مجلة جامعة فزان العلمية
Fezzan University scientific Journal
journal@fezzanu.edu.ly

المساكنة الإعلامية ودورها في التفريق بين المرء وزوجه

* علاء رجب تباب[1]
[1] قسم العلاقات العامة والاعلان– الكلية الاعلام – جامعة حلب الحرة.

الملخص

تناولت هذه الدراسة ظاهرة "المساكنة الإعلامية" (Media Cohabitation) أي التعايش المستمر مع المحتوى الإعلامي والرقمي وانعكاساته السلبية على العلاقة الزوجية. حيث يُظهر المنهج التحليلي الوصفي أن الاختلاط الإلكتروني والمساكنة الإعلامية والاستسلام للتدفق المعلوماتي والإعلامي الممنهج غير المنضبط، وخاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي والدراما والمقابلات مع المؤثرين والممثلين في البرامج الحوارية، يُسهم في خلق اضطرابات عاطفية بين الجنسين وتوترات زوجية تؤدي إلى الطلاق والانفصال والخيانة؛ إثر سلوكيات مثل: المقارنات، وتآكل الخصوصية، والاختلاط الإلكتروني، وتغييب العقلانية، وتضخيم الصراع الأسري والعواطف؛ وفق معايير قوانين العالم الافتراضي الوهمية، والبعيدة عن قوانين المجتمع والواقع الحقيقي!

الكلمات المفتاحية: مساكنة إعلامية، طلاق، زواج، انفصال زوجي، مواقع التواصل الاجتماعي.

Media Cohabitation and Its Role in Marital Separation

* Alaa Rajab Tabab [1]
[1]Public Relations and Advertising – School of Media – Free University of Aleppo

Abstract

this study addresses the phenomenon of Media Cohabitation—the continuous coexistence with media and digital content—and its negative impact on marital relationships. The analysis reveals that unregulated exposure to structured information and media flows, particularly through social media platforms, drama series, and interviews with influencers and celebrities on talk shows, contributes to emotional disturbances between genders and marital tensions that may lead to divorce, separation, or infidelity. Such outcomes are often driven by behaviors including: social comparison, erosion of privacy, digital mingling, diminished rationality, and the amplification of familial conflict and emotional reactions according to the illusory norms of the virtual world, rather than the real-world values and societal frameworks.

Keywords: Media Cohabitation, Marriage, Marital Dissolution, Social Media ,Networks.

المقدمة

شهدت المجتمعات المعاصرة تحولًا جوهريًا في طبيعة التفاعلات الإنسانية، حيث أفرزت الثورة الرقمية ظاهرة "المساكنة الإعلامية" (Media Cohabitation) كمفهوم جديد يعبّر عن حالة التعايش المستمر بين الفردوالمحتوى الإعلامي الرقمي. لقد تجاوز هذا التعايش كونه مجرد ممارسة عابرة ليتحول إلى نمطوجودي يُعيد تشكيل البنى الاجتماعية الأساسية، لاسيما في إطار العلاقة الزوجية التي تشهد تفككًا متسارعًا تحت وطأة هذه الظاهرة.

*عناوين البريد الإلكتروني art783art@gmail.com تاريخ استلام البحث 20 مايو2025 استلام رد المحكمين 29 يونيو2025 تم قبوله 30 نوفمبر 2025 تاريخ النشر 8 نوفمبر 2026

تكشف الدراسة الحالية عن التداعيات العميقة للمساكنة الإعلامية على الاستقرار الأسري، حيث يخلق التدفق المعلوماتي غير المنضبط – عبر منصات التواصل الاجتماعي والمحتوى الدرامي والبرامج الحوارية – اضطرابات عاطفية بين الجنسين. تبرز هذه الاضطرابات من خلال سلوكيات مثل المقارنات الاجتماعية غير الواقعية، وتآكل الحدود الشخصية، والاختلاط الإلكتروني غير المحكوم، مما يؤدي إلى تصاعد التوترات الزوجية التي تنتهي في كثير من الأحيان بالطلاق أو الانفصال أو حتى الخيانة الزوجية.

يستند هذا البحث إلى إطار نظري يجمع بين مفهوم "السيولة الاجتماعية"، حيث تُظهر النتائج الأولية أن المساكنة الإعلامية تُنتج واقعًا موازيًا تذوب فيه الحدود بين الافتراضي والمادي. لقد تحول الواقع الرقمي من مجرد أداة اتصال إلى فضاء وجودي يُعيد صياغة المفاهيم الأساسية للعلاقات الإنسانية، بينما أصبح الواقع الاجتماعي التقليدي مجرد ظل باهت للعالم الافتراضي.

تكمن الخطورة الأساسية لهذه الظاهرة في تحويلها للثقافة من متغير ناظم لسلوكيات الأفراد إلى كيان سائل خاضع للتشكيل المستمر وفق معايير العالم الافتراضي. فلم تعد العادات والتقاليد نتاجاً للتدافع العقلاني الجمعي، بل أصبحت محصلة لتفاعلات عاطفية فردانية غير واعية، تغذيها الخوارزميات الرقمية التي تعمل على تضخيم الجانب الانفعالي على حساب العقلاني.

حللت هذه الدراسة الآليات التي تحدث من خلالها المساكنة الإعلامية ودورها في إحداث الانزياح الثقافي والاجتماعي، مع التركيز بشكل خاص على تأثراتها المدمرة على العلاقات الزوجية. كما كشفت الدراسة عن كيفية تحوّل الثقافة من إطار ثابت ينظم السلوكيات إلى كيان سريع التغير، مما يخلق ما يمكن تسميته بـ"مجتمع ما بعد الثقافة" حيث تتفكك جميع الضوابط الاجتماعية التقليدية لصالح فردانية مفرطة تهدد تماسك النسيج الاجتماعي بأكمله.

أولًا: مشكلة البحث

تناولت هذه الدراسة ظاهرة "المساكنة الإعلامية" أي التلقي الدائم والتعايش مع المحتوى الإعلامي والرقمي، وانعكاسات هذا الاستسلام للتلقي على الحالة الزوجية، وعلاقة الفرد مع الجنس الآخر، ودور الإعلام وقوالبه وأدواته (الممثل والمؤثر)، ومواقع التواصل الاجتماعي، في بناء معايير اختيار الفرد لزوجه أو معايير تقييم الفرد للجنس الآخر، بالإضافة لدراسة مدى تأثير التدفق المعلوماتي غير المنضبط عبر هذه القنوات في توجيه السلوكيات الفردية والاجتماعية وخلق اضطرابات عاطفية وتوترات أسرية واجتماعية بين أطراف العلاقة الزوجية، ما يؤدي بدوره إلى الطلاق أو الانفصال أو الخيانة إثر استنبات سلوكيات مثل: المقارنات، وتآكل الخصوصية، والاختلاط الإلكتروني، والمساكنة الإعلامية، وتغييب العقلانية، وتضخيم الصراع الأسري والعواطف وفق معايير قوانين العالم الافتراضي الوهمية والبعيدة عن قوانين المجتمع والواقع الحقيقي!

ثالثًا: أهمية البحث

تنطلق أهمية البحث من كونه يحاول التحري في تفاصيل ومستحدثات أسرية واجتماعية باتت تؤثر في إعادة هيكلة الثقافات والعادات والتقاليد والسلوكيات الأسرية والاجتماعية لمجتمعاتنا العربية والإسلامية وفق رؤى ثقافية خارجية يتم تصديرها بعبوات إعلامية ثقافية، ما خلق لدى مجتمعاتنا نوعا من الاضطراب الثقافي والأسري والاجتماعي والحضاري إثر تحويل الإنسان المعاصر لمشاهد ومتلق سلبي بدل أن يكون فاعلا ثقافيا واجتماعيا، وبات الواقع الحقيقي الأسري والاجتماعي والثقافي تُعاد هيكلته وفق أفكار الواقع الافتراضي الناتج عن الفاعل الإعلامي ومواقع التواصل الاجتماعي! ما يجعل

الإنسان المعاصر ومجتمعه عرضة للاختراق الثقافي وتعطيل التدافع السليم المبني على تدافع الفكرة والتفكر العقلاني لا العاطفة والشعور المضطرب الخاضع لفوضى وسيولة المعلومات والصور.

ثالثا: أهداف البحث

1. الكشف عن تأثير "المساكنة الإعلامية" على الاستقرار الزواجي والعلاقات بين الجنسين.
2. تحليل الآليات التي يُحدث بها المحتوى الإعلامي تغيرات في المعايير الاجتماعية والثقافية.
3. قياس مدى انتشار ظاهرة المقارنات الاجتماعية غير الواقعية الناتجة عن التعرض للإعلام الرقمي.
4. تحديد الفروق في التأثير الإعلامي بين الذكور والإناث والمجتمعات المحلية والمهاجرة.
5. تقديم توصيات عملية لحماية العلاقات الأسرية من الآثار السلبية للعالم الافتراضي.

رابعا: أسئلة البحث

أ. السؤال الرئيسي للبحث:

ما تأثير ظاهرة المساكنة الإعلامية على العلاقات الزوجية والأسرية والعلاقة بين الجنسين في المجتمع السوري المحلي والمهاجر؟

ب. الأسئلة الفرعية للبحث:

1. هل توجد علاقة طردية بين زيادة ساعات التعرض للمحتوى الإعلامي وانخفاض مستوى الرضا الزواجي؟
2. هل يختلف تأثير المساكنة الإعلامية على العلاقات الزوجية بين المجتمع السوري المحلي والمهاجر؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في درجة التأثر بالمحتوى الإعلامي المؤثر على العلاقات الزوجية؟
4. هل تسهم المقارنات الاجتماعية الناتجة عن المساكنة الإعلامية في زيادة التوترات الزوجية؟
5. هل يختلف تأثير أنواع المحتوى الإعلامي (الدرامي، الحواري، التواصل الاجتماعي) على التصورات الذهنية للعلاقات الزوجية؟
6. هل توجد علاقة بين المساكنة الإعلامية وزيادة معدلات الطلاق في العينة المدروسة؟
7. هل يدرك الأفراد تأثير المساكنة الإعلامية على علاقاتهم الزوجية بشكل واضح؟

خامساً: المنهج والعينة:

يستخدم البحث **المنهج الوصفي التحليلي** بهدف جمع البيانات والمعلومات وتحليلها بشكل منهجي لفهم الظواهر والمشكلات وتفسيرها وتحليلها والربط بين المتغيرات البحثية للوصول لتفسير ظاهرة المساكنة الإعلامية وانعكاساتها على الواقع الأسري والاجتماعي. ويستخدم البحث **أداة الاستبيان** بهدف التعرف على واقع المبحوثين ومدى وكيفية تعرضهم للإعلام وأنواعه وقوالبه ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث أعد الباحث استبيانا محكما يحوي أسئلة مفتوحة ومغلقة يصل عددها إلى 23 سؤالا ليقيس بواسطتها مدى تأثير ما سبق على العلاقة بين الجنسين والزوجين وانعكاسها على الواقع الأسري والاجتماعي والثقافي والحضاري، وتحرى الباحث أن تكون عينة البحث متوازنة ديموغرافيا فتوجه لـ 200 مبحوث من الذكور والإناث في سورية، واستهدف الاستبيان كافة الحالات الاجتماعية سواء المتزوجين أو المطلقين أو العازبين ولم يقتصر على إحداها، لمعرفة معيار كل فئة من هذه الفئات في طريقة تعاطيها مع الجنس الآخر. واستخدم الباحث **أداة المقابلة والملاحظة المباشرة** للوصول لإجابات أكثر دقة أثناء الحديث مع عينة أخرى مستهدفة من الشرائح المطلقة والعازبة في أوروبا يصل عددها لـ 50 مبحوثة نصفهم من المطلقات ليتحرى منهم عن مدى تأثير الإعلام ومواقع التواصل على علاقتهم مع أزواجهم

ومعيارهم في رسم الصورة الذهنية للجنس الآخر في عقولهم، هذا واستخدم البحث أداة المقابلة أثناء التواصل مع مختصين في علم النفس لمعرفة مدى تأثير الإعلام على الإنسان على الصعيد الأسري والاجتماعي والذاتي.

أما نوع العينة المستخدمة فهي عينة "غير احتمالية غرضية": يعني أن الباحث اختار المشاركين عمداً بناءً على هدف الدراسة (ليس عشوائياً) فتم اختيار متزوجين ومطلقين وغير متزوجين لأن الدراسة عن العلاقات الزوجية من ناحية وعلى قياس معيار اختيار أحد الجنسين للآخر ودور الإعلام ومواقع التواصل في إبعاد الإنسان عن الزواج، أي ما يعني أنه يتم بطريقة وأسلوب آخر التفريق بين الجنسين قبل الزواج أو حتى الارتباط العاطفي وهو أقرب إلى التفريق الاستباقي. تضمنت خطوات اختيار العينة في سوريا تحديد الباحث لـ 200 فرد متنوع، نصفهم ذكور ونصفهم إناث ومنهم المطلق والمتزوج والأعزب، وحرص على اختيار شريحة الشباب فتراوحت الأعمار بين 20–40 سنة (لأنهم الأكثر متابعة للإعلام)، وحرص على استهداف الشريحة المتعلمة لاستيعابها لإشكالية البحث ولضمان متابعتها للإعلام واهتمامها به.

أما المرحلة الثانية التي كانت في (أوروبا) اختار الباحث خلالها 50 سورياً مقيماً في أوروبا، نصفهم مطلقون (لأن الدراسة تهتم بتأثير الإعلام على الطلاق) وطرح عليهم الأسئلة نفسها، ولكن استطاع الباحث بواسطة أداة المقابلة أن يتوسع أكثر في فهم المبحوثين من خلال تقييد الإيماءات والتوسع في الأسئلة وملاحقة التفاصيل، وكان يهدف الباحث من اختياره لمجتمع العينة في أماكن المهجر أن يقيس تأثير المتغيرات الأخرى والسياق البيئي على أصول المجتمع السوري الأساسية.

أما المرحلة الثالثة كانت مع (خبير) في علم النفس الإعلامي، لتحليل النتائج في ضوء وجهة نظر متخصصة.

واتبع البحث بالنسبة لأدوات البحث **معايير الثبات والمصداقية** لمعرفة (مدى ثبات النتائج إذا كررنا الدراسة):

أ) الاستبيان: اتبع البحث لقياس الثبات اختبار كرونباخ ألفا: طريقة إحصائية تقيس إذا كانت الأسئلة المتشابهة تعطي إجابات متسقة، وأعطى الاختبار قيمة 0.82 ما يعني تناسقًا عاليًا بين الإجابات لأن المقبول من 0.70 فما فوق. وقام البحث بإعادة الاختبار: فأعاد الباحث تطبيق الاستبيان على نفس الأشخاص بعد أسبوعين، وقارن النتائج فكانت متشابهة بنسبة عالية (مما يدل على ثبات الإجابات).

ب) المقابلات:

استخدم البحث تحليلاً متعدداً المتغيرات فإن أكثر من خبير قاموا بتحليل نفس المقابلات، كانت نسبة الاتفاق بينهم 75% (مما يدل على موضوعية التحليل). أما بالنسبة لطرائق إثبات المصداقية فلقد **اتبع الباحث التالي:**

أ) صدق المحتوى:

عرض الباحث الاستبيان على ثلاثة خبراء في الإعلام وعلم النفس، وافقوا جميعاً أن الأسئلة تقيس بالفعل ما تريد الدراسة قياسه. إضافة إلى أن الباحث قابل نسبة جيدة من مبحوثي الاستبانة لمعرفة مدى استيعابهم للمقصود، واستهداف الباحث للشرائح المتعلمة أعطى البحث مصداقية أكبر لفهم المستهدف لمواد البحث والتعاطي معه بدقة.

ب) الصدق الظاهري:

– عند قراءة الأسئلة يبدو واضحاً أنها تقيس تأثير الإعلام على العلاقات بين الجنسين.

ج) التثليث الطرقي: تم جمع البيانات بطرق مختلفة (استبيان + مقابلات + ملاحظة) ثم تم مقارنة النتائج ما تبين تطابقها في معظم الأحيان، مما يؤكد أن النتائج دقيقة وليست صدفة.

د). ضوابط إضافية للدقة:

تم تسجيل الإيماءات وحركات الجسد أثناء المقابلات لتجنب الالتباس، إضافة إلى أن السرية التامة لمعلومات البحث طمأن المبحوثين بسرية معلوماتهم حتى يجيبون بصراحة. إضافة لذلك تم عرض النتائج على العديد من المبحوثين أثناء المقابلات للتأكد من أنها تعبر عن آرائهم الحقيقية.

خلاصة القول: إن العينة مختارة بعناية لتغطي كل جوانب الدراسة، والأدوات خضعت لاختبارات صارمة للتأكد من أن النتائج ليست عشوائية (ثبات عالي) وأن البحث يقيس فعلاً ما نريد قياسه (مصداقية قوية) وأن النتائج تعكس الواقع وليس تحيز الباحث.

سادساً: المصطلحات

أ. المساكنة الإعلامية:

هو مصطلح جديد لم يُستخدم سابقًا، ويعتبر هذا البحث أول من حدد حدود هذا المصطلح في إطار هذا المفهوم، فهو حالة من التعايش النفسي والسلوكي المزمن مع المحتوى الإعلامي الرقمي، تتجلى في:

- الاستغراق اليومي المطول في استهلاك الوسائط الرقمية
- اعتماد المعايير والقيم المستمدة من الفضاء الافتراضي مرجعًا للواقع.
- تأثير المحتوى الرقمي في تشكيل التصورات والقرارات والسلوكيات.
- تراجع التفاعلات الواقعية لصالح التفاعلات الافتراضية.
- تماهي الهوية الشخصية مع الشخصيات والعوالم الرقمية.

ب. **التفريق بين المرء وزوجه:**

عملية تفكك الرابطة الزوجية وتشويه العلاقة بين الجنسين نتيجة المساكنة الإعلامية والمبالغة في المشاهدة ومتابعة مواقع التواصل، وتشمل:

- الانخفاض في مؤشرات الرضا الزواجي.
- تصاعد وتيرة النزاعات الزوجية.
- تبني معايير غير واقعية لتقييم العلاقة الزوجية أو العلاقة بين الجنسين.
- تراجع التواصل الفعلي بين الزوجين.
- ظهور أنماط سلوكية مدمرة بين الزوجين والجنسين مثل (الشك، المقارنة السلبية، الانسحاب العاطفي).

سابعا: الحدود الزمانية والمكانية للبحث

يستهدف البحث المجتمع السوري داخل الحدود السورية والمجتمع السوري في أوروبا، ولقد تم توزيع الاستبيان على السوريين في الداخل السوري، في حين عمل الباحث على إجراء مقابلات مقننة مع 50 مطلقة وغزباء من السوريات داخل الحرم الأوروبي لإغناء البحث ورصد الإيماءات والمتغيرات المحيطة واستخدام أداة الملاحظة المباشرة بالتوازي مع الأسئلة الهادفة للوصول إلى المعلومة في فترة 2025/2024.

المبحث الأول: الإعلام وأثره في إدارة السلوك الإنساني

أولًا: الغرس الثقافي وتوجيه السلوك أن

نظرية الغرس الثقافي تعتبر إحدى أهم النظريات التي طرقت ناقوس الخطر الحضاري والاجتماعي وحذرت الإنسان من

خطورة وسائل الإعلام وأثرها في توجيه السلوك الإنساني وتشكيل رؤية مشوهة عن الواقع وإعادة تشكيل تصورات الأفراد تجاه الواقع وتفاصيله، ما يعني أننا أمام متغير حضاري يصنع واقعا موازيا للواقع الحقيقي.

فإن هذه النظرية التي طورها "جورج جربنر" تؤكد أن التعرض المطول لوسائل الإعلام يخلق تصورات مشتركة عن الواقع تختلف عن الحقائق الإحصائية، وتعتمد هذه النظرية على ثلاثة مفاهيم وأسس تنحصر في تكرار الرسالة، والتعرض التراكمي، والصدى والرنين: أي تطابق المحتوى مع واقع المشاهد ما يخلق مناخا سلوكيا ملائما لتطبيق المحتوى في الواقع (عبد الفتاح،2018، ص45). فإن هذه النظرية تركز على تأثير التلفزيون طويل الأمد في تشكيل تصورات الجمهور عن الواقع الاجتماعي. فرى "جربنر" أن التلفزيون يعمل كوسيط ثقافي رئيسي يغرس قيماً ومعتقدات متجانسة لدى المشاهدين، خاصة الذين يقضون ساعات طويلة في المشاهدة، فإن الدراسات تُظهر أن التلفزيون يُعزز "عالمًا شريرًا" حيث يُبالغ المشاهدون في تقدير معدلات الجريمة والعنف بسبب التعرض المكثف للأخبار والدراما (الدليمي،2012، ص145).

وهذا يرجع إلى أن التلفزيون لا يقدم صورة واقعية بقدر ما يصنع واقعًا رمزيًا يتشربه الجمهور. فإن وسائل الإعلام تعمل على "تطبيع" مفاهيم معينة، مثل العنف أو الأدوار الجندرية النمطية، مما يجعلها مقبولة اجتماعيًا. فأظهرت دراسات أن الأفراد الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة يبالغون في تقدير احتمالية تعرضهم للعنف، مقارنة بمن يشاهدون أقل (مكاوي،2009، ص178). ورأى "جربنر" أن التلفزيون لا يقتصر على الترفيه، بل هو أداة لغرس قيم النظام الاجتماعي من خلال تكرار الصور والرسائل، وبناء عليه تُشكل وسائل الإعلام "واقعًا رمزيًا" يُصبح مرجعية للمشاهدين، ولقد أكد العديد من الدراسات أن المشاهدين المفرطين يعتقدون أن المجتمع أكثر خطورة مما هو عليه في الواق (التكريتي،2008، ص92). خلاصة القول أن هذا الاتجاه في النظر إلى العلاقة ما بين الإعلام والجمهور ينطلق من فكرة أن التلفزيون يُنتج "ثقافة مشتركة" تُضعف التمايز الاجتماعي. فإن الإعلام لا يعكس الواقع بل يخلق واقعًا جديدًا يُصبح جزءًا من وعي الجمهور (العياضي، 2015، ص90).

ثانيا: الإعلام وتأثيره على النوع الإنساني

بات الإعلام ووسائل التواصل باختلاف أنواعها متغيرا أساسيا في صناعة الإنسان وهيكلته نفسيا وفكريا واجتماعيا، ويتباين تأثيره النفسي على أفراد المجتمع تبعا لاختلاف النوع والعمر والسيكولوجيات ومتغيرات البيئة المحيطة التي تشكل بدورها أيضا عاملا أساسيا في بناء وتشكيل الإنسان.

لقد أكدت الدراسات أن 78% من النساء يستخدمن وسائل التواصل للوح بمشاعرهن، بينما 80% من الرجال يستخدمونها لأغراض مهنية، كما أن النساء أكثر عرضة بنسبة 50% للإصابة بالقلق بسبب المقارنة الاجتماعية (الرواني،2018، 95). في حين أن 65% من الرجال يشعرون بضغوط نفسية عند متابعة أخبار الأزمات، مقابل 89% من النساء اللاتي يخشين على سلامة أسرهن، كما سجلت النساء معدلات أعلى بنسبة 40% في أعراض الاكتئاب (القحطاني، 2020، ص120).

وإنه وفقا لدراسات نفسية في مجال الإعلام والتأثير الاجتماعي والنفسي أوجدت الدراسات أن 82% من الضحايا الإناث تعرضن للتنمر بسبب المظهر، مقابل 35% فقط من الذكور، كما أن 70% من النساء المتعرضات للتنمر الإلكتروني يعانين من تراجع الثقة بالنفس (المالكي،2017، 62). في المقابل كشفت أبحاث أخرى أن 75% من الرجال المدمنين على الألعاب الإلكترونية يعانون من العزلة الاجتماعية، بينما 63% من النساء المدمنات على فيسبوك يُظهرن أعراض قلق مرتبطة بالمقارنة الاجتماعية (السعدون،2018، ص77). وأكد باحثون أن التمثيل الإعلامي للمرأة يركز بشكل مبالغ

فيه على الجمال الجسدي، حيث باتت تعاني 67% من النساء من تدني تقدير الذات بعد متابعة الإعلانات التلفزيونية (الغامدي،2019، ص47). وإن الاستخدام المفرط للإنترنت يرتبط بزيادة معدلات الاكتئاب، خاصة عند النساء بسبب المقارنة الاجتماعية على منصات مثل "إنستغرام"، حيث تظهر الدراسات أن 42% من المستخدمين يشعرون بعدم الكفاءة بعد تصفح المنصات الاجتماعية لفترات طويلة (الخضرا،2020، 67ص). ومن الواضح أن التواصل الافتراضي يحل تدريجياً محل العلاقات الحقيقية، مما يؤدي إلى عزلة الإنسان عن محيطه وخاصة الرجال، حيث ينخفض معدل التفاعل الأسري بنسبة 30% في الأسر التي تزيد فيها ساعات استخدام الإنترنت (عبدا الوهاب،2019، ص112). وتؤكد الأبحاث أن 45% من المشكلات الزوجية في العالم العربي مرتبطة باستخدام الوسائط الرقمية، حيث يؤدي انشغال الأزواج بالأجهزة إلى تراجع الحوار المباشر بنسبة 60% (السيد 2013، ص134).

وفي بحث ميداني يشمل 500 زوج في خمس دول عربية في عام 2022 تبين أن: 72% من الخلافات الزوجية تبدأ بسبب الهواتف، و55% من الأزواج يعترفون بأنهم يفحصون هواتفهم أثناء الحديث مع شركائهم، و33% من النساء يشعرن بأن هواتف أزواجهن أهم منهن (السيد،2018، ص130). وتؤكد الدراسات أن تعرض النساء المستمر لصور المشاهير المعدلة رقمياً يزيد اضطرابات الأكل بنسبة 55%، وفقًا لدراسات أجريت على عينات عربية (عبد الوهاب،2019، 77ص).

تشير الأبحاث إلى أن الاستهلاك المفرط للمحتوى الإعلامي وخاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي يخلق حلقة مفرغة من المقارنة الاجتماعية السلبية، فإن 68% من النساء و52% من الرجال في العالم العربي يعانون من تدني احترام الذات بعد قضاء أكثر من ساعتين يومياً على إنستغرام، وتعزو الدراسة ذلك إلى التعرض المستمر لصور "مثالية" معدلة رقمياً ومقارنة الحياة الواقعية بحياة المشاهير المزيفة وإفراز الدماغ لهرمون الكورتيزول "هرمون التوتر" (الخضرا،2020، ص65).

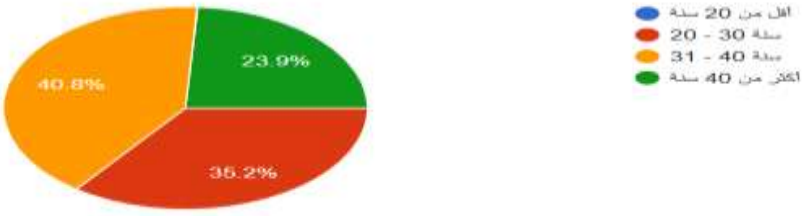
المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية

أولا: الإجراءات المنهجية

أعد الباحث استبيانا محكما يحتوي أسئلة مفتوحة ومغلقة يصل عددها إلى 16 سؤالا ليقيس بواسطتها مدى تأثير الإعلام ووسائل الاتصال على العلاقة بين الجنسين والزوجين وانعكاسها على الواقع الأسري والاجتماعي والثقافي والحضاري، وتحرى الباحث أن تكون عينة البحث متوازنة ديمغرافيا فتوجه إلى 200 مبحوث من الذكور والإناث في سورية. واستهدف الاستبيان كافة الحالات الاجتماعية سواء المتزوجين أو المطلقين أو العازبين ولم يقتصر على إحداها، لمعرفة معيار كل فئة من هذه الفئات في طريقة تعاطيها مع الجنس الآخر واختيارها له. واستخدم الباحث **أداة المقابلة والملاحظة المباشرة** للوصول لإجابات أكثر دقة أثناء الحديث مع عينة أخرى مستهدفة من الشرائح المطلقة والعازبة في أوروبا ويصل عددها لـ 50 مبحوثًا نصفهم من المطلقين؛ ليتحرى الباحث من خلالهم مدى تأثير الإعلام وأدواته ومواقع التواصل على علاقتهم مع أزواجهم ومعيارهم في رسم الصورة الذهنية للجنس الآخر في عقولهم. في السياق ولدراسة الإشكالية واقعيا وعلميا استخدم البحث **أداة المقابلة** في التواصل مع أحد مختصي علم النفس الإعلامي والتربوي لمعرفة مدى تأثير الإعلام على الإنسان على الصعيد الأسري والاجتماعي والذاتي. وسيقوم الباحث بتحليل بيانات الاستبيان ويقارنها مباشرة أثناء تحليل الاستبانة، مع بيانات المقابلات التي حصل الباحث عليها خلال مقابلاته مع عينة البحث في المجتمع السوري داخل أوروبا والاختصاصيين في علم النفس الإعلامي ليصل من خلال ما سبق لنتائج دقيقة توصف الإشكالية موضوع البحث.

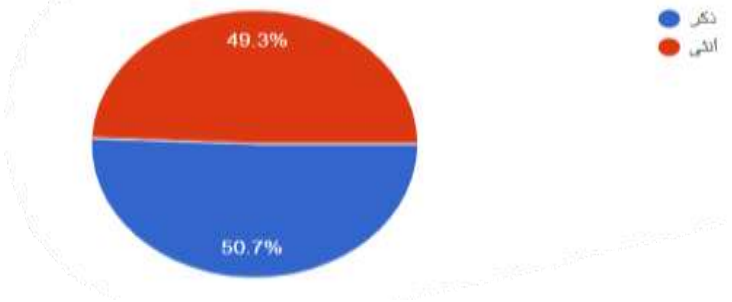
ثانيا: تحليل الاستبيان وبيانات المقابلات

السؤال الأول: الصفات الديمغرافية



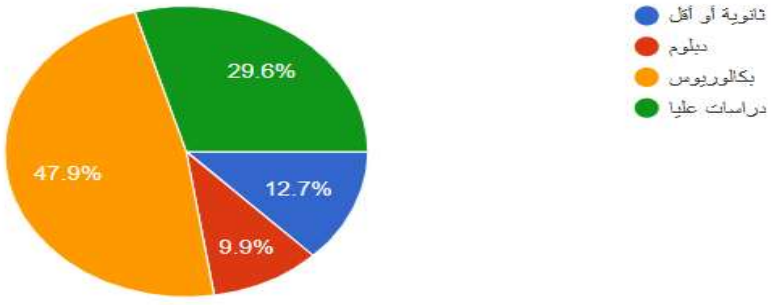
من الواضح أن غالبية العينة المبحوثة في الاستبانة والمقابلات من فئة الشباب تتوزع ما بين الـ 20 و40 عاما، وفي طبيعة الحال تتصف هذه الشريحة العمرية الشبابية عادة بخضوعها إلى سلطة الإعلام وأدواته ووسائل التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها نشأت طيلة فترة صباها في ظل الحراك الشعبي السوري والعربي، وهذا ما مكّن الباحث في الوصول إلى العينة المستهدفة الخاضعة لمتغير الإعلام وأدواته، ما أعانه في تفكيك إشكالية البحث وتفنيد العلاقة بين المتغيرات الإعلامية وتأثيرها على العلاقة الزوجية أو العلاقة مع الجنس الآخر أو علاقة الإعلام وأدواته وقوالبه في تشكيل بنية المعايير التي يقيم بواسطتها المرء الجنس الآخر.

السؤال الثاني: النوع



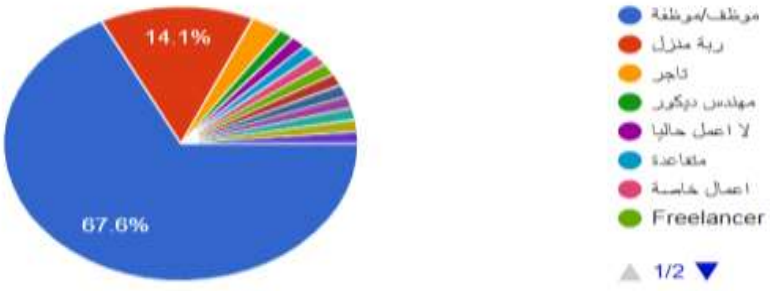
لقد تعمد الباحث أثناء توزيع الاستبانة وإجراء المقابلات أن يراعي توازن النوع الإنساني في المجتمع البحثي، فتوجه إلى الذكور والإناث بالتوازي لتحقيق التوازن في تفكيك إشكالية البحث وتحليلها من خلال النظر إلى كافة زواياها وعدم الاقتصار على زاوية دون أخرى، وهدى ذلك من خلال المقارنة بين تأثير المتغيرات الإعلامية موضوع البحث على الجنسين ودراسة المتغيرات الأكثر تأثيرا على كل من الرجل والأنثى بشكل منفصل ومنعزل.

السؤال الثالث: المؤهل التعليمي



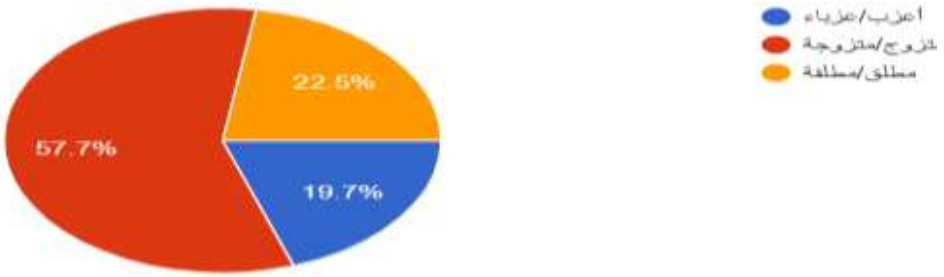
توجه الباحث أثناء اختيار عينته في مجتمع الاستبانة والمقابلات إلى الشرائح المتعلمة حصرا لأن هذه الشريحة غالبا ما تتعرض لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وتتفاعل مع المواد الإعلامية وأنواتها، ما يحقق بدوره دراسة دقيقة لإشكالية البحث الهادف إلى تفكيك العلاقة ما بين الإعلام والمتلقي فيما يتعلق ببنية العلاقة الأسرية أو علاقة المرء مع الجنس الآخر. ومن زاوية أخرى يستطيع البحث معرفة أثر الإعلام وأنواته في الشريحة السورية التي تخضع للتعليم الجامعي، وبذلك إن متغير التعليم يعطي للدراسة بعدا آخر يمكن البناء عليه.

السؤال الرابع: المهنة



توضح النسب المئوية أن ما يقرب من ثلث عينة الإناث ربات منزل ولكنهن متعلمات، إلا أن العينة الكلية ذكورا واناثا والتي تزيد عن 80% تندرج في اطار الفئة العاملة داخل المجتمع، وإن هذه الخاصية لمجتمع العينة تمكن البحث من دراسة أثر الإعلام وأنواته على الشريحة الاجتماعية العاملة لحد كبير. بل وإن استهداف هذه الشريحة يعطي للبحث قيمة إضافية كونه يدرس سلوكيات لجماعات الفاعلة والمسؤولة عن التدافع الاجتماعي في المجتمع السوري. في المقابل إن فئة المبحوثين في أوروبا النسبة الغالبة فيهم والتي تقارب 90% لا يعملون ويعتمدون على المساعدات الإنسانية الشهرية من الحكومات إلا أن دخلهم الاقتصادي يعتبر دخلا كافيا للحاجات الأساسية حسب ما ترى النساء، ما يعني أن مجتمع العينة النسائي داخل المجتمع الأوروبي هو مستقل اقتصاديا، بالمقابل المجتمع الذكوري لا يعتبر نفسه مستقل اقتصاديا بل مبتز اقتصاديا لأن لديه حاجيات لا تؤمنها المساعدات، ويعتبر غالبية أفراد العينة أن العامل الاقتصادي أثر على سلطة الرجل الاجتماعية والأسرية.

السؤال الخامس: الحالة الاجتماعية



من الواضح أن حوالي 60% من المبحوثين متزوجون، وربع العينة مطلقة أو مطلق و20% تقريبا لم يتزوجوا اطلاقا، إن هذا التنوع في اختيار العينة جعلها شاملة لكافة الحالات الاجتماعية للمبحوثين لكي يستطيع البحث أن يقيس معايير اختيار

المرء لمواصفات الجنس الآخر سواء كان هذا الفرد متزوجا أم أعزبا أم مطلقا، وبهذا يتم إعطاء البحث قيمة مضافة من خلال دراسة إشكالية البحث الاجتماعية من كافة الجوانب وعدم الاقتصار على جانب دون آخر. في حين اقتصر الباحث أثناء مقابلات المبحوثين في المجتمع الأوروبي على الشريحة العزباء والمطلقة حصرا.

السؤال السادس:

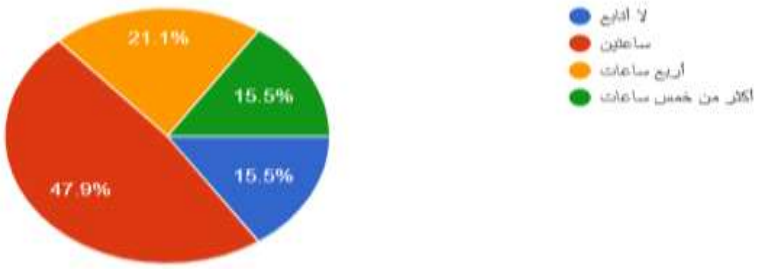


يوضح الرسم البياني أن هناك تراجعا ملحوظا في متابعة التلفزيون داخل المجتمع، لكن هذا التراجع لم يكن صحيا اجتماعيا بل كان نتاج التعرض والارتهان الدائم لوسائل التواصل الاجتماعي حسب ما تبين في السؤال (7) و(9) اللذين يؤكدان أن ما يزيد عن 90% من المجتمع البحثي هو دائم الاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي ومواده ورموزه. ما يبدو اليوم أن متابعة وسائل التواصل الاجتماعي تشكل خطرا أكبر على الصحة النفسية والاجتماعية لحياة المتلقي، لأن التلفاز رغم سلبياته في رسم واقع جديد بعقل الجمهور إلا أن هذه الوسيلة يتم متابعتها بشكل جماعي وغير تفاعلي بعكس وسائل التواصل الاجتماعي التي يخلو بها المرء بذاته ليرسم عالمه الافتراضي الخاص من خلال متابعة نفس مواد التلفاز ولكن بشكل ذاتي وتفاعلي ومركز، ما يثبت بطبيعة الحال آفة الغرس الثقافي التي تتعرض لها المجتمعات الإنسانية، بل ما يجعلنا أمام آفة مستحدثة ومتطورة عن آفة الغرس الثقافي التي تتعلق بالتلفاز لننتقل لآفة أخرى يطلق الباحث عليها آفة الاستنبات الثقافي التي تخلق واقعا خاصا افتراضيا ذاتيا ناتج عن خيال المتلقي وليس نتاج عبوات ثقافية يغرسها القائم بالاتصال بعقل الجمهور، وإن آفة الاستنبات الثقافي تعزز فاعليتها أثناء المشاهدة ثلاثة أركان وهي: خلوة المرء مع ذاته واقتصار اتصاله مع نفسه وإمكانية تفاعله مع المواد التي يتعرض لها. ولاحظ الباحث أثناء مقابلته مع مجتمع العينة في أوروبا أن أغلب أفرادها يغرق في متابعة حياة المشاهير والمؤثرين، ما شكل لدى شريحة النساء المطلقات نوعا من عدم الرضا على حياتهم الزوجية والذي دفعهم إلى الطلاق، وغالبا كانت حالات الطلاق رغبة الزوجة لا الزوج! في المقابل لاحظ الباحث أثناء المقابلات أن الذكور يبحثون بجدية أكبر عن علاقة جادة بالنساء في حين أن النساء باتت تشعر بأن الزواج هو قيد يحد من حركتها الاجتماعية داخل المجتمع، وباتت ما يبدو تلبي حاجاتها العاطفية النفسية بالسقوط لعالم المشاهدة والمتابعة الإعلامية والافتراضية وهو الأمر الذي لم ينجح به الذكور، ربما يعزا ذلك إلى أن العاطفة لدى المرأة تجعلها تتأقلم مع العالم الافتراضي أكثر من الرجل لأن العالم الافتراضي قائم على علاقة تفاعلية بين الرسالة والمتلقي وإذا لم تكن عاطفة المتلقي قابلة للاشتعال لا يحدث التوافق بين المادة أو الوسيلة وبين المتلقي، وبطبيعة الحال إن التكوين العاطفي للمرأة يؤهلها للتفاعل مع العالم الافتراضي أكثر من الرجل الذي كان يتسم بالواقعية والعقلانية الاجتماعية أثناء المقابلات، لكن كان من الواضح أن ما يقوض هذه العقلانية الاجتماعية بالنسبة للرجال هو غالبا الواقع الاقتصادي أكثر من الرغبة النفسية التي تتشوق لتكوين أسرة والجنوح نحو الاستقرار. إن ما يفسر عزوف الشريحة النسائية عن فكرة الزواج في المجتمع السوري

بأوروبا هو أن المرأة باتت تشبع حاجتها العاطفية دون التزامات ولا مسؤوليات أسرية سواء من خلال سقوطها في الإعلام وعالم المشاهدة والمتابعة أو من خلال علاقاتها الاجتماعية التي باتت أكثر انفتاحا.

السؤال السابع:

الساعات التي تقضيها يوميًا في مشاهدة الفيديوهات القصيرة (مثل TikTok، Reels، إلخ)؟



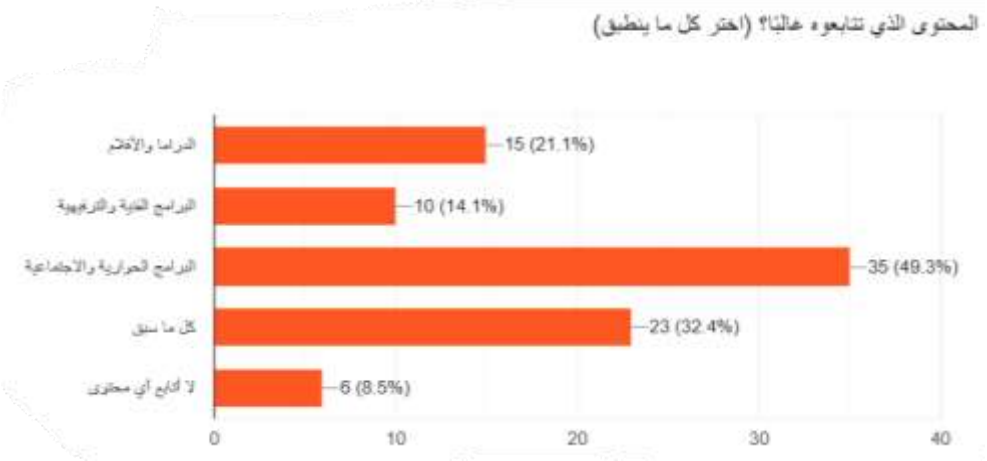
إن الرسم البياني والنسب المئوية إذا ما تم النظر إليه في ضوء الارتهان لوسائل التواصل الاجتماعي تبعا لما يبينه الرسم (9) الذي يوضح أن مجتمع العينة يقضي غالب وقته متصلا مع الشبكة العنكبوتية والمواد الإعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي ومعظم أوقاته على المقاطع القصيرة المركزة، وإن أغلب هذه المقاطع تحتوي رسائل مركزة يسعى القائم بالاتصال أن يسوقها إلى المتلقي والرأي العام أثناء إعداده للمقابلات والبرامج واللقاءات مع المؤثرين والممثلين، ما يساعد في تمكين عملية الاستنبات الثقافي داخل عقل وشعور المتلقي بطريقة مركزة. وإن الخطورة في التعرض للوسائل المركزة بشكل عاطفي ومباشر وخارج عن السياق المنطقي العام للمقابلة أو المسلسل البرامي هو أن كل متلق قابل لأن يستقبل الرسالة بعد تكرارها بسهولة ومرارا وبأوقات مناسبة وصيغ متباينة، وعليه يتعامل معها دون أن يشعر على أنها مسلمة عقلية دون النظر لسياقها العام ومنهجها البرامي أو الحواري المرافق لها، والذي كان بامكانه أن يتيح للمتلقي إمكانية التفكير بالمنهج ومقارنته مع المعلومة والنتيجة والرسالة المراد التي وصل إليها الفيديو، إلا أن القائم بالاتصال في هذا النوع من الفيديوهات العاطفية المتكررة يغير المنهج لدى المتلقي عاطفيا ومن خلال كثرة تعرض المتلقي لذات الرسالة بأوقات مختلفة وأساليب متباينة، وهنا نكون أمام ما يطلق الباحث عليها تغيير المنهج بواسطة المعلومة واختراق العقل الثقافي عاطفيا لا عقلانيا، لأن اختراق المنهج الثقافي بشكل عقلاني أصعب بعشرات المرات من اختراقه عاطفية والتأثير عليه عقلانيا.

بالمقابل إن قضاء العينة أغلب وقتها مع وسائل التواصل الاجتماعي يجعلها على المستوى القريب والبعيد تنتقل من حيز المتلقي لحيز المسوق المجاني لعبوات الآخر الثقافية، والتي يُستنبت إعلاميا في عقل المتلقي والجمهور بواسطة الفيديوهات القصيرة التي تلدغ عقل المتلقي كالأفعى، وبذلك تقوم هذه الشريحة بتسويق أفكار الغير من خلال التعليقات والحوارات والمنشورات والفيديوهات التي تنشط بها على وسائل التواصل الاجتماعي بالتوازي مع متابعتها للعبوات الثقافية القصيرة.

وبذلك يكون المجتمع أمام واقع تغيير أو انقلاب ثقافي لكن ليس من خلال تدافع الأفكار في حظيرة العقل الثقافي الاجتماعي المعصوم لحد كبير، بل من خلال تدافع الأفكار ذاتيا على الصعيد الفردي داخل القنوات العاطفية التي يخلو خلالها الفرد مع ذاته ويتصل مع نفسه خارج عن حدود سلطته البيئية والاجتماعية الواقعية، ومن ثم يتم استنبات هذه الأفكار التي تولدت ذاتيا في نطاق وسائل التواصل الاجتماعي لتتحول هذه الأفكار الفردية من خلال التمويل المالي للحسابات الفيسبوكية والتواصلية إلى ثقافة جماعية مع الزمن؛ ما يعني أن ثقافة المستقبل ثقافة افتراضية وهمية فاعلة ومؤثرة وستكون نتاج اتصال الفرد مع ذاته عاطفيا لا عقلانيا، في حين أن الثقافة في الحقب الماضية كانت نتاجا اجتماعيا عقلانيا سليما يتم

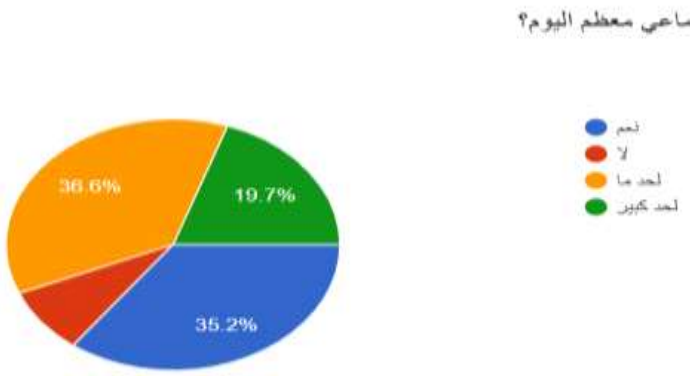
بين أفراد المجتمع العاقل. وهنا نكون أمام تهديد حقيقي للإنسان والثقافة والمجتمع المتزن والمتوازن، وبذلك نعيش في مرحلة ما بعد الإنسان والحضارة والثقافة.

السؤال الثامن:



يوضح الرسم البياني أن ما يقارب 50% من أفراد العينة يتابعون الدراما والأفلام والبرامج الترفيهية والفنية، في المقابل إن 35% تقريبا يتابع البرامج الحوارية الاجتماعية، وبطبيعة الحال إن أغلب البرامج الحوارية في الإعلام العربي مع المؤثرين والممثلين الذين يشكلوا الأداة الفاعلة في البرامج الفنية والترفيهية، ما يعني أن القائم بالاتصال استطاع أن يسيطر على عقل الجمهور من خلال احتكاره وتصيده في كافة القوالب الإعلامية داخل الوسائل الاتصالية، وبهذا يستطيع القائم بالاتصال أن يتلاعب بعقل المتلقي وأفكاره بطريقة شبه مطلقة، وبذلك يتم خصخصة العقل الإنساني وتكريس السطوة المتوحشة للإعلام، وتكمن خطورة البرامج الفنية والترفيهية لأنها تعتبر أخطر الأدوات الناعمة في تغيير الواقع الثقافي الإنساني لأنها تغزوه بشكل آمن ودون استدعاء الأفكار الدفاعية الموجودة في عقل المتلقي الذي يستسلم أثناء متابعة المواد الترفيهية عادة، وهكذا يتم استغلال عدم يقظة عقل المتلقي بالتوازي مع اشتعال عاطفته ومناسبة محيطه لتلقي الفكرة ما يجعله مستسلما وقابلا لاستقبال الأفكار وتبنيها وتغيير السلوك الإنساني عاجلا أم آجلا. لذلك إن البرامج الترفيهية وأنواتها هي أقوى البرامج القادرة على تغيير الثقافات وتعديل السلوك الإنساني بشكل آمن. في السياق ذاته أكد أغلب المبحوثين في العينة البحثية داخل أوروبا أن أغلب وقتهم يتابعون فيه البرامج الفنية والترفيهية ومقابلات المؤثرين والمحتوين والدراما العربية لإشباع الاشتياق الذي يشعرون به لبلدهم الأم.

السؤال التاسع:



إن الرسم البياني والنسب المئوية توضح أن ما يزيد عن 90% من مجتمع البحث على اتصال دائم بالشبكة العنكبوتية الإلكترونية، ما يدل يقينا على أن المواد الإعلامية ومواقع التواصل تعتبر متغيرا أساسيا في توجيه الرأي والأفكار والسلوك لدى هذه العينة وتحتل جزءا واسعا من تفكيرهم واهتمامهم، وتوضح الدراسة والنسب أن النسبة التي تتابع الإنترنيت ومتصلة لدرجة كبيرة طوال اليوم بالشبكة العنكبوتية تندرج تحت فئة المطلقين والمطلقات والتي كانت حسب الرسم الخامس تقترب لنسبة 20% ما يعني أن مواقع التواصل وأدواتها تعتبر متغير مساعدا وأساسيا في التفريق بين المرء وزوجه.

أما بالنسبة لشريحة المتزوجين والشريحة العزباء تعتبر مواقع التواصل والشبكة والمواد الإعلامية عاملا مساعدا محتملا في التفريق بين الجنسين، ولكن ليس بالضرورة من حيث الانفصال الزوجي بالنسبة للشريحة العزباء ولكن من حيث دفعهم لعدم الاقتراب من الزواج أساسا، أما بالنسبة للمتزوجين فإن تكثيف المتابعة والارتهان إلى العالم الافتراضي سيؤدي بهم إما إلى الانفصال الحقيقي أو إلى الانفصال العاطفي مع بقاء كلا الزوجين في أسرة واحدة لأسباب ومتغيرات اجتماعية كالأولاد أو العامل الاقتصادي أو متغيرات أخرى، وهذه الحقيقة أوضحها الرسم البياني في الرسم (13) الذي أقرت خلاله أغلب أفراد العينة أن لشبكة التواصل الاجتماعي ومتابعتها أثرا كبيرا في رسم نوعية العلاقة مع الجنس الآخر، ما يدل على أن أفراد العينة يرسمون واقع الجنس الآخر بعقولهم ليس من خلال التواصل المباشر ولكن من خلال التواصل الافتراضي مع المواد الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي والفيديوهات القصيرة وحياة المشاهير.

السؤال العاشر

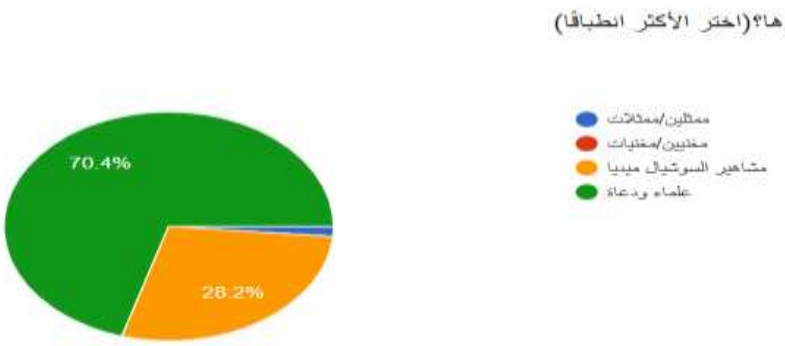


إن الرسم البياني والنسب المئوية توضح أن 50% تقريبا لا يتواصل مع الجنس الآخر في الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي مباشرة، و10% يتعرفون على الجنس الآخر من خلال التواصل المباشر بواسطة الرسائل، و15% يتعرفون على الجنس الآخر وأساليب تفكيره بواسطة الاطلاع على الفيديوهات لمعرفة كيف يفكر الجنس الآخر، ما يعني أن 50% من مجتمع العينة يتعرف على الآخر عن بعد من خلال المنشورات والفيديوهات والدردشة العارة أي أن الجنس الآخر بالنسبة لهم كائن افتراضي بكل ما تعنيه الكلمة، لا سيما وأن المنشورات والفيديوهات والمواد الإعلامية لا تعكس حقيقة الآخر، ما يجعل صورة الآخر في عقول مجتمع العينة محتكرة من قبل الناشطين والمؤثرين والكائنات الافتراضية في عالم الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل والإعلام.

في المقابل أيضا الـ 50% التي لا تتواصل مع الجنس الآخر بتاتا في الشبكة العنكبوتية لا يعني أنها لا تخضع للإعلام وأدواته ومواقع التواصل في بناء معاييرها التي تحكم بواسطتها على الجنس الآخر، فهم يتعرفون على الآخر ليس من خلال التواصل المباشر ولكن من خلال التواصل غير المباشر المقصود لأنهم يتابعون الفيديوهات والإعلام والمنشورات معظم

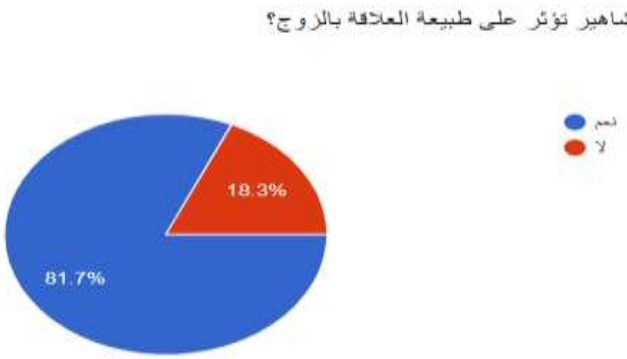
اليوم ما يعني أنهم يخضعون لسطوة الخطاب والإعلام وعملية الغوس الثقافي أو لعملية الاستنبات الثقافي التي أوضحتها سابقا، وغالبا إن التعوض المكثف حسب الرسوم البيانية لهذه المواد الإعلامية سيؤثر بطبيعة الحال على ملامح الصورة الذهنية للجنس الآخر في عقل المتلقي وليس بالضرورة أن يدرك المتلقي ماهية التأثير أحيانا! ولكن عدم ادراكه لا يعني عدم خضوعه للتأثير. في المقابل إن مجتمع البحث في أوروبا يعتبر التواصل المباشر هو الوسيلة الأكثر تأثرا في التعرف على الجنس الآخر، مع إقرار العينة على فاعلية تأثير الفيديوهات القصيرة ومتابعة المشاهير وأفكارهم على المعايير والصورة النمطية التي يكونها أفراد العينة تجاه الجنس الآخر.

السؤال الحادي عشر:



إن الرسم البياني والنسب المئوية تدل أن أغلب أفراد العينة داخل سورية يتابعون الدعاة وما يقارب 30% يتابع المؤثرين ومشاهير وسائل التواصل الاجتماعي لكن وحسب الفرز التفصيلي كان أغلب أفراد العينة التي تتابع المشاهير تندرج في اطار الشريحة المطلقة، وهذا يعني أن المساكنة الإعلامية لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر سببا رئيسا في زعزعة التكافل الأسري والدفع نحو الانفصال الزوجي نتاج المقارنة والعيش في العالم الافتراضي أكثر من العيش في العالم الحقيقي، لدرجة أن المتلقي يصبح يسقط معايير الواقع الافتراضي على الواقع الحقيقي وتقوده أفكار الواقع الافتراضي ما يؤكد مقولة: "ما قادك مثل الوهم"، وبهذا يتحول الوهم لحقيقة والحقيقة لوهم! وتنتكس المراحل الطبيعية لنمو وتطور الثقافات ما يجعلنا في عالم ما بعد الثقافة. ومن الواضح أن ما يقارب 80% يتابعون الدعاة الذين تحولوا بطبيعة الحال لمؤثرين ولكن إسلاميين وربما بات المتلقي ذاته يتابع المؤثر الإسلامي كونه أحد أبطال مواقع التواصل الاجتماعي وليس كونه ناقلا لعلم ديني، وبهذا يقع المتلقي في فخ يطلق الباحث عليه وثنية الوسيلة.

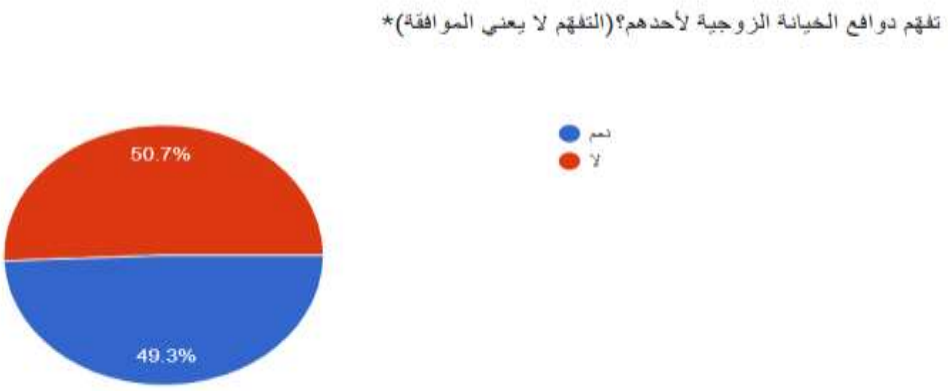
السؤال الثاني عشر:



إن الرسم البياني والنسب المئوية توضح أن أغلب أفراد العينة وبنسبة تقارب 82% تعتقد أن متابعة الدراما وحياة المشاهير المؤثرين والممثلين تؤثر على العلاقة الزوجية زعزعة استقرارها، وفي طبيعة الحال تؤثر على معايير اختيار المتلقي للجنس

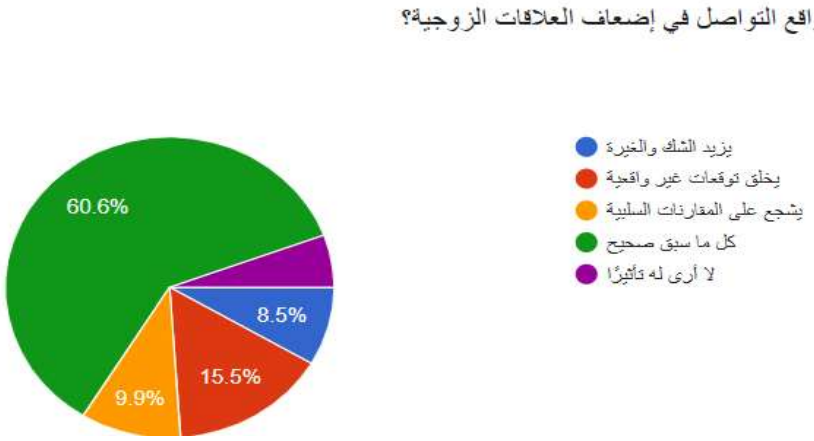
الآخر، ما يثبت مدى تأثير الواقع الافتراضي على طبيعة العلاقة بين الجنسين،ولا شك أن هذه المتغيرات حسب الرسم البياني توضح أن تأثير المساكنة الإعلامية لا يقتصر على الشريحة المطلقة بل والمتزوجة من خلال الانفصال العاطفي دون الطلاق القانوني بالمقابل يؤثر على الشريحة العزباء من خلال احتمالية عزوف أفراد عينتها عن الزواج بدافع البحث عن المثالية في الجنس الآخر ومؤهلاته، حيث وأثناء مقابلة المجتمع البحثي في أوروبا تبين أن هذه المتغيرات الإعلامية والارتهان للتلقي الدائم ساهم في رسم صورة ذهنية مثالية في عقل المشاهد بل أشبع الحاجة العاطفية بالنسبة لشريحة النساء غالبا والتي باتت تشبع عاطفتها افتراضيا دون الالتزام بالواجبات والمسؤوليات التي تفرضها مؤسسة الأسرة والعلاقة الزوجية!

السؤال الثالث عشر:



إن الرسم البياني والنسب المئوية توضح أن ما يقارب 50% من مجتمع البحث يتفهم إقدام أحد الأطراف على الخيانة الزوجية!وإن مثل هذه النسبة في المجتمع السوري ولو كان في إطار التفهم وليس الموافقة على السلوك، تعتبر نسبة مرتفعة إذا ما تم قراءتها في إطار المبادئ الثقافية والاجتماعية والدينية لهذا المجتمع، فإن مجرد تفهم الآخر في أن يخون زوجه بداية لإقرار سلوك الخيانة ذاته، وهذا يدل على أن المساكنة الإعلامية مع أبطال ومشاهير الدراما والمؤثرين والاختلاط الإلكتروني يؤثر على طبيعة العلاقة الزوجية والغيرة ويقلل من قدسية العلاقة بين الأطراف، بغض النظر على أن الباحث يرى من خلال ملاحظته المباشرة أن مئات الفيديوهات القصيرة للمؤثرين تدفع نحو تبرير الخيانة والتقليل من الزواج ونزع رداء القدسية عن العلاقة الزوجية.

السؤال الرابع عشر:



إن المقابلات والرسم البياني والنسب المئوية توضح أن ما يقارب من 90% من أفراد العينة، تشهد أن الإعلام وأدواته ومواقع التواصل الاجتماعي، نوع التواصل الزوجي العاطفي بين الجنسين، ويخلق نوعا من الشك غير المبرر بالطرف الآخر، إضافة إلى أنه يرفع توقعات ومعايير افراد العينة لدرجة المثالية ويشجيع المرأة والرجل على إحداث مقارنات بين الزوج والآخرين. ويكون ذلك نتاج الاختلاط الإلكتروني والمساكنة الإعلامية للمؤثرين والممثلين في الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، فإن 60% حسب الرسم البياني علاه يرى أن المساكنة الإعلامية تؤدي بالمتلقي إلى الشك والمقارنة وخلق توقعات خيالية لديه، في حين يرى ما يقارب 30% أن المتلقي يتأثر بهذه المساكنة ولكن من زاوية واحدة دون الأخرى تتراوح ما بين الشك والمقارنة وخلق توقعات مثالية غير موجودة في الواقع الحقيقي.

السؤال السادس عشر: تحدث عن تأثير الإعلام عليك فيما يتعلق بعلاقتك مع زوجك والمعايير التي على أساسها تقيم الجنس الآخر.

وجه الباحث هذا السؤال المفتوح لأفراد العينة خلال الاستبانة وأوضحت الإجابات التي أدلى بها المبحوثون إلى أن أغلب مجتمع العينة يتأثر لدرجة كبيرة بالمواد الإعلامية التي يتعرض لها رغم أنها تعي خطورتها وإمكانية تأثرها بل ويحذرون أثناء المشاهدة تجنب التأثير، إلا أن سطوة الإعلام وأدواته عادة ما تكون الأقوى لأنها تتمكن من المتلقي تكتيكيا ودون أن يشعر من خلال دس المعلومات والأفكار المتكررة بأساليب متلونة. وأيضا أشار المبحوثون في أوروبا وسوريا أن البيئة الاجتماعية المضطربة التي كانت نتاج الحراك الشعبي العربي أثر بشكل كبير على سرعة تلقي الأفكار والتسليم بها لأن الإنسان بات متحررا من القيود الاجتماعية والسلطة الذكورية. ورأى أغلب المبحوثين أن كثرة التعرض للفيديوهات القصيرة التي تسوق لأفكار اجتماعية من وجهة نظر المؤثر والممثل والداعية صنعت صورة نمطية معينة للجنس الآخر في عقل المتلقي بل وسجنت المشاهد خلف قضبان المثالية المفرطة ما حال بين الإنسان الخاضع للواقع الافتراضي وحقيقة الجنس الآخر، وسواء كان هذا المتلقي الافتراضي متزوجا أم أعزبا أم مطلقا. حيث أثبت المبحوثون أيضا أن الممثل والمؤثر يؤثرون على معايير اختيار الجنس الآخر بالنسبة لهم بل وباتوا يتحكمون برؤيتهم وتفكيرهم دون أن يشعروا ورغم محاولة العينة لمقاومة التأثير وادراكها له. ويرى المبحوثون في الاستبانة والمقابلات على السواء أنهم باتوا أسرى أفكار مستوردة ومسبقة التصنيع وبيئة افتراضية، حيث باتت قراراتهم تأخذ بعين الاعتبار المجتمع الإلكتروني في مواقع التواصل أكثر من المجتمع الحقيقي. ورأى المبحوثون في أوروبا أثناء استجوابهم أنه كان للإعلام وأدواته ووسائل التواصل الاجتماعي أثرا بالغا في اتخاذ قرار الطلاق والانفصال، وكان لها تبعا للدراسة أثرا بالغا في عزوف الشريحة الغرباء عن الزواج لأنها باتت تبحث عن الكائن المثالي الغائب في حقيقة الأمر، بالمقابل كان لها أثر في الانفصال العاطفي رغم البقاء في مؤسسة الزواج.

إن العصر الحالي شهد تحولات جذرية في طبيعة العلاقات الإنسانية، خاصة بين الرجل والمرأة، نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي فضاءً بديلاً للتفاعلات الواقعية، مما أثر على ديناميكيات العلاقات بين الجنسين، وأسهم في استنبات سلوك المقارنة الاجتماعية لدى المتلقي من خلال التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي في تشويه الصورة الذهنية للعلاقات، بل وأحداث ما يُعرف بـ "الفصام العلائقي"، حيث يجد الأفراد أنفسهم عاجزين عن التوفيق بين توقعاتهم الافتراضية وواقع العلاقات الحقيقية. ويجدر الإشارة إلى أنه تم مقابلة 3 خبراء أكدوا "أن للإعلام دور كبير في إحداث ما يسمى بالفصام العلائقي وأن هناك تأثير كبير للإعلام والإغراق في متابعته على الصحة النفسية لدى المتلقي"، ويمكن توضيح الإشكالية وتفكيكها من خلال تقسيمها لثلاثة محاور هي:

أ. أثر المقارنة الاجتماعية على العلاقات الإنسانية

تعزز وسائل الإعلام، وخاصة منصات مثل إنستغرام وتيك توك، ثقافة المقارنة الاجتماعية من خلال عرض نماذج مثالية للعلاقات الرومانسية، والتي غالبًا ما تكون مُعدلة رقميًا أو مُبالغًا فيها، وعادة يميل الأفراد إلى تقييم أنفسهم بناءً على مقارنتهم بالآخرين، مما يؤدي إلى:

_ تشويه التوقعات: يتصور المستخدمون أن العلاقات المثالية هي القاعدة الحياتية، مما يزيد من عدم الرضا عن شركائهم الواقعيين.

_ قلق العلائقي: يطور الأفراد مخاوف من عدم بلوغ تلك المعايير غير الواقعية، مما يؤثر على ثقتهم بأنفسهم واستقرار علاقاتهم.

_ التفكك العاطفي: قد يؤدي الإفراط في المقارنة إلى الانسحاب العاطفي أو البحث المستمر عن علاقات "أفضل" افتراضيًا، مما يقوض الاستقرار النفسي.

ب. العالم الافتراضي وإعادة تشكيل الهوية

أدى الانغماس في الفضاء الرقمي إلى بروز هويات جندرية مرنة، حيث يتبنى الأفراد أدوارًا مختلفة عن تلك التي يمارسونها في الواقع، حيث تُظهر الدراسات أن التمثيلات النمطية في الإعلام تعزز الصور التقليدية أو المتطرفة للذكورة والأنوثة، مما يزيد الفجوة بين الجنسين. وإن التفاعلات الافتراضية تفتقر إلى العمق العاطفي واللغات غير اللفظية، مما يحد من القدرة على بناء علاقات صحية في الواقع. أيضا أوضحت الاخبرة سارة درويش أن الإدمان الرقمي يقلل من الوقت المخصص للتواصل الواقعي، مما يضعف المهارات الاجتماعية ويُعزز الشعور بالعزلة.

ج. مواقع التواصل الاجتماعي والفصام العلائقي

يمكن تعريف الفصام العلائقي هنا كحالة من الانفصام بين العالم الافتراضي (حيث تُبنى العلاقات على التوقعات المثالية) والواقع (حيث تسود التعقيدات البشرية) مايؤدي إلى:

_ الازدواجية السلوكية: حيث يتبنى الفرد شخصيات مختلفة في العالمين الافتراضي والواقعي، مما يسبب صراعاً هوياتياً.

_ الاستياء العاطفي: نتيجة الفجوة بين العلاقات الافتراضية المشبعة بالإعجابات والتعليقات، والعلاقات الواقعية التي تتطلب جهداً وتضحيات.

_ اضطراب التعلق: بسبب الاعتماد على التحفيز السريع (مثل الرسائل القصيرة والإعجابات)، يفقد الأفراد القدرة على الاستثمار عاطفياً في علاقات طويلة الأمد.

وخلاصة القول: إن هناك تغييب حضاري للإنسان المعاصر، ولقد نجح واقعه الافتراضي أن يغيبه عن الواقع الحقيقي ويخلق لديه انفصاما زمانيا ومكانيا! وبتنا نعيش في عالم ما بعد الإنسان وبات يعيش هذا الإنسان المعاصر اعلاميا في مكان آخر وزمان آخر وذوات أخرى! بل وحال الواقع الافتراضي دونه ودون اكتشاف الإنسان المعاصر لذاته وذوات الآخرين. إن الإنسان الافتراضي المعاصر يعيش في جلباب الإعلام إنسان آخر معاصرا لكل الأزمنة والأمكنة والذوات الافتراضية إلّا حاضره وزمانه ومكانه الحقيقيين! الإنسان المعاصر مازال غائبا وما دام غائبا عن الحاضر فلن يكن في المستقبل ولا التاريخ حُكمًا! إنّ التغييب الحضاري والحالة المرضية والفُصامية التي يكابدها الإنسان المعاصر غيبته سياسيًا واجتماعيا وثقافيا وتدافعيا!

ثالثا: نتائج البحث

1. التأثير اللاواعي للمحتوى الإعلامي: كشفت الدراسة أن ما يزيد عن 80% من المبحوثين يعجزون عن مقاومة التأثير الإعلامي رغم وعيهم بخطورته، حيث تعمل الآليات التكتيكية (التكرار، التنويع الزمني، التمويه الرسالي) على اختراق الوعي النقدي. وإن حذر المتلقي أثناء المشاهدة لا ينجيه من سطوة الإعلام وأدواته فهي أقوى من إرادته ووعيه لأنها تتمكن منه تكتيكيا ودون أن يشعر من خلال دس المعلومات والأفكار المتكررة بأساليب متلونة وبأوقات متفاوتة بالاعتماد على العاطفة.

2. التحول الاجتماعي ما بعد الأزمات: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في البيئات المضطربة (ما بعد الثورات/الحروب) أكثر تقبلاً لتلقي المعايير الإعلامية الجديدة، مع تراجع ملحوظ في التمسك بالقيم التقليدية بنسبة، فإن البيئة الاجتماعية المضطربة التي تلي الثورات والحروب تحرر الإنسان من القيود الاجتماعية وتخفف من وطأة السلطة الذكورية على المرأة ما يجعل المجتمع وأفراده قابلين للتخلي عن أفكارهم الاجتماعية وتلقي أفكار جديدة والتسليم بها بغض النظر عن صحتها.

3. تشويه الصورة الذهنية: أسفر التحليل عن أن التعرض المكثف للمحتوى الرقمي يولد صورة نمطية مثالية للجنس الآخر لدى 83% من العينة ويُحدث فجوة واقعية بين التصورات الافتراضية والواقع. فإن كثرة التعرض للفيديوهات القصيرة التي تسوق لأفكار اجتماعية من وجهة نظر المؤثر والممثل والداعية صنعت صورة نمطية معينة للجنس الآخر في عقل المتلقي وسجنت المشاهد خلف قضبان المثالية المفرطة ما حال بين الإنسان الخاضع للواقع الافتراضي وحقيقة الجنس الآخر، وسواء كان هذا المتلقي الافتراضي متزوجا أم أعزبا أم مطلقا.

4. الهيمنة الرقمية على القرارات: توصلت الدراسة إلى أن القرارات المتعلقة بالعلاقات الزوجية لدى النسبة الغالبة في العينة تتأثر بمعايير العالم الافتراضي أكثر من الواقع المادي.

5. التأثير التفاضلي حسب النوع الاجتماعي: كشف التحليل أن 68% من الإناث المبحوثات يعتمدن على المحتوى الافتراضي لإشباع الحاجات العاطفية و54% من الذكور يعانون من صراع بين المعايير التقليدية والافتراضية، فإن المساكنة الإعلامية تشبع الحاجة العاطفية لدى المرأة أكثر من الرجل، لأن العلاقة بين الرسالة والمتلقي علاقة تكاملية وتفاعلية وإن عاطفة المرأة المشتعلة تساعدها في العيش بالواقع الافتراضي أكثر من الرجل، حيث باتت النساء قادرة على إشباع عاطفتها افتراضيا دون الالتزام بالواجبات والمسؤوليات التي تفرضها مؤسسة الأسرة والعلاقة الزوجية!

6. الانزياح الجندري الرقمي: أظهرت النتائج تشكل هويات جندرية جديدة لدى مجتمع العينة، تختلف عن أدوارهم الواقعية، فإن الانغماس في الفضاء الرقمي أدى إلى بروز هويات جندرية مرنة، حيث يتبنى الأفراد أدوارًا مختلفة عن تلك التي يمارسونها في الواقع، حيث تبين أن المساكنة الإعلامية والاختلاط الالكتروني يعزز الصور التقليدية أو المتطرفة للذكورة والأنوثة، مما يزيد الفجوة بين الجنسين.

7. آليات التفكك الأسري: رصدت الدراسة ثلاث آليات رئيسية وهي: ارتفاع معدل المقارنات الاجتماعية غير الواقعية (89%) وتراجع معدلات الرضا الزواجي وانتشار "الطلاق العاطفي الصامت" بين العينة المتزوجة.

8. التأثير النوعي للمحتوى: سجلت البرامج الترفيهية أعلى معدل تأثير على مجتمع العينة مقارنة بالمحتوى الإخباري وغيره من القوالب الإعلامية، فإن البرامج الترفيهية والفنية ورموزها تعتبر أقوى البرامج القادرة على تغيير الثقافات وتعديل السلوك الإنساني بشكل آمن لأنها لا تدفع المتلقي إلى استدعاء آليات الدفاع عن أفكاره! وبذلك يتم تكريس السطوة المتوحشة للإعلام بالسبل الآمنة.

9. التمايز الجيلي في التأثر: أظهرت البيانات أن الفئة العمرية (20–30) أكثر تأثرًا بالمحتوى الرقمي مقارنة بالفئة (31–40).

10. المساكنة الإعلامية مع أبطال ومشاهير الدراما والمؤثرين والاختلاط الالكتروني يؤثر على طبيعة العلاقة الزوجية ويقلل الغيرة الذكورية ويقلل من قدسية العلاقة بين الأطراف! وتدفع الأطراف إلى تبرير الخيانة وتنزع رداء القدسية عن العلاقة الزوجية.

11. المجتمع أمام واقع تغيير أو انقلاب ثقافي لكن ليس من خلال تدافع الأفكار المتزن في إطار العقل الثقافي الاجتماعي، بل من خلال تدافع الأفكار ذاتيا على الصعيد الفردي داخل القنوات العاطفية التي يخلو خلالها الفرد مع ذاته ويتصل مع نفسه خارج عن حدود سلطته البيئية والاجتماعية الواقعية أثناء تعرضه للرسالة الإعلامية! ما يعني أن ثقافة المستقبل ثقافة افتراضية وهمية فاعلة ومؤثرة وستكون نتاج اتصال الفرد مع ذاته عاطفيا لا عقلانيا! في حين أن الثقافة في الحقب الماضية كانت نتاج اجتماعي عقلاني سليم يتم بين أفراد المجتمع العاقل! وهنا نكون أمام تهديد حقيقي للإنسان والثقافة والمجتمع المتزن والمتوازن! وبذلك نكون في مرحلة ما بعد الإنسان والحضارة والثقافة!

12. إن الممثل والمؤثر أدوات مؤثرة على معايير اختيار الإنسان المعاصر للجنس الآخر وبات الإنسان الافتراضي أسير الأفكار المستوردة ومسبقة التصنيع! حيث باتت قرارات الإنسان الافتراضي تأخذ بعين الاعتبار المجتمع الالكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من المجتمع الحقيقي.

13. احتكار الإعلام وأدواته لصناعة الصورة الذهنية لكل جنس بعقل الجنس الآخر، لدرجة أن الإنسان الافتراضي راح يسقط معايير الواقع الافتراضي على الواقع الحقيقي وتحول الجنس الآخر بالنسبة للإنسان الافتراضي المعاصر إلى كائن افتراضي وخيالي.

14. إن العصر الحالي شهد تحولات جذرية في طبيعة العلاقات الإنسانية، خاصة بين الرجل والمرأة، نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي فضاءً بديلاً للتفاعلات الواقعية، مما أثر على ديناميكيات العلاقات بين الجنسين، وأسهم في استنبات سلوك المقارنة الاجتماعية لدى المتلقي من خلال التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي في تشويه الصورة الذهنية للعلاقات، بل وأحداث ما يُعرف بـ "الفصام العلائقي"، حيث يجد الأفراد أنفسهم عاجزين عن التوفيق بين توقعاتهم الافتراضية وواقع العلاقات الحقيقية.

ملاحظة منهجية:

جميع النتائج ذات دلالة إحصائية وتم التحقق منها عبر التثليث المنهجي (كمي/نوعي/تحليل وثائقي). تعكس هذه النتائج تحولاً جوهرياً في البنى الاجتماعية تحت تأثير المساكنة الإعلامية، مما يستدعي تطوير نموذج تفسيري جديد لفهم ديناميكيات العلاقات في العصر الرقمي.

رابعا: التوصيات

1. على المستوى الفردي: تطوير برامج توعية إعلامية تُعنى ببناء "المناعة الرقمية" ضد التأثيرات السلبية للمحتوى وتدريب الأزواج على إدارة النقاشات حول المحتوى الإعلامي المشترك، والابتعاد عن المتابعة والمشاهدة ووسائل التواصل الاجتماعي.

2. على المستوى الأسري: إلزام المناهج الدراسية ومراكز الإرشاد الأسري بتضمين "التربية الإعلامية" في برامجها والتواصل مع مختصين لإعطاء هذه المادة تربويا لا معلوماتيا فقط.

3. على المستوى الإعلامي: وضع ضوابط أخلاقية لعرض المحتوى المتعلق بالعلاقات الزوجية.

4. على المستوى التشريعي: تطوير سياسات رقمية تحمي الخصوصية الزوجية من تدخلات العالم الافتراضي وتنظيم حملات وطنية لتوعية الشباب قبل الزواج بمخاطر المساكنة الإعلامية.

5. على المستوى البحثي: إجراء دراسات طولية لتتبع التأثير التراكمي للإعلام على الاستقرار الأسري وتطوير أدوات قياس خاصة بتأثير المحتوى الرقمي على العلاقات الزوجية.

ملاحظة تنفيذية:

يوصي البحث بتبني مقاربة شاملة تعالج الظاهرة عبر 3 مستويات:

- الوقاية (بناء الوعي النقدي)
- الحماية (تحصين العلاقات القائمة)
- التدخل (معالجة الآثار السلبية)

المراجع:

- التكريتي، سامي. (2008). التأثير الثقافي لوسائل الإعلام. بيروت: دار النهضة العربية.
- الخضرا، سامي. (2020). الإعلام والاضطرابات النفسية: من التشخيص إلى المواجهة. بيروت: دار النهضة العربية.
- الدليمي، عبد الرزاق. (2012). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري. عمان: دار أسامة للنشر.
- الزهراني، لينا. (2018). السيكولوجيا الرقمية. جدة: مركز البحوث الاجتماعية.
- السعدون، خالد. (2018). الإدمان الرقمي في العالم العربي. القاهرة: مركز الدراسات النفسية.
- السيد، محمد. (2018). الأسرة والإنترنت. دمشق: دار الفكر.
- عبد الفتاح، نبيل. (2018). نظرية الغرس الثقافي: الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي. القاهرة: دار العالم العربي.
- عبد الله، هند. (2022). الإعلام وتأثيره على المرأة. عمان: دار أسامة.
- عبد الوهاب، علي. (2019). مجتمع الشاشات. القاهرة: دار المعرفة.
- العياضي، نصر الدين. (2015). نظرية الغرس الثقافي وتأثيرها. الجزائر: دار الهدى.
- الغامدي، منى. (2019). الإعلام وتأثيره على الصورة الذاتية. الرياض: دار النشر الدولية.
- القحطاني، فهد. (2020). الإعلام والأزمات النفسية. الكويت: دار المعرفة.
- المالكي، ريم. (2017). التنمر الإلكتروني والجندر. دبي: دار الأبحاث الاجتماعية.
- مكاوي، حسن عماد. (2009). الإعلام والمجتمع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.