

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي



قسم العلوم الانسانية

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

**إتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير إنستغرام على القيم الأخلاقية -
دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الوادي-**

مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: سمعي بصري

إشراف الدكتور:

حمزة قدة

إعداد الطلبة:

طارق أحمودة

صلاح الدين بالعروسي

لجنة التقييم

المؤسسة الأصلية	الصفة	الرتبة	الأستاذ
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي	رئيس اللجنة	أستاذ تعليم عالي	د. رشيد خضير
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي	مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ	د. حمزة قدة
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر أ	د. محمودي البشير

السنة الجامعية 2022/2021

شكر وتقدير

الحمد لله أهل الحمد والثناء والصلاة والسلام على نبينا محمد صلى الله عليه
وعلى آله وصحبه وسلم.

نشكر الله سبحانه وتعالى على إحسانه وتوفيقه لنا وعلى ما أسداه إلينا من نعم
لا تعد ولا تحصى.

والشكر الموصول إلى الأستاذ الدكتور " حمزة قدة " على ما أسداه لنا من نصح
وتوجيه وإرشاد.

كما يطيب لنا أن نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى كل من ساهم في
مساعدتنا، وتوجيهنا وإرشادنا

كما لا ننسى موظفي كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

وأخيرا يسعدنا أن نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان لأعضاء لجنة المناقشة
لتفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة، والحكم عليها وإثرائها بآرائهم السديدة.

وفق الله الجميع لما فيه من خير الدنيا والآخرة إنه

سميع مجيد، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية ،
وتمحورت مشكلة الدراسة على الاجابة على التساؤلات التالية :
_ ماهي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية؟
ومن هذا طرحت التساؤلات الفرعية الآتية:
_ ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الانستغرام ؟
_ ما هي نوع الفيديوهات التي تنشر في تطبيق الانستغرام ؟
من خلال تحليلنا التساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أن:
- وجود عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام.
- وجود نوع للفيديوهات الي تنشر على انستغرام وهو الفيديوهات الاجتماعية الثقافية.
هناك اتجاهات للشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية
_ **الكلمات المفتاحية** : الاتجاهات- الشباب - الانستغرام

Abstract:

This study came about the university youth's attitudes towards the influence of Instagram on moral values, and the study problem focused on answering the following questions:

_ What are the attitudes of university youth towards the influence of Instagram on moral values?

From this, the following sub-questions were raised:

What are the habits and patterns of university youth use of the Instagram application?

What kind of videos are posted on Instagram?

Through our analysis of the partial questions of the study, it became clear that:

Existence of the habits and patterns of university students' use of Instagram.

There is a type of videos that are published on Instagram, which is social and cultural videos.

There are trends for university youth towards the impact of Instagram on moral values

_ **Keywords**: trends - youth - Instagram

المحتويات

أ.....	شكر وتقدير.....
ب.....	ملخص الدراسة:
ج.....	فهرس المحتويات.....
ه.....	فهرس الجداول.....
ز.....	فهرس الأشكال.....
8.....	مقدمة:
9.....	1-الإشكالية:
10.....	2- أسباب الدراسة:
10.....	3-أهداف الدراسة.....
10.....	4-اهمية الدراسة:
11.....	5-نوع ومنهج الدراسة:
11.....	6-أدوات الدراسة.....
12.....	7- وصف الاستبيان:
13.....	8-مجتمع البحث وعينة الدراسة:
14.....	9-تحديد المفاهيم والمصطلحات:
16.....	10-الصعوبات:

الأدبيات النظرية والتطبيقية

17.....	أولاً: الأدبيات النظرية للدراسة.....
18.....	أولاً: الأدبيات النظرية للدراسة.....
20.....	1-2-خصائص الانستغرام:
22.....	1-3-خطوات إنشاء حساب على انستغرام:
23.....	1-4- إيجابيات و سلبيات الانستغرام:
26.....	2-المقاربة النظرية للدراسة:

الاجراءات المنهجية

35	1-دراسة الاستطلاعية:.....
36	2-دراسة الأساسية:
	الاجراءات الاحصائية للدراسة
38	عرض وتحليل النتائج:.....
53	النتائج في ضوء التساؤلات:.....
58	خاتمة:.....
60	قائمة المصادر والمراجع:.....
65	الملاحق.....

فهرس الجداول

- الجدول رقم (01) يوضح قيمة معامل ألفا كرو نباخ 35
- الجدول رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثي) 38
- الجدول رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي 39
- الجدول رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب امتلاك حساب انستغرام 40
- الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حول استخدام حساب انستغرام وفق متغير الجنس 41
- الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حول فترات حجم قضاء الوقت في انستغرام وفق متغير المستوى الدراسي 42
- الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حول اماكن استخدام موقع انستغرام 43
- الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حول اسم حساب انستغرام وفق متغير الجنس 44
- الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حول صورة في موقع انستغرام 44
- الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حول اللغة المستخدمة في موقع انستغرام . 45
- الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حول المنشورات في تطبيق الانستغرام ... 46
- الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حول المنشورات المتبعة في تطبيق الانستغرام..... 47
- الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حول فترات حجم قضاء الوقت في انستغرام وفق متغير المستوى الدراسي 48
- الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حول منشورات وفيديوهات لا اخلاقية على انستغرام وفق متغير الجنس 49
- الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول الايحاءات الجنسية في فيديوهات الانستغرام..... 50

يمثل الجدول رقم(16): اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الأخلاقية
51

فهرس الأشكال

- الصورة رقم (01): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثي)38
- الصورة رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي39
- الصورة رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب امتلاك حساب انستغرام40

مقدمة

مقدمة:

يعيش الإنسان اليوم في عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي ، حيث يعتمد مجتمع المعلومات على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاجها واستخدامها وتقديم الخدمات على نحو سريع وفعال ، ويشكل التدفق المعلوماتي أساسا في التنوير والتطوير ، فتكنولوجيا المعاصرة قد اختزلت الانعزال العقلي المعرفي والجغرافي للناس إلى الحد الأدنى ، وساهمت في الإسراع بنشر الأفكار والأخبار وفتح الباب واسعا لتجسيد القرية الكونية الذي أشار إليها مارشال مكلوهان .

ان كل من يتأمل التطورات التي طالت الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال، لابد له ان يلاحظ التغيير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعنا، ومما لاشك فيه ان هذه الاخيرة قد تأثرت بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، وتحول الشخص الى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي، واصبح لهذا النوع من الاتصالات دورا فعالا في مختلف المجتمعات، حيث سهل التواصل بين افراد المجتمع .

وتنتشر وسائل التواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع بشكل كبير، وتعدد استخدامات هذه البرامج حسب ميول واهتمامات مستخدميها، فكانت البداية مع برنامج الفيس بوك ثم التويتر، و أضيف برنامج الإنستغرام إلى قائمة برامج التواصل الاجتماعي ليستخدمه أفراد المجتمع عموما من مختلف الأعمار . و الإنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010 ، يتيح للمستخدمين النقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها، وفي مايو من عام 2012 تم الإعلان عما يلي: في كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة، وفي الثانية الواحدة تحصل الشبكة على مستخدم جديد، وتخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحها، وفي يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين مدة 15 ثانية.

وقد عرف التطبيق انتشارا واسعا بين المستخدمين الجزائريين خاصة فئة المراهقين حيث إستحوذ على عقولهم وذلك لإشباع حاجاتهم سواء إشاعات نفسية أو اجتماعية ثقافية من خلال التعبير عن آرا ئهم وافكارهم ورغباتهم وميولاتهم وكان البحث في

طبيعة الآثار الناتجة عن استخدام التطبيق والاشباع المحققة منه، كما أن الدراسة تتعلق بأهم وسيلة تواصل إجتماعي تعتمد على المحتوى السمعي البصري في السنوات الثلاثة الأخيرة مست المجتمع الجزائري ،وقد جاءت دراستنا مقسمة إلى ثلاثة فصول كالآتي:

1-الإشكالية :

لعبت التكنولوجيا دورا هاما في مختلف وسائل الإعلام والاتصال حيث عرفت الانترنت تطورا سريعا على مستوى خدماتها ، فقد أصبحت من متطلبات العصر كونها تلبى احتياجات كثيرة للفئات العمرية المختلفة، وشهد العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في الفضاء الالكتروني (الافتراضي) قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود ،ويسمى هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي وكان لها دورا كبير في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن مختلف الاحداث الأمر الذي ساعد في شهرة هذه المواقع أهمها (الفيسبوك ، الانستقرام ، اليوتيوب ، التويتز ،التيك توك) أعطت فرصا للمستخدمين لتأثير والإنتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة .

وفي السنوات الأخيرة كان لتطبيق الانستغرام الصوت الأبرز في قائمة التطبيقات حيث يتيح لمستخدميه مشاهدة مقاطع فيديو موسيقية قصيرة ،كما يتيح للمستخدمين عمل مقاطع فيديو لا يزيد طولها عن 60 ثانية وإرفاقها بمؤثرات وخدع بصرية ، ويعد التطبيق الأكثر شعبية في متاجر التطبيقات بين مواقع التواصل الإجتماعي من خلال جذبته للمستخدمين عن محتوياته التي ملايين المستخدمين

وتأتي هذه الدراسة لتخصص ولو بشكل يسير في اتجاهات الشباب الجامعي نحو القيم الاخلاقية للانستغرام لكونه إحتل المركز الأول في عدد المستخدمين بغض النظر عن المواقع الأخرى الجديدة والمتوفرة في كافة الأجهزة الذكية ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الآتي :

_ ماهي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية؟

ومن هذا طرحت التساؤلات الفرعية الآتية:

_ ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الانستغرام ؟

_ ما هي نوع الفيديوهات التي تنشر في تطبيق الانستغرام ؟

هل هناك تأثير لتطبيق الانستغرام على القيم الاخلاقية؟

2- أسباب الدراسة :

2-1- الأسباب الذاتية :

_ ميول الباحثين للتكنولوجيا وتطبيقاتها

_ الرغبة في دراسة تطبيق الانستغرام نظرا لإستخدامه المكثف من طرف الشباب الجامعي.

_ وقوع الموضوع محل الدراسة ضمن مجال اهتمامنا وتخصصنا كطالبة ماستر سمعي بصري حيث لم يحظى القسم بدراسة سابقة من هذا النوع وهو ما دفعنا على الشروع في هذه الدراسة للاستفادة والإفادة .

2-2- الأسباب الموضوعية :

- هذه الدراسة تمثل ظاهرة اجتماعية وجب علينا دراستها والبحث فيها كونها تنقل محتوى سمعي بصري يعد الأكثر تأثيرا خلال الثلاث سنوات الأخيرة في المجتمع الجزائري

-حادثة الموضوع إذ يشهد تطبيق _ الانستغرام _ إقبالا واسعا من طرف مختلف فئات المجتمع الجزائري خاصة فئة المراهقين .
_ قلة الدراسات في هذا المجال .

3-أهداف الدراسة

-تعتبر تحديد أهداف الدراسة ذو أهمية كبيرة يسعى الباحث لتحقيقها، وعدم تحقيقها مسبقا يؤدي إلى تشتت أفكار الباحث وعدم تحكمه في الموضوع وتهدف هذه الدراسة الى :

-معرفة عادات وأنماط إستخدام الشباب لتطبيق الانستغرام

_ التعريف أيضا بدوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق الانستغرام

_ الكشف عن الاشباعات المحققة من ذلك جراء إستخدام الشباب الجامعي لتطبيق الانستغرام

4-اهمية الدراسة :

تتوقف أهمية الدراسة على أهمية الظاهرة المتناولة، وعلى قيمتها والنتائج التي تستحقها فهي تتناول أحد مواضيع المهمة في مجال الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي التي التصقت بحياة الأفراد واصبحت جزءا من ممارساتهم اليومية.

5-نوع ومنهج الدراسة:

5-1-نوع الدراسة

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية بإعتبارها أنسب الطرق لمعالجة الإشكالية المطروحة في بحثنا، ماهي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية؟ والمنهج الوصفي كما يعرفه مروان عبد المجيد" بأنها تلك الدراسات التي تهدف إلى إكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كيفيا وكميا، وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة لظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما سيكون عليه في المستقبل.¹

5-2-منهج الدراسة

والمنهج الملائم لدراسات الوصفية هو المنهج المسحي الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث والفترة الزمنية كافية لدراسة.²

ويعتبر المنهج المسحي أحد المناهج الاساسية للدراسات الوصفية، ويقوم على جمع المعلومات حول الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.³

ومن هنا فان اختيارنا للمنهج المسحي يساعد على كشف الجوانب المختلفة للعلاقة الموجودة بين الشباب الجامعي وتطبيق النستغرام

6-أدوات الدراسة

يستخدم الباحث اكثر من طريقة أو أداة لجمع البيانات والمعلومات حول مشكلة الدراسة أو الاجابة عن تساؤلاتها .

¹ مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، ص163.

² سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط3، عالم الكتب، مصر، 1993، ص147.

³ أحمد مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003،

ص289.

كما تتخذ أدوات البحث العلمي حسب نوع المنهج المتبع، ولأننا اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح، فمن أهم الأدوات المناسبة لتجميع البيانات نجد الملاحظة والوثائق والاستبيان، وكذلك المقابلة.

لذلك الأداة التي استخدمناها لجمع البيانات الميدانية هي "استمارة الاستبيان " لأنها تناسب غرض الدراسة وذلك بما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اقتصاد الجهد والوقت، وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الاسئلة الموجهة على عينة من الأفراد حول موضوع معين أو موضوعات ترتبط بموضوعات الدراسة.

وتعرف الاستبانة بأنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد الاستمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الافراد ويسمى الشخص الذي يملأ الاستمارة ب "المستجيب "

كما تعرف الاستبانة بأنها أسلوب لجمع البيانات الذي يهدف يستهدف انتشاره أفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقدمة لتقديم حقائق وأراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.¹

7- وصف الاستبيان:

بنيا هذا الاستبيان على تفكيك مفاهيم الدراسة، وكيفية قياسها على أساس محاور : ومدى مناسبتها لأهداف وتساؤلات الدراسة .

المحور الأول: متعلق بالبيانات العامة، 3 اسئلة خاصة بالمبحوث، الجنس، المستوى الدراسي، واكتساب التطبيق.

بالمحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام يحتوي على 6 اسئلة من 4 الى 9

المحور الثالث: متعلق بنوع الفيديوهات التي تنشر في موقع الانستغرام وفيه 5 اسئلة من 10 الى 14

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء، 2000، ص81.

المحور الرابع: متعلق بتأثير تطبيق انستغرام على القيم الاخلاقية وفيه 8 اسئلة من 15 الى 23

8-مجتمع البحث وعينة الدراسة :

يتمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،
بمختلف التخصصات والمستويات
العينة :العمدية (القصدية):

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، فقد قمنا باختيار اسلوب العينة ولاقتصار عينة بحثنا على الشباب الجامعي واستخدامهم لموقع الانستغرام " فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية التي يتم انتقاء افرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في اولئك الافراد دون غيرهم، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الاصيلي .

هي اختيار مجموعة من الاشخاص من مجتمع البحث وهؤلاء الاشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب ان تكون ممثلة له.¹

وايضا هي العينة التي يعتمد عليها الباحث، فهي تتكون من وحدات معينة اعتقادا منه انها تمثل المجتمع الاصيلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة أو مجموعات معينة تتميز بخصائص ومزايا احصائية وتمثيلية للمجتمع، وهذه الأخيرة تعطي نتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل اليها الباحث بمسح المجتمع كله.²

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 100 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة من بين 15 و 30 افريل على عينة من مستخدمي الانستغرام

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد وال مراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، ط2، 1999، ص84 ص96.

² فاطمة عوض صابر مرفت، علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة الإشعاع الفنية، ط1، ص169.

9-تحديد المفاهيم والمصطلحات :

9-1- تعريف الاتجاه

لغة:

اتَّجَهَ إلى يَتَّجِه، اتَّجَاهًا، فهو مُتَّجِهٌ، والمفعول مُتَّجَهٌ إليه • اتَّجَهَ إلى الحدود أو نحوها: أقبلَ عليها وقصدَها "اتَّجَهَ الشخصُ إلى البيت- اتَّجَهَ الطالب إلى المحاماة/ دراسة الطبّ- اتَّجَهَ الصاروخُ بدقة نحو الهدف".

اصطلاحا:

الاتجاه هو الحالة الوجدانية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله ودرجة هذا الرفض أو القبول، ومن ثم، فإن هذا التعريف أكد ضرورة تأثير الخبرة الماضية للشخص في تكوين الاتجاه، كما ركز على الاستمرار النسبي فبعض الاستجابات تتميز بأنها وقتية ومن ثم لا تدخل هذه الاستجابات في نطاق الاتجاهات.

و حسب محمد منير حجاب "فالالاتجاه يشير إلى الاستعداد أو الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك الفرد أو الجماعة عندما تكون بصدد تقييم شئ أو موضوع بطريقة منسقة وتميزه أو قد ينظر إليه على أنه تعبير محدد عن قيمة أو معتقد، ولهذا يشتمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقاً".¹

9-1- الأثر :

لغة:

يقال اثر على الشيء أي ترك فيه اثر .²

الأثر له ثلاث معاني : بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني : بمعنى العلاقة والثالث: بمعنى الجزء .¹

¹ محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 1، القاهرة ط2003، 1، ص 18.

² الشيخ عبد الله البستاني، معجم الوسيط للغة العربية، مكتبة لبنان، دط، 1990، ص3.

اصطلاحاً :

التأثير هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة وقد تجعله يتعرف بطريقة جديدة، أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة لي تأثير إبتداء من الإهتمام بحدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني².

إجراءياً :

هو مجموعة التغييرات التي تطرأ على سلوك الشباب الجامعي وذلك من خلال المضامين المختلفة من معلومات ورسائل وفيديوهات التي يتلقاها من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة .

9-3- الشباب :

-لغة :

الفتاء والحدائثة وشباب الشّيء أوله يُقال لَقَيْتَهُ فِي شَبَابِ النَّهَارِ وَالتَّشْبِيبُ قَالُوا كَانَ جَرِيرٌ أَرَقَ النَّاسَ شَبَابًا

اصطلاحاً

الشباب هو جمع مذكر و مؤنث معا، وتعني الفتاء والحدائثة، ويطلق لفظ شبان، وشبيبة، كجمع لمذكر مفرد شاب، ويطلق لفظ شابات، وشائب، وشواب، كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل كلمة شباب هو شب بمعنى صار فنتية، أي «من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة»، وفي المعجم اللغوي الإنجليزي Oxford فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كل من اللفظتين Youth و Young و «تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداء من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد»³.

¹ السيد الشريف أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي، التعريفات، دار الكتابة العلمية للنشر، لبنان، ط2، 2003، ص13.

² محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلامية، المجلد 2، دار الفجر، 2003، ص533.

³ منهل الثقافة التربوية، ، www . manhal . net

_اجرائيا :

ويعرف الشاب في هذه الدراسة على أنه الفئة التي تقع بين سن 17 سنة الى سن 30 سنة، وذلك باعتبارها الفئة الأكثر نشاطا في المجتمع وبإمكانها الدراسة في كافة جوانبها.

9-4- انستغرام :

انستغرام بالإنجليزية: Instagram هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها، في يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين¹

10-الصعوبات :

أثناء القيام بهذه الدراسة واجهتنا مجموعة من الصعوبات والعراقيل التي وقفت امام هذه الدراسة سواء على المستوى النظري أو تطبيقي ومن بين هذه الصعوبات نجد:
-عدم وجود في المراجع والمصادر باللغة العربية في المكتبات التي قمنا بزيارتها في مجال تطبيق الانستغرام
- نقص الدراسات السابقة والمثابفة لهذا الموضوع .

على الساعة 10:00 15 افريل 2013 . http . en Wikipedia. Org :// ¹

الفصل الثاني الأدبيات البحثية

أولاً: الأدبيات النظرية للدراسة

1- ماهية وتاريخ الانستغرام

2-المقاربة النظرية للدراسة

3- الدراسات السابقة

ثانياً: الاجراءت المنهجية للدراسة

ثالثاً: الاجراءات الاحصائية للدراسة

أولاً: الأدبيات النظرية للدراسة

1- مفهوم ونشأة الانستغرام

1-1- نشأة الانستغرام:

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد " كفين سيتروم " على تمويل أولي بمبلغ 500 دولار من Baseline Ventures و Amdreessem Horowitz بينما كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعي بالاعتماد على الموقع الجغرافي كما هو الحال في four square، لكن مع ميزة مشاركة الصورة و كان أسمه Barbon، و بعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح و أستخدمه فقط بعض الأشخاص من معارف و أصدقاء " كفين " و وصفه بأنه مجرد فكرة فاشلة، و في جويلية 2010 قام كل من " كفين و مايك كرينجر " الذي درس أيضا في ستانفورد بالبداية بالعمل على تصميم لتطبيق مشاركة الصور.

و أراد الاثنان صنع شيء واحد و تركيز عليه، و نظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور على فيس بوك أو فليكر أو غيرها من المواقع عملية يصعب القيام بها عبر الهواتف المحمولة.¹

و بعد أن استغرق الأمر فقط شهرين للعمل تم إطلاق أول نسخة لتطبيق الجديد، و في أكتوبر 2010 أطلق الشريكان تطبيق الانستغرام لمشاركة الصور بنسخة خاصة بهاتف أيفون و بدء 80 شخص فقط باستخدامه، و بعد 10 أيام من الإطلاق وصل عدد المستخدمين 10 الألف، و في ديسمبر أعلن الانستغرام الدعم الكامل للصور و المشاركة على شبكة four square و وصل عدد المستخدمين إلى امليون شخص.²

¹ إيمان عبد الرزاق الخاجة، دور الانستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي، دراسة ميدانية، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام و العلاقات العامة، كلية الآداب و العلوم التربوية، الجامعة الأهلية المنامة، مملكة البحرين، 2015، ص 72.

² المرجع نفسه : ص72.

و في ديسمبر عام 2010 حصل التطبيق على مليون مستخدم و بعد سنة أي في عام 2011 حصل التطبيق على زيادة 500 بالمئة من المستخدمين ليصل العدد إلي 5 ملايين مستخدم، و في 12 ديسمبر 2014 أعلنت خدمة الانستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم ليتجاوز عدد مستخدمي التوتير في جويلية 2011 قام مستخدمو التطبيق برفع مليون

صورة، و في شهر أوت من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلي 150 مليون صورة إي خلال شهر واحد.¹

و في ماي من عام 2012 تم الإعلان عما يلي :

- في كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة.

- و في الثانية الواحدة كذلك تحصل الشبكة على مستخدم جديد.

- تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحه.

و قال " كيفين " إن اليوم الأول كان الأصعب حيث توقف الموقع عن العمل لعدة مرات يوميا إلا أن حب الناس للتطبيق جعلهم يتسامحون، بينما قال "كريجر " كان لدينا فكرة أساسية و هي أن الناس يريدون التواصل و تبادل الخبرات في العالم الحقيقي و من خلال الصور، ولكن المنتجات يتم تحديدها من خلال سلسلة من القرارات و الافتراضات و فكرتها المتمثلة في أول تطبيق للصور مفتوح للعامه بشكل افتراضي أثبتت بأنه وجد حلا عند الناس الذين كانوا يبحثون عنهم منذ زمن.²

ومن خلال هذا يمكن القول أن الانستغرام هو واحد من أكبر الشبكات الاجتماعية، حيث لا يمتلك هذا التطبيق أي عيوب مرتبطة بكفاءة وفاعلية و سهولة استخدامه، و هو يمتد يوم بعد يوم ليصل إلى جمهور أكبر على نطاق أوسع حول العالم، وهو ما يبرر تحول العديد من العلاقات إلى إختلاف أحجامها، الذي يمنحها انتشار واسع في جميع المجالات.

¹ إيمان عبد الرزاق الخاجة، المرجع السابق، ص73

² المرجع نفسه ص73

حيث نجد أن الانستغرام كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعي لكنه لم يكتب له النجاح و استخدامه بعض الأشخاص فقط، لكن بعد هذا الفشل أراد كل من " كيفين و مايك " صنع شيء و يتركز عليه، وقد قاموا بإطلاق أول نسخة للتطبيق الجديد و لقي نجاحا كبيرا و هذا بسبب مميزاته الجديدة و استعماله من طرف الكثير من الأشخاص، حيث وجدوا حلا للأشخاص الذين كانوا يبحثون عنها منذ زمن.

1-2- خصائص الانستغرام:

يعتبر الانستغرام من أفضل و أشهر التطبيقات المجانية التي يستعملها المستخدمون من أجل مشاركة وتبادل الصور على شبكة الانترنت، حيث يمنح المستخدمين إمكانية التقاط الصور و تصوير مقاطع فيديو،

ثم مشاركتها و من هنا يمكن القول أن للانستغرام خصائص عديدة و التي تتمثل في:¹

- كان تطبيق الانستغرام يستخدم في بداية إطلاقه بمشاركة الصور فقط، إلا أنه في جوان 2013 تم إضافة ميزة تصوير مقاطع الفيديو و مشاركتها عبر التطبيق، من أجل منح المستخدمين المزيد من الخدمات و الخيارات.

- يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح المستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور و مقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها.

- يسمح الانستغرام للمستخدمين للإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم مشاركتها، ما يزيد التفاعل بين المستخدمين.

- يتميز تطبيق الانستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين

يعجب بصورهم و ستصله تلقائيا كإفوف صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق.²

¹ مقال ل: مصطفى فتحى، بعنوان: مراجعة عن الانستغرام (مميزات و عيوب تطبيق انستغرام) من موقع تسعة: ماى 2022،

² المرجع نفسه.

- تطبيق الانستغرام ليس كباقي التطبيقات الاجتماعية، حيث أنه لا يتبع جدولا زمنيا حقيقيا.¹

- يتميز بمقاطع فيديو قصيرة و هذا يساعد المستخدم على قطع الفيديو و تحميل فقط ما يريد منه.

- الخصوصية في هذا التطبيق عالية حيث تمكن للمستخدم إخفاء ملف التعريف الكامل به، و خاصة إن كان هناك من يراقبه.

- اشتهر بعض الناس من خلال استخدام تطبيق الانستغرام.

- يمكن بعض المستخدمين من إيجاد طريقة لكسب المال. - يمكن للجميع رؤية الأعمال الجميلة دون دفع المال.²

. يعتبر انستغرام التطبيق المثالي لمشاركة الصور و مقاطع الفيديو لأنه يعمل بكفاءة و فاعلية على كافة

أنظمة تشغيل الهواتف الذكية و الأجهزة اللوحة، فضلا عن الحواسيب المكتبية، في البداية كان تطبيق

يعمل على فقط على نظام تشغيل IOS التابع لشركة " أبل " المنتجة لهواتف أيفون و الحواسيب اللوحية " أيباد "، و في أبريل 2012 أصبح انستغرام يعمل على نظام تشغيل أندرويد الذي طورته شركة Google³.

- يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك و تويتر.

- يتيح انستغرام أيضا للمستخدمين تعديل الصور حيث يحتوي على العديد من الفلاتر و الأدوات التي تسمح بتعديل الصور و إضافة التأثيرات عليها، و يحتوي التطبيق أيضا

¹ مقال، بعنوان : ما هي فوائد الانستغرام، من موقع الموسوعة العربية الشاملة:

-<https://www.mosoah.com/internet-and/telecom/social-network/what-are-the-benefits-of-instagram>

2

³ مقال لمصطفى فتحي، مرجع سبق ذكره. المرجع نفسه.

على أدوات التعديل فيديو. : يحتوي تطبيق الانستغرام على خيار يمكن المستخدم من حجب يوميات معينة و جعلها خاصة لمن يرغب بإعطائه إمكانية الإطلاع على الصور .
- يمنح التطبيق للمستخدمين إمكانية التبليغ عن التطبيقات المسيئة عن طريق خيار flag comment.

- حصل التطبيق عام 2012 على جائزة أحسن تطبيق.¹

- إضافة إمكانية الربط بين تطبيق الانستغرام و الفيس بوك يصبح من السهل على الأصدقاء متابعة الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
من خلال هذا يمكننا القول أن الانستغرام أصبح من أشهر التطبيقات التي يستعملها المستخدمون وهذا بفضل المميزات التي يحتويها هذا التطبيق التي تمنح المستخدمين المزيد من الخدمات والخيارات، حيث أصبح يعتبر من أفضل الوسائل التي وفرت إمكانية التفاعل مع الأصدقاء و مشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

1-3-خطوات إنشاء حساب على انستغرام:

توجد طريقتين لإنشاء حساب على انستغرام و هما:

أولاً: التسجيل عبر البريد الإلكتروني: من خلال وضع حساب على الجيميل (...gmail.com)، وضع الباسورد (كلمة المرور الخاص بالإيميل (E-mail) و سيتم الدخول إلى الانستغرام بسهولة.

ثانياً: التسجيل عبر الإيميل على الفيس بوك:

من خلال تسجيل الدخول إلى انستغرام بالنقر على التسجيل عبر فيس بوك، و بذلك يكون لدينا حساب خاص بنا على الانستغرام.

و بعد ذلك تأتي عملية تعديل الصفحة الشخصية على انستغرام، حيث يجب إتباع الخطوات التالية عند الدخول إلى الحساب على انستغرام:

1- إرفاق صورة: و هذه الصورة كي يتعرف علينا الأشخاص المتابعين لنا.¹

¹ مقال لمصطفى فتحي، مرجع سبق ذكره. المرجع نفسه.

2- كتابة الحالة: حيث يجب كتابة تعريف بسيط يعرف المتابعين علينا، مثال: كتابة الهوية. البحث عن الأصدقاء : من خلال البحث عن متابعين، و بالتالي متابعتهم أيضا و هذا عن طريق الفيس بوك أو من خلال أرقام الهاتف أو عالم المشاهير من خلال النقر على الجزء السفلي في الصفحة للبحث.

نلاحظ أنه من خلال إتباع هذه المراحل و الخطوات البسيطة سنتمكن حينها من التفاعل مع منشورات الأصدقاء بالتعليق عليها و الإعجاب بها أو إرسال رسائل لهم، كما يمكننا متابعة حسابات النجوم الفن و الرياضة و البقاء على تواصل مع كل جديد يقومون بنشره بكل سهولة.

1-4- إيجابيات و سلبيات الانستغرام :

1-4-4 ايجابيات الانستغرام :

يقدم الانستغرام لمستخدميه العديد من إيجابيات التي تجعله في مقدمة اختيار لهم عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- يتيح استخدام التقاط و نشر إي إعداد من الصور تبعا لرغبة المستهلك المستخدم في أي وقت.

- يوفر إمكانية إصغاء أي تعديل علي الصور والفيديوهات، سواء بتغيير إضاءتها و ألوانها، أو إضافة

العبارات و الرسوم المتحركة عليها أو الرموز التعبيرية المختلفة. |

- يجعل المستخدم قادرا على الإشارة أصدقائه الذين شاركوه الصور أو في الفيديو مثله في فيس بوك.

¹ لمقال بعنوان: بحث عن انستغرام، من موقع: أبحاث نت: / <https://ab7as.net> ، بتاريخ 5 ماي 2021، على الساعة

- يمكن أن يضيف مستخدم الانستغرام المكان المتواجد به الآن مشاركته ذلك مع أصدقائه و متابعيه، و ذلك من خلال خاصية إضافة موقع . Add location
- يمكن المستخدم من إظهار موهبته دون أن يتكلف بمئات الدولارات المساحة حائط صغيرة في بعض المعارض الصور و الفنون.
- إذا كان المستخدم يمتلك شركة فيمكن أن يكون تطبيق الانستغرام فعال لغاية التواصل مع العملاء المحتملين.
- يمكن للجميع رؤية الأعمال الجميلة دون دفع فلس واحد.
- اشتهر بعض الناس من خلال استخدام تطبيق الانستغرام. - تمكن بعض المستخدمين من إيجاد طريقة لكسب الرزق.
- يستطيع المستخدم التفاعل مع أصدقائه و كتابة التعليقات لهم أو الإعجاب بصورهم و التواصل معهم من خلال خدمة الدردشة المتوفرة فيه.
- يساعد الانستغرام مستخدمه في الوصول إلى الحسابات الرسمية لنجومهم المفضلين و متابعة أحداثهم الأخيرة أول بأول، كما يوفر لهم إمكانية التفاعل مع ما ينشرونه و مراسلتهم.
- يتيح للمستخدمين إمكانية ربط جميع الحسابات الخاصة بهم على مواقع التواصل الاجتماعي ببعض و نشر الصور بهم في وقت واحد.¹
- توفير الانستغرام خاصية إضافة " قصتين أو Story" من خلال وضع الصور و إضافة المقاطع الموسيقية المختلفة عليها، أو عبارات أو مقاطع فيديو أو حتى الخروج في بث مباشر ليستخدم المستخدم التعبير عما يحدث الآن و نشره مع أصدقائه.

¹ مقال بعنوان : ما هي فوائد الانستغرام، مرجع سبق ذكره.

في الأخير يمكن القول أن الانستغرام بعد انتشاره، تميز بعدد من ايجابيات التي من خلالها جعلته يشتهر بسرعة قائمة في السنوات الأخيرة و الذي ساعد الانستغرام مستخدميه على الحصول على الكثير من الخدمات.

1-4-2- سلبيات الانستغرام:

لا شك أن هناك مجموعة من العيوب الفنية و التقنية في تطبيق الانستغرام يعاني منها مستخدمه، سنعرض أبرزها فيما يلي:

- لا يتيح الانستغرام الحصول على صور و فيديوهات مباشرة عبره.

- لا يسمح تطبيق الانستغرام إلي سرعة تحميل الفيديوهات و الصور.¹

- تقوم خدمة الانستغرام بمشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بالمستخدمين المسجلين مع مزودي الخدمات الأخرى لغرض توفير خدمة انستغرام، والتي تشمل عنوان البريد الالكتروني و معلومات الملف الشخصي للمستخدم.

- معرفة الجهاز أي ملفات البيانات التي تحدد جهازك المحمول.

- استخدام خدمة الانستغرام تمنح المستخدمين الحق بتبادل المحتوى الخاص بهم من المعنيين لغرض الترويج لعلامات تجارية محددة في الصفحات الخاصة بالمستخدمين.²

نلاحظ من خلال ما دارسناه حول الانستغرام انه تطبيق حصل على شهرة و إقبال كبيرين، لكن رغم ذلك فهو لا يخلو من السلبيات، حيث أن بعض المستخدمين يواجهون صعوبة في طريقة استخدامه و كيفية التصفح عليه.

¹ مقال بعنوان : ما هو تطبيق انستغرام، <https://sotor.com/> ، بتاريخ: 2ماي 2022، على الساعة

² مقال بعنوان : ما هو تطبيق انستغرام، <https://sotor.com/> ، بتاريخ: 2ماي 2022، على الساعة:

2-المقاربة النظرية للدراسة:

2-1- التعريف بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

يمكن القول أن المعالم الأولى لظهور نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كانت مع بداية الثمانينيات من القرن الماضي ، حيث برزت مع الدراسات الأولى التي قام بها عزي عبد الرحمن منذ عودته إلى الجزائر من 1985م، فالفترة التي قضاها عزي عبد الرحمن في أمريكا ما بين 1977- 1985م والنهل من المدارس والمعارف الغربية المتميزة كانت حافزا كبيرا لديه في ميلاد النظرية. فالحقيقة أن ما تلقاه عزي عبد الرحمن من علم في أمريكا آنذاك وقراءته المتأنية المعمقة النظريات الاتصال الغربية والتوغل فيها وفهمها واستنطاق الظاهرة الاتصالية ضمنها، بالإضافة إلى المعاشة المباشرة والاحتكاك بالدارسين والمهنيين - أصحاب هذه النظريات جعله يكتسب خزانا معرفيا متميزا ورؤية واضحة صريحة حيث أدرك إيجابيات هذه النظريات وتفحص نقائصها واستجلي منها عدم قدرتها على التطابق مع المجتمع الذي ينتمي إليه عزي عبد الرحمن وهو المجتمع الإسلامي.¹

والمؤكد أيضا أن الانتماء الحضاري الذي يميز عزي عبد الرحمن كان له تأثير كبير في فهم نقص النظريات الغربية وعقمها في كثير من الأحيان وعدم قدرتها على التعميم في التفسير والتطبيق على المجتمع العربي الإسلامي، حيث يذكر أن عزي عبد الرحمن قد فطم في بيئة دينية مفعمة بالتعاليم الدينية وحفظ القرآن مما كان لها الدور المحرك المستقبلي في بصمات فكره، فقد نهل من المنابع الغربية دون تخليه عن منبعه التراثي الذي نشأ منه، إذ أنه أعاد قراءة التراث المعرفي الإسلامي من جديد وإنما بأدوات جديدة مستلهمة من الغرب.

¹ نصير بوعلي: الإعلام و القيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005 م، ص4.

ويؤكد عزي عبد الرحمن ذلك بقوله " الواقع أن عودتي المؤقتة إلى الجزائر والمحيط الثقافي الذي كان يكون أزمته الفكرية والهوية جعلني أستقل تدريجيا عن تلك البيئة النظرية الاجتماعية الغربية ولكن أدواتها ظلت حاضرة في مقاربتني لهذا المحيط المستجد رغما عني ، وقد مكنتني هذه الأدوات من النظر إلى الذات والثقافة من زاوية خارجية وكأني أكتشف هذه الذات وهذه الثقافة، فكان ذلك حافزا أساسيا في النبش في التراث، فكتبت " يقول عزي" عن النظرية الاجتماعية الغربية وابن خلدون، كما استوقفتني إسهامات مالك بن نبي في دراسته للمشكلات الحضارية¹

وإن المتأمل في دراسات عزي عبد الرحمن سيجد انه يعود فيها إلى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وفيها يؤكد على أهمية اعتماد النص القرآني مصدرا أساسيا من مصادر المعرفة العلمية. ويرى عزي عبد الرحمن أن القيمة متغير رئيسي عند دراسة الظاهرة الاتصالية والإعلامية ومصدر هذه القيمة هو الدين الإسلامي، ويؤكد على أهمية القيمة بقوله " إذا كان مصدر قوة نظريات الغرب المرجعية الاجتماعية فإن ثقل نظريتنا وتميزها يكمن في المرجعية القيمية غير المباشرة، فالقيمة تؤسس الإنسان ولا يكون هذا الأخير مصدر القيمة بل أداة لها.²

2-2-تسمية النظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

لقد أطلق عليها عزي عبد الرحمن في بداية الأمر مسمى "الحتمية النظرية القيمية"، ثم في كتابه الإعلام والقيم أطلق عليها نصير بوعلي مسمى " الحتمية القيمية في الإعلام". والمسمى الأول يعكس ما ينبغي أن يكون عليه الواقع أي على مستوى المخيال المجرد،

¹ عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الحتمية القيمية: نحو فكر إعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة المستقبل العربي 28، بيروت لبنان سنة 2003، ص10.

² عبد الرحمن عزي وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2010م، ص- ص 53- 56

في حين المسمى الثاني الذي أطلقه نصير بوعلي يعكس الواقع المجسد، ويمكن إعطاء النظرية عدة مسميات:

* على مستوى النظم: الإعلام القيمي.

* على مستوى التأثير: الحتمية القيمية الإعلامية.

* على مستوى النماذج: نموذج عزي عبد الرحمن).

2-3- مفاتيح فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

وقد اقترح نصير بوعلي في مقاله والتي بعنوان " مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام " وهي:

- أسبقية النظرية ككل على الأجزاء: بمعنى النظرة الكلية للموضوع حيث لا يمكن فهم النظرية إذا لم يكن هنالك إلمام بمختلف دراسات عزي عبد الرحمن.

- أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها: بمعنى أنه لا يمكن النظر لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام كدراسات مستقلة ومنعزلة ومفصولة عن بعضها البعض، بل لا بد من التغلغل في الدواخل واستجلاء الخيط الذي يعقد هذه الدراسات ألا وهو القيمة التي تمثل

- النظرية من زاوية سياقية: والتي تعني فهم النظرية في إطار سياق عام يستدعي حضور العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية والتاريخية، إضافة إلى بيئة عزي عبد الرحمن ودراسته في أمريكا وكل العوامل التي ساعدت على تشكل أساس جيد للنظرية.

2-4- تعريف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: يتكون مسمى النظرية من ثلاث ألفاظ أساسية هي:

2-4-1- الحتمية: ويقصد بها اعتبار متغير واحد على أنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم الظاهرة والمتغير الرئيس في هذه الظاهرة هو القيمة. أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال.¹

2-4-2-القيمية " القيمة": عرف عزي عبد الرحمن القيمة وهو يتحدث عن الثقافة والاتصال حيث يقول "الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية،

ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة تتجسد فيها القيم

ويوضح ذلك عزي عبد الرحمن من خلال هرم يمثل مستويات الثقافة، حيث يرى أنه كلما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة ويأتي العقل في مرتبة موازية ويمثل نشاطا منطقيًا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل... ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيًا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم ومصدر هذا النشاط الذهني "العقل" ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة، وقد يكون مرتبطًا بالقيم فيكون ترابطًا وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط ويقول عبد الرحمن عثري أنه يأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله أي سلوكه وكلما ارتبط فعل الإنسان وسلوكه بالعقل كان الفعل عقليًا ومنطقيًا، وكلما ارتبط بالقيم كان الفعل منطقيًا وقيميًا" وهو ما يمثله الشكل التالي:

إذن فالقيمة عند عزي عبد الرحمن هي "ما يسمو بالفرد ويرفعه من معان"، و يمكن إدراكها واستنباطها من النص القرآني والسيرة النبوية والنصوص المرجعية التي أنتجتها الحضارة العربية الإسلامية، إضافة إلى النصوص النهضوية الحديثة. فالقيمة سبقت فعل

¹ عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، لدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011

الإنسان، إذ انه في البدء كانت الكلمة، وكلمة "اقرأ" في الآية اتبعت" باسم ربك " أي تكون القراءة في سياق تعاليم إلهية وليست قراءة دون مرجعية و يوضح البروفيسور عبد الرحمن عزي رؤيته من خلال تحديده للصلة الوثيقة بين القيم والدين وبين الخالق والمخلوق إذ يقول " ويمكن فهم العلاقة بين المعتقد والإنسان ولو دققنا في معنى واشتقاقات كلمة الخلق فالخالق تعالى هو الأول والآخر إذ يقول سبحانه وتعالى: "إليه يصعد الكلم الطيب والعمل الصالح" سورة فاطر آية 35/10، ومنها فالإنسان من صنع الخالق تعالى وهذا ما جاء في كتابه "ومنها خلقناكم و فيها نعيدكم" سورة طه 20/55

، أما الخلق فيشير إلى القيمة والأخلاق" بوصفها بابا من أبواب القيمة، ومن المعلوم أن خلق الرسول صلى الله عليه وسلم كان القرآن. إذن فإن هناك ارتباطا وثيقا بين الخالق تعالى والخلق " الإنسان" و" الخلق" " القيمة.

. الإعلام: ويقصد به رسالة الإعلام بوسائله التقليدية " الصحف، المجالات، الإذاعة،

التلفزيون والحديثة " الانترنت، الإعلام الاجتماعي... »

2-5- افتراضات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

يحدد عزي عبد الرحمن فرضيات النظرية وفق منظور قيمي يوضح من خلالها ضرورة فهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع قيميا ويقسمها إلى صنفين هما¹:

2-5-1- فرضيات خاصة بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور " الشباب كأكثر فئة

متأثرة في قيمها" مع وسائل الإعلام وهي كالتالي:

1. الشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأي وسيلة إعلامية أو اتصالية جديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها.

¹ عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013، ص - ص 29

2. إن كثرة استخدام الشباب لهذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية والتمرد على المجتمع للفت الانتباه وتأكيد الذات.

3. أن الشباب ينجذبون إلى الإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام الأخرى "التقليدية" لعنصر التفاعل المباشر الغائب نسبيا في الوسائل الأخرى.

4. أن وسائل الإعلام تمثل عالما رمزيا يقترب أو يبتعد من الواقع المعاش ومن ثم تأثيرها يظل في هذا المستوى ولا ينتقل إلى الواقع تلقائيا وبنفس الشكل والمضمون.

5. أن العلاقة بين الإعلام الجديد وسلوك الشباب في الحياة اليومية أوضح تلك العلاقة مع وسائل الإعلام الأخرى رغم صعوبة ضبطها لتدخل العوامل الاجتماعية الخارجية.

6. أن وسائل الإعلام عززت الثقافة الفرعية للشباب على حساب حضور الثقافة العامة السائدة.

7. أن ما يلاحظ حاليا في سلوكيات الشباب و"مبالغته" في استخدام الإعلام الجديد قد يكون ظاهرة مؤقتة ريثما تنتقل هذه الوسيلة من مرحلة الانبهار بها إلى مرحلة التعامل معها بصفة طبيعية.

8. أن فئة الشباب وإن كانت تشترك في بعض سمات الفريق المرجعي إلا أن هناك فروق فردية كالتنشئة العائلية والمجتمعية وطبيعة الشخصية والتجربة الذاتية ودوافع استخدام الشبكة وغيرها تجعل عملية التعميم صعبة.

9. أن الشباب يتأثر بثقافة مجتمعية والتي تحمل نظرة ازدواجية في التعامل مع الإعلام و التكنولوجيا عامة: الرغبة والتخوف، التبني والرفض، الحب والكراهية، الإثارة والتخوف، وذلك ما يجعل الشباب يندفع في اتجاه استخدام هذه الوسائل من جهة والإحساس بالذنب من جهة أخرى.¹

¹ عبد الرحمن عزي، المرجع السابق، ص 29-32

10- أن دراسة تأثير الإعلام على الشباب لا يتم في منظورنا دون مرجعية تربط وسائل الإعلام بالقيم، فإن كان استخدام وسائل الإعلام ذا صلة قريبة أو غير متناقض مع القيم كان التأثير إيجابيا والعكس.

2-5-2- فرضيات الأثر السالب والموجب انطلاقا من الافتراض الأساس للنظرية " أنه كلما ارتبطت مضامين وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجبا، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سالبا، وهذه الفرضيات هي كالتالي:

- التأثيرات البنوية:..

- كثرة استخدام وسائل الإعلام تحدث الإحساس بالعزلة.

- كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تؤثر سلبا على مهارات الاتصال الشخصي ومن

ثم تضعف نسيج الاتصال الاجتماعي.

- كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تجعل الفرد يخصص وقتا محدودا للتواصل

العائلي وتكوين الأصدقاء وذلك يؤثر سلبا على العلاقات والوظائف والمسؤوليات الاجتماعية أي أنها تعمل على تضيق المحيط

- كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تؤثر سلبا على الصحة النفسية والجسدية.

- كثرة استخدام وسائل الإعلام المضمون) تؤدي إلى التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى.¹

- تأثيرات المضمون:

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام المضمون) يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها.

¹ عبد الرحمن عزي، المرجع السابق، ص 29-32

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام المضمون) يؤدي إلى إضعاف الحساسية القمية واضمحلال الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية.

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام المضمون) يؤدي إلى إضعاف دور قادة الرأي والفكر وتقمص أدوار النجوم السينمائية والرياضية .

- أن تدخل الأولياء في الإشراف على استخدام أبنائهم لوسائل الإعلام محدود وغير مؤثر إلى حد كبير.

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام المضمون) قد يكون وسيلة للتهرب والإفلات من الواقع الاجتماعي ويكون تعويضا رمزيا لعلاقات اجتماعية مفقودة وذلك ما يلاحظ في كثرة استخدام الإعلام الجديد ومشتقاته كوسائل الاتصال الشخصية و "الفايس بوك" و "التويتر".
- أن سوء استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها يمنع الفرد من تغيير ذاته ومحيطه.

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام المضمون) يؤدي إلى تقليص المحلي وتوسيع العالمي.

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام المضمون) يؤدي إلى تنمية النزعة الاستهلاكية وتعزيزها .

- أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) قد يؤدي إلى المزج بين الحقيقي والرمزي.¹

¹ عبد الرحمن عزي،، المرجع السابق، ص 29-32

الاجراءات المنهجية

1- الدراسة الاستطلاعية:

قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من 30 من طلبة جامعة الوادي و قاموا بالإجابة علي الاستبيان، فقمنا بحساب قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ فكانت نتائجهم كالاتي:

الثبات بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ):

قمنا بحساب ثبات المقياس بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₃)، النتائج مدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يوضح قيمة معامل ألفا كرو نباخ

المحاور	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرو نباخ	القرار
عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام	6	0.712	دالة إحصائية
نوع الفيديوهات التي تنشر في موقع الانستغرام	5	0.740	دالة إحصائية
اتجاهات الشباب الجامعيين نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية	8	0.723	دالة إحصائية
الدرجة الكلية للاستبيان	19	0.775	دالة إحصائية

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (01) نجد أن قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان، أي درجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الأول عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام تساوي 0.712، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الأول، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثاني نوع الفيديوهات التي تنشر في موقع الانستغرام تساوي 0.740، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثاني، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثالث دوافع اتجاهات الشباب الجامعيين نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية تساوي 0.723، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثالث، وهذا ما

يؤكدده درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان والتي تساوي 0.775، وهي علاقة موجبة بين البنود المشكلة للاستبيان وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

2- الدراسة الأساسية:

بعد التأكد من ثبات الاستبيان، قمنا بتوزيع الاستبيان علي العينة الأساسية والمقدرة بـ 100 طالب جامعي من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، و قاموا بالإجابة علي الاستبيان .

الاجراءات الاحصائية للدراسة

عرض وتحليل النتائج:

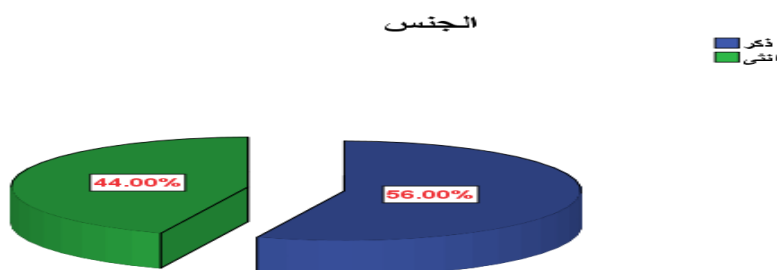
1- عرض وتحليل نتائج البيانات العامة:

أ- الجنس:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثى)

النسبة المئوية %	العدد	الجنس
56%	56	ذكر
44%	44	أنثى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

الصورة رقم (01): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر , أنثى)

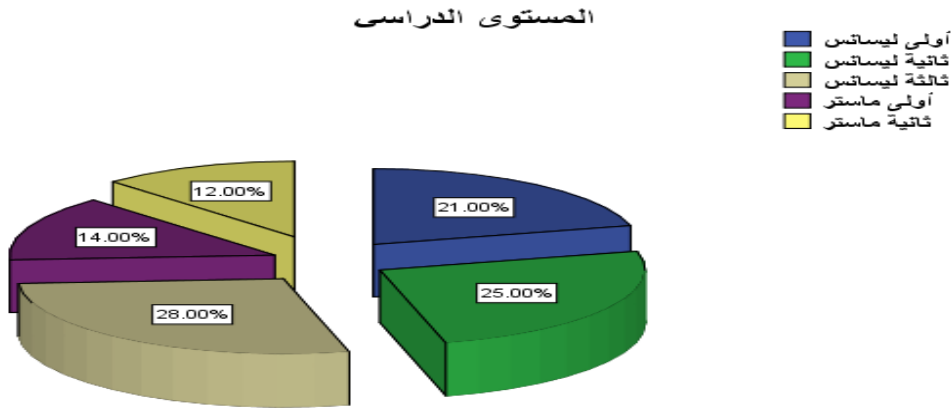
من خلال قراءتنا للجدول رقم (02) والتمثيل البياني رقم (01): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير الجنس، حيث نجد عدد الطلبة الذكور 56 طالب بنسبة 56%، وعدد الطلبة الإناث 44 طالبة بنسبة 44%.

ب- المستوى الدراسي:

الجدول رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى الدراسي
21%	21	أولى ليسانس
25%	25	ثانية ليسانس
28%	28	ثالثة ليسانس
14%	14	أولى ماستر
12%	12	ثانية ماستر
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS



المصدر: من إعداد الطالبان الاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

الصورة رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى الدراسي

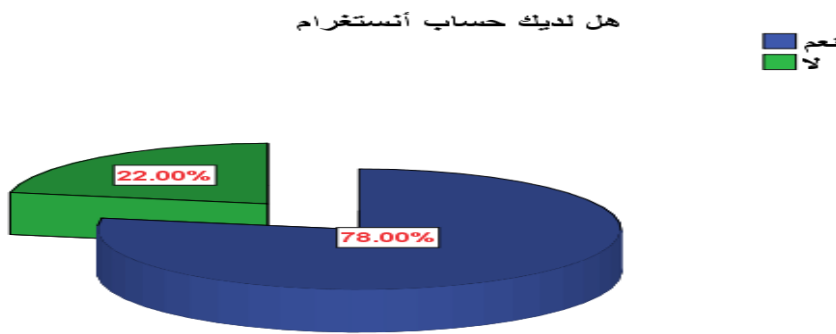
من خلال قراءتنا للجدول رقم (03) والتمثيل البياني رقم (02): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي، حيث نجد عدد طلبة الذين لديهم مستوى دراسي ثالث ليسانس 28 طالب بنسبة 28%، وعدد الطلبة الذين لديهم مستوى دراسي ثانية ليسانس 25 طالب بنسبة 25%، وعدد طلبة الذين لديهم مستوى دراسي أولى ليسانس 21 طالب بنسبة 21%، وعدد الطلبة الذين لديهم مستوى دراسي أولى ماستر 14 طالب بنسبة 14%، وعدد الطلبة الذين لديهم مستوى دراسي ثانية ماستر 12 طالب بنسبة 12%.

ج - هل لديك حساب انستغرام:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب امتلاك حساب انستغرام

النسبة المئوية %	العدد	امتلاك حساب انستغرام
78%	78	نعم
22%	22	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

الصورة رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب امتلاك حساب انستغرام

من خلال قراءتنا للجدول رقم (04) والتمثيل البياني رقم (03): نجد ان العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد من حيث متغير امتلاك حساب انستغرام، حيث نجد عدد الطلبة الذين لديهم حساب انستغرام 78 طالب بنسبة 78%، يليها عدد الطلبة الذين لا يملكون حساب انستغرام 22 طالب بنسبة 22%.

2- عرض وتحليل نتائج محور: عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين لموقع
انستغرام

1-2. هل تستخدم حساب انستغرام:

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حول استخدام حساب انستغرام وفق متغير
الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%48	48	%34.09	15	%58.93	33	دائما
%35	35	%45.45	20	%26.79	15	احيانا
%17	17	%20.45	9	%14.29	8	نادرا
% 100	100	% 100	44	% 100	56	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دائما يستخدمون حساب الانستغرام وهم 48 طالب بنسبة %48, قابلتها نسبة %58.93 من الطلبة الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %34.09 من الطلبة الإناث, تليها نسبة المبحوثين الذين احيانا ما يستخدمون حساب انستغرام وهم 35 طالب بنسبة %35, قابلتها نسبة %45.45 من الطلبة الاناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %26.79 من الطلبة الذكور, تليها نسبة المبحوثين الذين نادرا ما يستخدمون حساب انستغرام وهم طالب 17 بنسبة %17, قابلتها نسبة %20.45 من الطلبة الاناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %14.29 من الطلبة الذكور, وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين دائما يستخدمون حساب الانستغرام، وهذا راجع لتعلقهم بهذا الموقع.

2-2. ما هو الحجم الساعي الذي تقضيه يوميا في موقع انستغرام:

الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حول فترات حجم قضاء الوقت في انستغرام وفق متغير المستوى الدراسي

المجموع		ثانية ماستر		اولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		اولى ليسانس		المستوى التعليمي
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%24	24	%25	3	%14.29	2	%14.29	4	%40	10	%23.81	5	أقل من ساعة
%52	52	%66.67	8	%78.57	11	%42.86	12	%40	10	%52.38	11	من 1 إلى 3 ساعة
%24	24	%8.33	1	%7.14	1	%42.86	12	%20	5	%23.81	5	أكثر من 3 ساعة
%100	100	%100	12	%100	14	%100	28	%100	25	%100	21	المجموع

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن أغلبية الطلبة الحجم الساعي الذي يقضونه يوميا على انستغرام هو من 1 إلى 3 ساعات وهم بنسبة %52 وبتكرار 52, قابلتها نسبة %78.57 لطلبة سنة اولى ماستر وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %66.67 لطلبة سنة ثانية ماستر, ونسبة %52.38 لطلبة سنة اولى ليسانس, ونسبة %42.86 لطلبة سنة ثالثة ليسانس ونسبة %40 لطلبة سنة ثانية جامعي, تليها نسبة الطلبة الحجم الساعي الذي يقضونه يوميا على انستغرام هو أقل من ساعة وهم بنسبة %24 وبتكرار 24, قابلتها نسبة %40 لطلبة سنة ثانية جامعي وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %25 لطلبة سنة ثانية ماستر ونسبة %23.81 لطلبة سنة اولى ليسانس ونسبة %14.29 لكل من طلبة سنة ثالثة جامعي وسنة اولى ماستر, تليها نسبة الطلبة الحجم الساعي الذي يقضونه يوميا على انستغرام هو أكثر من 3 ساعات وهم بنسبة %24 وبتكرار 24, قابلتها نسبة %42.86 لطلبة سنة ثالثة جامعي وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %23.81 لطلبة سنة اولى جامعي ونسبة %20 لطلبة سنة ثانية ليسانس ونسبة %8.33 لطلبة سنة ثانية ماستر ونسبة %7.14 لطلبة سنة اولى ماستر, وهذا ما يفسر أن أغلبية الطلبة الحجم الساعي الذي

يقضونه يوميا على انستغرام هو من 1 الى 3 ساعات، نظرا للأهمية التي يولونها لهذا الموقع.

2 - 3. ماهي الأماكن التي تفضل فيها استخدام موقع انستغرام:

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حول أماكن استخدام موقع انستغرام

النسبة	تكرار	البدايل
48%	48	البيت
24%	24	الجامعة
22%	22	الشارع
6%	6	أماكن أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام موقع انستغرام في البيت وهم 48 طالب بنسبة 48%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام موقع انستغرام في الجامعة وهم 24 طالب بنسبة 24%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام موقع انستغرام في الشارع وهم 22 طالب بنسبة 22%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام موقع انستغرام في أماكن أخرى وهم 6 طلاب بنسبة 6%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام موقع انستغرام في البيت، وهذا راجع إلى كون البيت المكان المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعية.

2-4. عند استخدامك لموقع انستغرام ماذا تستخدم:

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حول اسم حساب انستغرام وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%68	68	%52.27	23	%80.36	45	الاسم الشخصي
%32	32	%47.73	21	%19.64	11	اسم مستعار
% 100	100	% 100	44	% 100	56	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الاسم الشخصي في حساب الانستغرام وهم 68 طالب بنسبة 68%، قابلتها نسبة 80.36% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 52.27% للطلبة الإناث، يليها عدد المبحوثين الذي يستخدمون اسم مستعار في حسابهم في الانستغرام وهم 32 طالب بنسبة 32%، قابلتها نسبة 47.73% للطلبة الإناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 19.64% للطلبة الذكور، وهذا يفسر أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الاسم الشخصي في حساب الانستغرام، وهذا راجع كون موقع الانستغرام يتطلب الاسم الحقيقي.

2 - 5. هل تستخدم في الانستغرام صورتك الشخصية الحقيقية:

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حول صورة في موقع انستغرام

نسبة	تكرار	البدائل
%60	60	نعم
%40	40	لا
%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستخدمون في موقع انستغرام صورهم الحقيقية وهم بنسبة 60 طالب بنسبة 60%، تليها نسبة المبحوثين الذين لا

يستخدمون في موقع انستغرام صورهم الشخصية الحقيقية وهم 40 طالب بنسبة 40%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يستخدمون في موقع انستغرام صورهم الحقيقية الشخصية، وهذا راجع لسهولة التواصل مع أصدقائهم.

2 - 6. ماهي اللغة التي تعتمد عليها في استخدامك لموقع الانستغرام:

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حول اللغة المستخدمة في موقع انستغرام

النسبة	تكرار	البدايل
29%	29	اللغة العربية
20%	20	اللغة الفرنسية
22%	22	اللغة الإنجليزية
16%	16	الدارجة
13%	13	المزج بينهم
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام اللغة العربية في موقع انستغرام وهم 29 طالب بنسبة 29%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام اللغة الإنجليزية في موقع انستغرام وهم 22 طالب بنسبة 22%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام اللغة الفرنسية في موقع انستغرام وهم 20 طالب بنسبة 20%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام الدارجة في موقع انستغرام وهم 16 طالب بنسبة 16%، تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون المزج بينهم في موقع انستغرام وهم 13 طالب بنسبة 13%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام اللغة العربية في موقع انستغرام، وهذا راجع لحبهم في تكريس اللغة العربية حتى في مواقع التواصل الاجتماعي.

3- عرض وتحليل نتائج محور: نوع الفيديوهات التي تنشر في موقع الانستغرام

3-1. المنشورات التي تقوم بنشرها على تطبيق الانستغرام:

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حول المنشورات في تطبيق الانستغرام

النسبة	تكرار	البدايل
40%	40	اجتماعية ثقافية
28%	28	تعليمية دينية
22%	22	تسلية وترفيه
10%	10	موسيقية ورقص
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن المنشورات التي يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية وهم 40 طالب بنسبة 40%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن المنشورات التي يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي تعليمية دينية وهم 28 طالب بنسبة 28%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن المنشورات التي يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي تسلية وترفيه وهم 22 طالب بنسبة 22%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن المنشورات التي يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي موسيقى ورقص وهم 10 طلاب بنسبة 10%، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أن المنشورات التي يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية، وهذا راجع إلى تماسك المجتمع وتطور الثقافة الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

3-2. المنشورات التي تتابعها على تطبيق الانستغرام:

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حول المنشورات المتبعة في تطبيق الانستغرام

النسبة	تكرار	البدايل
42%	42	اجتماعية ثقافية
30%	30	تعليمية دينية
19%	19	تسلية وترفيه
9%	9	موسيقى ورقص
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية وهم 42 طالب بنسبة 42%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي تعليمية دينية وهم 30 طالب بنسبة 30%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي تسلية وترفيه وهم 19 طالب بنسبة 19%، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي موسيقى ورقص وهم 9 طلاب بنسبة 9%، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أن المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية وهذا راجع لنشرهم لمثل هذه المنشورات.

3-3. هل تتابع مشاهدات انستغرام:

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حول فترات حجم قضاء الوقت في انستغرام وفق متغير المستوى الدراسي

المجموع		ثانية ماستر		اولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		اولى ليسانس		المستوى التعليمي
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%55	55	%33.33	4	%50	7	%64.26	18	%56	14	%57.14	12	وحدك
%45	45	%66.67	8	%50	7	%35.71	10	%44	11	%42.86	9	مع غيرك
%100	100	%100	12	%100	14	%100	28	%100	25	%100	21	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون أن مشاهدتهم لموقع انستغرام لوحدهم بنسبة %55 وبتكرار 55، قابلتها نسبة %64.26 لطلبة ثالثة ليسانس وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة %57.14 لطلبة اولى ليسانس ونسبة %56 لطلبة سنة ثانية ليسانس ونسبة %50 لطلبة سنة أولى ماستر ونسبة %14.29 لطلبة ثانية ماستر، تليها نسبة المبحوثين الذين يشاهدون موقع انستغرام مع غيرهم بنسبة %45 وبتكرار 45، قابلتها نسبة %66.67 لطلبة ثانية ماستر وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %50 لطلبة أولى ماستر ونسبة %44 لطلبة سنة ثانية ليسانس ونسبة %42.86 لطلبة سنة اولى ليسانس، ونسبة %35.71 لطلبة ثالثة ليسانس، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يقرون أن مشاهدتهم لموقع انستغرام لوحدهم وهذا راجع إلى أن أغلب الطلاب الجامعيين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف لذلك يقومون بالتصفح في اي وقت وفي أغلب الاحيان يكونون بمفردهم.

3-4. هل هناك منشورات او فيديوهات على انستغرام لأخلاقية:

الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حول منشورات وفيديوهات لا اخلاقية على انستغرام وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%13	13	%6.82	3	%17.86	10	نعم
%69	69	%61.36	27	%75	42	لا
%18	18	%31.82	14	%7.14	4	احيانا
% 100	100	% 100	44	% 100	56	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقرون بأنه لا توجد منشورات او فيديوهات لا اخلاقية على انستغرام وهم 69 طالب بنسبة 69%, قابلتها نسبة 75% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 61.36% للطلبة الإناث, تليها نسبة المبحوثين الذي يقرون بأنه احيانا ما توجد منشورات او فيديوهات لا اخلاقية على انستغرام وهم 18 طالب بنسبة 18%, قابلتها نسبة 31.82% للطلبة الاناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 7.14% للطلبة الذكور, تليها نسبة المبحوثين الذي يقرون بأنه توجد منشورات وفيديوهات لا اخلاقية على موقع انستغرام وهم 13 طالب بنسبة 13%, قابلتها نسبة 17.86% للطلبة الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 6.82% للطلبة الاناث, وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يقرون بأنه لا توجد منشورات او فيديوهات لا اخلاقية على انستغرام، وهذا راجع لطبيعة الموقع التي لا تساعد في نشر المنشورات اللاأخلاقية.

3-5. هل هناك بعض الايحاءات الجنسية في بعض الفيديوهات الموجودة على انستغرام:

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول الايحاءات الجنسية في فيديوهات

الانستغرام

النسبة	تكرار	البدايل
46%	46	نعم
54%	54	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه لا توجد بعض الايحاءات الجنسية في فيديوهات الانستغرام وهم 54 طالب بنسبة 54%, تليها نسبة المبحوثين الذين يرون بأنه توجد بعض الايحاءات الجنسية في فيديوهات الانستغرام وهم 46 طالب بنسبة 46%, وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه لا توجد بعض الايحاءات الجنسية في فيديوهات الانستغرام، وهذا راجع لطبيعة الاصدقاء فهم المسؤولين عن نشر المنشورات سواء كانت بها إيحاءات جنسية أو لان وهذا يدل أن عينة الدراسة أصدقاء لا يشرون مثل هذه المنشورات.

4- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الأخلاقية

يمثل الجدول رقم(16): اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الأخلاقية

الرقم	العبارة	غير موافق		محايد		موافق	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
01	الانستغرام يصيب مستخدميه بالتلوث الفكري	40	40%	35	35%	25	25%
02	الانستغرام يساهم في زيادة ثقافتك الدينية	40	40%	37	37%	23	23%
03	متابعة انستغرام يجعلك تدخل في علاقات مشبوهة	44	44%	33	33%	23	23%
04	الانستغرام يصرفك عن الاهتمام بالشعائر الدينية	40	40%	34	34%	26	26%
05	الانستغرام يبعدك عن يبعدك عن الواقع الذي نعيش فيه	39	39%	35	35%	29	29%
06	اغلب الفيديوهات المنتشرة لا اخلاقية	39	39%	34	34%	27	27%
07	استخدامك لل انستغرام يجعلك تميل للجنس الآخر	40	40%	35	35%	25	25%
08	اغلب فيديوهات انستغرام فيها ابحاث جنسية	43	43%	33	33%	24	24%

يمثل الجدول رقم (16) اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الأخلاقية، حيث تحصلت العبارة الأولى: الانستغرام يصيب مستخدميه بالتلوث الفكري على أعلى نسبة 40% من المبحوثين غير موافقون على هذه العبارة، حيث كانت مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 35% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة، ونسبة 25% من المبحوثين الموافون على هذه العبارة، وتحصلت العبارة الثانية: الانستغرام يساهم في زيادة ثقافتك الدينية على أعلى نسبة 40% من المبحوثين غير موافقون على هذه العبارة، وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 37% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة، ونسبة 23% من المبحوثين الموافون على هذه العبارة، وتحصلت العبارة الثالثة: متابعة انستغرام يجعلك تدخل في علاقات مشبوهة على أعلى نسبة 44% من المبحوثين غير الموافون على هذه العبارة، وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 33% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة، ونسبة 23% من المبحوثين الموافون على هذه العبارة، وتحصلت العبارة الرابعة: الانستغرام يصرفك عن الاهتمام بالشعائر الدينية على أعلى نسبة 40%

من المبحوثين غير موافقون على هذه العبارة، ونسبة 34% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة ، ونسبة 26% من المبحوثين موافقون على هذه العبارة، وتحصلت العبارة الخامسة: الانستغرام يبعدك عن يبعدك عن الواقع الذي نعيش فيه على أعلى نسبة 39% من المبحوثين غير الموافقين على هذه العبارة، وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 35% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة، ونسبة 29% من المبحوثين الموافقين على هذه العبارة، وتحصلت العبارة السادسة: اغلب الفيديوهات المنتشرة لا اخلاقية على أعلى نسبة 39% من المبحوثين غير موافقون على هذه العبارة، وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 34% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة، ونسبة 27% من المبحوثين موافقون على هذه العبارة، وتحصلت العبارة السابعة: استخدامك لل انستغرام يجعلك تميل للجنس الأخر على أعلى نسبة 40% من المبحوثين غير موافقون على هذه العبارة، وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 35% من المبحوثين المحايدون على هذه العبارة ، ونسبة 25% من المبحوثين موافقون على هذه العبارة، وتحصلت العبارة الثامنة: اغلب فيديوهات انستغرام فيها ابحاث جنسية على أعلى نسبة 43% من المبحوثين غير موافقون على هذه العبارة، وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 33% من المبحوثين المحايدون، على هذه العبارة، ونسبة 24% من المبحوثين الموافقين على هذه العبارة، وهذا ما يفسر أن أغلب المبحوثين يرون أن موقع الانستغرام لا يؤثر في قيمهم الاخلاقية، وهذا راجع إلى تمسك أفراد عينة الدراسة بقيمهم الاخلاقية، بالإضافة إلى أن موقع الانستغرام لا يشجع على القين اللاأخلاقية وهذا ما توصلنا له في عرض المحور السابق.

النتائج في ضوء التساؤلات:

1 - النتائج الجزئية:

أ - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول: والذي ينص بـ: "ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعيين لموقع انستغرام".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال نتائج الجدول رقم (05) نجد أن أغلبية المبحوثين دائماً يستخدمون حساب الانستغرام وهم 48 طالب بنسبة 48%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (06) نجد أن أغلبية الطلبة الحجم الساعي الذي يقضونه يومياً على انستغرام هو من 1 الى 3 ساعات وهم 52 طالب بنسبة 52%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (07) نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام موقع انستغرام في البيت وهم 48 طالب بنسبة 48%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (08) نجد أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الاسم الشخصي في حساب الانستغرام وهم 68 طالب بنسبة 68%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (09) نجد أن أغلبية المبحوثين يستخدمون في موقع انستغرام صورهم الحقيقية وهم 60 طالب بنسبة 60%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (10) نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام اللغة العربية في موقع انستغرام وهم 29 طالب بنسبة 29%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول الذي ينص بـ: "ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعيين لموقع انستغرام", حيث تكمن هاته العادات والأنماط في أن أغلبية المبحوثين دائماً يستخدمون حساب الانستغرام, بالإضافة الى ان الحجم الساعي الذي يقضونه يومياً على انستغرام هو من 1 الى 3 ساعات, ثم إن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام موقع انستغرام في البيت, كذلك أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الاسم الشخصي في حساب الانستغرام, وأن أغلبية المبحوثين يستخدمون في موقع انستغرام صورهم الحقيقية, وأن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام اللغة العربية في موقع انستغرام, بالتالي نقول أن لعينة الدراسة عادات وأنماط كثيرة لاستخدامهم موقع الانستغرام.

ب - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني: والذي ينص بـ: " ما نوع الفيديوهات التي تنشر في موقع الانستغرام " .

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال نتائج الجدول رقم (11) نجد أن أغلبية المبحوثين المنشورات التي يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية وهم 40 طالب بنسبة 40% .

- من خلال نتائج الجدول رقم (12) نجد أن أغلبية المبحوثين المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية وهم 42 طالب بنسبة 42% .

- من خلال نتائج الجدول رقم (13) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون أن مشاهدتهم لموقع انستغرام لوحدهم وهم 55 طالب بنسبة 55% .

- من خلال نتائج الجدول رقم (14) نجد أن أغلبية المبحوثين يقرون بأنه لا توجد منشورات او فيديوهات لا أخلاقية على انستغرام وهم 69 طالب بنسبة 69% .

- من خلال نتائج الجدول رقم (15) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه لا توجد بعض الإيحاءات الجنسية في فيديوهات الانستغرام وهم 54 طالب بنسبة 54% .

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني القائل: " ما نوع الفيديوهات

التي تنشر في موقع انستغرام " , وذلك من خلال أن أغلبية المبحوثين المنشورات التي

يقومون بنشرها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية, بالإضافة الى ان

المنشورات التي يقومون بإتباعها على تطبيق انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية,

كما ان معظم الطلبة يقرون بأنه لا توجد منشورات او فيديوهات لا أخلاقية على

انستغرام, و كذلك يرون بأنه لا توجد بعض الإيحاءات الجنسية في فيديوهات الانستغرام,

بالتالي نقول أن الفيديوهات التي تنشر في موقع انستغرام هي منشورات اجتماعية ثقافية

ولا توجد فيها أي إيحاءات جنسية, وهو ما يدل على نظافة هذا الموقع من وجهة نظر

عينة الدراسة, كما أنه يعتبر موقع خاص بنشر الصور اليومية الخاصة بالمستخدمين

وذلك من أجل تفاعل متابعيهم عليها.

ج - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثالث: والذي ينص بـ: " ماهي اتجاهات الشباب

الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الأخلاقية " .

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- العبارة الأولى: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان الانستغرام يصيب مستخدميه بالتلوث الفكري، وذلك بنسبة 40%.
 - العبارة الثانية: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان الانستغرام يساهم في زيادة ثقافتك الدينية، وذلك بنسبة 40%.
 - العبارة الثالثة: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان متابعة انستغرام يجعلك تدخل في علاقات مشبوهة، وذلك بنسبة 44%.
 - العبارة الرابعة: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان الانستغرام يصرفك عن الاهتمام بالشعائر الدينية، وذلك بنسبة 40%.
 - العبارة الخامسة: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان الانستغرام يبعدك عن يبعدك عن الواقع الذي نعيش فيه، وذلك بنسبة 39%.
 - العبارة السادسة: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان اغلب الفيديوهات المنتشرة لا اخلاقية، وذلك بنسبة 39%.
 - العبارة السابعة: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان استخدامك لل انستغرام يجعلك تميل للجنس الآخر، وذلك بنسبة 40%.
 - العبارة الثامنة: نلاحظ ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان اغلب فيديوهات انستغرام فيها اىحاءات جنسية، وذلك بنسبة 43%.
- من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثالث القائل: " ماهي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الأخلاقية "، وذلك من خلال أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن الانستغرام لا يصيب مستخدميه بالتلوث الفكري بالإضافة الى ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان متابعة انستغرام يجعلك تدخل في علاقات مشبوهة, كذلك اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان الانستغرام يصرفك عن الاهتمام بالشعائر الدينية, بالإضافة ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان الانستغرام يبعدك عن يبعدك عن الواقع الذي نعيش فيه ثم انه كذلك اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان استخدامك لل انستغرام يجعلك تميل للجنس الآخر ثم ان اغلبية الطلبة غير موافقون حول ان اغلب فيديوهات انستغرام فيها اىحاءات جنسية, وكل هذا يبرز الدور الايجابي لل انستغرام في تأثيره على الشباب الجامعي وقد يرجع ذلك لطريقة استعمال الشباب له، وهو ما يجعلنا نقول أن موقع انستغرام لا يؤثر على القيم الاخلاقية لدى الطالب الجامعي.

2 - النتائج الرئيسية:

أ - النتائج للتساؤل الرئيسي: والذي ينص بـ: " ما هي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية ".

من خلال تحليلنا للتساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أن:

- وجود عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام.

- وجود نوع للفيديوهات الي تنشر على انستغرام وهو الفيديوهات الاجتماعية الثقافية.

- هناك اتجاهات للشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية.

من خلال هذه النتائج الجزئية نجيب على التساؤل الرئيسي القائل: " ماهي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية ", ويبدو هذا جليا من خلال وجود العديد من عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام, بالإضافة إلى وجود انواع للفيديوهات التي تنشر على انستغرام, كذلك هناك اتجاهات للشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية والتي تبرز رضا الطالب الجامعي على موقع الانستغرام وذلك من خلال عدم التأثير على قيمه الاخلاقية, وهذا لا ينفي أن هناك جزء من الطلبة أثر موقع انستغرام في تغيير قيمهم الاخلاقية, لكن هذا لا ينقص من قيمة ورقي هذا الموقع, بالتالي نقول أن اتجاهات الطالب الجامعي نحو تأثير موقع انستغرام على القيم الاخلاقية كانت اتجاهات إيجابية فهم يعتبرون أن موقع انستغرام موقع لا يؤثر على القيم الاخلاقية, وهذا إن دل يدل على تعلقهم بهذا الموقع اضافة إلى رضاهم على ما ينشر عبره.

خاتمة

خاتمة:

يعد موضوع إستخدام تطبيق الانستغرام وتأثيره على الشباب المراهقين من أهم المواضيع الجديرة بالإهتمام والبحث ، باعتبارها أهم وسيلة تواصل اجتماعي تعتمد على المحتوى السمعي البصري في السنوات الثلاثة الاخيرة .

لذلك حاولنا في دراستنا تسليط الضوء على ظاهرة تعتبر من أبرز الظواهر التي أنتجتها التكنولوجيا الحديثة وهو موقع وتطبيق الانستغرام وذلك من خلال الكشف عن عادات وأنماط إستخدام الشباب الجامعي لتطبيق الانستغرام والفيديوهات التي ينشرونها ويتابعونها، ومن منظور الاجابة عن التساؤل الرئيسي تمحور حول اتجاهات الشباب الجامعي نحو تطبيق الانستغرام وتأثيره على القيم الاخلاقية ، ومجموعة من التساؤلات لمعرفة طبيعة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق الانستغرام ، أما نظريا فقد حاولنا أن نتطرق لكل مفهوم ورد في التساؤل الرئيسي للإشكالية من خلال الرجوع الى الادبيات البحثية والنظرية .

وقد توصلنا في دراستنا إلى هذه النتائج وتمثلت في - وجود عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام. ووجود نوع للفيديوهات الي تنشر على انستغرام وهو الفيديوهات الاجتماعية الثقافية، هناك اتجاهات للشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية

كذلك استنتجنا هناك اتجاهات للشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية والتي تبرز رضا الطالب الجامعي على موقع الانستغرام وذلك من خلال عدم التأثير على قيمه الاخلاقية، وهذا لا ينفي أن هناك جزء من الطلبة أثر موقع انستغرام في تغيير قيمهم الاخلاقية.

قائمة المصادر المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

1. أحمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
2. جمال سند السويد، وسائل التواصل الإجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفايسبوك، ط1
3. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الإتصال والنظريات المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2003م.
4. حسن محمود هتيمي : العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، سنة 2015.
5. حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، د.ط، جامعة القاهرة، مصر، 2006.
6. خالد غسان يوسف مقداد : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان ، 2011.
7. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء، 2000.
8. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط3، عالم الكتب، مصر، 1993.
9. السيد الشريف أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي، التعريفات، دار الكتابة العلمية للنشر، لبنان، ط2، 2003.
10. الشيخ عبد الله البستاني، معجم الوسيط للغة العربية، مكتبة لبنان، دط، 1990.
11. صالح أبو أصبح، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط1، دار الأيام، الجزائر، 1999.

12. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
13. عبد الرحمان محمد الهاشمي، أصول علم النفس العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985.
14. عبد اللطيف الفارابي وآخرون، معجم علوم التربية، سلسلة علوم التربية، ط2، 1998.
15. فاطمة عوض صابر مرفت، علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة الإشعاع الفنية، ط1.
16. فضيل دليو، الإتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر، مصر، 2003.
17. محسن جلوب جبر الكناي، الإعلام الفضائي والجنس، ط1، 2012م، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
18. محمد رضا عبد الواحد، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر، ط1، القاهرة، 2007.
19. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.
20. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، ط2، 1999.
21. محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلامية، المجلد 2، دار الفجر، 2003.
22. مركز الحرب الناعمة، شبكات التواصل الاجتماعي منصات الحرب الأمريكية، دار الناعمة للدراسات، ط1، لبنان، 2016.
23. مركز المحتسب للإستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإحتساب تويتر نموذجاً، ط1، الرياض.

24. مروان عبد المجد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن.
25. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، د.
26. منال هلال الزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012.
27. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال ، ط1، 2012، عمان .
28. نصير بوعلي: الإعلام و القيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005 م
29. عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الحتمية القيمية: نحو فكر إعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة المستقبل العربي 28، بيروت لبنان سنة 2003
30. عبد الرحمن عزي وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2010م
31. عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، ا لدار المتوسطة للنشر ، تونس، 2011
32. عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013م
33. ناصر بن رحل بن كردى العنزي : أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الألعاب الالكترونية"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر.
- ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية
34. بثينة قليدة، فيروز مرابط، التفاعل الافتراضي وعلاقته بالتفاعل الواقعي لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2016//2015.

35. إيمان عبد الرزاق الخاجة، دور الانستقرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي، دراسة ميدانية، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام و العلاقات العامة ، كلية الآداب و العلوم التربية، الجامعة الأهلية المنامة، مملكة البحرين، 2015.

36. ناصر محمد الأنصاري، دور مواقع التواصل الإجتماعي في إنتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر، رسالة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، 2012-2013.

37. التفاعل الافتراضي عبر مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالتفاعل الواقعي لدى الشباب، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع الإتصال.

38. الهام بن خليفة و أخريات : دور مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الدعوي " فيس بوك نموذجاً"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس، 2016.

39. أنور هادف، التكنولوجيات الحديثة للإعلام: الإستخدامات والإشباع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، السنة الجامعية: 2007-2008م.

40. قدار تسعديت، أثر تكنولوجيا الإتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، قسم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر3، السنة الجامعية 2010-2011.

41. مريم بريش، ياسمين بلحوت، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي لدى التلاميذ الجزائريين " الفيسبوك " أنموذجاً، مذكرة ماستر، جامعة البويرة، 2018-2019

ثالثا: المجلات والجرائد

42. ابتسام رايس، نظريات الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران1، العدد 25، ديسمبر2016.

رابعا: المقالات

43. مقال ل: مصطفى فتحى، بعنوان: مراجعة عن الانستغرام (مميزات و عيوب تطبيق انستغرام) من موقع تسعة: ماي 2022،

44. مقال، بعنوان : ما هي فوائد الانستغرام، من موقع الموسوعة العربية الشاملة:

45. لمقال بعنوان: بحث عن انستغرام، من موقع: أبحاث نت: / <https://ab7as.net> ، بتاريخ 5 ماي 2022، على الساعة

46. مقال بعنوان : ما هي فوائد الانستغرام، مرجع سبق ذكره.

47. مقال بعنوان : ما هو تطبيق انستغرام، / <https://sotor.com> ، بتاريخ: 2ماي 2022، على الساعة

48. مقال بعنوان : ما هو تطبيق انستغرام، / <https://sotor.com> ، بتاريخ: 2ماي 2022، على الساعة:

خامسا: الملتقيات

49. بونجاح مزيان، لبوخ توفيق، أثر شبكات التواصل الإجتماعي على قيم وسلوكيات لدى تلاميذ الطور المتوسط، ملتقى وسائل الاعلام والطفل في الجزائر، المركز الجامعي أحمد زبانه، غليزان، 2017

سادسا: مواقع انترنت

50. -<https://www.mosoah.com/internet-and/telecom/social-network/what-are-the-benefits-of-instagram>

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الانسانية

تخصص اعلام واتصال

الإستبيان

تحية طيبة وبعد:

سيدي (تي) الفاضل (ة): في إطار التحضير لإنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اعلام واتصال ، و المعنونة بـ: " اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير استغرام على القيم الاخلاقية " نتشرف أن نتقدم إلى سيادتكم بطلب التعاون، وذلك من خلال التفضل بالإجابة على الاستمارة المتعلقة بموضوع الدراسة.

وعليه نرجو منكم قراءة كل بند بتأني مع الاجابة على كل البنود بموضوعية دون استثناء بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

كما نحيطكم علما أن البيانات التي تتفضلون بما سوف تحاط بالسرية التامة واستخدامها لن يكون إلا لأغراض علمية محضة لا غير .

تفضلوا فائق التقدير والاحترام

إشراف الدكتور:

إعداد الطالبين:

حمزة قدة

- بالعروسي صلاح الدين

- احمودة طارق

السنة الجامعية: 2022/2021

السمات العامة

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- المستوى الدراسي: أولى ثانية ثالثة ماستر 1 ماستر 2
- 3- هل لديك حساب انستغرام: نعم لا

المحور الاول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام:

- 4- هل تستخدم حساب انستغرام: دائما أحيانا نادرا
- 5- ماهو الحجم الساعي الذي تقضيه يوميا في موقع انستغرام: أقل من ساعة من 1 ساعة - 3 ساعات أكثر من 3 ساعات
- 6- ماهي الأماكن التي تفضل فيها استخدام موقع انستغرام: البيت الجامعة الشارع أماكن اخرى
- 7- عند استخدامك لموقع انستغرام ماذا تستخدم؟: الاسم الشخصي اسم مستعار

8- هل تستخدم في الانستغرام صورتك الشخصية الحقيقية: نعم لا

9- ماهي اللغة التي تعتمد عليها في استخدامك للانستغرام:

- اللغة العربية اللغة الفرنسية اللغة الانجليزية
- الدارجة المزج بينهم

المحور الثاني: نوع الفيديوهات التي تنشر في موقع الانستغرام

10- المنشورات التي تقوم بشرها على تطبيق الانستغرام؟

- اجتماعية ثقافية تعليمية دينية تسلية وترفيه موسيقى ورقص

11- المنشورات الي تتبعاها على تطبيق الانستغرام؟

- اجتماعية ثقافية تعليمية دينية تسلية وترفيه موسيقى ورقص

12- هل تتابع مشاهدات اسنتغرام ؟

- وحدك مع غيرك

13- هل هناك منشورات او فيديوهات على انستغرام لا اخلاقية

- نعم لا احيانا

14- هل هناك ابحاث جنسية في بعض الفيديوهات الموجودة على الانستغرام؟

- نعم لا

المحور الثالث: اتجاهات الشباب الجامعي نحو تأثير انستغرام على القيم الاخلاقية

الرقم	العبارات	موافق	غير موافق	محايد
15	الانستغرام يصيب مستخدميه بالتلوث الفكري			
16	الانستغرام يساهم في زيادة ثقافتك الدينية			
17	متابعة الانستغرام يجعلك تدخل في الدخول في علاقات مشبوهة			
18	الانستغرام يصرفك عن الاهتمام بالشعائر الدينية			
19	الانستغرام يبعدك عن الواقع الذي تعيش فيه			
20	الانستغرام يصيب مستخدميه بالتلوث الفكري			
21	اغلب الفيديوهات المنتشرة لا اخلاقية			
22	استخدامك للانستغرام يجعلك تميل للجنس الاخر			
23	أغلب فيديوهات الانستغرام فيها إحياءات جنسية			

ملحق رقم (02): بعض مخرجات برنامج spss

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
21.7	6

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.740	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.723	8

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
75.7	19

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	56	56.0	56.0	56.0
انثى	44	44.0	44.0	100.0

Total	100	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

المستوى الدراسي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أولى ليسانس	21	21.0	21.0	21.0
ثانية ليسانس	25	25.0	25.0	46.0
ثالثة ليسانس	28	28.0	28.0	74.0
أولى ماستر	14	14.0	14.0	88.0
ثانية ماستر	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

هل لديك حساب انستغرام

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	78	78.0	78.0	78.0
لا	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Crosstabulation س1 * الجنس

Count

	الجنس		Total
	ذكر	انثى	
س1 دائما	33	15	48
أحيانا	15	20	35
نادرا	8	9	17

Total	56	44	100
-------	----	----	-----

س2 * المستوى الدراسي Crosstabulation

Count

	المستوى الدراسي					Total
	أولى ليسانس	ثانية ليسانس	ثالثة ليسانس	أولى ماستر	ثانية ماستر	
س2 أقل من ساعة	5	10	4	2	3	24
من 1 إلى 3 ساعات	11	10	12	11	8	52
أكثر من 3 ساعات	5	5	12	1	1	24
Total	21	25	28	14	12	100

س3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid البيت	48	48.0	48.0	48.0
الجامعة	24	24.0	24.0	72.0
الشارع	22	22.0	22.0	94.0
أماكن أخرى	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س4 * الجنس Crosstabulation

Count

	الجنس		Total
	ذكر	انثى	
الأسم الشخصي س4	45	23	68
إسم مستعار	11	21	32
Total	56	44	100

س5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	60	60.0	60.0	60.0
لا	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اللغة العربية	29	29.0	29.0	29.0
اللغة الفرنسية	20	20.0	20.0	49.0
اللغة الانجليزية	22	22.0	22.0	71.0
الدارجة	16	16.0	16.0	87.0
المزج بينهم	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ش1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid إجتماعية ثقافية	40	40.0	40.0	40.0

تعليمية دينية	28	28.0	28.0	68.0
تسلية و ترفيه	22	22.0	22.0	90.0
موسيقية ورقص	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ش2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid إجتماعية ثقافية	42	42.0	42.0	42.0
تعليمية دينية	30	30.0	30.0	72.0
تسلية و ترفيه	19	19.0	19.0	91.0
موسيقية ورقص	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ش3 * المستوى الدراسي Crosstabulation

Count

	المستوى الدراسي					Total
	أولى ليسانس	ثانية ليسانس	ثالثة ليسانس	أولى ماستر	ثانية ماستر	
ش3 وحدك	12	14	18	7	4	55
مع غيرك	9	11	10	7	8	45
Total	21	25	28	14	12	100

ش 4 * الجنس Crosstabulation

Count

		الجنس		Total
		ذكر	انثى	
ش 4	نعم	10	3	13
	لا	42	27	69
	أحيانا	4	14	18
	Total	56	44	100

ش 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	46	46.0	46.0	46.0
	لا	54	54.0	54.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

1ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	40	40.0	40.0	40.0
	محايد	35	35.0	35.0	75.0

موافق	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	40	40.0	40.0	40.0
محايد	37	37.0	37.0	77.0
موافق	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	44	44.0	44.0	44.0
محايد	33	33.0	33.0	77.0
موافق	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	40	40.0	40.0	40.0
محايد	34	34.0	34.0	74.0
موافق	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

5ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	39	39.0	39.0	39.0
محاييد	35	35.0	35.0	74.0
موافق	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

6ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	40	40.0	40.0	40.0
محاييد	34	34.0	34.0	74.0
موافق	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

7ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	39	39.0	39.0	39.0

محايد	34	34.0	34.0	73.0
موافق	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

8ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	43	43.0	43.0	43.0
محايد	33	33.0	33.0	76.0
موافق	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	