

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال
التخصص اتصال جماهيري



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية
الشعبة: علوم إعلام واتصال
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة
مقدمة من طرف:
. خمقاني خديجة
. الداوي سمية

الموضوع:

استخدام الانستغرام وأثره على التغير القيمي في الأسرة الجزائرية

-دراسة ميدانية لعينة من المستخدمين الجزائريين للإنستغرام -

أجيزت بتاريخ /...../ 2020

من طرف اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ: عبد القادر بودربالة.....(جامعة قاصدي مرباح) ورقلة رئيسا
الأستاذ: تومي فضيلة.....(جامعة قاصدي مرباح) ورقلة مشرفا ومقررا
الأستاذ: الغوتي بوزيان.....(جامعة قاصدي مرباح) ورقلة مناقشا

الموسم الجامعي 2019-2020

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال
التخصص اتصال جماهيري



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية
الشعبة: علوم إعلام واتصال
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة
مقدمة من طرف:
. خمقاني خديجة
. الداوي سمية

الموضوع:

استخدام الانستغرام وأثره على التغيير القيمي في الأسرة الجزائرية

-دراسة ميدانية لعينة من المستخدمين الجزائريين للإنستغرام -

أجيزت بتاريخ /...../ 2020

من طرف اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ: عبد القادر بودربالة.....(جامعة قاصدي مرباح) ورقلة رئيسا
الأستاذ: تومي فضيلة.....(جامعة قاصدي مرباح) ورقلة مشرفا ومقررا
الأستاذ: الغوتي بوزيان.....(جامعة قاصدي مرباح) ورقلة مناقشا

الموسم الجامعي 2019-2020

شكر وعرفان

يقول الله في كتابه العزيز: " وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت واليه أنيب " الحمد لله أولاً وآخراً والصلاة والسلام على أشرف خلق الله نبينا محمد صلى الله عليه وسلم

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية أن أخص بشكري وامتناني الى من مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، الى كل أساتذتنا الأفاضل بقسم علوم الإعلام والاتصال. وأخص بالشكر الجزيل الدكتورة "تومي فضيلة" التي خصصتنا بتوجيهاتها من خلال اشرافها على إتمام هذه الدراسة.

الاهداء

أهدي ثمرة جهدي الى من فتح الأبواب في وجهي ومهد لي سبيل
النجاح ووضع أقدامي في مسلك العلم وازدهر مستقبلي بوجوده
ودعمه الدائم لي " أبي الغالي " حفظه الله ورعاه وأطال في عمره
"أحمد خمقاني".

الى من سهرت الليالي دون عناء الى من سهرت الليالي دون عناء الى
جنتي أمي الغالية " خنوس أم الخير".

الى أخواتي:أمنة هاجر فاطمة خولة مريم ابتسام زينب كريمة فتيحة
أميرة

الى من كانا سندا لي أشكرهما جزيل الشكر:

الدكتور "محمد الطيب خمقاني " و"أسامة بوعزة", الى صديقاتي
فضيلة حياة رندا أسماء فاطمة نسرين ودنيا.... الى كل عائلتي
الى كل زميلاتي في الجامعة وكل طلبة علوم الإعلام والاتصال.

خديجة

الاهداء

الى سندي في هذه الحياة يامن أحمل اسمك بكل فخر الى من وهبني كل مايملك حتى أحقق له آماله أبي الغالي "الداوي عبد الحاكم " أدامك الله وحفظك ورعاك

الى ينبوع الصبر والتفاؤل والأمل الى أغلى شيء بالوجود بعد الله سبحانه ورسوله أمي الغالية "بوعروة مسعودة "

الى من يجمع بين سعادتني وحزني زوجي العزيز "بن رغبة صديق" رفيق دربي.

الى عزوتي وقوتي وملاذي الى من أثروني على أنفسهم اخوتي وأخواتي اللهم أدمهم لي

الى من كانوا ملجئي الى من تذوقت وتقاسمت معها أحلى اللحظات صديقتي وحبيبتي "خمقاني خديجة "

الى زميلاتي وزملائي وأصدقائي من قريب ومن بعيد الى قسم علوم الإعلام والاتصال الى كل عائلتي.

سمية

ملخص الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا الى استخدام الإنستغرام وأثره على التغير القيمي لدى الأسر الجزائرية، ولقد ركزنا في هذه الدراسة على الإنستغرام من خلال دراسة عينة مستخدمي الإنستغرام، وانطلقت دراستنا من سؤال رئيس هو: كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي من بينهم الإنستغرام على القيم الأسرية الجزائرية؟

ولقد اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي وذلك من خلال معرفة الاستخدامات والإشباعات المحققة للطلبة من خلال استخدامهم لهذه المواقع الاجتماعية، كما استخدمت أداة الملاحظة وأداة الاستبيان الذي تم توزيعه بشكل قصدي.

وتوصلت الدراسة في الأخير الى مجموعة من النتائج أهمها:

* أن الدافع وراء استخدام الإنستغرام هو التفاعل والاندماج وملئ وقت فراغهم متنفسا لهم لتفريغ شحناتهم وتلبية رغباتهم.

* تساهم مضامين الشبكات الاجتماعية في انفتاح على العالم لإكتساب سلوكيات متنوعة كالاقتصادية والأخلاقية والدينية.

* ساهمت الجوانب القيمية لتأثير الوسائط الاجتماعية في العزلة الاجتماعية وهذا راجع لبعض السلوكيات المنتشرة في هاته الشبكات.

* مضامين الشبكات الاجتماعية أثرت في سلوك الفرد.

الكلمات المفتاحية:

التغير القيمي، الاسرة، الإنستغرام

Abstract

Through our study we aim to use the impact of Instagram sites and their impact on the value change in Algerian families, and we focused in this study on Instagram by studying the sample of Instagram users, and our study started from the main question: How did social networking sites including Instagram affect Algerian family values?

Our study has relied on the descriptive curriculum by knowing the uses and satisfactions achieved for students through their use of these social sites, as well as using the observation tool and the survey tool that was distributed intentionally.

The study finally came up with a set of results, the most important of which are:

*The motivation behind the use of social media sites, including Instagram, is to interact, integrate and fill their free time, breathing for them to unload their shipments and satisfy their desires.

* The contents of social networks contribute to an opening to the world to acquire different behaviors such as social, moral and religious.

* The value aspects of the impact of social media have contributed to social isolation due to some of the behaviors prevalent in these networks.

* The contents of social networks have influenced the behavior of the individual.

Keywords

Value Change, Social Media, Instagram

رقم الصفحة	العنوان
-	شكر وعران
-	الإهداء
-	ملخص الدراسة
V	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول والأشكال
أب	مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

03	إشكالية الدراسة
04	أسباب اختيار موضوع الدراسة
04	أهمية وأهداف الدراسة
05	تحديد مفاهيم الدراسة
10	منهج الدراسة
11	مجتمع الدراسة
12	عينة الدراسة
12	أدوات جمع البيانات
13	مجالات الدراسة
14	الدراسات السابقة
18	المقاربة النظرية

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

20	تمهيد
21	التعريف بموقع الإنستغرام
21	تحليل البيانات الميدانية
41	النتائج العامة للدراسة
44	خاتمة عامة
46	قائمة المراجع
51	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع العينة حسب الجنس	21
2	توزيع العينة حسب السن	22
3	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	23
4	توزيع العينة على أساس استخدام الإنستغرام	25
5	بداية استخدام العينة للإنستغرام	26
6	توزيع العينة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام	26
7	توزيع الطلبة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام	27
8	إقبال عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية	28
9	دوافع استخدام عينة الدراسة للإنستغرام	29
10	كيفية تصفح عينة الدراسة للإنستغرام	30
11	توزيع عينة الدراسة حول الإشباع المحققة في التفاعل على الإنستغرام	31
12	نوع الموضوعات التي تفضل مشاهدتها عينة الدراسة على الإنستغرام	32
13	عدد متابعي أفراد عينة الدراسة في الإنستغرام	33
14	مضامين الشبكات الاجتماعية التي أدت الى تغير سلوك الفرد	34
15	أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي	35
16	تأثير مضامين الشبكات على القيم الدينية داخل المجتمع	36
17	توزيع نسبة عينة المبحوث عنهم حسب تأثير الوسائط الاجتماعية من ناحية القيم الاجتماعية	37
18	توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تطور علاقتهم بالآخرين من خلال الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام	38
19	توزيع عينة الدراسة التطور العلائقي	39
20	توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تأثير سلوكياتهم من مضامين الإنستغرام والتي جعلت منهم مواطنين صالحين ومتكفين مع قيم مجتمعهم ودينهم	40

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	توزيع العينة حسب الجنس	22
2	توزيع العينة حسب السن	23
3	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	24
4	توزيع العينة على أساس استخدام الإنستغرام	25
5	بداية استخدام العينة للإنستغرام	26
6	توزيع العينة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام	27
7	توزيع الطلبة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام	28
8	إقبال عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية	29
9	دوافع استخدام عينة الدراسة للإنستغرام	30
10	كيفية تصفح عينة الدراسة للإنستغرام	30
11	توزيع عينة الدراسة حول الإشباع المحققة في التفاعل على الإنستغرام	32
12	نوع الموضوعات التي تفضل مشاهدتها عينة الدراسة على الإنستغرام	33
13	عدد متابعي أفراد عينة الدراسة في الإنستغرام	34
14	مضامين الشبكات الاجتماعية التي أدت الى تغيير سلوك الفرد	35
15	أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي	36
16	تأثير مضامين الشبكات على القيم الدينية داخل المجتمع	37
17	توزيع نسبة عينة المبحوث عنهم حسب تأثير الوسائط الاجتماعية من ناحية القيم الاجتماعية	39
18	توزيع عينة الدراسة التطور العلائقي	40
19	توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تأثير سلوكياتهم من مضامين الإنستغرام والتي جعلت منهم مواطنين صالحين ومتكفين مع قيم مجتمعهم ودينهم	41

مقدمة عامة

توطئة:

في ظل التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال خلال القرن الواحد والعشرين شهد العالم، قفزات تكنولوجية هائلة وكان لهذه الثورة التكنولوجية انتشارا سريعا عبر العالم، وتطور في مجال الاتصال والمعلومات كما أحدثت هذه التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث شهد العالم اليوم تطورا سريعا في شتى المجالات، وبوصول الأنترنت الى الساحة أضافت الى الحياة الكثير من المظاهر، وغيرت نمط الحياة كليا ومن بين تلك المظاهر ما يعرف بالمواقع الإلكترونية المتعددة الخدمات، التي على رأسها موقع الانستغرام هذه الأخيرة التي أتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع، حيث يعتبرونها وسيلة للاطلاع وتبادل المعلومات والأخبار وتكوين علاقات وصدقات من مختلف البلدان .

بحيث يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعيمن بينها الإنستغرام قد أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال، بل حتى في المجال الإنساني والاجتماعي والثقافي، حيث هذا التقدم التكنولوجي الكبير أدى الى تغيير في جميع المجالات من بينها تغيير في سلوك الفرد والأسرة.

ويعد الانستغرام أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية نوعا جديدا، حيث ان التواصل الاجتماعي أصبح أسهل في العصر الحديث بسبب انتشار موقع الانستغرام ووسائل الاتصال الحديثة التي تكون في متناول الجميع، لقد اتاحت وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة من بينها الإنستغرام الفرصة لكل انسان بغرض مالدیه من أفكار ومشاعر الا أن الإفراط في استخدامها أصبح خطرا على المجتمع.

ومع تنوع الوسائط الالكترونية من بينها الإنستغرام الذي هو عبارة عن فرصة جديدة لتبادل الصور ومقاطع الفيديو واجراء محادثات مباشرة، نظرا لما وجد فيه من قدرة على التواصل مع البلاد والقارات الأخرى والتعبير عن الرأي بكل سهولة وتناقل الأخبار، حيث كان للإنستغرام العديد من المشاكل بين السر ومن بين هاته المشاكل منها الأضرار النفسية آثار سلبية على المراهقين تضيق الوقت والعزلة.

وفي ضوء مما تطرقنا اليه في دراستنا التي كانت حول استخدام الانستغرام وأثرها على التغيير القيمي لدى الأسرة الجزائرية.

مقدمة عامة

بحيث تطرقنا في الفصل الأول الى الإشكالية وتحديد المشكلة الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، وأهمية وأهداف الدراسة ثم تحديد أهداف الدراسة ثم تحديد مفاهيم الدراسة، نظرية الدراسة، وبعدها تحليل الدراسات السابقة وكذلك المقاربة النظرية.

أما الفصل الثاني وهو الجانب التطبيقي حيث تضمن تحليل ومناقشة البيانات وكذلك النتائج العامة للدراسة وفي الأخير خاتمة لهذه الدراسة ثم قائمة المراجع والمصادر.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة؛
- 2- التساؤلات الفرعية؛
- 3- أسباب اختيار الموضوع؛
- 4- أهمية الدراسة؛
- 5- أهداف الدراسة؛
- 6- منهج البحث؛
- 7 - مجتمع البحث وعينة الدراسة؛
- 8- أدوات جمع البيانات؛
- 9 - مجالات الدراسة؛
- 10- تحديد مفاهيم الدراسة؛
- 11- الدراسات السابقة؛
- 12- المقاربة النظرية

1- إشكالية الدراسة:

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا منقطع النظير من الفئات العمرية بحيث تعتبر وسائل لنقل الأفكار والخبرات والمهارات من خلال وسائل التكنولوجيا التي تساعد في عملية التواصل التي يتم بمقتضاها التفاعل بين المرسل والمستقبل والوسيط والتي تحتوي على مضامين اجتماعية معينة، بحيث أثرت تكنولوجيا الاتصال على جميع مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية والعلمية والاقتصادية والعسكرية بحيث أثرت على الجانب الاجتماعي من حيث العلاقات الأسرية، وبالتالي تعتبر الأسرة هي المركز الأساسي الذي تتمحور حوله كل عمليات التنشئة الاجتماعية وبناء المواطن الصالح، ولا يمكن هذا أن يكون إلا ظل التفاعل والتحاور والتواصل داخل الأسرة الواحدة التي أصبحت تواجه اليوم العديد من التحديات في جميع وشتى الميادين ، إلا أن الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيا أثر على القيم الأسرية فبعد أن اكتسبت المجتمعات أهمية كبيرة في تسهيل حياة الأفراد والمجتمعات ، وتطورت بشكل لافت من حيث وسائله الإعلامية والاتصالية وتعددت تطبيقاته الإعلامية، فقد غزت تكنولوجيا الاتصال العقل والفكر والنفوس أيضا، إلى درجة أصبح فيها موجهها موجههوا باستطاعتهم أن يتلاعبوا بأفكارهم وعاداتهم بين أفراد الأسرة الواحدة فتتعد مواهبهم وبيديولوجياتهم متجاوزين بذلك الأطر التقليدية لعوامل التربية والتي لطالما كانت حاضنتها الأسرة والمدرسة والمجتمع وثقافته أيضا ، فالأسرة هي عماد البنيان الاجتماعي حيث تمارس هذه الأخيرة مهامها ووظائفها قصد اشباع حاجات المجتمع وتهيئتهم ليكونوا أفراد صالحين في ظل ظروف يسودها التفاهم .

فالأسرة هنا كغيرها من البنيات تؤثر وتتأثر بمختلف العوامل سواء الاجتماعية أو الثقافية، وبهذا أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من بينهم الإنستغرام الذي هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي وهو تطبيق محل الحوار والمحادثة بين أفراد الأسرة الواحدة، فقد أفرزت التحولات التكنولوجية الجديدة تفاعل فقد أدت إلى تعزيز العزلة والتنافر بين أفرادها فقد تلاشت قيم التواصل الاجتماعي:

كيف أثر الإنستغرام على القيم الأسرية الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية:

- 1/ ماهي عادات وأنماط استخدام الإنستغرام لدى الأسر الجزائرية؟
- 2/ ماهي دوافع استخدام الإنستغرام لدى الأسر الجزائرية ؟
- 3/ كيف يؤثر الإنستغرام على التغيير القيمي للأسر الجزائرية؟
- 4/ ماهي الاشباكات المحققة من المضامين التي يحتوي عليها الإنستغرام التي أدت إلى التغيير القيمي لدى الأسر الجزائرية؟

1-أسباب اختيار الموضوع:**الأسباب الذاتية:**

- الميل والرغبة في معرفة مدى تأثير الانستغرام على القيم الأسرية.
- معرفة أهمية موقع الانستغرام بالنسبة لأفراد المجتمع الجزائري.
- اختيار المعارف المنهجية السابقة من خلال تطبيقها في بحث علمي منظم.

الأسباب الموضوعية:

- انتشار استخدام موقع الانستغرام بشكل لافت بين مختلف الفئات في المجتمع والأسر الجزائرية.
- قلة الدراسات خصوصا في الجزائر في مجال تأثير موقع الانستغرام على القيم الأسرية.
- يعتبر الموضوع مهم لأنه صالح للدراسة وهو متواجد في الواقع الذي نعيشه.

2-أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته باعتباره يمس مجموعة كبيرة من الأسر الجزائرية التي تستخدم موقع الانستغرام ، ورأينا هذه الدراسة أنها ستخدم وتثري المكتبات الجزائرية بموضوعها وكذلك تستفيد منها الجهات البحثية العلمية وتبرز أهمية الدراسة في تسليط الضوء على القيم الأسرية وتأثرها بالإنستغرام خصوصا ونظرا لقلة تداول هذا الموضوع أردنا تناول هذه الدراسة تكون بمثابة إثراء للدراسات الإعلامية والاجتماعية.

3- أهداف الدراسة:

- إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو فهم كيفية استخدام الإنستغرام خصوصا لدى الأسر الجزائرية ومدى تأثيره على القيم الأسرية وماهي الوسائل التي تستخدمها الأسر لحماية قيمهم من الغوص في ثقافات أخرى مغايرة لقيمهم ومعتقداتهم الأصلية.
- التعرف على عادات وأنماط استخدام الإنستغرام لدى الأسر الجزائرية.
- الكشف عن الدوافع المحققة من الانستغرام لدى الأسرة.
- معرفة كيفية تأثير الانستغرام على الأسرة الجزائرية.
- معرفة الاشباع المحققة من المضامين التي يحتوي عليها الإنستغرام التي أدت الى التغيير القيمي لدى الأسر الجزائرية.
-

4- تحديد مفاهيم الدراسة:**مواقع التواصل الاجتماعي:**

لغة: حسب قاموس أكسفورد هو موقع مخصص أو تطبيقات التي يمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والرسائل والصور الخ.¹

اصطلاحا: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.² أيضا هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء

1 - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 162.

2 - عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الاردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1،

2008، ص 31-32.

بعضهم بعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات).¹

تحدد مواقع الشبكة الاجتماعية مثل الخدمات على شبكة الانترنت التي تسمح للأفراد ببناء لمحة عامة أو شبه عامة في إطار نظامي، التعبير عن قائمة من المستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم في اتصال، وعرض واجتياز قائمتهم من الاتصال اتوتلك التي أدلى بها آخرون داخل نظام وطبيعة التسمية تختلف من موقع لآخر.²

في حين نستخدم مصطلح موقع الشبكة الاجتماعية لوصف هذه الظاهرة، فإن مصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية يظهر أيضا فيه الخطاب العام، ولقد اخترنا عدم استخدام مصطلح الربط الشبكات بين: (التركيز و النطاق)، (الشبكات) ويؤكد بدء العلاقة في كثير من الأحيان بين الغرباء بينما التواصل هو ممكن على هذه المواقع فإنه ليس من الممارسة بشكل أساسي على كثير منهم، ولا هو ما يميزها عن غيرها من أشكال الاتصالات الحاسوبية.³

اجرائيا:

هو مجموعة من التقنيات المتاحة على شبكة الانترنت التي يستعملها الأشخاص لغايات التواصل والتفاعل والتي من خلالها يتم تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمواقف والاتجاهات بين الأفراد والمجموعات سواء داخل المجتمع أو خارجه.

1 - www. Arageek.com || التاريخ الزيارة 24/02/2020 || 12: 51

2- مريم نريمان نومان: استخدام مواقع الشبكات اجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 45.

3 - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2012، ص 07.

الإنستغرام:

لغة:

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور والشبكة الاجتماعية أيضا، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة الإنستغرام نفسها.¹

اصطلاحا:

يعد الإنستغرام أحد شبكات التواصل الاجتماعي، ويستخدم لالتقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو وتعديلها ثم مشاركتها، كما أنه يعتبر من تطبيقات التواصل الاجتماعي، بحيث أنهم خصص لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من الهواتف الذكية كغيره من مواقع التواصل، ويستطيع المتابعون لهذا الشخص رؤية المنشور وكذلك سيرى الشخص مشاركات الآخرين الذين يتابعهم ومع الجدير بالذكر أنه يمكن التفاعل مع مستخدم الإنستغرام عن طريق متابعتهم، والتعليق لهم والاعجاب بمشاركتهم ويوجد أيضا ميزة الرسائل الخاصة وحفظ الصور الموجودة عليه.²

وأيا يعرف بأنه برنامج مجاني يطرح في ولاية سانفرانسيسكو الأمريكية في شهر أكتوبر من عام 2010 من قبل المطور التقني "كيفن سيستروم" وكان موجها فقط لأجهزة الآيفون والآيباد والآيبود وغيرها من منتجات شركة آبل من عامنا الحالي 2012 طورت الشركة المنتجة (تتكون من 13 موظف فقط) البرنامج ليعمل على أجهزة الهواتف التي تعمل بنظام الأندرويد 2.2 (فريو) كأجهزة السامسونج جلاكسي وغيرها تستطيعون إنزالها عن طريق الآبل ستور لأجهزة الآيفون وعن طريق google play لأجهزة الأندرويد.³

1- فريال موهون: دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات العامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019، ص 15.

2- عليخيليشقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 65.

3- Nawafalmalki.blogspot.com تاريخ الزيارة 25/03/2020 10:21

اجرائيا:

هو احدى مواقع التواصل الاجتماعي، يوجد به عدة مميزات والتي من بينها التقاط الصور والفيديو ونشرها وأيضا مشاركتها كما أنه مخصص للردشة بالرسائل والفيديو مع الأصدقاء من مختلف مناطق العالم.

الأسرة:

لغة:

هي الدرع والحصينة وأهل الرجل وعشيرته وتطلق على الجماعة التي يربطها أمر مشترك وجمعها أسر.¹

وأيضا الأسرة هي لفظ مأخوذ من كلمة الأسر بمعنى القوة والشدة فأعضاء الأسرة الواحدة يشد بعضهم بعضا ويعتبر كل فرد منهم بمثابة الدرع للآخر ويأتي اللفظ أيضا بمعنى القيد والأسر.²

اصطلاحا:

هي عبارة عن جماعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط الزواج والدم والتبني ويتفاعلون معا، وقد يتم هذا التفاعل بين الزوج والزوجة والأم والأب والأبناء³، ويتكون منهم جميعا وحدة اجتماعية تتميز بخصائص معينة⁴، إذن فالأسرة حسب المعجم الاجتماعي تقوم على التفاعل بين مجموعة من الأفراد سواء الأب والأم وبين الزوج والزوجة وبين الوالدين والأبناء يربط بينهم الدم والتبني مشكلين وحدة اجتماعية ذات خصائص محددة⁵.

¹ - عبد القادر القصير: الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية (دراسة ميدانية في علم الاجتماع الحضري والأسري)، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت (لبنان)، 1999، ص 33.

² - عبد المجيد سيد منصور، زكريا أحمد الشربيني: الأسرة على مشارف القرن 21، الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 15.

³ - Josef Sumpf et Michel Hugues: **Dictionnaire de Sociologie**, Librairie, Larousse, Paris, 1973, P131.

⁴ - احسان محمد الحسن: البناء الاجتماعي والطبقية، دارالطبعة، بيروت، 1983، ص 233

⁵- سيد رمضان: إسهامات الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والسكان، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1999، ص 25.

كما يعرفه محمد عقله الأسرة: هي الوحدة الأولى للمجتمع وأولى مؤسساته التي تكون العلاقات في الغالب مباشرة، ويتم داخلها تنشئة الفرد اجتماعيا ويكتسب فيها الكثير من معارفه ومهاراته وميوله وعواطفه في الحياة ويجد فيها أمانه وسكنه¹.

اجرائيا:

هي عبارة عن مجموعة من الأشخاص أو الأفراد يتكونون من أم وأب وأطفال أو أم وأب وزوج وزوجة بحيث يشكلون أسرة أساسها المودة والرحمة وكل شخص لديه حقوق وواجبات.

التغييرالقيمي:

أ/ التغيير:

لغة: التغيير هو اسم مشتق من الفعل الثلاثي غير والتي تعني بدل ويقصد بالتغيير بأنه احدى العمليات التي ينتج عنها مجموعة التطورات والأحداث الجديدة أو وجود عوامل تؤثر على شيء ما أو أمر ما وتقله الى مستوى معين أو الى سلوك معين.²

اصطلاحا:

هو كل تحول يقع في التنظيم الاجتماعي سواء في بنائه أو في وظائفه خلال فترة زمنية معينة وهذا التغيير يكون مثلا في أنماط العلاقات الاجتماعية أو القيم أو المعايير التي تؤثر على سلوك الأفراد التي تحدد مكاناتهم وأدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها.³

1 - محمد العقله: نظم الأسرة في الإسلام، مكتبة الرسالة الحديثة، عمان الأردن، 2018، ص 25.

2 - أ عبد الحفيظ بولزرق: مجلة الباحث الاجتماعي (بين التغيير والتثاقف الاجتماعي)، جامعة قسنطينة، الجزائر، العدد

12، 2016، ص 73 AGMV Marquits، - Pierre collerette: le changement organisationnel

canada , 2002,p 21.، Québec

ب /القيم:

لغة: هي ما يعرف بالأخلاق، وهي تسمية تكررت عند الحديث الجانب الفلسفي وتداخلت مع لفظتي "القيم" و " المثل الأعلى".¹

اصطلاحا: يعرفه عبد اللطيف خليفة القيم على أنها: مجموعة من الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات والأشياء وذلك في ضوء تقديره لهذه الموضوعات والأشياء²، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد ومعارفه وبخبراته وبين ممثل الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف³ وكذلك هي جملة المقاصد التي يسعى القوم الى احقاقها متى كان فيه اصلاحهم عاجلا او آجلا⁴.

إجرائيا:

هو مجموعة من التطورات والاحداث الجديدة التي تؤثر على قيم الأسر الجزائرية سواء بالسلب أو بالإيجاب وهذا نتيجة لاستخدام الإنستغرام كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

05- منهج الدراسة:

عند القيام بدراسة علمية لابد من القيام أو إتباع خطوات فكرية منتظمة وعقلانية هادفة لبلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها، وبذلك عرف المنهج بأنه:

1- إبراهيم مصطفى: المعجم الوسيط، دار احياء التراث العربي، بيروت، د.س، ص728.

2- إبراهيم أبو محمد: منظومة القيم ودورها في التجديد والنهضة، دار العواصم، القاهرة، 2009، ص17.

3 - سامية بن رمضان، التغيير القيمي وأثره على اتجاهات الشباب في المجتمع الجزائري، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة خنشلة، الجزائر، العدد 07، 2013، ص 152.

4- علي خلد مصطفى: القيم الإسلامية والتربية، دار طيبة، بيروت، 1980، ص34.

المنهج هو كما يعرفه محمد البدوي (علم يعتني بالبحث في أيسر الطرق، للوصول إلى المعلومة مع توفير الجهد والوقت، وتفيد كذلك معنى ترتيب المادة المعرفية وتبويبها وفق احكام مضبوطة).¹

ويمثل المنهج كما عرفه موريس انجريس (مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ الهدف)²

وبما ان دراستنا تتدرج ضمن البحوث الوصفية (المنهج الوصفي)، " وهو عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر"³

تحديد وتشخيص المجالات التي تعاني من مشكلات معينة والتي تحتاج إلى تحسن.⁴

توضيح التحويلات والتغيرات الممكنة والتنبؤ بالتغيرات المستقبلية.⁵

ان من أهم ما يميز الدراسة العلمية عن غيرها استخدامها للمنهج العلمي، والذي يعرف على أنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق أهداف بحثه وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعا لطبيعة الموضوع المدروس وبما أن الإشكالية تدرس استخدام تكنولوجيا الاتصال وأثرها على التغيير القيمي للأسرة - الإنستغرام نموذجا- تطلب ذلك استخدام المنهج الوصفي لأنه أكثر ملائمة للدراسة مثل هذه المواضيع، فالمنهج الوصفي يهدف إلى جمع البيانات الدقيقة عن الظاهرة المدروسة في ظروفها الراهنة ويحاول أحيانا تحديد العلاقات بين هذه الظاهرة والظواهر التي يبدو أنها في طريقها إلى التطور أو النمو، وضع تنبؤات عنها وكما عرف بلقاسم

¹ محمد البدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الادبية، دارالمعارف للطباعة والنشر، سوسة تونس، 1998، ص09.

² موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر أمين صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة، الجزائر، 2006، ص62.

³ محمد زيان عمر، البحث العلمي . مناهجه وتقنياته، مطبعة خالد حسين الطرابيشي، جامعة الملك عبد العزيز السعودية، 1985، ص 107.

⁴ مصطفى عمر السيد أجمد: البحث العلمي، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002 ، ص166.

⁵ مصطفى حميد الطائي: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص95.

سلاطنية وحسن الجيالي المنهج الوصفي أيضا بأنه " الطريقة المنتظمة لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بالظاهرة أو موقف أو أفراد، أو ضاع معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقيق من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقات التي تتصل بها وتغيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها ".¹

06 - مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1-6 مجتمع البحث:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها، إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم عينة والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليه المعاينة.²

كما تعرفه الباحثة " مادلين قرافيتز " أنه مجموعة من العناصر له خاصية . أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من عناصر أخرى والتي يجري عليها البحث العلمي.³

تستوجب أبحاث ودراسات البحث العلمي انتقاء مجتمع الدراسة كمجال لتطبيق وممارسة الدراسة عليه حيث تكون قابلة للتحليل.⁴

يعتبر مجتمع البحث أي المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة،وهنا يتمثل في مجموعة من الأسر الجزائرية الإطار العام الذي اختيرت منه العينة التي بلغ عددها 79 مفردة تم اختيارها في شهر فيفري. يصعب الوصول الى هذا المجتمع ككل من الأسر لأنه مجتمع ضخم لذا ركزنا على مجتمع المتاح لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منها عينة البحث.

1- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص159.

2 منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 160.

3 موريس أنجريس، مرجع سبق ذكره، ص 62.

4- زواتي رشيد: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، 1428 هـ، ص 220.

6-2 عينة الدراسة:

العينة هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل بمعنائه تؤخذ بمجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث.¹

لإكمال دراستنا فقد استلزم علينا تحديد عينة الدراسة، والتي تعرف على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

أما بتحديد العينة فقد كان اختيارنا للعينة قصديا، ولتحديد عينة البحث اتبعنا الأسلوب القصدي أو العمدى التحكمي، والذي يقوم على تقدير الشخصي للباحث في اختيار العينة.

07 - أدوات جمع البيانات:

إن أدوات جمع البيانات يتوقف على طبيعة الموضوع، وأهداف الدراسة إضافة إلى المنهج المتبع وبعد تحديد منهج الدراسة والأساليب المعتمدة للتحليل بناء على الأشكال الرئيسي وبما أن دراستنا تصنف من بين الدراسات الكيفية التي تهدف إلى فهم الظاهرة وموضوع الدراسة ولجمع البيانات تم اعتماد الأدوات المنهجية التالية:

استمارة الاستبيان: بغرض الإجابة على تساؤلات الدراسة، فقد تم اعتماد استمارة الاستبيان، هذه الخيرة "هي طريقة لجمع المعلومات من المبحوثين مباشرة بواسطة مجموعة من الأسئلة المقامة حول موضوع معين³، تم ترتيبها حسب أهداف البحث ثم إرسالها للمبحوث عن طريق البريد التقليدي أو البريد الإلكتروني أو تسلّم

1- أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 285.

2- مروان عبد الحميد براهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الرواق للنشر، عمان، 2000، ص 163.

3 - Asako kazumistu: Social intelligence design in online chat communication, al à Society, voll9, 2005, p 65.

يدويا، يطلب إليهم الإجابة عنها بكل حرية. "واختيارنا الاستمارة الاستبيان فرضته طبيعة الدراسة التي نحن بصدد القيام بها وهذا بتوجيه مجموعة من الأسئلة، حاولنا قدر الإمكان أن تكون متسلسلة منطقيا لتجنب قطيعة أو فاصل بين الأفكار، وحتى يتجاوب المبحوث بشكل جيد أثناء الإجابة.¹

08 - مجالات الدراسة:

وقد حددت مجالات الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة على النحو التالي:

01 - المجال البشري:

ويمثل في مجتمع البحث، وقد يمثل جميع الأفراد أو الشخصيات الفاعلة في هذه الجمعيات والذين يشتركون في خصائص تجمعهم في نفس المجال، وهنا يختار الباحث عينته من المجتمع المبحوث فيه وهنا يكون المجال البشري هم أفراد العينية، كما تم اختيار المجال البشري لدراستنا 79 عضو.

02- المجال المكاني:

ويعنى به الموقع الذي سيتم فيه تطبيق البحث ودراسته، ولتوسيع دراستنا ولتنويعوتدعيما.

03 - المجال الزماني:

ويعنى به المدة الزمانية التي استغرقها للدراسة، وقد كانت دراستنا في الفترة الممتدة من 01 مارس 2020 إلى 15 جويلية 2020. وذلك من خلال جمع مراجع حول الموضوع وضبطها بخطة أما بالنسبة للجانب التطبيقي كان في شهر أوت 2020 وذلك من خلال توزيع الاستمارة وتحليلها واستخلاص النتائج.

1- محمد شفيق: الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 112.

08- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

- بعنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري"
-دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب -أم البواقي- مذكرة مكملة لنيل شهادة
الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.

- حيث انطلقت الباحثين من الإشكال التالي:

ماهو أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري؟

-وتضمنت الدراسة أربع تساؤلات فرعية وهي:

- 1- ماهي أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية؟
- 2- ماهي دوافع استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية؟
- 3- هل الجانب القيمي لمضامين الشبكات الاجتماعية يعكس سلوكيات الحضارية والثقافية الجزائرية التي ينتمي إليها الشباب الجزائري؟
- 4- هل مضامين الشبكات الاجتماعية أدت الى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب الجزائري؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، حيث تعتبر أهمية الدراسة من خلال معالجة أثر الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري.

تعد استخدامات الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية لأغراض مختلفة منها

..... العلمي

وتحميل الكتب والأخبار والدرشة وتلبية رغباتهم المختلفة.

التزايد المستمر لمستوى التعليم والتربية والأخلاق والنشأة الاجتماعية والتنظيف

والوازع الديني لدى الشباب الجزائري.¹

1- دنيا عقون وفارس كاتب: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016، ص22.

منهجية الدراسة:

لقد استخدم الباحثين المنهج الوصفي لوصف مضامين الشبكات الاجتماعية وآثارها على سلوك الشباب، بحيث يعتبر المنهج الوصفي من أفضل المناهج في البحث العلمي ولقد اعتمدنا على 1 الإستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات حول موضوع دراستنا.

نتائج الدراسة:

توصلت الباحثين الى نتائج تمثلت في ان الجوانب القيمة لمضامين الشبكات الاجتماعية قد ساهمت في تعديل سلوك الشباب و التفتح على العالم لإكتساب سلوكيات متنوعة بما فيها سلوكيات عدوانية أهمها سلوك السرقة ،رغم ذلك وجود بضع السلوكيات السرية في الجوانب الأخلاقية والدينية والاجتماعية، وكذلك ساهمت في خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب من خلال المواقع الشهيرة والمفضلة لديهم خاصة الفيسبوك الذي ساهم في اكتسابهم سلوكيات لانتماشى مع قيم المجتمع الجزائري وهذا ما يؤدي الى التأثير على الهوية الوطنية لديهم والتأثير في حب وطنهم ، بحيث ترى الباحثين بان الغالبية تقيم مضامين الشبكات الاجتماعية تقيم مقبول بالنسبة اليهم .¹

الدراسة الثانية:

قامت كل من سعدية خاخة، وعزيزة بوقفة، ومريم بن عطاء الله مذكرة بعنوان " أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة -دراسة وصفية تحليلية - من مستخدمي الفيس بوك من طلبة علوم الإعلام والاتصال-الموسم الجامعي 2014/2013

• حيث انطلقا من الإشكال التالي:

-ما أثر استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال للفيسبوك على الاستماع للإذاعة المحلية الجزائرية بورقلة؟

* وقد تضمنت الدراسة تساؤلات فرعية وهي:

1-ما هي عادات استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال للفيسبوك؟

1- دنيا عقون وفارس كاتب، مرجع سبق ذكره، ص23.

- 2- هل يستمتع طلبة علوم الإعلام والاتصال للإذاعة المحلية الجزائرية بورقلة؟
 3- هل استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال للفيسبوك قلل من وقت استخدامهم للإذاعة المحلية بورقلة؟

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة لدى الطلبة في:

- 1- تقديم تفسيرات منطقية للبحث لإشكالية البحث المطروحة.
- 2- تعتبر هذه الدراسة كمؤشر للباحثين والدارسين والمهتمين بهذا الجانب.
- 3- الأهمية تتمثل في استمرار البحث لمعرفة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك على الإذاعة المحلية.¹

منهج الدراسة:

ان من أهم ما يميز الدراسة العلمية عن غيرها استخدامها للمنهج العلمي، والذي يعرف على أنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق أهداف بحثه وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعا لطبيعة الموضوع المدروس وبما أن الإشكالية تدرس استخدام تكنولوجيا الاتصال وأثرها على التغيير القيمي للأسرة - الإنستغرام نموذجا- تطلب ذلك استخدام المنهج الوصفي لأنه أكثر ملائمة للدراسة مثل هذه المواضيع، فالمنهج الوصفي يهدف الى جمع البيانات الدقيقة عن الظاهرة المدروسة في ظروفها الراهنة ويحاول أحيانا تحديد العلاقات بين هذه الظاهرة والظواهر التي يبدو أنها في طريقها الى التطور أو النمو، وضع تنبؤات عنها وكما عرف بلقاسم سلاطنية وحسن الجيلالي المنهج الوصفي أيضا بأنه " الطريقة المنتظمة لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بالظاهرة أو موقف أو أفراد، أو ضاع معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقيق من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقات التي تتصل بها وتغيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها".

نتائج الدراسة:

1- سعدية خاخة وعزيرة بوقفة وآخرون: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 21.

توصلت الباحثين الى تحليل ومناقشة نتائج الدراسة بحيث ان الفيس بوك أثر على أنماط الاستماع بالنسبة لطلبة علوم الإعلام والاتصال وذلك من خلال استخدامهم المكثف له، أي من خلال تزويدهم بخدمات ومن بين هاته الخدمات الدردشة مع الأصدقاء والتسلية والترفيه وكذا متابعة الأحداث الجارية، وتبادل الآراء والأفكار واكتساب الثقافة الزائدة في الرصيد المعرفي وهذا يدل على أن الفيسبوك أثر على استماع طلبة علوم الإعلام للإذاعة المحلية بورقلة وهذا ما يجيبنا على تساؤلنا الرئيسي " ما أثر استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال للفيسبوك على الاستماع للإذاعة المحلية الجزائرية بورقلة؟" ¹.

الدراسة الثالثة:

دراسة خولة لعبيدي، نعيمة جواد، بعنوان استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً، وتتمثل إشكالية الدراسة فيما يلي: فيما تتمثل استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟
-تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تم اختيار موقع شبكة الفيس بوك كنموذج لمواقع التواصل، وقد اعتمدت الباحثين في هاته الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. قدرت عينة الدراسة ب 287 شاب جامعي مستخدم لشبكة الفيسبوك المختارين بعينة قصدية كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على أدواتي الملاحظة والاستبيان من المبحوثين.

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

-أنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك تتفاوت من مستخدم لآخر، حيث أظهرت الدراسة الى أغلبية الشباب الجامعي المستخدم للفيسبوك يميلون الى الاطلاع وكان هذا في الأخير بالتساوي مع الجانب الترفيهي.

1- سعدية خاخة وعزيرة بوقفة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 22.

يلجأ الشباب الجامعي لاستخدام الفيسبوك بغرض زيادة المعلومات والتواصل مع الأهل والأصدقاء.¹

الإطار النظري: نظرية الحتمية القيمية

مفهومها: نقصد بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام تلك النظرية التي ترتبط بجهود الباحث الأستاذ عزي عبد الرحمان "أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في أحداث التأثير وهو التأثير الذي يكون ايجابيا اذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم, ويكون سلبيا اذا كانت المحتويات لاتتقيد بأي قيمة أو تتناقص مع القيمة"²

فروض نظرية الحتمية القيمية :

من بين أهم فروض هذه النظرية أهمها :

- 1- أن يكون الاتصال تابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.
- 2- أن يكون الاتصال تكامليا يتضمن الاتصال السمعي البصري والمكتوب والشفوي والشخصي مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات .
- 3- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا ومتسلطا .
- 4- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تنفع الانسان والمجتمع الى الارتقاء والسمو . تتطلق نظرية الحتمية القيمية في الاعلام من افتراض أساسي يعتبر

¹-نعيمة جواد: استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل "الفيسبوك نموذجا "

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المستخدم للفيسبوك ,

شهادة الماستر في العلوم الإسلامية والإنسانية,مجالات العلوم الاجتماعية,جامعة الوادي,2013, ص 17

²- عبد الرحمان عزيون نصير بوعلي : حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الاعلام ،دار الورس ملتنشر والتوزيع ،الجزائر ،

2010 ،ص 46 .

الاعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الاعلام يكون إيجابيا اذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا وبالمقابل يكون التأثير سلبا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير سلبي .

- إن نظرية الحتمية القيمة تختلف عن النظريات الغربية السابقة، خصوصا نظرية مارشال ماكلوهان، على مستوى القيمة التي يعتبرها الدكتور عبد الرحمان عزي نوعا من التعبير عن الذات والتميز الثقافي والحضاري، حيث يعتمد عزي عبد الرحمان على القيم لتحقيق التنوع الثقافي الإيجابي والوقوف كسد منيع ضد أخطار العولمة ولحفظ ثقافة بعض البلدان من الذوبان.

- النظرية تنبثق من أصول معرفية (أي أبستمولوجيا) معينة تحكم القبضة على أسس النظرية

وأهدافها لكن هذا الارتباط لا يتم دائما بشكل مباشر وأحيانا قد يكون مخفيا حتى عن صاحب¹

النظرية لاعتبارات التاريخ أو "جو المرحلة " L.esprit du temps والسياق الاجتماعي والتنشئة القيمة .²

نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الاعلام، حيث تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال، وبصفة خاصة تتل كالحاجات

1- نصير بوعلي : قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الاعلام، مكتبة إقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009 ، ص 34 .

2- نصير بوعلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 35 .

والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة، ويعتبر اشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير، ونظرا لاهتمام العلماء بدرجة تأثير الحاجة وحركة الدوافع وعلاقتها بالسلوك الإنساني، ظهرت اتجاهات عديدة في علم النفس لتصنيف الحاجات والدوافع وتعتبر أشهر المساهمات مساهمة أبرهام ماسلو في نظريته للدوافع التي صنف بها الحاجات في نظامين أساسيين هما الحاجات الأساسية وما بعد الأساسية، ومن ثم تطورت البحوث الى الكشف عما تقوم به وسائل الاعلام من أدوار أو وظائف تلبي الحاجات الفردية ودوافعها، والكشف عن العلاقة الارتباطية بين تلبية وسائل الاعلام لهذه الحاجات، واستخدام الأفراد والتعرض لهذه الوسائل¹.

تعريف نظرية الاستخدامات والاشبعات:

التعريف اللغوي:

الاستخدام في اللغة: من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام.

وأما الاشبعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعي الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيع الغزل أي كثير، وشبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان.

التعريف الاصطلاحي:

1- فتحي حسين عامر: علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص 70.

ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، التخلص من التوتر فتراكم التنبيه يحدث إحساساً بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة الإشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة.¹

ومن منظور مقرب الاستخدامات والاشباعات، فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها تسمية الاشباعات.²

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

وضع الباحثين الأسس العلمية والفرضيات الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها، وذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية ولأن نظرية الاستخدامات والاشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة، التي قالت بقوة تأثير وسائل الاعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة³، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة إيجابية على الجمهور فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقياً سلبياً بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبي حاجته النفسية والاجتماعية لذا وضع كاتز وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والاشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي :

1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

¹ - بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011 ، ص 84.

² - علي عبد الفتاح كنعان: نظريات الاعلام، داراليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016 ، ص 7 .

³ - محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دارالفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010 ، ص 297 .

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية .

3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الاشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات .

4- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات .

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط .

وهذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقين في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه، وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر على نشوء الحاجات ودعمها وقرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات .¹

09- المقاربة النظرية:

اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والإشباعات بتحديد الأغراض المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي عن طريق الإنستغرام لأن الجمهور يختار المضامين التي تلي وتشبع حاجاته.

¹ - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 199 .

الفصل الثاني

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

إن القسم الميداني هو تكملة للقسم النظري من خلال ما يمكن التوصل إليه من نتائج ذات قيمة علمية تعكس وتفسر الواقع المدروس عن طريق اتباع المنهج مناسب للظاهرة المدروسة وذلك باعتماد أنسب الأدوات والأساليب المنهجية، ومن خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى إجراءات الدراسة المتبعة في البحث للتعرف على اثر الأنستغرام على التغير القيمي في الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية لعينة من المستخدمين الجزائريين للأنستغرام.

وهذا انطلاقاً من الدراسة الميدانية المعتمدة على الاستمارة كوسيلة لجمع المعلومات.

التعريف بموقع الإنستغرام:

إنستغرام أو إنستقرام أو إنستجرام (بالإنجليزية: Instagram) هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضًا، وأطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حالياً من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها.

وكان دعم إنستغرام في البداية على الآيفون والآيباد والآيبود تاتش، وفي أبريل 2012 تمت إتاحتها على منصة أندرويد فرويو (2.2)، يتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي، وفي يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.¹

أولاً: تحليل البيانات الميدانية

01- البيانات الشخصية

تساعد هذه البيانات الطلبة والباحثين في التعرف على ملامح وخصائص العينة المبحوث عنها وخلفياتهم وكثيراً ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها وتأتي أحياناً في 03 إلى 04 تساؤلات نوجزها على النحو التالي:

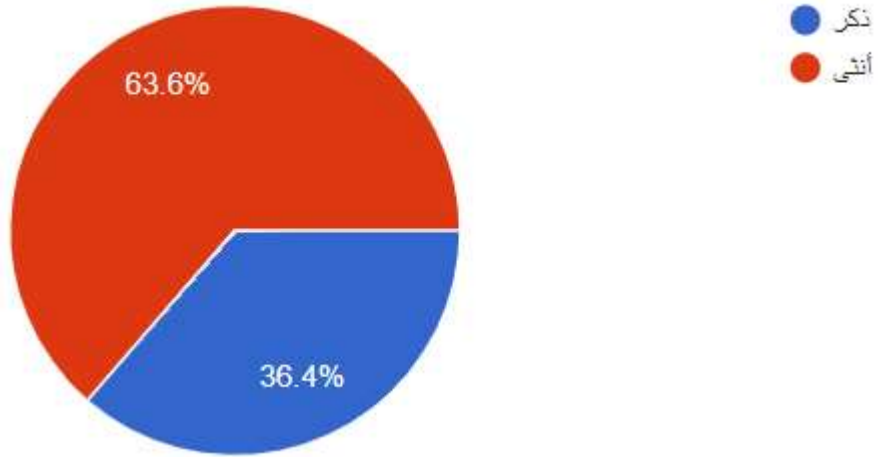
الجدول (01) يمثل توزيع العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
36.4%	26	ذكر
63.6%	53	أنثى
100%	79	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

¹ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/انستغرام>

الشكل (01) يمثل توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

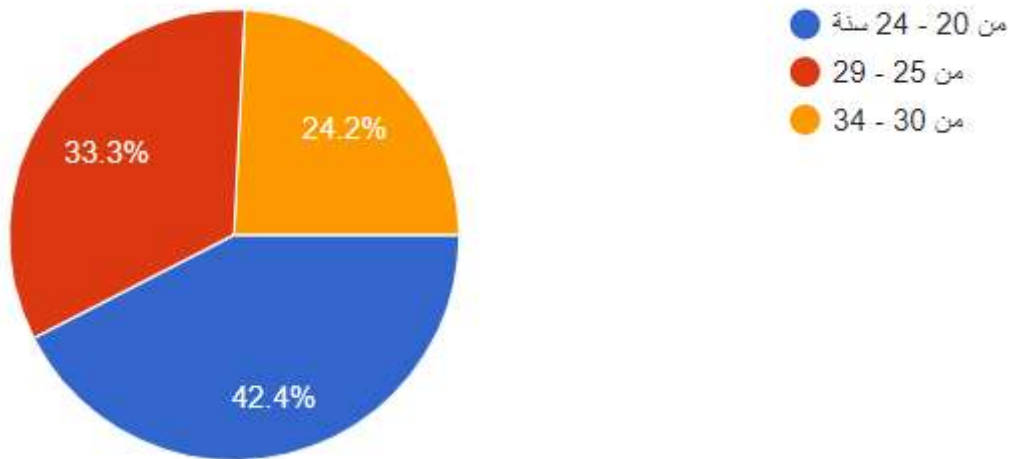
من خلال الجدول والشكل (01) يتضح لنا أن غالبية المبحوث عنهم إناث بنسبة تقدر بـ 63.6% وكانت توزيع المبحوث عنهم الذكور تقدر بـ 26.4%.

الجدول (02) يمثل توزيع العينة حسب السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 20 إلى 24 سنة	33	42.4%
من 25 إلى 29 سنة	26	33.3%
من 30 إلى 34 سنة	20	24.2%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل (02) يمثل توزيع العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

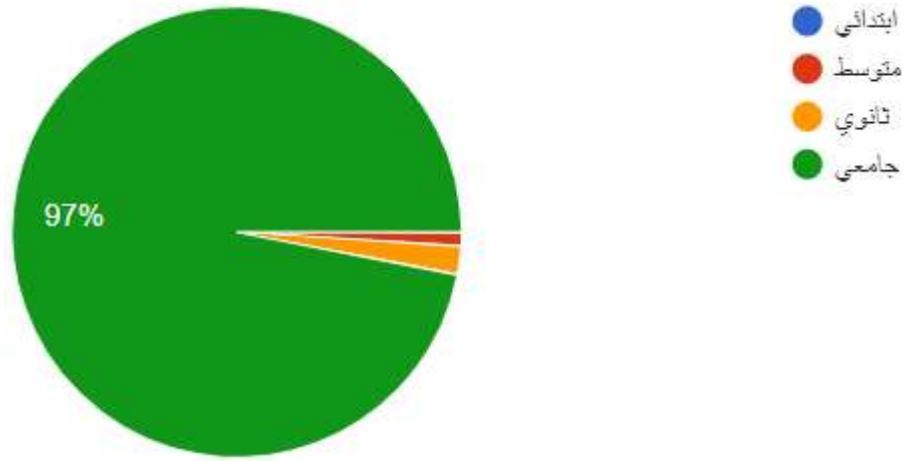
من خلال الجدول والشكل (02) يتضح لنا أن غالبية المبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين 20 الى 24 سنة أي ما يعادل نسبة 42.4 ثم تليها نسبة 33.3 من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم من 30 الى 34، ثم تليها نسبة 24.2 وهي الفئة التي تتراوح أعمارهم من 20 الى 24 سنة.

الجدول 03 يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى
%1	1	متوسط
% 2	1	جامعي
%97	77	ثانوي
%100	79	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23

الشكل 03 يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:



المصدر من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23

من خلال الجدول والشكل 03 يتضح لنا أن أكبر نسبة من أفراد العينة هو المستوى الجامعي والتي قدرت نسبته بـ 97 ثم يليها المستوى الثانوي الذي قدر بـ 2، ثم المستوى المتوسط الذي قدر بـ 1.

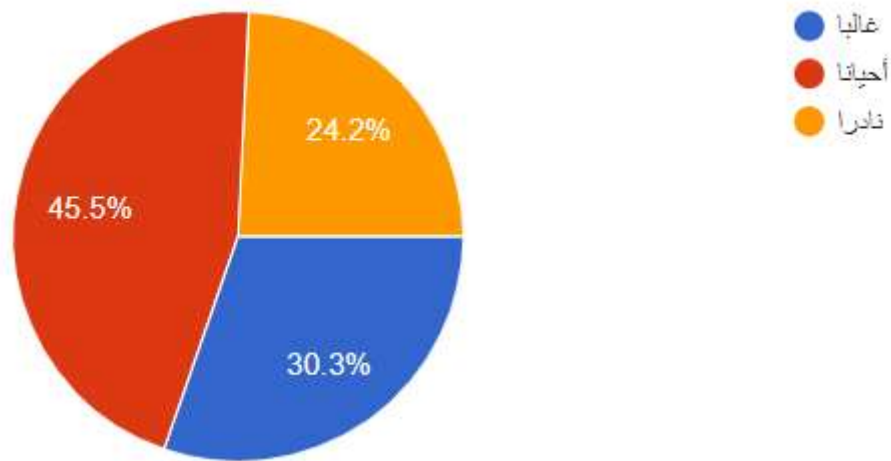
المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الإنترنت

الجدول 04 يمثل توزيع العينة على أساس استخدام الإنستغرام

النسبة المئوية	التكرارات	مدى الاستخدام
30.3%	25	دائما
45.5%	35	أحيانا
24.2%	19	نادرا
100%	79	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23

الشكل 04 يمثل توزيع العينة على أساس استخدام للإنستغرام:



المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23

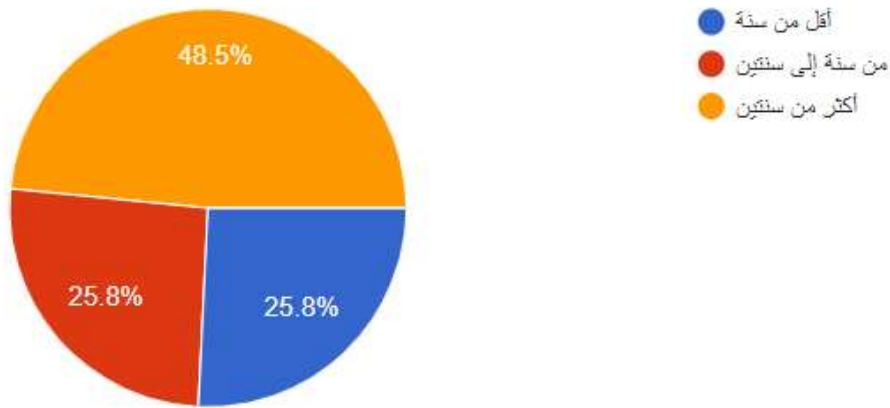
من خلال الجدول والشكل رقم 04 يبين لنا ان أكبر نسبة من الأشخاص الذين يستخدمون الإنستغرام "أحيانا" والتي قدرت ب 45.5 وعدد الذين يستخدمونه غالبا هم بنسبة 30.3 اما الأشخاص الذين يستخدمونه نادرا وهم اقل فئة والتي قدرت ب 24.2.

الجدول رقم 05 يمثل بداية استخدام العينة للإنستغرام

النسبة المئوية	التكرارات	بداية الاستخدام
25.8%	23	أقل من سنة
25.8%	20	من سنة الى سنتين
48.5%	36	أكثر من سنتين
100%	79	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS نسخة 23

الشكل 05 يمثل بداية استخدام العينة للإنستغرام.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

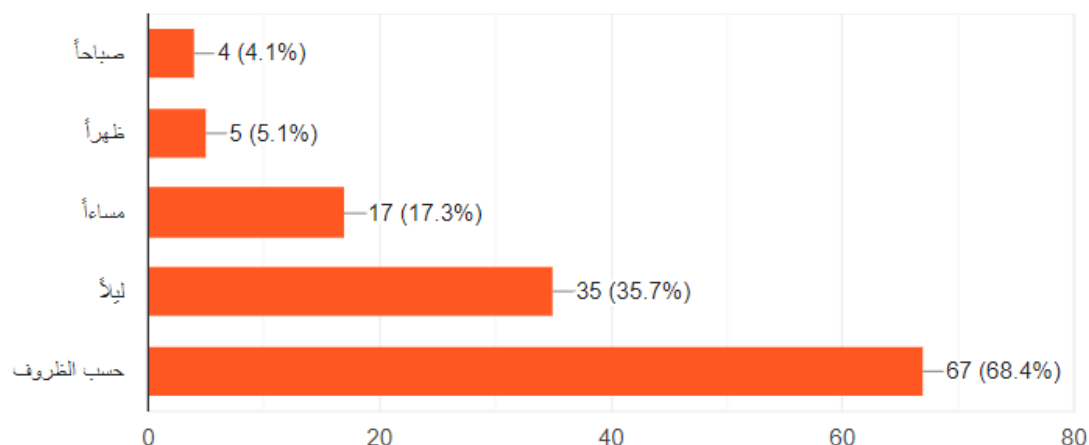
من خلال الجدول والشكل رقم 05 نلاحظ أن أكثر فئة تستخدم الإنستغرام هم الأكثر من سنتين والتي تقدر ب 48.5 %، اما الفئتين الأكثر من سنة ومن سنة الى سنتين كانت بدايتهم للإنستغرام متساوية.

الجدول رقم 06 يمثل توزيع العينة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام

النسبة المئوية	التكرارات	بداية الاستخدام
25.8%	23	أقل من سنة
25.8%	20	من سنة الى سنتين
48.5%	36	أكثر من سنتين
100%	79	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 06 يمثل توزيع العينة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

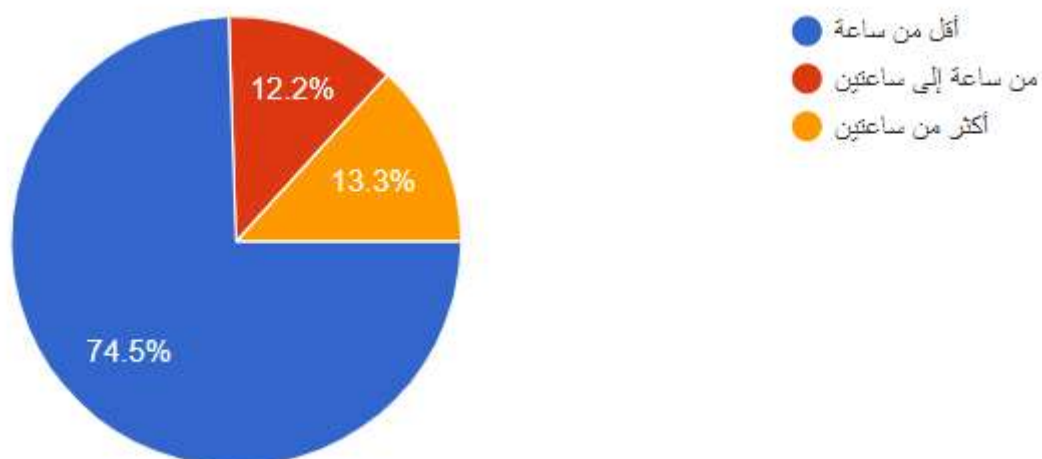
من خلال الجدول والشكل رقم 06 ان النسبة التي مثلت اكبر عدد هم الذين يفضلون استخدام الإنستغرام حسب الظروف والتي قدرت بـ 68.4% ثم تليها نسبة الأشخاص الذين يفضلون استخدام الإنستغرام ليلاً بنسبة 35.7% ثم جاءت نسبة الذين يستخدمون الإنستغرام مساءً بنسبة 17.3% ثم بعدها نسبة الأشخاص الذين يستخدمونه ظهراً بنسبة قليلة والتي قدرت بـ 5.1% ، ثم مثلت النسبة الأخيرة 4.1% من الأشخاص الذين يفضلون استخدام او تصفح الإنستغرام في الفترة الصباحية ، ويرجع ذلك الى وجود الدراسة وهذا ما يجعلهم يفضلون استخدام او تصفح الإنستغرام حسب الظروف أي لا يوجد وقت أو فترة محددة.

الجدول رقم 07: يمثل توزيع الطلبة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من ساعة	58	74.5%
من ساعة الى ساعتين	9	12.2%
أكثر من ساعتين	12	13.3%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 07 يمثل توزيع العينة على أساس الأوقات المفضلة لاستخدام الإنستغرام:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

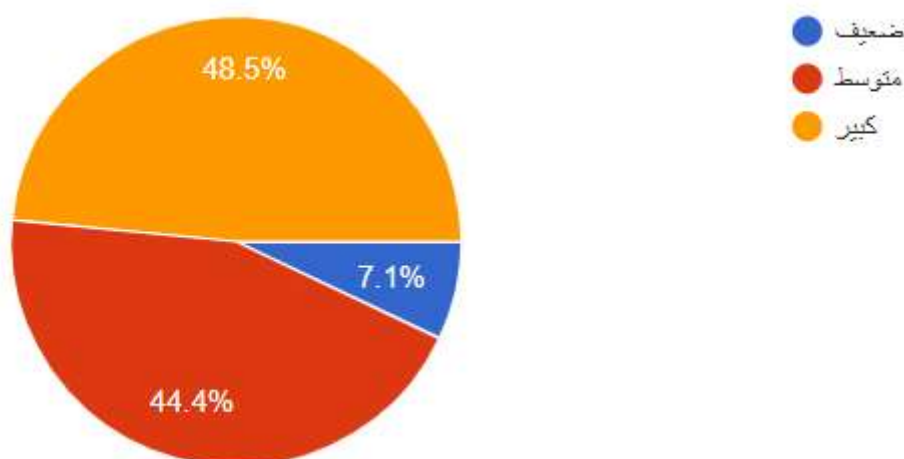
من خلال الجدول والشكل رقم 07 أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة للأشخاص الذين يستخدمون الإنستغرام هم أقل من ساعة والتي قدرت نسبتهم بـ 74.5، بينما مثلت نسبة 13.3 للأشخاص الذين يستخدمون الإنستغرام أكثر من ساعة، وبعد ذلك تليها النسبة الأخيرة 12.2 وهم الأشخاص الذين يستخدمون الإنستغرام أكثر من ساعتين.

الجدول رقم 08 يمثل إقبال عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
ضعيف	6	7.1%
متوسط	33	44.4%
كثير	40	48.5%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 08 يمثل إقبال عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

من خلال الجدول والشكل رقم 08 نلاحظ ان إقبال عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية بنسبة كبيرة والتي قدرت ب 48.5 ثم تليها النسبة المتوسطة والتي قدرت ب 44.4، ثم بعد ذلك النسبة الضعيفة والتي قدرت ب 7.1 وهي اقل نسبة.

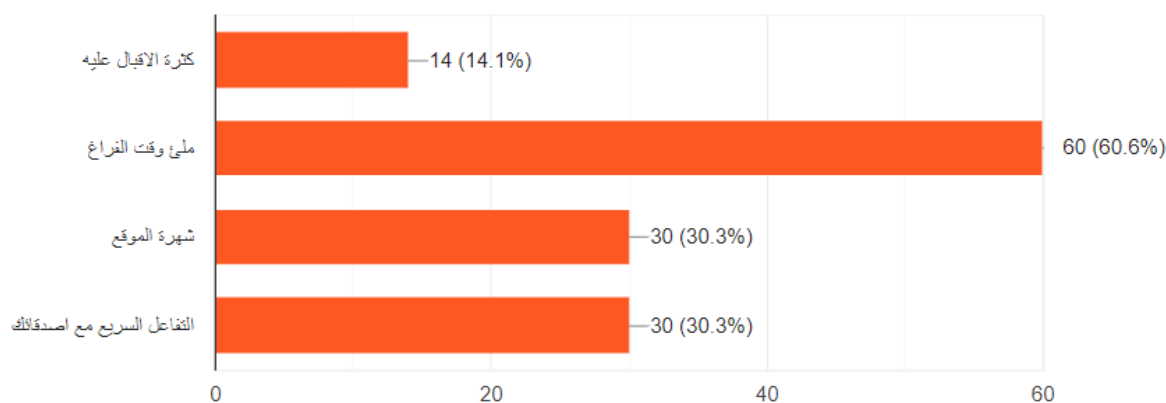
المحور الثالث: حسب الدافع وراء استخدام الإنستغرام:

الجدول رقم 09 يمثل دوافع استخدام عينة الدراسة للإنستغرام

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
كثرة الإقبال عليه	8	14.1%
ملئ وقت الفراغ	34	60.6%
شهرة الموقع	17	30.3%
التفاعل السريع مع أصدقائك	20	30.3%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 09 يمثل دوافع استخدام عينة الدراسة للإنستغرام:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

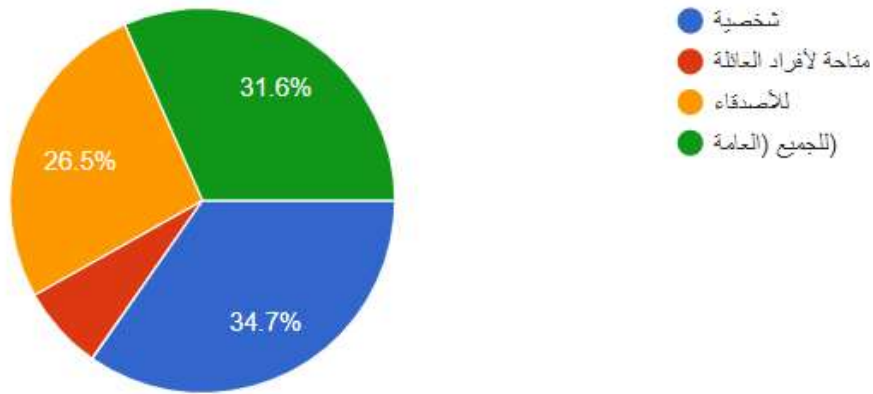
من خلال الجدول والشكل رقم 09 نلاحظ أن أكبر نسبة وراء الدافع لاستخدام العينة للإنستغرام هي ملئ وقت الفراغ والتي قدرت ب 60.6% ثم تليها النسب المتساوية حول استخدام الإنستغرام هي شهرة الموقع والتفاعل السريع مع الأصدقاء والتي قدرت نسبتهما ب 30.3%، ثم آخر نسبة 14.1% وهي كثرة الإقبال عليه.

الجدول رقم 10: يوضح كيفية تصفح عينة الدراسة للإنستغرام

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
شخصية	24	34.7%
متاحة لأفراد العائلة	7	7.2%
للأصدقاء	21	26.5%
للجميع العامة	27	31.6%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 10: يمثل يوضح كيفية تصفح عينة الدراسة للإنستغرام:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

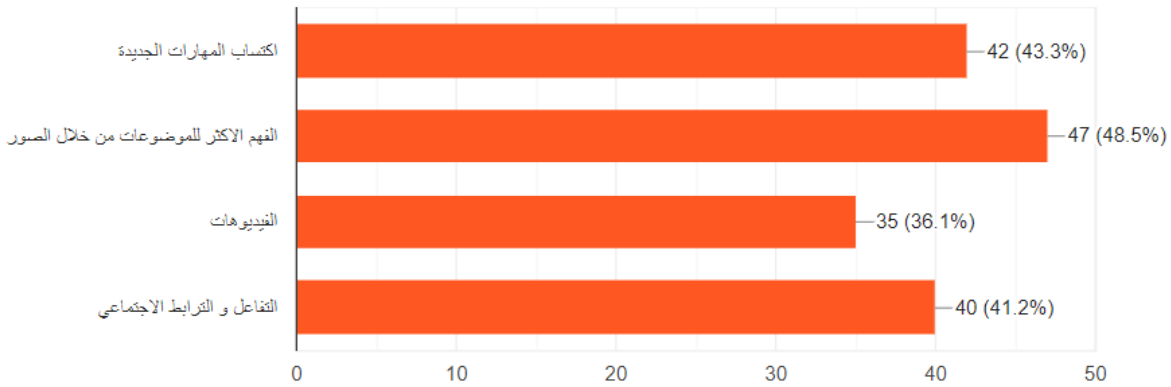
من خلال الجدول والشكل رقم 10 نرى بأن أكبر نسبة للمبحوثين الذين يتصفحون الإنستغرام كانت صفحتهم شخصية والتي قدرت ب 34.7% وتليها نسبة 31.6% للجميع العامة) وتليها مرتبة الأصدقاء بنسبة 26.5% أما المرتبة الأخيرة فتأتي بنسبة 7.2% التي كانت متاحة لأفراد العائلة.

الجدول رقم 11 يمثل توزيع عينة الدراسة حول الإشباعات المحققة في التفاعل على الإنستغرام

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
اكتساب مهارات جديدة	21	43.3%
الفهم الأكثر للموضوعات من خلال الصور	21	48.5%
الفيديوهات	13	36.1%
التفاعل والترابط الاجتماعي	24	41.2%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 11 يمثل توزيع عينة الدراسة حول الإشباعات المحققة في التفاعل على الإنستغرام:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

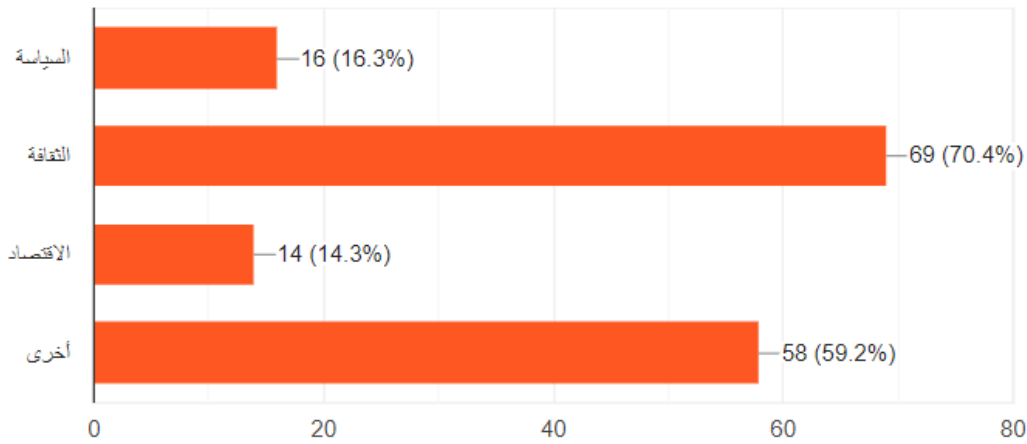
من خلال الجدول والشكل رقم 11 يوضح أن النسبة الأعلى للإشباعات المحققة في التفاعل على الإنستغرام هي الفهم الأكثر للموضوعات من خلال الصور بنسبة قدرت بـ 48.5 %، ثم مثلت نسبة 43.3% لاكتساب مهارات جديدة، ثم تليها نسبة 41.2% التي مثلت التفاعل والترابط الاجتماعي، ليأتي الدور الأخير بنسبة قدرت بـ 36.1% للفيديوهات التي اتخذها المبحوثين لتفاعلهم بالإنستغرام.

الجدول رقم 12 يمثل نوع الموضوعات التي تفضل مشاهدتها عينة الدراسة على الإنستغرام

النسبة المئوية	التكرارات	الموضوعات
16.3%	6	السياسية
70.4%	31	الثقافية
14.3%	10	الاقتصادية
59.2%	32	أخرى
100%	79	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 12 يمثل نوع الموضوعات التي تفضل مشاهدتها عينة الدراسة على الإنترنت:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

(نسخة 23)

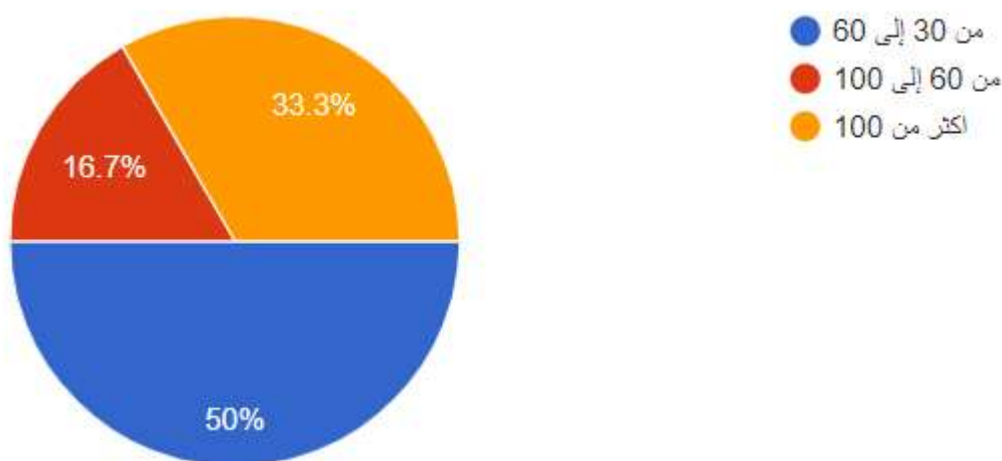
من خلال الجدول والشكل رقم 12 أعلاه يتضح أن الموضوعات الثقافية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على الإنترنت هي أكبر نسبة والتي قدرت بـ 70.4% أما نسبة 59.2% فكانت تمثل الموضوعات الأخرى، وتليها في المرتبة الثالثة الموضوعات السياسية بنسبة 16.3% وتأتي في المرتبة الأخيرة الموضوعات الاقتصادية بنسبة 14.3%.

الجدول رقم 13 يمثل عدد متابعي أفراد عينة الدراسة في الإنترنت

المتابعين	التكرارات	النسبة المئوية
من 30 الى 60	38	50%
من 60 الى 100	14	16.7%
أكثر من 100	27	33.3%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 13 يمثل عدد متابعي أفراد عينة الدراسة في الإنستغرام



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

من خلال الجدول والشكل رقم 13 نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين الذين لديهم متابعين من 30 إلى 60 متابع والتي قدرت بـ 50% ثم تليها نسبة أكثر من 100 متابع وقدرت بـ 33.3% ثم آخر نسبة من المبحوثين الذين لديهم من 60 إلى 100 متابع وقدرت بـ 16.7%.

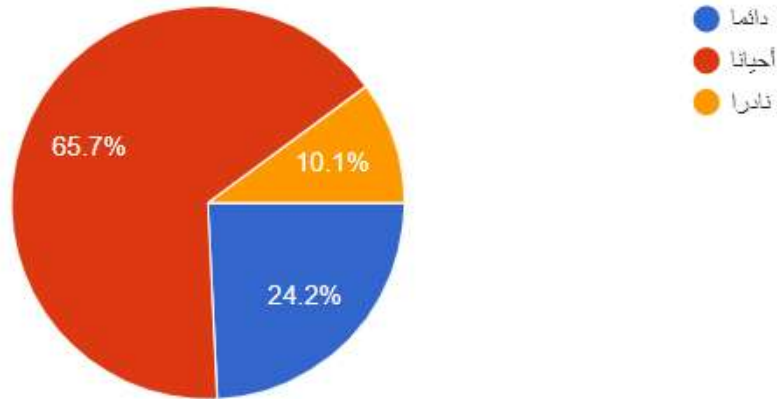
المحور الرابع: حساب التكرارات والنسب المئوية:

الجدول رقم 14 يمثل مضامين الشبكات الاجتماعية التي أدت الى تغير سلوك الفرد

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	16	24.2%
أحيانا	56	65.7%
نادرا	7	10.1%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 14 يمثل مضامين الشبكات الاجتماعية التي أدت الى تغير سلوك الفرد:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

من خلال الجدول والشكل رقم 14 أن أكبر نسبة من مضامين الشبكات الاجتماعية التي أدت الى تغير سلوك الفرد هي أحيانا والتي قدرت نسبتها بـ 65.7 %، بينما جاءت فئة دائما بنسبة 24.2 %، ونجد نادرا في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت بـ 10.1 %.

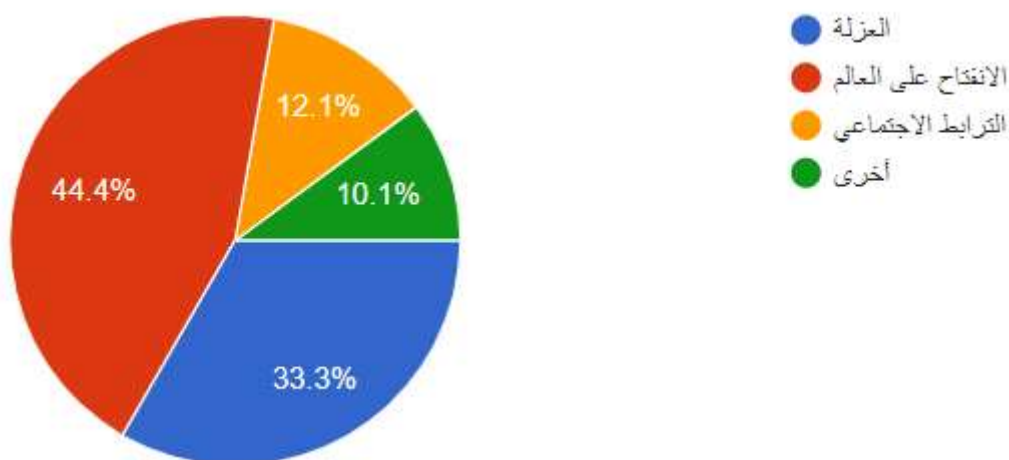
ونلاحظ أن اغلب مضامين الشبكات الاجتماعية لدى المبحوثين لا تؤدي الى تغير سلوك الفرد وهذا راجع لإجابات المبحوثين.

الجدول رقم 15 يمثل أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي

السلوكيات	التكرارات	النسبة المئوية
العزلة	23	33.3%
الانفتاح على العالم	38	44.4%
التربط الاجتماعي	12	12.1%
أخرى	6	10.1%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 15 يمثل أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

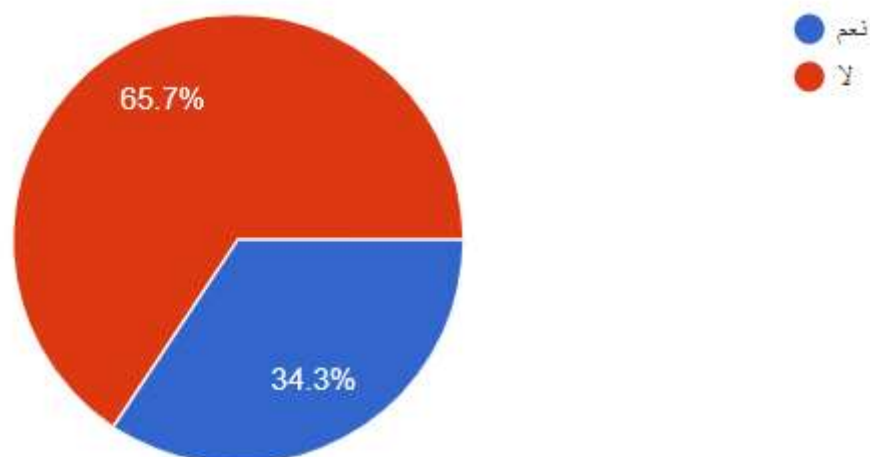
من خلال الجدول والشكل رقم 15 نلاحظ أن أغلب السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي هي الانفتاح على العالم وهذا من خلال نسبتها المرتفعة والتي قدرت بـ 44.4%، وجاءت في المرتبة الثانية سلوك العزلة وهذا راجع لنسبتها التي قدرت بـ 33.3%، أما في المرتبة الثالثة فكان التربط الاجتماعي وذلك من خلال نسبته التي قدرت بـ 12.1%، ونجد أن السلوكيات الأخرى جاءت في المرتبة الأخرى والتي قدرت نسبتها بـ 10.1%.

الجدول رقم 16 يوضح تأثير مضامين الشبكات على القيم الدينية داخل المجتمع

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	23	34.3%
لا	56	65.7%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 16 يوضح تأثير مضامين الشبكات على القيم الدينية داخل المجتمع:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

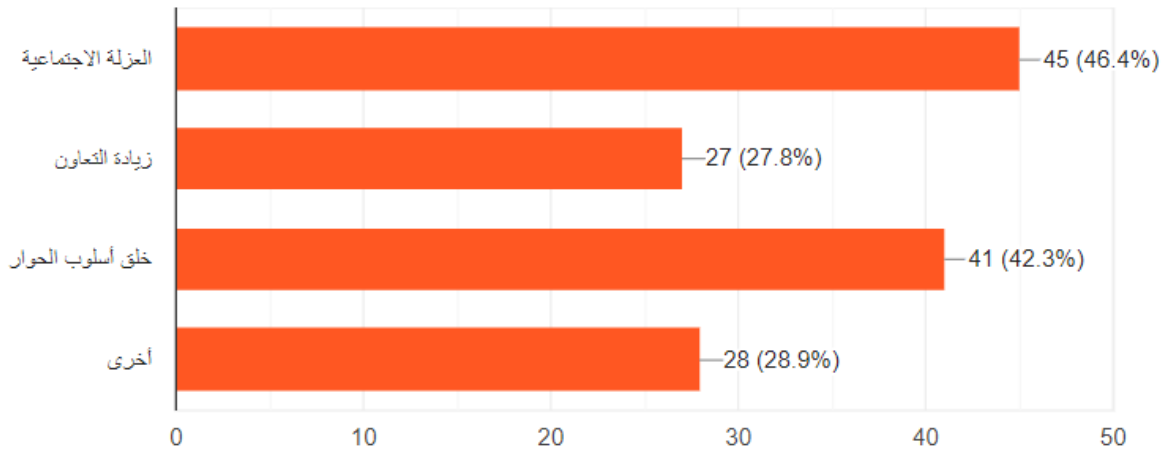
من خلال الجدول والشكل رقم 16 نلاحظ بأن أغلبية السلوكيات المتأثرة بمضامين الشبكات على القيم الدينية داخل المجتمع جاءت بـ لا وهذا راجع لنسبتها المرتفعة التي قدرت بـ 65.7%، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بأن مضامين الشبكات الاجتماعية تؤثر على القيم الدينية داخل المجتمع حيث أتت إجابتهم بـ نعم والتي قدرت نسبتها بـ 34.3%.

الجدول رقم 17: توزيع نسبة عينة المبحوث عنهم حسب تأثير الوسائط الاجتماعية من ناحية القيم الاجتماعية

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
العزلة الاجتماعية	25	46.4%
زيادة التعاون	14	27.8%
خلق أسلوب الحوار	31	42.3%
أخرى	9	28.9%
المجموع	79	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 17 يمثل: توزيع نسبة عينة المبحوث عنهم حسب تأثير الوسائط الاجتماعية من ناحية القيم الاجتماعية:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

من خلال الجدول والشكل رقم 17 نلاحظ أن الشبكات الاجتماعية أثرت بشكل كبير على القيم الاجتماعية والتي أدت إلى خلق العزلة الاجتماعية والتي كانت أكبر نسبة وقدرت بـ 46.4% أما النسبة التي تليها هي أن الشبكات الاجتماعية أدت إلى خلق أسلوب الحوار والتي قدرتها بـ

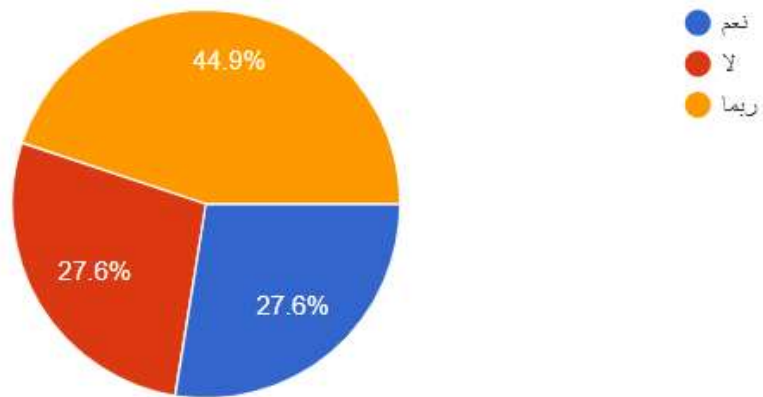
42.3% ، وتليها نسبة السلوكيات الأخرى والتي قدرت ب 28.9 % وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة زيادة التعاون و قدرت نسبتها ب 27.8%.

الجدول رقم 18 يمثل: توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تطور علاقتهم بالآخرين من خلال الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	27	27.6%
لا	15	27.6%
ربما	36	49.9%
المجموع	78	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 18 يمثل: توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تطور علاقتهم بالآخرين من خلال الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

من خلال الجدول والشكل رقم 18 نلاحظ ان أكبر نسبة من عينة الدراسة الذين تطورت علاقتهم بالآخرين من خلال الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام حيث كانت اجاباتهم والتي قدرت ب

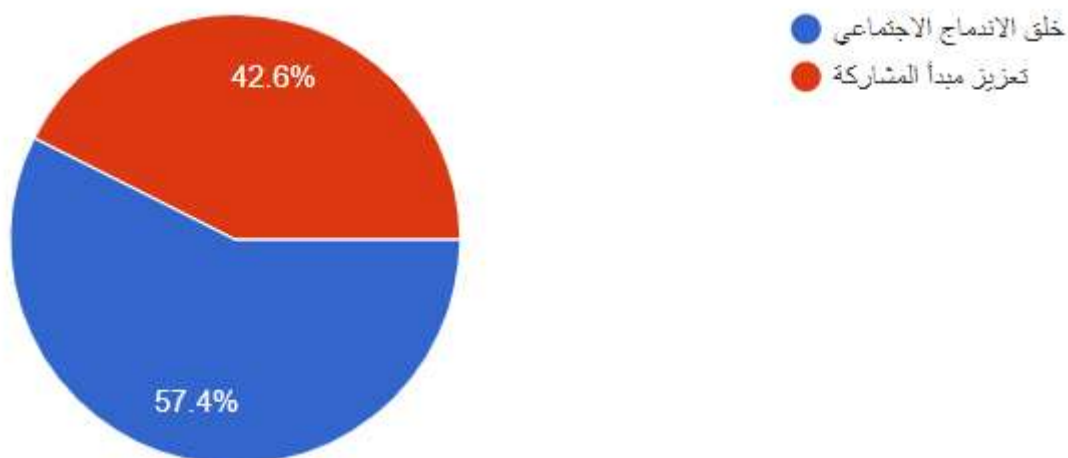
44.9% وتليها النسب المتساوية للمبحوثين الذين تطورت علاقتهم بالآخرين من خلال الجانب القيمي لمضامين الإستغرام الذين كانت اجابتهم بنعم ولا والتي قدرت نسبتهم ب %27.6.

الجدول رقم 19 يمثل توزيع عينة الدراسة التطور العلائقي

النسبة المئوية	التكرارات	السلوكيات
57.4%	27	خلق الاندماج الاجتماعي
42.6%	20	تعزيز مبدأ المشاركة
100%	47	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 19 يمثل توزيع عينة الدراسة حسب التطور العلائقي:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

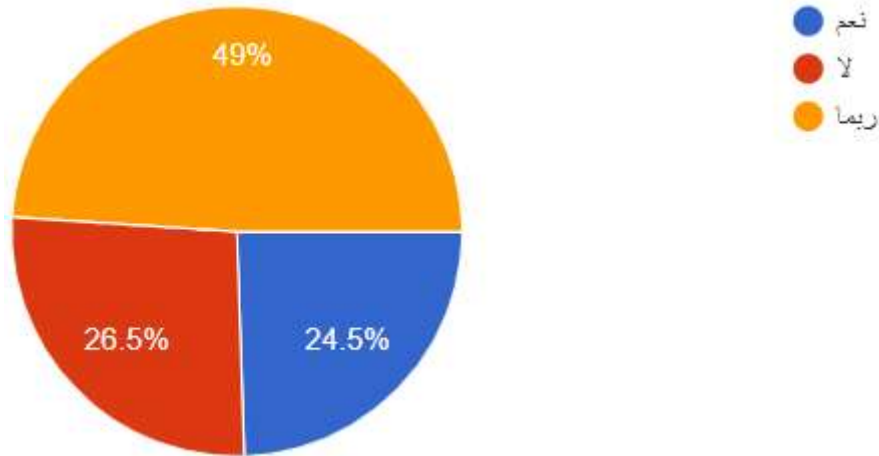
من خلال الجدول والشكل رقم 19 يتضح لنا أن أكبر نسبة هي خلق الاندماج الاجتماعي والتي قدرت ب %57.4 وتليها نسبة تعزيز مبدأ المشاركة بنسبة % 42.6

الجدول رقم 20 يمثل توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تأثير سلوكياتهم من مضامين الإستغرام والتي جعلت منهم مواطنين صالحين ومتكيفين مع قيم مجتمعهم ودينهم

النسبة المئوية	التكرارات	السلوكيات
24.5%	22	نعم
26.5%	14	لا
49%	42	ربما
100%	78	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

الشكل رقم 20 يمثل توزيع عينة المبحوث عنهم حسب تأثير سلوكياتهم من مضامين الإستغرام والتي جعلت منهم مواطنين صالحين ومتكيفين مع قيم مجتمعهم ودينهم:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (نسخة 23)

من خلال الجدول والشكل رقم 20 يتضح لنا أن أكبر نسبة من مستخدمي الإستغرام التي جعلت منهم مواطنين صالحين كانت اجابتهم برما والتي قدرت بنسبة 49% ثم تليها النسبة المبحوثين الذين كانت اجابتهم لا والتي قدرت ب 26.5%، ثم تأتي آخر نسبة وهم التي كانت اجابتهم بنعم والتي قدرت ب 24.5%.

النتائج العامة للدراسة:

- 1- توصلنا من خلال غرض بيانات المحور الخاص بالبيانات الشخصية الى أن الإناث هن أكثر استخداما للإنستغرام من الذكور.
- 2- وان أغلبية مستخدمي الإنستغرام في هذه الدراسة هي الشريحة العمرية من 20 الى 24 سنة وهي أكثر فئة مقارنة بغيرها وأغليبتهم من المستوى الجامعي.
- 3- قد تبينت أن معظم أفراد العينة يستخدمون الإنستغرام في حياتهم اليومية أحيانا وهذا من خلال نسبتها المرتفعة نظرا لاستخدام بقية أفراد العينة للمواقع الأخرى على غرار الإنستغرام.
- 4- نرى ان اغلبية مستخدمي الإنستغرام حدد فترة استخدامه بأكثر من سنتين وهذا ما ساهم لديهم في عملية التفاعل والاندماج في هذا الموقع.
- 5- نلاحظ ان الوقت المفضل لاستخدام الإنستغرام لدى المبحوثين هو أقل من ساعة وظهر ذلك من خلال نتائج الاستبيان.
- 6- يمثل اقبال عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية بشكل كبير وهذا ما ساهم في عملية التفاعل السريع مع الصداقاء وملاً وقت الفراغ عبر هاته الشبكات.
- 7- نرى بان كيفية تصفح عينة الدراسة للإنستغرام كانت شخصية وذلك من خلال نسبتها المرتفعة وهذا للإنستغرام يرجع الى تفضيل المبحوثين بأن تكون صفحاتهم على الإنستغرام محصورة على الأصدقاء والمتابعين لصفحاتهم فقط.
- 8- نجد بأن الإشباع المحققة في التفاعل على الإنستغرام بالنسبة لعينة الدراسة هو من خلال الفهم الأكثر للموضوعات من خلال الصور.
- 9- اختلفت في مواضيع الإنستغرام جعل من عينة الدراسة ان تطالع او تفضل مشاهدة الموضوعات الثقافية على غرار الموضوعات الأخرى.
- 10- يمثل عدد متابعي افراد عينة الدراسة على الإنستغرام من 30 الى 60 متابع.
- 11- تمثل مضامين الشبكات الاجتماعية أحيانا في تغيير سلوك الفرد وهذا راجع الى عدم استخدام المبحوثين بشكل دائم للإنستغرام.
- 12- تساهم مضامين شبكات التواصل الاجتماعي في الانفتاح على العالم لاكتساب سلوكيات متنوعة كالاقتصادية والأخلاقية والدينية وغيرها.

- 13-** يرى غالبية الباحثين بأن مضامين الإنستغرام لا تؤثر على القيم الدينية داخل المجتمع على غرار المواقع الأخرى.
- 14-** تساهم الجوانب القيمة لتأثير الوسائط الاجتماعية على حسب الباحثين في العزلة الاجتماعية وهذا راجع لوجود بعض السلوكيات المنتشرة في هاته الشبكات وعلى المواقع.
- 15-** نلاحظ بأن الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام ربما من علاقات المستخدمين بالآخرين. ويرجع ذلك الى كثافة أو انخفاض درجة استخدام الإنستغرام.
- 16-** يمثل توزيع عينة الدراسة التطور العلائقي في خلق الاندماج الاجتماعي وهذا من خلال تبادل الخبرات والمعلومات والمعارف وأيضا من خلال نقل الحداث والأفكار.
- 17-** نرى بأن مضامين الإنستغرام ربما تؤثر في سلوكيات الباحثين التي جعلت منهم مواطنين صالحين ومكتيفين مع قيمتهم ومجتمعهم ودينهم وهذا من خلال المنشورات من صور وفيديوهات المشاركين في هذا الموقع(الإنستغرام) .

خاتمة

عامّة

خاتمة عامة:

من خلال تطرقنا لهذه الدراسة حاولنا التعرف على استخدام الأنستغرام وأثره على التغيير القيمي في الأسرة الجزائرية وذلك لأهمية الشبكات الاجتماعية لما لها من تأثيرات على القيم ، وأن استخدام الانستغرام بات ضرورة يحتمها الواقع المعاصر في ظل ظهور التكنولوجيا وتطبيقات اتصالية جديدة تفرض وجودها في حياة الناس الذين وجدو في هذه التكنولوجيا ومن ضمنها مواقع التواصل الاجتماعي ومن بين هاته المواقع الإنستغرام الذي بات متنفسا لهم لتفريغ شحناتهم وتلبية رغباتهم ، من تواصل وترفيه وتسلية وتثقيف ، لكن لا ننسى أن لديه آثار جانبية يسببها للأشخاص من عزلة واكتئاب وتغيير في قيمهم .

حيث هذه الدراسة تحتاج مزيدا من البحث والتقصي بشكل أعمق باعتبار هذا الموضوع لايزال حديث الساعة، ولعل هذه الدراسة تفتح باب جديد للبحث من زاوية أخرى، لاستكمال بعض النقائص ولفهم أفضل للقيم الاجتماعية في الواقع الافتراضي، اذ يمكن التركيز على دراسة تأثير موقع الإنستغرام على سلوك الفرد.

قائمة المراجع

- الكتب:

- (1) نصير بوعلي: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، مكتبة اقرأ، قسنطينة، الجزائر
- (2) فتحي حسين عامر: علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2012،
- (3) بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،
2011
- (4) علي عبد الفتاح كنعان: نظريات الاعلام، دار اليازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016
- (5) محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010
- (6) منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012
- (7) محمد البدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الادبية، دار المعارف للطباعة والنشر، سوسة
تونس، 1998
- (8) موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر أمين صحراوي وآخرون،
ط2، دارالقصبة، الجزائر
- (9) محمد زيان عمر، البحث العلمي . مناهجه وتقنياته، مطبعة خالد حسين الطرابيشي، جامعة
الملك عبد العزيز السعودية، 1985
- (10) مصطفى عمر السيد أحمد: البحث العلمي، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002
- (11) مصطفى حميد الطائي: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية،
دار الوفاء، الإسكندرية، 2007
- (12) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2007
- (13) منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007
- (14) زواتي رشيد: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر،
1428 هـ
- (15) أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،
الجزائر، 2007
- (16) مروان عبد الحميد براهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الرواق
للنشر، عمان، 2000

قائمة المراجع

- (17) محمد شفيق: الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999
- (18) علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014
- (19) عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الاردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008
- (20) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2012
- (21) علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014
- (22) عبد القادر القصير: الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية، دراسة ميدانية في علم الاجتماع الحضري والأسري، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1999.
- (23) عبد المجيد سيد منصور، زكرياء أحمد الشربيني: الأسرة على مشارف القرن 21، الفكر العربي، القاهرة، 2000
- (24) احسان محمد الحسن: البناء الاجتماعي والطبقية، دار الطبعة، بيروت، 1983
- (25) سيد رمضان: إسهامات الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والسكان، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1999
- (26) محمد العقلة: نظم الأسرة في الإسلام، مكتبة الرسالة الحديثة، عمان، الأردن، 2018
- (27) إبراهيم أبو محمد: منظومة القيم ودورها في التجديد والنهضة، دار العواصم، القاهرة، 2009
- (28) علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية، دار طيبة، بيروت، 1980
- مقالات:**
- (1) عبد الحفيظ بولزرق: مجلة الباحث الاجتماعي (بين التغيير والتناقص الاجتماعي)، جامعة قسنطينة، الجزائر
- (2) سامية بن رمضان، التغيير القيمي وأثره على اتجاهات الشباب في المجتمع الجزائري، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة خنشلة، الجزائر، العدد 07، 2013

رسائل جامعية:

- (3) مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات اجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012
- (4) فريال موهون: دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات العامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019
- (5) دنيا عقون وفارس كاتب: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016
- (6) سعدية خاخة وعزيزة بوقفة وآخرون: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014
- (7) نعيمة جواد: استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل "الفيسبوك نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المستخدم للفيسبوك، شهادة الماستر في العلوم الإسلامية والإنسانية، مجال العلوم الاجتماعية، جامعة الوادي، 2013،
- (8) عبد الرحمان عزي ونصير بوعلي: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، دار الرسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010

معاجم وقواميس:

- (1) إبراهيم مصطفى: المعجم الوسيط، دار احياء التراث العربي، بيروت

مراجع باللغة الأجنبية:

1-Asako kazumistu: Social intelligence design in online chat communication ، al à Society ، voll9 ، 2005، p 65.

2- www. Arageek.com Il التاريخ الزيارة 24\02\2020 Il 12: 51

- 3- Nawafalmalki.blogspot. comll تاريخ الزيارة 25/03/2020ll
10:21
- 4- Josef Sumpf et Michel Hugues: **Dictionnaire de Sociologie**،
Librairie، Larousse، Paris،
1973، P131.
- 5- 2016 Pierre collerette: le changement organisationnel،
AGMV Marquits Québec،canada،2002، p 21.

الشبكة العنكبوتية:

- 1 -<https://ar.wikipedia.org/wiki/انستغرام>

قائمة الملاحق

الملحق 01: الاستبيان



البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 20 الى 24 من 25 الى 29 من 30 الى 34
- 3- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي
- جامعي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الإنترنت:

1- هل تستخدم الإنترنت في حياتك اليومية؟

غالبا أحيانا نادرا

2- منذمتى أنت تستخدم الإنترنت؟

أقل من سنة من سنة إلى أكثر من سنتين

3- متى تفضل أن تتصفح الإنترنت؟

صباحا مساء ليلا

حسب الظروف

4- كم ساعة تقضيها على الإنترنت يوميا؟

أقل من ساعة ساعة إلى أكثر من ساعتين

قائمة الملاحق

5- إقبالك على الشبكات الاجتماعية يكون بشكل:

ضعيف متوسط كبير

المحور الثاني: دوافع استخدام الإنستغرام لدى الأسر الجزائرية:

1- ما هو الدافع وراء استخدامك للإنستغرام؟

كثرة إقبال عليها ملئ وقت الفراغ شهرة الموقع
التفاعل السريع مع الأصدقاء

2- هل صفحتك على الإنستغرام تكون؟

شخصية متاحة لأفراد العائلة للأصدقاء للجميع

3- ماهي الإشباعاات المحققة منتفعا لك في صفحتك على الإنستغرام؟

اكتساب مهارات جديدة الفهم الأكثر للموضوعات من خلال الصور
والفيديوهات التفاعل والترابط الاجتماعي

4- أينو عنالموضوعاتتفضلمشاهدتها علنا للإنستغرام؟

السياسية ثقافية اقتصادية

5- كم لديك من شخص على حسابك على الإنستغرام؟

من 30 الى 60 من 60 الى 100 من 100 فما فوق

المحور الثالث : الجانب القيمي لمضامين شبكات التواصل الاجتماعي وإنعكاساته
على تغيير سلوكيات الأسر الجزائرية:

1- هل أدت مضامين الشبكات الاجتماعية الى تغيير سلوك الأسر؟

دائما أحيانا نادرا

قائمة الملاحق

2-برأيك ماهي أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي؟

العزلة الإنفتاح على العالم الترابط الاجتماعي

أخرى أذكرها.....

3-هل أثرت مضامين الشبكات على قيمك الدينية داخل مجتمعك؟

نعم لا

4-كيف أثرت الشبكات الاجتماعية على وسطك الاجتماعي الذي تعيش فيه من ناحية القيم الاجتماعية؟

العزلة الاجتماعية زيادة التعاون خلق أسلوب الحوار

أخرى أذكرها.....

5-هل الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام أدى الى تطوير علاقتك بالآخرين؟

نعم لا ربما

6-اذا كانت الإجابة بنعم مانوع هذا التطوير العلائقي؟

خلق الإندماج الاجتماعي تعزيز مبدأ المشاركة

7-هل ترى بأن سلوكيات المكتسبة من مضامين الإنستغرام جعلتك مواطن صالحا ومتكيف مع قيم مجتمعك ودينك؟

نعم لا

قائمة الملاحق

الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	اسم ولقب المحكم	الدرجة العلمية	الكلية/ الجامعة
01	الأستاذ رابح رباب	استاذ محاضر	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
02	الاستاذ عبد القادر بودربالة	استاذ محاضر	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
03	الاستاذة جيتي نادية	أستاذة محاضرة	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

الملحق رقم 03:

نتائج الدراسة الاستطلاعية والاساسية

حساب المستوى في استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التغيير القيمي في الاسرة
الجزائرية حسب الجنس

01-الجنس:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	26	32.9	32.9	32.9
أنثى	53	67.1	67.1	100.0
Total	79	100.0	100.0	

حساب المستوى في استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التغيير القيمي في الاسرة
الجزائرية حسب السن

02-السن:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 20 - 24 سنة	33	41.8	41.8	41.8
من 25 - 29	26	32.9	32.9	74.7
من 30 - 34	20	25.3	25.3	100.0
Total	79	100.0	100.0	

قائمة الملاحق

حساب المستوى في استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التغير القيمي في الاسرة
الجزائرية حسب المستوى التعليمي

- 03 المستوى التعليمي:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid متوسط	1	1.3	1.3	1.3
ثانوي	1	1.3	1.3	2.5
جامعي	77	97.5	97.5	100.0
Total	79	100.0	100.0	

حساب المتوسط والوسيط والانحراف المعياري في استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التغير
القيمي في الاسرة الجزائرية المحور الأول

Statistics

		01 - هل تستخدم الإنستغرام في حياتك ؟	02 - منذ متى و انت تستخدم الإنستغرام ؟	03 - متى تفضل تصفح الإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)	04 - كم ساعة تقضيها على الإنستغرام في اليوم ؟	05 - إقبالك على الشبكات الاجتماعية يكون بشكل ؟
N Valid	79	79	79	79	79	79
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	1.9241	2.1646	4.4177	1.4177	2.4304	
Median	2.0000	2.0000	5.0000	1.0000	3.0000	
Std. Deviation	.74717	.85381	.94201	.74434	.63415	

حساب التكرارات والنسب المئوية لفقرات المحور الاول

- 01 هل تستخدم الإنستغرام في حياتك ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غالبا	25	31.6	31.6	31.6
أحيانا	35	44.3	44.3	75.9
نادرا	19	24.1	24.1	100.0
Total	79	100.0	100.0	

- 02 -

منذ متى و انت تستخدم الإنستغرام؟

قائمة الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من سنة	23	29.1	29.1	29.1
من سنة إلى سنتين	20	25.3	25.3	54.4
أكثر من سنتين	36	45.6	45.6	100.0
Total	79	100.0	100.0	

03 - متى تفضل تصفح الإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid صباحاً	1	1.3	1.3	1.3
ظهراً	3	3.8	3.8	5.1
مساءً	10	12.7	12.7	17.7
ليلاً	13	16.5	16.5	34.2
حسب الظروف	52	65.8	65.8	100.0
Total	79	100.0	100.0	

04 - كم ساعة تقضيها على الإنستغرام في اليوم ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من ساعة	58	73.4	73.4	73.4
من ساعة إلى ساعتين	9	11.4	11.4	84.8
أكثر من ساعتين	12	15.2	15.2	100.0
Total	79	100.0	100.0	

05 - إقبالك على الشبكات الاجتماعية يكون بشكل ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ضعيف	6	7.6	7.6	7.6
متوسط	33	41.8	41.8	49.4
كبير	40	50.6	50.6	100.0
Total	79	100.0	100.0	

قائمة الملاحق

حساب المتوسط والوسيط والانحراف المعياري في استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التغيير
القيمي في الأسرة الجزائرية المحور الثاني

Statistics

	01 - ما هو الدافع وراء استخدامك للإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)	02 - هل صفحتك على الإنستغرام تكون ؟	03 - ماهي الاشباع المحققة من تفاعلك في صفحتك للإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)	04 - أي نوع من الموضوعات تفضل مشاهدتها على الإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)	05 - كم لديك من شخص على حسابك في الإنستغرام ؟
N Valid	79	79	79	79	79
Missing	0	0	0	0	0
Mean		2.6456			1.8608
Median		3.0000			2.0000
Std. Deviation		1.24074			.90205

حساب التكرارات والنسب المئوية لفقرات المحور الثاني

01 - ما هو الدافع وراء استخدامك للإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid كثرة الاقبال عليه	8	10.1	10.1	10.1
ملى وقت الفراغ	34	43.0	43.0	53.2
شهرة الموقع	17	21.5	21.5	74.7
التفاعل السريع مع اصديقاتك	20	25.3	25.3	100.0
Total	79	100.0	100.0	

02 - هل صفحتك على الإنستغرام تكون ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid شخصية	24	30.4	30.4	30.4
متاحة لأفراد العائلة	7	8.9	8.9	39.2
للأصدقاء	21	26.6	26.6	65.8
للجميع (العامه)	27	34.2	34.2	100.0
Total	79	100.0	100.0	

03 -

ماهي الاشباع المحققة من تفاعلك في صفحتك للإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اكتساب المهارات الجديدة	21	26.6	26.6	26.6
الفهم الاكثر للموضوعات من خلال الصور	21	26.6	26.6	53.2
الفيديوهات	13	16.5	16.5	69.6
التفاعل والترابط الاجتماعي	24	30.4	30.4	100.0

قائمة الملاحق

	Total	79	100.0	100.0
--	-------	----	-------	-------

- 04 أي نوع من الموضوعات تفضل مشاهدتها على الإنستغرام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid السياسة	6	7.6	7.6	7.6
الثقافة	31	39.2	39.2	46.8
الاقتصاد	10	12.7	12.7	59.5
أخرى	32	40.5	40.5	100.0
Total	79	100.0	100.0	

- 05 كم لديك من شخص على حسابك في الإنستغرام ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 30 إلى 60	38	48.1	48.1	48.1
من 60 إلى 100	14	17.7	17.7	65.8
أكثر من 100	27	34.2	34.2	100.0
Total	79	100.0	100.0	

حساب المتوسط والوسيط والانحراف المعياري في استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على التغيير
القيمي في الاسرة الجزائرية المحور الثالث

Statistics

	01 هل أدت مضامين الشبكات الاجتماعية إلى تغيير سلوك الفرد ؟	02 برأيك ما هي أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي ؟	03 هل أثرت مضامين الشبكات على قيمك الدينية داخل مجتمعك ؟	04 كيف أثرت الشبكات الاجتماعية على وسطك الاجتماعي الذي تعيش فيه من ناحية القيم الاجتماعية ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)	05 هل الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام ادى إلى تطوير علاقتك بالآخرين ؟	06 إذا كانت اجابتك " بنعم " ، ما هو هذا التطور العلائقي ؟	07 هل ترى بأن السلوكيات المكتسبة من مضامين الإنستغرام جعلتك مواطن صالحا و متكيف مع قيم مجتمعك و دينك ؟
N Valid	79	79	79	79	78	47	78
Missing	0	0	0	0	1	32	1
Mean	1.8861	2.0127	1.7089		2.1154	1.4255	2.2564
Median	2.0000	2.0000	2.0000		2.0000	1.0000	3.0000
Std. Deviation	.53078	.86963	.45719		.89705	.49977	.87440

قائمة الملاحق

حساب التكرارات والنسب المئوية لفقرات المحور الثالث

01 - هل أدت مضامين الشبكات الاجتماعية إلى تغيير سلوك الفرد ؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دائما	16	20.3	20.3	20.3
	أحيانا	56	70.9	70.9	91.1
	نادرا	7	8.9	8.9	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

02 - برأيك ما هي أهم السلوكيات الناتجة عن مضامين شبكات التواصل الاجتماعي ؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	العزلة	23	29.1	29.1	29.1
	الانفتاح على العالم	38	48.1	48.1	77.2
	الترايط الاجتماعي	12	15.2	15.2	92.4
	أخرى	6	7.6	7.6	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

03 - هل أثرت مضامين الشبكات على قيمك الدينية داخل مجتمعك ؟

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	23	29.1	29.1	29.1
	لا	56	70.9	70.9	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

قائمة الملاحق

04 - كيف أثرت الشبكات الاجتماعية على وسطك الاجتماعي الذي نعيش فيه من ناحية القيم الاجتماعية ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid العزلة الاجتماعية	25	31.6	31.6	31.6
زيادة التعاون	14	17.7	17.7	49.4
خلق أسلوب الحوار	31	39.2	39.2	88.6
أخرى	9	11.4	11.4	100.0
Total	79	100.0	100.0	

05 - هل الجانب القيمي لمضامين الإنستغرام أدى إلى تطوير علاقتك بالآخرين ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	27	34.2	34.6	34.6
لا	15	19.0	19.2	53.8
ربما	36	45.6	46.2	100.0
Total	78	98.7	100.0	
Missing System	1	1.3		
Total	79	100.0		

06 - إذا كانت اجابتك " بنعم " ، ما هو هذا التطور العلائقي ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid خلق الانتماء الاجتماعي	27	34.2	57.4	57.4
تعزيز مبدأ المشاركة	20	25.3	42.6	100.0
Total	47	59.5	100.0	
Missing System	32	40.5		
Total	79	100.0		

07 - هل ترى بأن السلوكيات المكتسبة من مضامين الإنستغرام جعلتك مواظن صالحا و متكيف مع قيم مجتمعك و دينك ؟

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	22	27.8	28.2	28.2
لا	14	17.7	17.9	46.2
ربما	42	53.2	53.8	100.0
Total	78	98.7	100.0	
Missing System	1	1.3		
Total	79	100.0		