

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

أثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ

بن بوزيان عبد الرحيم

إعداد الطلبة:

عون أحمد

جعفر صلاح الدين

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
رئيسا	أستاذ تعليم عالي	حمزة قدة
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ	بن بوزيان عبد الرحيم
مناقشا	أستاذ محاضر أ	بوذن محمد لمين

السنة الجامعية: 2024 / 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِهْدَاء

إلى من لا يضاهيهما أحد في الكون، إلى من أمرنا الله ببرهما،
إلى من بذلا الكثير، وقدّما ما لا يمكن أن يردّ، إليكما تلك
الكلمات أُمِّي وأبي الغاليان، أهدي لكما هذا البحث؛ فقد كنتما
خير داعم لي طوال مسيرتي الدراسية.

صلاح الدين

إِهْدَاء

إلى والدي الغاليين، اللذين كانا نور دربي وسراج أُملي. شكرا
على كل لحظة دعم ومساندة، أهدىكم هذا النجاح الذي هو ثمرة
جهدكم وتضحياتكم.

إلى أستاذي ومشرفي العزيز، الذي كان لعلمه وتوجيهاته الأثر
الكبير في إنجاز هذا المشروع. أهدىك هذا العمل تعبيرا عن
شكري وتقديري لجهودك القيمة.

أحمد



بكل فخر وامتنان، نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى كافة الأساتذة الأفاضل، الذين كانوا لنا مشاعل علم ونور، وبذلوا من جهدهم ووقتهم الكثير من أجل أن ننهل من معين المعرفة، ونخطو بثقة في دروب البحث الأكاديمي. لقد تعلمنا منكم أصول الفكر النقدي، وأدب العلم، وروح الالتزام.

كما نعبر عن خالص شكرنا وتقديرنا لإدارة القسم التي وفرت لنا كل سبل الدعم والتسهيلات، وحرصت على تذليل العقبات أمامنا، لننجز أعمالنا في ظروف مناسبة ومحفزة. ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نخص بالشكر والعرفان المشرف العزيز الأستاذ عبد الرحيم بن بوزيان، الذي كان لنا سنداً ومرشداً خلال كل مراحل هذا العمل البحثي. لقد لمسنا فيه الصبر، والحكمة، والحرص الحقيقي على جودة العمل وتقدمنا العلمي، فله منا كل الاحترام والتقدير على جهوده النبيلة ومرافقته لنا خطوة بخطوة.

ملخص الدراسة :

مع إفراس الثورة الرقمية في مجال تكنولوجيا الاتصال لأساليب وأنماط خطاب حديثة بفعل تقنيات الدمج بين الوسائط المتعددة، برزت صور "الميمز" أو ما يفضل البعض تسميتها "ميمات الأنترنت" كأهم وأحدث وأشهر الخطابات المرئية الرقمية الراهنة إذ صار بإمكان أي فرد يملك جهاز اتصال ذكي تشكيل خطابات صورية تتألف من عدة رموز وجوه تعبيرية كلمات شهيرة، شخصيات معروفة أو غير معروفة، أشكال وبيانات بهدف الترويج الافتراضي لفكرة معينة اتجاه قضية ما في الواقع، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر ظاهرة الميمز على تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وسعياً لتحقيق أهداف الدراسة، فقد أستخدم المنهج الوصفي التحليلي.

وقد تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات وقد تكونت عينة الدراسة من (60) مفردة من مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر الذين تم اختيارهم بطريقة غير احتمالية تم اختيارها بطريقة قصدية .

توصلنا في الأخير إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- يميل نصف مجتمع البحث إلى القول بأن الميمز وسيلة ترفيهية يرفهون بها عن أنفسهم.
- إن طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر يصفون المحتوى الذي يشاهدونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأنه هزلي وساخر.
- خلصت الدراسة إلى أن نصف العينة يفهمون الميمز المتربطة بالسياق المحلي جيداً.
- 80 بالمئة من مجتمع البحث يرون أن بعض الميمات تسبب نزاعات وخلافات في كثير من الأحيان.
- تُقرب الميمز بين الناس من خلال الضحك المشترك.
- أكدت الدراسة أن الميمز تؤثر في طريقة تفكير طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر في مختلف القضايا.
- بينت الدراسة أن 40 بالمئة من المبحوثين يتبنون آراء جماعية بناء على مضمون الميمز.
- أوضح 35% من المشاركين أنهم يعتبرون الميمز جزءاً من ثقافتهم اليومية.

الكلمات المفتاحية: أثر، الميمز، مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر

Study Summary :

With the advent of the digital revolution in communication technologies and the emergence of new modes and styles of discourse enabled by multimedia integration, "memes"—or what some prefer to call "internet memes"—have surfaced as one of the most important, modern, and widespread forms of visual digital discourse. Today, any individual with a smart device can craft visual messages composed of various symbols, emojis, popular phrases, well-known or unknown characters, shapes, and data, all aimed at virtually promoting a specific idea or stance on a real-life issue. This study aimed to explore the impact of memes on the awareness of youth in the municipality of El Oued through social media platforms. To achieve this objective, the descriptive-analytical method was employed.

-A questionnaire was used as the primary data collection tool. The study sample consisted of 60 individuals, all social media users from the youth of El Oued municipality, selected using a non-probability purposive sampling method.

The study yielded the following key findings: - Half of the research population believes that memes serve as a form of entertainment and a way to relax.

- The youth of El Oued describe the content they view on social media as humorous and satirical.

- Half of the sample reported that they understand memes related to the local context well. – 80% of the participants believe that some memes often cause conflicts and disputes. – Memes bring people closer together through shared laughter. – The study confirmed that memes influence the way youth in El Oued think about various issues.

- 40% of the respondents stated that they adopt collective opinions based on meme content. – 35% of the participants consider memes to be part of their daily culture.

Keywords: Impact, Memes, Social Media, Public Opinion , students of Martyr Hamme Lakhdar University .

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
3-2	الإهداء
4	الشكر والعرفان
5	الملخص
7	فهرس المحتويات
9	فهرس الجداول
11	فهرس الأشكال
14	مقدمة
الفصل الأول: إشكالية الدراسة	
19	إشكالية الدراسة
20	أسباب اختيار الموضوع
20	أهمية الدراسة
20	أهداف الدراسة
21	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
23	حدود الدراسة
الفصل الثاني: مراجعة الأدبيات	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: ماهية الميمز
26	المطلب الأول: مفهوم الميمز
27	المطلب الثاني: نشأة الميمز
28	المطلب الثالث: خصائص الميمز
28	المطلب الرابع: التطبيقات الحديثة للميمز
30	المبحث الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
30	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

30	المطلب الثاني : أنواع وأهم مواقع التواصل الاجتماعي
31	المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
32	المطلب الرابع : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
33	المبحث الثالث: ماهية الرأي العام
33	المطلب الأول :تعريف الرأي العام
33	المطلب الثاني: أنواع الرأي العام
34	المطلب الثالث :عناصر الرأي العام
34	المطلب الرابع : أثر المميز في تشكيل الرأي العام
35	المبحث الرابع : نظرية التفاعل الرمزي
35	المطلب الأول : مفهوم النظرية ونشأتها
36	المطلب الثاني : فرضيات النظرية
36	المطلب الثالث : الأساس المنهجي لنظرية التفاعل الرمزي
37	الدراسات السابقة
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	
45	تمهيد
46	المبحث الأول: منهجية الدراسة وأدواتها
46	المطلب الأول: المنهج المستخدم وأدواته
46	المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة
47	المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات
47	المطلب الرابع: إجراءات الصدق والثبات
الفصل الرابع : عرض نتائج الدراسة ومناقشتها	
50	المبحث الأول: تحليل ومناقشة الدراسة
50	المطلب الأول : عرض النتائج
66	المطلب الثاني : مناقشة النتائج
73	المطلب الثالث : الاستنتاجات العامة
75	خاتمة
77	قائمة المصادر والمراجع
82	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	50
02	توزيع أفراد العينة حسب السن	51
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	51
04	توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية	52
05	توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميا	53
06	توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر	54
07	توزيع أفراد العينة حسب وصف المحتوى المشاهد	54
08	توزيع أفراد العينة حسب اعتقادك هل أن الميمز يحمل رسائل ضمنية	55
09	توزيع أفراد العينة حسب مدى فهمك للميمز المرتبطة بالسياق المحلي	56
10	توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الميمز جزءًا من ثقافتك اليومية	56
11	توزيع أفراد العينة حسب فهم اكتسابك للميمز	57
12	توزيع أفراد العينة حسب دافعك مشاركتك لميم	58
13	توزيع أفراد العينة حسب فهم أصدقائك نفس الميم بنفس طريقتك	59
14	توزيع أفراد العينة حسب معرفة الميمز التي لا تعرف معناها	59
15	توزيع أفراد العينة حسب علاقة الميمز بين الناس من خلال الضحك المشترك	60
16	توزيع أفراد العينة حسب سوء فهمك للميمز الذي تسبب النزاعات	61
17	توزيع أفراد العينة حسب الميمز تعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع	61
18	توزيع أفراد العينة حسب مشاركتك يومًا لميمز تتعلق بأحداث محلية	62
19	توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز على الصورة الذاتية	63
20	توزيع أفراد العينة حسب شعورك بالاستهداف أو السخرية من ميمز معينة	63

64	توزيع أفراد العينة حسب تأثير المميز في طريقة تفكيرك حول بعض القضايا	21
65	توزيع أفراد العينة حسب مدى تبنيك لأراء جماعية بناء على مضمون المميز؟	22

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
50	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
51	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب السن	02
52	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
52	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية	04
53	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميا	05
54	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر	06
55	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب وصف المحتوى المشاهد	07
55	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادك هل أن الميمز يحمل رسائل ضمنية ؟	08
56	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى فهمك للميمز المرتبطة بالسياق المحلي	09
57	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الميمز جزءًا من ثقافتك اليومية	10
57	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب فهم اكتسابك للميمز	11
58	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب دافعك مشاركتك لميم	12
59	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب فهم أصدقاءك نفس الميم بنفس طريقتك	13
60	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب معرفة الميمز التي لا تعرف معناها	14
60	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة الميمز بين الناس من خلال الضحك المشترك	15
61	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب سوء فهمك للميمز الذي تسبب النزاعات	16

62	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المميز تعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع	17
62	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب مشاركتك يومًا لميمز تتعلق بأحداث محلية	18
63	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز على الصورة الذاتية	19
64	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب شعورك بالاستهداف أو السخرية من ميمز معينة	20
64	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز في طريقة تفكيرك حول بعض القضايا	21
65	توزيع أفراد العينة حسب مدى تبنيك لأراء جماعية بناء على مضمون الميمز؟	22

مقدمة

عامّة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة من هذا القرن تقدما تكنولوجيا وتطورات متسارعة في مجال الاتصال وتقنياته، نتج عنها انتشار لوسائل حديثة ومنها شبكة الأنترنت التي تعد المحرك الرئيسي لها، ونظرا لتميزها بخصائص كثيرة وإتاحتها لخدمات متعددة وتطبيقات مختلفة فقد أحدثت نقلة سريعة لشعوب العالم من جمهور واقعي إلى جمهور افتراضي، وفتحت المجال لما يسمى بالشبكات الاجتماعية، وهذا بتوفر مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أهم وسائل الاتصال في هذا العصر. فقد تنوعت تلك المواقع الاجتماعية التي تستخدم بواسطة تطبيقات على الهاتف أو الحاسوب، إذ ارتبطت بأنشطة الأفراد اليومية، كما أن موقع الفايسبوك يعتبر من بين أشهر تلك التطبيقات وأكثرها استخداما إذ يحتوي على العديد من الخصائص الاتصالية من خلال الدردشة والنشر في المجموعات والصفحات فتشكلت . من خلاله جماعات افتراضية بعدة تسميات وعدة مجالات من خلال نشر صور أو كتابات أو فيديوهات عبر تلك المجموعات.

ويرز استخدام ميمات الإنترنت بشكل واسع في الآونة الأخيرة، حيث أصبحت جزءا رئيسا من المحتوى المتداول على منصات التواصل الاجتماعي. حيث تنتج هذه الميمات بأشكال متعددة وتشارك على نطاق واسع بين المستخدمين حول العالم، كما أنها تعد من بين أكثر أنواع المحتوى جذبا وتفاعلا على المنصات الرقمية، مما يعكس شعبيتها الكبيرة وأهميتها كوسيلة للتعبير والتواصل في العصر الرقمي، وتنتشر هذه الميمات بشكل ملحوظ على منصات مثل تيك توك وانستغرام وفيسبوك، مما يجعلها أداة فعالة تعبر عن الثقافة الجماهيرية وتعزز التفاعل الاجتماعي.

كما يعد الميمز شكلا من أشكال النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحمل منشورات في إطار ساخر يعبر فيه الأفراد عن آرائهم حول قضايا من حياتهم اليومية في شكل ميمات ساخرة من الواقع الاجتماعي للأفراد، فموضوعنا يتطرق لأثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على تشكيل الرأي العام، من خلال طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر ، وفيها سنتحدث عن أثر الميمز وأثره على تشكيل الرأي العام، حيث تبدأ دراستنا بمقدمة كمدخل للموضوع المعالج. كما تم تقسيم دراستنا إلى ثلاثة فصول وهي كالتالي: الفصل المنهجي والنظري والتطبيقي وخاتمة ونتائج الدراسة والملاحق.

حيث قمنا في البداية بالتطرق إلى مقدمة عامة ثم طرح إشكالية الدراسة مع تساؤلاتها، وتطرقنا أيضا إلى الأسباب التي جعلتنا نختار الموضوع، بالإضافة إلى أهمية الدراسة وأهدافها وقمنا بتحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة.

في الفصل الأول المعنون بمراجعة الأدبيات شمل أربعة مباحث قمنا بالتطرق في المبحث الاول إلى ماهية الميمز ومفهومه ونشأته وأشكاله وخصائصه وغيرها. ثم في المبحث الثاني عرجنا إلى ماهية الشبكات الاجتماعية وأنواعها مع التركيز بشكل أكبر على موقع فيسبوك، ثم في المبحث الثالث عرفنا الرأي العام وكيف يتشكل وأهميته في القضايا المعاصرة والجادة. كما تطرقنا إلى نظرية التفاعل الرمزي وأهم مبادئ

وفروض النظرية أما في الفصل الثاني المعنون بالإطار المنهجي شمل هذا الفصل الإجراءات المنهجية كنوع الدراسة والأدوات المستعملة في جمع البيانات، وصولاً إلى إجراءات الصدق والثبات، كما تم عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة ، وصولاً إلى الاستنتاجات العامة.

الفصل الأول :
إشكالية الدراسة

1- إشكالية الدراسة:

أهبت مقولة ديكرت الشهيرة: "أنا أفكر، إذن أنا موجود" خيال المبتكرين، فدفعهم شغفهم إلى اختراع وسائل تكنولوجية لا حصر لها، جعلت الإنسان يخلد وجوده من خلال الاتصال والتواصل. وهكذا، ولدت نسخة جديدة من الإنسان، لم يعد الفكر وحده دليلا على وجوده، بل أصبح التواصل ركنا أساسيا في كيانه، ليعاد صياغة المقولة في عصرنا الحديث: "أنا أتصل، إذن أنا موجود."

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين طفرة تكنولوجية هائلة أدت إلى ظهور وسائل اتصال حديثة، كان أبرزها شبكة الإنترنت، التي أصبحت العمود الفقري للتواصل في العصر الرقمي، إذ تجاوزت قيود الزمان والمكان. ومع انتشارها السريع، باتت الإنترنت متاحة لقطاع واسع من المجتمعات حول العالم، بفضل إمكانياتها المتقدمة التي عززت التقارب بين الأفراد وسهلت سبل التواصل الاجتماعي. ونتج عن هذا الانتشار ظهور منصات اجتماعية متعددة تُعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، وهي إحدى أبرز تطبيقات الإنترنت، حيث تضم مجموعة من البرامج والتطبيقات التي تتيح للأفراد التفاعل والتواصل بطرق غير مسبوقة.

ويعتبر موقع الفاييسبوك من أشهر هذه التطبيقات المنتشرة عبر الإنترنت، والذي يعتبر من أهمها خاصة من حيث اعتماد الجمهور عليه كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من خلال التفاعل مع منشوراته التي يعبر فيها الأفراد عن آرائهم وأفكارهم في أشكال عديدة من صور وفيديوهات ومنشورات مكتوبة.

يعد الميمز أحد تلك الأشكال التي يعبر فيها مستخدمي الفاييسبوك عن آرائهم تجاه القضايا المختلفة، بحيث أصبحت متنفسا لهم بعيدا عن ضغوط الحياة اليومية من خلال تداول صور فيما بينهم لتعبير عن واقعهم الاجتماعي بطريقة فكاهية أو ساخرة، كما أصبح الميمز ظاهرا في معظم الرسائل المنشورة وأشكال التفاعل على مواقع التواصل، سواء من حيث الابتكار أو الإنتاج أو من حيث التعليقات والتبادل بين الأصدقاء، انطلاقا مما سبق، تحاول هذه الدراسة فهم أبعاد ظاهرة الميمز من جهة، والوقوف على تأثيرها على الرأي العام من جهة أخرى، وعليه تكمن مشكلة البحث الحالي في الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو أثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر؟

تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة البحثية التالية:

- ما هي الخصائص السوسيو-ديمغرافية للعينة محل الدراسة؟
- ما هو مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر؟
- كيف يتم بناء المعاني المشتركة للميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة جامعة الشهيد حمى لخضر؟
- كيف يؤثر انتشار الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقة بين الأفراد والمجتمع في جامعة الوادي؟
- كيف يؤثر الميمز في تشكيل الصورة الذاتية (self-concept) لدى الطلبة في جامعة الوادي؟
- كيف يؤثر الميمز في تشكيل الآراء الجماعية حول مختلف القضايا لدى طلبة جامعة الوادي؟

2- أسباب اختيار الموضوع :

2-1 أسباب ذاتية:

- اهتمامنا الدائم بالوسائل التكنولوجية الحديثة وتطبيقاتها المتنوعة، لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي.
- ميلنا الشخصي لمتابعة منشورات الميمز على فيسبوك والتفاعل معها.

2-2 أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع واتصاله بالتطورات التكنولوجية وتأثيراتها البارزة.
- الإسهام في إثراء المكتبة الجامعية بمادة علمية متخصصة تتناول هذا المجال.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة بأن ظاهرة الميمز على شبكات التواصل الاجتماعي تتناول محتوى متنوع قد يكون له تأثير مباشر على الرأي العام بصفة عامة، وتكتسب الدراسة الحالية أهميتها كونها تعالج موضوعا يتسم بالحدثة يتمثل في ظاهرة الميمز على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثير على الرأي العام هذا بالإضافة إلى الدور المتنامي مؤخرا لظاهرة الميمز واحتمالية دورها في التأثير على مختلف المجالات، وندرة الدراسات التي تناولت ظاهرة الميمز وتأثيرها على الرأي العام وبالتالي حاجة المكتبة العلمية الجزائرية إلى مثل هذه الدراسات لسد هذه الفجوة العلمية.

4- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض على بعض القضايا، ولذلك تهدف دراسة أثر الميمز في مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام إلى الأهداف التالية :

- تهدف الدراسة إلى إعطاء صورة واضحة حول الميمز .

- إبراز تأثير الميمز عبر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

- التعريف بهذه الوسيلة الحديثة مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت بصفة عامة، وإظهار مدى فعاليتها في مجال إنتاج المضامين الساخرة.

- تهدف الدراسة إلى الكشف عن الإرهاصات والبدايات الأولى لظهور ظاهرة الميمز .

5- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

يعتبر تحديد المفاهيم أحد الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، ولتأكيد الاتفاق على هذه المحددات والتقسيمات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا لهذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من مفاهيم.

1-5 الميمز :

التعريف اللغوي:

هي ظاهرة لغوية تُسَيَّر جملة من الرموز يحاول المتلقي فك شفرتها، وهي مجموعة من الصور والفيديوهات مركبة يضاف عليها تعبير ساخر موجز يعكس الفكرة أو القيمة المراد إيصالها. فهي مصدر للتعبير عن الآراء والمواقف الخاصة بالحياة اليومية بشكل عام وبأحداث معينة بشكل خاص، عاكسة لطبيعة العالقات والصراعات الاجتماعية، يتم تداولها عبر الأنترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. (لمياء، 2020، صفحة 20)

التعريف الإصطلاحي :

الميمز "Memes" هي عبارة عن صور أو مقاطع فيديو قصيرة يكون محتواها على الأغلب هزلياً أو ساخرًا، وهي الآن فكرة شائعة انتشرت بشكل فيروسي على شبكة الانترنت وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي. وأصبحت " الميمز " الوسيلة الجديدة لإلقاء النكات التي تليق بالعصر الرقمي ، فانتشرت وبجميع اللغات ، وكان من أكثر ما استرعى انتباه العلماء النفس والاجتماع في هذه الثقافة أن الكثير من "الميمز" التي يشاركها الشخص مع الآخرين تدور حول السخرية من النفس، وهو الأمر الذي حول

السخرية من النفس ،وهو الأمر الذي اختلف علماء النفس والاجتماع حول نفعه وضرره. (الحفناوي، 2018، صفحة 52)

التعريف الإجرائي: ميمز له أفكار عميقة ومشفرة تحمل تعبيرات ساخرة وهزلية تتداول بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

2-5 مواقع التواصل الاجتماعي :

التعريف اللغوي: يطلق على مواقع التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية «Media» «Socil»، كما نجد مصطلح آخر وهو Sociale Network أي الترابط الاجتماعي، وهو أدق باللغة العربية ويعرف أيضا بالشبكات الاجتماعية. (سامية، 2021، صفحة 11)

التعريف الاصطلاحي:

منظومة من الشبكات الاجتماعية، التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (محمد، 2013، صفحة 19)

التعريف الإجرائي:

هو فضاء الكتروني متاح للجميع للمشاركة وتفاعل في برامجه بإنشاء حسابات تسمح بالتواصل والدرشة فيما بينهم ونقصد بها في هذه الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي.

3-5 الرأي العام :

التعريف اللغوي:

يتكون من كلمتين الرأي أي الحكم أو وجهة نظر الفرد مبني على التجربة، وكلمة عام وتشير إلى الجماعة ومنه فالرأي العام يهتم بتوجهات الجماعة لا بآراء الفرد. (إسماعيل، 2012، صفحة 51)

التعريف الاصطلاحي:

نجد "فلويد ألبورت" يعرف الرأي العام بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة ما إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم مؤيدا أو معارضا لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذو أهمية جماهيرية، بحيث تكون نسبتهم في العدد من الكثرة و الاستمرار كافية للتأثير على أفعالهم بطريقة مباشرة تجاه الموضوع محل الرأي. (لبنى، 2023، صفحة 6)

التعريف الإجرائي: هي الآراء التي يعتنقها مجموعة كبيرة من الأشخاص ، ونقصد بالرأي العام في دراستنا حول كيف يتشكل الرأي العام من خلال المييز.

6- حدود الدراسة :

الإطار المكاني :

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية هي المجال المكاني لدراستنا أي المنطقة الجغرافية التي طبقنا فيها دراستنا الميدانية.

الإطار البشري :

يمثل المجتمع البشري للدراسة الحيز الذي تطبق على أفراده مختلف الوسائل لجمع البيانات الموضوعية الواقعية منهم ، حيث أن مجتمع الدراسة هو مجموعة متجانسة أو لا متجانسة من العناصر المحددة من قبل والتي تكون مجالاً للملاحظة. بما أننا نتحدث عن أثر المييز عبر منصات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام فإننا اخترنا الإطار البشري لهذه الدراسة هو طلبة وطالبات قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

المجال الزمني :

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقت في إنجاز الدراسة ، فقد تم إنجاز المشروع خلال الموسم الدراسي 2024-2025. ، هذا بعد اختيارنا لعنوان المذكرة المتمثل في : أثر المييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام ، حيث كانت البداية بجمع المادة العلمية النظرية المتعلقة بموضوع دراستنا طيلة شهر فيفري 2025 ، قمنا بجمع كم معتبر من المصادر والمراجع الخاصة بهذه الدراسة.

الفصل الثاني: مراجعة الأدبيات

تمهيد:

عرف العالم تقدما ملحوظا في حقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة واستخدامها، بحيث ساهمت في ظهور أساليب جديدة وأنماط متعددة، يصف منها الواقع المعيشي ويعبر فيها الأفراد عن آرائهم من خلال منشورات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، ويعد "الميمز" أحد تلك الأساليب والأنماط التي تعتبر من استخدامات هذه المواقع، وفي هذا الفصل سنتعرف على هذا النوع من الأساليب وتأثيره على الرأي العام.

أولاً : البناء النظري

المبحث الأول : ماهية الميمز

المطلب الأول : مفهوم الميمز

هناك عدة تعاريف للميمز يمكننا عرض ما يلي :

الميمز هو مفهوم مشتق من البيولوجيا . واستعارة مفاهيم من حقل علمي إلى آخر مسألة مشروعة على المستوى الإبيستيمولوجي، شريطة أن تحترم بعض الضوابط العلمية وهكذا، قام Robert Dawkins باستعارة مفهوم الميمز من البيولوجيا ليسقطه على دراسة ظاهرة ثقافية شاسعة الاستخدام في أيامنا ، ألا وهي ميمات الانترنت ينطلق Dawkins في كتابه The Selfish gene من فكرة أنه يوجد تنافس بين الميمات التي تولد سلوكيات فردية وجماعية مما يترتب عن هذا الوضع تطور ثقافي، ويحدد في كتابه أصل الكلمة التي يقول إنها يونانية الأصل مضييفا " أرجو أن يغفر لي أصدقائي الكلاسيكيون اختصار كلمة Mimeme الى meme، ويقارن عمل الميمات بعمل الجينات قائلا " مثلما الجينات تنتشر في حوض الجينات عن طريق القفز من الجسم إلى الجسم عن طريق القفز من الدماغ إلى الدماغ عبر عملية التي يمكن أن تسمى في معناها الواسع بالتقليد وبذلك، فالميم هو المرادف الثقافي للجين البيولوجي، وعلى هذا النحو، الميمات شأنها شأن الجينات هي نسخ مماثلة، وبالتالي فإن الغرض الرئيسي منها هو التكرار فكلاهما (الجين البيولوجي أو الميم (نتاج تطور، بيد أنه في حين تكون الجينات نتاج تطور بيولوجي، تكون الميمات نتاج تطور ثقافي. (النفوسي، 2020، صفحة 167)

عرف داوكنز: "الميمز" Memes بوصفها وحدات أو عناصر ثقافية، تنتقل من فرد إلى آخر عبر النسخ أو المحاكاة خاضعةً - مثل الجينات - إلى التغير والمنافسة والانتقاء، وأورد حينها أمثلةً على ذلك كالنغمات، أو العبارات، أو الموضة، وصولاً إلى المفاهيم المجردة. (استانبولي، 2025)

الميمز مفهومها الإلكتروني: فهي عبارة عن صور مرّكبة مرفقة بتعلق ساخر قصير يمكن المتلقّي من فهم الفكرة المراد إيصالها. غير أنه لا يمكن حصر "الميمز" في الصّور، فهي بشكل أساسي تقوم على فكرة، قد تتقدّ بالصوت والصورة أحياناً، وبالكتابة أحيانا آخر . لكن الصور المرفقة بتعلق تبقى الشكل الأكثر انتشارا والأسهل في عملية التنفيذ والتأويل والفهم. (أمل، 2025)

المطلب الثاني : نشأة الميمز

نشرت المجلة الأميركية «جج» (Judge) الرسومات الكاريكاتيرية التي عام 1921 فهي تشبه الميمز التي نراها اليوم إلى درجة كبيرة. حيث صُوّر في الرسومات شخص ذو مظهر مرتّب وجذاب يقف أمام كاميرا لتلتقط صورةً له، بيد أنه في الواقع يبدو مضحكاً مبعثر الشعر. حيث أثارت الرسومات إعجاباً واستغراباً لدى بعض المغردين الذين علّقوا على ملاءمة تلك الرسومات حتى بعد مرور حوالي مئة سنة. وجدير بالذكر هنا تشابه تلك الفكرة لما نراه اليوم من ميمز «التوقعات مقابل الواقع» أو «Expectations vs Reality»، التي بدأت تنتشر في 2010 وبلغت عددًا لا يُحصى من الصور والمقاطع. ولعل «الكوميكس» أو الرسومات الكاريكاتيرية التي بدأ نشرها في المجالات العربية منذ نهاية القرن التاسع عشر تبلورت هي الأخرى إلى الميمز التي نراها على الإنترنت اليوم، ووجدت لها مجلتها الجديدة حيزًا في العالم الرقمي. يظل العنصر المشترك بين الميمز وكاريكاتيرات المجالات العربية وجود صورة مع نص قصير، لكن الهدف تغير تمامًا مع تغير الوعاء الذي ينقل تلك الصور. فبينما كانت مجلات مثل «روضة المدارس» تنشر القصص المصوّرة للأطفال بهدف التعليم، صار هدف الميمز تقليد فكرة ما لأنها ساخرة وتثير عواطف من يراها. العلاقة بين الكاريكاتير والميمز غريبة. ولعل أغرب مثال ما انتشر في أرجاء المنتديات عن «السحالي» و«التماسيح». حيث شاعت تسمية البنات بالسحالي والأولاد بالتماسيح، ودارت المقارنات بين الفريقين بدءًا من 2007. وانتشرت ميمز بدائية تقارن عادات التماسيح الفوضوية بالسحالي اللاتي يتمتعن بالجمال والنظافة. وظهرت منتديات السحالي «ضد التماسيح» على أيدي فتيات يطالبن بحياة سعيدة دون الذكور. تفوح تلك المنتديات برائحة مراهقة الإنترنت ومستخدميه، وذكريات مرحلة يبدأ فيها الأولاد الضحك على البنات والعكس. على أن أغلب تلك المنتديات أصبحت مؤرشفة، يظل الكاريكاتير «ألف مبروك “تمساح!”» المنشور بجريدة الرياض يخلّد هذه الميمز إلى الأبد.

ثم جاء الإنترنت ليعيد تعريف الميمز كليّةً ويحطّم كل ما عرفه العالم سابقًا عن انتشار الأفكار وتحولها. الكلمة في ذاتها لم يرتبط استخدامها بالإنترنت إلا مطلع التسعينيات حينما عرض المحامي الأميركي مايك جودوين مفهوم ميم الإنترنت. ومنذ ذلك أصبحت تُعرف بأنها صور أو مقاطع فكاهية مقترنة بكلمات أو عبارات. تلا اقتراح هذا المفهوم ظهور مقطع ثلاثي الأبعاد لطفل يرقص سُمّي بـ Baby Cha Cha «الطفل تشا شا». وسرعان ما انتشر المقطع عبر المنتديات والبريد الإلكتروني وحتى التلفاز ليصبح نقطة مفصلية في تاريخ الميمز، وما نعرفه اليوم كأول ميم انتشرت على الإنترنت. رؤية هذا الطفل الافتراضي الراقص على يوتيوب اليوم غريبة للغاية، لكن في حينه مثّل إمكانات مشوّقة لما يمكن إنشاؤه ومشاركته عبر اختراع

الإنترنت الجديد. والأهم من ذلك، فتحت هذه الميم احتمالات غير محدودة للتعليق والمشاركة وربطها بما تمر به في حياتك اليومية. (الرب، 2021)

المطلب الثالث: خصائص الميمز

يغلب على محتوى "الميمات" التخصص من حيث المضمون والجمهور الذي يخاطبه فهناك "ميمات" يتم إنتاجها من قبل فئات جماهيرية لها خصائص متشابهة قادرة على فك رموز "الميمات" وفهمها، وهذا يجعلها غير مفهومة للآخرين خارج التخصص أو الذين لا ينتمون لنفس الفئة الاجتماعية، فالميمات لها لغة خاصة يفهمها من ينتمي لمجتمع منتجها عبر الإنترنت .

وتتملك الميمات Memes القدرة على تحقيق الترابط بين مستخدميها من خلال التجربة 46 المشتركة، وهو ما يجعلهم يشعرون بالقرب. فميمات الإنترنت في أبسط صورها، هي الصور التي تنقل الدعابة، وبالتالي عندما يتواصل المستخدمين مع بعضهم البعض عبر الميم فإنهم يتشاركون الضحك والمرح وتعتبر ميمات الإنترنت قد تجاوزت رحلة الفكاهة باعتبارها عنصراً أساسياً للتسلية والفكاهة عبر الإنترنت إلى تحقيق أهداف أخرى من خلال المشاركة الاجتماعية، ويمكن رؤية الجانب الإيجابي لهذه الصور من خلال استخدام الميم للتعامل مع المواقف الصعبة، وهو أمر أصبح شائعاً بين الطلاب بشبكات التواصل الاجتماعي. وقد تساعد ميمات الإنترنت بما تحمله من محتوى فكاهي ساخر على الهروب المؤقت من الصعوبات التي يواجهها الطالب أثناء الدراسة؛ فالفكاهة لها تأثير على الآخرين من خلال الإحساس بأن الشخص ليس بمفرده هو الذي لديه مشكلة، وإنما هناك ممن يشبهونه في الكفاح والتعب، وهو يعد أمراً مريحاً للبعض.

كما أصبحت الميمات تتضمن صوراً فوتوغرافية، وكذلك ملفات "GIF" وهو اختصار ل graphical interchange format؛ أو تتضمن لقطات من أفلام سينمائية أو لقطات تليفزيونية؛ أو صوراً لحيوانات أو لمشاهير، وأصبح النص المصاحب لها أكثر بساطة من ذي قبل، و بشكل عام أصبحت الصور المرئية المصاحبة للميمز النقطة المحورية وأساس نجاح ونتيجة طبيعة المجتمعات الافتراضية سريعة التغير والتحديث، والاستخدام الانتقائي من قبل المتابعين فإن بعض الميمات يمكنها أن تحقق النجاح والانتشار خلال فترة زمنية قصيرة، ولكنها لا تستطيع البقاء بالفضاء الإلكتروني كثيراً، ونجاح الميم يرتبط بعدد الأشخاص الذين يشاركونها أو يعيدون نشرها. (محمود، 2024، صفحة 24)

المطلب الرابع: التطبيقات الحديثة للميمز

إضافة إلى المواقع الإلكترونية المتعلقة بالميزر تتوافد العديد من التطبيقات المستحدثة الخاصة بها، وهي متاحة كمواقع أو تطبيقات للتحميل على الهواتف الذكية حتى يسهل على المستخدم تعلم كيفية إنشاء الميمات في وقت وجيز جدا والاطلاع في الوقت ذاته على ما هو جديد منها لعل أهم هذه التطبيقات تحددها "بيفرلي . ل. جينكيز" كاتبة فكاهة وثقافة شعبية أمريكية لها خلفية في إنتاج الأخبار التلفزيونية. مؤلفة لثلاثة كتب فكاهية على الأنترنت، صنعت قائمة مكونة من ستة .ميمات كتبت أيضا في عدة

مواقع فكاهية منها: « CollegeHumor » و « Photoshop Disasters »

موقع تطبيق Imgur هو موقع مشاركة الصور حيث متاح جملة من الميمات وصور GIF (صور جيف يعني صور متحركة تعيد نفسها وأشهر الصور الرائجة بدأ الموقع كأداة مشاركة لـ Reddit. لكنه اتخذ منذ ذلك الحين حياة خاصة به يتيح تطبيق الهاتف المحمول الجديد للموقع للمستخدمين تصفح الصور الأكثر شيوعًا في اليوم، قراءة وترك التعليقات.

موقع تطبيق Buzzfeed أحد أكثر المواقع شهرة على الويب يعد موطنًا لمقالات فكاهية ومسابقات وقصص وغير ذلك. أفضل ما يميزه أنه يبقي مستخدميه على اطلاع دائم بأحدث الأخبار والمواضيع الشائعة.

موقع تطبيق Lamebook هو موقع محاكاة ساخرة من Facebook وعدد المستخدمين المضحكين والمجهولين فيه يعتبر وجهة ممتعة إذا كان المستخدم يتطلع إلى الشعور بالتفوق الأخلاقي أو الفكري على بقية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

موقع تطبيق Break : من أشهر مواقع الدعابة متخصص في مقاطع الفيديو والتجميعات Compilations والمزح المجنونة، والصور المتحركة الغريبة والمضحكة. يتيح تحميل مختلف الصور ومقاطع الفيديو المتوفرة. يُعرف Break أيضا بقنواته الرائعة على اليوتيوب (الغامدي، 2024، صفحة 5)

المبحث الثاني : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي مواقع الالكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المعلومات المتاحة، علما أن طبيعة و تسمية هذه الروابط تختلف و تتنوع من موقع إلى آخر. المستخدمين الذي يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة.

و تعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها " مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم و المشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعي. و تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات و غيرها، و تتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم. و كذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها: مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت من الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة الخ). يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحوها للعرض. (رميساء، 2014، صفحة 19)

المطلب الثاني : أهم مواقع التواصل الاجتماعي

1- فيس بوك : (facebook) (هو موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول اليه مجانا وتديره شركة " فيس بوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، ويمكن المستخدمين من الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او جهة العمل او المدرسة او الاقليم، و ذلك من اجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم . كذلك ، ويمكن اضافة اصدقاء الى قائمة اصدقائهم و ارسال الرسائل اليهم، و ايضا تحديث ملفاتهم الشخصية و تعرف الاصدقاء بانفسهم.

2- اليوتيوب : (youtube) (نشأة فكرة تاسيس اليوتيوب عندما كان ثلاثة اصدقاء في حفلة، و التقطوا مقاطع فيديو ارادوا ان ينشروها بين زملائهم، و لم يستطيعوا ارسالها عبر الايميل، لانه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة من هنا بدأت تبلور فكرة تاسيس موقع لرافاق افلام الفيديو على شبكة الانترنت، و تقوم فكرة

الموقع الذي تأسس في العام 2005 على إمكانية إتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي تسمح يستطيع أي شخص في الوقت نفسه ان ينشر ما يريد باستثناء المحتوى المسيء او الغير قانوني. للمستخدمين بتحميل الملفات المتوفرة على الانترنت، سواء كانت اعلامية ام للتسلية ام شخصية.

3- الانستاغرام : عبارة عن خدمة تواصل اجتماعي، و مشاركة صور و مقاطع فيديو، و هي شركة أمريكية مملوكة لشركة Facebook مت إنشاؤها من طرف "كيفن سيسرتوم" و "مايك كرايغر" إطلاق هذا التطبيق عام 2010 حصري على IOS أي على أجهزة آبل و إصداره لأجهزة Android و ذلك بعد عام و نصف. و يتيح هذا التطبيق للمستخدمين بتحميل الصور و مقاطع الفيديو، اليت من الممكن تعديلها باستخدام عوامل التصفح و الترشيح المختلفة الموجودة في التطبيق، و يتم تنظيم الصور باستخدام العلامات و معلومات الموقع. (رفيدة، 2022، صفحة 26)

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتشارك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية أبرزها:

1-الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص و معرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، الاهتمامات و الصور الشخصية، بالإضافة إلى معلومات أخرى، و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم المستخدم الافتراضي.

2-المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام التقليدية و الجمهور.

3الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول و الاستفادة من المحتوى.

4-المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحة للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

5-الأصدقاء العلاقات هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف مسمى " اتصال" أو "علاقة" على الشخص المضاف للقائمة.

6-إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن. (ربيعه، 2021، صفحة 79)

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

أ/ الإيجابيات :

-سهولة التواصل و التعارف بين الأفراد من مجتمعات مختلفة رغم بعد المسافات. التعبير عن الذات حيث أن وسائط التواصل الاجتماعي تعكس رأي صاحبها و تعبر عن رغباته و اهتماماته و أفكاره و طموحاته. -سرعة تداول المعلومات و الأحداث في نفس الوقت عبر جميع أنحاء العالم حيث تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بنقل و بث فوري و سريع لكل ما يحدث في كل أنحاء العالم كون المعلومة و الصورة أصبحت بين أيدي المواطن الذي ينقلها عبر جهاز هاتفه الموصول بالنت بسهولة متناهية ليتغلب في أحيان كثيرة على وسائل الإعلام التقليدية (الصحف الإذاعة، التلفزيون).

-فتح مجال الحرية أكثر في بث أو إرسال أي محتوى مكتوب أو مسموع أو مرئي دون قيود قانونية أو مجتمعية أو أخلاقية.

-كسر احتكار الدولة و الحكومات لوسائل الإعلام حيث أصبحت وسائط الإعلام الالكترونية في متناول أفراد المجتمع و ظهرت " صحافة المواطن " أو " صحافة التطوع " التي تتيح للجميع نقل الأخبار و الوقائع و بثها.

ب/ السلبيات :

-التهديد باستخدام الفيروسات وسرقة الحسابات وتدمير أجهزة الحواسيب أو الهواتف الذكية.

-هدر الوقت من خلال استخدام الألعاب والدردشة الغير مجدية مما يسبب الإدمان لساعات طويلة.

-ال نصب والاحتيال بشرقة البيانات الخاصة والشخصية والمساومة عليها وتهديد الخصوصية الشخصية بها. تشجيع واستغلال الأطفال والمراهقين وارتكاب الجرائم من خلال استخدام المواقع الاجتماعية الغير مرغوب بها.

-التأثير على سلوكيات الأطفال والمراهقين من خلال عرض فيديوهات او صور كلمات غير أخلاقية مما تعرّض مشاهديها إلى انحراف سلوكي من جراء المشاهدات المستمرة.

-التأثير على الصحة من حيث النظر والأعصاب والتركيز المستمر بل وحتى طريقة الجلوس عند الاستخدام.

-استخدام هذه المواقع بكثرة له محاذير من النقاط الجسم للإشعاعات من خلال الأجهزة المستخدمة. -

استخدام بعض الحسابات الوهمية التي تؤدي إلى طرح أفكار هادمة وآراء ذات صبغة عرقية وطائفية تبث
الفرقة. (سلمان، 2015، صفحة 59)

المبحث الثالث : ماهية الرأي العام

المطلب الأول: تعريف الرأي العام

يعرف "سمير عبد الحميد الرأي العام بأنه: "وجهة النظر التي يعبر عنها تعبيراً خارجياً ومكشوفاً، أي أنه
يتضمن الإعلان عن وجوده بواسطة ألفاظ أو رموز تسمح بفهم الواقعة المعلن عنها. إذاً فلا بد من أن
يخرج الرأي من نطاق الباطن أو من الحيز الداخلي إلى العالم الخارجي حتى يمكن أن يقال أنه رأي مستقل
عن الأشخاص، فالعنصر الهام للرأي هو الذي يتمثل في الإعلان عنه أو في الإفصاح عنه وبيانه.

- يعرف "هارولد تشايلدر" الرأي العام بأنه: مجرد مجموعة من الآراء الفردية، وهو يُسند إلى جمهور نوعي
معين بالنسبة لاتجاهاته إزاء موضوع جدل محدد أو هو حاصل . جمع الآراء الفردية".

- يعرف "جيمس يزيس الرأي العام بأنه : "اصطلاح" يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يتوصل إليها
الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة".

- يعرف "ليونارد دوب الرأي العام بأنه: "يشير إلى اتجاهات أفراد الشعب إزاء مشكلة ما في حالة انتمائهم
إلى مجموعة اجتماعية واحدة". (حلاق، 2020، صفحة 18)

المطلب الثاني: أنواع الراي العام

توجد مجموعة من الأنواع التي ترتبط بمفهوم، وفكرة الرأي العام، ومنها:

1- الرأي العام العفوي: هو نوع الرأي العام الذي لا يرتبط بأية خطط مسبقة، أو اتفاق بين الأفراد بل
يحدث بشكل طبيعي؛ بسبب وجود مصالح مشتركة بين كل فرد ضمن دائرة الرأي العام العفوي، وقد يمتد
هذا النوع من الرأي العام إلى فترة زمنية طويلة دون الشعور بأثره، إلا في حال حدوث تغيرات على مصدر
حدوثه، ومن الأمثلة عليه: اعتماد الأفراد الذين يسكنون في حي واحد على البقالة الوحيدة الموجودة في
الحي لشراء أغراضهم المنزلية.

2- لرأي العام الفعال: هو نوع الرأي العام المؤثر، والذي يرتبط بشريحة واسعة من الأفراد، والتي قد تتزايد
مع مرور الوقت عند عدم الاستجابة لفكرة الرأي العام، ويعد هذا النوع من أكثر الأنواع المنتشرة في أغلب
المجتمعات البشرية.

3- الرأي العام المؤقت: هو نوع الرأي العام الذي يرتبط بحدث، أو شيء معين، وينتهي مع انتهاء حدوثه، وقد يشمل المجتمع كاملاً، أو يقتصر على مجموعة بسيطة من الأفراد، ومن الأمثلة عليه: إجراء الانتخابات النيابية في دولة ما، والتي تحدث خلال فترة زمنية محددة، وتصير جزءاً فعالاً من أجزاء الرأي العام حتى صدور النتائج، وانتهاء الانتخابات بشكل كامل.

المطلب الثالث: عناصر الرأي العام

يتكون الرأي العام في المجتمع سواء كان على مستوى بيئة عمل، أو دولة، من مجموعة العناصر التالية:

1- الأفراد: هم العنصر الفعال، والمهم من عناصر الرأي العام، وإن أي رأي عام مهما كانت طبيعته مرتبطاً ارتباطاً مباشراً بالأفراد الذين يسعون إلى تطبيقه ضمن المجال الخاص فيه.

2- الرأي المشترك: هو الاتفاق على رأي واحد بين كافة الأفراد، فيحرصون على الدفاع عنه، ونشره عند أشخاص آخرين.

3- الأفكار والاتجاهات: هي كافة التفاصيل التي يتكون منها الرأي العام، والتي تعد بنوداً من البنود الخاصة به، والتي ينص تطبيقها على تطبيق الرأي العام.

4- التنفيذ الواقعي: هو أن يصبح الرأي العام جزءاً من الواقع، أي أن يمتلك دوراً أساسياً، وحقيقياً، ورسماً في المجتمع. (خضر، 2016)

المطلب الرابع: أثر الميمز في تشكيل الرأي العام

تشير أبحاث جامعة كتالونيا المفتوحة، أنه أصبح بالإمكان فهم الميمز كظاهرة تعكس الطبيعة التفاعلية للإنترنت وأشكال الإتصال الجديدة. في ظل انتشار الأخبار الزائفة كأداة للتلاعب، خاصة خلال الانتخابات، ورغم طابعها الفيروسي المؤقت، تعكس سياقات ثقافية وإجتماعية كأن يشعر المستخدمون أنّ باستطاعتهم نشر الوعي حول القضايا التي تثير إهتمامهم، فيبادرون الى إنشاء ومشاركة الميمات لتعزيز المناقشة أو التأثير أو الإقناع. علاوة على ذلك، إنّ استخدام الميمات مدفوع أيضاً بشعور الهوية والتضامن كون الميمات تعبير عن مرجعية إعلامية منتقاة بشكل جماعي، وعنصر من عناصر الديمقراطية الشعبية، إذ ليس هناك «ميم» واحد أنشأته أي حكومة أو أي سلطة رسمية. تتعدى الميمز كونها مجرد صور مضحكة؛ فهي أدوات ثقافية تعيد تشكيل الطريقة التي نتواصل بها مهما كان شكلها، إذا أخذنا بعين الإعتبار أنّ الأحداث عبر الإنترنت هي جزء من الحياة الواقعية. سواء كان ذلك من خلال الترفيه أو التعبير عن قضايا أكثر جدية، وتثبت الميمز أنّها لغة عالمية جديدة، ومع ذلك، تبقى محدودة الميمز السياسية، فنظراً لبساطتها، قد تُقدم معلومات سطحية أو خاطئة أو مُضللة، وتُستخدم للتلاعب بالجمهور نظراً لسهولة

المحتوى وعدم إمكانية التحقق منه، وتُبسّط القضايا المعقدة بشكل مُفرط وتقع في الممارسات الإقصائية للرأي الآخر، مما قد يُعيق الفهم الحقيقي للوقائع ويُشجع على النشاط السياسي السطحي والكسول للجمهور الباحث عن إجابات سهلة، إنّما هذا لا يفي أنّها في إطار آخر عامل مساهم في التحفيز والداعم للحركات الإجتماعية والسياسية. (كرم، 2024)

المبحث الرابع : نظرية التفاعل الرمزي

المطلب الأول : مفهوم النظرية و نشأتها

أ/مفهومها:

تعتبر نظرية التفاعلية الرمزية واحدة من المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية وهي تبدأ بمستوي تحليل الوحدات الصغرى منها للواحد الكبري بمعنى أنّها تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي، فأفعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكّل بنية من الأدوار، ويمكن النظر لهذه الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه بعض من حيث المعاني والرموز تعتبر نظرية التفاعل الرمزية في الإعلام من النظريات السلوكية الاجتماعية، حيث شرعت هذه النظرية بالتركيز علي الوحدات الاجتماعية الصغرى مثل الأسرة وجماعة الأصدقاء، والسلوك الواقعي المنظور الذي يمارسه الأفراد في مختلف التشكيلات المحددة والمناسبات المألوفة.

كما تعرف علي أنّها عملية تفاعل اجتماعي التي يكون فيها الفرد علي علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم، ويتم استخدامها لتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره من أعضاء مجتمعه، وتلك التفاعلات التي تقوم علي استخدام الرموز وتتخذ أشكالاً وصوراً مختلفة. (مختار، أسماء، 2022)

أ/نشأتها:

صاغ المفكر السوسولوجي، جورج هربرت ميد (G. H. Mead)، أسس النظرية التفاعلية الرمزية، والتي ساهمت بدورها، في مضامين عالجت تفاعل الناس فيما بينهم، سعياً منهم لتحقيق المنفعة الذاتية، ونتيجة هذه النظرية مفاهيم الثقافة الفرعية والتي وظفت في علم الجريمة وفي عدة فروع أخرى من علم الاجتماع كالشباب، والشيوخ، والمرأة وغيرهم كأنساق اجتماعية تقوم بدور ما في محيطها الاجتماعي ونتيجة التصور الذاتي لنفسها.

وتأسست النظرية التفاعلية الرمزية، بصورة فعلية إبان نهايات القرن التاسع عشر، وشارك في تأسيسها علاوةً على ميّد، جورج زيمل، حيثُ تعتقد التفاعلية الرمزية، بأن الحياة الاجتماعية شبكة معقدة تنسجها

العلاقات والتفاعلات بين الأفراد والجماعات فيما بينهم، والتي تكوّن الحياة الاجتماعية، وهذه التفاعلات تأتي على شكل رموز توافق عليها أبناء المجتمع. (جابر س.، 2014)

المطلب الثاني: فرضيات النظرية

تؤكد نظرية التفاعلية الرمزية علي دور اللغة في صياغة الأنشطة الذهنية للأفراد ودورها في الاتصال الاجتماعي في بناء معاني للرموز من خلال التفاعل الاجتماعي.

- كما أنّها تعتبر مدخلاً لتفسير كيفية اكتساب الفرد للمعاني التي تشكل الصور والانطباعات والتوقعات عن الآخرين بواسطة الرموز ويمكن تلخيص فروض النظرية كما يلي: يعتبر المجتمع نظاماً للمعاني والرموز تعد جزءاً من النشاط الإنساني.

- من خلال التفاعل الرمزي بين الناس يتم بناء الحقائق والاتفاق عليها في المجتمع. - الانطباعات التي يكوّنها الأفراد عن أنفسهم وعن الآخرين تعتبر بناءات شخصية للمعاني الناتجة عن التفاعل الرمزي وتمثل أهم حقائق الحياة الاجتماعية.

- يعتبر السلوك الإنساني حيال المواقف عبارة عن بناءات شخصية عن الذات وعن الآخرين في المجتمع. إن البشر يتصرفون تجاه الأشياء علي أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.

- المعاني هي نتاج التفاعل الإعلام في المجتمع الإنساني وهذه المعاني تحور وتعديل وتتداول عبر عملية فهم وتأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.

- تنظر التفاعلية الرمزية للتعليم علي أنه ذو بعدين أحدهما خاص والآخر عام ووفقاً لهذا الرأي فإن المتعلمين يبنون معرفتهم.

المطلب الثالث : الأساس المنهجي لنظرية التفاعل الرمزي

يُحدد فورمان دنزن القضايا المنهجية للنظرية التفاعلية الرمزية علي النحو التالي:

ربط السلوك الضمني بالظاهر، إذ أن الباحث يتوجب عليه البدء بأنماط السلوك الظاهرة، سعياً منه للكشف عن المعاني التي يضيفها الفاعلون على هذا السلوك.

تركيز الباحث على الذات كموضوع وعملية، في آن واحد، إذ أنه يدرس السلوك من وجهة نظر الأفراد الفاعلين.

يعمل الباحث على ربط الرموز والمعاني المستخدمة من قبل الأفراد، بالدوائر والعلاقات الاجتماعية، لتحقيق التحليل السوسولوجي وتمييزه عن التحليل السيكولوجي.

إذا كان المعنى يضيف على الموقف أثراً على أنماط السلوك اللاحقة فيجب العناية بالتحليل الموقفى أثناء الدراسة. إذا كان التفاعل الرمزي مستمر ومتغير في آن واحد، فإن إستراتيجية البحث يجب أن تتضمن كلا الجانبين.

ثانيا : الدراسات السابقة

أ/ دراسة (الغامدي، 2024) حول تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

جاءت هذه الدراسة للباحث ابتهاج صالح أحمد الغامدي بعنوان تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية للمتلقي السعودي ، وهي دراسة منشورة في المجلة العلمية لكلية الآداب. وكانت إشكالية الدراسة كالآتي : ما تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي "دراسة مسحية للمتلقي السعودي ؟

وتفرعت إشكالية الدراسة إلى :

أ ما أبرز وسائل التواصل الاجتماعي لاستخدام وإعادة إرسال الميمز؟

ب ما مضمون وسائط "الميمز" وتطبيقاتها المستحدثة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية؟

ت ما مدى استخدام المتلقي السعودي لصفحات الميمز على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي الذي يقوم على التعرف على الحجم الحقيقي لظاهرة الميمز وتأثيرها على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، كما تكون مجتمع الدراسة من جميع المستخدمين السعوديين لصفحات الميمز على مواقع التواصل، كما تم اختيار عينة مكونة من 429 من المستخدمين السعوديين لصفحات الميمز على مواقع التواصل الاجتماعي، بلغ عدد الذكور 109 وعدد الإناث 320.

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير ظاهرة الميمز على الوعي الوطني الوعي الاجتماعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (as0.05)"

- تسهم الميمز المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى تعزيز زيادة الدافعية نحو المشاركة الفاعلة في الدفاع عن الوطن.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير ظاهرة الميمز على الوعي الاجتماعي للمتلقي السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (0.05).as

-تساعد الميمز في تعزيز التماسك الاجتماعي ونشر القيم الإيجابية والاهتمام بالقضايا الإنسانية، وتُحفز على التعاطف والتراحم مع المحتاجين ". .

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير ظاهرة الميمز على الوعي الثقافي للمتلقي السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (0.05).as

-تساعد ظاهرة الميمز عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بالتبادل الثقافي والانفتاح الفكري على الثقافات المختلفة.

-يعمل الميمز على تعزيز الشعور بالهوية الثقافية لدى المتلقي السعودي من خلال عرض محتوى يُثير مشاعر الفخر والاعتزاز بالتاريخ والثقافة العربية

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير ظاهرة الميمز على الوعي الوطني الوعي الاجتماعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة (0.05).as

التعقيب عن الدراسة :

تشابهت الدراسة التي تحمل عنوان "تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي" مع دراستنا حول "أثر الميمز في وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام" من حيث موضوع الدراسة، حيث ركزت كلتا الدراستين على تأثير الميمز (الميمات) في وسائل التواصل الاجتماعي. إلا أن هناك عدة فروق منهجية وأدوات بحثية بين الدراستين. أولاً من حيث منهج الدراسة ، اختلفت الدراستان في المنهج المتبع. حيث اعتمدت الدراسة السابقة على المنهج تحليلي كمي لقياس تأثير الميمز على وعي المتلقي، في حين أن دراستنا اتبعت المنهج الوصفي لدراسة أثر الميمز في تشكيل الرأي العام. ثانياً، من حيث أداة جمع البيانات ، استخدمت دراسة الأولى أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وهو ما يتشابه مع دراستنا التي اعتمدت أيضاً على الاستبيان. إلا أن الدراسة الأولى ركزت على قياس وعي المتلقي وتأثير الميمز عليه، بينما ركزت دراستنا على دور الميمز في تشكيل الرأي العام. أخيراً، من حيث عينة الدراسة ، اختلفت الدراستان في الفئة المستهدفة. حيث تناولت دراسة "تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي" المتلقين بشكل عام كعينة للدراسة، بينما ركزت دراستنا على الجمهور الذي يتفاعل مع الميمز في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على تشكيل رأيهم العام.

ب/دراسة (عبدالله، 2023) حول استخدام الشباب لمحتوى الميم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو التمر الإلكتروني

جاءت هذه الدراسة للباحثة مروى محمود عبد الله بعنوان استخدام الشباب لمحتوى الميم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو التمر الإلكتروني ، وهي دراسة منشورة في المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام: CIS. وتمحورت إشكالية الدراسة كالتالي : ما حجم استخدام الشباب لمحتوى "الميم" عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وتفرعت الى الأسئلة التالي :

أ ما دوافع هذا الاستخدام والإشباع المتحققة منه؟

ب ما اتجاهات الشباب نحو التمر الإلكتروني الناتج عن استخدام محتوى "الميم"

ولقد اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح من خلال عمل دراسة ميدانية على عينة من الشباب مستخدمين محتوى " الميم" بمواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على معدل ودوافع استخدامهم لهذا المحتوى والإشباع المتحققة منه، وتحديد مستوى نشاطهم في مشاركة محتوى "الميم" الذي يحمل تنمرا، ورصد اتجاهاتهم نحو التمر الإلكتروني الناتج عن استخدام محتوى "الميم" . وتمثلت عينة الدراسة في فئة الشباب في المجتمع المصري ممن يستخدمون محتوى "الميم" عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها (٢٢٧) مفردة من الشباب الذين يستخدمون محتوى "الميم" عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أفادت النسبة الأكبر من العينة أنها تستخدم الفيس بوك لتبادل ونشر محتوى "الميم" بمتوسط حسابي ٢,٧٨ ، كما أشار ٤٨,٩% من العينة أنهم يستخدمون محتوى "الميم" بشكل دائم.

- ذكر 66,5% من العينة أن ما يجذبهم لمحتوى "الميم" التعليق الهزلي المصاحب لها، وكان أهم مصدر للحصول على محتوى "الميم" هو مشاركة الأصدقاء لها عبر صفحاتهم بنسبة 74,5%.

- تفوقت الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية لدى الأشخاص ذوي الاستخدام المرتفع والمتوسط لمحتوى "الميم" في مقابل تفوق الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية لدى الأشخاص ذوي الاستخدام المنخفض لمحتوى الميم.

- أشار ٧٠,٥% من العينة أن لديهم دوافع مرتفعة لاستخدام اسم مستعار أثناء تداول محتوى الميم."

-توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام الشباب لمحتوى "الميم" عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني، ما يعني أن الشباب الأكثر استخداماً لمحتوى "الميم" يزداد لديهم الاتجاه الإيجابي نحو التنمر الإلكتروني أكثر من غيرهم الأقل استخداماً لهذا المحتوى.

التعقيب عن الدراسة :

اتفقت الدراسة السابقة مع دراستنا من حيث موضوع الدراسة، حيث ركزت كلتا الدراستين على تأثير محتوى الميمز في وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات الأفراد. كما تشابهت الدراستان من حيث منهج الدراسة، حيث اعتمدت الدراسة السابقة على منهج وصفي تحليلي لقياس علاقة استخدام الميمز باتجاهات الشباب نحو التنمر الإلكتروني، وهو ما يتشابه مع دراستنا التي اتبعت أيضاً المنهج الوصفي التحليلي. ومع ذلك، ركزت الدراسة السابقة على التنمر الإلكتروني كمتغير رئيسي، بينما ركزت دراستنا على تشكيل الرأي العام، مما عكس اختلافاً في الأهداف البحثية. ثانياً، من حيث أداة جمع البيانات، استخدمت الدراسة السابقة أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وهو ما يتشابه مع دراستنا التي اعتمدت أيضاً على الاستبيان. إلا أن الدراسة السابقة ركزت على قياس اتجاهات الشباب نحو التنمر الإلكتروني، بينما ركزت دراستنا على تأثير الميمز في تشكيل الرأي العام، ثالثاً، من حيث الزمان والمكان، اختلفت الدراستان في الفترة الزمنية والموقع الجغرافي. حيث أجريت الدراسة السابقة في عام 2015 في بلد آخر، بينما أجريت دراستنا في عام 2025 في الجزائر.

ت/ دراسة (السباعي، 2024) حول المشاركة الرقمية لميمات الانترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية

جاءت هذه الدراسة للباحثة ميسون أسامة أحمد السباعي بعنوان المشاركة الرقمية لميمات الانترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية وهي دراسة منشورة في مجلة جامعة الملك عبدالعزيز للاتصال والدراسات الإعلامية سنة 2024.

وكانت إشكالية الدراسة كالتالي : ما طبيعة المشاركة الرقمية لميمات الانترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية؟ وتفرعت في الأسئلة التالية :

أ ما أنواع ميمات الانترنت التي يتعرض لها الباحثون على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ب ما مدى تعرض الباحثين لميمات الانترنت على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ت ما طبيعة المشاركة الرقمية لميمات الانترنت لدى الباحثين؟

واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي باستخدام استمارة الاستبيان، إذ قامت الباحثة بتصميم استمارة حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، كما تحدد مجتمع الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يتعرضون لميمات الانترنت بمختلف الاجيال في المملكة العربية السعودية. واعتمدت الدراسة على عينة قصدية بتطبيق أسلوب عينة كرة الثلج لصعوبة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها :

- عززت النتائج الحالية الاتجاه العام للدراسات السابقة حول استخدام ميمات الانترنت كوسيلة للتواصل والترفيه والتعبير عن الذات، مع إضافة منظور ثقافي سعودي يعكس أهمية الميمات المحلية والعربية في تعزيز الهوية والانتماء الثقافي.

- أصبحت ميمات الانترنت أداة رئيسة للتواصل بين الاجيال المختلفة في المملكة، تعكس طبيعة المجتمع السعودي واهتماماته.

- يعكس تفضيل الميمات المحلية طبيعة المجتمع السعودي وثقافته، مما يجعل الميمات وسيلة لفهم الجمهور ودوافعه.

- تشترك النتائج مع دراسات السابقة في إبراز أهمية الميمات للتسوية والتعبير عن الذات، وتعزيز العلاقات.

التعليق عن الدراسة :

تشابهت الدراسة التي تحمل عنوان " المشاركة الرقمية لميمات الانترنت بين الاجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية " مع دراستنا حول "أثر الميمز في وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام" من حيث موضوع الدراسة، حيث ركزت كلتا الدراستين على تأثير محتوى الميمز في وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات الأفراد. وكذا حيث أداة جمع البيانات، استخدمت الدراسة السابقة أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وهو ما يتشابه مع دراستنا التي اعتمدت أيضاً على الاستبيان. ثالثاً، من حيث الاستفادة من الدراسة السابقة، استفدنا من الدراسة السابقة في الجانب الميداني، حيث قدمت لنا رؤية حول كيفية تصميم وتنفيذ الدراسة الميدانية. كما استفدنا منها في أخذ نظرة حول طبيعة الاستبيان الذي سيوزع على العينة، مما ساعدنا في تحسين أدواتنا البحثية. باختصار، بينما تشابهت الدراستان في الاهتمام بتأثير الميمز في وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام أداة الاستبيان، إلا أنهما اختلفتا في المتغيرات المدروسة والأهداف البحثية. كما أننا استفدنا من الدراسة السابقة في تحسين الجانب الميداني وتصميم الاستبيان.

ث/دراسة (محب، 2023) حول مدركات واتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو توظيف المميز في أزمة ارتفاع الاسعار

جاءت هذه الدراسة للباحث محمد محب بعنوان مدركات واتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو توظيف المميز في أزمة ارتفاع الاسعار وهي دراسة منشورة في مجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر بكلية الاعلام.

وكانت إشكالية الدراسة كالآتي : كيف لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تكوين اتجاهات ومدركات نحو توظيف المميز في أزمة ارتفاع الأسعار ؟ وتفرعت الى الأسئلة الاتية:

أ ما حجم متابعة الجمهور لأزمة ارتفاع الأسعار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

ب- ما حجم متابعة الجمهور لأزمة ارتفاع الأسعار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تحمل طابعاً فكاهياً؟

ت- ما معدل تعرض الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي؟

ث- كيف يستقي الجمهور المعلومات حول أزمة ارتفاع الأسعار خلال موقع التواصل الاجتماعي؟

ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ملائمته لدراسة الموضوع. وكانت عينة الدراسة هي عينة متاحة من الشباب المستخدمين لشبكة الإنترنت، كما وزعت الاستبانة الإلكترونية على عينة بلغ قوامها نحو (400) مفردة من الشباب المصري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المتابعين لأزمة ارتفاع الأسعار.

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها :

-وجود إقبال كبير للجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، ويحتل موقع فيسبوك المركز الأول في الاستخدام للحصول على المعلومات ذات العلاقة بالأزمات، وذلك بنسبة تصل إلى (78.3%) من الجمهور، ومن ثم يأتي موقع إنستغرام في المركز الثاني بنسبة (21.3%) من الجمهور، وفي المركز الثالث موقع تويتر بنسبة (4.7%)، كما تواجد مجموعة من الجمهور تبلغ نسبتها (0.3%) يعتمدون على الأخبار الرسمية في جمع المعلومات.

- يرى غالبية الأفراد ضرورة استخدام المميز وقت حدوث الأزمات؛ الأمر الذي يجعلهم يشعرون بالراحة من حدة الأزمة، إلى جانب رؤية بعضهم أن المميز يمكنها أن تسهم في التوصل إلى الحلول اللازمة لمعالجة الأزمة.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين معدل استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية واتجاهاتهم نحو استخدامها.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين معدل استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية وحجم تفاعلهم مع المميز وقت أزمة ارتفاع الأسعار.

التعقيب عن الدراسة :

تشابهت الدراسة التي تحمل عنوان "مدرجات واتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو توظيف المميز في أزمة ارتفاع الأسعار" مع دراستنا من حيث موضوع الدراسة، حيث ركزت كلتا الدراستين على تأثير محتوى المميز في وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم. كما اتفقت الدراسة، من حيث المنهج المتبع، حيث اعتمدت الدراسة السابقة على منهج وصفي تحليلي لقياس مدرجات واتجاهات المستخدمين نحو توظيف المميز في أزمة ارتفاع الأسعار، وهو ما يتشابه مع دراستنا التي اتبعت أيضا المنهج الوصفي التحليلي. ومع ذلك، ركزت الدراسة السابقة على أزمة اقتصادية محددة (ارتفاع الأسعار)، بينما ركزت دراستنا على تشكيل الرأي العام بشكل عام، ثانيا من حيث الجانب الميدان*، استفدنا من الدراسة السابقة في الجانب الميداني، حيث قدمت لنا رؤى حول كيفية توظيف المميز في سياقات أزمات محددة، مما ساعدنا في فهم أوسع لتأثير المميز على الرأي العام. كما قمنا بمقارنة نتائج دراستنا مع نتائج الدراسة السابقة.

الفصل الثالث:

منهجية الدراسة

تمهيد :

بعد عرضنا للإطار النظري الخاص بمتغيري المميز والرأي العام، سنتطرق في هذا الفصل إلى عرض الإجراءات المنهجية المعتمدة في دراستنا الحالية، والتي تتضمن المنهج المتبع، عينة الدراسة وموصفاتها، معرفة مدى كفاءة أدوات القياس المعتمدة في الدراسة عن طريق الدراسة الاستطلاعية، وكذلك إجراءات الدراسة الأساسية والأساليب الإحصائية المعتمدة.

المبحث الأول: منهجية الدراسة وأدواتها

المطلب الأول: المنهج المستخدم وأدواته

يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتيجة ومعلومة ، كذلك يعرف أنه مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف معين. (شفيق، 2010، صفحة 93) والمنهج الملائم لدراسنا هو المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج العلمية المعتمد عليها في مختلف الدراسات ، حيث يعتمد على تحليل الظاهرة قيد الدراسة انطلاقاً من تحديد المكان والمجال و الناس المعنيين بالدراسة.

المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة

يسعى الباحث دائماً في هذا النوع من الدراسات إلى وضع حدود لدراسته الميدانية، والتي غالباً ما تشمل على عناصر تعتبر ركيزة أساسية في بحثه، كما أن اختيار العينة له دور كبير في نجاح ودقة البحث، وعليه يجب أن يكون مجتمع البحث متجانس ويخدم أغراض وأهداف الدراسة، كما أن اختيار العينة يحدد من طرف موضوع البحث في حد ذاته، فنجد موريس أنجرس يعرف العينة على أنها "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين". (أنجرس، 2004، صفحة 98)

بما أن مجتمع البحث هو مجموعة من المفردات تشترك في بعض الخصائص، لذلك فإن العينة هي جزء من المجتمع يجب أن تكون ممثلة يتم اختيارها من الكل بهدف دراسته أو قياسه، لهذا تعرف العينة على أنها: مجموعة جزئية من مجتمع البحث وممثلة لعناصر مجتمع أفضل تمثيل بحيث يمكن تعميم نتائج تلك العينة على مجتمع بأكمله، لذا فإن عينة البحث يجب أن 3 تحتفظ بجميع خصائص المجتمع الأصلي حتى تكون ممثلة للكل. (التل، 2007، صفحة 44)

وعلى هذا الخصوص اخترنا العينة القصدية والتي يتم استخدامها تبعاً لمواصفات محددة يتم اختيارها مسبقاً من قبل الباحث بحيث لا يترك له مجال البحث وحرية الاختيار أو ملائمتها لطبيعة الدراسة، بحيث لا يلجأ الباحثون إلى اختيار عينة من المبحوثين على أساس أن تتوفر لديهم معلومات كثيرة عن موضوع الدراسة، التي من شأنها المساعدة على التحليل وفهم حقيقة الظاهرة المدروسة ووصفها، حيث حدد مجتمع بحثنا هذا بعينة عددها 60 مفردة. -طلبة جامعيين-.

المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات

نجاح أي بحث يقوم أساساً على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعلّ هذا يتطلب من الباحث التحكم أكثر في الأدوات المسخرة لجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها وأنسبها للمنهج المستخدم في الدراسة وتعتبر الأداة الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث والتي تمكنه من جمع المعلومات من المبحوثين. (الحسن، 2010، صفحة 57).

انطلاقاً من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والأهداف المسطرة للدراسة يتضح لنا أن دراستنا اشتملت على أدوات بحثية ساعدتنا في جمع البيانات ومنها الملاحظة وكذا أداة الاستبيان كأداة رئيسية.

أ الاستبيان: يجمع الباحث من خلال الاستبانة المعلومات الأولية، والميدانية، علماً بأنّ على الباحث الاهتمام بتصميمها، وتنسيقها، وصياغتها، كما أنّ عليه أن يوضّح الهدف منها، ويلتزم بقواعد الصياغة الصحيحة، كعدم الإطالة، والتعقيد، والتشعب، ولا بأس بتجريب الاستبانة، وأخذ التغذية الراجعة؛ لتعديلها قبل نشرها. (جابر، 2022)

وقد قمنا ببناء نموذج استمارة على النحو الآتي ، حيث تم تقسيمها إلى 05 محاور أساسية:

حيث كان المحور الأول بعنوان البيانات السيسيوديموغرافية لمجتمع البحث بينما كان المحور الثاني حول مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الوادي. والذي شمل 05 أسئلة ، بينما كان عنوان المحور الثالث بناء المعاني المشتركة للميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وكان المحور الرابع بعنوان تأثير الميمز على العلاقة بين الأفراد والمجتمع ، وقد سمي آخر محور بتأثير الميمز على الصورة الذاتية والأفراد الجماعية.

المطلب الرابع: إجراءات الصدق والثبات

أ / الثبات: إن كلمة الثبات قد تعني الاستقرار بمعنى أنه لو كررت عمليات قياس الفرد الواحد لأظهرت درجته شيئاً من الاستقرار كما أن الثبات قد يعني الموضوعية، بمعنى أن الفرد قد يحصل على نفس الدرجة مهما اختلف الباحث الذي يطبق الاختبار أو الذي يصححه وفي هذه الحالة يكون اختبار الثبات اختبار يقدر الفرد تقديراً لا يختلف في حسابه اثنان، فالثبات يعني أن تكون النتائج التي تظهرها الأداة ثابتة، بمعنى تشير إلى النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها على العينة نفسها وفي نفس الظروف ولو بعد مدة زمنية ملائمة فإذا لم تتغير النتائج بعد إعادة تطبيق الأداة ولا تختلف استجابة المبحوثين فهذا يعني أن الأداة ثابتة. و المقياس الثابت هو "المقياس الذي يعطي النتائج نفسها إذا قاس الشيء نفسه مرات متتالية تحت الظروف نفسها، أي عدم تناقض المقياس مع نفسه، ولا تصل المقاييس النفسية إلى دقة مقياس الظواهر المادية المختلفة كالطول والوزن والزمن.

ب/الاتساق الداخلي: يمكن تسميته بصدق الدراسة هو أن تؤدي وتقيس أسئلة الاستبيان ما تم وضعه لقياسه فعلاً، ويقصد به وضوح الاستبيان ومفرداته وفقرات الاستبيان ومفهومه لأفراد عينة الدراسة الذين سوف يشملهم الاستبيان.

ت/معامل ألفا كرونويخ: هو عبارة عن معامل مقياس أو مؤشر لثبات بطارية الاختبار والاستبيان. (عيد، 2020)

الفصل الرابع :
عرض نتائج الدراسة
ومناقشتها

المبحث الأول : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

المطلب الأول : عرض النتائج

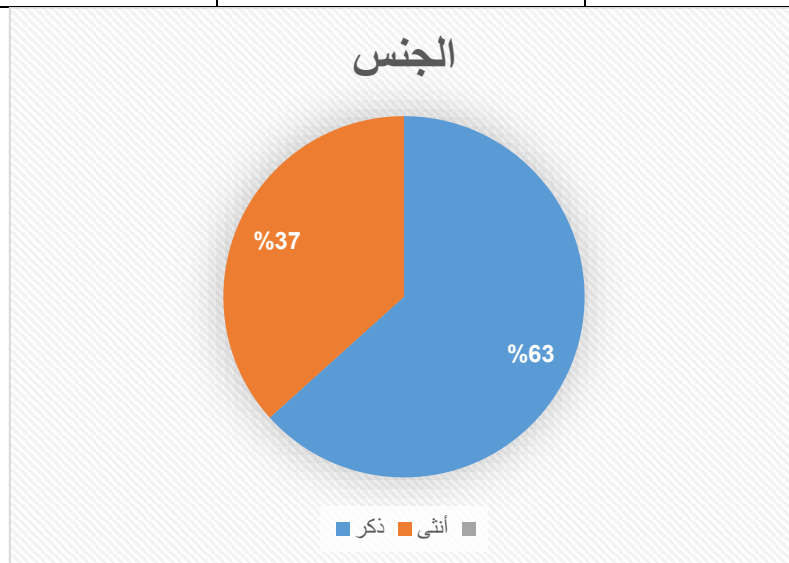
البيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
معامل ثبات لجميع فقرات الاستبيان	20	0.687

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

يتبين من الجدول رقم الخاص بمعاملات الثبات للاستبيان المستخدم في هذه الدراسة يقدر بـ (0.687) بعد الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ وهذا يعني أن المقياس يتمتع بدرجة جيدة من الثبات، فهذا المعامل مقبول بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار الاستبيان ثابت.

الجدول رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

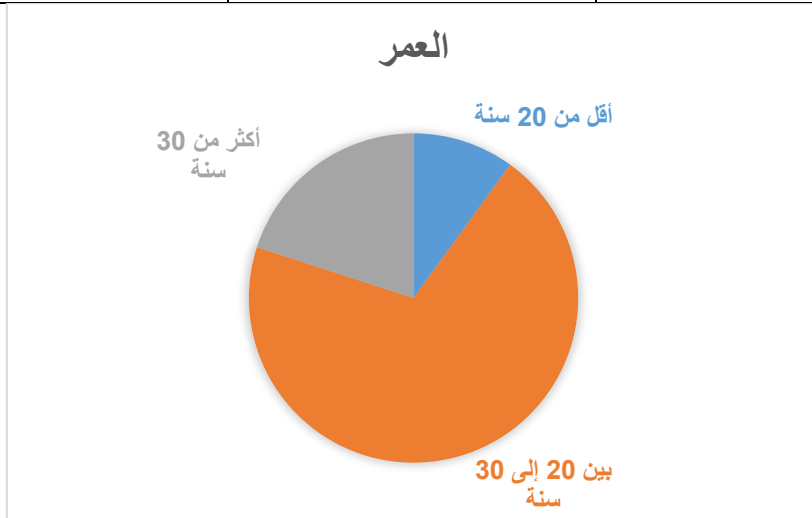
الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	38	63.3
أنثى	22	36.7
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب العمر

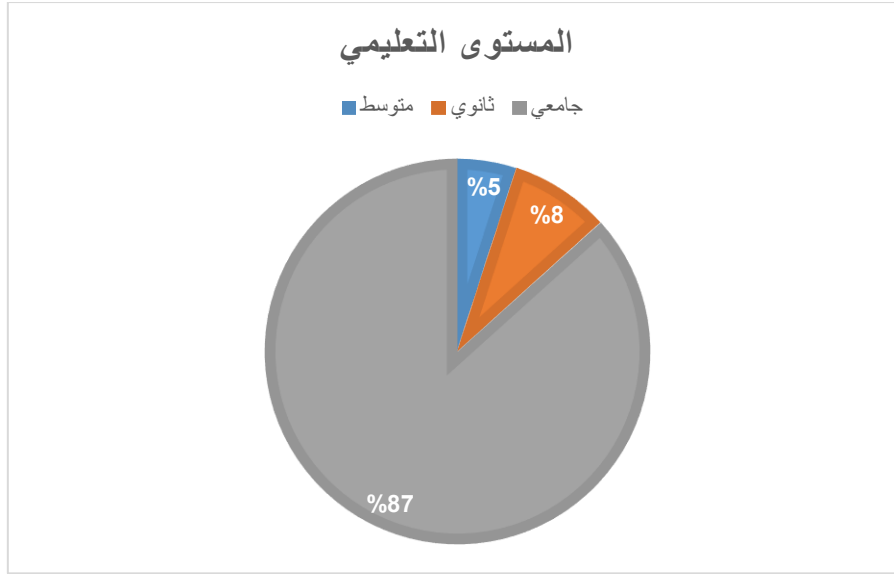
العمر	التكرار	النسبة %
أقل من 20 سنة	6	10
بين 20 إلى 30 سنة	42	70
أكثر من 30 سنة	12	20
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

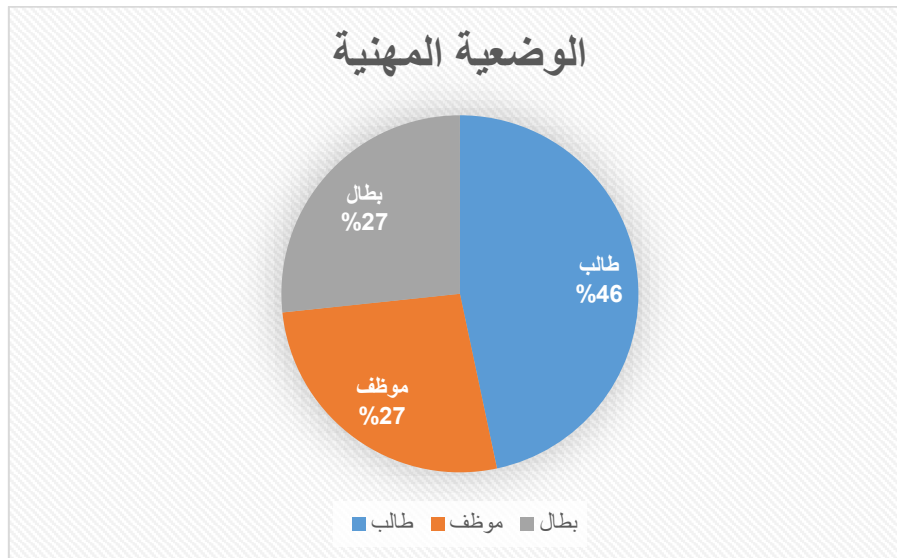
المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
متوسط	3	5
ثانوي	5	8.3
جامعي	52	86.7
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية

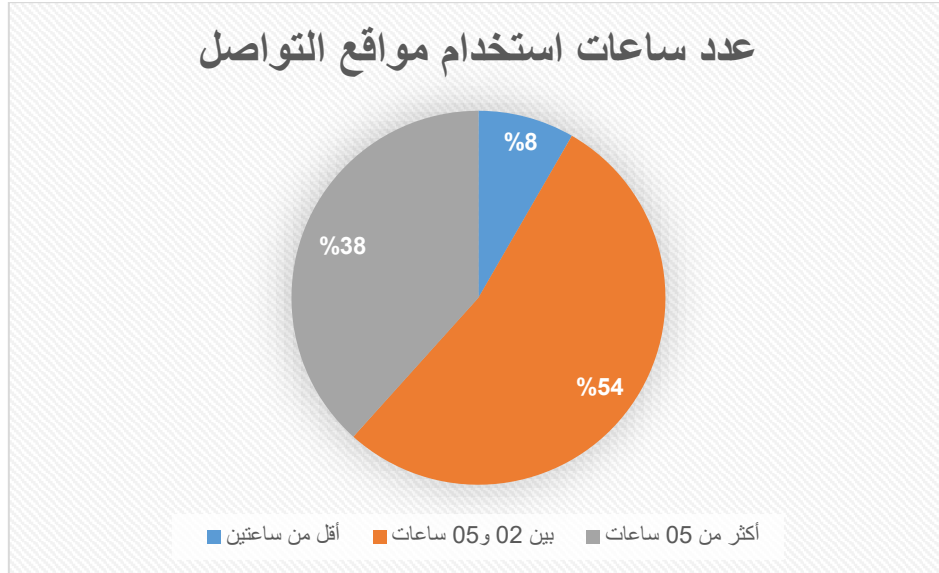
الوضعية المهنية	التكرار	النسبة %
طالب	28	46.4
موظف	16	26.7
بطل	16	26.7
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميا

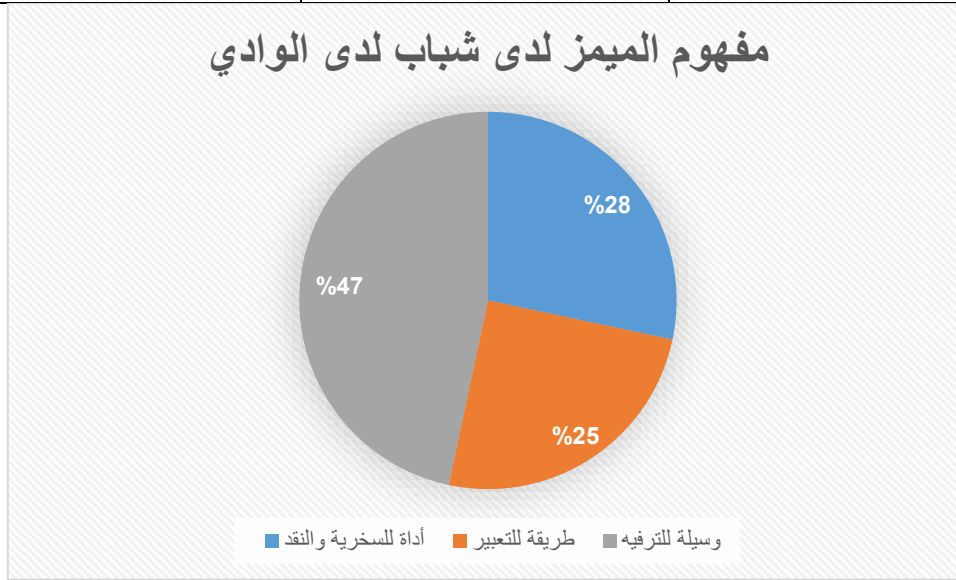
الاجابة	التكرار	النسبة %
أقل من ساعتين	5	8.3
بين 02 و 05 ساعات	32	53.3
أكثر من 05 ساعات	23	38.3
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 6: توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الوادي

الاجابة	التكرار	النسبة %
أداة للسخرية والنقد	17	38.3
طريقة للتعبير	15	25
وسيلة للترفيه	28	46.7
المجموع	60	100

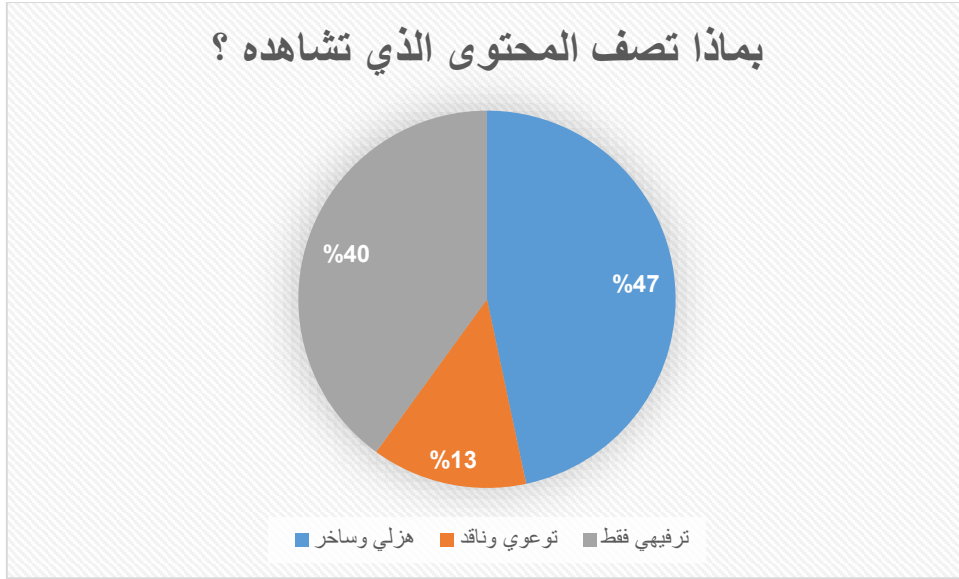


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 7: توزيع أفراد العينة حسب وصف المحتوى المشاهد

الاجابة	التكرار	النسبة %
هنزي وساخر	28	46.7
توعوي وناقد	8	13.3
ترفيهي فقط	24	40
المجموع	60	100

بماذا تصف المحتوى الذي تشاهده ؟

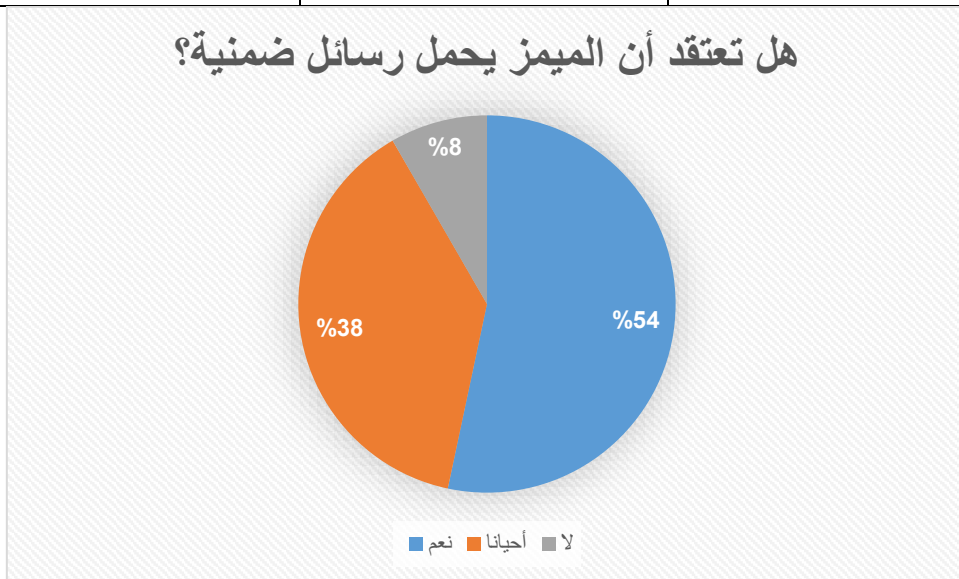


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 8: توزيع أفراد العينة حسب اعتقادك هل أن الميمز يحمل رسائل ضمنية؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	32	53.3
أحيانا	23	38.3
لا	5	8.3
المجموع	60	100

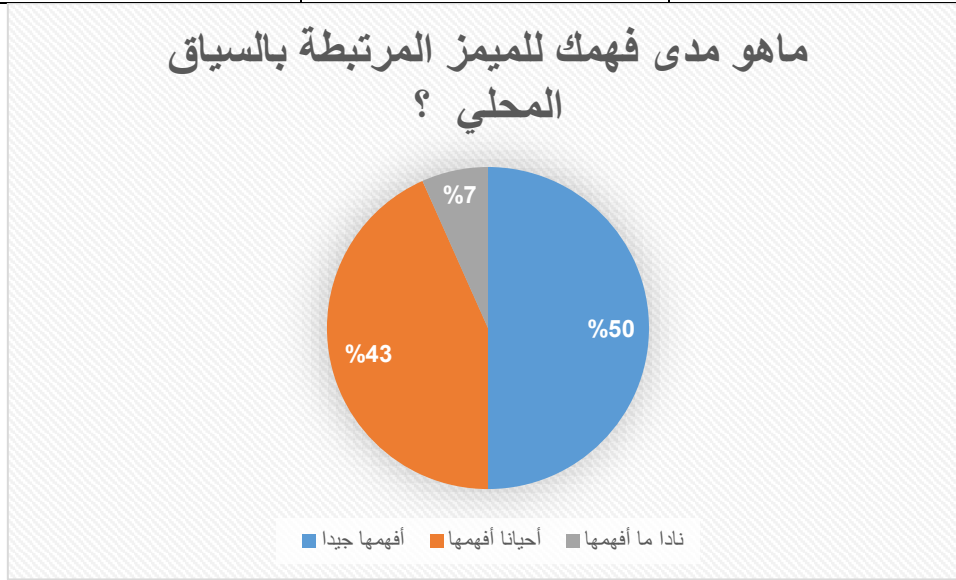
هل تعتقد أن الميمز يحمل رسائل ضمنية؟



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 9: توزيع أفراد العينة حسب مدى فهمك للميمز المرتبطة بالسياق المحلي

الاجابة	التكرار	النسبة %
أفهمها جيدا	30	50
أحيانا أفهمها	26	43.3
نادا ما أفهمها	4	6.7
المجموع	60	100

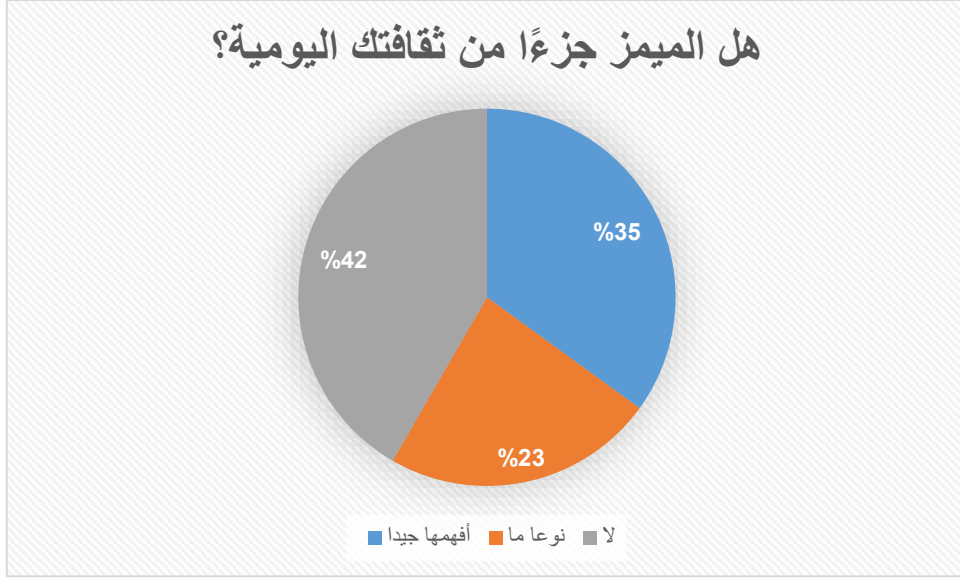


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الميمز جزءاً من ثقافتك اليومية؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
أفهمها جيدا	21	35
نوعا ما	14	23.3
لا	25	41.7
المجموع	60	100

هل الميمز جزءًا من ثقافتك اليومية؟

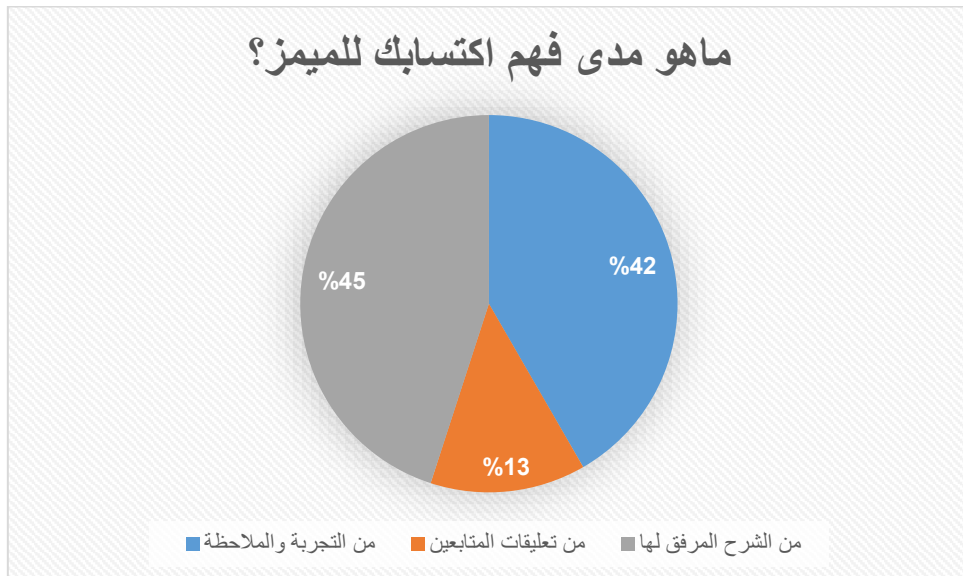


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب فهم اكتسابك للميمز؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
من التجربة والملاحظة	25	41.7
من تعليقات المتابعين	8	13.3
من الشرح المرفق لها	27	45
المجموع	60	100

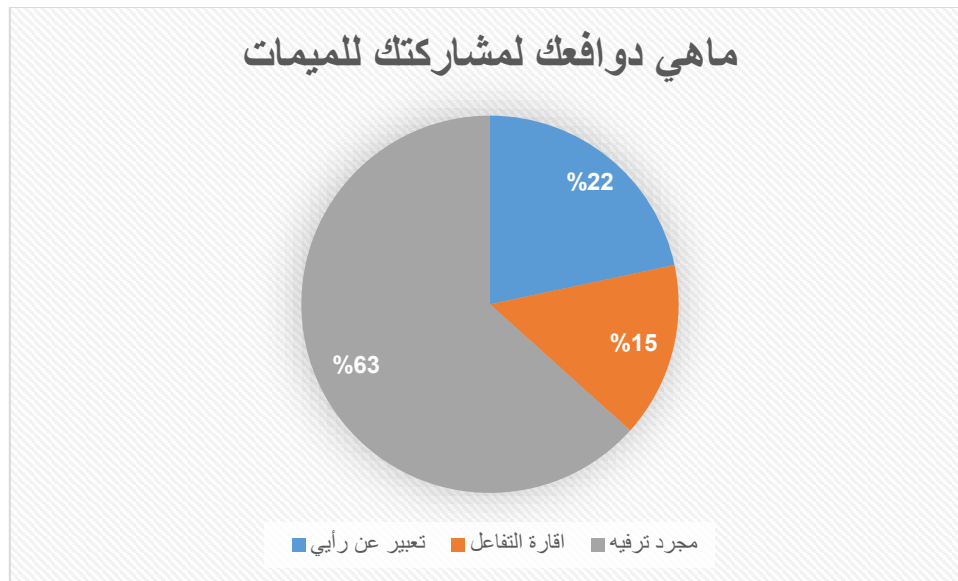
ما هو مدى فهم اكتسابك للميمز؟



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب دافعك لمشاركتك لهم

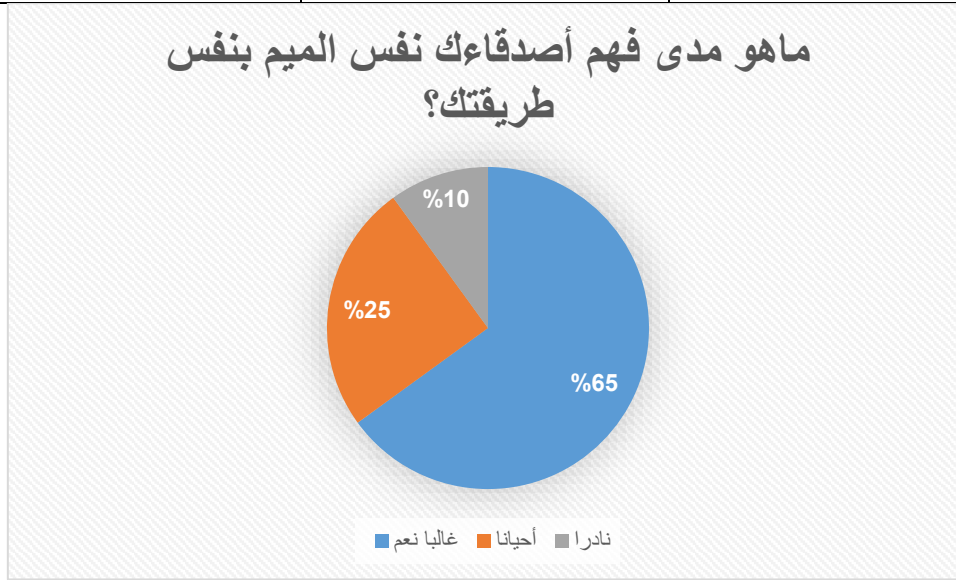
الاجابة	التكرار	النسبة %
تعبير عن رأيي	13	21.7
اقارة التفاعل	9	15
مجرد ترفيهه	38	63.3
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب فهم أصدقاءك نفس الميم بنفس طريقتك؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
غالباً نعم	39	65
أحياناً	15	25
نادراً	6	10
المجموع	60	100

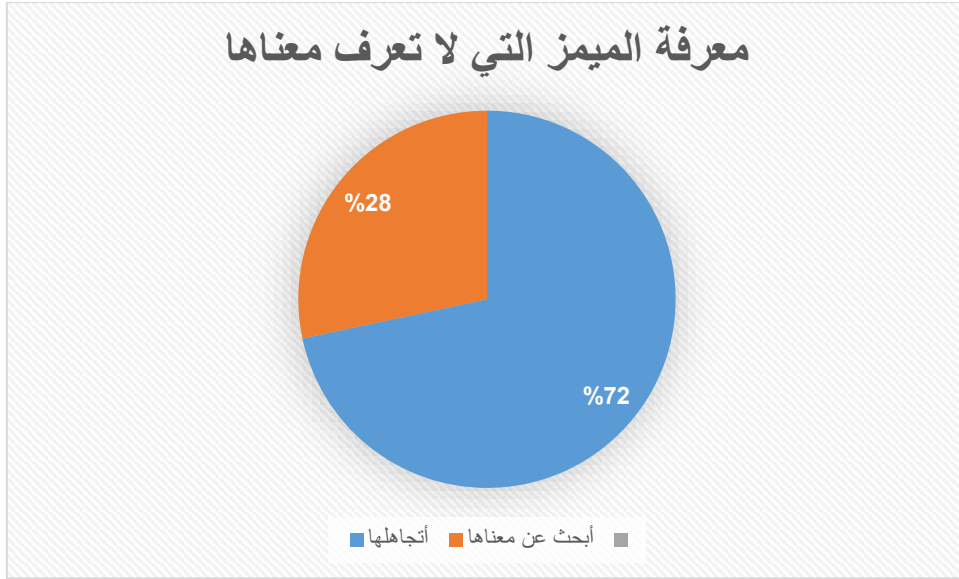


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب معرفة الميمز التي لا تعرف معناها

الاجابة	التكرار	النسبة %
أبجأهلها	43	71.7
أبحث عن معناها	17	38.3
المجموع	60	100

معرفة الميمز التي لا تعرف معناها

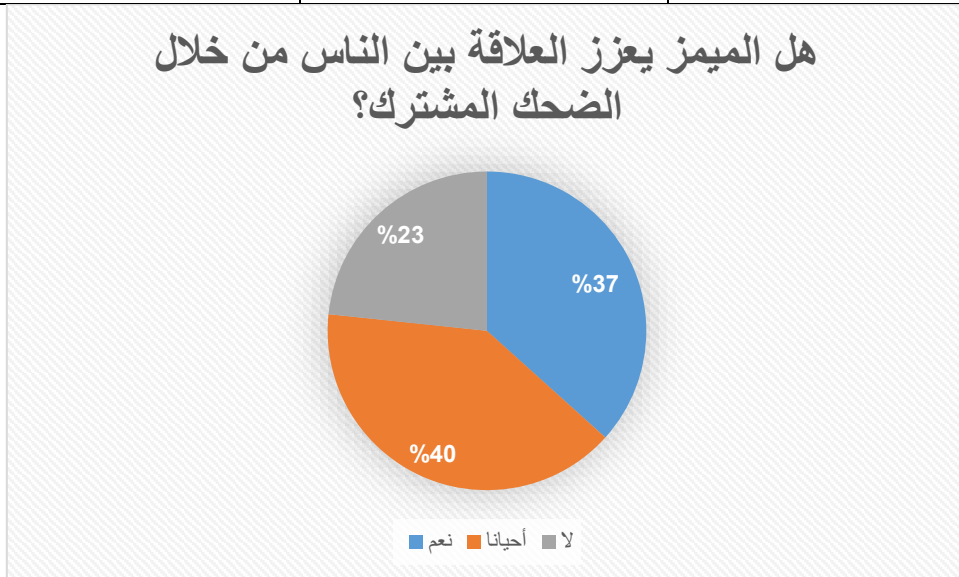


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب علاقة الميمز بين الناس من خلال الضحك المشترك؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	22	23.7
أحيانا	24	40
لا	14	23.3
المجموع	60	100

هل الميمز يعزز العلاقة بين الناس من خلال الضحك المشترك؟

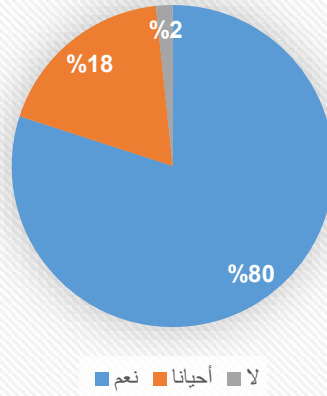


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب سوء فهمك للميمز الذي تسبب النزاعات

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	48	80
أحيانا	11	18.3
لا	1	1.7
المجموع	60	100

ما هو مدى سوء فهمك للميمز الذي تسبب النزاعات

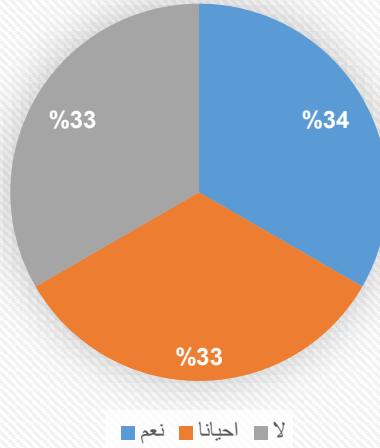


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب الميمز تعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	20	33.3
احيانا	20	33.3
لا	20	33.3
المجموع	60	100

هل الميمز تعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع؟

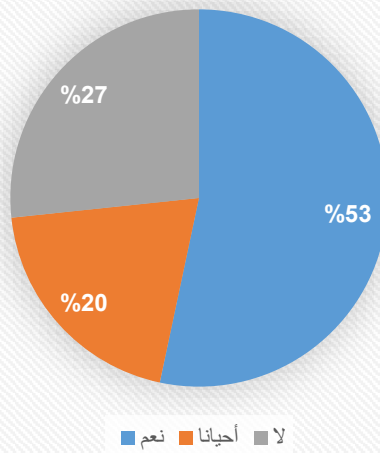


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب مشاركتك يوماً لميمز تتعلق بأحداث محلية؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	32	53.3
أحيانا	12	20
لا	16	26.7
المجموع	60	100

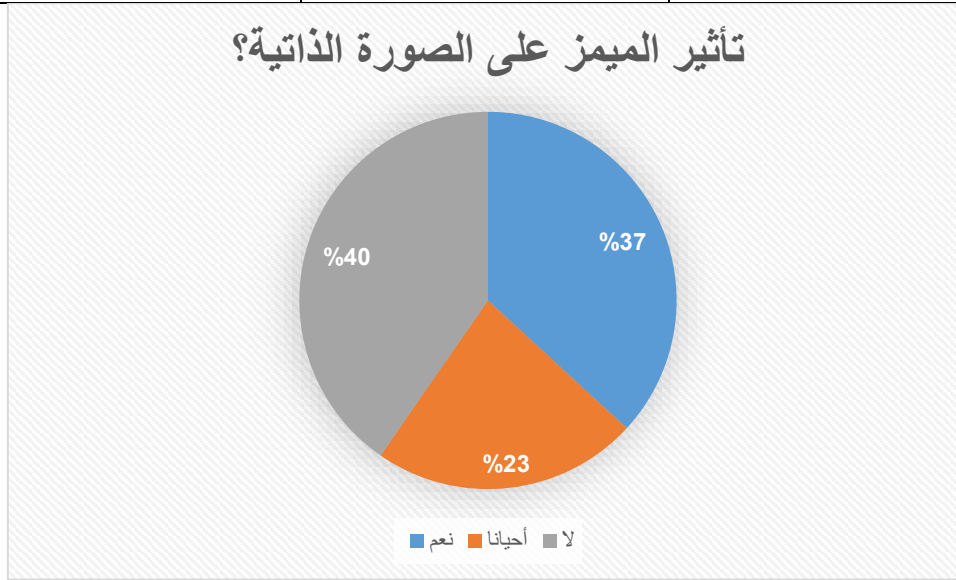
هل شاركت يوماً لميمز تتعلق بأحداث محلية؟



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز على الصورة الذاتية؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	21	35
أحيانا	13	21.7
لا	23	43.3
المجموع	60	100

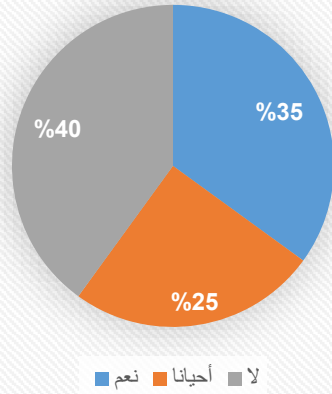


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 20: توزيع أفراد العينة حسب شعورك بالاستهداف أو السخرية من ميمز معينة؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	21	35
أحيانا	15	25
لا	24	40
المجموع	60	100

هل شعرت بالاستهداف أو السخرية من ميمز
معينة؟

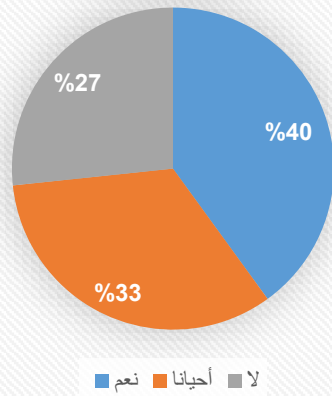


المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز في طريقة تفكيرك حول بعض القضايا؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	24	40
أحيانا	20	33.3
لا	16	46.7
المجموع	60	100

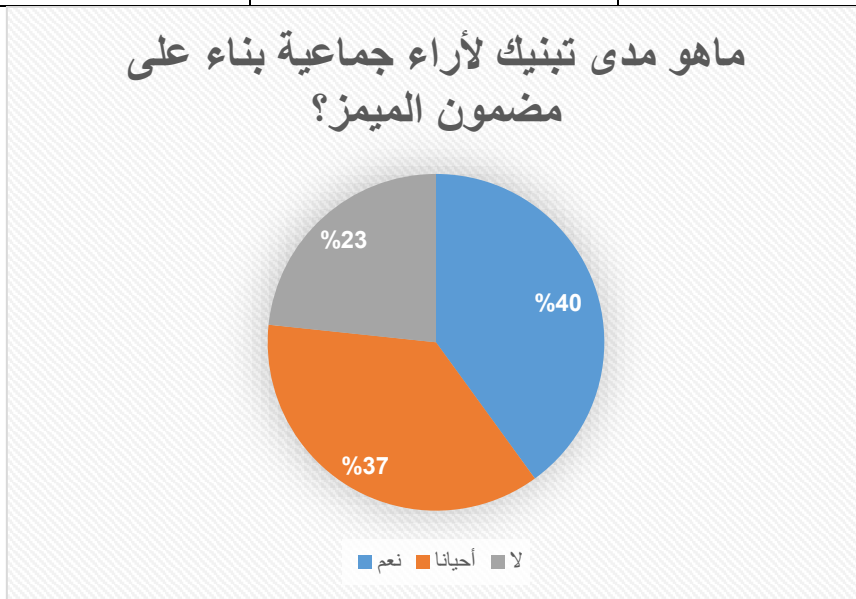
تأثير الميمز في طريقة تفكيرك حول بعض
القضايا؟



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

الجدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب مدى تبنيك لأراء جماعية بناء على مضمون الميمز؟

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	24	40
أحيانا	22	36.7
لا	14	23.3
المجموع	60	100



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

المطلب الثاني : مناقشة نتائج الدراسة

أ . تحليل النتائج :

الجدول رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول رقم 1 أن نسبة الذكور المشاركين في الاستبيان تبلغ 63.3%، في حين أن نسبة الإناث تقدر بـ 36.7%. وهذا يدل على أن العينة تميل إلى التمثيل الذكوري، ما قد يؤثر على طبيعة النتائج وتحليلها، خاصة إذا كانت الفروقات بين الجنسين لها دور في سلوك الاستخدام أو التفاعل مع المحتوى.

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب العمر

يتضح من الجدول رقم 2 أن غالبية المشاركين (70%) تتراوح أعمارهم بين 20 و30 سنة، تليها فئة من هم أكبر من 30 سنة بنسبة 20%، أما المشاركون الذين تقل أعمارهم عن 20 سنة فلا تتجاوز نسبتهم 10%. وهذا يشير إلى أن العينة تتمركز بشكل كبير حول الفئة العمرية الشابة، مما يعكس سلوكا رقميا شطا غالبا ما يميز هذه الفئة.

الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

يبين الجدول رقم 3 أن الأغلبية الساحقة من العينة (86.7%) يحملون مؤهلا جامعا، مقابل 8.3% فقط من حاملي شهادة التعليم الثانوي، و5% من حاملي الشهادة المتوسطة. ما يدل على أن العينة تنتمي إلى شريحة تعليمية عالية، وهو ما قد يعزز الوعي بالمحتوى الرقمي والممارسات المرتبطة به.

الجدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية

تشير البيانات في الجدول أعلاه رقم 4 إلى أن 46.7% من المشاركين هم من الطلبة، بينما توزعت النسب الأخرى بشكل متساو بين الموظفين والعاطلين عن العمل (26.7% لكل منهما). وهذا يعكس أن نصف العينة تقريبا ما زالت في طور التحصيل الأكاديمي، مما يتماشى مع نتائج الجدول السابق المتعلق بالمستوى التعليمي.

الجدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميا

يظهر من الجدول رقم 5 أن أكثر من نصف المشاركين (53.3%) يقضون بين ساعتين وخمس ساعات يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن 38.3% منهم يستخدمون هذه المواقع لأكثر من خمس ساعات، أما نسبة من يقضون أقل من ساعتين فلا تتجاوز 8.3%. وهذا يعكس مدى التغلغل الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في حياة المشاركين، ويعد مؤشرا مهما عند تحليل مدى تأثيرهم بالمحتوى الرقمي مثل الميمز أو الأخبار.

الجدول رقم 6: توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الوادي

يتضح من الجدول أن 46.7% من المشاركين يعتبرون الميمز وسيلة ترفيهية، بينما يرى 28.3% أنها أداة للسخرية والنقد، و25% يعدونها طريقة للتعبير. تشير هذه النتائج إلى أن الجانب الترفيهي يطغى على إدراك المشاركين للميمز، دون إغفال أبعادها الأخرى كالتعبير عن الرأي والنقد الاجتماعي، وهو ما يعكس تعددية الأدوار التي تلعبها الميمز في الثقافة الرقمية.

الجدول رقم 7: توزيع أفراد العينة حسب وصف المحتوى المشاهد

ترى النسبة الأكبر من المشاركين (46.7%) أن الميمز "هزلية وساخرة"، بينما يرى 40% أنها "ترفيهية فقط"، و13.3% يعتبرونها "توعوية وهادفة". مما يعكس أن السخرية والجانب الفكاهي هي السمات الغالبة على محتوى الميمز في الفضاء الرقمي، مع وجود نسبة ملحوظة تلاحظ بعدها التوعوي.

الجدول رقم 8: توزيع أفراد العينة حسب اعتقادك هل أن الميمز يحمل رسائل ضمنية؟

صرّح 53.3% من المشاركين بأنهم يعتقدون أن الميمز تحمل رسائل ضمنية، في حين أجاب 38.3% بـ"أحيانا"، و8.3% فقط لا يرون ذلك. هذه النتيجة تدعم الفكرة بأن الميمز ليست مجرد محتوى ترفيهي، بل قد تُستخدم لنقل مواقف وآراء بطريقة غير مباشرة.

الجدول رقم 9: توزيع أفراد العينة حسب مدى فهمك للميمز المرتبطة بالسياق المحلي

تشير النتائج إلى أن 50% من المشاركين يفهمون الميمز المحلية جيدا، و43.3% يفهمونها أحيانا، و6.7% نادرا ما يفهمونها. وسلطت هذه النتائج الضوء على أهمية السياق الثقافي والمحلي في فهم واستيعاب الميمز، إذ أن التفاعل معها قد يعتمد على الانتماء أو الإلمام بالمجتمع المرجعي.

الجدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الميمز جزءاً من ثقافتك اليومية؟

أوضح 35% من المشاركين أنهم يعتبرون الميمز جزءاً من ثقافتهم اليومية، بينما أجاب 41.7% بـ "نوعاً ما"، و23.3% قالوا "لا". يُفهم من ذلك أن الميمز تلعب دوراً متفاوتاً في الحياة اليومية للأفراد، وهي حاضرة بشكل كبير لدى نسبة معتبرة، سواء كأداة للتسلية أو وسيلة للتعبير أو التفاعل الثقافي.

الجدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب فهم اكتسابك للميمز؟

أشار 41.7% من المشاركين إلى أنهم يكتسبون فهمهم للميمز من "الخبرة والملاحظة"، في حين اعتمد 45% على "تفسيرات الآخرين"، و13.3% فقط اكتسبوه من "الشرح المرفق بها". يُستنتج من ذلك أن أغلب الأفراد يعتمدون على التفاعل الاجتماعي والتجربة الشخصية لفهم الميمز، وهو ما يبرز الطابع التشاركي والثقافي لهذه الوسيلة التواصلية.

الجدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب دافعك مشاركتك لميم

قال 63.3% بأنهم يشاركون الميمز "مجرد ترفيه"، بينما عبّر 21.7% عن مشاركتها "للتعبير عن رأيهم"، و15% لأجل "إثارة التفاعل". هذا يشير إلى أن الجانب الترفيهي يظل الدافع الأساسي لاستخدام الميمز، رغم وجود نسبة غير مهملة تستخدمها كوسيلة للتعبير الشخصي أو الاجتماعي.

الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب فهم أصدقاءك نفس الميمز بنفس طريقتك؟

أجاب 65% من المشاركين بأن أصدقاءهم "غالبًا نعم" يفهمون الميمز بنفس الطريقة، و25% "أحياناً"، بينما 10% فقط قالوا "نادراً". يوضح هذا الانسجام الجماعي في فهم الميمز، مما يعزز فرضية أن الميمز وسيلة تواصلية ضمن دوائر اجتماعية لها رموزها وتقاليدها المشتركة.

الجدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب معرفة الميمز التي لا تعرف معناها

أشار 71.7% إلى أنهم "يتجاهلوها"، بينما 28.3% "يبحثون عن معناها". ويعكس هذا أن معظم الأفراد يفضلون التفاعل السطحي أو الانتقائي مع المحتوى الرقمي، مع وجود أقلية فضولية تسعى إلى الفهم الكامل للسياق الثقافي أو الرمزي للميمز.

الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب علاقة الميمز بين الناس من خلال الضحك المشترك؟

أجاب 36.7% بـ"نعم"، و40% بـ"أحياناً"، بينما قال 23.3% "لا". يُفهم من ذلك أن هناك ميلاً عاماً للاعتراف بدور الميمز في تعزيز الروابط الاجتماعية من خلال الفكاهة، لكن تفاوت الإجابات يعكس تبايناً في تجارب الأفراد وسياقات تفاعلهم.

الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب سوء فهمك للميمز الذي تسبب النزاعات

صرّح 80% من المشاركين بـ"نعم"، في حين أجاب 18.3% بـ"نادراً"، و1.7% فقط بـ"لا". يشير هذا إلى وعي واسع بإمكانية إساءة فهم الميمز، خاصة عندما تكون مشحونة بدلالات ثقافية أو سياسية، مما يؤكد ضرورة الحذر في تداولها ضمن سياقات حساسة.

الجدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب الميمز تعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع؟

توزعت الإجابات بالتساوي بين "نعم"، "نوعاً ما"، و"لا" بنسبة 33.3% لكل منها. هذا التوازن يدل على انقسام واضح في الآراء، حيث يعكس هذا الأمر تعدد استخدامات الميمز وارتباطها بالخلفيات الاجتماعية والثقافية المختلفة، حيث يجد البعض فيها عاملاً توحيدياً، بينما يراها آخرون سطحية أو غير ذات تأثير اجتماعي.

الجدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب مشاركتك يوماً لميمز تتعلق بأحداث محلية؟

أجاب 53.3% بـ"نعم"، و26.7% بـ"ربما"، و20% بـ"لا". ويظهر هذا أن الميمز تُستخدم أيضاً كأداة للتفاعل مع السياق المحلي، سواء في السياسة أو المجتمع، وهو ما يعزز دورها كمرآة للحياة اليومية.

الجدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز على الصورة الذاتية؟

أجاب 35% من المشاركين بـ"نعم"، و21.7% بـ"أحياناً"، بينما أجاب 43.3% بـ"لا". هذا يوضح أن نسبة معتبرة ترى أن للميمز تأثيراً نفسياً على صورتهم الذاتية، سواء بالإيجاب أو السلب، ما يعكس الطابع النفسي العميق لبعض المحتويات الرقمية الساخرة رغم بساطتها الظاهرة.

الجدول رقم 20: توزيع أفراد العينة حسب شعورك بالاستهداف أو السخرية من ميمز معينة؟

أكد 35% أنهم تعرضوا لذلك، و40% "أحياناً"، مقابل 25% نفوا ذلك تماماً. حيث تشير هذه النتائج إلى أن الميمز ليست دائماً آمنة أو محايدة، وقد تحمل في طياتها دلالات جارحة أو تمييزية، وهو ما يتطلب وعياً أكبر بسياق استخدامها وتأثيرها على الأفراد.

الجدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الميمز في طريقة تفكيرك حول بعض القضايا؟

أجاب 40% بـ "نعم"، و33.3% بـ "نوعاً ما"، في حين 26.7% قالوا "لا". وتعكس هذه النتائج مدى قدرة الميمز على لعب دور في تشكيل الرأي العام أو التأثير في الإدراك الجمعي، من خلال تقديم قضايا معقدة بطريقة ساخرة مبسطة وسهلة التداول.

الجدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب مدى تبنيك لأراء جماعية بناء على مضمون الميمز؟

أجاب 40% بـ "نعم"، و33.3% بـ "نوعاً ما"، في حين 26.7% قالوا "لا". وتعكس هذه النتائج مدى قدرة الميمز على لعب دور في تشكيل الرأي العام أو التأثير في الإدراك الجمعي، من خلال تقديم قضايا معقدة بطريقة ساخرة مبسطة وسهلة التداول.

تحليل السؤال المفتوح : هل الميمز تشكل وعياً جماعياً بين الشباب ؟

الإجابة الأولى: نعم، أرى أن الميمز تشكل وعياً جماعياً بين الشباب ، وكانت تصب اغلب إجابات الباحثين في بوتقة واحدة ألا وهي أن الميمز تعتبر وسيلة رمزية للتواصل الثقافي والاجتماعي بين الشباب، فهي تعكس بشكل ساخر أو مبسط قضايا، مواقف، وأفكار يتقاسمها جيل كامل. الانتشار السريع للميمز عبر وسائل التواصل الاجتماعي يجعل منها شكلاً من أشكال الإنتاج الثقافي المشترك الذي يوحد الأفراد حول تجارب وقيم معينة. فمثلاً، ميمز عن الأوضاع الاقتصادية أو الاجتماعية تنتشر لأنها تلامس معاناة أو تطاعات مشتركة بين الشباب، مما يؤدي إلى بناء تصور جماعي حول هذه القضايا. بالتالي، تلعب الميمز دوراً في تكوين وعي جمعي، عبر تحفيز النقاشات وتعزيز الإحساس بالانتماء إلى مجتمع له اهتمامات ومواقف موحدة.

الإجابة الثانية: لا، لا أرى أن الميمز تشكل وعياً جماعياً بين الشباب حيث أجاب القلة القليلة من الباحثين رغم الانتشار الكبير للميمز، إلا أن تأثيرها غالباً ما يكون سطحيًا ومؤقتًا. لأن العديد من الميمز يتم استهلاكها بهدف الترفيه الخالص، دون أن تؤدي إلى تفكير نقدي عميق أو إلى تكوين مواقف اجتماعية راسخة. كذلك، تنوع مواضيع الميمز واختلاف طبيعتها بين الساخرة، العبثية، والتجارية يجعل من الصعب الحديث عن "وعي جماعي" متماسك ينتج عنها. الشباب قد يتشاركون الضحك على نفس الميمز، لكن هذا لا يعني أنهم يتبنون نفس الرؤية تجاه القضايا المطروحة.

1/ في ضوء الدراسات السابقة:

بعد التطرق إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ضوء تساؤلات البحث المتعلقة بكيفية تأثير الميمز المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام لدى الشباب، ومن خلال الاستعانة بما أوردته الدراسات السابقة في بيئات وسياقات مختلفة تناولت موضوعات مشابهة، سنقوم بمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج أبرز الدراسات السابقة التي تشابهت أو اختلفت معها، وذلك على النحو الآتي: فيما يخص دراسة الغامدي (2024) الموسومة بـ"تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، فقد توصلت إلى أن الميمز تساهم في تعزيز التماسك الاجتماعي ونشر القيم الإيجابية، كما تساهم في زيادة الوعي بالقضايا الإنسانية وتحفيز مشاعر التعاطف، وهي نتائج تتوافق مع دراستنا الحالية التي أثبتت أن الشباب يتأثرون بالميمز ذات الطابع الإنساني والاجتماعي، ما يعكس دورها في توجيه الرأي العام نحو مواقف إنسانية إيجابية.

أما بالنسبة لدراسة عبدالله (2023) بعنوان "استخدام الشباب لمحتوى الميم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني"، فقد أظهرت أن العوامل الجاذبة للميمز تتمثل أساساً في الطابع الهزلي والتعليق الساخر المصاحب لها، كما بينت أن المصدر الرئيسي لاستهلاك هذا النوع من المحتوى هو من خلال مشاركة الأصدقاء بنسبة 74.5%، وهي نتيجة تتقاطع مع ما توصلت إليه دراستنا الحالية، حيث أكدت العينة المستجوبة أن الطابع الكوميدي للميمز هو ما يدفعهم للتفاعل معها، كما أن تداول الأصدقاء لهذا المحتوى يشكل عاملاً أساسياً في انتشاره وتأثيره. و

تتقاطع هذه النتائج مع ما خلصت إليه الدراسة الحالية من أن الميمز لا تؤدي فقط وظيفة التسلية، بل تساهم في صياغة مواقف الشباب واتجاهاتهم إزاء قضايا المجتمع، وذلك من خلال المزج بين الطرفة والرسالة المضمونة في ذات الوقت، ما يجعلها وسيلة فعالة في التأثير على الرأي العام لدى فئة الشباب.

أما دراسة السباعي (2024) التي جاءت بعنوان "المشاركة الرقمية لميمات الإنترنت بين الأجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية"، فقد أظهرت أن تفضيل المستخدمين للميمات المحلية يعكس طبيعة المجتمع السعودي وثقافته، ويجعل من الميمات أداة لفهم الجمهور المحلي والتفاعل مع اهتماماته ودوافعه، وهي نتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراستنا، حيث عبر غالبية أفراد العينة عن تفضيلهم للميمز ذات الطابع المحلي التي تعكس بيئتهم وثقافتهم اليومية، معتبرين إياها الأقرب إليهم من حيث الأسلوب والمضمون. كما تشترك نتائج هذه الدراسة مع دراستنا الحالية والدراسات السابقة في التأكيد على أن الميمات لا تُستخدم فقط لأغراض الترفيه، بل تؤدي أيضاً أدواراً متعددة من أبرزها التعبير عن الذات، وتسهيل التفاعل

الاجتماعي، وتعزيز العلاقات بين الأفراد عبر المساحات الرقمية، مما يمنحها قوة تأثيرية في صياغة مواقف الشباب وتوجهاتهم تجاه القضايا المختلفة المطروحة في الفضاء الرقمي.

2/ في ضوء التساؤلات الفرعية:

بينت نتائج الدراسة من خلال المحور الأول أن :

- أن 46.7% من المشاركين يعتبرون الميمز وسيلة ترفيهية.

- ترى النسبة الأكبر من المشاركين (46.7%) أن وصفهم للميمز بأنها هزلية وساخرة.

- تحمل الميمز في كثير من الأحيان رسائل ضمنية.

بينت نتائج الدراسة من خلال المحور الثاني أن :

- 50% من المشاركين يفهمون الميمز المحلية جيدا.

- 35% من المشاركين يعتبرون الميمز جزءا من ثقافتهم اليومية.

- أشار 41.7% من المشاركين إلى أنهم يكتسبون فهمهم للميمز من الخبرة والملاحظة.

بينت نتائج الدراسة من خلال المحور الثالث أن :

- أجاب 65% من المشاركين بأن أصدقاءهم "غالبا نعم" يفهمون الميمز بنفس الطريقة التي يفهمونها.

- أشار غالبية العينة أنهم يتجاهلون الميمز التيس لا يفهمون معناها.

- الميمات تعزز العلاقة بين الناس من خلال الضحك المشترك

بينت نتائج الدراسة من خلال المحور الرابع أن :

- أجاب 40% من العينة أنهم يتبنون آراء جماعية من خلال مضمون الميمز.

- الميمز تؤثر في طريقة تفكير بعض القضايا.

- أكد 35% أنهم يشعرون أنهم مستهدفين من الميمز.

بعد مناقشة النتائج في ضوء محاور الاستبيان، نجيب على التساؤل الرئيسي: ما هو أثر الميمز عبر مواقع

التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة الوادي؟

حيث أظهرت نتائج الدراسة أن:

تشير نتائج الدراسة إلى أن الميمز المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد أداة فعّالة في التأثير على الرأي العام لدى طلبة جامعة الوادي، إذ تُمثل وسيلة سريعة وجذابة لنقل الرسائل والمواقف بطريقة بسيطة وساخرة. وقد أظهرت الدراسة أن فئة الشباب تتفاعل بشكل كبير مع هذا النوع من المحتوى، لا سيما عندما يعكس الواقع المحلي أو يحمل طابعا اجتماعيا أو إنسانيا قريبا من اهتماماتهم اليومية.

المطلب الثالث : الاستنتاجات العامة.

أهم النتائج العامة التي توصلت إليها دراستنا هي كالاتي :

- يميل نصف مجتمع البحث إلى القول بأن الميمز وسيلة ترفيهية يرفهون بها عن أنفسهم.
- إن طلبة جامعة الوادي يصفون المحتوى الذي يشاهدونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأنه هزلي وساخر.
- خلصت الدراسة إلى أن نصف العينة يفهمون الميمز المتربطة بالسياق المحلي جيدا.
- 80 بالمئة من مجتمع البحث يرون أن بعض الميمات تسبب نزاعات وخلافات في كثير من الأحيان.
- تُقرب الميمز بين الناس من خلال الضحك المشترك.
- أكدت الدراسة أن الميمز تؤثر في طريقة تفكير طلبة جامعة الوادي في مختلف القضايا.
- بينت الدراسة أن 40 بالمئة من المبحوثين يتبنون آراء جماعية بناء على مضمون الميمز.
- أوضح 35% من المشاركين أنهم يعتبرون الميمز جزءا من ثقافتهم اليومية.

خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل حاولنا عرض وتحليل البيانات الواردة في الاستمارة التي تم توزيعها على المبحوثين عند إجراء الدراسة الميدانية, ليتم بعد مرحلة تحليل البيانات مناقشة وتفسير نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة وتساؤلات الدراسة , وفي الأخير تم استعراض النتائج العامة التي تم التوصل إليها.

الخاتمة

لقد سعينا من خلال دراستنا هذه إلى تناول موضوع "اثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام على الشباب " محاولين بذلك الكشف عن هذا الأثر ، نظرا لتوسع الهائل لاستخدام المواقع الاجتماعية التي تحاول إعادة إنتاج هذا الرأي العام بطريقة ساخرة تحاكي الواقع وتحاول إعطاءنا صورة رمزية لما يعيشه الفرد في هذا الكيان الاجتماعي الذي يتفاعل معه بالإيجاب او السلب ضمن الوعي الجماعي وكذلك لطبيعة الموضوع المعالج وقد عرف الميمز في الآونة الأخيرة استهلاكا كبيرا من كل شرائح وأطياف المجتمع وبالخصوص الشاب الجامعي الذي يلجأ لهذه الثقافة الرقمية من أجل الهروب من إكراهات واقعه داخل الجامعة بطريقة ساخرة يحاول من خلالها الانتقام من هذا الواقع الذي يراه مجحفا ، وبذلك أصبح الميمز من يوميات الشباب ، ولذلك نعتقد أن دراسة ظاهرة الميمز ظاهرة تتطلب الكثير من العناية كونها أصبحت لغة جديدة في قاموسه ومتداولة بكثرة في الفضاء الإلكتروني وفي الأخير نعتقد أن هذه الدراسة يجب دعمها بدراسات ثانية في نفس الصياغ من الجانب النفسي حيث أصبحت هذه الظاهرة في الواقع شبه إدمان أو إدمان على مواقع التواصل.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

- ابتهاج صالح أحمد الغامدي. (أكتوبر, 2024). تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، دراسة مسحية للمتلقي السعودي. *المجلة العلمية للآداب*.
- ابتهاج صالح أحمد الغامدي. (أكتوبر, 2024). تأثير ظاهرة الميمز على وعي المتلقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي دراسة مسحية للمتلقي السعودي. *المجلة العلمية بكلية الآداب*.
- احسان محمد الحسن. (2010). *الاسس العلمية للبحث الاجتماعي*. بيروت: دار الطليعة.
- استانبولي م, (2025). فيفري. (22 الميمز كالعبدو أو أسرع بقليل). 1. الجديد (Éd.), Récupéré sur <https://www.alaraby.co.uk/>
- إسماعيل, ن. إ. (2012). *الانسان والسلوك الاجتماعي*. م. 1. للكتاب (Éd.), الاسكندرية -مصر.
- آلاء جابر. (22 أغسطس, 2022). وسائل جمع البيانات في البحث العلمي. تم الاسترداد من https://mawdoo3.com/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84_%D8%AC%D9%85%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%A_A_%D9%81%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A
- آلاء عيد. (26 يوليو, 2020). *الصدق والثبات في البحث العلمي*. تم الاسترداد من موضوع: https://mawdoo3.com/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AF%D9%82_%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A8%D8%A7%D8%AA_%D9%81%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A

- الحفناوي, هـ. (2018). البرامج الساخرة "جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية. (éd. (12).
- أمل, 1, (2025). فيفري. (25)الميمز: "صور تسخر من الواقع. تونس Récupéré sur <https://ultratunisia.ultrasawt.com>
- بطرس حلاق. (2020). الرأي العام وطرق قياسه. سوريا: المشاع المبدع.
- بوزيدي ربيعة. (2021). الاعلام الالكتروني والمواطنة البيئية. دار أطلس للنشر والتوزيع.
- تيريزا كرم. (12 تشرين الثاني, 2024). الميمز: من الفكاهة إلى السياسة. لبنان. تم الاسترداد من [/https://beiruttime.com/Article/20641](https://beiruttime.com/Article/20641)
- خضر, م, (2016). أبريل. (10) مفهوم الرأي العام Récupéré sur https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85
- رفيدة, ي. (2022). دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة لدى الطلبة ..جامعة قلمة.
- رويحة عبد الرب. (03 مارس, 2021). بحر الإنترنت وأمواج الميمز. الرياض.
- سامية, ت. (2021). واقع استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تحسين صورة المؤسسة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. سطيف- الجزائر.
- سلمان, ش. (2015). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتشارك المعلومات في التعليم. مجلة المنصور، العراق.
- عوض رشا أديب محمد. (2013). آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربان البيوت. مشروع تخرج للحصول على

درجة البكالوريوس، تخصص خدمة اجتماعية في كلية التنمية الاجتماعية والأسرية. جامعة القدس.

- كافي رميساء. (جوان, 2014). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين - تويتر أمودجا- 19. جامعة قاصدي مرباخ ورقلة.
- لبنى, د. (2023). تقييم الرأي العام محاضرات اتصال وعلاقات عامة. جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي، الجزائر.
- لمياء مرتضي النفوسي. (2020). منطلقات الانترنتوبولوجية ميمات الانترنت. مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ.
- محمد شفيق. (2010). البحث العلمي ، الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية. مصر: المكتب الجامعي الحديث .
- محمد محب. (أكتوبر, 2023). مدركات واتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو توظيف الميمز في أزمة ارتفاع الاسعار. مجلة البحوث الإعلامية محمد الأزهر.
- مختار, أسماء. (8, 4, 2022). نظرية التفاعل الرمزي في الإعلام. تم الاسترداد من موقع سنديك للاستشارات الأكاديمية والترجمة:
<https://www.sanadkk.com/blog/post/1100/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85.html>
- مروة محمود. (2024). استخدام الشباب لمحتوى الميم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو التنمر الالكتروني..

- مروة محمود عبدالله. (جانفي, 2023). استخدام الشباب لمحتوى الميم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاههم نحو التنمر الإلكتروني. المجلة المصرية لبحوث الإعلام.
- موريس آنجرس. (2004). منهجية البحث في العلوم الاجتماعية. (مصطفى الأشرف وآخرون، المترجمون) دار القصة.
- ميسون أسامة أحمد السباعي. (2024). المشاركة الرقمية لميمات الانترنت بين الاجيال المختلفة في المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاتصال والدراسات الإعلامية.
- نفوسي مرتاض لمياء. (2020). منطلقات أنتروبولوجية ميمات الانترنت رصد للتماثلات والممارسات " . مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ 0.
- وائل عبد الرحمن التل. (2007). البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. عمان: دار حامد.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمدة لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الاعلام والاتصال

استبيان حول: أثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حمي لخضر

الأستاذ المشرف :

بن بوزيان عبد الرحيم

إعداد الطلبة:

جعفر صلاح الدين

بن عون أحمد

تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي:

ما هو أثر الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة الوادي ؟

التساؤلات البحثية"

- ما هي الخصائص السوسيو-ديمغرافية للعينة محل الدراسة؟

- ما هو مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الوادي؟

- كيف يتم بناء المعاني المشتركة للميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب في جامعة الوادي؟

- كيف يؤثر انتشار الميمز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقة بين الأفراد والمجتمع في جامعة الوادي؟

- كيف يؤثر الميمز في تشكيل الصورة الذاتية (self-concept) لدى الشباب في جامعة الوادي؟

- كيف يؤثر الميمز في تشكيل الآراء الجماعية حول مختلف القضايا لدى شباب جامعة الوادي؟

عزيزي الطالب/عزيزتي الطالبة، نرجو منك الإجابة بصدق، حيث ستستخدم نتائج هذه الدراسة لأغراض علمية بحثية فقط.

القسم الأول: البيانات السوسيو-ديمغرافية

1. الجنس:

- ذكر []
- أنثى []

2. العمر:

- أقل من 20 سنة []
- بين 20 و30 سنة []
- أكثر من 30 سنة []

3. المستوى التعليمي:

- متوسط []
- ثانوي []
- جامعي []

4. الوضعية المهنية:

- طالب جامعي []
- موظف []
- بطال []

5. عدد ساعات استخدام مواقع التواصل يوميًا:

- أقل من ساعتين []
- بين 2 و5 ساعات []
- أكثر من 5 ساعات []

القسم الثاني: مفهوم الميمز لدى طلبة جامعة الوادي

1. ما الذي تمثله الميمز بالنسبة لك؟

- وسيلة للترفيه []
- طريقة للتعبير []
- أداة للسخرية والنقد []

2. كيف تصف المحتوى العام للميمز التي تشاهدها؟

- هزلي وساخر []
- توعوي وناقد []
- ترفيهي فقط []

3. هل تعتقد أن الميمز تحمل رسائل ضمنية؟

- نعم []
- أحياناً []
- لا []

4. مدى فهمك للميمز المرتبطة بالسياق المحلي (الوادي):

- أفهمها جيداً []
- أحياناً أفهمها []
- نادرًا ما أفهمها []

5. هل تعتبر الميمز جزءًا من ثقافتك اليومية؟

- نعم []
- نوعًا ما []
- لا []

القسم الثالث: بناء المعاني المشتركة للميمز عبر مواقع التواصل

1. من أين تكتسب فهمك للميمز؟

- من التجربة والملاحظة []
- من تعليقات المتابعين []
- من الشرح المرفق بها []

2. عند مشاركتك لميم، ما الذي يدفعك لذلك؟

- تعبير عن رأيي []
- إثارة التفاعل []
- مجرد ترفيه []

3. هل تشعر أن أصدقاءك يفهمون نفس الميم بنفس طريقتك؟

- نعم []
- أحياناً []
- نادراً []

4. هل تساهم في صناعة ميمز خاصة بك؟

- نعم []
- أحياناً []
- لا []

5. كيف تتفاعل مع الميمز التي لا تفهم معناها؟

- أتجاهلها []
- أبحث عن معناها []
- أطلب توضيحاً []

القسم الرابع: تأثير الميمز على العلاقة بين الأفراد والمجتمع

1. هل ترى أن الميمز تقرب بين الناس من خلال الضحك المشترك؟

• نعم []

• أحياناً []

• لا []

2. هل تعتقد أن بعض الميمز تسبب سوء فهم أو نزاعات؟

• نعم []

• نادراً []

• لا []

3. هل تظن أن الميمز تعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع؟

• نعم []

• نوعاً ما []

• لا []

4. هل هناك مواضيع مجتمعية لا يجب تناولها بالميمز؟

• نعم []

• حسب السياق []

• لا []

5. هل شاركت يوماً ميمز تتعلق بأحداث محلية؟

• نعم []

• ربما []

• لا []

القسم الخامس: تأثير الميمز على الصورة الذاتية والآراء الجماعية

1. هل تؤثر الميمز على نظرتك لنفسك (صورتك الذاتية)؟

• نعم []

• أحياناً []

• لا []

2. هل سبق أن شعرت بالاستهداف أو السخرية من ميمز معينة؟

• نعم []

• أحياناً []

• لا []

3. هل تعتقد أن الميمز تؤثر في طريقة تفكيرك حول بعض القضايا؟

• نعم []

• نوعاً ما []

• لا []

4. هل تتبنى أحياناً آراء جماعية بناءً على مضمون الميمز؟

• نعم []

• أحياناً []

• لا []

5. هل ترى أن الميمز تشكل وعياً جماعياً بين الشباب؟ (علل اجابتك)

.....