



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 - قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة
منها التيك توك والانستغرام إنموذجا
-دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية-جامعة قالمة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص: علم اجتماع اتصال

إشراف:

أ.د. ماهر فرحان مرعب

إعداد الطلبة:

✓ بلحمرة وصال

✓ تيفوراق سماح

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عبد الله بوضنوبرة	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
ماهر فرحان مرعب	أستاذ التعليم العالي	مؤطرا/مشرفا
جلالة الويزة	أستاذ محاضر	ممتحن

السنة الجامعية: 2024-2025

شكر وتقدير

إلى من حمل مشعل العلم، وسار به وضاءً بين دروب الفكر والمعرفة،
إلى من جعل من التوجيه رسالة، ومن الإرشاد أمانة، ومن التعليم رسالة سامية...
أتقدم بجزيل الشكر، وعظيم التقدير، ووافر الامتنان إلى
الأستاذ الدكتور: ماهر فرحان مرعب
الذي كان، وما زال، منارًا نقندي به، وسندًا نلوذ إليه.
لقد كنتم لنا الأب والموجه، الناصح والمعلم،
زرعتم فينا حب البحث، وغرستم فينا روح الاجتهاد،
فلكم منا كل الإجلال والإكبار، وكل الدعاء بالتوفيق والسداد.
ما أجمل أن يُذكر الفضل لأهله، وما أصدق أن يُحفظ الجميل في القلب قبل السطر،
فأنتم، يا صاحب الفضل، منارة علم، ومصدر إلهام، ومثال يُحتذى به في الوفاء والعطاء.
جزاكم الله عتًا خير الجزاء،
وبارك في علمكم، ورفع قدركم في الدنيا والآخرة

اهداء

إلى من كان لهم الفضل بعد الله في كل حرف خطّه قلبي
إلى أبي، نبع الرجولة وركن الطمأنينة، يا من علمتني أن الوقوف لا يكون إلا بالعزة، وأن الصبر
لا يثمر إلا نورًا... لك من قلبي دعاء لا ينقطع، ووفاء لا يخبو.
إلى أمي، يا نبع الحنان اللامتناهي، ويا دفء الحياة إذا جار الزمان... في عينيك قرأتُ السلام،
ومن دعواتك صنعت لي الأقدار الجميلة.

إلى إخوتي، أنتم السند حين تشتد الحياة، والضحكة حين يغيب الفرح، يا من تشاركتم معكم
الحكايات الصغيرة التي صنعت مجد القلب الكبير.

وإلى زوجي العزيز، رفيق الدرب، ونبض الأمان، ومرفاً الروح بعد التيه... بك ازدهرت أحلامي،
وبك اكتمل نصفي، فكنت لي وطنًا لا يُغادر.

لكم جميعًا... أهدي هذا العمل، فلولاكم ما كان للحرف نبض، ولا للبوح معنى

وصال

اهداء

إلى من كان لهم الفضل بعد الله في كل خطوة خطوتها...

إلى والديَّ العزيزين، سندي في هذه الحياة، على دعمهما اللامحدود، وصبرهما ومحبتيهما التي لا
توصف.

إلى إخوتي وأخواتي، على تشجيعهم ووقوفهم بجانبني في كل الأوقات.

إلى أصدقائي الذين رافقوني في مشوار الدراسة، وشاركوا معي لحظات التعب والفرح.

إلى كل من آمن بي، وكان له أثر في هذا العمل...

أهدي هذا المذكرة عربونَ وفاء وامتنان.

سماح

المحتويات

	المحتويات
	الشكر والتقدير
	الاهداء
	المحتويات
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة
4	تمهيد
5	المبحث الأول: الإشكالية و اسباب و اهداف اهمية موضوع الدراسة
5	اولا: الاشكالية و اسباب اختيار الموضوع
7	ثانيا: اهمية الدراسة
7	ثالثا: اهداف الدراسة
	المبحث الثاني: تحديد مفاهيم الدراسة
8	اولا: الاستخدام
9	ثانيا: الشباب
10	ثالثا: وسائل التواصل الاجتماعي
11	رابعا: الاشباكات
12	خامسا: التيك توك
12	سادسا: الانستغرام
	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
13	اولا: الدراسات المحلية
15	ثانيا: الدراسات العربية
18	ثالثا: الدراسات الاجنبية
	المبحث الرابع: المقاربات النظرية
22	اولا: نظرية الاستخدامات والإشباكات
23	ثانيا: نظرية الغرس الثقافي
24	ثالثا: النظرية التفاعلية الرمزية
27	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: تطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي
29	تمهيد
	المبحث الأول : ماهية وسائل التواصل الاجتماعي
30	اولا: نبذة عن تطور وسائل التواصل الاجتماعي
31	ثانيا : مميزات وسائل التواصل الاجتماعي
32	ثالثا: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي
33	رابعا: اشهر وسائل التواصل الاجتماعي
36	خامسا: مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
37	سادسا: ايجابيات و سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي
	المبحث الثاني : الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي

39	اولا: اهمية و خصائص الشباب
41	ثانيا: حاجات الشباب النفسية و الاجتماعية
42	ثالثا: المشاكل التي تواجه الشباب
43	رابعا: علاقة الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي
46	خامسا: دوافع استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي
47	سادسا: التأثيرات الايجابية و السلبية لاستخدام وسائل التواصل على الشباب
50	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث : الإشباعات المتحققة من استخدام تطبيق التيك توك والانسستغرام
52	تمهيد
	المبحث الاول : تطبيق التيك توك
53	اولا: نشأة تطبيق التيك توك
54	ثانيا : خصائص تطبيق التيك توك
54	ثالثا: عوامل تزايد اقبال الشباب على تطبيق التيك توك
55	رابعا: استخدامات واشباعات تطبيق التيك توك بين الشباب
56	خامسا: التأثيرات السلبية للتيك توك على الشباب
	المبحث الثاني: تطبيق الانستغرام
58	اولا: نبذة عن تطور تطبيق الانستغرام
59	ثانيا: خصائص الانستغرام
60	ثالثا: تطور تقنيات الانستغرام و سهولة استخدامت لدى الشباب
61	رابعا: الاستخدامات و الاشباعات تطبيق الانستغرام بين الشباب
63	خامسا: التأثيرات الايجابية و السلبية للانستغرام على الشباب
68	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع : الاطار المنهجي و التحليلي للدراسة
70	تمهيد
	المبحث الاول : الاطار المنهجي للدراسة
71	اولا: مجالات الدراسة
71	ثانيا: منهج الدراسة
72	ثالثا : ادوات جمع البيانات
	المبحث الثاني: الاطار التحليلي للدراسة
73	اولا: عرض و تحليل البيانات
96	ثانيا : نتائج دراسة
102	ثالثا: النتائج العامة
102	رابعا: التوصيات
103	خلاصة الفصل
105	الخاتمة
107	قائمة المصادر والمراجع
/	ملحق

قائمة الجداول

73	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس
74	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب متغير السن
74	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي
75	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة
76	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب المنصة الأكثر استخداماً
77	يوضح مدة استخدام الشباب لمنصات التواصل الاجتماعي
78	يبيّن الدوافع الرئيسية لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي لدى عينة الشباب
79	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب مقارنة أنفسهم بالآخرين بناءً على ما ينشر في وسائط التواصل الاجتماعي
80	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب التعرض لمواقف غير مريحة مثل التمر الإلكتروني أو المضايقات على وشائط التواصل الاجتماعي
80	يبيّن اوقات استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي
81	يبيّن عدد مرات تفقد الشباب لحساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي خلال اليوم
82	يبيّن مدة استخدام أفراد العينة لوسائط و تطبيقات التواصل الاجتماعي
83	يبيّن طريقة استخدام أفراد العينة لوسائط التواصل الاجتماعي
84	يبيّن أماكن استخدام أفراد العينة لوسائط التواصل الاجتماعي
85	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب اللغة المعتمدة لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي
85	يبيّن نوع المحتوى الذي يتابعه أفراد العينة
86	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب عدد المنصات الرقمية المستخدمة يومياً
87	يبيّن مدى متابعة الشباب للمؤثرين و صفحات التواصل الاجتماعي
87	توزيع أفراد العينة حسب اعتماد الشباب على وسائط التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث الجارية
88	توزيع أفراد العينة حسب شعور الشباب بآدمانهم على وسائط التواصل الاجتماعي
89	توزيع أفراد العينة حسب شعورهم بالراحة النفسية بعد استخدام وسائط التواصل الاجتماعي
89	توزيع أفراد العينة حسب مدى استفادة الشباب من وسائط التواصل الاجتماعي
90	توزيع الأفراد حسب مدى حصول الشباب على نفس الاشباع من جميع المنصات
91	توزيع أفراد العينة حسب ما يمنحه تطبيق التيك توك للشباب
92	توزيع أفراد العينة حسب ما يمنحه تطبيق الانستغرام للشباب

92	توزيع افراد العينة حسب دوافع العودة الى المنصة لدى الشباب
93	توزيع افراد العينة حسب شعورهم بالرضا الشخصي عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
94	توزيع افراد العينة حسب شعورهم بالإشباع كلما زاد استخدامهم لوسائط التواصل الاجتماعي
95	توزيع افراد العينة حسب تغير المنصة ونوع الاشباع
96	توزيع افراد العينة حسب اختلاف الاشباع المحققة من استخدام نفس وسائط التواصل الاجتماعي

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تحولات جذرية على مختلف الأصعدة، نتيجة للتطور التكنولوجي الهائل الذي شمل جميع مجالات الحياة، وكان لوسائل الاتصال الحديثة النصيب الأكبر من هذا التطور، إذ لعبت دورًا محوريًا في إعادة تشكيل طرق التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات، خاصة مع بروز شبكة الإنترنت وما تبعها من تطبيقات ومنصات رقمية أصبحت جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، وعلى رأسها وسائل وتطبيقات التواصل الاجتماعي.

لقد ساهمت هذه الوسائط الجديدة في تغيير نمط حياة الإنسان وسلوكه، كما فتحت أمامه آفاقًا واسعة للتعبير والتواصل والمشاركة، وهو ما انعكس بشكل خاص على فئة الشباب، هذه الفئة التي تُعتبر الأكثر تفاعلًا وتواصلًا مع هذا الفضاء الرقمي، نظرًا لطبيعتها الديناميكية ورغبتها المستمرة في استكشاف كل ما هو جديد. ومن بين أبرز التطبيقات التي نالت اهتمام الشباب نجد تطبيقي تيك توك TikTok وإنستغرام Instagram، حيث أصبحا من أكثر الوسائط واستخدامًا لما يوفرانه من خصائص تقنية ومحتويات ترفيهية وتفاعلية تستجيب لرغبات المستخدمين وتطلعاتهم.

وفي ظل هذا الاستخدام الواسع، أصبح من المهم التساؤل حول الدوافع التي تقف وراء هذا التفاعل الكثيف مع هذه التطبيقات، وكذا الإشباع التي يحققها الشباب من خلال استخدامها، خاصة وأن هذه الوسائل أصبحت تشكل مصدرًا رئيسيًا للمعلومة، الترفيه، التعبير عن الذات، وبناء العلاقات الاجتماعية. وبالتالي، فإن استكشاف استخدامات الشباب لهذه الوسائط الرقمية وفهم الإشباع التي تحققها لهم، يُعد من المواضيع البحثية الراهنة والمهمة، نظرًا لارتباطها الوثيق بالتحويلات الاجتماعية والثقافية والاتصالية التي تعرفها المجتمعات الحديثة.

وانطلاقًا من هذه الأهمية، جاءت هذه الدراسة الموسومة بعنوان: "استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها: تيك توك وإنستغرام أنموذجًا"، لتسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين الشباب وهذه التطبيقات، وتحليل أنماط الاستخدام المختلفة، وفهم الحاجات التي يسعى هؤلاء إلى إشباعها من خلال هذا التفاعل المستمر.

وقد تم تقسيم خطة الدراسة إلى أربعة فصول رئيسية كالتالي:
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة، ويتضمن عرضًا لمشكلة البحث وتساؤلاته وفرضياته، بالإضافة إلى المفاهيم الأساسية، والدراسات السابقة، وكذا المقاربات النظرية التي تُوَطر الموضوع.

الفصل الثاني: تطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي، وهو مخصص للتعريف بهذه الوسائل وخصائصها ووظائفها.

الفصل الثالث: الإشباع المحققة من استخدامات تطبيقي تيك توك وإنستغرام، ويتناول الدوافع والحاجات التي يسعى الشباب إلى إشباعها من خلال استخدام هذه التطبيقات.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي والتحليلي للدراسة، ويُخصص لعرض المنهج المعتمد، وأدوات جمع البيانات، وتحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها ميدانيًا.

الفصل الأول:

الإطار المفهيمي للدراسة

تمهيد:

نعتبر الإطار المفهيمي أهم الفصول الذي يعتمد عليها أي باحث, فهو يعرض فيه خلفية البحث و يحدد سياق الدراسة , و يهدف الى توضيح الموضوع الذي سيتم تناوله وأهميته والهدف من الدراسة , كما تطرقنا فيه أيضا الى تحديد المفاهيم الاساسية التي سنستخدم في الدراسة, والدراسات السابقة و المقاربات النظرية التي تدور حول الموضوع .

المبحث الأول: الإشكالية وأسباب وأهداف وأهمية موضوع الدراسة:

أولاً: الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع:

ساهم التطور التكنولوجي في تسهيل حياة الافراد بدأ من اكتشاف الكهرباء وتطوير الاتصالات السلكية واللاسلكية، وصولاً الى عصر الحاسوب والانترنت الى ان أصبحت التكنولوجيا جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وقوة محرّكة لمستقبل البشرية.

تتميز الأنترنت بقدرتها على توفير معلومات فورية و امكانية التواصل بين الافراد والمؤسسات, كما أنها تدعم تقنيات متعددة مثل البريد الالكتروني , محركات البحث , مواقع الويب, والتطبيقات المختلفة , وقد أدن الى ظهور مفاهيم جديدة مثل الاقتصاد الرقمي , التعليم عن بعد, التجارة الالكترونية, لذلك فهي تعد من أعظم الابتكارات التي أحدثت تحولاً جذرياً في حياة الانسان, حيث ساهمت في جعل وسائل الاتصال وسيلة تواصل شائعة و مؤثرة في حياة الناس, سواء الاستخدام الشخصي أو لأغراض تجارية أو سياسية, وجعلت منهم أداة قوية لنقل الأخبار و التفاعل السريع مع الأحداث, حيث تطورت وسائل التواصل الاجتماعي بفضل سرعة الأنترنت باعتبارها الوسيط الذي يتيح تشغيل منصات التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك, تويتر, إنستغرام, تيك توك, وغيرها.

بدون الأنترنت لن يكون من الامكان الوصول الى هذه الوسائل, وهاته الاخيرة تعد من أهم الأدوات التي ساهمت في تطوير البشرية, حيث أدت دوراً محورياً في تقريب المسافات بين الأفراد و المجتمعات و تبادل الأفكار و المعلومات, و تطوير التعليم مثل التعليم عن بعد و تعزيز العلاقات الاجتماعية من خلال التواصل المستمر بين الافراد, اذ أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية, من خلال تصفحنا لوسائل التواصل الاجتماعي, حيث نجحت بشكل كبير في استقطاب الجماهير لأنها مست كل الفئات العمرية, خاصة فئة الشباب التي كانت أكثر تأثیر و عرضة لها, حيث يستخدمونها بطرق متعددة تناسب احتياجاتهم اليومية, وهذا يبين أن العلاقة بين الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي هي علاقة وثيقة و حيوية, لأنها أصبحت جزء أساسياً في حياتهم لكونها الفئة الأكثر مواكبة للعصرنة و التطور .

اذا ان هذه الشبكات والتطبيقات الاجتماعية أداة قوية يمكن أن تكون ايجابية أو سلبية, اعتماداً على كيفية استخدامها, وبالحدیث عن هذه التطبيقات و في السنوات الاخيرة برز كل من التيك توك و الإنستغرام كمنصتين رائدتين في عالم وسائل التواصل الاجتماعي, حيث اجتذب

ملايين المستخدمين حول العالم بفضل ميزتهما الفريدة التي تجمع بين الترفيه، الإبداع، التواصل، و هذا ما يجعل الشباب يتأثرون بالمضامين التي يحملها كل من هذه التطبيقات سواء بالإيجاب أو السلب، حيث يمكن ان تسهم هذه التطبيقات في تعزيز المهارات الاجتماعية و التواصل الفعال، وتوفير منصات تعرض الإبداع و المواهب الشخصية، ولكن ف الوقت نفسه قد تساهم في نشر محتوى غير واقعي أو ضار مما يؤثر سلبا على الصحة النفسية للشباب.

ومن هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية بهدف استكشاف ومعرفة الإشباعات المحققة لدى الشباب من استخدامهم لوسائط التواصل الاجتماعي المتمثلة في التيك توك، والانستغرام، لذا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي استخدامات الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي وماهي الإشباعات المحققة منها؟
وتندرج تحته مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي دوافع وأسباب استخدام وسائط التواصل الاجتماعي لدى الشباب؟
- ماهي أنماط استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الإشباعات المحققة لدى الشباب من استخدام وسائط التواصل الاجتماعي؟

الفرضية الرئيسية:

تشبع وسائط التواصل الاجتماعي حاجات متعددة لدى الشباب.

الفرضيات الفرعية:

- تتعدد دوافع استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي.
- هناك أنماط متعددة في استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي باختلاف الجنس، و العمر، الثقافة، المكان.
- تختلف الإشباعات بين الأفراد حسب الاستخدام.

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

- الميول والرغبة الشخصية في دراسة هذا الموضوع باعتباره ذا أهمية كبيرة لفهم التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائط التواصل الاجتماعي على الشباب.
- ظاهرة تستحق الدراسة والبحث نظراً لتزايد استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب.
- قلت الدراسات حول هذا الموضوع (التيك توك، الانستغرام) لمعرفة إشباعات الشباب لاستخدام هذه المنصات ومدى تأثيرها على رغباتهم و احتياجاتهم.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة العلمية من أهمية الموضوع المدروس بسبب تزايد ظاهرة استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب، ومحاولة البحث عن مدى استخدامها وتأثيرها على الشباب وفهم سلوكياتهم باعتبارها فئة مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع مستقبلاً.

وتستمد هذه الدراسة أهميتها من حداثة موضوع وسائط التواصل الاجتماعي والاهتمام المتزايد بها في جميع المجالات وعند جميع الفئات وخاصة فئة الشباب بالإضافة إلى أن هذا الموضوع يدرس أكثر من متغير وهذا يجعل المادة العلمية لهذه الدراسة غنية بالمعلومات. أما الأهمية العملية للدراسة فإنها تأتي من أهمية نتائج التي تستخرج بها الدراسة وما ستكتشف عنه حول طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة وكيفية الاستفادة منها في معالجة الظاهرة وتطبيقها على أرض الواقع.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- التعرف على دوافع استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي.
- معرفة أهم أنماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي.
- تحليل الإشباع المحققة من استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: تحديد مفاهيم الدراسة:

أولاً: الاستخدام:

اصطلاحاً: يعرفه معجم فيري أن الاستخدام نشاط اجتماعي يتحول لنشاط لدى ثقافة معينة, بفضل التكرار والتقدم كما يشير الباحث عبد الوهاب بوخوقة إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة مادياً¹ وكما نجد حويل يعرف الاستخدام بأنها ممارسة اجتماعية التي يجعلها التكرار عادية في ثقافة ما, مفهوم الاستخدام يتم النظر إليه باعتباره نشاطاً اجتماعياً وثقافياً يدخل على المنظومة السلوكية السابقة الوجود فالاستخدام هنا لا يصبح مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم بل تتخذ شكل نماذج استخدامية تتجلى أساساً في التكرار والاستمرار يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم بهدف فرضها ودمجها عملياً في إطار الموروثات الثقافية المسبقة والتي قد تندمج فيها أو تباين عنها.²

التعريف الإجرائي:

يمكن تعريفه هو التفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي مثل التيك توك و الانستغرام من خلال القيام بأنشطة معينة في فترات زمنية محددة بهدف تحقيق إشباع معين.

ثانياً: الشباب:

اصطلاحاً: بين أن التعريف الحقيقي لفترة الشباب هي مرحلة خاصة لا يجوز وضع حدود ثابتة للعمر فيها لأنها تختلف من مجتمع لآخر، ومن ثقافة لأخرى، وهي فترة يتم فيها دمج مؤسسات المجتمع وتكوين شخصية وتحديد مكانته الاجتماعية داخله، فمتغير السن لا يمكن تحديده

¹ الشيماء ملوكي، عبادي فاطمة الزهراء، استخدام وسائل التواصل الاجتماعية واثره على اندماج المراهق مع اسرته، "التيكتوك نموذجا"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية، جامعة احمد درابعية، ولاية ادرار، 2022,2023 ص13

² كريمة قلاعي، بناء الحقائق الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية لدى الشباب الجزائري، اطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة صالح بوبنيدر، 2017, 2018 ص25

بصورة قطعية وهذا نظر لعدة عوامل على غرار الجانب النفسي حيث يمكن أن يتأخر أو يتقدم في بعض الأحيان سن الشباب.¹

ويرى الباحثين بأن الشباب يحدد في إطار دورة الحياة الفردية إذ نجده يتموقع أساسا في مرحلة الطفولة والمراهقة والسن الرشد والشيخوخة، وقد ربط علم النفس على سبيل المثال بين خصائص هذه الفئة العمرية بصفات محددة كالقوة والنشاط والإرادة واكتمال البناء الدافعي والانفعالي للفرد في ضوء استعداداته واحتياجاته الأساسية واكتمال نمو كافة جوانب شخصيته الوجدانية والمزاجية والعقلية في حين أن الشباب كفئة تتجاوز هذه العوامل إلى عوامل أخرى ترتبط بما هو اجتماعي وثقافي.²

إذا ادرجنا مفهوم الشباب الى سجل المقاربة البيولوجية فإننا نستنتج انه يقتصر على تلك الملامح و التطورات الفيزيولوجية التي تبصم لحظة الانتقال من الطفولة الى الشباب و منه ايضا الى النضج او الشيخوخة فنجد بان مرحلة الشباب تحدد انطلاقا من خصائص بيولوجية, حيث يتم تمييز الطفل من المراهق و الراشد انطلاقا من خصائص بيولوجية و تغيرات فيزيولوجية تتميز فيها كل فترة من فترات عمر الشخص كما تميزه ايضا على اساس اختلاف التكوين الفيسيولوجي للجنسين.³

التعريف الإجرائي:

الشباب هم الفئة الاجتماعية التي تمر بمرحلة انتقالية تتميز بتحول في الهوية والسلوك الاجتماعي حيث يسعون إلى الاستقلالية والمشاركة في أدوار ومسؤوليات جديدة في الحياة الأسرية والمجتمعية.

ثالثاً: وسائل التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: إن مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي كغيره من المفاهيم الاجتماعية أثار جدلاً واسعاً لدى الأكاديميين نظراً لتعدد وتداخل مداخل واتجاهات دراسته. فمن الناحية الاصطلاحية في اللغة الإنجليزية يطلق عليه Social Media أو مصطلح Social Network أما في اللغة العربية نجده أدق من ناحية الوصف، إذ أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تثير جدلاً في معناها بقدر ما تثير إشكالاً في تعريفها.

فقد عرفته الموسوعة الحرة العالمية بأنه عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة والرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات وهي تجمع الملايين من المستخدمين.⁴

وذكر وائل فضل الله وآخرون أن وسائل التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو مجموعة من الأصدقاء

¹ ولهي كرة. استخدام الشباب لتطبيق التيك توك و الاشباعات المحققة منه, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة , جامعة بوضياف, المسيلة , 2019 2020 ص18

² يعقوب امكاسو, مفهوم الشباب في البحوث السوسولوجية, مجلة المعرفة, جامعة محمد الخامس, الرباط المغرب, العدد11 , دجنبر2023, ص942

³ المرجع نفسه, ص943

⁴ د سلطان بن محمد الهاشمي , زبانة بنت عبد الله ابو سعيدية, جليلية بنت راشد الغافرية, أثر الاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع , دراسة مقدمة لجمعية الاجتماعيين العمانية الى وزارة التنمية الاجتماعية , عمان, 2020 ص 22

الجامعة أو الثانوية، وأشار السعد امطيري إلى وسائل التواصل الاجتماعي أنها عالم افتراضي ظهر نتيجة للتطور التكنولوجي يفتح مجالاً لإبداء الآراء في كافة الموضوعات بحرية غير مسبوقة بشكل يؤثر في حياة الشباب سلباً وإيجاباً كنتيجة لانتشارها الهائل بين صفوف الشباب.

وعرف زين العابدين محمد علي وهبه وسائل التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الإلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها من مختلف أرجاء العالم وتوفر له فرصة الحصول على المعلومات وتكوين علاقات والتعبير عن آرائه وأفكاره وتأثيره وتأثره وتعلقه ببعض الأفراد.¹

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من التطبيقات والمنصات الرقمية التفاعلية التي يستخدمها الشباب للتواصل ومشاركة المحتوى كالصور الفيديوهات القصص والتفاعل عبر ميزات مثل الإعجابات تعليقات إعادة النشر.

رابعاً: الإشباع:

إصطلاحاً:

إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو حفظ دافع وتدل كلمة على الحال التي يتم فيها ذلك ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم يولد إحساساً بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة، ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات ويثير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة.²

كما تعرف بأنها حاجات ملحة تنوب الفرد بسد نقص إما داخلي أو خارجي وتقسم الإشباعات إلى:

الإشباع الداخلي: يشمل إشباع الفرد للحاجات البيولوجية والفيزيولوجية.

الإشباع الخارجي: وهي جميع مستلزمات الفرد وتختلف من فرد إلى آخر باختلاف الفروق الفردية في إشباع الفرد لحاجاته باختلاف مكان إقامة الفرد.³

التعريف الإجرائي: هي مجموعة الفوائد التي يسعى المستخدم لتحقيقها من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة وذلك لإرضاء حاجاته المتنوعة.

خامساً: التيك توك:

إصطلاحاً:

¹ ياسمين عبد الصبور، حسنين محمد حسنين، دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية لدى الشباب حرجي الجامعات، المجلة العربية، العدد 11، جامعة الاسكندرية، مصر، يناير، 2020 ص 05
² ولهي كنزة، مرجع سابق ص 20
³ سكسو اميرة، وقطة صليح نهلة، استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب و الإشباعات المحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اكاديمي، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، سنة 2021 2022 ص 6

هو تطبيق مجاني للهواتف الذكية أو منصة للتواصل الاجتماعي، يرفع من خلالها المستخدمون مقاطع فيديو قصيرة مختلفة للمحتوى. يتميز تطبيق التيك توك بأنه يتيح للمستخدمين بتكوين مجموعات اجتماعية من المتابعين والمستخدمين، وهو ما يميزه عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي. هو الخلفية الموسيقية لمقاطع الفيديو وهي المحتوى الأبرز الذي يتم تداوله من خلاله، حيث يستطيع المستخدمون انتقاء مقاطع صوتية بين أنواع شديدة التنوع أو حتى ابتكار مقطع جديد¹. بحثاً عن نيل إعجاب بقية المشاهدين المستخدمين لنفس التطبيق.²

التعريف الإجرائي:

هو وسيلة أو منصة من منصات التواصل الاجتماعي التي لها خصائص ومميزات كثيرة تمكن الشباب من تحقيق إشاعاتهم ورغباتهم مثل الترفيه، التعبير عن الذات، واكتساب المعلومات وغيرها.

سادسا : الانستغرام:

تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها، وإرسالها عبر خدمات شبكات اجتماعية ويعزز التعليق عليها أو تسجيل إعجاب، وقد استحوذت عليه شركة فيسبوك عام 2012 بمليار دولار أمريكي.³

وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا. أطلق في أكتوبر عام 2010 يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعات متنوعة من خدمات شبكات اجتماعية. فهو تطبيق تواصل اجتماعي للهواتف الذكية.⁴

التعريف الإجرائي:

هو منصة من منصات تواصل اجتماعي لتبادل الصور والفيديوهات يتيح للمستخدمين نشر محتوى التفاعل والمتابعة وفقا لاهتماماتهم وحاجاتهم المختلفة.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى: بعنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الشباب الجامعي، حيث أجريت هذه الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين في جامعة برج بوعرييرج والطرف

¹ د.سالي العمر، التأثيرات النفسية الاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 49، مصر، ابريل يونيو 2022 ص471

² محمد زكرياء، ثقافة استخدام و استهلاك الشباب الجزائري لبحوث الاعلام و الراي العام، المجلة 2، العدد2019، ص45

³ عبد التواب محمد عثمان، اخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في الكتاب و السنة، دار القاهرة للنشر و التوزيع، جامعة الازهر، ج س، ص23

⁴ د.سلطان الهاشمي، اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العماني، دراسة متقدمة من جمعية الاجتماعيين العمانية الى وزارة التنمية الاجتماعية، عمان، يونيو 2020 ص 53

من قبل فزاع فارس يونس سميحة, وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الأترنت وفي مقدمتها مواقع تواصل اجتماعي على هوية الشباب الجامعي في ظل العولمة, اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي اداة جمع البيانات الاستبيان عن طريق استمارة وزعت على عينة وفق أسلوب العينة القصدية مكونة من 52 مفردة من طلبة السنة ثانية ماستر تخصص علم اجتماع اتصال وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

• إن أفراد العينة يمتلكون حسابات متعددة في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتضح لنا من خلال نتائج أن موقع فيسبوك هو الأكثر استخداما وأهمية بنسبة لأفراد العينة بنسبة 95.15%. يليه موقع الإنستغرام بنسبة 48.07%. وبعد ذلك نجد موقع التيك توك بنسبة 32.69%.

• إن استخدام أفراد العينة للغة العربية الفصحى شبه منعدم مقارنة مع اللغات الأخرى، وهذا ما يؤثر بشكل سلبي على أهم عناصر الهوية لدى الشباب الجامعي، حيث نالت استخدام اللغة العربية بنسبة 7.92% وأكدت 36.53% من الباحثين أنهم يشاركون في صفحات دينية، فيما أجاب نسبه 63.47% أنهم لا يشاركون في هذه الصفحات.¹

الدراسة الثانية: بعنوان استخدامات الجمهور لمواقع شبكات تواصل اجتماعي موقع الفيسبوك نموذجا اجريت هذه الدراسة على عينة من جمهور المراهقين المتمدرسين بالجزائر من قبل نجاه بن صالح هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور لمواقع شبكات تواصل اجتماعي واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي التحليلي وأداة الاستبيان والمقابلة لجمع المعلومات والبيانات, وتم تطبيق البحث على عينة مدارس الثانوية بمدينة لمسيلا بالجزائر المكونة من 380 طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية, وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من نتائج أهمها:

• إن أغلب الباحثين يشعرون بالراحة عند استخدامهم لموقع الفيسبوك لأنه يمنحهم مساحة أكبر للتداول وهذا ما يشبع حاجاتهم للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين والتسلية وتمضية أوقات الفراغ.

• إن دافع استخدام المراهقين المتمدرسين لموقع الفيسبوك هو الاطلاع على كل ما هو جديد والتسلية باعتبارها بالنسبة إليهم بديلا عن وسائل الاتصال التقليدية وكذلك التواصل مع أهل والأصدقاء .

• يجمع أغلب المراهقين أن من أكثر سلبيات موقع الفيسبوك أنه يدفع إلى الإدماج والانعزال عن المجتمع وإضاعة الوقت كما يؤدي إلى تكوين علاقات اجتماعية وصادقات سطحية واكتساب سلوكيات دخيلة عن المجتمع وفقدانهم للخصوصية.

• أغلب الباحثين موقع الفيسبوك بالنسبة لهم وسيلة للتواصل والتفاعل مع الأشخاص ويزودهم بالأخبار والمعلومات الجيدة.²

¹ فزاع فارس, يونس سميحة, تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الشباب الجامعي , مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية, المجلد 23, العدد 01 , جامعة باتنة 1 , جوان 2022

² نجاه بن صالح, استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي, موقع فيسبوك نموذحا , اطروحة دكتوراه, قسم الدراسات العليا في الاعلام و الاتصال, الجامعة العربية الالمانية للعلوم و التكنولوجيا 2015 2016

- **الدراسة الثالثة:** بعنوان أثر استخدام شبكات تواصل اجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي, أجريت هذه الدراسة على عين من طلبة جامعة باتنة من قبل قتيش حنان و أ بركات حمزة حيث هدفت هذه الدراسة إلى تعرف على أثر استخدام شبكات تواصل اجتماعي الفيس بوك على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم تصميم استمارة استبيان اداة لجمع البيانات وقد تكونت عينة الدراسة من 110 تم اختيارهم بطريقة عشوائية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :
- يعزز استخدام الطالب لشبكات تواصل اجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة أدى استخدامها إلى تكوين قيم جديد تناقض قيم الأسرة.
- إن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي تعيش فيه والتعبير بحرية عن الرأي.
- إن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل اجتماعي ظهر في تعزيز استخدام الطالب لشبكات تواصل اجتماعي والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.
- إن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكّن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر والإهمال في الشعائر الدينية.
- **الدراسة الرابعة** بعنوان استخدام الأطفال لموقع التيك توك بالجزائر هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الأطفال لموقع التيك توك بالجزائر أجريت هذه الدراسة على عينة تمثلت في 95 فيديو جزائري من قبل الباحثة جعود سماح وقد اعتمدت على الاختيار العشوائي للعينة وعلى المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- ظهور فئة الإناث بنسبة 87.86% من فئات الوحدات التحليلية وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تجذب العديد من المتابعين إما الذكور فظهورا بنسبة 12.63%
- أكثر فئات الأطفال ظهوراً هي الفئة من 7 إلى 10 سنوات بنسبة 69.47% يليها فئة من 11 إلى 14 سنة بنسبة 14.73% وهم الأطفال الذين لديهم حساب خاص على تطبيق التيك توك .
- والفئات من 1 إلى 6 سنوات فكانت نسبة ظهورهم متقاربة
- ان أكثر المضامين التي تظهر فيها الأطفال في مقاطع موسيقية لأغاني راي جزائري معروف بأنها ليس عائلية تحمل عدة كلمات ودلالات لا أخلاقية تؤثر على سلوك وقيم الأطفال وتكوينهم المعرفي.¹

ثانياً: الدراسة العربية:

¹ جعود سماح, استخدام الاطفال لموقع تيك توك بالجزائر, مجلة الدراسات الاعلامية, العدد11, المركز الديمقراطي العربي, برلين, المانيا, 2020.

الدراسة الأولى: بعنوان التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية توك نمودجا حيث اجريت هذه الدراسة على عينة الشباب الجامعي بمصر وهدفت هذه الدراسة الى معرفة مدى تأثير تلك التطبيقات على الشباب واعتمدت على منهج المسح وأداء جمع المعلومات والبيانات المقابلة، وتم اختيار عينة عمدية من شباب طلاب قسم الإعلام بكلية اللغة والإعلام الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري فرع القرية الذكية بواقع 21 طالب يتم تقسيمهم لثلاث مجموعات بواقع 7 طلاب في المجموعة الواحدة وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أغلب المبحوثين بنسبة 90.4%، 19 من أصل 21 مفردة إلى كثافة تعرضهم أو استخدامهم لهذا التطبيق في فترة الحظر الكلي يشير إلى كم استمتع بهذا التطبيق .
- إن بداية الاستخدام كانت كثيفة للغاية مع فرض الحظر الكلي، لكن بالتدرج بدأت كثافة الاستخدام في انخفاض، إلا أنها لازالت عادة يومية .
- إن استخدام التطبيق يتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم بشكل عام.
- أوضح البعض أن كثافة تعرضهم لتطبيق تأثرت بعد تحديث انستغرام الأخير.
- بالنسبة لتوقيت استخدام التطبيق، أكد أغلبهم أنهم يستخدمون التطبيق ليلا بعد انقضاء كل الأعباء اليومية حيث أفاد بعض المبحوثين. خلصت كل حاجة ورايا فبفتح هو أفضل قاعدة عليه وأضاف آخر هو طبعاً بالليل أكثر حاجة!

الدراسة الثانية:

بعنوان استخدام الشباب الجامعي لمواقع تواصل اجتماعي والاشباع المحققة منها. أجريت هذه الدراسة على عينة شباب الجامعات المصرية من قبل سمر فاروق غندر. هدفت هذه الدراسة على التعرف على أهم مواقع تواصل اجتماعي المفضلة لدى الشباب الجامعي ومدى إشباعها لاحتياجاتهم. حيث تم اختيار عينة من الشباب الجامعة المصرية قوامها 300 مفردة وبالطريقة العشوائية وتقسم بأسلوب التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية المختلفة. بور سعيد 7 أكتوبر عين شمس الأزهر ووزعت العينة على هذه الجامعات لكل جامعة 100 مبحوث من الذكور والإناث. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح وأداة لجمع بيانات والمعلومات. استمارة حيث توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- دراسة كل من محمود حمدي عبد الفوري 2009 محمد عوني والتي توصلت إلى أن الفيسبوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية
- دراسة طلعت عيسى 2011 والتي أظهرت أن أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور وإلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم
- دراسة حنان بنت الشعشوع الشهري والتي توصلت أن أكثر الأسباب التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيس بوك والتويتر والرغبة في التعبير عن آرائهم

1 سالي نصار، التأثيرات النفسية و الاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام عدد 49، كلية اللغة و الاعلام، الاكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري، مصر، 2022

- جيلان محمود عبد الرزاق في أنه لا يوجد فروق جوهرية بين الشباب عينة الدراسة من حيث معدل تعرضهم لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات محقة منها.¹
- **الدراسة الثالثة:** بعنوان تأثير استخدام شباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل التواصل التقليدية. أجريت هذه الدراسة على عينة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة حالمون وجامعة المملكة في مملكة البحرين من قبل عبدالصادق حسن عبدالصادق. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدام شباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل التواصل التقليدية و الإشباع المترتبة على هذا الاستخدام. وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 452 مفردة وتوصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج منها:
- يفضل الشباب الجامعي لموقعين اليوتيوب والفيسبوك وموقع تويتر بصفة أساسية وتتنوع العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب من بين الصداقة والعلاقات العاطفية الدراسة والبحث العلمي.
- نصف العينة تفضل قناة MBC نظرا لتنوع المواد بها من مسلسلات ومنوعات أفلام .
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع .
- جاءت في المرتبة الأولى الإشباعات الشباب الجامعي تلتها إشباعات العملية وهي الإشباعات المتحققة نتيجة انتقاء الأفراد وسيلة مواقع التواصل الاجتماعي مثل الشعور بالمتعة والتسلية عدم الشعور بالوحدة والشعور بالاسترخاء.
- جاءت في مقدمة إشباعات الشباب الجامعي من حيث استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.²
- **الدراسة الرابعة:** بعنوان دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الاجتماعي وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح وأداة جمع البيانات وتم تطبيق الدراسة على عين غير احتمالية قوامها 452 مفردة من الشباب المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
- نسبة 94.6% من المبحوثين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية بوصفها مصدر للمعلومات السياسية.
- إن نسبة 87.4% من المبحوثين يعتقدون بأن الشبكات الاجتماعية أسهمت في تنمية مشاركتهم نحو القضايا السياسية .
- إن الفيسبوك أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من قبل المبحوثين .

¹ سمر فاروق غندر, استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و الإشباعات المحققة منها, مجلة كلية التربية و التوعية, العدد 3, جامعة بور سعيد يناير 2019

² عبد الصادق حسن عبد الصادق, تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية , المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية , العدد 1, المجلد 1, الاردن 2014

- نسبة 92.4% من المبحوثين يعتقدون بأن الشبكات الاجتماعية تهتم بالقضايا والمعلومات السياسية. موزعين على من أجاب بنعم بنسبة 60.6% وما أجاب أحيانا بنسبة بلغة 31.8%. كما بلغت نسبة من يعتقد بأن الشبكات الاجتماعية لا تهتم بالموضوعات السياسية 7.6%.
- أوضحت الدراسة أن أهم الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون شبكات اجتماعية في معرفة القضايا السياسية العربية والدولية أنها تقدم تغطية فورية للأحداث الجارية¹.

الدراسات الأجنبية:

دراسة الأولى بعنوان:

Les phénomènes Face book : usage et gratifications

قام بها الباحث Damythonien, تهدف الى فهم دوافع استخدام سكان امريكا الشمالية لموقع Face book, وكذا الاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام, و قد اجريت هذه الدراسة على عينة من سكان امريكا الشمالية, و توصلت الى مجموعة من النتائج أهمها:

- يساهم استخدام Facebook, في بناء علاقات جديدة و الحفاظ على الروابط الاجتماعية مع الاصدقاء و أفراد العائلة.
- يستخدم الموقع كوسيلة للترفيه من خلال مشاركة الموسيقى, الصور, مقاطع الفيديو.
- يعتمد الافراد في امريكا الشمالية على Facebook, لأغراض شخصية تتعلق بتحقيق الذات, من خلال بناء هوية رقمية تساعدهم في تحديد مكانتهم الاجتماعية, و تحقيق الشهرة و المصداقية².

الدراسة الثانية بعنوان :

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات والاجتماعية للباحث Ochee أجريت في بريطانيا سنة 2010

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على عينة مكونة من 1600 شخص من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا. وهدفت إلى تحليل تأثير استخدام هذه الشبكات على طبيعة العلاقات الاجتماعية لدى الأفراد وقد توصلت الى مجموعة من النتائج اهمها :

أن عددًا كبيرًا من البالغين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها "فيسبوك" و"يوتيوب"، حيث صرح أغلبهم أنهم يقضون وقتًا أطول على الإنترنت مقارنة بالوقت الذي يقضونه في التفاعل مع أصدقائهم الحقيقيين أو أفراد عائلاتهم.

بينت الدراسة أن هؤلاء المستخدمين يتحدثون عبر الهاتف بصورة أقل، ولا يهتمون كثيرًا بإرسال الرسائل النصية أو البريدية.

كما خلص الباحث إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت فعليًا على أنماط حياة المشاركين، وغيّرت من سلوكياتهم اليومية.

¹ نعيم فيصل المصري, دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني, مجلة جامعة الازهر, سلسلة العلوم الانسانية, المجلد 16, العدد 2 غزة فلسطين.

² Damythonien, usage et gratification etude realisee enAmerique du nord no publiee, 2012

أشارت الدراسة إلى أن 50% من مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء نشطون في مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بـ 12.7% فقط في فرنسا، و13.3% في اليابان، و40% في الولايات المتحدة.¹

تعقيب على الدراسات السابقة:

نظرا لقلّة الدراسات حول استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها حيث هدفت كل دراسة واعتمدت على:

دراسة فراع فارس يونس سميحة هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الإنترنت وفي مقدمتها مواقع تواصل اجتماعية عن الهوية الشباب الجامعي في ظل العولمة اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي واداة جمع البيانات لاستبيان عن طريق الاستمارة .

اما دراسة نجاه بن صالح فهي هدفت إلى تعارض على استخدام الجمهور لمواقع شبكات تواصل اجتماعي واعتمدت في دراستها على المنهج الوصفي المسح التحليلي واداة الاستبيان المقابلة لجمع المعلومات والبيانات .

ودراسة فنيش حنان أبركات حمزة حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام شبكات تواصل الاجتماعي فيسبوك على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستمارة الاستبيان واداة جمع البيانات.

دراسة جعود سماح هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الأطفال لموقع تيك توك بالجزائر وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي واداة تحليل مضمون .

دراسة سالي نصار هدفت هذه الدراسة على معرفة مدى تأثير تلك التطبيقات على الشباب واعتمدت على المنهج المسح

دراسة سمر فاروق عنتر هدفت هذه الدراسة على تعرف على أهم واقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الشباب الجامعي ومدى إشباعها لاحتياجاتهم. واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي.

دراسة عبدالصادق حسن عبدالصادق هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال التقليدية والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام. وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح.

ودراسة نعيم فيصل المصري هدفت الدراسة إلى الكشف على مدى استخدام شباب الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتنتمي هذه الدراسة في للبحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح

بينت نتائج هذه الدراسات سواء المحلية أو العربية أو الأجنبية مدى تأثير استخدام شبكات تواصل اجتماعي على الشباب وعلى العلاقات الاجتماعية كما بينت كذلك النتائج أن معظم الشباب يستخدمون شبكات تواصل اجتماعي وذلك لإشباع حاجاتهم سواء الترفيهية والنفسية والاجتماعية وهذا يؤثر على علاقاتهم الاجتماعية وقد يؤدي بهم إلى الانعزال والوحدة والإدمان

¹ Ochee, l'impact de l'utilisation des reseaux sociaux sur les relation sociales , etude non publiee 2010

المبحث الرابع: المقربات النظرية:**أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباعات :**

يأخذ منظور الاستخدامات و الإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام و يبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام و الإشباعات التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل , حيث تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة اتصال جماهيري دراسة وظيفية منظمة و تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل و مضمون وسائل الإعلام.

خلافًا للنظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة , و تتصرف بناء على نسق واحد و بذلك يهتم مدخل استخدامات و الإشباعات بالسلمات الفردية و علاقتها بالرضا و الإشباع و أنماط الدوافع و الحاجات الفردية و المدخل السلوكي التي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات و كثافة التعرض و ذلك في إطار مدخل استخدامات و الإشباعات.

ووفقاً لنظرية الاستخدامات و الإشباعات، فإن وسائل الإعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة، و تحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام للجمهور؟ إلى الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟، حيث يبنى مدخل استخدامات و الإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال و التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية و نفسية معينة، تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال، فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال، حيث يتوقع الفرد أن تتحقق له هذه المصادر اشباعات لهذه الحاجيات و قد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الاشباعات، و قد لا تنجح في ذلك!¹

فروض النظرية :

إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال و استخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة لتلبية توقعاتهم

الربط على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاتهم فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه و بدوافعه و اهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

و تسعى نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام و ذلك بالنظر إلى الجمهور الناشط الذي يستخدم الوسيلة التي

¹ مصطفى علي سيد عبد النبي، الاتجاهات الحديثة نظرية الاستخدامات و الإشباعات ، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23 مصر، يوليو 2014 ص 31

تشبع حاجاته وأهدافه الهدف الثاني توضح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام أما الهدف الثالث فهو التركيز على أن نفهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة الاستخدام ووسائل الاتصال جماهيري.¹

ثانياً، نظرية الغرس الثقافي:

ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جرنبر حيث بحث تأثير وسائل الاتصال جماهيري على البيئة الثقافية في إطار مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية وركزت بحوث المؤشرات الثقافية على ثلاث قضايا متداخلة وهي:

- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
- دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.²

وتعد هذه النظرية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام وعملية اكتساب المعاني أو التعلم عن طريق الصور الرمزية التي تقدمها هذه الوسائل فهي ترى أن التلفزيون يعمل على تبني الاعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي.³

وتؤكد الصور النمطية ووجهة نظر المنتقاة التي يتم وضعها في برامج تلفزيونية فهي تعبر عن عملية تفاعل بين الرسالة والمتلقي ووفقاً لهذه النظرية يجري تناول الجمهور المستهلك للمواد الإعلامية في سواء كانت تلفزيونية ام مواد إنترنت فقط من حيث زمن التعرض وليس بما يتعلق بالمعاني التي استنتجتها الجمهور من خلال هذا الاستهلاك كما جاءت نظرية الغرس نتيجة لدراسة أسباب العنف الناجم عن تأثير برامج تلفزيون التي يمكن أن تكون لها دور في عملية تدعيم القيم وغرس الاتجاهات عن طريق استعمال الصفة العلمية بهدف نشر الأفكار المستحدثة والتشجيع على الابتكار فضلاً عن تركيزها على أشكال خاصة من السلوك وربطها بالمضامين الإعلامية ويؤكد الخبراء على وجود ستة اعتبارات أساسية لنظرية الغرس وهذه الاعتبارات هي:

يعد تلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مدخلاً خاصاً لدراستها.

تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن اتجاه السائد في ثقافة، إذ يقصد بالاتجاه السائد التجانس بين الأفراد، وهو نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة، والذي يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يقل الفوارق أو الاختلافات تقل أو تختفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة وبذلك فهو الوسيط في العملية الغرس.

تحليل نظام الرسائل العامة للتلفزيون يقدم دليلاً على عملية الغرس .

يركز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع. فعلى سبيل المثال هناك من يجد أن المواد العلمية في وسائل الإعلام غير مسلية وغير جذابة بينما يجدها الآخرون مفيدة وينظرون إليها نظرة إيجابية وهو ما نطلق عليه الاتجاه السائد .

¹ د.محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، ط2 ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ،مصر، 2003 ص264

² المرجع نفسه، ص 253

³ عمار حمد الحجامي، نظريات الاتصال، مطبعة المجد للنشر و التوزيع ، العراق، 2023، 2024 ، ص 38

تساعد مستحدثات تكنولوجيا على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية¹.

ثالثاً: النظرية التفاعلية الرمزية:

تعتقد النظرية التفاعلية الرمزية بأن الحياة الاجتماعية وما يكشفها من عمليات وظواهر وحوادث ما هي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع. فالحياة الاجتماعية يمكن فهمها واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين الأفراد وأن لهذه التفاعلات دوافعها الموضوعية والذاتية وأثارها على الأفراد والجماعات. والنظرية التفاعلية الرمزية يمكن أن نفهم نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كون علاقة معه خلال مدة زمنية محددة. لذا تفترض النظرية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها فكل منها يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر علاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية بين الشخصين الشاغلين لدورين اجتماعيين متساويين أو مختلفين يقوم كل فرد بتقويم الآخر إلا أن التقويم يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما².

فروض النظرية التفاعلية الرمزية:

إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتبار نظاماً لمعاني وبالنسبة للأفراد فإن المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة لرموز اللغة تعد نشاطاً للعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع تقود سلوك الإنسان في اتجاه نماذج التي يمكن الكهن بها. من وجهة النظر السلوكية تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء مميزاً من المعاني ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي فإن تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقاً عليها من الناحية الاجتماعية وذات إيقاع محدد من الناحية الفردية . إن الروابط التي توحد الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين ومعتقداتهم حول أنفسهم تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي وهكذا فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية. إن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف وهكذا فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكياً أو استجابة آلية لمؤثر خارجي ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية الموقف.

التعقيب على المقاربات النظرية:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مجموعة من النظريات ذات العلاقة بموضوع الدراسة والمتمثل في استخدامات شباب لوسائط التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها , (التيك توك و الانستغرام نموذجاً) ومن بين هذه النظريات التي اعتمدنا عليها في دراستنا:

¹ عمار حمد الحجامي, المرجع السابق ص 39

² حنان بنت شعشوع الشهري, اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية , الفيسبوك و تويتر نموذجاً, رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة الملك عبد العزيز, المملكة العربية السعودية 2011, 2012 ص10

نظرية الاستخدامات الاشباعات التي تركز على كيفية استخدام الأفراد لوسائط الإعلام والاتصال لإشباع حاجاتهم و رغباتهم ونفترض أن الأفراد يختارون الوسيلة بناء على حاجاتهم. وأما نظرية الغرس الثقافي تؤكد على أن التعرض المتكرر والكثيف للمحتوى الإعلامي يؤثر على تصورات الأفراد حول الواقع ويعمل على تشكيل آرائهم واتجاهاتهم بمرور الوقت وفهم كيفية تأثير المحتوى المعروض على هذه المنصات على تصورات شباب وسلوكياتهم . وأكدت النظرية التفاعلية الرمزية على أن المعاني التي يعرضونها للمنشورات التعليقات ليست ثابتة بل متغيرة حسب السياق الاجتماعي والتفاعل المستمر , كما أكدت كذلك أن هوية الفرد ليست ثابتة بل يتم تشكيلها وتعديلها بناء على التفاعل مع الآخرين. ونحن في هذه المذكرة نتفق على استخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات باعتبارها الأقرب إلى تفسير موضوع المذكرة.

الخلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه في الإطار النظري لهذه الدراسة من أسباب اختيار موضوع أهميته وأهدافه ودراسات السابقة ومقاربات نظرية كل ذلك ساعدنا على فهم موضوع بشكل أعمق واستيعاب دقيق.

الفصل الثاني
تطبيقات ووسائل التواصل
الاجتماعي

تمهيد :

أصبحت التطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية حيث عبرت بشكل جذري طرق التواصل التفاعل والتبادل المعلومات بين أفراد المجتمعات حيث يشهد العالم تطوراً هائلاً في هذا المجال مما أدى إلى انتشار لهذه التطبيقات عبر مختلف الفئات العمرية والاجتماعية.

أولاً: نبذة عن تطور وسائل التواصل الاجتماعي:

إذا كان العصر الحالي يشهد اتصالاً ومعلومات في كافة المجالات وبوتيرة متسارعة، فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل من حيث عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر، تدور عبر قنوات غير مباشرة وضمن شبكات اجتماعية للتواصل الإلكتروني. ويرى أبو العطاء 2010 أن ثورة الكمبيوترات الكبيرة انتقلت مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ثم ظهرت الحاسبات الشخصية PCS في بداية الثمانينيات من نفس القرن وكانت تلك ثورة الكمبيوترات الثانية

وظهر الانترنت في بداية التسعينيات، واعتبرها البعض ثورة ثالثة. أما الثورة الرابعة وأخرى الصيحات في عالم الكمبيوتر، فكانت ظهور مواقع التواصل عبر شبكات اجتماعية Online Social Network.

وكانت الشبكات الاجتماعية قد بدأت في ظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmate.com عام 1995 والتي أسسها الرانوي كونرادز للربط بين زملاء الدراسة وبلغ عدد مستخدميها مليوني مستخدم في الولايات المتحدة وكندا ينتمون إلى ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل تعليم من الحضنة وحتى الجامعة.¹

ثم تله موقع sixdegree.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص لكن هذه المواقع لم تنجح بالقدر الكافي ورغم أنها كانت تتيح حرص الملفات الشخصية وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة الاصدقاء فأغلقت ثم تبعتها شبكات اجتماعية بين عامي 1999 و 2001. لم تستطع تحقيق النجاح والشهرة أيضا. ومع بداية عام 2005 حصلت نقلة نوعية في شبكات التواصل حيث تنافس موقعان ناشئان على استقطاب وجذب الجماهير. هما موقع سبيس الامريكي الشهير ومنافسه ذائع الصين واليوم فيسبوك الذي تضاعفت اعداد مستخدمين بشكل كبير الاعوام التالية.²

وفي النصف الثاني من العام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة SCOROC موقع للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع اذ حصلت على المركز السابع عام 2008 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين وقبل ظهور موقع الفيس بوك انشأ في عام 2003 موقع MySpace الأمريكي ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات تواصل اجتماعي في 2006 وأهم ما يقدمه MySpace تفاصيل الملفات الشخصية وستضمن عرض شرائح ومشغلات الصوت والصورة فضلا عن خدمة التدوين وفي شباط عام 2000 انشئ موقع الفيس بوك على يد مارك روكرومبيرغ في جامعة هارفارد وكانت الفكرة انشاء موقع اجتماعي يستطيع التلعب عن طريقه التواصل مع بعضهم وفي عام 2008 فأسس موقع اليوتيوب في مدينة مينا لو بارك في ولاية كاليفورنيا بولاية المتحدة الأمريكية وكان الازدهار التجريبي له عام 2005 ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو ثم ظهر موقع تويتر في عام 2004.³

ثانيا : مميزات وسائل التواصل اجتماعي

تتميز وسائل التواصل اجتماعية بعدة مميزات منها ما يلي

العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة.

¹ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي, استخدام وسائل التواصل الاجتماعي , رسالة ماجستير (غير منشورة) كلية العلوم و الاداب قسم التربية و الدراسات الانسانية, جامعة نزوى بشمال الشرقية , سلطنة عمان, 2014 ص10

² المكان نفسه.

³ حسن محمود هتيمي, العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي, ط1, دار اسامة للنشر و التوزيع, الاردن عمان, 2015, ص78

التفاعلية: فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المفينة في الإعلام القديم التلفاز وتعطي حيز المشاركة الفاعلة في المشاهدة والقارئ والصحف الورقية .

التنوع في الاستعمالات: يستخدم الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس والكاتب التواصل مع القراء وهكذا.

سهولة الاستخدام: فشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساط لغة الرموز صور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

التوفير الاقتصادية: الاقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل والفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليس ذلك حكراً لأصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى وتحل شبكة فيسبوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث.¹

ثالثاً: خصائص وسائل التواصل اجتماعي .

لوسائل التواصل الاجتماعي عدة خصائص تميزها عن وسائل الاتصال الأخرى. ومن هذه الخصائص هي :

التفاعلية وتشاركية: إن شبكات تواصل اجتماعي تمتاز بخاصية تفاعلية قائمة على تبادل آراء والافكار والمعلومات بين المستخدمين والتعليق على الأخبار التي تنشر على هذه المواقع. فضلاً عن أن منها لجميع مستخدميها مشاركة الأنشطة والاهتمامات والهوايات الشخصية مثل الفن والرياضة. فضلاً عن مشاركة المعلومات المتعلقة بالتفاعلات والعادات والتقاليد وتعريف الأصدقاء بمعالم الوطن عن طريق نشر الخرائط والصور الخاصة بالبلد.

الحضور الدائم بالشكل المادي: توفر شبكات تواصل اجتماعي لمستخدميها الاتصال مع بقية الأعضاء أو الأصدقاء ولكن هذا الاتصال لا يتطلب الحضور الدائم وذلك عبر ترك رسالة نصية أو صور أو مقاطع فيديو بحسب نوع الاتصال والذي يستطيع أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون حاجة لتواجدها باللحظة نفسها كما يمكن لهم الاتصال مباشرة.

الانفتاح: إن شبكات تواصل اجتماعي عبارة عن خدمة مفتوحة لردود الفعل والمشاركة حيث لا تضع هذه المواقع أي حواجز أو مبالغ أمام المستخدمين في الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.

العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق تواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.²

المحادثة: حيث تتميز شبكات تواصل اجتماعي ووسائل اعلام اجتماعية عن التقليدية من خلال انتاجها للمحادثة في الجانب بين المشاركة والتفاعل مع الحديث او الخبر او المعلومة المعروضة.

¹ خيرة محمدي, شبكة التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية, مجلة المحكمة للدراسات الاعلامية و الاتصالية , العدد 11 , الجزائر, 2017 ص 164-165

² مهدي حميد التميمي. التلفزيون و شبكات التواصل الاجتماعي تكامل او صراع, ط1 , دار أمجد للنشر و التوزيع, عمان الاردن, 2016 ص 86

الترباط: تتميز وسائل التواصل الاجتماعي انها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها مع البعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفر صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع اخرى للتواصل بمواقع اخرى للتواصل ايضا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله لمعرفك على الفيسبوك وهكذا. من مساهلة وسرعة من عملية استقبال المعلومات

المجتمع: وسائل اعلام اجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم تربطك تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح او اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي او قضية سياسية. او للتعليم او برنامج تلفزيوني مفضل يصبح للعالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا الالكتروني متقاربا¹.

رابعاً: أشهر وسائل تواصل اجتماعي

الفيسبوك: يعرف قاموس الإعلام والاتصال فيسبوك على أنه موقع خاص بتواصل اجتماعي أسس عام 2004 ويتيح لنشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس الموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص ويعتبر موقع الفيسبوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بالإمكان أي شخص أن يفعل بواسطته فيها ما يشاء.

والفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين أصدقاء لساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية محادثة أو الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة وإمكانية التقاء لأصدقاء القدامة وجودة وتبادل المعلومات ويقوم الفيسبوك بتقديم خدمات أساسية ستمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصة يتيحها بشكل مبسط والسهل لكل أصدقاء وكذلك بالإمكان أي شخص أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها².

تويتر: هو وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي أو هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيسبوك ويعتبر المنافسة الأكبر له. وكانت بداية ميلاده هذا الموقع عام 2007 عندما أقدمت شركة أوب وبيس الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدم التدوين مصغر. ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام. ومن ثم أخذ هذا الموقع بانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة. بعد ذلك أقمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصا من يطلق عليه تويتر. وذلك في أبريل عام 2008 وأخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد.

واتخذت من العصفورة رمزا له ويسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 14 حرف للرسالة الواحدة. ويجب للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة. وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوان ومواضيع مختلفة باعتبارها تجمعا من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي, ثروة الشبكات الاجتماعية ماهي مواقع التواصل الاجتماعي و ابعادها التقنية و الاجتماعية و الاقتصادية, الدينية, السياسية على الوطن العربي و العالم, ط1, دار النفائس للنشر و التوزيع, عمان 2013 ص 26 27
² دبراسو فطيمة, أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب, المجلة العلمية للتكنولوجيا و علوم الاعاقة, جامعة بسكرة, الجزائر, المجلد03, العدد03, سبتمبر 2021, ص55

يمكنهم تبادل أخبار قصيرة فيما بينهم ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قرييون أم بعيدون. هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن الأصدقاء بهدف تعارف الصداقة من خلال تبادل رسائل نصية¹.

اليوتيوب : هو ظاهر ثقافية عالمية اتصالية انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة Tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية تأسس هذا الموقع في بداية 2005 على يد ثلاث موظفين سابقين في شركة بايبال وهؤلاء الموظفين هوا تشاد هابر لي وسيتف تشين وجاود كريم في مدينة سان ترونو ولأنه ولاية كاليفورنيا في ولاية المتحدة الامريكية حيث كان هابر لي وسيتف تشين يقومان بالتقاط صور فيديو في احد الاحتفالات في سان فرانسيسكو وبسبب صعوبة نشر الصور تم التفكير في انشاء هذا الموقع يوتيوب حيث انشأ الموقع في وقت مؤقت وقد تم اطلاق نسخة تجريبية منه في شهر ايار من عام 2005 وفي شهر 22 من نفس العام تم اطلاق النسخة الرسمية منه وفي عام 2006 اشترت شركة جوجل هذا الموقع بحوالي مليار و 650 مليون دولار.

ويعتمد الموقع نفسه الاديويب فلاش لعرض مقاطع الفيديو المطلوبة والتي تضم افلام مختلفة تم التقاطها من قبل هواة او محترفين اضافة الى قطع موسيقية.

وقد انتشر استخدام هذا الموقع يوتيوب انتشار مذهل في شتى بقاع العالم بسبب ميزات قصر موضحة الفيديو على هذا الموقع مقابل مادة تلفزيونية طويلة نسبيا والتي قد لا تنتفس مع سرعة التي هي سيمة هذا العصر.²

الواتساب:

يمكن تعريفه بأنه إحدى صيحات تواصل اجتماعي في العالم الافتراضي وذات فلسفة خاصة في التواصل من خلال الترسل الفوري عبر الهواتف الذكية بالنص والصوت والصورة والفيديو مع المدرجين في دليل رقم الهاتف الخليوي .

ويعد هذا التطبيق من أشهر التطبيقات الموجودة للهواتف المحمولة وذلك لأنه يتيح إرسال استقبال رسائل للمستخدمين والدرشة مع بعضهم وارسال الصور ومقاطع الفيديو.

وتضاعف وانتشر تداول تلك التقنية بشكل ملفت منذ نشأتها في 2009 حيث تفوق أعداد المشتركين قرابة 250 مليون مشترك لهذا التطبيق على تويتر واستخدم الواتساب بشكل ملفت في تقريب البعيد ويجمع الأهل والأصدقاء والأقارب في وقت متزامن وعبر هذا النمط الافتراضي في المختلف أنحاء العالم يرون فيه العديد من الإيجابيات التي أدت إلى تفعيل روابط التواصل بشكل متنوع وبتكلفة رمزية.

فقد نشر ذلك التطبيق بدايةً في القرب وتحديداً من الولايات المتحدة الأمريكية بسبب ظروف اجتماعية مختلفة على المجتمعات الشرقية والأمريكيون على وجه الخصوص فإن الروابط الأسرية متفككة ومتباعدة وذلك بسبب مجموعة من العوامل ومنها الظروف العملية والتبع الجغرافي وعوامل أخرى متعددة وبالتالي أولدت تقنية الواتساب في هذه المجتمعات المتباعدة

¹ حنان بنت شعشوع الشهري, مرجع سابق, ص33

² علي خليل شفرة , الاعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي, ط1 , دار اسامة للنشر و التوزيع, الاردن, عمان, ص 91

وسيلة التواصل لم تكن قابلة للوجود في ظروف الاعتيادية أو الطبيعية والتقليدية للتواصل الاجتماعي لهذه المجتمعات المتباعدة وهذا ما دفع بريان أكتون وجان ألكم إلى تصميم هذا التطبيق في 2009 بعد خروجه مساوية من شركة باهو الأمريكية.¹

سنا بشات: تأسس سنا بشات في عام 2011 من قبل reggie brownng و Bobby Murply و Evanspiegel وجميعهم طلاب في جامعة سنام فورد. يمكن استخدامه لالتقاط صور وتسجيل مقاطع وإضافة إلى نص الرسومات وإرسالها إلى قائمة التحكم الخاصة بالمستخدمين ويحدد المستخدمون فترة زمنية لمشاهدتهما.

بعد ذلك سيتم إخفاءهما عن جهاز الاستقبال وحفظه من خوادم سنا بشات أيضا. ولكن تم تدبير بعض التطبيقات التي تحتوي على الفيديو المعروف من خلال مبدأ بسيط وهو القرصنة. بطريقة بسيطة يشكل بشكل متكرر ويمكن تمييزه باللون الأصفر لجميع إعلاناته نظرا لأهمية هذا التطبيق، وانتشاره الواسع فقد تعرض لمحاولة اختراق من عدة شركات في نوفمبر 2013، رفض إيفان العرض المقدم له من شركة جوجل التي قدمت بقيمة أربع مليارات دولار أمريكي. وبعد تبقية العرض من فيسبوك بقيمة ثلاثة مليارات دولار، واعتقاد منه أن قيمة التطبيق سترفع في المستقبل نتيجة لزيارة النمو الذي سيحققه التطبيق.²

خامسا: مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

يمكن إنجازها بالنقاط التالية

التعرف الصداقة: وهو أهم أوجه استخدامات شبكاتنا الاجتماعية وهي بداية كل مستخدم في إيقاف علاقات اجتماعية من خلال شبكة.

إنشاء شبكات الجهات والمؤسسات المختلفة: من أهم مميزات وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة الويب إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها فيمكن لأي جهة إنشاء لها و يشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة .

انشاء مجموعات إهتمام: وهي متاحة على الأنترنت منذ وقت بعيد وكذلك هم مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة إلا أن تقديم هذه الخدمة من خلال شبكات اجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماما فمن خلال وسائل التواصل الاجتماعي يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء لاشتراك في تلك المجموعة.³

إنشاء صفحات خاصة الأفراد والجهات: وهي من الإمكانيات الجديدة التي أضافتها شبكات اجتماعية في بيئة الويب فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك لجهات المؤسسات ويقوم محبي صاحب الصفحة باشتراك فيها لتعرف على أخباره وأنشطة فيه.

البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية نشأ داخل شبكات اجتماعية مجتمع كبير جدا من المبرمجين حتى أصبحت شبكة اجتماعية بيئة عمل البرمجيات وفي هذا المجال يأتي الفيسبوك

¹ منال محمد بن حمد التاملر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية و الاسرية، مجلة البحث العلمي في التربية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، العدد20، 2019، ص 257

² المرجع نفسه، ص268

³ باس خيضر البياني، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية للنشر و التوزيع، عمان، 2014 ص 379

والانستغرام والتيك توك على رأس الشبكات والتطبيقات الاجتماعية من حيث البرمجيات وكذلك اليوتيوب حتى أصبح بيئة تطوير برمجيات هذه البرمجيات منها ما هو ترفيه ومنها ما هو بحثي. **استخدامات ترفيهية:** تضم وسائل تواصل اجتماعي العديد من الألعاب الترفيهية المسلية إلا أنها تعمل بفترة ويب 20 حيث تنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة وسائل اتصال بين أفراد المجتمع: توفر شبكات اجتماعية أو تطبيقات سبب مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني من أشهر تلك الوسائل الرسائل الإلكترونية وهي عبر موقع شبكة اجتماعية وليس لها برنامج خاص لإدارتها.

الدعاية والإعلان: يمكن استخدام وسائل تواصل اجتماعي لأغراض دعائية تجارية فهناك العديد من الشبكات تؤسس مجموعة لها كمنوع من أنواع ترويج كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الاجر عبر الشبكة الاجتماعية¹

سادسا: إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي:

1_ الإيجابيات :

- تحقق شبكات تواصل اجتماعي كثير من الآثار الإيجابية في العديد من الجوانب ويمكن أن توجد أبرز إيجابيات سائل التواصل الاجتماعي أهمها:
- _ تحفز على التفكير الإبداعي بأنواع طرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفون من بيئة مختلفة.
- _ يعمق مفهوم مشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل والتفاعل.
- _ تساعد في تبسيط المهارات لدى المستخدم.
- _ تساعد على تقبل القضايا الخلاصية.
- _ تحقق قدر لا بأس به من الترفيه والتسلية.
- _ تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة.
- _ تشكل شبكات تواصل اجتماعي بيئة افتراضية التي تستطيع أن تكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هو.
- _ تؤدي دورا هاما في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي لهو المشاركة في كل الأطراف في المنظوم التعليمي. ما يزيد فرصة التواصل والاتصال خارج نطاق المدارس.
- _ اتجهت الكثير من الدوائر الحكومية إلى استخدام شبكات تواصل اجتماعي للتواصل مع الجمهور بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها.
- _ تعدد شبكات تواصل اجتماعي مصدران أصيلا من مصادر الأخبار لكثير من روادها.²

¹ المرجع نفسه، ص380

² عائدة علي أبو زايد , استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحقظة على القيم, رسالة ماجستير (غير منشورة), كلية الاداب في الجامعة الاسلامية بغزة, 2016, ص65_ 66

فتحت وسائل التواصل اليد التواصل اجتماعي الباب للتواصل والدعاء مع الآخرين سواء مسلمين أو غير مسلمين.

السلبيات:

من أهم سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي غير المسؤولية الاجتماعية ووظيفة الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقاومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:

نشر إشاعات مبالغ في نقل الأحداث .

النقاشات التي تتعد عن احترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.

إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة .

عزل الشباب المراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم الفعاليات التي يقيمها المجتمع¹.

ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتها العربية وإضاعة هويتها .

انعدام الخصوصية التي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.

فتور الحس الأخلاقي كما ورد في دراسة أجرتها جامعة وسفرين كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وذلك نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار والعنف والتي من شأنها أن تعود الناس مشاهدتها الآلام والعذاب للبشر مما يجعله أمراً مألوفاً .

التعرض لجرائم إلكترونية كما أخبر بذلك موقع كاس بري سكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث عام 2018 تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك².

المبحث الثاني: الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي

أولاً: أهمية وخصائص الشباب

أهمية شباب:

1 عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان 2015 _ 1436 ص69

2 مسعود، م. ب. شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة اعلامية متغيرة دروس من العالم العربي ، معهد الصحافة و علوم الاخبار ، وحدة البحث في الاتصال، الجمعية العربية لباحثي الإعلام ، تونس، دت، ص53

تمثل شريحة شباب هي أهم شريحة اجتماعية تشغيل وضحا متميزاً في بنية المجتمع والتأثير على مجريه الحاضر في رسم معالم المستقبل.
 أكثر في أحيوية ولها القدر على العمل المشاط فشباب يمثلون ذخيرة مهمة من المجتمعات الإنسانية وثورة لا تقدر بثمن .

فالشباب هو نصف الحاضر وكل مستقبل ويمثلون بالقوة الدافعة لتيار الحياة .
 حيث أن الشباب في كل المجتمعات هو جوهر الثورة البشرية لقوتهم وطموحهم وإرادتهم ولطالما اهتمت مجتمعات بشبابها هذا يدل على اهتمام هذه الشريحة الناشطة من المجتمعات البشرية .
 الشباب هي الفئة العمرية التي يكاد بنائها النفسي والتعاطف والثقافي أن يكون مكتمل على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكن أن تسهم في تحقيق اهداف المجتمع.¹

خصائص الشباب:

لمرحلة الشباب كما لغيرها من مراحل العمر خصائص تميزها عن غيرها ومعرفة هذه الخصائص تجعل تعامل مع شباب تعامل ناجحة من أهم هذه الخصائص:
اكتشاف الذات والاعتماد بالنفس: ينظر الشاب إلى نفسه بهذه المرحلة على أنه لم يعد تكن صغير يعتمد على غيره و يأتمر بأمره بل يرى نفسه على أنه أصبح ناضجا وراشدا يستطيع أن يدير نفسه ويدير أمور دون تدخل الآخرين بل ربما يرى نفسه قادرا على إدارة الآخرين.
حده العقل والذكاء إن من بين القوى التي تتميز بها مرحلة عن غيرها من مراحل العمر قوة العقل والتي تشمل قوة التذكر والتحليل والتركييب والمقارنة والتقويم والنقد وردية القدرة على حل المشكلات والتوفيق بين المناظرات.
الميل العمل الجماعي: يعني أن شباب إجتماعي بطبعه وهذا يعني الميل الطبيعي الإنتمائي مجموعة اجتماعية يعطيها وتعطيه.²

وتستميز مرحلة شباب بدرجة عالية من التعقيد حيث تبدأ مرحلة شباب حسب بعض الكتابات بتخطي مرحلة الحلم أو اكتمال النطش الجنسي بلغ القضاء على التناسل وطيقة بالحاجة الجنسية ويحدث ذلك قبل سن الخامس عشر أو قبل ذلك بقليل وتخاطي مرحلة شباب عشر سنوات تقريبا الشباب تطلعون باستمرار إلى الأخر بما هو جديد وهو أكثر الفئات تقبلا للمنظور والتعبير وأكثرهم تكيفا مع منتجات تكنولوجيا وهم استعداد كبير للإبداع والإبتكار.³

ثانياً: حاجات الشباب النفسية والاجتماعية

الحاجات النفسية:

¹ حسبية لولي, الشباب و مظاهر التعبير في ظل العولمة, المعهد الوطني للتكوين العالي لاطارات الشباب, الجزائر ص18
² نافذ سليمان الجعب, مشهد فون في عصر العولمة الشباب و المناهج التربوية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع الجزائر, 2018 ص17
³ يعقوب امكاسو, مفهوم الشباب في البحوث السوسولوجية, مجلة المعرفة, جامعة محمد الخامس, الرباط, المغرب , العدد11, دجنبر2023, ص94

الحاجة إلى تأكيد تنمي الذات واستقلالها ويتضمن الحصول على الاعتراف والاستقلال على الوالدين والآخرين والسلطة.
الحاجة لفهم الذات وتقبلها أو حل أزمة الهوية وهو يتطلب فهم التغيرات التي تطرأ على كيان الفرد وقبولها والحصول على قبول الآخرين لها وإعادة تنظيم الاتجاهات والسلوك نحوها .
الحاجة المرتبطة برغبة الشباب والهروب وإزال التوتر والرغبة في تغيير المسار بعيدا عن الآخرين .
الحاجة المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث الصداقة والنفقة والاستقرار حيث تشبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات.

الحاجات الاجتماعية:

هي الحاجات التي تشمل تكوين العلاقات الاجتماعية لضمان الوصول إلى مكانة اجتماعية رفيعة مثل الحصول على المهنة المناسبة وتشكيل الأسرة والانضمام إلى مختلف الجماعات والمنظمات المجتمعية والمشاركة في قضايا المجتمع من خلال تطبيق الشعور بالمسؤولية وتنمية روح الجدية وحب العمل والمعرفة المهارات¹.

الحاجات المعرفية:

تعمل على إشباع الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة. وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها. وهي الحاجات التي يشبع حب الاستطلاع والاكتشاف لدى الإنسان. التوفر الأنترنت الإمكانيات اللازمة لتلبية حاجات شباب المعرفة. وذلك بالوصول إلى المواقع الأكاديمية وتحميل كتب إلكترونية.

الفضول وحب الاستطلاع:

فهو يبدو دائما السؤال والاستفسار في محاولة الادارات ما يدور حوله والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة في مجتمعنا
اضطراب اتزان الشخصية وارتفاع مستوى توترها:

حيث تصبح معرضة لانفجارات فعالية متتالية واختلال علاقتها الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء وغيرها قدرتها على الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة استيعاب وتقبل الجديد المستحدث بنية الدفاع عنه وهذه السيمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه ام لم يشارك في صنعه².

وزيادة مواقع استشارات طبية والوصول إلى مواقع تلفزيونية وصحفية والوصول إلى خدمات تسويق وتجارة إلكترونية والوصول إلى الخدمات الإعلانية³.

1 مجدي أحمد محمد عبد الله , أزمة الشباب و مشاكله بين الواقع و الطموح, دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع, مصر 2012 , ص21
2 ليلي أحمد جرار, الفيسبوك و الشباب العربي, ط1 مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع , مصر, 2012 , 92
3 يامين بودهان, الشباب و الانترنت, ط1 , دار مجدولوي للنشر و التوزيع, عمان, 2014 , ص13

ثالثاً: المشاكل التي تواجه شباب

إن الشباب هو عصب للأمة وهو نصف الحاضر وكل المستقبل ولذلك فإن معرفة مشاكلهم في الوقت الحاضر ومحاولة القضاء عليها أمر ضروري وهام لكي يستطيع شباب توافق تكيف مع مستجدات العصر الذي يعيشه كما اختلف الآراء حول نوعية المشكلات التي تواجه شبابه لكن أبرز المشكلات وأسبابها سوف نوضحه فيما يلي:

المشكلات النفسية:

ويقصد بها صعوبات العراقية التي يدركها الشباب التي تؤدي إلى عدم توافر الانسجام وتوافق التكيف النفسية وعدم التركيز والتشتت الذهن وتقلب المزاج واضطرابات النوم والشعور بالانطواء والعزلة عن الآخرين.

كما أن المشكلة النفسية ترجح في المقام الأول إلى سوء توافق الفرد مع نفسه ومعا بينته وذلك لفشله في تحقيق أهدافه وإرضاء حاجاته نفسية والجسمية والاجتماعية وأهم الاضطرابات التي يمكن أن يتعرض لها الأفراد في حياته تتمثل في القلق والتوتر النفسي فقدان ثقة بالنفس الخوف من المستقبل وبعض المواقف في الحياة التوحد والتخاذل والانطواء والانسحاب السلبية واللامبالاة واليأس والتشاؤم الاكتئاب التبدل العاطفي وسرحان الذهن الوسواس الشعور بالذنب والغيرة والحساسية والكراهية الزائدة.¹

المشكلة الأسرية:

تعد الأسرة أول وأهم وسط لعملية تنشئة اجتماعية فأسرة الشباب تحدد هويته الاجتماعية ومركزه الاجتماعي على أساس وضعها في المجتمع فهي مسؤولة إلى حد كبير عن تحديد سمات شخصيته وسلوكه وذلك من خلال أنماط وأساليب والمعاملة التي يتبعها الوالدان في تربية أبنائهما وفي مراحل العمر المختلفة للأبناء من طفول المراقبة وصوله لمحل الشباب وتشير بعض دراسات إلى أن أكبر المشكلات المؤثرة في الشباب في أدائهم الاجتماعي هي المشكلات الأسرية.

المشكلة الاجتماعية

إن المجتمع بعباداته وتقاليده وأطره المختلفة من الأسرة والثقة ومؤسسة اجتماعية فهو يشكل قيادا يحد من قدرات شباب ويعيق انطلاقهم مما يجعل المشكلة الاجتماعية تنصدر في قائمة المشكلات وتتمثل المشكلة الاجتماعية في نقص القدر على الارتباك في المسائل والمواقف الاجتماعية والخوف من ارتكاب الأخطاء الاجتماعية والخوف من مقابلة الناس, ونقص القدر على الاتصال بالآخرين وقلة الاستيقاع ونقص القدر على إيقاف صداقات جديدة وعدم سهم الآخرين والوحدة ونقص الشعبية ورفض الجماعة للفرض عدم وجود من ينقص المشكلات الشخصية معه القلق بخصوص التعاصر الاجتماعي وعدم التسامح وثمت أسباب عديدة متفاعلة تسهم في حدوث مشكلة اجتماعية منها الهجرة الخارجية من بلد إلى بلد آخر صعوب التكيف الشباب في مواجهة

¹ فوزي محمد الهادي شحانة, مشكلات الشباب, أزمة هوية الثقافة, مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات و البحوث الاجتماعية جامعة الغيوم,

المتطلبات المتغيرات الاجتماعية عدم مسايرة النظم الاجتماعية مع تطورات المجتمع الحديث عجز المؤسسات الاجتماعية في تحقيق إنجاز أهداف وغيرها الشباب تفكك هيكل النظم الاجتماعي.¹

رابعا: علاقة شباب بوسائل التواصل اجتماعي

مع ظهور وسائل التواصل اجتماعي وانتشارها سارع مستخدمو شبكة انترنت في العالم العربي الى قبول هذه التقنية الجديدة بشكل سريع والاستفادة من كل ما تقدمه هذه الوسائل للاتصال وتبادل معلومات مع الاخرين ففي الوقت الذي كان فيه الشباب في العالم العربي اكثر الفئات استخدام الوسائل التواصل اجتماعي انضمت اليهم شرائح اخرى من المجتمع وقد سارعت الشركات ووسائل الاعلام بركوب موجة وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة لترسيخ حضورها في العالم الافتراضي والتواصل مع متعاملينها والمحتملين من اجل الاعلام عن منتجاتها وخدماتها

كما أدركت الحكومة العربية أهمية وسائل التواصل الاجتماعي فشرعت بالاستفادة من هذه الفضاءات الجديدة على الانترنت مما أدى إلى تعزيز التواصل بين كل من المواطنين والمقيمين من جانب وشركة الحكومات من جانب آخر فعمد المستخدمون في العالم العربي على إدراج قنوات جديدة من وسائل التواصل الاجتماعي لخلق استخدامات جديدة لهذه القنوات ويبدأ المستخدمون حاليا إلى وسائل التواصل الاجتماعي من أجل محادثات البقاء على اطلاع على الأحداث الراهنة أو تبادل الأفكار والصور ومقاطع الفيديو وغيرها أو الحصول على المعلومات حول مواضيع محددة أو التواصل مع العالم عبر الانترنت.²

ويعتبر العالم العربي منطقة تضم نسبة كبيرة من الشباب حيث تقلل سلسلة عدد السكان من الشباب الذين أعمارهم من 25 عاما أو أصغر من ذلك ويمثل الشباب ألف اللغة المامية مستخدمة وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، ففي يونيو 2013، وصلت النسبة المئوية لإجمال المستخدمين التي تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 34 عاما إلى 77%.³

ويمثل شباب فئة عمرية لها دور وأهميتها داخل المجتمع، نظراً لأنها تحمل في طياتها الأمل في بناء المستقبل الزاهر لأمتها. لما تمتلك من القدرة والحيوية على العمل والتغيير نحو الأبطال فيما يخدم المجتمع من خلال ما يمكنه أن يكتسبه الشباب من خلال الاستخدام الموجه والمدرّس لمواقع تواصل اجتماعي من مهارات وخبرات والقدرات الاجتماعية المقيدة والتي تجدد وتنمي المسؤولية الاجتماعية، فبهم وتجعل منهم منتجين نافعين ومن أجل ذلك يمكننا أن نلعب وسائل تواصل اجتماعي دوراً مهماً في تنمية الوعي الاجتماعي وذلك من خلال قيام مجموعات شبابية وإنشاء صفحات خاصة لهم على هذه المواقع يتبنون فيها قضية اجتماعية تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات تواصل والمناصرة والضغط.⁴

¹ فوزي محمد لهادي شحانة، المرجع السابق، ص 103

² Tns، تعرف على أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداما في بلدك، InFaaswtak8 نوفمبر، 2015، ص8، <https://www.irfaaswtam.com>

³ المرجع نفسه، ص9

⁴ نادية بن ورفلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الانساني و الاجتماعي لدى الشباب العربي، رسالة ماجستير، جامعة الجلفة، الجزائر، 2014، ص 209

لذا يجب التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها مرحلة حاسمة في تقديم المجتمع أو تأخيرها لتعادل أنشطة مختلفة التي يمارسها مستخدمو وسائل تواصل اجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية او اجتماعية او قليلة من الامور المهمة من خلال غرسها وتنميتها للقيام بالمعايير الاجتماعية في نفوس الشباب فيمكن بذلك أن تحقق شبكات تواصل اجتماعي من خلالها مراعاة عدة أهداف.

أن يدرك الشباب أهمية دوره في المجتمع من خلال الحقوق والواجبات وأن تنمي الشبكات الاجتماعية الإحساس لديه بأهمية مشاركة اجتماعية فالإحساس بالمسؤولية نحو الذات من خلال اشتراك في إنشاء صفحة على الفيسبوك تناول قضية اجتماعية فقد تبنى الدارسون لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تساق شخصية الشباب وتنميتها وبخاصة أن الدراسات التي أجريت في عام 2010 والتي نتائجهما أن عدد المستخدمين الغرب لمواقع الفيسبوك يصل إلى 15 مليون شخص فأظهرت الدراسات الحديثة أن عدد مستخدمي الفيسبوك العربي يزداد بمعدل مليون شخص كل شهر ومن هذه المفارقات اللافتة أن عدد مستخدمي فيسبوك الغرب يفوق عدد قراء صحف العلم العربي.

يرى بعضهم أن رعاية شباب تمثل في توفير ألوان من النشاط أو الخدمات أو إقامة مؤسسات رياضية والاجتماعية للتشغيل الوقت الفارغ وأن هذه الرعاية لا تمثل سوى جزء من احتياجات شباب في ظل ما توفره التكنولوجيا الحديثة من إمكانيات ضخمة يمارس من خلالها الشباب نشاطات مختلفة تؤثر في سلوكهم وأنماط شخصياتهم فالسلوك الإنساني عبارة عن عمليات التي تتم بين الأفراد بكل مكوناته العقلية والنفسية والاجتماعية والوسط أو البيئة بكل ما يوفر فيها من ظروف ومواقف وعناصر اجتماعية وثقافية.

وهو أساس التفاعل بين الأفراد والجماعات المجتمعية على الشباب من خلال مواقع تواصل اجتماعي يستفيد من الأنشطة البرامج المتاحة لهو التفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة وبذلك من خلال مشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات اجتماعية يحدث بينهم تفاعل اجتماعي متبادل فيؤثر بعضهم على بعضه كما يعتمد بعضهم على بعضه بما أن مواقع التواصل اجتماعي أسهمت في تفعيل مشاركة لتحقيق من رغبة كل فئة مشتركة في نفس الاهتمامات الأنشطة فإن لها أيضا دورا في التفاعل والتأثير واستطاعت أن تحول الأفكار والتوجهات إلى مشروعات جاهزة لتنفيذ لذلك لا يمكن أن نعد ونرسل عبر شبكات اجتماعية موضة شبابية سوف تغير مع مرور الزمن.¹

خامسا: دوافع استخدام شباب لوسائل التواصل الاجتماعي:

تعددت وتنوعت الدوافع التي أدت إلى زيادة استخدام شباب لوسائل التواصل الاجتماعي، واختلفت تلك الدوافع باختلاف الأصدقاء والأسباب التي سوف نقوم باستعراضها فيما يلي.

المشكلات الأسرية:

¹ نادية بن ورفلة، المرجع السابق، ص 11_12

يلجأ الكثير من الأشخاص إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي نتيجة لوجود مشكلات أسرية، وبالتالي يقومون بالبحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للهروب من الضغوط النفسية.
البطالة:

يستخدم كثير من الشباب وسائل تواصل اجتماعي نتيجة عدم توفر فرص عمل يستطيع من خلالها ان يحقق انجازته او عطاء او الوصول الى هدفه فيتمتع الى وسائل تواصل الاجتماعي للهروب من واقع مريض فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرص العمل والتعبير عن قدراته.
الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفراغ لا يحسن بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها وسائل تواصل اجتماعي حيث أن عدد تطبيقات لا متناهية التي تنتجها شبكات تواصل اجتماعي والتي تعد أحد وسائل الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة تسلية وتضيع الوقت عند البعض منهم فشباب عندما يكون ليس لديهم اهتمامات سواء كان دراسة أو فرصة عمل تتوفر لديهم أبقى الفراغ كثيرة يكون اتجاههم هو قضاء الوقت من خلال وسائل تواصل اجتماعي وبالتالي تتأثر حياتهم وسلوكياتهم وأخلاقياتهم وعلاقاتهم الأسرية.¹

التعارف وتكوين صداقات :

سهلت وسائل تواصل اجتماعي للشباب تكوين صداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية وصداقات الافتراضية وهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.
التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع وسائل تواصل اجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال كونها منخفضة تكاليف وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر الأعمال بإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

الفضول:

يشكل وسائل تواصل اجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهلي الفضول تجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو الشخصية. فوسائل تواصل اجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا لم توفر صناعية الجذب والفضول تحقق الأمر².

سادسا: التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب
1. التأثيرات الإيجابية

¹ ياسمين عبد الصبور حسنين محمد حسنين, دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية لدى الشباب خريجي الجامعات, المجلة العربية للقياس و التقويم , جامعة الاسكندرية, المجلد 7 , العدد 11, يناير 2025 ص15
² . المرجع نفسه, ص16

إنها تعد نافذة مطلة على العالم حيث وجد الملايين من الشباب في الشعوب الأجنبية والعربية في شبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأصله. فمن يملك من الشباب فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته فإنه عند التسجيل بموقع تواصل اجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح له كيان مستقل. ومن خلال هذه المواقع قد يبني الشباب مجتمعات افتراضية حق ترابط تواصل اجتماعي بناء على اهتمام ناسهم وافكارهم وإنجازاتهم. جعلت الشباب أكثر انفتاحاً عن الآخر، فتواصل الشباب مع الغير، فيما كان ذلك الغير مختلف عنه في الدين والعقيدة والثقافة والتقاليد واللون والمظهر والميول، فإنه قد اكتسب صديقاً بهوية مختلفة على بعد أميال قليلة أو على بعد آلاف أميال في قرى أخرى. تعد وسائل تواصل اجتماعي منبراً للرأي والرأي للآخر من خلال حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن أفكار ومعتقدات المستخدمين من الشباب.¹ ويستطيع الشباب مشاهدة منتجات متعددة ومتنوعة وشراء ماركات عالمية عن طريق السحب والدفع الإلكتروني من دون زهاب إلى المحلات أو المتاجر. تعمل وسائل تواصل اجتماعية لتقديم حملات تبعية اجتماعية لرفع مستوى الوعي في جميع أنحاء العالم. كذلك أصبح الكثير من الشباب يفضل التعلم عبر الأنترنت.²

ثانياً: تأثيرات سلبية

1 تأثيرات على الناحية النفسية:

أحدث الانترنت أمراض لم تعرفها المجتمعات من قبل حيث أصبح يميز عصرنا هذا المرضى بسلوكيات أو ما يحدده بيه وسبيروفوبيا أو الخوف من الكمبيوتر وهو يصير المراهقين بصفة عامة وهم الذين وصلوا إلى حالات متقدمة من هذا المرض يعانون الغثيان والدوار والعرق البارد تتخطى تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية آثارها تلك على الصحة البدنية خصوصاً على الشباب والمراهقين حيث أظهرت دراسات أن المراهقين الشباب الذين يستخدمون هذه الشبكات ربما تتأثر صحتهم العقلية.³

تأثيرها على الناحية المعرفية والأكاديمية:

وذلك عند الاقتصار على التقنية في الحصول على المعلومة لأن هذا يؤدي إلى حرمان طلبه من الطرق التعليمية التقليدية والتي من أثارها إيجابية الحوار المباشر والحسي بين المعلم والطالب وهناك اتجاهات أخرى تؤكد على وجود تأثيرات سلبية على الشباب من إهدار الوقت على شبكات التواصل الاجتماعي في كتابه وقراءة التغريدات بدلاً من قراءة الكتب وممارسة الرياضة واكتشاف المحيط والمغامرة.

تأثيرها من الناحية الاجتماعية:

1 اية محمد علاء الدين محمد فريد, الانعكاسات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة طلاب مرحلة التعليم الثانوي, مجلة كلية التربية , العدد121, جامعة المنصورة, يناير 2023, ص358
2 ياسمين عبد الصبور حسنين محمد حسنين, مرجع سابق, ص 13
3 دبراسو فطيمة , مرجع سابق, ص 62

تعزل هذه الوسائل الشباب عن مجتمعه وتزداد مع مرور الزمان لتنتقل من العزل عن المجتمع للعزل عن الأسرة والشباب نفسها فقد أكدت إحدى الدراسات إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يشكل عائقاً أمام إقامة علاقات عائلية اجتماعية سوية بين أفراد الأسرة الواحدة و تأثيرها السلبي على التواصل الاجتماعي وتخلق نوعاً من العزلة النفسية فقد أجمع كثير من العلماء النفس الاجتماعية على أن خطورة مواقع التواصل الاجتماعي امتدت إلى مؤسسة الزواج وتسببت بقوة في عشرات من حالة الطلاق نتيجة انشغال أحد الطرفين بوسائل التواصل الاجتماعي أو غيره الزوجة مع صديقات زوجها على تلك المواقع

زوال العادات الاجتماعية الحسنى التي كانت أساس ترابط المجتمع المسلم بعد انقطاع التواصل المباشر بين البشر.¹

التنمر الإلكتروني يتعرض الكثير من شباب للمعيقات من خلال التعليقات حيث أصبح تأثير وسائل التواصل الاجتماعي ذات أثير كبير حيث جذبت فئات عمرية وأثرت فيهم خصوصا فئة الشباب الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و 25 عام

الاستخدام المفرط لهذه الوسائل يساهم في تدمير وتحطيم منظومة القيم الأخلاقية والدينية مما يتسبب العديد من المشاكل التي تدمر منظومة القيم في المجتمع.

هناك مخاطر أخلاقية للوسائل التواصل الاجتماعي وأن استخدم شباب لهذه التقنية سلب إلى حد كبير. فمواقع الإباحية والمحادثات وتحميل الأغاني والنغمات والانضمام لجماعات عالمية متعددة التطرف يشغل كثير من الشباب.

إن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في انتشار الانحراف الفكري حيث قد يكتسب الشباب الانحراف الفكري والسلوك المنحرف من خلال التفاعل مع أشخاص أو جماعات موجودة على تلك الشبكات.²

¹ المرجع نفسه , ص63

² د. سالي نصار, التأثيرات النفسية الاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية, تيك توك نموذجا, المجلة المصرية لبحوث الاعلام, كلية اللغة و الاعلام, الاكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري, عدد79, أبريل, يوليو 2022, ص476

خلاصة الفصل:

في الأخير يمكننا القول أن وسائل التواصل عامة استولت على الشباب فمنهم من يستخدمها لإبراز مواهبهم أو ترفيه عن النفس إلا أن الأمر تعدى هذا فقط أصبح الشباب اليوم معزولين عن المجتمع وعن واقعهم الاسري وعن مشاركاتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع بسبب هذه الوسائل.

الفصل الثالث :

الاشباعات المحققة من استخدام تطبيق
تيك توك و الانستغرام

تمهيد:

في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية خاصة بين شباب. ومن بين المنصات برز تطبيق تيك توك والانستغرام كأكثر منصات استخدام لما يوفرانه من محتوى متنوع وتفاعل مباشر. هذا العصر يسלט الضوء على الإشباع التي يحققها الشباب من خلال استخدام هذين التطبيقين سواء على المستوى الاجتماعي النفسي والترفيهي.

المبحث الأول: تطبيق تيك توك**أولاً: نشأة تطبيق التيك توك :**

بعيداً عن مواقع تواصل اجتماعي التي ازدحمت بالأباء والأمهات والأجداد وحتى الشباب من الأعمار الأكبر ما قبل جيل منتصف التسعينيات وأوائل الفينيات اتخذ المراهقين وأنشؤا منافذ لهم بعيداً عن أعين الرقيب من أفراد العائلة ليعبروا عن أنفسهم من داخل غرفهم المغلقة أو في شوارع مفتوحة متحدين نظرات استنكار المارة بالرقص والحركات التعبيرية المتمردة ونشرها على الانترنت ليجاهدها ما يقارب 500 مليون مشترك حول العالم على التطبيق الصيني التيك توك المملوك للشركة باين دانس الصينية التي حققت باستغلال أطفال تتراوح اعمارهم ما بين 13 و18 عاماً حددها التطبيق كفة عمرها أكثر شيوعاً لمستخدميه وفي عام 2014 قرر ألكيس زو إطلاق

تطبيق ميوزيكي بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه مع شركة لويس بيانج في أسواقه المتعلقة بعرض فيديوهات تعليمية قصيرة لا تتجاوز خمس دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدولارات التعليمية المتخصصة على الخط أونلاين ما يتيح لهم فرصة أكبر لتعلم الاستفادة من المحتوى المرئي المعروض لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل وبالتالي الانصراف عن المحتوى.¹

رغم ذلك إلا أن التطبيق منذ اليوم الأول طرحه كان مصدره الفشل فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات تعليم إلى رقص وكذلك تأدية مقاطع بلاي باك لكونهما في مازق ب250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهما ولم يتبقى معهما سوى 8% منها لان تصوير محتوى تعليمي امر مكلف على حد تصريح "زو" وقتها وقد نجح الأمر وحاز ميوزيكي على شهرة عالمية وانتشار واسع.

وفي سبتمبر 2016 أطلق تسانغ يمينغ تطبيق جديد أسماه تيك توك يقوم على فكرة ميوزيكي الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين وحسب تقرير نشره موقع i news البريطاني حينها فإن مستخدمي تطبيق ميوزيكي انتقلوا بحساباتهم عليه إلى تيك توك دون حاجة إلى إنشاء حساب جديد وسبب أن ألكيس زو صاحب ميوزيكي وهو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق تيك توك.²

ثانياً خصائص تطبيق تيك توك:

يمنح تيك توك مستخدميه القدرة لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة خاصة بهم والتي يمكن بعد ذلك تسريعها أو إبطائها أو تعديلها باستخدام مرشح. تتضمن مقاطع الفيديو هذه عادة موسيقى في خلفية ثم قم بتسجيل مقاطع فيديو مدته 15 ثانية بسرعة محددة مسبقاً قبل نشرها على تيك توك أو أي منصة بوسائط اجتماعية أخرى حتى يتمكن الأشخاص من مشاهدته ومشاركته تتيح وظيفة رد الفعل خاصة لتطبيق المستخدمين تسجيل فيديو لأنفسهم وهم يتفاعلون مع مقطع فيديو معين _

يمكن إعادة وضع النافذة التي يسجل فيها المستخدم رد فعله في أي مكان على الشاشة

ميز الثنائي تمنح العملاء القدرة على تسجيل فيديو آخر على الجانب.

يمكن المستخدمين جعل حساباتهم أكثر سرية باستخدام البرنامج.

كما يتمتع المستخدمين بخيار السماح بالتفاعل معهم من خلال التطبيق في شكل تعليقات أو رسائل

أو مقاطع فيديو إما كرد أو ديوتو مع أي مستخدم آخر أو قصره على أصدقائهم فقط

أحدث التقنيات تحسين روائعنا من خلال استخدام مرشحات وتأثيرات متنوعة.³

ثالثاً: عوامل تزايد اقبال الشباب على تطبيق تيك توك

أصبح تطبيق تيك توك من بين تطبيقات الهواتف الذكية الأكثر انتشار والتي باتت تنصدر تصنيفات فيديوهات قصيرة الأكثر استخداماً من خلال تزايد عدد المستخدمين الشباب وارتفاع

1 أ. محمد زكرياء خراب, مرجع سابق, ص451

2 أ. محمد زكرياء خراب, المرجع السابق, ص452

3 Flengaz, خصائص و مزايا تطبيق التيك توك, 2023, <https://www.flengaz.com>

التقييمات الايجابية للتطبيق حيث تم تقسيم عوامل تزايد اقبال الشباب على استخدام تطبيق تيك توك إلى:

ثراء وتنوع المحتوى _

دعم التعبير الشخصي عن المهارات و الخبرات من خلال الفيديوهات القصيرة _

_ النمط التفاعل للتطبيق

الاستفادة من قنوات الاتصال الأونلاين والأوفلاين لتحسين التأثير عن التوسع ورقعة الوصول للشباب

_ استخدام لغة لوغاريتمات قوية تجعل المحتوى المنشور من جانب المستخدمين بمثابة علامة معينة يسهل الوصول إليها.¹

رابعا : استخدامات و اشباعات تطبيق تيك توك بين الشباب:

تنطبق نظرية الاستخدامات والاشباعات على استخدام تطبيق تيك توك بين الشباب حيث يتاح لهم حرية اختيار محتوى الفيديو الذي يجدونه مسليا على سبيل المثال يمكن لبعض الشباب استخدام منصة التيك توك من أجل استمتاع بالفيديوهات الموسيقية بينما يمكن لمستخدمين آخر الاشتراك في أكثر من نوع من محتوى الفيديو نظرا لوجود العديد من الأقسام داخل تطبيق تيك توك مثل مدونات الفيديو والفيديوهات الموسيقية والسكيتش والعروض الحية وغيرها وتشير نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى أن استخدام المنصة يبدأ باهتمامات المشاهدين ويمتد إلى أبعد مدى في محتوى المنصة

فالشباب في ضوء النظرية تنشأ لديهم الدوافع لاستخدام وسيلة معينة لإشباع حاجاتهم من بين أنواع وسائل الإعلام المختلفة تساعد لاستخدامات الإشباع في فهم وتفسير الأسباب التي تدفع المستخدمين الشباب نحو استخدام أداة إعلامية معينة مثل تطبيق تيك توك في هذا الإطار تعد نظرية استخدامات الإشباع أدت إلى تغيير استخدام الشباب لتطبيق تيك توك من خلال تصنيف أداة إشباع محقة منها

التفاعل الاجتماعي: إن استخدام تطبيق تيك توك بين الشباب يساعد في إشباع الحاجة نحو التواصل والتفاعل مع الآخرين، حيث يسمح التطبيق للمستخدمين بإرسال الرسائل الفورية والتعليق والإعجاب بالفيديوهات، مما يساعد على تحقيق التفاعل الاجتماعي.²

الأرشفة: يلتقط الشباب الفيديوهات ويرفعونها على منصة تيك توك لتذكرها وتسجيل الأحداث والمناسبات الخاصة في حياتهم، وينبع ذلك من الحاجة إلى القدرة على تعقب ذكرياتهم وخلق مساحاتهم الشخصية.

التعبير عن الذات: يميل الشباب إلى عمل فيديوهات قصيرة ورفعها على تطبيق تيك توك بهدف التعبير عن الذات، حيث يشارك صانعون محتوى تقنيات معينة لجذب الانتباه إلى أنفسهم.

¹ محمد قنحي, تأثير تعرض الشباب لفيديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع, مجلة اردادة, المجلد20 , العدد3, يوليو,مصر, سبتمبر, 2021, ص389, 390

² و داد حسين محمد علي, أنماط استخدام الشباب المصري لتطبيق تيك توك, و علاقتها بالتصورات الايجابية نحوه, المجلة العلمية لبحوث الصحافة, العدد 29 , الجزء 2, القاهرة مصر, يوليو سبتمبر 2024 ص394 395

الهرب من الواقع: يعتبر الهرب من الواقع من أشهر دوافع استخدام تطبيق تيك توك بين الشباب، حيث يقدم تطبيق الشباب خبرة ممتعة ومسلية يساعدهم على الابتعاد على الضغوط اليومية. **الفضول:** يميل الشباب إلى استخدام تطبيق تيك توك للاطلاع على أسلوب حياة الآخرين، حيث يجد البعض منهم متعة في التعرف على التفاصيل الخاصة التي تنقلها الفيديوهات القصيرة حول الآخرين.¹

خامسا : التأثيرات السلبية للتيك توك على الشباب:

1 تأثيرات نفسية:

الغيرة : يعد نشر كثير من المقاطع والتي يظهر فيها المؤثرون بإطلاقات كاملة أمراً له آثار نفسية واضحة على المتابعين مثل إثارة غيرة بعضهم ويظهر بداخلهم بعض آثار نفسية سلبية متعلقة بثقة بالنفس حيث أشار بعض المبحوثين إلى أراي الناس ذي شكلها حلو كذا يا توري بشرتهم حلو كذا أراي وأضاف آخر الناس تأكل إيه عشان تبقى رقيقة كده أو عندها عضلات كده وهي عبارات تدور بوضوح على مشاعر الغيرة لدى المستخدمين باتجاه الفيديوهات التي يعرضها التطوير **الاحباط والاكنتاب:** أشار المبحوثين إلى أن الاكنتاب بمعنى فشل في تحقيق القبول و الاعجاب بما يقدمونه من مقاطع الفيديو، أي الشباب الذين يعانون من نقص مستوى ثقتهم بأنفسهم هم الفريسة الأسهل لهذا التطبيق لأنهم طوال الوقت في سعي دائم لمتابعة الافضل والتعرض لما يعرض من فيديوهات قصيرة.²

القلق الاضطراب:

من الآثار السلبية التي ظهرت هو شغفهم لمتابعة تطبيق طوال الوقت الإحساس بالقلق وعدد الرضا والاطمئنان أي أن كل هذا مرتبط باستخدام تطبيق وأن العلاقة الاجتماعية العادية هي درجة ثابتة بين الاهتمام الأهمية لدى شباب مستخدمي التطبيق وكلها مؤشرات تعني نجاح تطبيق في تحقيق تعبئة كبيرة وبالتالي انغماس المستخدمين بشكل يؤثر على حالاتهم النفسية بحيث يصبح غيابهم عن تطبيق يشعرهم بالفراغ والقلق والاضطراب.

الهوس: حيث يتمثل في هوس بعض المؤثرين بتصوير كل لحظة في

التحرش والتتمر: التعرض للتتمر والتحرش اللفظي من أبرز الآثار النفسية السلبية التي قد يتعرض لها الشباب المستخدمين للتطبيق فيصلحون مادة للمتحرشين والمتتمرين.

التأثيرات الاجتماعية

العزلة الاجتماعية فالشباب يجد تطبيق تيك توك كبديل ترفيه يلهيه عن الواقع العيش وضغوطاته وذلك دون قيود أو رقابة أو حدود للمشاهدة فبمجرد نقرات بسيطة يمكن إعادة صنع وفيديوهات متشابهة لمرافق أو أغاني مشهورة.

ضياح القيم الأسرية والتربوية يظهر في تطبيق تيك توك كمظاهر جد غريبة عن تقاليدنا وعاداتنا ما يجعلنا نتساءل هل يعيش هؤلاء الشباب وحدهم أين الوالدين؟ ليس هذا فحسب؟ بل نجد في بعض

¹ أ، و داد حسين محمد علي، المرجع السابق، ص395

² د، سالي نصار، التأثيرات النفسية و الاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية tik tok نموذجا، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، عدد79، مصر،

يونيو، 2022 ، ص487

الأحيان مشاركة الآباء والأمهات أبناءهم وبناتهم الفيديوهات على المباشر في شكل تمثيل رائف وعابر للعلاقة طيبة وطيدة بينهم وانفتاح ثقافي على ما هو الجديد من تقنيات تواصل والتعبير دون أي شعور منهم لشكل أولادهم وما يرتدونه في ذلك الفيديوهات وفي ذات السباق تلمس أيضا اضمحلال لهيئة مؤسسات التربية والتعليم وهو ما يتجلى في فيديوهات الرقص والغناء داخل الاقسام.¹

النبت الاجتماعي نجد أن الشباب المستخدمون لتطبيق تيك توك منبوذين لا يرغب أحد في صداقاتهم وهو ما قد يسفر عن الوحدة والاكتئاب ويدفعهم إلى مقارنة أنفسهم بأصدقائهم بل وجذب الانتباه بأي طريقة ممكنة .

التهابات المساوية والسجن قد يصل جد بالانتباه المنتبعين إلى مشاهدة الفاضحة والتي تؤدي إلى قضايا مخلة بالشرف أو الدعوة إلى الفسق والأمثلة أمام أعين كل أسرة تخشى على أبنائها من تركهم بمفردهم دون رقابة على هذا التطبيق.²

المبحث الثاني تطبيق الإنستغرام:

أولا نبذة عن تطور تطبيق الانستغرام:

ظهر تطبيق الانستغرام للمرة الأولى نهاية العام 2010 على يد الثنائي الأمريكي كيفين سيسترام ومايكل مايك وهو تطبيق مجاني أطلقه سنة 2010 واستحولت عليه شركة فيسبوك من خلال صفقة بلغت قيمتها مليار دولار ويعرف انستغرام بأنه احدى منصات تواصل اجتماعي

¹ أ، محمد زكرياء خراب، مرجع سابق، ص455

² خديجة خير الله عبد الرحمن العظمان. تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الاردني من وجهة نظر طلبة الجامعة، مجلة كلية التربية العدد46، الجزء4، المملكة العربية السعودية، 2022، ص196

مهمة بتعديل وتحميل صور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات عبر حساب استخدامه على هذه المنصة ويسمح انستغرام بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات تواصل اجتماعي الأخرى مثل فيسبوك وتويتر.

ولقد تم دعم انستغرام في بداية على ايفون وايباد وفي أبريل 2012 تم توفيره على نظام أندرويد الأساسي حيث تم توزيعه على أب ستور وغوغل بلاي وفي يونيو 2013 تم وضع تصوير في فيسبوك بشكل متقطع للمستخدمين وأيضاً شهدت تطبيق انستغرام نمواً كبيراً من حيث عدد المستخدمين منذ أن بدأ التنزيل على الأجهزة الداعمة لنظام أندرويد حيث وصل إلى 30 مليون مستخدماً خلال عام واحد فقد وصل العدد الإجمالي إلى أكثر من 300 مليون مستخدم¹. وقد كانت بنية هذا الموقع مميزة منذ البداية إذ لا مكان فيه للمنشورات التقليدية كما هو الحال في المنافس فيسبوك.

ولا نصوص مختصرة كما هو الحال في تويتر، بل فقط صوراً فوتوغرافية تحمل أبعاداً جمالية تصور الحياة اليومية للأفراد التي عادة ما تكون في أماكن سياحية ترفيهية معروفة، كانت أم غير معروفة، وفنادق، ومطاعم، أو متاحف، على اعتبار أن الهدف الأسمى لهذه الشبكة الاجتماعية كان دائماً تسجيل والتاريخ والتوثيق بطريقة فنية للمكان عبر تصوير المواقع والأحداث والشخصيات العامة خلال زيارتها الأماكن وإظهار هذا الأخير كما هو مع التركيز على إيجابياته من جهة وإخضاع الصورة المشهورة لمتطلبات الجماليات العينة من جهة أخرى.

على الرغم من أن الانستغرام يحتوي على مجموعة متنوعة من الميزات بشكل عام تسمح واجهة تطبيق للأفراد الذين قاموا بإنشاء حساب مجاني بتحميل الوسائط الصور ومقاطع الفيديو يمكن للمستخدمين بعد ذلك تحرير الوسائط التي يقومون بتحميلها باستخدام المرشحات وتنظيمها بمعلومات الموقع علامات التصنيف كلمة أو عبارة مسبوقة بعلامة تستخدم في المقام الأولى على منصات التواصل الاجتماعية لتحديد المنشورات حول موضوع معين².

ثانياً خصائص الانستغرام:

تقدم منصة انستغرام العديد من الخصائص المختلفة لمستخدميها من أجل تعزيز التفاعلات بينهم مما يساعد الأعضاء أيضاً على التعبير عن أنفسهم وتواصل مع آخرين. نذكر أهم الخصائص.

يوفر الانستغرام لمستخدميه على عكس فيسبوك خيار اعداد ملف تعريف عام حيث يمكن لجميع المستخدمين وصول إلى الحساب والتفاعل مع المحتوى المنشور فيه أو اعداد ملف خاص حيث يجب تقديم طلب إلى صاحب الحساب لمتابعته والاطلاع على محتواه. المحتوى الرقمي عبر الانستغرام قابل لتخصيصه ويتضمن عناصره فإنه يوفر أيضاً مساحة للتعليقات وردود الفعل بين المستخدمين الآخرين من أجل تعزيز التفاعلات.

¹ طه حسين طاهري، أحمد مصنوعة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الانستغرام في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية، دراسة حالة، وكالة أماكن للسباحة بالجلفة، مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة، المجلد 7، العدد 1، جامعة حسين بن بوعلي، الشلف، 2022، ص 339

² طه حسين طاهري، المرجع السابق، ص 340

خاصية الستوري القصص وهي منشورات صور أو مقاطع فيديو تعرض في شكل شرائح وتستمر لمدة 24 ساعة فقط يمكن لجميع مستخدمي انستغرام الوصول إليها من خلال موجز الصفحة الرئيسية.

تعد الرسائل المباشرة إضافة أخرى توفرها المنصة والتي تمنح المشاركين خيار إرسال رسالة نصية أو إجراء مكالمة فيديو أو مشاركة المحتوى مع بعضهم البعض عبر دردشة شخصية أو جماعية¹.

البت المباشر للإنستغرام وهي خاصية يمكن المستخدم من خلالها عمل بث مباشر عبر القصة الخاصة به حيث يمكن المستخدمين الآخرين مشاهدة هذا البث المباشر والتفاعل معه من خلال التعليقات أو حتى عبر انضمام المستخدمين للبث المباشر.

تلفزيون إنستغرام وهو ما يشار إليه باختصار IGTV وهي ميزة متوافرة في تطبيق الإنستغرام لعرض مقاطع الفيديو التي تزيد مدتها عن دقيقة واحدة والتي قد تصل إلى ساعة كلمة و توفير أدوات تمكن المستخدم من التحكم بعرض الفيديو كأداة الإيقاف المؤقت².

ثالثاً: تطور تقنيات تطبيق الانستغرام وسهولة استخدامها لدى شباب: الرسائل الخطية:

إرسال رسالة لأحد الأصدقاء ليراها مرة واحدة ومن ثم لن تمكن مرة أخرى من قراءتها بحيث سيتم حذفها تلقائياً بمجرد قراءتها لأول مرة

البت المباشر:

مشاركة بث مباشر مع أصدقائك والجمهور

القصص story: أضاف تطبيق انستغرام مؤخراً ميزة جديدة تسمى القصة وهي نفسها التي تطلق عليها ستوري من سنا بشات فبدل من نشر الصور التي يتم اختيارها بعناية ميزة القصة تمكنتك من إضافة مجموعة من الصور والفيديو في قصة واحدة متاحة على مدار اليوم وفي نهاية هذا اليوم تختفي القصة على تطبيق انستغرام وتتمثل بعدة صور وفيديوهات قصيرة مع ما كما هو الحال في سناب شات وهي بالفعل تحدث بعد 24 ساعة من انتشارها لكن بإمكان مستخدم حفظها قبل أو بعد طرحها للعامه التنقل بين القصة ولأصدقائك في انستغرام أصبح سهلاً وذلك من خلال تمرير الشاشة إلى اليمين سيتم نقلك إلى القصة السابقة وإذا تم تمرير الشاشة إلى اليسار سيتم نقلك إلى القصة الثانية

روابط في ستوري: وهذه الميزة متاحة فقط للأشخاص الذين يملكون حسابات تحتوي على أكثر من عشر آلاف متابع حيث بإمكانهم إضافة روابط خارجية إلى حال ستوري الخاصة بهم.³

¹ خثير شين, ايمان بية , دور الاعلانات عبر النستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل , مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية , المجلد 07, العدد 05, جامعة الشيخ امود بن مختار , اليزي الجزائر, سبتمبر 2022 , ص 182

² بن أمينة امنة, تأثير مصداقية المؤثر عبر الانستغرام في تفعيل السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري مجلة الابتكار و التسويق, العدد 01 , كلية علوم الاعلام و الاتصال , جامعة الجزائر 3 سنة 2023, ص 75 76

³ ليليا شاوي, مقاربة التلقي و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الانستغرام , دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة جامعة الجزائر 3 المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية, المجلد 10 , العدد 01, 2022, ص 303

استطلاع الرأي:

أصبح الأهم لإمكان عمل استطلاع رأي داخل حالات Story خاصة وعمل عديد من الخيارات وطرحها للجمهور للحصول على تصويتاتهم حول موضوع معين .

ألبومات صور:

يمكن مشاركة أي ألبوم صور خاص من خلال Instagram على هيئتها دفعة واحدة واستعراضها بشكل مميز من خلال البرنامج. تم إضافة حديث من فلتر الوجه:

بحيث يمكنك تطبيقه على صور خاصة بكامل خلال كاميرا سيلفي داخل برنامج Instagram. **الهيايات للقصص** : يمكن من خلالها تطبيق حفظ مشاركات وقصص انستغرام المميزة والمهمة بالنسبة لك بعد أن كان حفظها متوفر فقط من خلال ميزة الأرشيف الجديدة.

مشاركة القصص:

يمكنك الآن مشاركة قصص خاصة بك مع أصدقائك وهي ميزة جديدة يمكنك من خلالها إرسال مختلف حالات ستوري التي تعجبك إلى أحد أصدقائك لكي يشاهدها.

تحكم في التعليقات المزعجة: من خلال خيارات الخصوصية الجديدة أصبح بإمكان المستخدم التحكم في من يمكنه التعليق على صورة وفيديوهات.¹

رابعا : استخدامات و اشباعات تطبيق الانستغرام بين الشباب:

ان استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي بما فيها تطبيق الانستغرام يأخذ طابعين أحدهما عادي وطبيعي والآخر غير ذلك والذي قد يصبح حالة مرضية بسبب التعلق الشديد والاستخدام المفرط الذي يصل حد الادمان ويتجاوز حد الاشباع.

اهتمت الدراسات الحديثة بمسألة الاستخدامات و الاشباعات المتحققة من استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي بعدما كان اهتمامها منصبا أكثر على وسائل الاعلام و الاتصال التقليدية.

ويعد الانستغرام من أكثر الوسائل التي يستخدمها الافراد سواء مراهقين او شباب بحثا عن اشباع الشهرة لان الصورة سواء لشخص او مكان او جواب او ما شابه ذلك فإنها بكل هاته الاشياء مرتبطة بصاحب الصورة التي اذا ما احسن اختيارها بإمكانها ان تجعل منه ايقونة لاسيما باستخدام اسلوب الهاش تاق و معرفة لدقة الجمهور المستهدف و قد يترتب عن اشباع الشهرة اشباعات اخرى.²

تنوع الاشباعات المتحققة من استخدام الانستغرام حسب احتياجات المستخدمين وهي تتوافق مع نظرية الاستخدامات و الاشباعات التي تفترض ان الافراد يستخدمون وسائل الاعلام لتحقيق دوافع معينة, فيما يلي ابرز الاشباعات التي يحققها الانستغرام لمستخدميه:

1_ الاشباعات الاجتماعية:

- تعزيز العلاقات الاجتماعية من خلال التفاعل مع الاصدقاء و العائلة.

¹ المرجع نفسه, ص 300

² كياس عبد الرشيد , مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام بين الاستخدامات و الاشباعات مجلة البحوث و الدراسات الانسانية, المجلد 17 , العدد 2, جامعة جيجل الجزائر, السنة 2024, ص 89

- بناء مجتمعات رقمية و الانتماء الى مجموعات ذات اهتمامات مشتركة.
- تكوين صداقات جديدة و التواصل مع اشخاص من مختلف انحاء العالم.

2_ الاشباع العاطفي النفسي:

- الاحساس بالتقدير من خلال الاعجابات و التعليقات و التفاعل الايجابي.
- يمنح الانستغرام المساحة للشباب للتعبير عن انفسهم من خلل نشر الصور و الفيديوهات التي تعكس شخصياتهم و اسلوب حياتهم .
- يساعد في بناء هوية رقمية متسقة , خاصة المؤثرين و صناع المحتوى الذين يستخدمونه كوسيلة للعلامة الشخصية .

3_ الاشباع المعرفية و التعليمية:

- يستخدم كمنصة لمتابعة الاخبار والاحداث الجارية، سواء السياسية الاقتصادية، او الثقافية.
- يعتبر مصدرا مهما للحصول على المعلومات حول الموضة، الصحة، التغذية، والرياضة من خلال الصفحات المتخصصة.
- يتيح التعليم عبر الفيديوهات التعليمية والورشات المباشرة التي يقدمها الخبراء في مختلف المجالات.

4_ الاشباع الترفيهية:

- يوفر محتوى متنوع مثل الفيديوهات القصيرة ريل، الصور، القصص التي تساهم في التسلية.
- يتيح للمستخدمين متابعة المشاهير والمؤثرين والاطلاع على حياتهم اليومية، مما يخلق نوعا من الهروب من الواقع.
- يعتبر مصدرا للترفيه من خلل الفلاتر، التحديات، الميزات المنتشرة على المواقع.¹

5_ الاشباع المهنية والاقتصادية:

- التسويق الشخصي او التجاري وبناء علامة تجارية عبر المنصة.
 - تحقيق دخل من خلال الاعلانات و التعاون مع العلامات التجارية.
 - استكشاف فرص عمل جديدة او الترويج للمشاريع الخاصة.
- كل هذه الاشباع جعلت من الانستغرام اكثر المنصات استخداما بين الشباب.²

خامسا: التأثيرات الايجابية والسلبية للانستغرام على الشباب اولا: التأثيرات الايجابية

1-استخدام انظمة تصوير قديمة جديدة

استرجعت شبكة الانستغرام بعض انظمة التصوير خلال السنوات الماضية منها (palariod) بشكله المربع وإطاره الابيض وكذا (kodak) المنبثق عن نظام تصوير

¹ يوسف بلعباس، فاطمة مزارى، استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: الفيسبوك و انستغرام و اثرها على علاقات الشباب , مجلة السراج في التربية وفضايا المجتمع, مجلد6 (عدد2), غيليزان (الجزائر) , 2022, ص109

² المرجع نفسه , ص110

حققت مبيعات تصل الى 50 مليون نسخة كما تعتبر انستغرام مرحلة محورية في تطوير التصوير الرقمي و التصوير بصفة عامة.

2:فترة الصور واطافة نصوص وأشكال عليها

هذه الميزة زادت من إقبال المستخدمين على الموقع، إذ توفر عشرات الفلترات (الفلاتر)، مما يمكن المستخدم إضافة الفلتر المناسب لصورته وفق الألوان والظلال والإضاءة التي نعبه وتتنال إعجاب متابعيه بعدما كانت مسألة تعديل الصور أو إضافة عناصر تجميلية عليها حكرا على المحترفين وباستخدام برمجيات محددة و معقدة للكثير من الناس واليوم الامر متاح للجميع ولا يتطلب مهارات او معرفة مسبقة لطريقة الاستخدام¹.

3: السرعة والمرونة

عملت شبكة الانستغرام على تعزيز هاتين الخاصيتين مما منحها الايجابية والميزة عن وسائل التواصل الاجتماعي الاخرى، وذلك من خلال تقليص مدة تحميل الصور وإضافة التعديلات عليها في اقل من حقيقة، فضلا عن المرونة في التنقل بين خدمات الشبكة كتجريب عدة فلترات قبل الاختبار المناسب بكل سلاسة.

4:فرصة للهواة

سمحت شبكة الانستغرام ب بروز شريحة جديدة، من المشاهير تحت مسمى "مشاهير الانستغرام" يملكون حسابات يخضون بملايين المتابعين والمعجبين بمحتواهم الذي يقدمونه إذ يعتبرون ذوي اهتمامات وهوايات معينة غير معروفين تحولوا إلى نجوم مجتمع و مؤثرين يساهمون في بعض الحملات الإعلامية و يبدون آرائهم حول قضايا مختلفة، وهي فرصة لم تكن لتتحقق لولا بروز الفضاءات الرقمية وانستغرام على وجه الخصوص.

5:التشبيك الاجتماعي

يظهر من خلال التواصل والتفاعل الدائم بين مستخدمي الانستغرام بمتابعين عبر خدمة البث المباشر وتقاسم الفيديوهات والصور المأخوذة عبر انستغرام مع باقي الشبكات الأخرى مما يعزز الربط الشبكي ولا محدودية التواصل².

6:تسيير السمعة الرقمية

مكن انستغرام المؤسسات وحتى الاشخاص من التحكم في صورتهم الرقمية والعمل على تحسينها من خلال توظيف ما توفره هذه الشبكة من خدمات ترويجية وتسويقية فعالة كاستهداف الشرائح المناسبة واللجوء الى تقنيات التسويق الفيروسي الذي يعتمد حاليا وبشكل اساسي على شبكات التواصل الاح، حيث اصبحت هذه الشبكات هي نقطة وصل

¹ وداد سمشي، أمنة قجالي، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي موقع انستغرام نموذجا، مجلة بحوث ودراسات، المجلد 02، العدد 03، جامعة الجزائر، 2021، ص 104

² وداد سمشي، أمنة قجالي، المرجع السابق، ص 105

بين الزبائن والمؤسسات لمعرفة ما هو جديد والتحقق من مدى فاعلية منتوجاتها وخدماتها وذلك بالتواصل المباشر مع المؤسسة أو الاطلاع على تعليقات باقي المستخدمين.

7: منصة لإطلاق الحملات الإعلامية

انطلقت العديد من الحملات الإعلامية على مر السنين في منصة الانستغرام منها الحملات الانتخابية أو حملات المقاطعة لمنتوج أو علامة تجارية أيضا حملات التأييد والحشد الجماهيري كالمعلقة بالقضايا الانسانية أو ضحايا الكوارث الطبيعية و يعتبر الهاش تاق أبرز خاصية للانستغرام التي تزيد من انتشار الحملات بشكل واسع ومعرفة مدى نجاحها لاحقا.

8: الجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة

تعرض شبكة الانستغرام محتويات الصفحات على المستخدمين وفق اهتماماتهم وكلمات البحث الخاصة بهم مما يسهل عليهم إيجاد كل من يشاركونهم نفس التوجه، الاهتمام او الطموح مما يزيد من معدل بقائهم عبر الشبكة وإقبالهم عليها¹.

ثانيا: التأثيرات السلبية

بجانب الايجابيات الناتجة عن استخدام الشباب لمنصة الانستغرام ظهرت سلبيات عدة بعضها متعلق بالجانب القيمي الاخلاقي وبعضها يحمل أبعاد نفسية واجتماعية وحتى فكرية وذلك لكثرة الاقبال عليها وتوظيفها في العديد من مناحي الحياة وتذكر منها:

• تنامي النرجسية

المبدأ العام الذي تقوم عليه منصة الانستغرام هو جمع اكبر قدر ممكن من المعجبين والمتابعين الصور والمحتويات المعروضة من قبل المستخدمين فكلما عرض المستخدم دورا تحصل على الاعجابات والتعليق الايجابية والثناء عليه زاد شعوره بالتميز والغرور ودفعه ذلك الى رفض الانتقادات لأنه لا يحب الشعور بالنقص في قراراته ومظهره بشكل علم كاللباس وطريقة الكلام مما ينمي لديه الحقد والنرجسية.

• التقبل الرفض الافتراضي

اصبحت عدد الاعجابات ونسبة المشاهدة وعدد المتابعين مقاييس لمعرفة مدى تقبل المجتمع الافتراضي للمستخدم ومدى نجاحه في الحياة الافتراضية اذ نجده في سياق دائم لكسب إعجاب الآخرين وفي صراع دائم بين ما يريد تقديمه وما يتقبله الآخرون، فمشاعر الجماهير متغيرة وما يعجبهم اليوم لا يناسبهم غدا خاصة في ظل المنافسة وكثرة الصفحات والمحتويات والملفت للانتباه أن المنشورات والصور التي تحظى بتفاعل سلبي

¹ المرجع نفسه، ص106

من طرف الجماهير يؤدي بأصحابها الى الشعور بالفشل ونقص القدرة على كسب تقدير الآخرين مما يؤدي الى الرغبة في الانطواء كما يحدث في حالات التئمر¹.

• ازدواجية الهوية

صاحب الحساب على الانستغرام يعمل على بناء الشخصية وكيان خاص عبر الموقع الافتراضي عارضا لطموحاته وأفكاره ونمط حياته للجماهير إلا أن واقع هذا المستخدم غالبا ما يكون مخالفا تماما لما يقدمه على شبكة الانستغرام، هذا ما يسمى بازدواجية الهوية التي يقوم على الرغبة في الظهور بصورة ملفتة بإظهار تفاصيل حياة مثالية وعرض صور بطريقة تخفي كل العيوب مما يثير الإعجاب، او العكس يسعى صاحب الحساب لعرض حياة مأساوية مليئة بالمشاكل لإثارة شفقة وتعاطف الجماهير، منه يكمن القول أن مستخدمو الانستغرام يعيشون حياة ثانية مرسومة وفقا لأحلامهم وأهدافهم.

• انعدام الخصوصية

فتحت وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة بيوت المستخدمين واطلعت على اسرارهم وتفاصيلهم بعد أن كانت البيوت فضاءات عائلية خاصة فأصبحت المشكلات والنزاعات العائلية تعرض على المتابعين إضافة الى انتشارتهم في قضايا حياتية مصيرية احيانا مما جعل حياة نجوم الانستغرام ومستخدموه مشاعا ومن حق الجميع ابداء الرأي حولها.

• ثقافة السلفي السلبي

من خلال ثقافة السلفي اصبح مستخدمو الانستغرام لا يترددون في عرض صورهم اليومية المنفصلة لنشاطاتهم ومناسباتهم تبعا لنمط الانستغرام الذي يشجع على التقاط الصور وتقاسمها مع الآخرين، في المقابل نلاحظ أن الافراط في هذه المشاركات التفصيلية دون هدف واضح هو فعل سلبي ومضیعة وقت للجماهير ففي أغلب الأحيان لا يهتم معرفة ماذا فعل وماذا أكل المستخدم، وبالتالي فالمبالغة في عرض اليوميات بلا حدود يؤدي الى التفاهة والسطحية².

¹ محمد سالم دويل، ايجابيات وسلبيات الانستغرام، دار سعد للنشر والتوزيع، الأردن، ، 2022، ص 4

² محمد سالم دويل، المرجع السابق، ص 05

خلاصة الفصل:

في الاخير نستنتج أن التيك توك والانستغرام يحققان اشباعا لمستخدميها الشباب , وتختلف حسب طبيعة الاستخدام والأهداف الشخصية. فمن جهة يستخدم الشباب تيك توك بشكل أساسي للترفيه والتعبير عن الذات، بينما يستخدم الانستغرام أكثر بعرض الهوية الرقمية والتواصل الاجتماعي، كما تبين ان بعض الاشباع المتوقعة مثل التسلية أو الهروب من الواقع، تتحقق بدرجة كبيرة، إلا ان الاستخدام المفرط قد يؤدي الى تأثيرات سلبية، مثل الإدمان الرقمي أو القلق الاجتماعي.

الفصل الرابع:
الاطار المنهجي و التحليلي
للدراسة

تمهيد:

عد تناول الجوانب النظرية المتعلقة باستخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، ننتقل في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي من الدراسة، والذي يعتمد على تحليل البيانات الميدانية المستخرجة من الاستبيان الموجّه لعينة من الشباب. يهدف هذا الفصل إلى تقديم قراءة تحليلية وكمية للإجابات، بما يسمح بفهم أعمق لدوافع وأنماط استخدام هذه الوسائط، و الإشباعات المحققة منها. كما يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج كل محور من محاور الدراسة، مرفقة بتفسيرها ومناقشتها في ضوء الإطار النظري المعتمد.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مجالات الدراسة

1المجال المكاني:

يقصد بالمجال المكاني للدراسة، النطاق الجغرافي الذي أجريت فيه، وقد تمثل هذا المجال في جامعة قالمة "8 ماي 1945"، وبالتحديد في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بولاية قالمة، الواقعة في شرق الجزائر.

2المجال الزمني:

يتعلق المجال الزمني بالفترة الزمنية التي تمت خلالها الدراسة، لاسيما ما يخص الإجراءات الميدانية. وقد تم تحديد هذه الفترة من تاريخ 14 أبريل 2025، وهو موعد انطلاق

عملية توزيع الاستمارات بعد تعديلها من طرف الأستاذ المشرف، إلى غاية 25 أبريل 2025، تاريخ الانتهاء من جمع البيانات.

3 المجال البشري و (عينة الدراسة):

يقصد بالمجال البشري مجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة. وقد تمثل هذا المجتمع في طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. واعتمدت الدراسة على عينة قصدية مكونة من خمسين (50) طالباً وطالبة ممن يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي (الإنستغرام، التيك توك). وتُعرف العينة القصدية نوعاً من العينات غير الاحتمالية، يتم اختيارها بشكل متعمد من قبل الباحث وفق معايير محددة تخدم أهداف الدراسة

ثانياً: منهج الدراسة

يُقصد بالمنهج ذلك الطريق المنظم الذي يسلكه الباحث للوصول إلى الحقيقة، وذلك من خلال استخدام أساليب وتقنيات علمية تتناسب مع طبيعة الموضوع المدروس. كما يُعد المنهج الأسلوب الذي يعتمد عليه الباحث في دراسة المشكلة أو الظاهرة موضوع الدراسة، ويشمل مجموعة من الخطوات المنهجية لجمع البيانات وتحليلها .

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لموضوع البحث، إذ يسمح هذا المنهج بوصف الظاهرة المدروسة وتحليل أبعادها بشكل دقيق. ويُعتبر المنهج الوصفي التحليلي مناسباً لمثل هذه الدراسات التي تهدف إلى الكشف عن الدوافع وأنماط استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الإشباع التي يحققونها من خلالها. إن اختيارنا لهذا المنهج فرضته طبيعة الدراسة، التي تسعى إلى الإحاطة بمختلف الجوانب المرتبطة بعلاقة الشباب بهذه الوسائط، و بذلك تعتبر مناسبة لمثل هذه الدراسات.

ثالثاً: أداة جمع البيانات

تُعد أداة جمع البيانات الوسيلة التي يعتمد عليها الباحث لجمع المعلومات المرتبطة بموضوع دراسته. وتُختار الأداة المناسبة بناءً على طبيعة المنهج المُتبع في البحث، إذ يتوجب على الباحث انتقاء الوسيلة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة. وبالنظر إلى طبيعة دراستنا، فإن الأداة الأنسب هي الاستبيان.

-الاستبيان:

ويُعرف الاستبيان بأنه أداة لجمع البيانات تعتمد على مجموعة من الأسئلة المكتوبة تُقدّم للمبحوثين بغرض الحصول على معلومات تتعلق بأرائهم، سلوكياتهم، أو خصائصهم الاجتماعية. كما يُمكن تعريفه أيضاً بأنه وسيلة تُستخدم لجمع بيانات كمية أو نوعية من عدد كبير من الأفراد بطريقة موحدة ، من خلال أسئلة مغلقة أو مفتوحة تُعالج (تحلل) لاحقاً لتحقيق أهداف البحث.

وصف الاستبيان:

تم بناء الاستبيان المعتمد في هذه الدراسة على أساس تفكيك مفاهيم الموضوع المدروس وتحويلها إلى مؤشرات قابلة للقياس، وذلك بما يتوافق مع أهداف وتساؤلات البحث. وقد تم تصميمه وفق أربعة محاور أساسية:

المحور الأول:

كان عبارة عن بيانات الشخصية، تضمن 4 اسئلة (الجنس، السن، التخصص الجامعي، السنة الدراسية، مكان الإقامة)

المحور الثاني:

تمثل في دوافع استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي وتضمن 5 اسئلة

المحور الثالث:

تمثل في انماط استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي واشتمل هذا المحور على

10 اسئلة

المحور الرابع:

تمثل في الإشباع المحققة لدى الشباب من استخدام وسائط التواصل الاجتماعي واشتمل

على 10 اسئلة

المبحث الثاني: الإطار التحليلي للدراصة

أولا: عرض وتحليل البيانات:

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
-------	---------	--------

ذكر	21	41,3%
انثى	29	58,7%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) الذي يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس أن أغلب نسبة من أفراد العينة كانت لصالح الإناث بنسبة 58.7% مقابل 41.3% للذكور وهذا ما يفسر بكون الإناث أكثر تفاعلاً مع المنصات الرقمية مثل "تيك توك" و"أنستغرام". أما بخصوص الذكور فيلاحظ أن نسبتهم أقل مقارنة بالإناث وهو ما قد يفسر ضعف اهتمامهم النسبي بالمشاركة في البحوث الاجتماعية أو محدودية وقتهم، خصوصاً إذا ما تعلق الأمر للمواضيع يعتبرونها أقل أولوية لهم.

الجدول رقم 02 : يبين توزيع افراد العينة حسب متغير السن

الفئات	التكرار	النسبة
من 18 الى 24 سنة	44	88%
من 25 الى 31 سنة	5	10%
أكثر من 31 سنة	1	2%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) الذي يمثل افراد العينة حسب متغير السن ان اغلبية افراد العينة تتراوح اعمارهم بين 18 الى 24 سنة بنسبة 88% وتليها الفئة التي تتراوح اعمارهم بين 25 سنة الى 31 سنة بنسبة 10% وتليها كآخر فئة التي تبلغ اعمارهم اكثر من 31 سنة بنسبة 2%. وهذا راجع الى عوامل مثل نمط الحياة، الاهتمامات او حتى القدرات التقنية بمعنى ان الفئة العمرية من 18 الى 24 سنة هي الفئة الاكثر ارتباطا بالموضوع باعتبارها الفئة التي تتميز بقدرتها العالية على التكيف مع التكنولوجيات الحديثة وحبها لاكتشاف ما هو جديد اما الفئة العمرية من 25 الى 31 سنة قد يكون مرتبطين بتغير الاهتمامات والمسؤوليات (كالعمل، الزواج) اما الفئة التي تفوق 31 سنة ربما بسبب الفجوة الرقمية او اختلاف الاولويات.

الجدول (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
السنة اولى جامعي	16	32%
السنة ثانية جامعي	5	10%
السنة الثالثة جامعي	9	18%
ماستر 1	5	10%
ماستر 2	15	30%

المجموع	50	%100
---------	----	------

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي، نلاحظ أن النسبة الأكبر من الطلبة ينتمون إلى السنة الأولى جامعي بنسبة 32%، تليها فئة طلبة ماستر 2 بنسبة 30%، ثم طلبة السنة الثالثة بنسبة 18%، في حين كانت نسبتا طلبة السنة الثانية وماستر 1 متساويتين بـ 10% لكل منهما.

هذا راجع إلى كون فئة السنة الأولى تمثل عدد كبير من الطلبة الجدد الذين يكون لديهم فضول وحماس لاكتشاف البيئة الجامعية، ومن ضمنها التفاعل المكثف مع وسائط التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعرف على الآخرين وبناء علاقات اجتماعية جديدة. من جهة أخرى، نجد أن طلبة ماستر 2 يمثلون نسبة معتبرة أيضاً، وذلك راجع إلى اعتمادهم الكبير على هذه الوسائط في جوانب أكاديمية، كالبحت عن مراجع أو تبادل معلومات دراسية، وكذلك للتواصل المهني مع أساتذتهم أو زملائهم.

الجدول (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

مكان الإقامة	التكرارات	النسبة المئوية
حضري	25	60%
شبه حضري	14	28%
ريفي	11	22%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة أن أكبر نسبة من المبحوثين تقطن في المناطق الحضرية بنسبة بلغت 50%، تليها المناطق شبه الحضرية بنسبة 28%، بينما جاءت المناطق الريفية في المرتبة الأخيرة بنسبة 22% هذا راجع إلى أن البيئة الحضرية تلعب دوراً كبيراً في تسهيل وتكثيف استخدام هذه الوسائط. فالمناطق الحضرية تتوفر فيها البنية التحتية التكنولوجية بشكل أفضل، من تغطية قوية للإنترنت وتوفر أجهزة ذكية، مما يجعل الشباب أكثر انخراطاً وتفاعلاً مع المنصات الرقمية، خاصة تطبيقي تيك توك وإنستغرام.

في المقابل، نجد أن نسب الشباب المقيمين في المناطق شبه الحضرية والريفية أقل، وهو ما يمكن تفسيره بضعف البنية الرقمية أحياناً أو اختلاف الأولويات والدوافع في استخدام هذه الوسائط. وهذا ما يؤثر كذلك على درجة الإشباع المتحقق لديهم مقارنة بسكان المناطق الحضرية.

ثانياً: دوافع واستخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي

الجدول (05): يبين توزيع الأفراد حسب وسيلة التواصل الاجتماعي المستخدمة

النسبة المئوية	التكرارات	المنصة
46%	23	انستغرام
20%	10	تيك توك
16%	8	فيسبوك
8%	4	سناب شات
4%	2	يوتيوب
4%	2	تويتر
2%	1	تيليجرام
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (5) الذي يمثل افراد العينة حسب المنصة الأكثر استخداما ان منصة الانستغرام تحتل الصدارة بنسبة 46% تليها منصة تيك توك بنسبة 20% اما منصة الفيسبوك احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 16% في حين نجد منصة سناب شات بنسبة 8% واما المنصات الاخرى (يوتيوب، تيليغرام، تويتر) نسب صغيرة جدا، تمثل الباقي من الاجابات كل واحدة اقل من 5%. وهذا راجع الى انا الانستغرام سهل الاستخدام وتصميمه الجذاب والاعتماد عليه في مشاركة الصور والقصص اليومية وله شعبية واسعة لدى الشباب لمتابعة المشاهير والمؤثرين وتركيزه على المحتوى البصري اكثر من النصوص واما التيك توك فهو يتميز بالخصوصية العالية والسرعة، وتزايد اهتمام المستخدمين بالمحتوى السريع والترفيهي التي تتيح هذه المنصة ومشاركة الفيديوهات القصيرة وسهولة الانتشار هذا ما يجذب فئة واسعة من الشباب الباحثين عن الترفيه وكسر الروتين، بالنسبة لمنصة الفيسبوك معظم الشباب لا يفضلون هذه المنصة مقارنة بالوسائط الاخرى وهذا راجع الى قدم المنصة فهو يعتبر قديم قليلا وقلة الترفيه عكس الفيسبوك التي اصبح يميل اكثر للمنشورات المكتوبة او الاخبار وبالنسبة لسناب شات راجع الى ميزة القصص السريعة والفلاتر الترفيحية واستخدامه اللحظات العابرة مع الاصدقاء.

اما باقي المنصات (يوتيوب، تويتر، تيليغرام) لم يسجلوا الا نسب ضعيفة جدا وهذا راجع ربما لا تستخدم بشكل يومي او دائم من قبل المستخدمين و محتواها يتطلب وقتا اطول واقل جذبا وانتشارها اقل في بعض الفئات العمرية او الثقافية.

الجدول (06) : يبين اجابات العينة عن الوقت الذي يقضونه على التطبيق

النسبة المئوية	التكرارات	المدة الزمنية
56%	28	أكثر من 3 ساعات
34%	17	من ساعة الى 3 ساعات
10%	5	أقل من ساعة
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب عدد الساعات اليومية المستغرقة في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ان غالبية افراد العينة يقضون وقتا طويلا في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي، حيث ان نسبة 56% من الشباب يستغرقون اكثر من 3 ساعات يوميا في المقابل نجد ان نسبة 34% من الشباب يستخدمون هذه الوسائط بمعدل يتراوح بين 1 الى 3 ساعات يوميا، اما الفئة التي تستخدم وسائط التواصل لاقل من ساعة يوميا فقد مثلت فقط 10% من العينة و هذا راجع الى ان الذين يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي اكثر من 3 ساعات انهم يعتمدون عليها في مختلف مجالات الحياة اليومية، سواء للتواصل، الترفيه، متابعة الاخبار او حتى الدراسة والعمل ووسيلة لإشباع حاجات الشباب الاجتماعية والنفسية واما الذين يستخدمون من 1 الى 3 ساعات اي محاولة الموازنة بين الحياة الرقمية والحقيقية واستخدام الوسائط في اوقات محددة فقط مثل المساء او وقت الراحة، بينما نجد الذين يستخدمون لأقل من ساعة يوميا ربما لأسباب تتعلق بالتحكم الذاتي او بتفضيل أنشطة اخرى اكثر انتاجية والانشغال بالدراسة او العمل او أنشطة خارجية او قلة الاعتماد بالمحتوى الرقمي، ووعي عالي بأضرار الإفراط في استخدام وسائط التواصل.

الجدول(07): يبين الدافع الرئيسي لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي

الدافع	التكرارات	النسبة المئوية
الهروب من العزلة	20	40%
مشاركة الافكار و الاراء	12	24%
تكوين علاقات جديدة	9	18%
التعلم	4	8%
الحفاظ على العلاقات	2	4%
العمل	2	4%
الترفيه	1	2%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (7) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب الدافع الرئيسي لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي ان الدافع الاكثر حضورا لدى افراد العينة هو الهروب من العزلة بنسبة 40% ثم يليها مشاركة الافكار والآراء بنسبة 24% بينما كانت نسبة تكوين علاقات جديدة 18% في حين تذهب فئة الاستخدام بدافع التعليم بنسبة 8% اما الدافع الحفاظ على العلاقات الاجتماعية بنسبة 4% بالمقابل نجد العمل 4% والترفيه 2% و هذا راجع الى رغبة التخفيف من الضغوطات اليومية و الهروب من مشكلات شخصية او مهنية وكذلك التعبير عن الذات ومشاركة المعتقدات والاهتمامات خاصة بين الشباب والمتقنين ونجد بعضهم يستخدمون الوسائط من اجل توسيع دائرة معارفهم ، خصوصا في ظل انفتاح المجتمعات رقميا وسهولة التواصل مع الغرباء والبعض الآخر من اجل التعليم عن طريق المحتوى الرقمي و زيادة الوعي عن طريق الدورات والمحتوى المفيد والقليل منهم من اجل الحفاظ على العلاقات الاجتماعية والعمل والترفيه بهدف

الحفاظ على الروابط العائلية او الصداقات عبر الرسائل خصوصا ان كانوا يعيشون بعيدا عن احبائهم وكذلك لأغراض مهنية مثل التسويق او الترويج لأعمال.
الجدول(08): يبين إجابات أفراد العينة حسب مقارنة أنفسهم بالآخرين

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
أبدا	35	70%
أحيانا	15	30%
دائما	0	0%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب مقارنة الشباب انفسهم بالآخرين بناء على ما ينشرونه في وسائط التواصل الاجتماعي ن غالبية الشباب صرحوا بأنهم لا يقارنون انفسهم بالآخرين بناء على ما ينشرونه في وسائط التواصل الاجتماعي و بنسبة 70% وفي المقابل اشار 30% من الشباب انهم احيانا يقارنون انفسهم بالآخرين بناء على ما ينشرونه في وسائط التواصل الاجتماعي اما بنسبة لخانة دائما لم يتم تسجيل أي نسبة (0%) وهذا راجع الى زيادة الوعي للفئة الذين لا يقارنون انفسهم بالآخرين و هذا ما يجعلهم اكثر قدرة على التمييز بين الواقع وبين ما ينشر لأغراض التجميل او التسويق الذاتي ولا يسمحون للمقارنات الافتراضية بالتأثير على تصوراتهم الذاتية او على رضاهم عن حياتهم الواقعية واما الفئة التي لا تزال تتأثر ولو بشكل منقطع بما يعرض عبر وسائط التواصل الاجتماعي والذي قد بخلق نوعا من الضغط والإحساس بالنقص لدى بعض الافراد.

الجدول (09): يبين إجابات أفراد العينة حول التعرض لمواقف غير مريحة مثل التنمر الالكتروني او المضايقات على وسائط التواصل الاجتماعي

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
أبدا	42	84%
أحيانا	7	14%
دائما	1	2%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب التعرض لمواقف غير مريحة مثل التنمر الالكتروني او المضايقات على وسائط التواصل الاجتماعي ان الغالبية من

الشباب بنسبة 84% صرحوا بأنهم لم يتعرضوا ابدا لمواقف غير مريحة مثل التنمر الالكتروني او المضايقات على وسائل التواصل الاجتماعي وفي المقابل 14% من افراد العينة صرحوا بأنهم احيانا يتعرضون لمثل هذه المواقف اما نسبة من أشاروا الى انهم دائما يتعرضون لهذه المواقف فلم يتجاوز 2% وهذا راجع الى ان رغم الانتشار الواسع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلا أن اغلب المستخدمين ضمن هذه العينة يتمكنون من تجنب الوقوع في التجارب الرقمية السلبية وذلك بسبب وعيهم والرقابة الذاتية على حساباتهم و محتوياتهم.

ثالثا: أنماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي
الجدول (10): يبين اوقات استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي

التكرارات	التكرارات	النسبة المئوية
3	3	6%
2	2	4%
24	24	48%
21	21	42%
50	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب توزيع اوقات استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي ان غالبية الشباب يستخدمون هذه الوسائل في المساء بنسبة 48% ، يليها مباشرة الذين يستخدمون طوال اليوم بنسبة 42% في المقابل تنخفض نسبة الاستخدام في الصباح الى 6% وفي الظهر الى 4%، وهذا راجع الى ان الفترة المسائية تمثل الوقت المفضل للشباب للتفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي، ربما بسبب تفرغهم من الالتزامات الدراسية او العمل في حين ان الاستخدام طوال اليوم عند نسبة معتبرة قد يعكس ارتباطا كبيرا هذه الوسائل ودورها في حياتهم اليومية.

الجدول (11): يبين عدد مرات تفقد الشباب لحساباتهم في وسائل التواصل الاجتماعي خلال اليوم

عدد مرات التفقد في اليوم	التكرارات	النسبة المئوية
مرة واحد	6	12.2%
مرتين	8	16%

الفصل الرابع: للدراسة

الاطار المنهجي والتحليلي

3 فأكثر	36	71.4%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب عدد مرات تفقد الشباب لحساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي ان :
أغلب الشباب يتفقدون حساباتهم في وسائط التواصل الاجتماعي أكثر من مرتين في اليوم بنسبة 71,4%، بينما نجد أن 12,2% فقط يتفقدونها مرة واحدة في اليوم، في حين أن 16% يتفقدون حساباتهم مرتين.

وهذا راجع الى الاعتماد الكبير على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والأخبار. والحاجة المستمرة للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومتابعة كل جديد والتأثر بالمحتوى التفاعلي والاتجاهات المنتشرة خاصة عبر منصات مثل TikTok و Instagram فطبيعة الحياة الرقمية الحالية تجعل الفرد يشعر بالحاجة للبقاء متصلاً بشكل دائم بالعالم الافتراضي.

الجدول (12): يبين مدة استخدام افراد العينة لوسائط وتطبيقات التواصل الاجتماعي

مدة الاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من سنة	1	2.08%
من سنة الى سنتين	3	6.25%
أكثر من سنتين	46	91.7%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) الذي يبين توزيع مدة استخدام افراد العينة لوسائط وتطبيقات التواصل الاجتماعي أن الغالبية من الشباب يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين بنسبة 91,7% في حين ان نسبة ضئيلة فقط منهم يستخدمونها منذ مدة تتراوح بين سنة و سنتين 6,25% وأقلية صغيرة جدا لا تتجاوز 2,08% صرحوا في استخدامها منذ أقل من سنة وهذا راجع الى ان اغلبية الشباب يمتلكون خبرة معتبرة في التعامل مع وسائط التواصل الاجتماعي، تغيير انماط التعلم لدى الجيل الجديد الذي يفضل البيئة التفاعلية والرقمية على الطرق التقليدية مما جعل وسائط التواصل الاجتماعي مجالا مناسباً للدعم التعليمي والتحفيز.

الجدول(13) : يبين طريقة استخدام افراد العينة لوسائط التواصل الاجتماعي

طريقة الاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية
بمفردهم	31	62
مع الاصدقاء	13	26
مع أفراد الاسرة	6	12
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(13) الذي يبين توزيع طريقة استخدام افراد العينة لوسائط التواصل الاجتماعي أن أغلبية الشباب بنسبة (62%) يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي بمفردهم، بينما 26% يستخدمونها مع الأصدقاء، و12% فقط مع افراد الاسرة هذا راجع إلى أن وسائط التواصل الاجتماعي أصبحت بالنسبة لمعظم الشباب وسيلة خاصة للتواصل مع العالم الخارجي، وللترفيه، والمتابعة اليومية للمستجدات، بعيدا عن رقابة الأسرة أو ضغط الجماعة. كذلك، قد يكون سبب هذا الاستعمال الفردي هو طبيعة المنصات التي تشجع على التفاعل الفردي مع المحتوى مثل تيك توك وإنستغرام، أكثر من التفاعل الجماعي.

الجدول(14): يبين اماكن استخدام افراد العينة لوسائط التواصل الاجتماعي

مكان الاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية
المنزل	33	66%
الإقامة الجامعية	14	28%
مقهى الانترنت	1	2%
الجامعة	1	2%
مكان العمل	1	2%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب اماكن استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي أن أغلبية المشاركين في الدراسة يفضلون استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في المنزل، حيث بلغت نسبتهم 66%، وهي نسبة مرتفعة يليها الإقامة الجامعية بنسبة 28%. أما باقي الأماكن مثل مقهى الإنترنت 2%، الجامعة، 2% والعمل 2% اي سجلوا نسباً ضعيفة جداً

هذا راجع إلى عدة عوامل، من أبرزها سهولة الوصول إلى الإنترنت في المنزل مقارنة بالأماكن الأخرى، إضافة إلى الشعور بالراحة والحرية في الاستخدام داخل الفضاء المنزلي، مما يعزز من

فرص قضاء وقت أطول على هذه الوسائل، كما أن توفر الإنترنت في الإقامة الجامعية يتيح للطلبة فرصة استخدامها دون الحاجة إلى الانتقال إلى أماكن أخرى.

الجدول(15): يبين اللغة المعتمدة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب

النسبة المئوية	التكرارات	اللغة المعتمدة
44%	22	اللغة العربية
30%	15	اللغة الفرنسية
26%	13	اللغة الانجليزية
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب اللغة المعتمدة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب أن اللغة الأكثر اعتماداً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة 44%، تليها اللغة الفرنسية بنسبة 30%، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة 26%.

هذا راجع إلى أن الشباب غالباً ما يختارون اللغة حسب سياق الاستخدام؛ فاللغة العربية تستعمل أكثر للتواصل الشخصي والمحتوى المحلي، بينما الفرنسية والإنجليزية تُستخدمان لمتابعة محتوى عالمي أو أكاديمي أو فني. كما أن المستوى التعليمي والتعرض للغات الأجنبية في المدارس والجامعات له دور في هذا التوزيع.

الجدول(16): يبين نوع المحتوى الذي يتابعه افراد العينة

النسبة المئوية	التكرارات	نوع المحتوى
48%	24	ترفيهي
24%	12	رياضي
18%	9	ثقافي
6%	3	ديني
2%	1	تجاري
2%	1	موسيقي
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) الذي يبين توزيع افراد العينة حسب نوع المحتوى الذي يتابعه الشباب أن أغلبية أفراد العينة، بنسبة 48%، يتابعون محتوى من نوع ترفيهي، يليه المحتوى الرياضي بنسبة 24%، ثم المحتوى الثقافي بنسبة 18%، في حين أن المحتوى الديني لم يتعد 6%. أما المحتويات التجارية والموسيقية فقد حصلت على نسب ضعيفة جداً 2% لكل منهما، وهذا راجع

إلى طبيعة اهتمام المستخدمين بوسائل التواصل الاجتماعي، حيث يغلب الطابع الترفيهي على استخدامها، ما يعكس أن المنصات الرقمية بالنسبة للكثيرين أصبحت وسيلة للهروب من الضغوط اليومية أو الدراسية، وليس بالضرورة وسيلة للتثقيف أو التفاعل الجاد.

الجدول(17): يبين عدد المنصات الرقمية المستخدمة يومياً من قبل الشباب

عدد المنصات المستخدمة يومياً	التكرارات	النسبة المئوية
منصة واحدة	8	6%
منصتان	16	32%
3 منصات فأكثر	26	52%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب عدد المنصات التي يستخدمها الشباب يومياً أن أغلبية الشباب يستخدمون ثلاث منصات أو أكثر يومياً بنسبة 52% تليها 32% من الشباب يستخدمون منصتين، بينما فقط 16% يقتصرون على منصة واحدة يومياً، هذا راجع إلى التطور الكبير في تقنيات الاتصال الرقمي، وكذا الرغبة المتزايدة لدى الشباب في التفاعل والمشاركة في أكثر من فضاء تواصل. بالإضافة إلى ذلك، فإن كل منصة تقدم محتوى وخدمات مختلفة، ما يجعل المستخدمين يشعرون بالحاجة للتواجد في أكثر من واحدة لتلبية حاجاتهم المتنوعة، سواء كانت ترفيهية، معلوماتية أو اجتماعية. كما أن الضغط الاجتماعي والرغبة في البقاء على اطلاع يعزز من هذا الاستخدام المتعدد

رابعاً: الاشباعات المحققة لدى الشباب من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الجدول(18): مدى متابعة الشباب للمؤثرين وصفحات التواصل الاجتماعي

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائماً	26	52%
أحياناً	24	48%
لا	0	%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول، رقم (18) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب مدى متابعة الشباب للمؤثرين وصفحات التواصل الاجتماعي ان 52% من الشباب أكدوا أنهم يتابعون صفحات أو مؤثرين بشكل دائم، بينما 48% منهم أشاروا إلى أنهم يتابعونهم أحياناً، في حين لم يسجل أي شخص نسبة عدم متابعة (0%).

هذا راجع إلى أن استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي يتميز بالتنوع والانتقائية، حيث يختارون متى ومن يتابعون حسب اهتماماتهم المتغيرة، دون الالتزام بمتابعة دائمة لمؤثر أو صفحة

معينة، وهو ما ينسجم مع طبيعة الاستعمالات الحديثة المبنية على الإشباع اللحظي والحاجة الآنية للمحتوى .

الجدول(19): يبين اعتماد الشباب على وسائط التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث الجارية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	26	52%
أحيانا	9	18%
لا يعتمدون عليها	15	30%
المجموع	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب اعتماد الشباب على وسائط التواصل الاجتماعي لمتابعة الاحداث الجارية أن 52% من الشباب يعتمدون على وسائط التواصل الاجتماعي للبقاء على اطلاع على الأحداث الجارية بشكل دائم، بينما 18% يعتمدون عليها أحياناً، في حين أن 30% لا يعتمدون عليها هذا راجع إلى: _ سهولة الوصول للمعلومة وسرعة انتشار الأخبار عبر هذه الوسائط.

_ التفاعل المباشر مع الأخبار من خلال التعليقات والمشاركة، مما يجعل المتلقي يشعر بالمشاركة الفعلية

_ الطابع الترفيهي وال جذاب لهذه المنصات، حيث يتم تقديم الأخبار بشكل مبسط وسريع يناسب طبيعة الشباب وقلة الثقة أو الملل من وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والتلفزيون، مقارنة بالوسائط الرقمية.

الجدول(20): يبين شعور الشباب بإدماهم على وسائط التواصل الاجتماعي

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	17	34%
نوعا ما	28	56%
لا	5	10%
المجموع	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب شعور الشباب بإدماهم على وسائط التواصل الاجتماعي أن أغلبية المبحوثين يشعرون بأن استخدامهم لوسائط التواصل الاجتماعي أصبح عادة أو نوعاً من الإدمان، حيث أجاب 56% بـ "نوعاً ما"، في حين صرّح 34% بـ "نعم"، بينما نجد فقط 10% أجابوا بـ "لا"

هذا راجع إلى كون وسائط التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب اليومية، سواء للتسلية أو التواصل أو متابعة الأخبار، كما أن تصميم هذه المنصات يجعل المستخدمين يقضون وقتاً طويلاً دون شعور، ما يؤدي إلى الإدمان أو الاعتياد عليها بشكل يصعب التخلي عنه. كذلك، الحاجة المستمرة للتفاعل والمشاركة والاطلاع على المستجدات.

الجدول(21): يبين توزيع الافراد حسب شعورهم بالراحة النفسية بعد استخدام وسائط التواصل الاجتماعي

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	6	12.2%
أحيانا	33	65.3%
لا	11	22.4%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أذني يمثل شعور بالراحة النفسية بعد استخدام وسائط التواصل الاجتماعي أن نسبة كبيرة من المشاركين، بلغت 65,3%، صرّحوا بأنهم أحيانا يشعرون بالراحة النفسية بعد تصفح وسائط التواصل الاجتماعي، بينما 22,4% لا يشعرون بالراحة، و12,2% فقط يشعرون بها بشكل دائم.

هذا راجع الى ان التأثير النفسي لوسائط التواصل الاجتماعي ليس دائما إيجابيا أو مستقرًا، بل يتغير حسب طبيعة الاستخدام والمحتوى المعروض. كما أن الغالبية يعيشون تجربة متذبذبة، ما يشير إلى أن الراحة النفسية لا تُعتبر من الإشباعات الأساسية المتحققة لدى معظم المستخدمين و المحتوى الموجود على هذه المنصات يتنوع بين ما هو ترفيهي ومفيد، وبين ما هو مثير للقلق أو يسبب المقارنة الاجتماعية والضغط النفسي. كما أن التفاعل المستمر والارتباط بالمحتوى قد يؤدي إلى حالات من الإرهاق الرقمي أو تقلبات المزاج.

الجدول (22): يبين مدى استفادة الشباب من وسائط التواصل الاجتماعي

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم يستفيدون	30	60
لا يستفيدون	4	8
أحيانا	16	32
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب استفادة الشباب من وسائط التواصل الاجتماعي أن غالبية الشباب (60%) يستفيدون من وسائط التواصل الاجتماعي، بينما نسبة قليلة فقط (8%) لا تستفيد منها، ويعبر 32% عن استفادتهم منها أحيانا وهذا راجع إلى عدة أسباب محتملة، منها:

الانتشار الواسع لوسائط التواصل الاجتماعي وسهولة استخدامها.

اعتماد كثير من الشباب على هذه الوسائط في التواصل، التعلم، التسويق، ومتابعة الأخبار.
زيادة الوعي الرقمي لدى المستخدمين وفهمهم لكيفية استغلال هذه الوسائط بشكل مفيد.
إمكانية الاستفادة منها في الترفيه، تبادل الخبرات، وتطوير المهارات

الجدول(23): يبين إجابات العينة حول مدى تحصلهم على نفس الاشباع من جميع المنصات

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	4	8.2
أحياناً	20	40.8
لا	26	51
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(23) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب تحصل الشباب على نفس الاشباع من جميع المنصات أن غالبية المشاركين (51%) لا يتحصلون على نفس الإشباع من جميع منصات التواصل الاجتماعي، بينما عبّر 40.8% منهم عن شعورهم بالإشباع أحياناً، و فقط نسبة ضئيلة (8.2%) يرون أنهم يتحصلون على نفس الإشباع من مختلف المنصات. وهذا راجع إلى عدة عوامل محتملة، منها:

-اختلاف طبيعة المحتوى والخدمات المقدمة في كل منصة (مثلاً: إنستغرام للصور، تويتر للأخبار، فيسبوك للتواصل العام)

-اختلاف اهتمامات المستخدمين وتوجهاتهم حسب المنصة.

-تنوع التفاعل وجودة المحتوى الذي يتلقاه المستخدم في كل منصة.

-وجود فروقات في التصميم، الراحة في الاستخدام، وسرعة الوصول للمعلومات المطلوبة

الجدول(24): يبين أكثر الاشباعات المتحققة من التيك توك:

نوع المحتوى الذي يمنحه التيك توك	التكرارات	النسبة المئوية
معلومات جديدة	17	34
الضحك و الترفيه	14	28
تمضية الوقت	12	24
تحفيز و الهام	3	6
علاقات	3	6
ثقافة	1	2
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب تيك توك يمنح للشباب اكثر: أن أغلبية المستخدمين يرون أن "تيك توك" يقدم لهم محتوى معرفي، حيث جاءت "معلومات جديدة" في المرتبة الأولى بنسبة 34%، في المرتبة الثانية، نجد "الضحك والترفيه"

بنسبة 28%، ثم تأتي "تمضية الوقت" بنسبة 24%، أما الفئات الأقل تمثيلاً فتمثلت في: تحفيز وإلهام" بنسبة 6% وعلاقات" أيضاً بنسبة 6% "ثقافة" بنسبة ضعيفة جداً وهي 2%، هذا راجع إلى: طبيعة المنصة نفسها، التي تقوم على فيديوهات قصيرة وسريعة، ما يجعلها أكثر جذباً للمحتوى الترفيهي أو المعلومة السهلة والسريعة. كما أن خوارزميات تيك توك تُظهر للمستخدم ما ينسجم مع تفاعلاته السابقة، مما يعزز ظهور نوع معين من المحتوى على حساب آخر. وبالتالي، فإن المستخدمين أنفسهم يوجهون طبيعة المحتوى الذي يظهر لهم

الجدول(25): يبين أكثر الاشباعات المتحققة من إنستغرام:

الاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية
اكتشاف الموضة و الجمال	16	32
التواصل مع الاصدقاء	15	30
نشر الصور و التعبير عن الذات	13	26
متابعة المشاهير	5	10
الترفيه	1	2
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب الانستغرام يمنح للشباب اكثر أن الاستخدام الأكبر لمنصة إنستغرام يتمثل في اكتشاف الموضة والجمال بنسبة 32%، يلي ذلك التواصل مع الأصدقاء بنسبة 30%، أما نشر الصور والتعبير عن الذات فقد حاز على 26%، بينما تأتي متابعة المشاهير في المرتبة الرابعة بنسبة 10%، وأخيراً، فإن الترفيه سجل أقل نسبة 2%

هذا راجع إلى أن إنستغرام يعتمد بدرجة كبيرة على المحتوى البصري القصير والموجه، ما يجعله مثاليًا لعرض الصور المتعلقة بالموضة والجمال والتعبير عن الذات، أكثر من كونه منصة ترفيهية أو إخبارية. وبالتالي، فإن سلوك المستخدمين يتماشى مع البنية التصميمية والتفاعلية للمنصة.

الجدول(26): يبين دوافع العودة المتكررة الى المنصة الرقمية لدى الشباب

دافع العودة للمنصة	التكرار	النسبة المئوية
العادة	19	38.8
الملل	9	18.4
التفاعل	8	10
اخرى تذكر	17	32.8
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) لذي يمثل توزيع افراد العينة حسب العودة الى المنصة عدة مرات في اليوم ، أن أغلب أفراد العينة صرّحوا بأنهم يعودون إليها بدافع العادة بنسبة %38.8، تليها فئة "أخرى تُذكر" بنسبة %32.8، في المرتبة الثالثة جاء دافع الملل بنسبة %18.4، أما التفاعل فقد احتل المرتبة الأخيرة بنسبة %10 فقط.

هذا راجع إلى أن استعمال المنصات الرقمية، خاصة تطبيقات مثل تيك توك وإنستغرام، أصبح يشكل جزءاً من الروتين اليومي لدى فئة كبيرة من الشباب، إذ يُلاحظ أن العودة المتكررة لا تكون دائماً بدافع الحاجة، بل نتيجة التعلق بالعادات الرقمية المتكررة. كما أن طبيعة المحتوى المتجدد والخوارزميات الجاذبة تساهم في تعزيز هذا السلوك، مما يجعل الاستخدام يتحول إلى عادة تلقائية يصعب الاستغناء عنها من جهة أخرى، ارتفاع نسبة دوافع "أخرى" يعكس وجود عوامل متنوعة قد تكون مرتبطة بالهروب من الواقع، أو البحث عن الترفيه، أو حتى مراقبة الآخرين، وهي كلها جوانب تدعم فرضية أن الشباب يسعون إلى إشباعات نفسية واجتماعية من خلال استخدامهم لهذه الوسائط.

الجدول(27) :يبين إجابات العينة حسب شعورهم بالرضا الشخصي عند استخدامهم لوسائط التواصل الاجتماعي

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
يشعرون بالرضا دائما	9	18.4
لا يشعرون بالرضا	19	38.8
يشعرون بالرضا أحيانا	22	42.9
المجموع	50	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(27) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب هل يحس الشباب بالرضا الشخصي عند استخدامهم لوسائط التواصل الاجتماعي أن نسبة ضئيلة من الشباب يشعرون برضا دائم عند استخدامهم للوسائط الرقمية، حيث صرّح %18.4 فقط بأنهم يحسون بالرضا الشخصي فعلاً. في المقابل %38.8 عدم رضاهم، بينما كانت النسبة الأكبر نسبياً هي %42.9 ممن أجابوا بـ"أحياناً"

هذا راجع إلى أن الأفراد يستخدمون الوسائط بهدف تلبية حاجات معينة (معرفية، ترفيهية، اجتماعية). وبما أن جزءاً كبيراً من المستجيبين لم يحققوا رضا دائم، فإن هذا قد يدل على أن الوسائط الحالية لا تستجيب بشكل فعال لتلك الحاجات أو أن طريقة الاستخدام لا تضمن دائماً الوصول إلى الإشباع المرغوب.

الجدول(28):يبين إجابات العينة حول مدى تغيير المنصة بحثاً على الإشباع

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم يغيرون	22	43.8%
لا يغيرون	14	27.1%
احيانا	14	29.2%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب تغير المنصة حسب نوع الاشباع أن نسبة 43,8% من الشباب يُقرّون بأنهم يغيرون المنصة حسب نوع الإشباع الذي يبحثون عنه، وهي النسبة الأكبر، بينما صرّح 27,1% أنهم لا يغيرون المنصة، ما قد يعني أنهم يكتفون بمنصة واحدة في حين أن 29,2% يغيرونها أحياناً فقط. هذا راجع إلى أن الشباب أصبحوا أكثر قدرة على التمييز بين محتويات المنصات الرقمية، فكل منصة باتت تؤدي وظيفة مختلفة بالنسبة لهم. وهذا يتماشى مع نظرية الاستخدامات و الإشباع التي ترى أن الأفراد يختارون الوسيلة الإعلامية حسب ما يشبع حاجاتهم الخاصة (مثل الترفيه، التعلم، الهروب من الواقع).

الجدول(29): يبين أسباب اختلاف الإشباع المتحققة من استخدام نفس وسائط التواصل الاجتماعي

السبب	التكرارات	النسبة المئوية
اختلاف الاهداف	30	60%
اختلاف الشخصية	16	32%

اختلاف مدة الاستخدام	4	8%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب اسباب اختلاف الاشباعات المحققة من استخدام نفس وسائط التواصل الاجتماعي أن أغلبية الشباب بنسبة 60%، يرجعون اختلاف الإشباعات بين الأفراد إلى اختلاف الأهداف، في المقابل، نجد أن 32% من الشباب يعزرون هذا الاختلاف إلى اختلاف الشخصية، . أما اختلاف مدة الاستخدام فلم يحظ إلا بنسبة 8%. هذا راجع إلى أن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي يخضع لعوامل متعددة تتفاوت من فرد لآخر، أهمها الأهداف الخاصة التي يسعى كل شخص لتحقيقها من خلال هذه المنصات، سواء كانت ترفيهية، تواصلية، أو معرفية. كما أن الشخصية تلعب دوراً في كيفية التفاعل مع المحتوى ودرجة التأثير به. بينما تبقى مدة الاستخدام أقل تأثيراً.

- نتائج الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع وأنماط استخدام الشباب لتطبيقات تيك توك وإنستغرام، إلى جانب الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام. وبعد تحليل بيانات الاستبيان، تم التوصل إلى النتائج التالية:

-النتائج المتعلقة بالمحور الأول:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن الإناث أكثر ميلاً لاستخدام هذه التطبيقات، ويُعزى ذلك إلى رغبتهم في التعبير عن الذات ومشاركة تفاصيل الحياة اليومية. في المقابل، تقل نسبة استخدام الذكور نتيجة انخفاض اهتمامهم بهذه المواضيع واعتبارها أقل أولوية..

- تُظهر البيانات أن 88% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 سنة، ما يعكس أن هذه الفئة هي الأكثر استخداماً لوسائط التواصل الاجتماعي مقارنة بالفئات الأكبر سناً، التي سجلت نسبة أقل نتيجة تغير الاهتمامات، ضيق الوقت أو الفجوة الرقمية.

- أبرزت النتائج أن طلبة ماستر 2 شكلوا نسبة 30% من العينة، يليهم طلبة السنة الأولى جامعي بنسبة 32%، وهو ما يدل على أن الاهتمام باستخدام هذه الوسائط لا يقتصر على فئة دراسية معينة، بل يشمل مختلف المستويات الجامعية.

- أظهرت النتائج أن 50% من العينة يقيمون في مناطق حضرية، بينما سجلت المناطق شبه الحضرية 28% والريفية 22%، مما يعكس تفاوت استخدام وسائط التواصل حسب توفر البنية التحتية الرقمية وسهولة الوصول إلى الإنترنت.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالمحور الثاني

-تشير المعطيات إلى أن تطبيق إنستغرام يُعد المنصة الأكثر استخداماً من طرف الشباب بنسبة 46%، ويُفسّر ذلك بسهولة استخدامه واحتوائه على محتوى مرئي وترفيهي يجذب الشباب أكثر من باقي المنصات.

-أظهرت النتائج أن 56% من الشباب يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً على وسائط التواصل الاجتماعي، في حين أن 34% يستخدمونها بين ساعة إلى ثلاث ساعات، أما 10% فقط فيقضون أقل من ساعة، وهذا يُظهر الانتشار الكبير لهذه الوسائط في حياتهم اليومية.

-أبرزت الدراصة أن الدافع الرئيسي لاستخدام وسائط التواصل الاجتماعي هو الهروب من العزلة بنسبة 40%، يليه الرغبة في مشاركة الأفكار والآراء بنسبة 24%، ثم تكوين علاقات جديدة بنسبة 18%، مما يدل على الطابع الاجتماعي والنفسي لاستخدام هذه المنصات

-أفاد 70% من الشباب أنهم لا يقارنون أنفسهم بالآخرين على المنصات الرقمية، وهو ما يعكس مستوى من الوعي والتفريق بين الواقع والمحتوى المصطنع المنتشر على هذه الوسائط.

-تبين أن 84% من الشباب لم يتعرضوا لمواقف تنمر أو مضايقات إلكترونية، مما يدل على وجود وعي كبير بالمخاطر الرقمية وممارسة للرقابة الذاتية أثناء التفاعل عبر هذه الوسائط.

نتائج المتعلقة بالمحور الثالث

-تُظهر البيانات المتعلقة باستخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي عدة اتجاهات هامة كما هو مبين في الجداول من 10 إلى 22

- يُلاحظ أن 48% من الشباب يستخدمون الوسائط في المساء، بينما 42% يستخدمونها طوال اليوم، و6% فقط في الصباح، و4% في الظهر. ويُفسر تفضيل المساء إلى الفراغ الذي يتوفر بعد انتهاء ساعات العمل أو الدراصة.

- يتفقد 70% من الشباب حساباتهم أكثر من مرتين يومياً، في حين يقوم 12.2% بذلك مرة واحدة، و16% لا يتفقدون حساباتهم إطلاقاً. ويُفسر ذلك بالاعتماد الكبير للشباب على الوسائط كمصدر رئيسي للمعلومات والتواصل ومتابعة الاتجاهات الحديثة.

- تشير النتائج إلى أن 91.7% من الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من سنتين، مقارنة بنسبة 6.25% ممن يستخدمونها منذ سنة إلى سنتين، و2.08% أقل من سنة. وتعكس هذه النسب الخبرة الطويلة لدى الشباب في التعامل مع هذه الوسائط التي أصبحت جزءاً من نمط حياتهم اليومي.

- يتضح أن 60% من الشباب يستخدمون الوسائط بمفردهم، بينما 26% يستخدمونها مع الأصدقاء، و12% مع أفراد الأسرة، مما يعكس طبيعة الاستخدام الفردي للوسائط لأغراض الترفيه والتواصل بعيداً عن رقابة الأسرة وضغط الجماعة.

- يفضل 60% من الشباب استخدام الوسائط في المنزل، يليهم 28% في الإقامة الجامعية، في حين تمثل أماكن أخرى مثل المقاهي أو العمل أو الجامعة نسباً ضئيلة جداً، ويرجع ذلك إلى سهولة توصل الإنترنت في المنزل والشعور بالراحة.

- يستخدم 44% من الشباب اللغة العربية، تليها الفرنسية بنسبة 30%، ثم الإنجليزية بنسبة 26%. ويُفسر ذلك باختيار اللغة حسب نوع المحتوى وسياق التواصل، بالإضافة إلى تأثير المستوى التعليمي والتعرض للغات الأجنبية.

- يفضل 48% من الشباب المحتوى الترفيهي، يليه المحتوى الرياضي بنسبة 24%، ثم المحتوى الثقافي بنسبة 18%، في حين أن المحتوى الديني والتجاري والموسيقي يمثل نسباً ضئيلة جداً. ويُعزى ذلك إلى توجه الشباب نحو الترفيه والهروب من الضغوطات اليومية.

- يستخدم 52% من الشباب ثلاث منصات أو أكثر يومياً، و32% يستخدمون منصتين، و16% يستخدمون منصة واحدة فقط، ويعود ذلك إلى تنوع المحتوى وتكامل الخدمات التي تقدمها كل منصة.

- يتابع 52% من الشباب المؤثرين بشكل دائم، في حين يتابعهم 48% أحياناً. ويرجع هذا التباين إلى تنوع الاهتمامات وخصوصية الاستخدامات الرقمية.

- يعتمد 52% من الشباب على الوسائط بشكل دائم لمتابعة الأحداث الجارية، بينما يعتمد 18% ذلك أحياناً، و30% لا يعتمدون عليها. ويُفسر ذلك بسرعة وسهولة الوصول إلى الأخبار والتفاعل المباشر معها.

- يشعر 56% من الشباب بنوع ما من الإدمان على استخدام الوسائط، بينما يشعر 34% بإدمان كبير، في حين لا يشعر 10% بذلك. ويعود ذلك إلى استراتيجيات الوسائط في جذب المستخدمين وتحفيز الاستخدام المتكرر.

النتائج المتعلقة بالمحور الرابع :

- تشير النتائج إلى أن نسبة 65.3% من المشاركين يشعرون بالراحة النفسية أحياناً بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، في حين أفاد 22.4% بأنهم لا يشعرون بالراحة النفسية إطلاقاً، بينما عبر 12.2% فقط عن شعورهم بالراحة النفسية دائماً. وهو ما يعكس أن الشعور بالراحة النفسية ليس دائم الارتباط باستخدام هذه الوسائط، بل يرتبط بعوامل أخرى مثل نوعية المحتوى ومدة التفاعل.

- أظهرت البيانات أن 60% من الشباب يستفيدون من هذه الوسائط دائماً، و32% يستفيدون منها أحياناً، في حين أن 8% فقط لا يستفيدون منها إطلاقاً. وتبرز هذه المعطيات أهمية المنصات الرقمية في حياة الشباب، خاصة فيما يتعلق بالتواصل، التعلم، الترفيه والتسويق الذاتي.

- بين أن 51% من الشباب لا يتصلون على نفس الإشباع من جميع المنصات، مقابل 40.8% يشعرون بالإشباع أحياناً، و8.2% فقط يحققون إشباعاً متساوياً من مختلف المنصات. ما يدل على وجود فروقات في طبيعة الإشباع باختلاف المنصة، وهو ما يعكس وعي الشباب باختلاف الوظائف التي تؤديها كل منصة رقمية.

- أوضحت النتائج أن تطبيق تيك توك يحقق إشباعاً متنوعاً أهمها:

المعلومات الجديدة بنسبة 34%

الضحك والترفيه بنسبة 28%

تمضية الوقت بنسبة 24%

بينما سجلت نسب أقل فيما يتعلق بالتحفيز والإلهام (6%) والثقافة (2%)، إلى جانب 6% يستخدمون المنصة لإقامة علاقات. وهذا يعكس طبيعة منصة تيك توك كمصدر سريع وسهل لاستهلاك المحتوى الترفيهي والمعرفي الخفيف.

-بين أن منصة إنستغرام تمنح المستخدمين إشباعات مختلفة، أهمها:

اكتشاف الموضة والجمال بنسبة 32%

التواصل مع الأصدقاء بنسبة 30%

نشر الصور والتعبير عن الذات بنسبة 26%

في حين سجلت نسب أقل فيما يخص متابعة المشاهير (10%) والترفيه 2% ما يؤكد أن إنستغرام يُستخدم بدرجة أكبر لأغراض مرتبطة بالمظهر الشخصي والعلاقات الاجتماعية.

-تظهر النتائج أن نسبة ضئيلة من الشباب (18.4%) يشعرون بالرضا الشخصي دائماً عند استخدامهم للوسائط الرقمية، في حين عبر 38.8% عن عدم رضاهم، و42.9% صرحوا بأنهم يشعرون بالرضا أحياناً.

هذا يدل على أن استخدام وسائل التواصل لا يحقق الإشباع الذاتي الكامل، وهو ما قد يرتبط بعوامل شخصية أو بتوقعات المستخدم.

-تبين أن 50% من الشباب لا يشعرون بزيادة الإشباع مع طول مدة الاستخدام، بينما 32% يشعرون بالإشباع أحياناً، و18% فقط يرون أن الإشباع يزداد بازدياد الوقت. ما يؤكد أن الكم الزمني وحده غير كافٍ لتحقيق الإشباع، بل إن الهدف من الاستخدام يبقى العامل الحاسم في مدى الإشباع المتوقع.

-أشارت النتائج إلى أن 43.8% من الشباب يغيرون المنصة حسب نوع الإشباع الذي يبحثون عنه، و29.2% يقومون بذلك أحياناً، بينما 27.1% لا يغيرون المنصة إطلاقاً. ويُظهر ذلك أن الشباب يمتلكون وعياً بوظائف كل منصة رقمية، ويتصرفون وفق حاجاتهم.

-أرجع 60% من الشباب اختلاف الإشباع بين المنصات إلى اختلاف الأهداف الشخصية، و32% منهم اعتبروه ناتجاً عن اختلاف الشخصية، في حين أن 8% فقط أرجعوه بمدة الاستخدام. وهو ما يدل على أن الإشباع من الوسائط الرقمية يتأثر أساساً بالعوامل الذاتية أكثر من العوامل الزمنية، خاصة ما يتعلق بالأهداف والدوافع الفردية.

ثالثاً: النتائج العامة

- يتوجه أغلب الشباب إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بدوافع متعددة.

- فئة كبيرة من الشباب تستخدم هذه الوسائط بشكل يومي ولمدة زمنية طويلة، خاصة تطبيقي تيك توك وإنستغرام.

- رغم كثافة الاستخدام، فإن درجة الإشباع المتحققة تبقى متفاوتة بين الأفراد.

- يتبين أن الشباب أصبحوا أكثر انتقائية في استخدامهم للمنصات المختلفة، حسب اهتماماتهم واحتياجاتهم.

- يُعد اختلاف الأهداف والخصائص الشخصية من أبرز العوامل المؤثرة في مستوى الإشباع المحققة من استخدام هذه الوسائط.

رابعاً: التوصيات

- توعية الشباب بضرورة تنظيم وقتهم أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتفادي الإفراط الذي قد يؤثر على نشاطاتهم اليومية وصحتهم النفسية.
- تشجيع الاستخدام الهادف للمنصات الاجتماعية من خلال توجيه الشباب نحو المحتوى التعليمي والثقافي وليس فقط الترفيهي.
- تطوير حملات توعوية من طرف المؤسسات التربوية والاجتماعية لشرح تأثير الاستخدام المفرط وغير الواعي لهذه الوسائط.
- ضرورة إجراء دراسات مستقبلية تركز على العلاقة بين شخصية المستخدم ونوع الإشباع المتحقق من وسائل التواصل، لفهم أعمق لسلوكيات الاستخدام.
- توجيه الباحثين والمهتمين إلى دراسة تأثير الانتقائية في اختيار المنصات على جودة التفاعل والإشباع المحقق.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل، تمكنا من إعطاء القيمة العلمية للإجابات المتعلقة بمحوري الدراسة، وذلك عبر تحليلها ومناقشتها بهدف الكشف عن مختلف الدوافع والأنماط المرتبطة باستخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي. وقد سمح هذا التحليل بالخروج باستنتاجات تعكس واقع الاستخدام لدى هذه الفئة. وبناءً على النتائج، يمكن القول إن استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي تنسم بالتنوع والانتقائية، مع تسجيل بعض التحديات في تحقيق إشباع دائم ومستقر، وهو ما

يستدعي توجيه هذا الاستخدام نحو أهداف أوضح ومحتوى أكثر جودة وفائدة، بما يعزز من الفائدة الفردية والمجتمعية لهذه الوسائط.

الخاتمة

خاتمة

يُعد موضوع استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع المحققة منها من المواضيع المهمة والجديرة بالاهتمام والبحث، خاصة في ظل الانتشار الواسع لهذه الوسائل واعتماد الشباب عليها بشكل كبير في مختلف جوانب حياتهم اليومية، ويُعتبر تطبيقي تيك توك وإنستغرام من أبرز هذه الوسائل التي تقوم على المحتوى السمعي البصري، ما جعلها تحظى باهتمام بالغ من طرف فئة الشباب..

لهذا حاولنا من خلال دراستنا تسليط الضوء على ظاهرة باتت من أبرز الظواهر الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الرقمية، وهي الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه الأخيرة تشكل فضاءً جديدًا للتفاعل والتعبير والتواصل، واعتبرها الكثير من الشباب وسيلة للترفيه والتسلية والتعلم والتنقيف، وأيضًا منصة لإبراز الذات وتحقيق نوع من الإشباع النفسي والاجتماعي، خاصة عبر تطبيقي تيك توك وإنستغرام.

وقد خصصنا من خلال هذه الدراسة مجموعة من الفصول النظرية والميدانية، حيث تناولنا في الفصول النظرية الإطار العام للدراسة وأهم الأدبيات التي تناولت الموضوع، في حين خصص الفصل الميداني للإجابة على التساؤل الرئيسي: ما هي استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وما هي الإشباع المحققة منها؟ ومن خلال التحليل والمعالجة، توصلنا إلى أن الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بصفة يومية لساعات طويلة، خاصة داخل البيت، كما أن هذا الاستخدام يتم غالبًا دون رقابة أو توجيه، ويحقق لهم عدة إشباع نفسية واجتماعية وثقافية..

كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تفاوتًا في الاستخدام بين الذكور والإناث، وأن المحتوى المقدم عبر هذه الوسائل يؤثر على سلوك الشباب بدرجات متفاوتة، سواء من خلال التقليد أو التأثير بالأفكار والرموز المنتشرة، مما يجعل هذه الوسائل تلعب دورًا محوريًا في تشكيل وعيهم وتوجهاتهم

قائمة المراجع

قائمة الكتب:

1. إسماعيل، محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط2، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
2. ابن إبراهيم، عبد الرحمن الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015 - 1436.
3. أحمد، جرار ليلي، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مصر، 2012.
4. أحمد محمد، عبد الله مجدي، أزمة الشباب ومشاكله بين الواقع والطموح، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2012.
5. بودهان، يامين، الشباب و الإنترنت، ط1، دار مجدولاي للنشر والتوزيع عمان، 2014.
6. البياتي، ياس خضر، الإعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
7. التميمي، مهند حميد، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي: تكامل أم صراع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016.
6. الجعب، نافذ سليمان، مشهد فون في عصر العولمة: الشباب والمناهج التربوية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.
9. الحجامي، عمار حمد نظريات الاتصال، مطبعة للنشر والتوزيع، العراق، 2023-2024.
10. دويل، محمد سالم، إيجابيات وسلبيات الإنستغرام، دار سعد للنشر والتوزيع، 12 أكتوبر 2022.
11. شفرة، علي خليل، الإعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
12. عثمان، عبد التواب محمد، أخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في الكتاب والسنة، دار القاهرة للنشر والتوزيع، جامعة الأزهر، ج.س.
13. محمود، هتمي حسن، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015.
14. المقدادي، خالد غسان يوسف، ثروة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

قائمة المجلات

1. أمكاسو، يعقوب، مفهوم الشباب في البحوث السوسولوجية، مجلة المعرفة، جامعة محمد الخامس، الرباط - المغرب، العدد 11، دجنبر 2023.

قائمة المراجع

2. بن أميدة، أمنة، تأثير مصداقية المؤثر عبر الإنستغرام في تفعيل السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 01، جامعة الجزائر 3، 2023.
3. بن ورفلة، نادية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الإنساني والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر.
4. بلعباس، يوسف، مزارى، فاطمة، استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي (الفيديو) والإنستغرام) وأثرها على علاقات الشباب، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 6، عدد 2، غليزان، 2022.
5. التاملر، منال محمد بن حمد، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد 20، 2019.
6. جعود، سماح، استخدام الأطفال لموقع تيك توك بالجزائر، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 11، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2020.
7. خراب، أ. محمد زكرياء، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق التيك توك - رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 2، العدد 2، ديسمبر 2019.
8. دبراسو، فطيمة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، جامعة بسكرة، المجلد 03، العدد 03، سبتمبر 2021.
9. شاوي، ليليا، مقاربة التلقي ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الإنستغرام، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 01، 2022.
10. شين، خثير، بية، إيمان، دور الإعلانات عبر الإنستغرام في تفعيل نية شراء المرأة الجزائرية لمستحضرات التجميل، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 05، سبتمبر 2022.
11. عبد الصادق، حسن عبد الصادق، تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 1، المجلد 1، 2014.
12. عبد الصبور، ياسمين، حسنين، محمد حسنين، دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية لدى الشباب خريجي الجامعات، المجلة العربية للقياس والتقويم، المجلد 7، العدد 11، جامعة الإسكندرية، يناير 2025.
13. عبد النبي، مصطفى علي سيد، الاتجاهات الحديثة: نظرية الاستخدامات والإشباع، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23، مصر، يوليو 2014.
14. العظمت، خديجة خير الله عبد الرحمان، تأثير تطبيق التيك توك على القيم الاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعة، مجلة كلية التربية، العدد 46، الجزء 4، السعودية، 2022.
15. غندر، سمر فاروق، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها، مجلة كلية التربية والتوعية، العدد 3، جامعة بورسعيد، يناير 2019.
16. قريد، آية محمد علاء الدين محمد، الانعكاسات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة طلاب مرحلة التعليم الثانوي، مجلة كلية التربية، العدد 121، جامعة المنصورة، يناير 2023.

قائمة المراجع

17. قنحي، ما محمد، تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلد 20، العدد 3، يوليو - سبتمبر 2021.
18. كياس، عبد الرشيد، مواقع التواصل الاجتماعي - إنستغرام بين الاستخدامات والإشباع، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 17، العدد 2، جيجل، 2024.
19. محمد علي، وداد حسين، أنماط استخدام الشباب المصري لتطبيق تيك توك وعلاقتها بالتصورات الإيجابية نحوه، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 29، الجزء 2، القاهرة، يوليو - سبتمبر 2024.
20. محمدي، خيرة، شبكة التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية، مجلة المحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 11، الجزائر، 2017.
21. نصار، سالي، التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية - تيك توك نموذجًا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 79، أبريل - يوليو 2022.
22. نعيم، فيصل المصري، دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 16، العدد 2، غزة.
23. وداد، سمشي، قبالي، آمنة، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الرياضي - إنستغرام نموذجًا، مجلة بحوث ودراسات، المجلد 02، العدد 03، 2021.
24. فزاع، فارس، يونس، سميحة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الشباب الجامعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 23، العدد 01، جامعة باتنة 1، جوان 2022.
25. طاهري، طه حسين، مصنوعة، أحمد، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الإنستغرام في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 7، العدد 1، 2022.

قائمة الرسائل والاطروحات الجامعية

1. أبو زايد، عابدة علي، استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2016.
2. بن صالح، نجاة، استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي - موقع فيسبوك نموذجًا، أطروحة دكتوراه، قسم الدراسات العليا في الإعلام والاتصال، الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنولوجيا، 2015-2016.
3. سكسو، أميرة & صليح، نهلة، استخدامات الطلبة الجامعيين لقنوات اليوتيوب والإشباع المحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2021-2022.
4. شعشوع الشهري، حنان نت، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية - فيسبوك وتويتر نموذجًا، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2011-2012.

قائمة المراجع

5. الصوافي، عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات الإنسانية، جامعة نزوى، سلطنة عمان، 2014-2015.
6. قلاعي، كريمة، بناء الحقائق الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية لدى الشباب الجزائري، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة صالح بوبنيدر، 2017-2018.
7. ملوكي، شيماء & عبادي، فاطمة الزهراء، استخدام وسائل التواصل الاجتماعية وأثره على اندماج المراهق مع أسرته - التيك توك نموذجًا، مذكرة ماستر في العلوم الاجتماعية، جامعة أحمد دراية، ولاية أدرار، 2022-2023.
8. ولهي، كنزة، استخدام الشباب لتطبيق التيك توك و الإشباع المحققة منه، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019-2020.

قائمة المداخلات

1. لولي، حسبية. الشباب ومظاهر التعبير في ظل العولمة. المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، الجزائر.
2. مسعود، م.ب. شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة: دروس من العالم العربي. معهد الصحافة وعلوم الأخبار، وحدة البحث في الاتصال، الجمعية العربية لباحثي الإعلام، تونس.
3. الهاشمي سلطان، اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العماني، دراسة متقدمة من جمعية الاجتماعيين العمانية الى وزارة التنمية الاجتماعية، عمان، يونيو 2020.

خامساً: المواقع الإلكترونية

- 1.Flengaz. خصائص ومزايا تطبيق التيك توك. 2023.
- 2.TNS. تعرف على أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في بلدك. InFaaswtak، 8 نوفمبر 2015. <https://www.irfaaswtak.com>

سادساً: المصادر الأجنبية

- 1.Damythonien. Usage et gratification, étude réalisée en Amérique du Nord.2012 .
2. Ochee. L'impact de l'utilisation des réseaux sociaux sur les relations sociales ,2010.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم علم الاجتماع



استمارة استبيان حول

استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي
والاشباكات المحققة منها

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال

إشراف:

أ.د. ماهر فرحان مرعب

اعداد الطالبات:

_ بلحمرة وصال

_ تيفوراق سماح

السلام عليكم و حمة الله و بركاته.. و بعد

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي و

الاشباكات المحققة منها

لذا يرجى الاجابة بكل صدق و صراحة و موضوعية على هذه الاسئلة من خلال وضع

(+) في المكان المخصص , مع العلم ان المعلومات التي تدلون بها تستعمل لغرض البحث

العلمي فقط.

نشكركم على تعاونكم

2025_2024

أولاً: البيانات الشخصية:

1. الجنس ذكر أنثى
2. السن.....
3. السنة الدراسية: أولى جامعي ثانية جامعي الثالثة جامعي
- ماستر 1 ماستر 2
4. مكان الإقامة: حضري شبه حضري ريفي

ثانيا: دوافع و استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي:

5. ماهي المنصة التي تستخدمها أكثر؟
- تيك توك انستغرام سنا بشات تويتر
- أخرى تذكر.....
6. كم ساعة تقضيها يوميا على وسائط التواصل الاجتماعي؟
- أقل من؟ أقل من ساعة من 1 الى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات
7. ماهو الدافع الرئيسي لاستخدامك لهذه الوسائط؟
- تكوين صداقات جديدة الحفاظ على العلاقات الاجتماعية
- مشاركة الآراء و الأفكار الهروب من العزلة التعليم العمل
- الشهرة
8. الى أي مدى توافق على العبارة التالية: ”تؤثر وسائط التواصل الاجتماعي على حالتي المزاجية بشكل عام”
9. هل تعرضت لمواقف غير مريحة مثل التنمر الإلكتروني أو المضاعفات على وسائط التواصل الاجتماعي؟
- دائما أحيانا أبدا

ثالثا: أنماط استخدام الشباب لوسائط التواصل الاجتماعي:

10. في أي وقت من اليوم تستخدم وسائط التواصل الاجتماعي أكثر؟
- صباحا ظهرا مساء طوال اليوم

11. كم مرة تتفقد حسابك في وسائط التواصل الاجتماعي خلال اليوم؟

12. مرة واحدة فقط أكثر من مرتين ولا مرة

منذ متى وأنت تستخدم وسائط التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة من سنة الى سنتين أكثر من سنتين

13. هل تستخدم عادة وسائط التواصل الاجتماعي؟

14. بمفردك مع أفراد الأسرة مع الاصدقاء

15. ماهي الأماكن التي تفضل استخدامك لوسائط التواصل الاجتماعي؟

مقهى الانترنت الجامعة المنزل الإقامة الجامعية

مكان آخر أذكره.....

16. ماهي اللغة التي تعتمد عليها في استخدامك لهذه الوسائط؟

اللغة العربية اللغة الفرنسية اللغة الانجليزية لغات

أخرى

17. ماهو نوع المحتوى الذي تتابعه أكثر؟

ترفيهي سياسي ديني رياضي آخر.....

18. كم عدد المنصات التي تستخدمها يوميا؟

منصة واحدة منصتان ثلاث منصات أو أكثر

19. هل تتابع صفحات أو مؤثرين بشكل دائم؟

نعم احيانا لا

20. هل تعتمد على وسائط التواصل للبقاء على اطلاع بالأحداث الجارية؟

نعم لا احيانا

21. هل تحس ان وسائط التواصل الاجتماعي اصبحت عادة أو ادمان؟

نعم نوعا ما لا

رابعا: الاشباعات المحققة لدى الشباب من استخدام وسائط التواصل الاجتماعي :

22. هل تشعر بالراحة النفسية بعد تصفحك لهذه الوسائط؟

نعم لا أحيانا

23. هل تستفيد من وسائط التواصل الاجتماعي؟

نعم لا أحيانا

24. هل تتحصل على نفس الاشباع من جميع المنصات؟

نعم لا أحيانا

25. تيك توك يمنحك أكثر؟

الضحك و الترفيه معلومات جديدة تضيية الوقت تحفيز و الهام أخرى تذكر.....

26. انستغرام يمنحك أكثر؟

متابعة المشاهير التواصل مع الاصدقاء اكتشاف الموضة و الجمال نشر الصور و التعبير عن الذات أخرى تذكر.....

27. ما الذي يجعلك تعود الى المنصة عدة مرات في اليوم؟

الملل العادة الرغبة في التفاعل

28. هل تحس أن استخدامك لهذه الوسائط يحقق لك فعلا رضا شخصيا؟

نعم لا أحيانا

29: كلما زاد وقت الاستخدام تشعر باشباع أكثر؟

نعم لا أحيانا

30: هل تغير المنصة حسب نوع الاشباع الذي تبحث عنه؟

نعم لا أحيانا

31: في رأيك لماذا تختلف الاشباع بين الأفراد رغم استخدام نفس التطبيقات؟ لاختلاف

الشخصية لاختلاف الاهداف لاختلاف مدة الاستخدام أخرى

تذكر.....

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

ان وسائل و تطبيقات التواصل الاجتماعي ظاهرة منتشرة في اوساط الشباب، ومحاولة البحث عن مدى استخدامها والاشباع المحققة منها، بالإضافة الى حادثة موضوع وسائل و تطبيقات التواصل الاجتماعي ولا سيما تطبيق التيك توك، والانسغرام والاهتمام المتزايد بها من قبل العديد من الفئات خاصة فئة الشباب تضيف اهمية اخرى للموضوع لذلك جاءت هذه الدراسة بعنوان استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والاشباع المحققة منها التيك توك ، الانسغرام .

من خلال الاجابة على التساؤلات التالية :

-ماهي دوافع واسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب؟

-ماهي انماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي؟

-ماهي الاشباع المحققة لدى الشباب من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

لذلك هدفت الدراسة الى معرفة دوافع واسباب استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، اضافة الى الكشف عن انماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، في الاخير التأكيد على معرفة الاشباع المحققة من استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد اجريت هذه الدراسة على عينة 50 مفردة من طلبة جامعة 8ماي 1945 بجامعة قالمة بشرق الجزائر .

في هذا المسمى استخدمنا المنهج الوصفي، وتم اعتماد العينة العمدية (القصدية) ولبلوغ نتائج البحث استخدمنا استمارة استبيان 4 محاور المحور الاول: تناول البيانات الشخصية للعينة، أما المحور الثاني: فقد ركز على دوافع وأسباب استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، في حين كان المحور الثالث متعلق بأنماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، اما المحور الرابع فقد تناولنا فيه الاشباع المحققة لدى الشباب لاستخدام الوسائل التواصل الاجتماعي . وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

-يتوجه اغلب الشباب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بدوافع متعددة .

فئة كبيرة من الشباب تستخدم لوسائل بشكل يومي و بمدة زمنية طويلة خصوصا تيك توك، انسغرام بالإضافة إلى ان رغم كثافة الاستخدام فإن درجة الاشباع المحققة تبقى متفاوتة، واختلاف الاهداف والشخصيات يعد من ابرز العوامل المؤثرة في مستوى الاشباع.

Résumé de l'étude

Les médias et applications de communication sociale représentent un phénomène largement répandu parmi les jeunes. Cette étude vise à explorer l'étendue de leur utilisation ainsi que les gratifications obtenues, en mettant particulièrement l'accent sur des plateformes récentes telles que TikTok et Instagram. L'intérêt croissant de plusieurs catégories, notamment celle des jeunes, pour ces médias ajoute une importance particulière au sujet. Ainsi, cette étude a été intitulée : "Les usages des

jeunes des médias sociaux et les gratifications obtenues – cas de TikTok et Instagram".

Elle s'articule autour des questions suivantes :

Quels sont les motifs et raisons qui poussent les jeunes à utiliser les médias sociaux ?

Quels sont les modes d'usage des jeunes vis-à-vis des médias sociaux ?

Quelles sont les gratifications obtenues par les jeunes à travers l'usage des médias sociaux ?

L'étude vise donc à identifier les motivations et les raisons d'utilisation des médias sociaux par les jeunes, à révéler les différents modes d'usage, et enfin à mettre en évidence les gratifications obtenues.

Cette recherche a été menée auprès d'un échantillon de 50 étudiants de l'Université du 8 Mai 1945 à Guelma, à l'est de l'Algérie.

La méthode utilisée est la méthode descriptive, et l'échantillonnage a été intentionnel (de convenance). Pour atteindre les objectifs de la recherche, un questionnaire structuré en 4 axes a été utilisé :

Le premier axe concerne les données personnelles des participants.

Le deuxième axe porte sur les motivations et les raisons d'utilisation des médias sociaux.

Le troisième axe traite des modes d'usage.

Le quatrième axe aborde les gratifications obtenues par les jeunes à travers l'usage des médias sociaux.

L'étude a abouti à plusieurs résultats, dont les plus importants sont :

La majorité des jeunes utilisent les médias sociaux pour des raisons diverses.

Une grande partie des jeunes les utilisent quotidiennement et pendant de longues périodes, en particulier TikTok et Instagram.

Malgré l'intensité d'usage, le niveau de gratification varie. Les différences d'objectifs et de personnalités constituent les facteurs principaux influençant le degré de satisfaction.

Study Summary:

Social media platforms and applications have become a widespread phenomenon among youth. This study explores the extent of their use and the gratifications derived from them. The novelty of the topic—particularly the use of platforms such as TikTok and Instagram—and the growing interest they attract from various segments, especially young people, adds further importance to this research. Therefore, the study is entitled: "Youth Use of Social Media Platforms and the Gratifications Achieved: TikTok and Instagram as a Case Study."

The study seeks to answer the following questions:

What are the motives and reasons behind youth use of social media platforms?

What are the patterns of youth usage of social media platforms?

What are the gratifications achieved by youth through using social media platforms?

The aim of the study is to identify the motives and reasons for young people's use of social media, as well as to reveal their patterns of use. Finally, it aims to determine the gratifications achieved through their engagement with social media platforms.

The study was conducted on a sample of 50 students from the University of May 8th, 1945 in Guelma, eastern Algeria.

A descriptive methodology was adopted, using a purposive (intentional) sample. To achieve the research objectives, a four-part questionnaire was used:

The first section focused on the personal data of the participants.

The second section explored the motives and reasons for youth usage of social media.

The third section addressed usage patterns.

The fourth section examined the gratifications achieved by using social media platforms.

The study reached several key findings, including:

Most young people use social media platforms for multiple reasons.

A large segment of youth use these platforms daily and for long periods—particularly TikTok and Instagram.

Despite the high usage, the level of gratification achieved varies.

Differences in personal goals and individual characteristics are among the most significant factors influencing the level of gratification.