

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علم الاجتماع والديموغرافيا



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الاجتماعية

الشعبة: علم الاجتماع

التخصص: علم اجتماع اتصال

إعداد الطالب: أولاد بلقاسم يوسف

بعنوان:

دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى التلاميذ

دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ السنة الرابعة متوسط

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

2024/06/04

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
عبان عبد القادر	أستاذ محاضر ب	جامعة ورقلة	رئيسا
فتيحة زايدى	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
أم كلثوم زعطوط	أستاذ مساعد ب	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2023/2024

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب

المصطفى أما بعد: الحمد لله الذي وهبنا التوفيق

والسداد ومنحنا الثبات لنثمن هذه الخطوة في

مسيرتنا الدراسية بإنجازنا لهذه المذكرة المتواضعة

ثمرة الجهد والنجاح بفضل الله عزوجل أهدي عملي

هذا إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله و جعلهما

نورا لدربي وإلى روح جدي وعمي رحمهم الله وإلى

كل العائلة الكريمة ومن رافقني في مشواري

الدراسي



شكر و تقدير

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات الحمد لله

الذي وفقا لإتمام هذا العمل المتواضع أتقدم

بكل عبارات الشكر والتقدير إلى الدكتورة

” فتيحة زايدي ” على ما قدمته لنا من نصائح و

إرشادات لإنجاز هذه المذكرة وكل الشكر والعرفان

إلى أساتذة قسم علم اجتماع الاتصال على وقوفهم

معنا طيلة المسيرة الدراسية والشكر الجزيل إلى

كل دفعة علم اجتماع الاتصال 2024.

يوسف أولاد بلقاسم



ملخص الدراسة :

إن التطور التكنولوجي الذي شهده العالم أدى إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي فتحت المجال للأفراد للتواصل و التفاعل داخل هاته المنصات ، فمن مخلفات هاته المواقع ظهور ما يسمى بالمؤثرين الذين يعتبرون فئة من الأشخاص ينشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهم يساهمون في تشكيل بعض القيم الاجتماعية للأفراد عامة والتلاميذ ، فبناء على هذا جاءت هذه الدراسة تحت عنوان " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ " فمن خلال هذا نحاول معرفة و اكتشاف الظاهرة وعليه طرحنا التساؤل الرئيسي الآتي : ما هو دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ في مرحلة التعليم المتوسط ؟ ويندرج تحته مجموعة من الأسئلة الفرعية: ما نوع القيم التي ينشرها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لتلاميذ السنة الرابعة في متوسطة مولاي العربي ورقلة ؟ كيف يتلقى التلميذ الذي يدرس في سنة رابعة متوسط بمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقلة لمحتوى مؤثري موقع الانستغرام واليوتيوب؟ هل يؤدي التعرض الزائد لمحتويات مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام إلى اكتساب قيم جديدة لدى تلاميذ متوسطة مولاي العربي؟ وللإجابة على هذه التساؤلات اعتمدنا على مجموعة من الإجراءات المنهجية المتمثلة في المنهج الوصفي ، مستخدمين في ذلك أدوات جمع البيانات الملاحظة و الاستبيان ، حيث قدرت عينة البحث ب 81 تلميذ من السنة الرابعة متوسط تم ، وفي الأخير توصلنا إلى أن لهؤلاء المؤثرين دور كبير في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ فمنها ما هو ظاهر و منها ما هو كامن؛ و أن التلاميذ كلما زاد تعرضهم لمحتويات هؤلاء المؤثرين كلما زادت اختلاف نظرتهم الطبيعية للواقع المعاش هذا لأنهم في مرحلة حساسة وهي مرحلة المراهقة فهم سهل التأثير ، فكلما زادت عدد سنوات التعرض لهؤلاء المؤثرين كلما زادت نسبة التأثير فمنهم من يكتسب قيما منها ما هو سلمي و ما هو إيجابي؛ من بين هذه القيم نجد التكافل الاجتماعي بالإضافة إلى خلق أسلوب الحوار وكذا الثقة بالنفس و كذلك تقليد المؤثرين من ناحية للباس و الشكل و تسريحات الشعر .

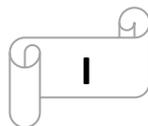
Abstract:

The technological development witnessed by the world led to the emergence of social networking sites that opened the way for individuals to communicate and interact within these platforms, it is the remnants of these sites the emergence of so-called influencers who are considered a category of people active through social networking sites, they contribute to the formation of some social values for individuals in general and students ,based on this this study came under the title "The role of social media influencers in shaping the social values of students" Through this we try to find out And the discovery of the phenomenon, and therefore we asked the following main question: What is the role of social media influencers in shaping the social values of students in the intermediate education stage? It includes a set of sub-questions: What kind of values do social media influencers spread to fourth-year students in Moulay Larbi Ouargla Intermediate School? How does a student who studies in the fourth year of intermediate school in Moulay Larbi receive the neighborhood of Al-Shorfa and Ouargla for the content of Instagram and YouTube influencers? Does excessive exposure to YouTube and Instagram influencers lead to new values among Moulay Larbi middle school students? To answer these questions, we relied on a set of methodological procedures represented in the descriptive approach, using data collection tools observed and questionnaire, where the research sample estimated at 81 students from the fourth year average was done, and in the end we found that these influencers have a major role in shaping the social values of students ,some of which are apparent and some of which are latent; Among these values we find social solidarity in addition to creating a style of dialogue as well as self-confidence, as well as imitating influencers in terms of dress, shape and hairstyles.

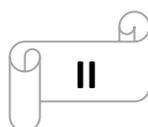
Keywords : influencers, social media, social values, students

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
I	إهداء
II	شكر وتقدير
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال البيانية
VI	قائمة الملاحق
VII	ملخص الدراسة
أ-ب-ج	مقدمة
الفصل الأول: المدخل النظري	
01	تمهيد الفصل
02	إشكالية الدراسة
04	أسباب اختيار موضوع الدراسة
04	أهمية الدراسة
05	أهداف الدراسة
05	مفاهيم الدراسة
10	الدراسات السابقة
18	المدخل النظري
21	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار المنهجي للدراسة	
22	تمهيد الفصل
23	مجالات الدراسة
26	منهج الدراسة
26	أدوات جمع البيانات
28	أساليب المعالجة الإحصائية



29	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
30	تمهيد الفصل
31	عرض و تحليل البيانات الميدانية
31	عرض و تحليل البيانات الشخصية
34	عرض و تحليل بيانات المحور الأول
40	عرض و تحليل بيانات المحور الثاني
50	عرض و تحليل بيانات المحور الثالث
60	نتائج الدراسة الميدانية
60	عرض نتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي
60	عرض نتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية
61	عرض نتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول
61	عرض نتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني
62	عرض نتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث
63	النتيجة العامة للدراسة
64	آفاق و توصيات الدراسة
65	الخاتمة
66	قائمة المصادر والمراجع
68	الملاحق



فهرس الجداول:

صفحة الجدول	عنوان الجدول	رقم الجدول
34	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول ما إن المؤثرين ينشرون قيم أخلاقية	01
35	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم التي ينشرها المؤثرين	02
35	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب ما إن المؤثرين ينشرون قيم سلبية	03
36	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول نوع القيم السلبية التي ينشرها المؤثرين	04
37	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الرغبة في تقليد المؤثرين من ناحية اللباس و الشكل	05
38	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول ما إن كانت القيم التي ينشرها المؤثرين تتناسب مع مجتمعك	06
39	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول اثر مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام على قيمك الاجتماعية	07
40	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموقع الذين ينشطون في كثيرا	08
41	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الحسابات الشخصية على هذه المواقع	09
42	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الساعات المقضية في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام حسب متغير الجنس	10
43	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الساعات المقضية في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام حسب المستوى المعيشي	11

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
44	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول مدة متابعتك لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام حسب متغير السن	12
45	يبين توزيع أفراد عينية الدراسة حسب الوقت المفضل لمتابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	13
46	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول المكان المفضل لمتابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	14
47	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مع من يفضلون متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	15
48	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول التفاعل مع محتويات مؤثر موقع اليوتيوب و الانستغرام	16
49	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المجالات التي يفضل متابعتها التلاميذ لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	17
50	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الشخصية التي يفضل متابعتها لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	18
51	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الشخصيات الأخرى التي يفضل متابعتها من المؤثرين	19
52	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول سبب تمييز هؤلاء الشخصيات	20
53	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الشعور بالقلق عندما لا تجد مستجدات للمؤثرين	21
54	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الغاية من متابعتك لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	22
55	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الطريقة المفضلة لنشر محتويات مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	23
56	توزيع أفراد عينة الدراسة حول العادات المكتسبة من مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	24

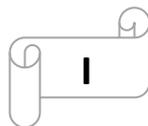
57	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم الإيجابية التي اكتسبتها من مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	25
58	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم السلبية التي اكتسبتها من مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام	26
59	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول التقاط الصور و نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي كما يفعل المؤثرين	27

فهرس الأشكال :

رقم الشكل	عنوان الشكل	صفحة الشكل
01	يمثل الهيكل التنظيمي لمتوسطة مولاي العربي ورقلة	24
02	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	31
03	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	32
04	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي	33

فهرس الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	صفحة الملحق
01	استمارة الاستبيان	68
02	جداول إحصائية من برنامج spss	73



مقدمة:

إن في العصر الحالي الذي يتسم بالتقدم التكنولوجي السريع، يجد العالم نفسه منغمسًا في عالم الرقمنة والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والسعي الدؤوب إلى الشهرة. وهو ما أدى إلى ظهور واقع جديد يسمى "ثورة وسائل التواصل الاجتماعي"، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في طليعة هذه الظاهرة .

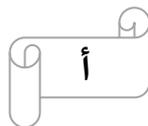
حيث لا يمكن إنكار دور هاته الأخير أهميتها في العالم اجمع، حيث يعود السبب في السعي إليها و استعمالها كونها تتميز بعدة خصائص تسعى إلى جذب الأفراد عامة و التلاميذ الذين هم في مرحلة المراهقة خاصة ، لان هذا الجيل نشأ في كنب هاته المواقع فهذا ما يجعلهم الفئة الأكثر استهدافا ، حيث سعت هاته المنصات إلى فتح المجال للأفراد لإبداء رأيهم و حريرتهم الشخصية واثبات ذاتهم بالشكل الذي يرغبون فيه ، وهذا ما يجعلهم يريدون الحصول على الكثير من المتابعين .

فمن هنا ظهر مصطلح المؤثرين الذين هم مجموعة من الأشخاص ينشطون داخل هاته المنصات فهم يتميزون بطرحهم لمجموعة من المجالات ، ليصبح شخصية مشهورة ومعترف بها، حيث استطاعوا هؤلاء المؤثرين الدخول بسلاسة في وسط التلاميذ الذين هم في مرحلة حساسة وهي المراهقة ، فأصبح لهم دور في تشكيل بعض القيم الاجتماعية و الأخلاقية و الجمالية التي يتأثر بها التلميذ (المراهق) من خلال المحتوى الذي يعرضه مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ، لأن هذا الأخير يحتاج إلى شخصيات يجعلها قدوة في حياته اليومية ، فهذا ما يجعل مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام إما أن يكونوا بوابة للارتقاء أو بوابة الخنذار للتلميذ (المراهق) ، لأنه من خلال محتواه فهو يسعى إلى بث قيم ظاهرة و قيم كامنة تظهر على التلميذ فيما بعد .

وبناء على ما سبق فإن اعتمادنا لموضوع دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ ، حيث شملت الدراسة ثلاثة فصول مقسمة بطريقة منهجية .

وتمثل الفصل الأول في الإطار النظري للدراسة أما الفصل الثاني تمثل في الإطار المنهجي للدراسة أما الفصل الثالث تمثل في الإطار التطبيقي للدراسة .

حيث شمل الفصل الأول الإطار النظري للدراسة: إشكالية الدراسة ، التساؤلات الفرعية ، أسباب اختيار الموضوع ، أهداف الدراسة ، أهمية الدراسة ، مفاهيم الدراسة ، الدراسات السابقة ، المدخل النظري السوسولوجي للدراسة .



أما بالنسبة للفصل الثاني الذي شمل الإجراءات المنهجية للدراسة: مجالات الدراسة ، منهج الدراسة ، أدوات جمع البيانات أساليب المعالجة الإحصائية .

ليشمل الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة على: تحليل و تفسير النتائج و مناقشة الجداول، والنتائج العامة في ظل التساؤلات و الاستنتاج العام .

وفي الأخير قمنا بصياغة عدة آفاق مقترحة وتوصيات للدراسة لفتح المجال للعديد من البحوث العلمية للبحث و التقصي حول دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي و أثرهم على حياة الأفراد و إيجاد حلول لتدني الأخلاق الاجتماعية و التكتيف من الوعي الجمعي .

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

- تمهيد الفصل
- إشكالية الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- مفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة
- المدخل النظري
- خلاصة الفصل

تمهيد الفصل:

تعبر الإشكالية هي أساس بناء البحث ، فهي التي تحدد مسار البحث وأهدافه، بعد الإحساس و الشعور بمشكلة البحث وفيه يحدد الباحث أسئلته المتعلقة بالبحث، ما يدل على وجود مشكلة يجب دراستها و البحث فيها.

كما تعد المفاهيم والمصطلحات العلمية من الخطوات المهمة في البحث العلمي، حيث أن الدقة والموضوعية من خصائص العلم.

وتمييزه عن أنواع المعرفة الأخرى، فإن أحد متطلبات الدقة العلمية هو وضع تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم أو مصطلح يستخدمه.

كما أن المدخل النظري السوسيولوجي من أهم أساسيات البحث العلمي، كونه يحتوي على مجموعة من التعاريف و المصطلحات التي لها علاقة ببعضها البعض، حيث يقدم لمحة للباحث حول الظاهرة التي يقوم بدراستها في البحث، لذا يسعى الباحث إلى وضع تفسيرات لها ، وهذا ما سوف نتناوله في هذا الفصل .

أولاً: إشكالية الدراسة:

تعد الانترنت من أعظم ما قدمته التكنولوجيا الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين والتي من خلاله أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة؛ أصبح الفرد حراً فيها، حيث أحدثت الانترنت نقلة نوعية وهذا بظهور جيل ثاني انتشرت فيه الانترنت في كل ركن من أركان العالم؛ لتربط أجزاء كل هذا العالم المترامي وتمهد الطريق أمام المجتمعات للتجمع وفهم بعضها البعض وتبادل الآراء والأفكار والتقارب والتعارف والاستفادة من الوسائط المتاحة فيها .

من مخلفات الانترنت ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد مجموعة من المواقع المتاحة على هذه الشبكة والتي من خلالها يكون التفاعل الافتراضي للفرد، وتشكل هذا بظهور مجتمع افتراضي يتفاعل من خلال المجموعات وتبادل الأفكار بعيداً عن الزمكان والخصوصية الثقافية والاجتماعية ولتحول هاته المواقع لمنبر لمن لا منبر له ليعبر عن رأيه وأفكاره.

رواد هذه المواقع مجموعة من الأشخاص لديهم القدرة على التأثير في الفرد أو الجماعة والذين يطلق عليهم بالمؤثرين أو صناع المحتوى حيث ينشطون ويتفاعلون داخل هاته المواقع ومن بينهم موقع اليوتيوب والانستغرام لما لهما من شعبية كبيرة عند الأفراد حيث تتميز هذه المواقع بنشر الفيديوهات والتفاعل معها وبناء علاقات افتراضية، وهذا ما يجعل المؤثرين يطرحون عدة مجالات مختلفة ومواضيع تهم الشباب عامة و التلاميذ (المراهقين) خاصة، ويستخدموا عدة أساليب لجذب متابعيهم و كسب ثقتهم من أجل تحقيق الربح المادي أيضاً، وقد أصبح هؤلاء دور كبير في التأثير على الشباب والتلاميذ (المراهقين) خاصة في التأثير على قيمهم ودفعهم الى تبني قيم ومعايير معينة.

فالقيم الاجتماعية تنشأ من خلال الممارسات الاجتماعية التي يرى أفراد المجتمع أنها تحظى بالاحترام من قبل أفراد المجتمع؛ فالقيم تعبر عن كل الأخلاق والأعراف وتشكل نموذجاً يستحق الاقتداء به، ونقلها وترجمتها إلى ممارسات اجتماعية، مثل التضامن والتعاون والحفاظ على النظام الاجتماعي والعدالة والكرم، كلها صفات يكتسبها ويتوارثها الفرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية و التبادل الثقافي بين الأجيال، لأن المجتمع هو المسؤول الرئيسي عن نشر هاته القيم من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي التي قد تساهم في تنشئة الأفراد .

ومن خلال هذا التفاعل الذي يقوم به المؤثرين داخل مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون دور كبير في التأثير ونشر وتشكيل بعض القيم لدى التلاميذ ؛ الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 13 سنة إلى 17 سنة؛ الذي يعيشون في فترة صعبة من حياتهم فهم في مرحلة مراهقة حيث تعد مرحلة انتقالية من الطفولة إلى الشباب قيمهم الاجتماعية غير مستقرة؛ فهي فئة هشة وغير ثابتة القيم؛ كما أنها سهلة التأثير بهذه المحتويات التي ينشرها المؤثرين.

فمن خلال ما تقدم هناك من التلاميذ من يكتسب أو تتشكل لديه مجموعة القيم سواء ايجابية أو سلبية لان هذه المواقع التي ينشط فيها المؤثرين وبوتيرة متسارعة؛ فهم يساهمون بشكل أو آخر في تشكيل مجموعة من القيم للتلاميذ ؛ ولمعرفة هذا عن قرب جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي(اليوتيوب والانستغرام) وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ المراهقين مرحلة التعليم المتوسط، للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ في مرحلة التعليم المتوسط ؟

وتندرج تحت السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

التساؤلات الفرعية للدراسة:

1. ماهي القيم الاجتماعية والأخلاقية و الجمالية التي ينشرها مؤثري موقع يوتيوب و انستغرام ؟
2. كيف يتلقى التلميذ الذي يدرس في سنة رابعة متوسط بمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقة لمحتوى مؤثري موقع الانستغرام واليوتيوب؟
3. هل يؤدي التعرض الزائد لمحتويات مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام إلى اكتساب قيم جديدة لدى تلاميذ متوسطة مولاي العربي ؟

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الموضوع آثار فضولي الشخصي لأنه في صميم تخصصي علم اجتماع الاتصال .
- رؤيتي لتدني القيم الاجتماعية مما استوجب علي دراسة هذا الموضوع .
- قلة الدراسات السابقة التي تناولت هذه الدراسة .

الأسباب الموضوعية:

- موضوع الدراسة مهم و جديد لما يحمله من انعكاسات على القيم الاجتماعية .
- لما له من تأثيرات قد تكون سلبية أو ايجابية ، لهذا فهو يستحق الدراسة و التحليل بعمق .
- ما يحمله صناع المحتوى " المؤثرين " من أساليب في التأثير على قيم المراهقين و تشكيل قيم جديدة.
- تزايد اهتمام المراهقين بمتابعة صناع المحتوى على منصات مواقع التواصل الاجتماعي .
- إضافة معرفة جديدة في البحوث العلمية و إثرائها.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي ، والذين يتسللون إلى المجتمع بطريقة سريعة وسلسة. في منصات التواصل الاجتماعي بالتحديد في تشكيل القيم الاجتماعية التلاميذ فهذا الأخير يعيشون مرحلة صعبة من حياتهم وهي مرحلة المراهقة التي تكون بالانتقال من الطفولة إلى الشباب ، لأن هذه الدراسة تسعى لمعالجة موضوع حيوي و جديد وواقع معاش في ظل التكنولوجيا المتطورة التي ألغت جميع الحدود الزمكانية للعالم لهذا جاءت هاته الدراسة لتسلط الضوء على فئة التلاميذ الذين هم في مرحلة مراهقة وقد نشؤ في كنب هذا التطور التكنولوجي ، وإلى أي مدى يؤثر هؤلاء المؤثرين على هاته الفئة.

حيث تملك القيم الاجتماعية دورا مهما في تحديد شخصية المراهق وتوقع أفكاره ، لذا دراستي تبحث في عمق شخصية التلميذ لإثبات ما إن هؤلاء المؤثرين لهم تأثير ايجابي أم سلبي على التلاميذ .

رابعاً: أهداف الدراسة:

- محاولة التعرف على القيم الأخلاقية والاجتماعية و الجمالية التي ينشرها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لتلاميذ السنة الرابعة في متوسطة مولاي العربي ورقلة .
- محاولة التعرف على كيفية تلقي التلميذ الذي يدرس في سنة رابعة متوسط بمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقلة لمحتوى مؤثري موقع الانستغرام و اليوتيوب .
- محاولة التعرف على ما إن كان التعرض الزائد لمحتويات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي إلى اكتساب قيم جديدة لدى تلاميذ متوسطة مولاي العربي .
- وصف القيم الاجتماعية التي يتأثر من خلالها المراهق جراء تتبعه لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام .

خامساً: مفاهيم الدراسة:

مفهوم المؤثرين:

المفهوم اللغوي: مؤثِّر [أ ث ر] . (فا. من أثَّر) لَهُ أُسْلُوبٌ مُؤَثِّرٌ فِي النَّاسِ: فَعَّالٌ، ذُو أَثَرٍ. "وَسَائِلُ الإِغْلَامِ لَهَا قُوَّةٌ مُؤَثِّرَةٌ

فِي الجُمهُورِ . (ابو العز، 2013)

مفهوم المؤثر اصطلاحاً: هو فرد ذو وصول اجتماعي كبير ولديه القدرة على "التأثير" على القرارات التي يتخذها

جمهوره. ونظراً لأنه أنشأ جمهوراً نشطاً يتابعه عبر قنوات التواصل الاجتماعي، يمكن للمؤثر أن يصبحوا من المدافعين عن

العلامات التجارية في أثناء الترويج للعلامات التجارية وتقديم منتج أو خدمة ذي صلة بجمهوره في عالم حيث توصيات المؤثر

واقترحاته وما يجبه يمكن أن يؤثر على قرارات الناس في العالم الحقيقي، صار الآن لدى المؤثرين قوة ماثلة إذا لم تكن أكبر بكثير

من معظم المشاهير . (الاخصري ، 2023 ، صفحة 15)

التعريف الإجرائي: نقصد في دراستنا هذه بالمؤثرين هم مجموعة من الأشخاص ينشطون في العالم الافتراضي ويشاركون حياتهم اليومية مع المتابعين و نشر الأفكار و السلوكيات و ذلك من خلال قدرتهم على التأثير في الأفراد والمساهمة في تشكيل بعض القيم لشباب بصفة عامة و المراهقين بصفة خاصة .

مواقع التواصل الاجتماعي:

المفهوم الاصطلاحي: "هي مواقع إلكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة

الفورية والالكتروني ومشاركتها مع الآخرين." (فيصل، 2014، صفحة 65)

كما تعرف على أنها : "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات و الهوايات نفسها " . (الصقور، 2012، صفحة 97)

عرفت أيضا أنها : " المحتوى الذي يتم إنشاؤه باستخدام أدوات مواقع التواصل الاجتماعي و هي عبارة عن شبكات تفاعلية تتيح لمستخدميها إمكانية التواصل في أي وقت و في أي مكان " . (المسفر، 2014، صفحة 11)

المفهوم الإجرائي:

هي شبكات التواصل الاجتماعي (الانستغرام، يوتيوب) حيث تتيح للمستخدمين سهولة الاتصال و التواصل و التفاعل مع الآخرين مع إلغاء الحدود الزمكانية و لينشط من خلالها رواد هاته المنصة الملقبون بالمؤثرين .

مفهوم الاصطلاحي للانستغرام:

الانستغرام هو تطبيق تبادل الصور على الهواتف المتحركة الذكية و الأجهزة اللوحية و أجهزة الحاسب الآلي ، ويتيح هذا الموقع للمستخدمين التقاط الصور وتحريرها وتحميلها ، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية مثل : فيس بوك ، تويتر ومن الخصائص الرئيسية التي تجعل الانستغرام مشهورا ذو شعبية واسعة هي خاصية تحرير الصور التي تتيح

للمستخدمين إضافة تأثيرات خاصة على الصور عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور (فلاتر) . (راضي وآخرون، 2018،
صفحة 158)

مفهوم الاصطلاحى يوتيوب:

يقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو ذع لنفسك يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو
مكان في شبكة الإنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي، يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليات الفيديو التلفزيونية
والأفلام الغنائية المصورة و مدونات الفيديو اليومية ، (عباس صادق، 2008، صفحة 216)

المفهوم اللغوي للقيم:

مفرد قيمة، ثمن يعادل المتاع، درجة الأهمية النسبية له " قيمة الإنسان " قامته. (جبران ، 2005، صفحة 622)

المفهوم الاصطلاحى:

ويعرفها الدكتور لطفي احمد بركات على أنها " هي مجموعة من القوانين والمقاييس تبنثق من جماعة ما وتتخذها
معايير للحكم على الأعمال والأفعال والتصرفات ويكون لها من القوة والتأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الإلزام
والضرورة والعمومية وأي خروج عليها أو انحراف عن اتجاهاتها يصبح خروجاً عن مبادئ الجماعة وأهدافها ومثلها العليا " (الحيا،
1993، صفحة 39)

المفهوم الاصطلاحى للقيم الاجتماعية:

مجموعة من العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد
وتعتبر عناصر بنائية مشتقة من التفاعل الاجتماعى وتعبّر عن مكونات أساسية للمجتمع الإنسانى جملة المبادئ والأسس التي
يحملها الفرد أو المجتمع والتي تميزه عن غيره من الأفراد والمجتمعات. (بخوش و نصيب، 2017، صفحة 163)

المفهوم الإجرائي:

ونقصد في دراستنا بالقيم الاجتماعية هي مجموعة المبادئ و القواعد التي تحكم المجتمع و تكون مشتركة بين أفراد المجتمع الواحد و تختلف من مجتمع لآخر فمع ظهور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي فإنهم يساهمون في تشكيل هاته القيم الاجتماعية لدى فئة المراهقين .

المفهوم الاصطلاحي للقيم الأخلاقية:

ويعرفها القيصر على أنها: " تلك التنظيمات النفسية التي يكتسبها الفرد من خلال معايشته للقيم وعادات وتقاليد الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه ويمارس دوره من خلاله ". (قيصر، 2012، صفحة 344)

المفهوم الإجرائي:

ونقصد في دراستنا بالقيم الأخلاقية هي تلك القيم والمعايير التي تضبط أفعال الفرد داخل المجتمع الذي يعيش فيه مثل الاحترام و الطاعة الولدين و الصدق في القول فلمؤثري شبكات التواصل الاجتماعي دور في التأثير على هاته القيم الأخلاقية إما بالسلب أو بالإيجاب على قيم المراهقين في مرحلة التعليم المتوسط .

المفهوم الاصطلاحي للقيم الجمالية:

" وترتبط بميل الفرد إلى ما هو جميل من حيث الشكل والتوافق ونظرته للحياة والناس والأعمال من زوايا التدوق والإحساس بالجمال ومن هؤلاء يكونون الفنانون والشعراء والأدباء حيث تكون لديهم قوة الإبداع والخيال وتدوق الفن والجمال". (طبال و رتيمي، 2015)

"تعني اهتمام الفرد، وميوله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل والتوافق، وهو بذلك ينظر إلى العالم المحيط به، نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي ". (ذياب، 1980، صفحة 75)

المفهوم الإجرائي:

ونقصد في دراستنا بالقيم الجمالية بأنها تلك القيم التي يهتم و يميل الفرد اليها من ناحية الجمال و الشكل و اللباس و عليه فإن المراهق الذي يدرس سنة الرابعة متوسط قد يهتم بالشكل و الناحية الجمالية التي يقوم بيها مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام.

سابعاً: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة بعنوان " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الأخلاقية و الاجتماعية "

أطروحة مقدمة لنيل شاهدة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال تخصص " دراسات الجمهور " للباحثة سهام بوقلوف بجامعة الجزائر 3 سنة 2017 / 2018 . (بوقلوف، 2018)

حيث صاغت الباحثة الإشكالية في التساؤل الرئيسي التالي : ما هو أثر استخدام موقع الفيس بوك على القيم الأخلاقية

والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الفرضيات وهي كالاتي :

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك و دوافع الاستخدام.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك و ارتباطهم بقيمهم الأخلاقية و الاجتماعية .

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفيسبوك و تجاوزهم لبعض السلوكيات.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام المراهقين لموقع الفيسبوك ترتبط بالخصائص الديموغرافية (متغير السن و الجنس و المستوى التعليمي) .

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي المسحي الذي تم استطلاع آراء عينة من خلال استخدام أدوات جمع البيانات و هي : الملاحظة و أداة الاستبيان على المراهقين المتمدرسين الذي بلغ عددهم 3600 مراهق متمدرس مقسمة على أربع مناطق من الوطن: الجزائر (شمالا) وسكيكدة (شرقا) وتيارت _ المدية (غربا) و واد سوف _ منيعة (جنوبا) .

وقد توصلت الباحث في دراستها إلى النتائج التالية :

- أن استجابات المبحوثين نحو أثر موقع الفيس بوك على منظومة القيم الأخلاقية و الاجتماعية مرتفع مايعني وجود أثر على القيم الأخلاقية و الاجتماعية .
- لم يعمل الفيسبوك على تغيير السلوكيات السلبية لدى المراهقين الجزائريين .
- وجود فروق بالنسبة لمتغير الجنس و السن في استخدام موقع فيسبوك و أبعاد منظومة القيم الأخلاقية و الاجتماعية .

أوجه التشابه: تشابهت دراستنا التي يندرج عنوانها تحت " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للمراهقين " مع الباحثة سهام بوقلوف التي تناولت موضوع " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الأخلاقية و الاجتماعية " في أن كلانا قام بدراسة أحد مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " و نحن قمنا بدراسة " اليوتيوب " و الانستغرام " و أيضا دراستنا للقيم الأخلاقية و الاجتماعية و اختيارنا لنفس أدوات الدراسة الاستبيان و الملاحظة و اختيار نفس عينة الدراسة وهي المراهقين .

أوجه الاختلاف: اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثة سهام بوقلوف في أن الباحثة قامت باختيار المنهج الوصفي المسحي في دراستها و أنا قمت باختيار المنهج الوصفي ، اما بالنسبة لدراسة مواقع التواصل الاجتماعي فقد اختارت الباحثة بدراسة موقع " الفيسبوك " اما نحن قمنا بدراسة موقع " اليوتيوب " و " الانستغرام " .

أوجه الاستفادة: استفدنا من دراسة الباحثة سهام بوقلوف من حيث صياغة إشكالية الدراسة كما أنها ساهمت في تزويدي ببعض المراجع التي تناولت موضوع القيم الأخلاقية والاجتماعية بالإضافة إلى معرفة كيفية إعداد أسئلة الاستبيان المتعلقة بالدراسة .

الدراسة الثانية: دراسة بعنوان " تأثير المؤثرين على قرارات الشراء " للباحثة Qin Moshi تخصص تكنولوجيا

المعلومات التجارية جامعة " Oulu " للعلوم التطبيقية سنة 2020. (Moshi, 2020)

حيث تهدف الباحثة في دراستها إلى مجموعة من الأهداف:

- مدى التأثير الذي يحصل عليه الشباب من المؤثرين.
- سبب متابعة الشباب للمؤثرين.
- الفرق بين سلوك الشراء في فنلندا و الصين.

حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الكمي عبر تقنية المسح واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات ، وكانت العينة يبلغ عددها 135 مفردة ، حيث كانت نسبة الصينيون 86.67 % من العينة ، 11.11% من الفنلنديين و 3 من المستجيبين من دول أخرى .

وتوصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن المستجيبين الذين يتابعون المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يتأثرون بهم بشكل كبير ، حيث أن نسبة 90 % من المستجيبين فعلوا شيئا بسبب المؤثرين . إما أنهم جربوا منتجا جديدا أو زاروا مكانا .
- يتابع الأشخاص المؤثرين من أجل الترفيه واكتساب المعلومات ، لتعلم شيء ما أو توسيع آفقهم ذلك لأنه محتوى عالي الجودة وينشرون فيه ما يجذب الناس .

- تعتبر سلوكيات شباب عملية و عقلانية للغاية ، فهم يهتمون بجودة المنتجات بغض النظر عن السعر ، إضافة إلى أنهم فضوليون جدا لمعرفة الجديد .

أوجه التشابه: تشابهت دراستنا مع الباحثة Qin Moshi حيث تناولت موضوع بعنوان " تأثير المؤثرين على قرارات الشراء " أما دراستنا فتناولت موضوع " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للمراهقين " ، فكلانا قام بدراسة متغير واحد وهو المؤثرين ومن جانب اختبار الأداة فكانت نفس الأداة وهي الاستبيان و أيضا دراسة مواقع التواصل الاجتماعي .

أوجه الاختلاف: اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثة Qin Moshi في حين أن الباحثة قامت بدراسة المؤثرين من ناحية التأثير على السلوك الشرائي أما نحن فاعتمدنا فقد قمت بدراسة المؤثرين من جانب تشكيل القيم الاجتماعية ، اما بالنسبة للمنهج المستخدم في الدراسة فقد وظفت الباحثة المنهج الكمي المسحي و اعتمدنا نحن على المنهج الوصفي وفي اختيار العينة اتخذت الباحثة عينة من الشباب و نحن ركزنا على عينة من المراهقين .

أوجه الاستفادة: استفدنا من دراسة الباحثة من جانب النظري الذي زدنا بالمعلومات و الأفكار التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي و صناع المحتوى .

الدراسة الثالثة: بعنوان " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية " مجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال مدرسة الإذاعة و التلفزيون " بكلية الإعلام " جامعة القاهرة _ مصر_ للباحثة أماني رضا عبد المقصود العدد (26) يوليو / سبتمبر _ 2019 . (مصطفى ، 2019)

أهداف الدراسة:

- رصد ظاهرة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (SMI) والتعرف على ما بها من إيجابيات وسلبيات.
- التعرف على مدى التأثير الذي يمكن أن يحدثه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي (SMI) على المتابعين لهم.
- رصد دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاهتمامات المختلفة لدى متابعيهم.

- محاولة التوصل لضوابط محددة تقنن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل هؤلاء المؤثرين للتغلب على السلبيات التي ترافق هذه الظاهرة.

واعتمدت الباحثة في دراستها على نظرية المعرفة الاجتماعية حيث استخدمت الباحثة العينة العمدية و التي كانت من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و متابعي مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال استخدام أداة استمارة الاستقصاء على منصة google forms خلال الفترة الممتدة من يناير 2019 إلى يونيو 2019 .

وقد توصلت الباحثة في الأخير إلى النتائج الآتية:

1_أوضحت نتائج الدراسة عدداً من العوامل التي تجعل مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ناجحين ويهتم بالتالي المتابعون بمتابعتهم باستمرار وهذه العوامل تتمثل في المحتوى الهادف المؤثر الذي يقدمه هؤلاء المؤثرين والثقة التي يتمتع بها هذا الشخص المؤثر خلال تعامله مع المتابعين.

2- تعتر مجالات (الموضة والجمال،) (القراءة والثقافة العامة)، (طرق صنع الأشياء)من أهم المجالات التي يهتم المتابعون بمتابعة المؤثرين من خلالها.

3- يتمتع مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من المميزات التي تتمثل في إتاحة التعليق المتبادل بينهم وبين المتابعين وبين المتابعين بعضهم البعض، إلى جانب المعلومات الهادفة والمتجددة التي يقدمها المؤثر لمتابعيه بشكل مستمر.

4- فيما ظهر أن من أهم سلبيات المؤثرين أنهم قد يستغلون عدد المتابعين لديهم ليحققوا منافع شخصية وليحققوا مكاسب شخصية من وراء هذه الحسابات الاجتماعية المختلفة.

5- أوضحت نتائج الدراسة بعض اقتراحات أفراد العينة لتطبيق بعض الضوابط لضبط عمل هؤلاء المؤثرين مثل مراقبة المحتوى الإعلاني الذي يقدمه هذا المؤثر، مع ضرورة وضع لوائح تنظيمية ضمن قانون تنظيم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ليتم تنظيم استخدام المؤثرين لهذه المواقع مع فرض نسبة معينة من الضرائب على المؤثرين الذين يتكسبون من الإعلانات.

6- ظهر من خلال الدراسة عدم وجود تأثير لمتابعة المؤثرين على السلوك الشرائي للمتابعين سواءً على مستوى الوعي أو المعرفة أو النية الشرائية التي تقود للسلوك الشرائي.

7-أوضحت النتائج وجود علاقة بن الاهتمام بالمؤثرين وبين وجود تفاعل بينهم وبين المتابعين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

8-أظهرت الدراسة أن متابعة الشخص للمؤثرين في مجالات محددة تجعل الشخص أكثر اهتماماً بسعيه ليكون من المؤثرين، إذ أن مجال اهتمام الفرد ومتابعته على وسائل التواصل الاجتماعي تجعله أكثر تركيزاً ومتابعة لكل ما يقدم من قبل هؤلاء المؤثرين.

9-لايوجد اختلاف بن فئات السن المختلفة في التفاعل مع المؤثرين وذلك نظراً لاختلاف وتنوع المجالات إلي يهتم من خلالها المتابعون بمتابعة مؤثري المواقع الاجتماعية .

أوجه التشابه: لقد تشابهت دراستي مع الباحثة أماني رضا عبد المقصود التي كانت تحت عنوان " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية " مع دراستي المعنونة ب " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ " حيث أن كلانا قام بدراسة المؤثرين وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي التي تناولت الباحثة منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام أما في دراساتنا فقمتم باختبار الانستغرام و اليوتيوب على وجه الخصوص ، فكلانا استخدم العينة القصدية في دراسته .

أوجه الاختلاف: اختلفت دراستنا مع الباحثة أماني رضا عبد المقصود من ناحية نظرية الدراسة حيث استندت الباحثة إلى نظرية المعرفة الاجتماعية و في دراستنا استخدمت النظرية البنائية الوظيفية، وكذلك استخدمت الباحثة أداة جمع البيانات التي كانت استمارة استقصاء الكترونية و نحن قمنا باستخدام استمارة استبيان، و كانت عينة دراسة الباحثة مجموعة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و متابعي المؤثرين حيث كانت عينة دراستنا مجموعة من تلاميذ مرحلة التعليم المتوسط.

أوجه الاستفادة: استفدنا من دراسة الباحثة أماني رضا عبد القصد من جانب صياغة الإشكالية و كذلك في مفهوم المؤثرين و مواقع التواصل الاجتماعي و كذلك في اختيار العينة و من جانب استخلاص نتائج الدراسة .

الدراسة الرابعة: دراسة بعنوان " تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك المراهق " تخصص

سمعي بصري في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية للباحثة " علية شيماء " بجامعة الشهيد حمة لخضر

ولاية الوادي سنة 2021 . (عليه ، 2021)

صاغت الباحثة إشكاليها في التساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك

المراهق؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على صناع المحتوى وتأثيرهم على سلوك المراهقين.

- الكشف عن مدى متابعة المراهقين لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.

- معرفة القيم التي ييشها صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.

- معرفة إذا ما كان تكرار متابعة المراهقين لصناع المحتوى يؤدي الى خلق سلوكيات جديدة.

- تحديد جوانب السلوك التي تتأثر جراء متابعة المراهقين لصناع المحتوى .

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي معتمداً بذلك على العينة العمدية في اختيار عينة الدراسة

مستخدمة بذلك أدوات جمع البيانات الملاحظة وكذا استمارة الاستبيان ، حيث بلغت عينة الدراسة 100 تلميذ من المراهقين

الذين هم من متابعي صناع المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي موزعة على ثانويتين .

وتوصلت الباحثة في الأخير إلى النتائج الآتية:

- حسب نظرية الغرس الثقافي نجد انه كلما زادت مدة متابعة المراهق لمحتويات صناع المحتوى، كلما اختلف إدراكه للواقع المعاش.

- أن عملية الغرس عملية تعلم عرضي وغير معتمد، بالتالي فان المراهق يكتسب بدون وعي الحقائق التي يقدمها صناع المحتوى

- ان لقادة الرأي تأثير كبير على أفكار وآراء ومواقف وسلوكيات الأشخاص وتشكيل الرأي العام ونشر القيم المرغوب فيها وذلك بصورة متكررة، بالتالي فإنهم يؤثرون في سلوك الأشخاص ويلعبون دورا رئيسيا في إلغاء أو ترسيخ القيم من خلال ما يقدمونه .

أوجه التشابه:

تشابهت دراستنا مع الباحثة " عليا شيماء " تحت عنوان " تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم و سلوك المراهق " مع دراستنا المتمثلة في " دور مؤثري موقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ " حيث ان كلانا قام بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وكذا اختيار نفس عينة الدراسة وهي المراهقين ، بالإضافة إلى الاعتماد على نفس العينة المتمثلة في العينة القصصية ونفس الأداة وهي استمارة الاستبيان ، و أيضا من ناحية المقاربة السوسولوجية باعتمادنا على نظرية الغرس الثقافي .

أوجه الاختلاف:

اختلفت دراستنا مع الباحثة عليا شيماء من ناحية منهج الدراسة الذي اعتمدت فيه على المنهج المسحي و نحن اعتمدنا على المنهج الوصفي .

أوجه الاستفادة:

استفدنا من دراسة الباحثة عليا شيماء من ناحية بناء و صياغة إشكالية الدراسة و كذلك ساعدتنا في الحصول على المراجع الأدبية و تحديد مفاهيم الدراسة ، في حين ساهمت في اختيارنا لعينة الدراسة و استخدام المقاربة السوسولوجية ، و مساعدتنا في بناء استمارة الاستبيان و كذا استخلاص و تحليل نتائج الدراسة .

ثامنا: المدخل النظري:

لقد اعتمدنا في دراستنا المتناولة لموضوع " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ " على النظرية البنائية الوظيفية لكونها التي تتناسب مع دراستي التي تعد من النظريات علم الاجتماع البارزة التي تعطي مفاهيم وتفسيرات للظواهر الاجتماعية ومن أهم رواد هذه النظرية كل من (تالكوتبارسونز) و(روبيرت ميرتون) و (رايت ميلز) تعرف البنائية الوظيفية على إنها مكونة من مفهومي البناء (Structure) والوظيفة (Function) في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها، وفي تحليلها للظواهر الاجتماعية وترابط الوظائف المتولدة عن ذلك حيث يشير المفهوم الأول إلى الجزء و العنصر الذي يتكون منه أي نظام أو وحدة أو بناء اجتماعي. أما الوظيفية فيشير بها إلى الدور والإسهام الذي يقدمه كل جزء ضمن البناء الكلي .(غري و قلواز، 2016 ، صفحة 167) .

يعد مفهوم الدور مفهوما أساسيا وذلك لفهم النتائج الآثار أو لفهم مكونات البناء الاجتماعي فالدور هو الوظيفة بمعنى أن السلوك الذي يؤديه الجزء من اجل بقاء الكل وتشكل أنماط العلاقات الاجتماعية بين الأدوار الشخصية وهو جوهر البناء الاجتماعي . (زايدي ، 2014 ، صفحة 24)

تصنيفات "روبيرت ميرتون" للوظائف داخل المجتمع:

قسم "ميرتون" الوظائف في المجتمع إلى نوعين:

الوظائف الظاهرة: وهي التي تسعى أو تهدف إلى تحقيقه التنظيمات الاجتماعية أو هي النتائج الموضوعية التي يمكن ملاحظتها والتي تسهم في الحفاظ على النسق، والتي يقصدها المشاركون في النشاط مثلا بان تكون الجامعات مخصصة للدراسة والبحث العلمي والخدمة الاجتماعية .

الوظائف الكامنة غير الظاهرة: فهي التي لم تكن مقصودة أو متوقعة، وهي التي لا تأخذ التنظيمات

الاجتماعية بالحسبان تحقيقها أو تحقيق مكانات اجتماعيه أو العمل لأجلها، تسيطر على الأهداف تلك التنظيمات

الاجتماعية، كان تمارس الجامعة وظائف سياسيه أو اقتصاديه أو تمثل فضاءات اجتماعية للتسلية و الترفيه وإضاعة الوقت أو تحقيق مكانات اجتماعيه . (غريب ، 2012، صفحة 198)

وتهدف في هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الوظيفي لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب والانستغرام) بحكم ان البنائية الوظيفية تركز على دراسة الأدوار في النظام ودراسة التوازن أو الاختلال الديناميكي أو البناء الاجتماعي ، فان للمؤثرين مجموعة من الأدوار والوظائف التي يقومون بها، ومن بين هذه الوظائف أن لهم القدرة على التأثير والمساهمة في تشكيل القيم الاجتماعية والأخلاقية والجمالية للتلاميذ من خلال المحتوى الذي يقدمه مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ، وإبراز المحتوى الذي يتأثر به هؤلاء التلاميذ، فعند إسقاط تصنيفات " روبرت ميرتون" للوظائف الظاهرة والكامنة على دراستنا يمكن القول أن الوظائف الظاهرة قد تشمل تقديم القدوة والسلوك والمظهر وتعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي وتوفير المحتوى التعليمي والترفيهي والثقافي والاجتماعي يمكن أن تشمل الوظائف الكامنة تأثيرات غير مقصودة مثل زيادة التعصب الاجتماعي والتأثير على الصورة الشخصية للتلميذ والتغيير في الخصوصية الثقافية والاجتماعية للتلاميذ (المراهقين) وتشكيل بعض القيم الأخلاقية والاجتماعية والجمالية وحصول بعض التغيرات في أنماط حياتهم و نظرتهم للواقع المعاش، بناء على المحتويات التي يرونها على هذه المواقع (اليوتيوب و الانستغرام) من قبل هؤلاء المؤثرين، يختلف ذلك اعتمادا على مجموعة متنوعة من العوامل بما في ذلك البيئة العائلية والخلفية الثقافية والاجتماعية المحتوى الذي يتعرض إليه هؤلاء التلاميذ(المراهقين)

واعتمدنا أيضا في المدخل النظري للدراسة على نظرية الغرس الثقافي التي تعد من ابرز نظريات علوم الإعلام والاتصال حيث يمكن تعريف الغرس الثقافي بأنه العملية التي تهتم باكتساب المعرفة والسلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان في البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكاناً بارزاً في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها.(الدليمي ،

2016، صفحة 160)

إن الفرض الأساسي الذي تقوم عليه نظرية الغرس الثقافي أنها تفترض أن الأشخاص الذين يشاهدون التلفاز كثيراً يعتبرون من المشاهدين الأكثر كثيفي المشاهدة لذا يدركون الواقع الاجتماعي بشكل مختلف عن الأشخاص الذين يشاهدون التلفاز قليلاً أو لا يشاهدونه مطلقاً فيُطلق عليهم غالباً المشاهدون الخفيفون، وذلك بسبب كثرة الجمهور سيكون لديهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعيش بطريقة تتفق مع الصور الذهنية التي ينقلها عالم التلفزيون. (مكاوي و السيد ، 1998، صفحة 300)

فعند إسقاط نظرية الغرس الثقافي على هذه الدراسة المتمثلة في " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى التلاميذ " ذلك لأنها تتحدث عن التعرض الزائد لوسائل الإعلام من قبل الأفراد ولا سيما المراهقين ، فمن خلالها يكون التعرض التراكمي للتلاميذ لمحتوى مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام اعتقاداً منهم أن الذي يقوم به المؤثرين هو ذلك الواقع المعاش ، فبالتالي تنشئ لدى التلاميذ صورة ذهنية عن الواقع المعاش ، فكلما زاد تعرض التلاميذ لمحتوى مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام كلما سعى ذلك إلى اكتساب قيم اجتماعية وأخلاقية جديدة التي تظهر على المدى البعيد ، لأن تأثير وسائل الإعلام في مثل هذه الحالات يكون تأثير تراكمي بعيد المدى.

خلاصة الفصل:

وكخلاصة لهذا الفصل تناولت هذه الدراسة طرح إشكالية الدراسة ، وأسباب اختيار الموضوع، وأهدافه، والمفاهيم المرتبطة به؛ بالإضافة إلى ذلك، قمنا بعرض مجموعة من الدراسات السابقة و المشابهة لموضوع دراستنا، كما تناولنا المدخل النظري السوسيولوجي؛ المتمثل في نظرية البنائية الوظيفية و الغرس الثقافي في الإطار السوسيولوجي .

الفصل الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

- تمهيد الفصل
- أولا : مجالات الدراسة
 - المجال المكاني
 - المجال الزمني
 - المجال البشري
- ثانيا : منهج الدراسة
- ثالثا : أدوات جمع البيانات
- رابعا : أساليب المعالجة الإحصائية
- خلاصة الفصل

تمهيد الفصل:

في هذا الفصل تم التطرق إلى الإجراءات المنهجية المتعلقة بالدراسة التي من خلالها يتم النزول إلى الميدان، إلا أن الارتباط بين الدراسة النظرية والدراسة الميدانية يتوقف على إجراءات منهجية محددة تتوافق مع طبيعة الموضوع وأهدافه. ويتم تحقيق ذلك من خلال تحديد مجالات الدراسة أولاً و اختيار المنهج الذي يتناسب مع مجتمع الدراسة، مما يؤدي في النهاية إلى استخدام الأدوات المنهجية لجمع المعلومات الأساسية و الأساليب الإحصائية لتفسير و تحليل النتائج .

أولاً/مجالات الدراسة:**المجال الزمني:**

أجريت هذه الدراسة في الموسم الدراسي 2023 / 2024، وقست إلى قسمين: الجانب النظري و الجانب التطبيقي على التوالي من شهر نوفمبر 2023 ، التطبيقي من أواخر شهر أبريل إلى غاية منتصف شهر ماي 2024 حيث مرت هذه الدراسة بثلاث مراحل وهي كالآتي :

المرحلة الأولى:

تم الانطلاق في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالدراسة وذلك بتاريخ 2023/11/01 وتمت فيها أيضا؛ الجولة الاستطلاعية لمكان إجراء الدراسة، وهذا ساعدني في بناء الإشكالية وتحديد المفاهيم الخاصة بالدراسة والدراسات السابقة والمدخل النظري السوسولوجي .

المرحلة الثانية:

وبدأت في منتصف شهر مارس 2024 حيث تم فيه تحديد الإطار المنهجي للدراسة، بالإضافة على تحديد المنهج المناسب للدراسة وكذلك أدوات جمع البيانات، ومنه من تاريخ 24 /03/ 2024 إلى غاية تاريخ 30/03/ 2024 تم وضع استمارة الاستبيان التي استسقيتها من دراسة الباحثة " علية شيماء " التي تحمل عنوان " تأثير صناعات المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم و سلوك المراهق " مع بعض التعديلات فهي تتناسب مع دراستنا.

المرحلة الثالثة:

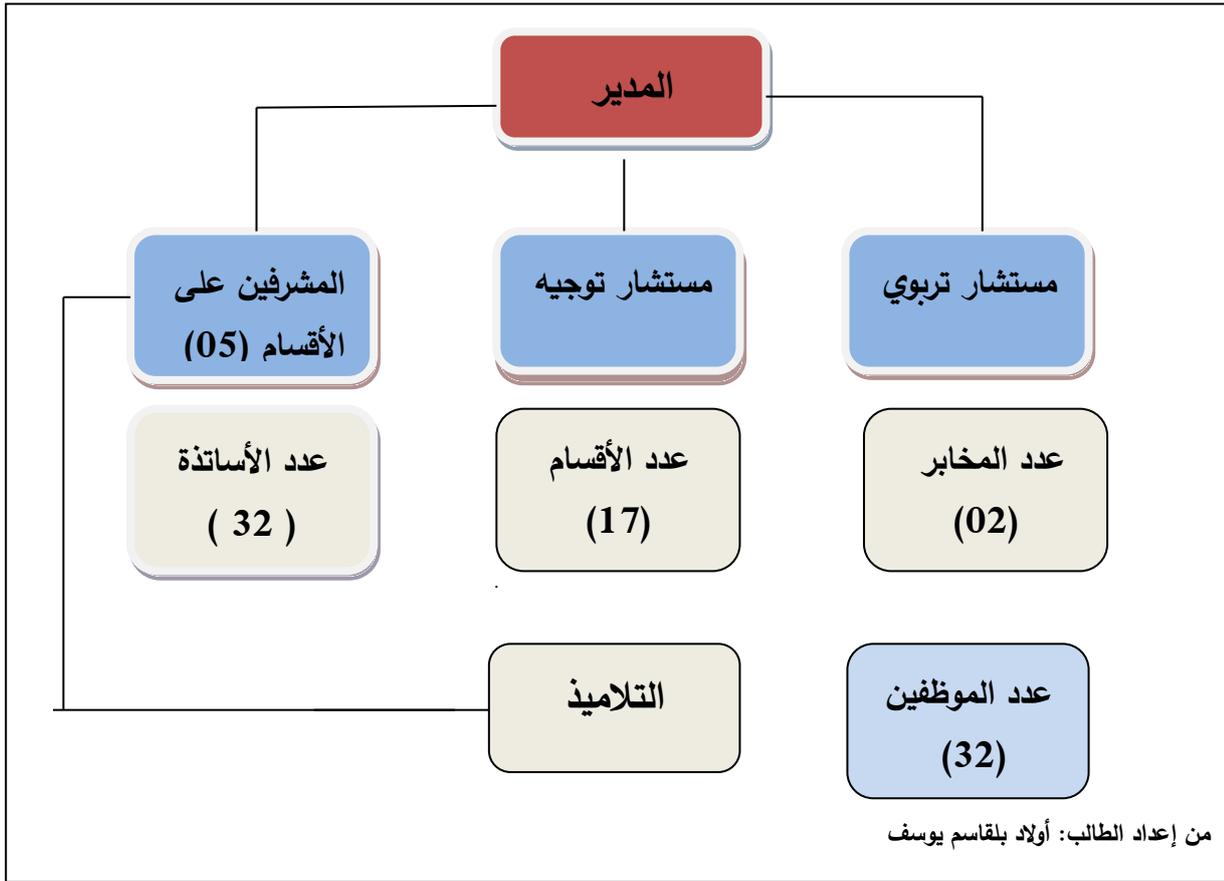
وفي بداية شهر ماي 2024 قمت بتفريغ الاستبيان في الجداول الإحصائية عن طريق برنامج spss وشرعنا في استخلاص النتائج و تحليلها و تفسيرها .

المجال المكاني:

حتى يتسنى للباحث جمع المعلومات حول موضوع الدراسة المتمثل في دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى التلاميذ وأخذ التلاميذ كعينة للدراسة، فقد أجريت هذه الدراسة بمتوسطة الشهيد مولاي العربي حي الشرفة ورقلة وقد تأسست هذه المؤسسة التربوية سنة 1994، حيث تقع في مكان استراتيجي يحدها شمالا ثانوية الشهيد علي ملاح و يحدها من الشرق السكن الوظيفي للأساتذة و غربا المؤسسة العقابية لإعادة التربية حي الشرفة و جنوبا مجموعة من السكانات الشعبية .

المجال البشري:

مجتمع الدراسة: " هو المجتمع الأكبر أو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق لنتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته" (عبد الحميد ، 2000، صفحة 130)، و مجتمع دراستنا هم تلاميذ السنة الرابعة المتوسط بمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقلة والذي يبلغ عددهم 161 تلميذ موزعة على أربعة أقسام ، حيث يتكون هيكل تنظيمي من مدير + متشار تربوي + مستشار توجيه + 5 مشرفين على الأقسام ، حيث يبلغ عدد المهنيين داخل المؤسسة 23 عامل، بالإضافة أنها تتكون من 17 قسم وهي كالاتي: (6 أقسام للسنة الأولى متوسط و 4 أقسام للسنة الثانية متوسط و 3 أقسام للسنة الثالثة متوسط و 4 أقسام للسنة الرابعة متوسط) + مخبرين، فيشرف على هاته الأقسام 32 أستاذ



الشكل رقم 01: يمثل الهيكل التنظيمي لمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقلة

عينة الدراسة:

غالباً ما يكون من الصعب إجراء دراسة شاملة لجميع عناصر مجتمع البحث وحتى لو تم ذلك، فهي ليست عملية سهلة لأنها تتطلب بذل الكثير من الجهد ونظراً لطول الوقت، يستخدم الباحث أسلوب العينة ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية حيث تعرف: "وهي العينة التي يتعمد الباحث فيها أن تتكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع وهذه تعطي نتائج اقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله." (عوض و خفاجة، 2002، صفحة 196)

تحديد حجم العينة وكيفية اختيارها: بما أن هذه الدراسة تتناول موضوع " دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في

تشكيل القيم الاجتماعية لدى التلاميذ " فإن مفردات دراستنا تتمثل في فئة التلاميذ الذين هم في مرحلة المراهقة، ونظرا لاستحالة

دراسة كافة التلاميذ ، فقد اخترنا العينة القصدية التي تتمثل في تلاميذ السنة الرابعة متوسط لأنهم في مرحلة المراهقة لهذا وقع

اختيارنا لهذه العينة لأنها المرحلة التي تكون فيها قيمهم الاجتماعية هشة و غير ناضجة وقابلة للتأثير من طرف مؤثري مواقع

التواصل الاجتماعي (اليوتيوب و الانستغرام) الذين يدرسون في متوسطة مولاي العربي حي شرفة ورقلة و يبلغ عددهم 161

تلميذ موزعة على 4 أقسام. وقد تم أخذ نسبة 50 % من المجتمع المتاح كعينة للبحث وهي كالآتي:

$$1. \text{ عينة الدراسة} = \text{العدد الإجمالي} \times \text{النسبة المئوية} \div 100 .$$

$$2. \text{ أي : } 80,5 = 100 \div 50 \times 161 .$$

$$3. 81 = 80,5 \text{ تلميذ} .$$

ثانيا/ منهج الدراسة:

المنهج العلمي هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق

معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة . (عليان و غنيم ، 2000، صفحة 33)

ويعرف المنهج على أنه: "مجموعة الخطوات العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة

اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة ". (مصباح، 2010، صفحة 13)

ولقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية

صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها ، وهو أيضا محاولة الوصول إلى المعرفة

الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية

الخاصة بها. (المحمودي ، 2019، صفحة 46)

فمن خلال دراستنا لدور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ الذين هم مرحلة

حساسة من حياتهم وهي مرحلة المراهقة التي تكون سهلة التأثير ، باعتبار أن قيمهم الاجتماعية غير مستقرة و قابلة للتأثر من قبل

هؤلاء المؤثرين نسعى إلى وصف الظاهرة وتحليلها مما ستوجب علينا الاعتماد على المنهج الوصفي في دراستنا حتى يتسنى لنا وصف و تحليل الدراسة .

ثالثاً/أدوات جمع البيانات:

قد يفرض طبيعة الموضوع على الباحث اختيار تقنيات بحثه قصد معالجة إشكالية محور دراسته وهذا بناء على المعطيات المعرفية المؤسسة والمنهج الموظف بغية الوصول لنتائج توضح الغاية من العملية البحثية.(حوتية و حوتية، 2020، صفحة 165)

الملاحظة:

ولقد عرفت الملاحظة على أنها: "هي وسيلة يستخدمها الإنسان العادي في اكتسابه لخبراته ومعلوماته فنجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه، ولكن الباحث حين يلاحظ فإنه يتبع منهجاً معيناً يجعل من ملاحظاته أساساً لمعرفة واعية أو فهم دقيق لظاهرة معينة ." (عبيدات وآخرون، 2015، صفحة 124)

وفي الجولة الاستطلاعية التي قمنا فيها بزيارة متوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقلة؛ أين يتم فيها تطبيق الدراسة على عينة من تلاميذ السنة الرابعة متوسط، وملاحظة السلوكيات التي يقوم بها التلاميذ و طرح بعض الأسئلة عليهم لتتجنب تكرارها في استمارة الاستبيان ، حيث ساعدني ذلك في جمع المعلومات والبيانات.

استمارة الاستبيان:

وتعرف استمارة الاستبيان على أنها: "عبارة عن استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة والتي يتم الإجابة عليها وتعبئتها من قبل المبحوث لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث، وهي أكثر الأدوات استخداماً وشيوعاً ." (جردات وآخرون، 2012، صفحة 108)

ويعرفها رشيد زرواتي على أنها: " نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية، أو أن ترسل إلى المبحوثين ." (زرواتي ، 2008، صفحة 212) .

و في دراستنا استمارة الاستبيان تم أخذها جاهزة من دراسة الباحثة " علية شيماء " التي تحمل عنوان " تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم و سلوك المراهق " مع بعض التعديلات ما يتناسب مع دراستنا؛ احتوت على 25 سؤال بين المغلق و المفتوح؛ مقسمة إلى أربع محاور وهي كالآتي :

البيانات الشخصية: حيث تضمنت 03 بيانات وتمثلت هذه البيانات في الجنس و السن و المستوى المعيشي .

المحور الأول: كان حول القيم الاجتماعية و الأخلاقية و الجمالية التي ينشرها مؤثري على مواقع التواصل الاجتماعي وضم (07 أسئلة) .

المحور الثاني: كان حول تلقي التلميذ محتوى مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام وضم (14 سؤال) .

المحور الثالث: كان حول التعرض الزائد لمحتويات مؤثري موقعي اليوتيوب و الانستغرام وضم (05 أسئلة) .**أنظر الملحق رقم 01.**

رابعاً/ أساليب المعالجة الإحصائية:

تكمن ذروة البحث الاجتماعي في العرض الدقيق للبيانات وتنظيمها، والتي يتم نسخها في الجداول الإحصائية لغرض التحليل. ويتم بعد ذلك استخلاص النتائج التي تم الحصول عليها من الميدان باستخدام مجموعة متنوعة من الوسائل والأساليب، مثل الاستبيانات والملاحظة ؛ بحيث يتم تحويل البيانات النوعية إلى بيانات كمية، وهي ممارسة شائعة في البحث العلمي وتم التطرق الى الجداول التكرارية و النسب المعوية .

خلاصة الفصل:

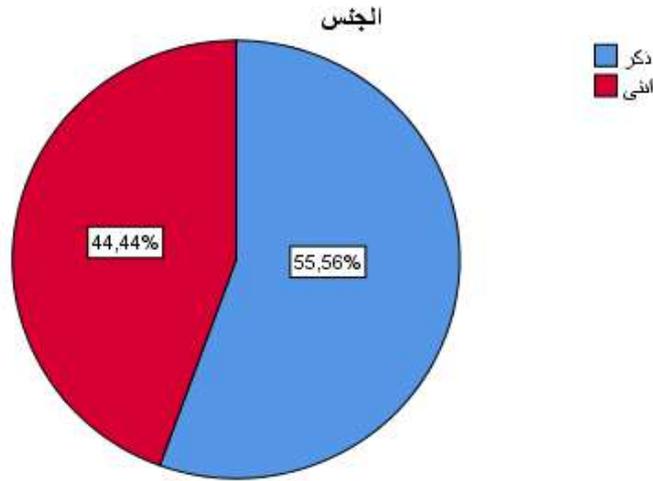
يتمثل هذا الفصل في الإطار المنهجي للدراسة لتسهيل إجراء العملية الميدانية وكان ذلك انطلاقاً من استخدام المنهج الوصفي لوصف الظاهرة وذلك تبعاً لموضوع الدراسة، وكما تم الاستناد إلى أدوات جمع البيانات والتي تمثلت في الملاحظة و المقابلة و الاستبيان، بالإضافة إلى تحديد مجالات الدراسة وهي المجال الزمني و المكاني والبشري ، وكذا التطرق إلى عينة الدراسة و إلى الأساليب المعالجة الإحصائية .

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

- تمهيد الفصل
- أولاً : عرض و تحليل البيانات الميدانية للدراسة
 1. عرض وتحليل البيانات الشخصية
 2. عرض وتحليل بيانات المحور الأول
 3. عرض و تحليل بيانات المحور الثاني
 4. عرض وتحليل بيانات المحور الثالث
- ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية
 1. النتائج المتعلقة بالتساؤل الرئيسي
 2. النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول
 3. النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني
 4. النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثالث
- ثالثاً : النتيجة العامة

تمهيد الفصل:

يتطرق البحث الاجتماعي في النهاية إلى عرض البيانات و تفسيرها و تحليلها التي توصل إليها ، ففي هذا الفصل سوف نقوم بعرض وتفسير وتحليل الجدول البسيطة والمركبة التي تم الحصول عليها وذلك عن طريق تفرغ البيانات الشخصية للمبحوثين من تلاميذ السنة الرابعة من تعليم المتوسط بمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة ورقلة، ومن إجابات التلاميذ على أسئلة الاستبيان، حيث بلغ عدد مفردات البحث 81 مفردة التي سيتم تفرغها و التوصل من خلالها إلى مجموعة من النتائج .

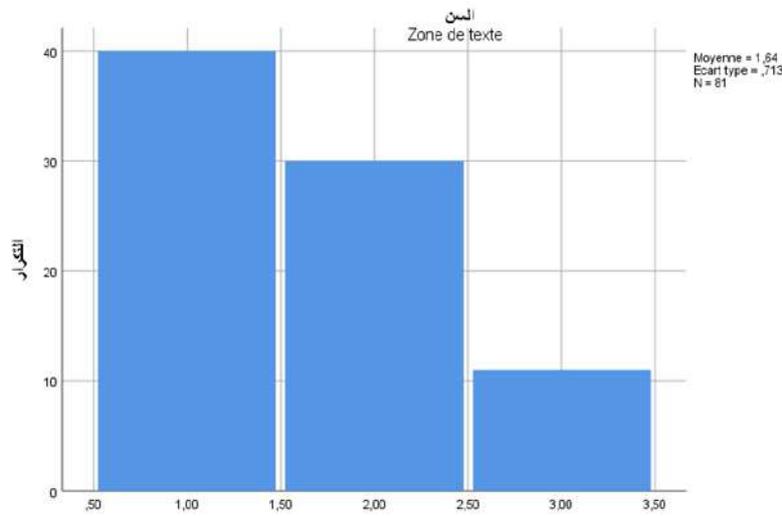
أولا / عرض و تحليل البيانات الميدانية:1. عرض و تحليل البيانات الشخصية:الشكل رقم (02) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

بيانات الاستمارة السؤال رقم (01)

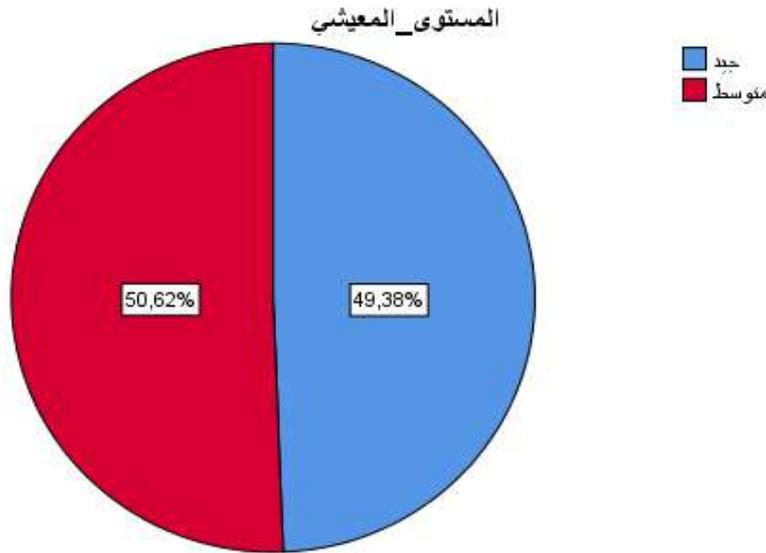
نلاحظ من خلال الشكل رقم (02) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، أن نسبة الذكور

قدرت 55.6% أما بالنسبة للإناث قدرت 44.4%، ربما يعود السبب أن التلاميذ لا يجدون حرج بخصوص الإجابة مقارنة

بالإناث التي تحتفظ نوعاً ما وهذا بحكم طبيعة الموضوع وخاصة عدم التصريح بأنّها تملك حساب انستغرام.

الشكل رقم (03) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن:**بيانات الاستمارة السؤال رقم (02)**

من خلال الشكل رقم (03) الذي يوضع توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن ، نلاحظ أن نسبة التلاميذ الذين يبلغ أعمارهم 14 سنة بلغت نسبتهم 49.4 %، أما بالنسبة للتلاميذ الذين يبلغ أعمارهم 15 سنة فقد بلغت نسبتهم 37 %، و في الحين إلى الذين يبلغ أعمارهم 16 سنة فقد بلغت نسبتهم 13.6 % . فمن خلال هذا نستنتج أن فئة 14 سنة هم في مرحلة المراهقة المبكرة فهم أكبر نسبة في عينة الدراسة؛ و التي قد تتأثر بالمؤثرين إيجاباً أو سلباً.

الشكل رقم (04) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي:**بيانات الاستمارة السؤال رقم (03)**

من خلال الشكل رقم (03) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي، فنلاحظ من خلال هذا أن النسبة الأعلى كانت للتلاميذ الذين مستواهم المعيشي متوسط قدرت نسبتهم 50.6% والنسبة المتبقية للتلاميذ الذين مستواهم المعيشي جيد قدرت 49.4%.

فمن هنا نستنتج أن التلاميذ يتمتعون بحياة جيدة وذلك نظرا لمستواهم المعيشي الجيد و المتوسط فهذا راجع إلى الدخل الأسري الجيد والبيئة الاجتماعية الجيدة، أما بالنسبة للتلاميذ الذين مستواهم المعيشي ضعيف فلا يوجد من التلاميذ مستواهم المعيشي ضعيف و يمكن إرجاع هذا إلى خوف بعض التلاميذ من التصريح بالمستوى المعيشي الحقيقي خجلا و خوفا منهم .

2. عرض و تحليل البيانات المحور الأول:

الجدول رقم (01) يبين دور المؤثرين في نشر القيم الأخلاقية:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
7.4 %	6	دائما
81.5 %	66	أحيانا
11.1 %	9	نادرا
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (04)

من خلال الجدول رقم (01) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حول ما إن كان المؤثرين ينشرون قيم أخلاقية فنلاحظ من خلال هذا أن التلاميذ الذين قالوا أن المؤثرين أحيانا ما ينشرون قيم أخلاقية بلغت نسبتهم 81.5 % حيث تليها نسبة 11.1 % من الذين أجابوا بنادراً ما ينشر المؤثرين قيما أخلاقية، أما النسبة الأدنى كانت 7.4 % للتلاميذ الذين قالوا أن دائما ما ينشر المؤثرين قيما أخلاقية .

ونفسر هذا أن التلاميذ (المراهقين) يرون أن المؤثرين أحيانا ما ينشرون قيما أخلاقية و هذا راجع إلى المحتوى الذي ينشره المؤثرين بالنسبة للتلاميذ الذين هم في مرحلة مراهقة فهي مرحلة حساسة فهم يجدون أن المحتوى الذين يقدمه المؤثرين على اليوتيوب والانستغرام مفيد وينشر قيما أخلاقية فهؤلاء التلاميذ يسعون إلى تحديد قيمهم الأخلاقية و تكوين الشخصية الفردية للتلميذ.

الجدول رقم (02) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع القيم التي ينشرها المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
27.6 %	24	الصدق
9.2 %	8	الأمانة
63.2 %	55	التكافل الاجتماعي
100 %	87	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (05)

من خلال الجدول رقم (02) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع القيم التي ينشرها مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام، نلاحظ أن النسبة الأعلى كانت للتكافل الاجتماعي الذي بلغت نسبته 63.2 % ، وتليه نسبة 27.6 % للصدق و أدنى نسبة كانت للأمانة التي بلغت نسبتها 9.2 % .

ونفسر هذا على أن المؤثرين ينشرون التكافل الاجتماعي في المحتوى الذي يقدمونه و هذا راجع إلى أن التلميذ (المراهق) فهو في مرحلة يسعى إلى الانفتاح على المحيط الذي يعيش فيه وهو المحيط الاجتماعي ، فهذا ما يسعى إليه المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم (03) يبين ما إن كان المؤثرين ينشرون قيم سلبية:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
36.9 %	41	الكذب
42.3 %	47	الخداع
20.7 %	23	النميمة
100 %	111	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (06)

من خلال الجدول رقم (03): الذي يبين توزيع افراد عينة الدراسة حسب نوع القيم السلبية التي ينشرها المؤثرين، نلاحظ أن قيمة الخداع بلغت نسبتها 42.3% و تليها نسبة 36.9% لقيمة الكذب و أدنى قيمة كانت للنميمة بنسبة 20.7%

ففسر هذا على أن مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام إلى الوظائف التي يقومون بها في المحتوى الذي ينشرونه ، فهم يقومون هكذا بخداع التلاميذ و الكذب عليهم من خلال نشر الأكاذيب و تزييف الواقع المعاش للتلاميذ (المراهقين) فهذا ما يجعلهم يتأثرون بهم و السعي وراء تقليدهم .

الجدول رقم (04) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم السلبية التي ينشرها المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	الخيارات
14.8 %	12	دائما
42.3 %	60	أحيانا
11,1 %	9	نادرا
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (07)

من خلال الجدول رقم (04): الذي يبين ما إن كان المؤثرين ينشرون قيم سلبية ، فنلاحظ من خلال هذا أن أعلى نسبة كانت 74.1% للتلاميذ الذين أجابوا أن أحيانا ما ينشر المؤثرين قيما سلبية ، فتليها نسبة 14.8% للذين أجابوا أن دائما ما ينشر المؤثرين قيما سلبية ، وأدنى نسبة 11.1% كانت للذين أجابوا بنادرا .

فمنه نستنتج أن التلاميذ (المراهقين) يرون أن المؤثرين ينشرون قيما سلبية من خلال المحتوى المعروض على منصة يوتيوب وانستغرام وهذا راجع إلى العديد من العوامل الاجتماعية التي تساهم في نشر مثل هذه المحتويات التي تدعوا إلى نشر العنف والتعاطي المخدرات هذا ما يجعل التلاميذ الذين هم في مرحلة حساسة من حياتهم وهي المراهقة يتأثرون بما يرونه من قيم مبثوثة على هاته المنصات .

الجدول رقم (05) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول محاولة تقليد المؤثرين في اللباس و الشكل:

الخيارات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	39	48.1 %
أحيانا	28	34.6 %
نادرا	14	17.3 %
المجموع	81	100 %

بيانات الاستمارة السؤال رقم (08)

من خلال الجدول رقم (05) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول محاولة تقليد المؤثرين من ناحية اللباس والشكل نلاحظ أن النسبة 48.1 % الأعلى كانت للتلاميذ الذين أجابوا دائما و تليها نسبة 34.6 % الذين أجابوا أحيانا أما النسبة الأدنى كانت للذين أجابوا بنادرا بلغت نسبتهم 17.3 % .

نفسر هذا على أن التلاميذ متأثرين بشكل كبير بالمؤثرين وذلك بالسعي حتى في تقليدهم من ناحية اللباس و الشكل وهذا راجع إلى دور المؤثرين في نشر القيم الجمالية التي تحتم بالناحية الجمالية والشكلية فهم يسعون إلى توفير تلك الملابس للاقتداء بهؤلاء المؤثرين وهنا تظهر الوظائف الكامنة و الظاهرة التي تحدث عنها "روبرت ميرتون" في نظريته، فهؤلاء المؤثرين يقدمون محتويات إما إيجابية أو سلبية فمن الممكن أن المؤثر يقدم محتوى لكن يرتدي ملابس فاخرة تجعل من التلميذ (المراهق) لا يتأثر بذلك المحتوى و لكن يسعى إلى تقليده من ناحية المظهر و الشكل .

الجدول رقم (06) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول رأيهم في القيم التي ينشرها المؤثرين ما إن كانت تتناسب مع المجتمع:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
12.3 %	10	دائما
56.8 %	46	أحيانا
30.9 %	25	نادرا
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (09)

من خلال الجدول رقم (06) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول رأي التلاميذ في القيم التي ينشرها المؤثرين هل هي مناسبة مع المجتمع الذي يعيشون فيه، فنجد أن التلاميذ الذين كان رأيهم أحيانا ما المؤثرين فيما تتناسب مع المجتمع بلغت نسبتهم 56.8 % وتليها نسبة 30.9 % ممن كان رأيهم نادرا ، فأما النسبة الأقل كانت للتلاميذ الذين كان رأيهم دائما ما ينشر المؤثرين فيما تتناسب مع المجتمع .

نفسر هذا على أن التلاميذ (المراهقين) يرون أن المحتوى الذي يقدمه المؤثرين يتناسب مع قيم المجتمع وهذا عائد إلى دور المؤثرين في نشر هذه القيم التي تناسب بيئة التلميذ (المراهق) وإحساسه بهويته الشخصية، وأن هؤلاء المؤثرين يحسنون توصيل الأفكار إلى ذهن هذا التلميذ بأهم أشخاص طبيعيين يمثلون مجتمعهم الجزائري المسلم العربي، وهذا ما يجعلهم يكسبون ثقة متابعيهم.

الجدول رقم (07) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول أثر مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام على قيم التلاميذ الاجتماعية:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
38.5 %	35	زيادة التعاون الاجتماعي
31.9 %	29	خلق أسلوب حوار
29.7 %	27	تقبل رأي الآخر
100 %	91	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (10)

من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حول تأثير مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام على القيم الاجتماعية للتلميذ ، فنلاحظ أن أثر هؤلاء المؤثرين ظهر في أعلى نسبة وهي زيادة التعاون الاجتماعي الذي بلغت نسبته 38.5 % و تليها نسبة 31.9 % لخلق أسلوب الحوار و النسبة التي تقاربها كانت لتقبل رأي الآخر التي بلغت نسبتها 29.7 % .

ويمكن تفسير هذا إلى الدور الوظيفي الذي يقوم به هؤلاء المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي من خلال الحملات التوعوية و مساعدة الآخرين و الانخراط في الجمعيات الخيرية مما جعلهم يؤثرون بطريقة إيجابية على قيم التلميذ و أيضا المساهمة في جعله يعرف كيف يخلق أسلوب حوار و التخلص من الرهاب الاجتماعي و الانطواء الذاتي و كذا السعي إلى تقبل رأي الآخر و احترام آراء الآخرين وهذا ينطلق من التعاون الاجتماعي الذي يساهم في خلق هاته القيم التي يتأثر بها التلميذ .

3. تحليل و عرض بيانات المحور الثاني:

الجدول رقم (08) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموقع الذي ينشطون فيه كثيرا:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
24.8 %	33	اليوتيوب
45.1 %	60	الانستغرام
30.1 %	40	التيك توك
100 %	133	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (11)

من خلال الجدول رقم (08) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموقع الذي ينشط فيه كثيرا ، فنلاحظ أن موقع الانستغرام هو الأكثر استخداما من طرف التلاميذ فقد بلغت نسبته 45.1 % و يليه موقع التيك توك بنسبة 30.1 % و اقل نسبة كانت لموقع يوتيوب الذي كانت نسبته 24.8 % .

فمنه يمكن تفسير هذا أن موقع الانستغرام سهل الاستخدام فهو الموقع الأكثر استخداما من طرف المؤثرين حيث يمتلك هذا التطبيق عدة مميزات تجعله مفضلا عن باقي التطبيقات وكذلك بالنسبة لموقع التيك توك فهذان الموقعين لهما شعبية كبيرة لأنهم يحتون على مقاطع فيديو قصيرة لا تتعدى الدقيقة مما تسهل على التلاميذ استخدامها وعدم الملل من مشاهدة محتويات المؤثرين عكس موقع اليوتيوب الذي يحتوي على الفيديوهات الطويلة التي تشعر التلميذ (بالملل) وقل استعمال هذا التطبيق .

لجدول رقم (09) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الحسابات الشخصية:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
61.7 %	50	حساب واحد
7.4 %	6	حسابان
30.9 %	25	أكثر من حسابان
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (12)

من خلال الجدول رقم (09) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الحسابات الشخصية على موقعي اليوتيوب والانستغرام، اتضح لنا أن نسبة التلاميذ الذين يمتلكون حساب واحد بلغت نسبتهم 61.7 % وتليها نسبة 30.9 % من التلاميذ الذين يمتلكون أكثر من حسابان و أدنى نسبة كانت لتلاميذ الذين يمتلكون حسابان بنسبة 7.4 % .

ففسر هذا على أن المؤثرين يمتلكون أعداد حقيقة من المتابعين ، و أن التلاميذ يحتاجون إلى حساب واحد فقط لمتابعة المؤثرين و التفاعل معهم أما بالنسبة لمن يمتلكون حسابان فهذا راجع إلى استخدام أحد الحسابات بشخصية وهمية و هذا عائد إلى عدة عوامل شخصية .

الجدول رقم (10) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة الحجم الساعي الذي يقضيه التلميذ في متابعة مؤثري**موقع اليوتيوب و الانستغرام حسب متغير الجنس:**

المجموع		أكثر من 4 ساعات		من 2 إلى 4 ساعات		أقل من ساعتين		الخيارات الجنس
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	45	%17.8	8	%35.6	16	%46.7	21	الذكر
% 100	36	%19.4	7	%27.8	10	%52.8	19	أنثى
%100	81	%18.5	15	%32.1	26	%49.4	40	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (13)

من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحجم الساعي الذي يقضيه التلاميذ في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام حسب متغير الجنس، فنلاحظ من خلاله أن الذكور الذين يقضون أقل من ساعتين قدرت نسبتهم 46.7 % في حين بلغت نسبة الإناث 52.8 %، أما بالنسبة للذكور الذين يقضون من 2 إلى 4 ساعات بلغت نسبتهم 35.6 % في حين بلغت نسبة الإناث 27.8 %، أما بالنسبة للذكور الذين يقضون أكثر من 4 ساعات في متابعة المؤثرين بلغت نسبتهم 17.8 % وتليها نسبة الإناث التي قدرت نسبتهم 19.4 % .

ومن خلال ما تقدم نفسر أن ارتفاع نسبة الإناث مقابل نسبة الذكور في قضاء أقل من ساعتين في متابعة مؤثري موقع يوتيوب و انستغرام فهذا راجع إلى العديد من الأسباب و العوامل منها رقابة الأولياء و الحرص الكبير على الأنثى أكثر من الذكر بحكم أن المجتمع يلعب دور في المحافظة على الأنثى لأنها أكثر عرضة للانحراف و التسبب جراء المتابعة الكثيفة للمؤثرين فهي في مرحلة حساسة من عمرها (المراهقة) ، وهناك دوافع تتمثل في أن معظم الإناث لديها الخوف من أسرتهن، أما بالنسبة لارتفاع نسبة الذكور الذين يقضون أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات مقابل الإناث في متابعة المؤثرين فذلك يعود إلى البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وغياب رقابة الأولياء والاستهتار الذي قد يسبب العديد من المشاكل منها التسرب المدرسي و انخفاض في المستوى

الدراسي لهم و قد يؤدي هذا إلى ظهور قيم جديدة لأنهم في مرحلة هشة من أعمارهم فقيمهم الاجتماعية غير مستقرة بحكم المحتوى الذي يقدمه هؤلاء المؤثرين .

ويمكن تفسير هذا من خلال انخفاض نسبة الذكور والإناث في قضاء أكثر من أربع ساعات في متابعة المؤثرين على أن دور الأولياء واضح في الحرص على أبنائهم لأن التلاميذ في مرحلة مهمة وهي المرحلة النهائية من التعليم المتوسط فيكون هناك انخفاض في استعمال الهاتف النقال ومتابعة المؤثرين .

الجدول رقم (11) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول عدد الساعات التي يقضيها التلميذ في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام حسب متغير المستوى المعيشي:

المجموع		أكثر من 4 ساعات		من 2 إلى 4 ساعات		أقل من ساعتين		المدة المستوى المعيشي
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	39	%20.5	8	%35.9	14	%43.6	17	جيد
% 100	42	%16.7	7	%28.6	12	%54.8	23	متوسط
-	-	-	-	-	-	-	-	ضعيف
% 100	81	%18.5	15	%32.1	26	%49.4	40	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (14)

من خلال الجدول رقم (11) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول عدد الساعات التي يقضيها التلاميذ في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام حسب متغير المستوى المعيشي للتلميذ، فقد تبين لنا أن نسبة التلاميذ الذين يقضون أقل من ساعتين في مشاهدة و متابعة المؤثرين فإن مستواهم المعيشي متوسط وقدرت نسبتهم 54.8 %، و تليها نسبة متقاربة منها من الذين مستواهم المعيشي جيد فقدرت النسبة 43.6 %، وأما بالنسبة للذين يقضون من ساعتين إلى أربع ساعات فكانت النسبة الأعلى للذين مستواهم المعيشي جيد وقدرت 35.9 %، في حين أن الذين مستواهم المعيشي متوسط فكانت النسبة 28.6 %؛

كذلك بالنسبة للتلاميذ الذين يقضون أكثر من أربعة ساعات في متابعة هؤلاء المؤثرين فكان مستواهم المعيشي جيد وقدت نسبتهم 20.5 % في حين أن النسبة الأدنى كانت للتلاميذ الذين مستواهم المعيشي متوسط فبلغت النسبة 16.7 % .
ومنه نفسر هذا بأن التلاميذ الذين مستواهم المعيشي متوسط نسبتهم أكبر من الذين مستواهم المعيشي جيد وهذا راجع إلى عدة أسباب منها الرقابة الأبوية التي لا تسمح لهم بمتابعة المؤثرين إلا اقل من ساعتين و أن استخدام الانترنت محدود لأنهم في مرحلة صعبة من حياتهم ولهذا نرى انخفاض في استخدام الهاتف لمتابعة المؤثرين على كلا المستويين سوى الجيد أو المتوسط للتلاميذ كلما ارتفعت عدد الساعات.

الجدول رقم (12) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول مدة متابعة مؤثري موقع يوتيوب و انستغرام

حسب متغير السن:

المدة	سنة واحدة		من سنة إلى ثلاث سنوات		أكثر من ثلاث سنوات		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14	20 %	8	40 %	16	40 %	17	100 %
15	23.3 %	7	20 %	6	56.7 %	17	100 %
16	27.3 %	3	9.1 %	1	63.6 %	7	100 %
المجموع	22.2 %	18	28.4 %	23	49.4 %	40	100 %

بيانات الاستمارة السؤال رقم (15)

من خلال الجدول رقم (12) الذي يوضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حول مدة متابعة مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام حسب متغير السن؛ فنلاحظ من خلاله أن الذين يبلغون السن 14 سنة فمدة متابعتهم للمؤثرين هي سنة واحد فقدرت نسبتهم 20 % في حين أن الذين سنهم 15 سنة فبلغت النسبة 23.3 % وأما بالنسبة للذين يبلغون عمر 16 سنة فقدرت نسبتهم 27.3 %، في حين أن الذين يتابعون المؤثرين من سنة إلى ثلاث سنوات وهم في السن 14 سنة بلغت نسبتهم

40 % وأما الذين هم في عمر 15 سنة بلغت 20 % في حين الذين يبلغون 16 سنة فقدرت نسبتهم 9.1 %، أما الذين يتبعون هؤلاء المؤثرين لأكثر من ثلاث سنوات فإن الذين يبلغون عمر 14 سنة بلغت النسبة 40 % وأما الذين بلغت أعمارهم 15 سنة فقدرت نسبتهم 56.7 % في حين النسبة الأكبر كانت لصالح أصحاب العمر 16 سنة بنسبة 63.6 %.

ونستنتج من خلال هذا أن التلاميذ في هذه الحالة أنهم معرضون للإدمان من خلال عدد السنوات الكبيرة من متابعة هؤلاء المؤثرين فهم يعتبرونهم سر سعادتهم لان النسب منخفضة بالنسبة لمدة سنة واحدة إلى ثلاث سنوات فنجد أن النسب ارتفعت في متابعة المؤثرين أكثر من ثلاث سنوات خاصة التلاميذ الذين أعمارهم 14 سنة لأنهم في مرحلة مبكرة من المراهقة فكلما زادت مدة المتابعة زادت نسبة الإدمان لديهم وهذا راجع إلى التسبب الذي يقوم به أولياء الأمور في التساهل مع أبنائهم فإن التعرض التراكمي لهؤلاء المؤثرين يتسبب بعدة مشاكل شخصية و اجتماعية للتلاميذ خاصة في هذا السن المبكر.

أما بخصوص النسبة الأكبر كانت للذين يبلغون عمر 16 سنة فهم في مرحلة متوسطة من المراهقة فهذا راجع إلى الاستقلالية في استخدام الهاتف دون مراقبة الأسرة فقد يساهم هذا في العزلة الاجتماعية و تسبب الضغوطات النفسية .

الجدول رقم (13) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفترة المناسبة لمتابعة مؤثري موقع يوتيوب

و انستغرام:

الفترة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	7	5%
الظهيرة	31	22%
المساء	46	32.6%
الليل	57	40.4%
المجموع	141	100%

بيانات الاستمارة السؤال رقم (16)

من خلال الجدول رقم (13) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوقت المفضل لمتابعة مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام؛ فنلاحظ من خلال هذا أن النسبة الأعلى كانت للتلاميذ الذين يفضلون الليل لمتابعة المؤثرين وبلغت نسبتهم 40.4% وتليها نسبة 32.6% للذين يفضلون فترة المساء، في حين أن التلاميذ الذين يفضلون فترة الظهيرة كانت نسبتهم 22% و النسبة الأدنى كانت للتلاميذ الذين يفضلون فترة الصباح لمتابعة المؤثرين.

و منه فإننا نفسر هذا على أن التلاميذ يفضلون الليل و المساء لمتابعة محتويات المؤثرين فهذا راجع إلى أنهم في وقت فراغهم ولا توجد دراسة عكس الظهيرة والصباح التي هم فيها مشغولون بالدراسة لان التلميذ في آخر الليل فإنه يتحصل على يوميات المؤثر من الصباح إلى الليل عبر ميزة (story) التي تدوم 24 ساعة، فهنا يحدث التأثير على قيم التلميذ الهشة حيث أن التلاميذ يفضلون متابعة هذه المحتويات في الليل.

الجدول رقم (14) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمتابعة مؤثري موقع يوتيوب و انستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	المكان
82.1%	78	المنزل
7.4%	7	المدرسة
10.5%	10	الشارع
100%	95	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (17)

من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المكان المفضل لمتابعة محتويات المؤثرين، فقد تبين أن النسبة الأعلى كانت للمكان المفضل للتلاميذ هو المنزل فقدرت نسبته 82.1%، أما بالنسبة للمدرسة و الشارع كانت نسبهم متقاربة فالشارع كانت نسبته 10.5% و المدرسة قدرت نسبتها 7.4% .

ما يفسر هذا أن التلاميذ مكأنهم المفضل المنزل لأنهم في مقتبل العمر و هم في مرحلة مراهقة يمكن أنهم لا يملكون هاتف شخصي لهم فتجد ان الهاتف لإحدى الوالدين ، وعدم أخذه إلى المدرسة فهو ممنوع ، وأما بالنسبة للذين قالوا في الشارع

يعود هذا إلى المستوى المعيشي الجيد و الدخل الأسري الجيد الذي جعلهم يمتلكون هواتف شخصية يستعملونها في أي مكان دون رقابة .

**الجدول رقم (15) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مع من تفضل متابعة مؤثري موقع يوتيوب و
انستغرام:**

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
57.7%	64	بمفردك
12.6%	14	العائلة
29.7%	33	الأصدقاء
100%	111	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (18)

من خلال الجدول رقم (15) الذي يوضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مع من تفضل مشاهدة محتويات المؤثرين فنلاحظ أن التلاميذ النسبة الأعلى منهم ممن يفضلون مشاهدة بمفردهم وقدرت نسبتهم 57.7 % في حين أن التلاميذ الذين يفضلون مشاهدة محتوى المؤثرين مع أصدقائهم فكانت النسبة 29.7 %، في حين النسبة الأقل كانت للتلاميذ الذين يفضلون مشاهدة مع العائلة فكانت النسبة 12.6 % .

ففسر هذا على أن التلاميذ الذين يفضلون مشاهدة المحتوى بمفردهم فهذا يعود إلى نوع المحتوى الذي يشاهده التلميذ فقد تكون مشاهد ومحتويات مخلة بالحياء مما يجعله يرغب في مشاهدتها لوحده بعيدا عن أنظار الأسرة وهذه من المشاكل التي يقع فيها الكثير من الأولياء يترك الهاتف مع الابن دون رقابة المحتوى الذي يتصفحها لأن عالم الانترنت واسع و كبير و عليه فقد يسبب عدة مشاكل للتلميذ، في حين أن الذين يفضلون متابعة محتويات المؤثرين مع الأصدقاء فهذا راجع إلى نوع المحتوى الذي يفضله التلميذ لمتابعته مع الأصدقاء مثل الكوميديا و الرياضة، أما بالنسبة للتلاميذ الذين يفضلون مشاهدة مع العائلة فهذا نوع من الانفتاح داخل الأسرة و التكاتف و الرقابة الأبوية التي تكون على التلميذ مما يجعله لا يتابع هؤلاء المؤثرين إلا مع العائلة.

الجدول رقم (16) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول التفاعل مع محتويات المؤثرين:

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
60.5%	49	دائما
28.4%	23	أحيانا
11.1%	9	نادرا
100%	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (19)

من خلال الجدول رقم (16) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول التفاعل مع محتويات مؤثري اليوتيوب والانسغرام فنلاحظ من خلال الجدول ان التلاميذ دائما ما يتفاعلون مع المؤثرين وكان ذلك بنسبة 60.5 % ويليهما التلاميذ الذين قالوا بأنهم أحيانا ما يتابعون المؤثرين فبلغت نسبتهم 28.4 % في حين أن التلاميذ الذين أحيانا ما يتفاعلون مع هذه المحتويات كانت نسبتهم 11.1 % .

ففسر هذا على أن التلاميذ يتفاعلون بشكل يومي مع محتويات المؤثرين ويتابعوهم لحظة بلحظة بهدف زيادة الإعجاب حول المحتوى الذي يقدمه هؤلاء المؤثرين وإيصالهم إلى الشهرة خاصة المجالات التي يفضلونها في حين الذين يتفاعلون أحيانا فتجدهم يتابعون المؤثرين من أجل أن يأخذ الفائدة من ذلك المحتوى فتجده لا يتفاعل كثيرا ، فأما الذين نادرا ما يقومون بالتفاعل مع المؤثرين وهذا يعود إلى النظرة السلبية نحو هؤلاء المؤثرين فلا يهتمه التفاعل معهم ولا محتوهم .

الجدول رقم (17) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول المجالات التي يفضلون متابعتها للمؤثر:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
13.1 %	34	أسلوب الحياة
11.6 %	30	الموضة
14.7 %	38	الكوميديا
20.1 %	52	الرياضة
17.4 %	45	السياحة و السفر
10.8 %	28	التطور التكنولوجي
12.4 %	32	التعليم
100 %	259	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (20)

من خلال الجدول رقم (17) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول المجالات المفضلة متابعتها للمؤثرين فنلاحظ أن التلاميذ المحتوى الذي يفضلونه للمؤثرين كان للمجال الرياضي وقدرت نسبته 20.1 % ويليهما مجال السياحة والسفر بنسبة متقاربة قدرت 17.4 %، في حين أن مجال الكوميديا بلغت نسبتها 14.7 % وتأتي بعدها بنسبة متقاربة جدا مجال أسلوب الحياة بنسبة 13.1 % أما بالنسبة لمجال التعليم فكانت نسبته 12.4 % ويليهما مجال الموضة بنسبة 11.6 % في حين كانت النسبة الأقل لمجال التطور التكنولوجي 10.8 % .

ففسر هذا أن التلاميذ يهتمون بمتابعة مجال الرياضة الذي أصبح كلا الجنسين يفضلون متابعتها للمؤثرين لما له من شعبية كبيرة وسط التلاميذ (المراهقين) وخاصة رياضة كمال الأجسام مما تجعل من فئة الذكور يريدون الظهور بين زملائهم في أجي صورة، وكذلك بالنسبة لمجال السياحة و السفر فهم يرغبون في العيش كالمؤثرين الذين يروجون للسياحة و السفر أما بالنسبة للكوميديا وهذا راجع للحس الفكاهي الذي يملكه التلاميذ حيث يروحون عن أنفسهم و والتخفيف من الضغوطات الدراسية أما بالنسبة للتلاميذ اختاروا مجال أسلوب الحياة فهذا راجع إلى أن المؤثرين يتبعون أسلوب حياة منظم مما يجعل من التلاميذ الرغبة في

تقليدهم و إتباع هذا الأسلوب، في حين الذين اختاروا المجال التعليمي فهم يهتمون بالشيء الذي يفيدهم في مسيرتهم التعليمية وكسب المعارف، و أما بالنسبة للتلاميذ الذين توجهوا لمجال الموضة فهم ممن يحبون بتقليد المؤثرين من ناحية اللباس و إتباع كل شيء جديد و حصري لآخر صيحات الموضة، و المجال الأخير هو للتلاميذ الذين اختاروا التطور التكنولوجي فتجد لديه الرغبة في الاختراع و مواكبة التطور التكنولوجي .

4. عرض و تحليل بيانات المحور الثالث:

الجدول رقم (18) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الشخصية التي يفضل متابعتها من المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
28.2 %	31	علال الداوي
42.7 %	47	ياسين ربوح
22.7 %	25	بوزيان (سندغنس)
6.4 %	7	وسيم بلي
100 %	110	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (21)

يوضح الجدول رقم (18) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشخصية المفضل من المؤثرين لتباعها على منصة اليوتيوب والانسيتغرام فنلاحظ أن نسبة 42.7 % من يفضلون المؤثر ياسين ربوح، في حين أن نسبة 28.2 % يفضلون المؤثر علال الداوي و يليه المؤثر بوزيان (سندغنس) 22.7 % وأدى نسبة كانت للمؤثر وسيم بلي بنسبة 6.4 % .

ففسر هذا على أن التلاميذ يفضلون المحتوى الكوميدي الهادف لأن هؤلاء المؤثرين يقدمون محتوى كوميدي هادف فيعالجون من خلاله عدت مواضيع اجتماعية دينية أخلاقية لكن بطريقة كوميديّة توصل العديد من الرسائل الهادفة؛ وما جعلنا نختار هؤلاء المؤثرين؛ لأنهم يقدمون محتوى بأقل الوسائل و يصفون الواقع المعاش كما هو لا يزيّفون الواقع يعني هذا أنهم صادقين في محتواهم ولهم شعبية كبيرة داخل المجتمع المحلي .

الجدول رقم (19) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الشخصيات الأخرى التي يفضلون متابعتها على موقع اليوتيوب و الانستغرام:

النسب المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة
23.5 %	19	بلال فضيلي
1.2 %	1	ابو فله
8.6 %	7	انس تينا
6.2 %	5	اميرة ريا
4.9 %	4	دوباميكافين
3.7 %	3	رؤوف بلقاسمي
4.9 %	4	ريبكا
2.5 %	2	ريفكا
7.4 %	6	عمر ابو الرب
6.2 %	5	لبنى للقصص
3.7 %	3	محمد شريف
3.7 %	3	محمد عدنان
11.1 %	9	ميستر بيست
2.5 %	2	فحلة tv
6.2 %	5	نوال بريطانيا
3.7 %	3	مراد اوديا
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (22)

يبين هذا الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيهم في الشخصيات الأخرى التي يفضلون متابعتها من مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للمؤثر الكوميدي بلال فضيلي 23.5 %، هذا ما يتوافق مع الجدول رقم (19) أن التلاميذ يفضلون المحتوى الكوميدي، ثم المؤثر ميستر بيست بنسبة 11.1 % حيث يفضل التلاميذ هذا المحتوى ممن يستخدمون

موقع اليوتيوب لأن مسيتر بيست من أشهر المؤثرين على اليوتيوب فهو يقدم محتوى يتضمن جمع التبرعات و الأعمال الخيرية ومساعدة الآخرين والقيام بالتحديات بأعلى التكاليف، و يليه المؤثر انس تينا بنسبة 8.6% فهو ذلك يقدم محتوى كوميدي هادف، في حين أن المؤثر عمر أبو الرب بلغت نسبته 7.4% فمحتواه عبارة عن رواية القصص و تليها المؤثرة أميرة ريا و نوال بريطانيا اللاتي يقدمن محتوى خاص بالإناث فأميرة ريا محتواها عرض مواد التجميل، أما بالنسبة لنوال بريطانيا محتواها غير هادف هذا ما يساهم في تندي القيم الاجتماعية لتلميذات خاصة الذين يتابعونها لأنهم أكثر عرضة لتأثير فكانت نسبتهم متساوية 6.2% بالإضافة إلى لبنى للقصص التي تروي حكايات عن مشاكل العائلية الأشخاص فلغت نسبتها 6.2%، أما بالنسبة لدوباميكافين فكانت النسبة 4.9% فهذا يعود إلى التلاميذ الذين يتابعون المحتوى التحفيزي و تطوير الذات، وكانت في نفس النسبة ريبكا التي بلغت نسبتها 4.9% التي تقدم محتوى غير أخلاقي و هذا راجع إلى غياب الرقابة الأبوية إلى نوع المحتوى الذي يشاهده أبنائهم فمعظمهم إناث فهذا ما يساهم في الانحلال الخلقي لهم ، أما بالنسبة لكل من المؤثر رؤوف بلقاسمي و مراد أوديا و محمد شريف فقدرت نسبتهم 3.7% الذين يقدمون محتوى كوميدي فهذا يعود للتلاميذ الذين يفضلون التسلية و الترويح عن النفس والجانب الرياضي الذي يقدمه محمد عدنان بنسبة 3.7%، أما النسب الأقل كانت لريفكا الذي بلغت النسبة 2.5% و أبو فله الذي بلغت نسبته 1.2% لمن يجون متابعة الألعاب الإلكترونية .

الجدول رقم (20) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول سبب تفضيل محتوى المؤثرين:

الخيارات	التكرارات	النسب المئوية
لأنها أكثر شهرة	18	13.7%
لأنها أكثر مصداقية	22	21.2%
المحتوى يوافق اهتمامي	64	61.5%
المجموع	104	100%

بيانات الاستمارة السؤل رقم (23)

من خلال الجدول رقم (20) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حول سبب تفضيل محتوى المؤثرين فنلاحظ أن

النسبة الأعلى كانت 61.5% للتلاميذ الذين قالوا أن سبب تفضيلهم محتوى المؤثرين لأنه يوافق اهتمامهم في حين أن نسبة

21.2% للذين كان سبب تفضيلهم لمحتوى المؤثرين هو أنهم أكثر مصداقية في المحتوى الذين ينشرونه ، و النسبة الأقل كانت للذين فضلوا المحتوى لسبب أن المؤثرين الذين لديهم شهرة كبيرة فقدرت نسبتهم 17.3% .

ففسر هذا على أن التلاميذ يفضلون المحتوى الذي يوافق اهتماماته الشخصية فلا يهمله إن كان المؤثر صادقا أو كاذبا حيث أن هذا التلميذ في مرحلة صعبة من حياته فهو محتاج إلى من يشارك اهتماماته الشخصية التي توافقه فهو من الممكن يريد الهروب من الواقع المعاش واللجوء إلى الفضاء الافتراضي ليجعل من هؤلاء المؤثرين شخصيات وهمية ترافق اهتماماته، في حين التلاميذ الذين اختاروا المؤثرين الأكثر مصداقية فهذا راجع إلى هناك من التلاميذ الذين ينتقون ما يجب متابعته فتجدهم أكثر وعيا من غيرهم، أما بالنسبة للتلاميذ الذين يفضلون المؤثرين الأكثر شهرة هذا يعود إلى أن التلميذ يتابع كل من له شهرة و يتبع ما تتبعه الأغلبية في مجتمعه وكل ما هو مسلط عليه الضوء .

الجدول رقم (21) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الشعور بالقلق عندما لا تجد مستجدات للمؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
45.7 %	37	دائما
32.1 %	26	أحيانا
22.2 %	18	نادرا
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (24)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حول الشعور بالقلق عندما لا تجد مستجدات للمؤثرين فنلاحظ أن نسبة التلاميذ الذين يشعرون دائما بالقلق عندما لا يجدون مستجدات للمؤثرين بلغت نسبتهم 45.7% في حين أن الذين قالوا أحيانا بلغت نسبتهم 32.1% وقل نسبة للذين قالوا نادرا ما يشعرون بالقلق لعدم وجود مستجدات للمؤثرين.

ونستنتج من هذا أن التلاميذ متأثرين بشكل كبير فهم يشعرون بالقلق لعدم وجدوا جديد حول المؤثرين لأنهم يتابعونهم لحظة بلحظة وهذا يبين أيضا الرغبة في العيش كالمؤثرين .

الجدول رقم (22) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الغاية من متابعة مؤثري موقع اليوتيوب والانسغرام:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
17.5 %	21	الهروب من الواقع
26.7 %	32	اكتساب المعرفة
55.8 %	67	التسلية
100 %	120	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (25)

من خلال الجدول رقم (25) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الغاية من متابعة المؤثرين؛ نلاحظ أن النسبة الأعلى كانت لغاية التسلية بنسبة 55.8 %، في حين أن الذين غايتهم اكتساب المعرفة بلغت النسبة 26.7 % و أقل نسبة كانت الهروب من الواقع فقدرت نسبتهم 17.5 %.

فنستنتج من خلال هذا أن غرض التلاميذ من متابعة هؤلاء المؤثرين هو التسلية و اكتساب المعرفة وهذا ما توصلت إليه الباحثة " **Qin Moshi** " (أنظر الدراسة السابقة رقم 02) في نتائج دراستها إلى أن الأشخاص يتابعون المؤثرين من أجل الترفيه واكتساب المعلومات، لتعلم شيء ما أو توسيع أفقهم ذلك لأنه محتوى عالي الجودة وينشرون فيه ما يجذب الناس؛ و فئة التلاميذ الذين اختاروا الهروب من الواقع فتجدهم يعانون من الكثير من المشاكل الاجتماعية فيلجئون إلى هذه الفضاءات لمتابعة هؤلاء المؤثرين ونسيان مشاكلهم الشخصية والاجتماعية و بالتالي يكتسبون قيم جديدة.

الجدول رقم (23) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول الطريقة التي يفضلها التلاميذ لمتابعة المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
38.9 %	49	الفيديوهات
54.8 %	69	الريلز
6.3 %	8	الصور
100 %	126	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (26)

من خلال الجدول رقم (23) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حول الطريقة المفضلة لعرض المحتوى لمتابعة المؤثرين فنلاحظ أن التلاميذ الذين يفضلون متابعة المؤثرين عن طريق الريلز قدرت نسبتهم 54.8 % في حين أن التلاميذ الذين يفضلون طريقة الفيديوهات بلغت نسبتهم 38.9 % و أدنى نسبة كانت للذين يفضلون طريقة الصور فقدت نسبتهم 6.3 % .

من خلال هذه المعطيات؛ نفسر أن سبب تفضيل التلاميذ لمتابعة محتوى المؤثرين عن طريق الريلز فهذا راجع إلى مميزات تطبيق الانستغرام فهو يحتوي على مقاطع قصيرة لا تتعدى الدقيقة فهذا ما يجعلها أكثر تأثيراً فهم في عصر السرعة ويفضلون الوصول إلى كل شيء في ثوان لأن طريقة العرض هذه تخاطب كافة حواس الجسم مما تساهم في ارتفاع نسبة التأثير . أما بالنسبة للتلاميذ الذين يفضلون طريقة العرض عن طريق الفيديو فهذا راجع إلى استخدام التلاميذ لتطبيق اليوتيوب الذي تكون فيه الفيديوهات طويلة و من الممكن أن تشعر التلميذ بالملل . على عكس الذين يفضلون الصور .

الجدول رقم (24) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول العادات المكتسبة من المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
3.4 %	6	التطفل
4 %	7	مقارنة النفس
37.4 %	65	الثقة بالنفس
24.1 %	42	المثابرة و الاجتهاد
28.2 %	49	اتباع أسلوب حياة منظم
2.9 %	5	الكراهية و التمييز
100 %	174	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (27)

من خلال الجدول رقم (24) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العادات المكتسبة من المؤثرين فنلاحظ أن العادة التي اكتسبها التلاميذ من المؤثرين هي الثقة بالنفس فكانت نسبتها 37.4 % والعادة التي تليها إتباع أسلوب حياة منظم فقدرت نسبتها 28.2 %، في حين أن عادة المثابرة و الاجتهاد كانت نسبتها 24.1 % وأما بالنسبة للعادات الأخرى كانت نسبهم متقاربة وهي مقارنة النفس مع الآخرين كانت النسبة 4 % وتليها التطفل 3.4 % و أخيرا الكراهية والتمييز 2.9 %.

فنفسر هذا أن دور المؤثرين ظهر من خلال إكساب التلاميذ الثقة بالنفس؛ حيث نلاحظ أن التلاميذ في هذا الوقت أصبحوا جريئين و عندهم ثقة بالنفس عالية و كذا إتباع أسلوب حياة منظم فهذا راجع أيضا إلى دور المؤثرين فيما يقومون به في حياتهم اليومية؛ مما جعل من التلاميذ يريدون العيش مثلهم و إتباع نظام حياتهم، أما بالنسبة للمثابرة و الاجتهاد هذا راجع للتلاميذ الذين يتابعون المحتوى التحفيزي والهادف الذي يقوي من قدراتهم في اكتساب المعارف في حين أن الذين اكتسبوا العادات السلبية وهي التطفل والكراهية والتمييز ومقارنة أنفسهم مع الآخرين فهذا يعود إلى نوع المحتوى الذي يشاهدونه فهم يتابعون المؤثرين الذين يعرضون محتوى غير هادف .

الجدول رقم (25) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم الإيجابية المكتسبة من المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
26.5 %	35	أعمال تنفع المجتمع
34.1 %	45	تكوين علاقات اجتماعية
16.7 %	22	ترسيخ قيم
22.7 %	30	الاستماع إلى آراء الآخرين
100 %	132	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (28)

من خلال الجدول رقم (25) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم الإيجابية المكتسبة من المؤثرين فنلاحظ أن الذين اكتسبوا تكون العلاقات الاجتماعية بلغت نسبتها 34.1 % و تليها قيم الأعمال التي تنفع المجتمع قدرت نسبتها 26.5 % في حين أن التلاميذ الذين اكتسبوا الاستماع إلى آراء الآخرين بلغت نسبتهم 22.7 % و أقل نسبة كانت للتلاميذ الذين اكتسبوا ترسيخ القيم فقدرت نسبتهم 16.7 %.

فنفسر هذا المعطيات إلى أن المؤثرين جعلوا من هؤلاء التلاميذ أن يسعوا إلى تكوين علاقات اجتماعية و الانفتاح على العالم بدلا من الخوف و الانطواء الذاتي والرهاب الاجتماعي فهذا ما وضح في الجدول رقم (23) أن هذا يؤدي إلى اكتساب الثقة بالنفس وهذا راجع إلى المحتوى الإيجابي الذي يعرضه المؤثرين من أعمال تنفع المجتمع و ذلك عن طريق مساعدة الآخرين والانخراط في الجمعيات الخيرية و التكافل الاجتماعي الذي يتحلى به المجتمع الجزائري ، وكذلك اكتساب الاستماع إلى آراء الآخرين هذا ما يساعدهم على تكوين شخصيتهم الذاتية و الاجتماعية و تقبل آراء الآخرين . أما بالنسبة لترسيخ القيم فنلاحظ أن نسبتها منخفضة فهذا راجع إلى أن التلاميذ يكتفون بمؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة ، المدرسة ، المسجد).

الجدول رقم (26) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم السلبية المكتسبة من المؤثرين:

النسب المئوية	التكرارات	البدائل
38.1 %	48	العيش في الوهم
20.6 %	26	عدم الرضا بالواقع المعاش
34.9 %	44	الرغبة في العيش كالمؤثرين
6.3 %	8	مخالطة الجنس الآخر
100 %	126	المجموع

بيانات الاستمارة السؤال رقم (29)

من خلال الجدول رقم (26) الذي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول القيم السلبية التي اكتسبها من المؤثرين فنجد أن التلاميذ الذين اكتسبوا قيمة العيش في الوهم بلغت نسبتها 38.1 %، في حين أن التلاميذ الذين قالوا أن لديهم الرغبة في العيش كالمؤثرين فبلغت نسبتهم 34.9 %، وتليها نسبة 20.6 % للذين لم يرضوا بواقعهم المعاش و أخيراً كانت النسبة الأدنى لمخالطة الجنس الآخر فبلغت النسبة 6.3 % .

فهذا يفسر دور مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام إلى تأثيرهم على التلاميذ في تزييف الواقع و جعلهم يعيشون في الوهم و أيضا الرغبة في العيش كالمؤثرين لما يعرضونه على محتوياتهم من أماكن يذهبون إليها وألبسة يرتدونها والحياة السعيدة التي يعيشونها هذا ما يؤدي إلى عدم الرضا بالواقع المعاش لدى التلميذ و الانحراف و إصابته بضغط نفسي قد تؤثر على محيطه الاجتماعي أما بالنسبة للذين يرغبون في مخالطة الجنس الآخر سواء كانوا من الذكور و الإناث فهذا راجع إلى التنشئة الاجتماعية و التسبب الأسري و أيضا سوء الرفاق و نوع المحتوى و المؤثرين الذين يتابعوهم و يحفزونهم على هذا.

الجدول رقم (27) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حول التقاط الصور ونشرها على مواقع التواصل**الاجتماعي كالمؤثرين**

النسب المئوية	التكرارات	الخيارات
60.5 %	49	دائما
25.9 %	21	أحيانا
13.6 %	11	نادرا
100 %	81	المجموع

بيانات الاستمارة رقم (30)

من خلال الجدول رقم (27) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حول تقليد المؤثرين من ناحية التقاط الصور والفيديوهات ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي فنجد أن دائما ما يقوم التلاميذ بالتقاط الصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60.5 %، في حين أن التلاميذ قالوا أنهم أحيانا ما يقومون بالتقاط الصور ونشرها كالمؤثرين فكانت النسبة 25.9 % ، فأدنى نسبة كانت للتلاميذ الذين قالوا أنهم نادرا ما يقومون بهذا فقدرت نسبتهم 13.6 % .

فهذا يفسر على نسبة التأثير الكبيرة للمؤثرين على التلاميذ فهذا راجع إلى التعرض التراكمي لوسائل الإعلام كما تقول نظرية الغرس الثقافي فيؤدي هذا إلى جعل التلميذ يرغب في العيش كالمؤثرين و تقليدهم في كل طرق حياتهم.

في الأخير تركنا سؤال مفتوح للتلاميذ حول ما هي القيم التي ظهرت على التلاميذ جراء متابعتهم للمؤثرين سواء كانت قيم إيجابية أو سلبية فكانت الإجابة في العموم أن التلاميذ لاحظوا الكثير من القيم الإيجابية و السلبية التي ظهرت عليهم جراء متابعتهم للمؤثرين فمن بين القيم الإيجابية نجد التحفيز بالإضافة إلى الرغبة في اكتساب مهارات جديدة و كذلك التضامن والتكافل الاجتماعي وكذا الثقة بالنفس، فمنها ما هو سلبى و دخيل نجد الكراهية والحقد وكثرة السب و الشتم و تدني الأخلاق وهذا بسبب التطفل و التنمر على الآخرين وظهور العلاقات المحرمة بالإضافة إلى كره الواقع المعاش والتمييز العنصري ، فهذا راجع إلى دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تكوين هذا الجيل و مراقبة الأبناء لأنهم في مرحلة صعبة من حياتهم فإن اكتسبوا قيما إيجابية فهذا راجع على التنشئة الاجتماعية السليمة التي تجعل من التلميذ يتابع هؤلاء المؤثرين في المحتويات الهادفة و المفيدة التي

تنفعه وتكون شخصيته، أما من اكتسب قيما سلبية فهذا راجع إلى التعرض الزائد للمحتويات الغير أخلاقية و العنيفة هؤلاء المؤثرين وغياب دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية لأن هذا الجيل نشأ في كنب هذه التطورات التكنولوجية فهو معرض للخطر ومستهدف .

ثانيا: عرض نتائج الدراسة الميدانية:

1. النتائج المتعلقة بالتساؤل الرئيسي: سوف نقوم بالإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة: ما هو دور مؤثري

مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ؟

حيث يقوم مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام بنشر محتويات وقيم منها ما هو إيجابي و ما هو سلبي؛ فمن بين هذه القيم ما يتماشى مع عادات و تقاليد المجتمع و منها ما هو دخيل على المجتمع، فمن بين القيم الأخلاقية التي ظهرت على التلاميذ خلق أسلوب الحوار وكذا الثقة بالنفس، القيم الاجتماعية التعاون والتكافل مع الآخرين، و القيم الجمالية أن التلاميذ دائما يسعون إلى تقليد المؤثرين من ناحية اللباس والشكل وعالم الموضة وتسريحات الشعر و غيرها، وأيضا الرغبة في العيش كالمؤثرين، فقد تشابهت نتائج دراستنا مع الباحثة علية شيماء في دراستها " لتأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على قيم و سلوك المراهق " .

2. النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية:

- أن مجتمع البحث يغلب عليه نسبة الذكور قد يعود السبب إلى طبيعة الموضوع فكانت النسبة 55.6 % .
- أن أغلبية التلاميذ سنهم 14 سنة فكانت النسبة 49.4 % .
- أن غالبية التلاميذ مستواهم المعيشي متوسط فكانت النسبة 50.6 % .

3. النتائج المتعلقة بالأسئلة الفرعية:

النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول: ما نوع القيم التي ينشرها مؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام؟

- يرى التلاميذ أن المؤثرين أحيانا ما ينشرون قيما أخلاقية و كان بنسبة 81.5% .
- يرى أغلبية التلاميذ أن القيم الاجتماعية التي ينشرها المؤثرين هي قيمة التكافل الاجتماعي بنسبة 63.2% .
- يرى معظم التلاميذ أن المؤثرين أحيانا ما ينشرون قيما سلبية وكانت النسبة 74.1% .

- يرى معظم التلاميذ أن المؤثرين القيم السلبية التي ينشرها المؤثرين هي قيمة الخداع فكانت النسبة 42.3% .
- معظم التلاميذ دائما ما يريدون تقليد المؤثرين من ناحية اللباس و الشكل فكانت النسبة 48.1% .
- يرى معظم التلاميذ أن المؤثرين أحيانا ما ينشرون قيما تتناسب مع المجتمع فكانت النسبة 56.8% .
- معظم التلاميذ ظهر عليهم تأثير مؤثري اليوتيوب والانستغرام عن طريق زيادة التعاون الاجتماعي فكانت النسبة 38.5% .

النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني: كيف يتلقى التلميذ الذي يدرس في سنة رابعة متوسط بمتوسطة مولاي

العربي حي الشرفة ورقلة لحتوى مؤثري موقع الانستغرام و اليوتيوب؟

- أن معظم التلاميذ يستخدمون موقع الانستغرام لمتابعة المؤثرين فكانت النسبة 45.1% .
- أن معظم التلاميذ يمتلكون حساب واحد لمتابعة المؤثرين فكانت النسبة 61.7% .
- أن الاناث هم من يتعرضون لمحتويات المؤثرين لأقل من ساعتين فكانت النسبة 52.8% .
- أن التلاميذ الذين مستواهم المعيشي متوسط هم من يتعرضون لأقل من ساعتين لحتوى المؤثرين 54.8% .
- أن التلاميذ الذين يبلغ أعمارهم 16 ممن يتابعون المؤثرين لأكثر من ثلاث سنوات فكانت النسبة 63.6% .
- أن معظم التلاميذ يفضلون فترة الليل لمشاهدة المؤثرين فكانت النسبة 40.4% .
- أن معظم التلاميذ يفضلون مشاهدة محتوى المؤثرين في المنزل فكانت النسبة 82.1% .
- أن معظم التلاميذ يفضلون مشاهدة محتوى المؤثرين بمفردهم فكانت النسبة 57.7% .
- أن التلاميذ دائما ما يتفاعلون مع محتويات المؤثرين فكانت النسبة 60.5% .
- أن معظم التلاميذ يفضلون مجال الرياضة فكانت النسبة 20.1% .

النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثالث: هل يؤدي التعرض الزائد لمحتويات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي إلى

اكتساب قيم جديدة لدى تلاميذ متوسطة مولاي العربي ؟

- أن معظم التلاميذ يفضلون المؤثر ياسين ربوح فكانت النسبة 42.7% .
- أن الشخصيات الأخرى التي يفضلها التلاميذ كانت بلال فضيلي بنسبة 23.5% .

- أن سبب تفضيل هاته الشخصيات فكان معظم التلاميذ المحتوى يوافق اهتمامهم فكانت النسبة 61.5% .
- أن معظم التلاميذ يشعرون بالقلق عندما لا يجدون مستجدات لهؤلاء المؤثرين فكانت النسبة 45.7% .
- أن معظم التلاميذ غاب عنهم من متابعة هؤلاء المؤثرين كانت التسلية فكانت النسبة 55.8% .
- أن معظم التلاميذ يفضلون متابعة هؤلاء المؤثرين عن طريق الريلز فكانت النسبة 54.8% .
- أن معظم التلاميذ اكتسبوا عادة الثقة بالنفس من المؤثرين فكانت بنسبة 37.4% .
- أن معظم التلاميذ اكتسبوا قيمة إيجابية وهي تكوين العلاقات الاجتماعية فكانت النسبة 34.1% .
- أن معظم التلاميذ اكتسبوا قيم سلبية جراء متابعتهم للمؤثرين وهي العيش في الوهم بنسبة 38.1% .
- أن معظم التلاميذ يسعون إلى التقاط الصور و نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي كما يفعل المؤثرين فكانت النسبة 60.5% .

النتيجة العامة للدراسة:

من خلال ما توصلنا إليه من نتائج تبين لنا أن لهؤلاء المؤثرين دور كبير في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ فمنها ما هو ظاهر و منها ما هو كامن فيظهر هذا على المدى البعيد على التلاميذ، فمن خلال الجولة الاستطلاعية التي قمنا بها لاحظنا أن التلاميذ متأثرين بشكل كبير جراء متابعتهم للمؤثرين فهذا جراء التعرض التراكمي لمحتويات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب والانستغرام)، بأن التلاميذ كلما زاد تعرضهم لمحتويات هؤلاء المؤثرين كلما زادت اختلاف نظرتهم الطبيعية للواقع المعاش هذا لأنهم في مرحلة حساسة وهي مرحلة المراهقة فهم سهل التأثر، وهذا ما ظهر في دراستنا أن أغلبية التلاميذ غير راضيين بواقعهم المعاش و الرغبة في العيش كالمؤثرين و تقليدهم في كل خطوة يقومون بها فهذه هي الوظائف الكامنة التي تظهر على المدى البعيد، فكلما زادت عدد سنوات التعرض لهؤلاء المؤثرين كلما زادت نسبة التأثر فمنهم من يكتسب قيما سلبية و ومنهم من يكتسب قيما إيجابية .

آفاق الدراسة وتوصيات:

- البحث و التقصي حول المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي و التعمق فيها .
- الحديث حول مؤثرين منصة تيك توك و تحليل محتواهم .
- اثر هؤلاء المؤثرين على قيم الأخلاقية للإناث بشكل خاص لأنهن أكثر استهدافا في المجتمع .
- الحديث عن هؤلاء المؤثرين من الجانب الديني فالإرشاد و التوعية .

الخاتمة

الخاتمة:

أظهرت نتائج الدراسة المتوصل إليها أن لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي دور بارز في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ، لما لهؤلاء المؤثرين من قدرة في ذلك، فعلى الرغم من القيم التي ينشرها المؤثرين فمنها ما ينسجم مع عادات وتقاليد المجتمع ومنها ما هو دخيل عليها، فهذا التلميذ الذي هو في مرحلة انتقالية من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الشباب فإن قيمه الاجتماعية والأخلاقية متذبذبة وغير مستقرة لذا يكون من السهل التأثير عليه إذا كان يقضي وقتا طويلا في متابعة محتويات المؤثرين على هذه المنصات (اليوتيوب والانستغرام) فمنهم من يكتسب قيما إيجابية و منها قيما سلبية، فمن خلال النتائج التي توصلنا إليها نجد أن المؤثرين في نظر التلاميذ عادة ما ينشرون قيما تتناسب مع المجتمع و عادة غير ذلك ، بالإضافة إلى ذلك أن هؤلاء المؤثرين ساهموا بشكل كبير في إكساب ثقة هؤلاء التلاميذ وجعلوهم مهوسين بهم ويتبعوهم في كل لحظة من حياتهم و هذا ما أظهرته الدراسة أن أغلبية التلاميذ غير راضيين بواقعهم المعاش و رغبتهم في العيش مثلهم.

إن لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على تغيير المجتمع نحو الازدهار والرقى وذلك بنشر المحتوى الإيجابي فعليهم أن يعززوا من القيم الاجتماعية والأخلاقية للتلاميذ فلا يقتصر الدور على المؤثرين فقط ، فلأولياء الأمور أيضا دور في التساهل مع أبنائهم لتركهم يتابعون هذه المحتويات دون رقابة، فعند تشجيع الولي لابنه على المحتويات الهادفة و المفيدة فلا شك أن التلميذ ينشئ بطريقة سليمة فهنا يكمن دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في توعية هؤلاء التلاميذ ، لأن هذه المواقع تساهم في التنشئة الاجتماعية للتلاميذ والتحكم في تصرفاتهم و سلوكياتهم الاجتماعية.

إن هذه الدراسة اهتمت بجانب واحد وهو القيم الاجتماعية فهي تحتاج إلى الكثير من البحث والتعمق، فمثل هذه المواضيع هي وليدة الساعة، حيث اعتمدنا في دراستنا هذه المتواضعة إلى أن نفتح العديد من الآفاق للبحث العلمي لكي يغطي العديد من الجوانب التي لم نذكرها لمعرفة دور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي لها شعبية كبيرة مثل التيك توك الذي أصبح منصة تحمل الكثير من الجوانب ينبغي دراستها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

المرجع	الرقم
الكتب باللغة العربية	
حسن عماد مكاوي ، و ليلي حسن السيد . (1998). الاتصال و نظرياته المعاصرة . الدار المصرية اللبنانية . https://doi.org/977-270-469-2	01
ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق، و عبد الرحمان عدس. (2015). البحث العلميمفهومه و أدواته و أساليبه. دار الفكر. https://doi.org/978-995-07-957-4	02
رشيد زرواتي . (2008). تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. ديوان المطبوعات الجامعية (ط 2)	03
رحي مصطفى عليان ، و عثمان محمد غنيم . (2000). مناهج و اساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق. دار صفاء.	04
صالح خليل الصقور . (2012). الاعلام و التنشئة الاجتماعية. دار اسامة.	05
عامر مصباح. (2010). منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام. ديوان المطبوعات الجامعية .	06
عبد الامير فيصل. (2014). دراسات في الاعلام الآلي. دار الكتاب الجامعي.	07
عبد الرزاق الدليمي . (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي و العشرين . دار البازوري .	08
عبد العزيز علي غريب . (2012). نظريات علم الاجتماع. دار الزهراء. https://doi.org/978-603-8087-40-6	09
فاضل راضي، التهمي وسام، و مهند حميد. (2018). الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. دار الكتاب الجامعي.	10
فاطمة صابر عوض، و ميرقت علي خفاجة . (2002). اسس و مبادئ البحث العلمي. دار الاشعاع الفنية.	11
فوزية ذياب. (1980). القيم و العادات الاجتماعية . دار النهضة العربية .	12
ماجد الزيود. (2006). الشباب و القيم في عالم متغير. دار الشروق.	13
محمد سرحان علي الخمودي . (2019). مناهج البحث العلمي . دار الكتب .	14
مساعد عبد الله الحيا. (1993). التقييم في المسلسلات التلفزيونية . دار العاصمة .	15
مصطفى عباس صادق. (2008). الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. دار الشروق.	16
محمد عبد الحميد . (2000). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية . عالم الكتب .	17
ناصر جردات ، أحمد المعاني، و عبد الرحمن المشهداني. (2012). اساليب البحث العلمي و الإحصاء. دار اثراء .	18
ياسين قرناي، و أمينة بكار. (2017). تطبيقات الاعلام الجديد. دار الأيام .	19
القواميس و المعاجم	
عبد الغني ابو العز. (2013). معجم الغني الزاهر. الرباط : مؤسسة الغني للنشر.	20

مسعود جبران . (2005). معجم ألفبائي في اللغة والأعلام. دار العلم للملايين.	21
مسعود جبران. (1992). المعجم الرائد . دار العلم للملايين .	22
المجلات	
اماني رضا عبد المقصود مصطفى . (30 سبتمبر, 2019). دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية. <i>المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال (7)</i> ، الصفحات 110-157. https://doi.org/BIM-1003406	23
بن عون بودالي ، و محمد نوري . (28 سبتمبر, 2019). تفرغ و معالجة بيانات الاستبيان باستخدام spss. <i>مجلة علوم الانسان والمجتمع 8 (3)</i> ، الصفحات 121-154 . https://www.asjp.cerist.dz	24
فاطمة الزهراء حوتية، و عفيفة حوتية. (01 جانفي , 2020). تقنيات أدوات البحث العلمي في جمع البيانات. <i>مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية 3 (1)</i> ، الصفحات 165-177 . https://www.asjp.cerist.dz	25
لطيفة طبال ، و أسماء رتيبي. (02 اوت, 2015). الدلالة السوسولوجية للقيم . <i>مجلة الداب و العلوم الاجتماعية (8)</i> ، الصفحات 56-79 . https://www.asjp.cerist.dz	26
محمد غربي، و براهيم قلواز . (01 اكتوبر, 2016) . النظرية البنائية الوظيفية - نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية. <i>مجلة الدراسات و البحوث الجامعية (4) 4</i> ، الصفحات 181-198 . https://www.asjp.cerist.dz	27
وسيم قيصر. (17 اكتوبر , 2012). المنهج الخفي وعلاقته بالقيم الأخلاقية و الجمالية لدى تلاميذ الصف الرابع الأساسي في الجمهورية العربية السورية. <i>مجلة الفتح 8 (50)</i> ، الصفحات 340-356 . https://www.iasj.net	28
نعيمه خيرات، و بن ناصر خليفي . (02 ديسمبر, 2022). تطور المعجم اللغوي لدى المتعلم بين النشأة و التطور . <i>دراسات معاصرة 6 (2)</i> ، الصفحات 261-268 . https://www.asjp.cerist.dz	29
وليد بخوش، و أسماء نصيب. (30 سبتمبر, 2017). تأثير الفيسبوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي. <i>مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية (6) 2</i> ، الصفحات 160-173 . https://www.asjp.cerist.dz	30
المذكرات باللغة العربية	
سهام بوقلوف. (2018). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم الاخلاقية والاجتماعية. [رسالة دكتوراه (منشورة)]. الجزائر : جامعة الجزائر 3 .	31
شيماء علية . (2021). تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك و قيم المراهق. [رسالة ماستر (منشورة)]. الوادي، الوادي : جامعة حمه لخضر . https://dspace.univ-eloued.dz	32
فاطمة الزهراء الاخضري . (14 جوان, 2023). تأثير مؤثري موقع الانستغرام على القيم الأخلاقية للشباب الجامعي. [رسالة الماستر(منشورة)]. ورقلة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، ورقلة : جامعة قاصدي مرباح ورقلة . https://dspace.univ-ouargla-dz .	33
فتيحة زايدي . (02 جوان, 2014). معوقات البحث العلمي في الجامعة الجزائرية. [مذكرة ماستر (منشورة)]. ورقلة : جامعة قاصدي مرباح .	34
مذكرات باللغة الانجليزية	
Moshi, Q. (2020). the impact of influencers on young people's buying decision. Oulu University of Applied Sciences.	35

الملاحق

ملحق رقم 01:



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علم الاجتماع و الديموغرافيا
تخصص: علم الاجتماع الاتصال



استمارة استبيان

مذكرة بعنوان:

دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى التلاميذ
دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ متوسطة مولاي العربي – حي الشرفة
ورقلة-

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص علم اجتماع اتصال،

تحت إشراف الأستاذة:

زايدي فتيحة

من إعداد الطالب:

أولاد بلقاسم يوسف

ملاحظة: نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة عن الأسئلة الواردة أسفله بكل صدق وأمانة حتى تتمكن من الوصول إلى هدف الدراسة، وما عليكم إلا وضع علامة (x) أمام العبارة التي تناسب إجاباتكم، كما نعلمكم أن المعلومات المقدمة من طرفكم ستبقى في سرية وكرمان، ولن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

الموسم الجامعي: 2023 / 2024

البيانات الشخصية :

1. الجنس : ذكر أنثى

2. السن : 14 سنة 15 سنة 16 سنة

المحور الأول : القيم الأخلاقية و الاجتماعية و الجمالية التي ينشرها المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي .

3. هل ترى أن المؤثرين ينشرون قيم أخلاقية ؟

دائما أحيانا نادرا

4. إذا كانت إجابتك دائما أو أحيانا ماهي هذه القيم ؟

الصدق الأمانة التكافل الاجتماعي

5. هل ترى أن المؤثرين ينشرون قيم سلبية ؟

دائما أحيانا نادرا

6. إذا كانت إجابتك دائما أو أحيانا ماهي هذه القيم ؟

الكذب الخداع النميمة

7. هل تحاول تقليد مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام من ناحية اللباس و الشكل ؟

دائما أحيانا نادرا

8. حسب رأيك هل القيم التي ينشرها المؤثرين تتناسب مع مجتمعك ؟

دائما أحيانا نادرا

9. كيف أثر مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام على قيمك الاجتماعية ؟

زيادة التعاون الاجتماعي خلق أسلوب حوار تقبل رأي الآخر

أخرى تذكر:.....

المحور الثاني : تلقي التلميذ لمحتوى مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام .

10. في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي تنشط أكثر ؟

اليوتيوب الانستغرام

أخرى تذكر:

11. كم من حساب شخصي لديك على هاته المواقع ؟

حساب واحد حسابان أكثر من حسابان

12. منذ متى وأنت تتابع مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

سنة واحدة من سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات

13. ما هو الحجم الساعي لساعات التي تقضيها في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

اقل من ساعتين من ساعتين إلى أربع ساعات أكثر من أربع ساعات

14. ماهي فترات متابعتك لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

صباحا الظهيرة في المساء في الليل

15. في أي مكان تتابع مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

المنزل المدرسة الشارع

أماكن أخرى تذكر:

16. مع من تتصفح على مؤثري موقع يوتيوب و انستغرام ؟

بمفردك مع العائلة مع أصدقائك

17. هل تتفاعل مع محتويات مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

دائما أحيانا نادرا

18. ماهي المجالات التي تفضل متابعتها لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

أسلوب الحياة الموضة الكوميديا الرياضة

السياحة و السفر التطور التكنولوجي التعليم الجانب الديني

مجالات أخرى تذكر:

19. من هي الشخصية التي تتابعها من المؤثرين على مواقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

علاء الداوي ياسين ربوح بوزيان (سندغس) وسيم بلي

شخصيات أخرى أذكرها:

20. ما هو سبب في تمييزها ؟

لأنها أكثر شهرة أكثر مصداقية المحتوى يوافق اهتمامي

أسباب أخرى تذكر:

21. هل تشعر بالقلق عندما لا تجد مستجدات لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

دائماً أحيانا نادرا

22. ماهي غايتك من متابعتك لمؤثري موقعي يوتيوب و انستغرام ؟

الهروب من الواقع اكتساب معرفة التسلية

غايات أخرى تذكر:

23. ماهي الطريقة التي تفضلها لمؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام في نشر المحتوى ؟

الفيديوهات الريلز الصور النصوص

المحور الثالث : التعرض الزائد لمحتويات مؤثري موقعي اليوتيوب و الانستغرام يؤدي اكتساب قيم جديدة .

24. ماهي العادات التي اكتسبتها من متابعتك لمحتوى مؤثري موقعي اليوتيوب و الانستغرام ؟

الاهتمام بحياة الآخرين " التطفل " مقارنة نفسك بالآخرين الثقة بالنفس

المثابرة و الاجتهاد إتباع أسلوب حياة منظم الكراهية و التمييز

25. ماهي القيم الايجابية التي اكتسبتها من مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

أعمال تنفع المجتمع تكوين علاقات اجتماعية ترسيخ القيم

الاستماع إلى آراء الآخرين مما يؤدي إلى انفتاح العقل

عادات أخرى تذكر:

26. ماهي القيم السلبية التي اكتسبتها من مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

العيش في الوهم عدم الرضا بالواقع المعاش

الرغبة العيش كالمؤثرين مخالطة الجنس الآخر

قيم سلبية أخرى تذكر:

27. اسعي غالبا أثناء تواجدي مع الأصدقاء الى التقاط صور جميلة و نشرها على مواقع التواصل

الاجتماعي (اليوتيوب والانستغرام) كما يفعل المؤثرين؟

دائما أحيانا نادرا

28. بناء مما سبق، ماهي القيم التي ترى أنها انتشرت في المجتمع بين التلاميذ (المراهقين)

خاصة، نتيجة متابعتهم لمؤثري موقع اليوتيوب والانستغرام وغيرها من المواقع، قم بذكر بعض القيم
إيجابية أو سلبية كانت؟

.....
.....
.....
.....
.....

ملحق رقم 02:

جداول من البرنامج الإحصائي spss:

جداول بسيطة:

الجنس

	Fréquence	Pourcentage
ذكر	45	55,6
انثى	36	44,4
Total	81	100,0

السن

	Fréquence	Pourcentage	
Valide	14	40	49,4
	15	30	37,0
	16	11	13,6
Total	81	100,0	

القيم الايجابية التي ينشرها المؤثرين

	Réponses		
	N	Pourcentage	
القيم الايجابية للمؤثرين ^a	الصدق	24	27,6%
	الامانة	8	9,2%
	التكافل الاجتماعي	55	63,2%
	Total	87	100,0%

جدول مركب :

Tableau croisé * الجنس ما هو الحجم الساعي لساعات التي تقضيها في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟

		ما هو الحجم الساعي لساعات التي تقضيها في متابعة مؤثري موقع اليوتيوب و الانستغرام ؟			Total	
		أقل من ساعتين	من ساعتين الى اربع ساعات	أكثر من اربع ساعات		
الجنس	ذكر	Effectif	21	16	8	45
		% dans الجنس	46,7%	35,6%	17,8%	100,0%
الجنس	انثى	Effectif	19	10	7	36
		% dans الجنس	52,8%	27,8%	19,4%	100,0%
Total		Effectif	40	26	15	81
		% dans الجنس	49,4%	32,1%	18,5%	100,0%
