

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département de Sociologie



وزارة التعليم العالي والبحث
العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإجتماعية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

الماستر

تخصص: علم اجتماع الإتصال

تأثير الجماعات الضاغطة في الإستغرام على المراهقين الجزائريين

مقدمة من قبل:

الطالبة: بلهوان صفاء

الطالب : بلهوان مروة

تاريخ المناقشة: 2023/06/19

أمام اللجنة المشكلة من:

| مؤسسة الانتماء | الصفة | الرتبة | الاسم واللقب |
|------------------------|--------------|----------------|--------------|
| جامعة 8 ماي 1945 قالمة | رئيسا | أ - تعليم عالي | د. ماهر مرعب |
| جامعة 8 ماي 1945 قالمة | مشرفا ومقررا | أ - محاضر | د. يخلف سهيل |
| جامعة 8 ماي 1945 قالمة | مناقشا | أ - محاضر | د. بوشارب |

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر و تقدير

بداية الحمد لله الذي أعاننا على إتمام هذه الرسالة ، فلو لا توفيق عزوجل ما تحقق من ذلك شيء ، والذي بحمده تتم النعم ، نتقدم بالشكر الجزيل والامتنان إلى أستاذنا الفاضل كل التبجيل و الشكر والاحترام له ، على مجهوداته الكبيرة في مختلف الأوقات الدكتور "يخلف سهيل "الذي منحنا الوقت والجهد والاهتمام طيلة مرحلة البحث.

وآرجو أن أكون قد وفقت في تقديم ما يرضيه و ما يليق باسمه الذي كان لي عظيم الشرف أن أضعه في مذكرتي العلمية.

إلى الأساتذة أعضاء اللجنة المناقشة على تكريمهم بقبول مناقشة وتقييم عملنا (مطوابع).
كما لا يفوتنا أن نشكر كل الأساتذة الذين أشرفوا علينا أثناء مشوارنا الجامعي ، ويسعدنا أن نتقدم بخالص الشكر لكلية العلوم الإجتماعية و الانسانية خاصة قسم علم الاجتماع.
أشكر جزيل الشكر للذين قدموا لنا يد العون لإتمام هذه الرسالة شكر لكل من وقف إلى جانبنا وكان عوناً و سنداً.



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل اعملوا فسيري الله عملكم ورسوله واطؤمنين"

- صدق الله العظيم -

أحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة
و السلام

مرت الأيام و الشهور و السنين و رغم الصعوبات و ها هما الإخوة التوأمة بلهوان صفاء و مروة
يتخرجان بإذن الرحمن لنيل شهادة إتمام في "علم الاجتماع الاتصال"
نهدي تخرجنا إلى أنفسنا أولاً على كفاحننا و مثابرتنا و على صبرنا على العقبات التي واجهتنا في
طريقنا

إلى ملائكتنا التي لا نجد كلمات تمنحها حقها، فهي ملهمة الحب و راحة العمر، ومثال التفاني
إلى التي علمتنا العطاء دون انتظار

"أمي الغالية نسيم"

إلى من كلله الله بالهبة و الوفاء، ومثلنا الأعلى و سندنا في الحياة

"أبي حبيبي عمار" شفاك الله يا غالي

إلى سندنا وقت الحاجة إخوتي، و بوجودهم اكتسب القوة و المحبة

"طلال و روميصة و سماح"

إلى عائلتنا الثانية و مصدر سعادتنا، إلى من يقوينا وقت ضعفنا

"خالي حسان، زوجة خالي ويزة، أمينة، زينب، سلمى"

إلى صديقاتنا و حبيباتنا

"أميرة، بثينة، لبنى، ريان، منال، رباب"

إلى أهل الفضل على الذين غمروني بالحب و التقدير و النصيحة و التوجيه

إلى كل هؤلاء أهديهم هذا العمل المتواضع سائلت الله عز و جل أن ينفعني به

و يجعله في ميزان حسنات والديا حفظهم الله

" مروة صفاء "

فهرس المحتويات

| الصفحة | الفهرس |
|--------|---|
| ... | فهرس الجداول |
| ... | فهرس الأشكال |
| 1 | مقدمة عامة |
| 3 | الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة |
| 4 | تمهيد |
| 5 | أولا: الإشكالية |
| 6 | ثانيا: أهمية الدراسة |
| 7 | ثالثا: أهداف الدراسة |
| 7 | رابعا: أسباب الدراسة |
| 8 | خامسا: الدراسات السابقة |
| 14 | سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة |
| 14 | 1-الأثر |
| 15 | 2-المراقبة |
| 16 | 3-الإنستغرام |
| 17 | 4-الجماعات الضاغطة |
| 18 | خلاصة |
| 21 | الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي |
| 22 | تمهيد |
| 23 | أولا: تعريف مواقع التواصل الإجتماعي |
| 23 | ثانيا: النشأة |
| 24 | ثالثا: خصائص مواقع التواصل الإجتماعي |
| 25 | رابعا: أشهر مواقع التواصل الإجتماعي |
| 30 | خامسا: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي |
| 32 | خلاصة |
| 33 | الفصل الثالث: ماهية المؤثرين في الإنستغرام: |
| 34 | تمهيد |
| 35 | أولا: تعريف المؤثر |

| | |
|----|--|
| 35 | أ_ في الإنستغرام |
| 35 | ب_ في مواقع التواصل الإجتماعي |
| 36 | ج_ الخلفية التاريخية للمؤثرين |
| 36 | ثانيا: خصائص المؤثرين |
| 37 | رابعا: أنواع التعاون المؤثرين عبر الإنستغرام و مميزاته |
| 38 | أ_ أنواع التعاون عبر الانستغرام |
| 38 | ب_ مميزات الإنستغرام |
| 41 | خامسا : النظريات |
| 41 | أ_ نظرية الحتمية التكنولوجية |
| 43 | ب_ نظرية الإشباع و الإستخدامات |
| 45 | ج_ نظرية المجال العام |
| 48 | خلاصة |
| 50 | الفصل الرابع : الدراسة الميدانية و الإجراءات المنهجية |
| 51 | تمهيد |
| 52 | أولا: الإجراءات المنهجية للدراسة |
| 52 | 1_ منهج الدراسة |
| 53 | 2_ مجالات الدراسة |
| 54 | 3_ أدوات جمع البيانات |
| 55 | 4_ عينة الدراسة |
| 56 | ثانيا : تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها |
| 57 | 1_ الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة |
| 69 | 2_ بيانات خاصة بالمجالات التي يفضل المراهقين متابعتها على الإنستغرام |
| 70 | 3_ بيانات خاصة بأكثر شخصية يفضل المراهقين متابعتها على الانستغرام |
| 70 | 4_ بيانات خاصة بتأثير مضامين صناع المحتوى على القيم التثقيفية |
| 71 | ثالثا: نتائج الدراسة |
| 73 | رابعا: التوصيات والاقترحات |
| 75 | خاتمة |
| 76 | قائمة المصادر والمراجع |
| 79 | الملاحق |

فهرس الجداول

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 1 | التكرارات و النسب المئوية للبيانات الديمغرافية للمراهقين | 57 |
| 2 | التكرارات و النسب المئوية للبيانات لأفراد العينة حسب متغير الجنس | 57 |
| 3 | التكرارات و النسب المئوية للبيانات لأفراد العينة حسب متغير العمر | 57 |
| 4 | التكرارات و النسب المئوية للبيانات لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي | 58 |
| 5 | التكرارات و النسب المئوية للبيانات لأفراد العينة حسب متغير التخصص | 59 |
| 6 | تحليل عبارات المحور الأولى | 61 |
| 7 | تحليل عبارات المحور الثاني | 63 |
| 8 | تحليل عادات و أنماط إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي | 68 |
| 9 | تحليل معطيات مجالات التي يفضل المراهقين متابعتها على الانستغرام | 68 |
| 10 | تحليل معطيات أكثر شخصية يفضل المراهقون متابعتها على الانستغرام | 70 |
| 11 | تحليل معطيات تأثير مضامين صناع المحتوى على القيم التثقيفية | 70 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | العنوان | رقم |
|--------|--|-----|
| 25 | رمز الفيسبوك | 1 |
| 26 | رمز اليوتيوب | 2 |
| 28 | رمز التوتز | 3 |
| 28 | رمز الانستغرام | 4 |
| 57 | توزيع أفراد العينة حسب الجنس | 5 |
| 58 | توزيع أفراد العينة حسب العمر | 6 |
| 58 | توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي | 7 |

مقدمة:

أصبح التواصل الاجتماعي هو الوسيلة العامة في العصر الحالي للتعامل مع الآخرين، وذلك كنتيجة طبيعية لانتشار مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى انتشار مختلف وسائل الاتصال التي جعلت العالم أكثر قرباً منا، ولكن ما يعيب تلك المواقع أنها أكثر سطحية وجعلت العلاقات أقل حميمية من العصور السابقة، وأصبحت العلاقات بين الناس تميل إلى عدم الاجتماعية بشكل فعلي نتيجة للاهتمام بشكل بالتواصل الاجتماعي. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار بحرية كاملة، بالإضافة إلى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي المعارض وعرض الأفكار الغربية والغير اعتيادية حتى يتعرف عليها الأفراد، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أتاحت للعديد من أصحاب المواهب للظهور بالإضافة إلى إمكانية عرض مواهبهم وجذب انتباه الآخرين لهم، بالإضافة إلى انتشار عمليات التسويق الرقمي في مواقع التواصل الاجتماعي مما ساهمت في تحقيق العديد من المبيعات..

ولكن عمليات استخدام الإنترنت والتواصل الاجتماعي بشكل يومي كانت السبب في ظهور العديد من المشاكل وبالأخص نتيجة لعملية الإفراط، وأصبح من الضروري أن يتم البعد عن تلك المواقع التي أدت إلى ظهور حالات العزلة الاجتماعية على جميع الأعمار، وأصبح البعد عن تلك المواقع الإلكترونية يشبه الإقلاع عن المخدرات وينتابه الشعور بالقلق والاكتئاب وغيرها من المشاكل الأخرى. حيث يعد التواصل هو العملية والفعل التي يقوم بها الإنسان من أجل إيصال العديد من الأشياء كالمعلومات والأفكار والرسائل، وذلك من خلال نقل الأخبار في مجتمع واحد نتيجة لوجود العديد من العلاقات المشتركة، كما أنه في علم النفس يتم تشبيه عمليات التواصل بأنه عملية إلقاء البلياردو، وذلك نتيجة لدفعها فتصطم وتترد من جديد وهذا ما يؤكد أن لكل فعل رد فعل..

وهناك من يعرف التواصل الاجتماعي أيضا على أنه عملية تبادل الدلالات المختلفة التي كان الهدف الأساسي منها هو استمرار التفاعل بشكل جيد بين الأفراد على جميع المستويات، بالإضافة إلى أن لكل إنسان دور في المجتمع.

ويعتبر الإنستغرام من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي ويعرف بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المُستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الإنستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتر، ويعتبر الإنستغرام تقنية افتراضية أدت إلى تقوية التفاعل بين

مستخدميها، وساعدت على تماسكهم ووسعت علاقتهم الاجتماعية ، وأتيحت لهم فضاء يمكن لبدء رأيهم فيه ومكنتهم من عرض مواهبهم،

يُمكن استخدام تطبيق الإنستغرام بشكل مجاني عبر الهواتف المحمولة التي تعمل بأيّ من نظامي تشغيل، ويُتيح التطبيق لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع المستخدمين الآخرين للتطبيق، كما يُمكن من خلاله التعليق على المشاركات المختلفة للمستخدمين وإبداء الإعجاب بها، ويُسمح للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 13 عام استخدام هذا التطبيق عبر هواتفهم من خلال تحميله والتسجيل كمستخدم جديد. يسمح تطبيق الإنستغرام لمستخدميه إضافة علامات مرجعية على المنشورات التي يتم نشرها عبر الحسابات الخاصة بهم؛ كعلامات الهاشتاق والعلامات الجغرافية المُستندة إلى الموقع، حيث يسمح هذا الأمر بفهرسة تلك المنشورات وجعلها قابلة للبحث من قبل المستخدمين الآخرين للتطبيق، وهو من أكثر التطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي تسلية والتي يتابعها كثير من الناس ويشارك فيها حول العالم بشغف، يجذب إنستغرام المهتمين بالملابس، الموضة، التصميم، إعلانات شركات أدوات التجميل والتي تستهدف النساء لشراء منتجاتهم وملابسهم حيث تلجأ النساء الشابا كثيراً لإنستغرام حيث يمكن تعديل الصورة وتحسينها بتبييض الأسنان، تنقية مظهر البشرة في الصورة بإزالة حب الشباب وتلوين الشعر وكل هذا من خلال ضغطة زر واحدة ولم يكن الإنستغرام حكراً على النساء فقط بل تعدى استخدامه أيضاً للرجال، حيث كان الاقبال على هذا الموقع من الطرفين، حيث حأولوا التآقلم والتفاعل مع هذه التقنية الجديدة، لكن تصادم مع قيم ومعتقدات ثابتة في المراهقين حيث أثر الإنستغرام عليهم واثّر في قيمهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم وعلى هذا الأساس جاءت دراساتنا حول " تأثير الجماعات الضاغطة في الإنستغرام على المراهقين الجزائريين " حيث تضمنت الدراسة على أربعة فصول.

الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة

• تمهيد

أولاً: إشكالية

ثانياً : أهمية الدراسة

ثالثاً: أهداف الدراسة

رابعاً: أسباب الدراسة

1- أسباب ذاتية

2- أسباب موضوعية

خامساً : الدراسات السابقة

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة

• خلاصة

تمهيد :

تم التطرق هذا الفصل إلى أهم الخطوات الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي دراسة، حيث كانت البداية بالإشكالية التي تعتبر البوابة الرئيسية لموضوعنا، كما أن تم التطرق وأهمية الدراسة التي تكون من أهمية الموضوع نفسه حيث تتمثل أهمية الموضوع في تصحيح بعض الآراء حول استخدام الانستغرام وبيان مدى تأثير المجموعة الضاغطة على المراهقين حيث اعتمدنا على أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوعنا حيث تطرقنا إلى أسباب موضوعية وذاتية وقمنا أيضا باستخلاص الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها والتي ساعد هذه الأهداف إلى فهم ودراسة مشكلة الدراسة ودراستها دراسة عميقة، كما تضمن هذا الفصل إلى الدراسات السابقة التي كان من مضمونها المختلفة يشتركان في بعض النقاط والجوانب مع موضوع بحثنا لذلك اعتمدنا عليهم وأيضا يتشابهان في نتائج التي تسعى الدراسة إلى الوصول إليها وكما انه اعتمدنا على العديد المفاهيم الأساسية التي ترتبط بمشكلة بحثنا.

الإشكالية :

يعتبر التطور التكنولوجي الهائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية دليل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة وذلك بتحول العالم إلى قرية صغيرة محددة المعالم دون اعتبار للحوازر الزمنية والمكانية وهذا ما نميز به من القرن العشرين ب بروز الانترنت.

وتعد الانترنت من أهم وابرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني ينقل انشغالات الأفراد وأفكار بعضهم البعض وهذا يتم عن طريق الشبكات الاجتماعية التي أصبحت سلاح ذوو حدين.

حيث شهد العالم في الثلاث الأخير من القرن العشرين شهد العالم نقلة نوعية حقيقية في الإعلام والاتصال وعرف انتشار شبكة الانترنت والشبكة العنكبوتية في كافة إرجائه والتي الفت كافة الحدود الزمنية والمكانية وساهمت في تقريبي المسافات بين البشر ولان الإنسان اجتماعية بطبعه فقد حاول دائما العيش في تجمعات بشرية متكاملة بذلك شفويا وقبائل ومجتمعات والحاجه للتعايش مع بقية أفراد مجتمعه لتلبية حاجاته الأساسية وجب عليه محاولة فهم أفكارهم وأحاسيسهم للتفاعل معهم، وبذلك نشأت لديه مجموعة من الرموز والمعاني والدلالات والقيم الأساسية التي تسمح له بالتواصل والانسجام ولا شك ان القيم الاجتماعية هي ركيزة أساسية داخل كل مجتمع إذا أنها تلعب دورا كبيرا في تماسك المجتمع و تدفعه للتقدم والرقي، وتلعب وسائل الإعلام دورا أساسيا. وجوهريا في تشكيل القيم الاجتماعية أو تغييرها، خاصة مع لا تسارع وتيرة الحياة، أين كان لابد من تسارع وتيرة الاتصال ليوكب عصر الثورة المعلومات وتكنولوجيا الانترنت، ويظهر التواصل الاجتماعي كتبلور طبيعي لتكنولوجيا الاتصال وهذه الشبكات الاجتماعية مواقع (التواصل الاجتماعي) تعرف أنها منقولة شبكات الكترونية تربط بين المشتركين وذلك بإنشاء مواقع خاصة بهم مدة الأخيرة تربطهم مع افراد اخرين الم نفس الاهتمامات وهكذا أصبحت من اشهر مواقع الانترنت وأكثرها انتشارا على سطح الأرض مكي كافة المجتمعات على اختلافها النامية منها والمتقدمة والسائر في طريق النمو، والشبكات الاجتماعية نجحت بشكل كبير في استقطاب الجماهير كونها من كل الفئات العمرية خاصة الفئة الأكثر عرضة لها وهي فئة المراهقين التي فرضت نفسها وكونت سلوكيات خاصة بها وجعلت الفئات الأخرى تتأثر بها، وهذا ما أدى بها إلى اختيار هذه الفئة وخاصة فئة المراهقين في مجال بحثنا بمختلف أعمارهم قيد الدراسة وتعتبر هذه الشريحة الركيزة الأساسية للمجتمع، والذين يحالون التواصل فيما ينهج عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وخاصة عن طريق الانستغرام . وما قد يؤثر على شخصيتهم وحياتهم وثقافتهم، والتطلع إلى أحداث وتغيرات جارية في العالم، بالدخول بطريقة مباشرة أو غير مباشرة حيث أن وسائل الاتصال الجماهيريين والتي تتميز جزئيا وخصائص متطورة ونادرة لحد كبير أثرت فيهم سواء بطريقة إيجابية أو سلبية وساروا يستخدمونها في حياتهم اليومية وساهمت في تغيير العديد من المفاهيم في مجال تكنولوجيا الاتصال. فهي أصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات وأصبحت لها شهرة واسعة وكثرة التعامل بينها بين الناس، وهذه المواقع

والبرامج ليس لديها ضوابط حيث لا توجد وسائل أو طرق محددة يتجنب من خلالها المستخدم المخاطر التي قد يصل إليها، ولا يوجد منهج محدد للإفادة الغير من تقادي هذه المخاطر، وفكمن متكلمة الدراسة في الانتقاد الكبير لبرامج التواصل الاجتماعي وخصوصا الإنستغرام الذي يؤثر على حياة الناس بشكل سلبي أو إيجابي كما جعل الشباب يتعلقون به بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحها والمتعلقة باهتماماتهم وتطلعاتهم، كما اثر في جانب من قيمهم الاجتماعية التي تحت على القيام بأوامر الدين الإسلامي قولاً وعملاً، لذلك ظهرت ضرورة الدراسة تأثير الإنستغرام على القيم الاجتماعية وتأثير المجموعة الضاغطة في الإنستغرام على سلوك المراهقين خاصة المراهقين وبالطلبة وتلاميذ الثانويات بلدية سدراتة فجاءت هذه الدراسة ضمن محور الإعلام والاتصال وما علي ذلك بالبحث الدقيق عن البرامج المنشورة في الوقت الحالي ليشمل موقع الإنستغرام ضمن مواقع التواصل الاجتماعي .ومعرفة التأثيرات السلبية الايجابية لهذه المواقع على المراهقين من ناحية المجموعة الضاغطة في هذا الموقع ومعرفة مدى تأثير المراهقين بالمؤثرين في الإنستغرام، وتعتبر هذه الدراسة جديدة في مجال الإعلام لقللة البحوث والدراسات في مواقع التواصل والاتصال على المستوى المحلي وربما العربي كونه موقع الإنستغرام احتل المركز الرابع عالميا من حيث التنزيلات بغض النظر عن المواقع الأخرى الجديدة والمتوفرة في كافة الأجهزة الذكية، وتحدد هذه الدراسة مكملتها بدراسة تأثير المجموعة الضاغطة في الإنستغرام على سلوك المراهقين وبناءا على ذلك تحاول الدراسة الإيجابية على التساؤلات الرئيسية التالية:

- ما هو تأثير المجموعة الضاغطة على سلوك المراهقين في الإنستغرام؟

✓ الأسئلة الفرعية :

- ❖ ماهي عادات وأنماط المراهقين في استخدام تطبيق الإنستغرام ؟
- ❖ ما هي دوافع المراهقين في استخدام تطبيقه الإنستغرام؟
- ❖ ما هي التأثيرات السلبية التي تحدثها المجموعة الضاغطة
- ❖ ماهي التأثيرات السلبية التي تحدثها المجموعة الضاغطة على سلوك المراهقة في الإنستغرام؟
- ❖ ماهي التأثيرات الإيجابية التي تحدها المجموعة الضاغطة على سلوك المراهقين في الإنستغرام؟

أهمية الدراسة :

تكتب الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه وندرة الدراسات الخاصة بالاستقرار وندرة الدراسات أيضا المتعلقة بالمجموعة الضاغطة على المراهقين. كما تكمن أهميتها لسد فراغ في المجتمع حول الدراسات الخاصة بالإنستغرام والدراسات المتعلقة بالمجموعة الضاغطة في الإنستغرام على المراهقين وإفادة الجهات والمؤسسات المتهممة بهذا الجانب في عملها ، كما تأتي أهميتها في تصحيح بعض الآراء حول الاستخدام الإنستغرام وبيان مدى تأثير المجموعة الضاغطة على المراهقين.

أهداف الدراسة :

إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة دور المؤثرين في الانسغرام لدى المؤثرين وفهم كيفية استخدام الإنسغرام لدى المراهقين داخل النسق الاجتماعي الذين ينتمون إليه، ووضع جملة الآليات والوسائل التي سيتخذها المراهقين كفضاء لحماية قيمهم وأفكارهم من الذوبان والتعرف على مدى فاعلية المؤثرين في الإنسغرام على سلوك المراهق و معرفة طرق استخدام المراهقين للإنسغرام.

أسباب الدراسة :

تعدد الأسباب وكثرت أدت بنا إلى اختيارنا لهذا الموضوع و تعتبر هذه المرحلة مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية انجاز البحث بكامله فيمكن أن نتعدد أسباب اختيار الباحث لموضوع معين من أسباب موضوعية وذاتية وتتجلى أسباب اختيار موضوعنا هذا في ما يلي :

ج- الأسباب الذاتية:

- ✚ الرغبة في إشباع فضولنا العلمي من خلال دراستنا للموضوع
- ✚ الرغبة الشخصية في دراسة هذا الموقع
- ✚ الرغبة في معرفة مدى تأثير الجماعات الضاغطة في الإنسغرام على المراهقين من هلال محتوهم
- ✚ زيادة الرصيد المعرفي حول محتوى الانسغرام.

ب- الأسباب الموضوعية :

- ✚ الاهتمام المتزايدة بمحتوى الانسغرام ودور الجماعات الضاغطة في الانسغرام في التأثير على المراهقين في سلوكياتهم وقيمهم.
- ✚ محاولة معرفة دوافع استخدام الإنسغرام واهتمامهم بمختلف المواضيع المطروحة على موقع.
- ✚ التزايد الهائل والدائم المستخدمين موقع الانسغرام وإيجاد المراهقين ما يتناسب مع اهتماماتهم الخاصة.
- ✚ معرفة تفاعل المراهقين مع هذا الموقع
- ✚ بما انه موضوع دراستنا قليل إلى جانب الدراسة الغربية وعموما والجزائر خاصة التي تدرس الانسغرام

الدراسات السابقة :**1- الدراسة الأولى:**

بعنوان دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي : جامعة محمد بوضياف المسيلة من انجاز موهون فريال، وقاف نورة، زهرة جتحات ، مقران خولة 2018-2019 - تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها :

التعرف على دور الانستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي ومعرفة مدى فاعلية الانستغرام بين التأثير على مواقف الشباب إزاء العمل التطوعي وأيضا معرفة طرق استخدام الشباب للإنستغرام في الجانب الخيري، ورصد تفاعل الشباب مع نداءات الانستغرام لمساعدة المحتاجين والمساهمة في الأعمال الخيرية.

- وقد تمحورت إشكالية الدراسة في ما مدى فاعلية الإنستغرام في حث الشباب على العمل التطوعي ؟ وهل له دور في تزويده بالأفكار النشطة الخيرية؟ وما مدى تأثيره من تفاعل الشباب مع المبادرات المجتمعية والفرق والتطوعية ؟ وهل تلاقي نداءات الإنستغرام لمساعدة المحتاجين والمساهمة في الأعمال الخيرية تفاعل إيجابي منهم ؟

- استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يحاول وصف دور الانستغرام في تحفيز الشباب الجامعي للعمل التطوعي في جامعة محمد بوضياف المسيلة حيث استعان استمارة الاستبيان كأداة أساسية في جامع البيانات وتم تحديد العينة في الاعتماد على الأسلوب العشوائي في اختيار عينة الدراسة عشوائية متعددة المراحل من الشباب الجامعيين الجزائري بجامعة مسيلة.

وقد توصلت إلى عدة نتائج في الدراسة أهمها أن الشباب الجامعي يتفاعل مع المجموعات التي تقوم بنشر الأخبار وان المجموعات التي يتفاعل معها الشباب الجامعي معروفة الهوية وتواصل أيضا أن الشباب الجامعي لديه فعاليات في متابعة الأعمال التطوعي عبر الانستغرام.

- أن العلاقة التي تربط دراستنا بهذه الدراسة أنها ركزت على دوافع استخدام الشباب الجزائريين في تحفيزهم على العمل التطوعي.

الدراسة الثانية :

بعنوان تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعية على قيم وسلوك المراهق من انجاز عليه شيماء في جامعة الشهيد حمه لحضر الوادي 2020-2021.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على صناع المحتوى وتأثيرهم على سلوك المراهقين والكشف عن مدى متابعة المراهقين لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة القيم التي يثبتها صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد جوانب السلوك التي تأثره جراء متابعة المراهقين لصناع المحتوى، وأيضا معرفة إذا ما كان تكرار متابعة المراهقين لصناع المحتوى يؤدي إلى خلق سلوكيات جديدة.

- وقد تمحورت إشكالية الدراسة في ما مدى تأثير صناع المحتوى في مواقع، التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك المراهق ؟

حيث تفرعت إلى عدة تساؤلات:

- كيف يتعرض المراهقين لمحتويات صناعات المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟
هل أدى تكرار تعرض المراهقين لمحتويات صناعات المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور سلوكيات جديدة.

واستخدمت الاستبيان وقد تم الاعتماد على استمارة المغلقة المفتوحة الذي تتميز بكفاءات في الحصول على المعلومات لما يعطي للمحلين الفرصة لبدء رأيه وتم اختيار عينة عمدية مكونة من 100 تلميذ معتمدة بين ثانويتين:

- وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

إن المبحوثين العديد من العادات من صناعات المحتوى وأبرزها اتبعوا أسلوب حياة منظم. وإن المراهقين اكتسبوا جملة من الإيجابيات أهمها الاستماع إلى آراء المختلفة.
ومنه فإن هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا من حيث أن المواقع التواصل الاجتماعي شعبية كبيرة وخاصة لفئة الشباب وتأثير صناعات المحتوى للاستفادة من بعض النتائج الموجودة.

الدراسة الثالثة :

بعنوان اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري جامعة أم البواقي من انجاز كاتب فارس عقون دنيا، 2015-2016، 2016-2016.

وتسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها هو معرفة احد الشباب المشتركين والمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي وفهم كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية وأثارها السلبية والايجابية على سلوكيات الشباب الجزائري داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه :

- وقد محورت الإشكالية الدراسة على ما هو اثر استخدام الشبكات الاجتماعية على التساؤلات الجزائري؟
- عليه فإن الإشكالية البحث تتمحور حول التساؤلات الجزائرية التالية :
- ماهي أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية ؟
- ماهي دوافع استخدام الشباب الجزائري المضامين الشبكات الاجتماعية؟
- هل مضامين الشبكات الاجتماعية أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب الجزائري؟
استخدم الباحثين لمنهج الوصفي مضامين الشبكات الاجتماعية وأثارها على سلوك الشباب.
واعتمدوا في دراستهم على الاستبيان وقد وزعت الاستمارة على عينة عشوائية تمثلت في 80 شاب بأم البواقي لوسم 2015-2016.

وقد توصلوا إلى عدة نتائج أهمها أن معظم أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية غالبا وإن أغلبية المبحوثين تصفحون الشبكات الاجتماعية حسب الظروف المواتية لهم.

إن العلاقة التي تربط دراستنا أنها ركزت على اثر استخدام الشبكات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي ولهذا يمكننا الاستفادة من النتائج والتوصيات.

من خلال معرفة الآثار السلبية والايجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الرابعة :

بعنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين (انستغرام نموذجاً)
الجامعة قالمة 8 ماي 1945 تحت إعداد خرشيش هشام.

هدفت هذه الدراسة إلى عدة أهداف أهمها محاولة التعرف على تأثير موقع الانستغرام على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين والتعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام معرفة دوافع استخدام الطلبة لموقع الانستغرام ودرجات اهتمامه بمختلف المواقع المطروحة على الموقع وتحديد الآثار الإيجابية المعرفية والوجدانية السلوكية التي تنجز من استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام.

تمحورت الإشكالية الدراسة حول التساؤلات ما هو تأثير تطبيق الانستغرام على القيم الاجتماعية عند الطلبة الجامعيين؟

وعليه فان الإشكالية تتمحور حول الأسئلة الفرعية :

- ما هي عادات وأنماط الطلبة الجامعيين في استخدام تطبيق الانستغرام؟

- ماهي دوافع الطلبة الجامعيين في انستغرام تطبيق الانستغرام؟

- ماهي التأثيرات السلبية التي يحدثها تطبيق الانستغرام على القيم الاجتماعية عن الطالب الجامعي ؟

استخدام الباحث منهج الوصفي قصد تشخيص وكشف جوانب الظاهرة المدروسة واستخدام المنهج الوصفي في وصف قيم وثقافة وضوابط سلوك الطلبة في مجتمع الدراسة أجريت الدراسة الميدانية في جامعة 8 ماي 1945 بـ 123 طالب يؤطروهم 14 أستاذاً منهج 12 أستاذاً أجنبي بالاعتماد على الاستبيان كأداة جمع البيانات وقد توصلت هذه الدراسة إلى بعض النتائج أهمها:

إن مستخدمين الانستغرام أغلبيتهم إناث وان معظم الطلبة لديهم حساب على الانستغرام وان اغلبهم يستخدمون الانستغرام لأكثر من سنة وأنهم سيستخدمون الانستغرام حسب الظروف وأنهم يستعملونها بشكل عشوائي.

ترتبط هذه الدراسة بدراستنا للاستفادة من بعض القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين خاصة حيث استخدام المنهج الوصفي لتشخيص وكشف جوانب الطلبة الجامعيين مما يساعدنا على معرفة قيم وثقافة وضوابط سلوك الطلبة.

5- الدراسة الخامسة:

بعنوان " اثر الترفيه الاعتراضي على المراهقين :

جامعة الجزائر 3 من انجاز الطالب حيمر سعيدة 2020-2021.

تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف في :

التعرف على مدى إيمان المراهقين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الترفيه والآثار الناتجة عن هذا الاستخدام وأيضا الهدف الرئيسي معرفة أثر الترفيه باستخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم وسلوكيات المراهق الجزائري، وأيضا التعرف على أنماط الترفيه الاعتراضي لدى المراهقين وأشكال على أنماط الترفيه الاعتراضي لدى المراهقين وأشكال ممارستها ونجد أيضا من أهدافها هي المشكلات النفسية التي تواجه المراهقين عند استخدام المواقع من أجل الترفيه وأيضا الإشباع المحققة من الترفيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول مع ازدياد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتنوع المضامين الترفيهية على الشبكات الاجتماعية والمكان خوض تجربة ترفيهية تشبه إلى حد بعيد الترفيه ربما تفصلها حدود رفيعة وبما إن المراهقين هم أكثر فئة اجتماعية ترتبط بالترفيه الواقعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي استخدام الطالبة المنهج المسحي التحليلي الذي اعتقدت أنه الأنسب لموضوع الدراسة والذي يعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات من حالة الأفراد وسلوكياتهم وقد استخدمت المنهج وتفسير الوضع الراهن لنظام مراج.

ومن نتائج الدراسة هي :

إن موقع الفيسبوك ينتج للمستخدمين حياة اعتراضية تتيح لهم خيارات وبدائل متنوعة تفضلي كافة اهتماماتهم وفي شتى المجالات.

أن معظم أفراد الذين يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات ويعود طول استخدام الفيسبوك إلى أهمية استخدام الموقع في العصر الحالي.

تتصل هذه الدراسة مع دراستنا باعتباره ركزت على أثر الترفيه الاعتراضي على المراهقين وإيمانهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك

الدراسة السادسة :

بعنوان الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي من إعداد الطالب حسن قطيسم طماح المطيري بجامعة الشرق الأوسط إبريل - نبيسان/2013.

- تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف هي هدفت إلى الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر وأغراضها و مضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي، واستخدم المنهج الوصفي المسحي في الدراسة وأداة الاستبيان إلى طبقت على نسبة من (404) مستخدمين جري اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة إن المجتمع الكويتي من أكثر المجتمعات العربية استخدامات لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتنوع هذه الاستخدامات مع طغيان الاستخدام السياسي على ما أشارت بعض التقارير الحديثة أن بلدت فيه وسائل التواصل الاجتماعي لاعب نشطا إن لم يكن لاعب رئيسيا فيه عبر اعتماد الكثيرين عليه في التواصل السياسي وتكمن مشكلة الدراسة في الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية

لموقع تويتر وأغراضها ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي الذي يشارك بفعالية في النشاط السياسي الذي تشهده البلاد.

ومن نتائج الدراسة :

- طبيعة الاستخدامات المختلفة لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل مستخدميهم من الشباب الكويتي - الأغراض السياسية الاستخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي.
ترتبط هذه الدراسة بدراستنا باعتبارها ركزت على الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي للشباب الكويتي وركزت على تويتر.

الدراسة السابعة :

بعنوان إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الصحة النفسية لدى الطلبة الجامعة دراسة ميدانية بجامعة الشهيد حمة لخضر الوادي من إعداد الطالبتين إيمان طبيبي ، هاجر بوغسان سنة 2019-2020.
- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي :

- معرفة ما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية لدى الطلبة الجامعة .

- معرفة ما إذا كانت هناك فروق في مستوى الصحة النفسية تتبعا لمستويات الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.

- معرفة ما إذا كانت هناك فروق في الصحة النفسية تعزى لمتغير الجنس.

- وقد تمحورت هذه الدراسة من إشكالية مفادها هي إن الصحة النفسية مهمة في حياة الناس عامة والشباب الجامعي خاصة وأنهم في مرحلة بناء شخصياتهم مستقبلهم وعلى سلامة صحتهم النفسية والجسمية يتوقف مدى التقدم والازدهار في المجتمع فالصحة النفسية ضرورة لا بد من تحقيقها.

- اعتمدوا في هذه الدراسة على المنهج السببي المقارن حيث يعرف بأنه البحث الذي يحاول الباحث في التعرف على أسباب التي تقف وراء الفروق التي تظاهر في سلوكيات المجموعات.

- ومن نتائج هذه الدراسة هي : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة صائبة بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية لدى طلبة الجامعة ونجد أيضا هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الصحة النفسية تتبعا لمستويات الإدمان على مواقع التواصل لدى الجامعيين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الصحة النفسية باختلاف لمتغير الحالة الاجتماعية .

إن العلاقة التي تربط دراستنا بهذه الدراسة إنما ركزت على الصحة النفسية كطلبة الجامعيين وعلاقتها بالمواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثامنة :

بعنوان " أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة حلو لكرم من وجهة نظريات البيوت " الجامعة القدس المفتوحة سنة 2013-2017.

- من أهداف هذه الدراسة كما يلي:

1- إفادة المؤسسات الرسمية وغير الحكومية والخاصة ومن نتائج الدراسة في تصميم وتطوير برامج الدراسية تسهم في تنظيم ورفع مستوى وعي الشباب وجدولته.
الإفادة من التوصيات والمقترحات والنتائج التي خرجت بها الدراسة لأبناء بشكل عام واستقاء إلا أكثر و
نبيين بشكل خاص.

وقد انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها هي أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت أهم ما يقصده الشباب على الشبكة العنكبوتية منذ تأسيسها وأخذت تورة كبيرة في عالم الاتصالات حيث ثم ذكر الفيسبوك حيث تم تعفيه لمدة يوم كامل الذي يعد احد المواقع المهمة حنبا إلى أخرى ونفرق ساعات بحر التواصل الاجتماعي ونتفر ملفات الأصدقاء واحد تلو الآخر فيعد إيمان مواقع التواصل الاجتماعي لصفة عامة.

- تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف الظاهرة كما هي في الواقع ويعبر عنها تعبير سميا وكيفيا بحيث يؤدي إلى

الوصول إلى عنهم علاقات هذه الظاهرة إضافة إلى الوصول إلى استنتاجات وتعميمات تساعدي تطوير الواقع المدروس.

- ومن أهم نتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي :

وجود فروق في الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء بين ممتازة وضعيفة لصالح ممتازة.

- ومنه أن دراستنا تتشابه مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي المراهقين.

تحديد مفاهيم الدراسة :

يعتبر الإطار المفاهيمي هو الخلفية التي تحدد مسارات البحث توجهاته ومنه حددنا مفاهيم الدراسة

وهي:

1- الأثر :

- لغة: الأثر في اللغة كما ورد في معجم الوسيط " أثر فيه ترك فيه أثر، تأثر الشيء ظهر عليه الأثر و بالشيء تتبع أثره " (أسماء بن مريم ،ص5، 2018).

- أما في معجم الفني يعرف الأثر في اللغة كما يلي " أثر مصدرا أثرا، يعبر عن أحدث تأثيرا بالغا نفوس الحاضرين احدث وفقا كأنها تريد أن تحترق بعينها ليرى تأثير كلامها في عواطف، و يقصد به كذلك ،لم يكن يهدف إلى التأثير عليه اخضاعه لمفعول ما " (أبو العزم، 2008) .

اصطلاحا :

عرفه السعيد بومعيزة : بأنها تلك العلاقات التفاعلية بين أفراد الجمهور و وسائل الإعلام ، و تتميز هذه العلاقات من جانب وسائل الإعلام بمجاوبة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها ، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي ، و من جانب أفراد الجمهور فحم يستعملون وسائل الإعلام و يتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية و النفسية و الاقتصادية و الثقافية و هذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات و ما تمثله بالنسبة إليهم و مدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة (مرجع سابق، ص6 2018).

- الهوا لقدرة على إحداث التغيير في الآخرين ر يرى الأمل خلال الأثر الذي يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة و السلطة الرسمية (احمد أمين فورار و آخرون ، ص14، 2013).

إجرائيا :

الأثر حسب دراستنا هو قياس مدى تأثير جماعات الضاغطة في الإنستغرام على المراهقين من ورا د امتلاكهم حسابات شخصية و تعرضهم لمختلف مضامين و محتويات الإنستغرام جراء المؤثرين في الإنستغرام

2- المراهقة :

يمكن تعرف المراهقة لغة و اصطلاحا على النحو التالي :

لغة

- مصدر زاهق .

- المراهقة : الفترة من بلوغ الحلم السن الرشد.

- المراهقة كلمة مشتقة من حفل رهب المعنى قارب فترة الحلم و البلوغ وقد تدل المراهقة على العظمة و القوة و الظلم

- و تعرف في المعاجم العربية من الانتقال من مرحلة اللغوية إلى مرحلة الرجولة و من ثم فهي مسافة زمنية فاصلة بين عهدين أو بين فترتي 12 و 17 سنة .

- وتعني أيضا في قاموس لاروس (Larousse) العربي، ر تلك الفترة الزمنية العاملة بين حياه الطفولة و حياه الرجولة ، (a- regarder le petit Larousse panis.frame 2004)

اصطلاحا :

هي فترة مرور و عبور و انتقال من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد و الرجولة وبالتالي فهي مرحلة الاهتمام بالذات و المرأة و الحب على حد سواء و مرحلة اكتشاف الذات و الغير و العالم (د. جميل حمداوي).

- تعرف أيضا المراهقة بأنها حالة من النمو تقع بين الطفولة و الرجولة، و الأنوثة (د.نوري الحافظ ، ص22، 1990)

هي مرحلة حساسة وحاسمة في حياة الفرد اذا اثناءها يبدأ التحول الفيزيولوجي والسيكولوجي من مرحلة الطفولة الى مرحلة الرشد كما يعاني خلالها الفرد العديد من المشكلات التوافقية تستدعي الراشدين الانتباه اليها ومساعدة المراهق على تجاوزها (أسماء بن مريم ، ص2018،11).

- تعريف موسوعة علم النفس:

المراهقة هي الفترة من العمر المتعبة للطلبي لأنه يبلغ مبلغ الكبار ويدنو ويقترّب من الرشد والمراهقة ثلاث فترات في البداية تكون بواكير المراهقة تم المراهقة المتوسطة وأخيرا المراهقة المتأخرة (الحتفي، 2005، ص125).

- المراهقة تعني المقاربة، والمراهق هو الطفل الذي قارب البلوغ وعلماء النفس والتربية يقسمون مرحلة المراهقة إلى ثلاث مراحل مبكرة، متوسطة ومتأخرة (أد. عبد الكريم بكار، ص2010).

- المراهقة مرحلة يمر بها الإنسان الفرد في طريقة إلى الرجولة والرشد (د. يوسف القرضاوي 2003).

التعريف الاجرائي:

المراجعة تعرف من خلال دراستنا هي العمر الفاصل بين الطفولة والرشد وذلك في الفترة العمرية والممتدة من سن 13 الى 25 وقد تختلف في بدايتها ونهايتها من شخص إلى آخر.

3- الإستغرام

لغة : كلمة انستغرام تتكون من كلمتين instaut camera التي تعني الكاميرا الفورية و telegram التي تعني برقية (العايب شمسية، 2022).

اصطلاحا :

تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فليتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة الإنستغرام نفسها.

- هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي وما يميزه انه يتيح لنا خاصية الهاشتاغ لتتشر فيه صورم ويراهأ أحبائك أو المهتمين في نفس التخصص بالإضافة إلى إمكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها (خرشيش هشام، ص2021،19).

- يعرف الانستغرام في الجزائر إحدى منصات الأساسية التي تصنع الرأي العام، فقد منح العديدين فرصة إن يصبحوا نحو ما تعيقين ركن للشهرة على مواقع التواصل الاجتماعي ثمنا قد يكون مكلفا نفسيا (skynezsara bis.com).

- وفي تعريف آخر الانستغرام هو احدى منصات التواصل الاجتماعي التي تعني لتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المستخدم على هذه المنصة كما يسمح الانستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتز (بن احميدة آمنة، ص2023.75).

التعريف الإجرائي للإنستغرام :

هو تطبيق يتميز بالعديد من المميزات تجعله مميزا عن باقي التطبيقات حيث يتضمن بالعديد من المحتويات المختلفة ويتيح لمستخدميه التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ومشاركتها مع الأصدقاء.

4- الجماعات الضاغطة :

التنظيمات القائمة للدفاع عن مصالح معينة وتمارس عند الاقتضاء ضغطها على السلطات العامة، هدفها ليس الوصول إلى السلطة وإنما للحصول على قرارات تخدم مصالح تلك التنظيمات (عبد المالك صيراني وآخرون، 2019).

- وتعرف أيضا من قبل A.Maihiot فيرى " العدد الذي يحرصى من الجماعات والجمعيات والنقابات والتحركات التي بدافعها عن المصالح المشتركة لأعضائها، مستخدمة كل وسيلة مباشرة ، وغير للتأثير على التصرف الحكومي والتشريعي ولتوجيه الرأي العام (مرجع سابق)

- جماعة الضغط pressure group هي جمعيات منظمة من الافراد تكونت على أساس مشترك باستطاعتها الضغط وتهديد ذوي المناصب لكونها تركز على قضية مفردة (جان فينو، 1983).

- هي مجموعات يطلق عليها مجموعات الضغط من خلال الضغط الذي تمارسها لتحقيق أهدافها ومصالحها تستهدف الى تحقيق غايات متنوعة وقد تكون رسمية وغير رسمية .

- جماعات الضغط تعد من اهم واكثر التكتلات البشرية التي تؤثر على سياسات المؤسسات والشركات به وسياسات عامة الدول بأكملها فبقوتها وانتشارها تحكمها في كثير من وسائل الضغط وعلاقاتها الوثيقة بالأشخاص البارزين في كل مجتمع (www.noonpost.com)

- جماعة اجتماعية تتكون من أفراد يسعون لتحقيق أهداف مشتركة من خلال العمل الجماعي المنظم الذي يعتمد على قوة المتابعة والتأثير في صنع القرار المناسب الذي يتمخض عنه تحقيق المصلحة وتأمين المطالب والحاجات (www.houcineoufkia.com)

التعريف الإجرائي:

هي مجموعات تعمل مستقلة عن ارادة أعضائها، ولها مصالح سياسية أكيد، وبعضها قد يكون جماعات مبادئ ، لكن الأغلبية العظمى منها جماعات مصالح ولها صفة الدوام.

خلاصة :

من خلال عرضنا للفصل الأول من الدراسة، تم ضبط إشكالية الدراسة وحددنا تساؤلها الرئيسي وبعض التساؤلات الفرعية حيث أن التساؤل الرئيسي وبعض التساؤلات الفرعية حيث أن التساؤل الرئيسي يتمثل في : ما هو تأثير المجموعة الضاغطة على لسوك المراهقين في الإنستغرام؟ وان التساؤلات الفرعية هي : ما هي عادات وأنماط المراهقين في استخدام تطبيق الإنستغرام؟ ما هي دوافع المراهقين في استخدام

تطبيق الانستغرام ؟ ما هي التأثيرات السلبية التي تحدثها المجموعة الضاغطة على سلوك المراهق في الإنستغرام ؟ ما هي التأثيرات الايجابية التي تحدثها المجموعة الضاغطة على سلوك المراهقين في الإنستغرام، وقد تناولنا فصلنا أهمية الموضوع أهمية كبيرة حيث تعتبر أهميتها من أهمية الموضوع نفسه وندرة الدراسات الخاصة بالانستغرام.

وبرز هدفنا من خلال هذه الدراسة هو معرفة أنماط وعادات المراهقين في استخدام تطبيق

الإنستغرام.

A decorative border composed of intricate black floral and scrollwork patterns, framing the central text. The design features symmetrical, swirling acanthus leaves and scrolls, with small leafy sprigs at the corners.

الإطار النظري

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

1- تمهيد

أولاً : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً : نشأت مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

1- فايسبوك

2- يوتيوب

3- تويتر

4- إنستغرام

خامساً : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة

تمهيد:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية مظهر من مظاهر الإعلام الجديد التي أصبحت مصدرا رئيسيا لجمع وتحليل و إنتقاء المعلومات وإعادة نشرها بين المستخدمين، حيث شهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً عالمياً و تكنولوجيا في مختلف مجالات الحياة، حيث غيرت مواقع التواصل الاجتماعي كل نواحي الحياة، اختصرت الحدود الجغرافية و جعلت العالم قرية صغيرة و أثرت على معظم أعمال و أنشطة الأفراد، حيث لقت إقبالا كبيرا من طرف الأفراد و مختلف الفئات العمرية خاصة المراهقين لذلك تطرقنا في هذا الفصل على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي :

أولاً : تعريف مواقع التواصل الاجتماعية :

هي مواقع للدردشة وتفرغ الشحن العاطفية كما أنها منمرج مهم في توجهات الشباب إذا أصبحوا يتبادلون النظر الثقافية والأدبية و السياسية .

- هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للوبي وما يعرف باسموين تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي حسب مجموعات اهتمامهم أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة، مدرسة...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل الاجتماعية المباشر مثل إرسال رسائل و الاطلاع على الملفات الشخصية الآخرين ومعرفة أخبارهم.

ويعرفها زاهر راضي بأنها" منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص، به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهوايات نفسها. وتعرف كذلك بأنها عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، توفر لمستخدميها فرصة للحوار ويتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية والبومات الصور وغرف الدردشة (خرشيش هشام،2021،ص18).

ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعية :

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاسمتيس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع د. جريزس 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضاً عدة مواقع التواصل الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وظهر أيضاً عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال وموقع كاببوزلد الذي أنشأ في كوريا سنة 1999 وكان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكت الميلاد الفعلي لشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كانت سنة 2002 ومع بداية هذا العام(2002) ، انطلق موقع التواصل الاجتماعي (friendster.co) الذي حقق نجاحاً دفع (Google) إلى محاولة شرائها للسنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وقد تم تصميمه يكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف الفئات المجتمع العالمي وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (skyrouk.com) كمنصة للتدوين تم تحول إلى موقع تواصل،— وحتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جداً، خصوصاً أن خدمات الانترنت في المجتمعات العربية إلا بشكل

محدود جداً، خصوصاً إن خدمات الانترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار والترحيب (مرزاق بلباله 2019 ، ص38. 40).

وفي عام 2003 بدأ ظهور شبكات جديدة للتواصل الاجتماعية لكن معظمها استمدت من أشكال المواقع الأولى في محاولة لتكرار نجاحاتها والاستفادة من شعبيتها والاستهداف جماعات ديموغرافية معينة ففي حين استهدفت شبكات التواصل الاجتماعية جماهير واسعة التمتت مواقع مهنية مثل : Xing.Unvisibleplk. وفي سنة 2005 وسعت خدمات الفيسبوك لتشمل طلاب المدارس الثانوية والعاملين في الشركة حتى عمم الجميع (زياد إسماعيل.2016.ص42).

ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعية:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعية موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي:

1- بسهولة الاستخدام: حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التعامل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات إلى خبرات وتدريبات علمية وعلمية معقدة وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتقلب عملية تسجيل اسم ورقم سري بطاقة تعريف العضو والموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبة الحقوق والواجبات الرقمية وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحمل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم رقم سري وجه ختان بله يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية الحرية تامة وإذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب محذف حسابه الالكتروني أو تجميد عضويته (مرزاق بلباله.كم 41).

2. التمكن من مشاركة المصادر والموارد العلمية: حيث يتم نشرها بسهولة على مواقع التواصل الاجتماعية المتنوعة على الشبكة، ومن ثم مشاركتها مع الآخرين والحصول على النقدية المرتردة السريعة والمتنوعة والفعالة.

3- توفر التواصل المستمرين المجموعات المختلفة: حيث تضمن شبكات التواصل الاجتماعي آليا الالتحام الالكتروني بين المتعاركين، فيظل الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء.

3- إنشاء مجتمعات : groups تتيح مواقع التواصل الاجتماعية على جمع وتعليم وفهرسة المعلومات بشكل تعاوني، من خلال الاعتماد على التصنيف الاجتماعي للمعلومات والمحتويات أو ما يعرف بالفهرسة لعرض التشابك.

4- تقديم آلية جديدة لفهرسة المعلومات: حيث تساعد مواقع التواصل الاجتماعية على تجميع مختلف الموارد المعرفية من مصادر متنوعة مختلفة من خلال الشبكة وإظهارها في مكان واحد تم إعادة بناء معرفة جديدة كخلاصة لكل محتويات المصادر المختلفة.

5- تقديم معرفة جديدة: تعتمد مواقع التواصل الاجتماعية على تجميع مختلف الموارد المعرفية من مصادر متنوعة مختلفة من خلال الشبكة وإظهارها في مكان واحد ثم إعادة بناء معرفة جديدة كخلاصة لكل محتويات المصادر المختلفة.

6- تقدم دعماً للمحادثات التفاعلية بين الأفراد والمجموعات : حيث تتميز هذه المواقع بتوفير المحادثات التفاعلية بأشكال متنوعة تبدأ من التفاعل في الوقت الحقيقي عبر التراسل الفوري وتستمر حتى التفاعل غير المتزامن عبر مساحات العمل الجماعي على الويب من خلال النقاشات.

7- تقدم دعماً للنقدية الرجعية الجماعية : فتساعد مواقع التواصل الاجتماعية على تبادل التعديدية الرجعية بين المشاركين، فهي تسمح للمجموعة أن تقيم مساهمات بعضها بعضاً من خلال التواصل والتفاعل المتبادل.

8- إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي : تتميز مواقع التواصل الاجتماعية القيود المفروضة على السلوك الاجتماعية والتعاوني، والمتمثلة في اللغة والموقع الجغرافي والخلفية الثقافية وقيود الزمان والمكان .

9- توفير مستودعات للمخزون المعرفي للمجتمع : من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعية أنها تعتبر مستودعاً للمعرفة، من خلال تخزين مجموعات كبيرة من المعارف والمعلومات حول مختلف أشكال المعرفة، بما يشكل أكبر مكتبة تعاونية تشاركية افتراضية حول العالم. (محمد جابر خلف الله، 2015)

رابعاً : أشهر مواقع التواصل الاجتماعية :

1- فيس بوك : (face book)

فيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة " فيس بوك " المسؤولة كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يحكى للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال المرسل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية التي إنهاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتوقف عليهم.

أ- نشأة الفيس بوك وتطوره:

قام مارك زوكر بيرج بتأسيس الفيس بوك عام 2004، بالاشتراك مع كل من داستي موسكو فيتيز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكتنا رفيقي زوكر بيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة ايفي ليج وجامعة ستانفرد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية وأخيراً أي شخص يبلغ من الـ 13

عاما فأكثر يضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم الـ 350 مليون عضو في الفيس بوك فتح شهية الشركات التي تتقاسم النفوذ في الانترنت، كما أن هذا العدد يعني دخلاً لا محدود كدره الإعلانات التي ينشرها الموقع وهذا ما جعل مارك اصغر ملياردير في العالم. (صارة شهرة، يزيد قلاتي، 2015، ص 41، 42).

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء و العائلة الى موقع تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها اعتنى الاخراب الفعلية عليا الأرض، وكذلك لتصبح فناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشريرة من 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني يشرك على وجع الأرض.

*ب- خصائص (الفيس بوك) :

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعية عديدة ومختلفة ومع ذلك فقد تميز الفيس بوك على غيره بعدة خصائص منها :

التعليقات : هذه الخاصية تسمح لمستخدمي الفيس بوك بإضافة الصور و العلامات التي يمكن تتضمنينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات أو إضافة تعليق مع إمكانية إضافة رابط أو صورة. الإعجاب يمكن الفيس بوك مستخدميه بالقيام بعمل معجب لأي نصا أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء وهي عملية متاحة بين الأصدقاء .

(عبد السلام الاشهي، 2017، ص 35).

2- اليوتيوب :

أ- تعريف اليوتيوب : يعرف على انه من المواقع العالمية لمشاهدة الفيديوهات المتعددة بالصورة والصوت في مختلف المجالات ويعتبر من ابرز المواقع على شبكة الانترنت، حيث يسمح لمستخدميه برفع الفيديوهات ومشاركتها بصفة مجانية.

وهومة اكبر مواقع التواصل التي يتم عبرها تبادل الفيديوهات وكذلك أضخمها من ناحية عدد الزوار والمستخدمين وكذا أكثر شهرة في اليوتيوب كل فناة تملك استقلاليتها الخاصة عن نظيرتها، كما انه لكل قناة أجندة جمهورها ولقنوات اليوتيوب ميزة خاصة تتمثل في سهولة استخدامها وادارتها وكذا البث الخاص أي غير المركزي – حيث يمكن بث مقاطع الفيديو في أي مكان وزمان يرغب به صاحبها (عبد الرزاق، 2011، ص 193-194)

عبارة عن نظام أساسي لمشاركة الفيديوهات على الشبه العالمية وذلك على نظام واسع جدا حيث يكتب للمستخدمين من إنتاج أو استهلاك المحتوى وعليه يحتاج مستخدموه إلى إنشاء قناة لتجميل مقاطع الفيديو

كما أن زوار المواقع لا يحتاجون الى التسجيل للدخول ومشاهدة الفيديوهات لكن يجب ذلك في حالة التعليق أو بالإعجاب.

(أوناي سيبييه سماح. بن شتيوبي جميلة، بوقرن فاطمة الزهراء ، سلايمية هناء، 2020، ص23)

ب- نشأة وتطور اليوتيوب :

تأسس اليوتيوب. كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي " هيرليو التابواني "

والبرتغالي " جاود كريم" الذين يعملون في " شركة المتخصصة في التجارة الالكترونية يبدو ان الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم هو الثنائي اللذان نجحا في تكوين أحد اكبر الكيانات في عالم الويب في وقتنا الحالي يرى الكثير من الباحثين في اليوتيوب هو : موقع المقاطع الفيديو متفرغ من غوغل، يتيح إمكانية التحصيل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك إعداد كبيرة للمشاركة فيه ويزوره الملاين ، يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام يستعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن مبدعات مراسليها من الحصول عليها، كما سنفيد مرتادي، الفايسبوك من مقاطع الفيديو المتعلقة بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربي والشرق والأوسط وعرضها على الفيسبوك، ويعتبر اليوتيوب من شركات التواصل الاجتماعية الهامة ويقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية هي : بث لنفسك أودع نفسك بوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي إذا تحمل عليه أفلاما من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويرها بالكاميرا الهاتف المتحرك لنقل حدث ما عريب أو مضحك أو يشير وكثيرا منها تم إنتاجية لدوافع فيه أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية ما تصوم، منتج الفيلم ويتضمن الموقع انواعاً لا حرص لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليه منها : الفيديو، هذا وقد حددت اليوتيوب عدة شروط للخدمة.

- ر يسمح اليوتيوب بوضع أفلام لها حقوق نشر محفوظات من دون إذن صاحب العمل.

- لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية أو الأفلام التي تسيء إلى شخصيات معينة أو الأفلام التي تشجع على الإجرام بحسب موقع اليكس يوتيوب هو حالياً ثالثاً أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيسبوك وجوجل . (دبة عقلية. 2019. ص46. 47)



3- تويتر :

أ- تعريف :

هو إحدى المواقع الاجتماعية الموجودة على شبكة الانترنت، ويقدم خدمة الكترونية مجانية لإنشائه شركة " odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو في شهر آذار من عام 2006 وأطلق رسمياً للمستخدمين في شهر أيلول من عام 2007، تقدم من خلال صفحة الانترنت، يستطيع أي شخص من خلاله نشر الأخبار و

الأحداث المحيطة به وإفصاح عن أفكاره وآراءه لعامة المستخدمين، ونشر المواقع على شبكة الانترنت رسميا في منتصف شهر أيلول من نفس العام، يحتوي الموقع على صفحة البداية، والتي تضم واجهة موجزة عن حساب المشترك وصفحة تحتوي نافذة للبحث، وصفحة تحتوي نافذة للبحث، وصفحة مخصصة للتواصل مع الأعضاء، والتي تضم تفاعلات الأعضاء مشاركة صاحب الحساب والإشارات والتي يشار من خلالها اسم المستخدم المتابع ومشاركته وتأتي صفحة الاستكشاف لتتيح للمستخدم معرفة الأخبار الجارية من خول صاحب الحساب وتفاعل المشتركين معه، والتي تضمن صفحة الأحداث وصفحة التفاعل، ثم صفحة المشترك الشخصية، والتي تحوي المعلومات الخاصة بالمشارك وموقعه الجغرافي وأهم الأحداث التي مر بها (خول غانم المري، 2016 ص 42-43).

ويشكل عام أصبح استخدام توتير للأخبار حول العديد من جوانب الممارسات الصحفية بشكل إيجابي حيث أصبح توتير أداة هامة للصحفيين من خلال دعم نقل الأخبار في وقتها، وخلق قناة للوصول للمواقع الالكترونية الإخبارية للاطلاع إلى المقالات الإخبارية.

وعلى الرغم من الدور الإيجابي الذي تؤديه شبكة توتير في نشر الأخبار وخاصة الأخبار العاجلة، إلا أنه في ظل المنافسة الشديدة من مصادر الأخبار والرغبة في السبق الصحفي فإنه قد يتم نشر الأخبار العاجلة فور وقوعها دون التحقق منها ومن مصادر خاصة أوقات الأزمات والكوارث ومع سهولة نشر الأخبار، وإعادة نشرها أصبح من السهل انتشار الأخبار الزائفة والشائعة. (د. نرمين على عجوة، ص494).



4- إنستغرام:

أ- تعريف

هو موقع مجاني لتبادل الصور، أطلق في أكتوبر عام 2010 حيث قام بتأسيسها كيف سيستروخ ومايك كر يجر، حيث أتاح للمستخدمين النقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الاتصال والتواصل الاجتماعية مثل الفيس بوك والتوتير وقد استحوذت فايسبوك على إنستغرام في عام 2012 مقابل مليار دولار، عندما تم الاستحواذ على إنستغرام من قبل فايسبوك عدد موظفي إنستغرام 13 موظفا فقط. (محمود، ياسر نبوي، 2017).

ب- نشأة :

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد "كيفين سيستروخ" على تمويل أولي بمبلغ 500 ألف دولار بينما كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعية بالاعتماد على الموقع الجغرافي، مع ميزة مشاركة الصورة، ويعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح واستخدامه فقط بعض الأشخاص من معارف وأصدقاء كيفت ووصفه بأنه مجرد فكرة فاشلة وفي جويلية 2010 قام كل من كيفية ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد باليد بالعمل على تصميم تطبيق لمشاركة الصور.

- ارادا لإنسان صنع شيء وحيد جديد والتركيز عليه وتطوره إلى مجال الصور فوجدوا إن مشاركة الصور على موقعي فيسبوك انم فليكر أو غيرها من المواقع عملية يصعب القيا بها عبر الهواتف المحمولة وبعد أن استغرق الأمر شهرين من العمل ثم إطلاق أول نسخة للتطبيق في أكتوبر 2010، مشاركة الصور مع إمكانية إضافة مؤثرات عليها وكانت النسخة الأولى من التطبيق خاصة بهواتف أيفون وفي نفس العام أعلن انستغرام الدعم الكامل للصور المشاركة على شبكة "farsquare" ووصل عدد مستخدمي التطبيق إلى مكون شخص . (عليوان سلمى، شريقي رحمة ،2020).

ج- إيجابيات الإنستغرام :

- سهولة التواصل وسرعته مع من تريد من شخصيات سواء علماء أو شيوخ أو للطلاب علم أو سياسي أو كتاب أو محللين أو صحفيين...الخ"
- متابعة مجريان الأحداث وآخر الأخبار والمستجدات.
- سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة ونشر النصائح والتوصيات والكتب والبحوث وغيره....
- تحول العالم إلى شبكة مصغرة لتواصل فيه الناس على اختلاف أجناسهم وأنواعهم بسهولة عجيبة.
(ريم قايس، 2014)

- سريع جدا يمكن المستخدمين من النقاط لصورة وصرة وتحميلها تلقائيا على الإنستغرام ومواقع التواصل الاجتماعية الأخرى مكمل الفيسبوك وتويتر .
-يحتوي على العديد منذ المؤثرات ويمكن اختيار إطار للصورة
- يمكن الشخص من الاطلاع الدائم على آخر تحديثات وأخبار أصدقائه والإعلانات المهمة.
- وسيلة جديدة لتكوين صدقات جديدة والالتقاء بأصدقاء جدد .
- الإعلان عن المنتجات الخاصة إذا كان لدى الشخص بعض الأعمال أو المحلات التجارية، حيث يمكنه من إتقاط صورة من المنتجات الخاصة به ونشرها على الإنستغرام كما يساعد في كسب المزيد من الزبائن .

- توجد تطبيقات للصور تمكن المستخدم من تحميل الصور مباشرة على الإنستغرام وتعديلها ويمكن الاحتفاظ بها على الهاتف الخاص أو الاكتفاء ونشرها عبر إنستغرام (موهون فريال، وقاف نورة ، حتحات، مقران خولة، ص19، 2019).

ومنه نلاحظ أن موقع الإنستغرام كغيره من مواقع التواصل الاجتماعية يستعمل لتسهيل الاتصال والتواصل ونشر بتوصيات الأفراد، لكن تعدت مجرد كونه موقعا للتسلية إلى استعماله ، كتطبيق لجمع المتابعين بغية عرض الخدمات عليهم وتحقيق المنفعة العامة.(العايب شميسة.2022).

خامسا: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1_الإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في الكثير من المجالات وذلك إذ أحسن الفرد استخدام حيث نجد
1-توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية : من فوائد مواقع التواصل الاجتماعي أنها أداة مفيدة وفعالة في تشكيل
أصدقاء جدد، وتسهيل التواصل مع الأصدقاء الذين انقطع أصدقاء لهم، أو مع الأشخاص الذين لا يمكن
مقابلتهم شخصياً، مما يؤثر عناء الوصول إليهم. (ابراهيم العبيدي،2021)

2-وسيلة فعالة للتسويق و الترويج : قدرة الشركات والمؤسسات للوصول الى أكبر عدد ممكن لزيادة
أرباحها وتوصيل خدماتها إلى مختلف أنحاء العالم، كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للشركات إمكانية
الحصول على معلومات منافسين وتطوير استراتيجيتها طبقاً لذلك.

3_معرفة إخبار العالم: تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من الوصول إلى آخر الأخبار في جميع بقاع
العالم دون انتظار الجريدة أو قنوات التلفاز لمعرفة آخر المنتجات. (أبو محمد 2021)

4_تساعد في عملية التعلم الذاتي: ان فوائد و الخدمات التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي كثيرة جدا
في مجال التعلم الذاتي سواء كان للمتعلمين أو للمعلمين أنفسهم، وذلك من خلال المعلومات المختلفة التي
يمكنهم أن يحصلوا عليها ، عن طريق متابعة الباحثين المختصين الذين يقومون بنشر مقالاتهم العلمية، أو
مقاطع فيديو عن مختلف الأبحاث، والمعارف عبر هذه الوسائل وتعتبر هذه المواقع مهمة جدا لأنها توسع
دائرة معرفتنا وثقافتنا.

5_حرية التعبير عن الرأي: إن الداعم الأكبر والأهم لحرية التعبير عن الرأي في جميع أنحاء العالم، هي
منصات التواصل الاجتماعي حيث أنها تسمح، لكافة الأشخاص بلا استثناء من التعبير بشكل كامل عن
أفكارهم وآرائهم ومعتقداتهم دون أن يمنعهم أحد ودون أي شروط تقييمهم. (هيئة التحرير ،2023)

2_سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

الانعزال عن العالم الواقعي :مع تزايد الشبكات الاجتماعية قلت الحاجة للتعامل مع الناس على أرض الواقع
وهذا قد يفقد المستخدمين الكثير من مهارات التواصل مع المجتمع ومع الناس من حولهم.

_ الإدمان الإلكتروني مع تدين الإحساس بالوقت، حيث يقضي المستخدم لساعات طويلة في التواصل
_ظهور الجرائم الإلكترونية وعولمتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الإعلام الإلكترونية وتعدد وانتشارها
الواسع، و منها الجرائم السياسية ، الاقتصادية، الجنسية مثل النصب والاحتيال والإبتزاز المالي وتقمص
شخصيات وهمية والتحرش الجنسي_. استخدام المتطرفين والإرهابيين لموقع التواصل الاجتماعي في تجنيد
وتعبئة الفئات الشبابية

_ انتهاك حقوق التأليف المحفوظة حيث تسهل عمليات السرقة الأدبية للملفات العلمية والأدبية. (عبد الكريم
تفرقنيت،2020)

خلاصة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على عملية التواصل مع الآخرين في مدة زمنية قصيرة عبر أنحاء العالم، حيث تعتبر حديث العام و الخاص، حيث تعتبرها الأغلبية أنها مظهر من مظاهر التحضر و التقدم كونها شكل من أشكال التكنولوجيا الحديثة و أنها ساهمت كثيرا في تطوير عملية التواصل مع الآخرين بكل حرية و التعرف على عادات و تقاليد المجتمعات الأخرى فهي باتت جزء رئيسي من حياتنا و علاقتنا و تواصلنا مع الآخرين حتى أصبح استخدامها يقربنا من العالم و وسيلة أساسية لتفاعلاتنا اليومية و التعبير عن النفس لكن في نفس الوقت أدت إلى إضاعة الوقت و الإنعزال عن المجتمع الواقعي كما يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الى الشعور بالغيرة و الإحباط و الشعور بالتنافس و العزل فمثلا موقع الإنستغرام له إمكانية اعداد استطلاعات للرأي و عرضها على جمهورهم مما يؤدي بمستخدميه الى الشعور بالإحباط و التعاسة و الغيرة مما يجعلهم يعقدون المقارنات الإجتماعية مما يجعلهم محبطين نفسيا و غير قنوعين .

الفصل الثالث: ماهية المؤثرين في الإنستغرام

• تمهيد

أولا : تعريف المؤثر

أ- في الإنستغرام

ب- في مواقع التواصل الإجتماعي

ج- الخلفية التاريخية للمؤثرين

ثانيا: خصائص المؤثرين

ثالثا : أنواع المؤثرين

رابعا: أنواع تعاون المؤثرين عبر الإنستغرام ومميزاته

أ- أنواع التعاون عبر الإنستغرام

ب- مميزاته

خامسا : النظريات

أ- نظرية الحتمية التكنولوجية

ب- نظرية الإشباعات و الإستخدامات

ج- نظرية المجال العام

• خلاصة

تمهيد :

يعد موضوع المؤثرين في الإنستغرام من المواضيع ذات الأهمية الكبيرة، باعتبار المؤثرين هم الأشخاص الذين لديهم القدرة على التأثير على الأشخاص وتأثير في قيمهم وسلواتهم من خلال مجالاتهم المختلفة والتأثيرات أيضا على آراءهم ومواقفهم لذلك هذه الأخيرة تعد ضرورية ولازمة خاصة على المستوى الفردي والجماعي، وذلك من أجل التأقلم مع كل ما هو مستجد في الحياة الواقعية. وعلى هذا الأساس تم إلقاء الضوء على موضوع المؤثرين في الإنستغرام ومواقع التواصل الاجتماعي وخصائصهم والخلفية التاريخية وأنواع المؤثرين وأنواع التعامل معهم والنظريات المختلفة المفسرة.

تعريف المؤثر**أ- في الإنستغرام :**

هو الطرف الثالث بالإضافة إلى المنتج والمستهلك والذي يشكل إلى حد كبير قرار الشراء أو قد يكون مسؤولاً عنه ويتميز بقوة الشخصية والإقناع لديه ارتباط وثيق بوسائل التواصل الاجتماعي ولديه القدرة على التسويق لمجموع المنتجات لعلامة تجارية معينة (تونسي أمين مهدي ، ص 11، 2021).

- الشخص الذي لديه القدرة على التأثير في المستهلك ودفعه إلى شراء منتج أو خدمة معينة من خلال الترويج لها في مواقع التواصل الاجتماعي .

- المؤثر في الإنستغرام هو مستخدم لديه جمهور راسخ وقادر على إقناع الآخرين بسبب مستوى عالٍ بالثقة والوصول.

ويعرف أيضا هو الذي يطلق عليه المدون أو ناشر المحتوى عبر صفحته على الإنستغرام الذي تتكون وتنوع بالعديد من آراء والمعلومات والموضوعات والمنتجات والخدمات المهمة.

- حسب قاموس " أكسفورد" فالمؤثر هو الشخص الذي لديه القدرة على التأثير في المستهلك، ودفعه إلى شراء منتج أو خدمة معينة من خلال الترويج لها في مواقع التواصل الاجتماعي.

- تعريف المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي :

عرف المؤثر عبر شبكات التواصل الاجتماعية على أنه شخص خبير في مجال معين أو ربما شخص مشهور، ولديه عدد كبير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعية بشرط معجم لكي نطلق على شخص ما بأنه مؤثر كذلك نستطيع القول ان كل مؤثر هو قائد رأي ولكن ليس قائد رأي هو مؤثر.

ويمثل مؤثر ووسائل التواصل الاجتماعية نوعا جديدا من الأشخاص المستقلين، المؤيدين من طرف آخر الذي يشكل مواقف الجمهور من خلال المدونات والتغريدات واستخدام قنوات التواصل الاجتماعية الأخرى، من خلال مواقع مثل إنستغرام، يوتيوب، تويتر، فيسبوك، يقوم المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعية بإنشاء محتوى يروج لعلامات تجارية معينة بهدف الحصول على المتابعة والتعرف على العلامة التجارية، ويشكل نجاح المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعية أهمية بالغة بالنسبة للعلامات التجارية لذلك تم تطوير التكنولوجيا لتحديد وتعقب صلة المؤثرين بعلامة تجارية أو منظمة ما (رفعت، 2020، ص 386).

ج- الخلفية التاريخية للمؤثرين :

المؤثرين هم أشخاص عاديون يخضون تجارب حياته، وينقلونها بالكلمة أو بالصورة، أو بالفديو، ولصدقها وقوتها وتفردتها تؤثر في نفوس الجمهور فيتبعونهم، وينتظرون دائما الجديد الذي يقدمونه مؤثر، مؤثرة هو

اسم نطقه على شخص "influenceur" "influenceuse"

- يعرض نفسه على مواقع التواصل الاجتماعي، ما يسمح له بالربط بآراء متابعيه، لديه ما يكفي من الناس التي يعن متابعيه وتوحيدها، لديه ما يكفي من الناس الذين يتابعونه ويسمعونه ما سمح له بالتأثير في أذواقهم وأراءهم وسلوكاتهم.

وتعني سائل يتدفق و fluer أصلها لاتيني من كلمة influnceur و influencer وعلاقته بكلمة سائل تكمن في ان السائل يأخذ شكل الوعاء الذي يحتويه أو المسار الذي يسير عليه، أي انه بالإمكان إعطاء طريق محدد للسائل، ومن هنا تم اسقاطه على الأشخاص من خلال تبيان ما هو جديد وما هو أحسن.(هيام يوخاري وأخرى، ص45ص 46).

ثانيا: خصائص المؤثرين .

يتمي مؤثر بعدة خصائص تميزهم عن باقي الأشخاص وتتمثل في :

* المؤثر خبير (l'nfleuencem est expert) فهو قبل كل شيء مختص معروف في مجال شاملة، قد يكون سفير (mbassacheur) واصف (le qderd'cepinion) أو مرشد (pédagogue) فمن خلال موقعه على الشبكة الاجتماعية ومستوى خبرته ينقل مواقع خبرته ونظراته مفصلة ومصداقية .

* المؤثر هو صانع محتوى (un producer contenus) وذلك من خلال كتابة وإخراج البود كاست (podcaste) و الفيديو ومشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

* المؤثر ذو شخصية فريدة من نوعها : وذلك لان الابتكار، والتنوع مواكبة كل ما هو جديد الشغف، المصداقية هي جوانب تسمح للمؤثر بان يتميز عن باقي الأشخاص.

- المؤثرون هم أشخاص رقيمون (digitale) وذلك لتواجدهم على منصات التواصل الاجتماعية ومن العناصر السابقة يمكن استنتاج الخصائل التالية :

* قوة الشخصية المؤثرين وقدرهم على التأثير في وجهات النظر يمتلك المؤثرين قاعدة جماهيرية واسعة نقدر بإعداد مهولة من المتابعين.

* التأثير الاجتماعية من خلال عرض المؤثرين لتفاصيل حياتهم اليومية ونمط عيشهم(جواخر و محند علي2020، ص39-40)

* المؤثر هو شخص من المحتمل ان يؤثر في سلوك عدد معتبر من المستهلكين.

- دائما حاضر على مواقع التواصل الاجتماعي أو على أي قناة اتصالية تمكنه من الوصول الى عدد كبير من الجمهور.

يجمع مجتمع نشط ووفي هذه النقطة مهمة، فحجم متابعيه لا يكفي ليكون مؤثر جيداً، لذا فهو يعمل على كسب ثقة وولاء جمهوره لديه قوة الاكتساب جمهور حسب المواضيع التي تهتمه: لا يمكن المؤثر أن يلم بكافة المجالات لذا عليه أن يتماشى مع ميولات متابعيه ومع المجالات التي تهتم أكثر دون غيرها.

أنواع المؤثرين :

المؤثر الصغير : (le nana influenceur)

هو كل صانع محتوى يملك نسبة قليلة من المتابعين والتي تتراوح ما بين 100 الى 200 متابع أي أقل من 1000 متابع وهذا النوع يقوم بالجذب .

* المؤثر المتوسط (le micro infkueur) :

متابع المحتوى الذين يتراوح عدد جمهورهم من العشرة الاف 10000 الى عشر الف 10000 متابع ، ميزتهم الأهم هي قلة التكلفة التي تناسب كل الشركات ورغم قلة المتابعين العددية، فان هؤلاء المؤثرين لديهم معدلات عالية من مشاركة الجمهور وتفاعل مستمر، مما يخلق حالة من الثقة المتبادلة بين المؤثر والمتابعين.

ويتيح التعاون مع هذا النوع من المؤثرين للشركات استهداف شريحة محددة من الجمهور، وبالتالي تكثيف جهودها التسويقية والوصول الى المستهلكين أو المستخدمين (مرجع سابق، ص47).

* المؤثر الكبير أو ذو التأثير العالي (la macrainfluenceur) :

لديهم في الغالب ما بين 1000000 و 1 مليون متابع في بعض الأحيان يمكن أن يكون هؤلاء المؤثرين من المشاهير الكثر غالباً ما يكونون مجرد مؤثرين صغراً استمروا في تنمية قاعدتهم التالية وهو المؤثرين الأكثر انتشاراً عبر السوشل لميديا.

ثالثاً : أنواع التعاون مع المؤثرين عبر الإنستغرام ومميزاته :

أ- أنواع التعاون مع المؤثرين عبر الإنستغرام :

عندما تبدأ النظر في عمل شراكة أو تعاون مع أي مؤثر على إنستغرام ستجد أن هناك طرقاً متعددة للعمل مهم فيما يلي أنواع الأكثر شيوعاً لشراكات إنستغرام وتتمثل في ما يلي :

1- يوميات إنستغرام :

من الممكن اعتبار يوميات إنستغرام واحدة من أهم الميزات المتاحة حيث تسمح للمؤثرين والعلامات التجارية الشريكة معهم بالحصول على مزيد من التفاعل مع جمهورهم وزيادة الأعضاء بطريقة طبيعية، بالإضافة إلى أن مؤثر Instagram لا يحتاجون الى تقييد اليوميات على شكل ومظهر معين إنما يقومون بعمل إبداعي يعرفون جيداً انه سيحظى على إعجاب جمهورهم جانب فريد آخر من قصص الإنستغرام Instagram هو ميزة التمرير السريع" تقدم هذه الميزة للمؤثرين فرصة للربط الفوري بصفحة الهبوط الخاصة شركة ما، بدلاً من أخبار الأشخاص بالضغط على الرابط في سيرتهم الذاتية.

* المنشورات الممولة.

ان الرفع للمؤثرين أو منحهم عينات مجانية في مقابل المنشورات الممولة هو النوع الأكثر شيوعا من شركة المؤثرين عبر الإنستغرام بإمكان المؤثرين الاستفادة من الثقة التي اكتسبوها بالعدل ودعوة جمهورية لتجربة الشركة وعروضها بأنفسهم معظم العلاقات التجارية التي تستعين بالمؤثر تقوم بالدفع مقدما بالإنشاء منشور ممول ، ويظهر ذلك من خلال العديد من الإعلانات عن أدوات التجميل والعطور.

3- البث المباشر عبر الإنستغرام :

يمكن للماركات دعوة المؤثرين للتفاعل مع جمهورهم الحالي في الوقت الفعلي باستخدام الفيديوهات الحية على إنستغرام يعد القيام بالبث المباشر امرا مثاليا للإنشاء التفرد ومشاركة التجارب الشخصية مع جماهيرك بالإضافة إلى ذلك تعتبر للقطات الفيه عبر إنستغرام إستراتيجية ممتازة للشركات التي تتطلع إلى التفاعل مع متابعيها بطريقة ممتعة ومثيرة للاهتمام.

على سبيل المثال: يسمح للأشخاص بالتفاعل أو طرح الأسئلة عبر التعليقات، حيث يستطيع المؤثرين استخدام المشرحات الخاصة بإنستغرام وأيضا دعوة الأصدقاء والمشاهدين للانضمام إليهم .إلى جانب كل ذلك، يمكنك تنزيل وحفظ فيديوهات الخاصة بم إلى ملف الكاميرا بمجرد انتهائها. يمكنك بعدد ذلك نشرها على قناة وسائل تواصل اجتماعي أخرى أيضا.(tasawk.Com.sa)

ب- مميزات الإنستغرام:

هناك العديد والكثير مميزات الإنستغرام من أبرزها ما يلي:

قصة الإنستغرام(Instagram Story): وهي خاصية عرض يمكن للمستخدم من خلالها عرض صور، ومقاطع فيديو، أو حتى روابط لمواقع خارجية، أو ردود تفاعلية عبر حسابه الشخصي لمدة يوم واحد فقط (24 ساعة).

فلاتر الإنستغرام (Instagram Filters): وهي احد الميزات الأساسية التي تجعل تطبيق الإنستغرام مفضلا لدى عدد من المستخدمين، حيث يمنح تطبيق الفلاتر الصور لكي يتم التقاطها مظهر مميز، وذلك من خلال إضافة تأثيرات بصرية على الصور ومقاطع الفيديو لتحسينها.

-الرسائل المباشرة: (Direct Messages): أو ما يشار باختصار (DM).حيث تمكن هذه الخاصية من مستخدم الإنستغرام من إرسال (رسائل خاصة بين مستخدم إلى آخر.

- البث المباشر للإنستغرام (Instagram Live): وهي خاصية تمكن المستخدم من خلالها عمل بث مباشر عبر القصة الخاصة به، بحيث يمكن المستخدمين الآخرين مشاهدة هذا البث المباشر والتفاعل معه من خلال التعليقات أو حتى عبر انضمام المستخدمين إلى البث المباشر.

ويوجد أيضا العديد من المميزات أخرى نذكر أهمها :

يستخدمه الملايين في العالم اجمع، مما يجعله مكانا خصباً جداً لاستقطاب الجمهور المستهدف، والمهتم للكثير من الشركات حول العالم لتسويق منتجاتها وخدماتها بواسطة يوفر استخدام.

- ويمتاز أيضا بميزة مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع إضافة تأثيرات عليها بين المستخدمين مما شجع الكثير من الشركات على استخدامه.

* القيام بإنشاء فيديوهات ترويجية لها وتعريف الجمهور بما تقدمه كذلك من منتجات وخدمات مما ساعدها على تحقيق انتشار واسع جده وزيادة عدد متابعيها بشكل هائل (www.maglobalgrou.p.com)

- ويمتاز أيضا من خلال زيادة إعجابات إنستغرام يتم الحصول على لايات إنستغرام حقيقية من جميع أنحاء العالم لزيادة شهرة صورك أو فيديوهاتك على إنستغرام زيادة قانونية وآمنة.
(د. أحمد طاهر عيسوي، ص486-2022)

يسمح موقع الإنستغرام بإضافة تعليق قليل الاحرف على الصور، أو إضافة لربط المستخدمين (g) الهاشتاغ لوصف أو شرطة الفيديو، وكذلك علامة بالصور مما يخلق تفاعلا اكبر.
(عثمان محمد الدليمي، ص204-2020).

- يمتاز الإنستغرام أيضا بأنه من خلاله يتم التواصل بين المحتجين ومد جسور الروابط ونقل المعلومات والتقريب بين الآراء والاهم توحيد الكلمة والمواقف، وهو قادر على نقل المشاهد الحية وهذه ميزة مهمة (مشتاق طلب فاضل، ص12-2019)

- يسمح تطبيق الإنستغرام بتبادل بالإضافات والصدقة ببرنامج لزيادة التقرب (مريم المؤمن، ص118).
مجالات عمل المؤثرين :

- **الجمال والموضى :**

ويضمن فن تنسيق الألبسة و النيابة بالشعر والبشرة والجسم، ويعد مجال الموضة والجمال الأكثر انتشارا بين المؤثرين، الحديث يقدم كل مؤثر محتواه بطريقة مختلفة عن الآخر.
- **الحياة اليومية:**

يشارك المؤثر حياته اليومية ونمط عيشه مع المتابعين كالنشاطات والهوايات التي يمارسها أو التسوق وحضور المناسبات الاجتماعية والآراء والحديث حول الأمور الاجتماعية.
- **اللياقة البدنية:**

هو المؤثر المهتم بنمط الحياة الصحية من الغذاء والتمارين الرياضية للوصول إلى الجسم الصحي المثالي
- **الطعام :**

هو المؤثر الذي يعد مختلف الأطعمة ويشاركها مع متابعيه، بالإضافة لمتذوقي الأطعمة بمختلف أصنافها.
- **السفر :**

هو من يشارك مغامراته وتجاربه مع المتابعين، مثل السفر والتنقل بين مختلف الدول والمناطق.
الترفيه:

المؤثر المختص في مجال الترفيه، حيث يقدم محتوى فكاهي يجذب عدد كبير من الجماهير.
التصوير:

مصور يقدم محتوى مرئي عالي الجودة ويشاركه مع متابعيه على الصفحة الشخصية.

خامسا: - النظريات :**أولا : الحتمية التكنولوجية:**

أ- تعريفها: هي وجهة نظر تقول بان التكنولوجيا تعدد تاريخه وبنته الاجتماعية وقيمة الثقافية، وتعرف أيضا بأنها مصطلح ذو مدلول سلبي، استخدم لانتقاد من يعبرون التكنولوجيا قوة حاكمة مركزية تكمن خلق التميز الاجتماعي والثقافي، وبوصفهم أشخاصا يتبعون منها اختزاليا مفرطا .(د.بيتر بن سبيل، ص36). وفي تعريف آخر تعرف بأنها هي التي تنطلق من قناعة بان قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التعبير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية وعاملا لتجاوز إخفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي والشكل الذي تتقاسمه البشرية، والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقة الاجتماعية .(د.عادل عبد الصادق).

وفي تعريف آخر هي من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومبتكر هذه النظرية هو مارشال ماكلوهان حيث كان يعمل أستاذا للغة الإنجليزية بجامعة تورنتو بكندا، ويعتبر من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين.

ب- الأفكار الأساسية لنظرية الحتمية التكنولوجية :

في عام 1967 صاغ ماكلوهان نظريته في الحتمية التكنولوجية اعتمادا على فكرة أن هناك أسلوبين للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث هي :

أ- أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

ب- أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي (د.أياد هلال الدليمي، ص)

- حيث ابتكر ماكلوهان عدة مقولات تحولت إلى فرضيات وأصبحت من أهم الفرضيات التي تقوم عليها النظرية الحتمية التكنولوجية وهي:

ج: الوسيلة هي الرسالة :

بمعنى أن طبيعة كل وسيلة، وليس مضمونها هو أساس في تشكيل المجتمعات، ويرى ماكلوهان أن الرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غيرهم، وان المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى ، ويشير ماكلوهان إلى أن لكل وسيلة جمهور من الناس الذين يفوق حبهام لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر التلفزيون كوسيلة هو محور الاهتمام كبير، فكما يحب الناس القراءة من اجل الاستماع بتجربة المطبوع، فإنهم يحيون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض لهم الصور والصوت والحركة والألوان.

ويقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسؤول عن نواحي القصور فيها، ومسؤول عن مقدرتها في توصيل المضمون، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، فمثلا مشاهدة مباراة في كرة القدم

أفضل في التلفزيون منها في الراديو، فيديو أن لكل وسيلة خصائص خاصة بها تجعلها الأفضل في إثارة موضوعات معينة.

ب* تقسيم الرسائل إلى ساخنة وباردة.

ابتكر ماكلوهان مصطلحات " ساخن" و " بارد" ليصف بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها. ويهتم ماكلوهان بالقدرة على التخيل الذي يعتبر محور فأوته عن الساخن والبارد، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على استخدام الحواس، أو الوسيلة التي تقدم المعنى "مصطنعاً" وبهذا مما يقلل احتياج الفرد للخيال ويرى " مرشال ماكلوهان" أن الوسائل المطبوعة والراديو وسائل ساخنة، لان كل منها يعتمد على استخدام حاسة واحدة فقط ولا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال، حيث أن الوسيلة الساخنة تحتوي على قدر كبير من المعلومات قليلة، وتحتاج الى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة.

ج- وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الانسان:

يبين ماكلوهان ان وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يشتر الى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله واية وسيلة، أو امتداد للإنسان والتي تشكل ظروف تؤثر على الطريقة التي يفكر بها الناس ويعملون وفقاً لها، أي ان الوسيلة هي امتداد للإنسان فالملابس والمسكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، فكاميرا التلفزيون تتمدد اعيتا، والميكرفون يمد اداننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الانسان فقط (منال هلال المزاهرة، ص ص 361)

حيث يرى ماكلوهان ان التاريخ البشري هو تاريخ وسائل الاتصال ويقوم بتقسيمه الى المراحل التالية:

- 1- المرحلة الشفوية: مرحلة ما قبل التعلم، المرحلة القبلية والتي تعتمد على الاتصال الشفهي.
- 2- مرحلة الكتابة النسخ: هي مرحلة ظهرت بعد المرحلة الشفوية حيث استمرت الف عام.
- 3- مرحلة الطباعة: من القرن الخامس عشر إلى سنة 1900 تقريبا.
- 4- مرحلة وسائل الالكترونية، من سنة 1900 إلى الوقت الحالي .

ج- الانتقادات الموجهة النظرية الحتمية التكنولوجية :

أصبحت أفكار مارشال ماكلوهان في السنوات الأخيرة موضع انتقاد أو تعديل أو تشكيك من قبل بعض الباحثين، وفي هذا الصدد يرى (د.تشارد بلاك) أن (القرية العالمية) التي زعم ماكلوهان وجودها، لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر، ويوضح أن التطور التقني الذي استند إليه ماكلوهان عند وصفه القرية العالمية استمر في مزيد من التطور، بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا فالعلم الآن اقرب ما يكون إلى البناية الضخمة التي تصم عشرات الشقق السكنية التي يقيم بها أناس كثيرون ولكن كل منهم يعيش في عزلة ، ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية نفسها وهناك أيضا من الري ، أنه بدلا من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون من الأدق أن نقول أن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل، قادر كل التغلب على هذه الحتمية التي تتشا نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم، وانه لا يجب اعتبار التغير التكنولوجي حتميا ومعز منه، وذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغيير

يمكننا أن سيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده بدلا من الوقوف في وجهه أو الاستلام له tele-ena- (univ-ueb.dw).

بينما يعتبر " ماكلوهان " أن تأثير الوسيلة نفسها نافع ومفيد، إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى، فالأخبار في الرأي هي أخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي تنقل بها.

نظرية الإشباعات والاستخدامات

جـ: تعريفها

تسمى هذه النظرية بنظرية المنفعة ، ونفي تعرض الجمهور لموارد إعلامية وذلك لإشباع حاجات معينة، واستجابة الدوافع الحاجات الفردية، ويعتبر الجمهور في هذه النظرية بنشط ويمكنه تحديد الإشاعات التي يريد الحصول عليها، وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتركز على ما يفعله الأفراد بوسائل الإعلام، وكيفية استجابة هذه الوسائل الدوافع واحتياجات الجمهور، والتركيز الأساسي على تأثيرات هذه الوسائل على حياة الناس.

تعود جذور هذه النظرية إلى أربعينات القرن العشرين، حيث أدت إلى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات الإشباعات ومن أهم تلك الاتجاهات :

– التأكيد على أن الجمهور هو الذي يستخدم الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاته، فلأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليستا وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

– يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن حاجات يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

– أعضاء الجمهور مشاركون غافلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى احتياجاتهم (مشتاق طلب فاضل ، ص 36،37،2019)

ب- مفاهيم النظرية:

* الحاجة تعنيس شعور الفرد بنقص معين من ناحية النفسية والاجتماعية وعند تحققه وتواجهه واكتماله يشعر بحالة من السعادة والرضا والإشباع.

– الدافع: مشير داخلي أوحالي نفسية تدفع الإنسان السلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما ويشبع ويلى حاجته وتقاس درجة الدافع بعدة صفات منها : الطاقة المبذولة والاستمرار والتنوع.

الاستخدام : نشاط اجتماعي يتحول الى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم ، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج غفي ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام وعليه فالاستخدام وسيلة إعلامية.

- الإشباع: هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما ، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه و التخلص من التوتر (عائشة كعباش، 2018،36،35).

ج- الإيجابيات المتحققة للنظرية :

أن النظرية تمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي، وهي تهتم أيضا بتحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور.

- إن استخدام نظرية الاستخدامات الإشباعية لها أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية، حيث يتيح هذا التعامل فرض مشاهدة أوسع، بتالي تحفز هذه المشاهدة على استجابة الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة.

- إن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نفعه إيجابية للنظرية، وليس نقطة سلبية عليها، حيث أن المجتمعات تختلف نظرا لخصوصية كل مجتمع، واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية، ولهذا فإنه يمكن تقييم نتائج التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على المجتمعات مختلفة (مرجع نفسه ، ص49).

د- الفروض الذي تقوم عليها النظرية :

قامت على اعتراض الجمهور النشط على العكس من النظريات السابقة قامت بقوة التأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة فقد أضفت هذه النظرية صفة الإيجابية على الجمهور فلم يعد سلبيا بل أصبح ينظر إليه على انه ينتمي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل لذا وضع إليهم كاتر وزملائه فروض أساسية تتعلق بكيفية استخدام الفرد لوسائل الاتصال وهي :

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع على الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فلأفرادهم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.

- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تقود عليه، فهو يستطيع ان يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.

- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال (العايب شميصة، ص ص 17،18،2022).

- تتنافس وسائل الاعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الافراد، مثل قنوات الاتصال الشخصي كالأنديا أو السيمبا أو غيرها ، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الاعلام (بوزيان عبد الغني، ص42).

هـ- الأهداف التي تسعى الى تحقيقها:

- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- الكشف عن الاشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام .
- معرفة دور المتغيرات لوسيلة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعها (فطوم لطرش، ص2014،88).

- الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

- 1- ادعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط، وهو أمر يكون مبالغ فيه، حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه، فهذه العوامل. تحد من استفادة الفرد من تكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.
- 2- كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط الذي يسعى إلى تحقيق أهداف محددة، كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار .
- 3- إن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية، التي يتم فيها القياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة (مرجع سابق ، ص 82).

- 4- وهناك انتقاد موجه الى النظرية بدء دينس ماكويل بان بعض الحاجات قد تكون ذريعة لبعض وسائل الإعلامية لتقديم المحتوى الهابط أخلاقياً، وذلك لا يعد مبرر الإنتاج مثل هذا النوع من المحتوى، ويرى آخرون بان النظرية قائمة على مصطلحات مرنة، مثل الدوافع والحاجات والاشباعات ما يشكل صعوبة في تحديد ناتج ثابت يفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام (غيث العمري، 2019).

نظرية المجال العام

تعريف: ظهرت نظرية المجال العام كنظرية إجتماعية و سياسية على يد يورغن هابرماس في كتابه "التحويل البنيوي للمجال العام" ويتكون المجال العام من مجموعة من الأفراد يجتمعون مع المناقشة القضايا العامة في الأماكن العامة كمقاهي و النوادي و هذا المجال قد يكون إجتماعي أو سياسي، وبعد ما تحول المجال العام مع ظهور وسائل الإعلام، التي استبدله التفاعلات الشخصية بنموذج آخر أحادي الإتجاه، و بعبارة أخرى إعتقاد الأفراد على وسائل الإعلام الإذاعية بدلا من المشاركة في المنصات المجتمعية العامة، ومع تطور وسائل التواصل الإجتماعي وظهور شبكة الأنترنت ،برز على الساحة مجال عام جعل الأفراد يصلون

بشكل مباشر لمنندى عالمي يمكنهم من التعبير الحر، و المناقشة المفتوحة دون وساطة أو اختيار أو رقابة.(غانم السعيدي، ص 16).

فروض نظرية المجال العام :

قدم هابرماس مجموعة من الافتراضات لتكوين المجال العام، والذي تسعى إلى إتاحة ساحة من الحرية، تحترم حقوق الأفراد وتزيد من قوة المجتمع،

وأشار هابرماس إلى وجود أربع افتراضات لتشكيل المجال العام هي :

الفرض الأول: إتاحة حيز الأفراد، يمكنهم من المناقشة والحوار حول القضايا الهامة. وتبادل المعلومات والآراء ، بناء على مبدأ المساواة ، فالمستوى الإجتماعي والاقتصادي شرط من شروط المشاركة والحوار .
الفرض الثاني: يرى أن كثرة و تعدد الجماهير في مجالات عامة متعددة. يبتعد عن فكرة المجال العام الديمقراطي الذي ينبغي أن يكون مجال عام واحد شامل يربط بين جميع الأفراد في المجتمع .

الفرض الثالث: يرى أن النقاش الذي يتم في المجال العام، ينبغي أن يقتصر عن الإهتمام بالحوار و مناقشة القضايا العامة الشائعة المعنية بالصالح العام .

الفرض الرابع: يرى أن إطار العمل الديمقراطي للمجال العام يتطلب انفصال تام في المجتمع المدني و الدولة .(بن مسعود أمين 2018 ص 10).

أهم الانتقادات لنظرية المجال العام:

تجاهل هابرماس حركات إجتماعية أكثر أهمية مثل الحركات الشعبية التي أدت إلى نشوب الثورة الفرنسية. هذه الحركات كان لها إسهاما كبيرا في تطور النظم الديمقراطية و الحصول على حقوق وحرريات جديدة وهي تتوفق في هذا المجال العام .هذا بالإضافة إلى أن تصوره عن المجال العام يغلب عليه طابع الحوار الشخصي وجها لوجه والذي يتطلب حضور المتحاورين جميعا في مكان واحد، وهذا ما يشكل استحالة لوجود مجال عام جديدا ذو طبيعة تكنولوجية لم يقدرها وظل مقيدا بمجال الديمقراطية المباشرة الذي كان سائدا في اليونان القديمة .لم يكن المجال العام مفتوحا للجميع كما يذهب هابرماس ،بل كان طبقيا و ذكوريا فقد كان مكونا من بعض أعضاء الطبقة البورجوازية ذوي التعليم و الثقافة العالية، والذين يتمتعون بوقت الفراغ الكافي الذي يمكنهم من الانخراط فيه ، هذا بالإضافة إلى أن أعضائه جميعا كانوا من الرجال ويستبعد النساء ، فقد كان ينظر إليهم على أنهم ينتجون إلى جمال الأسرة الخاص(منصور أشرف 2022.ص15).

خلاصة :

بعد التطرق إلى العناصر الأساسية للمؤثرين في الإنستغرام يتضح لنا أهمية المؤثرين في حياة الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه وخصوصا لدى المراهقين، في تؤثر فيه وفي حياته فالمؤثرين لهم دور فعال وأساسي في سلوك الفرد ونفسيته واتجاهاته وقيمه.

فهم يمكن أن نقول عليهم قادة الرأي في المجتمع أي لهم الأشخاص من ذوي النفوذ في مجال استحسان أو استهجان الأفكار.

مما يتوجب على الفرد أن يعرف على مع يتابع وان يتأثر إلا بما هو حسن.

A decorative border of intricate black floral and scrollwork patterns surrounds the central text. The patterns are symmetrical and feature stylized leaves, scrolls, and small floral motifs.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية و الإجراءات المنهجية

• تمهيد

أولا : الإجراءات المنهجية للدراسة

1-منهج الدراسة

2- مجالات الدراسة

3-أدوات جمع البيانات

4- عينة الدراسة

ثانيا: تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها

1- الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة.

2- بيانات خاصة بمضامين مواقع التواصل الإجتماعي في شخصية الفرد.

3- بيانات خاصة بالمجالات التي يفضلها المراهقين متابعتها على إنستغرام.

4- بيانات خاصة بأكثر شخصية يفضل المراهقين متابعتها على إنستغرام.

5- بيانات خاصة بتأثير مضامين صناع المحتوى على القيم التثقيفية.

ثالثا: نتائج الدراسة

رابعا: التوصيات و الاقتراحات

• خاتمة

• قائمة المصادر والمراجع

• الملاحق

تمهيد:

يحتاج الباحث لجمع البيانات والمعلومات الى أدوات البحث العلمي، والتي تتعدد وتختلف باختلاف المنهج، ومن أهم أدوات جمع البيانات الاستمارة والتي تعد التقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، حيث أن الاستمارة وسيلة اتصال عن طريق طرح الأسئلة على الأفراد واحد تلو الآخر وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص النتائج المتحصل عليها عن طريق الأجوبة المتحصل عليها، لقد حاولنا في هذه الدراسة البحث على تأثير الجماعات الضاغطة في الإنستغرام أي المؤثرين وصناع المحتوى في الإنستغرام على المراهقين، وهذا بشكل أكاديمي الذي يقوم على المنهجية للبحث العلمي ، والتي تحددنا الخطوات التالية:

منهج الدراسة، مجالات الدراسة، أدوات جمع البيانات، اختيار العينة الدراسة وتحديدتها.

ومن هدف هذا الفصل معالجة معطيات الميدانية التي توصلنا اليها وتفسيرها وتحليلها ومناقشتها للوصول الى اجابات عن السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية أيضا، التي انطلقنا منها ومنه نستخلص النتائج العامة .

1- منهج الدراسة

ان كل دراسة مهما كان هدفها تتطلب من الباحث الاجتماعي منهج معين لتحليل الظاهرة المراد دراستها وتناولها في اطار قواعد وخطوات المنهج، كما أن اللجوء الى منهج معين ليست بعملية اختيارية بحد ذاتها بل حتمية علمية يتطلبها كل بحث علمي، (عفون فاروق، ص188) وتعد مناهج البحث الاجتماعي العمود الفقري للمعرفة الاجتماعية عند علماء الاجتماع حيث لها أهمية لذلك يحتاج الباحث في العلوم الاجتماعية الى استيعاب مختلف المناهج المطبقة حيث ورد في أية قرآنية (لكل جعلنا منكم شرعة ومنهاجا) سورة المائدة . حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهو الذي يهتم بالوصف الرقمي للموضوع (د.عبد الله العبد النبالي) فهو الذي يهتم بالتحليل والمقارنة والتقييم للوصول إلى حقائق دقيقة . وتم استخدام المنهج الوصفي في وصف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الذي تمثل الى حد ما الأساس وذو الأهمية الكبيرة لدى المراهق الجزائري حيث تم التطرق الى مضامين مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على الاسر والجماعات والشباب من بينهم المراهقين بصفة عامة ومحتواهم المختلف واثر صناع المحتوى عبر الإنستغرام وغيرها وهذا ما سعى إليه الباحث وهو معرفة أثر الجماعات الضاغطة في الإنستغرام على المراهقين الجزائريين.

2- مجالات الدراسة:

المجال الزمني:

لقد مرت هذه الدراسة بفترة زمنية مقسمة الى جانبين جانب نظري، وجانب ميداني متمثلين في مايلي

1- جانب نظري: استمرت عملية البحث فيه من بداية شهر ديسمبر 2022 الى غاية شهر أبريل 2023 .

2- جانب ميداني: تم الشروع فيه خلال الفترة الزمنية الممتدة من ماي 2023 الى غاية جوان 2023، وذلك بعد حصولي على الموافقة من طرف أستاذي المشرف..

الجانب البشري:

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر من المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج الدراسة على كل مفرداته، الا أنه يصعب الوصول الى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول اليه والاقتراب منه لجمع البيانات .أما بالنسبة لمجتمع البحث الخاص بدراستنا فيشمل مجموع المراهقين وبهذا تكون عينة الدراسة 110 مراهق جزائري حيث تم أخذها بصفة عشوائية.

المجال المكاني:

لكل بحث سوسيولوجي مجال مكاني يحتوي على مجتمع بحث، وبالنسبة للدراسة الحالية كان حقل البحث الميداني مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الفايسبوك ومجموعات الفايسبوك والمسنجر وأيضا صفحات الإنستغرام المختلفة.

3- أدوات جمع البيانات:

من الضروري أن يتعرف الباحث على كافة ادوات جمع البيانات في البحث العلمي وذلك لأن البيانات تعتبر عمود البحث العلمي وهي التي تجعل الباحث يتوصل الى النتائج الخاصة بالبحث من خلال جمع البيانات والمعلومات وكافة الطرق التي يحتاجها الباحث . اضافة الى ذلك مصادر جمع البيانات الثانوية التي تم الاعتماد عليها لتغطية الجانب النظري من كتب، مجلات، اطروحات، وعليه اختار الباحث المنهج الوصفي والاستمارة التي تتماشى مع موضوع الدراسة . الاستمارة :تعد الاستمارة من أكثر الادوات جمع البيانات انتشارا وهي عبارة عن مجموعة من الاسئلة حول موضوع معين، بحيث تغطي كافة جوانبه مما يسمح لنا بالحصول على البيانات اللازمة من اجابات المبحوثين (ربيحة بنار،ص49)،بمعنى انها وسيلة الاتصال الأساسية بين الباحث والمبعوث، وتعرف أيضا اداة جمع البيانات من الافراد والجماعات كبيرة الحجم(طرشي سميحة،ص 10) . حيث كانت هذه الاستمارة التي اعتمدنا عليها موزعة على ثلاثة محاور وعلى النحو التالي: المحور الأول المحور الثاني المحور الثالث حيث اعتمدنا على توزيع الاستمارة الكترونيا عبر وسائط التواصل الاجتماعي، من بينهم فايسبوك في توزيعها عبر مجموعات وخلال فترة زمنية قدرها أسبوع تم الشروع في عملية التفريغ وتحليل البيانات الميدانية وتفسيرها..

4- عينة الدراسة:

تعتبر عملية اختيار العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من بين أهم مراحل انجاز البحث العلمي، والتي من خلالها يمكن الوصول الى نتيجة، حيث يعد حسن اختيار العينة التي يقوم عليها البحث الجغرافي شرطا اساسيا لنجاح البحث وحصوله على نتائج دقيقة . يعرفها محمد عبد الباسط على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلالها هذا البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.

وعلى هذا الأساس تم الاعتماد على العينة القصدية، حيث تم أخذ من المراهقين الجزائريين بصفة عشوائية بمختلف أطوار الثانوية ١١٠ مراهق جزائري حيث تعرف العينة العشوائية على أنها هي العينة التي يكون لكل مفردة من المفردات المجتمع الاحصائي الذي أخذت منه نفس الفرصة بأن تكون ممثلة في هذه العينة، حيث تعد العينة العشوائية البسيطة من أهم العينات التي تم الاعتماد على خطواتها عند اتمام البحث العلمي، اذ انها ليست معقدة مثل غيرها من العينات (www.maktabtk.com) وتعني بصورة عامة أي طريقة تستخدم العملية العشوائية في اختيار وحدات العينة من المجتمع.(د.حسين علوان مطلق،ص29)،وهي أيضا لكل مفردة من مفردات المجتمع فرصة متساوية ومستقلة للظهور في العينة.(د. حميد عبد النبي الطائي،ص61).

قياس صدق وثبات الاستبيان:

يقصد بالصدق قدرة الاستبيان على قياس ما أعد لقياسه، ويتم التأكد من صدق الاستبيان من

خلال:

الصدق البنائي:

وهو يعبر عن متوسط درجة ارتباط كل محور الدراسة ومتوسط الدرجة الكلية الاستبيان وذلك عن طريق معامل الارتباط بيرسون، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

| المحاور | معامل الارتباط | القيمة الاحصائية |
|--|----------------|------------------|
| المحور الأول: عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي | 0.754 | 0,00 |
| المحور الثاني: التعرض لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي | 0.982 | 0,00 |

من الجدول نلاحظ أن مستوى الدلالة الإحصائية يساوي 0 في كل المحاور كما نلاحظ معاملات ارتباط موجبة أكبر من 0.5 ، ومنه هناك ارتباط جيد بين المحاور والاستبيان ككل، ومنه الاستبيان صادق. ويقصد بالثبات قدرة الاستبيان على إعطاء نفس النتائج، إذ كررنا نفس الدراسة على نفس العينة، ويتم حسابه بطريقة التجزئة النصفية.

ثبات ألفا كرومباخ:

| المحاور | معامل ألفا كرومباخ |
|---------------|--------------------|
| الاستبيان ككل | 0.955 |

من الجدول نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرومباخ في الاستبيان ككل مرتفع وأكثر من 0,6، ومنه الاستبيان ثابت.

عرض وتحليل البيانات الشخصية:

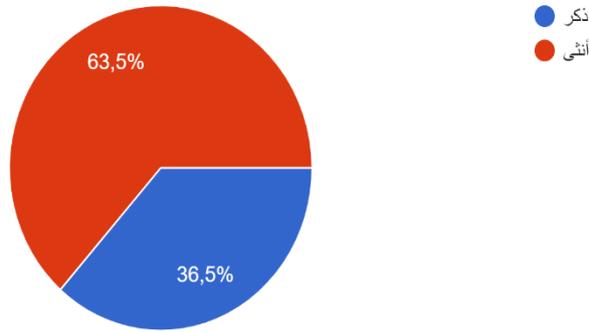
- جدول (1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر | 42 | 37.2% |
| انثى | 71 | 62% |
| المجموع | 113 | 100% |

من الجدول نلاحظ أن نسبة الاناث اعلى من نسبة الذكور في العينة، حيث كانت نسبة الاناث 62% بينما نسبة الذكور 42%.

الجنس:

115 réponses



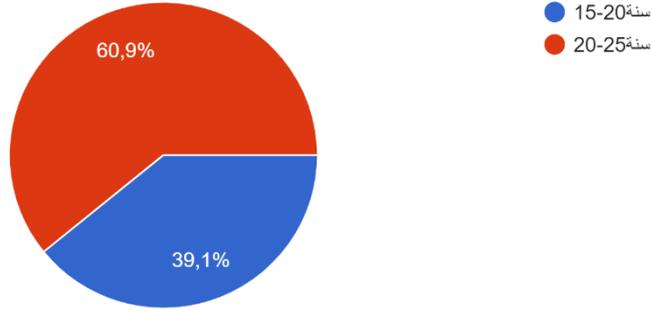
الشكل رقم 01 : دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

- جدول (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر:

| العمر | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| 15 الى 20 سنة | 45 | 39.8% |
| 20 الى 25 سنة | 68 | 60.2% |
| المجموع | 113 | 100% |

من الجدول نلاحظ أن الفئة العمرية السائدة هي من "20 الى 25 سنة" بنسبة 60.2% ثم فئة من "15 الى 20 سنة" بنسبة 39.8%

السن:
115 réponses



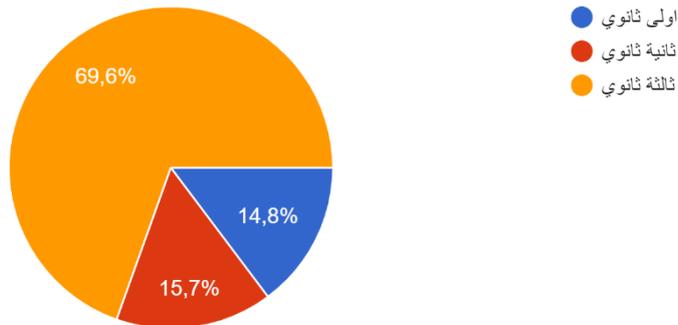
الشكل رقم 02: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

- جدول (3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

| المستوى التعليمي | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| أولى ثانوي | 17 | 15% |
| ثانية ثانوي | 18 | 16% |
| ثالثة ثانوي | 78 | 69% |
| المجموع | 113 | 100% |

من الجدول نلاحظ أن أغلب عينة الدراسة من مستوى الثالثة ثانوي بنسبة 69% ثم مستوى الثانية ثانوي بنسبة 16% وأخيرا الأولى ثانوي بنسبة 15%.

المستوى الدراسي:
115 réponses



الشكل 03: دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

- جدول (4) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص:

| التخصص | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| علوم تجريبية | 36 | 31.9% |
| آداب وفلسفة | 54 | 47.8% |
| تقني رياضي | 5 | 4.4% |
| لغات | 11 | 9.7% |
| تسيير واقتصاد | 7 | 6.2% |
| المجموع | 113 | 100% |

من الجدول نجد أن أغلب عينة افراد الدراسة بنسبة 47.8% من تخصص الادبي، ثم تخصص العلوم التجريبية بنسبة 31.9% وتأتي باقي التخصصات بنسب أقل من 10%.

الجدول المركبة:

جدول (5) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس والعمر:

| | من 15 الى 20 سنة | من 20 الى 25 سنة | المجموع |
|---------|------------------|------------------|---------|
| ذكر | 18 | 24 | 42 |
| أنثى | 27 | 44 | 71 |
| المجموع | 45 | 68 | 113 |

تشير معطيات الجدول الذي يبين توزيع العينة حسب الجنس والعمر .فكانت المعطيات 18 ذكر من فئة 15 إلى 20 سنة و نجد أيضا 24 ذكر من فئة 20 إلى 25 سنة . وكانت معطيات 27 أنثى من فئة 15 إلى 20 سنة و أيضا نجد 44 أنثى من فئة 20 إلى 25 سنة و في المجموع نجد 42 ذكر من الفئتين ونجد 71 أنثى من الفئتين و بالتالي نجد المجموع 113 من الذكور و الإناث ومن خلال معطيات الجدول نلاحظ أن العينة يطغى عليها الإناث الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة

- جدول (6) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي والتخصص:

| المجموع | علوم تجريبية | آداب وفلسفة | تقني رياضي | لغات | تسيير واقتصاد | المجموع |
|-------------|--------------|-------------|------------|------|---------------|---------|
| أولى ثانوي | 8 | 6 | 1 | 2 | 0 | 17 |
| ثانية ثانوي | 6 | 12 | 0 | 0 | 0 | 18 |
| ثالثة ثانوي | 22 | 36 | 4 | 9 | 7 | 78 |
| المجموع | 36 | 54 | 5 | 11 | 7 | 113 |

المستوى التعليمي والتخصص :

تشير معطيات الجدول الذي يبين المستوى التعليمي و التخصص لأفراد العينة المراهقين .فكانت معطيات في سنة الأولى ثانوي نجد 8 في تخصص علوم تجريبية و6 في تخصص آداب وفلسفة و 1 في تخصص تقني رياضي و 2 لغات و كان المجموع في سنة أولى ثانوي 17 و في مستوى ثانية ثانوي نجد في تخصص علوم تجريبية 6 وتخصص آداب و فلسفة 12 وكان المجموع في جميع التخصصات في المستوى التعليمي ثانية ثانوي هو 18 ونجد أيضا في المستوى التعليمي ثالث ثانوي في تخصص علوم تجريبية نجد 22 و في تخصص آداب وفلسفة نجد 36 و في تخصص تقني رياضي 4 و في تخصص لغات 9 و في تخصص تسيير و اقتصاد 7 و نجد المجموع لمستوى ثالث ثانوي في جميع التخصصات 78. و المجموع نجد في تخصص العلوم التجريبية في جميع المستويات نجد 36 و في تخصص آداب وفلسفة في جميع المستويات 54 و في تخصص تقني رياضي نجد في جميع المستويات نجد المجموع 5 و في تخصص لغات نجد المجموع في جميع المستويات 11 و في تخصص تسيير و إقتصاد في جميع المستويات نجد 7 و بالتالي المجموع 113 .تشير معطيات الجدول الذي يبني العلاقة في التخصص و المستوى التعليمي للمراهقين لإستعمالهم لمواقع التواصل الإجتماعي فهم لديهم عدة تخصصات مختلفة في الدور الثانوي حيث يشكل تخصص آداب و فلسفة النسبة الأكبر لإستعمالهم لمواقع التواصل الإجتماعي وخاصة الإنستغرام و تعرضهم لمحتويات صناعات المحتوى في مواقع التواصل الإجتماعي و خاصة الإنستغرام و المؤثرين في الإنستغرام ثم يليه تخصص العلوم التجريبية و بعدها لغات و بعدها تسيير و إقتصاد و في الأخير نجد تخصص تقني رياضي هم أقل نسبة المعرضين لمحتويات صناعات المحتوى في مواقع التواصل الإجتماعي عامة و الإنستغرام خاصة حسب الاستمارة الموزعة إلكترونيا على المراهقين في مواقع التواصل الاجتماعي.

انطلاقا من الاحصائيات المتوصل إليها من خلال الاستمارة الموزعة على المراهقين يستخدمون الأنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الإنستغرام الذي حضت بشعبية كبيرة بين أفراد المجتمع و خاصة المراهقين لما تحمله من خصائص و مميزات استثنائية و بالرغم من حتميتها نجد أن تطبيق الإنستغرام فرض نفسه بقوة حيث فيه صناعات المحتوى و لهم تأثير كبير على المراهقين و لهم آثار إيجابية و سلبية في نفس الوقت.

جدول (7) عرض وتحليل عبارات محور الأول:

| رقم العبارة | بدائل الاستمارة | | | | | الاتجاه الاجابة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي |
|-------------|-----------------|-------|-------|-----------|----------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | | | |
| 1 | 50 | 54 | 7 | 2 | 0 | موافق بشدة | 0.67 | 4.34 |
| 2 | 13 | 32 | 15 | 42 | 11 | محايد | 1.23 | 2.94 |
| 3 | 11 | 42 | 13 | 39 | 8 | محايد | 1.18 | 3.07 |
| 4 | 29 | 51 | 9 | 22 | 2 | موافق | 1.10 | 3.73 |
| 5 | 28 | 54 | 8 | 20 | 3 | موافق | 1.10 | 3.74 |
| 6 | 11 | 31 | 12 | 51 | 8 | محايد | 1.18 | 2.87 |
| 7 | 17 | 16 | 15 | 55 | 10 | محايد | 1.24 | 2.77 |
| 8 | 16 | 49 | 16 | 28 | 4 | محايد | 1.11 | 3.39 |
| 9 | 14 | 52 | 19 | 26 | 2 | موافق | 1.03 | 3.44 |
| 10 | 19 | 41 | 14 | 33 | 6 | محايد | 1.20 | 3.30 |
| 11 | 16 | 68 | 16 | 12 | 1 | موافق | 0.85 | 3.76 |
| 12 | 17 | 71 | 16 | 8 | 1 | موافق | 0.80 | 3.84 |
| 13 | 18 | 66 | 19 | 10 | 0 | موافق | 0.82 | 3.81 |
| 14 | 17 | 74 | 10 | 11 | 1 | موافق | 0.98 | 3.84 |
| 15 | 13 | 57 | 18 | 24 | 1 | موافق | 0.99 | 3.50 |
| 16 | 12 | 53 | 23 | 23 | 2 | موافق | 0.75 | 3.44 |
| 17 | 45 | 57 | 6 | 5 | 0 | موافق بشدة | 0.77 | 4.25 |
| 18 | 36 | 62 | 9 | 6 | 0 | موافق | 0.82 | 4.13 |
| 19 | 43 | 57 | 5 | 8 | 0 | موافق | 0.99 | 4.19 |

من الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الأول تتراوح بين (2.94-4.34) وكان الانحراف المعياري في قيم متوسطة وعليه لم يكن هناك تشتت كبير في آراء العينة في معظم العبارات، حيث بلغت عدد العبارات في اتجاه موافق بشدة 2، وفي اتجاه موافق 11، وفي اتجاه محايد 6، والتي رتبنا حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

- العبارة 1 بأعلى متوسط حسابي 4,34 ومنه أغلب عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي
- العبارة 17 بمتوسط حسابي 4,25 ما يدل على الموافقة الشديدة لأفراد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الاسر والجماعات والشباب من ناحية الدراسة.
- العبارة 19 بمتوسط حسابي 4,19 ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الاسر والجماعات والشباب من ناحية الهجرة.
- العبارة 18 بمتوسط حسابي 4,13 ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الاسر والجماعات والشباب من ناحية العمل.
- العبارة 12 و 14 بمتوسط حسابي 3,84 ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في شخصية الفرد من حيث العمل الإنساني والعمل الجماعي أيضا.
- العبارة 13 بمتوسط حسابي 3,81 ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في شخصية الفرد من حيث العمل التضامني.
- العبارة رقم 11 بمتوسط حسابي 3,76 ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في شخصية الفرد من حيث العمل التطوعي.
- العبارة رقم 5 بمتوسط حسابي 3,74، ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة وافقت على امتلاك حساب واحد شخصي لها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- العبارة 4 بمتوسط حسابي 3.73 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات
- العبارة 15 بمتوسط 3.50 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة لها علاقات فردية مع مواقع التواصل الاجتماعي
- العبارة 9 و 16 بمتوسط حسابي 3.44 ما يدل على أن نصف عينة الدراسة تقضي من ساعتين الى 4 ساعات على مواقع التواصل الاجتماعي، وأن لها علاقات اجتماعية مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- العبارة رقم 8 بمتوسط حسابي 3.39 ما يدل على أن نصف عينة الدراسة تقضي من ساعة الى ساعتين على مواقع التواصل الاجتماعي
- العبارة 10 بمتوسط حسابي 3.30 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة تقضي أكثر من 4 ساعات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- العبارة 3 بمتوسط 3.07 ما يدل على أن نصف افراد عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي منذ 1 الى 3 سنوات
- العبارة 2 بمتوسط 2.94 ما يدل على أن نصف افراد عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنة

- العبارة 6 بمتوسط 2.87 ما يدل على أن نصف عينة الدراسة وافقت على امتلاك حسابان شخصيان لها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- العبارة 7 بمتوسط 2.77 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة وافقوا على امتلاك أكثر من حسابان شخصيان لها على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (8) عرض وتحليل عبارات محور الثاني:

| رقم العبارة | بدائل الاستمارة | | | | | الاتجاه الإجابة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي |
|-------------|-----------------|-------|-------|-----------|----------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | | | |
| 1 | 21 | 62 | 9 | 20 | 1 | موافق | 0.99 | 3.72 |
| 2 | 34 | 57 | 15 | 4 | 3 | موافق | 0.90 | 4.01 |
| 3 | 11 | 53 | 25 | 21 | 3 | موافق | 0.98 | 3.42 |
| 4 | 27 | 42 | 14 | 24 | 6 | موافق | 1.21 | 3.53 |
| 5 | 31 | 58 | 14 | 7 | 3 | موافق | 0.94 | 3.94 |
| 6 | 16 | 53 | 21 | 20 | 3 | موافق | 1.02 | 3.52 |
| 7 | 13 | 36 | 21 | 36 | 7 | محايد | 1.16 | 3.10 |
| 8 | 17 | 25 | 21 | 39 | 11 | محايد | 1.25 | 2.98 |
| 9 | 28 | 55 | 13 | 15 | 2 | موافق | 1.01 | 3.81 |
| 10 | 7 | 35 | 16 | 46 | 9 | محايد | 1.12 | 2.86 |
| 11 | 8 | 28 | 21 | 48 | 8 | محايد | 1.10 | 2.82 |
| 12 | 8 | 45 | 23 | 29 | 8 | محايد | 1.10 | 3.14 |
| 13 | 25 | 59 | 17 | 10 | 2 | موافق | 0.93 | 3.84 |
| 14 | 6 | 29 | 23 | 43 | 12 | محايد | 1.11 | 2.76 |
| 15 | 8 | 55 | 26 | 18 | 6 | محايد | 1.00 | 3.36 |
| 16 | 3 | 34 | 30 | 38 | 8 | محايد | 1.01 | 2.87 |
| 17 | 5 | 23 | 29 | 47 | 9 | محايد | 1.02 | 2.71 |
| 18 | 12 | 44 | 19 | 30 | 8 | محايد | 1.15 | 3.19 |
| 19 | 5 | 59 | 26 | 18 | 5 | محايد | 0.95 | 3.36 |
| 20 | 5 | 32 | 29 | 42 | 5 | محايد | 1.00 | 2.91 |
| 21 | 11 | 58 | 19 | 19 | 6 | موافق | 1.05 | 3.43 |

| | | | | | | | | |
|-----------|------|------|----|----|----|----|----|----|
| موافق | 1.03 | 3.84 | 4 | 12 | 10 | 58 | 29 | 22 |
| موافق | 1.11 | 3.76 | 4 | 16 | 14 | 48 | 31 | 23 |
| موافق | 1.01 | 3.68 | 3 | 15 | 18 | 56 | 21 | 24 |
| موافق | 0.96 | 3.76 | 3 | 12 | 14 | 63 | 21 | 25 |
| موافق | 0.93 | 3.84 | 3 | 9 | 14 | 63 | 24 | 26 |
| محايد | 1.29 | 2.91 | 18 | 33 | 15 | 35 | 12 | 27 |
| محايد | 1.28 | 2.83 | 17 | 40 | 14 | 29 | 13 | 28 |
| موافق | 1.33 | 3.08 | 15 | 31 | 15 | 33 | 19 | 29 |
| غير موافق | 1.13 | 2.59 | 18 | 46 | 18 | 26 | 5 | 30 |
| محايد | 1.27 | 3.02 | 15 | 31 | 17 | 36 | 14 | 31 |
| محايد | 1.27 | 3.40 | 9 | 25 | 16 | 37 | 26 | 32 |
| محايد | 1.21 | 3.05 | 10 | 36 | 19 | 34 | 14 | 33 |
| محايد | 1.18 | 2.95 | 11 | 38 | 19 | 35 | 10 | 34 |
| غير موافق | 1.26 | 2.57 | 15 | 51 | 20 | 21 | 6 | 35 |
| محايد | 1.06 | 2.81 | 12 | 43 | 24 | 22 | 12 | 36 |
| محايد | 1.26 | 2.93 | 11 | 43 | 18 | 24 | 17 | 37 |
| محايد | 1.15 | 2.79 | 13 | 42 | 20 | 31 | 7 | 38 |
| غير موافق | 1.06 | 2.60 | 14 | 48 | 25 | 21 | 5 | 39 |
| محايد | 1.13 | 2.68 | 13 | 48 | 23 | 20 | 9 | 40 |
| محايد | 1.13 | 2.74 | 12 | 46 | 22 | 25 | 8 | 41 |
| موافق | 1.27 | 3.51 | 3 | 19 | 24 | 51 | 16 | 42 |
| محايد | 1.27 | 3.39 | 4 | 22 | 27 | 45 | 15 | 43 |
| موافق | 1.21 | 3.61 | 5 | 15 | 18 | 55 | 20 | 44 |
| محايد | 1.18 | 3.38 | 8 | 21 | 22 | 43 | 19 | 45 |
| محايد | 1.10 | 3.33 | 6 | 27 | 20 | 43 | 17 | 46 |
| موافق | 1.18 | 3.59 | 4 | 16 | 17 | 61 | 15 | 47 |
| موافق | 1.26 | 3.77 | 5 | 9 | 12 | 67 | 20 | 48 |
| موافق | 1.15 | 3.69 | 3 | 14 | 16 | 62 | 18 | 49 |

من الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الأول تتراوح بين (2.57-4.01) وكان الانحراف المعياري في قيم متوسطة وعليه لم يكن هناك تشتت كبير في آراء العينة في معظم العبارات، حيث بلغت عدد العبارات وفي اتجاه موافق 20، وفي اتجاه محايد 26، وفي اتجاه غير موافق 3 والتي رتبت حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

- العبارة 2 بأعلى متوسط حسابي 4,01 ومنه أغلب عينة الدراسة تنشط في الفاسبوك أكثر
- العبارة 5 بمتوسط حسابي 3.94 ومنه أغلب عينة الدراسة تنشط في الماسنجر بعد الفاسبوك أكثر
- العبارة 13 و 22 و 26 بمتوسط حسابي 3.84 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام بمفردهم، ويفضلون متابعة مجالات السياحة والاسفار كأكثر شيء تليها الكوميديا.
- العبارة 9 بمتوسط حسابي 3.81 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام في المنزل.
- العبارة 48 بمتوسط 3.77 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على أن القيم التثقيفية بدرجة كبيرة.
- العبارة 23 و 25 بمتوسط حسابي 3.76 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يفضلون متابعة مجالات الجمال والموضة في الدرجة الثالثة، والتكنولوجيا بالدرجة الرابعة.
- العبارة رقم 1 بمتوسط حسابي 3.72 ما يدل على أن عينة الدراسة تنشط في الإنستغرام في الدرجة الثالثة.
- العبارة 49 بمتوسط حسابي 3.69 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم التعليمية بدرجة كبيرة
- العبارة 24 بمتوسط 3.68 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يفضلون متابعة مجالات الرياضة بالدرجة الخامسة.
- العبارة 44 بمتوسط 3.61 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن صناع المحتوى في الإنستغرام يؤثرون على الوسط الاجتماعي بالدرجة الأولى من خلال خلق أسلوب التهاور.
- العبارة 47 بمتوسط 3.59 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم التوعوية بدرجة كبيرة
- العبارة 4 بمتوسط حسابي 3.53 ما يدل على أن عينة الدراسة تنشط في التيك توك في الدرجة الرابعة.
- العبارة 6 بمتوسط 3.52 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يقضون أقل من ساعتين في اليوم على الإنستغرام.
- العبارة رقم 42 بمتوسط حسابي 3.51 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن صناع المحتوى في الإنستغرام يؤثرون على الوسط الاجتماعي بالدرجة الثانية من خلال العزلة الاجتماعية
- العبارة 21 بمتوسط 3.43 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يفضلون متابعة مجالات أسلوب الحياة بالدرجة السادسة.
- العبارة 3 بمتوسط 3.42 ما يدل على أن عينة الدراسة تنشط في التيك توك في الدرجة الخامسة.

- العبارة رقم 32 بمتوسط حسابي 3.40 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع خبيب كواس بالدرجة الأولى على الإنستغرام.
- العبارة 43 بمتوسط 3.39 ما يدل على أن افراد عينة الدراسة وافقوا على أن صناع المحتوى في الإنستغرام يؤثرون على الوسط الاجتماعي بالدرجة الثانية من خلال زيادة التفاعل الاجتماعي.
- العبارة 45 بمتوسط 3.38 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم الدينية بدرجة متوسطة.
- العبارة 19 بمتوسط 3.36 ما يدل على أن نصف عينة الدراسة تتفاعل أحيانا مع منشورات صناع المحتوى على الإنستغرام
- العبارة 15 بمتوسط 3.36 ما يدل على أن ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام برفقة أصدقاء الدراسة بالدرجة الثانية.
- العبارة 46 بمتوسط 3.33 ما يدل على أن اغلب افراد عينة الدراسة وافقوا على أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم التربوية بدرجة متوسطة.
- العبارة 18 بمتوسط 3.19 ما يدل على أن نصف عينة الدراسة تتفاعل بشكل دائم مع منشورات صناع المحتوى على الإنستغرام.
- العبارة 12 بمتوسط 3.14 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام في الشارع.
- العبارة 7 بمتوسط 3.10 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يقضون من ساعتين الى 4 ساعات في اليوم على الإنستغرام.
- العبارة 29 بمتوسط 3.08 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع نومديا لزول بالدرجة الثانية على الإنستغرام.
- العبارة 33 بمتوسط 3.05 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع أبو فلة بالدرجة الثالثة على الإنستغرام.
- العبارة 31 بمتوسط 3.02 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع نهلة تي.في بالدرجة الرابعة على الإنستغرام.
- العبارة 8 بمتوسط 2.98 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يقضون أكثر من 4 ساعات في اليوم على الإنستغرام.
- العبارة 34 بمتوسط 2.95 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع أنس وأصالة بالدرجة الخامسة على الإنستغرام
- العبارة 37 بمتوسط 2.93 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع عزة ونور ياسين بالدرجة السادسة على الإنستغرام.
- العبارة 20 و 27 بمتوسط 2.91 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة لا تتفاعل مع منشورات صناع المحتوى على الإنستغرام، وأنهم يتابعون أميرة ريا بالدرجة السابعة على الإنستغرام.
- العبارة 16 بمتوسط 2.87 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام مع زملاء العمل.
- العبارة 10 بمتوسط 2.86 ما يدل على بعض عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام في المدرسة.
- العبارة 28 بمتوسط 2.83 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع عزة ونور ياسين بالدرجة الثامنة على الإنستغرام.

- العبارة رقم 11 بمتوسط 2.82 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام في العمل.
- العبارة 36 بمتوسط حسابي 2.81 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع عزة ونور ياسين بالدرجة التاسعة على الإنستغرام.
- العبارة 38 بمتوسط 2.79 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع حسين سلام بالدرجة العاشرة على الإنستغرام
- العبارة 14 بمتوسط 2.76 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام برفقة العائلة.
- العبارة 41 بمتوسط 2.74 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع شريف نبيل بالدرجة الحادية عشر على الإنستغرام.
- العبارة 17 بمتوسط 2.71 ما يدل على أن بعض عينة الدراسة يتابعون الإنستغرام برفقة الجيران.
- العبارة 40 بمتوسط 2.68 ما يدل على أن عينة الدراسة تتابع صالح أوبلز بالدرجة الثانية عشر على الإنستغرام.
- العبارة 39 بمتوسط 2.60 ما يدل على أن عينة اغلب الدراسة لا تتابع ام روكي السعودي على الإنستغرام.
- العبارة 30 بمتوسط 2.59 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة لا تتابع رانيا ميمون على الإنستغرام.
- العبارة 35 بمتوسط 2.57 ما يدل على أن اغلب عينة الدراسة لا تتابع هديل مرعي على الإنستغرام.

- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضيات:

إن الهدف من هذه الدراسة هي التعرف على مستوى الرعاية الصحية للمرأة والطفل وعلاقتها بصحة الطفل والأم في الجزائر وذلك من خلال استخدام مجموعة من الاختبارات العلمية والتي تشترط التوزيع الطبيعي، وعليه سنقوم من التأكد من أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وذلك عن طريق اختبار غلمنغروفوسميرنوف.

-الجدول رقم(9): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي حسب Kolmogorov Smirnov

| | | |
|-------|-------|---------------|
| 0,200 | 0,054 | الاستبيان ككل |
|-------|-------|---------------|

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على نتائج Spss

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى الدلالة المستخرج 0,20.0 أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0,05) ومن البيانات تتوزع توزيع طبيعي.

- الفرضية الأولى: " يوجد أثر لعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مدى التعرض لمحتويات صناعات المحتوى فيها" لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار الانحدار الخطي البسيط كما جدول (10) عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

| عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي | | | | | |
|--|----------------|---------------|----------------|--------|-----|
| التعرض لمحتويات | معامل الارتباط | معامل التحديد | معامل الانحدار | قيمة F | SIG |

| | | | | | |
|--------------|-------|-------|-------|-------|------|
| صناع المحتوى | 0.618 | 0.382 | 0.845 | 68.74 | 0.00 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|------|

من الجدول نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط 0.618 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومدى التعرض لمحتويات صناع المحتوى فيها" كما بلغ معامل التحديد 0.382 ما يدل على أن 38% من التغيرات في التعرض لصناع المحتوى ترجع لعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، أما قيمة معامل الانحدار فبلغت 0.845 ما يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في عادات وأنماط استخدام الفاسيوك بقيمة 0.845 في مدى التعرض لمحتويات صناع المحتوى، كما اكدت قيمة F معنوية الأثر حيث سجلت قيمة 68.74 بمستوى دلالة 000 وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05، وبذلك فان معادلة خط الانحدار هي:

$$Y = 0.84x - 0.1$$

ومنه نقبل الفرضية.

- الفرضية الثانية: "أكثر الاعمال التي ساهمت بها مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد هو العمل التضامني" لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار T لعينة واحدة كما هو موضح في الجدول (11) المجالات التي يفضل المراهقين متابعتها على إنستغرام:

| المحاور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة T | مستوى الدلالة | الترتيب |
|----------------|-----------------|-------------------|--------|---------------|---------|
| العمل التطوعي | 3.76 | 0.85 | 46.57 | 0.00 | 4 |
| العمل الإنساني | 3.84 | 0.79 | 51.23 | 0.00 | 1 |
| العمل التضامني | 3.81 | 0.80 | 50.18 | 0.00 | 3 |
| العمل الجماعي | 3.84 | 0.82 | 49.19 | 0.00 | 2 |

من الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية جاءت بالترتيب التالي: العمل الإنساني بمتوسط 3.84 وانحراف معياري 0.79 يليه العمل الجماعي بنفس المتوسط الحسابي ولكن بانحراف 0.82 يليه العمل التضامني بمتوسط 3.81 وانحراف 0.80 وأخيرا العمل التطوعي بمتوسط 3.76 وانحراف 0.85 ، وجاءت كل المتوسطات في مجال المتوسط الفرضي (3.67-5)، مما يدل على أن مضامين التواصل الاجتماعي ساهمت في شخصية الفرد بكل هذه الاعمال بدرجة كبيرة ومتفاوتة فالعمل وهذا ما تؤكد قيمة T الدالة عند الدلالة (0.05)، ومنه نرفض الفرضية التي تنص على أن أكثر الاعمال التي ساهمت بها مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد هو العمل التضامني لتصبح أكثر الاعمال التي ساهمت بها مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد هو العمل الإنساني.

- الفرضية الثالثة: " أكثر المجالات التي يفضل المراهقون متابعتها على الإنستغرام هي مجال الكوميديا" لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار T لعينة واحدة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (12) أكثر المجالات التي يفضل المراهقون متابعتها على الإنستغرام

| المحاور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة T | مستوى الدلالة | الترتيب |
|------------------|-----------------|-------------------|--------|---------------|---------|
| أسلوب الحياة | 3.43 | 1.05 | 34.72 | 0.00 | 6 |
| السياحة والاسفار | 3.84 | 1.03 | 39.46 | 0.00 | 2 |
| الجمال والموضة | 3.76 | 1.11 | 35.94 | 0.00 | 4 |
| الرياضة | 3.68 | 1.01 | 38.69 | 0.00 | 5 |
| التكنولوجيا | 3.76 | 0.96 | 41.58 | 0.00 | 3 |
| الكوميديا | 3.84 | 0.93 | 43.64 | 0.00 | 1 |

من الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية جاءت بالترتيب التالي: الكوميديا والسياحة بنفس المتوسط الحسابي 3.84 وانحراف على التوالي 0.93 و1.03 تليه التكنولوجيا والجمال والموضة بنفس المتوسط الحسابي 3.76 وانحراف على التوالي 0.96 و1.11 تليه الرياضة بمتوسط 3.68 وانحراف 1,01 وأخيرا أسلوب الحياة بمتوسط 3.43 وانحراف 1.05 وجاءت أغلب المتوسطات في مجال المتوسط الفرضي (3.67-5)، مما يدل على أن هذه تعتبر أكثر المجالات التي يفضل المراهقون متابعتها على الإنستغرام وهذا ما تؤكدده قيمة T الدالة عند الدلالة (0.05)، ومنه نقبل الفرضية التي تنص على أن أكثر المجالات التي يفضل المراهقون متابعتها على الإنستغرام هي مجال الكوميديا.

- الفرضية الرابعة: " أكثر شخصية يفضل المراهقون متابعتها على الانستغرام هي نهلة تي في " لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار T لعينة واحدة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (14) أكثر شخصية يفضل المراهقون متابعتها على الانستغرام

| الترتيب | مستوى الدلالة | قيمة T | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المحاور |
|---------|---------------|--------|-------------------|-----------------|----------------|
| 2 | 0.00 | 24.62 | 1.33 | 3.08 | نوميديا لزول |
| 4 | 0.00 | 25.17 | 1.27 | 3.02 | نهلة تي في |
| 1 | 0.00 | 28.31 | 1.27 | 3.40 | خبيب كواس |
| 3 | 0.00 | 26.68 | 1.21 | 3.05 | أبو فلة |
| 5 | 0.00 | 26.55 | 1.18 | 2.95 | أنس واصالة |
| 6 | 0.00 | 24.73 | 1.26 | 2.93 | عزة ونور ياسين |

من الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية جاءت بالترتيب التالي: خبيب كواس بأعلى متوسط 3.40 تليه نوميديا لزول بمتوسط 3.08 يليه أبو فلة بمتوسط 3.05 ثم نهلة تي في بمتوسط حسابي 3.02 تليها أنس واصالة بمتوسط 2.95 ثم عزة نور ياسين بمتوسط 2.93 وجاءت أغلب المتوسطات في مجال المتوسط الفرضي (2.33-3.67)، مما يدل على أن متابعة هؤلاء المشاهير تأتي بدرجة متوسطة ما تؤكد قيمة T الدالة عند الدلالة (0.05)، ومنه نرفض الفرضية حيث أن أكثر شخصية يفضل المراهقون متابعتها على الانستغرام هي خبيب كواس.

- الفرضية الخامسة: " تأثير مضامين صناع المحتوى على القيم التثقيفية بالأكثر " لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار T لعينة واحدة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (15) تأثير مضامين صناع المحتوى على القيم التثقيفية

| الترتيب | مستوى الدلالة | قيمة T | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | القيم |
|---------|---------------|--------|-------------------|-----------------|-----------|
| 4 | 0.00 | 30.64 | 1.17 | 3.38 | دينية |
| 5 | 0.00 | 30.72 | 1.15 | 3.33 | التربوية |
| 3 | 0.00 | 37.97 | 1 | 3.52 | التوعوية |
| 1 | 0.00 | 41 | 0.97 | 3.77 | التثقيفية |
| 2 | 0.00 | 40.29 | 0.97 | 3.69 | تعليمية |

من الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية جاءت بالترتيب التالي: القيم التثقيفية بمتوسط 3.77 تليها القيم التعليمية بمتوسط 3.69 تليها التوعوية بمتوسط 3.52 تليها الدينية ب 3.38 وأخيرا التربوية بمتوسط 3.33 وهذا ما تؤكد قيمة T الدالة عند الدلالة (0.05)، ومنه نقبل الفرضية ومنه تؤثر مضامين صناع المحتوى على القيم التثقيفية بالأكثر.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة الميدانية التي قمنا بها ، بحيث اعتمدنا على الاستبيان كأداة جمع البيانات ، وقمنا بتحليل وتفسير المعطيات

الميدانية ، حيث توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي كالآتي:

المحور الأول:

أغلب عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي يساهمان ويؤثران على:

- على الأسر والجماعات والشباب من ناحية الدراسة .
- على الأسر والجماعات والشباب من الناحية الدراسة .
- على الأسر والجماعات والشباب من الناحية العمل .
- تساهم في تنمية الفرد من حيث العمل الإنساني والعمل الجماعي .
- تساهم في تنمية الفرد من حيث العمل التطوعي .
- أغلب عينة الدراسة وافقت على امتلاك حساب واحد شخصي لها على مواقع التواصل الاجتماعي .
- أغلب عينة الدراسة يستخدمون أكثر من 3 سنوات .
- أغلب عينة الدراسة لها علاقات فردية مع مواقع التواصل الاجتماعي .
- نصف عينة الدراسة تقضي ما بين ساعتين الى 4 ساعات وهناك أيضا من ساعة الى ساعتين على مواقع التواصل الاجتماعي، وان لها علاقات اجتماعية مع مواقع التواصل الاجتماعي .
- تبين أيضا أن نصف عينة الدراسة يمتلكون حسابا واحدا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهناك أيضا من يمتلكون حسابين وايضا اكثر من حسابان شخصيان .

المحور الثاني:

أظهرت نتائج الدراسة أن معظم تنشيط على الفايسبوك والمانسجر أيضا وهذا شيء طبيعي وتبين أنهم يستخدمون الإنستغرام بمفردهم في المنزل أو الشارع ويفضلون متابعة مجالات السياحة والاسفار كأكثر شيئا وتليها الكوميديا .

معظمهم وافقوا على أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على القيمة الثقافية بدرجة كبيرة والقيمت التوعوية أيضا .

كشفت نتائج الدراسة أن صناع المحتوى في الإنستغرام يؤثرون على الوسط الاجتماعي وذلك من خلال خلق أسلوب التعاون.

أغلب مستخدمي الإنستغرام يقضون أقل من ساعتين في اليوم حيث يؤثر صناع المحتوى في الإنستغرام على الربط الاجتماعي من خلال العزلة الاجتماعية

وتوصلت أيضا أن نصف عينة الدراسة تتفاعل أحيانا ونصف اخر يتفاعل دائما مع منشورات صناع المحتوى على الإنستغرام.

حيث أن هناك العديد من المؤثرين الذين يقومون بمتابعتهم عبر درجات وهم موزعين كالأتي:

- عينة تتابع نموذجا لزول بالدرجة الثانية.
- عينة تتابع أبو فلة بالدرجة الثالثة.
- عينة تتابع نهلة تي في بالدرجة الرابعة.
- عينة تتابع عزة زعرور بالدرجة السادسة.
- وأيضا أميرة ريا بالدرجة العاشرة.

رابعاً: التوصيات والاقتراحات:

من خلال ما توصلنا اليه من خلال دراستنا من نتائج عامة ، نقترح مجموعة من التوصيات والاقتراحات أهمها :

1. اجراء مزيد من الدراسات التي تركز على الإنستغرام وأثر صناع المحتوى في الإنستغرام على المراهقين .
2. هذه الدراسة التي قمنا بها اقتصرنا على عينة محدد من المجتمع الكلي وهم المراهقين لذلك يجعل هناك أهمية لإجراء المزيد من الدراسات على فئات مختلفة والتأثيرات السلوكية للإنستغرام ومواقع التواصل الاجتماعي.
3. العمل على وضع ضوابط لاستخدام المراهقين لتطبيق الإنستغرام لكي تكون مناسبة مع التربية الاسلامية والعادات والتقاليد الحلية .دراسة واقع استخدام انستغرام
4. اجراء دراسات اضافية لتغيير الاختلافات في أوجه الارتباط بالاستخدام لدى فئة المراهقين والفئات الأخرى.
5. توعية المراهقين للحفاظ على القيم الاجتماعية عند استخدام تطبيق الإنستغرام.
6. توعية المراهقين بالضرورة تحديد المدة الزمنية في تصفح موقع الإنستغرام لتجنب الآثار السلبية والانعكاسات مثل الادمان وكسب عادات سلبية.
7. تحديد السن القانوني للسماح في الولوج الى هذا التطبيق فوق 18سنة.
8. البحث عن الطرق المناسبة لتوعية المراهقين من مخاطر الإنستغرام المكثف لتطبيق الإنستغرام من خلال التربية الاعلامية والحملات التوعوية.

خلاصة:

بعد التطرق الى العناصر الاساسية لواقع التواصل الاجتماعي خاصةً أنستغرام وبعد التطرق أيضا للتنظير السوسيولوجي ولأساسياتها يتضح لنا مدى أهميتها في حياتنا واتجاهاتنا وسلوكياتنا وقيمنا ولها تأثير أيضا على المجتمعات وخصوصا يؤثر على فئة المراهقين، فهي تؤثر عليه بالإيجاب و السلب بإعتبار تطبيق الإنستغرام من التطبيقات الجد مهمة من خلال دوره الفعال والأساسي. فهو يعتبر من أشهر التطبيقات المجانية التي يستعملها المستخدمون من أجل مشاركة وتبادل الصور على شبكة الانترنت، وهو من أفضل وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المراهقين.

خاتمة :

تبرز مواقع التواصل الإجتماعي في سرعة تداول المعلومات و الأحداث عبي العالم وتساهم في فتح المجال حرية أكثر و إرسال الأخبار و المعلومات و الصور و الفيديوهات دون قيود قانونية أو سياسية أو أخلاقية وبناء على ما تقدم و ظل انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة بصفة عامة ، و ظهور مواقع التواصل الإجتماعي و الانستغرام بصفة خاصة كظاهرة إجتماعية حظت بشعبية كبيرة بين الأفراد المجتمع عامة و المراهقين خاصة في السنوات الأخيرة ، نجد تطبيق الانستغرام فرض نفسه بقوة حيث كان له تأثير مباشر و غير مباشرة على المراهقين و ما يحمله من مميزات و خصائص انتشارية و نجد أيضا المؤثرين و الجماعة الضاغطة في الانستغرام و التي لهم تأثير كبير على المراهقين حيث كان لهم محل اهتمام العديد و خاصة المراهقين في الثانويات وقد اهتموا بالانستغرام و تصفحه داخله و البحث في العديد من المواضيع مثل أسلوب الحياة السياحة و الأسفار و نجد أيضا الجمال و الموضة و الرياضة و التكنولوجيا و الكوميديا فنجد المراهقين يلجؤون اليه بشكل كبير و خاصة فئة الاناث . بالاطلاع على الواقع الميداني للمراهقين في الثانويات و المستويات و التخصصات العديد .

و النتائج التي أبرزتها الدراسة و فقتنا على تكوين تصور بسيط عن ذلك التأثير المؤثرين و الجماعات الضاغطة على المراهقين الجزائريين أن لهم تأثير على الوسط الإجتماعي وذلك من خلال خلق أسلوب التعاون و أن هناك العديد من المؤثرين الذين لديهم دور كبير في حياة المراهقين منهم: أميرة ريا و نوميديا لزول ... و هذه الدراسة تتاح إلى بحث معمق في محتواه باعتباره موضوع جديد و حديث الساعة و قد تتيح هذه الدراسة مجالات آخر للبحث من جهة أخرى لاستكمال الجوانب الناقصة، و الفهم الجيد لدور و تأثير الجماعات الضاغطة و المؤثرين على المراهقين.

قائمة المصادر و المراجع :

أولاً: المصادر

القرآن الكريم

ثانياً: المراجع

• الكتب:

1. أحمد امين فورار وآخرون : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجزائريين ،
2. احمد طاهر عيسوي : التجارة والأعمال الالكترونية ، 2022
3. اياد هلال الدليمي: نظام الاتصال والاعلام الدولي ،دار النهضة العربية، ط1،بيروت ،2013.
4. بيتر بن سبيل: الكون الرقمي الثورة العالمية في الاتصالات، الناشر مؤسسة هنداوي سي أي سي، 2018.
- عادل عبد صالح: الانترنت والسياسة في الاستخدام والتأثير في ضوء الخبرات المحلية والدولية، ط1، أطلس للنشر والانتاج الاعلامي ش.م.م ، وادي النيل - المهندسين - الجيزة 2018.
5. جميل حمداوي : المراهقة خصائصها ،مشاكلها، حلولها، صندوق البريد الناظور ، المغرب ، 1889.
6. حسين علوان مطلق: جمع البيانات وطرق المعاينة، دار النشر والتوزيع ،2018. أسماء بن مريم: اثر استخدام دراسة ميدانية - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر-بسكرة- 2019.
7. شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاقية لدى المراهقين-دراسة ميدانية- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة جيجل ، 2018.
8. عبد الكريم : المراهق كيف تفهمته، وكيف نوجهه، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 2010.
9. عبد الله العبد النبالي: علم الاجتماع ، دار الخليج للنشر والتوزيع ،الاردن ،عمان ، 2018.
10. عثمان الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، 2019.
11. الغايب شمسية :التسويق الالكتروني للخدمات عبر موقع استغرام ، دراسة ميدانية ،مذكرة مقدمة في اطار متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الانسانية ، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي - أم بواقي - ، 2021.
12. مريم مؤمن :بدون ذكر الاسماء ،دار النشر والتوزيع.
13. مشتاق طلب فاضل: مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية ،شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1 ، 2019.
14. نوري الحافظ: المراهق، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط2، 1990
15. يوسف القرضاوي: الصحة الاسلامية من المراهقة الى الرشد، دار الشروق ، ط3، مدينة النصر - القاهرة - مصر، 2003.

• قائمة الأطروحات و المجالات:

16. -ابراهيم العبيدي سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي سنة 2021 عبد الكريم مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات و السلبيات دراسة وصفية ترصد اهم الملامح في الدول العربية جامعة البليدة 2001 ثم كليه العلوم الإنسانية والاجتماعية 2016.
17. -العايب شميسة التسويق الالكتروني للخدمات عبر مواقع انستغرام دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الإنستغرام كلية العلوم الاجتماعية والانسانية مذكرة مقدمة في اطار مطالبات شهاده الماستر 2022.

18. أنابيسية سماح :ما مدى ترويج اليوتيوب بالمدن الخضراء مدينة مصر سيتي ابو ظبي نموذجا اتصال وعلاقات عامة 2019.
19. بن أحيدة امنة: تأثير مصادقية المؤثر عبر الإنستغرام في تفعيل السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري، - دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات، كلية العلوم والاعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 2023،3.
20. -بن مسعود امين حفريات معرفية في مفهوم المجال العمومي مجلة الاعلام والاتصال العدد واحد 2018 منصور اشرف حسن نظريتها بالماس في المجال العام مجلة اوراق فلسفيه العدد 7س.
21. بوزيان عبد الغني : استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المنفعة منها - دراسة ميدانية - ، 2019.
22. جان فينو ، الجماعات الضاغطة، ترجمة بهيج شعبان، منشورات عويدات، بيروت 1983.
23. خرشيش هشام : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين (انستغرام نموذجا) ، دراسة ميدانية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص علم اجتماع اتصال ،جامعة قالمه ، 2021.
24. خطوم لطرش : استخدامات الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامعة والإشباع المحققة منه، دراسة مسحية ، مذكر لنيل شهادة الماستر، علوم الإعلام والإتصال ، بجامعة محمد لخضر - بسكرة - ، 2014.
25. خولاء غانم : تأثير تويتتر على طبيعة عمل عينة قصدية من الاعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية ،جامعة شرق الاوسط 2017.
26. دبه عقيله : دور دور اليوتيوب في تنميه الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاتصال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر 2019
27. دكتور نرمين علي عوجة الاعتماد على تويتتر كمصدر الاخبار وادراك مصادقيته لدى المستخدمين من الجمهور المصري جامعة القاهرة سنة 2021
28. ربيحة بنار: الاستثمارة في البحث العلمي ، جامعة الوادي جزائر ، 2022.
29. رزاق بالباله تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعي ،للطلبة الجامعيين ،-دراسة ميدانية -2018 ،.
30. زياد اسماعيل :اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري ،دراسة وصفية مسحية على عينة شباب ام بواقي.
31. سارة زهرة وآخرون : دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب الجزائري ، مذكرة مكملة -دراسة ميدانية -على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، جامعة ام بواقي، 2015
32. طرشي سميحة: تأثير شبكة الفايبيوك على الشركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة محمد خيضر - بسكرة - ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،2020.
33. العايب شميسة : التسويق الالكتروني للخدمات عبر موقع إنستغرام ،دراسة ميدانية على عينة مستخدممي موقع إنستغرام ، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهدي - أم بواقي -، 2022.
34. عائشة معليش: أطروحات الدكتوراه في الاعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية والفرنسية ،دراسة تحليلية مقارنة، كلية العلوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 2018،3.
35. عبد السلام الاشهب :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية ، - دراسة ميدانية -على عينة من تلاميذ متوسطة حارس التجانب بلدية روماس ولايه الوادي ،مذكرة مكملة 2016.
36. عبد المالك صبراني وآخرون: الجماعات الضاغطة وتأثيرها على التحول السياسي في الجزائر ، مذكر لنيل شهادة الماستر تخصص تنظيمات سياسية وادارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية- ادرار - 2020.

37. عفون فاروق : قواعد المنهج السوسولوجي بين النظري والتطبيقي ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة العقيد الحاج لخضر - باتنة - .
38. عليوان سلمى واقع الاتصال التخصصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كلية العلوم الانسانية والاجتماعية من مذكرة مكملة لنيل شهاده ماستر علم الاجتماع 2020
39. محمد جابر خلف الله: تكنولوجيا التعليم كلية التربية ،جامعة الازهر، 2007.
40. منال هلال المزدهرة : نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
41. -مهون فريال واخرون دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي كلية العلوم الانسانية والاجتماعية مذكرة مقدمة في 2019.
42. نيسفاوي لطيفة : المراهق الجزائري والانترنت - دراسة في الاستخدامات والاشباكات- تخصص اعلام واتصال ، 2014.
43. هيام بوخاري وآخرون: استخدامات الأساليب الإقناعية لمؤثر الإنستغرام في ترويج المنتجات النسائية -دراسة وصفية تحليلية لعينة من منشورات الإنستغرام ، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم العلوم الانسانية، 2021.
44. ونسي امين مهدي: أثر التسويق بالمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية السرية للعلامة التجارية من منظور المستهلكين - دراسة حالة عينة متابعي عمر ديزر- ،مذكرة تخرج في اطار نيل شهادة الماستر، تخصص تسويق خدمات، جامعة العربي بن مهدي أم بواقي كلية العلوم الاقتصادية ، 2021.

المواقع الإلكترونية :

- 1 Tele-ena-univ-orb. dw
- 2 Wwwwmaktabtk.com
- 3 Skynezsarabis.com
- 4 Wwwwnoonpost.com
- 5 Kasawk.com.sa
- 6 [Wwww.maglabalgron.p.com](http://www.maglabalgron.p.com)
- 7 a-regardlepetitlarouse
- 8 Panisfrane2004

الملاحق

جامعة 8 ماي 1945

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة علم الاجتماع

تخصص اتصال

استمارة

تأثير الجماعات الضاغطة في " إنستغرام " على المراهقين الجزائريين

دراسة ميدانية على عينة من المراهقين الجزائريين

في اطار التحضير لنيل شهادة الماستر في تخصص الاتصال، يسرني أن أضع بين أيديكم مجموعة من العبارات وأرجو منكم التفضل بالإجابة بكل صدق وقراءة العبارات بكل عناية والتأكد من أجابتم عليها جميعا ، وليكن في علمكم أن إجابتكم ستحظى بالسرية التامة ويتم استخدامها لغرض الدراسة والبحث العلمي، وقبل كل شيء نشكركم على تعاونكم الجدي معا.

إشراف الأستاذ:

د. يخلف سهيل

إعداد الطالبتان:

بلهوان مروة

بلهوان صفاء

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1-الجنس:

ذكر أنثى

2-السن:

(20-15) (25-20)

3-المستوى الدراسي:

أولى ثانوي ثانية ثانوي ثالث ثانوي

4-التخصص:

المحور الثاني: عادات و أنماط إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي:

5- استخدم مواقع التواصل الإجتماعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

6 - أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من أقل من سنة :

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

7 - أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات :

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

8- أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث سنوات:

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

9 - لديا حسابا واحد شخصي على مواقع التواصل الاجتماعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

10 - لديا حسابان شخصيان على مواقع التواصل الاجتماعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

11 - لديا أكثر حسابان شخصيان على مواقع التواصل الاجتماعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

12 - عدد الساعات التي تقضي فيها على مواقع التواصل الإجتماعي يوميا من ساعة إلى ساعتين

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

13 - عدد الساعات التي تقضي فيها على مواقع التواصل الإجتماعي يوميا من ساعتين إلى أربع ساعات

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

14 - عدد الساعات التي تقضي فيها على مواقع التواصل الإجتماعي يوميا أكثر من أربع ساعات

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

15 - ساهمت مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد من حيث العمل التطوعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

16 - ساهمت مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد من حيث العمل الانساني

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

17 - ساهمت مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد من حيث العمل التضامني

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

18 - ساهمت مضامين التواصل الاجتماعي في شخصية الفرد من حيث العمل الجماعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

19 - علاقاتك في مواقع التواصل الاجتماعي جماعية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

20 - علاقاتك في مواقع التواصل الاجتماعي فردية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

21 - أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الأسر و الجماعات و الشباب على الدراسة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

22 - أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الأسر و الجماعات و الشباب على العمل

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

23 - أثرت مواقع التواصل الإجتماعي على الأسر و الجماعات و الشباب على الهجرة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

المحور الثالث: التعرض لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الإجتماعي

24- في أي موقع من مواقع التواصل الإجتماعي تنشط أكثر ، انستغرام

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

25- في أي موقع من مواقع التواصل الإجتماعي تنشط أكثر ، فيسبوك

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

26- في أي موقع من مواقع التواصل الإجتماعي تنشط أكثر ، يوتوب

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

27- في أي موقع من مواقع التواصل الإجتماعي تنشط أكثر ، تيك توك

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

28- في أي موقع من مواقع التواصل الإجتماعي تنشط أكثر ، ماسنجر

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

29 - عدد الساعات التي تقضي في التعرض لمحتويات صناع المحتوى في الإنستغرام اقل من ساعتين

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

30 - عدد الساعات التي تقضي في التعرض لمحتويات صناع المحتوى في الإنستغرام ما بين ساعتين الى اربعة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

31 - عدد الساعات التي تقضي في التعرض لمحتويات صناع المحتوى في الإنستغرام اكثر من اربع ساعات

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

32 - في أي مكان تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام ؟ المنزل

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

33 - في أي مكان تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام ؟ الدراسة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

34 - في أي مكان تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام ؟ العمل

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

35 - في أي مكان تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام ؟ الشارع

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

36- تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام بمفردك

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

37- تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام برفقة العائلة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

38- تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام برفقة صديق الدراسة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

39- تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام برفقة زميل العمل

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

40- تتابع محتويات صناع المحتوى في الإنستغرام برفقة الجيران

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

41 - تتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الإنستغرام دائما

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

41 - تتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الإنستغرام أحيانا

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

41 - تتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الإنستغرام منعدما

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

42- المجالات التي تفضل متابعتها عند صناع المحتوى في الإنستغرام ، أسلوب الحياة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

43- المجالات التي تفضل متابعتها عند صناع المحتوى في الإنستغرام ، السياحة و الأسفار

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

44- المجالات التي تفضل متابعتها عند صناع المحتوى في الإنستغرام ، الجمال و الموضة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

45- المجالات التي تفضل متابعتها عند صناع المحتوى في الإنستغرام ، الرياضة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

46- المجالات التي تفضل متابعتها عند صناع المحتوى في الإنستغرام ،التكنولوجيا

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

47- المجالات التي تفضل متابعتها عند صناع المحتوى في الإنستغرام ، كوميديا

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

48 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ أميرة ريا

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

49 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ نور,ستارنز العراقية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

50 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ نوميديا

لزول

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

51 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ أرانية ميمون

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

52 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ أنهلة تيفي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

53 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ خبيب كواس

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

54 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناع المحتوى في الإنستغرام؟ أبو فلة

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

55 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ أنس مروة و اصابة
مالح

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

56 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ هديل مرعي
المصرية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

57 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ عمرو مسكون
السوري

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

58 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ أعزة زعرور و نور
ياسين الفلسطيني

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

59 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ حسين سلام السعودي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

60 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ امي روكي السعودي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

61 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ صالح اوبلز صالح
السعودي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

62 - الشخصية التي تفضل متابعتها من صناعات المحتوى في الإنستغرام؟ شريف نبيل

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

63- أثر محتوى صناعات المحتوى في الإنستغرام على الوسط الاجتماعي الذي تعيش فيه من
ناحية القيم الاجتماعية؟ العزلة الاجتماعية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

63- أثر محتوى صناعات المحتوى في الإنستغرام على الوسط الاجتماعي الذي تعيش فيه من ناحية القيم الاجتماعية؟ زيادة التفاعل الاجتماعي

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

63- أثر محتوى صناعات المحتوى في الإنستغرام على الوسط الاجتماعي الذي تعيش فيه من ناحية القيم الاجتماعية؟ خلق أسلوب الحوار

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

64 - أثرت مضامين محتوى صناعات المحتوى على قيمك الدينية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

65 - أثرت مضامين محتوى صناعات المحتوى على قيمك التربوية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

66 - أثرت مضامين محتوى صناعات المحتوى على قيمك التوعوية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

67 - أثرت مضامين محتوى صناعات المحتوى على قيمك التنقيفية

موافق بشدة موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

68 - أثرت مضامين محتوى صناعات المحتوى على قيمك التعليمية

| عنوان الدراسة | صاحب الدراسة | مكان وسنة الدراسة | النتائج | مكان ادراج الدراسة | العلاقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية |
|--|--|--|--|--------------------------|--|
| دور الانستقرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي | موهون فريال وقاف نورة زهرة جتحات مقران خولة | جامعة المسيلة جامعة محمد بوضياف 2018-2019 | الشباب الجامعي يتفاعل مع المجموعات التي تقوم بنشر الأخبار وان المجموعات التي يتفاعل معها الشباب الجامعي معروفة الهوية وتواصل أيضا أن الشباب الجامعي لديه فعاليات في متابعة الأعمال التطوعي عبر الانستقرام. | أسئلة الاستمارة | ان العلاقة التي تربط دراستنا بهذه الدراسة أنها ركزت على دور الانستقرام على الشباب ولهذا يمكن الاستفادة من خلال النتائج والتوصيات |
| تأثير صناع المحتوى في مواقع | "عليه شيماء" | جامعة الشهيد حمه لحضر الوادي | أن المبحوثين العديد من العادات من | الفصل الثالث المؤثرين | وترتبط هذه الدراسة بدارستنا الحالية في |

| | | | | | |
|---|----------------|--|---------------------------|-------------------------------------|--|
| <p>معرفة مدى تأثير صناع المحتوى على المراهقين ولهذا يمكن الاستفادة من النتائج والتوصيات</p> | | <p>صناع المحتوى وأبرزها اتبعوا أسلوب حياة منظم نوأ المراهقين اكتسبوا جملة من الإجابيات أهمها الاستماع الى اراء مختلفة</p> | <p>2020-2021</p> | | <p>التواصل الاجتماعية على قيم وسلوك المراهق</p> |
| <p>فان دراسة تتشابه مع دراستنا من حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي،ولهذا نستطيع الاستفادة من النتائج التي توصلت اليها مع نتائج دراستنا ، ومعرفة ما اذا كان هناك اختلاف في نوع التأثير</p> | <p>النتائج</p> | <p>معظم أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية غالبا وأن الأغلبية المبحوثون يتصفحون الشبكات الاجتماعية حسب الظروف المواتية لهم</p> | <p>جامعة أم بواقي</p> | <p>كاتب فارس عقون ناديا</p> | <p>أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري</p> |

| | | | | | |
|---|--------------------------------------|---|------------------------|------------|--|
| تربط هذه الدراسة بدراستنا الحالية أنها ركزت في ابراز تأثير مضمون مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الإنسانية لدى المراهقين. | الفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي | ان مستخدمي الانستقرام أغلبهم اناث وان معظم الطلبة لديهم حساب على الانستقرام وأن معظمهم يستخدمون الانستقرام أكثر من عام ويستخدمونه بطريقة عشوائية. | جامعة 8 ماي 1945 قالمة | خرشيش هشام | تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين – أنستقرام نموذج – |
|---|--------------------------------------|---|------------------------|------------|--|

| | | | | | |
|---|-------------------|---|-----------------|------------|-------------------------------------|
| ارتبطت هذه الدراسة بدراستنا في تبين الآثار التي تقوم بها وسائل العالم الافتراضي على المراهقين | النتائج والتوصيات | ان موقع الفاييبوك ينتج للمستخدمين حياة اعراضية تتيح لهم خيارات وبدائل متنوعة تقضي كافة اهتماماتهم | جامعة الجزائر 3 | حيمر سعيدة | أثر الترفيه الاعراضية على المراهقين |
|---|-------------------|---|-----------------|------------|-------------------------------------|

| | | | | | |
|--|-------------------|---|--|------------------------|--|
| | | وفي شتى المجالات، وأن معظم أفراد العينة الذين يستخدمون الفيسبوك من أكثر ثلاث سنوات | | | |
| تتشابه هذه الدراسة بدراستنا من خلال تركيزهم على الشباب بالإعتبارهم محور مهم وركيزة المجتمع | النتائج والتوصيات | طبيعة الاستخدامات المختلفة لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل مستخدميهم من الشباب الكويتي ، الأغراض السياسية الاستخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي | جامعة الشرق الأوسط ابريل - نبيسان 2013 | حسن قطسيم طماح المطيري | الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي - تويتر - من قبل الشباب الكويتي |

| | | | | | |
|--|------------------------------------|---|---|--------------------------------|---|
| <p>هذه الدراسة لها ارتباط بدراستنا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وما ينتج عنه من أثارها سلبية من بينها الادمان</p> | <p>النتائج والتحليل السسيولوجي</p> | <p>توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ادمان مواقع التواصل الاجتماعي والصحة النفسية ، ونجد أيضا فروق ذات دلالة احصائيا في مستوى الصحة النفسية تبعا لمستويات الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي</p> | <p>جامعة حمه لخضر الوادي</p> | <p>ايمان طبيبي هاجر بوغسان</p> | <p>ادمان مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الصحة النفسية لدى الطلبة الجامعة دراسة ميدانية</p> |
| <p>ترتبط هذه بدراستنا من خلال الآثار المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من نتائج هذه الدراسة</p> | <p>استمارة</p> | <p>وجود فروق في الآثار الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء بين</p> | <p>جامعة القدس المفتوحة سنة 2017-2013</p> | <p>حلو لكرم</p> | <p>اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي</p> |

| | | | | | |
|---|--|-------------------------------------|--|--|--|
| التي توصلت اليها مع نتائج دراستنا. | | ممتازة وضعيفة لصالح ممتازة | | | |
|---|--|-------------------------------------|--|--|--|

| رقم النظرية | اسم النظرية | التعقيب |
|-------------|----------------------|---|
| | الاحتمية التكنولوجية | <p>بالنظر للمرجعية التي اعتمدها مارشال ماكلوهان في نظريته الاحتمية التكنولوجية ، نجد بأن تطبيق انستقرام هو ضمن الآليات التي اعتمدها نظام التواصل العالمي الجديد كتكنولوجيا متطورة تفرض ذاتها وتأثيراتها على اكبر عدد ممكن من المجتمعات أيا كانت صفاتها، أو عددها، أو جغرافياتها، لكن لا يمكن تعميم تأثيرات الاحتمية التكنولوجية لهذا التطبيق لوحدها دون أي احتميات أخرى، فهذا التطبيق بقي فقط الوسيلة التي تمهد بحتميات مختلفة وعديدة لا حصر لها ، اي هي اشارة البداية لخلق عالم موازي للعالم الاجتماعي العالمي وستظل متواصلة مدام هناك علم قائم على تطوير هذه التكنولوجيات، ومن جهة اخرى تطوير</p> |

-1-

| | | |
|--|-------------------------------|------------|
| <p>القمر النظرياتي المفسر لها تماشياً معاً للتقدم الذي تصنعه والآثار المختلفة التي يمكن لها أن تخلق ظواهر لا يمكن توقعها على سبيل التفسير الاجتماعي البحث لها.</p> | | |
| <p>يبدو واضحاً وجلياً ما ترمي إليه نظرية الاستخدامات والاشباعات فالوسيلة التي يستخدمها الأفراد هي التي تحقق الإشباع الذي يهدف إليه الفرد والذي خلق ذلك الدافع لاستخدام تطبيق الانستقرام ، فمدام هناك غاية هناك وسيلة ودافع وهذه الغايات اي الاشباعات هي التي تجعل الفرد يختار الوسيلة المناسبة لكي يحققها، فمثلاً نجد معظم الفنانين الجزائريين وغيرهم يتفاعلون مع تطبيق انستقرام بصفة كبيرة على عكس التطبيقات الأخرى ، بالرغم من تحقق نفس العناصر لكن الانستقرام له مميزات الخاصة أيضاً، حيث أصبح بدوره منصة راقية تضم هذه الفئات الاجتماعية وغيرها ما يدعو الجمهور الى متابعة</p> | <p>الاستخدامات والاشباعات</p> | <p>—2—</p> |

| | | |
|---|-----------------------------------|-------------------|
| <p>تطوراتهم ومختلف مواقفهم وما يعرضونه يوميا حول حياتهم بصفة عامة</p> | | |
| <p>مع تطور وسائل التواصل الإجتماعي وظهور شبكة الانترنت برز على الساحة مجال عام جعل الافراد يصلون بشكل مباشر لمنندى عالمي يمكنهم من التعبير الحر, و المناقشة المفتوحة دون وساطة او اختيار او رقابة , و أوضح ان آلاف المحادثات المتنوعة التي تجري عبر الانترنت يوميا , و المتاحة لكل فرد يمكنه الوصول اليه, تشير الى توسيع النطاق العالمي للخطاب العقلاني عبر الشبكات المتحررة في ما يعرف بالمجال العام .</p> | <p>نظرية المجال العام:</p> | <p>_3_</p> |

ملخص

هدفت الدراسة الحالية الى التعرف على مدى تأثير الإنستغرام على المراهقين الجزائريين، حيث حقق الإنستغرام انتشارا واسعا في مجتمعاتنا المختلفة من خلال مجالاته من بينها الموضة والجمال أيضا التربوية، كوميديا وغيرها من المجالات وحدث الإنستغرام تغيرات جذرية على مستوى الفرد والجماعة خاصة على المراهقين .حيث تم تطبيق هذه الدراسة على مجموعة من المراهقين وقد تم اختيار العينة العشوائية التي تحددت في 113مراهق ومراقبة من المجتمع الكلي، حيث استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي والتحليل واعتمدنا على الاستبيان عن طريق الاستمارة الإلكترونية التي قسمت الى 2 محاور أساسية . توصلنا الى نتائج أهمها:

- التعرض لصناع المحتوى ترجع لعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- أكثر المجالات التي يفضل المراهقين متابعتها على الإنستغرام هي مجال كوميديا .
- إن هناك العديد من صناع المحتوى عبر الإنستغرام منهم أميرة ريا .
- تؤثر مضامين صناع المحتوى عبر الإنستغرام على القيم التنقيفية بالأكثر.

Résumé

La présente étude vise à identifier l'impact d'Instagram sur les adolescents algériens, car Instagram a atteint une large portée dans nos différentes sociétés à travers ses domaines, y compris la mode et la beauté ainsi que l'éducation, la comédie et d'autres domaines. Instagram a fait des changements radicaux au niveau individuel et de groupe, en particulier sur les adolescents. Cette étude a été appliquée à un groupe d'adolescents. L'échantillon aléatoire identifié chez 113 adolescents et adolescents de toute la société a été sélectionné. Dans notre étude, nous avons utilisé le programme descriptif et analytique et nous nous sommes appuyés sur le questionnaire sous forme électronique, qui a été divisé en deux axes de base. Nous avons obtenu des résultats, dont les plus importants sont :

- L'exposition aux créateurs de contenu est due aux habitudes et aux habitudes d'utilisation des sites de médias sociaux.
- Les domaines que les adolescents préfèrent suivre sur Instagram sont la comédie.
- Il ya beaucoup de créateurs de contenu Instagram, y compris la princesse Rea.
- Le contenu des créateurs de contenu Instagram influence le plus les valeurs **éducatives**.

Abstract :

The current study aims to identify the impact of Instagram on Algerian adolescents, as Instagram has achieved a wide reach in our different societies through its fields, including fashion and beauty as well as education, comedy and other fields. Instagram has made radical changes at the individual and group level, especially on adolescents. This study was applied to a group of adolescents. The random sample identified in 113 adolescents and adolescents from the whole society was selected. In our study, we used the descriptive and analytical curriculum and relied on the questionnaire

through the electronic form, which was divided into 2 basic axes. We have reached results, the most important of which are:

- Exposure to content makers is due to the habits and patterns of using social media sites.
- The areas teens prefer to follow on Instagram are comedy.
- There are many Instagram content makers including Princess Rea.
- Content of Instagram content makers influences educational values the most.