذلك على الفرد المعاصر الذي أصبح تقنيا بدوره.

وفي حدود نتائج دراستنا نأمل أن تكون انطلاقة لدراسات وبحوث أخرى خاصة وأنّ حقل الاستخدامات والتمثيلات حقل واسع جداً وخصب لإجراء العديد من الدراسات والتراكم المعرفي. هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن التطور التكنولوجي الرقمي الذي يشهده العالم اليوم مجال لإجراء الدراسات الاستكشافية خاصة الدراسات الإعلامية المتعلقة بذلك. وبهذا الصدد وبناء على نتائج دراستنا نوجز بعض الاقتراحات كالاتي:

✚ تكثيف الجهود للحد من الانعكاسات السلبية لثقافة الفيديو على الشباب والتأثر بالمحتوى المسوق عبر المقاطع القصيرة لمختلف الثقافات العالمية وتنميط الثقافات المحلية بالأخرى الغربية الدخيلة على المجتمعات، وخاصة تغيير الأنماط التقليدية كاللباس طريقة الكلام والأكل وتغيير اللغات واللهجات المحلية وتزييف الحقائق بمسميات الحداثة والمجتمع العالمي الموحد.

+ تشجيع الشباب على الحفاظ على الخصوصية الفردية وحتى الجماعية التي اختفت وراء مفاهيم المشاركة الجماعية لمختلف تفاصيل الحياة اليومية للأفراد والعائلات على منصات التواصل الاجتماعي عبر مختلف تطبيقات الهواتف الذكية والتي لها تأثيرات سلبية في حياة الأفراد مُستقبلاً (أرشيف رقمي).

+ تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية بما فيها الأسر والمدارس والجامعات والمساجد في تأصيل القيم التقليدية للشباب وبناء سلوك اجتماعي واقعي يعكس الواقع المعيش، بدلاً من القيم الرقمية على المنصات التي لا تمت بصلة بالمجتمعات المحلية بالأخص العربية منها.

+ ضرورة حث الشباب على استغلال المحتوى المرئي المسوق عبر الصور المتحركة لأغراض معرفية وتعليمية وعدم إضاعة الوقت في التسلية والترفيه لساعات طويلة، وعدم التأثر الشديد بالمشاهير والمؤثرين والإغراءات المادية التي تؤدي بهم إلى الانسلاخ من الهويات الأصلية لهم.



قائمة المصادر
والمراجع

المراجع باللغة العربية:

- المصادر:

1- القرآن الكريم

2- ابن منظور، معجم لسان العرب، ط1، المجلد1، دار صادر، بيروت، 2005.

3- المعجم الوسيط، إصدار مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 1998.

- الكتب:

4- أبو طابون عدلي، النظريات الاجتماعية المعاصرة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، القاهرة، 1905.

5- أنجيس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، تر: صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، مصطفى ماضي، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، 2006.

6- البياتي منال، الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي ورعاية الشباب، دار العلم، الفيوم.

7- الحسن إحسان، النظريات الاجتماعية المتقدمة، دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، ط3، دار وائل، عمان، 2015.

8- الجميلي عظيم كامل والعاني اسماعيل ثناء، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

9- الدليمي محمد عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.

10- الزغبى لؤي وآخرون، الوسائط المتعددة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.

قائمة المصادر والمراجع

- 11- إلزا غودار، أنا أوسيلفي إذن أنا موجود- تحولات الأنا في العصر الافتراضي-، ترجمة: بن كراد سعيد، المركز الثقافي للكتاب، الدار البيضاء، 2018، ص14.
- 12- السنوسي مختار مفتاح، الإعلام الدولي : الأسس والمفاهيم، دار زهران للنشر، عمان، 2008.
- 13- الصالح مصلح، النظرة الاجتماعية أصولها التاريخية، بناؤها، وظائفها، خصائصها وملامحها، دار الفيصل، الرياض، 1421هـ.
- 14- الطرابيشي حرفت، بحوث قياس الرأي العام المناهج والأدوات، ط2، القاهرة، 2017.
- 15- العادلي مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، القاهرة، دار الفجر، ط1، 2004.
- 16- العسكر فهد بن عبد العزيز بدر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة الهيكلية، الرياض، 1998.
- 17- الغدامي عبد الله، الثقافة التلفزيونية/سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2004.
- 18- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010.
- 19- بيومي أحمد، تاريخ التفكير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، ط2 مصر، 2003.
- 20- جاسم شيماء، الصورة الرقمية التصميم والإخراج، ط1، دار فضاءات للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 21- حجاب حمد منير، نظريات الاتصال، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط1، 2010.
- 22- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر، دار الفكر العربي، 1991.
- 23- دليو فضيل، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، قسنطينة، مخبر علوم الاجتماع والاتصال، 2003.

- 24- دليو فضيل، الأسس المنهجية في توظيف الدراسات السابقة، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2011.
- 25- ديفليير ملفين، روكيتش ساندرابول، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 26- رشتي أحمد جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1978.
- 27- شروخ صلاح الدين، منهجية العلوم الاجتماعية، دط، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003.
- 28- طاهر عبد مسلم، عبقرية الصورة والمكان التعبير والتأويل- النقد، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002.
- 29- عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
- 30- عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 31- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، ط2، 1999.
- 32- عزي عبد الرحمن، بومعيزة السعيد، الإعلام والمجتمع رؤية سوسولوجية مع تطبيقات المنطقة العربية، دار الورسم، الجزائر، 2010.
- 33- عيسى نهلة وآخرون، أساليب تحليل الصورة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 34- قريعي أحمد موسى، فن الإعلان والصورة الصحفية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2011.
- 35- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 36- محي الدين مختار، محاضرات علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
- 37- مكاوي عماد حسن عماد مكاوي، السيد حسين ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.

- 38- ملير دانيال وعبد ربه ليلي، وآخرون، الهاتف الذكي العالمي ما وراء تكنولوجيا الشباب، ط1، مطبعة كلية لندن الامعية، لندن، 2021.
- 39- ميلسون فرد، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة: مرسي عيد بدر يحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الاسكندرية، 2007، ص5
- 40- نفوسي مرتاض لمياء، تقنيات البحث الكيفي، المقابلة، الجزائر دار هومة، 2017.
- 41- نفوسي مرتاض لمياء، دينامية البحث في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار هومة، 2015.
- 42- يونس رحيم، العزوي كرو، مقدمة في منهج البحث العلمي، دط، دار دجلة للنشر الأردن، 2008.

المجلات والدوريات

- 43- الأحمد محمد عبد الهادي معيض، توظيف الهواتف الذكية في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، مصر، 35(08)، 2019.
- 44- أبو جبر عمر، استخدامات الشباب الفلسطيني لتطبيقات الهاتف الذكي وتأثيراتها فيهم_ دراسة ميدانية على الشباب في قطاع غزة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد2، العدد 2، ديسمبر 2019.
- 45- الحداد خليل عبد الهادي أميمة ، مؤثرات الحركة في الصور الرقمية في وسائط النشر الإلكترونية، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد8، عدد7خاص، أبريل 2023.
- 46- المطيري سلطان هويدي و القحطاني عائشة سعد علي، واقع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العملية التعليمية لدى أعضاء هيئة التدريس من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا بكلية التربية في جامعة الملك سعود، مجلة البحث العلمي في التربية، مصر، (20).

- 47- بخوش فاطمة، إيمان سوقال، مقتررب سوسولوجيا الاستخدام في بحوق الإعلام والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا، برلين، العدد02، ديسمبر 2017.
- 48- تواتي نور الدين، ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد10، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 49- حسن إسماعيل مروى، فاعلية استخدام الصورة التفاعلية" لتنمية مهارات التفكير البصري وحب الاستطلاع لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، جامعة عين شمس، كلية التربية، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، العدد83، 2016.
- 50- خوجة خالد صديق خوجة، لعمارة خالد يحيى، تطور فئة الشباب في الجزائر (1966-2018)، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 6، العدد 1، 2020.
- 51- دليو فضيل، شبكة تحليل الصورة الثابتة: نمذجة بيداغوجية لبعض المرجعيات السيميولوجية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد16، العدد04، 2019.
- 52- دهلاس جنيفر، تمثلات واستخدامات المراهق للهاتف النقال_دراسة ميدانية على عينة من المراهقين بولاية الجزائر، مجلة الراصد العلمي، العدد05، ماي 2018.
- 53- زينة كلثوم، ثقافة الصورة في زمن التقنية، مجلة علوم اللغة وآدابها، المجلد 12، العدد 13، جانفي 2018.
- 54- سالم الأحمد أعمد، العلاقة بين التكنولوجيا والقيم الاجتماعية والقرابة والأسرة، بيروت: مجلة الباحث، العدد الأول، 2011.
- 55- سوقال إيمان، ملامح الهوية الثقافية لجيل الهاتف النكي بالجزائر، مجلة آفاق للعلوم، المجلد1، العدد2، 2016.

- 56- شادية أحمد، الهاتف الذكي حاسوب المستقبل، مجالات العلوم والتكنولوجيا أفاق المستقبل، العدد 14، (أفريل، ماي، جويليلة) 2012.
- 57- شاكِر عبد الحميد، عصر الصورة (السلبيات والإيجابيات)، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد، 113، يناير 2005.
- 58- عبد الرحمن إيمان، باسم أسماء، التأثيرات السلبية لاستخدام الهواتف الذكية على الأطفال من وجهة نظر الأمهات "جنين والباذان"، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2017، منشورة إلكترونياً على الرابط:
<https://repository.najah.edu/items/50a85dc7-d770-4c87-a8f3-1a9eda6668a8>
- 59- عبد الرحيم أحمد، العولمة: المفهوم، المظاهر والمسببات، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، المجلد 26، اربيع 1998.
- 60- عبد الرحيم أسامة، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، 2003.
- 61- عبد الناصر حنفي، ندوة ثقافة الصورة، فصول في النقد الأدبي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد، 65، 2003.
- 62- غُذاب طاهر الكناني، التأثيرات الصحية للهواتف الجوال وأبراجه وبعض الأجهزة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012 .
- 63- عمران حسين ندى، الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد -دراسة الصورة الخبرية في موقع "مدى برس"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 21، سبتمبر 2019.
- 64- قاسمي أمال، الصورة البصرية بين الاسهامات البحثية وتمظهرات المعنى، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 6، العدد 1، سبتمبر 2018.

65- قناوي محمد إيمان، الآثار الاجتماعية لاستخدام الهواتف الذكية على الشباب الجامعي، مجلة البحث العلمي العربي، العدد 21، 2019.

66- محمد بدر زهر سوزان، مهارات الطلاب في استخدام الهواتف الذكية في الوصول إلى مصادر المعلومات_ دراسة مقارنة بين كليتي الطب والآداب، بجامعة بيروت العربية، 2016.

67- مهدي سامية، مواقع الشبكات الاجتماعية' قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حمه لخضر الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016.

68- نفوسي مرتاض لمياء، منطلقات ميّات الإنترنت-رصد للتمثّلات والممارسات، مجلة المواقف، جامعة معسكر، المجلد 16، العدد 04، 2020.

الرسائل والأطروحات

69- الشامي ياسر حسني حسين، التصميمات الجغرافية المتحركة في مواقع الشبكة، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة الإسكندرية، 2005.

70- العوني مفضي تسنيم، اتجاهات الأبوين في الأسرة الأردنية نحو ثقافة الصورة التلفزيونية ودورها في صراع الأجيال داخل أسرهم مدينة الكرك أنموذجاً، رسالة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع، جامعة مؤتة، 2015.

71- بلعبادة نور الهدى، العلاقات الاجتماعية لمستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017.

72- بن ملوكة شهيناز، التمثّلات الاجتماعية للمعرفة المدرسية لدى التلاميذ الذين تظهر لديهم أعراض الإنقطاع عن الدراسة،_ دراسة ميدانية لتلاميذ السنة الثانية ثانوي ولاية وهران ومستغانم أنموذجاً_ أطروحة دكتوراه لنيل دكتوراه علوم في علم النفس الأسري، جامعة وهران، 2014/2015.

قائمة المصادر والمراجع

- 73- بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثيل والاستخدام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2007 .
- 74- ديب مهدي زكريا، التمثلات الاجتماعية لقيم الديمقراطية في أوساط الطلبة الجامعيين، جامعة تلمسان نموذجاً، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علم الاجتماع تخصص تنمية بشرية، 2016/2017.
- 75- زاهر محمد نعيم عبد اللطيف زهد، مستويات تأثير الصورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك المراهقين خلال هبة أكتوبر طلبة المرحلة الثانوية في سلفيت أنموذجاً، رسالة ماجستير منشورة، معهد التنمية المستدامة، جامعة القدس، 2017.

الندوات والملتقيات

- 76- بعزیز إبراهيم، أثر الصورة الإشهارية على ثقافة المتلقي وقيمها، ورقة قدمت في الملتقى الوطني حول "ثقافة الصورة"، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2010.
- 77- جاسم ولي محمد، الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والسياسية. ورقة قدمت في مؤتمر ثقافة الصورة، المحور الرابع الصورة التحدي والاستجابة، بجامعة فيلادلفيا الأردنية، (أبريل، 2007).
- 78- عادل عمر، عصر العولمة، مؤتمر فيلادلفيا ل "ثقافة الصورة"، جامعة فيلادلفيا، عمان، المملكة الأردنية، الهاشمية، 2007.
- 79- لموشي زينب، دور تطبيقات الهواتف الذكية في تفعيل صحافة المواطن، الملتقى الوطني حول صحافة الموبايل، جامعة بسكرة، يومي 17-18 ديسمبر، 2018.

المواقع الإلكترونية:

- 80- أداة لإنشاء الصور المتحركة، موقع al-watan.com، (03-07-2023)
- 81- التصوير الفوتوغرافي بكاميرا الهاتف الذكي، (2014/11/26)، Alazeera.net،

قائمة المصادر والمراجع

<https://www.aljazeera.net/tech/2014/11/26/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%88%D8%AA%D9%88%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%B1%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81>

82- الجيل الأول من الاتصالات الجوالة G1، مدونة صورة وكلام، 12 فبراير 2019،

<https://photokalam.blogspot.com/2019/02/1g.html>

83- الجيل الرابع (نوكيا تبني أول شبكة هواتف للجيل الرابع على سطح القمر)، موقع العربية19،

2020/10/

<https://www.alarabiya.net/aswaq/companies/2020/10/19/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-%D8%A3%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A8%D8%A7-%D9%86%D9%88%D9%83%D9%8A%D8%A7-%D8%AA%D8%A8%D9%86%D9%8A->

84- الجوالات والموبيلات وأجهزة الاتصال، موقع amazon.eg،

<https://www.amazon.eg/%D8%A8%D9%84%D8%A7%D9%83-%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D9%8A-%D8%A8%D9%88%D9%84%D8%AF-9900-%D9%81%D8%A7%D9%8A%D8%8C/dp/B00GPRRI8Y>

85- الحيدري عبد الله، نظريات الاتصال، الوسط التونسية، www.tuess.com/alwasat/11094

86- الصور التفاعلية، موقع المعلم الألماسي،

<https://www.diamondteatcher.com/2020/08/Thing-Link.html?m=1>

87- الصورة المتحركة ... لغة جديدة للتواصل المرئي عبر الأجهزة المحمولة، emaratalyoun.com ، (9/8/2015)

<https://www.google.com/amp/s/www.emaratalyoun.com/technology/mobiles/2015/-08-09-1.809680%3ftot=ot.AMPPageLayout>

88- النفعي عدي، مقارنة بين أجيال الاتصالات اللاسلكية، 2020/05/31،

<https://rattibha.com/thread/1267086799018622980?lang=ar>

89- الهاتف الذكي.. عصر ما بعد الحاسوب الشخصي، موقع aljazeera.net، (2014/05/18)،

<https://www.aljazeera.net/tech/2014/5/18/%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A-%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D9%85%D8%A7-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A#:~:text=%D8%B9%D8%B5%D8%B1%20%D9%85%D8%A7%20%D8%A8%D8%B9%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A8%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A,-%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81%20%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9%20%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%88%D8%B2%D8%AA&text=%D8%AA%D8%B9%D8%AA%D8%A8%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81%20%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B7%D9%88%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D9%8A,%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A%D8%8C%20%D9%81%D9%85%D8%A7%20%D9%87%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81%20%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9%D8%9F>

90- إنشاء الصور التفاعلية للصورة القناة ThingLink، على موقع homeppt،

<https://www.homeppt.com/articles/thinglink-create-interactive-images-for-your-image-channel.html>

- 91- تصميم صور متحركة، موقع Kettaba.com، (13-06-2023)، دبون حمد، إحصائيات تيك توك 2024: نمو مستمر وتحديات جديدة، موقع Create a Profitable Website،
<https://www.createprofitableblog.com/tiktok-users>
- 92- دنكر حمد، هذه أسرار انتشار وصنع الصور المتحركة GIF، موقع alraby.co.uk، (3 سبتمبر 2016)
- 93- سنجاله محمد، هل تغير الهواتف المحمولة عقولنا؟، الجزيرة نت، (22/04/2023)،
<https://www.aljazeera.net/lifestyle/2023/4/22/%D9%87%D9%84-%D8%AA%D9%8F%D8%BA%D9%8A%D9%91%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9-%D8%B9%D9%82%D9%88%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%9F>
- 94- سوق الهواتف يراهن على ال « G5 » والقابلة للطي في 2020، مدونة الخليج، 02 مارس 2020،
<https://www.alkhaleej.ae/2020-03-01/%D8%B3%D9%80%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%80%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%818%D8%A7%D9%84%D9%808-%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF>
- 95- شبكات الهاتف المحمول من الجيل الأول وحتى الخامس (مقالة تفصيلية)،
<https://alrahawanfast.com/%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84>
- 96- عزيز سليمان، مقدمة عن الأجيال السابقة من شبكات الهاتف المحمول - Mobile Trans،
<https://mobiletrans.wondershare.com/er/5g/g-generations.html>
- 97- فولى السيد سليمان حمد، الخصائص العامة للصور المتحركة، موقع كنانة أونلاين (7 يونيو 2013)،
<https://kenanoonline.com/user/drFoly/posts/537395>

98- كوكب الهاتف الذكي، qafilah.com، [https://qafilah.com/ar/wp-](https://qafilah.com/ar/wp-content/uploads/qafilah-files/73.pdf)

[content/uploads/qafilah-files/73.pdf](https://qafilah.com/ar/wp-content/uploads/qafilah-files/73.pdf)

99- لبوغ رشيد، أهمية الصورة في العملية التعليمية، موقع التنويري، (12 يوليو 2021)،

altanweeri.net

[https://altanweeri.net/6652/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-](https://altanweeri.net/6652/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A/%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA)

[-D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-](https://altanweeri.net/6652/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A/%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA)

[-D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-](https://altanweeri.net/6652/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A/%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA)

[-D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A](https://altanweeri.net/6652/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A/%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA)

[/%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA](https://altanweeri.net/6652/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A/%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA)

100- مؤنس حواس، فيس بوك يتصدر ب 3 مليار مستخدم أبرز منصات السوشيال ميديا إنتشاراً في

العالم، موقع اليوم السابع، (2024/01/06)،

[https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D8%A8%D9%88%D9%83-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[-D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

[6470225](https://www.youm7.com/story/2024/2/6/%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D9%8A%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A8%D9%80-3-%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84/6470225)

101- نيدهي، إحصائيات 2025 Instagram: أحدث بيانات المستخدم والنمو، مدونة FFMaven A،

((29/01/2025)،

<https://affmaven.com/ar/instagram-statistics>

102- 8 وظائف بدوام كامل باستخدام هاتفك الذكي فقط، (2019-7-24)، Aljazeera.net،

<https://www.aljazeera.net/lifestyle/2019/7/24/%D9%88%D8%B8%D8%A7%D8>

<https://www.tech1new.com/2023/07/Five-free-tools-to-create-GIFs-easily-andcreatively.html?m=1>

103- Majed bahaj ، خمسة أدوات مجانية لإنشاء الصور المتحركة GIF بسهولة وإبداع، مواقع وأدوات (03 يوليو 2023)،

<https://www.tech1new.com/2023/07/Five-free-tools-to-create-GIFs-easily-andcreatively.html?m=1>

المراجع باللغة الأجنبية :

Dictionaries :

104- Kuper Marcia, **A guide to computer animation**, Focal press, Oxford, 2002

Books :

105- Abric Jean Claude, **Pratiques sociales et représentations**, Paris, Puf, 1994.

106- Abric Jean Claude, **Pratiques sociales et représentations**, sous la direction de J-C Abric, Paris, PUF 2ème édition, 1997.

107- Akrich M, **Les objets et leurs utilisations**, De la conception à l'action, Raisons Pratiques, (1993).

108- Bagros ph, De Toffol B, **Introduction aux sciences humaines en médecine**, Paris, édition marketing, 1993.

109- Bonneville Luc, Sylvie Grosjean, Martuine Lagacé, **Introduction aux méthodes de recherche en communication**, Canada, Gaëtan Morin, 2007.

110- Blanchet Alain, Ghiglione Rodlphe, Massonnat Jean, Trognon Alain, **Les techniques d'enquête en sciences sociales**, Paris, Dunod, 2005.

- 111- Blak Jay, Bryant Jennings, Thompson Susan, **Introduction To Media Communication**, United States of America-Hill, 5th Edition, 1998.
- 112- Durkheim E, **Les Formes élémentaires de la vie religieuse**, Editions générales françaises, Paris, 1912.
- 113- Durkheim E, **Sociologie et philosophie**, Paris, Presses universitaires de France, 1967.
- 114- Éric Maigret, **Sociologie de la communication et des médias**, Paris, Armand Colin, 3ème édition, 2015.
- 115- Everett M Rogers, **Diffusion of innovations**, New York, the Free Press, Third edition, 1983.
- 116- Farr Robert, **Les représentations sociales, in psychologie**, sous la direction de S.Moscovici, Paris, PUF, Le psychologue, 1977.
- 117- Ficher Gustave-Nicolas, **Les concepts fondamentaux de la Psychologie sociale**, Paris, Florence Millerand, **Usage des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation**, Dunod, France, 2005.
- 118- Gay Thomas, **L'indispensable de la sociologie**, France, Studyrama, 2004.
- 119- Herzlich Claudine, **Santé et Maladie : Analyse d'une représentation sociale**, France, Les éditions Mouton, 1969.
- 120- Jodelet Denis, **Folies et représentations sociales**, Préface de Serge Moscovici, PUF, France, Paris.
- 121- Jodelet Denis , **Les représentations sociales : Un Domaine En Expansion ;** In Jodelet (Ed) Les Représentations Sociales, P.U.F, Paris, 1989.
- 122- Kaufmann Jean-Claude, **L'entretien compréhensif**, Paris, Editions Nathan, 2001.
- 123- Maache et autres, **Les représentations Sociales : un concept au carrefour de la psychologie sociales et d la sociologie**, les éditions de l'Université de Constantine, Algérie, 2002.

- 124- Marshall Mc Luhan, **Pour comprendre les médias**, traduit par Jean Paré, Paris, Points, 1968
- 125- Marshall Mc Luhan, Waston Wilfred, **Du cliché à l'archétype : la foire du sens**, Montréal : Hurtubise, HMH, Paris, 1973.
- 126- Moscovici, S, **La psychanalyse son image et son public**, Paris, PUF, 1961.
- 127- Moscovici, S, **Des représentations collectives aux représentations sociales** dans Jodelet, Les représentations sociales, paris , puf, 1989.
- 128- Papacharissi Zizi, **Uses and Gratifications, An Integrated Approach to Communication Theory and Research**. Lawrence Erlbaum, Communication Routledge Series, 2em edition, 2008.
- 129- Rouquette Michel-Luis et Rateau Patrick, **Introduction à l'étude des représentations sociales**, PU de Grenoble, 1998.
- 130- Street Rita, **Computer Animation**, Rockport Publisher Inc, Massachusetts, Gloucester, 1998.

Journals :

- 131- Corrine Martin, **Téléphone portable chez les jeunes adolescents et leurs parents : quelle légitimation des usages**, 2003
- 132- Chambat Pierre, **Usages des technologies de l'information de la communication(tic)**, évolution des problématiques, technologies de l'information et société, vol 6 n°3, 1994.
- 133- Chang, Shuchih Ernest & Shen, Wei-Cheng & Liu, Anne Yenching, **Why mobile users trust smartphone social networking services? A PLS-SEM approach**, 2016
- 134- Gardon Dominique, **Innovation par l'usage, des Enjeux de mots : regards multiculturels sur les sociétés de l'information**, sous la direction de Ain Ambrosi, Valérie Peugeot et Daniel Piminta, mai 2006

- 135- Jouët Josiane, **Retour critique sur la sociologie des usages**, In Réseaux, 18(100) CENT, Paris ,2000
- 136- Josiane Jouët, **Des usages de la télématique aux Internet Studies**, Dans J, Denouel, & F, Ganjon, Des usages sociaux des technologies numériques d'information de communication,(pp 45-90), Paris, Presses des mines.
- 137- Jouët Josiane, **Pratique de communication et figures de la médiation**, Réseaux, N° 60, 1993, PP 99-120.
- 138- Jouët Josiane, **nouvelles Techniques et leurs utilisateurs**, De la production sociale, Technologies de l'information et société (1).
- 139- Plantard Pascal, **La professionnalisation des animateurs multimédia en question? Usages**, formation et médiations numériques, France, Université Rennes2
- 140- Proulx Serge, **Penser les technologies de l'information et de communication aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances**. Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, Presses universitaires de Bordeaux, (2005).
- 141- Ran We, **Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment**, 2008
- 142- T.Nguen Bobby , S.Chaparro Barbara, **Apple iPad Usage Trends by Students and Non-Students**, 2012
- 143- Ooi Keng-Boon, Tan Garry Wei-Han, **Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card**, 2016

Theses:

- 144- Millerand Florence, **L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence d'une culture numérique**, Montréal, Département de communication, 2003.

145- Sonet Virginie, **Les usages sociaux et les logiques économiques de l'audiovisuel sur smartphone**, 2014

Websites:

146- Chen Emily, Huang Edric, Dorsey Jenny, **Understanding... Cultural Appropriation**, <https://www.studioatao.org/post/understanding-cultural-appropriation> , visited in 2022, 20th, march at 11h54.

147- Goodman Paul, **20 Advantages of mobile Phones**, (15-01-2020), <https://turbofuture.com/cell-phones/advantages-Mobile-phones> ,Retrieved Edited, 24-07-2022.

148- Hoon Michel, **8 jobs you can do completely on your phone**, (2020), <https://community.thejobnetwork.com/8-job-yuo-can-do-completely-on-your-phone/> , Retrieved 28-07-2022 at 23:15.

149- **Importance of Smartphones in our life**, Tatgetstudy.com, (22-8-2018), <https://targetstudy.com/articles/importance-of--smartphones-in-our-life.html>, Retrieved 28-7-2022 .

150- Miller Keith, **18 Advantages and Disadvantages of Cell Phones**, <https://futureofworking.com/8-advantages-and-disadvantages-of-cell-phones/> , Retrieved, 29-7-2022.

151- Munoz Richard, **The Evolution of Communication through the Centuries**, (15 Jun 2017), <https://www.mobilecon2012.com/the-evolution-of-communication-throh-the-centuries/> , Retrieved Edited 25-07-2022 .

152- Steven John, **9 Jobs you can do entirely on your phone**, (Jul11, 2019), <https://www.bisnessinsider.com/jobs-you-can-do-on-your-phone-2019-7> , Retrieved Edited, 27-07-2022 .

فهرس المحتويات

صفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة
أ - و	مقدمة عامة
الباب الأول: الإطار المنهجي	
9	1.1 الدراسة الاستطلاعية ونتائجها
14	1.2 الدراسات السابقة والمشابهة
24	1.3 أسباب اختيار الموضوع
25	1.4 الهدف من الدراسة وأهميتها
26	1.5 الإشكالية
30	1.6 الفرضيات
30	1.7 الإطار المفاهيمي
38	1.8 نوعية الدراسة
38	1.9 المنهج المستخدم
40	1.10 التقنيات المستخدمة
44	1.11 مجتمع البحث والمعينة والعينة
46	1.12 الإطار الزمني والمكاني للدراسة
49	1.13 الخلفيتان النظريتان
الباب الثاني: الإطار النظري	
الفصل الأول: المدخل النظري لدراسة التمثلات الاجتماعية	
63	1. التطور التاريخي لمفهوم التمثلات
65	2. التمثلات الاجتماعية في مفترق المقاربات (الفلسفة، علم النفس، علم الاجتماع)
71	3. خصائص التمثلات الاجتماعية
74	4. وظائف التمثل الاجتماعي
الفصل الثاني: المدخل النظري لدراسة الاستخدامات التكنولوجية	
79	1. نشأة سوسيولوجيا الاستخدام
81	2. المقاربات السوسيولوجية لدراسة سيرورة الاستخدام

	(البراديعم الانتشاري، البناء الاجتماعي للمبتكرات، تملك الأدوات التقنية، الحتمية التكنولوجية)
95	3. استخدامات الصور التفاعلية
الفصل الثالث: الهاتف النقال الذكي والصور المتحركة	
107	1. نشأة وتطور الهاتف النقال الذكي
121	2. مميزات الهاتف النقال الذكي
124	3. وظائف الهاتف النقال الذكي
129	4. الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي
130	- أنواع الصور المتحركة ومجالاتها
138	- خصائص الصور المتحركة
140	- وظائف الصور المتحركة في الهاتف النقال الذكي
الباب الثالث: الإطار المبدئي للدراسة	
145	السمات العامة للمبجوثين
156	الفصل الأول: أنماط استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي
156	- تمهيد
157	1.1 عرض وتحليل النتائج
177	1.2 استنتاج
180	الفصل الثاني: أسباب استخدام الصورة في الهاتف النقال الذكي
180	- تمهيد
181	1.1 عرض وتحليل النتائج
202	1.2 استنتاج
206	الفصل الثالث: تأثير تمثل الصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي
206	- تمهيد
207	1.1 عرض وتحليل النتائج
256	1.2 استنتاج
261	الاستنتاج العام للدراسة
267	مقارنة نتائج الدراسة بالفرضيات
270	خاتمة
274	قائمة المصادر والمراجع
291	الفهارس
300	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
145	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
146	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	02
149	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	03
150	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية والدراسية	04
152	السمات العامة للعينة الثانية	05
157	نوع كاميرا التصوير التي يحملها الهاتف الذكي لدى أفراد عينة الدراسة	06
160	الصور الأكثر التقاطاً من قبل أفراد عينة الدراسة	07
163	توزيع مشاهدات الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة	08
165	التوقيت المفضل لمشاهدة الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة	09
167	متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة لأفراد عينة الدراسة	10
171	أكثر التطبيقات التي يشارك بها أفراد عينة الدراسة صوراً متحركة	11
181	توزيع نوع الصور المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي	12
187	توضيح الهدف من استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي	13
190	الغاية من التقاط الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة	14
192	إمكانية التقاط الصورة المتحركة لدى عينة الدراسة	15
194	توزيع استخدام عينة الدراسة للصورة المتحركة	16
196	استخدام برامج تعديل الصور لدى أفراد عينة الدراسة أثناء إنتاج وتبادل الصور المتحركة	17
200	توزيع الحاجات التي يحس أفراد عينة الدراسة بإشباعها عند التعامل مع الصور المتحركة	18
209	تأثير الصورة المتحركة على الحياة الشخصية لأفراد عينة الدراسة	19

211	الاهتمامات التي تجذب انتباه أفراد عينة الدراسة أثناء مشاهدة الصور المتحركة	20
215	الصورة المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة تستدعيهم إلى تغيير	21
219	توزيع مضامين الصور المتحركة التي يتفاعل من خلالها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي	22
222	أشكال تفاعل أفراد عين الدراسة مع مقاطع الفيديوهات عبر الهاتف الذكي	23
225	توزيع الهدف من تفاعل أفراد عينة الدراسة عن طريق الصورة المتحركة	24
229	أنواع الصور المتحركة التي يشاركها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي	25
233	توزيع استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم ضمن مجموعات مختلفة	26
235	رغبة أفراد عينة الدراسة لإنتاج وتبادل الصور المتحركة بعد التعرض المكثف	27
237	إمكانية تكوين صداقات وخبرات جديدة من قبل أفراد عينة الدراسة جراء استخدام الصور المتحركة	28
239	مستوى العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي	29
242	أفراد عينة الدراسة يتمثلون الصورة المتحركة وسيلة ل	30
247	يمثل كيف تساعد الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين إيجاباً من خلال	31
249	كيف تؤثر مقاطع الفيديو على أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين سلباً	32
250	تأثير الصور المتحركة في الجانب العاطفي لأفراد عينة الدراسة	33
255	تأثير الصور المتحركة في الجانب السلوكي لأفراد عينة الدراسة	34

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تصنيف الصور في ضوء إظهار الحركة	136
02	تصنيف الصورة في ضوء مجال الاستخدام	137
03	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	146
04	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	147
05	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	149
06	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية والدراسية	150
07	نوع كاميرا التصوير التي يحملها الهاتف الذكي لأفراد عينة الدراسة	157
08	توزيع الصور الأكثر التقاطا من قبل أفراد عينة الدراسة	160
09	توزيع مشاهدات الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة	163
10	التوقيت المفضل لمشاهدة الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة	165
11	متوسط ساعات استخدام الصورة المتحركة لأفراد عينة الدراسة	168
12	أكثر التطبيقات التي يشارك بها أفراد عينة الدراسة صوراً متحركة	171
13	نوع الصور المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي	182
14	الهدف من استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة عبر الهاتف الذكي	187
15	الغاية من التقاط الصور المتحركة من قبل أفراد عينة الدراسة	190
16	إمكانية التقاط الصورة المتحركة لدى عينة الدراسة	192
17	توزيع استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة	196
18	استخدام برامج تعديل الصور لدى أفراد عينة الدراسة أثناء إنتاج وتبادل الصور المتحركة	198
19	توزيع الحاجات التي يحس أفراد عينة الدراسة بإشباعها عند التعامل مع الصور المتحركة	201
20	تأثير الصورة المتحركة على الحياة الشخصية لأفراد عينة الدراسة	210
21	الاهتمامات التي تجذب انتباه أفراد عينة الدراسة أثناء مشاهدة الصور	212

	المتحركة	
216	الصورة المتحركة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة تستدعيهم إلى تغيير	22
219	توزيع مضامين الصور المتحركة التي يتفاعل من خلالها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي	23
222	أشكال تفاعل أفراد عين الدراسة مع مقاطع الفيديوهات عبر الهاتف الذكي	24
226	توزيع الهدف من تفاعل أفراد عينة الدراسة عن طريق الصورة المتحركة	25
230	أنواع الصور المتحركة التي يشاركها أفراد عينة الدراسة عبر الهاتف الذكي	26
233	توزيع استخدام أفراد عينة الدراسة للصورة المتحركة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم ضمن مجموعات مختلفة	27
235	رغبة أفراد عينة الدراسة لإنتاج وتبادل الصور المتحركة بعد التعرض المكثف	28
238	إمكانية تكوين صداقات وخبرات جديدة من قبل أفراد عينة الدراسة جراء استخدام الصور المتحركة	29
240	مستوى العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر الهاتف الذكي	30
243	أفراد عينة الدراسة يتمثلون الصورة المتحركة وسيلة لـ	31
248	كيف تساعد الصور المتحركة أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين إيجاباً من خلال	32
250	يمثل كيف تؤثر مقاطع الفيديو على أفراد عينة الدراسة في التفاعل مع الآخرين سلبياً	33
253	تأثير الصور المتحركة في الجانب العاطفي لأفراد عينة الدراسة	34
256	تأثير الصور المتحركة في الجانب السلوكي لأفراد عينة الدراسة	35

فهرس الصور

الصفحة	العنوان	الرقم
98	موقع ThingLink لإنشاء الصور التفاعلية	01
99	طريقة إنشاء صور تفاعلية عبر موقع ThingLink	02
101	تطبيق Gifmaker	03
103	منصة إنشاء الصور بالذكاء الاصطناعي	04
110	أجيال الهاتف النقال طريقة سريعة وسهلة	05
111	الجيل الأول للهاتف النقال	06
112	الجيل الثاني للهاتف النقال	07
114	الجيل الثالث للهاتف النقال	08
116	الجيل الرابع للهاتف النقال الذكي	09
118	الجيل الخامس للهاتف النقال الذكي	10
176	ترتيب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لسنة 2024	11

الملاحق

الملحق رقم 01: وثيقة أسئلة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص السمععي البصري والتكنولوجيا الجديدة

وثيقة أسئلة حول:

" تمثيلات واستخدامات الشباب للصورة المتحركة في الهاتف النقال الذكي "

المشرف:

صاحبة الدراسة:

أ. نفوسي مرتاض لمياء

-آل سيد الشيخ فاطمة

بعد التحية والتقدير، نضع بين أيديكم هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني يدخل ضمن تحضير أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال موجهة إلى جميع الشباب مستخدمي الهواتف الذكية الذين يستخدمون ويتفاعلون مع مختلف الصورة المتحركة (الفيديو القصير) عبر مختلف تطبيقات هواتفهم الذكية، وكذا عبر

مختلف منصات التواصل الاجتماعي. فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها بدقة وتمعن.

ملاحظة: نحيطكم علماً أنّ المعلومات التي ستدلون بها تستخدم لغرض البحث العلمي فقط، ولكم مني جزيل الشكر والامتنان.

السنة الجامعية: 2023/2022

- هل هاتفك الذكي مزود ب : بكاميرا واحدة متعدد الكاميرات
- الصور المتحركة الأكثر التقاطاً : سلفي بث مباشر (live)
- تركيب صور بواسطة تطبيق على هاتفك استعمال ما هو متاح مميزات على منصات التواصل الاجتماعي

• هل تشاهد الصور المتحركة على هاتفك الذكي:

- دائماً أحياناً نادراً

• ما هو متوسط ساعات استخدامك للصورة المتحركة عبر هاتفك الذكي:

- ساعة ساعتان ثلاث ساعات أكثر من 3 ساعات

• أكثر التطبيقات التي تشارك بها صور متحركة هي:

- فيسبوك انستغرام يوتيوب سناب شات تيك توك تويتر

أخرى

حدد

• استخدامك للصور المتحركة عبر هاتفك الذكي بهدف:

- التواصل الاجتماعي التبادل المعرفي تكوين صداقات مواكبة العصر (الموضة) صناعة محتوى مؤثر التسلية وقضاء أوقات الفراغ

• ما نوع الصور المتحركة التي تستهويك متابعتها عبر هاتفك الذكي:

- مقاطع مسلسلات وأفلام مقاطع لمؤثرين ومشاهير محتوى تعليمي
اجتماعية سياسية رياضية أخرى

حددها:

• لماذا تفضل التقاط هذا النوع من الصور: للميل لهذا النوع من الصور

لإمكانية التعديل عليها لأنها تسجل أحداثاً مهمة

• تلتقط صورة متحركة عبر هاتفك الذكي: دائماً أحياناً نادراً

• هل تستخدم صورة متحركة عبر هاتف الذكي: دائماً أحياناً نادراً

• تستخدم برنامج تعديل الصور أثناء إنتاج وتبادل الصور: نعم لا

• عندما تتعامل مع الصور المتحركة عبر هاتفك الذكي، هل تحس بإشباع:

- حاجات جمالية حاجات اجتماعية حاجات روحية حاجات ثقافية

حاجات معرفية تعليمية أخرى

حدد:

.....

• هل الصورة التي تشاهدها عبر تطبيقات الهاتف الذكي تؤثر في حياتك الشخصية

نعم لا

• ما الاهتمامات التي تجذبك انتباهك إلى مشاهدة الصورة المتحركة عبر هاتفك الذكي:

الأحداث اليومية التعليمية الرياضية الدينية الفنية

الرومانسية أخرى

حددها:

.....

• الصور المتحركة التي تتابعها عبر هاتفك الذكي تستدعيك إلى تغيير:

طريقة كلامك طريقة لبسك نمط عيشك مستواك التعليمي

علاقة بالآخرين

• الصورة المتحركة التي تتفاعل من خلالها عبر هاتفك الذكي تنتمي مضامين:

اجتماعية ثقافية دينية سياسية تعليمية فنية

• تفاعل مع مقاطع لفيديوهات عبر هاتفك الذكي يكون عن طريق:

الإعجاب التعليقات المشاركة بصناعة محتوى

المشاركة مع الأصدقاء الاكتفاء بالمشاهدة

• تتفاعل عن طريق الصور المتحركة بهدف:

- تكوين علاقات افتراضية إثبات الذات عن طريق إنتاج صور التأثير في الآخرين
الربح المادي آخر

حدد:.....

.....

• تشارك صوراً متحركة عبر هاتفك الذكي والتي تتمثل في:

- صور يومياتك مناسبات عائلية تدوين اللحظة مواضيع اجتماعية
محتوى تعليمي حدث رياضي حدث سياسي آخر

حدد:.....

• تستخدم الصورة المتحركة كرمز للتعبير عن أفكارك وآرائك ضمن مجموعات مختلفة:

- دائماً أحياناً أبداً

• من خلال التعرض المكثف للصور المتحركة زادت رغبتك بإنتاج وتبادل الصور:

- نعم لا

• من خلال استخدام الصور المتحركة تمكنت من تكوين خبرات و صداقات جديدة لم تكن لديك

- من قبل: نعم لا

• مستوى علاقاتي الاجتماعية بعد التعرض المكثف للصور المتحركة عبر هاتفك الذكي:

- زادت بقيت على حالها تراجع اختفت

• كيف تتمثل الصور المتحركة عبر هاتفك الذكي وسيلة لـ :

تحقيق وجود افتراضي مشاركة حاجاتك الخاصة مع أصدقاءك

التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي التعرف على مختلف الثقافات العالمية

حب اكتشاف كل ما هو جديد (التحديث التقني للهواتف الذكية)

• تساعدك الصورة المتحركة في التفاعل مع الآخرين إيجاباً من خلال:

- بناء علاقات جديدة: دائماً أحياناً أبداً

- الاحتفاظ بعلاقتي الحقيقية : دائماً أحياناً أبداً

- المبادرة للعمل التطوعي: دائماً أحياناً أبداً أخرى

حدد:.....

.....

• هل تتصور أن مقاطع الفيديوهات التي تتعرض لها سبباً في تفاعلك مع الآخرين سلباً:

- أثرت على شخصيتك : دائماً أحياناً أبداً

- اندثرت علاقاتك : دائماً أحياناً أبداً

- لجئت للعزلة : دائماً أحياناً أبداً

• تؤثر الصور المتحركة على الجانب العاطفي للشباب:

- تشعر بالغضب عند مشاهدتك لبعض الفيديوهات ذات محتوى هابط :

دائماً أحياناً أبداً

- تؤثر في نفسيتي مشاهدة فيديوهات لحالات اجتماعية مزرية :

دائماً أحياناً أبداً

- تعزز الفيديوهات المتداولة عبر تطبيقات هاتفك رغبتك في التفاعل مع القضايا المهمة في

المجتمع :

دائماً أحيانا أبدا

• تؤثر الصور المتحركة على الجانب السلوكي للشباب:

- الفيديوهات التي تتبعها عبر هاتفك الذكي تزيد من انفعالك

دائماً أحيانا أبدا

- ما تراه وتتفاعل معه من فيديوهات يؤثر في سلوكياتك وتصرفاتك إيجابا:

دائماً أحيانا أبدا

- ما تراه وتتفاعل معه من فيديوهات يؤثر في سلوكياتك وتصرفاتك سلبا:

دائماً أحيانا أبدا

4. البيانات الشخصية للمبحوثين:

• الجنس: ذكر أنثى

• السن: من 18 إلى 25 من 26 إلى 30 من 31 إلى 35

من 36 إلى 40

• المستوى التعليمي: أقل من الثانوي ثانوي جامعي دراسات عليا

• الوضعية المهنية والدراسية: طالب موظف عامل حر

بدون عمل

الملحق رقم 02 : دليل المقابلة

1. ما نوع الهاتف الذكي الذي تملكه؟ لماذا؟
2. هل يحتوي هاتفك الذكي كاميرا عالية الجودة أم عادية؟ ولماذا؟
3. هل تغير هاتفك أم تحتفظ به لمدة طويلة؟ ولماذا؟
4. هل تستخدم برنامج أو تطبيق تعديل الصور ومقاطع الفيديو على هاتفك الذكي؟ ولماذا؟
5. هل تفضل استخدام صوراً ثابتة أم متحركة عبر هاتفك الذكي؟ ولماذا؟
6. عندما تأخذ صوراً متحركة عبر هاتفك الذكي، فهي لمن؟ لماذا ذلك؟
7. هل تقوم بمشاركة صور متحركة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟ ولماذا؟
8. هل تشارك أصدقاءك بمقاطع من تصويرك الشخصي أو ضمن مجموعات معينة؟ أذكرها.
9. كيف تتعامل مع مقاطع لفيديوهات عبر هاتفك الذكي؟ ولماذا؟
10. هل تتفاعل مع الصور المتحركة والمقاطع بهدف بناء وتثمين علاقات اجتماعية أو التسلية أو الشهرة أو الربح المادي كيف ذلك.
11. هل ما تراه وتتفاعل معه من فيديوهات يؤثر في أخلاقك وتصرفاتك إيجاباً؟ كيف ذلك؟
12. هل ما تراه وتتفاعل معه من فيديوهات يؤثر في أخلاقك وتصرفاتك سلباً؟ كيف ذلك؟