

جامعة عمار ثليجي الأغواط  
كلية العلوم الاجتماعية  
قسم علم الاجتماع الديموغرافيا



الموضوع

## صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي و وتأثيره على سلوك الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة بالأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص : علم اجتماع اتصال

### لجنة المناقشة

<u>الاسم واللقب</u>	<u>الدرجة العلمية</u>	<u>الصفة</u>
بن شاعة بيران	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
رشيد بكاي	أستاذ محاضر	مشرفا ومقررا
بلحبيب بشير	أستاذ تعليم عالي	مناقشا

تحت اشراف الاستاذ:

الدكتور / بكاي رشيد

إعداد الطالبة:

- فاطمة الزهراء قيزانة
- خديجة عيداوي

السنة الجامعية 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرّفان

الحمد لله الذي ما تم جهد ولا ختم سعي الا بفضلله وتوفيقه  
أتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا اقدس  
رسالة في الحياة.

إلى الذين مهدولنا طريق العلم والمعرفة..  
وأخص بجزيل الشكر والتقدير والعرّفان للأستاذ المشرف

**الدكتور بكاي رشيد**

الذي كان له الفضل بعد الله تعالى في اتمام هذا العمل وعلى ماقدمه لنا من  
توجيهات ومعلومات ساهمت في إثراء موضوع دراستنا  
كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل اساتذة قسم علم الاجتماع والديمغرافيا.  
واتقدم بجزيل الشكر والعرّفان الى كل الطلبة الجامعيين على تعاونهم معنا  
واشكر كل من قدموا لنا يد العون لإنجاز هذا العمل.

# إهداء

بكل الحب والامتنان اهدي عملي هذا للأشخاص الذين كان لهم الدور الاول في نجاحي وانجاز هذا العمل في المقام الاول اهدي عملي هذا الى **امي سعيدة** و**ابي السعيد** الذين اضاءا دربي بحبهم ودعمهم وغمراني بدعواتهم التي كانت نبرا اساسا لي في كل خطوة.

الى من خطت معي خطوات هذا البحث وتحملت مع اعباءه ومشقته صديقتي واختي

## خديجة

الى سندي واحبابي واخوتي

محمد، عمر، لزهاري، عبد القادر، لخضر.

واخواتي الحبيبتين

## ريم، وخيرة

اللتان كانتا لي عوننا وسندا وجودهما في حياتي نعمة لا تقدر بثمن

الى رفيقاتي عبير، سارة، امال هاجر لدعمكن وتشجيعكن الذي كان له اثر في رحلة بحثي وفي حياتي

الشخصية وحتى الى كل زملاء وزميلات مسيرتي الدراسية بكل اطوارها

ولكل من اعطاني يد العون من قريب او من بعيد وساعدني في انجاز هذه المذكرة

وأخص بالذكر المشرف الدكتور

بكاي رشيد....

## فاطمة الزهراء

# إهداء

## بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي ما نجحنا وما علونا ولا تفوقنا الا برضاه

الحمد لله الذي ما اجتزنا دربا ولا تخطينا جهدا الا بفضلہ واليه ينسب الفضل والكمال والاكمال

{ وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين }

اهدي هذا النجاح لنفسي اولا ثم الى كل من سعى معي لإتمام هذه المسيرة ودمتم لي سندا لا عمر له الى من لا ينفصل اسمي عن اسمه ذلك الرجل العظيم رجل علمني الحياة بأجمل شكل وبذل كل ما بوسعه

ولم يبخل مأمني الوحيد وفرحتي الدائمة (والدي الحبيب) أدامك الله لنا

والى نبراس أيامي ووهج حياتي إلى التي ظلت دعوتها تضم اسمي دائما معلمتي الاولى وصديقة أيامي

(والدتي الحنوننة)

والى من شد الله بهم عضدي فكانوا خير معين

(اخوتي واخواتي)

وأخيرا من قال أنا لها "نالها" وأنا لها وان ابت رغما عنها أتيت بها ها هو اليوم العظيم هنا اليوم الذي أجريت سنوات دراستي الشاقة حاملة به حتى تواليت بمنه وكرمه الفرحة التمام فالحمد لله الذي ما تيقنت

به خيرا وأملا إلا وأغرقني سرورا ينسيني مشقتي

# خديجة

## ملخص الدراسة:

جاءت دراستنا بعنوان صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرها على سلوك الشباب الجامعي " دراسة لطلبة جامعيين

وانطلقت دراستنا من الإشكالية: ما مدى تأثير صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي؟

وتتفرع الإشكالية العامة للدراسة إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:

- ما هي عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف يتعرض الشباب لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل محتويات صناع المحتوى أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب؟
- ما الآثار التي يتركها صناع المحتوى على سلوكيات الشباب؟

نهدف من خلال دراستنا الى التعرف على تأثير صناع محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الطالب الجامعي، وفي دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي وأداة جمع البيانات تمثلت في الاستبيان لدراسة مجتمع الدراسة المتكون من 100 طالب جامعي حيث توصلنا الى النتائج التالية:

1. طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة زمنية معينة تختلف من طالب الى اخر واكثر لمدة زمنية تفوق ساعتان واكثرها في الفترة الليلة والتي بها وقت فراغ لطالب نظرا لارتباطاته التعليمية في الفترة الصباحية والمسائية

2. طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط نادرا ما تعدل محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكياتهم ومنهم من نسبة عكس ذلك محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعدل في سلوكياتهم العاطفية والتعليمية والفكرية والأخلاقية والدينية حسب محتويات صناع المحتوى الذين يتابعونهم.

3. تأثيرات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الشباب الجامعي ومنهم طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط مواطنون صالحون ومتكيفون مع قيم مجتمعهم ودينهم وخلقت عندهم سلوكيات دخيلة بممارساتهم اليومية.

## Study summary

Our study was titled “Creating content through social networking sites and its impact on the behavior of university youth,” a study of university students

Our study began with the problem: To what extent does content creation via social media influence the behavior of university youth?

The general problem of the study is divided into a set of sub-questions:

- What are the habits and patterns of young people following content creators on social media sites?
- How are young people exposed to the content of content creators on social media sites?
- Did the content creators’ content lead to the creation of new behaviors among young people?
- What effects do content creators have on youth behavior?

Through our study, we aim to identify the impact of content creators via social networking sites on university student behavior. In our study, we relied on the descriptive approach and the data collection tool represented by the questionnaire to study the study population consisting of 100 university students, where we reached the following results:

.1 First-year students in the joint stream of humanities at the University of Laghouat at the University of Laghouat follow content creators’ posts via social media sites for a specific period of time that varies from one student to another, and more for a period of time exceeding two hours, most of which is in the night period, which has free time for a student due to his educational commitments in the morning and evening period.

.2 First-year students in a common stream of humanities at the University of Laghouat. The contents of content creators via social media sites rarely modify their behaviors, and some of them have a percentage that is the opposite. The contents of content creators via social media sites modify their emotional, educational, intellectual, moral, and worldly behaviors according to the contents of the content makers they follow.

3. The influences of content creators through social media sites have made university youth, including first-year students in the common human sciences at the University of Laghouat, good citizens who adapt to the values of their society and religion, and have created alien behaviors in their daily practices

الفهرس

## فهرس المحتويات

شكر وعرفان .....	
ملخص الدراسة:.....	
Study summary .....	
فهرس المحتويات.....	
مقدمة:.....	أ
الفصل الأول الإطار العام للدراسة .....	
1- الإشكالية:.....	4
2- فرضيات الدراسة:.....	5
3- أسباب اختيار الموضوع.....	6
4- أهمية الدراسة .....	6
5- أهداف الدراسة .....	6
6- تحديد المفاهيم:.....	7
7- المقاربة النظرية للدراسة:.....	11
8- الدراسات السابقة.....	18
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.....	20
تمهيد:.....	21
المبحث الاول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.....	22
المطلب الاول: شبكات التواصل الاجتماعي.....	22
المطلب الثاني: نشأة التواصل الاجتماعي.....	23
المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....	25
المطلب الرابع: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.....	27
المبحث الثاني: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي واثارها .....	32
المطلب الأول: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.....	32
المطلب الثاني: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:.....	34
الفصل الثالث صناعة المحتوى وسلوك الشباب.....	27

38	المبحث الأول: مدخل الى صناعة المحتوى
38	المطلب الأول: نشأة وتطور صناعة المحتوى:
39	المطلب الثاني: أشكال صناعة المحتوى:
40	المطلب الثالث: أهداف صناعة المحتوى:
40	المطلب الرابع: خطوات صناعة المحتوى:
42	المبحث الثاني: تأثيرات صناعة المحتوى على سلوك الشباب
42	المطلب الاول: تعريف سلوك الشباب وأهمية دراسته
44	المطلب الثاني: خصائص وأنواع السلوك عند الشباب
47	المطلب الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على السلوكيات عند الشباب
	الفصل الرابع الجانب الميداني للدراسة
51	1. حدود الدراسة:
51	2. منهج الدراسة:
52	3. مجتمع الدراسة وعينته:
53	4. أدوات جمع البيانات:
54	5. تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان
70	6. النتائج العامة لدراسة
74	خاتمة:
76	قائمة المراجع
	الملاحق

مقدمة

## مقدمة:

يعتبر الإنسان فضولياً لاكتشاف كل ما هو جديد على عالمه الذي يعيشه، فكلما منا يبحث عن معلومات جديدة من عوالم وثقافات مختلفة إذ بوصول الانترنت إلى الساحة أضفت إلى الحياة البشرية الكثير من المظاهر، وغيرت نمط الحياة كلياً ومن بين تلك المظاهر نذكر منها المواقع الالكترونية المتعددة الخدمات، كظهور العديد من المواقع الاجتماعية التي أتاحت لنا بشكل سهل وسلس الاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع خاصة منهم فئة الشباب.

عند ظهور العديد من المواقع الاجتماعية كموقع الفيسبوك واليوتيوب، والتيك توك وغيرها من المواقع والتي تعتبر من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الناس والمجتمعات في كافة أنحاء العالم، بحيث أتاحت الفرصة للجميع لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم، متجاوزين في ذلك الحدود الجغرافية والزمنية والقيود الرقابية.

لقد نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في جذب انتباهنا وشغل أوقاتنا، فأصبح الكثير منا يقضي معظم أوقاته في تصفح حساباته للحديث مع بعض الأصدقاء أو لتبادل الصور والفيديوهات مع البعض الآخر، ذلك ما أدى بالبعض في استغلال هذا الوضع والتفكير بمنطق في كيفية الاستفادة من هذا بطرق مختلفة فظهرت عدة محتويات منها ترويجية وسياحية ومنها مصطلح صناعة المحتوى.

راجت هذه الوسيلة بكثرة في مختلف أنحاء العالم، كما أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة العديد من الشباب ومنهم الشباب الجامعي ولا يمكن الاستغناء عنها، إذ يعتبر الشباب الجامعي من أكثر فئات المجتمع تأثرات بهذه المواقع، نظراً لتأثيراتها السلبية والإيجابية على حياتهم، فصانع المحتوى هو الشخص المسؤول عن إنتاج المحتوى في جميع أشكاله، سواء كان محتوى مكتوب كالمدونات، أو محتوى مسموع كالبودكاست، ثم تطور إلى أن صار على شكل فيديوهات تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي، وتبلورت الفوائد الاقتصادية المتعددة لهذه الصناعة والتي تمثلت بخلق فرص عمل جديدة لأفراد المجتمع، وبالمساهمة ايجابياً في الدخل، اهتم الكثير من الشباب ورواد الانترنت بالانخراط في هذا المجال ترفيهياً كان أو تعليمياً من خلال منصات رقمية ذات محتويات مختلفة.

أدت هذه المحتويات التي نراها في وقتنا الحالي إلى تعلم واكتساب أساليب جديدة في حياة الشباب خاصة، فأصبحت تؤثر بشكل كبير في سلوكياتهم منها ما هي سلوكيات جميلة كتعلم موهبة أو ثقافة جديدة ومنها سلوكيات رذيلة كالنقل الأعمى من لباس وتحليقات الشعر وغيرها من أشياء لا معنى ولا قيمة لها.

انطلاقاً مما سبق ذكره، تأتي هذه الدراسة لتلقي الضوء على صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على سلوك الشباب الجامعي وجاءت دراستنا في ثلاث جوانب أولاً الجانب المنهجي وتطرقنا فيه إلى الإجراءات المنهجية للدراسة أما الجانب النظري تعرفنا فيه على صناعة المحتوى ومواقع التواصل الاجتماعي أما الجانب التطبيقي تطرقنا فيه إلى تحليل نتائج الاستبيان وصولاً إلى نتائج الدراسة وانهيانا دراستنا بخاتمة.

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

## 1-الإشكالية:

عرف العالم تطورا في تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل سريع وجذري منذ تسعينات القرن الماضي، فقد انتشرت الأقمار الصناعية ونمت التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية وأدت إلى تحولا اجتماعي غير مسبوق بفعل الثورة الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي لم تترك مجالا من مجالات الحياة إلا واقتمته بقوة وأرغمتنا على التعامل معها كواقع لا بد منه، فلا مناص من ضرورة إيجاد السبل اللازمة والطرق الملائمة للتكيف مع هذا الواقع

ومحاولة التمتع الجيد في خصم التحولات السريعة.

إن هذه التطورات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد أفضت إلى إثارة العديد من القضايا والمسائل التي لم تطرح من قبل على المجتمعات الحديثة، فبرزت شبكة أنترنت وانتشرت على نطاق واسع حيث أصبحت تمثل وسيلة إعلامية واتصالية متكاملة تجمع بين الصورة والصوت والنص المكتوب وتكتسح مختلف المجالات وحقول المعرفة. فقد قربت العالم من بعضه البعض وافتت حدوده السياسية والجغرافية على حد تعبير المفكر الكندي مارشال ماكلوهان أصبح بمثابة قرية صغيرة فلا يمكن لدولة أن تغلق حدودها وفضاءها في مواجهة المد العلمي وأثاره الوافد إليها من بلدان العالم الأخرى سيما ما يتم تداوله عبر شبكة الانترنت خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية فهي عبارة عن خدمة شاملة تتيح للمتعلم مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت. لما تمتلكه من خصائص مما تتسجم متصفح الانترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، فيروا فيها أنها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة كذلك التواصل مع العالم الخارجي كما أنها تعطي الفرص الكبيرة للمستخدمين من أجل التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية كاملة ، هذا ما جعل العديد من أصحاب المواهب للظهور وعرض مواهبهم وجذب انتباه الآخرين لهم وهذا عبر خاصية إنشاء مجموعات أو صفحات يعرض فيها حياته اليومية وأفكاره

ومشاكله تحت مسمى صناع المحتوى وهم مجموعة من الأفراد وعادة ما يكونون من الشباب ينشطون بكثرة في مواقع يتميزون بطرحهم Instagram و YouTube التواصل الاجتماعي خاصة في موقعي

لمحتويات مختلفة ومواضيع متعددة تهم فئة الشباب، مستخدمين في ذلك أسلوب قريبا من متابعيهم حتى يتفاعلوا معهم، ذلك لان هدفهم هو زيادة عدد المتابعين والتسويق للذات أو المنتج كذلك طرح قضايا الراي العام وكسب صدقات جديدة وتحقيق الربح المادي إلا أن وظيفتهم الأسمى تتمثل في التأثير على سلوك الشباب فهي الفئة الأكثر عرضة والمستهدفة كونها تتأثر بكل ما هو جديد في حياتها.

فمع تطور التكنولوجيا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وصناع المحتوى بشكل خاص أهم أحد العوامل المؤثرة في سلوك الشباب

من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتهم على سلوك الشباب وللتعمق في الموضوع أكثر طرحنا الإشكالية التالية:

**ما مدى تأثير صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي؟**

**ومنه نطرح التساؤلات الفرعية**

- ما هي عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف يتعرض الشباب لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل محتويات صناع المحتوى أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب؟
- ما الآثار التي يتركها صناع المحتوى على سلوكيات الشباب؟

**2- فرضيات الدراسة:**

- تختلف عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.
- يتعرض الشباب لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي كل حسب اتجاهه وميوله.

- لمحتويات صناعة المحتوى أثر في خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب
- هناك مجموعة من الآثار التي يتركها صناعة المحتوى على سلوكيات الشباب.

### 3-أسباب اختيار الموضوع

#### أسباب ذاتية

- \_اهتمامنا الشخصي حول التعرف على موضوع صناعة المحتوى.
- \_الميل لمعرفة استغلال الشباب نحو صناعة المحتوى.
- \_التأثر الشخصي بعالم مواقع التواصل الاجتماعي وما يقدمه صانعي المحتوى.

#### أسباب موضوعية

- \_قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه معرفيا ومنهجيا ونقص الدراسات الجزائرية التي تناولت هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل نظرا لأهميته البالغة.
- \_الانتشار الكبير لصناع المحتوى في الوسط الجزائري وتأثيره على سلوك الشباب.
- \_تحصيل المعرفة حول حجم تأثير صناع المحتوى على سلوك الشباب.

### 4- أهمية الدراسة

تكمن أهمية اختيارنا لهذا الموضوع في معرفة مدى تأثير صناع المحتوى على الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي وتسليط الضوء عليه أكثر ، كذلك أن الفئة المستهدفة في دراستنا هي فئة الشباب حيث أنهم الفئة الأكثر عرضة لوسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الانترنت، والغاية والدافع من صناعة المحتوى لان مواقع التواصل الاجتماعي مفتاح الشباب في تحقيق أهدافه وغاياته ومعرفة كيفية التعامل معها لكسب معرفة أو للشهرة وادخار المال أو لحكمة تفيد المجتمع كما تتجلى أهمية الدراسة كونها تعالج موضوعا حديثا في ظل انتشار مواقع التواصل بمختلف أشكالها.

### 5- أهداف الدراسة

- 1-التعرف على صناع المحتوى الأكثر تأثير على سلوك الشباب.
- 2-معرفة الأسباب التي تدفع الشباب للتأثر بصناع المحتوى.

- 3-الكشف عن مدى متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.  
 4-تحديد الآثار السلبية والإيجابية التي يخالفونها صناع المحتوى على سلوك الشباب.  
 5-معرفة إذا ما كان تكرر متابعة الشباب لصناع المحتوى يؤدي إلى خلق سلوكيات جديدة.

### 6- تحديد المفاهيم:

نتطرق في دراستنا هذه إلى مجموعة من المفاهيم الأساسية وبعض المفاهيم المساعدة للدراسة وعليه سيتم ذكر أهمها فيما يلي:

### 6-1 صناعة المحتوى:

-**تعريف المحتوى** : يقصد بالمحتوى كل ما يتعلق بالإنتاج الفكري الإنساني من المعلومات والأفكار والخيارات التي تخزن في مختلف الوسائط العقل البشري، والوسائط الرقمية والورقية والإعلامية والتطبيقات البرمجية وقواعد البيانات، كما يشمل المحتوى كل ما يخزن في مختلف الوسائط الورقية والإلكترونية والإعلامية والبرمجيات الإنتاجية، العاب فيديو وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني بما في ذلك المواد الخام المعلوماتية والإحصاءات.

### -تعريف صناعة المحتوى:

إن التعريف المختصر لصناعة المحتوى ينحصر في أنها صناعة تتم عن طريق مؤسسات في القطاعين العام والخاص تقوم بإنتاج مخرجات الملكية الفكرية من المحتوى المعلوماتي عن طريق الكتاب، المحررين، الخ، وهؤلاء يبيعون عملهم للناشرين والموزعين وشركات الإنتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتجهزها بطرق مختلفة ثم توزعها وتبيعها لمستهلكي المعلومات<sup>1</sup>.

**يعرف صناع المحتوى** : هم الأشخاص الذين لديهم حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي يقوم كل منهما إلى تقديم مادة إعلامية اجتماعية تناسب وتحفز الجمهور إلى الوصول إليها

<sup>1</sup> لبيب شائف محمد، صناعة المحتوى المفهوم والبنية ومقومات تطورها، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرافق للمعرض، 2006، ص 5، 6،

والتفاعل معها والتأثير عليهم<sup>1</sup>

-إجرائيا : نقصد بصناعة المحتوى في دراستنا هذه هو كل المحتويات التي تقدم في مواقع التواصل الاجتماعي عبر مجموعة من الأشخاص الناشطون الذين لديهم الكثير من المتابعين.

## 6-2 مواقع التواصل الاجتماعي:

**التعريف الاصطلاحي:** هي كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالميا، وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات والتعليقات ورسائل والصور...الخ<sup>2</sup>.

ويعرفها زهر راضي أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها لإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها<sup>3</sup>.

وتعرف كذلك أنها عبارة عن خدمة شاملة تتيح المتعلم مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتكوين الصداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى متعلمين آخرين بالإضافة إلى تقديمها مجموعة من الخدمات مثل المحادثات والرسائل الخاصة<sup>4</sup>.

وهي تلك المواقع التفاعلية التي تتيح التواصل لمستخدميها من خلال فضاء افتراضي يسمح بتبادل الصور والرسائل وتكوين الأصدقاء من كافة أنحاء العالم تجمعهم اهتمامات مشتركة<sup>5</sup>

**إجرائيا:** نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل الحسابات على شبكة الانترنت التي تنشر مواضيع ومحتويات مختلفة تقوم بتغيير سلوك الشباب.

<sup>1</sup> مصطفى سلمان، الدليل الشامل لصناعة المحتوى، جامعة الفاشر، السودان، 2021، ص5

<sup>2</sup> عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط1، القاهرة، 2017، ص55

<sup>3</sup> جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط1، 2013، ص21

<sup>4</sup> بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، العدد18، 2012، ص91.

<sup>5</sup> ثريا السنوسي، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات، 2016، ص21

**6-3- التأثير:**

- لغة : إبقاء الأثر في الشيء. واثر في الشيء ترك فيه أثرا<sup>1</sup> .

- اصطلاحا : التأثير هو عبارة عن توجيه نشاطات المنظمة أو الأفراد بالاتجاه الصحيح، عبر استخدام النشاطات الإدارية الأساسية، القيادة، التنظيم، الإشراف، والتواصل<sup>2</sup>.

والتأثير من المصطلحات المشهورة في الإعلام والاتصال حيث يعرف بأنه : ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي ( المتأثر ) ، وكلما استجاب المتلقي للرسالة، تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها، ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال<sup>3</sup>

ويعتبر التأثير حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، حدوث الأثر يتمثل فيما هو ابعده من رجوع الصدى الفوري، أو القيام بأنماط سلوكية تشير إلى حدوث الأثر بحيث يسهل الكشف عنه وقياسه<sup>4</sup>.

- إجرائيا : يقصد بالتأثير في دراستنا هو التغيير الحاصل على سلوك الشباب نتيجة صناع المحتوى.

**6-4- السلوك**

لغة : السلوك في اللغة حسب ما ورد على لسان العرب هو من مصدر سلك طريقا وسلك المكان يسلكه سلكا، وسلك الشيء أي ادخله فيه.

<sup>1</sup> ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009، ص7

<sup>2</sup> إبراهيم بن صالح الحميدان، الإقناع والتأثير، دراسة تاصيلية دعوية، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص248

<sup>3</sup> العطري بن عزوز الإعلام الجديد والشباب، مجلة فن وثقافة، العدد5 ، 21مارس2017 ، ص3

<sup>4</sup> يصرف حاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، برنامج المصالحة الوطنية كنموذج، مذكرة تخرج لنيل درجة ماجستير. موسومه، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية جامعة وهران، 2006، 2007، ص2

**اصطلاحاً:** يرى سعيد محمد لبدة وآخرون أن السلوك هو عبارة على كل ما يصدر عن الكائن الحي من تصرفات وأنشطة مختلفة عند تفاعل هذا الكائن واتصاله بالبيئة الخارجية التي يوجد بها في محاولته للتكيف معها<sup>1</sup>

السلوك هو الإفصاح عن تيارات متعددة في حالة حركة دائمة داخل أطار الشخصية ومن هذه التيارات ما يرجع إلى التكوين البيولوجي والفيزيولوجي للفرد، أو إلى الخبرات المشتركة التي اكتسبها (العواطف، الانفعالات، والعمليات الإدراكية المختلفة، أو إلى المواقف الاجتماعية التي يتعرض لها أو إلى احتمالاته بالنسبة للمستقبل<sup>2</sup>.

السلوك هو حالة من التفاعل بين الكائن الحي ومحيطه، وهو في غالبيته سلوك مكتسب، يتم من خلال الملاحظة والتعليم والتدريب، ونحن نتعلم السلوكيات البسيطة منها والمعقدة<sup>3</sup> إجرائياً: نقصد بالسلوك في دراستنا هذه التصرفات والأفعال التي يقوم بها الشباب بعد تعرضهم لمحتويات صناعات المحتوى.

## 6-6- الشباب

**لغة:** جاء في تعريف كلمة الشباب في المعجم الوسيط { هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة } ، والشباب هو الحداثة وشباب الشيء هو أوله<sup>4</sup> وفي لسان العرب لابن منظور شب الشباب: الفناء والحداثة والشباب جمع شاب .بمعنى الحداثة وفي معاجم أخرى مصطلح الشباب مشتق من شب أي صار فتياً<sup>5</sup>

<sup>1</sup>قرطي تقي الدين، دور السلوك التنظيمي في رفع الأداء الوظيفي للعاملين بالمؤسسة الرياضية دراسة ميدانية لعينة من موظفي مديرية الشباب وال رياضة-بسكرة-مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة وتسيير رياضي قسم الإدارة والتسيير الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد خيضر-بسكرة-، 2018، 2019، ص12

<sup>2</sup>عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والإعلام، الدعاية، الإعلان، العلاقات العامة، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص14

<sup>3</sup>د سامر عبد الهادي المشكلات التربوية والسلوكية، قسم الدراسات التربوية، الجامعة العربية المفتوحة، 2007، 2008، ص2

<sup>4</sup> عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط (عربي، عربي) ، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص470

<sup>5</sup> ابن منظور، لسان العرب، المجلد3، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997، ص389

وهذا ثمة تعريفات عدة لمفهوم الشباب حيث نجد من يتناولها من منظور العمر أو على أساس المعيار الزمني والبعض الآخر ينظر لها من منظور اجتماعي<sup>1</sup> الشباب هي مرحلة التطلع للمستقبل بطموحات عريضة وكبيرة، وتتراوح أعمار هذه المرحلة 25سنة - 4 . ما بين 18 ويعرف علماء النفس الشباب بأنها حالة نفسية يمر بها الإنسان تتميز بالحيوية وترتبط بالاستعداد والرغبة والقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية، وهي المرحلة التي ينتقل فيها الشخص من مرحلة كان يعتمد فيها على الآخرين، إلى مرحلة يصبح فيها معتمد على نفسه<sup>2</sup>.

**إجرائيا:** نقصد بالشباب في دراستنا هم شباب ورقلة التي تتراوح أعمارهم من 18 الى 40 سنة

، ولهم المرونة العالية في التواصل والتأثير والتأثر، إذ أنهم الأكثر مواكبة لتكنولوجيا الاتصال

والإعلام الحديثة من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

#### 7- المقاربة النظرية للدراسة:

إن دراسة تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب، لا يمكن الوصول إلى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد على مدخل نظري من نظريات الإعلام والاتصال لأنها تقدم لنا نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا بتتبع فرضياتها والاستفادة منها أيضا من خلال ما توصلت إليه، وعليه رأينا انه من الأنسب أن نستند على نظرية الغرس الثقافي من اجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة لموضوع دراستنا.

#### نظرية الغرس الثقافي:

تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي قدمت مبكرا لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، كما تهتم بالتأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الإعلام، حيث يشير الغرس إلى تقارب

<sup>1</sup> وجدي محمد بركات، أفاق التنمية لدى الشباب وتأثير المجتمع رؤية أمنية اجتماعية معاصرة مركز البحوث الأمنية،

الأكاديمية الملكية للشرطة، وزارة الداخلية، مملكة البحرين، 2008، ص8

<sup>2</sup> عباس محجوب، الشباب والتنمية، رؤية تربوية إسلامية، عالم الكتاب الحديث، عمان، الأردن، 2006، ص6

إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي، وتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام<sup>1</sup>.

هي نظرية اجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين وكان هذا في الستينات والسبعينات وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيس هو جورج ويعتقد صاحب النظرية أن الناس في المجتمعات العربية أنهم أسرى الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما بنيت من تعقيدات من مثل هذا التباين بمعنى أن أفراد الذين يتعرضون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من ذو المشاهدة<sup>2</sup>. وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة وسائل الإعلام على التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكبر<sup>3</sup>.

### فروض النظرية

قامت نظرية الغرس الثقافي على جملة من الفرضيات نوجزها كما يلي:

1- يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وذلك

لشيوخ

وجوده في المنازل وسهولة استخدامه والتعرض له حيث يجد المشاهد نفسه مستغرقاً في بيئة التلفزيون منذ الصغر ولهذا يسهم التلفزيون في عملية تنشئة الأجيال، وذلك لما يتميز به التلفزيون من خصائص غنية عن بقية الوسائل الإعلامية الأخرى من صورة وصوت

<sup>1</sup> محمود شمال حسن، سيكولوجية خطاب الفضائيات- جاذبية الصورة والثقافة الوافدة، دار الكتب العلمية بيروت- لبنان 2013، ص46

<sup>2</sup> مرزوقة بلباله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بسكرة، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر 2018-2019 - ص 21.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد احمد عبد الوهاب، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، جامعة حلوان، عالم الكتب للنشر والتوزيع .و. الطباعة، ط3، 2005، ص330

وحركة وألوان زيادة على قلة تكاليف الاستخدام ووقت ومكان الاستخدام مقارنة بالراديو والسينما والوسائل المطبوعة كل ذلك يجعل من التلفزيون أهم الوسائل الإعلام التي تترك أثارا على أفكار وقيم وشرائح وسلوكيات أفراد المجتمع .

2-يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد إذ أن التلفزيون يقوم في حياة الأفراد بعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع<sup>1</sup>

3-تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس إذ يفترض جربن أن أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس تعكس ما يقدمه التلفزيون في الرسائل التلفزيونية لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة مع الاهتمام بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية وأسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس يجب أن تتجه نحو اعتبارات العالم الواقعي كما توجه أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون<sup>2</sup>.

#### أما الفرضية الرئيسية للنظرية

-تفترض النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية كثيفو المشاهدة يختلفون في إدراكهم للواقع عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو لا يشاهدون.

-ويرى أصحاب النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثار قوية على إدراك الناس للعالم الخارجي خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة<sup>3</sup>

-يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى ، بان الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور .

-يعيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بان الدراما واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من

<sup>1</sup>حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية مصر، ط1، 1998، ص

<sup>2</sup>فريال مهنا علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دارالفكر، دمشق، 2002، ص265

<sup>3</sup>قندوز عبد القادر، مطبوعة دروس نظريات الاتصال الجماهيري، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإنسانية و. الاجتماعية، ماستر 1، 2018، ص24، 25

الخيال<sup>1</sup> .

### نقد النظرية

منذ نهاية سبعينات القرن الماضي وجهت العديد من الانتقادات إلى النظرية الثقافية رغم تأييد العديد من دارسي الظواهر الإعلامية ومن جملة تلك الانتقادات ما يلي:

- إن نظرية الغرس الثقافي أهملت متغير الدوافع، ذلك أن النظرية لم تفرق بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نطة وفي هذه الحالة يصبح الغرس متغيرا تابعا لمتغير الدوافع وليس التعرض للتلفزيون<sup>2</sup>.

- ضعف التحكم الدقيق لجريبين وزملائه في متغير دراساته، وذلك من خلال اختلاف نتائج أبحاثه بعد عمليات التحليل المتوالية، خاصة بعد إدخال متغيرات ديموغرافية أخرى أثرت على العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس<sup>3</sup> .

- من بين ما أعيب عن نظرية الغرس كذلك تركيزها على التأثير كنتيجة فقط من دون تركيزها على عملية التأثير نفسها، أي أن بحوث الغرس اهتمت بنتائج الغرس أكثر من اهتمامها بالعملية الميكانيكية التي تتم من خلالها عملية الغرس<sup>4</sup>

- تداخل فرضيات النظرية مع غيرها من النظريات الأخرى، كما تبدوا لأول وهلة فان نظرية الغرس الثقافي ذات صلة بعلم الاجتماع<sup>5</sup>

- ذكر بعض النقاد إن بعض المبحوثين قد يبالغون في الأرقام، كمبالغة في تقديرهم لساعات

<sup>1</sup>مزيان نجية، محاضرة متعلقة بمقياس نظريات الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص

<sup>2</sup> ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص304

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، مرجع سابق، ص299

<sup>4</sup>لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة3 MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، قسم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص26

<sup>5</sup>د كمال الحاج نظريات الإعلام والاتصال من منشورات الجامعة الافتراضية السورية الجمهورية العربية السورية،

مشاهدتهم للتلفزيون، أو المبالغة في عدد مرات حصول ظاهرة معينة كالطلاق، والجريمة في المجتمع.

- يؤكد بعض الباحثين انه استخدام العبارات دائما بصيغة الإيجاب قد تؤدي إلى إجابات مميزة ولذلك يوصى باستخدام عبارات بصيغتي الإيجاب والسلب معا<sup>1</sup>

**إسقاط نظرية الغرس الثقافي على الدراسة الحالية:**

تعتبر دراستنا الحالية من بين الدراسات التي تستدعي الحاجة إلى استخدام أو تطبيق نظرية الغرس الثقافي كونها تبحث في التعرض التراكمي لوسائل الإعلام وتأثيراتها على الجمهور ومنه قد ارتأينا أن هذه النظرية هي الأنسب في دراسة التعرض التراكمي لمواقع.

### نظرية الاستخدامات والإشباع

وتسمى بنظرية المنفعة، أننا نتعرض ونذكر ونتذكر الرسائل السارة لناول التي تساعدنا في إشباع احتياجاتنا أو نتوقع منها أن تشبع هذه الاحتياجات وتساؤلها عن كيفية استفادة الجمهور من وسائل الاتصال الجماهيري ، وهناك العديد من الاشباعات للتعلم عن النفس وعن الآخرين وللتعلم عن كيفية التصرف في مختلف المواقف وللإثارة وللسترخاء وللنسيان ولقضاء الوقت وبهذه النظرية يعتبر الجمهور نشط ويمكنه تحديد الاشباعات التي يريد الحصول عليها ويستخدم خبرته الاتصالية بوسائل الاتصال الجماهيري وقد تم انتقاد هذه النظرية لارتباطها بالنظرية الوظيفية والتي من افتراضاتها أن دور الجمهور نشط في تفاعله مع وسائل الاتصال المختلفة أي أن هناك دوافع للاستخدام ، هناك تنافس مابين وسائل الاتصال الجماهيري ومصادر أخرى لإشباع حاجات الأفراد كالنوم أو التحدث مع الآخرين وتفترض هذه النظرية أن الأفراد واعيين بحاجاتهم ، وقادرين علي التعبير عنها لفظيا<sup>2</sup> وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدي إدراك تأثير عواقب الفروق الفردية والتباين

<sup>1</sup> عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال مكتبة دلسي، 2005 ص 27

<sup>2</sup> د محمد منير حجاب نظريات الاتصال الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع 2010 النزهة الجديدة القاهرة مصر،

الاجتماعي علي إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلي بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال ، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام

استخدام الجمهور لوسائل الإعلام للبحث عن اشباعات في الرسالة الإعلامية ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بين الجمهور . حيث يرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسة، وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.

-يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي ، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد

1

- أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر لإشباع الأخرى لتلبية هذه الحاجات.

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

يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواه فقط<sup>2</sup>

<sup>1</sup> د محمد منير حجاب نظريات الاتصال الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع النزهة الجديدة القاهرة مصر،

2010، ص299

<sup>2</sup> أمينة أمينة جاري، فاطمة الزهراء سعداوي، المدونات التعليمية ودورها في تنمية التحصيل العلمي، مذكرة لنيل شهادة.

ماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديد، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2015 2014 ص10

## انتقادات النظرية

يري العديد من الباحثين بان نظرية الاستخدامات والإشباع لا تريد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاء، فهي تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين. يتبنى مدخل الاستخدامات والإشباع مفاهيم تتسم من المرونة مثل دافع الإشباع لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها البحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.

هناك العديد من النتائج يجب أخذها في الاعتبار مثل الإطار الاجتماعي والاقتصادي للفرد وحالته التعليمية وغير ذلك من العوامل الديمغرافية التي يختلف على أساسها اختيار الأفراد الوسيلة الإعلامية إلى جانب دوافعه واحتياجاته.

إن الحرص على تلبية حاجات أفراد الجمهور في مجالات التسلية والترفيه والهروب يؤدي إلى إنتاج مستويات هابطة من المضمون بما يؤثر سلبيا على الإطار الثقافي تنظر هذه النظرية على التعرض الجمهور لوسائل الاتصال على أنها عملية واعية وعقلانية يسعى من خلالها إشباع حاجات محددة إلا أن الملاح عادة من عادات الاستخدام هي الموجهة له<sup>1</sup>، أضف على ذلك فان الفرد قد يحصل على اشباع جديدة لم تكن مقصودة وقت التعرض وفي هذه الحالة تتأثر أنماط تعرضه في المستقبل المضمون ما أو لوسيلة من وسائل الاتصال

إسقاط نظرية الاستخدامات والإشباع على الدراسة الحالية:

من خلال العرض السابق، يمكن القول إن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في دراستنا تعد من أهم المداخل النظرية المناسبة من اجل الحصول على المعلومات الكافية حول الشباب وذلك من خلال رصد الاشباع المحققة لهم من هذا الاستخدام كما أنها

<sup>1</sup> فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر لسنة 3003 ص

تناقش الاحتياجات النفسية والاجتماعية والإشباع التي تتولد لدى الشباب الجزائري دافعا لمتابعة محتويات صناع المحتوى أو التفاعل معها.

### 8- الدراسات السابقة

دراسة حضري وئام / بوهلال شيماء ، تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب - ورقلة ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة- 2021-2022

هدف هذه الدراسة هو التعرف على مدى تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب، من اجل معرفة مؤثرات هذه المواقع على الشباب بصفة عامة.

جاءت هذه الدراسة للتعرف على اثر صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب واعتمدت هذه الدراسة على عينة قصديه من شباب ولاية ورقلة المتأثرين بصناع المحتوى والمقدر عددهم 70 شاب، أما المنهج المستخدم فهو المنهج الوصفي بغرض وصف الظاهرة المدروسة والوصول إلى نتائج، وتم الاعتماد على الاستبيان والملاحظة كأداة بحثية لإنجاز هذه الدراسة، وقد قسمت هذه الدراسة إلى فصلين الإطار المنهجي والإطار التطبيقي، بحيث توصلنا إلى مجموعة من النتائج من بينها:

إن الموقع النشط بكثرة هو الفايسبوك و أن الشباب تغير أفكارهم محتويات صناع المحتوى و الغاية من متابعة صناع المحتوى هو اكتساب معارف جديدة وأكثر المحتويات متابعة هي الجمال والموضة كذلك الكوميديا كما يفضل الشباب الفيديو في نشر المحتوى ويتمثل اثر صناع المحتوى في زيادة التعاون وخلق أسلوب الحوار وإتباع أسلوب حياة منظم هذا فيما يخص الايجابيات أما السلبيات فهي عديدة كذلك نذكر منها عدم الرضا على الواقع.

دراسة كاتب فارس بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي الموسم الجامعي 2015-2016 حيث قام الباحث بطرح تساؤل رئيسي لموضوع جاء كالآتي:

ما هو أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري؟  
ولتوضيح تساؤله أكثر قسمه إلى أسئلة فرعية:

- 1- ما هي أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية؟
- 2- ما هي دوافع استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية؟
- 3- هل الجانب أقيمي لمضامين الشبكات الاجتماعية يعكس السلوكيات الحضارية والثقافية الجزائرية وينتمي إليها الشباب الجزائري؟
- 4- هل مضامين الشبكات الاجتماعية أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب الجزائري؟

وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها:

بينت الدراسة بأن مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الذكور بنسبة 48.25 والإناث 51.75% وهذا راجع أن كليهما يستخدم الشبكات الاجتماعية ولا يوجد فرق كبير بينهما حيث أن لكل منهما احتياجات استخدامه.

-وان غالبية المستخدمين الشبكات الاجتماعية في الجزائر هي الشريحة العمرية من 20 الى

24وهي أكثر فئة مقارنة بغيرها وأغليتهم من المستوى الجامعي

-أن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية حددت فترة استخدامهم لأكثر من سنتين وبشكل يومي وأكثر من 3 ساعات حسب الوقت المفضل لديهم وهذا ما يساهم في عملية التواصل -يرى الغالبية بأن تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية تقويم مقبول بالنسبة إليهم.

**الفصل الثاني: مواقع**

**التواصل الاجتماعي**

**تمهيد:**

شهد العامل في ظل التكنولوجيات الحديثة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء افتراضي رغم بعد المسافات بين الشعوب، حيث أطلق عليها شبكات التواصل الاجتماعي وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع المتلقين والمستخدمين ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في تعريف بهذه الشبكات بالمقابل كان الفضل لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات عبر العالم

## المبحث الاول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

## المطلب الاول: شبكات التواصل الاجتماعي

يعد مفهوم التواصل الاجتماعي مثير للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته بعد أن عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا حيث تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث إلى آخر:

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنه هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في انشاء او إضافة صفحاتها وبسهولة<sup>1</sup>.

كام تعرف على أنها " منظومة من شبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"<sup>2</sup>

وجاءت في تعريف آخر هي الوسائط الانترنيتية ذات طابع التواصل كالنصوص والصور والرسائل والفيديوهات) وبعبارة اخرى هي الوسائط المنشورة التي تدعو لمحادثات وللمشاركة والتعليق والتعاطي معها من قبل المستخدمين<sup>3</sup>.

كما عرفها زايد فيري انها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن يشكلون مواقع العلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني.

عرف حمادة المجتمعات الافتراضية على انها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت تشكلت في ضوء ثروة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013-1434، ص 23

<sup>2</sup> مركز المحاسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، تويتر نموذجاً، ط1، درا المحاسب للنشر والتوزيع، 1438 الرياض، ص 17

<sup>3</sup> لوراكين، وسائل التواصل الاجتماعي والمؤسسات الخيرية، ال عدد1، رمضان 1436 يونيو 2015، ص 3

<sup>4</sup> ليلي جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 37

وهي مواقع عبر الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات او تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات ولصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحدثات الفورية ويقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت.<sup>1</sup>

وهناك عدة تعريفات خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها:

- أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية<sup>2</sup>
- كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".
- كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: نشأة التواصل الاجتماعي

عند الحديث عن نشأة تطور الشبكات الاجتماعية وجب الإشارة إلى اشراك مرحلتين أساسيتين في التطور حيث المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web1 والمرحلة الثانية

5 حسين محمد هتيمي العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ط1 دار أسامة لنشر والتوزيع عمان ص 84  
<sup>1</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 84

<sup>2</sup> د. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.

<sup>3</sup> د.علي محمد رحومة،((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م،

هي الجيل الثاني للأنترنت web2 غير أن أكثر مواقع الشبكات جماهيرية فظهرت خلال المرحلة الثانية .

**المرحلة الأولى:** يشير web1 إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس العدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساس من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب ومن ابرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة موقع سيكس ديقرز "six degress" الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وقد أخفق هذا الموقع عام 2000 ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع لميف جورنال وموقع "كابورد" الذي أنشأ في كوريا سنة 1999 وكان أبرزها ما ركز عليه مواقع الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدرج ربحا على مؤسسيها

### المرحلة الثانية:

يشير web 2 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب "مدونات"، مواقع المشاركة والوسائط المتعددة... وغيرها "اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبايس وهو موقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيسبوك، وتشهد هذه المرحلة تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين للواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك إقبال المتزايد مع مستخدمي الانترنت على مستوى العالم<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - محمد عبد المجيد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة 2007ء، ص 14.

ويوجد حالياً على الانترنت أكثر من 400 موقع شبكات اجتماعية وتتمثل أهم تلك الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنتديات، إضافة إلى مواقع عديدة مثل الويكي Wiki، والفيس بوك وتويتر إضافة إلى تلك التطبيقات التي قدمتها بعض الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل وياهو واللذان اهتمتا بالتحريير الجمعي والكتابة وبتنفيذ العروض المشتركة، ومواقع خدمات وتخزين الصور وإعادة عرضها وإرسالها مثل فليكر flicker.

ونشر مقاطع الفيديو مثل YouTube، وغيرها من الخدمات والتقنيات التي تجد اهتماما فرديا مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين، لقد أحدث هذا الاختراع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية يرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ فكر كوكبي يعمل على تغيير العالم<sup>1</sup>.

هذا ولم يقتصر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم اجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الالكترونية<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة ان هناك حقيقة علمية وهي ان

<sup>1</sup> زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، عمان، العدد 15، 2003، ص23.

<sup>2</sup> مروي عصام صلاح، الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإصدار للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 246-247

الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، لذا نجد ان لهذه المواقع خصائص ومميزات محددة منها:

1-**الشمولية** : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.

2-**التفاعلية**: فالفرد فيها كما انه مستقل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الاعلام القديم-التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ

3-**تعدد الاستعمالات**: مواقع التواصل سهلة ومرنة يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم والعالم لبحث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع.

4-**سهولة الاستخدام**: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين

5-**اقتصادية في الجهد والوقت والمال**: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكلمة يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على اصحاب الممول او حكرا على جماعة دون اخرى.<sup>1</sup>

6-**المشاركة**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الاشخاص المهتمين، انها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.

7-**الانفتاح**: معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، او انشاء التعديل على الصفحات.

8-**المحادثة**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي وسائل الاعلام عن التقليدية من خلال أتاحتها للمحادثة في اتجاهين، اي المشاركة والتفاعل مع الحدث او الخبر والمعلومة المعروضة.

<sup>1</sup> عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء لنشر والتوزيع، عمان،

9-المجتمع: وسائل الاعلام تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح واهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي او قضية سياسية او للتعلم ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

10-الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع اخرى للتواصل الاجتماعي ايضا، مثل خبر على المدونة يعجبك فترسله الى معارفك على الفيسبوك مما يسهل ويسرع في عملية انتقال المعلومات.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

#### 1-موقع الفايسبوك Markzuekerbrey

أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ الذي كان طالبا في جامعة هارفارد وسمي الفايسبوك بهذا على غرار ما كان يسمى بكتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد انتهاء الدراسة والتخرج.

وهذا ما حصل حيث اقتصر الفيس بوك في البداية على جامعة هارفارد ثم انتشر استخدامه الى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث لقي ما كان يشترط سابقا للمشارك بأن يكون يمتلك حساب بريد الالكتروني صادر عن جامعة او كلية او شركة فأصبح بإمكان اي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك بريد ان يصبح عضوا في موقع الفيس بوك وهو من اهم واشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو في هذا الموقع ان يقوم

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص 26-27

بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد ان يتعرف عليه ويتواصل معه.

يعتبر الشباب هم أكثر الفئات استخداما للفيس بوك حيث ان هؤلاء هم الأكثر من يمتلكون المهارات الحاسوبية ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت مما يمكنهم من تصميم صفحة الفيس بوك بسهولة.

**(2) تويتر Twitter:** وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر يسمح بعدد محدود من المدخلات نجد اقصى مائة أربعين حرف للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر او على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال.

وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية او عن طريق الملف الشخصي المستخدم او عن طريق البريد الالكتروني<sup>1</sup>

وقد ظهر تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvions الأمريكية ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام ومن ثم اخذ هذا الموقع بالانتشار باعتبار، خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه تويتر وذلك في أبريل عام 2007.

**(3) اليوتيوب YouTube:** هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية انطلقت من عشرات الأفكار باستخدام كلمة Tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية، تأسس هذا الموقع بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين في شركة باي بال PayPal هم تشاد هيرلي Chad harley وستيف تشين steve chen وجاود كريم Jawed karim في

<sup>1</sup> علي جليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص

ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية وفي عام 2006 اشترت شركة جوجل هذا الموقع بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليون دولار.

ويعتمد هذا الموقع تقنية الادوبي فلاش لعرض مقاطع الفيديو المطلوبة والتي تضم أفلاما مختلفة تم التقاطها من قبل هواة محترفين، إضافة الى قطع موسيقية وقد انتشر هذا الموقع YouTube انتشارا مذهلا في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو عن مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبيا والتي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة العصر.

**4) سكايب Skype:** هو عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكولاس زينشتروم والدنماركي يانوس فريس، مع مجموعة من مصوري البرمجيات، ويمكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتيا (هاتفيا) عبر الانترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة او الجوال، وقد اشترت شركة مايكروسوفت هذا البرنامج بمبلغ 8.5 مليار دولار في مايو عام 2008 وقد قامت شركة مايكروسوفت بتطوير برنامج سكايب واستحداث خدمة جديدة تدعى سكايب في مساحة العمل (skype in the work space) وهي خدمة خاصة برجال الاعمال والشركات الصغيرة الحجم حيث تتيح لهم الاعلان عن منتجاتهم او الترويج لها.<sup>1</sup>

**5) ماي سبايس Myspace:** هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية ويتيح التفاعل بين الاصدقاء اضافة الى تقديم خدمة تفاعلية اخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وافلام الفيديو، ويعتبر ماي سبايس سادس أكبر موقع على الويب الانجليزية شعبية في العالم وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006

<sup>1</sup> عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص 68

ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد ان قامت شركة نيوز كويب والتي يمتلكها امبراطور الاعلام روبرت مردوخ بشرائها بمبلغ 580 مليون دولار.

**(6) فليكر Flickr:** هو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها كما هو موقع التصوير على الانترنت، ويتيح لمستخدميه خدمة التشارك في الصور كما يتيح التعامل للزائرين عن طريق تخصيص مساحة للتعليق، ثم تم تطوير الموقع عام 2002 من قبل شركة لودي كورب Ludi Corp، وفي عام 2005 تم بيع شركة لودي كورب الى شركة ياهو وتم نقل جميع محتويات الموقع الى الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>1</sup>

كما يتيح الموقع الفرصة للتعرف على المصورين والتواصل معهم والاستفادة من خبراتهم

**(7) لينكدان LinkedIn:** هو موقع متخصص في قطاع الاعمال والشركات ويقدم هذا الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الاعمال حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل، حيث تتيح هذا الموقع للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصلة وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية.

كما أتاح هذا الموقع لينكدان في تحديثات جديدة تمت عام 2010 للمهتمين خدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات من حيث فرص العمل الجديدة.

**(8) المدونات Blogs:** هي احدى تطبيقات الانترنت وأسرعها نموا على شبكة الانترنت وتعرف المدونة الالكترونية بأنها منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الاولى من مقالات دورية وتكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيبا زمنيا معكوسا.

وتعتبر المدونات وسيلة فعالة للتعبير عما يريد المدون من يوميات وخواطر او إنتاج أدبي او نشر الأخبار، اضافة الى الموضوعات المتخصصة في فروع العلم المختلفة كالمدونات الطبية والهندسية والجغرافية، وبالتالي فالمدونة وسيلة للنشر أدت الى زيادة دور

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص 28

الشبكة العالمية كوسيلة للتعبير والتواصل، اضافة كونها وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة<sup>1</sup>

- انستغرام:

برنامج انستغرام هو وسيلة سريعة ومجانية لمشاركة حياتك مع الأصدقاء والعائلة من خلال الصور أو الفيديو، وقد ازدادت شعبيته هذا البرنامج مع الشباب، تقوم أولاً بالتسجيل في هذا البرنامج، ثم تلتقط صورة أو فيديو، وتستخدم فلترًا تحويل مظهر أي منهما، ومن ثم تصنيفها إلى انستغرام وحتى يمكنك مشاركتها على الفيسبوك، تويتر، وأكثر من ذلك، كما أن لدي هذا التطبيق ميزو تسمى "انستاغرام دايركت" تتيح للمستخدمين ارسال الصور ومقاطع الفيديو مباشرة إلى صديق معين أو مجموعة من الأصدقاء بدلا من أن تكون معروضة للجميع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص 65-66

<sup>2</sup> مجموعة من المؤلفين، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، 2014،

**المبحث الثاني: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي واثارها**

**المطلب الأول: دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي**

تجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن تلخيص المجالات التي تستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي في ما يلي:

**المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري<sup>1</sup>.

**بعد المسافات بين الأهل والأقارب:** أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سبباً هاماً للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.

**البطالة:** يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز، فيتجه إلى مواقع التواصل

<sup>1</sup> ريم ناريمان نورمان، مرجع سابق ص 53.

الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير حيث تعتبر البطالة عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدرته وأيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيايل والنصب.<sup>1</sup>

**الفضول وحب الاطلاع:** تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

**التعاون وتكوين الصداقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.<sup>2</sup>

**التسويق أو البحث عن وظائف:** في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخرج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

(1) باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م، ص121.

(2) خالد المقادي، بثورة الشبكات الاجتماعية، دار الفنائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص88.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد مع التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا.

### المطلب الثاني: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار سواء كانت سلبية أم إيجابية. وفيما يلي توضيح لبعض التأثيرات الإيجابية والإيجابية لها:

#### أولاً: التأثيرات الإيجابية:

أ- **تقريب المسافات بين القارات:** فتعد مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل.

ب- **اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات:** استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم.

ت- **مد أواصر الصداقة بين الأصدقاء القدامى:** في حين ظن الأشخاص أن صلتهم قد انقطعت عن أصدقائهم القدامى قدمت مواقع التواصل الاجتماعي يدها للتدخل بشكل قوي

وتعيد تلك الصداقات القديمة إلى الحياة مرة أخرى فهي تساعدك على استرجاع الصداقات القديمة التي كنت تظنها قد انتهت .

### ثانياً: التأثيرات السلبية:

#### أ- ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة:

أصبحت الأسرة العربية تشهد ضعفاً وتخلخلاً في تركيبها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة وزيادة العلاقة سوءاً بين الزوجين وبين الأبناء وبين الآباء وذلك بسبب الجلوس أمام التلفاز وألعاب الكمبيوتر لفترات طويلة ناهيك عما تبثه تلك الوسائل من أفكار هدامة تتعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته سواء كان زوج أو أب أو أم أو ابن وهذا ما وصل إليه بالفعل حال الأسر العربية التي انغمست بشدة في استخدام تلك الوسائل.

#### ب- التباعد بين الزوجين في مناقشة الأمور الأسرية: (1)

أصبحت السمة السائدة بين الأزواج داخل الأسرة العربية هو انشغال كل منهم بجهازه الخاص سواء كان جهاز تليفون محمول أو كمبيوتر أو متابعة الأفلام الخاصة به مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الزوجين فكل منهما مشغول بعالمه الخاص والذي لا يجد فيه وقت لمناقشة المشكلات الخاصة بالأسرة والأبناء وهو ما أدى إلى حدوث تفكك أسري وعدم دراية كل منهما بما يهدد الأسرة من أخطار لعدم وجود الوقت الكافي لمناقشتها وحلها.

#### ت- شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الأسر وخاصة بين الشباب:

من الآثار السلبية المترتبة على انتشار استخدام وسائل الاتصال الحديثة شيوع ثقافة الاستهلاك والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية فكل فرد يريد أن يحدث جهاز التليفون المحمول الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات

(1) ثريا جبريل وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة، 2002م، ص ص 43-44.

أعلى للبقاء دائما على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما تنهافت للوصول إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث وهو ما يرهق ميزانية الأسرة العربية وبالتالي تقع المشكلات الاقتصادية والتي قد تؤدي في النهاية بالأسرة بكاملها.

الفصل الثالث

صناعة المحتوى

وسلوك الشباب

## المبحث الأول: مدخل الى صناعة المحتوى

## المطلب الأول: نشأة وتطور صناعة المحتوى:

مع تنامي وتطور شبكة الأنترنت عام 1990 ظهر اتجاه نحو إتاحة الأبحاث العلمية دون مقابل مادي في الدوريات العلمية المجانية على شبكة الأنترنت، ثم بدأت الممارسات العلمية لإتاحة الانتاج الفكري دون قيود مادية عن طريق المستودعات الرقمية منذ بداية القرن الحالي بشكل اجتهادي وفردى من قبل الباحثين، وكان هذا قبل تحرك المؤسسات لإعلان المبادرات والسياسات التي تقنن الوصول الحر للمعلومات عام 2002. في نفس الوقت برزت المكتبة الرقمية كمنتج لحركة الرقمنة " التي طغت على أنشطة مرافق المعلومات عبر العالم مع بداية التسعينات، خاصة مع تسجيل تطور مذهل على محورين أساسيين، وهما صناعة الحواسيب وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، الذين مهدا للكثير من التطبيقات التكنولوجية في المكتبات ومراكز التوثيق والأرشيف، فالرقمنة من الناحية التقنية وفي تطورها التاريخي عبارة عن مرحلة جاءت بعد أن فشلت قواعد البيانات البيبليوغرافية لمصادر المعلومات من الدرجة الثالثة في تقديم الخدمات التي تستجيب لاحتياجات المستفيدين، بالإضافة إلى التطور الذي عرفته صناعة الماسحات الضوئية<sup>1</sup>.

وبذلك أصبح التحول نحو المكتبة الافتراضية الرقمية، حتمية خيار وليس اختيار في عالم المكتبات والبحث المكتبي وكان هذا الجهد الرقمي في عدة مبادرات هي كالتالي:

- مستودع Orsciv المتخصص في مجال الفيزياء أول وأشهر مستودع موضوعي في العالم أنشأه " بول جنزبرج "كموقع لتبادل الرأي حول الأوراق البحثية والمقالات العلمية عام 1991.

- مستودع Copprints للعلوم المعرفية واللغات والفلسفة.

<sup>1</sup> فاطمة محمد أحمد، المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والإفادة، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد الحادي والخمسون، الجزء

• مبادرة بودابست للوصول الحر Budapestopen Access Initiative التي أعلنت عام 2001م أول مبادرة تنادي للوصول الحر للمعلومات وتنص على ضرورة وضع الأبحاث والمقالات العلمية التي تتم إجازتها ضمن مستودعات مفتوحة لعناصر التعلم كآلية للوصول الحر للمعلومات لما هو منشور بالدوريات العلمية. وتطورات الرقمنة حتى شملت كل مناحي الحياة فكل ما يتصل بالعلوم الإنسانية أصبح متاحا على شبكة الأنترنت، ويمكن طلبه من المكتبات حول العالم سواء بشكل مجاني أو في إطار تجاري .

### المطلب الثاني: أشكال صناعة المحتوى:

أشكال صناعة المحتوى هي الصور والأساليب التي يتجلى من خلالها هذا المحتوى للجمهور والعامّة، وهي التعبير في قالب المناسب الذي يظهر المحتوى في حلة مميزة من خلال العديد من الأوجه كالقيام بصيانة وتحديث مواقع الويب، والقيام بعمليات التصوير كالتصوير الفوتوغرافي، والتصوير عن طريق الفيديو، أو عن طريق إنشاء صفحات على الانترنت أو من خلال تحديث حسابات برامج التواصل الاجتماعي ونشر تدوين وهكذا، وهي تنحصر في:

- **محتوى مقروء**: يتمثل في الكتب والمقالات من خلال النصوص الرقمية وتتمثل في : (PDF / Txt / html / XML وغيرها من اللواحق المعروفة للملفات النصية).
- **محتوى فوتوغرافي**: بالصور والصفحات المسوحة ضوئيا بالإضافة إلى النص الكامل (full texte ) التعرف الضوئي على الحروف).
- **محتوى الانفوجرافيك**: عبارة عن تمثيل مرئي للبيانات والمعلومات بهدف تبسيط مفهوم معين، ونظرا لأن البشر مخلوقات بصرية فإن المعلومات المقدمة في الرسوم البيانية يسهل فهمها وحفظها وهو محتوى مرئي أيضا لكنه محدود.
- **محتوى مرئي**: يتمثل في الفيديوهات بإنشاء مقاطع الفيديو كجزء من استراتيجية المحتوى الخاص بهم وتتجح المؤسسات في جذب انتباه الجمهور المستهدف من خلال انشاء مقاطع الفيديو التوضيحية وعرض المنتج، وما إلى ذلك<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> عطية عيسوي، المرجع السابق، ص.246

**المطلب الثالث: أهداف صناعة المحتوى:**

يمكن إيجاز أهم أهداف صناعة المحتوى رغم تعددها واختلافها فيما يلي<sup>1</sup>:

- زيادة عدد المتابعين والمشاركين للمحتوى.
- الشهرة.
- زيادة المداخيل.
- التسويق للذات أو المنتج أو خدمة معينة.
- طرح قضايا تهم الرأي العام والتأثير فيه.
- التعليم والتدريب ومشاركة الخبرات.
- كسب صدقات جديدة والتواصل مع الآخرين
- **زيادة المبيعات والفوائد:** يمكن للمحتوى الذي يتم إنشاؤه أن يزيد من فرص المبيعات والفوائد، عن طريق تزويد القراء بالمعلومات حول المنتجات والخدمات التي تقدمها وجعلها مفيدة للشراء.
- **تطوير وتعزيز العلاقات:** يمكن للمحتوى الذي يتم إنشاؤه أن يساعد في بناء وتعزيز العلاقات مع القراء والمشاركين، عن طريق تزويدهم بالمحتوى الذي يحتاجونه والتفاعل معهم من خلال التعليق<sup>2</sup>

**المطلب الرابع: خطوات صناعة المحتوى:**

لمحتوى متميز مؤثر وفعال يجب أن يلتزم صناع المحتوى بعدة مراحل مرتبة كالاتي:

- **تحديد هدف المحتوى:** مجرد التفكير بصناعة محتوى لأبد من هدف واضح ومحدد لهذا المحتوى، إذ لابد من فكرة عامة تعتبر هي محرك وروح هذا المحتوى.
- **الجمهور المستهلك لهذا المحتوى:** بعد معرفة الأهمية من المحتوى، يجب توجيه المحتوى لشريحة معينة من الجمهور التي ترغب في الاستفادة من هذا المحتوى.

<sup>1</sup> يخلف عبد الرزاق، جباية صناعة المحتوى (المؤثرين)، على شبكات التواصل الاجتماعي لتعبئة الإيرادات الضريبية

في الجزائر، مجلة دراسات جباية، المجلد 11، العدد 2، 2022، ص.71

<sup>2</sup> OPENAL CHAT GPT MAY 12 VERSION .https://iioopenai.com 2023\_05\_17 20:30

- تحديد طبيعة المحتوى المراد تقديمه: في هذه المرحلة من الضروري معرفه المحتوى المراد تقديمه سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي او من خلال الأساليب الاخرى.
  - الإخراج النهائي للمحتوى: معالجة المحتوى وترتيبه وتدقيقه بأفضل الطرق للحصول على محتوى ناجح ومتميز عن غيره من المحتويات.
- إلى هنا نكون قد تعرفنا على بعض المعلومات المهمة في صناعة المحتوى، وخطوات صناعة المحتوى، كما تعرفنا على أساليب عرض المحتوى التي من شأنها ان تقودنا نحو محتوى متميز، ينبغي ان نشير فقط الى ان الكثير من الباحثين صنف مصادر صناعة المحتوى التي من شأنها أن تقودنا نحو محتوى متميز، يبقى أن نشير فقط إلا أن الكثير من الباحثين صنف مصادر صناعة المحتوى والتي تمثلت في النشر ومختلف الوسائط والبث الجماهيري وكذلك البرامج المحتوى التي تنقسم إلى برمجيات مساهمة في الأداء وأخرى تطبيقية، وهي الأهم في دراستنا.

المبحث الثاني: تأثيرات صناعة المحتوى على سلوك الشباب

المطلب الاول: تعريف سلوك الشباب وأهمية دراسته

أولاً: تعريف سلوك الشباب

الإنسان كائن اجتماعي يعيش ويقضي معظم وقته في جماعة وفي جماعات، يؤثر فيها ويتأثر بها، ويتحدد سلوكه الاجتماعي على أساس السلوك الاجتماعي المصطلح عليه، والإنسان كائن معقد، لهذا فسلوكه على درجة عالية من التعقيد، تؤثر في تشكيله وصياغته عوامل عديدة يصعب حصرها، ولعل تداخل هذه العوامل بتأثيراتها المتبادلة لا تتيح مجالاً لوضع قوانين عامة تحكم هذا السلوك.

أولاً: تعريف السلوك

لذا فإن مستقبل الحضارة الإنسانية، في عصر كثر فيه التنازع، وتقدمت فيه وسائل الدمار والتخريب حتى أمست تهدد بقاء النوع الإنساني كله، رهن بفهم مفهوم السلوك فهماً عميقاً دقيقاً، ورهن بتوجيه كل المساعدة والدعم حتى لا يحدث أي اضطراب أو اختلال.<sup>1</sup> حيث أن الفرد المصاب باضطراب في السلوك، هو بحاجة ماسة إلى مساعدة وتدخل تربوي بأسرع وقت ممكن لتعديل سلوكه ولكي يصبح عضواً صالحاً في المجتمع.

ومنه علينا أن نتذكر أن الله طالبنا بأن ندعو للخير وننهي عن الشر، لقوله سبحانه وتعالى " ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون" صدق الله العظيم سورة ال عمران / آية 104

هناك خطأ فادح نرتكبه بحق هذا الشخص لأنه في معظم الأحيان يتجنبه المجتمع ويطلق عليه اسم المنحرف أو الشرير وما شابه ذلك من صفات سيئة. فلنتذكر أن اضطراب السلوك هو رسالة. إنه أحد أوجه التعبير عن حل الصراع الداخلي، إنه طلب اهتمام وتفهم. في كل

<sup>1</sup> اللطيف حسين فرج، الاضطرابات النفسية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 20019، ص 10-11

الأحوال أن الاضطرابات السلوكية هي دلالة عن القصور في عملية لسيطرة المنسجمة على الذات في إطار تطور الشخصية السليم والتناغم الاجتماعي.

لذا سوف نتطرق إلى مفهوم السلوك بشكل عام وما هو السلوك المقبول والسلوك غير المقبول، ثم يتم التوجه إلى تحديد المعايير للسلوك ومكوناته وخصائصه ومعايير تحديده الخ.

### ثانياً: تعريف الشباب

تعد مرحلة الشباب من أهم مراحل العمر في حياة الإنسان وقد أشار إليه القرآن الكريم إلى مراحل العمر لقوله تعالى: "يا أيها الناس إن كنتم في ريب من البعث فانا خلقناكم من تراب ثم من نطفة ثم من علقة ثم من مضخة مخلقة وغير مخلقة لنبين لكم ونقر في الأرحام ما نشاء إلى أجل مسمى ثم نخرجكم طفلاً ثم لتبلغوا أشدكم ومنكم من يتوفى ومنكم من يرد إلى أرذل العمر لكيلا يعلم من بعد العلم شيئاً وترى الأرض هامدة فإذا أنزلنا عليها الماء اهتزت وربت وانبتت من كل زوج بهيج".

وقد اعد الله سبحانه وتعالى منزلة عالية للشباب الذي ينشأ في طاعة الله حتى انه من السبعة الذين يظلهم الله فيس ظله يوم لا ظل إلى ظله فعن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم انه قال: "سبعة يظلهم الله بظله أمام عادل وشاب نشأ في عبادة الله ورجل معلق قلبه بالمساجد ورجلان تحابا في الله اجتمعا عليه وافترقا عليه ورجل دعت امرأته ذات منصب وجمال فقال إني أخاف الله ورجل تصدق بصدقة فأخفاها حتى لا تعلم شماله ما تنفق يمينه ورجل ذكر الله خاليا ففاضت عيناه (متفق عليه).

والشباب مرحلة من مراحل العمر تتمثل فيها القوة والحيوية والحركة والنشاط ومرحلة الشباب هذه جعلها الله سبحانه وتعالى وسط بين مرحلتين كلتاهما تتسم بالضعف ولقد أمر رسول الله صلى الله عليه وسلم برعاية الشباب بعناية فائقة باعتبارهم أسس فئات المجتمع إلى قبول دعوات الإصلاح ومن ناحية أخرى باعتبارهم قوة تتأرجح بالخير إذا وجهت إليه وقد تنزع إلى الشر إذا تركت وأهملت.

ثانيا: أهمية دراسة السلوك:

لكي نستطيع أن نفهم سلوك الآخرين علينا أن ندرك الأسباب التي تدعوهم لأي فعل، خيرا أم شرا كان، حتى نستطيع أن نعطي تفسيراً لأفعالهم، رغم أن هذا السلوك من قبلنا قد يكون غير صحيح، وهنا تكون القدرة على التمييز ما نراقبه بواسطة حواسنا وما نستنتجه، فهذه هي أول خطوة لفهم سلوك الآخرين.

ولكي نعطي حكماً سلبياً على الآخرين علينا أن نفرق بين الشخصية والسلوك وعدم الخط بينها. وتكمن الأهمية في فهم السلوك بما يلي:

- يساعد الفرد على فهم نفسه الذي يمكنه من اتخاذ القرار السليم لحياته.
- تهذيب الروح، وتوصل الفرد للتوازن بين جوانبه الروحية والمادية.
- دعم أمن الفرد واستقراره
- زيادة مهارات الإنسان في فهم الناس وفهم الفروق الفردية بينهم
- مساعدة الفرد في إدراك العوامل المؤثرة في أنواع السلوك المختلفة.
- توصل الفرد إلى صحة نفسية سليمة.
- تدعيم النشاط المهني للفرد، وزيادة من فرص نجاحه في العمل.<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: خصائص وأنواع السلوك عند الشباب**

**أولاً: خصائص السلوك عند الشباب:**

**القابلية للتنبؤ:** إن السلوك الإنساني ليس ظاهرة عفوية ولا يحدث نتيجة للصدفة وإنما يخضع لنظام معين، وإذا استطاع العلم تحديد عناصر ومكونات هذا النظام فإنه يصبح بالإمكان التنبؤ به، ويعتقد علماء السلوك أن البيئة المتمثلة في الظروف المادية والاجتماعية الماضية والحالية للشخص هي التي تقرر سلوكه، وكذلك نستطيع التنبؤ بسلوك الشخص بناء على معرفتنا

<sup>1</sup> نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، سنة 1999،

بظروفه البيئية السابقة والحالية، وكلما ازدادت معرفتنا بتلك الظروف وكانت تلك المعرفة بشكل موضوعي أصبحت قدرتنا على التنبؤ بالسلوك بشكل كامل، فنحن لا نستطيع معرفة كل ما يحيط بالشخص من ظروف بيئية سواء في الماضي أو الحاضر.

-**القابلية للضبط:** أن الضبط في ميدان تعديل السلوك عادة ما يشمل تنظيم أو عادة تنظيم الأحداث البيئية التي تسبق السلوك أو تحدث بعده، كما أن الضبط الذاتي في مجال السلوك يعني ضبط الشخص لذاته باستخدام المبادئ أو القوانين التي يستخدمها الضبط الأشخاص الآخرين، والضبط الذي نريده من ضبط السلوك هو الضبط الإيجابي وليس السلبي، لذلك فإن أهم أسلوب يلتزم به العاملون في ميدان السلوك هو الإكثار من اسلون التعزيز والإقلال والتقليل من أسلوب العقاب.

-**القابلية للقياس:**

بما أن السلوك الإنساني معقد لأن جزءا منه ظاهر وقابل للملاحظة والقياس والجزء الآخر غير ظاهر ولا يمكن قياسه بشكل مباشر، لذلك فإن العلماء لم يتفوقوا على نظرية واحدة لتفسير السلوك الإنساني وعلى الرغم من ذلك فالعلم لا يكون عليها دون تحليل وقياس الظواهر المراد دراستها، وعليه فقد طور علماء النفس أساليب مباشرة لقياس السلوك كملاحظة وقوائم التقدير والشطب وأساليب غير مباشرة كاختبارات الذكاء والشخصية، وإذا تعذر قياس السلوك بشكل مباشر ومن الممكن قياسه بالاستدلال عليه من مظاهر المختلفة.

**ثانيا: أنواع السلوك عند الشباب:**

يشير علماء النفس إلى وجود تصنيفات عديدة للسلوك منها:

-سلوكيات تكيفيه، وسلوكيات لا تكيفيه

-سلوكيات سوية، وأخرى غير سوية

-سلوكيات فطرية أو ولادية، وسلوكيات مكتسبة أو متعلمة

-سلوكيات فردية، وأخرى جماعية أو اجتماعية

-سلوكيات قابلة للملاحظة المباشرة، وسلوكيات قابلة للملاحظة غير المباشرة.

-سلوكيات جزئية أو فسيولوجية

-سلوكيات كلية أو مركبة أو سيكولوجية

كما يمكن تصنيف السلوك إلى:

-سلوكيات بيئية، طبيعية مادية، فسيولوجية، اجتماعية موضوعية، وأخرى سلوكيات داخلية ذاتية. وهناك تصنيف آخر.<sup>1</sup>

-سلوكيات فطرية أو غريزية: فهي السلوكيات الموروثة أو التي تولد مع الكائن الحي. وهذه السلوكيات موجودة عند الكائنات الحية كافة، لكن بدرجات مختلفة، ومستوى هذه السلوكيات يتناسب عكسيا مع مكانة الكائنات في سلم التصنيف أي أنه كلما كانت مكانة هذه الكائنات الحية أرقى، قل مستوى السلوكيات الولادية عنده أي تزداد السلوكيات المكتسبة أو المتعلمة عنده، وهذه الأخيرة تقتصر على الإنسان بصفة خاصة، وهذه السلوكيات ناتجة عن التفاعل الاجتماعي القائم بين أطراف عملية التنشئة الاجتماعية وهذه السلوكيات إما أن تصدر عن فرد أو عن جماعة أي ما يسمى بالسلوك الاجتماعي وهو أرقى أنواع السلوك وأكثرها تعقيدا.

السلوكيات الجزئية أو الفسيولوجية: هي الأنشطة الصادرة عن أجهزة معينة في الجسم، أو العمليات الحيوية الجارية في أجهزة معينة، كالجهاز العصبي أو النفسي.... الخ، وهذه السلوكيات يهتم بدراستها: (علم الفسيولوجيا وعلم وظائف الأعضاء التابع لعلم البيولوجيا).

السلوكات الكلية أو المركبة أو السيكولوجية، وهي السلوكيات الشاملة والكاملة (أي سلوكيات فسيولوجية وسيكولوجية معا)، الصادرة عن الإنسان فمثلا عند الكتابة يرافق ذلك عمليات عقلية معرفية وغير معرفية ويهتم بدراسة هذه السلوكيات علم النفس، وهي المادة الإجرائية لعلم النفس. السلوك المتسلسل (Serial Behavior) فهو تلاحق متكامل من الأفعال والتصرفات،

<sup>1</sup> اللطيف حسين فرج، المرجع السابق، ص 15.

كأداء ماهر أو تنفيذ ببراعة كالاستجابات المتلاحقة، المتتابعة الصادرة في أثناء عبور المتاهات أو اختراق ممرات الدهاليز في الاختبارات.

السلوكيات القابلة للملاحظة المباشرة أو ما تسمى السلوكيات المرئية مباشرة أو الظاهرة للعيان والسلوكيات القابلة للملاحظة غير المباشرة أو غير المرئية مباشرة أو الباطنية، حيث أن النوع الأقل لا يحتاج إلى أدوات للكشف عنه، كالأفعال القهرية والعنف، والحركة، والحديث، المشي والضحك ....

-أما النوع الثاني الذي يحتاج إلى أدوات للكشف عنه، كالجوع، الخوف، الحرق، التفكير، التفكير التخيل .....

وهكذا يمكننا القول إن السلوك هو الظاهرة الأكثر تعقيدا والعصبية حتى الآن عن التفسير الكامل، بصرف النظر عن نوع السلوك ومصادره فالسلوك هو وسيلة وغاية معا. <sup>1</sup>

### المطلب الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على السلوكيات عند الشباب

في السنوات العشر القليلة الماضية يمكننا ان نقول ان استخدام الانترنت بالأخص مواقع التواصل الاجتماعي كان لها النصيب الأكبر من استخدام المستخدمين في هذا الفضاء الرقمي الكبير والمهيب، حتى انه اصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياة الكثير من البشر، بالإضافة لذلك فإن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يقتصر على التواصل الاجتماعي والمحادثات الشخصية، بل تطور وأصبح يطال كافة مناحي حياة الإنسان، فدخل في الاعمال والشركات والتجارة والطب والتعليم والتعلم والسياسة فلم يترك مجال الا وتناوله وكان له دوراً بارزاً فيه.

<sup>1</sup> جعفر عبد كاظم الميامي، دوافع السلوك دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان لأردن، ط1، 2010، ص35

ولكن هل اقتصر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاستخدام الإيجابي والتوظيف الجيد لها؟ فيمكننا القول ان الأمر لسوء الحظ قد تعدى الأمور الإيجابية، ليتناول الجوانب السلبية أيضاً في تأثيراتها على مستخدميه.

فلقد أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أكثر ما يفعله اغلب الشباب في يومهم، فهي جزء لا يتجزأ من حياتهم، الأمر الذي كان له تأثير واضح على سلوكياتهم والذي قد يكون تأثر إيجابي وقد يكون سلبي أيضاً.

فأما بالنسبة للتأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، فيتمثل في دور هذه المواقع المختلفة التي تتمثل ال Facebook و Twitter و Instagram و Snapchat وغيرها من المواقع التي لها دور كبير في إظهار المواهب الجيدة لكثير من الشباب ممن يعانون من التهميش والتجاهل في حياتهم الواقعية ممن يعانون من مشاكل جسدية او عقلية، بالإضافة لدور هذه المواقع في تشكيل صداقات كثيرة وعديدة، والتعرف على ثقافات الآخرين، وأشخاص من بلدان أخرى، ايضاً يتمثل الدور الإيجابي لهذه المواقع في حياتي الشباب، بتوفير فرص عمل لهم عبر الانترنت وفقاً لما يناسبهم، وإمكانية التعبير عن انفسهم بالطريقة التي يفضلونها، ولا يقتصر الأمر على هذه النقاط بل هناك العديد من الإيجابيات التي انطوت على مواقع التواصل الاجتماعي.

وبالنظر للجانب المظلم لمواقع التواصل الاجتماعي، نرى الجانب السلبي منها والذي زاد بشكل كبير وفعلي في السنوات الأخيرة، في ظل الاستخدام المفرط لها، حيث أظهرت الدراسات وجود علاقة كبيرة بين الاستخدام الزائد والمستمر لمواقع التواصل الاجتماعي والاكتئاب، فهناك رابط كبير بين استخدام هذه المواقع المفرط مع الاكتئاب حيث يجعل الجهاز العصبي في حالة تأهب للقتال الدائم والجدال او الهروب، الأمر الذي يزيد من اضطرابات الحركة ونقص التركيز والاكتئاب والمعارضة الدائمة، بالإضافة لمحاولة تقليد ما يرونه على السوشيال ميديا سواء كانت فكار تناسبهم ام لا او ما يمكننا تسميته بالتقليد الأعمى من أغاني وملبس وحتى

المأكل والمشرب، والرغبة في السفر، والحصول على كل شيء، والذي قد لا يكون حقيقي وربما زائف، وقد يتعدى الأمر لأن يتم النقاش بالمعتقدات الدينية والأفكار، فنجد كبار الشخصيات يناقشون في هذه الأمور بثقة تامة، غير آبهين بإمكانية رفضها من قبل البعض، ولكن نجد ان ذلك قد يؤثر على فكر من يتابعوه سواء كانوا يتبعوا معتقده ام لا، الأمر الذي يشكل جدلاً كبيراً وتأثيراً واضحاً على أفكار وآراء الشباب والسلوكيات الدخيلة للطالب الجامعي من مواقع التواصل

# الفصل الرابع

الجانب الميداني للدراسة

## 1. حدود الدراسة:

**الحدود الزمنية:** هي الفترة الزمنية التي استغرقها مشروع البحث ومشروع دراستنا هذا في الفترة الزمنية الممتدة من فيفري 2024 لي غاية جوان 2024 وهذا من اجل جمع المراجع والبحث عن الدراسات السابقة وتأخرنا في انجاز هذا العمل نظرا لعدة ظروف.

**الحدود المكانية:** هي مكان إجراء الدراسة ودراستنا تم إجراءها في كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

## 2. منهج الدراسة:

إن اختيار منهج البحث يعتبر من أهم مراحل في عملية البحث العلمي، تستدعي كل دراسة منهج ملازم لها، يختلف باختلاف طبيعة الدراسة والمراد إنجازها والمنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد التي تتضمن على سير العقل وتحديد عملياته فالمنهج هو عبارة عن خطوات منهجية متعارف عليها من قبل العلماء ويتم إتباعها في البحث العلمي بغية الحصول على معلومات وحقائق علمية موضوعية من شأنها إثراء المعارف والتحصيل على نتائج.<sup>1</sup>

المنهج هو إخضاع الباحث لنشاطه البحثي على تنظيم دقيق في شكل خطوات معلمة يحدد فيها مساره البحثي، ويعرف بأنه مجموعة من الإجراءات والخطوات التي يضعها الباحث لدراسة مشكلة معينة.<sup>2</sup> وطبيعة دراستنا تعتمد على المنهج الوصفي " بأنه مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها. وكما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلاؤم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث.<sup>3</sup> وهو أيضا على أنه دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي، يوضح حجم الظاهرة، ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى أو بشكل كفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها فالبحث الوصفي يختلف عن البحث الاستكشافي من حيث أنه أكثر تحديد المشكلة وفرضياتها وأكثر تفصيلا للمعلومات التي تحتاجها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1997، ص 05

<sup>2</sup> أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي إجراءاته ومناهجه، ط 1، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2000، ص 167

<sup>3</sup> منال هلال مزاهر، " بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ «دار الكنوز للمعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 105.

<sup>4</sup> -محفوظ جودة، أساليب البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص119.

## 3. مجتمع الدراسة وعينته:

يعتبر اختيار مجتمع البحث أو الدراسة وعينتها من أهم خطوات البحث العلمي الذي يساعد الباحث على دراسته والتواصل إلى النتائج المرغوب فيها بدقة.

ويعرف مجتمع الدراسة على انه مجتمع البحث الذي يقوم أولاً على تحديد مجتمع البحث الأصلي، وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعريفاً دقيقاً، وبشمل طبيعة وحداته من خلال الاعتماد على الأساليب العلمية الدقيقة.<sup>1</sup>

وتعرف العينة على " أنها جزء من المجتمع الأم وهي الحالات الجزئية التي تتوفر لكل منها الخصائص التي حددها الباحث "<sup>2</sup>.

تعرف أيضاً بأنها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من الأفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسة، فالعينة ادن هي جزء معين او نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة تتكون أشخاصاً، كما قد تكون أحياء او وارع او مدن او غير ذلك.

وتعرف أيضاً: " جزءاً محدداً كما، ويمثل عدد الأفراد يحملون نفس الصفات الموجودة في المجتمع لان يقع عليه الاختبار فيكون ضمن أفراد العينة دون تدخل او تحيز او تعصب الباحث، أي إعطاء كل فرد في المجتمع فرصة متكافئة لا لاختباره بهدف الموضوعية "<sup>3</sup>.

كما عرفها سعيد سبعون: " أنها ذلك الجزء من الكل الذي يتم استخدامه من اجل إمكانية التحقق من الفرضيات "<sup>4</sup>

وتمثل مجتمع دراستنا 500 طالب وطالبة وتم اختيار نسبة 20% من طلبة الجذع المشترك علوم انسانية حيث بلغت عينة دراستنا 100 طالبا.

<sup>1</sup> - رشيد ذرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، دار الهدى للطباعة للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 25

<sup>2</sup> - حسين مسي، مناهج البحث التربوي، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1999، ص 20.

<sup>3</sup> - عبد الباقي زيدان، قواعد البحث الاجتماعي، القاهرة، دار المعرفة 1994 ص 177.

<sup>4</sup> - سعيد سبعون، الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط 2، 2012، ص 135.

#### 4. أدوات جمع البيانات:

أدوات جمع البيانات هي تلك الأداة التي يستند إليها، قصد الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، والأداة هي الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث التي تمكن من جمع المعلومات.

في هذا البحث اعتمدنا على أداة استمارة الاستبيان ونقصد بها مجموعة من الأسئلة تطرح على عينة البحث والتي تعطينا إجابات لتفسير موضوع البحث.<sup>1</sup>

كما تعرف أيضا على أنها أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها حيث لا يمكن أن تمثل الموضوع والمبشرين ولكنه يمثل توقعات الباحث فهي مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحثن وفق توقعاته للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة.<sup>2</sup>

وتعرف أيضا على أنها مجموعة من الأسئلة المرئية حول موضوع معين ليتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن موضوع الدراسة والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.<sup>3</sup> وفي دراستنا تم تقسيم استمارة الاستبيان الى أربع محاور

##### المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الأول: عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: التعرض لمحتويات صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: محتويات التواصل الاجتماعي ادت الى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب

المحور الرابع: الآثار والسلوكيات التي يتركها صناع المحتوى على الشباب

<sup>1</sup> - إبراهيم بن عبد العزيز الدعياج، مناهج وطرق البحث، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 108

<sup>2</sup> - مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي، ط 1، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 16

<sup>3</sup> - عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 67.

## 5. تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان

## 5-1- تحليل نتائج البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01 : يمثل متغير الجنس

النسبة %	التكرار	
50%	50	ذكر
50%	50	أنثى
100	100	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 50 فردا من افراد العينة بنسبه 50% من المبحثين من فئه الذكور، فيما يمثل 50 فردا من افراد العينة بنسبه 50% من المبحثين من فئه الاناث، ويرجع ذلك الى كوننا قمنا باختيار عينة عشوائية حيث اخترنا 50 طالبا ذكرا و 50 طالبة انثى. من نستنتج أن عينة دراستنا قسمت بالتساوي بين الذكور والاناث.

الجدول رقم 02 : يمثل متغير السن

النسبة %	التكرار	
87	87	18 الى 23 سنة
13	13	من 24 الى 29 سنة
100	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب

تحليل الجدول:

من خلال جدول رقم 02 نلاحظ ان 87 فردا بنسبه 87% تتراوح اعمارهم ما بين 18 و 23 سنة في حين ان 13 فردا من افراد العينة بنسبة 13% تتراوح اعمارهم ما بين 24 سنة الى 29 سنة، ويفسر صغر سن الطلبة كونهم يدرسون في سنة اولى للسانس جذع مشترك . ومنه نستنتج أن اكثر طلبة السنة اولى جذع مشترك بكلية العلوم الانسانية تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 23 سنة.

## 5-2- تحليل بيانات المحور الاول: عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 03: مواقع التواصل الأكثر استخداما من الطلبة وعدد الحسابات التي يملكها

	حساب واحد		حسابان		أكثر من حسابان		المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت	
فيسبوك	00	00	10	10	02	02	12
انستغرام	04	04	04	04	00	00	08
تيك توك	10	10	00	00	00	00	10
الثلاثة معا	56	56	09	09	05	05	70
المجموع	70	70	23	23	07	07	100

تحليل الجدول: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة بـ 70% من الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك والاسـتغرام وتيك توك إضافة الى مجموعة اخرى من مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب وتليغرام وسناب شات... الخ حسب ما ذكر افراد العينة، منهم 56 فردا بنسبة 56% من الباحثين يملكون حسابا واحدا اما 09 افراد من اجمالي افراد العينة بنسبة 09% من الباحثين يملكون حسابان، اما 05 افراد بنسبة 05% يملكون أكثر من حسابان، اما النسبة المئوية بـ 12% من الباحثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، منهم 10 فردا بنسبة 10% من الباحثين يملكون حسابان على الفيسبوك، اما فردان بنسبة 02% يملكون أكثر من حسابان، اما نسبة 10% من الباحثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي تيك توك، وكلهم بنسبة 10% من الباحثين يملكون حسابان واحدا، اما أقل نسبة بـ 08% من الباحثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي استغرام، منهم 04 فردا بنسبة 04% من الباحثين يملكون حسابا واحدا على التيك توك، وبنفس النسبة 04% يملكون حسابان على الاستغرام. ونفس ذلك بالانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي ومجانية استخدامها وهذا ما جعل الشباب يستخدم أكثر من موقع للتواصل .

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يستخدمون مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي معا ويملكون حساب الى حسابان منها.

الجدول رقم 04: يوضح مدى تفاعل الطلبة مع منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومكان التفاعل معها.

المجموع		الجامعة		الشارع		المنزل		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
84	84	23	23	06	06	55	55	دائما
09	09	00	00	00	00	09	09	أحيانا
07	07	02	02	02	02	03	03	نادرا
100	100	25	25	08	08	67	67	المجموع

**تحليل الجدول:** من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن 84 مبحوثا بنسبة 84% من المبحثن دائما ما يتفاعلون مع منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتابعونها منهم 55 فردا بنسبة 55% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في المنزل ومنهم 23 فردا بنسبة 23% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الجامعة، ومنهم 06 افراد بنسبة 06% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الشارع، اما نسبة 09% من المبحثن أحيانا ما يتفاعلون مع منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتابعونها وكلهم بنسبة 09% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في المنزل، أما 07% من المبحثن نادرا ما يتفاعلون مع منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتابعونها منهم 3 افراد بنسبة 03% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في المنزل ومنهم فردان بنسبة 02% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الجامعة، ومنهم فردان بنسبة 02% من المبحثن ممن يتابع ويتفاعل مع منشورات صناع المحتوى في الشارع.

ونفسر ذلك بان الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتفاعلون مع مشورات صناع المحتوى والتي تختلف من صانع الى اخر كما ان اماكن متابعتهم لها تختلف من طالب الى اخر حسب وقت فراغهم واكثرهم في المنزل.

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط دائما ما يتفاعلون مع منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكثرهم يتابعها في المنزل.

الجدول رقم 05: يوضح عدد ساعات متابعة صناع المحتوى وفترة متابعتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		الليالية		المسائية		الصباحية		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
37	37	11	11	08	08	05	05	أقل من ساعة
63	63	43	43	26	26	07	07	من 2 الى 4 ساعات
00	00	00	00	00	00	00	00	أكثر من اربع ساعات
100	100	54	54	34	34	12	12	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن 63 مبحوثا بنسبة 63% من المبحثين يتابعون منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من 02 ساعة الى 04 ساعات في اليوم، منهم 43 فردا بنسبة 43% من اجمالي افراد العينة يتابعونها في الفترة الليلية و 26% في الفترة المسائية و 07 افراد بنسبة 07% في الفترة الصباحية، أما 37 مبحوثا بنسبة 37% من المبحثين يتابعون منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة في اليوم، منهم 11 فردا بنسبة 11% من اجمالي افراد العينة يتابعونها في الفترة الليلية و 08% في الفترة المسائية و 05 افراد بنسبة 05% في الفترة الصباحية ونفسر ذلك بأن متابعة منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف مدة متابعتها من محتوى الى اخر حسب موضوع المحتوى وحسب اهتمام الشباب الجامعي كما ان الفترة المفضلة لذلك هب الفترة المسائية نظرا لأنها الفترة التي يمتلك بها الشاب الوقت الكافي لمتابعة مواقع التواصل بصفة عامة كون ان الفترة الصباحية مخصصة للدراسة والمسائية كذلك.

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة زمنية معينة تختلف من طالب الى اخر واكثر لمدة زمنية تفوق ساعتان واكثرها في الفترة الليلية والتي بها وقت فراغ لطالب نظرا لارتباطاته التعليمية في الفترة الصباحية والمسائية.

الجدول رقم 06: يمثل مع من يتصفح الشباب الجامعي حسابات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل

المتصفح	التكرار	%
بمفردك	60	60
رفقة العائلة	23	23
رفقة الاصدقاء	17	17
المجموع	100	100

#### تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة 60% من اجمالي افراد العينة يتصفحون حسابات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم وتليها نسبة 23% من اجمالي افراد العينة يتصفحون حسابات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي رفقة الاسرة، أما نسبة 17% من اجمالي افراد العينة يتصفحون حسابات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي رفقة الاصدقاء ونفسر ذلك بان العلاقات الاجتماعية والاسرية تختلف بين الشباب الجامعي فهناك من يعيش في اسرة متفتحة على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي وصناعها واسر لا تهتم بذلك كما ينطبق هذا على الاصدقاء لذي نجد اكثر شباب يتصفح المواقع بمفردهم .

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتصفحون حسابات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فأكثرهم يصفحها بمفردهم لاهتمامات الشخصية بالمحتويات.

5-3- المحور الثاني: التعرض لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 07: يمثل الغاية من متابعة الشباب لمحتويات صناع المحتوى وتأثيره على افكارهم

المجموع		نوعا ما		نعم		لا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
36	36	36	36	00	00	00	00	اكتساب معارف جديدة
12	12	12	12	00	00	00	00	الهروب من الواقع
34	34	34	34	00	00	00	00	التثقيف
18	18	18	18	00	00	00	00	حب الاطلاع فقط
100	100	100	100	00	00	00	00	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة 36% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من اجل اكتساب معارف جديدة، أما نسبة 34% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التثقيف، اما نسبة 18% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع فقط، أما نسبة 12% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الهروب من الواقع، كما ان كل افراد العينة وبنسبة 100% اجابوا نوعا ما أي ان متابعتهم لصناع المحتوى غير من افكارهم نوعا ما ونفسر هذا ان الشباب الجامعي له اتجاهات في متابعة صناع المحتوى حيث الكل يهتم ويتابع من اجل اشباع غاية ما وتحقيق هدف ما وهذه المحتويات غير نوعا ما من افكار الشباب ونظرتهم لمواضيع المختلفة كالسياسية والرياضية والسياحية والاقتصادي الخ....

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل اشباع حاجاتهم ولأسباب مختلفة فمنهم من يبحث عن اكتساب معارف جديدة والتثقيف ومنهم من يود الهروب من الواقع المعاش ومنهم من يحب الاطلاع وهذا ما غير افكارهما نوعا ما اتجاه مواضيع مختلفة.

الجدول رقم 08: يوضح ما يلفت انتباه الشباب الجامعي في صناعات المستوى

الاجناس والموسيقى	التكرار	%
الاجناس والموسيقى	31	31
اللباس	00	00
المحتوى	69	69
المجموع	100	100

## تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 69 فردا من افراد العينة بنسبة 69% يلفت انتباههم اثناء متابعة محتويات صناعات المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي موضوع المحتوى بحد ذاته وطريقة عرضه وايصاله لهم، اما 31 فردا بنسبة 31% من افراد العينة يلفت انتباههم اثناء متابعة محتويات صناعات المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي الاغاني والموسيقى المستعملة في المحتوى، ونفسر ذلك بان اهتمامات الشباب بمحتويات صناعات المحتوى تختلف بحيث هناك من يهتم بموضوع المحتوى وهو ما يهدف الى الاستفادة من المحتوى بحد ذاته وهنا من يحبذ مونتاج وطرق عرض المحتوى دون الاستفادة من موضوع المحتوى.

أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يختلف اهتمامه بمحتويات صناعات المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فمنهم من يلفت انتباهه موضوع المحتوى فيتابعه ويستفيد منه وهؤلاء اكثر الطلبة، وهناك من يلفت انتباهه الاغاني وموسيقى المحتوى لا موضوع المحتوى .

الجدول رقم 09: يوضح المحتويات التي يتابعها الشباب الجامعي في صناع المستوى حسب الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		
%	ت	%	ت	%	ت	
05	05	02	02	03	03	• التربية والتعليم
40	38	34	34	04	04	• الجمال والموضة
37	35	07	07	28	28	• السياحة والأسفار
09	09	04	04	05	05	• الجانب الديني
13	13	03	03	10	10	• أسلوب الحياة الرياضية و اللياقة البدنية
100	100	50	50	50	50	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان أعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 40% يتابعون محتويات الجمال والموضة عبر صفحات صناع المحتوى بمواقع التواصل الاجتماعي منهم 34 انثى و 04 ذكور، اما نسبة 37% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات السياحة والاسفار عبر صفحات صناع المحتوى بمواقع التواصل الاجتماعي منهم 28 ذكر و 7 اناث اما 13 فردا بنسبة 13% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات أسلوب الحياة الرياضية و اللياقة البدنية عبر صفحات صناع المحتوى بمواقع التواصل الاجتماعي منهم 10 ذكر و 3 اناث، أما 09 أفراد بنسبة 09% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات الجانب الديني عبر صفحات صناع المحتوى بمواقع التواصل الاجتماعي منهم 05 ذكر و 04 اناث، أما 05 أفراد بنسبة 05% من اجمالي افراد العينة يتابعون محتويات التربية والتعليم عبر صفحات صناع المحتوى بمواقع التواصل الاجتماعي منهم 03 ذكر و بنتان، ونفس ذلك بان لكل شاب جامعي ميول لمحتوى معين فنجد الاناث يملنا الى محتويات الموضة والجمال ومحتويات اللباس أما الذكور فلهم ميول الى السياحة والرياضة .

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف نشاطاتها الا ان محتويات الجمال وموضة هي اكبر المحتويات متابعة عند الاناث ومحتويات الاسفار وسياحة هي الأكثر متابع من طرف الطلبة الذكور .

الجدول رقم 10: يوضح شخصيات صناعة المحتوى الأكثر متابعة من الشباب والسبب في متابعتهم

المجموع		محتوياتهم تتوافق مع اهتماماتي		لأنها أكثر مصداقية		لأن أكثر شهرة		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	100	90	90	00	00	10	10	نعم
00	00	00	00	00	00	00	00	لا
100	100	90	90	00	00	10	10	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان كل افراد العينة بنسبة 100% لديهم شخصيات من صناع المحتوى يفضلون متابعة حساباتهم عبر مواقع التواصل حيث ان اكثر الشخصيات ذكرا من طرف افراد العينة هم خبيب كواس صانع محتوى سياحي واخريب عمار صانع مستوى تعليمي ورزوقي أسامة صانع محتوى الطبخ والثنائي صهيب وعبدو صنعا محتوى سياحي ترفيهي واما عن سبب متابعتهم لهذه الشخصيات هناك 90 فردا بنسبة 90% من اجمالي افراد العينة يتابعونهم بسبب ان محتوهم يتوافق مع اهتماماتهم اما نسبة 10% من اجمالي افراد العينة يتابعونهم بسبب شهرتهم .

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون شخصيات من صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ابرزهم خبيب كواس صانع محتوى سياحي واخريب عمار صانع مستوى تعليمي ورزوقي أسامة صانع محتوى الطبخ والثنائي صهيب وعبدو صنعا محتوى سياحي ترفيهي، فمن الطلبة من يتابع الشخصية بسبب ان محتوهم يتوافق مع اهتماماتهم وهناك من يتابع الشخصيات الأكثر شهرة.

الجدول رقم 11: يوضح الطريقة التي يفضلها الباحثين في نشر صناع المحتوى لمحتوياتهم

الفيديو	النصوص	الصور المركبة	المجموع
92	00	08	100
92	00	08	100
92	00	08	100
92	00	08	100

#### تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 92 فردا من افراد العينة بنسبة 92% يفضلون الفيديوهات في نشر صناع المحتوى لمحتوياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اما 08 أفراد بنسبة 08% من افراد العينة يفضلون صور المركبة في نشر صناع المحتوى لمحتوياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويفسر ذلك بان الشباب الجامعي يفضل الفيديوهات لأنها تحتوي على الاغاني والموسيقى كما تعرض الإمكان وموضوع المحتوى وهو ما ينطبق على الصور المركبة والمتحركة كما ان الشباب لا يهتم بالنصوص المكتوبة ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يفضلون الفيديوهات وبنسبة اقل الصور المركبة في نشر صناع المحتوى لمحتوياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5-4- المحور الثالث: محتويات التواصل الاجتماعي أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب

الجدول رقم 12: يمثل مدى مساس محتويات صناع المحتوى بسلوكيات الشباب وما نوعها

	عاطفية		معرفية فكرية		أخلاقية دينية		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	13	13	08	08	09	09	30	30
أحيانا	00	00	00	00	00	00	00	00
نادرا	..	..	..	..	..	..	70	70
المجموع	13	13	08	08	09	09	100	100

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 90 فردا من افراد العينة بنسبة 90% أجابوا بنادرا أي ان محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي لم تعدل في سلوكياتهم الا نادرا ، اما النسبة المتبقية 30% من اجمالي افراد العينة أجابوا بدائما أي أن محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي دائما ما تعدل في سلوكياتهم منهم 13 فردا بنسبة 13% من الباحثين اجابوا بان نوع السلوكيات التي تعدل فيها محتويات صناع المحتوى هي سلوكيات عاطفية ، في حين ان 09 أفراد بنسبة 09% من الباحثين اجابوا بان نوع السلوكيات التي تعدل فيها محتويات صناع المحتوى هي سلوكيات أخلاقية ودينية ومنهم 08 أفراد بنسبة 08% من الباحثين اجابوا بان نوع السلوكيات التي تعدل فيها محتويات صناع المحتوى هي سلوكيات أخلاقية ونفسر ذلك بان طبيعة المحتويات التي يتابعها الشباب هي التي تؤثر على سلوكياتهم وحياتهم فمثلا من يتابع المحتويات الأخلاقية والدينية قد تؤثر في اخلاقه في الحياة اليومية وخاصة اذا كان متابع دائم للمحتويات .

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط نادرا ما تعدل محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكياتهم ومنهم من نسبة عكس ذلك محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعدل في سلوكياتهم العاطفية والتعليمية والفكرية والأخلاقية والدينية حسب محتويات صناع المحتوى الذين يتابعونهم.

الجدول رقم 13: يمثل تأثير منشورات صناع المحتوى على القيم الاجتماعية وكيف اثرة

المجموع		التربط والتكافل الاجتماعي		العزلة الاجتماعية		
%	ت	%	ت	%	ت	
74	74	74	74	00	00	اجابي
26	26	00	00	26	26	سلبي
100	100	74	74	26	26	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 74 فردا من افراد العينة بنسبة 74% يرون أن تأثير منشورات صناع المحتوى على القيم الاجتماعية في الوسط الاجتماعي الذي يسكنون به إيجابي وكلهم يرون انها زادة من التربط والتكافل الاجتماعي به ، اما 26 فردا بنسبة 26% يرون أن تأثير منشورات صناع المحتوى على القيم الاجتماعية في الوسط الاجتماعي الذي يسكنون به سلبي وكلهم يرون انها خلقت العزلة الاجتماعية بمجتمعهم ، ونفسر ذلك بان للمحتويات تأثيرا إيجابيا حينما تكون هادفة وفي صالحة المجتمعات ويكون لها تأثير سلبي اذا كانت عكس ذلك .

ومنه نستنتج أن اكثر محتويات صناع المحتوى لها تأثير إيجابي على الوسط الاجتماع الذي يسكن به الشباب الجامعي يتمثل في التكافل والتربط الاجتماعي.

الجدول رقم 14: يوضح تأثير صناع المحتوى على قيم الشباب في مجتمعهم وفي حياتهم اليومية

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
100	100	00	00	100	100	نعم
00	00	00	00	00	00	لا
100	100	00	00	100	100	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن كل افرء العينة بنسبة 100% أجابوا بنعم أي انهم يرون بأن السلوكيات المكتسبة من تأثيرات صناع المحتوى جعلتهم مواطنون صالحون ومتكيفون مع قيم مجتمعهم ودينهم وكلهم بنسبة 100% أجابوا بنعم على أن تأثيرات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلقت سلوكيات دخيلة على ممارساتك اليومية ونفسر ذلك بأنه يرجع الى المواضيع والمحتويات التي يتابعونها فكلما كانت هادفة وصالحة كلما مواطنون صالحون ومتكفين مع قيم مجتمعهم ودينهم، وهذا ما يكسبهم سلوكيات دخيلة على ممارساتهم اليومية فمثلا صانع محتوى خضراء بإذن الله اثر في سلوك المجتمع فاصبح يتنافس على غرس الأشجار في الوسط الذي يعيش به .

ومنه نستنتج أن تأثيرات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الشباب الجامعي ومنهم طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط مواطنون صالحون ومتكيفون مع قيم مجتمعهم ودينهم وخلقتم عندهم سلوكيات دخيلة بممارساتهم اليومية.

## 5-5- المحور الرابع: الآثار والسلوكيات التي يتركها صناع المحتوى على الشباب

الجدول رقم 15: العادات والإيجابيات التي اكتسبها الشباب الجامعي من متابعة صناع المحتوى

ت	%	
100	100	اكتساب مهارات جديدة
80	80	المثابرة والاجتهاد إتباع أسلوب حياة منظم
60	60	أسلوب التهاور والمخاطبة والتهاضر
97	97	أساليب اختيار اللباس
82	82	أساليب التصور والمونتاج
100	100	سلوكيات أخلاقية ودينية
100	100	أعمال تعود بالنفع على المجتمع
100	100	تكوين علاقات اجتماعية
100	100	ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية
78	78	الاستماع إلى الآراء المختلفة
85	85	أساليب صحية ووقائية جديدة

ملاحظة: إجابات متعددة

## تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن هناك اجابات متعددة عن العادات وايجابيات التي يكتسبها الشباب الجامعي من متابعة صناع المحتوى عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي نلاحظ ان كل افراد العينة بنسبة 100% اكتسبوا مجموعة من العادات الايجابيات منها ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية، سلوكيات أخلاقية ودينية ، أعمال تعود بالنفع على المجتمع ، تكوين علاقات اجتماعية، اكتساب مهارات جديدة، اضافة الى ذلك وينسب مختلفة هناك عادات وايجابيات اخرى منها أساليب صحية ووقائية جديدة، أسلوب التهاور والمخاطبة والتهاضر، أساليب اختيار اللباس ، أساليب التصور والمونتاج ، الاستماع إلى الآراء المختلفة ، المثابرة والاجتهاد إتباع أسلوب حياة منظم.

ومنه نستنتج أن العادات وايجابيات التي يكتسبها الشباب الجامعي من متابعة صناع المحتوى عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عديدة منها ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية، سلوكيات أخلاقية ودينية

، أعمال تعود بالنفع على المجتمع ، تكوين علاقات اجتماعية، اكتساب مهارات جديدة، أساليب صحية ووقائية جديدة، أسلوب التمازج والمخاطبة والتحاظر، أساليب اختيار اللباس، أساليب التصور والمونتاج، الاستماع إلى الآراء المختلفة، المثابرة والاجتهاد إتباع أسلوب حياة منظم.

الجدول رقم 16: سلبيات التي اكتسبها الشباب الجامعي من متابعة صناعات المحتوى

ت	%	
80	80	العيش في الوهم والخيال
30	30	الشعور بالدونية
100	100	عدم الرضا على الواقع المعاش
100	100	الرغبة في تقليد حياة الغرب
100	100	العيش في الوهم والخيال
60	60	مخالطة الجنس الآخر
100	100	اكتساب سلوك مشين وعادات وتقاليد غريبة

### متعدد الإجابات

### تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن هناك اجابات متعددة عن السلبيات التي يكتسبها الشباب الجامعي من متابعة صناعات المحتوى عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ان كل أفراد العينة بنسبة 100% اكدوا أن السلبيات اكتسبوها من متابعة صناعات المحتوى هي اكتساب سلوك مشين وعادات وتقاليد غريبة، الرغبة في تقليد حياة الغرب، العيش في الوهم والخيال، عدم الرضا على الواقع المعاش اضافة لذلك 80% من اجمالي افراد العينة اكتسبوها سلبيات من متابعة صناعات المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهي العيش في الوهم والخيال ومخالطة الجنس الآخر والشعور بالدونية كما نذكر بعض السلبيات التي ذكرها القليل من افراد العينة من العنف الاسري وسوء الاخلاق التربوية والسماع الى الاغاني ومتابعة معارضي السياسيين.

ومنه نستنتج أن لمحتويات صناعات المحتوى سلبيات على الشباب الجامعي منها اكتساب سلوك مشين وعادات وتقاليد غريبة، الرغبة في تقليد حياة الغرب، العيش في الوهم والخيال، عدم الرضا على الواقع المعاش، العيش في الوهم والخيال ومخالطة الجنس الآخر والشعور بالدونية كما نذكر بعض السلبيات

التي ذكرها القليل من افراد العينة من العنف الاسري وسوء الاخلاق التربوية والسماح الى الاغاني ومتابعة معارضي السياسيين.

الجدول رقم 17: محاولة تقليد طريقة صناع المحتوى في اللباس والتقاط الصور ونشرها مثلهم

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
04	04	00	00	00	00	04	04	دائما
37	37	00	00	04	04	33	33	أحيانا
59	59	00	00	04	04	55	55	نادرا
100	100	00	00	08	08	92	92	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن 59 فردا بنسبة 59% من اجمالي افراد العينة أجابوا بنادرا ما يحاولون تقليد طريقة لبس صناع المحتوى الذين يتابعونهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي منهم 55 فردا بنسبة 55% من اجمالي افراد العينة دائما ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومنهم 04% أحيانا ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، اما نسبة 37% من اجمالي افراد العينة أجابوا أحيانا ما يحاولون تقليد طريقة لبس صناع المحتوى الذين يتابعونهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي منهم 33 فردا بنسبة 33% من اجمالي افراد العينة دائما ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومنهم 04% أحيانا ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، اما نسبة 04% من اجمالي افراد العينة أجابوا أحيانا ما يحاولون تقليد طريقة لبس صناع المحتوى الذين يتابعونهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكلهم بنسبة 100% وبنسبة 04% من اجمالي افراد العينة دائما ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومنه نستنتج أن طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط نادرا ما يحاولون تقليد طريقة لبس صناع المحتوى الذين يتابعونهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودائما دائما ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## 6. النتائج العامة لدراسة

- عينة دراستنا قسمت بالتساوي بين الذكور والاناث
- اكثر طلبة السنة اولى جذع مشترك بكلية العلوم الانسانية تتراوح أعمارهم ما بين 18 و23 سنة.
- نسبة كبيرة من طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يستخدمون مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي معا ويملكون حساب الى حسابان منها .
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط دائما ما يتفاعلون مع منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكثرهم يتابعها في المنزل .
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة زمنية معينة تختلف من طالب الى اخر واكثر لمدة زمنية تفوق ساعتان واكثرها في الفترة الليلية والتي بها وقت فراغ لطالب نظرا لارتباطاته التعليمية في الفترة الصباحية والمسائية.
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتصفحون حسابات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فأكثرهم يصفحها بمفردهم لاهتمامات الشخصية بالمحتويات.
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل اشباع حاجاتهم ولأسباب مختلفة فمنهم من يبحث عن اكتساب معارف جديدة والثقيف ومنهم من يود الهروب من الواقع المعاش ومنهم من يحب الاطلاع وهذا ما غير افكارهما نوعا ما اتجاه مواضيع مختلفة.

- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يختلف اهتمامه بمحتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فمنهم من يلفت انتباهه موضوع المحتوى فيتابعه ويستفيد منه وهؤلاء اكثر الطلبة، وهناك من يلفت انتباهه الاغاني وموسيقى المحتوى لا موضوع المحتوى .
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف نشاطاتها الا ان محتويات الجمال وموضة هي اكبر المحتويات متابعة عند الاناث ومحتويات الاسفار وسياحة هي الأكثر متابع من طرف الطلبة الذكور.
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون شخصيات من صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ابرزهم خبيب كواس صانع محتوى سياحي واخريب عمار صانع مستوى تعليمي ورزوقي أسامة صانع محتوى الطبخ والثنائي صهيب وعبدو صانعا محتوى سياحي ترفيهي، فمن الطلبة من يتابع الشخصية بسبب ان محتواهم يتوافق مع اهتماماتهم وهناك من يتابع الشخصيات الأكثر شهرة .
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يفضلون الفيديوهات وبنسبة اقل الصور المركبة في نشر صناع المحتوى محتوياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط نادرا ما تعدل محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكياتهم ومنهم من نسبة عكس ذلك محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعدل في سلوكياتهم العاطفية والتعليمية والفكرية والأخلاقية والدينية حسب محتويات صناع المحتوى الذين يتابعونهم.
- اكثر محتويات صناع المحتوى لها تأثير إيجابي على الوسط الاجتماعي الذي يسكن به الشباب الجامعي يتمثل في التكافل والترابط الاجتماعي.

- تأثيرات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الشباب الجامعي ومنهم طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط مواطنون صالحون ومتكيفون مع قيم مجتمعهم ودينهم وخلقت عندهم سلوكيات دخيلة بممارساتهم اليومية.
- العادات وايجابيات التي يكتسبها الشباب الجامعي من متابعة صناع المحتوى عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عديدة منها ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية، سلوكيات أخلاقية ودينية، أعمال تعود بالنفع على المجتمع، تكوين علاقات اجتماعية، اكتساب مهارات جديدة، أساليب صحية ووقائية جديدة، أسلوب التماور والمخاطبة والتماضر، أساليب اختيار اللباس، أساليب التصور والمونتاج، الاستماع إلى الآراء المختلفة، المثابرة والاجتهاد إتباع أسلوب حياة منظم.
- لمحتويات صناع المحتوى سلبيات على الشباب الجامعي منها اكتساب سلوك مشين وعادات وتقاليد غربية، الرغبة في تقليد حياة الغرب، العيش في الوهم والخيال، عدم الرضا على الواقع المعاش، العيش في الوهم والخيال ومخالطة الجنس الآخر والشعور بالدونية كما نذكر بعض
- السلبيات التي ذكرها القليل من افراد العينة من العنف الاسري وسوء الاخلاق التربوية والسماع الى الاغاني ومتابعة معارضي السياسيين.
- طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط نادرا ما يحاولون تقليد طريقة لبس صناع المحتوى الذين يتابعونهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودائما دائما ما يسعون غالبا أثناء تواجدهم مع أصدقاءهم لالتقاط صور جميلة كي ينشرونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خاتمة

## خاتمة

### خاتمة:

من خلال نتائج الدراسة وبحثنا الميداني يمكننا القول لمواقع التواصل الاجتماعي شعبية كبيرة في وقتنا الحالي، بحيث كان لتلك المواقع تأثيرا على سلوك الشباب، بما في ذلك صناع المحتوى وتمكنت من خلق أساليب جديدة في حياة الشباب، ولكن رغم انه يوجد ايجابيات إلا أن هناك سلبيات فقد أصبح الشباب غير راضي على واقعهم المعاش، فحاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي تحديدا شباب جامعة عمار ثليجي بالأغواط من خلال معرفة عادات وأنماط المتابعة وكيفية التعرض لمحتويات صناع المحتوى، والسلوكيات الجديدة التي خلفها صناع المحتوى والآثار التي تركتها.

حيث تم التوصل لنتائج سمحت لنا بكشف بعض السلبيات والايجابيات التي تركها صناع المحتوى على سلوك الشباب وتوصلنا الى:

1. طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط بجامعة الأغواط يتابعون منشورات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة زمنية معينة تختلف من طالب الى اخر واكثر لمدة زمنية تفوق ساعتان واكثرها في الفترة الليلة والتي بها وقت فراغ لطالب نظرا لارتباطاته التعليمية في الفترة الصباحية والمسائية
2. طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط نادرا ما تعدل محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكياتهم ومنهم من نسبة عكس ذلك محتويات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعدل في سلوكياتهم العاطفية والتعليمية والفكرية والأخلاقية والدينية حسب محتويات صناع المحتوى الذين يتابعونهم.
3. تأثيرات صناع المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الشباب الجامعي ومنهم طلبة السنة اولى جذع مشترك علوم انسانية بجامعة الأغواط مواطنون صالحون ومتكيفون مع قيم مجتمعهم ودينهم وخلقتم عندهم سلوكيات دخيلة بممارساتهم اليومية.

# قائمة المراجع

1. إبراهيم بن عبد العزيز الدعياج، مناهج وطرق البحث، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
2. حسين مسي، مناهج البحث التربوي، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1999.
3. رشيد ذرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، دار الهدى للطباعة للنشر والتوزيع، الجزائر.
4. عبد الباقي زيدان، قواعد البحث الاجتماعي، القاهرة، دار المعرفة 1994.
5. عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
6. محفوظ جودة، أساليب البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.
7. محمد عبد المجيد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة 2007.
8. مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي، ط 1، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
9. باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م.
10. ثريا جبريل وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة، 2002م.

11. حسين محمد هتمي العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ط1 دار أسامة لنشر والتوزيع عمان.
12. إبراهيم بن صالح الحميدان، الإقناع والتأثير، دراسة تاصيلية دعوية، قسم الدعوة والاحتساب، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
13. ابن منظور، لسان العرب، المجلد 3، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997.
14. أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي إجراءاته ومناهجه، ط 1، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2000.
15. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، العدد 18، 2012.
16. ثريا السنوسي، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات، دار الكتاب الجامعي، ط 1، الإمارات، 2016.
17. جعفر عبد كاظم الميامي، دوافع السلوك دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان لأردن، ط1، 2010.
18. جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط 2013، 1.
19. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية مصر، ط 1998، 1.
20. حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، درا أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
21. خالد المقدادي، بثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان. ط1، 2013.

22. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013-1434.
23. د سامر عبد الهادي المشكلات التربوية والسلوكية، قسم الدراسات التربوية، الجامعة العربية المفتوحة، 2007، 2008.
24. د كمال الحاج نظريات الإعلام والاتصال من منشورات الجامعة الافتراضية السورية الجمهورية العربية السورية، 2020.
25. د محمد منير حجاب نظريات الاتصال الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع 2010 النزهة الجديدة القاهرة مصر، 2010.
26. د محمد منير حجاب نظريات الاتصال الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع النزهة الجديدة القاهرة مصر، 2010.
27. د. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.
28. د.علي محمد رحومة، ((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م.
29. ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009.
30. سعيد سبعون، الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط2، 2012.
31. عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط 1، القاهرة، 2017.
32. عباس محجوب، الشباب والتنمية، رؤية تربوية إسلامية، عالم الكتاب الحديث، عمان، الأردن، 2006.

33. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1997.
34. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2015.
35. عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال مكتبة دلسي، 2005.
36. عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والإعلام، الدعاية، الإعلان، العلاقات العامة، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1996.
37. عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط) عربي، عربي (، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
38. فريال مهنا علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دارالفكر، دمشق، 2002.
39. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر لسنة 3003 .
40. قندوز عبد القادر، مطبوعة دروس نظريات الاتصال الجماهيري، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإنسانية و. الاجتماعية، ماستر 2018، 1.
41. لبيب شائف محمد، صناعة المحتوى المفهوم والبنية ومقومات تطورها، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرافق للمعرض، 2006.
42. اللطيف حسين فرج، الاضطرابات النفسية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2019.
43. لوراكين، وسائل التواصل الاجتماعي والمؤسسات الخيرية، ال عدد1، رمضان 1436 يونيو 2015.
44. ليلى جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012.

45. مجموعة من المؤلفين، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، 2014.
46. محمد عبد الحميد احمد عبد الوهاب، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، جامعة حلوان، عالم الكتب للنشر والتوزيع و. الطباعة، ط 2005، 3.
47. محمود شمال حسن، سيكولوجية خطاب الفضائيات -جاذبية الصورة والثقافة الوافدة، دار الكتب العلمية بيروت -لبنان 2013.
48. مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، تويتر نموذجاً، ط1، درا المحتسب للنشر والتوزيع، 1438 الرياض.
49. مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإحصار للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
50. مزيان نجية، محاضرة متعلقة بمقياس نظريات الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
51. مصطفى سلمان، الدليل الشامل لصناعة المحتوى، جامعة الفاشر، السودان، 2021.
52. منال هلال مزاهره، " بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ «دار الكنوز للمعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
53. ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
54. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، سنة 1999.
55. وجدي محمد بركات، آفاق التنمية لدى الشباب وتأثير المجتمع رؤية أمنية اجتماعية معاصرة مركز البحوث الأمنية، الأكاديمية الملكية للشرطة، وا زرة الداخلية، مملكة البحرين، 2008.

ثانيا - المذكرات والرسال الجامعية:

1) قرطي تقي الدين، دور السلوك التنظيمي في رفع الأداء الوظيفي للعاملين بالمؤسسة الرياضية دراسة ميدانية لعينة من موظفي مديرية الشباب وال رياضة-بسكرة-مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة وتسير رياضي قسم الإدارة والتسيير الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد خيضر- بسكرة-، 2019،2018.

ودورها في التوعية الدينية MBC3 لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة 2) للشباب، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، قسم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010،2009.

3) مرزقة بلباله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بسكرة، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر 2018/2019.

4) يصرف حاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، برنامج المصالحة الوطنية كنموذج، مذكرة تخرج لنيل درجة ماجستير. موسومه، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية جامعة وهران، 2007،2006.

5) آمنة أمينة جاري، فاطمة الزهراء سعداوي، المدونات التعليمية ودورها في تنمية التحصيل العلمي، مذكرة لنيل شهادة. ماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديد، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2014/2015.

ثالثا - المجالات العلمية:

## قائمة المصادر والمراجع

1. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، عمان، العدد 15، 2003.
2. العطري بن عزوز الإعلام الجديد والشباب، مجلة فن وثقافة، العدد 21، 5 مارس 2017.
3. علي جليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
4. فاطمة محمد أحمد، المحتوى الرقمي الصحي: المفهوم والإفادة، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد الحادي والخمسون، الجزء الاول، أبريل 2019.
5. يخلف عبد الرزاق، جباية صناعة المحتوى) المؤثرين (، على شبكات التواصل الاجتماعي لتعبئة الإيرادات الضريبية في الجزائر، مجلة دراسات جبائية، المجلد 11، العدد 2، 2022.

## رابعاً - المواقع الإلكترونية

1. .OPENAL CHAT GPT MAY 12 VERSION .Https/ iioopenai.com  
2023\_05\_17,20:30

الملاحق

## البيانات الشخصية:

1-الجنس:ذكر أنثى

2-السن : من 18 الى 23 سنة من 24 الى 29 سنة من 30 الى 35 سنة من 36 الى 40 سنة

3-الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج مطلق

4المهنة: عامل طالب بطل

المحور الأول: عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي

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

فيسبوك انستغرام تيك توك يوتيوب

2. كم لديك من حساب شخصي على مواقع التواصل الاجتماعي؟

حساب واحد حسابان أكثر من حسابان

- إذا كان أكثر من حساب واحد هل لديك حساب بهوية وهمية .لا نعم

3. ما هو عدد الساعات الذي تقضيه في التعرض لمحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعتين من ساعتين إلى أربع ساعات أكثر من أربع ساعات

ما هي فترات متابعتك لصناع المحتوى؟ صباحا الظهيرة في المساء ليلا

-في أي مكان تتابع عادة محتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟

المنزل المدرسة الشارع

- هل تتفاعل مع منشورات صناع المحتوى؟ دائما أحيانا نادرا

-مع من تتصفح عادة حسابات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟

بمفردك

رفقة العائلة

رفقة الأصدقاء

المحور الثاني: التعرض لمحتويات صناعات المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟

هل متابعتك لصناعات المحتوى تغير أفكارك؟ نعم لا

ما الغاية من متابعتك لمحتويات صناعات المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟

اكتساب معارف جديدة الهروب من الواقع التثقيف

حب الاطلاع فقط

ما الذي يلفت انتباهك عند متابعتك لصناعات المحتوى؟

الأغاني والموسيقى اللباس المحتوى المنشور

ما هو سبب متابعتك لصناعات المحتوى؟

التعرف على ثقافة جديدة التسلية والترفيه متابعة الأحداث الجارية

ما نوع المحتويات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

التربية والتعليم الجمال والموضة السياحة والأسفار كوميدي

التكنولوجيا الجانب الديني أسلوب الحياة الرياضة و اللياقة البدنية

هل لدي شخصية تفضل متابعة حسابها من صناعات المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا مع ذكر الشخصية

-ما السبب الذي دفعك (ي) لمتابعة حسابها؟

لأن أكثر شهرة لأنها أكثر مصداقية لأن محتواها يتوافق مع اهتماماتي

ما هي الطريقة التي تفضلها في نشر صناعات المحتوى لمحتوياتهم؟

الفيديو النصوص الصور المركبة

المحور الثالث: محتويات التواصل الاجتماعي أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب

هل أدت محتويات صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى تعديل سلوكياتك؟

دائماً أحياناً نادراً

إذا كانت إجابتك ب دائماً ما نوع هذي السلوكيات؟

عاطفية معرفية أخلاقية

كيف أثر صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على الوسط الاجتماعي الذي تعيش فيه من ناحية القيم الاجتماعية؟

العزلة الاجتماعية زيادة التعاون الاجتماعي خلق أسلوب الحوار

برأيك ما هي أهم السلوكيات الناتجة عن صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟

العزلة الترابط الاجتماعي

هل ترى بأن سلوكياتك المكتسبة من تأثيرات صناعة المحتوى جعلتك مواظناً صالحاً ومتكيفاً مع قيم مجتمعك ودينك؟

لا نعم

هل خلقت تأثيرات صناعة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي سلوكيات دخيلة على ممارساتك اليومية؟

لا نعم

المحور الرابع: الآثار والسلوكيات التي يتركها صناعة المحتوى على الشباب

بمتابعتك لصناعة المحتوى ما هي العادات الجديدة التي اكتسبتها؟

الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين المقارنة الدائمة مع الآخرين

عرض الخصوصيات الشخصية المثابرة والاجتهاد إتباع أسلوب حياة منظم

عادات أخرى اذكرها.....

حسب رأيك ما هي الايجابيات التي اكتسبتها من متابعة صناعة المحتوى؟

أعمال تعود بالنفع على المجتمع  
تكوين علاقات اجتماعية  
الاستماع إلى الآراء المختلفة  
ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية  
أسباب أخرى اذكرها.....

- حسب رأيك ما هي السلبيات التي اكتسبتها من متابعة صناع المحتوى؟

العيش في الوهم والخيال  
الشعور بالدونية" عدم الرضا على الواقع  
الرغبة في تقليد حياة الغرب  
مخالطة الجنس الآخر

أسباب أخرى اذكرها.....

أسعى غالبا أثناء تواجدي مع الأصدقاء لالتقاط صور جميلة كي أضعها على مواقع التواصل

الاجتماعي كما يفعل صناع المحتوى: دائما  
أحيانا نادرا

هل متابعتك لصناع المحتوى جعلك ترغب في السفر بمفردك؟ دائما  
أحيانا نادرا

- هل تحاول تقليد طريقة لبس صناع المحتوى؟ دائما  
أحيانا نادرا

بناء على ما سبق ما هي السلوكيات التي ترى أنها انتشرت في المجتمع بين الشباب  
خاصة نتيجة متابعتهم لصناع المحتوى؟

قم بذكر أمثلة ايجابية كانت أو سلبية مع التوضيح

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