

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



مذكرة بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية
دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

صبرينة حمال

إعداد الطالبة:

- العمري حكيمة

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا.....

د. صبرينة حمال:..... مشرفا ومقررا

ممتحنا ومناقشا.....

السنة الجامعية:

2021/2022 م - 1443/1444 هـ



شكر وعرفان

بعد شكر الله عز وجل الذي هدانا لهذا، وألهمنا بنوره
العظيم ذو الجلال والإكرام

القائل في محكم تنزيله: ﴿لئن شكرتم لأزيدنكم﴾

نتقدم بفائق التقدير وجزيل الشكر والاحترام إلى الذي
رافقتنا طيلة إنجاز هذا البحث، وتفضلها علينا بإشرافها المتميز
الأستاذ المشرف "صبرينة جمال"

إهداء

أهدي ثمرة جهدي وتخرجي إلي من تعجز الكلمات عن ذكر مآثرها ،
إلى الشمس التي أنارت دربي بوجودها ، إلى التي لن أوفيها حقها مهما قلته ،
إلى من زينتنا حياتي بضيائي البدر وشموع الفرح وكانته بحرا صافيا يجري
يفيض بالحب والبسمة ، إلى من منحتني القوة والعزم لمواصلة الدرب ، إلى
من علمتني أن الحياة تجربة وكل نجاح جهد وذاثمته العمل **أمي الغالية** نبض
قلبي أحبك بكل أنفاسي وأطال الله في عمرها أميرتي .

إلى **أبي العنون** ، إلى منبع وجودي ، إلى سر نجاحي إلى من وهبني
الحياة ، وعلمني الصبر والاجتهاد ، إلى من أفتخر بحمل اسمه وأطمع إلى نهج
دربه **أبي حبيبي** أطال الله في عمره .

إلى إخوتي وسندي في الحياة **فريدة** ، **مراد** ، **رايح** ، **إيمان** حفظهم الله

لي

إلى زوجي الغالي ورفيق دربي وسندي **مادل** ، إلى من علمني الحب
والتقدير حفظه الله لي وأطال في عمره .

إلى كل أفراد عائلتي الكريمة

إلى كل من نسيتم المذكرة ولن تنساهم الذاكرة ، إلى كل من كان

له الفضل في مسيرتي وساعدني ولو بالسير

حكيمة



فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوعات
	شكر وعرقان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة
أب	مقدمة
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
5-4	أولاً: الإشكالية
6-5	ثانياً: تساؤلات الدراسة
6	ثالثاً: فرضيات الدراسة
7-6	رابعاً: أسباب اختيار الموضوع
7	خامساً: أهداف الدراسة
7	سادساً: أهمية الدراسة
16-7	سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة
17-16	ثامناً: مجالات الدراسة
18-17	تاسعاً: منهج الدراسة
18	عاشراً: مجتمع الدراسة
21-18	إحدى عشر: عينة الدراسة
23-22	إثنا عشر: أدوات الدراسة
30-23	ثلاثة عشر: الدراسات السابقة
34-30	أربعة عشر: النظرية المؤطرة للدراسة
34	خمسة عشر: صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة	
36	ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
36	تمهيد
36	أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
38-37	ثانياً: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
40-38	ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

فهرس الموضوعات

41-40	رابعاً: مكونات مواقع التواصل الاجتماعي
41	خامساً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
43-41	سادساً: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
45-44	سابعاً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
47-45	ثامناً: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
47	شبكة الفاييسبوك
48-47	أولاً: مفهوم الفاييسبوك
49-48	ثانياً: نشأة الفاييسبوك
50-49	ثالثاً: خصائص الفاييسبوك
52-50	رابعاً: مستخدم الفاييسبوك
53-52	خامساً: إيجابيات وسلبيات الفاييسبوك
53	خلاصة الفصل
54	الترويج للهجرة غير الشرعية
54	تمهيد
55-54	أولاً: تعريف الترويج
55	ثانياً: أهداف الترويج
55	ثالثاً: وظائف الترويج
56-55	رابعاً: أهمية الترويج
56	الاستمالات الإقناعية
56	أولاً: تعريف الاستمالة
58-56	ثانياً: الاستمالات العقلية
60-58	ثالثاً: الاستمالات العاطفية
61-60	رابعاً: المزج بين الاستمالات
61	الهجرة غير الشرعية
62-61	أولاً: التطور التاريخي للهجرة غير الشرعية
64-62	ثانياً: أنواع الهجرة غير الشرعية
65-64	ثالثاً: أسباب الهجرة غير الشرعية
67-65	رابعاً: خصائص الهجرة غير الشرعية
68-67	خامساً: آثار الهجرة غير الشرعية

فهرس الموضوعات

69-68	سادسا: آليات التصدي لظاهرة الهجرة غير الشرعية
70	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة	
104-72	عرض وتفسير البيانات الميدانية للدراسة
106-104	مناقشة النتائج الميدانية على ضوء الفرضيات
108-106	مناقشة النتائج على ضوء المقاربة النظرية
108	التوصيات والاقتراحات
109	خلاصة الفصل
111	خاتمة
113	قائمة المصادر والمراجع
-	ملاحق



فهرس الجداول

الرقم	الجداول	الصفحة
1	الجدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	72
2	الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	72
3	الجدول رقم (3): يوضح توزيع نسبة أفراد العينة حسب متغير الوسط الاجتماعي	73
4	الجدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	74
5	الجدول رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	75
6	الجدول رقم (6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	76
7	الجدول رقم (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاقتصادية	77
8	الجدول رقم (8): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وتلقيت رسائل نصية عبر صفحتك مروجة للحرقه؟	78
9	الجدول رقم (9): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال في حالة الإجابة بنعم هل تقوم بقراءة هاته الرسائل؟	79
10	الجدول رقم (10): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل المعلومات المقدمة في هذه الرسائل قد تدفعك للهجرة غير الشرعية؟	80
11	الجدول رقم (11): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وشاهدت فيديوهات على الفايسبوك حول أماكن تواجد الحرقه؟	81
12	الجدول رقم (12): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وتلقيت مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك لمهاجرين غير شرعيين؟	82
13	الجدول رقم (13): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤثر فيك هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقه؟	83
14	الجدول رقم (14): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل استخدام الفايسبوك يسهل عليك عملية الحرقه؟	84
15	الجدول رقم (15): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال في رأيك هل الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي لنجاح الترويج للهجرة غير الشرعية؟	85
16	الجدول رقم (16): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وشاهدت روبورتاجات مؤثرة عبر الفايسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية ؟	86
17	الجدول رقم (17): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال عند مشاهدتك للقطات مؤثرة عبر الفايسبوك هل تدفعك للتفكير بالحرقه؟	87
18	الجدول رقم (18): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل استطاعت صور الفايسبوك	88

	خلق صورة ذهنية إيجابية لديك نحو الحرقه؟	
89	الجدول رقم (19): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤثر عليك الأغاني الخاصة بالحرقه؟	19
90	الجدول رقم (20): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وغيرت موقفك اتجاه الحرقه بعد رؤيتك لمنشورات على الفايسبوك؟	20
91	الجدول رقم (21): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخة في ذاكرتك؟	21
92	الجدول رقم (22): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك مشاهدة محتوى على الفايسبوك يشجعك على خوض تجربة الهجرة غير الشرعية؟	22
93	الجدول رقم (23): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال برأيك ماهي التأثيرات التي يحدثها الاطلاع على تجارب الحرقه الناجحة؟	23
93	الجدول رقم (24): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل مقارنتك لواقعك مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك يجعلك تفكر في الهجرة غير الشرعية؟	24
94	الجدول رقم (25): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤدي مشاهدتك للمحتويات حول الهجرة غير الشرعية إلى زيادة خوفك من المستقبل؟	25
94	الجدول رقم (26): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال قم بترتيب ما يدفعك للهجرة غير الشرعية؟	26
99	الجدول رقم (27): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل ترى وجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش محليا وخارجيا؟	27
101	الجدول رقم (28): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل منشورات الفايسبوك لها تأثير لوضعك النفسي حول موضوع الحرقه؟	28
102	الجدول رقم (29): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال للبقاء على اطلاع بمستجدات الهجرة غير الشرعية؟	29
103	الجدول رقم (30): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال ما رأيك حوا ما يعرض حول الحرقه؟	30

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج

للهجرة غير الشرعية لدى الشباب الجزائري من خلال طرح التساؤل الرئيسي:

- كيف يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية؟

ولتبسيط الإشكالية قمنا بتقسيمها إلى التساؤلات التالية:

- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر موقع الفيسبوك؟

- ما مدى تأثير المضامين الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر موقع

الفيسبوك؟

- ما هي الاستمالات المستخدمة للترويج للهجرة غير الشرعية عبر الفيس بوك؟

وقد تم تطبيق هذه الدراسة على عينة بلغت 165 مفردة من شباب ولاية جيجل بالاعتماد

على المنهج الوصفي، وبالاعتماد على أداة الاستبيان كأدوات جمع البيانات ملائمة للدراسة

حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج تم عرضها في جداول تكرارية ذات نسبة مئوية أجابت

على التساؤلات التي قامت عليها الدراسة، بالاعتماد على النظرية البنائية، ومن جانب تم عرض

3 فصول متعلقة بمضمون الدراسة وذلك من لآرائها بمختلف المعلومات المحيطة بهذا

الموضوع.

حيث لم تتحقق الفرضيات في هذه الدراسة وعلى هذا الأساس تم التوصل إلى أن مواقع

التواصل الاجتماعي فيسبوك لا تؤدي إلى الترويج للهجرة غير الشرعية.

مقدمة

بفضل التطورات التقنية والتكنولوجية الحديثة وبالخصوص التطورات والتحديثات التي حددت الشبكة الأنترنت بعد ظهور الجيل الثاني للأنترنت التي أتاحت إمكانيات عديدة في الاتصال عبر الأنترنت ابتداء من البريد الإلكتروني وعرف الدردشة وصولاً إلى ظهور التطبيقات الاتصالية أو الاجتماعية على شبكة الأنترنت، إذ امتزجت العديد من العوامل التي ساعدت في ظهور تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي من بينها العامل التكنولوجي الذي حدث لشبكة الأنترنت والعامل الاجتماعي المتمثل في حاجة الجماهير لسد الفراغ نتيجة استخدامهم لجهاز الكمبيوتر في مفاصل الحياة جميعها، فضلاً عن حاجة الأشخاص والأفراد لتكوين علاقات اجتماعية وفتح مجال الحوار بين الأشخاص وجمع الأصدقاء مع بعضهم البعض، وقد شكلت شبكات التواصل الاجتماعي تطوراً تاريخياً للتواصل الإنساني بحيث لا تعيقها الحدود الجغرافية ولم يقتصر على فئة من المجتمع دون أخرى.

ولشبكات التواصل الاجتماعي فضلاً استطاع الأشخاص من خلالها أن يعبروا عن آرائهم ووجهات نظرهم نحو القضايا والموضوعات التي تهمهم. فأهمية هذه المواقع تتجسد في تطبيقاتها المختلفة كالتويتير واليوتيوب وأيضاً موقع الفيسبوك الذي بدوره يعتبر من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الناس والمجتمعات في كافة أنحاء العالم، بحيث أتاحت الفرصة للجميع لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم متجاوزين في ذلك الحدود الجغرافية والزمنية، كما أن خاصية الاستفادة من هذه الخدمات جعلت منها تستقطب مختلف شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب نظراً باعتبارها الأكثر تأثراً به بحيث يعتمد عليها الشباب الجزائري في الاستفادة من مضايمها كالمضامين التي تنتشر عن مختلف الظواهر الاجتماعية المنقشية في المجتمع كظاهرة الهجرة غير الشرعية التي تشغل جزءاً من ما يقدمه الفيسبوك لهذه الفئة بالذات.

جاءت هذه الدراسة للبحث عن الدور الذي يخلفه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية لدى شباب ولاية جيجل.

ودعمنا لهذا الطرح ومن أجل الوصول إلى النتائج المنشودة عمدنا إلى تفكيك متغيرات الدراسة وأبعادها في ثلاثة فصول.

يتناول الفصل الأول إشكالية الدراسة ومنهجيتها انطلاقاً من تحديد المشكلة، شرح أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة، لنتقل بعد ذلك إلى المقاربة النظرية للدراسة والانتقادات الموجهة لها وأخيراً الرد على الانتقادات الموجهة إليها.

وبعد ذلك الإجراءات المنهجية المتبعة بدءاً بمجال الدراسة فمجتمع البحث والعينة وأخيراً المنهج والأدوات المستخدمة وأساليب المعالجة الإحصائية.

ويعالج الفصل الثاني الجانب النظري حول مواقع التواصل الاجتماعي وفيه التعريف نشأتها، خصائصها، مكوناتها، إيجابيات وسلبيات، أما ثانياً فتطرقنا إلى الترويج، أهداف أهمية كما يحيط الفصل الثاني بموضوع الهجرة غير الشرعية ابتداءً بتحديد التطور التاريخي لها، الأنواع والأسباب، الخصائص، آثار والآليات.

أما الفصل الثالث الأخير فتناولنا فيه الإطار التطبيقي، بحيث بتفرغ البيانات وتحليلها ومن ثم نتم النتائج المتوصل إليها في ضوء الفرضيات ثم الخاتمة، وقائمة المصادر والمراجع وأخيراً الملاحق التي تتمثل في عرض نموذج استمارة الاستبيان المعتمدة.

المفصل الأول

1- الإشكالية:

شهد العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي تقدما تكنولوجيا مذهلا ومتسارعا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتقنياته الحديثة، ويعتبر التطور التكنولوجي الهائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية والفكرية دليل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة، وذلك بتحول العالم إلى قرية صغيرة محدودة المعالم دون اعتبار للحوازر الزمنية والمكانية، وهذا ما تميز به بداية من القرن العشرين ب بروز الأنترنت.

تعد الأنترنت من أهم وأبرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني بنقل انشغالات الأفراد وأفكار بعضهم البعض وهذا يتم عن طريق الشبكات التي أصبحت سلاح ذو حدين، هذه الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي تعرف بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم web2 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم على وفق مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، أو جماعة أو مدرسة أو شركة) ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض.

وبفضل ظهور الإعلام الجديد ومختلف تطبيقاته خاصة ما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها " الفيسبوك " الذي أدى استخدامه إلى استقطاب فئة الشباب ويفضل ظهور الأنترنت التي تجاوزت حدود المكان والزمان وانتشار استخدامها لدى جميع الفئات خاصة عند الشباب الجزائري الذي أصبح منبها ومدمنا على استخدامها لأوقات طويلة ومستمرة، فشبكة الفيسبوك الذي يعد كنموذج من هذه الشبكات الاجتماعية التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأعمالهم، حيث أتاح للمستخدمين التعرف على بعضهم البعض عن قرب ونشر ما يدور في خاطرهم من أفكار لكنه لم يعد يستخدم فقط للعلاقات الشخصية والتعارف والدرشة والبقاء على اتصال مع الأصدقاء، حيث أدرك الشباب والأفراد وحتى المنظمات الحقوقية أهمية وحلوله إلى وسيلة لتواصل السياسي والاجتماعي واستغلاله.

تعتبر الهجرة غير الشرعية من إحدى المشكلات التي تواجهها المختلفة، وهي من بين المواضيع الشائعة والحساسة التي يعيشها شباب العام بصفة خاصة وشباب إفريقيا عموما كما تعد ظاهرة الهجرة من مشاكل العصر الحديث والمتمثلة في هجرة الإنسان من مكان إلى آخر أي من بلد إلى بلد، وظاهرة

الهجرة غير الشرعية هي ظاهرة فردية وجماعية عرفت منذ القديم والحديث، ولكن الهجرة إلى أوروبا أصبحت إحدى القضايا الراهنة التي تحظى باهتمام كبير في السنوات الأخيرة فبالرغم من تعدد الأسباب والعوامل المؤدية إلى هذه الظاهرة عوامل اجتماعية، عوامل سياسية، عوامل اقتصادية، إلا أن الدوافع الاقتصادية تأتي في مقدمة هذه الأسباب والعوامل، وذلك من خلال التباين الكبير في المستوى الاقتصادي بين البلدان الأصلية للمهاجرين والدول المستقبلة لهم، فبعض الدول العصرية المتقدمة تتميز بمستوى معيشي مرتفع وذات رفاهية، ودول متخلفة تعاني من الفقر وانخفاض المستوى المعيشي وعدم القدرة على تبني نموذج تنموي ناجح، ومن خلال هذا تكونت رغبة شديدة لدى شعوب هذه الدول خاصة فئة الشباب للاستفادة من التقدم والرفاهية المتوفرة لدى الدول المتقدمة، والهروب من الواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي عن طريق الهجرة غير الشرعية.

وباعتبار دولة الجزائر كسائر الدول تعاني من ظاهرة الهجرة غير الشرعية مساحة واسعة من اهتمام وسائل الإعلام وعدد من منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية والإقليمية في الأونة الأخيرة، وباتت ظاهرة الهجرة غير الشرعية مشكلة تؤرق الدول المستقبلة لهؤلاء المهاجرين وعلى رأسها دول أوروبا التي تعتبر المستقبل الأول للمهاجرين غير الشرعيين.

وعبر الفضاء الشبكي الأزرق الفيسبوكي تعتبر المواضيع والمضامين ذات الصلة بقضية الترويج للهجرة غير الشرعية من بين الاهتمامات التي يجذبها الشباب عموماً والشباب الجزائري بصفة خاصة تعبر عن قضية اجتماعية شائعة بالمجتمع الجزائري، وذلك من خلال أساليب ينشر عبر شبكة الفيسبوك في شكل مضامين مختلفة حول ظاهرة الهجرة غير الشرعية من خلال تفاعله مع الصفحات والمجموعات الخاصة بقضية الهجرة غير الشرعية والتي تسجل تفاعلاً معتبراً عبر صفحاتها بناء على ما تقدم تسعى الدراسة المقدمة للإجابة على التساؤل العام التالي:

كيف يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية؟

2- تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي:

- كيف يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر موقع الفيسبوك؟

- ما مدى تأثير المضامين الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة عبر موقع الفايسبوك؟
- ما هي الاستمالات المستخدمة للترويج للهجرة عبر الفايس بوك؟

3- فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية

- يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أساليب إقناعية للترويج للهجرة غير الشرعية
- #### الفرضيات الفرعية:

- الأساليب الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر مواقع الفايسبوك عن طريق الأفراد وإداعة لتجارب ناجحة لمهاجرين غير شرعيين.
- تأثير المضامين الإعلامية الفيسبوكية في تحقيق الترويج للهجرة غير الشرعية لحرقاة في بواخر وترديد كلمات مؤثرة وموسيقى مؤثرة.
- أبرز الاستمالات المستخدمة للترويج للهجرة غير الشرعية عبر الفايسبوك
- الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلية والاستمالات التخويفية

4- أسباب اختيار الموضوع:

- لاشك أن البحث في أي موضوع تكون وراءه أسباب معينة تدفع الباحث لدراسة ذلك الموضوع ومن الأسباب التي جعلتني أختار البحث في موضوع الهجرة غير الشرعية تتمثل في:
- الأسباب الذاتية:
- الرغبة في إثراء معارفي حول هذا الموضوع
- الفضول الشخصي لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الشباب الجزائري نحو الهجرة إلى الخارج.
- الاحساس بالمشكلة المطروحة والمتمثلة في الهجرة غير الشرعية كونها تمس فئة حساسة في المجتمع وهي الشباب.
- الأسباب الموضوعية:
- قابلية الموضوع للدراسة منهجيا ومعرفيا.
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات.

- ملاحظتي لتزايد الرغبة في الهجرة إلى الخارج من قبل الشباب الجزائريين.
- نقص البحوث والدراسات الإعلامية التي تناولت هذا الموضوع.
- إمكانية الوصول إلى نتائج حول رأي الشباب الجزائري في دور الفيسبوك في الترويج للهجرة غير الشرعية.
- علاقة الموضوع بمجال التخصص.

5- أهداف الدراسة:

إن قيمة أي بحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ترتبط ارتباط وثيقا بقيمة الأهداف والنتائج التي يرمي إلى تحقيقها، فعلى قدر علميتها وخدمتها للفرد والمجتمع على حد سواء تكون قيمة هذا البحث وعليه فإن دراستنا هذه تهدف إلى ما يلي:

- الكشف عن خصائص المضامين المنشورة عبر الفيسبوك حول موضوع الهجرة غير الشرعية.
- معرفة دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على الاسهامات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في الترويج للهجرة غير الشرعية لدى الشباب الجزائري.

6- أهمية الدراسة:

تنبثق أهمية الدراسة من أهمية موضوع الشبكات الاجتماعية كأكثر التطبيقات الإعلام الجديد شعبية في المجتمع الجزائري، إلى جانب موضوع الهجرة غير الشرعية كأكثر المواضيع حساسية وجذبا لاهتمام الجهات المعنية وأفراد المجتمع الجزائري وخصوصا فئة الشباب الجزائري وعلاقاته بموضوع الهجرة غير الشرعية.

وتبرز أهمية الدراسة من خلال النتائج التي نأمل التوصل إليها والتي ستفيد في الحصول عن بيانات ومعطيات تساعد في الإجابة على التساؤلات المطروحة وفي الكشف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ودوره لترويج للهجرة غير الشرعية وخصوصا أنها من الدراسات العصر الحالي.

7- تحديد مفاهيم الدراسة

1- مفهوم الاستخدام:

لغة: من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام.¹

¹ ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 69.

وذكر في معجم الوحيد: خدمة يخدمه، ويخدمه خدمة ويفتح فهو خادم، ج: خادم خدام وخدم، وهي خادم وخادمة واخدم: خدم، واستخدمه واخدمه فأخدمه: استوهبه خادما فوهبه له.¹

إصطلاحا:

الاستخدام يرتبط بحقيقة ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء النفسية وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموغرافية والسوسيو تقنية والاقتصادية والثقافية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام وذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام.²

ويشير الباحث " عبد الوهاب بوخنوفة" على أن مفهوم الاستخدام يقتضي الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا.³

ويعرف الاستخدام أيضا بأنه: استعمال شيء ما أو أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.⁴

التعريف الإجرائي:

هو عملية التصفح التي يقوم بها الشباب الجزائري على شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات والمستجدات المتعلقة بالأحداث ومختلف القضايا التي تهمهم.

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة: هي مواقع الأنترنت التي تسمح للمستخدمين بالمشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحات افتراضية بسهولة.

إصطلاحا:

¹ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي: القاموس المحيط، ط8، بيروت: مؤسسة الرسالة، 2005، ص1099.
² قرمط عماد، محمد الشريف: استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مذكرة ماستر: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015، ص14.
³ فطيمة أعراب، فريدة صغير: مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على التنشئة الاجتماعية لدى الشباب وفق منظور الاستخدامات والإشباع، جامعة الجزائر3، بحث، ع11، جزء3، د.س.ن، ص174.
⁴ ياسين قرناني: استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الأنترنت، رسالة ماجستير: قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010، ص8.

تتعدد التعاريف حول مواقع التواصل الاجتماعي ولا يوجد تعريف واحد لها فكل تعريف يوضح جانب مهم في هذا التعريف، وعليه نشير إلى مجموعة من التعاريف بغرض توضيح مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

1- تعرف على أنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساب ضمن نطاق شبكة الأنترنت العالمية web فت يصبح لديه حساب شخص ووجود الكتروني لنشر البيانات والوثائق والتعليقات.¹

2- هي مواقع أو تطبيقات مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتعليقات ورسائل وصور.²

3- هي أسلوب تواصل اجتماعي يسهل عملية إنشاء وتبادل المعلومات والمحتويات بين أفراد ومجموعة من الأفراد أو المنظمات، كما تسمح بتبادل الصور والفيديوهات وملفات أخرى.³

4- هي وسيلة إلكترونية حديثة إفتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية.⁴

المفهوم الإجرائي: هي عبارة عن أدوات وتطبيقات يقوم بها الأفراد من خلال فتح حسابات شخصية افتراضية للتواصل مع باقي أفراد المجتمع ومشاركتهم من خلال الصور والفيديوهات والتعليق وإبداء الأداء كما أنها تستخدم في الوقت الحالي لترويج الأفكار والخدمات والسلع والمنتجات...

مواقع التواصل الاجتماعي: مصطلح يطلق على مجموعة ممن المواقع على شبكة الأنترنت العالمية word, wide, web تنتج التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات.⁵

¹ خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، الأردن، ط1، 2013، ص24.

² محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي، مركز الحرب الناعمة للدراسات، د.ب، ط1، 2016، ص25.

³ جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك، د.ب، ط4، 2014، ص20.

⁴ أحمد عبد الحميد: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي، مركز الدراسات الاستراتيجية، السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، الإصدار 39، ص3.

⁵ أحمد يونس، محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2014، ص43.

وتعرف أيضا بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعة مع أصدقاء الثانوية والجامعة أو الثانوية.¹

أما إجرائيا: فمواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للأفراد بالتواصل في مجتمع افتراضي والتعريف بأنفسهم، ويقومون بإنشاء علاقات اجتماعية ويتبادلون الأفكار والاهتمامات ونشر المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات وتتيح هذه المواقع العديد من الخدمات التي تختلف من موقع إلى آخر.²

مفهوم الفاييبوك:

لغة: هو مصطلح يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة كما معروف في أوروبا ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة لهذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودون في نفس الكلية.³

اصطلاحا:

هو أحد الشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة والأكثر استعمالا في العالم عنوان موقعه www.face.book.com حيث أنشأت نسخته الأولى سنة 2004 من طرف الطالب الجامعي مارك زوكربورغ mark zukerberg حيث كان متاحا في البداية لطلبة الجامعة وبعد ذلك أصبح مفتوحا للجميع ابتداء من سبتمبر 2006.⁴

يعرف قاموس الإعلام والاتصال:

¹ راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، العدد 15، ص23.

² تعريف إجرائي.

³ الرفاعي عبد الهادي، وآخرون: العولمة وبعض الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد 27، العدد1.

⁴ وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفاييبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2011، ص12.

بأنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.¹ هو شبكة اجتماعية تأثرت بقبول وتجاوب كبير من خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم وهو يعد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية ورائد التواصل الاجتماعي كما يعتبر مثير افتراضي للتعبير.²

المفهوم الإجرائي:

هو إحدى مواقع التواصل الاجتماعي المشهورة والرائدة في الوقت الراهن ويستقطب جميع شرائح المجتمع يستخدم للتواصل وتبادل المعلومات بين المستخدمين من خلال إتاحة الفرصة للتعليقات ونشر الصور والفيديو، كما أصبح يستخدم مؤخرا في عملية التسويق ونشر السلع والخدمات.

مفهوم الترويج:

لغة: في اللغة العربية تعني روج، راج، فكلما ترويج تعني تطبيق الشيء وتصريفه ولا بد من الاتصال

بالآخرين وتعريف الزبون بالسلع والخدمات التي يمتلكها البائع.³

إصطلاحا:

تعددت تعاريف الترويج من طرف الباحثين والعلماء رغم حداثة هذا المصطلح وسنقوم بعرض مجموعة من التعاريف للترويج شاملة لكل جوانب وهي كما يلي:

- هو الجهد المبذول من جانب البائع لإقناع المشتري المرتقب بقبول معلومات معينة عن سلعة أو خدمة وحفظها في ذهنه بشكل يمكنه من استرجاعها.⁴

إذن فعلمية الترويج من خلال هذا التعريف تقوم على أهم خصائص السلعة وكيفية إقناع المشتري بالمنتج المقترح من طرف البائع ويكون ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

¹ مريم نرمان نومان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، ص55.

² عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، د.ب، د.ط، 2011، ص9.

³ بشير العلاق: الترويج والإعلان، دار اليازوري العلمية، الأردن، ط1، 1988، ص11.

⁴ ناجي معلا، رائق توفيق: أصول التسويق، دار وائل، الأردن، عمان، 2002، ص194.

- تعريف فيليب كوتلر (philip kotler): هو النشاط الذي يتم ضمن إطار الجهد التسويقي وينطوي على عملية اتصال إقناعي.

يوضح هذا التعريف على أن الباحث هنا ركز على أن الترويج نشاط تسويقي يقوم على الإقناع.

- هو نقل المعلومات عن السلعة أو الخدمة بأسلوب إقناعي مصمم وموجه للتأثير على ذهن المستهلك بما يقوده في النهاية إلى تعرف سلوكي باتجاه السلعة أو الخدمة التي يروج لها، والذي يعبر عنه في العادة بالسلوك الشرائي.¹

- هو الوظيفة المتعلقة بالأخبار والإقناع والتأثير على القرار الشرائي للمستهلك.

يوضح هذا التعريف بأن الترويج وهو وظيفة تقوم على الإخبار والإقناع والتأثير في المشتري.²

المفهوم الإجرائي:

هو عبارة عن أسلوب أو طريقة للتعريف بالمنتجات أو الأفكار أو الخدمات من طرف المؤسسات من خلال استخدام بعض أساليب الإقناع وذكر مزايا المنتج.

تعريف الهجرة:

الهجرة ظاهرة إنسانية اجتماعية عرفت البشرية منذ أقدم العصور، وهي غريزة في الإنسان تمسك بها من أجل البقاء، وفرضتها ظروف مختلفة إما اقتصادية بسبب عدم التوزيع العادل للثروات في العالم أو بسبب عدم الاستقرار الاجتماعي والسياسي نتيجة الاضطرابات الداخلية مما دفعهم إلى الهجرة بحثاً عن الحرية والحياة الآمنة المستقرة ولقد تعدت وتباينت تعاريف الهجرة وذلك تبعاً لزاويا ورؤى مختلفة في الميادين المعرفية المتعددة.

لغة: تعني كلمة هاجر، المهاجرة من البلد وعنه أي خرج منه إلى بلد آخر.³

وتحتل الجرة في الشريعة مكانة هامة وذلك لارتباطها بظروف نشر الدين الإسلامي، وهجرة الرسول صلى الله عليه وسلم من مكة إلى المدينة مع أصحابه نتيجة اضطهاد الكفار، من أجل نشر تعاليم الدين الإسلامي، ويقول الله تعالى ﴿ إِنَّ الَّذِينَ تَوَفَّاهُمُ الْمَلَائِكَةُ ظَالِمِي أَنْفُسِهِمْ قَالُوا فِيمَ كُنْتُمْ قَالُوا كُنَّا

¹ ناجي معلا: الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، الجامعة الأردنية، عمان، 2006، ص17.

² شريف أحمد شريف العاصي: التسويق بين النظرية والتطبيق، دار الكتاب المصرية، مصر، ط1، 2004، ص373.

³ المنجد في اللغة والإعلام: منشورات دار المشرق، بيروت، ط2، 42، 2007، ص855.

مُسْتَضْعِفِينَ فِي الْأَرْضِ قَالُوا أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَسِعَةً فَهَاجِرُوا فِيهَا فَأُولَئِكَ مَأْوَاهُمْ جَهَنَّمَ وَسَاءَتْ مَصِيرًا
(97) ¹

أما علماء النفس فيعرفون الهجرة على أنها: غريزة فطرية في الإنسان، أي استعداد فطري موروث لا يحتاج إلى تعلم، ويدفع الكائن إلى القيام بسلوك خاص في موقف معين مثلها مثل غريزة التملك وغريزة المقاتلة.²

أما في معجم العلوم الاجتماعية فالهجرة ترتبط بالأشخاص والتجمعات السكانية ومعناها انتقال الأفراد من مكان ومن بلد لآخر.³

ويعرفها الأستاذ إيفرت لي (Evert.Lee) أنها التغيير الدائم أو شبه الدائم لمكان الإقامة دون أن نفيدها بمسافة معينة وإذا كانت حرة أو إجبارية، داخلية أو خارجية.⁴

وهناك تعاريف تنطلق في تعريفها للهجرة من معيار الدوافع أو الأسباب، فنجد مثلا الأستاذة ن.بارجي (N Berger) تأخذ بالتعريف الذي يركز على الدافع الاقتصادي وتعرفها على أنها: " العملية التي يذهب من خلالها شخص إلى غير بلده الأصلي من أجل إيجاد عمل في البلد المستقبل".⁵

الأستاذ عبد المالك صياد يذهب إلى أبعد من ذلك ويرى أن ظهور الهجرة كظاهرة حديثة في المجتمعات الصناعية مرتبط بالعمل الذي يعد السبب الرئيس لأي هجرة، وسوق العمل هو الذي يحدد مركز ووضع المهاجر الذي لا يتعدى أن يكون " قوة عمل مستأجرة".⁶ ولكن لا يمكن تعميم فكرة الربط بين الهجرة والعمل لأنه إذ كان يصدق على بعض واقع الهجرة إلى بعض الدول، فإنه لا ينطبق على كل الهجرات التي حدثت أو تحدث في الوقت الراهن هي هجرة يد عاملة، هناك هجرات من نوع آخر كما هو الحال مثلا بالنسبة للهجرة الاسكانية والهجرة السياسية(اللجوء).

وبذلك فيمكن القول بأن الهجرة هي ظاهرة متعددة الجوانب والدوافع الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، عرفت العديد من التطورات خاصة خلال سنوات التسعينيات من هذا القرن تحت تأثير

¹ القرآن الكريم: سورة النساء، الآية 97.

² انشراح النبال: المغترب ووسائل الاتصال، دار الفكر العربي، 1987، ص16.

³ زكي بدوي: معجم العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، 1977، ص127.

⁴ بوفير وآخرون: الهجرة الدولية، ماضيها حاضرها ومستقبلها، ترجمة فوزي سهاونة، عمان، 1982، ص31.

⁵ N Berger: La politique Européenne dasile et dimmigration, enjeux et perspective, bruxelles, bruylant, 2000, p15.

⁶A: Sayad:opcit,p61.

العولمة بمختلف أنواعها: العولمة الاقتصادية، عولمة الاتصالات والمواصلات، فضلا عن الاختلالات التي عرفها النظام الاقتصادي العالمي، دون أن ننسى الاضطرابات السياسية والحروب الأهلية، كل هذه العوامل ساعدت على مضاعفة حركات الهجرة وتغيير أشكالها ونماذجها، من هجرة الأفراد إلى هجرة عائلية إلى هجرة الكفاءات إلى هجرة العبور إلى اللجوء السياسي إلى الهجرة غير الشرعية.

مفهوم الهجرة غير الشرعية:

التعريف اللغوي: الهجرة تعني الاغتراب أو الخروج من أرض إلى أخرى أو الانتقال من أرض إلى أخرى سعيا وراء الرزق أو العلم أو العلاج أو أي منفعة أخرى، كما تعني الهجرة بصفة عامة الانتقال للعيش من مكان إلى آخر مع نية البقاء في المكان الجديد لفترة طويلة.¹

والهجرة اسم من فعل هجر يهجر هجرا وهجرانا، نقول هجر المكان أي تركه والهجرة هي الخروج من أرض إلى أخرى ومفارقة البلد إلى غيره.²

أما في اللغة الفرنسية فتتقسم الهجرة لغة إلى نقطتين:

- اللفظ الأول Immigré: وهو الشخص الذي يدخل إلى إقليم الدولة المستقبلية.
- اللفظ الأول Immigré: وهو الشخص الذي يدخل إلى إقليم الدولة المستقبلية مهاجرا أو وافدا وينطبق نفس المعنى على اللفظين Immigrant/ migrant

- اللفظ الثاني: Emigré: وهو الشخص الذي يغادر إقليم بلده مهاجرا إلى بلد آخر.³

ويعطي قاموس ويبتر الجديد ثلاث معاني للفعل هاجر Migrate هي:

الانتقال من مكان إلى آخر وبخاصة من دولة أو إقليم أو محل

سكن أو إقامة إلى مكان آخر بغرض الإقامة فيه.

الانتقال بصفة دورية من إقليم إلى آخر.

ينتقل أو يجول to transfer⁴

¹ معجم الكافي: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ط3، بيروت، 1994، ص1055.

² الفيروز أبادي مجد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، بيروت، دار الفكر، ج2، دون سنة الطبع، ص157.

3

⁴ تالين سميث: ترجمة محمد السيد غراب وآخرون: أساسيات علم السكان: القاهرة، دار الفكر العربي، 1971، ص499.

وفيما يتعلق بمصطلح الهجرة غير الشرعية فهو مركب من لفظين "الهجرة" ولفظ "غير شرعية" والذي يدل في معناه مخالفة القوانين والتشريعات المعمول بها في تنظيم دخول الرعايا الأجانب إلى الإقليم السيادي لدولة ما، وبذلك فالهجرة غير الشرعية هي كل حركة للفرد أو الجماعة العابرة للحدود خارج ما يسمح به القانون والتي ظهرت مع بداية القرن العشرين وعرفت أوج إزدهارها بعد إقرار سياسات غلق الحدود في أوروبا خلال سبعينيات القرن الماضي.

وكذا خرق كل القوانين والحدود من أجل الوصول إلى أوروبا.

التعريف الاصطلاحي:

الباحث علي الحوات: يعرفها بأنها انتقال أشخاص أو مجموعة من الأشخاص من دولة إلى أخرى بدون إذن قانوني من البلد المقصود وذلك بقصد العمل أو الإقامة لفترة قصيرة أو طويلة أو الإقامة الدائمة.¹

إجرائيا:

الهجرة غير الشرعية هي مسافرة الشباب دون تأشيرة عن طريق البحر، بحثا عن الحرية والحياة المستقرة بسبب الاضطرابات الداخلية وقد تكون إقامتهم مؤقتة أو دائمة.

الهجرة غير الشرعية:

ويطلق عليها عدة تسميات، الهجرة السرية، الهجرة غير الشرعية، الهجرة غير القانونية، وتعني دخول المهاجر إلى البلد بدون تأشيرات أو رخص مسبقة أو لاحقة، وتعاني غالبية دول العالم من مشكلة الهجرة غير الشرعية، وخاصة الدول الصناعية التي تتوفر فيها فرص العمل.²

أما الباحث علي الحوات فيعرفها بأنها انتقال أشخاص أو مجموعة من الأشخاص من دولة إلى أخرى بدون إذن قانوني من البلد المقصود، وذلك بقصد العمل أو الإقامة لفترة قصيرة أو طويلة أو الإقامة الدائمة.³

¹ رايح طيبي: الهجرة الشرعية (الحرقة) في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة، جامعة الجزائر، 2008، 2009، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلامية، ص20.

² عثمان الحسن محمد نور، ياسر عوض الكريم مبارك: الهجرة غير الشرعية والجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1. الرياض، 2008، ص17.

³ علي الحوات: الهجرة غير الشرعية إلى أوروبا عبر بلدان المغرب العربي، منشورات الجامعة العربية، ط1، طرابلس، 2007، ص56.

في حين عرفها المشرع الجزائري على أنها مغادرة الإقليم الوطني بصفة غير شرعية أثناء اجتيازه أحد مراكز الحدود البرية أو البحرية أو الجوية، وذلك بانتحاله هوية أو باستعماله وثائق مزورة أو أي وسيلة احتيالية أخرى للتملص من تقديم الوثائق الرسمية اللازمة، أو من القيام بالإجراءات التي توجبها القوانين والأنظمة السارية المفعول، وهي أيضا مغادرة الإقليم الوطني عبر منافذ أو أماكن غير مراكز الحدود.¹

وبذلك يمكن القول إن الهجرة غير الشرعية هي عبارة عن رحلة قاسية من العذاب يسلكها المهاجر نحو بلد ما بطريقة غير شرعية ومخالفة للقانون، أي من غير المنافذ المعدة للدخول والخروج وبدون إذن من الجهات المختصة.²

8- مجالات الدراسة:

من خلال دراستنا الميدانية لظاهرة الهجرة غير الشرعية لابد من حيز يمثل المناطق أو الأماكن التي أجريت بها، كما لها حيز زمني يحدد من خلال الفترة التي أنجزت أو استغرقتها هذه الدراسة، ومجال بشري يمثل العينة المختارة التي أجريت عليها الدراسة.

أ- المجال البشري:

يمثل المجال البشري مجموعة من الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، ولقد اعتمدنا على إجابات كل الجنسين ذكور وإناث، إذ يشمل المجال البشري 161 شاب يمثلون الدراسة التي تم اختيارها من ضمن الشباب.

ب- المجال المكاني:

هو المجال أو المكان الذي أجريت به الدراسة ولكي يكون الباحث ناجحا بمهمته وجب معرفة المجتمع الذي سوف تجري فيه الدراسة حتى يصل إلى النتيجة التي هو بصدد تقديمها للمجتمع بالنسبة للظاهرة التي تتم دراستها في الموضوع المقدم فقد كان مقر الدراسة هو ولاية جيجل.

ج- المجال الزمني:

أنجزت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2022/2021

¹ الجريدة الرسمية، العدد 15، ليوم 08 مارس 2009.

² تعريف إجرائي.

تم انجاز الاستمارة في شهر جوان الفترة الممتدة بين
تم توزيع الاستمارة بشكل الكتروني في تاريخ 10 جوان.

تم تحميل النتائج في أواخر جوان

تم إفراغ الاستمارة في الفترة الزمنية الممتدة ما بين أواخر جوان وبداية جويلية.

تم القيام بالعمليات الإحصائية والتفسير والتحليل وعرض النتائج

9- منهج الدراسة:

تعتبر خطوة اختيار المنهج الخطوة الأكثر أهمية في البحث العلمي وعلى أساسها يتم التحكم في

مصدقية نتائج البحث، ويتم اختيار المنهج من طبيعة +++ المدروسة حيث يعرف المنهج بأنه:

أسلوب لتفكير و العمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها، و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة، و بعبارة أخرى هو مسعى صارم و لكن يكون مقبولا و تترتب عليه نتائج ملائمة فإن يتطلب الصرامة و الشخص الذي يقوم بالبحث هو مطالب باحترام هذا المسعى الذي هو في الواقع طريقة دقيقة و صحيحة و منظمة¹.

وقد اعتمدنا في دراستنا الحالية على المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لهذه الدراسة الميدانية، حيث يقوم بدراسة المتغيرات ووصف الظاهرة موضوع الدراسة كما هي في الواقع، وإذا كان موضوع دراستنا يدور حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسويك للترويج للهجرة غير شرعية، فإننا نرى المنهج الأنسب لدراسة هذا الموضوع هو المنهج الوصفي التحليلي.

المنهج الوصفي: يعد المنهج الوصفي طريقة التحليل والتفسير بطريقة علمية منظمة من أجل الوصول إلى أهداف معينة، لوضعية مشكلة اجتماعية إذ يعرف على أنه: طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصورها كميًا عن طريق جمع المعلومات +++ عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.

يرتبط استخدام المنهج الوصفي غالبا بدراسة العلوم الاجتماعية والإنسانية والتي استخدم فيها منذ نشأته وظهوره، ولكن هذا لا يعني أن استخدامه وتطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب بل أنه يستخدم أحيانا في دراسات العلوم الطبيعية لوصف الظواهر الطبيعية المختلفة ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات زمنية من

¹ مورسي أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصة، الجزائر، د، 2004، ص36.

أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى المضمون الوصول إلى نتائج وتقييمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

إن المنهج الوصفي لا يتمثل فقط في جمع البيانات و المعلومات و تبويبها و عرضها، بل أنه يشمل كذلك على تحليل دقيق لهذه البيانات و المعلومات تفسير عميق لها و سير لأغراضها من أجل استخلاص الحقائق و التخمينات الجديدة التي تساهم في تراكم المعرفة الانسانية¹. والمنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة بحيث أشكالها وخصائصها كما هي ويعمل على توصيف الظاهرة من كافة جوانبها وذلك بهدف استنتاج الحلول وتحديد الأسباب والعلاقات التي أدت لحدوث هذه الظاهرة التنبؤ بمستقبل الظاهرة.

10-مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة بأنه: " تجمع الأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة تهتم الباحث". وبعبارة أخرى المجتمع هو مجموع وحدات البحث التي تريد الحصول على بيانات منها أو عنها، وقد يكون المجتمع عبارة عن وحدات إدارية أو منشأة اقتصادية أو مؤسسات تعليمية أو مؤتمرات شعبية². وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في بحوث الاعلام، مما يتطلب من الباحث التزام دقة بالغة يتوقف عليها اجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، وبناءا على هذه المعطيات فمجتمع دراستنا الأصلي للدراسة يتمثل في الشباب المستخدمون لشبكة الفيسبوك، والذي اخترنا 161 مفردة، من شباب ولاية جيجل الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، لمعرفة إن كانت تتشكل من خلالها الترويج للهجرة غير الشرعية.

11-عينة الدراسة:

لقد اعتمدنا أسلوب العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة الميدانية بحكم أن مجتمع البحث هو " الشباب" في ولاية جيجل الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية، ولأن مجتمع البحث كبير فلا يمكن القيام بدراسة شاملة حوله، إضافة الى عرقلة الظروف

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، ص ص66-67.

السائدة، والغير مناسبة لذلك لجآن إلى أسلوب العينة من أجل دراسة الموضوع، ولهذا اخترنا العينة الحصرية والعينة القصدية بحكم أننا في هذه الدراسة اخترنا شباب ولاية جيجل.

-**العينة:** هي جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة، لذلك يمكن تعريف العينة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة، لذلك يمكن تعريف العينة على أساس أنها مجموعة الوحدات التي يتم اختيارها من المجتمع الاحصائي، و لذلك يمكن تقسيم مجتمع الدراسة الى مجتمع غير معروف للباحث بحيث يلجأ لأجزاء المسح الشامل و ذلك لمعرفة بأن العينة التي تسحب من مجتمع الدراسة سوف تكون عينة غير ممثلة و لذلك يلجأ الباحث لإتباع طريقة المسح الشامل أما إذا كان الباحث يملك تصورا عن المجتمع و مفرداته فإن استخدام أسلوب العينات يكون أفضل¹.

-كما يمكن تعريف العينة بأنها تمثل مجموعة جزئية من المجتمع الأصلي للبحث، يتم اختيارها بطريقة عملية منظمة من جميع عناصر مفردات المجتمع و بنسبة معينة، بحسب طبيعة البحث و حجم المجتمع الأصلي في حين تحمل نفس الصفات أو الخصائص المشتركة و تعمل على تحقيق أهداف البحث².

-وأشار "قندلجي" بأن العينة تمثل نمودجا يمثل جزءا من وحدات المجتمع الأصلي للبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، و هذا النمودج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة وحدات مفردات المجتمع الأصلي³.

-أما تعريف " أبو زيد" للعينة هو على أنها عبارة عن مجموعة جزئية من المجتمع و التي تخضع للتحليل⁴.

¹ محمد عبد العال النعيمي واخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009، ص80.

² حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي " مدخل لبناء المهارات البحثية"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص 126.

³ عامر قندلجي: البحث العلمي، استخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص179.

⁴ محمد خير سليم أبو زيد: التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام spss، دار صفاء، عمان، ط1، 2010، ص24.

أ-العينة القصدية: يتطلب من الباحث في مثل هذا الأسلوب موضوع سياسي معرفة المجتمع معرفة الوحدات التي ترغب الباحث في توجيهه ، الاستبانة أو أخذ رأيهم في موضوع معين، فإذا أردنا رأي في موضوع سياسي معين فعلينا الذهاب الى رجال السياسة المعروفين من قبلنا لأخذ آراءهم حول القضية المعنية، و عليه فإن هذه المجموعة ليس بالضرورة تمثل المجتمع بل تمثل رأي هذه المجموعة من السياسيين، أو أخذ رأي حول تشريع قانون خاص لشريحة اجتماعية معينة أو فئة من الأشخاص فيكون الاستفسار من الفئة المعنية بذلك فقط تسمى هذه العينات بالقصدية أي التقصد أو التعمد في اجراء الدراسة لهدف معين و لغرض خاص¹.

-كما أن العينة المقصودة هي تلك العينة يقصد بها الباحث باختيارها ليعمم نتائج هذه العينة على الكل، فكثير من الباحثين يختارون عينة لسهولة جمعها أو مدرسة لسهولة مراجعتها و توفير المستلزمات الخاصة بالباحث بتلك الكلية².

-يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها، فإذا أراد الباحث أن يدرس تاريخ التربية في الأردن، فإنه يختار عددا من المربين ++++عينة قصدية تحقق أغراض دراسته، إنه يريد معلومات عن التربية القديمة في الأردن، وهؤلاء الأشخاص يحققون له هذا الغرض فلماذا لا يأخذهم لعينة؟ إذ ليس من الضروري أن تكون العينة ممثلة لأحد. فالباحث في هذه الحالة يقدر حاجته الى المعلومات و يختار عينة بما يحقق له غرضه³.

وتسمى أحيانا العمدية أو الفرضية التي تهدف تحقيق غرض معين و تسمى أيضا Madgmental Sample أي العينة الحكيمة، حيث يتم اختيار هذه العينة بناء على هدف الدراسة و معرفة المجتمع

الأصلي حيث يتم اختيار المفحوصين وفقا لبعض الخصائص النفسية أو الاجتماعية أو غيرها⁴.
ب-العينة الحصصية:

¹ محمد عبد العال النعيمي: تصميم وتحليل التجارب في البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2010، ص25.

² خالد أحمد فرحان المشهداني واخرون: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2015.

³ خالد عبد الحق واخرون: البحث العلمي " مفهومه وأدواته وأساليبه"، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ط14، 2012، ص103.

⁴ سيد محمود الطواب: البحث العلمي " أسسه وأساليبه" مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د.ط، 2015، ص143.

تعتبر العينة الحصصية من العينات التي يكثر استخدامها في البحوث التي تجري على قطاعات التجارة والمؤسسات التي تهتم باستطلاع الرأي، ولعل الشهرة التي اكتسبتها العينة الحصصية ترجع إلى استخدام معهد غالوب لاستطلاع الرأي الأمريكي لها في كثير من الدراسات التي تجريها.

ويعتمد هذا النوع من العينات على تحديد عمل الوحدات المطلوبة دراستها و اختيارها بشكل مباشر و ذلك لأن الباحث لا يستطيع تحديد احتمال سحب أي وحدة و دخولها في العينة و بالتالي فإنه لا يستطيع أن يعطي حكماً عن خطأ المعاينة أو مدى درجة و دقة المعاينة كما أنه لا يستطيع تعميم نتائجها على المجتمع المسحوب منه غير أنها تعطي مؤشراً عن الخاصية المدروسة¹.

- وتستخدم العينة الحصصية غير الاحتمالية في مقابلات المعاينة و تقوم عن افتراض أن العينة تمثل المجتمع أن التغير بالنسبة الى متغيرات العينة الحصصية على نفسها بالنسبة إلى متغيرات المجتمع، لذا تعد العينة الحصصية نوعاً من العينة العشوائية الطبقة و لكنها تختار أفراد الطبقة بطريقة غير عشوائية، إذ تعتمد على تقسيم المجتمع الى مجموعات خاصة ، ثم حساب حصة كل مجموعة اعتماداً على المجتمع الى مجموعات خاصة، ثم حساب كل مجموعة اعتماداً على علاقتها بالبيانات المتوفرة و حجم المجتمع ، ثم الحصول على تلك الحصة بأيسر الطرق.

- يتم سحب العينة الحصصية في الحالات التي لا يكون فيها المجتمع متجانس مع توفر احصائيات عن توزيع مجتمع البحث على الخصائص كالسن و الجنس و غيرها، فيقوم الباحث ببعض الإجراءات التي تمكنه من الوصول لعينة متشابهة لمجتمع الدراسة، فقد يحدد في اختيار العينة أكثر من خاصية².

- إن العينة الحصصية يسميها بعض الباحثين بالعينة الضعيفة و قياسها (5-10) مفردات، وهي مهمة في الدراسات الصحية والفلاحية لكونها تعتمد على تقديم شروحات وافية حول موضوع الدراسة³.

-العينة الحصصية تعني اختيار عينة تمثل الحصص أو الفئات المختلفة في المجتمع و بنفس نسب تواجدهم، فإذا كانت العينة المطلوبة من الجنسين ذكور و اناث و كانت نسبهم في المجتمع 1/2 فيجب أن تؤخذ العينة بنفس النسب¹.

¹ محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط6، 2016، ص93.

² رواية بنت أحمد القحطاني، سعود بن صيحان الضحيان: النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، دراسة مطبقة على عينة من رسائل الدكتوراه تجمعي الملك سعود الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة القيوم، ال عدد20، ص446.

³ حمام محمد زهير: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، أمواج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص18.

12- أداة الدراسة:

تختلف أدوات ووسائل جمع البيانات باختلاف موضوع الدراسة، وفي دراستنا هذه اعتمدنا على الأدوات التالية:

-استمارة الاستبيان:

و تعرف أداة الاستبيان على أنها مجموعة الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة و المرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث، و ذلك في ضوء موضوع البحث و المشكلة إلى اختيارها.²

كما عرفها عبد الرحمن محمد السعدلي: أنها أداة ووسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة مطبوعة تتكون من قائمة أسئلة توجه للأفراد المفحوصين للإجابة عنها بأنفسهم، و ذلك من أجل الحصول على معلومات حول موضوع ما.³

الاستبيان أيضا هو أداة من أدوات جمع البيانات الأولية يتكون من مجموعة من الأسئلة المتنوعة و المختلفة، تقدم من الباحث إلى المبحوثين بغرض الإجابة عليها قصد استعمالهم في دراسة ظاهرة معينة و يعرف أيضا كذلك على أنه أداة لجمع البيانات تتضمن مجموعة من الأسئلة و الجمل الإخبارية يطلب من المبحوثين الإجابة عليها تم يحددها الباحث حسب أغراض البحث.⁴

أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة و الجمل الخبرية التي يتطلب من المفحوص الإجابة عليها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث.⁵

مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.

وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق اعداد استمارة يتم من قبل عينة ممثلة من أفرادها، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب.¹

¹ سمية عبد الوراث: البحث التربوي والنفسي، دليل تصميم البحوث، أمواج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص100.

² عامر إبراهيم القندلجي: البحث العلمي في الصحافة والاعلام، دار المسيرة عمان، ط1، 2015، ص178.

³ عبد الرحمن محمد السعدلي وآخرون: مدخل إلى البحث العلمي (المفاهيم، الأسس، الإجراءات والتقويم)، دار الكتاب بالحديث للنشر، القاهرة، دط، 2013، ص79.

⁴ عوينان عبد القادر: محاضرات في المنهجية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية علوم التسيير، جامعة كلي مجند أو الحاج، 2017-2018، ص30.

⁵ عودة أحمد سليمان وزميله: أساسات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، مكتبة الكتاني، أريد، ط2، 1992، ص184.

في هذه الدراسة اعتمدنا على الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات التي تساعدنا على الحصول على إجابات نحتاج التعرف عليها في هذه الاستمارة والتي يتم توزيعها على المبحوثين وهم فئة محددة من الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لترويج للهجرة غير الشرعية حيث اعتمدنا في هذه الاستمارة على الأسئلة المفتوحة والمغلقة والأسئلة المفتوحة المغلقة معا لكي يعد المبحوث الإجابة بحرية وعدم التصنيف عليها.

13- الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

الدراسة 01:

دراسة الباحث " طيب كمال" تحت عنوان " ظاهرة الهجرة غير الشرعية في العلاقات الأورو مغاربية" وهي رسالة لنيل شهادة الماجستير والعلوم السياسية والعلاقات الدولية بجامعة الجزائر، سنة 2011-2012، حيث قدمت +++ رئيسي تحكي في كيفية تأثير الهجرة غير الشرعية في الأمن في المنطقة الأورو مغاربية كما هناك ثلاث أسئلة فرعية تمثلت في:

- ماهي الأسباب الحقيقية المساعدة على زيادة الهجرة من الدول المغاربية الى الدول الأوروبية؟

- ماهي الآليات المساعدة على معالجة ظاهرة الهجرة بين الدول المغاربية؟

- ما هو مستقبل الهجرة في المنطقة الأورو مغاربية؟

كما تحتوي على فرضيات مفادها:

- ترتبط الهجرة غير الشرعية بمشاكل اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية.

- تعد التنمية والقضاء على البطالة أحد أهم آليات الأكثر فعالية للحد من الهجرة غير الشرعية.

- يلعب التعاون الدولي والتنسيق الأمن دورا في الحد من ظاهرة الهجرة.

• المنهج المعتمد:

اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي والمقارن بهدف وصف وتحليل الظاهرة وتفسيرها ومقارنتها بغيرها من خلال معرفة تفاهم الدراسة وتحسينها.

• العينة:

¹ الرفاعي أحمد حسين: مناهج البحث العلمي - تطبيقات إدارية اقتصادية -، دار وائل، عمان، دط، 1998، ص181.

اعتمدت الدراسة على العينة القصدية

النتائج التي توصلت إليها:

- سياسة تساعد على تضخم المشاكل الاقتصادية والاجتماعية وإيجاد الحلول بعيدة المدى.
- رؤية مستقبلية لا تعالج أوز تنظر للهجرة غير الشرعية كجريمة بل تعالجها كأزمة اقتصادية اجتماعية وإنسانية.
- نبذ كل النزاعات والتميز الثقافي والاجتماعي التي تعيق التوصل للإنساني والتفاهم والتسامح والحوار والتعاون لبناء مجتمع اسلام.

قراءة في الدراسة:

- تناولت هذه الدراسة ظاهرة الهجرة غير الشرعية في العلاقات والأورو مغاربية وتجلت في كيفية تأثير الهجرة غير الشرعية على الأمن في المنطقة الأورو مغاربية وبحثت في الأسباب الحقيقية والمساعدة على تزايد ظاهرة الهجرة من الدول المغاربية الى الدول الأوروبية والآليات المساعدة على معالجة الظاهرة ومستقبل الظاهرة في المنطقة.
- وقد تشابهت الدراسة مع دراستي من حيث المنهج، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي، وأيضا معالجة نفس الموضوع "الهجرة غير الشرعية"، كما تشابهت في العينة القصدية.

الدراسة 02:

- بعنوان " واقع الهجرة غير الشرعية " فكرون عز الدين مختار " و " الجد علي فتاح " مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، المجلد6، ال عدد1، يونيو2017، جامعة المرقب، كلية الاقتصاد والتجارة، ليبيا.
- وفي هذا الإطار تتحدد إشكالية الدراسة حول معرفة مدى خطورة ظاهرة الهجرة غير الشرعية على المجتمع الدولي، وما ينتج عليها من مشاكل اجتماعية وسياسية وصحية تؤثر على الدول سلبا ومن خلال ذلك طرحت مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما هي أسباب ودوافع الهجرة غير الشرعية الى دول الشمال؟

- هل هناك سياسات أو أليات تتخذها الدول المتأثرة في معالجة أو مكافحة ظاهرة الهجرة غير الشرعية؟
- إلى أي مدى ساهم الحوار والشراكة بين دول الشمال ودول الجنوب في الحد من الهجرة غير الشرعية لدول الجنوب؟

منهج الدراسة:

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التاريخي والذي سيتم توظيفه لتفسير تحليل الحقائق والبيانات التي جمعها عن الهجرة غير الشرعية للدول المصدرة والمستقلة لها، إضافة الى الاستفادة من المنهج دراسة الحالة من أجل تفسير الظروف المختلفة التي تحيط بهذه الظاهرة.

نتائج الدراسة:

استخلص الباحثان جملة من النتائج أبرزها:

أن الأسباب الحقيقية لهجرة الشباب تعود إلى تدنى المستويات الاقتصادية والأجور والتنمية في بلدانهم والى عدم الاستقرار السياسي من حروب أهلية.

قراءة في الدراسة:

تناولت هذه الدراسة واقع الهجرة غير الشرعية وقد تتحدث اشكاليته حول معرفة مدى خطورة الهجرة غير الشرعية على المجتمع الدولي وما ينتج عنها من مشاكل كما تناولت أسباب ودوافع الهجرة غير الشرعية ومدى مساهمة الحوار والشراكة بين دول الشمال ودول الجنوب في الحد من الظاهرة. وقد تلاءمت هذه الدراسة مع دراستي كونها تناولت نفس الظاهرة وهي ظاهرة الهجرة غير الشرعية، واختلفت معها في المنهج المعتمد حيث اعتمدت على المنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة في حين دراستي تناولت المنهج الوصفي.

الدراسة 03:

دراسة لساعد رشيد تحت عنوان " واقع الهجرة غير الشرعية في الجزائر من منظور الأمن الإنساني، وهي مذكرة مقدمة لنيل شاهدة الماجستير في العلوم السياسية بجامعة محمد خيضر بسكرة سنة (2011-2012) تخصص دراسات مغاربية، بقسم العلوم السياسية، بكلية الحقوق والعلوم السياسية.

وقد كانت إشكالية هذه الدراسة بعنوان رئيسي: " هل يمكن أن تساهم آلية الأمن الإنساني في التقليل

من ظاهرة الهجرة غير الشرعية في الجزائر؟"

كما تفرغت منها أسئلة جزئية أهمها:

- ما طبيعة الهجرة السرية التي تواجهها الجزائر؟

- هل هناك علاقة فعلية بين الهجرة غير الشرعية ومؤشرات الأمن الإنساني؟

- ما مدى فعالية الاستقراء بالأمن الإنساني في الحد من ظاهرة الهجرة غير الشرعية السرية في الجزائر؟

أما فرضيات الدراسة تجلت هي الأخرى في:

- الأسباب الاقتصادية والاجتماعية تقف وراء رغبة الشباب في الهجرة غير الشرعية.
- أن غياب المرتكزات الأمن الإنساني في الواقع الجزائري يساهم في الهجرة غير الشرعية.
- أما أهداف الدراسة فكانت هي الأخرى:
- تحديد مدى أهمية الموقع الجغرافي للجزائر في إذكاء ظاهرة الهجرة غير الشرعية.
- تسليط الضوء أكثر على مفهوم حديث العهد ألا وهو مفهوم وابرار الدول الأوروبية في المساهم في الحد من ظاهرة الهجرة غير الشرعية.

أما المنهج العلمي الذي اعتمد عليه الباحث فهو المنهج الوصفي لتحليل والذي يتضمن وصف وتسجيل وتحليل وتقدير الظروف المختلفة والمحيطه بظاهرة محل الدراسة.

أما عينة الدراسة تتجلى في مجموعة من السجلات والوثائق بإضافة الى مجموعة من الاحصائيات من الجهات الرسمية (الدرك الوطني-المديرية العامة للأمن الوطني) باتباع خطوات المنهج الاحصائي لجمع المعلومات وتبويبها وتفسيرها.

أما نتائج الدراسة فتجلت في تحقيق تبات الفرد بأن تلعب الدوافع الاقتصادية والاجتماعية دوراً بارزاً في الدفع نحو اتخاذ قرار الهجرة غير الشرعية والتي سميت في القديم أو الأدبيات القديمة بالأسباب الكلاسيكية، وكذلك غياب الأمن الإنساني والذي جعل المواطن أو الفرد محور اهتمام يساهم هو كذلك في الإقبال على الهجرة الشرعية نتيجة الاختلالات والعراقيل الموجودة في المجتمع +++ عوامل أخرى

الدراسة 04:

دراسة "المحمد غزالي" الهجرة السرية في الجزائر من خلال الصفحات المكتوبة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع بجامعة محمد خيضر بسكرة، 2010-2011، تخصص علم الاجتماع قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تضمنت الدراسة تساؤل رئيسي مفاده:

- كيف تم تناول ظاهرة الهجرة السرية من خلال جريدة الشروق اليومي الجزائرية؟

كما تمثلت الأسئلة الغربية فيما يلي:

- ماهي الخصائص المهنية التي اعتمدها جريدة الشروق اليومي خلال معالجتها لظاهرة الهجرة السرية؟

المنهج المعتمد: منهج تحليل المضمون.

العينة: اعتمدت عمل العينة القصدية.

- نتائج الدراسة:

- تخصيص الصحافة الجزائرية المتمثلة في عينة عددا كافيا ومقبولا من المواد الإعلامية المتعلقة بظاهرة الهجرة السرية الأمر الذي يدل على اهتمام الاعلام بهذه الظاهرة.
- يرى الباحث أن الصحافة الجزائرية لا تزال ترى المهاجر السري وفق منظور خطير لا يراعي مواصفاته الجديدة المستندة إلى تزحج في المعايير التقليدية.
- قراءة في الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع الهجرة السرية في الجزائر خلال الصفحات المكتوبة، حيث درست كيفية تناول ظاهرة الهجرة السرية من خلال جريدة الشروق اليومي الجزائرية، كما تناولت الخصائص المهنية التي اعتمدها جريدة الشروق اليومي خلال معالجتها للظاهرة ونوع المواضيع التي ركزت عليها الجريدة.

الدراسة 05:

دراسة أعدها " أحمد طه وتامر على أحمد" تحت عنوان: معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لمشكلة الهجرة غير الشرعية بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي السادس عشر كلية الاعلام، جامعة القاهرة 2010.

تناولت الدراسة في الإشكالية ظاهرة الهجرة غير الشرعية ومعالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لهذه المشكلة التي انتشرت في المجتمع المصري خلال السنوات الأخيرة، وفي هذا الإطار حاولت هذه الإشكالية الإجابة على تساؤل رئيسي مفاده:

-كيف عالجت البرامج الحوارية التليفزيونية ظاهرة الهجرة غير الشرعية؟
ويتفرع هذا التساؤل إلى عدد من الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي أسباب ظاهرة الهجرة غير الشرعية من وجهة نظر البرامج الحوارية التليفزيونية؟
 - هل هناك علاقة بين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها البلاد وبين انتشار هذه الظاهرة؟
 - ما هي أكثر فئات الجمهور المرتبطة بمعالجة مشكلة الهجرة غير الشرعية.
- مزج الباحثين في هذه الدراسة بين ثلاث مناهج وهي المنهج المسح الوصفي والتحليلي، وذلك لمسح عينة من البرامج الحوارية التيتم اختيارها للتعرف على أسلوب معالجتها لظاهرة الهجرة غير الشرعية والمنهج الكيفي لتحليل مضمون ما يرد بالبرامج الحوارية التليفزيونية الثلاثة، والمنهج المقارن لمعرفة أوجه الاختلاف والتشابه بين معالجة البرامج الحوارية الثلاثة لمشكلة الهجرة غير الشرعية.

أما عينة الدراسة فلقد لجأ الباحث إلى اختيار ثلاثة برامج هي (القاهرة اليوم بقناة الأوروبية، والحياة اليوم بقناة الحياة الفضائية الخاصة، البيت بيتك بالقناة الثالثة الأرضية) حيث تم إجراء مسح لهذه البرامج خلال الفترة من 01 مارس 2009 وحتى 31 مارس 2010، وتحليل ما ورد بحلقات هذه البرامج الثلاثة بشأن ظاهرة الهجرة غير الشرعية.

لنتوصل هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- القيم السلبية الأكثر وضوحاً في المعالجات الإعلامية لقضية الهجرة غير الشرعية، هي القيمة التي تؤكد على سوء إدارة الموارد البشرية في مصر وذلك نسبة 60%، لعدم استغلال قدرات الشباب المصري في توفير فرص العمل لهم في مصر.

- البطالة هو السبب الرئيسي الذي يدفع الشباب إلى الهجرة غير الشرعية بحثاً عن فرص عمل أو أفضل خارج مصر.

أوجه الاتفاق:

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أنها تبحث في نفس المتغير "الهجرة غير الشرعية"، أما من ناحية المنهج فكلتا الدراستين اعتمدا على المنهج الوصفي.

أوجه الاختلاف:

اختلفت الدراستين في أداء جمع البيانات حيث أن دراستي اعتمدت على الاستبيان، أما هذه الدراسة فقد اعتمدت على استمارة تحليل المضمون لمحتوى مادرة إعلامية، كما اختلفت هذه الدراسة مع دراستي الحالية في العينة حيث اعتمدت على اختيار ثلاث برامج أما دراستي فاعتمدت على دراسة عينة من الشباب.

الدراسة 06:

دراسة رابح طيبي، الهجرة غير الشرعية (الحرقة) في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية بجريدة الشروق اليومي من 1 جانفي 31 ديسمبر مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر سنة 2008-2009م.

تتحدد مشكلة الدراسة في البحث عن علاقة الهجرة غير الشرعية والصحافة المكتوبة من خلال

الإشكال الرئيسي الذي طرحه:

- كيف عالجت جريدة الشروق اليومي موضوع الهجرة غير الشرعية في الجزائر؟ وطرح عدة تساؤلات أخرى منها: ما هو اتجاه المادة الإعلامية الذي ظهرت به الجريدة للتعبير عن موقعها من الهجرة الشباب؟ وظف الباحث في دراسته المنهج التحليلي التاريخي في الجانب النظري أما الجانب التطبيقي تم استخدام منهج المسح بأداة تحليل المضمون في 63 عدد من جريدة الشروق تم اختيارها بطريقة قصدية ليتوصل الباحث الى النتائج التالية:

-الاتجاه العام لصحيفة نحو موضوع الهجرة غير الشرعية كان محايدا، وذلك راجع لاعتبارات نقل صورة حقيقية لتداعيات الظاهرة.

-لصحيفة لم تتعمق في الظاهرة، حيث أن الأنواع الصحفية التي اعتمدها لتغطية الموضوع اقتصرت على التقارير والأخبار.

-الموضوعات المتعلقة بتوقيف المهاجرين هي المسيطرة على موضوعات الظاهرة في الصحيفة حيث اقتصرت على تغطيتها على اعلام القارئ بالظاهرة فقط.

أوجه الاتفاق:

تتفق دراستي مع دراسة الباحث في أنها تبحث في نفس المتغير " الهجرة غير الشرعية".

أوجه الاختلاف:

تختلف كل من الدراستين في الأداة المستخدمة حيث أنه في دراستي تم الاعتماد على استمارة الاستبيان، أما في هذه الدراسة تم الاعتماد على أسلوب تحليل المحتوى، أما من ناحية عينة الدراسة فالباحث اعتمد على تحليل ثلاث برامج تلفزيونية في حين أن دراستي فهي دراسة ميدانية على عينة من الشباب وهنا يكمن الاختلاف.

مناقشة الدراسات السابقة:

من خلا ما سبق ذكره من الدراسات سواء العربية أو الجزائرية يأتي إلى فكرنا أهمية الموضوع، و هذا ما يدفعنا إلى الاهتمام بظاهرة الهجرة غير الشرعية، وهذه الدراسات مست جانباً من دراستنا كما أنها تخدم الموضوع سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، إلا أننا نلاحظ نقص الدراسات الجزائرية التي تهتم بهذا الجانب الذي يقوم بدراسة خاصة في علم الاجتماع وعلوم الاعلام والاتصال، في حين أنها تشكل خطراً كبيراً على المجتمع لكن هذه الدراسات تساهم في إبراز أهمية الموضوع خاصة فيما يتعلق بالأسباب المتعلقة بالظاهرة المدروسة، ومن هنا نسعى بدراستنا لتقديم إيجابي في هذا المجال إبراز أهمية الموضوع خاصة من الناحية الاجتماعية.

وقد تلاهمت هذه الدراسة مع دراستي كونها تناولت الهجرة السرية، واختلفت مع دراستي في المنهج حيث اعتمدت على منهج تحليل المضمون، كما تشابهت أيضا في العينة وهي العينة القصدية.

14- النظرية المؤطرة للدراسة:

كل دراسة تحتاج إلى مقارنة سيكولوجية تتطابق مع طبعة الموضوع وهي تعتبر عماد الدراسة أو الاتجاه الذي يسلكه الباحث، وعلى هذا الأساس تختلف استعمال المقاربة السيوسيكولوجية باختلاف المواضيع المدروسة ولهذا وحسب الدراسة التي قمنا بها فإن النظرية البنائية الوظيفية هي النظرية الأنسب في التعرف على مجتمع البحث ودراسة الظواهر المحيطة بها التي تنتج عنه أو يتأثر بها.

النظرية البنائية الوظيفية:

1- مفهوم النظرية:

لغة: إن مفهوم النظرية يتمثل في الدلالة الشائعة و لفظ نظرية مشتق من النظر الذي يحمل دلالة معنى التأمل العقلي وفي الفرنسية تعني النظرية بناء أو نسق متدرج من الأفكار الذي يتم الانتقال فيه من المقدمات الى النتائج في حين يعرفها لسان العرب لابن منظور على أنها ترتيب أمور معلومة على وجه يؤدي الى استعلام ما ليس بمعلومة وقبل النظر طلب علم عن علم¹.

أما المعجم الفلسفي " لا لاند فيعرفها على أنها انشاء تأملي للفكر يربط نتائج بمبادئ و أنطلق لا لاند من هذه الفكرة الى اعتبار أن النظرية بناء فرضي استنباطي بعكس رؤية العالم حول قضية متنازع حولها كما أنها تقابل المعرفة الجزئية على أنها النظرية تركيب كلي يسعى إلى تفسير عدد من الظواهر و يسلم بها كفرضية تحمل التصديق أو التكذيب².

اصطلاحا:

النظرية عبارة عن مجموعة من المفاهيم التعريفات الاقتراحات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديدها للعلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بالظاهرة، و ذلك بهدف تفسير تلك الظاهرة أو التنبؤ بها مستقبلا، فحسب مورسي أنجرس فإنه إذا كانت الفرضية هي إقرار غير حقيقي بوجود علاقة بين متغيرين أو أكثر فإن النظرية هي إقرار غير حقيقي لوجود علاقة ما بين متغيرات محققة+++³.

¹ منال هلال مزار: نظريات الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012، ص162.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص79.

³ مورسي أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، بو زيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص54.

ومن هنا يمكن القول بأن النظرية هي ممارسة علمية دقيقة بعيدة عن العشوائية ما دام البحث العلمي في غياب النظرية هو بحث أعمى¹.

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الاعلام والاتصال، ووظائفها المختلفة وكذلك الآثار المترتبة على استعمالها سواء بالنسبة للفرض أو المجتمع.

مفهوم البنائية الوظيفية مركب من جزئيين:

البناء (structure): وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.

الوظيفة (Function): يشير هذا المصطلح الى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة للحفاظ على استقرار و توازن المجتمع².

نشأة النظرية البنائية الوظيفية:

تستمد النظرية البنائية الوظيفية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة من العلماء التقليديين و المعاصرين الذين ظهوروا على وجه الخصوص في المجتمعات الرأسمالية حيث اهتمت بدراسة كيفية حفاظ المجتمعات على الاستقرار الداخلي والبقاء عبر الزمن وتغير التماسك الاجتماعي والاستقرار، وهذا ما تمثل في أفكار رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال إميل دور كاجم، أوغست كونط، وأيضا آراء العديد من علماء علم الاجتماع الأمريكيين المعاصرين من تالونبار سونز-روبير تميرون³.

فروض النظرية:

- يفترض الوظيفيون وجود متطلبات وظيفية لابد من توفرها معا والنسق واستمراره ويتضمن المعنى هنا اشتراط وجود هذه المتطلبات وأن عدم وجود بعضها يخل حالة النسق ويمدد وجوده واستمراره.

- يتكون المجتمع أو المجتمع المحلي أو المؤسسة أو الجماعة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء أو وحدات مختلفة بعضها عن بعض، وعلى الرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوية الوحدات.

- إن الأجزاء التي تكون المؤسسة أو المجتمع أي الظاهرة الاجتماعية هي أجزاء متكاملة، فكل جزء يكمل الجزء الآخر وكل تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على البقية⁴.

¹ لارامي فال: البحث العلمي في الاتصال للبحث الترجمة، ط2، الجزائر، 2009، ص160.

² محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، علم الكتب، القاهرة، 2004، ص31.

³ ميرفت الطرايش وعبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص99.

⁴ إبراهيم عيسى عثمان: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص ص 47-49.

- فوظيفة كل عنصر من عناصر النظام الاجتماعي تعبر ضرورة وتتم على نحو متكرر تلبية للحاجات الاجتماعية مثلها مثل أجزاء الكائن الحي فلا يمكن تصور أن أحد أعضاء الجسم لا يؤدي وظيفته لوحدت ذلك فإن هذا الكائن سيصاب بمرض ما أو ربما يؤدي إلى فئاته، ويمكن أن ستشهد في ذلك مثلاً بوظيفة الرئة في جسم الانسان فإذا أصيبت لمرض معين فإن هذا الإنسان سيجد صعوبة في التنفس، فكذا الحال بالنسبة لعناصر النظام الاجتماعي أو الأجراء النسق فهي مطالبة بتحقيق وظيفتها على نحو متكرر حتى تساهم في استقرار وتوازن المجتمع.

-الانتقادات الموجهة للنظرية البنائية الوظيفية:

تعرضت البنائية الوظيفية إلى ثورة انتقادات كبرى، إذ أخذ على هذا الاتجاه أنه أحادي النظرة، بمعنى أنه لا يرى ويبحث في النسق الاجتماعي إلا أبعاد أخرى للظاهرة الاجتماعية، مثل أبعاد التغيير الاضطرابات الأمراض المشكلات الاجتماعية كما أنصب التركيز على الجوانب الثابتة من النسق الاجتماعي والأبعاد الثقافية للنسق كانت أكثر استخداماً في التفسير من غيرها من مكونات النسق، وهناك إهمال غير مقبول لعنصر أساسي في فهم تغيير تطور المجتمعات المتمثل في موضوع الصراع الاجتماعي.

وبذلك فهي تركز على الثبات الاجتماعي الأكثر من اهتمامها بقضايا التغيير الاجتماعي كما أخذ عليها تطرفها الشديد في التركيز على محاكاة نماذج العلوم الطبيعية والاهتمام الفرد في الجوانب الثابتة على حساب الجوانب الحركية المتغيرة.

حيث اعتبرها " داهر ندورف" من قبيل اليوتوبيا، بينما رأى " بوبوف" عالم الاجتماع السوفيتي إنها تصور المجتمع على أنه نظام أبدي لا يعرف التطور والانتقال إلى وضع جديد.

بينما رأى " رايت مليز" في كتابه التصورات السوسولوجية أن بارسونز قدم مبررات أخلاقية لاستقرار القوى المتحكمة في السلطة، من خلال التركيز على الاستقرار تحقيق التوازن مراقبة سلوك الأفراد بغرض قيم ومعايير فوقية تحارب مسبقاً أي محاولة للتغيير أو أي شكل من أشكال التمرد كما أخذ عليه

استخدامه لمفاهيم مركبة ولغة غامضة زادت من تعقيد الظاهرة الاجتماعية أكثر مما قسرتها.¹

- الرد على الانتقادات الموجهات للنظرية البنائية الوظيفية:

ساعدت النظرية البنائية الوظيفية من خلال تحليلات بارسونز إلى توظيف الصراع أو التعارض وتأهيله لاستقرار النسق الاجتماعي إدارة التوتر واستغلاله كأحد المتطلبات الوظيفية في طرح مقولات جديدة تؤمن بالتغيير أهميته في تطوير وتحديق النظرية فاعترفت بحالات التفكك التي تصيب أي نسق اجتماعي وتحدث به الكثير من مظاهر الخلل الوظيفي التي تعتبر بمثابة معوقات وظيفية تواجه النسق الأكبر وفي هذا الحدث حددت كتابات " روميرتون " مظهرين للعناصر الاجتماعية الثقافية تمثل في:

1- عناصر وظيفية تسعى الى المحافظة على النسق ضمان استمراره وبقائه.

2- عناصر غير وظيفية تظهر مشكلات عدم التكيف أو التوافق من ناحية النسق العام، وعدم القدرة على التنسيق بين أعضائه واحتياجات هؤلاء الأعضاء من ناحية أخرى.²

وقد حرس " ميرتون " على ضرورة المناداة بالتوازن في طرح فكرته عن مفهوم البداء الوظيفية التي توضح إمكانية تعدد الوظائف فزاد على التحليل الوظيفي البنائي اضافتين هما:

* مفهوم المعوقات: الوظيفة الناجمة عن عدم التكيف.

* التمييز بين نوعين من الوظائف، الوظائف الظاهرة وهي وظائف يمكن ملاحظتها وتساهم في الحفاظ على النسق وتعكس مجموعة الأهداف العامة الخاصة، الوظائف الكاتمة وهي التي لم يتوقع ظهورها أو وجودها ومع ذلك توجد بصفة ضمنية.³

- تطبيق النظرية على موضوع الدراسة:

تم اختيار هذه النظرية لكي نسلط الضوء على الدور والوظيفة التي تؤديها الفاسبوك بحيث اعتبرت هذه النظرية مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها شبكة الفاسبوك بناء نسق اجتماعي وأن هذه التقنية

¹ غربي محمد قلاوإ إبراهيم: النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حملة لخضر، الوادي، العدد 18 أكتوبر 2016، ص193.

² رداف نصيرة: تصورات الشباب الجزائري للاختيار للزواج عن طريق الإعلانات الصحفية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منثوري قسنطينة، 2008-2009، ص54.

³ عبد الله محمد عبد الحمن: النظرية في علم النظرية سوسولوجية، المعاصرة، ج2، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص22-23.

الجديدة من بين العوامل التي تسهم في إقرار التوازن أو الإخلال به في البناء المجتمعي ككل، وباعتباره عنصر يعمل من خلال وظائفه على تلبية حاجات ورغبات المجتمع. وتم تطبيق النظرية البنائية الوظيفية في الدراسة لتعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية باعتبار الشباب جزء من المنظومة الاجتماعية التي تعني بالمضامين الخاصة للترويج للهجرة غير الشرعية التي تنتشرها الصفحات الفيسبوكية.

15- صعوبات الدراسة:

- من خلال قيامنا بهذه الدراسة التي تدور حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية" اعترضتنا مجموعة من العراقيل يمكن تلخيصها في النقاط التالية".
- نقص المراجع التي تناولت موضوع الدراسة خاصة في مكتبة الجامعة.
- كانت الاستمارة الكترونية مما أدى إلى ضياع بعض الوقت للوصول إلى العدد المطلوب، وعدم إجابة الباحثين بمصادقية على أسئلة الاستمارة مما كانت بعض الإجابات في نوع من التحايل.
- تصادم وقت انجاز المذكرة مع بعض الارتباطات الخارجية مما جعلنا مضطرين إلى التوقف عن إنجازها في فترات معينة.

الفصل الثاني

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط بالعلاقات الإنسانية، فتكنولوجيا الإنترنت بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الرابع بعد الجيل الثالث من الإنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية، فمنذ ظهورها استطاعت في سنوات قصيرة جذب الملايين من المستخدمين وكثير منهم اندمجوا في هذه المواقع حتى أصبحت ضمن ممارساتهم اليومية، وتعددت هذه المواقع ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دورا بارزا في التعريف بها وكان في المقابل الفضل لهذه المواقع في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث.

وفي هذا الفصل سوف نتطرق إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها ومكوناتها كما سنتطرق إلى أحد أهم أنواع هذه المواقع الاجتماعية وهي شبكة الفايسبوك للتعرف على خصائصه ومستخدميه وإيجابياته وسلبياته.

أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي Social Network sites

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على ملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

صنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء

المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملف أو صور...إلخ.

إذ هي شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم¹.

ثانيا: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

في عام 1954م صاغ جون بارز والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات كالعائلات والأسر. وبعد اختراع شبكة العنكبوت الدولية (الإنترنت) في منتصف التسعينات من القرن الماضي بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل class males.com سنة 1995م، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العلمية في أماكن متباعدة وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم وعضوية هذا الموقع مجانية، لعالمة النفس الأمريكية: "ستانلي سيلغرام" موقع sixadegree، وبعد عامين أطلق موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية إلكترونية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك تعريفية وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما ظهرت منذ عام 1998 مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تحقق نجاحا لعدم جودتها.

في كاليفورنيا من fraen dater وفي ما بين 2002 و2004 ظهر موقع skrock وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة abroms jonthan للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007م².

¹ ماهر عودة الشمالية، وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص199.

² حسن محمد هينمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص 78-79.

ومع بداية عام 2005 زاد فحو شبكات التواصل الاجتماعي، فظهر orkuk في البرازيل والهند ronreu في الصين، و mixi في اليابان، eyword في كوريا الجنوبية، facebook في بريطانيا والولايات المتحدة، بالإضافة إلى موقع may space الأمريكي الشهير¹. ويعتبر موقع (ماي سباسي) من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها من مستوى العالم ومعه منافسة الشهير لفيس بوك، والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع (ماي سباسي) في عام 2007 قام موقع فايس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 800 مليار مستخدم على مستوى العالم². هذه الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة لكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل: الخصوصية الهوية ورأس المال المجتمعات واستخدامات المراهقين³.

ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

- التفاعلية والتشاركية:

وتعني أن المستخدم يستطيع الحصول على المعلومات ويتمكن من التفاعل مع مصدر المعلومات ومع المستخدمين الآخرين وعن طريق هذه الميزة يتشارك المستخدمون مما ينشرون من موضوعات عبر الحوار والمناقشات وإبداء الآراء والاستفادة من آراء الآخرين وذلك يؤدي إلى إثراء الموضوعات المطروحة والتفاعل يؤدي إلى استمرار المستخدم بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.

- الحضور الدائم غير المادي:

لا تتطلب عملية الاتصال في مواقع التواصل الاجتماعي حضور الدائم المادي إذ يمكن للمستخدم الاتصال بالمستخدم الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى... إلخ وغيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن كما يمكن لها الاتصال مباشرة.

- الانفتاح:

يمثل المستوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء (المستخدمين) بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم

¹ هبة ربيع: شبكة التواصل الاجتماعي والممارسة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2014، ص26.

² ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، دار حنين للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص39.

³ صالح العلمي: مهارات التواصل الاجتماعي "أسس ومفاهيم وقيم"، الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، دس، ص158.

بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.

- قدرته على التعبئة:

يستطيع مستخدم الفيسبوك أن يستثمر قدراته على تعبئة الجمهور من خلال الصفات المتنوعة التي يتسم بها الموقع (النص، الرسالة القصيرة، الفيديو، الإعجاب، إنشاء صفحات، تشكيل مجموعات متنوعة وخاصة، وغيرها من الصفحات الأخرى) ودليل ذلك واضح في شباب الثورات العربية الأخيرة مما وظفوا كافة هذه الإمكانيات حيث رفعوا إشعارات التي تحرك روح الغضب والاحتجاج في نفوس المتظاهرين¹.

5- التلقائية:

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بتلقائية بين طرفي الاتصال.

6- قلة التكلفة:

إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلي الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني".

7- المرونة:

إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات، بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.

8- عالم افتراضي للتواصل:

إن شبكات التواصل الاجتماعي، أصبحت تزاحم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة.

¹ بيري حنين جمعة الربيعي: دراسات في بحوث في الاعلام والصحافة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص157-

9- إذابة الفواصل التطبيقية:

إذا توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط¹.

رابعاً: مكونات مواقع التواصل الاجتماعي: تتكون عموماً من عدة تطبيقات أو مواقع أهمها:

1- مواقع التواصل الإلكترونية: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل موقع الفيس بوك.

2- المدونات الإلكترونية **Blags**: وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد في خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

3- الويكي **Wikis**: وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر مواقع مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام لخدمة تجارية متوفرة للجميع ومن أشهرها موقع ويكيبيديا وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموضوعات الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.

4- البودكاست **Podcasts**: وهي مواقع البث الإلكترونية وهي توفر خدمة تحميل أو تحويل الأغاني والأفلام للمشتركين في هذه المواقع أو برامج التنزيل.

5- المنتديات الإلكترونية **Foruns**: وهي مواقع توفر مناطق أو مجلات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتديات الموسيقى وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعية انتشاراً لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلاً².

6- محتوى المجتمعات **Content Communities**: هي المجتمعات التي تنظم وتبادل أواع معينة من المحتوى والأكثر شعبية منها هي محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل الروابط حول الصورة **Fliker** أو حول رابط الكتب أو أفلام الفيديو من اليوتوب.

¹ حسين محمد هيثمي: مرجع سابق، ص 85-86-87.

² خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص 20.

7- المايكرو بلوجتر: هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك وهذه التحديثات Updates تتم إما عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول، وموقع التويتز هو خير مثال¹.

خامسا: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تتجلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في أنها: أتاحت المجال واسعا أمام مستخدميها، فهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين أعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصله جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته فلا يظهر إلا ما يظيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع، وقد أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي مثل Face book ، Myspace ، cyward، وغيرها إلى جذب عدد كبير من متصفح الانترنت وأصبح مواقع التصفح الأكثر شعبية وظهرت خدمات الشبكات الاجتماعية كمكون أساسي لحركة الويب. والتي عملت على استخدام شبكة قائمة على الكمبيوتر لربط الناس بعضهم ببعض من أجل تبادل المعلومات وزيادة القدرة على التعلم.

وعموما فإن مواقع التواصل الاجتماعي تركز بشكل كبير على بناء مجتمعات عبر الانترنت تجمعها مصالح مشتركة أو نشطة ذات طابع واحد وتوفر لهم الأدوات التي تساعدهم على ذلك².

سادسا: أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

1- فيس بوك Face book

ويعد أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت ويمكن الدخول إليه مجانا ويتيح للمستخدمين القيام بإنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية والانضمام إلى شبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة واتصال مع مستخدمين آخرين والتفاعل معهم ونشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين، وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم³.

¹ نفس المرجع، ص21.

² نصيرة خالفي: مواقع التواصل الاجتماعي والمخطوطات العربية، إشكالية العلاقة وآفاق الاستثمار الصورة والاتصال، ع13 و14، الجزائر، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، 2015، ص339-340.

³ محمد جواد زين الدين: توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات، مجلة آداب الفراهيدي، ع28، جانفي 2017، ص15.

أسس مارك الفيس بوك خلال دراسته في جامعة هارفارد في عام 2003 بالتعاون مع زميله هيزور وموسكو فيلر، واقتصر الانتساب للفيش بوك في بداية على طلاب هارفارد ثم توسع ليشمل باقي الجامعات والكليات في بوسطن، ثم تطور ليستضيف جميع طلاب الجامعات وطلاب المدارس الذين تزيد أعمارهم عن 13 عاماً، ثم انتشر بشكل واسع في جميع أنحاء العالم ليشمل جميع الأجناس والفئات العمرية (فوق 13 عام)¹.

2- يوتيوب you tube:

موقع متاح للعموم على شبكة الانترنت لمشاركة ملفات الفيديو يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة بل والتعليق عليها كتابة، بالإضافة إلى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها، ويعتمد الموقع برنامج (أدوبي فلاش فيديو)، وقد تم إنشاؤه في فيفري من عام 2005 بوصفه موقعاً شخصياً لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ثم جرى تحويله إلى موقع محترف تديره شركة تحمل الاسم نفسه في نوفمبر من عام 2005 وفي نوفمبر عام 2006 قامت شركة غوغل بشراء موقع يوتيوب وبالإضافة إلى الملفات العامة يتيح الموقع تصنيف بعض مواده إلى قنوات تخص أنماط محددة، مثل قنوات الكوميديا والموسيقى والنشاطات الخيرية والأخبار الدولية والمحلية. وقد تم تحميل ملفات فيديو على يوتيوب يستغرق عرضها 13 مليون ساعة خلال عام 2010 وبداية من جوان 2007 أطلقت واجهات الموقع دخلاً يتجاوز ملياري أمريكي أسبوعياً، وتبلغ مشاهدة الموقع عن طريق الهاتف النقال أكثر من مئة مليون مرة يومياً².

3- لينكدان LinkedIn

وهو موقع متخصص في قطاع الأعمال والشركات ويقدم هذا الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال، حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل حيث يتيح موقع لينكدان للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصلة وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية، ويمكن للشركات الباحثة عن الموظفين التأكد من صحة المعلومات عن طريق الجهات التي عمل فيها الموظف أو من موقع لينكدان نفسه، وفي ذلك توفير لاستخدام العصر البشري في الشركة كما أتاح موقع لينكدان تحديثات جديدة تمت عام 2010 للمهتمين بخدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات

¹ حسان أحمد قميحة: الفيس بوك تحت المجهر، النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص57-58.

² سعد بن محارب: الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، الكويت، 2011، ص118.

من حيث فرص العمل الجديد ومتابعة أي تغييرات تطرأ على المستخدمين لدى الشركة إضافة إلى تحديث بيانات الشركة¹.

4- تويتز Twitter

يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم أو أحداث حياتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتز أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك و twittbird, twiterrifu, twitirl, twitterfox.

وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني و خلاصة الأحداث rss وعن طريق الرسائل النصية القصيرة sms وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة odeo الأمريكية من مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقه الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006².

5- الانستغرام:

هو تطبيق من التطبيقات الحديثة التي تم تحديثها وإنشائها للهواتف الذكية وأطلق عام 2010 يتيح التطبيق للمستخدمين نشر الصور المختلفة التي يرغب في عرضها بالإضافة إلى تنزيل مقاطع الفيديو القصيرة بالإضافة إلى متابعة حسابات أخرى لديها حساب على الانستغرام وقد حقق التطبيق نجاحاً كبيراً مما فتح شهية الفاييس بوك للاستحواذ عليه في أبريل 2012 بقيمة مليار دولار لجعله أكثر تلاؤماً مع شبكتها الاجتماعية والاستفادة منه مادياً عبر الإعلانات التي تظهر لدى المستخدمين³.

¹ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 83.

² فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص 50-51.

³ هشام سمير زقوت: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، كلية الآداب في الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص 67.

سابعاً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الوافي للفرد حيث توفر له كل الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكل في حال افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن السبيل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثل في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري¹.

ب- تحقيق التكامل النفسي:

وذلك لإشباع الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي.

ج- ملأ الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو عدم استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفايبروك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة من الأصدقاء بالصور والملفات الصوتية للترفيه وتمضية الوقت والاسترخاء والألفة مع الوسيلة والهروب من المشاكل².

د- اكتساب الخبرات الجديدة:

والحاجة إلى الفهم ما يجري في الواقع على نحو أفضل والتعرف على الطريقة التي يحل بها الأفراد مشاكلهم.

- القضاء على الشعور بالوحدة والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى.

- ظهور إعلام المواطن كوسيلة لتحقيق التفاعل مع الأحداث الجارية، لكونها لا تخضع للرقابة أو سيطرة الحكومات مواقع التواصل الاجتماعي نزيح الستار ونكشف خبايا الواقع الذي يعيشه الأفراد والمجتمعات ومحاولة معالجة الوضع الراهن³.

¹ محمد محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الفيصل 2016، ص 299.

² حنان بنت شعشوش الشهري: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات جامعة الملك عبدالعزيز، مذكرة ماجستير الرياض 2013-2014، ص 23.

³ محمد محمد عبد المنعم وآخرون: مرجع سابق، ص 300.

هـ- إبداء الرأي والتعبير:

وذلك بالتحكم بصراحة وجرأة في مختلف المواضيع أكثر من الاتصال وجها لوجه بما يساهم في التفاعل والتعبير عن آرائهم بحرية أكثر.

و- الاشباع المعرفي:

يحتاج الشباب إلى معرفة الواسعة في مختلف ما يدور حولهم وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرة والحاجة إليها سمة بشرية فمواقع التواصل الاجتماعي قادرة على تقديم الاشباع المعرفي وتزويد الأفراد عموما بمعرفة متعمقة بالعالم لما فيها من تنوع في كافة المجالات.

ثامنا: سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

الإيجابيات

أ- استخدامات الاتصالية الشخصية:

وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت تهدف للتواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

ب- الاستخدامات التعليمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الالكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من خلال الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر. واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع العلم ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية. كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

ج- الاستخدامات الإخبارية:

أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية كما قد يضاف إليها¹.

- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إضاعة الوقت:

فبمجرد دخول لمستخدم للموقع يبدأ بالتنقل بين الصفحات المختلفة، وبين الملفات المتاحة، ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على الصور دون أي فائدة له ولغيره، فالفيسبوك يهدر عدة ساعات في عملية التصفح فقط.

- الإدمان وضعف مهارة التواصل:

هي أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فقضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح الموقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية اتجاه الغير وتقوي سرعة البديهة لديهم فيستطيعون التعامل مع الواقع بحكمة، فإن إدمان الأستاذ الجامعي على التواصل الإلكتروني يؤدي إلى العزلة الاجتماعية وفقدان مهارات التواصل المباشر مع المجتمع.

- الإدمان والخلل في العلاقات الاجتماعية الحقيقية:

ظاهرة الإدمان على موقع الفيسبوك التي صارت منتشرة بشكل يكاد يكون مرضيا تؤدي تدريجيا إلى خلل في العواطف وتوجيه المشاعر في غير وجهتها الطبيعية مما يؤدي بالأسر إلى علاقات منحرفة. كما أن الإقبال الشديد على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة face book يعبر في أحيان عديدة عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة

¹ عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص68.

بالسرية ومحاطة بالكتمان مأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنها قد تقود في النهاية إلى مزالق خطيرة تعطف بحياة الأفراد ومستقبلهم¹.

من مبالغت مقصودة أو غير مقصودة لتمويل الحيز أو تدويله أو تسببه بغرض التأثير على الرأي العام.

د- الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وإنشاء الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف².

القيام بإنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية والانضمام إلى شبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة واتصال مع مستخدمين آخرين والتفاعل معهم ونشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين، وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم³.

شبكة الفايسبوك

أولاً: مفهوم الفايسبوك

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد على تكوين العلاقات بين المستخدمين حيث يساعد على تبادل المعلومات أو نقاشات أو حوار بين الأفراد، وقد يتجاوز التبادل ذلك إلى مقاطع فيديو الصور كما يمنح المستخدمين إمكانية التعليق ورغم أن هذا كله يتم في عالم افتراضي فهو إذا موقع يستخدمه الأفراد مجاناً يمكن من خلاله إضافة أصدقاء والتعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة وحينها يمكن الإرسال إليهم. وعلى الرغم من أن موقع الفيسبوك بدأ بسيطاً إلا أنه اليوم أصبح من أكثر المواقع الإلكترونية زيارة.

¹ مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي على الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، ع359، جانفي 2012، ص17.

² المرجع نفسه، ص69.

³ محمد جواد زين الدين: توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات، مجلة آداب الفراهيدي، ع28، جانفي 2017، ص15.

ويعرف أيضا أنه موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي أي أنه يتيح عبره الأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع التواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع موقع تواصل أخرى وإنشاء روابط مع الآخرين¹.

ثانيا: نشأة الفيس بوك:

أسس هذا الموقع "مارك جو كريبج" عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد الذي أصبح فيما بعد يعد أصغر ملياردير في العالم، وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثمة انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ولينطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم، وبلغ عددهم حسب إحصائيات 2011-800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها حتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابتها وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفة الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك وليصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض².

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت ينمو بشكل هائل لاسيما وأن موقع فيس بوك يستخدم الآن من قبل 40 مليون فرد ويسد احتياجاتها ما لدى مستخدمي الإنترنت خاصة من صغار السن.

¹ محمد منتصر: واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013، ص20.

² حنان شعشوع الشهري: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبدالعزيز بجدة 2014، ص31-32.

لقد استطاع موقع فيس بوك من تطوير نظام يسمح للمعنيين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم وهو ما ينفيه زوكر برج إذ أن مثل هذا النظام يشير تساؤلات عن مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة.

إن عمل هذا الموقع وما حققه لحد الآن من نجاحات لم يمض دون مشاكل فقد وجه المدعي العام في نيويورك يوم 24 أيلول مذكرة استدعاء المسؤولين في فيس بوك وذكر في خطابه الموجه للشبكة أن فحصاً أولياً أوضح وجود أوجه قصور في الحماية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة خاصة صغار السن (قام أحد المحققين بالتظاهر بأنه شاب صغير السن ودخل على موقع للشبكة فتعرض لملاحقة جنسية من قبل بعض المستخدمين).

كما أن المدعي العام لولاية كونيتيكت ريتشارد بلو مينتال لووكالة روببترز للأبناء أن مكتبة وجد ثلاثة من المدانين بجرائم جنسية ضمن شبكة مستخدمي فيس بوك وأن على الشبكة القيام بالكثير من الخطوات قبل أن يشعر بالرضى الكامل اتجاهها على حد وصفه رغم تأكيد الشبكة أنها حريصة على القيام بكل ما هو ممكن لحماية مستخدميها¹.

ثالثاً: خصائص الفيسبوك:

- **الملف الشخصي Profile:** عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية صورك الأمور المفضلة لديك وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين وكذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعتها بالتحديد.

- **إضافة صديق Add friends:** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريد إلكتروني.

- **إنشاء مجموعة Groups:** نستطيع إنشاء مجتمع إلكتروني يجمع حول قضية معينة سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً للعائلة والأصدقاء عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- **لوحة الحائط Wall:** مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص 185-

- **النكزة Pokes** : منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإشارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
 - **الصور Photos** : تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها¹.
 - **الحالة Status**: الخاصية التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به.
 - **التغذية الإخبارية News feed** : التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة.
 - **الهديا Gifts**: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم وتظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
 - **السوق Market place** : الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبدية مجانية.
 - **إنشاء صفحة خاصة على الموقع FB** : نستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسكم التدوين الخاص بها منتهى بفي سبوك وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو جريدتك وبتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Fb add والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيس بوك².
- رابعا: مستخدمي الفيس بوك:**

إن الاعتقاد السائد بأن الفايسبوك هو شبكة اجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع أساتذة جامعات وأدباء وكتاب فنانيين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية³.

تشير إحصائيات الاستخدام الفايسبوك أن تطورات مهمة قد حصلت وجعلت الشبكة العائدة له تتطور تطورا واضحا وتشير إلى بعض من هذه الأرقام التي وثقت في نهاية عام 2011 والتي كانت كالاتي:

- بلغ عدد مستخدمي شبكة الفايسبوك 800 مليون في نهاية عام 2011 وإن هذا الرقم قد وضعته في الصف الأول كأشهر وأكبر شبكة تواصل اجتماعي على الانترنت ومن الموقع أن يزداد هذا الرقم إلى

¹ خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص35-36.

² نفس المرجع، ص36.

³ محي الدين محمد إسماعيل الدهيمي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية عن جمهور المتكلمين مكتبة الوفاء القانونية الاسكندرية، ط1، 2015، ص457.

المليار مستخدم مشارك¹.

وبالعودة إلى السؤال الأساسي: من هم مستخدمي الفيس بوك؟ من هم مرتادي هذه الشبكة المثيرة للجدل (الفيس بوك)؟ وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟ وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية (إيلينا زنغر) والكاتب (خالط الكوطيط)، أن يتوقفا أمام نموذج من زوار الفيس بوك والمشاركين فيه وأن يعتبروا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

- النموذج الأول: المتخفي ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعومهم ويقول الكاتبان هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين.

- النموذج الثاني: رفيق المدرسة (لم نتلقى منذ وقت طويل)، بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان هذه الرسالة يتلقاها المرء منذ وقت طويل وغالبا ما يكون زملاء من أيام الدراسة.

- النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة هم أصدقاء غير مريحين ويتوقف الكاتبان عند هذه النوع من الأصدقاء الذين يتجسسون على صفحات المشاركين في الفيس بوك وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لأصحاب الصفحة كونهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقاء الجدد.

- النموذج الرابع: الأبوين لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثر من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات.

- النموذج الخامس: المدير يتم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تحسبي نرجسي فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي هذا من ناحية ومن ناحية يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

¹ عامر ابراهيم قندلجي: الإعلام الالكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2015، ص315.

-النموذج السادس: القريب يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه لا داعي لمكالمة القريب البعيد لمعرفة كيف حاله فالخبر ممكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها فيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم.

- النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر أن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أولاً ويقولان: "الصديق الحقيقي هو الصديق الذي يعرفه منذ وقت طويل في هذه الحالة لا يحتاج المرء للفيسبوك للحفاظ على الصداقة، لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء" (90 موقع إلكتروني)¹.

خامسا: إيجابيات وسلبيات الفايسبوك:

إيجابيات الفايسبوك:

- يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ حيث يشعر المستخدم أنه عن تواصل مع الآخرين وأنه معهم في كل مناسبتهم في بقعة كانوا في العالم.
- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الاشتياق للأهل والأقارب أو الأصدقاء.
- أصبح هذا الموقع يستخدم للمواد الترويجية والدعاية والإعلان.
- أصبح موقعا للإعلام صوت لمن لا صوت له وهذا ما أكدته الأحداث العظيمة التي جرت في تونس مصر ليبيا سوريا وغيرها من الدول العربية والتي جعلت منه موقعا من خلاله تأثيره عن الدول والمجتمعات.
- تفجير الطاقات الابداعية فمن خلال الموقع أصبح يقوم بنشر أشعاره وخواطره وأصبح الرسام يقوم بعرض رسوماته.
- إمكانية التعبير عن مشار الفرح ومشاعر الحزن والصدمات والمفاجآت.
- أصبحت المواقع الالكترونية أكثر تفاعلية غير موقع الفيس بوك بحيث تزداد شهرتها وانتشارها من خلال هذا الموقع.

¹ علاء الدين محمد عفيفي: الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، القاهرة، د ط، 2015، ص168-170.

- تفجير الشحنات الداخلية داخل الأشخاص من الوطنية والقومية للعروبة والوحدة والتماسك ورفض الظلم والدكتاتورية من خلال هذا الكوكب الالكتروني الجديد.
- أصبح موقعا لتسويق السلع والبضائع والإعلانات¹.
- **سلبيات الفيس بوك:** رغم الفوائد المختلفة يوفرها الفيس بوك لمتصفحيه إلا أن له أضرار كبيرة على الفئات العمرية المختلفة نلخصها فيما يلي:
- **الأضرار الاجتماعية:** حيث يمكن الفيس بوك لأشخاص من وضع أي سلم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تشويه صور هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالآداب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.
- **الأضرار النفسية:** تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام بعض الأشخاص باستمرار الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة والتي يمكن أن تؤدي الفرد.
- **أثار سلبية على المراهقين:** فيما يتعلق بشرب الخمر أو المخدرات أو الزنا أو المثلية الجنسية ومثيلاتها.
- **تضييع الوقت:** بات الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على موقع التواصل هذا دون الاكتراث للوقت الذي يمضونه عليه دون عمل أي توازن بين الضروريات وغيرها فقد يغفل الشباب ببعض التفاهات على ذلك الموقع والتي تستقل عقولهم وتأخذ من وقتهم.
- **الاساءة للدين:** ربما يمكن اعتبار هذه بأنها الطامة الكبرى فقد قام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميته بحرب بين الأديان على الفيسبوك وذلك عن طريق الاساءة لدين معين أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له².

¹ عبير شفيق الرحباني: الاستعمار الالكتروني والاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص165-166.

² سلمان بكرين کران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص173.

خلاصة الفصل:

ختاما لهذا الفصل القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي شكلت نقله نوعية في عالم الاتصالات والتكنولوجيا عموما نظرا للخصائص والتقنيات والخدمات التي تقدمها هذه المواقع، والتي تتنوع من موقع إلى آخر، فضلا عن التفاعلية التي تتمتع بها هذه المواقع، حيث فحث أبواب الحوار والتعبير والمناقشات وسلطت الضوء على مختلف الآراء والتوجيهات في كل المجالات.

الترويج للهجرة غير الشرعية

تمهيد:

يعتبر الترويج للهجرة غير الشرعية من أهم المشكلات الاجتماعية التي تعاني منها دول العالم والجزائر خاصة عندما استفحلت الهجرة غير الشرعية بين الشباب الجزائري الذي كان يفر من حياة يسودها اليأس والتهميش والعنف، وكان يود أن يسلك أسلوب غلق باب الحياة المعيشية في بلده نهائيا وفتح بابا آخر أكثر انتعاشا وأكثر ملائمة لحياة أفضل في بلد غير بلده وفي سبيل كل هذا يقوم بخوض هذه المغامرة وحده أو مع جماعة.

أولا: تعريف الترويج: إن الترويج مفهوم حديث العهد حاول العديد من الدارسين والباحثين الإمام بجوانبه وخصائصه من خلال تقديم تعريف له ومن بينها:

تعريف أول: يعرف كوتلر " الترويج على أنه " نشاط يتم ضمن إطار الجهود التسويقية، وينطوي على عملية اتصال إقناعي".¹

تعريف ثاني: الترويج هو جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة إقناعهم بشراء المنتج ويشمل الاعلان البيع الشخصي، أدوات تنشيط المبيعات والعلاقات العامة.²

وبعد أن قمنا بالاطلاع على تلك التعاريف فقهننا بإعطاء تعريف مختصر عن الترويج والذي هو:

الترويج: هو كل نشاط تمارسه المؤسسة من أجل:

- الاتصال بالمستهلكين.
- تعريفهم بأنواع السلع و الخدمات المتوفرة لديهم

¹ ناجي معلا: الأصول العلمية للترويج التجاري والاعلان، الدار الجامعية، الاردن، ، 1996، ص1.

² فهد سليم الخطيب، محمد سليمان عواد: مبادئ التسويق (مفاهيم أساسية)، دار الفكر، عمان، 2000، ص 6.

- محاولة إقناعهم شراء المنتج.

ثانيا: أهداف الترويج:

من أهم أهداف سياسة الترويج ما يلي:

- 1- إمداد المستهلك الحالي والمرقب بالمعلومات عن السلعة.
- 2- إثارة الاهتمام بالسلعة وخاصة عندما تكون هناك سلع منافسة أخرى.
- 3- تغيير الاتجاه و خلق التفضيل لدى المستهلك.
- 4- تعميق المواقف الحالية الإيجابية للمستهلكين حول السلعة أو الخدمة بهدف دفعهم لشرائها وعلى أسس مقنعة.¹

ثالثا: وظائف الترويج:

من وجهة نظر المستهلك: يحصل المستهلك على مزايا مباشرة من الترويج والمزايا المباشرة والسريعة التي يحصل عليها هي:

أ- الترويج يخلق الرغبة: تهدف أنشطة الترويج الوصول إلى المستهلكين وإلى مشاعرهم ويقوم رجال التسويق بتذكير المستهلكين بما يرغبون فيه وما يحتاجون إليه.

ب- الترويج يعلم المستهلك: تقدم الوسائل الترويجية المعلومات إلى المستهلكين عن السلعة الجديدة، وما تقدمه من اتباع وتعريف المستهلكين بأسعارها وأحجامها والضمانات التي تقدم مع السلعة.²

ج- الترويج يحقق تطلعات المستهلك: يبنى الترويج على أساس آمال الناس وتطلعاتهم إلى حياة كريمة. من وجهة نظر رجل التسويق:

أ- التأثير على منحى الطلب: يحاول رجل التسويق أن يشارك مع غيره بفكرة معينة، ويشجع المستهلك أن يتصرف بطريقة معينة، والشكل الآتي يبين آثار الترويج على منحى الطلب.³

رابعا: أهمية الترويج: من المعروف أنه في عالمنا المعاصر المترامي الأطراف، والمعقدة التركيب بعد التطور الهائل في حجم المشاريع ودخول المنتجات إلى أسواق جديدة وكذلك ظهور منتجات جديدة في

¹ بشير العلاق وآخرون: استراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 16.

² قحطان العبدلي: التسويق أساسيات ومبادئ، دار زهران للنشر، الأردن، 1999، ص 249.

³ شفيق حداد، نظام السويدان: أساسيات التسويق، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 1998، ص 217.

- الأسواق بشكل سريع ومستمر، وهذا يتطلب القيام بالنشاط الترويجي الذي يسهل من مهمة الاتصال بين البائع والمشتري وعليه يمكن إظهار أهمية النشاط الترويجي من خلال العناصر الآتية:
- المساهمة في تحقيق الاتصال والتفاهم بين البائع والمشتري رغم بعد المسافات بينهما .
 - تنوع وزيادة عدد الأفراد الذين يتصل بهم المنتج.
 - النشاط الترويجي يسمح بكسب المعركة وتثبيت الأقدام في السوق التجاري وذلك في حالة اشتداد المنافسة في السوق.
 - يساهم الترويج في الحفاظ على مستوى الوعي والتطور في حياة الأفراد وذلك من خلال ما يمدهم من معلومات وبيانات عن كل ما يتعلق بالسلع والخدمات وكل ما هو ذو فائدة لهم.
 - إن المؤسسة من خلال النشاط الترويجي ترمي إلى الوصول إلى مستوى عالي من المبيعات وهذا سيؤدي في النهاية إلى تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة، وبالتالي إلى تخفيض الأسعار من خلال توزيع التكاليف الثابتة على أكبر قدر ممكن من الوحدات المنتجة.
 - إن ما يرصد من مبالغ لتغطية النشاط الترويجي يعتبر أكبر التخصصات في النشاط التسويقي بل أنه يأتي في المرتبة الثانية بعد تكاليف الانتاج . ومن هنا يبرز الاهتمام بهذا النشاط الحيوي في مجال النشاط التسويقي.
 - يؤثر النشاط الترويجي على قرار الشراء بالنسبة للمستهلكين، حيث يظهر ذلك في بعض الأحيان عندما يدخل إلى أحد المتاجر فنرى أنه يشتري سلعا أخرى إضافة لما خططه قبل دخوله إلى المتجر وهذا يرجع إلى تأثيرات الجهود الترويجية.¹

الاستمالات الإقناعية

- **تعريف الاستمالة:** على أنها العملية التي يقوم بها للتأثير على الآخرين عن طريق استخدام مخناف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والنوازع النفسية والميول والرغبات لتقبل ما تقدمه له من أفكار وآراء أو للقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة.
- وتوجد أنواع أساسية من الاستمالات المستخدمة في الرسائل الإقناعية:
- أولاً: الاستمالات العقلية:** تركز الاستمالات العقلية على الاحتياجات العلمية أو الوظيفية للسلعة أو الخدمة من جانب المستهلك، وذلك من خلال عرض صفحات المنتج والمزايا العلمية التي يتمتع بها مثل

¹ عمر وصفي عقيلي: مبادئ التسويق (مدخل متكامل)، دار زهران للنشر، عمان، 1996، ص192.

الأداء، الصلابة، الجودة، الاقتصاد في التكاليف والفاعلية، والكفاءة والقدرة على التحمل وبذلك ترتبط الاستمالات العقلية أكثر بالحاجات الجوهرية كالرغبة في الحياة والحماية والأمان والاستقرار والاقتصاد والصحة، والفوائد الحسية مثل اللمس والدوق.¹

-تعتمد الاستمالات العقلية على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والبراهين والشواهد المنطقية.²
-ومن أمثلة الاستمالات العقلية:

-استمالة الميزة التنافسية: وهي تعتمد على اظهار الميزة القائمة التي ينفرد بها المنتج ولا تتوافر لدى المنافسين، وتعتمد هذه الاستمالة على المقارنة بين المنتج والمنتجات الأخرى سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لاطهار ادعاءات التفوق، ولذلك تسمى أحيانا بالاستمالة المقارنة وقد أوضحت الدراسات أن استمالة الميزة التنافسية تتميز بما يلي:

- ايجاد اتجاهات تفضيلية اتجاه العلامة التجارية خاصة إذا كانت جديدة.

- تحسين الوعي بالعلامة التجارية.

-زيادة إمكانية استدعاء نقاط الرسالة.³

- الاستشهاد بالأحداث الواقعية والمعلومات.

- تقديم أرقام وإحصائيات.

- بناء نتائج على مقدمات، وتشير الدراسات الإعلامية المعاصرة إلى أثر أساليب العرض والمحتوى على المقنع ومعرفة الاعتبارات التي تؤدي اختيار أسلوب معين لتقديم نص إقناعي واستخدام نوع معين من الاستمالات بما يتفق مع طبيعة الموضوع وخصائص الجمهور المتلقي.⁴

-استمالة السعر: وهنا تتحكم السعر المفضل في الإعلان، وتستخدم هذه الاستمالة في العروض الخاصة أو التخفيضات ويستخدمها المعلن في بعض الحالات مثل مطاعم الوجبات السريعة حيث يشكل السعر جانبا مهما من الاستراتيجية التسويقية وذلك من خلال تقديم قائمة اقتصادية للمستهلك.⁵

¹ بهنسي السيد: ابتكار الأفكار الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2007، ص132.

² سهير جاد، عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ط1، 2003، ص106.

³ بهنسي السيد: مرجع سابق، ص132.

⁴ الحسن عماد مكاي، لبللى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية للنشر والتوزيع، لبنان، ط2، 1998، ص190.

⁵ بهنسي السيد: مرجع سابق، ص 133-134.

- استمالة الأخبار: وهي تعتمد على ذكر المعلومات والحقائق ونتائج الدراسات الخاصة بالسلعة أو الخدمة والتي يجب أن تكون فعالة وذات تأثير حاسم، فلا مجال هنا للأرقام المبالغ فيه أو الصغيرة أو البيانات الإحصائية التي لا تعني شيئاً.
- استمالة السمات: السمات هي الخصائص التي تصف ماهية السلعة أو الخدمة، ولا ينبغي الاعتقاد بأن هذه الاستمالة تعتمد على مجرد سرد الخصائص التي تتسم بها السلعة أو الخدمة، وإنما تعتمد على ذكر السمات المتميزة المسيطرة للمنتج، أي جعله يتمتع بمزايا تنافسية في المجال التسويقي وذلك من وجهة نظر المستهلك، ولذلك فهي تميل إلى تقديم قدر كبير من المعلومات التي تقوده إلى الاستجابة المفضلة اعتماداً على شراء عقلائي وعادة ما يتم استخدام هذه الاستمالة مع السلعة التكنولوجية.
- استمالة شهرة المنتج: وهي تعتمد على إبراز انتشار المنتج وتفضيله لدى قطاع كبير من جمهور المستهلكين سعياً للحفاظ على مكانته في السوق واجتذاب شرائح جديدة من قطاعات الجمهور.¹
- ثانياً: الاستمالات العاطفية: تركز على الاحتياجات النفسية والاجتماعية لجمهور المستهلكين مثل المرح والجادبية والمكانة الاجتماعية والتقدير والحنين إلى الماضي، حيث أن أغلب قرارات الشراء تستند إلى أبعاد عاطفية حتى ولو كانت المنتجات المعلن نها يمكن النظر إليها على أنها تعتمد على دوافع شراء منطقية.
- فالعاطفة تحول لغة الحقائق المجردة إلى لغة حية نابضة مؤثرة في الإقناع لأنهل صارب تمس المشاعر وبدونها تكون الكلمات جامدة بلا تأثير ولذلك إن كنا نود أن نرى المنطق وراء معظم قراراتنا إلى أن الواقع يثبت أن معظم المواقف التي تستدعي إقناع الآخر تحتاج إلى استخدام العاطفة وتبريرها بالحقائق، فالعقل يقنع الناس والعاطفة هي التي تحركهم.
- وفي هذا الإطار يرى الكثيرون أن العاطفة تتفوق على المنطق بخمسة مزايا:
- تجعلنا المناقشات التي تثيره العاطفة تتخلص من سلوكنا الدفاعي الطبيعي وتصرفنا عما يهدف إليه المتحدث من إقناع.
- تتطلب العاطفة مجهوداً أقل مما يتطلبه المنطق حيث يتطلب تقدير إيجابيات وسلبيات العرض المنطق مجهوداً معرفياً أكبر مما يتطلبه العرض العاطفي.
- عادة ما تعتبر العروض المبنية على العاطفة أكثر متعة.

¹ المرجع نفسه، ص 134-135.

- إن المناقشات المبنية على العاطفة بالذات تلك التي تستخدم الصور والموسيقى تكون أكثر سهولة واستدائها عن الحدث الواقعي.¹
- تؤدي العاطفة إلى تغيير السلوك بشكل أسرع ما يفعل المنطق.
- وهذه المزايا التتب تتمتع بها الاستمالات العاطفية تجعلها ملائمة للعديد من الحالات حيث يمكن استخدامها في:
 - الإعلان عن المنتجات الجديدة.
 - تدعيم مكانة العلامة التجارية.
 - الإعلان عن المنتجات ذات الدرجة الكافية.
 - ومن أمثلة الاستمالات العاطفية:
 - استمالة الرغبة في التملك والافتناء: تركز بعض الإعلانات على إقناع الجمهور وضرورة إقناعهم وتملكهم لبعض الأشياء، ويهدف المعلن في هذه الحالة إلى إقناع الفرد بأن معظم الأشياء في متناول يده وذلك من خلال التأكيد على اقتناء الأشياء بالتقسيم على فترات كبيرة.²
 - استمالة الندرة: تعتمد على سحر الندرة وقيمة كل ما هو نادر، فعندما يشعر المستهلك أن هناك منتجاً يصعب الحصول عليه حينئذ يتولد لديه الشعور بقيمته ويستخدم المعلنون هذه الاستمالة حينما يريدون أن يشتري الأفراد بسرعة كميات كبيرة، وفي هذا المجال يستخدمون عبارات مثل " سوف ينتهي اليوم".
 - استمالة الاستعارة: الاستعارة عبارة عن أسلوب مجازي لوصف شيء ما من خلال التعبير عنه بشيء آخر، وتعتبر الاستعارات من أكثر الوسائل فاعلية في تغيير مواقف الأفراد بسرعة، وتشبه في ذلك النوافذ التي تحدد ما تستطيع أن تشاهده حيث أنها تركز على خصائص معينة دون أخرى.
 - استمالة الدفء: تعتمد على إيجاد حالة عاطفية إيجابية، حيث ترسم في الإعلان صورة لتخفيضات تعبر عن الدفء العاطفي الناتج عن استخدام السلعة أو الخدمة، وتعتمد العديد من الشركات على استخدام هذه الاستمالة.

¹ المرجع نفسه، ص 135.

² منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلان أسسه ووسائله وفنونه، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 2015، ص 36.

- استمالة المكانة: وهي تدور حول المكانة المتميزة التي يتمتع بها المنتج المعلن عنه، وتسعى إلى حدث المستهلك على اللحاق بهذه المكانة الخاصة ويستخدمها العديد من الشركات المرموقة مثل: فولغو، ومرسيدس، شيفروليه.¹

- استمالة الفخر: تعتمد على إشباع حالة الفخر لدى المستهلك لتمييزه بامتلاكه المنتج المعلن عنه، وتركز على النتائج الإيجابية لتفرد بامتلاكه سلعة أو خدمة لا تقدم إلا لجمهور له صفات خاصة.

- وقد استخدمت شركة جنرال موتورز المنتجة لشاحنات شيفروليه هذه الاستمالة عام 1990 حين واجهت أزمة حادة في المبيعات حتى اقتربت بعض مصانعها من الإغلاق، حيث كان خط

- إنتاج الشاحنات يعاني بعض العقبات، فعلى الرغم من جودة الأداء إلا أنها كانت تشتهر بأنها أقل قدرة على التحمل والاستمرارية وأنها رسمية أكثر مما ينبغي

ثالثاً: المزج بين الاستمالات:

- لا ينبغي أن تعتقد ونحن نتناول الاستمالات المختلفة أنه لا يمكن تقسيم المنتجات والاستمالات إلى قسمين رئيسيين أولهما سلع وخدمات استهلاكية، تتسم بالاستخدام السريع والقرارات الغير واعية مما يجعل استمالاتها عاطفية بطبيعة الحال، وثانيهما سلع وخدمات معمرة تتسم بالحاجة إلى اتخاذ القرارات الرشيدة مما يجعل الاستمالات العقلية أكثر ملائمة لها، ذلك أن القرارات الشرائية للمستهلك تعتمد على مزيج من الدوافع العقلية والعاطفية، فلا نستطيع أن نتجاهل أن مشتري السلع الاستهلاكية يحاول في نفس الوقت أن ينفق أمواله بحكمة واقتصاد، كما أن مشتري السلع المعمرة له دائماً احتياجات إنسانية ولا يتخذ قراره فقط على أساس من الوعي فكثير من السلع يتأثر شرائها بأسباب إنسانية مثل المكانة والاحترام والتقدير الاجتماعي وغيرها مما يمكن في اللاوعي إلى جانب الأسباب المنطقية مثل الأداء المتميز، وخدمات ما بعد البيع والسعر المناسب، لذا فإن النقاش الأكثر جدوى هو كيفية إحداث المزيج بين الجوانب العقلية والعاطفية، قد يختلف قدر كل منهما، ولكن تبقى القضية الأساسية وهي أن الاستمالة يجب أن تعكس هذا المزيج الثنائي.

ولذلك فإن عند اختيار الاستمالات يجب أن نراعي عدة نقاط:

- من أجا إيجاد إعلام يراعي ضرورة المزج بين الاستمالات العقلية والعاطفية وهو ما يمكن أن يمثل قيمة مضافة يقدمها الإعلان إلى المنتج، حيث أن العملاء لا يشترون أبدا المنتجات المادية فقط

¹ بهنسي السيد: مرجع سابق، ص 140.

ولكن المزايا والفوائد، فمثلا شركة الاتصال لا ينبغي أن تقدم إعلانها على أنه تكنولوجيا جديدة في الاتصال (استمالة عقلية فقط)، ولكن يجب أن يقدم أيضا قيم مضافة كوسيلة لإثراء الحياة والمشاعر الاجتماعية.

- مع درجات الولاء المرتفعة من جانب الجمهور للمنتجات المعلن عنها يفضل أن يتضمن الإعلان جانبا عاطفيا أكبر لخلق اتجاه إيجابي اتجاه المنتج، ولكن في حالة انخفاض أو عدم وجود ولاء للمنتج أو وجود حالات تحول للمنتجات يفضل أن يتضمن الإعلان قدرا منطقيًا أكبر.

- يجب أن يكون للاستثمارات تتببع المزايا وتتبع أيضا الاختلافات التي قد تكون مادية حيث يمكن أن تجعل المنتجات أكثر طولا، أثقل، أسرع، أرخص، ذات خدمة أفضل، أتقن هندسيا، أكثر اعتمادية ولكن نفس المستوى قد تكون الاختلافات عاطفية فقد تمنح المنتج المكانة، أو توفر الاشباع أو التفضيل الاجتماعي، أو تكون تعبيرًا عن الأمومة أو الثقة بالنفس.

الهجرة غير الشرعية

أولا: التطور التاريخي للهجرة غير الشرعية في العالم:

التحركات البشرية ظاهرة قديمة عبر التاريخ، وقد شهد العالم الكثير منها خلال القرون الخاصة غير أن القرن العشرين يعد بامتياز قرن الهجرات السرية، وإذا كانت العقود الأخيرة من القرن المذكور قد شهدت هجرة من الجنوب إلى الشمال أي من إفريقيا والشرق الأوسط وشبه القارة الهندية إلى أوروبا ومن أمريكا الجنوبية وأماكن أخرى من العالم إلى أمريكا الشمالية، فإن ما سبق ذلك هو هجرة شمالية مبرمجة من الشمال إلى الجنوب بغرض الاستيطان واستغلال ثروات الجنوب وفي هذا الاطار كانت حركة الاستعمار الأوروبي لإفريقيا وبروز ظاهرة المستوطنين والملفت لنظر أن الحربين العالميين هما ما دفعا أوروبا إلى استجلاب اليد العاملة وفتح أبوابها أمام المهاجرين، لتعويض ما فقدته من خسائر بشرية في هاتين الحربين وتوفير اليد العاملة وفتح أبوابها أمام المهاجرين لتعويض ما فقدته من خسائر بشرية في هاتين الحربين وتوفير اليد العاملة اللازمة لإعادة البناء.

في العقود الأخيرة من القرن العشرين بدأت ظاهرة الهجرة وخاصة الهجرة غير الشرعية تحظى باهتمام دولي، خاصة بعد أن بدأت أوروبا تعاني من آثار مباشرة من هذه الظاهرة حيث بدأ المهاجرون يشكلون منافس لليد العاملة الوطنية في أوروبا، وبعد أن تم العمل باتفاقية " شنغن " الخاصة بتأشيرة الدخول الموحدة أصبحت الهجرة غير شرعية تهدد معظم دول الاتحاد الأوروبي، وكرد فعل على ذلك أتبعته معظم الدول الأوروبية في أواخر التسعينات سياسات أمنية صارمة اتجاء المهاجرين.

لقد أصبح موضوع الهجرة غير الشرعية عاملا مؤرقا للكثير من الدول سواء الدول المستقبلية للهجرة أو دول العبور، ولقد ألقينا نظرة على البؤر والنقاط الساخنة للهجرة غير الشرعية لوجدنا أن أبرز هذه المناطق في العالم هي الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا وإضافة إلى أوروبا وبالنسبة لأوروبا فهي تعد قصد معظم المهاجرين من إفريقيا وفيما يلي عرض مختصر لموضوع الهجرة غير الشرعية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا.¹

ثانيا: أنواع الهجرة غير الشرعية:

1- الهجرة الداخلية: وهي الهجرة من الريف إلى المدينة أي من الريف إلى الحضر، أي أنها داخل الدولة الواحدة والتي ينتقل فيها الفرد أو الجماعة من منطقة اعتادوا على الإقامة فيها إلى منطقة أخرى في نفس الدولة.

1-2- الهجرة القسرية أو الاضطرارية: وهي التي يكون فيها المواطن مجبرا على الهجرة بدون ارادته وتكون عادة نتيجة للحروب كما هو الحال في فلسطين العربية، حيث يتم تهجير أعداد من العرب الفلسطينيين من مناطق إقامتهم الأصلية إلى مناطق أخرى وكذا هجرة أخرى تفرضها الكوارث الطبيعية مثل: الزلازل، البراكين، والفيضانات .

1-3- الهجرة الفردية: وهي تتم طوعية باختيار الفرد تحت تأثير دافع معين قد يكون اقتصاديا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو سياسيا أو غير ذلك.

1-4- الهجرة الاجبارية ومن أمثلتها أسر الرقيق من إفريقيا وترحيلهم إلى العالم الجديد عنوة وقسرا.

1-5- الغزو: وفيه يدخل المهاجرين كغزوة وفاتحين بقوة السلاح كما يحدث أثناء الحروب.

¹ طيب كمال: ظاهرة الهجرة غير الشرعية في العلاقات الأورو مغربية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012، 2011، ص 42.

1-6- الازاحة: ومعناها طرد السكان الأصليين ليحل محلهم سكان آخرون كما في فلسطين.²
 2- الهجرة الخارجية: وهذا النوع من الهجرة يكون بانتقال الفرد من مجتمع إلى العمل أو هروبا من اضطهاد، ومن أمثلتها الهجرة الأوروبية فيما وراء البحار لأمريكا والهجرات الدولية داخل أوروبا والهجرات الافريقية والآسيوية.

2-1- الهجرة الارادية وتكون داخلية أو خارجية تتم بمحض اختيار الفرد دون تدخل من أي جهة.

2-2- الهجرة الدائمة : بحيث يهاجر الفرد ولا يعود لموطنه الأصلي.

2-3- الهجرة المؤقتة: وتكون بسبب العمل داخل البلد كالعامة الموسمية أو خارج البلد للعمل لفترة في بلد عربي ويسمى بالمهاجر العائد.¹

اتخذت ظاهرة الهجرة السرية في الجزائر أبعاد خطيرة ومأساوية في السنوات الأخيرة نظرا للأشكال التي يستعملها المهاجرون إلى درجة لا يمكن ضبطها والتحكم فيها وسنحاول أن نميز في هذا الموضوع ثلاثة أنواع من الهجرة السرية تتمثل في:

1- تزوير الوثائق من أجل الهجرة السرية: انطلقت الهجرة السرية إلى أوروبا مع انطلاق مسلسل الهجرة القانونية مع بداية الستينيات من القرن العشرين وقد وصل أغلب المهاجرين إلى أوروبا دون عقد عمل ولا جواز سفر إذ هاجر عدد من الأشخاص بواسطة الجواز الواحد، و تتخذ الهجرة السرية عدة طرق ووسائل منها:

- استعمال جواز واحد من طرف عدة أشخاص، الحصول على التأشيرة من أجل السياحة، الحصول على وثائق مزورة من أجل إيداعها لدى القنصليات لطلب التأشيرة، ويدفع كل راغب في الهجرة السرية أموالا باهظة، وللإشارة فإن جواز واحد يمكن استعماله لمرات عديدة بالرغم من التقدم التكنولوجي، الذي استفادت منه محطات العبور والاستقبال بمختلف الموانئ والمطارات إذ يسجل رقم الجواز المفقود أو المسروق في حواسيب المحطات الحدود لحظة الاعلان عنه، ويمكن التعرف على الجواز المزور بسرعة.

2- الهجرة في قوارب الموت: بعد أن اتخذت دول أوروبا الغربية سياسات صارمة اتجاه الهجرة وذلك بعرض التأثير على كل من يرغب أن يسطأ ترابها وظهور اسبانيا كبلد جديد للهجرة إلى جانب ايطاليا

² الزنتاني ابراهيم، محمد عبيد: الهجرة غير الشرعية والمشكلات الاجتماعية، المكتب العربي الحديث، مصر، د. ط، 2008، ص ص 145، 146.

¹ غيث، محمد عاطف وآخرون: المشكلات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، د.ب، د.ط، 2004، ص ص 156، 157.

وتفشي البطالة في صفوف مختلف الشرائح الاجتماعية بالإضافة إلى التهميش الكلي للمناطق الشمالية، تتخذ الهجرة أبعاد خطيرة ومأساوية، وذلك عبر قوارب مطاطية تسمى باللغة الإسبانية les pateras كانت تطلق في بداية التسعينات على شبكات التهريب.²

هذه الشبكات كانت تخص في البداية بتهريب المخدرات صاحبها موجات اقبال الشباب على تناول المخدرات، ليعرف على أثرها سوق الادمان والتعاطي لجميع أنواع المخدرات روجا عالميا إلا أنه مع تدفق أفواج العاطلين والحاملين بفردوس الضفة الأخرى.

3- الهجرة في الشاحنات : موازاة مع حركة القوارب الخشبية والبواخر الكبرى وباقي أشكال التسلل السري والخفي إلى شبه الجزيرة الايبيرية ظهرت شبكات من نوع آخر، تعتمد الشاحنات المتوجهة إلى أوروبا كوسيلة لتهريب أفواج من الشباب العاطلين، هذه الشاحنات المتخصصة أساسا في حمل الصادرات الفلاحية بالإضافة إلى شاحنات قطع النسيج والملابس الجاهزة التي تسيطر عليها الشركات الألمانية على الخصوص، إلا أن هذه الشبكات أقل تنظيما بالمقارنة مع الشبكات الأخرى، حيث عدد أفرادها لا يتجاوز 4 أو 5 أشخاص السماسرة والسائقين فضحاياهم من عمال بعض الشركات النسيج أو بعض الأفراد العاديين الذين يجلبهم السماسرة من بعض المقاهي الشعبية التي يرتادها هؤلاء أو المدن المجاورة حيث لا يتعدى عدد الحراقة في الرحلة الواحدة 6 أشخاص بالنسبة لشاحنات الملابس الجاهزة، أما شاحنات تصدير المنتجات الفلاحية فلا يتعدى في رحلتها شخصين يتم الحراق في غالب الأحيان حضور أحد أفراد العائلة إلى مكان المتفق عليه مثل: محطات الاستراحة لاصطحابه إلى الوجهات المقصودة.¹

ثالثا: أسباب الهجرة الغير الشرعية: لفهم ظاهرة الهجرة الغير الشرعية لا بد من تقصي الاسباب المؤدية إليها، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

1-1- العوامل الاقتصادية : تتمثل في:

1- التباين في المستوى الاقتصادي: نتيجة لتدبدب وتيرة التنمية في البلاد المرسله، غذ أن هذه البلاد تعتمد أساسا في اقتصاديتها على الزراعة والتغذية، وهما قطاعان لا يضمنان الاستقرار في التنمية، نظرا لارتباط الأول بالأمطار والثاني بأحوال السوق الدولية، وهو ما ينعكس سلبا على مستوى سوق العمل.

2- سوق العمل: تمتاز دول الاستقبال بضعف النمو الديمقراطي في حين نجد أن الدول الموفدة تعيين مرحلة الانتقال الديمغرافي، ولأزال النمو السكاني مرتفعا وهذا له انعكاس على حجم السكان النشطين

² غزالي محمد: الهجرة السرية، دار الحامد للنشر والتوزيع، دب، ط1، 2015، ص 87.

¹ غزالي محمد: المرجع نفسه، ص 88.

اقتصاديا، وبالتالي زيادة العروض من القوى العاملة في السوق، ولما كانت فرص العمل محدودة في هذه الدول لذا نجد تفشي البطالة وخاصة بين السكان.²

1-2- العوامل الاجتماعية والثقافية: تشهد دول الشمال المتقدمة ارتفاع عدد السكان حيث يتوقع أن تبلغ سنة 2025 حوالي 23% وهي قابلة للارتفاع في نسبة الولادات على مستوى دول الجنوب، أدى ذلك إلى فقدان السيطرة على نموها والتناغم بين نمو الديمغرافي والاقتصادي، كما أن للتعليم دور كبير في تكوين شخصية الفرد وثقافته التي تعد واقيا من الانحرافات لذلك فإن انقطاع المبكر عن الدراسة من شأنه أن يجعل الفرد ينتمي إلى فئة ضعيفة، ثم يقف عاجزا عن تحقيق أحلامه ومتطلبات حياته اليومية وبالتالي يولد لديه الشعور بالإحباط يسهل الانقياد إلى شتى الظواهر التي من بينها ظاهرة الهجرة غير الشرعية.¹

1-3- العوامل السياسية والأمنية :

تعتبر الاسباب السياسية والأمنية من بين أهم العوامل التي أدت إلى تسارع وتيرة الهجرة الغير الشرعية، حيث أصبحت أعداد كبيرة من الشباب يخاطرون بحياتهم ويتركون ديارهم بحثا عن أوضاع أفضل للعيش يعتقدون بوجودها في الأرض الأوروبية الموجودة وعلى الرغم من الأسباب السياسية هي من أكثر العوامل الدافعة للهجرة غير أنها لا ترتبط بالأوضاع التي تعيشها الدول المصدرة فقط بل تتجاوزها إلى سياسات الدول المستقلة التي أدت بطريقة مباشرة او غير مباشرة إلى تشجيع الهجرة إليها.

فالعوامل السياسية تعد من أبرز العوامل التي أدت إلى حدوث العديد من الهجرات على مر التاريخ حيث أنه من الملاحظ أن الهجرة الدولية أخذت بالتأثر أكثر فأكثر مع مرور الزمن بالعوامل السياسية على أنها مسبب للهجرة، ويتمثل العامل السياسي في أن هناك عمليات تبادل سكاني واسعة النطاق تمتد بين الدول عديدة، فالعوامل السياسية تتمثل في أن ظاهرة الهجرة السكانية تأخذ مكانها لمواجهة عمليات الغزو المسلح، وقد تم انشاء الكثير من الهيئات والمنظمات الدولية التي عملت ومازالت تعمل من أجل المساعدة عند حدوث مثل هذه الحركات السكانية وبخاصة تلك الحركات التي تتم بين السكان اللاجئين

² السرياني محمد محمود: هجرة قوارب الموت عبر البحر المتوسط بين الجنوب والشمال، د.ط، د. د، الاردن، 2010، ص ص 3، 4.

¹ فكرون عز الدين المختار، علي مفتاح: واقع الهجرة الشرعية، مجلة دراسة الاقتصاد والاعمال، العدد1، 2017، ص

في كثير من أجزاء العالم ومن هذه الهيئات والمنظمات على سبيل المثال كل من منظمة العمل الدولية ومنظمة العفو الدولية.²

من الاسباب السياسية القسرية التي تدفع إلى الهجرة ضغط القوة والتهديد والاستيلاء، أي أن التدخل العسكري الخارجي من أية دولة من الدول يؤدي إلى هجرة خارجية، إضافة إلى أن الضغط السياسي المحلي يؤدي كذلك إلى الهجرة ففي معظم الدول النامية حيث تتعدم الديمقراطية وتسود النظم الديكتاتورية وسياق الناس إلى السجون والمعتقلات دون سبب أو محاكمة وكذلك كثرة الثورات الداخلية والانقلابات العسكرية والحروب المحلية تؤدي إلى الهجرة إلى الخارج ، كما تعتبر بعض الظروف الطارئة الايقاع عقوبات دولية كل مجتمع ما من العوامل المسببة للهجرة¹.

رابعاً: خصائص الهجرة غير الشرعية:

يمكن تصنيف الهجرة إلى عدة خصائص بعضها حسب عامل إدارة الفرد وبعضها بحيث استمرارها، كما قد يكون بحيث مكان الانتقال أو بحيث شرعيتها وسنعرض إلى ذلك بالتفصيل كما يأتي:

الهجرة بحسب ارادة الفرد قد تكون هجرة اختيارية وهي عادة ما تتم بمبادرة فردية ذاتية أي بحسب رغبة الفرد من الانتقال في الانتقال من وطنه الام إلى مجتمع فيه فرص أفضل من تلك التي كان يعيشها في وطنه الأصلي.²

كما قد تكون الهجرة بحسب ارادة الفرد هجرة قسرية أو اجبارية حيث تعرف الهجرة القسرية : بأنها" اجبار مجموعة من السكان تقيم بصورة قانونية على أرضها و في ديارها على الانتقال إلى منطقة أخرى.³ والحالات التي تتم فيها عمليات التهجير القسري تشمل إبعاد الأفراد والجماعات باستخدام شتى وسائل القمع والعنف والترويج والارهاب حتى يفرون من أوطانهم وهذا ما حدث للاجئين الفلسطينيين عندما قمعت القوات الصهيونية التي احتلت الأراضي الفلسطينية وقمعت أهلها ليتركوها ويرحلوا عنها.

² رياض عواد: هجرة العقول، دار الملتقى للطباعة والنشر، سوريا، د.ط، 1995، ص70.

¹ محمد رشيد الفيل: الهجرة وهجرة الكفاءات العلمية العربية والخبرات الفنية أو النقل المعاكس للتكنولوجيا، دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، عمان د. ط، 2000، ص ص 41، 42.

² عبد القادر رزيق المخادمي: الهجرة السرية واللجوء السياسي، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2012، ص 37.

³ فاضل عبد الزهرة الغراوي: المهاجرون والقانون الدولي الانساني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2013، ص 50.

كما يمكن تصنيف الهجرة على أساس استمراريته وديمومتها إلى هجرة دائمة : كأن يهاجر الأفراد والجماعات إلى الدول الجديدة دون تفكير في العودة إلى أوطانهم الاصلية، وهذا هو الاكثر خطورة لأنه يقطع الجذور بأصوله وبالتالي يقطع خط الرجعة.

وهناك الهجرة المؤقتة وهي عكس الأولى حيث نجد في هذه الحالة أن الأفراد والجماعات يهاجرون إلى الدولة الجديدة بصورة مؤقتة حيث تكون اقامتهم في البلد المهاجر إليه بهدف تحسين الأوضاع المعيشية أو لأسباب سياسية ولكن هذا النوع يعود في نهاية المطاف إلى وطنه.¹

أما تصنيف الهجرة بحسب شرعيتها من عدمه فهذا الذي يدخل في نطاق موضوعنا أي الهجرة غير الشرعية التي عادة ما تتم بصورة غير نظامية لأنها تتم سرا ودون علم السلطات أو الجهات الرسمية. **خامسا: أثار الهجرة غير الشرعية:** وللهجرة غير الشرعية أثار عديدة على مختلف الجوانب الأمنية والاقتصادية والاجتماعية، نجلها في الآتي:

أمنيا:

1- تشير دراسة " تميم، 2004 " إلى أن تهريب البشر يعد خطرا على الأمن الوطني والسياسي فقد تم زرع عملا، وعناصر مخربة وسط المهاجرين غير الشرعيين، ما أدى إلى ظهور خلايا إرهابية لإحداث غلاغل ونزاعات في الدول المستقبلية.

وقد تساعد الهجرة غير الشرعية على دخول أسلحة ومتفجرات وذخائر لزعة أمن الدول.

2- قد يستغل أصحاب الفكر المتطرف أو من ينتمون لدول معادية فرصة الدخول إلى الدولة المعادية فرصة الدخول إلى الدولة لزعة أمنها واستقرارها.

3- الترويج لأفكار منافية للأداب وخرق القوانين والنظم الخاصة لحماية الملكية الفكرية.

4- صعوبة الاستدلال أحيانا على مرتكبي الحوادث والجرائم من المخالفين.

5- العمالة غير المشروعة تزيد من جرائم السرقة والنصب والكسب غير المشروع وترويج المخدرات.

6- تكبد الهجرة غير الشرعية الدولة أعباء مادية لملاحقة واحتجاز وتفسير المخالفين.

اقتصاديا وتنمويا:

1- الاخلال بآليات سوق العمل وخلق عدم توازن بين العرض والطلب نتيجة لكثرة العمالة المتسللة للدولة.

¹ عبد القادر رزيق المخادمي: المرجع السابق، ص38.

- 2- انتشار العمالة العشوائية غير الضرورية وذات الإنتاجية المنخفضة وظهور سوق ظل موازية للعمالة المتسللة التي تقبل بأجور أقل وشروط عمل قاسية.
- 3- تزايد نسبة البطالة بين العمالة الهامشية.
- 4- الضغط على المرافق العامة والخدمات الأساسية.
- 5- انتشار المشاريع الوهمية.¹
- 6- تزايد جرائم غسل الأموال.

صحيا:

العمالة غير المشروعة قد تكون مصدرا لنشر الأوبئة والأمراض، مثل الإيدز والسارس والتهاب الكبد الوبائي، إضافة إلى أن المهاجرين غير الشرعيين لا تتوافر لديهم الإمكانيات اللازمة لمقابلة ثقافات العلاج، وغالبيتهم لا يدخلون في مظلة التأمين الصحي.

اجتماعيا:

- 1- ظهور الأحياء العشوائية، حيث تتدنى الخدمات الضرورية وتتدهور صحة البيئة وتنتشر الأمراض الاجتماعية كالسرقة والمخدرات والدعارة... إلخ.
- 2- دخول عادات غريبة على المجتمع، وظهور قيم غير سليمة وثقافات دخيلة مثل التسول والتسكع والبطالة.
- 3- وجود أشخاص من الذين لا يحملون وثائق الجنسية (فئة البدون).
- 4- مشكلات الهوية الثقافية وتراجع القيم والمبادئ الأصلية لأبناء الدولة.
- 5- ترسيخ قيم دونية العمل اليدوي لدى أبناء الدولة المستقبلية للمهاجرين.¹

سادسا: آليات التصدي لظاهرة الهجرة غير الشرعية:

لقد اتخذت آلية 5 + 5 لدول البحر الأبيض المتوسط (دول المغرب العربي والاتحاد الأوروبي) في اجتماعها بتونس عام 2002 بعض التدابير الخاصة بمكافحة الهجرة غير المشروعة والاتجار بالأشخاص التي لخصت الآتي:

¹ عثمان الحسن محمد نور، ياسر عوض الكريم المبارك: الهجرة غير المشروعة والجريمة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص71- 72.

¹ المرجع نفسه: ص73.

- 1- تبادل المعلومات وتقاسم الخبرة التقنية بين البلدان الأصلية ودول العبور وبلدان الاستقبال من أجل منع ومكافحة الهجرة غير المشروعة.
- 2- تدعيم وإضفاء فاعلية أكبر على التعاون من أجل مكافحة ومقاومة الهجرة غير الشرعية في البلدان المرسلة ودول العبور وبلدان الاستقبال من خلال اعتماد وتطبيق مقاربة متوازنة ومتنافسة في هذا المجال وخاصة من خلال وضع الإجراءات المناسبة التي انحصرت.
 - أ- تطوير آليات مقاومة الشبكات التي تعمل في التهريب غير القانوني للبشر والإتجار بالأشخاص، والبحث عن وسائل لتوفير المساعدات اللازمة لضحايا هذه المخالفات.
 - ب- تدعيم التعاون الفني خاصة في مجال تكوين وبناء قدرات العاملين وتجهيز وسائل المراقبة لحدود دول جنوب الضفة الغربية للبحر الأبيض المتوسط.
- 3- تطوير اتفاقيات إعادة القبول على أساس شروط يتم ضبطها بصفة مشتركة.
- 4- تشجيع الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية في هذا المجال وتطبيقها بصفة فعلية وخاصة البروتوكول الإضافي لاتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة المنظمة عبر الوطنية والهادفة إلى منع وقمع ومعاينة الإتجار بالأشخاص وخاصة النساء والأطفال.
- 5- تطوير تعاون أكثر فاعلية بين السلطات السياسية والإدارية والقضائية والأمنية لدول الضفة الغربية للبحر الأبيض المتوسط في مجال الوقاية والمقاومة المشتركة ضد شبكات المنظمات الإجرامية التي تسعى وتدعم الهجرة غير القانونية والإرهاب وتجارة الأسلحة والمخدرات وتبييض الأموال.

وفي إطار العربية الخاصة بالتصدي لظاهرة التسلل والهجرة غير المشروعة، عقدت العديد من المؤتمرات والندوات وورش العمل، التي شارك فيها رؤساء أجهزة الهجرة والجوازات والجنسية، والمسئولون عن أمن الحدود في دول المنطقة، وغيرهم من الأكاديميين والباحثين في المجالات الأمنية.¹

¹ عبد القادر رزيق المخادمي: الكفاءات المهاجرة بين واقع الغربة وحلم العودة، ديوان المطبوعات الجامعية، د. د. ط، 2010، ص ص 87- 88- 89.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرق إليه هذتا الفصل يتضح أن الهجرة غير الشرعية مفهوم واسع وظاهرة معقدة اختلفت التعاريف المقدمة حولها وهذا باختلاف العلماء وكيفية تفسير الهجرة غير الشرعية، حيث تعتبر هذه الأخيرة من أهم المشكلات الاجتماعية، كونها تمس أطراف المجتمع.

الفصل الثالث

عرض وتفسير البيانات الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

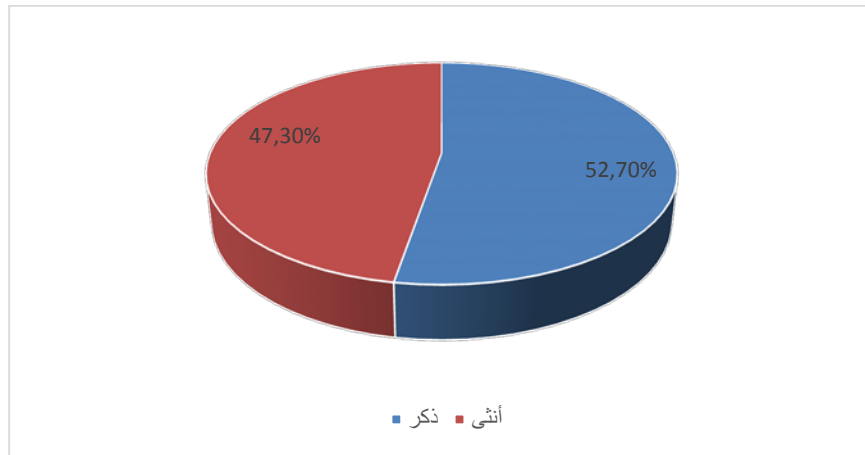
الجدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	87	52.7%
أنثى	78	47.3%
المجموع	165	100%

- يوضح الجدول رقم (1) أعلاه توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ من خلال البيانات أن أكبر نسبة من المبحوثين هم فئة الذكور بنسبة 52.7% في حين كانت نسبة الإناث أقل حيث قدرت بنسبة 47.3%.

وبالتالي يمكن تفسير هذه النسب بأن المهتمين بمتابعة المضامين الخاصة بالهجرة غير الشرعية عبر صفحات الفايسبوك فئات الذكور وهذا يدل على أن الذكور هم الأكثر تأثرًا واهتمامًا بمواضيع الهجرة غير الشرعية خاصة في السنوات الأخيرة.

الشكل رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

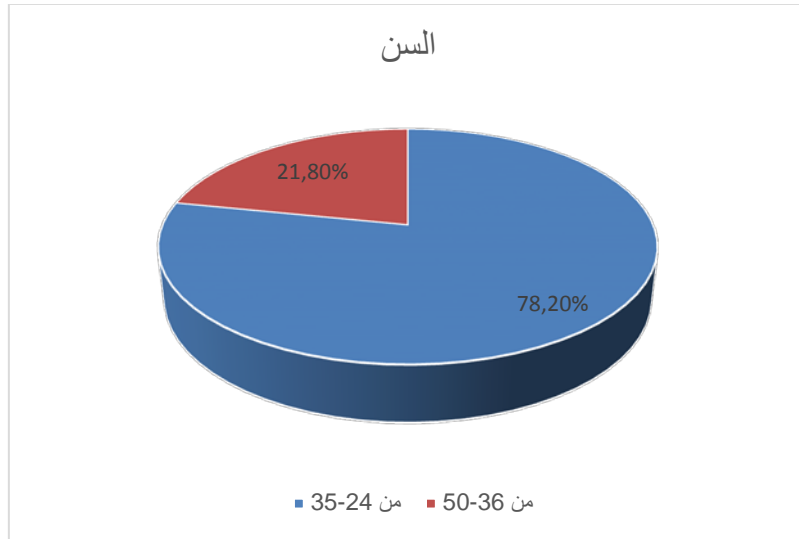


الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
من 24-35	129	78.2%
من 36-50	36	21.8%
المجموع	165	100%

- يوضح الجدول رقم (2) أعلاه توزيع نسب متغير السن بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للهجرة غير الشرعية، حيث أن أعلى نسبة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 35-24 سنة وهي 78.2%، ثم تليها الفئة من 50-36 بنسبة 21.8%. ويمكن تفسير هذه النسب إلى أن أغلب من يتابع ويستخدم الفيسبوك هم فئة الشباب باعتبار أن الفئة المحصورة بين 35-24 الفئة الأكثر حيوية ونشاط ومواكبة التطورات الحاصلة والأكثر اهتماما بموقع الفيسبوك عكس الفئة الأخرى فهم فئة قد تكون ليست مهتمة كثيرا بمتابعة الفيسبوك بحكم انشغالات أخرى.

الشكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



الجدول رقم (3): يوضح توزيع نسبة أفراد العينة حسب متغير الوسط الاجتماعي

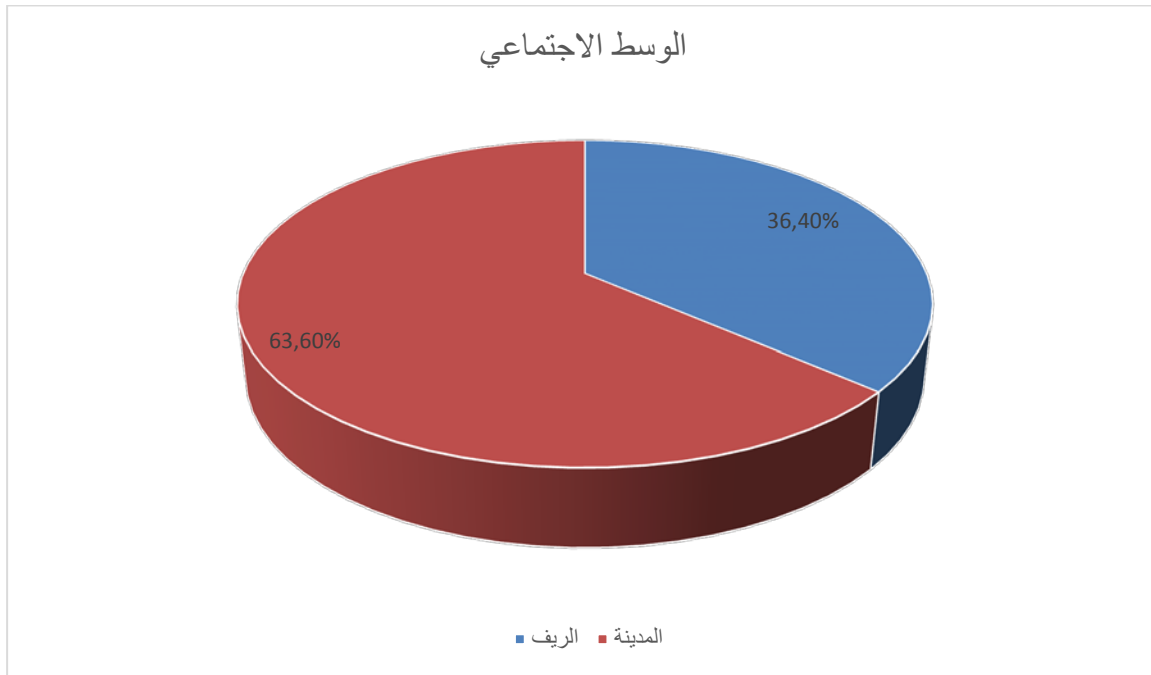
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الريف	60	36.4%
المدينة	105	63.6%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول رقم(3) أعلاه نلاحظ أن نسبة 63.6% من أفراد العينة مقيمين في المدينة وبنسبة 36.4% منهم مقيمين في مناطق ريفية.

نستنتج أن أكثر أفراد العينة الذين يعيشون في المدينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وهذا راجع إلى أن الذين يعيشون في المدينة هم أكثر احتكاكا بمختلف الفئات الموجودة في

المجتمع وهذا ما يجعلهم يتجهون إلى هذه المواقع، كما أنهم في المدينة تتوفر لديهم كل الإمكانيات التي تسمح لهم بمشاهدة ونصفح هذه المواقع عكس سكان الريف الذين أغلبهم مستواهم المعيشي صعب ليس لهم الإمكانيات لشراء أجهزة التواصل وأن اهتمامهم يقتصر على الحصول على لقمة العيش.

الشكل رقم (3): يوضح توزيع نسبة أفراد العينة حسب متغير الوسط الاجتماعي



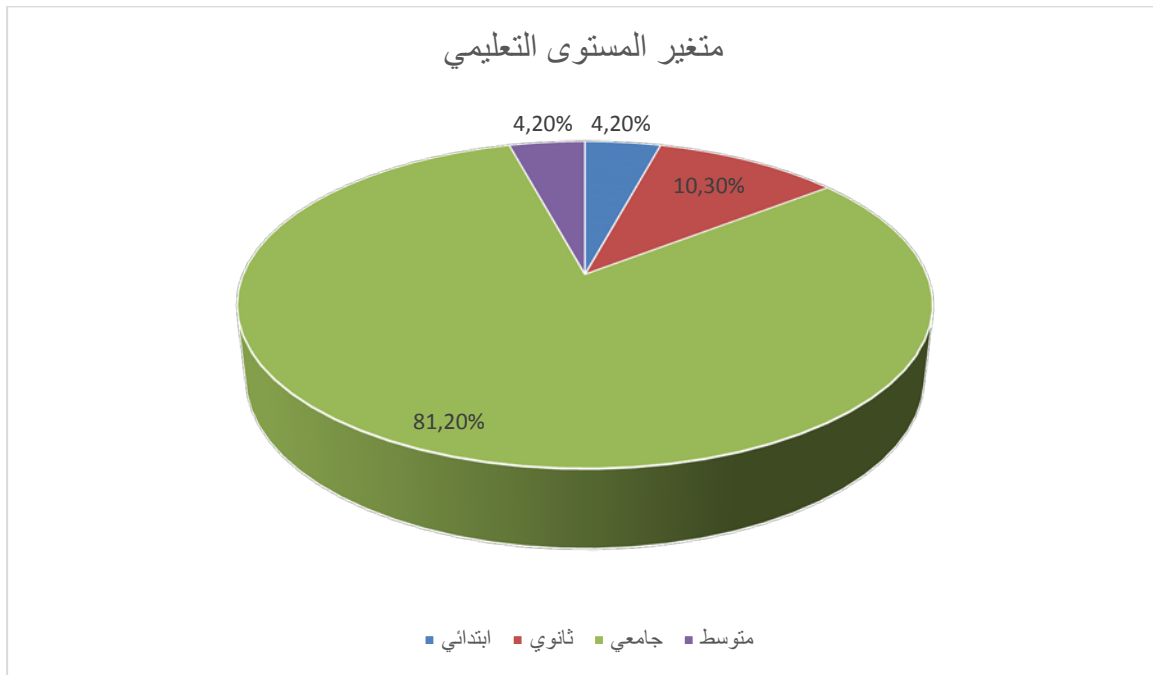
الجدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	07	4.2%
ثانوي	17	10.3%
جامعي	134	81.2%
متوسط	07	4.2%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول رقم (4) أعلاه نلاحظ تفاوت ملحوظ في المستوى التعليمي بين مستخدمي الفيسبوك حيث سجلت أعلى نسبة في المستوى التعليم الجامعي قدرت ب 81.2% تليها فئة المستوى الثانوي ب 10.3% أما المستويين الابتدائي والمتوسط فكانا في آخر المرتبة بنسبة 4.2% للمستوى الابتدائي و 4.2% للمستوى المتوسط.

ومن خلال هذه النسب المسجلة نستنتج أن شبكة الفايسبوك تتطلب مستوى تعليمي من أجل التعامل معه، حيث أن معظم المبحوثين ذوي المستوى الجامعي يستعملون الفايسبوك بكثرة من أجل البحوث العلمية والدرشة، لذا وبعد ارتباطهم بالمسؤوليات الأسرية مما يجعلهم يضطعون على مختلف المضامين على عكس المستويات الأخرى التي لديها ارتباطاتها الخاصة وهذا ما يدل كذلك على أن نسبة التعليم في الجزائر ارتفعت حيث أن الشباب اليوم أصبح على قدر كاف من التعليم، ما يجعله يتفاعل ويفهم ما يتم نشره عبر موقع الفايسبوك.

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.



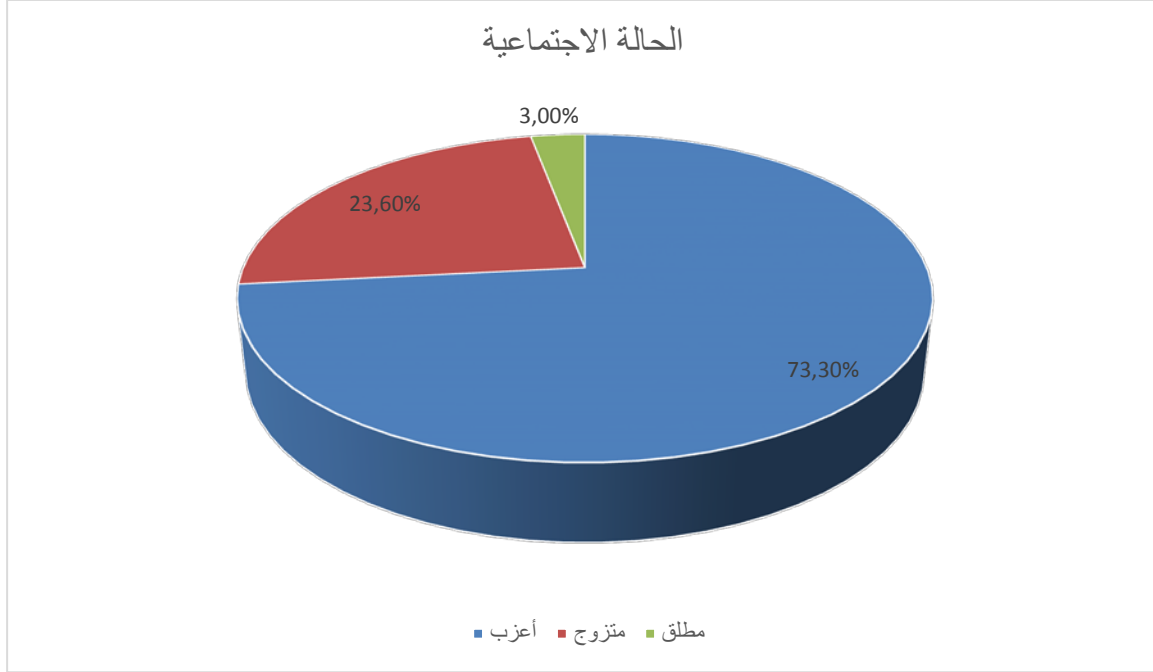
الجدول رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	121	73.3%
متزوج	39	23.6%
مطلق	05	3.0%
المجموع	165	100%

- تظهر معطيات الجدول رقم (5) والذي يمثل الحالة الاجتماعية للمبحوثين أن النسبة الكبيرة من المستخدمين لشبكة الفايسبوك هم فئة العزاب، وذلك بنسبة قدرت ب 73.7% بينما بلغت نسبة المتزوجين ب 23.6% كما قدرت نسبة المطلقين ب 3.0%.

وبالتالي يمكن تفسير هذه النتائج بأن فئة العزاب هي الفئة المستفيدة أكثر والمتعرضة لمضامين وخدمات التي يقدمها الفيسبوك، خاصة خدمة التعارف والدرشة باعتبارهم غير مرتبطين بالتزامات وارتباطات أسرية، عكس لشباب المتزوجين قد يقتصر استخدامهم للفيسبوك في الاطلاع على آخر الأخبار.

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



الجدول رقم (6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

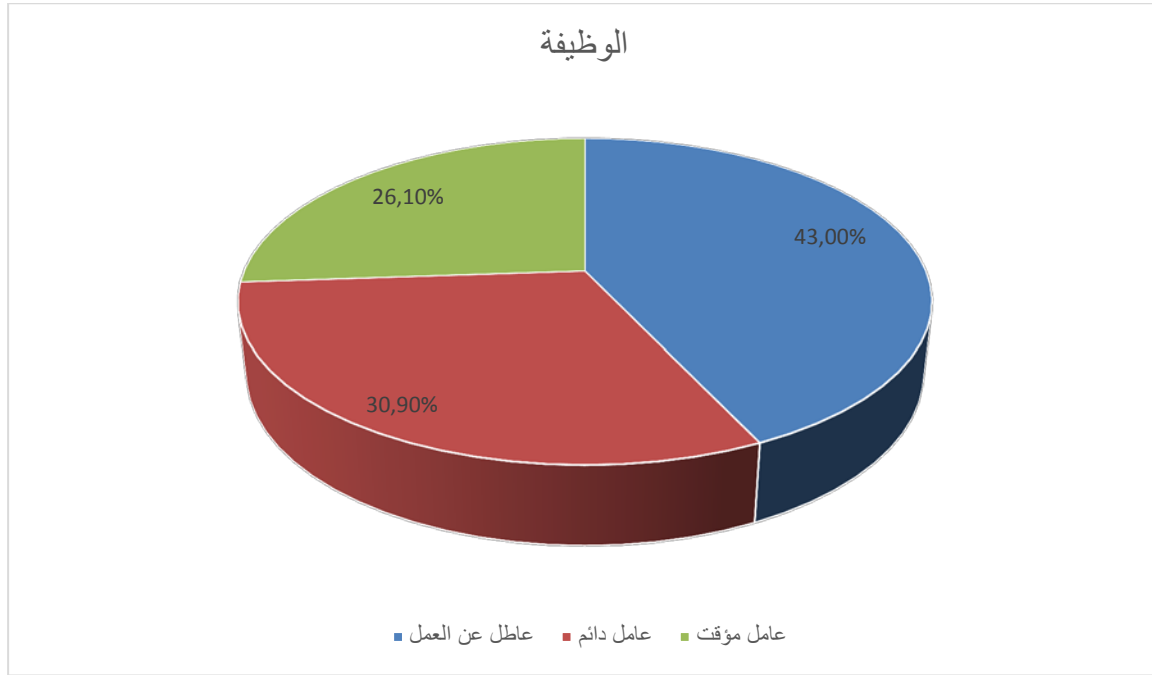
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
عاطل عن العمل	71	43.0%
عامل دائم	51	30.9%
عامل مؤقت	43	26.1%
المجموع	165	100%

- نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة، أن الأغلبية كانت من نصيب العاطلين عن العمل إذ قدرت بنسبة 43.0%، تليها فئة العاملين الدائمين بنسبة 30.9% بينما نجد فئة العاملين المؤقتين بنسبة 26.2%.

وعليه ليكن تفسير أن العاطلين عن العمل هم الفئة الأكثر استخداما لشبكة الفيسبوك وهذا يرجع إلى أن الوسائل التي يستخدمونها متاحة بكثرة ولذلك عدم ارتباطهم بعالم الشغل مما يدل على أن وقت

الفراغ يقضونه في التصفح، كما أن كل من العامل الدائم والعامل المؤقت قد يستخدمون الفايسبوك للتواصل مع الزملاء في العمل.

الشكل رقم (6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة



الجدول رقم (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاقتصادية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
جيد	22	13.3%
ضعيف	54	32.7%
متوسط	89	53.9%
المجموع	165	100%

- يوضح الجدول رقم (7) أعلاه أن أكبر نسبة هي أصحاب الدخل المتوسط والتي قدرت بنسبة

53.9%، أمك نسبة الدخل الضعيف قدرت ب 32.7% في حين نسبة الدخل فكانت 13.3%.

ومنه نستنتج أن المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك بصفة دائمة هم ذوي مستوى معيشي متوسط.

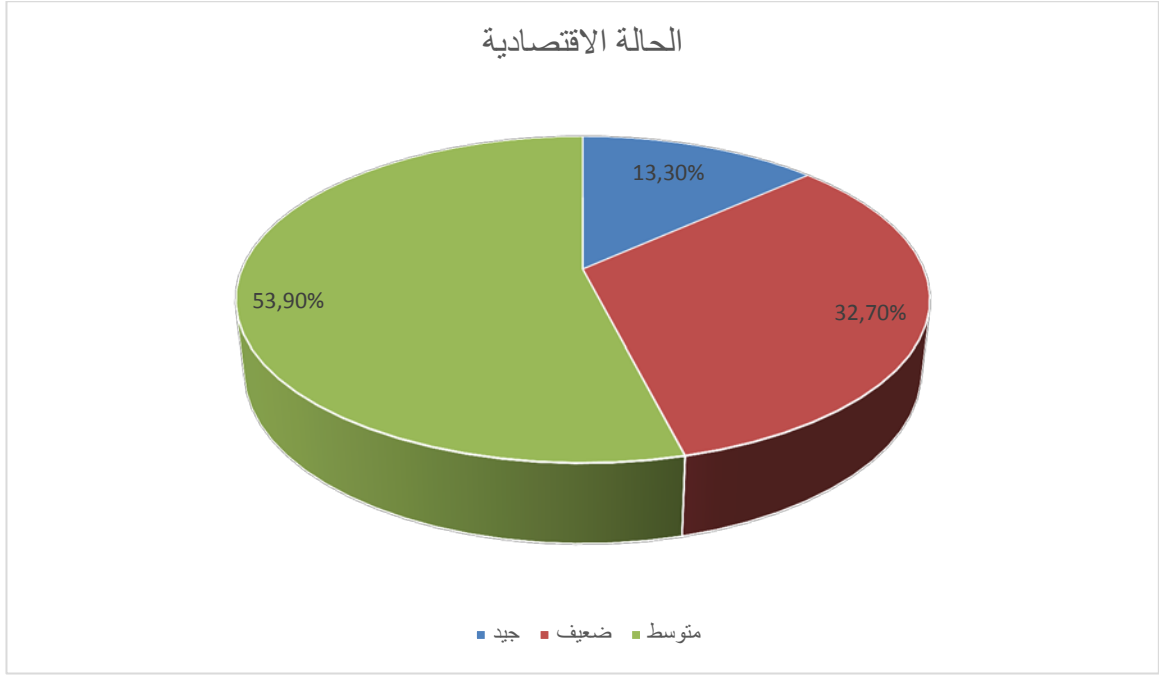
- من خلال النتائج المدونة في الجدول رقم (8) أعلاه نلاحظ نسبة من العينة المدروسة 55.2% لا

يتلقون رسائل نصية عبر صفحاتهم المروجة للحرق، أما بنسبة 44.8% يتلقون رسائل نصية عبر

صفحتهم.

ونفسر هذه النسب أن موقع الفايسبوك لم يستطع أن يتفوق على الإعلام التقليدي وهذا من خلا التفاعل مع المضامين المعروضة للترويج للهجرة غير الشرعية.

الشكل رقم (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاقتصادية



المحور الثاني: الأساليب الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر موقع الفايسبوك

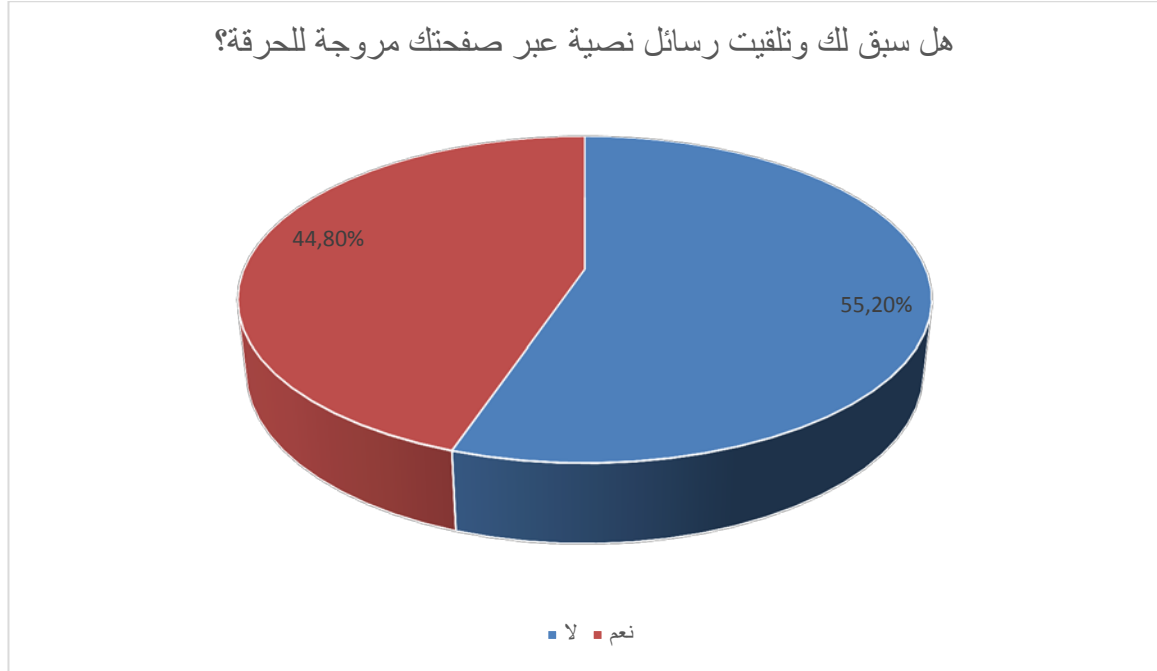
الجدول رقم (8): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وتلقيت رسائل نصية عبر صفحتك مروجة للحرق؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	91	55.2%
نعم	74	44.8%
المجموع	165	100%

من خلال النتائج المدونة في الجدول رقم (8) أعلاه نلاحظ نسين من العينة المدروسة 55.2% لا يتلقون رسال نصية عبر صفحتهم المروجة للحرق أما نسبة 44.8% أجابوا بنعم.

ونفسر هذه النسب أن موقع الفيسبوك لم يستطع أن يتفوق على الإعلام التقليدي وهذا من خلال التفاعل مع المضامين المعروضة للترويج للهجرة غير الشرعية.

الشكل رقم (8): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وتلقيت رسائل نصية عبر صفحتك مروجة للحرقه؟



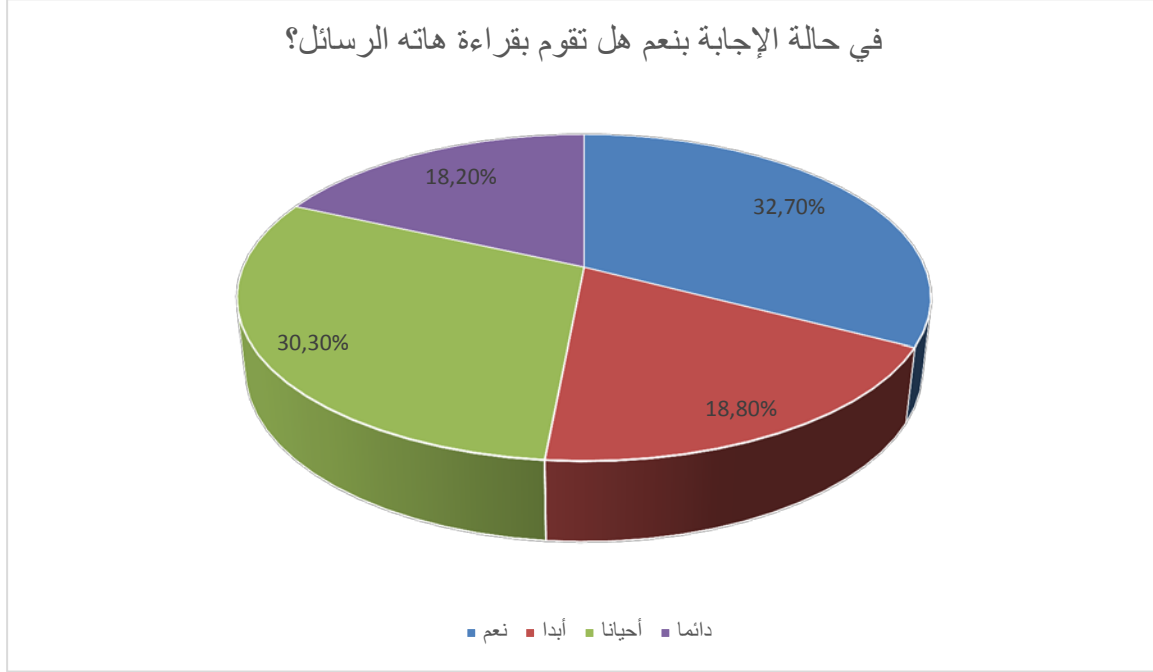
الجدول رقم (9): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال في حالة الإجابة بنعم هل تقوم بقراءة هاتمه الرسائل؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	54	32.7%
أبدا	31	18.8%
أحيانا	50	30.3%
دائما	30	18.2%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول أعلاه رقم(9) نلاحظ أن أغلب الشباب يقومون بقراءة هذه الرسائل وذلك بنسبة 32.7% وبنسبة 30.3% أحيانا ما يقومون بقرائتها، أما بنسبة 18.8% لا يقومون بقرائتها أبدا، و 18.2% أجابوا بدائما.

ونفسر هذه النتائج أن أغلبية أفراد العينة حققوا مستوى في التزويد برسائل حول الحرقه.

الشكل رقم (9): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال في حالة الإجابة بنعم هل تقوم بقراءة هاته الرسائل؟



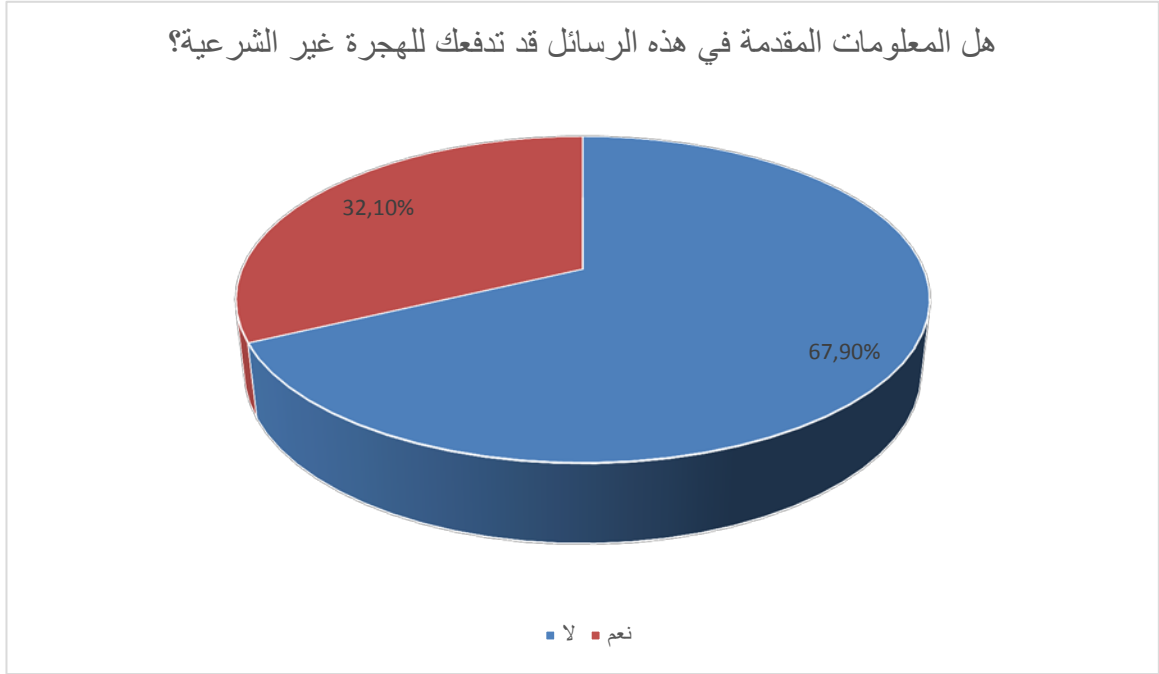
الجدول رقم (10): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل المعلومات المقدمة في هذه الرسائل قد تدفعك للهجرة غير الشرعية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	112	67.9%
نعم	53	32.1%
المجموع	165	100%

- نلاحظ من خلال الإجابة المتحصل عليها في الجدول أعلاه رقم (10) والذي يوضح المعلومات المقدمة التي تدفع المبحوثين للهجرة غير شرعية وتعد بنسبة 97.9% للإجابة ب لا كأعلى نسبة أما الإجابة ب نعم فقدرت ب 32.1%.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى ضعف النشاط والأداء من طرف المبحوثين وعدم تفاعلهم من حيث قيامهم بدعوة الأصدقاء المضافين على حسابهم الشخصي لتسجيل الاعجاب بالصفحات الخاصة للترويج للهجرة غير الشرعية.

الشكل رقم (10): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل المعلومات المقدمة في هذه الرسائل قد تدفعك للهجرة غير الشرعية؟

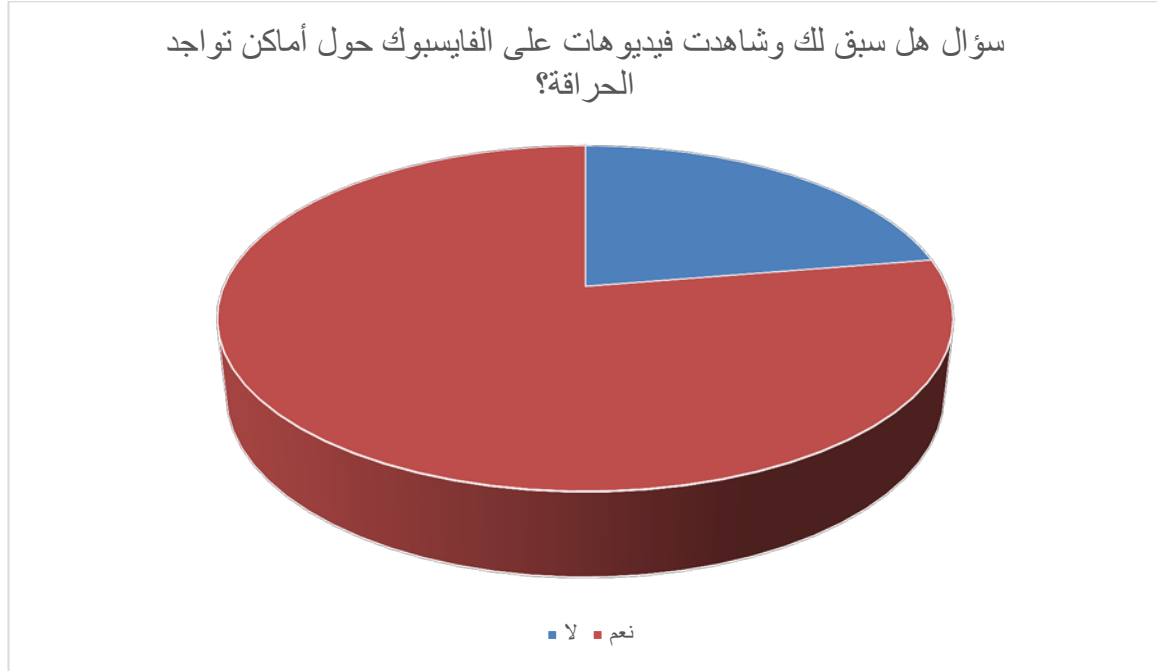


الجدول رقم (11): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وشاهدت فيديوها على الفيسبوك حول أماكن تواجد الحراقة؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	37	22.4%
نعم	128	77.6%
المجموع	165	100%

- نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (11) الذي سبق للمبحوثين مشاهدة فيديوها على الفيسبوك حول أماكن تواجد الحراقة، أن النسب المتحصل عليها 77.6% لصالح نعم مقارنة بالإجابة النافية التي نسبتها 22.4% وهذا يمكن اعتباره مؤشر إيجابي بأن موقع الفيسبوك استطاع أن يوفر فرصة للشباب للمشاركة في الحياة العامة، والاقبال عليه في مواضيع حساسة خاصة منها مواضيع الهجرة غير الشرعية، كما يمكن اليوم عبر هذا الموقع ايصال الرسالة من أفراد عاديين أو هيئات حكومية حول القضية الحيوية في المجتمع.

الشكل رقم (11): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وشاهدت فيديوهات على الفايسبوك حول أماكن تواجد الحرقاة؟



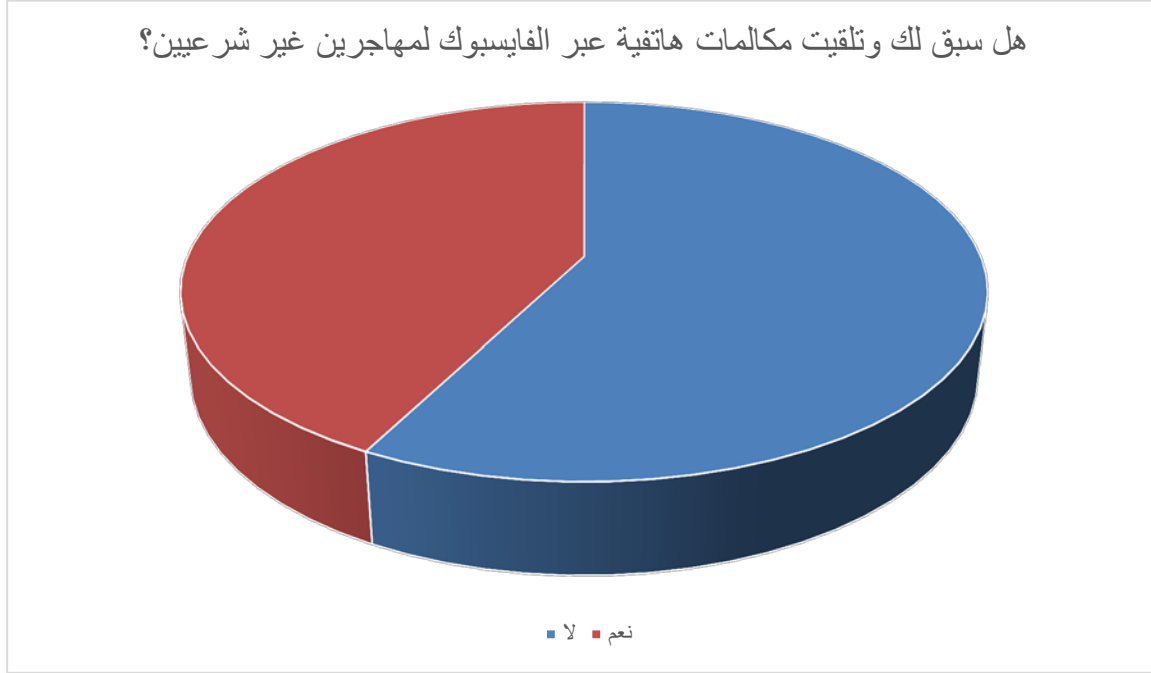
الجدول رقم (12): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وتلقيت مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك لمهاجرين غير شرعيين؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	95	57.6%
نعم	70	42.4%
المجموع	165	100%

- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (12) أن نسبة 57.6% من المبحوثين إجاباتهم ب لا على أن سبق لهم وتلقوا مكالمات هاتفية ناجحة عبر الفايسبوك، وبنسبة 42.4% كانت إجاباتهم ب نعم.

فمن خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين والمشاركين عبر الفايسبوك لا يتلقون مكالمات هاتفية ناجحة لمهاجرين غير شرعيين، وهذا ما يوضح أن عدم نجاح الموقع في الترويج وتعزيز مبادئهم التي تخص الترويج للهجرة غير الشرعية كما يمكن القول أنه من خلال هذا بأن موقع الفايسبوك لم يستطع أن يؤدي دوره في الترويج للهجرة غير الشرعية لدى الشباب من خلال تفاعلهم واستجاباتهم للمكالمات الخاصة بالترويج للحرقاة.

الشكل رقم (12): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وتلقيت مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك لمهاجرين غير شرعيين؟



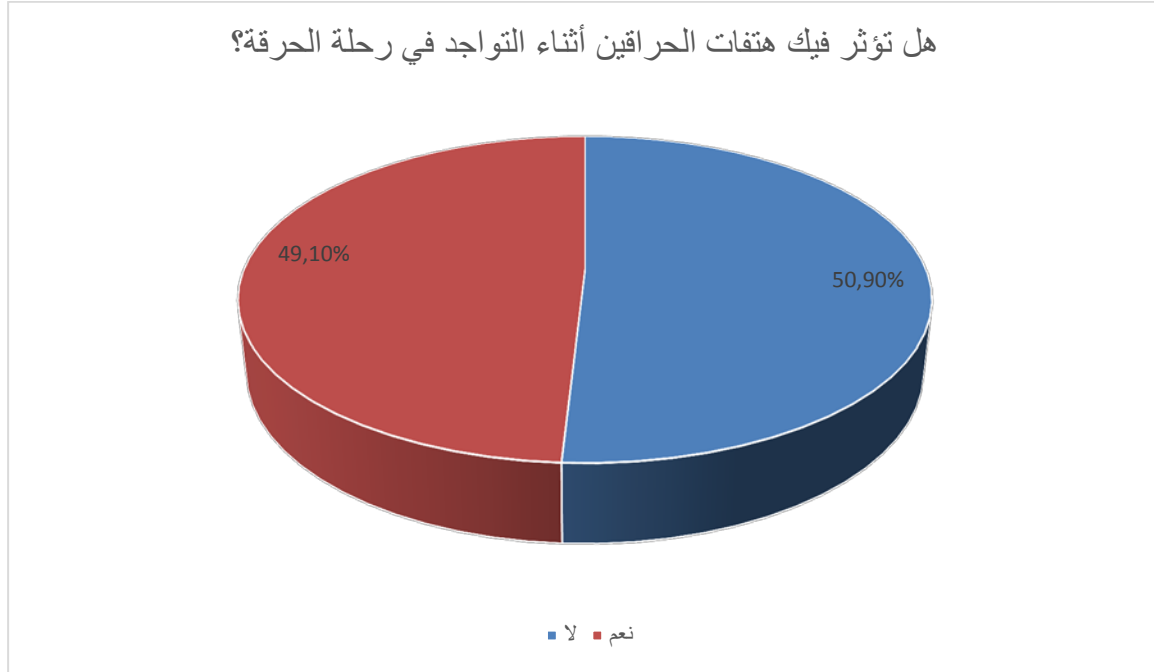
الجدول رقم (13): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤثر فيك هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقه؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	84	50.9%
نعم	81	49.1%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن نسبة 50.9% لا تؤثر فيهم هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقه وبنسبة 49.1% فكانت إجابتهم بنعم.

يمكن تفسير النسب المتحصل عليها يعود ذلك لأسباب شخصية أي أن أفراد العينة لديهم شخصية قوية ولا تؤثر فيهم هتافات الحراقين.

الشكل رقم (13): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤثر فيك هتفات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقه؟



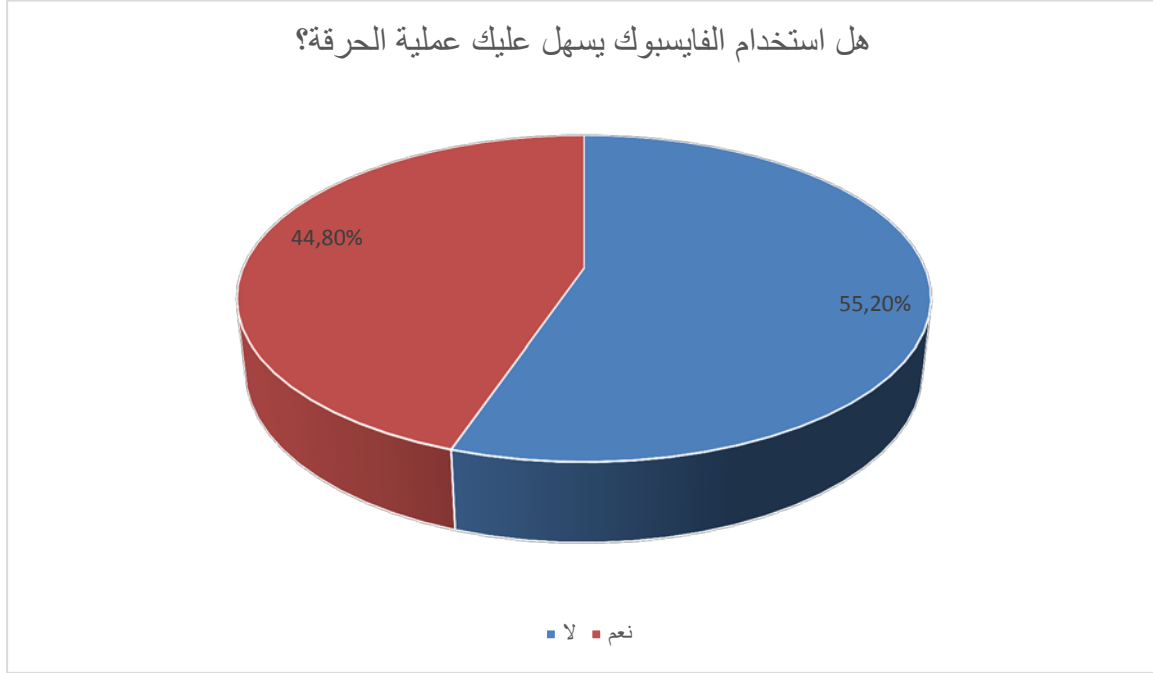
الجدول رقم (14): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل استخدام الفاييسوك يسهل عليك عملية الحرقه؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	91	55.2%
نعم	74	44.8%
المجموع	165	100%

- يبين الجدول رقم (14) أن استخدام الفاييسوك لا يسهل عملية الحرقه وكان ذلك بنسبة 55.2% من المبحوثين إجابتهم ب لا وبنسبة 44.8% كانت إجابتهم بنعم.

ومن خلال نتائج الجدول يمكن القول أن أغلبية الشباب لا يسهل عليهم الفاييسوك عملية الحرقه وهذا ما يؤكد الاستخدام لهذا الموقع، وفي نفس الوقت تؤكد أن هذا الموقع لا يلقي إقبالا ورواجا كبيرا واستخداما أكبر في أوساط الشباب، وذلك ما يوفي من خدمات ومزايا متعددة في حين يستخدمه الآخرون أحيانا وقد يعود ذلك إلى التزاماتهم أو انشغالهم وليس لديهم متسع من الوقت لذلك.

الشكل رقم (14): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل استخدام الفايسبوك يسهل عليك عملية الحرق؟



المحور الثالث: مدى تأثير المضامين الإعلامية الفيسبوكية في تحقيق الترويج للهجرة غير الشرعية

الجدول رقم (15): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال في رأيك هل الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي لنجاح الترويج للهجرة غير الشرعية؟

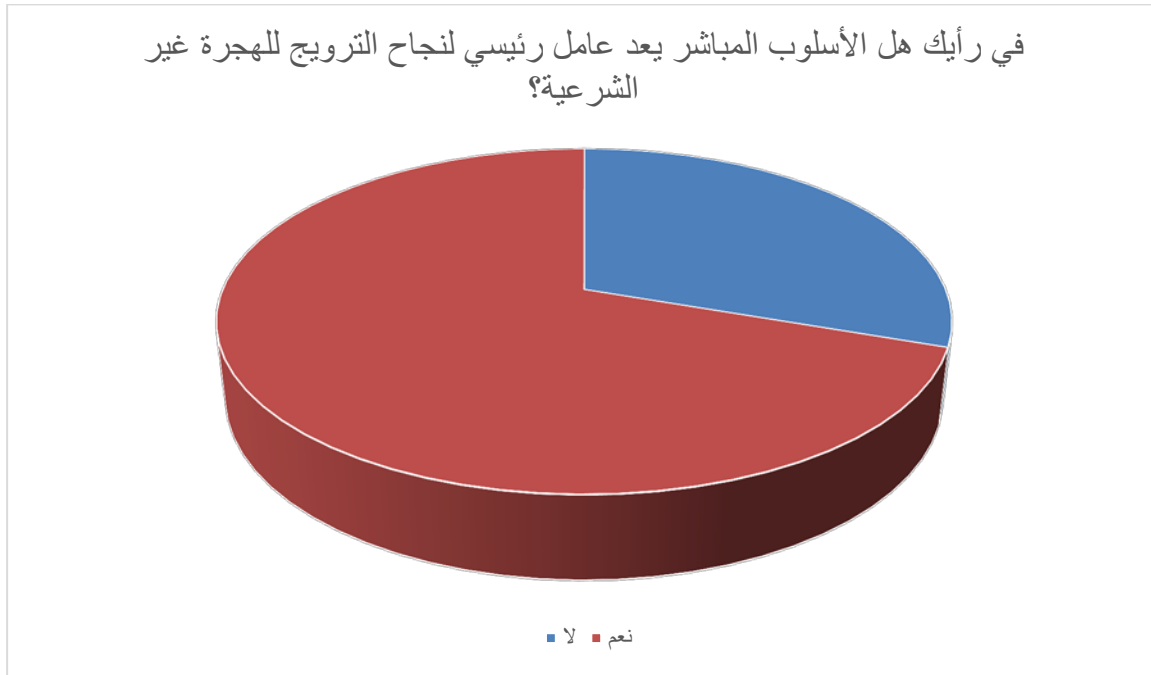
المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	50	30.3%
نعم	115	69.7%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن نسبة من عينة الشباب المبحوثين 30.3% لا يرون أن الأسلوب المباشر لا يعد عامل رئيسي في نجاح الترويج للهجرة غير الشرعية أي كانت إجاباتهم ب لا، وبنسبة 69.7% كانت إجاباتهم ب نعم أي أنهم يرون أن الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي في نجاح الترويج للحرق.

يمكن تفسير النسب المتحصل عليها بأن هذا الأسلوب بمثابة المنظار والمرصد لكل ما يجري حول البيئة المحيطة من مجريات أو أحداث، كما نرجع اهتمام المبحوثين بمضامين الهجرة غير الشرعية خلال

هذه السنوات الأربع الأخيرة إلى إنتشار الظاهرة بسرعة وتفشيها بسبب الأوضاع الاقتصادية الخانقة، وتهميش الذين يعانون منه ما يدفعهم إلى ركوب قوارب الموت والهجرة إلى الضفة المقابلة لتحسين مستوى معيشتهم وتحقيق الرفاهية.

الشكل رقم (15): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال في رأيك هل الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي لنجاح الترويج للهجرة غير الشرعية؟



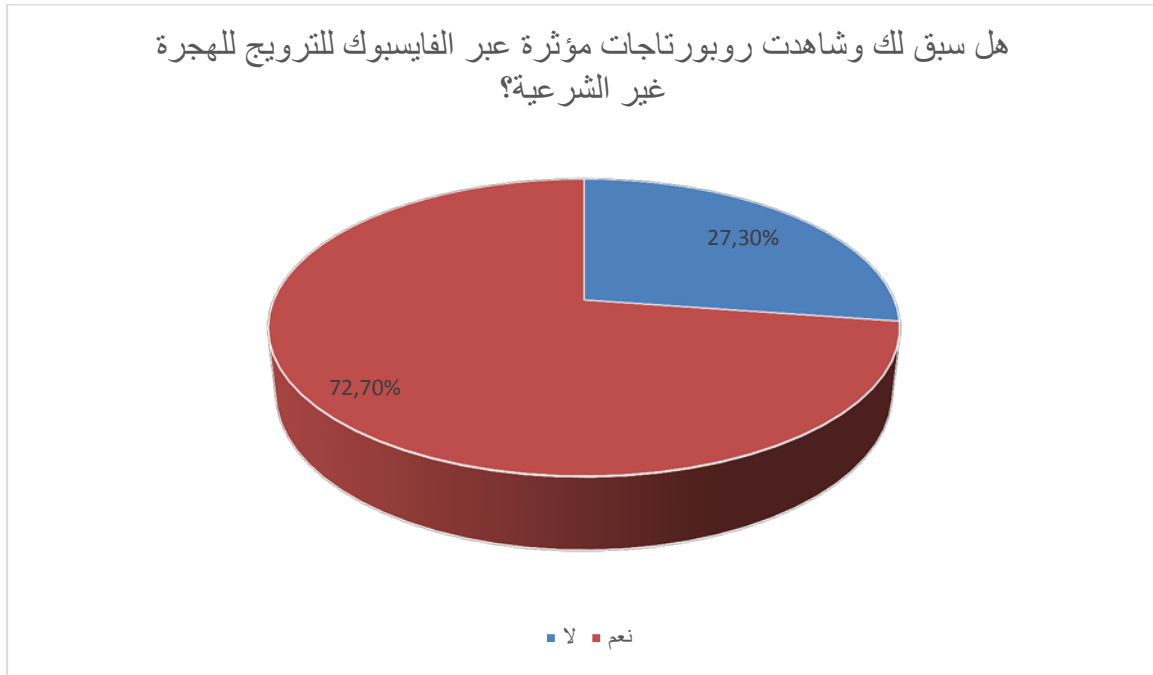
الجدول رقم (16): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وشاهدت روبرتاجات مؤثرة عبر الفيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	45	27.3%
نعم	120	72.7%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن نسبة 27.3% كانت إجاباتهم ب لا أي أنهم لم يسبق لهم واشاهدوا روبرتاجات مؤثرة عبر الفيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية، وبنسبة 72.7% كانت إجاباتهم بنعم.

ونستنتج من خلال النتائج أنهم يفضلون أن تكون هناك صفحات تشجع على الحرق والهروب من الواقع المزري الذي يعيشونه وهذا ما قد يدل على خصائص الموقع الذي أصبح بمثابة وسيلة إعلامية جديدة من خلال تناولها لموضوع الهجرة من خلال تفاعل الأفراد مع كل ما ينشر في الروبورتاجات وبالتالي يزداد الاهتمام بها.

الشكل رقم (16): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وشاهدت روبورتاجات مؤثرة عبر الفايسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية؟



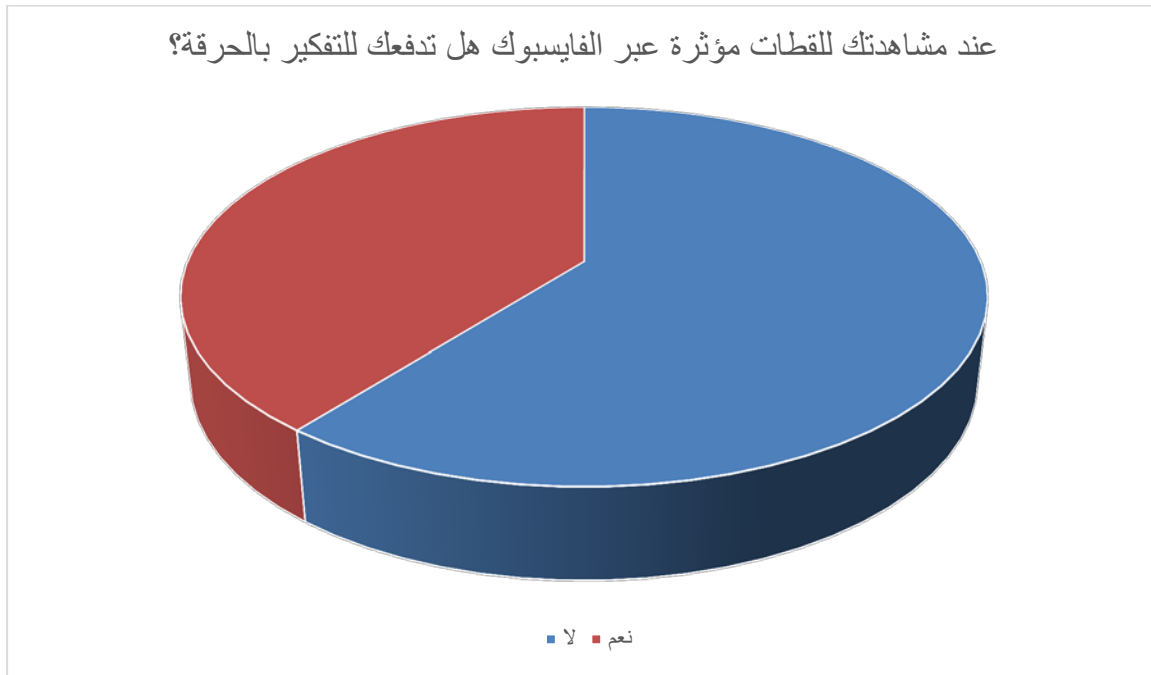
الجدول رقم (17): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال عند مشاهدتك للقطات مؤثرة عبر الفايسبوك هل تدفعك للتفكير بالحرق؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	100	60.6%
نعم	65	39.4%
المجموع	165	100%

- من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم (17) أعلاه نلاحظ أن نسبة 60.6% من أفراد العينة عند مشاهدتهم للقطات مؤثرة عبر الفايسبوك لا تدفعهم للتفكير بالحرق وبنسبة 39.4% كانت إجابتهم ب نعم.

من خلال إجابات المبحوثين نستنتج أن هناك نظرة سلبية لهذه اللقطات وعدم إقناعهم بها.

الشكل رقم (17): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال عند مشاهدتك للقطات مؤثرة عبر الفايسبوك هل تدفعك للتفكير بالحرقة؟

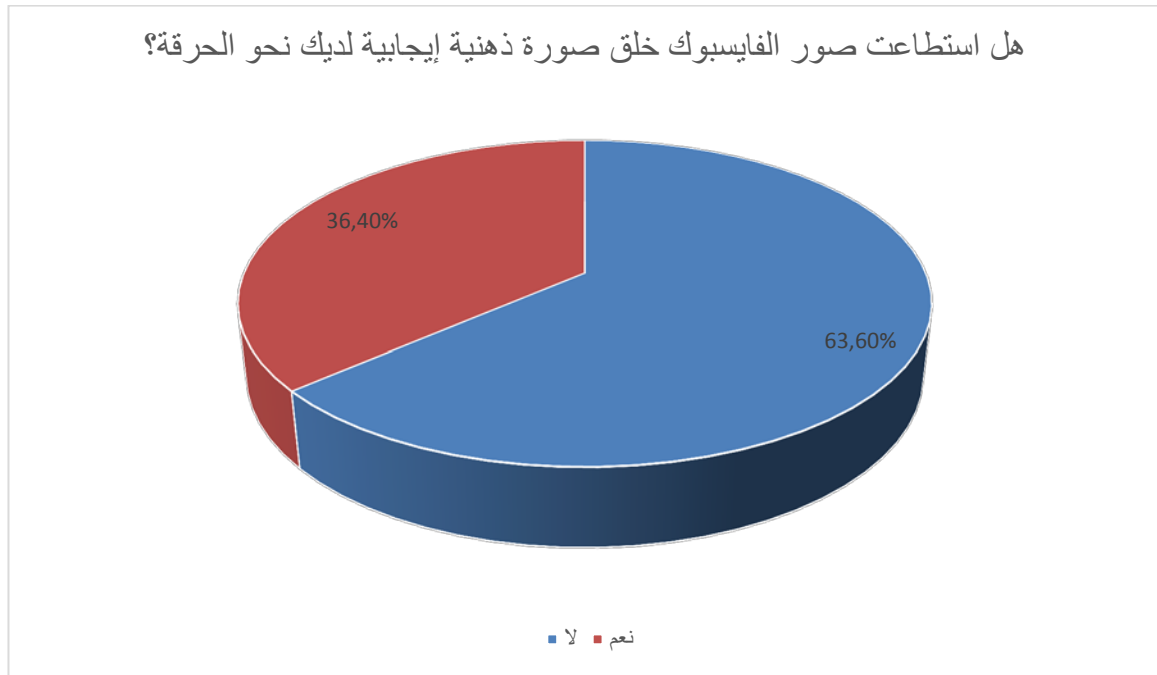


الجدول رقم (18): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل استطاعت صور الفايسبوك خلق صورة ذهنية إيجابية لديك نحو الحرقة؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	105	63.6%
نعم	60	36.4%
المجموع	165	100%

- يبين الجدول أعلاه رقم (18) أن صور الفايسبوك لا تستطيع خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الشباب نحو الحرقة والتي قدرت نسبتهم ب 63.6% في حين أن 36.4 كانت إجابتهم ب نعم. ومن خلال هذا نستنتج أن أغلبية المبحوثين غير مكترئين بهذه الصور المنشورة عبر الفايسبوك.

الشكل رقم (18): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل استطاعت صور الفايسبوك خلق صورة ذهنية إيجابية لديك نحو الحرقه؟

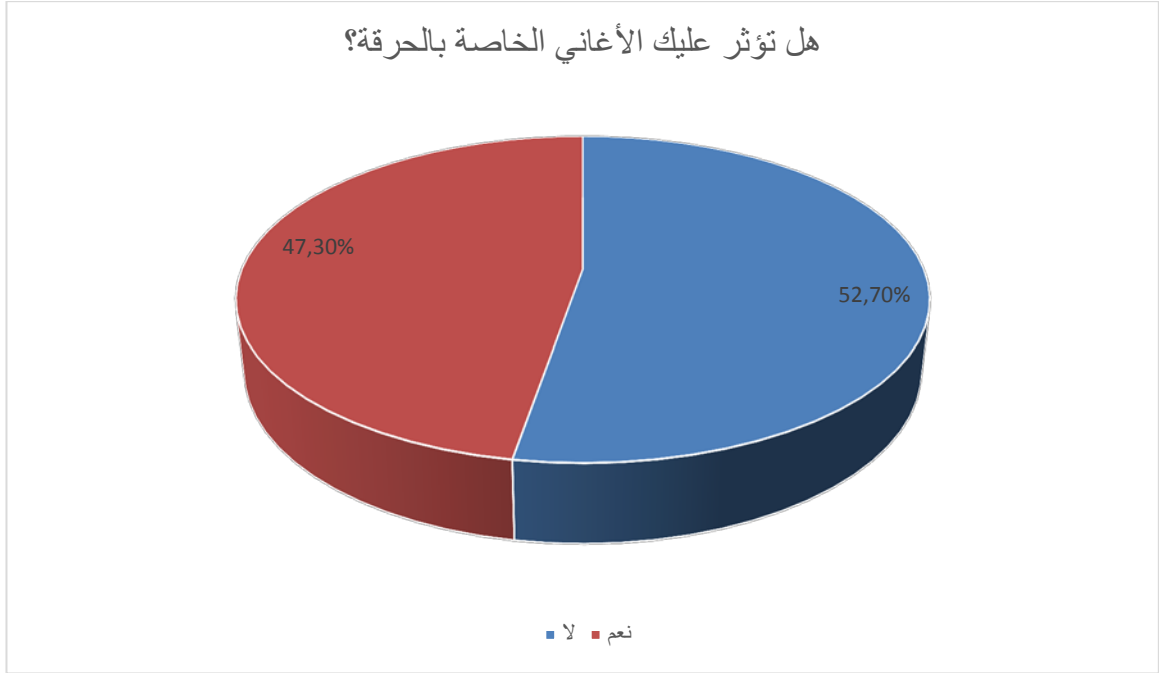


الجدول رقم (19): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤثر عليك الأغاني الخاصة بالحرقه؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	87	%52.7
نعم	78	%47.3
المجموع	165	%100

- في هذا الجدول رقم (19) أن الأغلبية أجابت ب لا أي لا تؤثر عليها الأغاني الخاصة بالحرقه وذلك بنسبة %52.7، في حين أن %47.5 أجابوا ب نعم تؤثر فيهم الأغاني الخاصة بالحرقه.

الشكل رقم (19): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤثر عليك الأغاني الخاصة بالحرقه؟

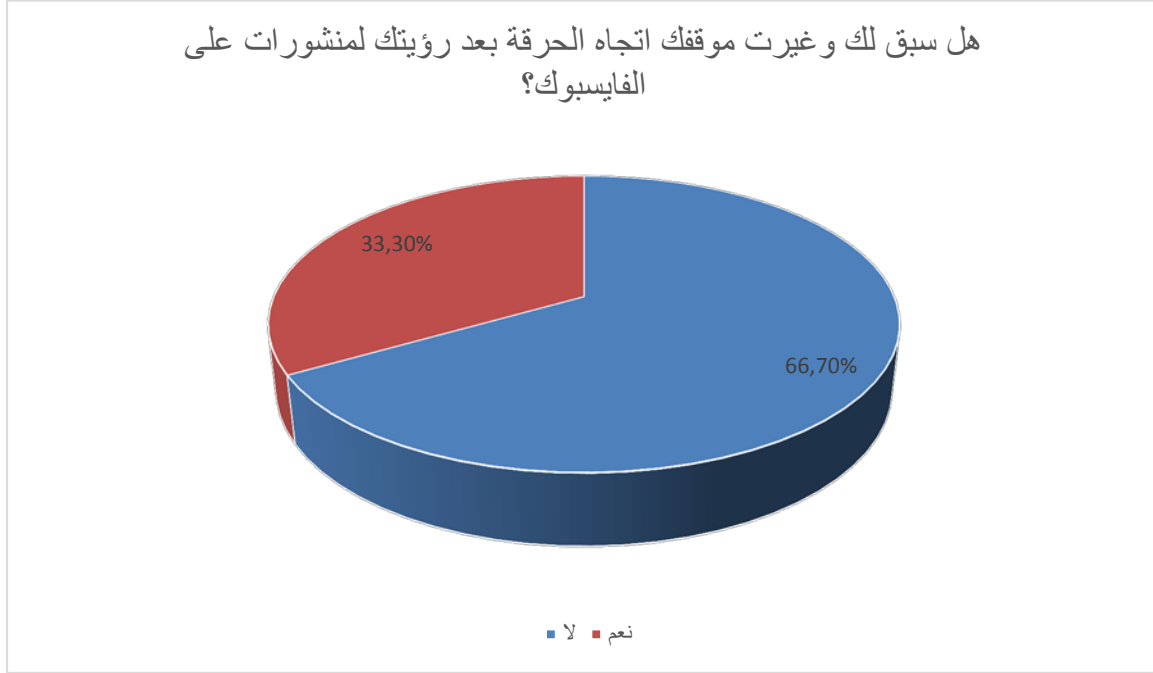


وهذا ما بيّن لنا الاهتمام الضعيف لأفراد العينة بالأغاني سواء كانت خاصة بالحرقه أم لا. الجدول رقم (20): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وغيرت موقفك اتجاه الحرقه بعد رؤيتك لمنشورات على الفايسبوك؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	110	66.7%
نعم	55	33.3%
المجموع	165	100%

- يتضح لنا من خلال هذا الجدول رقم (20) أن 66.7% لا يغيرون موقفهم اتجاه الحرقه بعد رؤيتهم لمنشورات على الفايسبوك، في حين قدرت 33.3% بنعم. وهذا دليل على عدم ايلاء الاهتمام بالحرقه وما ينشر عبر الفايسبوك من منشورات حولها.

الشكل رقم (20): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك وغيرت موقفك اتجاه الحرقه بعد رؤيتك لمنشورات على الفايسبوك؟



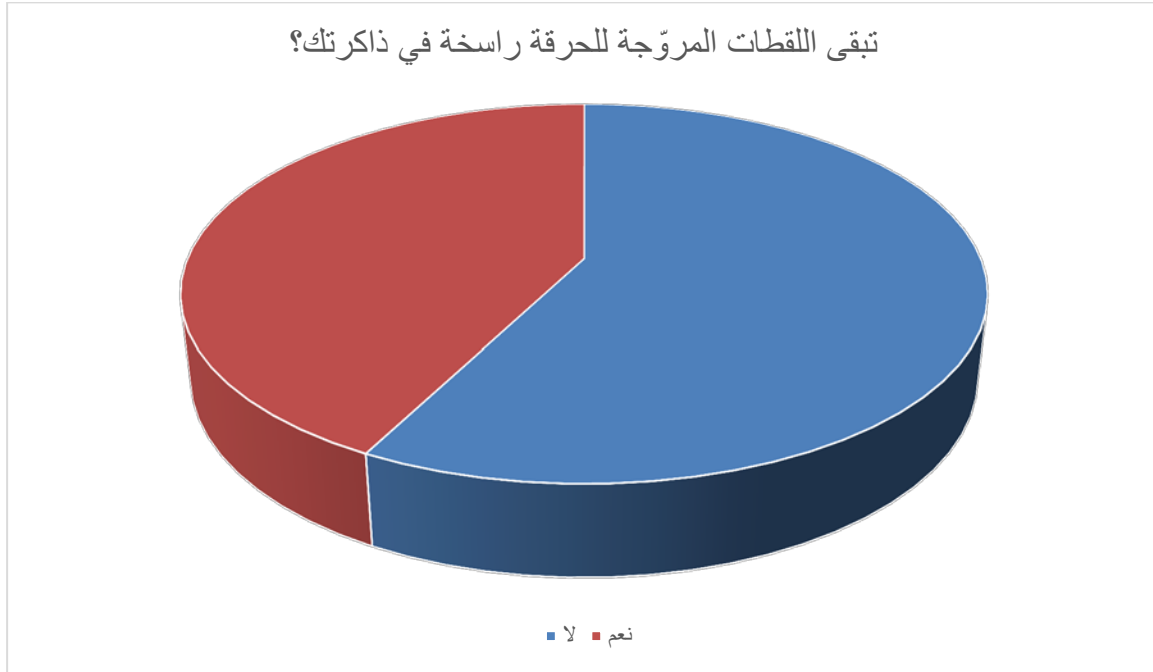
المحور الرابع: الإستمالات المستخدمة للترويج للهجرة غير الشرعية عبر الفايسبوك
الجدول رقم (21): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخة في ذاكرتك؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	95	57.6%
نعم	70	42.4%
المجموع	165	100%

- نلاحظ من خلال النسب المتحصل عليها فغي الجدول رقم (21) أعلاه أن على نسبة قدرت ب 57.6% من المبحوثين لا تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخة في ذاكرتهم، أما بنسبة 42.4% كانت إجابتهم ب نعم.

ويمكن إرجاع هذه النسب المتحصل عليها إلى عدم الاهتمام أو لا يجد ما يدعو إلى ذلك.

الشكل رقم (21): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخة في ذاكرتك؟



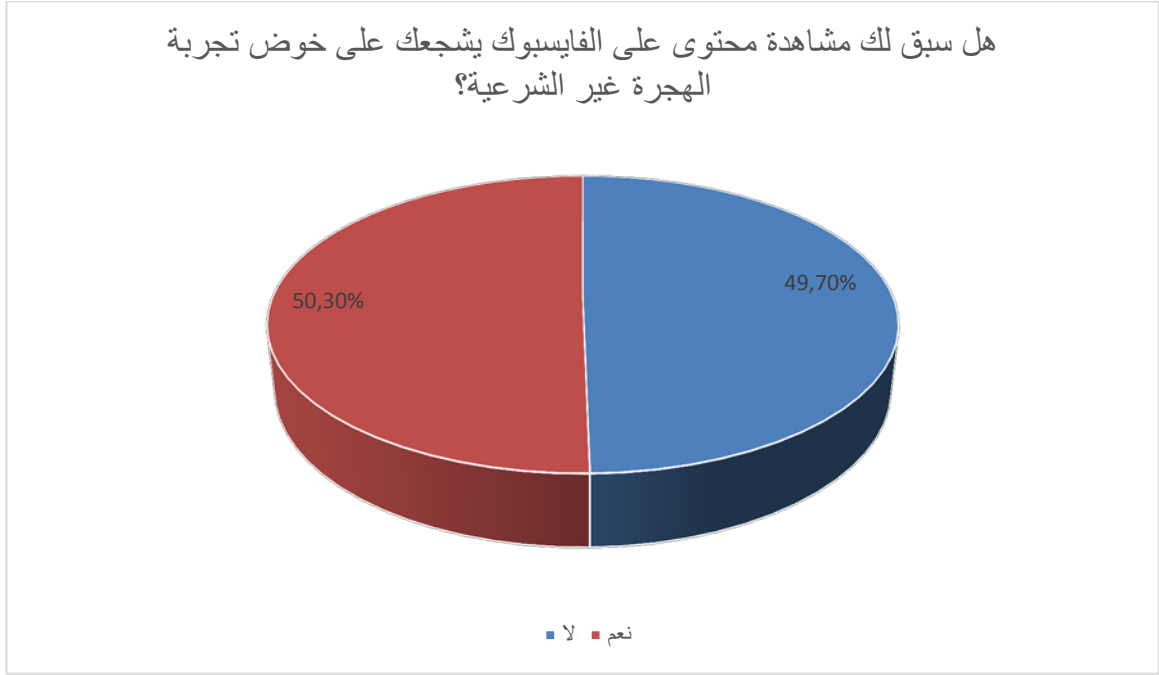
الجدول رقم (22): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك مشاهدة محتوى على الفايسبوك يشجعك على خوض تجربة الهجرة غير الشرعية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	82	49.7%
نعم	83	50.3%
المجموع	165	100%

- تبين لنا الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم(22) أعلاه أن 49.7% لم يسبق لهم مشاهدة محتوى على الفايسبوك يشجع على خوض تجربة الهجرة غير الشرعية، أما بنسبة 50.3% من أفراد العينة فقد سبق لهم وشاهدوا.

ويمكن تفسير هذا بأن المبحوثين يستعملون الفايسبوك من خلال متابعتهم لقضايا الهجرة غير الشرعية من أجل المعلومات والحقائق التي يعرضها هذا الموقع وهذا ما يفسر مساهمتها في تشكيل اتجاهاتهم نحو الحرقه.

الشكل رقم (22): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل سبق لك مشاهدة محتوى على الفايسبوك يشجعك على خوض تجربة الهجرة غير الشرعية؟



الجدول رقم (23): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال برأيك ماهي التأثيرات التي يحدثها الاطلاع على تجارب الحرقه الناجحة؟

- نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) أعلاه أن نسبة 39.4% من الشباب يطلبون المزيد من المعلومات للتأثيرات التي يحدثها الاطلاع على تجارب الحرقه الناجحة وبنسب متقاربة من أفراد العينة يسألون عن طرق الحرقه وأخرين يفكرون مباشرة في الحرقه.

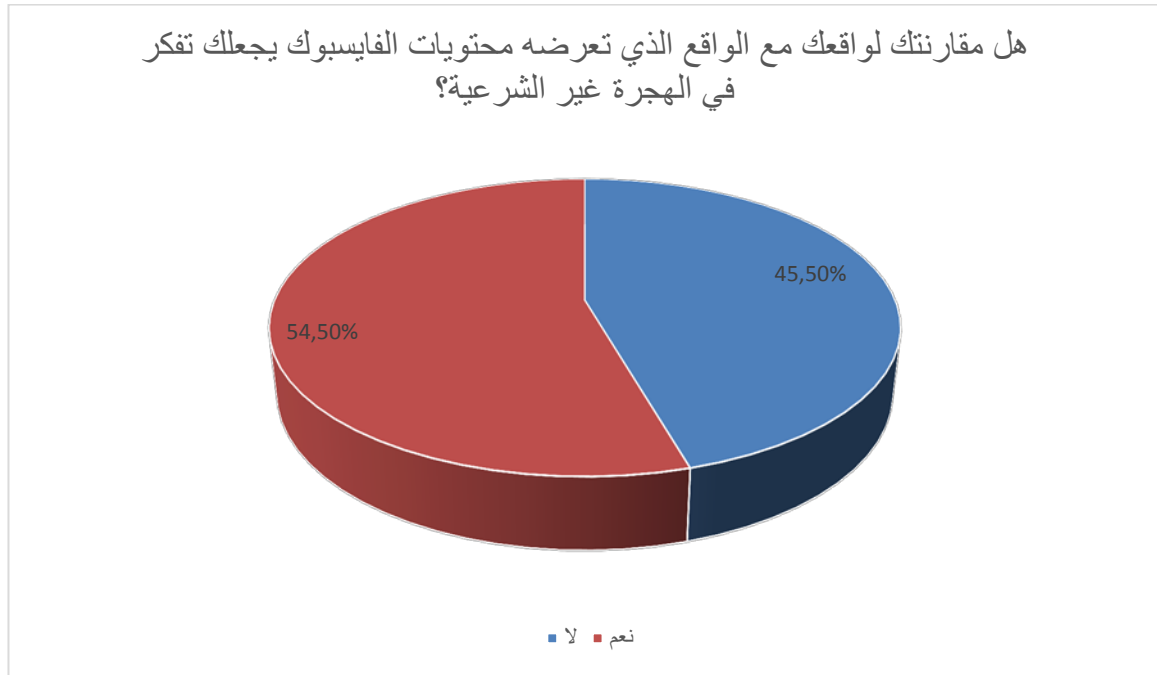
ونفسر هذه النتائج أن أغلبية أفراد العينة يبحثون عن معلومات ويطلبون المزيد من أجل رحلة ناجحة.

الجدول رقم (24): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل مقارنة مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك يجعلك تفكر في الهجرة غير الشرعية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	75	45.5%
نعم	90	54.5%

المجموع	165	%100
---------	-----	------

- يوضح الجدول رقم (24) توزيع أفراد العينة حسب ما تعرضه محتويات الفايسبوك ويجعل الشباب يفكرون في الحرقه بحيث توصلت نسب إلى 54.5% أنهم يقارنون واقعهم مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك ويجعلهم يفكرون في الهجرة في حين 45.5% أجابوا ب لا. يمكن تفسير النتائج المتوصل إليها أن معظم الشباب يقارنون واقعهم مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك ويجعلهم يفكرون في الحرقه وذلك بحثا عن حياة أفضل. الشكل رقم (24): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل مقارنتك لواقعك مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك يجعلك تفكر في الهجرة غير الشرعية؟



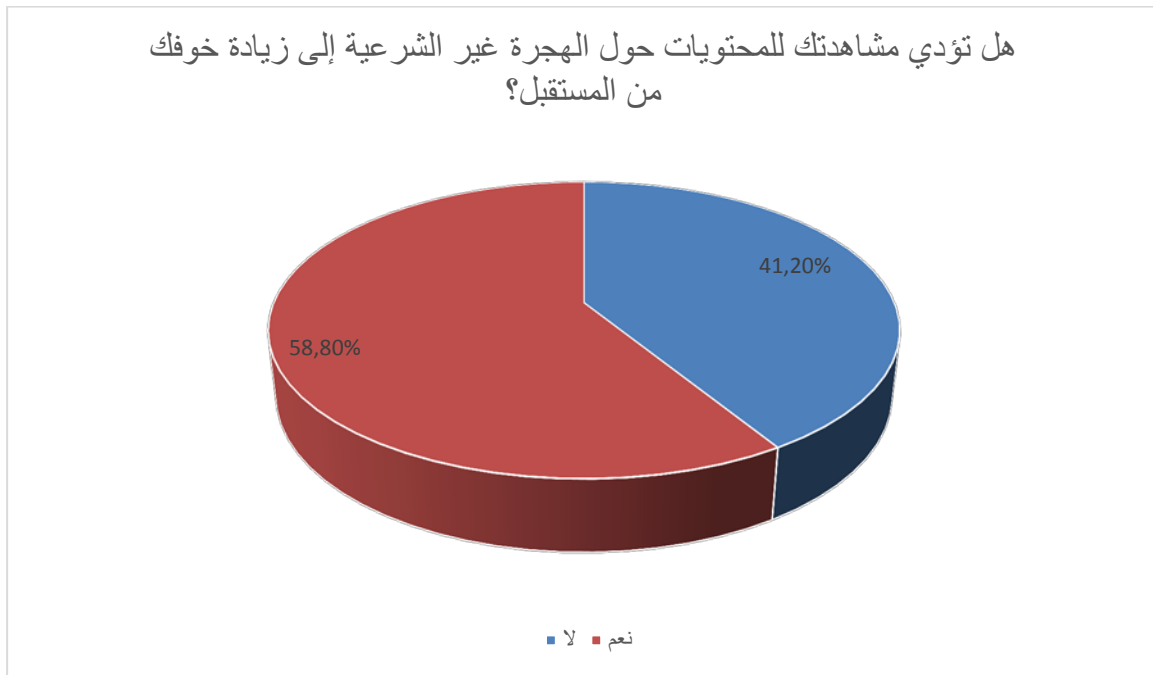
الجدول رقم (25): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤدي مشاهدتك للمحتويات حول الهجرة غير الشرعية إلى زيادة خوفك من المستقبل؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	68	%41.2
نعم	97	%58.8
المجموع	165	%100

- من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ نسبة من العينة المدروسة 58.8% تؤدي مشاهدتهم لمحتويات حول الهجرة غير الشرعية إلى زيادة خوفهم من المستقبل، وبنسبة 41.2% أجابوا ب لا لا يخافون من المستقبل.

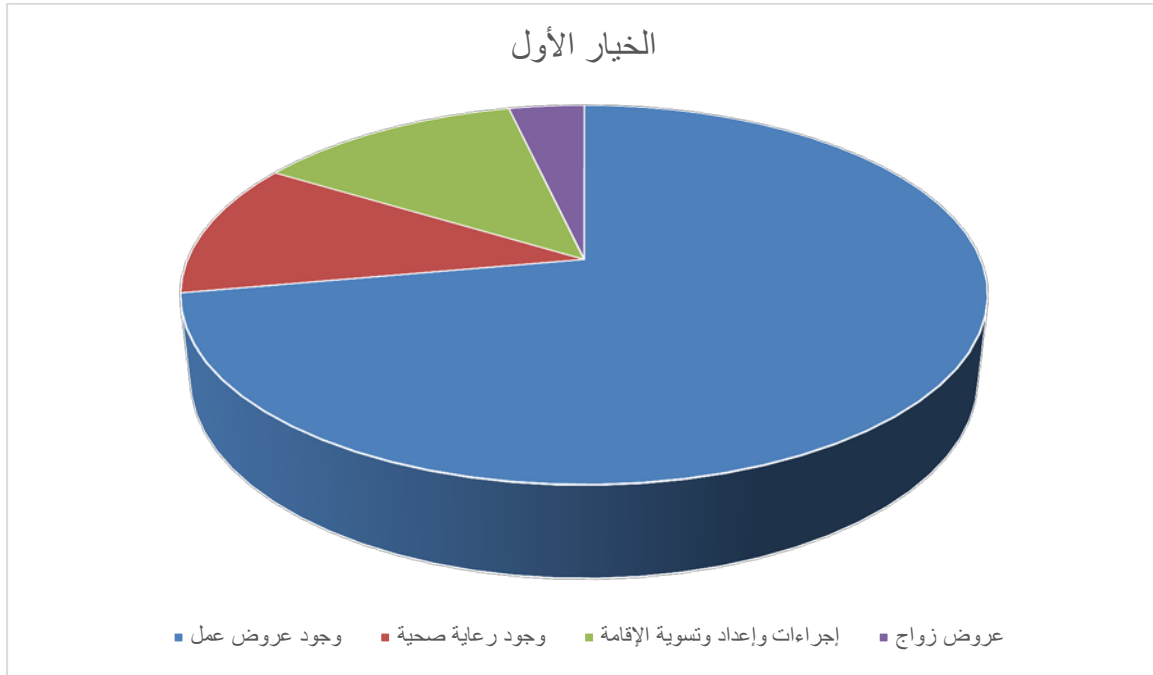
نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن غالبية الشباب يخافون على مستقبلهم حول ما يعرض على الفايبيوك وهذا ما يدل على أنهم يرغبون ويطمحون في مستقبل زاهر.

الشكل رقم (25): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل تؤدي مشاهدتك للمحتويات حول الهجرة غير الشرعية إلى زيادة خوفك من المستقبل؟



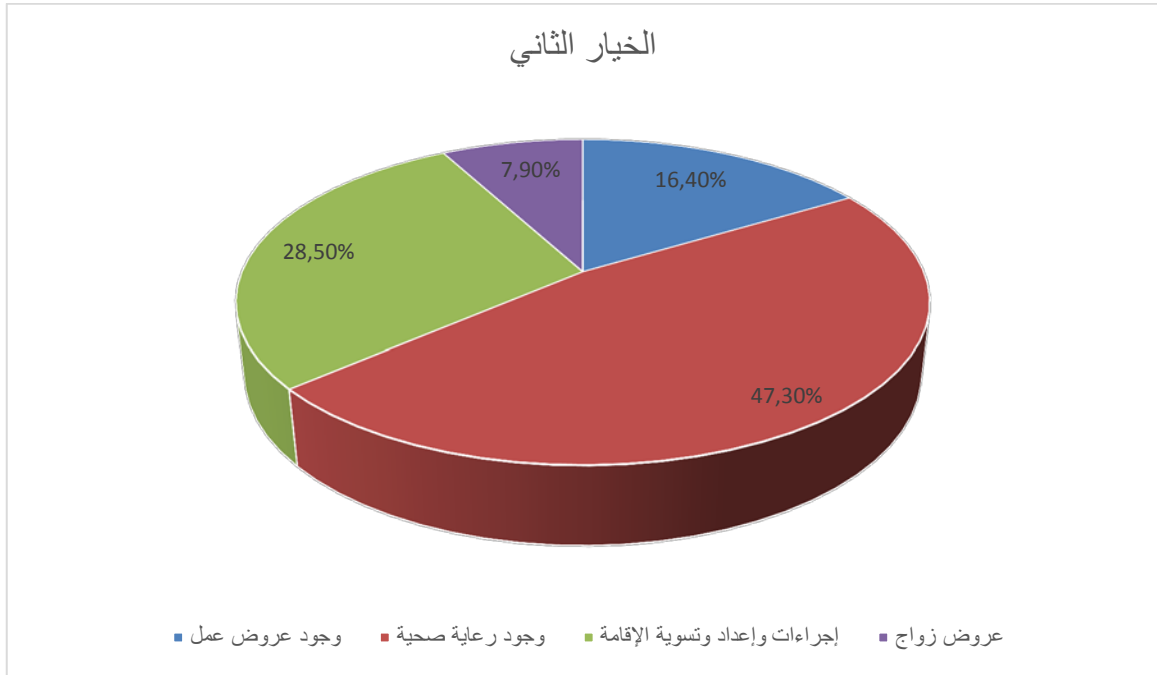
الجدول رقم (26): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال قم بترتيب ما يدفعك للهجرة غير الشرعية؟ الخيار الأول:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
وجود عروض عمل	119	72.1%
وجود رعاية صحية	19	11.5%
إجراءات وإعدادات وتسوية الإقامة	21	12.7%
عروض زواج	6	3.6%
المجموع	165	100%



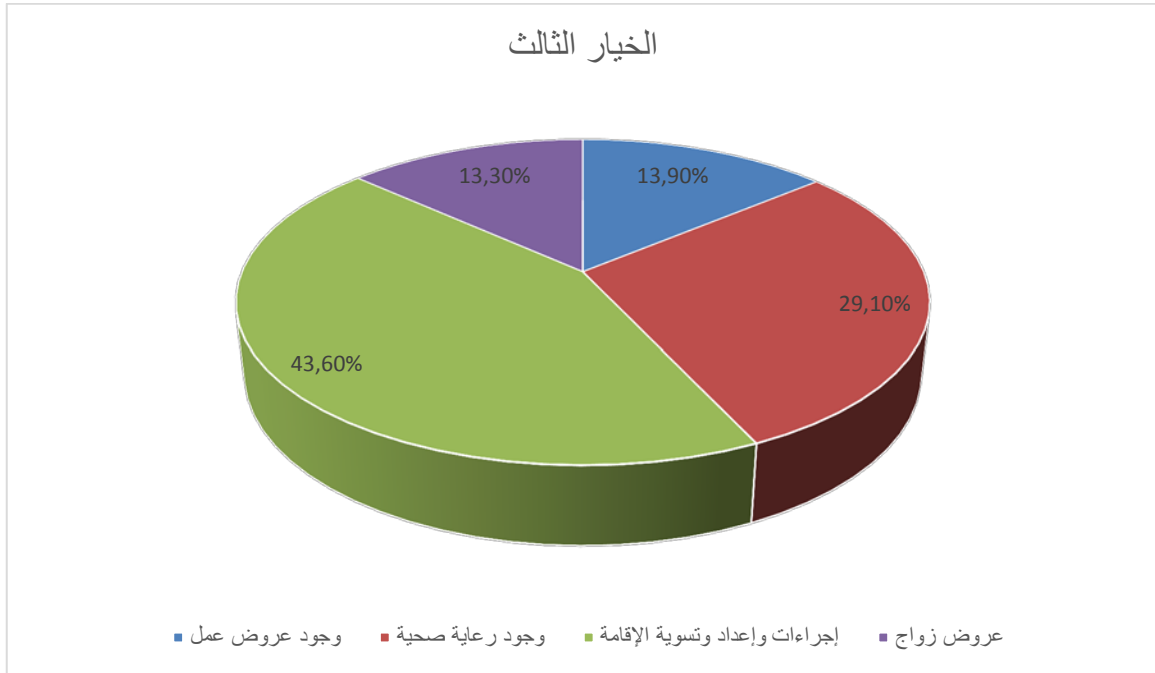
الخيار الثاني:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
وجود عروض عمل	27	%16.4
وجود رعاية صحية	78	%47.3
إجراءات وإعداد وتسوية الإقامة	47	%28.5
عروض زواج	13	%7.9
المجموع	165	%100



الخيار الثالث:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
وجود عروض عمل	23	13.9%
وجود رعاية صحية	48	29.1%
إجراءات وإعداد وتسوية الإقامة	72	43.6%
عروض زواج	22	13.3%
المجموع	165	100%



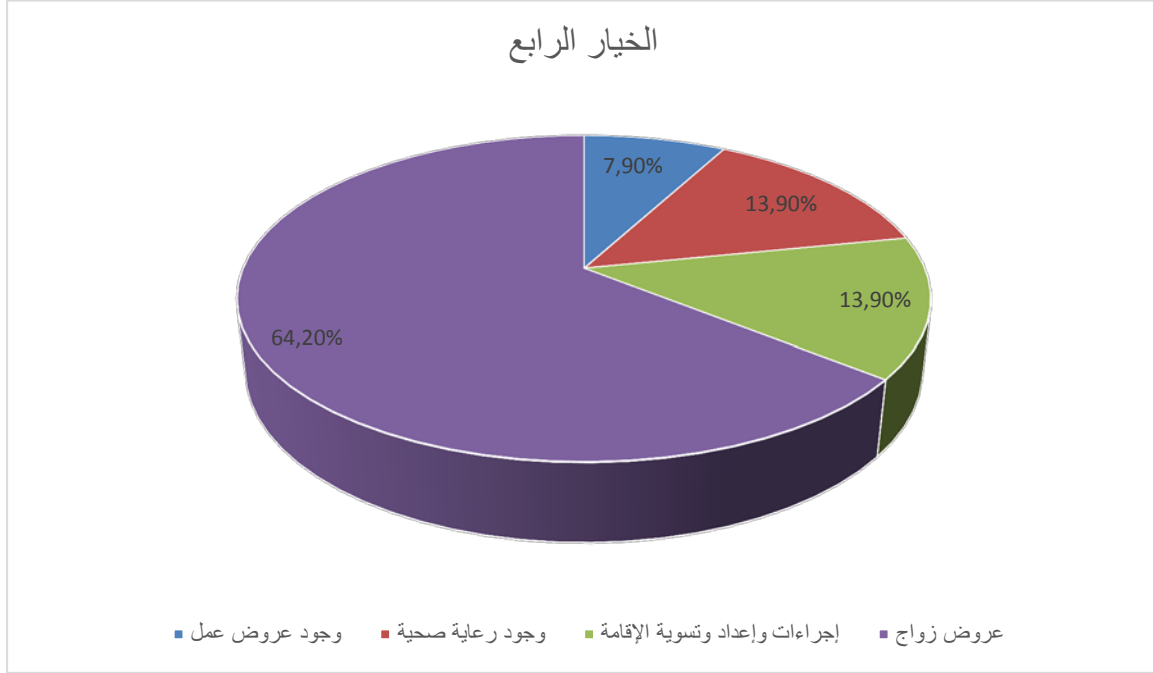
الخيار الرابع:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
وجود عروض عمل	13	7.9%
وجود رعاية صحية	23	13.9%
إجراءات وإعداد وتسوية الإقامة	23	13.9%
عروض زواج	106	64.2%
المجموع	165	100%

من خلال الجداول أعلاه رقم (26) فالخيار الأول نلاحظ أن ما يدفع فراد العينة إلى الحرقه هو وجود عروض عمل وقدرت بنسبة 72.1% في حين كانت نسبة 12.7% لإجراءات واعداد وتسوية الإقامة، في حين كانت نسبة 11.5% لوجود رعاية صحية، وبنسبة 3.6% عروض زواج. أما في الخيار الثاني نجد أكبر نسبة قدرت ب 47.3% لوجود رعاية صحية وبنسبة 28.5% إجراءات وتسوية الإقامة، وبنسبة 16.4% وجود عروض عمل وفي الأخير تليها عروض الزواج قدرت ب 7.9%.

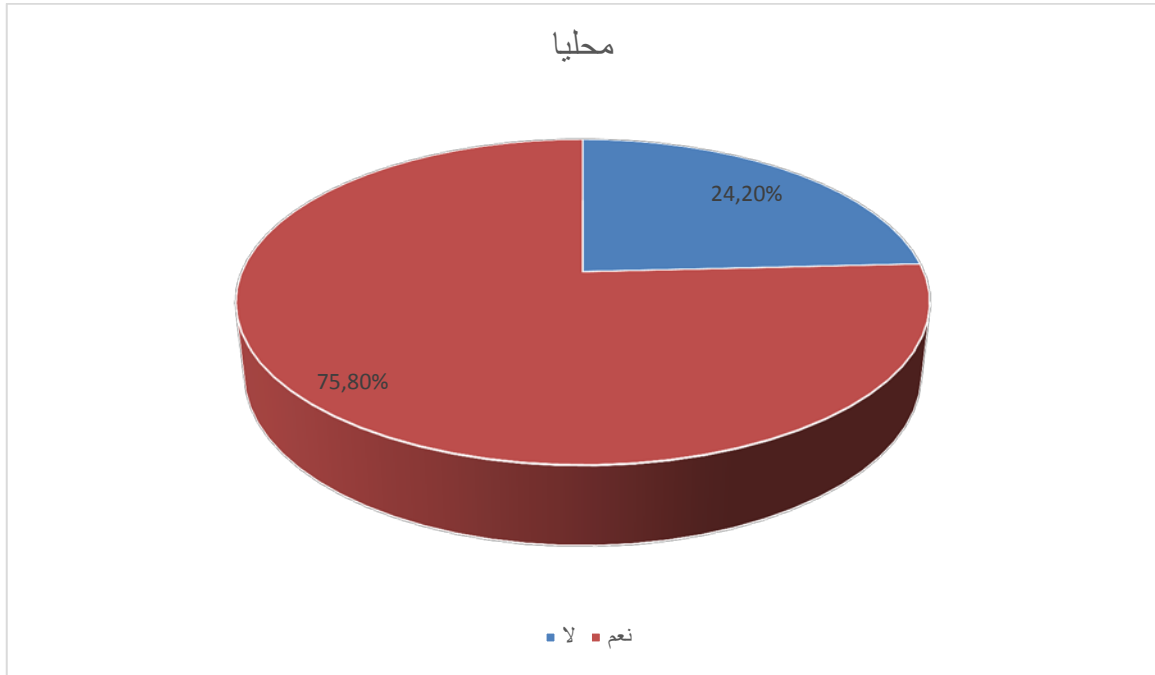
أما في الخيار الثالث فنجد أكبر نسبة قدرت ب 43.6% إجراءات إعداد وتسوية الإقامة وبنسبة 29.1% بوجود رعاية صحية كما قدرت ب 13.9% وجود عروض عمل وفي الأخير تليها عروض الزواج بنسبة 13.3%.

أما في الخيار الرابع فقدرت أعلى نسبة بـ 64.2% لعروض الزواج وبنسبتين متساويتين قدرت بـ 13.9% لوجود رعاية صحية وإجراءات إعداد وتسوية الإقامة، و 7.9% وجود عروض عمل. ومن خلال هذا نستنتج أن أفراد العينة ليس لديهم نفس الميول والرغبات والطموحات التي تدفعهم للحرق.



الجدول رقم (27): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل ترى وجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفيسبوك وبين الواقع المعاش محليا وخارجيا؟
محليا:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	40	24.2%
نعم	125	75.8%
المجموع	165	100%

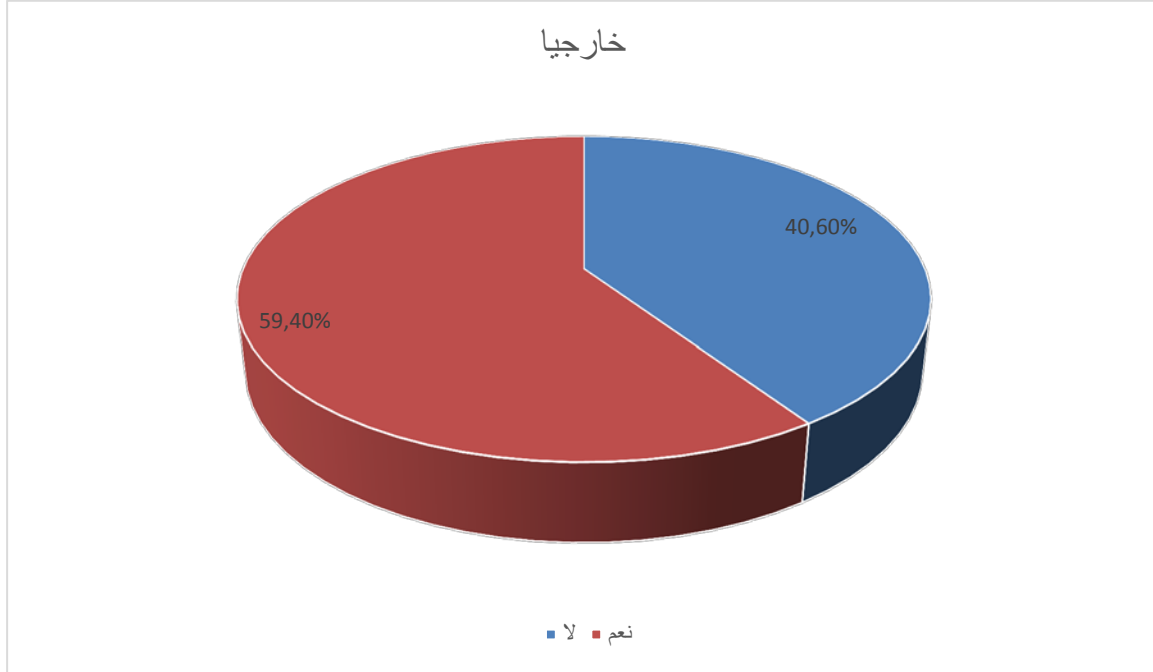


خارجيا:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	67	%40.6
نعم	98	%59.4
المجموع	165	%100

- من خلال الجدول المتحصل عليه رقم (27) أعلاه نلاحظ أن نسبة 75.8% يرون بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش محليا، وبنسبة 24.2% لا يرون أن هناك تناقضات بينما كانت الإجابة ب نعم بنسبة 59.4% يرون بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش خارجيا وبنسبة 40.6% أجابوا ب لا.

ونسنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن معظم الشباب يرون بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش محليا وخارجيا.

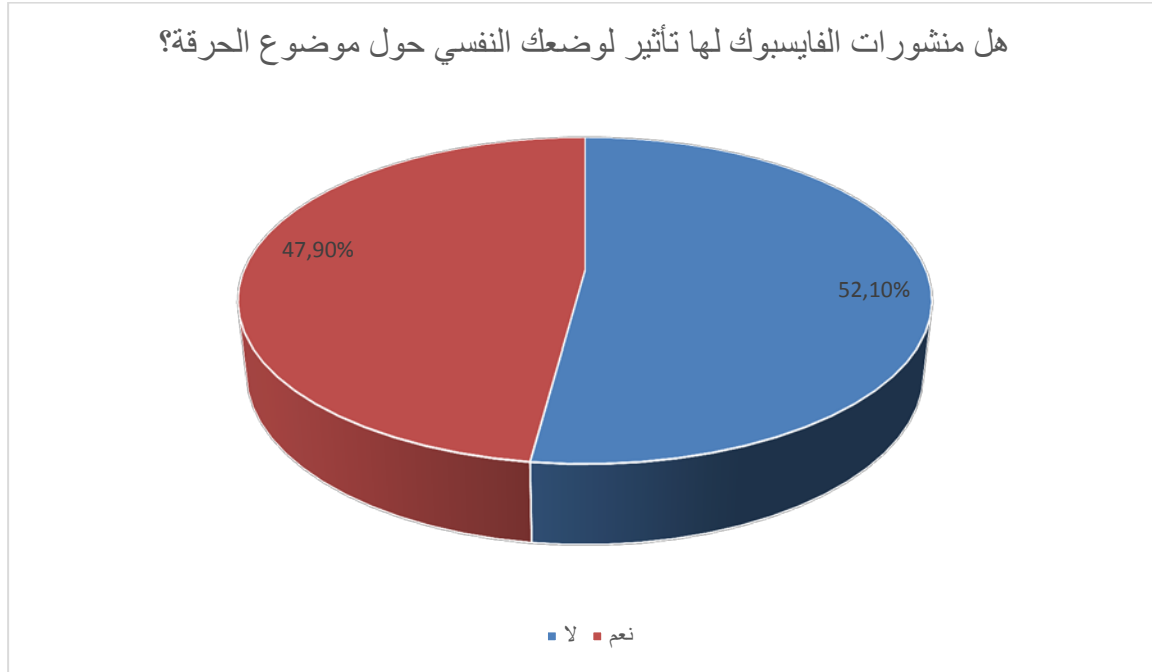


الجدول رقم (28): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل منشورات الفيسبوك لها تأثير لوضعك النفسي حول موضوع الحرقه؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لا	86	52.1%
نعم	79	47.9%
المجموع	165	100%

- من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن أفراد العينة كانت إجابتهم ب لا وذلك بنسبة 52.1% أي أن منشورات الفيسبوك ليس لها تأثير لوضعهم النفسي حول موضوع الحرقه أما 47.9% أجابوا ب نعم. من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن الأغلبية لم تؤثر فيهم منشورات الفيسبوك على وضعهم النفسي حول موضوع الحرقه.

الشكل رقم (28): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال هل منشورات الفايسبوك لها تأثير لوضعك النفسي حول موضوع الحرقه؟

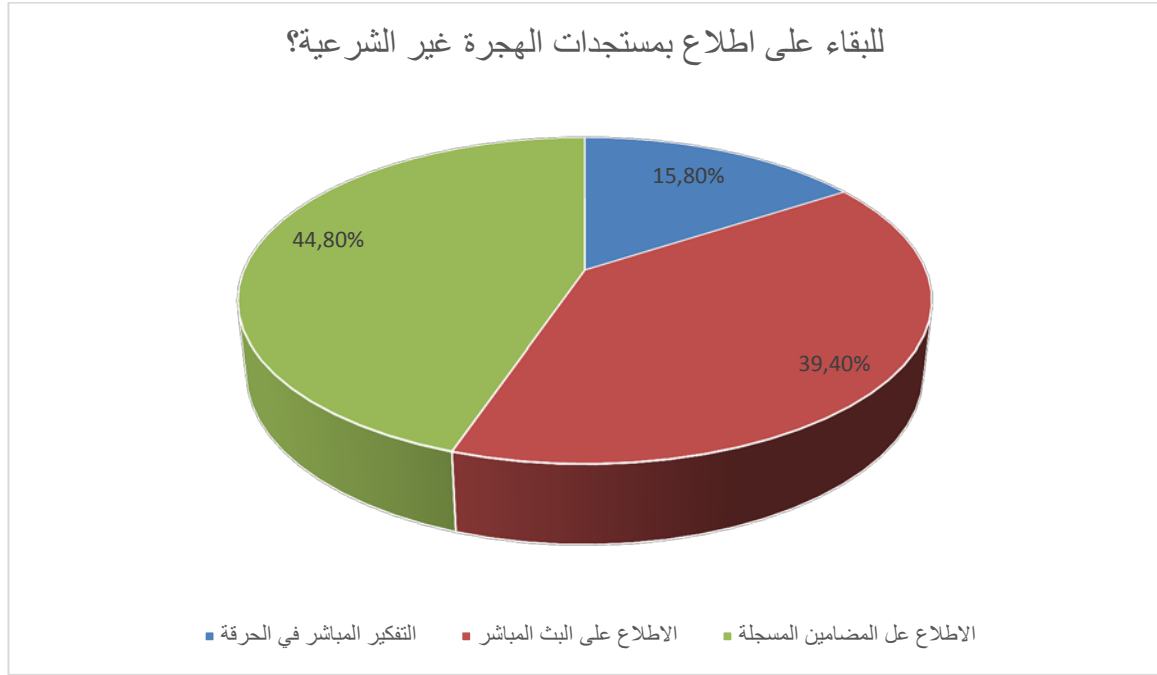


الجدول رقم (29): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال للبقاء على اطلاع بمستجدات الهجرة غير الشرعية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
التفكير المباشر في الحرقه	26	15.8%
الاطلاع على البث المباشر	65	39.4%
الاطلاع على المضامين المسجلة	74	44.8%
المجموع	165	100%

- نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) أن نسبة 39.4% من الشباب يعتمدون على البث المباشر بمستجدات الهجرة غير الشرعية بينما البعض يعتمد على المضامين المسجلة قدرت بنسبة 44.8% بينما هناك من الشباب يرون أنهم غير مهتمون بالموضوع وغير مطلعون. من خلال هذا نستنتج أن معظم الشباب للبقاء على الاطلاع بمستجدات الهجرة غير الشرعية يعتمدون على المضامين المسجلة وذلك من أجل نجاح الرحلة.

الشكل رقم (29): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال للبقاء على اطلاع بمستجدات الهجرة غير الشرعية؟

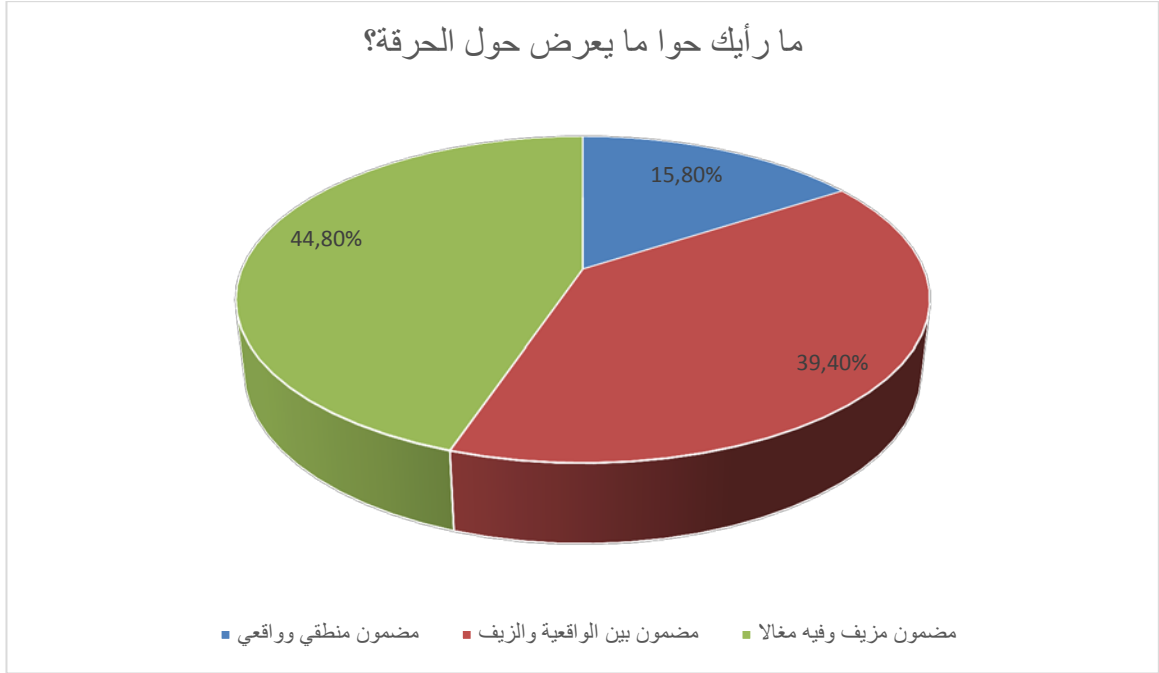


الجدول رقم (30): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال ما رأيك حوا ما يعرض حول الحرقه؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مضمون منطقي وواقعي	26	%15.8
مضمون بين الواقعية والزيف	65	%39.4
مضمون مزيف وفيه مغالا	74	%44.8
المجموع	165	%100

- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (30) أن عدد كبير من الشباب من عينة البحث والبالغ عددهم %45.5 يرون أن ما يعرض حول الحرقه هو مضمون بين الواقعية والزيف، في حين تأتي أنهم يرون ما يعرض حول الحرقه هو مضمون مزيف وفيه مغالاة، بينما يرى البعض أنه منطقي وواقعي. ونستنتج من خلال هذا أن ما يعرض على الفيسبوك حول الحرقه مضمون واقعي ومضمون مزيف في نفس الوقت.

الشكل رقم (30): يبين إجابة أفراد العينة على سؤال ما رأيك حوا ما يعرض حول الحرق؟



النتائج العامة للدراسة:

مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

1- مناقشة النتائج الميدانية على ضوء الفرضيات

بعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها توصلنا بالدراسة الميدانية التالية:

- عرض نتائج الفرضية الأولى:

الأساليب الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر موقع الفيسبوك عن طريق..... وإذاعة لتجارب ناجحة لمهاجرين غير شرعيين.

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول مقارنتها مع نتائج الاستمارة التي تم توزيعها عن أفراد العينة من خلال النتائج التي توصلنا إليها بعد تحليل بيانات الفرضية والتي اتضح من خلالها ما يلي:

- يبين الجدول رقم(09): أغلب الشباب يقومون بقراءة الرسائل المروجة للهجرة غير الشرعية.
- يبين الجدول رقم(10): أن أغلب الشباب لا تدفعهم المعلومات المقدمة في هذه الرسائل إلى الهجرة غير الشرعية.
- يبين الجدول رقم(11): نسبة كبيرة من الشباب يشاهدون فيديوهات على الفيسبوك حول أماكن تواجد الحرق.

- يبين الجدول رقم (12): أن أغلب الشباب لم يسبق لهم وتلقوا مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك ناجحة لمهاجرين غير شرعيين.
- يبين الجدول رقم (13): أن أغلب الشباب لا تؤثر فيهم هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقه.
- يبين الجدول رقم (14): نسبة كبيرة من الشباب لا يسهل عليهم الفايسبوك عملية الحرقه.
- يبين الجدول رقم (15): أن نسبة كبيرة من الشباب إجابتهم ويرون أن الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي لنجاح الترويج للهجرة غير الشرعية.
- نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفرضية الأولى لم تتحقق حيث أن الأساليب المستخدمة عبر موقع الفايسبوك لا تؤدي إلى الترويج للهجرة غير الشرعية.
- عرض الفرضية الثانية:
- تأثير المضامين الإعلامية الفيسبوكية في تحقيق الترويج للهجرة غير الشرعية للحرقه في بواخر وترديد كلمات مؤثرة وموسيقى مؤثرة للتأكد من صحة الفرضية من عدمها نحاول مقارنتها مع نتائج الاستمارة.
- يبين الجدول رقم (16): نسبة كبيرة جدا من الشباب سبق لهم وشاهدو روبرتاجات مؤثرة عبر الفايسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية.
- يبين الجدول رقم (17): نسبة كبيرة من الشباب عند مشاهدتهم للقطات مؤثرة عبر الفايسبوك لا تدفعهم لتفكير بالحرقه.
- يبين الجدول رقم (18): أن صور الفايسبوك لم تستطع خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الشباب نحو الحرقه.
- يبين الجدول رقم (19): أن أغلب الشباب لا تؤثر عليهم الأغاني الخاصة بالحرقه.
- يبين الجدول رقم (20): أن أغلب الشباب لم يسبق لهم أن غيروا موقفهم اتجاه الحرقه بعد رؤيتهم لمنشورات على الفيسبوك.
- يبين الجدول رقم (21): لا تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخة في ذاكرة الشباب.
- يبين الجدول رقم (22): أن معظم الشباب سبق لهم وشاهدو محتوى على الفايسبوك يشجعهم على خوض تجربة الحرقه.
- نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفرضية الثانية لم تتحقق، حيث لا تأثر على المضامين الإعلامية الفيسبوكية في تحقيق الترويج للهجرة غير الشرعية.

- عرض نتائج الفرضية الثالثة:
- أبرز الاستمالات المستخدمة للترويج للهجرة غير الشرعية للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول مقارنتها مع نتائج الاستمارة.
- يبين الجدول رقم (23): أن أفراد العينة يبحثون عن معلومات ويطلبون المزيد من أجل رحلة ناجحة ولا يفكرون في الحرق مباشرة.
- يبين الجدول رقم (24): أن أغلب الشباب يقارنون واقعهم مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك ويجعلهم يفكرون في الحرق.
- يبين الجدول رقم (25): أن أغلب الشباب يخافون على مستقبلهم عند مشاهدتهم للمحتويات عن الفايسبوك.
- يبين الجدول رقم (26): أن معظم الشباب يرون بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش محليا وخارجيا.
- يبين الجدول رقم (27): أن الأغلبية لم تأثر فيهم منشورات الفايسبوك عن وضعهم النفسي حول موضوع الحرق.
- يبين الجدول رقم (28): أن الشباب للبقاء على الاطلاع بمستجدات الهجرة يطلعون على البث المباشر.
- يبين الجدول رقم (29): أن معظم الشباب يرون أن ما يعرض حول الحرق هو مضمون بين الواقعية والزيف.
- نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفرضية الثالثة لا تتحقق، حيث لا يؤدي ابراز التساؤلات المستخدمة للترويج للهجرة غير الشرعية.

2- مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية (البنائية الوظيفية)

عرض المسلمة 01:

- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مرتبطة وتنظيم نشاط هذا العنصر بشكل متكامل.
- ومن أجل التأكد من صحة هذه المسلمة من عدمها سنحاول عرض مجموعة من النتائج الخاصة ببيانات الاستمارة المتحصل عليها وهي كما يلي:
- يبين الجدول رقم (08): أن أغلب الشباب لا يتلقون رسائل نصية عبر صفحتهم المروجة للحرق.

- يبين الجدول رقم(10): أن أغلبية الشباب لا تدفعهم المعلومات المقدمة في الرسائل إلى الهجرة غير الشرعية.
- يبين الجدول رقم (12): أن أغلب الشباب لم يسبق لهم وتلقوا مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك ناجحة لمهاجرين غير شرعيين.
- يبين الجدول رقم (13): أن أغلب الشباب لا تؤثر فيهم هتافات الحراقين اثناء التواجد في رحلة الحرقه.
- يبين الجدول رقم (14): نسبة كبيرة من الشباب لا يسهل عليهم الفايسبوك عملية الحرقه.
- نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن المسلمة 01 تحققت وذلك من خلال أن الشباب عناصر مرتبطة مع بعضا البعض، تسعى إلى تكوين نشاط فعال بشكل مستمر لبناء منظومة اجتماعية.

عرض المسلمة 02:

- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصر تضمن استمرار ذلك بحيث لو حدث خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
- وللتأكد من صحة هذه المسلمة من عدمها هدفنا إلى مقارنتها مع نتائج الدراسة المتحصل عليها كالتالي:
- يبين الجدول رقم (17): نسبة كبيرة من الشباب عند مشاهدتهم للقطات مؤثرة عبر الفايسبوك لا تدفعهم للتفكير بالحرقه.
 - يبين الجدول رقم (18): أن صور الفايسبوك لم تستطع خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الشباب نحو الحرقه.
 - يبين الجدول رقم (19): أن أغلب الشباب لا تؤثر عليهم الأغاني الخاصة بالحرقه.
 - يبين الجدول رقم (20): أن أغلب الشباب لم يسبق لهم أن عبروا عن موقفهم اتجاه الحرقه بعد رؤيتهم لمنشورات على الفيسبوك .
 - يبين الجدول رقم (21): أنه لا تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخة في ذكارة الشباب.
 - نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن المسلمة 02 تحققت حيث أن الشباب باعتبارهم عناصر مترابطة لو حدث أي خلل داخل النسق الاجتماعي المترابط بينهم فإنهم يسعون إلى استعادة التوازن والمحافظة عليه ومحاولة عدم إحداث تغيرات تؤدي إلى الاخلال بالتوازن وتفكيك القوى الاجتماعية.

عرض المسلمة 03:

الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة الاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية حاجاته.

وللتأكد من صحة المسلمة من عدمها سنعرض مجموعة من النتائج الخاصة بالاستمارة وهي كالاتي:

- يبين الجدول رقم (24): أن غلب الشباب يقارنون واقعهم مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك ويجعلهم يفكرون في الحرقه.
 - يبين الجدول رقم (25): أن أغلب الشباب يخافون كل مستقبلهم عند مشاهدتهم المحتويات على الفايسبوك.
 - يبين الجدول رقم (27): أن الأغلبية لم تأثر فيهم منشورات الفايسبوك على وضعهم النفسي حول موضوع الحرقه.
- نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن المسلمة تحققت، وذلك من أجل المحافظة على استمرار المجتمع.

النتائج الميدانية للدراسة:

- من خلال الدراسة التي قمنا بها تحت عنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية توصلت دراستنا إلى النتائج التالية:
- بينت لنا الدراسة من خلال توزيع الاستمارة أن معظم الشباب لم يسبق لهم وتلقوا رسائل نصية عبر صفحتهم المروّجة للحرقه.
 - كشفت لنا الدراسة من خلال توزيع الاستمارة أن المعلومات المقدمة في هذه الرسائل لا تدفعهم للهجرة غير الشرعية.
 - أوضحت الدراسة أن معظم أفراد العينة لا تؤثر فيهم هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقه.
 - أثبتت لنا الدراسة أن الفيسبوك لا يسهل عملية الحرقه.
 - كشفت الدراسة أن صور الفايسبوك لم تخلق صورة ذهنية إيجابية لدى الشباب نحو الحرقه.
 - بينت لنا الدراسة أن أفراد العينة لم تؤثر عليهم الأغاني الخاصة بالحرقه.
 - كشفت الدراسة أن أفراد العينة لم يغيروا موقفهم اتجاه الحرقه بعد رؤيتهم لمنشورات على الفايسبوك.
 - أوضحت لنا الدراسة أن منشورات الفايسبوك ليس لها تأثير لدى الشباب حول موضوع الهجرة غير الشرعية.

- أوضحت لنا الدراسة أن منشورات الفايسبوك ليس لها تأثير لدى الشباب حول موضوع الحرقه.
- كما أوضحت الدراسة أن أفراد العينة تؤدي مشاهدتهم للمحتويات حول الهجرة غير الشرعية إلى زيادة خوفهم من المستقبل.
- كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة يرون بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش محليا وخارجيا.

التوصيات والاقتراحات:

- من خلال ما جاء في دراستنا فإننا نقترح أهم التوصيات والاقتراحات لتقادي أو التقليل من ظاهرة الهجرة غير الشرعية:
- تقديم النصائح والتوجيهات الأنفع بدلا من نشر محتويات تروج للهجرة غير الشرعية
- القيام بحملات توعوية حول خطورة هذه الظاهرة التي تؤدي إلى الموت.
- إجراء المزيد من الدراسات حول الحرقه وتأثيرها على حياة الشباب.
- استثمار الجوانب الإيجابية لشبكة الفايسبوك من خلال نشر وتعزيز الوعي لدى الشباب من خلال مضامين واقعية عاكسة للواقع الاجتماعي.
- إنشاء صفحات ومجموعات على اختلاف أنواعها مغلقة ومفتوحة، من أجل الاستمرار في التوعية من مخاطر الهجرة غير الشرعية.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل بتفريغ البيانات في جداول وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها، ثم توصلنا إلى النتائج العامة للدراسة، ثم قمنا بإثبات هذه النتائج في ضوء الفرضيات من أجل التأكد من صحتها أو عدمها، حيث تبين لنا من خلال النتائج أن الفرضيات لم تتحقق.

خاتمة



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم برواية ورش

1- المعاجم والقواميس:

1. الفيروز أبادي مجد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، بيروت، دار الفكر، ج2، دون سنة الطبع.

2. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي: القاموس المحيط، ط8، بيروت: مؤسسة الرسالة، 2005.

3. معجم الكافي: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ط3، بيروت، 1994.

4. المنجد في اللغة والإعلام: منشورات دار المشرق، بيروت، ط42، 2007.

2- الكتب:

1. إبراهيم عيسى عثمان: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

2. انشراح الشال: المغترب ووسائل الاتصال، دار الفكر العربي، 1987.

3. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

4. بشير العلاق وآخرون: استراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.

5. بشير العلاق: الترويج والإعلان، دار اليازوري العلمية، الأردن، ط1، 1988.

6. بهنسي السيد: ابتكار الأفكار الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2007.

7. بوفير وآخرون: الهجرة الدولية، ماضيها حاضرها ومستقبلها، ترجمة فوزي سهاونة، عمان، 1982.

8. بيريح حسين جمعة الربيعي: دراسات في بحوث في الاعلام والصحافة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.

9. تالين سميث: ترجمة محمد السيد غراب وآخرون: أساسيات علم السكان: القاهرة، دار الفكر العربي، 1971.

10. جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك، د.ب، ط4، 2014.

11. حسان أحمد قميحة: الفيس بوك تحت المجهر، النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017.

12. الحسن عماد مكاوي، لبللى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبناينة للنشر والتوزيع، لبنان، ط2، 1998.
13. حسن محمد هيتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
14. حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي "مدخل لبناء المهارات البحثية"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
15. حمام محمد زهير: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، أمواج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص18.
16. خالد أحمد فرحان المشهداني وآخرون: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2015.
17. خالد عبد الحق وآخرون: البحث العلمي "مفهومه وأدواته وأساليبه"، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ط14، 2012.
18. خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، الأردن، ط1، 2013.
19. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
20. الرفاعي أحمد حسين: مناهج البحث العلمي - تطبيقات إدارية اقتصادية -، دار وائل، عمان، ط1، 1998.
21. رياض عواد: هجرة العقول، دار الملتقى للطباعة والنشر، سوريا، د.ط، 1995.
22. زكي بدوي: معجم العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، 1977.
23. الزنتاني ابراهيم، محمد عبيد: الهجرة غير الشرعية والمشكلات الاجتماعية، المكتب العربي الحديث، مصر، د. ط، 2008.
24. السرياني محمد محمود: هجرة قوارب الموت عبر البحر المتوسط بين الجنوب والشمال، د.ط، د. د، الاردن، 2010.
25. سعد بن محارب: الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، الكويت، 2011.

26. سلمان بكرين کران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراجة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
27. سمية عبد الوراثة: البحث التربوي والنفسى، دليل تصميم البحوث، أمواج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص100.
28. سهير جاد، عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام الإقناعى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ط1، 2003.
29. سيد محمود الطواب: البحث العلمى "أسسه وأساليبه" مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د.ط، 2015.
30. شريف أحمد شريف العاصى: التسويق بين النظرية والتطبيق، دار الكتاب المصرية، مصر، ط1، 2004.
31. شفيق حداد، نظام السويدان: أساسيات التسويق، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 1998.
32. صالح العلمى: مهارات التواصل الاجتماعى "أسس ومفاهيم وقيم"، الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، دس.
33. عامر إبراهيم القندلجى: البحث العلمى فى الصحافة والإعلام، دار المسيرة عمان، ط1، 2015، ص178.
34. عامر إبراهيم قندلجى: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط2015، ص315.
35. عامر قندلجى: البحث العلمى، استخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازورى العلمى للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
36. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، دب، د.ط، 2011.
37. عبد الرحمن محمد السعدلى وآخرون: مدخل إلى البحث العلمى (المفاهيم، الأسس، الإجراءات والتقييم)، دار الكتاب بالحديث للنشر، القاهرة، د.ط، 2013، ص79.
38. عبد الرزاق محمد الدليمى: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.

39. عبد القادر رزيق المخادمي: الكفاءات المهاجرة بين واقع الغربة وحلم العودة، ديوان المطبوعات الجامعية، د. د، د. ط، 2010.
40. عبد القادر رزيق المخادمي: الهجرة السرية واللجوء السياسي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
41. عبد الله محمد عبد الحمن: النظرية في علم النظرية سوسيوولوجية، المعاصرة، ج2، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006.
42. عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
43. عبيد شفيق الرحباني: الاستعمار الالكتروني والاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
44. عثمان الحسن محمد نور، ياسر عوض الكريم المبارك: الهجرة غير المشروعة والجريمة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
45. عثمان الحسن محمد نور، ياسر عوض الكريم مبارك: الهجرة غير الشرعية والجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1. الرياض، 2008.
46. علاء الدين محمد عفيفي: الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، القاهرة، د ط، 2015.
47. علي الحوات: الهجرة غير الشرعية إلى أوروبا عبر بلدان المغرب العربي، منشورات الجامعة العربية، ط1، طرابلس، 2007.
48. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
49. عمر وصفي عقيلي: مبادئ التسويق (مدخل متكامل)، دار زهران للنشر، عمان، 1996.
50. عودة أحمد سليمان وزميله: أساسات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، مكتبة الكتاني، أريد، ط2، 1992.
51. عوينان عبد القادر: محاضرات في المنهجية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية علوم التسيير، جامعة كلي مجند أو الحاج، 2017-2018.

52. غزالي محمد: الهجرة السرية، دار الحامد للنشر والتوزيع، د.ب، ط1، 2015.
53. غيث، محمد عاطف وآخرون: المشكلات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، د.ب، د.ط، 2004.
54. فاضل عبد الزهرة الغراوي: المهاجرون والقانون الدولي الانساني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2013.
55. فهد سليم الخطيب، محمد سليمان عواد: مبادئ التسويق (مفاهيم أساسية)، دار الفكر، عمان، 2000.
56. فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
57. قحطان العبدلي: التسويق أساسيات ومبادئ، دار زهران للنشر، الأردن، 1999.
58. لازامي فال: البحث العلمي في الاتصال للبحث الترجمة، ط2، الجزائر، 2009.
59. ليلى أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، دار حنين للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
60. ماهر عودة الشمالية، وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
61. محمد المنصور: شبكات التواصل الاجتماعي، مركز الحرب الناعمة للدراسات، د.ب، ط1، 2016.
62. محمد خير سليم أبو زيد: التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام spss ، دار صفاء، عمان، ط1، 2010.
63. محمد رشيد الفيل: الهجرة وهجرة الكفاءات العلمية العربية والخبرات الفنية أو النقل المعاكس للتكنولوجيا، دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، عمان د. ط، 2000.
64. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، علم الكتب، القاهرة، 2004.
65. محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط6، 2016.
66. محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.
67. محمد عبد العال النعيمي: تصميم وتحليل التجارب في البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2010.

68. محي الدين محمد إسماعيل الدهيمي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية عن جمهور المتكلمين مكتبة الوفاء القانونية الاسكندرية، ط1، 2015.
69. مريم نرمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر.
70. منال هلال مزاهر: نظريات الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012.
71. منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلان أسه ووسائله وفنونه، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 2015.
72. مورسي أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، بو زيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.
73. مورسي أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبه، الجزائر، د، 2004.
74. ميرفت الطرايش وعبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
75. ناجي معلا: الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، الجامعة الأردنية، عمان، 2006.
76. ناجي معلا: الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، الدار الجامعية، الاردن، ، 1996.
77. ناجي معلا، رائق توفيق: أصول التسويق، دار وائل، الأردن، عمان، 2002.
78. هبة ربيع: شبكة التواصل الاجتماعي والممارسة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2014.
79. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفايسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2011.
80. ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

3- المذكرات:

1. أحمد يونس، محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2014.
2. حنان بنت شعشوش الشهري: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات جامعة الملك عبدالعزيز، مذكرة ماجستير الرياض 2013-2014.

3. حنان شعشوع الشهري: أثر استخدام شبكات التواصل الالكتروني على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبدالعزيز بجدة 2014.
4. رايح طيبي: الهجرة الشرعية (الحرقة) في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة، جامعة الجزائر، 2008، 2009، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلامية.
5. رداڤ نصيرة: تصورات الشباب الجزائري للاختيار للزواج عن طريق الإعلانات الصحفية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منثوري قسنطينة، 2008-2009.
6. رؤوف منصوري: الهجرة السرية من منظور الأمن الانساني، (مذكرة ماجستير قانون عام، تخصص حقوق الانسان والأمن الانساني)، قسم الحقوق، جامعة سطيف 02، 2014.
7. طيب كمال: ظاهرة الهجرة غير الشرعية في العلاقات الأورو مغاربية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011، 2012.
8. قرماط عماد، محمد الشريف: استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مذكرة ماستر: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015.
9. محمد محمد عبد المنعم وآخرون: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الفيصل 2016.
10. محمد منتصر: واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013.
11. هشام سمير زقوت: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، كلية الآداب في الجامعة الإسلامية، غزة، 2016.
12. ياسين قرناني: استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الأنترنت، رسالة ماجستير: قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010.

4- المجالات:

1. أحمد عبد الحميد: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي، مركز الدراسات الاستراتيجية، السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، الإصدار 39.
2. راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، العدد 15.
3. الرفاعي عبد الهادي، وآخرون: العولمة وبعض الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد 27، العدد 1.
4. رواية بنت أحمد القحطاني، سعود بن صيحان الضحيان: النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، دراسة مطبقة على عينة من رسائل الدكتوراه تجامعي الملك سعود الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة القيوم، العدد 20.
5. غربي محمد قلاوإ إبراهيم: النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حملة لخضر، الوادي، العدد 18 أكتوبر 2016.
6. فطيمة أعراب، فريدة صغير: مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على التنشئة الاجتماعية لدى الشباب وفق منظور الاستخدامات والإشباع، جامعة الجزائر 3، بحوث، ع11، جزء 3، د.س.ن.
7. فكرون عز الدين المختار، علي مفتاح: واقع الهجرة الشرعية، مجلة دراسة الاقتصاد والاعمال، العدد 2017، 1.
8. محمد جواد زين الدين: توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات، مجلة آداب الفراهيدي، ع28 جانفي .
9. مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي على الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، ع359، جانفي 2012.
10. نصيرة خالفي: مواقع التواصل الاجتماعي والمخطوطات العربية، إشكالية العلاقة وآفاق الاستثمار الصورة والاتصال، ع13 و14، الجزائر، مكتبة الرشد للطباعة والنشر، 2015.

5- الجرائد:

الجريدة الرسمية، العدد 15، ليوم 08 مارس 2009.

6- المراجع باللغة الأجنبية

N Berger: La politique Européenne de l'immigration, enjeux et perspectives, Bruxelles, Bruylant, 2000, p15.

A: Sayad: opcit, p61.

ملاحقا

جامعة محمد الصديق بن يحيى - تاسوست -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول موضوع

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة غير الشرعية

- دراسة ميدانية على عينة من شباب جيجل -

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر يتناول موضوعها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للترويج للهجرة الغير شرعية أضع بين أيديكم هذه الاستمارة بغرض جمع البيانات ومعلومات عن الموضوع الرجاء الإجابة عن الأسئلة المطروحة في هذه الاستمارة بكل دقة وموضوعية من أجل صحة النتائج وتأكدوا أنها تستعمل إلا للغرض العلمي الذي صممت من أجله ونضمن لكم السرية التامة ونشكركم مسبقا.

ملاحظة: وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

35-24 50-36

3- مكان الإقامة:

ريف مدينة

4- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

5- الحالة الاجتماعية:

متزوج أعزب مطلق

6- الوظيفة:

عامل دائم عامل مؤقت عاطل عن العمل

7- مستوى الدخل:

جيد متوسط ضعيف

المحور الثاني: الأساليب الإقناعية المستخدمة في الترويج للهجرة غير الشرعية عبر

موقع الفايسبوك

8. هل سبق لك وتلقيت رسائل نصية عبر صفحتك مروجة للحرق؟

نعم لا

- في حالة الإجابة بنعم هل تقوم بقراءة هاته الرسائل؟

دائماً أحيانا أبداً

9. هل المعلومات المقدمة في هذه الرسائل قد تفعلك للهجرة غير الشرعية؟

نعم لا

10. هل سبق لك وشاهدت فيديوهات على الفايسبوك حول أماكن تواجد الحرقاة؟

نعم لا

11. هل سبق لك وتلقيت مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك ناجحة لمهاجرين غير شرعيين؟

نعم لا

12. هل تؤثر فيك هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقاة؟

نعم لا

13. هل استخدام الفايسبوك يسهل عليك عملية الحرقاة؟

نعم لا

14. في رأيك هل الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي لنجاح الترويج للهجرة غير الشرعية؟

نعم لا

المحور الثالث: مدى تأثير المضامين الإعلامية الفيسبوكية في تحقيق الترويج للهجرة غير الشرعية

15- هل سبق لك وشاهدت روبرتاجات مؤثرة عبر الفيسبوك لترويج للهجرة غير الشرعية؟

نعم لا

16- عند مشاهدتك للقاطات مؤثرة عبر الفيسبوك هل تدفعك للتفكير بالحرقاة؟

نعم لا

17- هل استطاعت صور الفيسبوك خلق صورة ذهنية إيجابية لديك نحو الحرقاة؟

نعم لا

18- هل تؤثر عليك الأغاني الخاصة بالحرقة؟

نعم لا

19- هل سبق لك أن غيرت موقفك اتجاه الحرقة بعد رؤيتك لمنشورات على الفايسبوك؟

نعم لا

20- هل تبقى اللقطات المروجة للحرقة راسخة في ذاكرتك؟

نعم لا

المحور الرابع: الإستمالات المستخدمة للترويج للهجرة غير الشرعية عبر الفايسبوك

21- هل سبق لك مشاهدة تأثير على الفايسبوك يشجعك على خوض تجربة الهجرة غير الشرعية؟

نعم لا

22- برأيك ماهي التأثيرات التي يحدثها الإطلاع على تجارب الحرقة الناجحة؟

التفكير المباشر في الحرقة طلب المزيد من المعلومات
السؤال عن طرق الحرقة

أخرى تذكر:

23- هل مقارنةك لواقعك مع الواقع الذي تعرضه محتويات الفايسبوك يجعلك تفكر في الهجرة غير الشرعية؟

نعم لا

24- هل تؤدي مشاهدتك لمحتويات حول الهجرة الغير شرعية إلى زيادة خوفك من المستقبل؟

نعم لا

25- قم بترتيب ما يجعلك تتأثر أكثر بمختلف ما يعرض على الفاسبوك حول الهجرة غير الشرعية ؟ (من 1 إلى 4)

1. وجود عروض عمل
2. وجود رعاية صحية
3. إجراءات إعداد وتسوية الإقامة
4. عروض الزواج

26- هل ترى بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفاسبوك وبين الواقع المعاش؟

- محليا: نعم لا
- خارجيا: نعم لا

27- هل منشورات الفاسبوك لها تأثير لوضعك النفسي حول موضوع الحرق؟

- نعم لا

28- للبقاء على الاطلاع بمستجدات الهجرة غير الشرعية هل تعتمد على؟

- الإطلاع على البث المباشر
- الإطلاع على المضامين المسجلة

أخرى تذكر:

29- ما رأيك حول ما يعرض حول الحرق؟

- مضمون منطقي وواقعي
- مضمون مزيف وفيه مغالاة
- مضمون بين الواقعية والزييف

أخرى تذكر:

Table de fréquences

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أنثى	78	47,3	47,3	47,3
	ذكر	87	52,7	52,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

		السن			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	24-35	129	78,2	78,2	78,2
	50-36	36	21,8	21,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

		مكان الإقامة			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ريف	60	36,4	36,4	36,4
	مدينة	105	63,6	63,6	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

		المستوى التعليمي			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valide	ابتدائي	7	4,2	4,2	4,2
	ثانوي	17	10,3	10,3	14,5
	جامعي	134	81,2	81,2	95,8
	متوسط	7	4,2	4,2	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

الحالة الاجتماعية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أعزب	121	73,3	73,3	73,3
	متزوج	39	23,6	23,6	97,0
	مطلق	5	3,0	3,0	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

الوظيفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عاطل عن العمل	71	43,0	43,0	43,0
	عامل دائم	51	30,9	30,9	73,9
	عامل مؤقت	43	26,1	26,1	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

مستوى الدخل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جيد	22	13,3	13,3	13,3

ضعيف	54	32,7	32,7	46,1
متوسط	89	53,9	53,9	100,0
Total	165	100,0	100,0	

هل سبق لك وتلقيت رسائل نصية عبر صفحتك مروجة للحرق؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	91	55,2	55,2	55,2
	نعم	74	44,8	44,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

في حالة الإجابة بنعم هل تقوم بقراءة هاته الرسائل؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		54	32,7	32,7	32,7
	أبدا	31	18,8	18,8	51,5
	أحيانا	50	30,3	30,3	81,8
	دائما	30	18,2	18,2	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل المعلومات المقدمة في هذه الرسائل قد تدفعك للهجرة غير الشرعية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	112	67,9	67,9	67,9
	نعم	53	32,1	32,1	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل سبق لك وشاهدت فيديوهات على الفايسبوك حول أماكن تواجد الحرقاة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	37	22,4	22,4	22,4
	نعم	128	77,6	77,6	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل سبق لك وتلقيت مكالمات هاتفية عبر الفايسبوك ناجحة لمهاجرين غير شرعيين؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	95	57,6	57,6	57,6
	نعم	70	42,4	42,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل تؤثر فيك هتافات الحراقين أثناء التواجد في رحلة الحرقاة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	84	50,9	50,9	50,9
	نعم	81	49,1	49,1	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل استخدام الفايسبوك يسهل عليك عملية الحرقاة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	91	55,2	55,2	55,2

نعم	74	44,8	44,8	100,0
Total	165	100,0	100,0	

في رأيك هل الأسلوب المباشر يعد عامل رئيسي لنجاح الترويج للهجرة غير الشرعية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	50	30,3	30,3	30,3
	نعم	115	69,7	69,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل سبق لك وشاهدت روبورتاجات مؤثرة عبر الفيسبوك لترويج للهجرة غير الشرعية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	45	27,3	27,3	27,3
	نعم	120	72,7	72,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

عند مشاهدتك للقطاعات مؤثرة عبر الفيسبوك هل تدفعك للتفكير بالحرقة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	100	60,6	60,6	60,6
	نعم	65	39,4	39,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل استطاعت صور الفيسبوك خلق صورة ذهنية إيجابية لديك نحو الحرقة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	105	63,6	63,6	63,6
	نعم	60	36,4	36,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل تؤثر عليك الأغاني الخاصة بالحرقه؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	87	52,7	52,7	52,7
	نعم	78	47,3	47,3	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل سبق لك أن غيرت موقفك اتجاه الحرقه بعد رؤيتك لمنشورات على الفايسبوك؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	110	66,7	66,7	66,7
	نعم	55	33,3	33,3	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل تبقى اللقطات المروجة للحرقه راسخ في ذاكرتك؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	95	57,6	57,6	57,6
	نعم	70	42,4	42,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل سبق لك مشاهدة محتوى على الفاسبوك يشجعك على خوض تجربة الهجرة غير الشرعية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	82	49,7	49,7	49,7
	نعم	83	50,3	50,3	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

برأيك ماهي التأثيرات التي يحدثها الإطلاع على تجارب الحرقه الناجحة؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		7	4,2	4,2	4,2
	التفكير المباشر في الحرقه	39	23,6	23,6	27,9
	التفكير المباشر في الحرقه;السؤال عن طرق الحرقه	4	2,4	2,4	30,3
	التفكير المباشر في الحرقه;طلب المزيد من المعلومات;السؤال عن طرق الحرقه	5	3,0	3,0	33,3
	السؤال عن طرق الحرقه	41	24,8	24,8	58,2
	طلب المزيد من المعلومات	65	39,4	39,4	97,6
	طلب المزيد من المعلومات;السؤال عن طرق الحرقه	4	2,4	2,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

:أخرى تذكر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		143	86,7	86,7	86,7
	.	1	,6	,6	87,3
	إدراك الخطورة التي يمكن أن تحدث أثناء الهجرة	1	,6	,6	87,9
	قليل بلوغ الوجهة				

الشعور باليأس وفقدان الأمل نهائيا من الواقع المعاش	1	,6	,6	88,5
الصور النمطية للحرقاة من خلال طريقة عيشهم و مكاسبهم أو النجاحات التي استطاع تحقيقها في بلدان غير بلدانهم	1	,6	,6	89,1
الهجرة الدائمة	1	,6	,6	89,7
انه حلم	1	,6	,6	90,3
تصريحات كاذبة غالبا	1	,6	,6	90,9
تع	1	,6	,6	91,5
تكوين الفضول لمعرفة الأسباب الحقيقية للحرقاة هل الذي خاضها عن قناعة ام مجرد محاكاة للذين سبقوه	1	,6	,6	92,1
رسم خريطة مدروسة قبل و بعد الوصول	1	,6	,6	92,7
طريقة أمنة للحرقاة	1	,6	,6	93,3
كذلك من الممكن تغيير رأي الشباب وتفكير بالحرقاة وعدم مبالاتهم بالموت	1	,6	,6	93,9
لا أفكر فيها إطلاقا	1	,6	,6	94,5
لا تؤثر	1	,6	,6	95,2
لا توجد	1	,6	,6	95,8
لا شيء	1	,6	,6	96,4
لا يوجد اي تأثير	2	1,2	1,2	97,6
ليس لدي	1	,6	,6	98,2
مناطق العبور و مدى تجارب السكان الأصليين مع الحراقك	1	,6	,6	98,8
نتائج و نسبة نجاح الهجرة	1	,6	,6	99,4
ولاد.حومتي كامل حرقو كبير وصغير	1	,6	,6	100,0
Total	165	100,0	100,0	

هل مقارنة مواقعك مع المواقع الذي تعرضه محتويات الفيسبوك يجعلك تفكر في الهجرة غير الشرعية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	75	45,5	45,5	45,5
	نعم	90	54,5	54,5	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل تؤدي مشاهدتك للمحتويات حول الهجرة الغير شرعية إلى زيادة خوفك من المستقبل؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	68	41,2	41,2	41,2
	نعم	97	58,8	58,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

الخيار الأول

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1. وجود عروض عمل	119	72,1	72,1	72,1
	2. وجود رعاية صحية	19	11,5	11,5	83,6
	3. إجراءات إعداد وتسوية الإقامة	21	12,7	12,7	96,4
	4. عروض الزواج	6	3,6	3,6	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

الخيار الثاني

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1. وجود عروض عمل	27	16,4	16,4	16,4
	2. وجود رعاية صحية	78	47,3	47,3	63,6
	3. إجراءات إعداد وتسوية الإقامة	47	28,5	28,5	92,1
	4. عروض الزواج	13	7,9	7,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

الخيار الثالث

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1. وجود عروض عمل	23	13,9	13,9	13,9
	2. وجود رعاية صحية	48	29,1	29,1	43,0
	3. إجراءات إعداد وتسوية الإقامة	72	43,6	43,6	86,7
	4. عروض الزواج	22	13,3	13,3	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

الخيار الرابع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1. وجود عروض عمل	13	7,9	7,9	7,9
	2. وجود رعاية صحية	23	13,9	13,9	21,8
	3. إجراءات إعداد وتسوية الإقامة	23	13,9	13,9	35,8
	4. عروض الزواج	106	64,2	64,2	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل ترى بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش؟ [محليا]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	40	24,2	24,2	24,2
	نعم	125	75,8	75,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل ترى بوجود تناقضات بين ما يعرض في مضامين الفايسبوك وبين الواقع المعاش؟ [خارجيا]

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	67	40,6	40,6	40,6
	نعم	98	59,4	59,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

هل منشورات الفايسبوك لها تأثير لوضعك النفسي حول موضوع الحرقه؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	86	52,1	52,1	52,1
	نعم	79	47,9	47,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

للبقاء على الاطلاع بمستجدات الهجرة غير الشرعية هل تعتمد على؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		26	15,8	15,8	15,8
	الإطلاع على البث المباشر	65	39,4	39,4	55,2
	الإطلاع على المضامين المسجلة	74	44,8	44,8	100,0

Total	165	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

أخرى تذكر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	140	84,8	84,8	84,8
.	1	,6	,6	85,5
No	1	,6	,6	86,1
الاطلاع على الأحداث المأسوية الناجمة عن الحرقه محليا ودوليا	1	,6	,6	86,7
التكلم مع الذين هاجروا	1	,6	,6	87,3
الصور والفيديوهات وكذا اتصال مباشر مع اصدقاء في بلاد المهجر	1	,6	,6	87,9
تجارب للغير	1	,6	,6	88,5
صدف	1	,6	,6	89,1
عدم الاطلاع	1	,6	,6	89,7
فيديوهات لأصحاب خبرات دات مصداقية طبعاً	1	,6	,6	90,3
لا أطلع	1	,6	,6	90,9
لا أهتم	1	,6	,6	91,5
لا أهتم بها بتاتا	1	,6	,6	92,1
لا اريد الاطلاع اصلا	2	1,2	1,2	93,3
لا اطلع	2	1,2	1,2	94,5
لا شيء	3	1,8	1,8	96,4
لست ميال	1	,6	,6	97,0
لست مهتم بالموضوع اصلا	1	,6	,6	97,6
ليس لدي	1	,6	,6	98,2
ليس لدي اي اطلاع	1	,6	,6	98,8

منشورات الفيس بوك	1	,6	,6	99,4
منشورات تافهة	1	,6	,6	100,0
Total	165	100,0	100,0	

ما رأيك حول ما يعرض حول الحرق؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	,6	,6	,6
مضمون بين الواقعية والزيف	75	45,5	45,5	46,1
مضمون مزيف وفيه متغالة	34	20,6	20,6	66,7
مضمون مزيف وفيه متغالة;مضمون بين الواقعية والزيف	7	4,2	4,2	70,9
مضمون منطقي وواقعي	44	26,7	26,7	97,6
مضمون منطقي وواقعي;مضمون بين الواقعية والزيف	3	1,8	1,8	99,4
مضمون منطقي وواقعي;مضمون مزيف وفيه متغالة	1	,6	,6	100,0
Total	165	100,0	100,0	

أخرى تذكر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	158	95,8	95,8	95,8
.	1	,6	,6	96,4
No	1	,6	,6	97,0
على الحراق محاولة تجنب المشكل للنجاح والبقاء ضمن منطقة جيدة لكسب ود خاصة صاحب العمل	1	,6	,6	97,6

لا شيء	1	,6	,6	98,2
لا شيء. اتمنى لك التوفيق والنجاح ان شاء الله	1	,6	,6	98,8
ليس لدي	1	,6	,6	99,4
واقع مؤلم	1	,6	,6	100,0
Total	165	100,0	100,0	