ثقافة الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الأفراد في المجتمع العراقي: دراسة تحليلية

م. د. عدنان موحان شبرم

كلية الآداب/ جامعة القادسية/ قسم الاجتماع

adnan.mohan@qu.edu.iq

تاريخ استلام البحث : ٢٠٢٦/٢/١٠

تاريخ قبول البحث : ٢٠٢٦/٣/٢٩

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على نشر ثقافة الصورة في المجتمع وانعكاس ذلك على الأفراد في المجتمع. أصبحت هذه الثقافة هاجس لدى مستخدمي هذا الفضاءات, ومفهوم جديد غير طبيعة هذا التفاعل, كما تغيرت خلالها طبيعة استخدام هذه الصورة, فضلاً عن قنوات إنتاج وتداول الصورة الرقمية. نعالج من خلال هذه الورقة البحثية أهم الاستخدامات للصورة الرقمية وما هي أهم مجالاتها, ودور البيئة الرقمية في خلق منحى وآلية جديد في تلقي وصناعة الصورة وانتشارها. واظهرت نتائج الدراسة محاولة الكشف عن ودور قيم المجتمع في مرحلة التحول الرقمي, والتعرف على الصور السلبية التي ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشرها, وبيان أثر نشر الصور المخالفة لقيم المجتمع في مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية.

الكلمات المفتاحية: ثقافة, ثقافة الصورة, مواقع التواصل الاجتماعي, الفرد, المجتمع.

The culture of images on social media and its impact on individuals in Iraqi society.

Dr. Adnan Mohan Shibram

College of Arts – University of Al Qadisiyah

Adnan.mohan@ qu.edu.iq

Date received: 10/2/2026
Acceptance date: 29/3/2026

Abstract

This study aims to identify the impact of social media on the dissemination of visual culture within society and its repercussions on individuals. This culture has become a preoccupation for users of these platforms, representing a new concept that has altered the nature of this interaction. The nature of image use, as well as the channels for producing and distributing digital images, have also changed. This research paper addresses the most important uses of digital images and their key applications, as well as the role of the digital environment in creating a new approach and mechanism for receiving, creating, and disseminating images. The study's findings also reveal the role of societal values in the digital transformation phase, identify negative images that social media has contributed to spreading, and demonstrate the impact of publishing images that violate societal values on social media platforms on mental health .

Keywords: culture, image culture, social media, the individual, the society.

المقدمة

دخل العالم المعاصر عصر تكنولوجيا الصورة وثقافتها, واتسمت المجتمعات الراهنة بسمات هذه الثقافة التي بدأت تمارس دكتاتورية حقيقية في المجتمع الذي يوصف بإنه مجتمع الصورة. مما لاشك فيه ان الخطاب البصري أو خطاب الصورة ابلغ تأثيراً من الخطابات الأخرى لأن هذا الخطاب لا يتوجه إلا حاسة بصر المتلقي فقط, بل يحرك حواسه واحاسيسه وميراثه العاطفي والاجتماعي, فوظفت ثقافة الصورة هذه الخواص لخلق واقع جديد ينسجم مع أهداف وايديولوجيات من يتحكمون بهذه الثقافة البصرية اعتماداً على الامكانيات التقنية المتعاظمة التي باتت توصف بالبلاغة الالكترونية, هذه البلاغة جعلت متلقي ثقافة الصورة يحس بإنه ازاء آلة قديرة قوية متمكنة ذات قدرة اقناع كبيرة ومصداقية عالية, وهذا الاعجاب يجعل المتلقي يسلم عفوياً بما يقدمه له تماماً كما تسبغ السلطة الفعلية قوة ووزن على ما يصدر عنها, أي ان المتلقي يحس انه ازاء سلطة إعلامية تحتل موقع الصدارة في مرجعياتها فيميل إلى متابعتها, ليس لأنها اسرع واوسع في التغطية, بل لأنها قناعته اقوى واكثر مصداقية, والمصداقية تؤدي بالطبع إلى التصديق ولا يبقى على الوصول إلى البقية إلا خطوة واحدة. لقد جعل العصر البصري العالم امام توحيد كوني للأنظار, فهو ازاء سيلان مستمر للصور بعد أن أصبح الصورة البصرية مجردة من أي مرجعية, ولا ترتبط بأية حقيقة رمزية أو دينية فاكتسبت استقلاليتها وافلتت من مبدأ الواقعية. أن ثقافة الصورة تعمل على انتزاع الفرد من منظومة قيمة الأخلاقية وشبكة علاقاته وصلاته القائمة على المسؤولية الجماعية الاجتماعية والوطنية, وعلى الجهد المشترك لأجل حياة افضل, وتحقق وجدانه بحاجات زائفة قوامها الحصول على المتعة السلبية والشره الاستهلاكي, بدلاً من متعة التفكير العميق والاسهام في الأعمال الجماعية والارتباط بثقافته الوطنية, وكان لهذه الثقافة وما زال تأثيراتها السلبية البالغة الخطورة على منظومة القيم الأخلاقية للمجتمعات بعد أن أصبحت صناعة الثقافة مشروعاً تجارياً شديد الضخامة حول الثقافة إلى سلعة استهلاكية رائجة هدفها الإشارة والتسلية والربح السريع وإبعاد الفرد عن محيطة الاجتماعي والديني والوطني.

المبحث الأول: عناصر الدراسة

اولاً: مشكلة الدراسة

لم تلق ثقافة الصورة في مجتمعاتنا تلك الأهمية مقارنة بالمجتمعات الغربية, خاصة مع البيئة التكنولوجي المتسارع لهذه الوسائل وانتشار منصات التواصل الاجتماعي, فهذه الثقافة, والصورة المرئية يكتنفها بعض الغموض والتداخل في مفاهيم ومصطلحات أخرى والي تحتاج إلى مزيد من الإيضاح والدراسة, وتطرح هذه المسألة في مواقع التواصل كثير من القضايا الملحة وتساؤلات التي تتطلب الإجابة, بما يساهم في توظيفها لتتلاءم من قيم المجتمع وعاداته, ومن هذه التساؤلات: ما طبيعة ودلالات الصورة المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي؟ ماهي آلية الإدراك البصري في المجتمع؟ ما خصائص الصورة والكلمة؟. ما علاقة مواقع التواصل الاجتماعي قدرة الصورة على الاقناع بصرف النظر عن صحتها ؟ ما العلاقة بين الصور السلبية ووسائل التواصل الاجتماعي؟ ما ابعاد صورة منصات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الاحداث التي تنقلها.

ثانياً: اهمية البحث

تكمن الاهمية في كون وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في تشكيل القيم والمعتقدات لدى الأفراد, خاصة لدى الشباب, لذا من المهم دراسة كيف أثرة الصور المخالفة للقيم على وجهات النظر والسلوكيات, فالصورة التي لا تتفق مع قيم المجتمع قد تؤدي إلى مشاعر سلبية مثل القلق, الاكتئاب, أو حتى فقدان الهوية. من خلال البحث يمكن فهم مدى تأثير هذه الصور على الصحة النفسية للأفراد. كما يساعد البحث في توعية الأهل والمعلمين بشأن المحتوى الذي يتعرض له الشباب عبر هذه المنصات, مما يسهم في امكانية توجيههم وتثقيفهم حول كيفية التعامل مع هذا المحتوى, بالإضافة إلى ذلك يمكن ان يقدم البحث توصيات وسياسات للحكومات والهيئات المعنية بضرورة فرض رقابة أو توعية حول المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي. وتعتبر هذه الوسائل مساحة للتفاعل والتواصل, والبحث في كيفية تأثير الصور المخالفة على العلاقات الاجتماعية يعكس صورة أوسع عن التغيرات الاجتماعية. ومن خلال تحليل البيانات يمكن المساهمة في صياغة سياسات وقوانين تساهم في حماية الأفراد والتجمعات من الآثار هذه الصور السلبية, فالبحث في هذا الموضوع يمكن أن يساعد في فهم أعمق لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع وكيفية الحد من الأضرار الناتجة عنها.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي, من خلال رصد بعض صور المواقع الإلكترونية الاجتماعية التي تم تداولها في وقتنا الحاضر.

ثالثا: اهداف البحث

البحث العلمي هو الذي يسعى إلى تحقيق أهداف عامة وشخصيه ذات قيمه ودلالة علمية[١]. يهدف هذا البحث للتعرق على ما يأتي:

١. محاولة الكشف عن ودور قيم المجتمع في مرحلة التحول الرقمي.

٢.التعرف على الصور السلبية التي ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشرها.

٣. بيان أثر نشر الصور المخالفة لقيم المجتمع في مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية.

رابعا: تحديد المفاهيم

١. ثقافة الصورة

حددها علم الاجتماع على انها البيئة التي خلقها الإنسان بما فيها النتاجات المادية وغير المادية التي توارثتا من جيل إلى آخر وهي تتضمن الانماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الاشارات الذي يتكون من مجتمع معين من فنون وقيم وقوانين ومعتقدات وعلوم وعادات وغير ذلك[٣].

تعني الثقافة في نظر علماء الاجتماع جوانب الحياة الإنسانية التي يكتسبها الإنسان بالتعلم لا بالوراثة. ويشترك أعضاء المجتمع بعناصر الثقافة تلك التي تتيح لهم مجالات التعاون والتواصل, وتمثل هذه العناصر السياق الذي يعيش فيه أفراد المجتمع, وتتألف ثقافة المجتمع من جوانب مضمرة غير عيانية مثل: المعتقدات, والآراء, والقيم التي تشكل المضمون الاساسي للثقافة, ومن جوانب عيانية ملموسة مثل: الأشياء, والرموز, أو المهارة التي تجسد هذا المضمون[٤].

٢. مواقع التواصل الاجتماعي

مصطلح يستخدم للإشارة إلى مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الانترنت, والتي تبنى على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية, والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدم[٦]. وهي كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمياً, وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات[٧].

خامسا: التوظيف النظري

نظرية الفضاء العام: يعتبر هابرماس من المنظرين الذين أشبعوا مسألة المجال العمومي تفكيراً وتنظيراً. أن فكرة المجال العام (الفضاء العام) تفترض الفصل بين العام والخاص؛ فالعام هو ملك الجميع لكن لا يعني أن الجميع قادرون على التصرف به كما يشاءون, بينما الخاص هو ملك الخاص, هو قادر على التصرف به كيفما يشاء. إذن يفترض مصطلح (المجال العمومي) أن هناك على الأقل مجالين آخرين يختلف عنهما المجال

العمومي, والمجال الرسمي والمجال الخاص بحيث يقف المجال العمومي بينهما, فالمجال العمومي ليس نتاج التطورات البرجوازية على المستوى الاجتماعي الإقتصادي أو الليبرالي على مستوى الفكري, بل له جذور في التراث والدين. فمفهوم المجال العام يكشف عن جذور تاريخية تتسم بتعقيد وتنوع تناقص أعمق مما جرى إدراكه داخل التراث الليبرالي؛ ففكرة المجال تعتمد في جوهرها على فكرة الفعل, وعلى المناقشة والتفاوض والمشترك بطرق مشروعة في عملية البحث عن المصلحة المشتركة تلك العملية التي تتضمن كذلك درجة معقولة من شفافية الاتصال بين الفاعلية المنخرطين في العملية, إنه مفهوم معقد يتقاطع مع تشكيل التراث القانوني والتراث الديني, كما يتقاطع مع ظهور الأفكار الحديثة للقوة العلمانية وتكريس هذه الأفكار[٨]. وقد حلل هابرماس البناء الاجتماعي والوظائف السياسية وايديولوجيات المجال العام البورجوازي مشيراً إلى ثلاثة عوامل تتحكم وتؤثر على حياة الإنسان, هي سلطة الدولة واقتصاديات السوق والخطاب العام, ومن بين هؤلاء استطاع فقط الأخير أن يؤسس لخطاب منطقي نقدي حيث أن العاملين الآخرين كانا غير معنيين بالخطاب ولديهما ميل للسيادة والتحكم[٩]. يمكن توظيف نظرية المجال في المجتمع العراقي من خلال تعزيز الحوار المدني واستخدام منصات التواصل الاجتماعي لتشكيل رأي عام مستقل عن الاحتكارات السياسية والثقافية, هذا يتطلب تفعيل دور منظمات المجتمع المدني وتمكينها من الانفتاح على قطاعات أخرى وتشجيع النقاش الهادف الذي يهدف الحقيقة وليس مجرد فرض الرؤى المتصارعة, مما يسهم في بناء مجتمع ديمقراطي مدني يسوده التسامح واحترام الآخر.

المبحث الثاني: التأثير الدلالي للصورة

ان الحضور المكثف للصورة في واقعنا المعاصر يجعلها تحظى بمكانة مهمة ومتميزة, باعتبارها وسيطا تواصليا حاضرا في كافة فضاءات الإعلام الجديد, بالشكل الذي جعلها تستأثر وتستحوذ على المتخيل الجمعي للأفراد بحكم تكوينها التقني وبلاغتها التكنولوجية, وإشباعها بالألوان الأصوات والمؤثرات المستفزة لأحاسيس المشاهد (البصرية والسمعية), بسبب سرعتها الخاطفة في الحلول والارتجال وتعاقبها الشديد وتدفقها بشكل مستمر لا يجد الذهن البشري وقتاً للتفكير والتحليل والنقد, وبذلك تغدو الصورة أكثر الوسائل الإعلامية إقناعاً وقدرة على التأثير. وقد تم اشتقاق اسم الصورة من وظيفتها التي تحاكي الواقع, فمصطلح الصورة مشتق من كلمة لاتينية تعني محاكاة وهي النسخة طبق الأصل من الشيء الحقيقي الواقعي, ويصعب إيجاد تعريف شامل لكل استعمالات الصورة, فمعنى الصورة في الاصطلاح السيميوطيقي هو كلمة تقليد تحاكيه الرؤية سواء كان في بعدين, كرسم صورة أو في ثلاث أبعاد كنقش أو فن, أو تمثال, فارتبط وجود الصورة بوجود الإنسان الذي أنتجها في حياته البدائية قبل أن تتخذ أشكالاً متعددة بحسب إمكانيات كل فترة وخصوصيات كل عصر, فمن الرسومات والنقوش إلى اللوحات والتماثيل وآلات التصوير وصولاً إلى اختراع الفيديو والسينما والتلفاز والحاسوب[١٠].

اولاً. دلالات الصورة

للصورة عناصر ومكونات وأبعاد تتمثل بالطابع البارز للصورة أو الجو العام الذي تشير إليه من النظرة الأولى, والذي يرتبط حتماً بموضوعها مختلفة, فقد تكون الصورة ذات بعد إنساني أو سياسي أو ديني أو اجتماعي أو تاريخي أو اقتصادي أو غيرها أو ذات بعدي بعدين أو أكثر[١١]. وتنوعت دلالات لتشمل النشاط الذهني, والنشاط النفسي, والنشاط اللغوي, والمجال الفني, وصولاً إلى الصورة الفوتوغرافية التي ساهمت في خلق عالم بديل للواقع[١٢]. ويتم إدراك الصورة وطبيعة المعرفة التي تحققها عن طريق المشاهدة وآليات انتاج المعنى, ومن خلال طبيعة العلاقة بين الصورة وموضوعها, وبين الصورة ومحيط انتاجها واستهلاكها, بحيث يجد فيكتور بورغن[١٣] "بأن معنى الصورة الفوتوغرافية أبعد من أن يكون مجرد حقيقة واضحة, بل هي نتاج التداخل الحواري بين الصورة وسياقها والمتلقين", فالصورة تمتلك القدرة على التمثيل البصري لموضوعاتها, لكن المعنى هو نتاج عملية حوارية تنشأ بين الرائي وبين الصورة فلا تقتصر مسألة الإدراك على مرئيات الرائي ولا على الموضوع ذاته, ما يشير إلى فاعلية المتلقي في إنتاج دلالات الصورة[١٤]. واشار رولان بارث من خلال مراجعته للصورة الصحفية إلى أن كل صورة تمثل ايديولوجيا معينة في طرق إنتاجها واستهلاكها, ومن خلال إعادة تفكيك العلامات وتركيبها في عملية قراءة الصورة وإدراكها[١٥]. وتتطلب قراءة الصورة الإعلامية آليات ومهارات معينة بناءً لعملية الوعي بالصورة, وقد تحمل بين طياتها حمولات ايديولوجيا ذات تأثير خطير على المجتمع, ويعاون النص والصورة على إنتاج المعلومة فتحمل الصورة عدة معاني بطبيعتها, ويثبت النص المعنى المراد من الصورة من خلال توجيه العلامات البصرية عبر الرسائل النصية[١٦]. كما تتيح الصورة إمكانية التفكير والتأويل ثم الفهم لعدد كبير من الهواجس المعرفية بسبب كثرة دلالاتها وثرائها الرمزي, فهي تعبير إبداعي تكونه مجموعة من العناصر القابلة للوصف ونمط مرئي تغطيه جملة من الدلالات البصرية. فيستوجب الإلمام ببعض المهارات سواء كانت تقنية أو بلاغية أو تاريخية لقراءة الصورة, وذلك بهدف استنطاقها واستخراج الخفايا الدلالية المتعمقة في النص وعلاقاته القريبة والبعيدة والاستحضار الذهني والمفارقة والتناقض, وهي علاقات لا نهائية تقوم على التأويل[١٧].

ثانياً. التأثير والبعد النفسي للصورة

تترك الصورة أثراً نفسياً لدى مشاهديها, حسب موضوع الصورة ومجالها فتخلق شعوراً بالراحة والارتخاء كصورة المناظر الطبيعية, كما تترك في الكثير من الأحيان شعوراً بالألم أو الخوف من خلال صورة الحروب والكوارث الطبيعية[١٨]. تفضل شريحة كبيرة من الجمهور مشاهدة الصورة على سماع الأخبار أو قراءتها بحيث تختصر الصورة الفكرة التي تقف وراءها والمعاني التي ترتبط بالتوقيت الزماني. وتتسابق وسائل الإعلام إلى الانفراد بنشر الصورة التي تسترعي انتباه العامة وتشدهم للرسالة الإعلامية. وقد استطاع منتجو الصورة إبرازها

بكل احترافية ومهنية لإقناع الجمهور والتأثير فيهم, واستطاعت تقنية الاتصال أن تروج للصورة الإعلامية. فتجمع الصورة الإعلامية بين التفاصيل الحقيقية وإبداع الخيال, فتؤرخ الصورة بدلالاتها المختلفة, السياسية والاقتصادية والإنسانية والشعبية, لصورة ذهنية في ادق التفاصيل التي ترسب في وعي الرأي العام العالمي أو المحلي, بحيث جعلت المؤسسات الإعلامية من الصورة إحدى أدوات المعرفة والترويح, اكتسبت معها فرصة الانتقال من الهامش إلى اساس الرسالة الالكترونية, ومن الانتماء الجزئي إلى موقع الهيمنة والتأثير[١٩]. وتترك الصورة بصفة خاصة تأثيراً نفسياً أشد وطأةً وعمقاً فتحرك لدى الجماهير تعاطفاً مع الصورة التي تظهر الظلم والهمجية وتترك آثاراً نفسية عميقة لدى من يشاهدها, فتحمل انقباضاً وخوفاً وشعوراً بالقلق والغضب في آن واحد, بسبب ما يتعرض له العالم من تواترات على جميع الأصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية[٢٠].

ثالثا: الصورة في مواقع التوصل الاجتماعي

عرفت القضايا المرتبطة بالصورة اهتماماً كبيراً في الأوساط الأكاديمية, من طرف مجموعة من الحقوق المعرفية المرتبطة بعلم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة.. وغيرها, وذلك من منطلق أن الصورة تنقل عدد كبير من المعطيات الثقافية والاجتماعية والفكرية وحتى الدينية, كما تتقاطع في أغلب الأحيان من مجالات علمية(كعلم الأحياء, والطب, ومجالات اجتماعية كالتاريخ, والأنثروبولوجيا, والكيمياء), مع ما تعمله الصورة من الاثر على المشاهد وما تزرعه هذا الأخير من تفسير على لهذا المحتوى في حد ذاته[٢١]. لم يكن الاهتمام بالصورة حبيس المرحلة الراهنة بل على العكس تماماً فتاريخ الصورة ملازم لتاريخ الإنسان, إذ حرص على نقل أفكاره ومشاريعه وإنجازاته وهمومه ومخاوفه عبر الصورة, من خلال النقش والنحت على الصخور وعلى جدران الكهوف, لذا اعتبرت الصورة أقدم وجود من الكتابة وأكثر تجدرا في للاوعي الإنساني مما جعل منها معطى انفعالي ومع التطور الذي عرفته البشرية على مستوى الاكتشافات التقنية لم تعد الصورة ثابتة وراكدة وجامدة, وانما دينامية متحركة تفعل وتتنقل في الأن نفسه عبر (الفوتوغرافيا و الحاسوب و التلفزيون والسينما), استطاعت الآلات البصرية في فترة قرن ونصف من الزمن انتقل من الواقع إلى الرقمي, وقد تحتوي هذه الصورة السابقة التي صنعها الإنسان بيديه وعقلة, وقد نتجت عن ذلك مشاعر جديدة أي تم إعادة تنظيم للفنون البصرية بصورة عامة, وبذلك دخلنا في عصر الشاشة باعتبارها ثورة تقنية وأخلاقية[٢٢]. وعلى غرار ذلك فإن الصورة الرقمية باعتبارها ثورة عملاقة حلت بالإعلام واوغلت في أعماق كافة المرئيات لتخلق جيلاً جديداً من الإعلام (الإعلام الرقمي الجديد), الذي تلعب فيه دوراً هاما أكثر من ما أصبحت عليه من الوقت السابق, لأنه بالأساس إعلام وسائط متعددة مما أصبح الانفتاح الرقمي والثورة التكنولوجيا ومرونة التوزيع والإنتاج للصورة كقوة ذات تأثير

كبيرة على الرأي العام, وبتنامي استعمال الإنترنت والبريد الإلكتروني وانتشار الكاميرات الرقمية ورخص اسعارها وانتشار الكمبيوتر نفسه حدث توسع هائل وغير مسبوق في انتشار الصورة والتصوير الرقمي[٢٣].

فالصورة الرقمية الافتراضية حصلت على قيمها من خلال جملة من الخصائص مثل امكانية الوصول اليها واستعمالها والانقياد اليها وقيمتها المعلوماتية المضافة التي لم تعد تتأثر في تفردها أو فرادتها, لكن من قيمها الثقافية والإعلامية والاجتماعية والجمالية أيضا ومن إمكانية رؤيتها على شاشات عديدة في الوقت نفسه. قد ساعدة اللغة الرقمية على زيادة فاعلية وتأثير الصورة, وظهور كلمة جديدة كسرة حدة الخوف وجفاف المادة المكتوبة بل وأضحت تقدم شهادة أثبات على صدق ما تقوله الكلمة المكتوبة, ولا بأس في ذلك بعد أن أضحت مكوناً أساسياً للمعرفة وتقديم المعلومات في هذا العصر, وهو ما يعبر عن حجم الصورة الموجودة على شبكة الويب التي تعد من أهم مكوناته على الاطلاق فهي حاضرة في كافة الرسائل التواصلية المقدمة كوسائل متعددة من خلال الصورة الثابتة ومقاطع الفيديو والرسوم المتحركة والكتابة والألوان وهي حاضرة في مقاطع الفيديو المتدفقة عبر موقع اليوتيوب أو ما شبهه من الإعلام الجماهيري, فيمكنها تدوير ونشر وإذاعة الأفكار وإقناع المشاهدين[٢٤].

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحديث

إن ظهور هذه المواقع نقلت الأفراد إلى عالم غير مسبوقة واعطى مستخدميها مجال كبيرة للتأثير والانتشار خارج الحدود بدون رقابة؛ إلا بشكل نسبي محدود جداً, من مواقع الكترونية على الشبكة الانترنت وتنشأ وتبرمجها في مجالات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات, وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وانشطة لدى اشخاص آخرين[٢٥]. أن وسائل التواصل, ما هي إلا نتاج للتطور التقني الذي شهده العالم في مجال التكنولوجيا بإنتقاله من وسيلة خاصة للبحث عن المعلومات والاستفادة منها إلى وسيلة أتصال بين الأفراد والجماعات, إذ يمكننا القول أن تطور شبكة الانترنت جعلت التطور في مجال التواصل كبيراً بشكل حتى وصل إلى ما نعهده اليوم بمساعدة المنصات التفاعلية الكثيرة التي اسهمت تداول المعلومات وعملية التواصل ومعرفة الآخر وإيصالها للرأي العام, خاصة مع الأفراد ذوي الاهتمامات المتشابهة أو المشتركة, فوفر لهم الأنترنت المواقع المخصصة لمجالاتهم وفرص لمشاركة الكتابات والصور والملفات من الأقرباء والمدونات الخاصة أو حتى العامة من مستخدمي هذه المواقع والوسائل لسهولة استخدامها[٢٦]. ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع الويب التي يمكن ان تسهل التفاعل على الأنترنت تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الاعضاء بعضهم البعض, ويمكن ان تشمل هذه المميزات المراسلات الفورية, الفيديو, الدردشة, تبادل الملفات, المناقشات, والمدونات والبريد الإلكتروني[٢٧]. فقد انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ وكبير في مختلف أنحاء العالم, فهذه

الوسائل تعد عنصر مساعد لتوثيق وتعزيز التواصل الاجتماعي بين الأفراد وبين الجماعات والأفراد, أيضا بين الجماعات المختلفة, وتقوم أغلب مواقع التواصل الاجتماعي على هذه الشاكلة, ولكن بإختلاف في التركيز على بعض القضايا الأخرى وهذا ما يميز كل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي عن الآخر, فمنه من يركز على التصوير والكتابة وإمكانية التعليق مجتمعة وغيرها ومنهم من يركز على التصوير والآخر على المدونات والكتابة.

اولاً: التعبير عن الهوية:

أن ما يميز المجتمع العراقي هو ان افرد المجتمع يمتازون بحالة من العزلة الاجتماعية والثقافية عن العالم الخارجي سابقاً تمتد منذ نهاية القرن الماضي, فضلاً عن المحددات التي تطبق من قبل السلطة الحاكمة في وقتها على وسائل الإعلام, يمنع دخول واستخدام شبكة الاتصال الحديثة بأنواعها داخل المجتمع جعل من الثقافة العراقية تمتاز بالجمود والعزلة, ولا تواكب التغير الثقافي الحاصل في الثقافات الإنسانية. في الوقت الذي امتازت فيه التكنولوجيا الرقمية بالانتشار أصبحت في متناول العديد من أفراد المجتمع, لكنها حملت معها العديد من المشاكل[٢٨]. فتسارعت شرائح مختلفة وبأعداد كبيرة لشراء هذه الأدوات حتى وصلت إلى غالبية الأسر العراقية, بل معظم أفرادها, وأضحت لكل الأفراد هاتف نقال أو ستلايت خاص به أو حاسوب. لكن مع دخولها بشكل مفاجئ بعد منعها, ولم تسبق تلك المرحلة برامج توعوية وتثقيفية على آلية استخدامها والتعامل معها؛ مما تسبب في خلق مشكلة اجتماعية وثقافية عدة. ومما لاشك في إنه لا يمكن فصل الشباب عن هذه الموجات, إذ يقرأ عنها أو يشاهدها على الشبكة. اخلت بالعناصر الثقافية عن طريق الأفراد باعتمادهم المستمر لها واستخدامهم إياها, فتأخذ الصفة العمومية تدريجيا عن طريق التقليد اولاً, ومن ثم الاقناع ثانياً وهذا ما نراه في أرجاء المجتمع العراقي, سواء داخل المنزل أم خارجه في الشارع أو دور العلم أو الأسواق أو المؤسسات, مع تزايد اقتباس هذه العناصر المادية, وكأن الضوابط الاجتماعية المحيطة بالفرد بدأت تضعف لذا اخذ الناس يعكفون على هذه العناصر واقتباسها. فالأسرة اليوم مطوقة بجدارات العزل النفسية والاجتماعية في آن واحد بالرغم من وجودهم معاً, إذ أنفرد كل فرد منكبا على حاسوبه أو هاتفه النقال وغارقاً في الانشغال بهدف يصبو اليه ويريد تحقيقه أو بلا هدف مع أصدقائه أو أناس مجهولين يرتبط معهم علاقات مختلفة, بعضها جاد ومفيد وبعضها لأغراض الترويح والترفيه.

أن ندرة وقلة الزيارات الاجتماعية ربما نتاجه الرئيسي هو الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الرقمية, مما يساعد على اضعاف تدمير العلاقات الإنسانية من خلال تلك التأثيرات المناقضة التي انتشرت واثرت على القيم الاجتماعية, إن الاعتكاف على استخدام هذه الوسائل انتهت في أغلب الحالات على الإدمان بين الشباب, وهذه العلامات الخطيرة التي لا يمكن التغافل عنها, فضلاً عن خلق بعض الصدمات العاطفية بين الشباب بصورة

عامة, افضت سلباً على علاقتهم الاجتماعية, وكذلك برزت بعض مظاهر الاغتراب الاجتماعي والنفسي من خلال تمنيهم العيش خارج مجتمعهم المحلي ومحيطهم الاجتماعي هروبا من الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي والخيالي[٢٩].

لذلك أن ثقافة الصورة تعد وسيلة قوية لنقل الهوية الثقافية والتعبير عن التقاليد وأساليب الحياة, من خلال الصورة يمكن للناس مشاركة لحظات حياتهم اليومية, الاحتفالات, الأزياء التقليدية, المأكولات, مما يساهم في فهم أعمق للثقافة. كما تساعد الصورة على الحفاظ على التراث وتوثيق القصص الشخصية والجماعية.

ثانياً: المشاركة المجتمعية

أن الانفتاح على العالم الخارجي يعد عنصراً ساهم في انتقال أفكار أو أدوات أو تطبيقات معينة من مجتمع إلى آخر, أما عن طريق الاتصال المنظم أو العرضي أو التجارة[٣٠]. فالعناصر الثقافية تتنقل من موطن إلى آخر وتؤثر بعضها في بعض, كما ان الحضارات تتفاعل وتتواصل وتتبدل هذه الخاصية أساسية في خواصها, ومستمدة من كيانها الإنساني والاجتماعي[٣١]. إن لعامل الحاجة دوراً اساسين في تقريب الثقافات, حينما يدعو إلى خلق تفاعل بين الحريات الثقافية والصالة والتراث الثقافي, وبين الثقافة المحلية والثقافات الإقليمية وتمهد السبيل لخلق الانفتاح من دون التأثر الأحادي الجانب من الثقافة المحلية فقط, بحيث يفقدها هويتها ومعطياتها على أساس التفاعل المشترك والاستفادة من الومضات اللامعة في الثقافات الأخرى التي يمكن أن تعزز مسيرة الثقافة المحلية[٣٢]. لأن على الأغلب إن لثقافة أي بلد من البلدان أو اية أمة من الأمم تحتوي دوائر ثلاث متداخلة بعضها ببعض: الأولى دائرة (الثقافة المحلية), التي لا تخلو من تنوع أهم مصدر للغنى والخصب, والثانية هي الدائرة (ثقافة الأمم) أو الدول المعنية بكاملها, وتحتوي أشكال السلوك المادي والمعنوي التي تميز أية امة من الأمم عن سواها, والثالثة هي دائرة (ثقافة عالمية) والتي تتفاعل مع الثقافة القومية وتمدها بالقدرة على الحياة من خلال تجديدها, والتقدم العلمي والتقني, وثورة الاتصالات والمعلومات بوجه خاص, وانقلاب العالم إلى قرية واحدة يؤدي كل ذلك إلى اتساع الدائرة الثالثة[٣٣]. لذا فإن انتشار العناصر الثقافية مهما كانت أسبابها وعواملها سيحمل في طياتها الانصهار والحذف والإضافة وتتجلى في المنظومة الفكرية للمكون الثقافي لأي مجتمع والقيمية.

لذا يمكن للأفراد مشاركة الصورة, والفيديوهات, والمقالات والتحديثات بسرعة هذه المشاركات تسمح للثقافات المختلفة بالتفاعل والتبادل, مما يساهم في نشر العادات والتقاليد عبر الحدود, فاستخدام الهاشتاغات يجعل من المحتوى الثقافي أكثر رؤية ويساعد في تجميع الأفكار والمعلومات حول موضوع معين. على سبيل المثال حملة تحت هاشتاغ معين قد تثير اهتمام الأفراد من ثقافات مختلفة وتدفعهم للمشاركة, إذ يلعب المؤثرون دوراً كبيراً في نقل العناصر الثقافية عبر متابعيهم, فعندما يتبنى مؤثر ثقافة أو تقليد معين, فإن ذلك يمكن أن يثير اهتمام

المتابعين ويحثهم على استكشاف تلك الثقافات. فتعتبر الموسيقى والفنون من أقوى العناصر الثقافية القابلة للنقل, كما تتيح منصات التجارة الإلكترونية بيع المنتجات الثقافية مثل الحرف اليدوية, وملابس التقليدية, والأطعمة مما يزيد من انتشار العناصر الثقافية بين مختلف البلدان. كما تساهم الأحداث العالمية مثل الأزمات السياسية, والأوبئة, والاحتجاجات يمكن أن تؤدي إلى زيادة الاهتمام بثقافات معينة, تغطية هذه الأحداث عبر وسائل التواصل الاجتماعي تعزز من وعي والتفاعل مع الثقافات المختلفة.

ثالثاً: الضغط الاجتماعي

يمكن أن يشعر الأفراد في المجتمع العراقي بضغط اجتماعي لعرض حياتهم بشكل مثالي من خلال الصورة هذا الأمر قد يؤدي إلى مشاعر القلق وعدم الكفاية عند بعض الأشخاص الذين يشعرون أنهم لا يحققون نفس المستوى من النجاح أو السعادة كما يظهرها في الصورة. فمستخدم وسائل التواصل الاجتماعي يرى فيها عالم متعدد الثقافات واللغات والأعراق, ما يجعله يعيش هذا العالم بكل حواسه, لذا نراه ينفصل عن واقعه وينغمس في عالم افتراضي يعوضه عن الواقع بآلامه ومشاكله, فيجد في ذلك العالم الأصدقاء والأحبة والتسلية والترفيه, ويمكنه أن يتوقف أو يستمر حيث يشاء, والمشاركة أو المتابعة متى أراد ذلك, ومن ثم لا يتحمل أي أعباء معنوية أو مادية جراء استخدامه تلك الوسائل بخلاف الواقع الحقيقي[٣٤]. ونظراً لاندماج المستخدم مع وسائل التواصل وازدياد اعتماده على تلك الوسائل, فإنه يشعر باستمرار أنه من الصعب الاستغناء عنه ثم السعي وراء المزيد من أجل الحصول على الإشباع الشخصي والعاطفي, فيزداد بتلك الوسائل على أمل الوصول إلى الإشباع العاطفي وهو ما قد يصعب تحقيقه في الفضاء الإلكتروني, ما قد يؤدي به في النهاية إلى اضطرابات في السلوك, والجفاء في الواقع, وقد لا يستجيب لمتطلبات تكوين أسرة قد يزداد القلق والأمراض النفسية ما بين الاغتراب والانطوائية[٣٥]. لذا فإن فقدان الرغبة في التغيير الذاتي مع امكانية اتساع ونمو إمكانات وأدوات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد ينعدم عند الفرد الرغبة في تحسين واقع حياته أو تغيير سلوكياته, فينتابه شعور عام بالرضا والقدرة على تهيئة ظروف مناسبة من حولة وفق ما يريد فالاستمرار في التواصل مع الآخرين لا يتيح له فرصة الوقوف مع الذات ونقدها, بل تكثر رغبته في أن يبقى كما هو وينظر لحياته بمنظار الرضا الافتراضي. أن تغير منظومة القيم الاجتماعية عززت وسائل التواصل الاجتماعي من القيم الفردية والشعور بالذات لدى المستخدمين مما أدى إلى تراجع قيم المجتمع والنمو الاجتماعي والسمات التفاعلية للفرد في ظل ازدياد الرغبة في الوحدة والعزلة وخاصة بين فئات الشباب والمراهقين, الأمر الذي يزيد من انفصال الفرد عن مجتمعه[٣٦].

لذلك يعزز الضغط لعرض صورة مثالية للحياة من خلال الصورة والمحتوى المتداول على منصات التواصل الاجتماعي, يمكن أن يؤدي ذلك إلى شعور الأفراد بعدم الكفاية أو القلق بشأن مظهرهم الشخصي أو

أسلوب حياتهم, قد يفرض بعضها نماذج ثقافية أو سلوكية معينة, مما قد يدفع الأفراد إلى التكيف مع هذه المعايير, حتى لو كانت تتعارض مع قيمهم الثقافية التقليدية. كما تزداد المنافسة بين الأفراد في عرض إنجازاتهم الشخصية, مما يؤدي إلى مقارنات غير صحية. هذه المقارنات يمكن أن تؤدي إلى مشاعر العزلة والاكتئاب, كما يسعى الأفراد إلى الانتماء لمجموعات معينة على وسائل التواصل الاجتماعي. هذا قد يدفعهم إلى تبني آراء أو سلوكيات قد لا يعبرون عنها في حياتهم اليومية خشية من فقدان هذا الانتماء. لذا تغد وسائل التواصل الاجتماعي سلاح ذا حدين بينما توفر منصة للتعبير والتواصل فإنها أيضا تعزز من ضغوط اجتماعية قد تكون ضارة, من الضروري تعزيز الوعي حول هذا الضغوط وطرق التعامل معها فضلاً عن تشجيع بيئة إيجابية تشمل الفهم والتقبل.

رابعاً: التحولات الثقافية

ساهمت ثقافة الصورة في تغيير طريقة التواصل والتفاعل بين الأفراد, إذ أصبحت الصورة جزءاً أساسياً من الحياة اليومية, فتتطور الأنماط الثقافية نتيجة لاستخدام الصورة مما يؤدي إلى تجديد الفنون والأساليب التعبيرية. لذا تعد وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة عنصراً اساسياً في إحداث تغيرات جذرية في القيم والعادات والتقاليد داخل الأسرة, يبدأ تأثيرها عادة بتغير أنماط السلوك, مثل أساليب اللباس, وعادات الطعام لكن سرعان ما يمتد ليشمل سلوكيات أساسية أخرى, مثل توزيع السلطة داخل الأسرة, والمفاهيم الأخلاقية, والقيم المتنوعة. من القيم التي أصبحت بارزة بفعل وسائل الاتصال الفردية, نجد الترفيه وروح الشباب, التحرر والانفتاح, النزعة الاستهلاكية, السعي نحو الراحة في الحياة, كما تساهم هذه الوسائل في تعزيز فكرة أن المؤسسات التقليدية, مثل الأسرة, العادات, الدين, التعليم, أصبحت أقل تأثيراً في تربية الأجيال الجديدة, ومع تعقيدات العالم الحديث وغياب السلطات التقليدية, أصبحت وسائل الاتصال تلعب دور المرشد الاجتماعي الذي يقدم رؤى جديدة حول أنماط الحياة والاخلاقيات, والسلوكيات[٣٧].

تواجه الأسرة تغيرات ملحوظة نتيجة للظروف المحيطة بها, إذ تؤثر وتتأثر بتلك الظروف وتتشكل الأسرة في المجتمع تحت تأثير عوامل اجتماعية واقتصادية معينة, وتلعب دوراً أساسياً في تربية الطفل وتنشئته على القيم المجتمعية, فالأسرة هي من تحدد معالم حياة الطفل المستقبلية متماشية من الأعراف والمعايير الأخلاقية والدينية والاجتماعية, مما يسهل على الطفل استيعاب مضامينها ورموزها دون عناء, مع ذلك يواجه الأطفال اليوم مجموعة متنوعة من قنوات التنشئة, مما يضعهم أمام تحديات ثقافية معقدة تعكس واقع مجتمعاتهم المعاصرة[٣٨]. فبفضل الكم الهائل من وسائل الاتصال الإعلامية, بدأت هذه الوسائل تحل محل الأطر التقليدية في توجيه المجتمع, ونتيجة لذلك بدأ الطفل والمراهق المعاصر يفقد العديد من الضروريات اللازمة لتكوين رؤية سليمة تجاه المواقف والقيم والمعايير المعقدة والتي قد تكون غريبة ومتضاربة أحياناً هذا الوضع أدى إلى افتقاره

القدرة على احتواء عناصر التوافق الاجتماعي المطلوبة, مما يجعل هذه الظاهرة سمة عالمية[٣٩]. بشكل عام هناك تحول في دور الأسرة التي كانت تعتمد في تربيتها على الجدية والصرامة إلى حد التسلط والعقاب بهدف تحقيق نموذجاً اجتماعي, في المقابل تعتمد وسائل الإعلام والاتصال على الترفيه في جميع جوانب الحياة وتقديم المعلومات من خيال واسع وهروباً من الواقع مما يتعارض مع جدية التنشئة الأسرية[٤٠].

الخاتمة

١. تشير نتائج البحث إلى أن ثقافة الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات مزدوجة على الأفراد والمجتمع العراقي, من جهة تعزيز الهوية والتعبير, ومن جهة أخرى, تثير تحديات اجتماعية ونفسية, ويتطلب الأمر وعياً وإستراتيجيات للتأقلم مع هذه الظاهرة لتعزيز الفوائد وتقليل الأضرار.

٢. أن التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصالات أدى إلى ظهور وسائل وتقنيات جديدة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بشعبية كبيرة في أوساط المجتمع, حيث سعينا من خلال هذا البحث تناول موضوع الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بهدف الكشف عن مستخدماتها وأهميتها في المجتمعات بصورة عامة.

٣. أن ثقافة الصورة وتأثيراتها دخلت كل مجالات الحياة البشرية, فقد كسرت الصورة حاجز التلقي لدى الأميين وأصبح بإمكانهم مشاهدة ومتابعة ما تعرضه الفضائيات ولن يعد حكراً الأغنياء.

٤.إنكل يملك أدوات صناعة الصورة يملك أن يلون العالم كيفما يشاء ويقدم نفسه كما يشاء وكما يود أن يراه الآخرون, ليس في عالم السياسة فحسب لكن في الفن والأزياء وتشكيل الوجدان والسلوك, لأن قوة الصورة بحركتها ولونها ومضمونها الذي يعبر عما يصل للمتابع مختصرة الزمان والمكان وعناء التحليل والاستبعاد.

التوصيات

١. تعزيز برامج التوعية بخصوص الاستخدام الصحي لوسائل التواصل الاجتماعي.

٢. تشجيع النقاشات حول تأثير الصورة على الهوية والثقافة في المجتمع.

٣. دراسة آثار منصات جديدة وكيفية تطور ثقافة الصورة في المستقبل.

المصادر

١. احسان محمد الحسن, علم الاجتماع العسكري, ط١, دار المعرفة الجامعية, الاسكندرية, ١٩٨٨, ص٣٤.

٢. سمير الشيخ علي, القراءة وثقافة الشباب السوري, مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية, ٢٠١١, (٢٧) (١-٢), ٢٤٧.

٣. احمد زكي بدوي, معجم المصطلحات الاجتماعية, مكتبة لبنان, بيروت, ١٩٧٨, ص٩٣.

٤. انتوني غدنز, علم الاجتماع, ترجمة فايز الصباغ, ط١, مركز دراسات الوحدة العربية, بيروت, ٢٠٠٥, ص٧٣.

٥. محمد قاسم عبدالله, ثقافة الصورة والثقافة المرئية لدى الأطفال, بحث منشور في مجلة الطفولة العربية, العدد والواحد والسبعون, ص١٣,الكويت, http//www.jac-kw.org

٦. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر, مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني, ط١, دار صفاء للنشر والتوزيع, عمان, ٢٠١٥, ص١٩.

٧. هوف بروكس وراف كوبت, وسائل التواصل الاجتماعي تأثيرها على المجتمع, ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح, ط١, المجموعة العربية للتدريب والنشر, القاهرة, ٢٠١٧, ص٥٦.

٨. أرماندو سالفاتوري, المجال العام- الحداثة الليبرالية والكاثوليكية والإسلام, ترجمة أحمد زايد, المركز القومي للترجمة, القاهرة ٢٠٠٧, ص٢٩-٣٠.

٩. خالد كاظم أبو دوح, المجال العام الافتراضي وإعادة إنتاج السلفية, مجلة الديمقراطية, العدد ٣٨, أبريل ٢٠١٠, متاح على: org.rg.articleshttp://digltal.agram

١٠.حسناء الحساني, الصورة الإعلامية وتأثيرها في المجتمع, دار حروف منشورة للنشر الإلكتروني, بغداد ٢٠١٥, ص٢٣.

١١. مخلوف حميدة, سلطة الصورة, بحث في ايديولوجيا الصورة وصورة الايديولوجيا, دار سحر الشرق, القاهرة ٢٠٠٤, ص٩٨.

١٢. حسناء الحساني, مصدر سابق, ص٢٣.

13. Victor burgin , is a british artist and writer, born 1941.

١٤. أثير السادة, تحولات الصورة, فضاءات للنشر والتوزيع, الأردن ٢٠١١, ص٤٥.

15. Roland Barthes is French theorist whose work discussed the sociology of signs symbols and collective representations other topics 1980. Pp137.

١٦. أثير السادة, مصدر سابق, ص٤٢.

١٧. مخلوف حميدة, سلطة الصورة , بحث في ايديولوجيا الصورة الأيديولوجيا, دار سحر الشرق, القاهرة, ٢٠٠٤, ص١٠.

١٨. أثير السادة, مصدر سابق, ص١٢١.

١٩. محمد بن سعود البشر, أيديولوجيا الصورة الإعلامية, موقع الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر, ٢٠٠٧, ص٧.

٢٠. حسناء الحساني, مصدر سابق, ص١٢.

٢١. جاك أمون, الصورة, المترجم ريتا خوري, المنظمة العربية للترجمة, بيروت ٢٠١٣, ص٧.

٢٢. ريجيس دوبري, حياة الصورة وموتها, ترجمة: فريد الزاهي, افريقيا الشرق, المعرب ٢٠٠٢, ص٢١٣.

٢٣. عباس مصطفى صادق الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات), مج١, دار الشروق للنشر والتوزيع, عمان ٢٠٠٨, ص٣٣٩.

٢٤. عبد الحميد شاكر, عصر الصورة الايجابيات والسلبيات, منشورات عالم المعرفة, الكويت٢٠٠٥, ص٢٣.
٢٥. مروى عصام صلاح, الإعلام الإلكتروني الاسس وآفاق المستقبل, ط١, دار الاعصار للنشر والتوزيع, عمان ٢٠١٣, ص٢٤٦.
٢٦. عبير الرحباني, الإعلام الرقم, ط١, دار اسامة للمشر والتوزيع, الأردن ٢٠٠٢, ص١٨.
٢٧. خالد غسان يوسف المقدادي, ثورة الشبكات الاجتماعية, ط١, دار النفائس للنشر والتوزيع, الاردن, ٢٠١١, ص٢٤.
٢٨. شاكر عبد الحميد, عصر الصورة السلبيات والإيجابيات, سلسلة عالم المعرفة, العدد (٣١١), الكويت٢٠٠٥.
٢٩. عبد الملك الدناني, الوظيفة الإعلامية لبكة الانترنت, دار الراتب الجامعية, بيروت ٢٠٠١.
٣٠. عبد العزيز عثمان التويجري, الثقافة العربية والثقافات الأخرى, مطبعة المعارف الجديدة, المغرب ١٩٩٨, ص١٢٣.
٣١. محمد خلف جواد, العلاقات الإشكالية بين الثقافي والغزو الثقافي في الخطاب العربي المعاصر, مجلة المستقبل العربي, مركز دراسات الوحدة العربية, بيروت, ع١٧٦, ١٩٩٣.
٣٢. محمود شمال حسن, نحن والبث الفضائي, مجلة دراسات اجتماعية, بيت الحكمة, ط١, السنة الأولى, بغداد, ١٩٩٩.
٣٣. عبدالله الخريجي, التغير الاجتماعي والثقافي, رامكان, السعودية, ١٩٨٣, ص٧٥.
٣٤. احمد جاسم رميض, تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للفرد والمجتمع, مجلة الجامعة العراقية, المجلد٦٢, العدد ٢, ٢٠٢٣, ص٣٨٣.
٣٥. غفران يونس هادي, وسائل التواصل الاجتماعي ومحاولات التغيير في العراق, نجلة دراسات دولية, العددان ٦٤- ٦٥ (عدد مزدوج), ٢٠١٩, ص٤١٥
٣٦. علي محسن عاصي, وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع العراقي, مجلة الكوفة, العدد ٦٢, ٢٠٢٤, ص١٠٧٧.
٣٧. حنان الشهري, أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الأسرية الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجاً, رسالة ماجستير, جامعة الملك عبد العزيز, كلية الآداب, ٢٠١٣, ص٩٩.
٣٨. لطيفة عمر البرق, دور وسائل الاتصال الحديث في التغير الثقافي والقيمي للأسرة, مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث, المجلد٥, العدد ٥, ٢٠٢٥, ص١٦٣.
٣٩. جيهان حداد, المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد, رسالة ماجستير, جامعة اليرموك, ٢٠٠٢, ص٨٧.
٤٠. بهاء الدين محمد, المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية, كتاب الوجوه نموذجاً, جامعة الأمارات العربية المتحدة, ٢٠١٢, ص٢١٣.