



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وإنعكاساته على سلوك المراهق دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك والأنستغرام

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ل م د في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:

داود جفافة

إعداد الطالبة:

سعيدة غراب

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	المؤسسة الأصلية	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيساً	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم "أ"	بن الصغير زكرياء
مشرفاً ومقرراً	جامعة بسكرة	أستاذ	داود جفافة
عضواً مناقشاً	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم "أ"	رمضان الخامسة
عضواً مناقشاً	جامعة الجزائر 3	أستاذ محاضر قسم "أ"	أحمد الطيب محمد
عضواً مناقشاً	جامعة الجزائر 3	أستاذ محاضر قسم "أ"	رشيد فريح

السنة الجامعية: 2021/2020



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وإنعكاساته على سلوك المراهق دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك والأنستغرام

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ل م د في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:

داود جفافة

إعداد الطالبة:

سعيدة غراب

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	المؤسسة الأصلية	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيساً	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم "أ"	بن الصغير زكرياء
مشرفاً ومقرراً	جامعة بسكرة	أستاذ	داود جفافة
عضواً مناقشاً	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم "أ"	رمضان الخامسة
عضواً مناقشاً	جامعة الجزائر 3	أستاذ محاضر قسم "أ"	أحمد الطيب محمد
عضواً مناقشاً	جامعة الجزائر 3	أستاذ محاضر قسم "أ"	رشيد فريح

السنة الجامعية: 2021/2020

﴿ شكر وتقدير ﴾

الحمد والشكر لله الذي بفضل نعمه أتممت اليوم هذا العمل

يسعدني ويشرفني أن أتقدم بجزيل شكري للمشرف على هذه الأطروحة

الأستاذ الدكتور داود جفافلة لتوجيهاته السديدة ومتابعته المستمرة وجميل صبره أثناء

إنجاز هذا العمل العلمي

كما أتوجه بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة المحترمة على تكريمهم بالحضور وتعزيز هذا

البحث بملاحظاتهم

شكري موصول أيضاً لجميع الأساتذة الذين شاركوا في تكويني بجميع أطوار الدراسة

"ل.م.د"

ولا يفوتني أن أشكر زملائي وزميلاتي طلبة وموظفين لدعمهم وتشجيعهم

جميعكم لكم مني جزيل الشكر والعرفان

ملخص الدراسة

تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وانعكاساته على سلوك المراهق

دراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك والأنستغرام

إنطلاقاً من حقيقة أن الشبكات الاجتماعية الرقمية التي إنتشرت بشكل كبير في عصرنا الحالي قد مكّنت مستخدميها من إشباع حاجاتهم المختلفة نتيجة تقديمها للعديد من الخدمات التي تفوقت بها عن باقي وسائل الإتصال التقليدية، نستنتج أن هذا الإستخدام سيكون له أثر على جميع نواحي الحياة عند المستخدمين لا سيما سلوكه الإنساني لذا هدفنا من هذه الدراسة هو الكشف عن إنعكاس تلقي المحتوى الإعلامي عبر كل من شبكة الفيس بوك والأنستغرام التي إحتلت المراتب الأولى في تصنيف الشبكات الاجتماعية الرقمية من حيث عدد المستخدمين على سلوك المراهق بمدينة ورقلة، تم تأطير دراستنا نظرياً من النظريات الإتصالية التالية (الإستخدامات والإشباع، تمثيل المعلومات، التعلم بالملاحظة) وبمحت في أربع نقاط أساسية: التعرف على مستويات تلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر شبكتي الفيس بوك والأنستغرام، الكشف عن علاقة هذا التلقي بسلوك المراهق، معرفة الأثر الذي يحدثه تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق وكذلك معرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالات إحصائية لتلقي المحتوى الإعلامي وانعكاساته على سلوك المراهق تعزى للمتغيرات الشخصية لديهم.

وبالإعتماد على المنهج الوصفي المسحي وإستخدام إستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات طُبِّقت الدراسة على عينة قصدية شملت المراهقين المقيمين بمدينة ورقلة بلغ عددها 383 فرداً تم توزيعها خصصياً حسب متغيرات الجنس والسن، لتتوصل إلى جملة من النتائج أهمها:

- يستطيع المراهقون إدراك المعلومات التي يتم تلقيها من موقعي الفيس بوك والأنستغرام بمستوى مرتفع.
- يقوم (61,9%) من عينة الدراسة بإتخاذ أشخاص مشهورين أو مميزين على الفيس بوك والأنستغرام كنموذج أو قدوة يحتذون بها في حياتهم، ويتابع المراهقون هذه النماذج على أساس المواضيع التي ينشرونها وليس على أساس خصائصهم الديمغرافية.
- يقوم ما نسبته (87,2%) من عينة الدراسة بتقليد السلوكيات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام عندما يدركون أنها تعود بالفائدة عليهم، ويشجعهم في تبني تلك السلوكيات الأهل والأصدقاء، كما يتجنبون تقليد السلوكيات التي يزرع منها الأهل أو عندما تكون لذلك السلوك نتائج سيئة على حياتهم.
- أظهرت النتائج أن إنعكاس تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من طرف المراهق كان بمستوى متوسط على كل من السلوك الاجتماعي، السلوك اللفظي، السلوك الديني، السلوك العاطفي، السلوك المظهري، السلوك الصحي والسلوك التعاوني، كما كان بمستوى منخفض على السلوك العدواني لديه.
- بينت النتائج أنه توجد علاقة إرتباطية إيجابية متوسطة بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وسلوك المراهق بقيمة (0,601)، هذه العلاقة كان لها أثر ذو دلالة إحصائية بقيمة (0.361) والذي يعني أن 36% من سلوك المراهق يتم إكتسابه بناءً على عملية التلقي التي يقوم بها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام.
- بينت النتائج أن هناك فروقات فردية ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق تعزى للمتغيرات التالية: الوضعية تجاه الدراسة، المرحلة العمرية، المستوى التعليمي وأقدمية الإستخدام.
- توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق فردية ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام تعزى لمتغير الجنس.

الكلمات المفتاحية: تلقي محتوى إعلامي؛ شبكات إجتماعية رقمية؛ سلوك؛ مراهق؛ فيس بوك؛ أنستغرام.

Receive media content through digital social networks and its repercussions on adolescent behavior A study on a sample of Facebook and Instagram users

Based on the fact that the digital social networks that have spread widely in our current era have enabled their recipient audiences to satisfy their various needs as a result of presenting various media contents that surpassed other traditional means of communication, and we think that this reception will have an impact on all aspects of their life, especially on their behavior, so we aimed through this study to reveal the reflection of receiving media content through both Facebook and Instagram on the behavior of a teenager in the city of Ouargla.

Our study was theoretically framed from the following communicative theories (uses and gratifications, representation of information, learning by observation) and examined four essential points are: Identifying the levels of adolescents receiving media content through Facebook and Instagram, revealing the relationship of this reception to the behavior of the teenager, knowing the effect that receiving media content has on adolescent behavior, as well as knowing whether there are differences of statistical significance for receiving media content and its repercussions on the behavior of the teenager attributed to the personal variables they have.

By relying on the descriptive survey method and using the questionnaire form as a tool to collect data, the study was applied on an intended sample of 383 adolescents residing in Ouargla city, which was distributed quotaively according to the variables of sex and age, we reached a number of results, the most important of which are:

Teens are able to perceive the information received from Facebook and Instagram at a high level.

- (61.9%) of the study sample take famous or distinguished people on Facebook and Instagram as a model or role model in their lives, and adolescents follow these models on the basis of the topics they publish and not on the basis of their demographic characteristics.

- 87.2% of the study sample imitated the behaviors they receive on Facebook and Instagram when they realize that they are beneficial to them, family and friends encourage them to adopt those behaviors , they also avoid imitating behaviors that parents get upset about or when that behavior has bad consequences for their lives.

- The results showed that the adolescents 'reflection on receiving media content through Facebook and Instagram at an average level on social behavior, verbal behavior, religious behavior, emotional behavior, appearance behavior, healthy behavior and cooperative behavior, as well as at a low level on aggressive behavior. .

- The results showed that there is a moderate positive correlation between receiving media content through Facebook and Instagram and the teen's behavior with a value of (0.601). This relationship had a statistically significant effect of (0.361), which means that 36% of the teen's behavior is acquired based on the process of reception that he does through Facebook and Instagram.

- The results showed that there are statistically significant individual differences in the responses of the study sample individuals about the implications of receiving media content through Facebook and Instagram on the behavior of the adolescent due to the following variables: status towards the study, age, educational level and age of use.

- The study found that there are no statistically significant individual differences in the responses of the study sample individuals about the implications of receiving media content through Facebook and Instagram, due to the gender variable.

Keywords: receiving informational content; Digital social networks; Behavior; a teenager; Facebook; Instagram.

Recevoir du contenu médiatique via les réseaux sociaux numériques et ses répercussions sur le comportement des adolescents

Une étude sur un échantillon d'utilisateurs de Facebook et Instagram

Sur la base du fait que les réseaux sociaux numériques qui se sont largement répandus à notre époque ont permis à leurs publics destinataires de satisfaire leurs divers besoins en présentant divers contenus médiatiques qui ont dépassé les autres moyens de communication traditionnels, et nous pensons que cette réception va ont un impact sur tous les aspects de leur vie, en particulier sur leur comportement, nous avons donc cherché à travers cette étude à révéler le reflet de la réception de contenus médiatiques via Facebook et Instagram sur le comportement d'un adolescent dans la ville de Ouargla. Notre étude a été théoriquement encadrée à partir des théories communicatives suivantes (usages et gratifications, représentation de l'information, apprentissage par l'observation) et a examiné quatre points essentiels: Identifier les niveaux d'adolescents recevant du contenu médiatique via Facebook et Instagram, révélant la relation de cette réception avec le comportement de l'adolescent, connaître l'effet que la réception de contenu médiatique a sur le comportement de l'adolescent, ainsi que savoir s'il existe des différences de signification statistique pour la réception du contenu médiatique et ses répercussions sur le comportement de l'adolescent attribuées aux variables personnelles qu'ils ont.

En s'appuyant sur la méthode de l'enquête descriptive et en utilisant le formulaire de questionnaire comme outil de collecte de données, l'étude a été appliquée sur un échantillon prévu de 383 adolescents résidant dans la ville de Ouargla, qui a été réparti de manière quota en fonction des variables de sexe et d'âge, nous avons atteint un certain nombre de résultats, dont les plus importants sont:

Les adolescents sont capables de percevoir les informations reçues de Facebook et Instagram à un niveau élevé.

- (61,9%) de l'échantillon de l'étude prennent des personnes célèbres ou distinguées sur Facebook et Instagram comme modèle ou modèle dans leur vie, et les adolescents suivent ces modèles sur la base des sujets qu'ils publient et non sur la base de leurs caractéristiques démographiques .

- 87,2% de l'échantillon de l'étude ont imité les comportements qu'ils reçoivent sur Facebook et Instagram lorsqu'ils se rendent compte qu'ils leur sont bénéfiques, la famille et les amis les encouragent à adopter ces comportements, ils évitent également d'imiter les comportements qui dérangent les parents ou lorsque ce comportement a de mauvaises conséquences pour leur vie.

- Les résultats ont montré que la réflexion des adolescents sur la réception de contenu médiatique via Facebook et Instagram à un niveau moyen sur le comportement social, le comportement verbal, le comportement religieux, le comportement émotionnel, le comportement d'apparence, le comportement sain et le comportement coopératif, ainsi qu'à un niveau bas sur le comportement agressif.

- Les résultats ont montré qu'il existe une corrélation positive modérée entre la réception de contenu médiatique via Facebook et Instagram et le comportement de l'adolescent d'une valeur de (0,601). Cette relation a eu un effet statistiquement significatif de (0,361), ce qui signifie que 36% du comportement de l'adolescent est acquis en fonction du processus de réception qu'il effectue via Facebook et Instagram.

- Les résultats ont montré qu'il existe des différences individuelles statistiquement significatives dans les réponses des individus de l'échantillon de l'étude concernant les implications de la réception de contenu médiatique via Facebook et Instagram sur le comportement de l'adolescent en raison des variables suivantes: statut vis-à-vis de l'étude, âge, éducation niveau et d'utilisation.

- L'étude a révélé qu'il n'y avait pas de différences individuelles statistiquement significatives dans les réponses des individus de l'échantillon d'étude concernant les implications de la réception de contenu médiatique via Facebook et Instagram, en raison de la variable de genre.

Mots clés: réception de contenu informationnel; Réseaux sociaux numériques; Comportement; un adolescent; Facebook; Instagram.

قائمة المحتويات

فهرس الدراسة

فهرس الدراسة

الصفحة	الفهرس
I	شكر وتقدير
II- IV	ملخص الدراسة
	قائمة المحتويات
VI- VII	فهرس الدراسة
VIII- X	قائمة الجداول
XII- XI	قائمة الأشكال
XIII	قائمة الملاحق
أ-ج	المقدمة
[54-4]	I. الجانب المنهجي للدراسة
5	تمهيد
6	1.I إشكالية الدراسة
9	2.I أسباب إختيار الموضوع
10	3.I أهداف الدراسة
11	4.I أهمية الدراسة.
11	5.I حدود الدراسة
12	6.I تحديد مفاهيم الدراسة
17	7.I منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.
25	8.I الدراسات السابقة
25	1.8.I الدراسات باللغة العربية
35	2.8.I الدراسات باللغات الأجنبية
38	3.8.I الإستفادة من الدراسات السابقة
39	9.I الإطار النظري للدراسة
45	1.9.I نظرية الإستخدامات والإشباع
45	2.9.I نظرية تمثيل المعلومات
51	3.9.I نظرية التعلم بالنمذجة
[97-56]	II. تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية
57	1.II جوهر نظرية التلقي

فهرس الدراسة

66	2.II مجالات البحث في ميدان التلقي
69	3.II تلقي المحتويات الإعلامية
70	4.II ماهية الشبكات ا لإجتماعية الرقمية
79	5.II تأثيرات الشبكات الإجتماعية الرقمية
82	6.II إدارة المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية
90	7.II أهم نماذج الشبكات الإجتماعية الرقمية
69	8.II تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية

[124-98]	III. المراهقة ونظرياتها المفسرة للسلوك
100	1.III نظريات المراهقة
102	2.III خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة
111	3.III حاجات المراهق
117	4.III ماهية السلوك الإنساني
119	5.III أنواع السلوك الإنساني
121	6.III نماذج تعلم السلوك الإنساني
123	7.III تأثير الشبكات الإجتماعية الرقمية في سلوك المراهق
[197-125]	IV. عرض نتائج الدراسة ومناقشتها
	تمهيد
127	1.IV مجتمع وعينة الدراسة
130	2.IV التحليل الوصفي لعبارات الإستبيان
137	3.IV إختبار فرضيات الدراسة
192	4.IV النتائج العامة للدراسة
[200-199]	الخاتمة
201	المراجع
218	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	تصنيف عبارات المحور الثالث من الإستبيان	16
02	تصنيف عبارات المحور الرابع من الإستبيان	17
03	يوضح درجات مقياس ليكرت الثلاثي	17
04	يوضح مجال المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة	17
05	نتائج صدق الإتساق الداخلي لعبارات الإستبيان بالدرجة الكلية	19
06	نتائج إختبار معامل ألفا كرومباخ لإستبيان الدراسة	20
07	عدد الإستبيانات الموزعة والمسترجعة والقابلة للمعالجة	20
08	يوضح الفرق بين الويب (0.1) والويب (0.2)	70
09	يوضح ترتيب أشهر الشبكات الإجتماعية الرقمية للرباعي الأول (أفريل 2020)	71
10	توزيع مجتمع البحث والنسب المحددة لإختيار أفراد العينة	127
11	توزيع عينة البحث والنسب المحددة لإختيارها	127
12	توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس والفئة العمرية	128
13	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	129
14	إجابات المراهقين حول وضعيتهم تجاه الدراسة	130
15	ترتيب عينة الدراسة ضمن عدد أفراد عائلتهم	130
16	بداية إستخدام عينة الدراسة للشبكات الإجتماعية الرقمية	132
17	ملكية أفراد عينة الدراسة حسابات خاصة بهم على الفيس بوك والأنستغرام	133
18	وجود أفراد أسرة عينة الدراسة ضمن قوائم الأصدقاء أو المتابعين في حساباتهم على الفيس بوك والأنستغرام	134
19	ملكية الجهاز المستخدم لدى عينة الدراسة الآخرين تصفح الفيس بوك والأنستغرام	135
20	يوضح الوتيرة التي يستخدم بها المراهقون كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام	137
21	المدة اليومية التي يستغرقها المراهق في تصفح الشبكات الإجتماعية الرقمية	138
22	مستوى الثقة في المعلومات عند تصفح الشبكات الإجتماعية الرقمية	139
23	طريقة متابعة المراهقين للمنشورات عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية	140
25	دوافع المراهقين لإستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام	143
26	الإشباع المحققة لدى المراهقين عند إستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام	144

قائمة الجداول

146	الخصائص الموجودة في المواضيع التي تثير إنباه المراهقين على موقعي الفيس بوك والأنستغرام التي تثير إنباه المراهقين	27
149	طريقة إهتمام المراهقين بالمنشورات على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	28
151	قدرة المراهقين على التفاعل مع المعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	29
152	إدراك المراهقين للمعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	30
154	تذكر وإسترجاع المراهقين للمعلومات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	31
156	كيفية إختيار المراهق للنماذج الموجودة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	32
158	العوامل التي تساعد في تبني المراهقين للسلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	33
160	العوامل التي تساعد تجنب المراهقين لتقليد السلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	34
163	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الإجتماعي للمراهق	35
165	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك اللفظي للمراهق	36
167	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الديني للمراهق	37
169	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العاطفي للمراهق	38
170	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك المظهري للمراهق	39
172	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الصحي للمراهق	40
174	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العدواني للمراهق	41
176	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك التعاوني للمراهق	42
179	يوضح إختبار إعتدالية التوزيع لمحاو الدراسة	43
180	يوضح العلاقة الإرتباطية بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وسلوك المراهق	44
181	نتائج الإندثار البسيط لأثر تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الأنستغرام على سلوك المراهق	45
182	نتائج الإندثار المتعدد لإختبار أثر أبعاد تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام (الإستخدام، تمثيل المعلومات، التعلم بالنمذجة) على سلوك المراهق	46
183	إختبار التباين الثنائي T-tast بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و بين متغير الجنس	47
184	إختبار التباين الثنائي T-tast بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و بين متغير الوضعية الدراسية	48
184	إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و متغير السن.	49
185	إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و متغير المستوى التعليمي.	50

قائمة الجداول

186	إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك - الانستغرام و متغير أقدمية الإستخدام.	51
186	إختبار التباين الثنائي T-tast بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق وبين متغير الجنس	52
187	إختبار التباين الثنائي T-tast بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق وبين متغير الوضعية الدراسية	53
187	إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق و متغير السن.	54
188	إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق و متغير المستوى التعليمي.	55
188	إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق و متغير أقدمية الإستخدام	56

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
13	يوضح النموذج المقترح لمتغيرات الدراسة	01
39	نموذج الإستخدامات والإشباعات عند كاتز	02
47	يوضح نموذج أتكنسون وشفرين لمعالجة المعلومات	03
50	نموذج يوضح العوامل المؤثرة في التعلم بالنمذجة عند ألبرت باندورا	04
126	يمثل خطوات تحديد العينة الحصصية في الدراسة	05
129	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	06
131	ترتيب عينة الدراسة ضمن عدد أفراد عائلتهم	07
132	بداية إستخدام عينة الدراسة للشبكات الإجتماعية الرقمية	08
136	ملكية الجهاز المستخدم و مشاركة عينة الدراسة الآخرين تصفح موقعي الفيس بوك والأنستغرام	09
136	يوضح مشاركة المراهقين للآخرين أثناء تصفح الفيس بوك والأنستغرام	10
138	يوضح الوتيرة التي يستخدم بها المراهقون كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام	11
139	المدة اليومية التي يستغرقها المراهق في تصفح موقعي الفيس بوك والأنستغرام	12
141	مستوى الثقة في المعلومات عند تصفح موقعي الفيس بوك والأنستغرام	13
142	طريقة متابعة المراهقين للمنشورات عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	14
144	دوافع المراهقين لإستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام	15
146	الإشباعات المحققة لدى المراهقين عند إستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام	16
148	الخصائص الموجودة في المواضيع التي تثير إنتباه المراهقين على موقعي الفيس بوك والأنستغرام التي تثير إنتباه المراهقين	17
150	طريقة إهتمام المراهقين بالمنشورات على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	18
152	قدرة المراهقين على التفاعل مع المعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	19
153	إدراك المراهقين للمعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	20
154	تذكر وإسترجاع المراهقين للمعلومات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	21
158	كيفية إختيار المراهق للنماذج الموجودة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام	22
160	العوامل التي تساعد في تبني المراهقين للسلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	23
162	العوامل التي تساعد تجنب المراهقين لتقليد السلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	24
165	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الإجتماعي للمراهق	25
167	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك اللفظي للمراهق	26
168	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الديني للمراهق	27
170	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العاطفي للمراهق	28
172	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك المظهري للمراهق	29
174	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الصحي للمراهق	30
176	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العدواني للمراهق	31
178	إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك التعاوني للمراهق	32

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
219	قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان	01
220	إستمارة الإستبيان	02
227	إحصائيات مجتمع الدراسة بالديوان الجهوي للإحصاء بورقلة	03

المقدمة

المقدمة:

تختلف بحوث التلقي الإعلامي حالياً عن بحوث جمهور وسائل الإعلام في بداياتها، وتتحدد نقاط الاختلاف بينهما أن هذه الأخيرة افترضت أن الجمهور مجرد مستقبل سلبي يتأثر بما يتم عرضه له عبر مختلف وسائل الإعلام، أما بحوث التلقي فقد إهتمت بمختلف السيرورات النفسية والاجتماعية والثقافية والتاريخية التي تتحدد لدى الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية والاتصالية أثناء إستقباله لها، وبناءً على ذلك تتشكل ردود أفعاله حول الرسائل التي يتم تلقيها من طرفه، والتي في جوهرها نجد أنها عبارة عن مجموعة من العناصر المشكّلة للفعل الذي يقوم به المتلقي بمكوناته الذهنية والانفعالية والتفسيرية التي ينتج عنها تأويل وبناء المعاني لمختلف الرسائل التي يتعرض لها، لذا نرى أن نظرية التلقي التي تبحث في عمليات بناء المعاني لدى المتلقين تركز إهتمامها على دراسة العلاقة التي تربط بين الرسالة الإعلامية والمتلقي الذي يكون له دور فعّال ومهم في تشكيل وإنتاج المعاني بما يتوافق مع قناعاته، إتحافاته، خبراته، المكتسبات المعرفية عنده.. إلخ.

إرتبطت نظرية التلقي في بداياتها بالظروف السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة في ستينيات وسبعينيات القرن الماضي والتي ساعدت على ظهور تيارات فلسفية وفكرية أسهمت في بلورة أسس هذه النظرية، حيث بحثت في عمليتي الإرسال والتلقي وخلصت إلى أن الإرسال لن يكون فعالاً دون الأخذ في عين الإعتبار دور المتلقي في تحديد معاني تلك الرسائل، كما أن فعل التلقي لا يمكن إستيعابه دون الرجوع إلى عملية الإرسال، ذلك أن التحليل الدقيق للمحتويات يفترض إتباع مقارنة تُولي عناية لمرحلي الإنتاج والتلقي وتعمل على تقسيم عملية التشكيل والتفسير الدلالي للرسائل، و حالياً نجد أن تحديد المعنى من طرف المتلقين أصبح يطرح إشكالاً في ظل إستخدام أدوات جديدة للتواصل ناجمة عن التطور المذهل للتكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال الذي سيُعيّر حتماً من أشكال التواصل مع الجمهور القارئ والمستمع والمشاهد وحتى المبحر في الفضاء الرقمي، والمسألة التي يتم البحث فيها الآن تكمن في إشكالية تحديد المعنى للمحتويات الإعلامية التي يتم نشرها عبر هذه التكنولوجيات، ذلك أن هذه الأخيرة قد فرضت أساليب جديدة في أنماط المتلقين أثرت على الفعل الاتصالي بمفهومه الخطي التقليدي حيث أصبح للسياق الذي يعيش فيه المتلقي دور فعّال في تحديد مدى التأثير الذي سيقع عليه، فدراسات التلقي حالياً تتناول العملية الاتصالية ضمن سيرورة إجتماعية وثقافية شاملة داخل الفضاء الرقمي وخارجه.

إن التطورات التي يشهدها العالم اليوم في مجال تكنولوجيات الإتصالات تسير بوتيرة متسارعة لتُسجّل تحولات محورية في مختلف المجالات، وتنتج قوة إتصالية هائلة بنقل معلوماتي فعّال وترابط شبكي واسع الإنتشار داخل فضاء رقمي إفتراضي لا حدود له قد مهّدت الطريق لكافة المؤسسات والأفراد للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والخبرات والرغبات... إلخ، وأصبح بذلك كل متصفح أو مستخدم لها مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد، ومستفيدًا من جميع تطبيقاتها وبرامجها خاصة تلك المتعلقة بشبكات الربط الإجتماعي التي غيرت من مضمون وشكل التواصل بشكل جذري.

ومن ناحية الأداء نجد أن هذه الشبكات قد حسّنت من تحقيقها لتواصل بطيء في بداياتها عبر المنتديات والمدونات إلى التواصل الفوري أو اللحظي الذي وصل حالياً لذروته مع تقنيات الويب (0.2) وإنتشار العديد من تطبيقاتها ومواقعها وإحتلالها المراكز الأولى نسبة إلى مستوى نشاطها على غرار الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، سناب شات، أنستغرام، تيك توك... إلخ، إذ عرفت إستقطاباً واسعاً للعديد من الأفراد على إختلاف شرائحهم ومستوياتهم التعليمية نتيجة سهولة إستخدامها وكونها لا تتطلب مهارات كبيرة للتحكم بها، وفي السياق ذاته يُعتبر عنصر التفاعلية من أهم ما يزيد في عدد المستخدمين لما لهذه الخاصية من قدرة على محاكاة البيئة الإتصالية في الواقع الفعلي المعاش.

إضافة إلى الوظيفة الأساسية التي تقوم بها الشبكات الإجتماعية الرقمية المتمثلة في الربط والتشبيك الرقمي بين الأفراد والمجموعات من مختلف الثقافات والجنسيات عبر العالم، أصبحت كذلك اليوم من أهم الوسائل التي تقوم بنشر محتويات إعلامية مختلفة المواضيع والوسائط (صورة وصوت وفيديو) لها تأثير واضح على المستخدمين كتوجيه وتشكيل آرائهم أو إكسابهم عادات وسلوكيات مختلفة، منها ما يندرج ضمن ثقافتهم المحلية ومنها ما يمتد إلى العالمية كون أن الفضاء الرقمي لا تربطه حدود مكانية أو زمانية، وبالرغم من إختلاف الفئات المستخدمة لهذه الشبكات إلا أن أغلب الإحصائيات تشير إلى أن الفئة الأكثر تعرضاً والأكثر تأثراً والأكثر إستغراقاً في الإطلاع على المحتويات المنشورة على الشبكات الإجتماعية الرقمية هي فئة المراهقين، كونهم وُلدوا وكبروا في بيئة مرتبطة بالإنترنت من جهة، وكون هذه الفترة العمرية تتميز بـحُب الفرد للإستكشاف والإستطلاع وتجربة كل ما هو مُبتكر وجديد.

من الميسّم به أن مكونات البيئة التي ينشأ فيها الفرد من أسرة ورفاق ووسائل إعلام وغيرها لها دور كبير في إكتسابه لسلوكيات معينة، تتعزز لديه بتراكم التجارب والخبرات، وتلعب الفروق الفردية في تبني تلك السلوكيات دوراً متبايناً تُنتج لنا أنماط سلوكية مختلفة لدى هؤلاء الأفراد تبعاً لتلك الفروقات، وتعتبر الشبكات الإجتماعية الرقمية حالياً أكثر وسيط فاعل ضمن تلك البيئة في إكساب السلوك لجمهورها المتلقي، ورغم أن تأثيراتها لم تتحدّد بشكل واضح أو دقيق إلا أننا نجزم أنها تُقدّم المعارف والمعلومات التي تؤدي إلى زيادة وعي المتلقين وجذب إنتباههم لإتجاه معين أو نفورهم منه، وبما أن الشبكات الإجتماعية الرقمية أصبحت تقنية مهمة في حياة المراهقين في عصرنا الحالي، حيث لاحظت العديد من الدراسات أن معظمهم يقضي أكثر من الوقت المسموح به في تصفحها مما يجعل عملية توجيه أفكاره وعاداته سهلاً جداً عن طريقها، فالمرهق دائماً ما نجده يبحث عن نموذج يتبعه بداية من الوالدين وجماعة الرفاق وصولاً إلى المدونين على هذه الشبكات أو ما يطلق عليهم حالياً بإسم المؤثرين، إذ يقوم المراهق بالتأثر بهم وتقليدهم حسب ما يتوافق مع طموحاته وميولاته التي تم تشكيل معظمها من خلال متابعته لهذه الشبكات، وبالإعتراف أنه قد يكون هناك فوائد من هذا التعرض أو التقليد إلا أن هناك من السلبيات ما يهدد حياتهم المستقبلية.

للإحاطة بالموضوع المطروح ومعالجته، تم تقسيم الدراسة الحالية إلى أربعة فصول كما يلي:

قمنا في الفصل الأول بعرض إشكالية الدراسة الذي تم فيه طرح التساؤل الرئيسي ثم تجزئته إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية، لتتم الإجابة عليها إنطلاقاً من فرضيات قمنا بوضعها قصد التحقق من صحتها لاحقاً، إضافة إلى الأسباب التي دفعتنا لإختيار هذا الموضوع وذكر أهدافه ثم شرح أهميته، لثبني بعدها حدود الدراسة التي تم تقسيمها إلى حدود بشرية، وزمنية، ومكانية، يليها بعد ذلك تعريفات لمفاهيم الدراسة وتوضيح المنهج المستخدم حيث تم إختيار المنهج المسحي الوصفي وأداة الإستبيان التي تمت بواسطتها جمع البيانات الميدانية للدراسة، إضافة إلى الدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة بأحد متغيرات الدراسة الحالية، يلي هذا العنصر المقاربة النظرية للدراسة والتي شملت كل من نظرية الإستخدامات والإشباع، نظرية تمثيل المعلومات ونظرية التعلم بالمدججة.

تضمن الفصل الثاني ثمانية عناصر نذكرها كالتالي: جوهر نظرية التلقي الذي تندرج تحته كل من المصادر الفكرية التي أثرت في بروز وبناء نظرية التلقي، إسهامات أو الفروض التي جاء بها أهم رواد نظرية التلقي وقد إختارنا المفكرين البارزين "ياوس" و "آيزر"، ثم مجالات البحث في نظرية التلقي ثم شرح عملية التلقي في الصحافة والإعلام.

إضافة إلى العناصر السابقة تطرقنا أيضاً إلى نشأة الشبكات الإجتماعية الرقمية، أنواعها، خصائصها وتأثيراتها، لنتقل بعدها إلى كيفية إدارة المحتوى الإعلامي عبر هذه الشبكات ثم قمنا بتوضيح أهم الشبكات الإجتماعية الرقمية الإجتماعية والتي إختارناها كميدان لدراستنا (الفييس بوك والأنستغرام)، لنتقل بعدها إلى عنصر تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية.

تناولنا في الفصل الثالث لهذه الدراسة كل من النظريات النفسية التي فسرت سلوك المراهق والتقلبات التي تطرأ على الفرد أثناء فترة نموه في هذه المرحلة ووضحنا التقلبات النفسية والفيزيولوجية المرافقة لها، ثم إنتقلنا إلى عنصر حاجات المراهق والتي على أساسها يتكون لديه الدافع إلى إتخاذ سلوكيات مختلفة من أجل إشباعها، لنتقل بعدها إلى أهم النماذج التي يتعلم منها المراهق السلوك والتي نظّر فيها المفكرون عدداً معتبراً إلا أننا في دراستنا سنختار نموذجين إثنين بما يتوافق والدراسة الميدانية التي قمنا بها، ثم قمنا في ختام الفصل بذكر التأثيرات التي يخلفها تلقي المحتويات الإعلامية عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية على سلوك المراهق.

تم في الفصل الرابع قمنا في البداية بعرض توضيح لمجتمع وتحديد لحجم عينة الدراسة ونوعها وطريقة إختيارها، ثم قمنا بعرض نتائج الدراسة على ثلاث أجزاء: الأول إهتم بالتحليل الوصفي لعبارات الإستبيان، والثاني تم فيه إختبار فرضيات الدراسة والثالث تم فيه عرض النتائج العامة للدراسة.

وفي الأخير قمنا بإعداد الخاتمة التي تضمنت عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة وتقديم توصيات في ضوء النتائج المتوصل إليها.

I. الجانب المنهجي للدراسة

تمهيد:

يعتبر تصميم الجانب المنهجي في الدراسات العلمية من أهم المرتكزات التي يجب على الباحث الخوض فيها بعناية لأنها الأساس لرسم الطريقة التي ستتم بها معالجة الإشكالية المطروحة والوصول إلى حلول لها، فكلما كانت خطوات الإطار المنهجي للبحث العلمي صحيحة وموثوقة، كلما كانت أدوات البحث فعالة في تحقيق الأهداف المرجوة ليصبح الوصول إلى النتائج الصحيحة ممكناً، لذا يُشترط على الباحث في هذه المرحلة أن يكون على وعي تام بمجالات بحثه ويكون متمكناً ودقيقاً أثناء إختياره للمنهج الذي سيتبعه وأدوات جمع البيانات التي سيقوم بإستخدامهما، هذا ما حاولنا تجسيده قدر المستطاع في هذا الفصل الذي كان تقسيم عناصره كالتالي:

- 1-I- إشكالية الدراسة.
- 2-I- أسباب إختيار الموضوع
- 3-I- أهداف الدراسة
- 4-I- أهمية الدراسة
- 5-I- حدود الدراسة
- 6-I- تحديد المفاهيم
- 7-I- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
- 8-I- الدراسات السابقة
- 9-I- الإطار النظري للدراسة

1.1 إشكالية الدراسة :

منذ ظهور الحواسيب الأولى في أربعينيات القرن الماضي إنخرطت الحضارة في إنقلاب معلوماتي عميق ندرك الآن أنه لم يكن تكنولوجياً فقط، حيث كان الأمر في البداية يتعلق بحوسبة الآليات الإنتاجية للحصول على أفضل أداء بفضل القوة الحسابية للحواسيب العملاقة خلال سنوات الخمسينيات والستينيات، آنذاك كانت تحجز تلك الحواسيب مساحات كبيرة إذ تميزت بضخامة الحجم، ثم تطور الأمر إلى أن أصبحت أصغر وأكثر إتاحة لجميع الناس بعد أن أصبحت صغيرة جداً نسبة إلى حجمها الأول (micro-ordinateurs) سنوات السبعينيات، وعند إبتكار الواجهات الرسومية في ثمانينات العقد الماضي منحت هذه الآلات بُعدها السهل الإسخدام وتزامن ذلك مع ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web)، وقد كان تكنولوجيا للترابط الداخلي لشبكات الحواسيب بداية بـ 213 آلة سنة 1981 وصولاً إلى فضاء سيبراني كوني بلغ 05 مليارات محطة طرفية متواصلة فيما بينها سنة 2010¹.

أصبحت الشبكة العنكبوتية العالمية، التي يطلق عليها إختصاراً "ويب"، تمثل ركناً جوهرياً من أركان حياتنا العامة المعاصرة، وتتأتى قدرة هذه الشبكة في أنها تتيح للناس بأدنى التكاليف نشر أو تلقي أي مواضيع أو مواد عبرها، ويمكن رؤيتها في كل أرجاء العالم من خلال مجموعة كبيرة آخذة في التزايد من الوسائط والأدوات. إضافة إلى أنها قامت بتيسير عملية المزج بين المعلومات التي يتم تدوينها في شكل نصوص والمعلومات المسموعة والمرئية بأساليب من شأنها رفع مستوى الإهتمام بالمحتوى الذي تحمله الشبكة، ونتيجة لذلك نرى أنها توفر طرقاً مختلفة يمكن لجميع المستخدمين من خلالها صياغة رسائل متعددة الوسائط يتم توجيهها لجمهور واسع².

إن أهمية الإنترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الإتصال وتوزيع المعرفة، وقد إزدادت تلك الأهمية بعد إرتقاء الويب (0.1) إلى تقنية الويب (0.2) والذي كان ظهور وإنتشار الشبكات الإجتماعية الرقمية أبرز إنتاجاتها على غرار الفيس بوك وتويتر واليوتيوب والأنستغرام والسناپ شات ... وغيرها، التي إستطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الأفراد وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيها وطريقة أداء الشركات لأعمالهم، وإختصار يُلاحظ نمو حياة فعلية في داخلها خلال العقود الأولى من القرن الواحد والعشرين نتيجة بروز أنماط جديدة للتواصل عبرها. وكما نلاحظ اليوم فإن هذه الشبكات الرقمية بدأت في التأثير في أنماط وسلوك الأفراد بشكل كبير وبدأت تُستخدم من طرف صانعي المحتوى كأدوات لتوجيه وتعديل الآراء والسلوكيات.

أدى التطور الهائل في نظم وتكنولوجيا الإتصال والإعلام اليوم إلى ظهور أشكال وتطبيقات ونظم إعلامية جديدة تحمل خصائص غير مسبوقة مع تحول كامل في الطريقة التي يتواصل بها الناس مع بعضهم البعض، فضلاً

1- ستيفال فيال، الكينونة والشاشة: كيف يغير العالم الرقمي الإدراك، تر: إدريس كثير، ط1، هيئة البحرين للثقافة والآثار: المنامة، 2018، ص24.

2- آرثر لوبيا، تاشا فيليبوت، آراء من داخل الشبكة (تأثير المواقع الإلكترونية في الإهتمامات السياسية لدى الشبان)، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية: أبوظبي، 2007، ص32.

عن التوسع الهائل في آفاق المعرفة والمعلومات، فقد أصبح بمقدور الناس في أنحاء مختلفة من العالم استخدام أنظمة المعلومات الرقمية المتقدمة وتقنيات الاتصالات المختلفة التي توفر مساحات واسعة ومفتوحة للتواصل الحي والتفاعلي.

هذا التطور التكنولوجي المتسارع قدّم للمتلقين فرصاً واسعة لأن يعرفوا ويفهموا وحتى يشعروا بما يجري في أماكن بعيدة جداً عنهم ولا يمكن الوصول إليها يمكنهم أيضاً من التفاعل مع الأحداث البعيدة والاندماج فيها. فالإنترنت قدمت تحديات لا حد لها تجاه المفاهيم والتقاليد والأساليب الموروثة من نظام إنتاج المحتوى الإعلامي وتلقيه من طرف الجمهور في أي مكان في العالم، وبفضل استخدام التقنيات الرقمية خاصة الذكية منها تغيرت الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع بعضهم البعض، والتي ينقلون بها الأفكار والتجارب والأحداث، خاصة في ظل ما يطلق عليها وسائل التواصل التفاعلية مثل الشبكات الاجتماعية الرقمية¹. تبعاً لهذه التطورات أصبح المجال مفتوحاً وبلا حدود للتعبير الحر المفتوح عن النفس وعن الآخرين، وتوسعت آفاق نقل التجارب والأحداث والمشاعر والأحاسيس والحاجات إلى الآخرين من أطرها المحدودة مكانياً وزمانياً إلى حالة غير مسبوقه للاندماج في المجتمع العالمي ضمن مجال حيوي تفاعلي لا تحده الحدود.

يؤكد فوغ (Foog) أننا محاطون بتقنيات متنوعة في كل مكان وأن الشبكات الاجتماعية الرقمية تمس حياتنا أكثر فأكثر في هذا العصر، وهناك تصميمات تم إنشاؤها من قبل البشر وتنفيذها في التعليمات البرمجية للتأثير على ما نفكر فيه وهي تقنيات يتم تصميمها بهدف التأثير في السلوك والاتجاهات من خلال الإقناع والتأثير الاجتماعي وهي موجودة والعديد منها ناجحة في إحداث تغيير في السلوك².

إن حجم الإقبال على الشبكات الاجتماعية الرقمية بأنواعها المختلفة يتزايد بشكل ملحوظ حسبما أثبتته الإحصائيات الرسمية التي تقدمها هذه الشبكات دورياً، ونلاحظ أن هذا التزايد في الاستخدام يرافقه تأثير مباشر على سلوك وتفكير المستخدمين على اختلاف أجناسهم وأعمارهم وإتمائاتهم الفكرية والاجتماعية والثقافية خاصة فئة المراهقين منهم، هذه الأخيرة التي أحدثت الشبكات الاجتماعية الرقمية بها تأثيراً قوياً إذ اعتُبرت بحسب العديد من الدراسات التي سيتم ذكرها لاحقاً عاملاً أساسياً في تغيير سلوك المراهق وإكسابه أنماط سلوكية مختلفة، وبالرغم من الفوائد العديدة التي توفرها هذه الشبكات لهم إلا أن إنتشارها الواسع والإعتماد الشبه الدائم عليها سينخلق جيلاً من المراهقين فاقداً للقدرة على التواصل الطبيعي بعد أن أصبح التواجد عبرها يشكل القدر الأكبر من إهتمامهم على حساب التفاعل مع بقية أفراد المجتمع، ومن المثير للقلق أن هذا التواجد يتحول إلى حب للشاشات وكل ما يعرض من خلالها، فيستغرقون وقتاً كبيراً في العالم الافتراضي وهو ما يؤدي إلى إمكانية إكتساب أفكار وعادات وسلوكيات غير تلك التي يتميز بها المجتمع الطبيعي حولهم.

1- عباس مصطفى صادق، الإعلام والواقع الافتراضي، ط1، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2018، ص 17.

2- حسن فراج حسن، تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 2019، ص 6.

ومن خلال ماسبق ذكره يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي المستويات التي يتلقى بها المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام؟ وهل يؤثر هذا التلقي على سلوكه ونمط حياته؟

من السؤال الرئيسي تتفرع الأسئلة التالية:

1. ما هي مستويات تلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام؟
2. ما هي مستويات إنعكاس تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق؟
3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تلقي المراهقين للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من جهة وبين سلوكهم من جهة أخرى؟
4. هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوكه؟
5. هل هناك فروقات ذات دلالة إحصائية حول إجابات المراهقين لعملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وإنعكاسات هذا التلقي على سلوكهم تعزى للمتغيرات الشخصية؟

- فرضيات الدراسة:

تظهر أهمية الفرضيات العلمية في كونها تحول المشكلة البحثية إلى نقطة مركزية قابلة للدراسة والاختبار العلمي، فتوجه جهود جمع المعلومات وتحليلها في إطار محدد يوفر الجهد ويركزه في نطاق تحقيق الفرض المحدد المتضمن العلاقات بين المتغيرات¹. يمكننا تعريف الفرضية على أنها "نتيجة أولية أو إستنباط أو طرح مؤقت لحل سؤال بشأن ظاهرة ما، يتم اختبار مدى صحته أو خطأه عبر مختلف العمليات التي يتضمنها البحث العلمي"²، ومن مزاياها أنها تمكن الباحث من إستنباط وسائل علمية لفحص فرضه وتساعد على تحديد المنهج المناسب والأدوات المناسبة لجمع البيانات وعلى تحديد أسلوب التحليل³، أما عن مصدر الفرضية العلمية فغالباً ما يستند إلى الدراسات السابقة أو تخصص الباحث، خبرة الباحث الشخصية وقدرته على تحليل العلاقات بين الظواهر الملاحظة والتجربة⁴.

وللإجابة على تساؤلات الدراسة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1 - محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (دروس نظرية و تطبيقات)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2016، ص 32.
 2 - شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط2، الدار العربية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2012، ص 53.
 3 - محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2002، ص55.
 4- نفس المرجع السابق، ص 56.57.

1. يتم تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من طرف المراهقين بمستوى متوسط.
2. تنعكس عملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق بمستوى متوسط.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تربط بين تلقي المحتوى الإعلامي للمراهقين عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من جهة وبين سلوكهم من جهة أخرى.
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوكه.
5. توجد فروقات فردية ذات دلالة إحصائية في إجابات المراهقين حول عملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وإنعكاسات هذا التلقي على سلوكهم تعزى المتغيرات الشخصية.

2.I أسباب إختيار الموضوع :

هناك مجموعة من الأسباب جعلتنا نختار موضوع دراستنا هذه، تنقسم إلى أسباب الذاتية وأخرى موضوعية تمثلت في مايلي:

1.2.I الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي لدراسة كل ما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة ووسائلها المتعددة وتأثيرها على المجتمع؛
- إن التنوع والإبتكار المتزايد في الخدمات التي تقدمها الشبكات الإجتماعية الرقمية كماً ونوعاً جعلها تحتل مكانة هامة عند جمهورها المتلقي لمحتوياتها والذي يعبر عنه تنامي الأرقام والإحصائيات سنوياً، كل ذلك ولّد لدينا الرغبة في تقديم دراسة حول تأثير الفيس بوك والأنستغرام (الذان نجدهما دوماً في صدارة الترتيب الأعلى إستخداماً ونشاطاً) في حياة الأفراد المستخدمين لها.

1.2.I الأسباب الموضوعية:

- بعد ملاحظتنا أن معظم الدراسات العلمية المحكمة في مجال علوم الإعلام والإتصال التي تعني بدراسة التكنولوجيات الحديثة والأنترنت وتطبيقاتها المختلفة تهتم بالجمهور في مرحلة الشباب أو الطفولة بشكل كبير، رأينا أنه من المنصف الإهتمام بدراسة فئة المراهقين كذلك؛
- إعتبرت أغلب الدراسات الإعلامية التي إهتمت بتأثيرات الشبكات الإجتماعية الرقمية أن جمهور هذه الوسيلة مستخدم وليس متلقي، بينما لاحظنا أن دراسات التلقي الإعلامي أغلبها إهتمت بوسائل الإعلامية التقليدية خاصة التلفزيون، هذا ما دفعنا إلى البحث في التلقي الإعلامي عبر الوسائل الإعلامية الجديدة وتحديداً عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية؛

- مرحلة المراهقة تمس شريحة كبيرة من المجتمع، لذا رأينا أنه من المهم أن تبحث دراستنا الحالية في التأثيرات التي تحدثها الشبكات الاجتماعية الرقمية عليهم بإعتبارها أحد العوامل التي تساهم في تنشئتها وبناء شخصيتها وتؤثر في تكوينها معرفياً وسلوكياً؛
- توفر الشبكات الاجتماعية على العديد من المميزات مثل إنتشارها الواسع وقلة تكلفة إستخدامها التي تكاد تصل إلى أن تكون مجانية، لا محدودية المكان وسهولة الإستخدام ... إلخ، جعلت منها فضاءً حصباً لعرض مختلف الثقافات في العالم وتمازجها ما أنتج ثقافات جديدة يتم تقديمها للجمهور المتلقي في كل مكان؛
- إن سعي الإنسان بطبيعته إلى إتخاذ قدوة أو نموذج متميز أو معروف، يدفع الجمهور المتلقي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية عامة والمراهقين منهم خاصة إلى إختيار أحد تلك النماذج أو مجموعة منها والتي تقوم بعرض نمط حياتها على هذه الشبكات كمثال يستفيد من تجاربه في الحياة ليصل في الأخير إلى إمكانية تقليده نسبياً، هذا ما جعلنا نقوم بدراسة أكاديمية حول تَنَمُّج سلوك المراهق من هذه الشبكات.

3.I أهداف الدراسة:

نهدف من وراء هذه الدراسة إلى:

- محاولة تحديد مستويات تلقي المراهق للمحتويات الإعلامية المنشورة عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، وكذلك مستوى إنعكاسها على مختلف سلوكياته؛
- السعي إلى إبراز أنماط إستخدام المراهق لكل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام وتحديد دوافع إستخدامه لها وكذلك الإشباعات المعرفية والنفسية والاجتماعية المحققة من ذلك؛
- الوصول إلى معرفة كيفية تمثيل المراهق للمعلومات التي يتلقاها من المحتويات الإعلامية المنشورة عبر الفيس بوك والأنستغرام في ذهنه، إضافة إلى توضيح طريقة بنائه للمعاني التي تحملها هذه المحتويات وفق ما يتناسب مع التراكمات المعرفية التي يحملها والبيئة المحيطة به؛
- معرفة الدور الذي تلعبه النماذج الموجودة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام في تنمية، تحديث وتعديل سلوك المراهق، إضافة إلى معرفة العوامل المتواجدة في البيئة المحيطة به على غرار الأسرة والأصدقاء والتي تساعد على تبني أو تجنب السلوكيات التي يتلقاها عبر هذين الموقعين؛
- السعي إلى الكشف عن إمكانية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية تربط بين عملية تلقي المراهق للمحتويات الإعلامية عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وبين سلوكه وتحديد نوع هذه العلاقة؛
- محاولة معرفة قيمة الأثر الذي يحدثه تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق؛

- محاولة تحديد ما إذا كانت هناك فروق فردية ذات دلالات إحصائية لتلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وإنعكاساته على سلوك المراهقين تعزى للمتغيرات الشخصية عندهم.

4.I أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية الدراسات العلمية على أهمية المواضيع التي تقوم بمعالجتها والظواهر التي تقوم بقياسها، إضافة إلى الأهداف التي أُسست من أجلها والنتائج التي ستحققها، ويتسم موضوع دراستنا الحالية بأهمية بالغة كونها تعالج إنعكاس تلقي الفرد في مرحلة المراهقة للمحتويات الإعلامية التي يتم نشرها عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية، بإعتبار أن المراهق في هذه المرحلة العمرية مُهيئاً لإستقبال العديد من الرسائل الإعلامية التي من الممكن أن تؤثر بشكل كبير على حياته، كما أنها ستختبر العوامل المؤثرة في تشكل وبناء المعنى لدى المراهق كمتلقي لما يتم نشره على الشبكات الإجتماعية الرقمية، إضافة إلى أن هذه الدراسة مهمة إعلامياً وإجتماعياً وأكاديمياً، إذ يوفر رصد السلوك المكتسب عند المراهقين جراء إستخدامهم للوسائط الإعلامية الجديدة التي تعتبر الشبكات الإجتماعية الرقمية من أهم مظاهرها، كما تظهر أهمية هذه الدراسة في مساهمتها بطرح خلفية معلوماتية يستفيد منها صانعي المحتويات الإعلامية الموجهة لهذه الفئة من المجتمع، كما تقدم هذه الدراسة تقييماً للنتائج المترتبة عن تنامي إستخدام التكنولوجيا في المجتمع.

ولأن المراهقين اليوم يشكلون الفئة الأكثر إستخداماً لمواقع الشبكات الإجتماعية¹، ستسمح لنا هذه الدراسة بجمع معلومات تمكننا من العثور على اللغة المشتركة بينهم، وفهم كيفية تأثير وعلاقة ما ينشر عبر هذه الشبكات على سلوك المراهقين سواء كان ذلك في الجانب السوي الإيجابي أو الجانب الغير السوي السلبي.

5.I حدود الدراسة:

قصد التقييد بإطار ثابت للدراسة قمنا بتجزئة حدود الدراسة كما يلي:

1. الحدود البشرية والمكانية:

إقتصرت هذه الدراسة على المراهقين المتواجدين في مدينة ورقلة ممن يستخدمون موقعي الفيس بوك والأنستغرام (سيتم التفصيل في البيانات الخاصة بها ضمن عنصر تحديد عينة الدراسة).

2. الحدود الزمنية:

بالنسبة للجانب النظري في هذه الدراسة قمنا بمباشرة البحث فيه منذ بداية سنة 2018، أما الدراسة الميدانية فقد تمت في الفترة الزمنية الممتدة من شهر مارس إلى غاية نهاية شهر أوت من سنة 2020.

1 - Cristofferson, Jenna Palermo, *How is social Networking Sites Effecting Teen's Social and Emotional Development: A Systemic Revie.*, Retroved on: https://sophia.stkate.edu/msw_papers/650. (07/04/2018,09:30).

6.I تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر المفهوم الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الباحث للتعبير عن الأفكار والمعاني المختلفة¹، فمن خلال المفاهيم يتم تناول المعلومات والأفكار والآراء، إذ تعتبر أداة الإتصال في البيئة العلمية الواحدة، وهي عبارة عن بناءات لغوية وتركيبات لفظية تساهم في بناء التركيبات الأكبر مثل الفروض أو التعميمات والنظريات العلمية التي تشرح وتفسر الظواهر العلمية.

التعريف الإصطلاحي: يعبر عنه بالبناء الفكري للمفهوم، أي تعريف المفهوم من خلال بناءات لفظية تشير إلى المعنى كما يراه المفكر، ولا بد أن تتوفر في التعريف الإصطلاحي ما يلي " يشير التعريف إلى الخصائص المميزة للشيء المعرف، أن يُصاغ بشكل موجب بقدر الإمكان وأن يُصاغ بشكل واضح".

ونظراً لإختلاف الرؤى الفكرية والبناءات اللفظية للتعريف الإصطلاحي نجد أنه لا يكفي إستخدامه في البحث العلمي عندما تكون هناك حاجة للتجريب والقياس ويحتاج الباحث في هذه الحالة إلى توضيح المفهوم أكثر من خلال إضافة **التعريف الإجرائي** للمفاهيم والذي يعرفه الكعبي على أنه " ذلك التعريف الذي يعطي فيه الباحث معنى للفئات أو المفاهيم الواردة في بحثه لكي يُقاس على أساسها أو تصبح لها القدرة على القياس الصحيح"². وفيما يلي سنعرض مفاهيم دراستنا الحالية:

1.6.I مفهوم تلقي المحتوى الإعلامي:

- **لغة:** الترجمة الحرفية لمصطلح التلقي هي الإستقبال Reciving فالمادة اللغوية بمشتقاتها في العربية والإنجليزية معاً تنظم معنى الإستقبال والتلقي معاً، فيُقال في العربية تَلَقَّاهُ أي إستقبله، ويقال في الإنجليزية Reception أي إستقبال أو تلقي، ويقال Receptionist أي مُتلقية تَسْتَقْبِل الوافدين في مكتب أو مؤسسة أو فندق، والتمايز في الدلالة بين مفهوم التلقي والإستقبال يكمن في طبيعة الإستعمال عند العرب، فالكثير الغالب في الإستعمالات العربية هو إستخدام "التلقي" بمشتقاتها لما لها من إichاءات وإشارات إلى عملية التفاعل النفسي والذهني مع النص³، وأجمع الباحثين في نظرية التلقي على إستخدام كلمة "التلقي" لأسباب عديدة أهمها أنها أقرب إلى الدلالة المقصودة وهي تلقي القارئ للنصوص الأدبية بغرض فهمها وتفسيرها، أما كلمة الإستقبال فلم تكن مألوفة بالنسبة لأذن المشتغلين بالنقد في الشرق والغرب على السواء⁴.

أما ما يقصد بالمحتوى الإعلامي نجد في اللغة أن كلمة محتوى تُمثِّل إسم مفعول من الفعل إحتوى وهي تدل على ما يَحْتويه الشيء أو ما هو بداخل الشيء، وتعني كلمة الإعلامي جميع من يتولى النشر أو النقل في مختلف

1 - محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق، ص 08.

2 - رعد جاسم الكعبي، مؤشرات في البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي: الشارقة، 2017، ص 47.

3- بن دنيا فطيمة، إشكالية التلقي والتأويل في بحوث الإعلام المعاصرة، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة: الجزائر، مج 20، ع 80، 2013، ص 134.

4- روبرت هولب، نظرية التلقي: مقارنة نقدية، تر: عز الدين إسماعيل، الدار العربية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2000، ص 10.

وسائل الإعلام، وعند الجمع بين كلمة المحتوى والإعلامي نجد أن هذه الأخيرة أصبحت تتخذ مكان الصفة¹ ونعني بتلقي المحتوى الإعلامي إستقبال ما تحتويه وسائل الإعلام من معلومات وآراء وأفكار موجهة للجمهور.

- **إصطلاحاً:** يشمل مفهوم التلقي في آن واحد الأثر الذي يحدثه العمل الفني وطريقة تلقيه من قبل القارئ، و إستجابة القارئ للعمل بعدة أشكال فقد يستهلكه أو ينتقده، وقد يتعجب به أو يرفضه، وقد يتمتع بشكله ويؤوّل مضمونه ويتبنى تأويلاً مألوفاً أو يحاول تقديم تأويل جديد، ويشير التلقي إلى النشاط الذي يقوم به المتلقي في مقابل العملية الإبداعية، وهو أخيراً ذلك التحول في الإهتمام بالجمهور². وتختلف عملية التلقي حسب علاقة المتلقي بالعمل، ذوقه وتكوينه المعرفي ومدى إعتياده على الرموز الفنية ومعرفته المسبقة بها، علماً أن عملية التلقي تتم على المستوى الإنفعالي والفكري والحسي، إلى جانب العوامل الذاتية الأخرى مثل درجة التمثّل مع الشخصية والإنكار بالنسبة لما يشاهده أو يسمعه أو يقرؤه المتلقي، فهذه كلها عوامل تتحكم في عملية ومستوى التلقي³.

- إجرائياً:

نقصد بتلقي المحتوى الإعلامي في دراستنا الحالية هي تلك العملية التي يقوم بها المتلقي بإستقبال ما يتم نشره من محتويات إعلامية (تقييد الإخبار والتثقيف والترفيه) على كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام، والتي تبين إستجابته لها من خلال فهم وتأويل المعاني نتيجة ما يشاهده أو يقرؤه أو يسمعه.

2.6.I مفهوم الشبكات الإجتماعية الرقمية:

- لغة:

أصل الكلمة اللاتيني social network حسب معجم أوكسفورد تعني الإرتباط بالمجتمع وطريقة تنظيمه في البيئة الرقمية⁴. وفي اللغة العربية تعني كلمة الشبكة وجود إرتباط بين أكثر من عنصرين إثنين وتداخلهم وإختلاطهم ببعضهم البعض⁵، ومعنى الشبكة الإجتماعية وجود مجموعة من الأفراد مرتبطون ببعضهم البعض على أساس قواعد مشتركة وهدف واحد أو مجموعة من الأهداف، أما عن الشبكة الإجتماعية الرقمية فهي كل موقع مخصص أو تطبيق يُمكن المستخدمين من ربط ملفاتهم أو حساباتهم على الأنترنت⁶.

1- (د.ك)، معجم المعاني، متوفر على الرابط <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A5%D8%B9%D9%84%> (2018/05/09، 06:20).

2- مخلوف بوكروج، التلقي في الثقافة والإعلام، ط1، مقامات للنشر والتوزيع: (د ب)، 2011، ص 26.

3- مخلوف بوكروج، المرجع السابق، ص 30.

4 - Oxford Wordpower Dictionary, oxford university press, p 678.

5- المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية: القاهرة، 2014، ص471.

6- عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والاتصالات، ط1، دار المسيرة: عمان، 2009، ص 63.

- إصطلاحاً:

أُدرج تحت مسمى الشبكات الإجتماعية الرقمية مختلف صفحات الويب التي تسهل عمليات التفاعل النشط بين الأعضاء المشاركين فيها هادفة إلى توفير جميع التصميمات والبرمجيات التي تقوم بتسهيل ربط هؤلاء الأعضاء ببعضهم البعض عن طريق المراسلات الفورية، الدردشة، تبادل الملفات، فتح مجموعات للنقاش وغيرها من أساليب التواصل الرقمية، ولقد إجتهد الباحثين في مختلف التخصصات على غرار علم المعلوماتية وعلم الإجتماع وعلوم الإعلام والإتصال على طرح العديد من التعاريف الإصطلاحية التي تبين خصائص الشبكات الإجتماعية الرقمية منذ نشأتها، فمنهم من يعتبر أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات نفسها"¹ ومنهم من يعرفها بأنها "عبارة عن مجتمع من الأفراد أو المنظمات المرتبطة بشكل مباشر أو غير مباشر بالمراكز المشتركة في ذات الإهتمامات كما على سبيل المثال الأذواق الموسيقية أو الحياة المهنية على شبكة الأنترنت"²، ونجد في تعريف آخر أن الشبكات الإجتماعية الرقمية تمثل "جميع مواقع الأنترنت التي توفر خدمة التواصل والإتصال مع الغير على الأنترنت، هذه المواقع توفر كذلك تطبيقات مستخدميهما تتيح لهم من خلالها إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامّة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة إتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، كما توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع على الأنترنت"³.

- إجرائياً:

نقصد بالشبكات الإجتماعية الرقمية في دراستنا الحالية جميع المواقع والتطبيقات المرتبطة بشبكة الأنترنت التي تتيح لمستخدميهما فتح حسابات شخصية مَرِيئُها مُتاحة بحسب إختياره (للعامّة أو أشخاص مُعيّنين) ضمن موقع أو نظام رقمي معين، تُمكن المستخدم من الإستفادة بخدمات إتصالية وخدمات تبادل المعلومات عبر وسائط متعددة (صوت، صورة، فيديو أو نص) بين مستخدمي نفس الموقع أو مواقع إجتماعية تماثلها في الوظيفة، وبسبب كثرة الشبكات الإجتماعية الرقمية وتنوعها إختارنا في دراستنا الحالية موقعين إثنين هما الفيس بوك والأنستغرام، لأنهما أكثر شهرة ويحتلان المراتب الأولى⁴ في تصنيف المستخدمين النشطين، وكذلك لما يتميزان به من إنتشار واسع وإستخدامات كثيرة أبرزها التواصل والتعارف وتشكيل المجتمعات الافتراضية ذات الإهتمامات المنوعة، حيث تناقش من خلاله قضايا تهمها وتجمعها، حتى إن الكثير منها خرج إلى حيز الواقع وكان له تأثير مباشر في المجتمعات على جميع الأنساق السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية والثقافية... إلخ.

1- ممدوح رضا الجندي، المفاهيم الإعلامية الحديثة -منظور كلي في البنية والتحليل، دار الذاكرة للنشر والتوزيع: الأردن، 2016، ص 167.

2 - Belaid, dictionnaire de l'informatique et de l'internet, Edition pages bleues internationales : Alger, 2014, p.30.

3- المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الإجتماعية، ط 1، دار النفاذ للنشر والتوزيع: الأردن، 2013، ص 24.

4- أسماء حسين ملكاوي، أخلاقيات التواصل في العصر الرقمي - هيرماس أنموذجاً-، ط 1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: الدوحة، 2017، ص 38.

3.6.I السلوك:

- لغة: السلوك في اللغة حسب ماور في لسان العرب هو مصدر للفعل "سَلَكَ" مثل سَلَكَ طريقاً، وسلوك المكان يسَلُكُهُ سَلَكاً، وسَلَكْتُ الشيء في الشيء أي أدخلته فيه، وهي تعني الطريقة التي يتصرف أو يظهر بها الشخص¹.

- إصطلاحاً: ينطوي السلوك على ما يفعله الفرد أو يقوله ويتم وصفه من خلال أفعال السلوك، والسلوك ليس خاصية ثابتة في الشخص²، وقد يكون صريحاً أو ضمناً فالسلوك الصريح هو فعل يمكن ملاحظته بالعين أما السلوك الضمني فلا يمكن للآخرين ملاحظته أو تسجيله³. ويُعرّف أيضاً على أنه إستجابة أو رد فعل للفرد كما أنه لا يتضمن فقط الإستجابة والحركات المرئية، بل يشمل على العبارات اللفظية والخبرات الذاتية⁴؛ ونستطيع أن نعتبر السلوك بمثابة نتيجة للتفاعل بين الخصائص الشخصية من جهة والمجتمع والمحيط الطبيعي للموقف من جهة أخرى فهو مفهوم يستخدم للإشارة إلى كل ما يصدر عن الفرد من إستجابات⁵.

- إجرائياً: إن السلوك المراد قياسه في دراستنا الحالية يتمثل في مجموعة الإستجابات أو الأفعال التي يقوم بها المراهق تجاه عوامل خارجية وداخلية يتعرض لها نتيجة تصفحه لكل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام، سواء كان هذا السلوك ظاهراً أو غير ظاهراً، سويّاً أو غير سوي، وقد قمنا برصد مجموعة من السلوكيات التي لاحظنا أن هذين الموقعين يُروّجان لتبنيها وهي: السلوك الإجتماعي، السلوك اللفظي، السلوك الديني، السلوك العاطفي، السلوك المظهري، السلوك العدواني، السلوك الصحي والسلوك التعاوني.

4.6.I المراهقة:

- لغة: ترجع كلمة المراهقة إلى الفعل العربي "رَهَقَ" الذي يعني الإقتراب من الشيء، فـ "راهقَ العُلام" إذن هو مُراهق، أي قارب الإحتلام، و رَهَقْتُ الشَّيْءَ رَهَقاً أي: قَرُبْتُ منه. والمعنى هنا يشير إلى الإقتراب من النضج والرشد⁶. أما في اللغة اللاتينية Adolescence فهي مشتقة من الفعل اللاتيني Adolescerre ومعناه التدرُّج نحو النضج البدني والجنسي والعقلي والإنفعالي⁷.

1 - Oxford Wordpower Dictionary, oxford university press, p 60.

2- رايوندي ميلنتنغر، تعديل السلوك: المبادئ والإجراءات، تر: فيصل محمد خير الزراد و مراد علي عيسى سعد، ط1، دار الفكر ناشرون وموزعون: (د.ب)، 2014، ص24.

3- نفس المرجع السابق، ص 26.

4- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، 2004، ص 265.

5- كاظم مؤنس، نماذج الإتصال ونظريات التأثير السلوكي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن، 2017، ص 144.

6- مهند غازي الزامل، محطات من حياة المراهق، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع: الأردن، 2019، ص 17.

7 - Cambridge Dictionary, retrieved on <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/adolescent> (07/08/2018, 09:45).

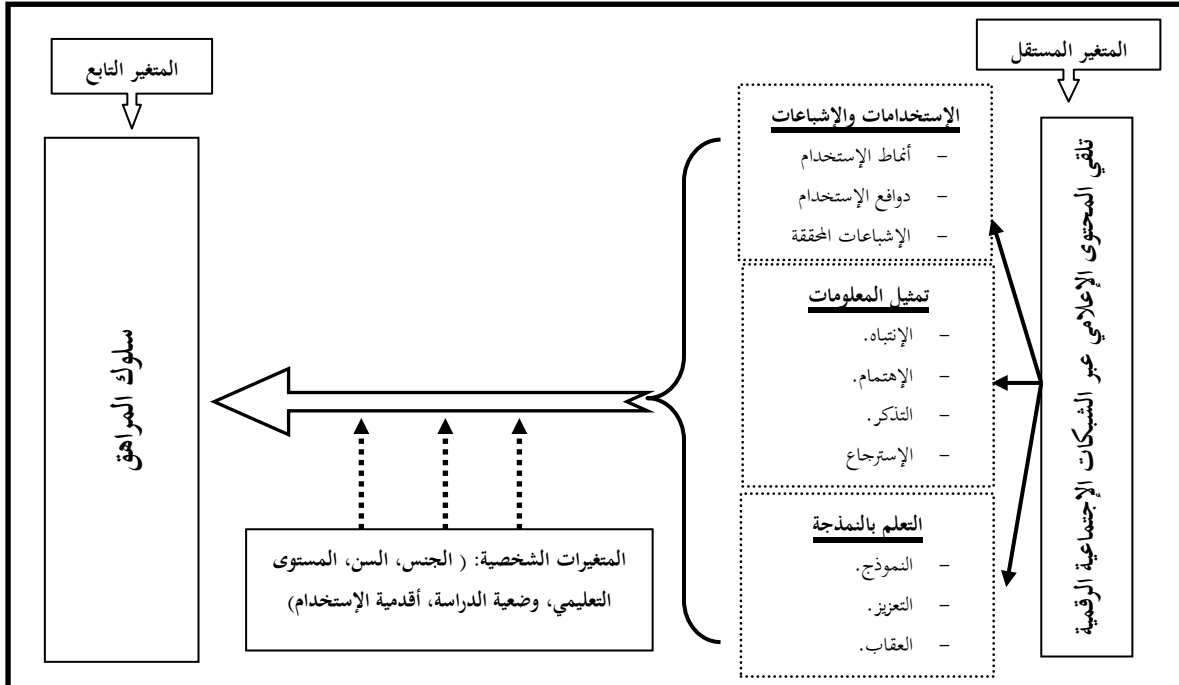
- إصطلاحاً:

تُعرّف المراهقة في كل المجتمعات على أنها فترة من النمو والتحول التي يمر بها الإنسان من عدم نضج الطفولة إلى نضج الرشد، وبهذا المعنى فإنها تُعتبر بمثابة الجسر الواصل بين مرحلتَي الطفولة والرشد الذي لا بد للأفراد من عبوره قبل أن يكتمل مُوهم، وهي تُمثل مرحلة نمو سريعة وتغيرات في كل جوانب النمو تقريباً، الجسدية والعقلية والاجتماعية والإنفعالية¹، ونجد أن فترة المراهقة تنقسم إلى مرحلتين أو ثلاث حسب ما يتفق عليه جمهور العلماء وفي دراستنا الحالية سوف نتبنى تقسيم ألكايند و واينر اللذان يقسمانها إلى ثلاث مراحل فرعية هي: المراهقة المبكرة (11-14 سنة)، والمراهقة المتوسطة (15-17 سنة)، والمراهقة المتأخرة (18-21 سنة)².

- إجرائياً: نعرف المراهقة إجرائياً بأنها تلك المرحلة التي ينتقل فيها الفرد من مرحلة الطفولة إبتداءً من سن 11 سنة إلى سن الرشد والمحدد في دراستنا ب 21 سنة.

نموذج متغيرات الدراسة: بغية الوصول إلى تحديد إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق، من خلال تحديد مستويات هذا التلقي وقيمة الأثر الذي يُحدثه في سلوكه، وبعد إطلاعنا على العديد من المراجع والأدبيات النظرية والتطبيقية التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة ووفقاً للمقاربات النظرية المستخدمة، قمنا بتحديد أبعاد متغيرات الدراسة كما هي موضحة في الشكل رقم (01):

الشكل رقم (01): يوضح النموذج المقترح لمتغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على الدراسات السابقة والمقاربات النظرية المستخدمة.

1- رغد شريم، سيكولوجية المراهقة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: الأردن، 2009، ص 21.

2- نفس المرجع السابق، ص 23.

يوضح الشكل رقم (01) ما يلي:

المتغير المستقل:

يتمثل المتغير المستقل لدراستنا الحالية في "تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية" ويشتمل على الأبعاد التالية:

- بُعد الإستخدامات والإشباعات: يضم هذا البعد مجموعة من المؤشرات التي سنقيس بها إستخدامات المراهق للموقعي الفيس بوك والأنستغرام على غرار أنماط الإستخدام، عادات الإستخدام، الحاجات أو الدوافع والإشباعات المحققة؛
- بُعد تمثيل المعلومات: في هذا البعد سنتعرف على العوامل المؤثرة في العمليات الذهنية التي تدور داخل عقل الفرد بداية من الإنتباه ثم الإهتمام، الحفظ ثم التذكر والإسترجاع؛
- بُعد التعلم بالنمذجة: يتعلق هذا البعد بالبحث في النماذج التي يختارها المراهق ويقوم بتقليد سلوكياتها إضافة إلى العوامل التي تعزز تبنيه للسلوك أو الأساليب العقابية التي تمنعه من ذلك سواء من الأهل أو الأصدقاء.

المتغير التابع:

نعتبر المتغير التابع في دراستنا الحالية "سلوك المراهق" والذي يضم مختلف السلوكيات التي تصدر من المراهق في ممارساته اليومية سواء كانت سوية أم غير سوية في الأبعاد التالية (السلوك الإجتماعي، السلوك اللفظي، السلوك الديني، السلوك العاطفي، السلوك المظهري، السلوك الصحي، السلوك العدواني والسلوك التعاوني).

المتغيرات الوسيطة:

تشمل المتغيرات الشخصية المتمثلة في (الجنس، المستوى التعليمي، الوضعية تجاه الدراسة .. إلخ)

إن هذا النموذج يوضح طبيعة العلاقة في كافة الإتجاهات بين متغيرات الدراسة، حيث سيتم وضع هذا النموذج تحت الإختبار لتحليل طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وذلك بإستعمال مجموعة من الأساليب الإحصائية الملائمة لتحديد مدى تأثير كل منها على مستوى سلوك المراهق، وتحديد طبيعة ومستوى العلاقة بين المتغيرات.

7.I منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

إن تحديد الإجراءات المنهجية في البحوث العلمية يسمح بالتأكد من درجة موضوعية البحث العلمي وتأكيد مشروعيته، ذلك أن إلتزام الباحث بالموضوعية في بحثه يُشكّل الدور الأول والمهمة الأولى لبداية بحثه. ولتُصبح الإجراءات التي قام بإختبارها مُعترف بها من طرف المختصين على أنها صالحة لإقامة دراسة صحيحة والوصول إلى نتائج موثوق منها إلى حد كبير، عليه أن يقوم بتوضيح الخطوات المنهجية التي قام بإختبارها بداية بمنهج البحث

وأدوات جمع البيانات المناسبين لأهداف وطبيعة الدراسة وفيما يلي سنعرض الإجراءات المنهجية المتبعة في دراستنا الحالية:

1.7.I منهج الدراسة:

يُعرّف المنهج لغة على أنه مرادف لكلمة النَّهْجِ والمنْهَاجِ، اللَّتَيْنِ تعنِيان الطريق الواضح¹. أما اصطلاحاً فيُعرّفه منجد Le petit robert على أنه "مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لإكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها"². ويعرفه موريس أنجرس على أنه "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتم تبنيها من أجل الوصول إلى نتيجة"³، يتم إختيار منهج البحث وفقاً للأهداف المسطرة والنتيجة المراد الوصول إليها، وبما أننا في دراستنا الحالية نهدف إلى قياس مستوى تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من طرف المراهقين في مدينة ورقلة وكذلك سنحاول الكشف عن انعكاسات هذا التلقي على سلوكهم، إضافة إلى البحث عن إمكانية وجود علاقة من عدمها بين هذين المتغيرين وتحديد الأثر الذي يتركه أحدهما على الآخر إن وُجد. فإننا سنقوم بإعتماد المنهج المسحي الوصفي الذي يُعرّفه المشهداني على أنه "مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع المراد دراسته اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً، لإستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة"⁴. كما يُعرّف هذا المنهج على أنه "عبارة عن عملية تصوير دقيقة ومنظمة للوضع الراهن لجمهور من الناس أو وحدة إجتماعية، حيث يُفهم من عملية التصوير أنها عملية جمع البيانات من مصادر مختلفة وبأدوات متباينة لإختلاف أنواع هذه البيانات، وإتباع الدقة في هذا الصدد ثم ترتيبها وتنظيمها لإستخراج الهدف المرجوا منها"⁵.

2.7.I أدوات جمع البيانات:

إن الأدوات الأكثر إستخداماً في جمع بيانات البحوث الإجتماعية الخاصة بالمنهج المسحي الوصفي تتضمن المقابلة بالحضور أو عبر الهاتف، أو إستمارة الإستبيان التي يتم توزيعها على المبحوثين ثم جمعها منهم بعد الإجابة على أسئلتها أو عباراتها، ويتم توزيع الإستبيان بعدة طرق مثل التوزيع المباشر يدأ بيداً أو عن طريق البريد. في دراستنا الحالية إعتمدنا أداة الإستبيان لجمع بياناتها الميدانية والذي يُعرّف على أنه "عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عليها كتابة، وفي الغالب لا يتطلب شرحاً

1 - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2010، ص 282.

2 - ب.فالي، أ.الارامي، البحث في الإتصال عناصر منهجية، تر: ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم إجتماع الإتصال: قسنطينة، 2004، ص 26.

3- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر: الجزائر، 2006، ص 101.

4- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن، 2019، ص 126.

5- سامية محمد جابر، منهجيات البحث الإجتماعي والإعلامي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع: الإسكندرية، 2000، ص 274.

شفهياً مباشراً أو تفسيراً من الباحث¹، لإعتبارنا أنها الأداة الأنسب والأكثر ملائمة لتقديم المعلومات اللازمة والكافية لإجابات الباحثين عن أسئلة الدراسة نظراً لمميزاتها العديدة منها أنها أقل وسائل جمع البيانات تكلفة سواء في الجهد المبذول أو المال، كما تتميز بظروف التقنين أكثر من وسائل البحث الأخرى، ويوفر الإستبيان وقتاً للفرد في حالة إجابته على الإستمارة أكثر من الإجابة عن طريق السؤال مباشرة أو شفويًا².

تضمنت إستمارة الإستبيان أربعة (04) محاور رئيسية، تم صياغة الأسئلة والعبارات فيها وفقاً للتساؤلات المطروحة والأهداف المرجوة من البحث مُستَبدلين في ذلك إلى المقاربات النظرية المعتمدة والدراسات السابقة، وفيما يلي نعرض مكونات كل محور:

المحور الأول: شملت أسئلة المحور الأول كل ما يتعلق بالمعلومات الشخصية للمبحوثين والمتمثلة في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الدراسية، الترتيب في الأسرة، عدد الإخوة.

المحور الثاني: تعلقت أسئلة هذا المحور بالبيئة التي يقوم المراهقين فيها باستخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية.

المحور الثالث: تعلق هذا المحور بالمتغير المستقل للدراسة والذي تم تقسيمه إلى ثلاثة أبعاد (بعد الإستخدامات والإشباع، بعد تمثيل المعلومات، بعد التعلم بالنمذجة)، ويتكون هذا المحور من (59) عبارة، والجدول الموالي يوضح توزيع هذه العبارات:

الجدول رقم (01): تصنيف عبارات المحور الثالث من الإستبيان

المتغير المستقل: تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية			
الأبعاد	الإستخدامات والإشباع	تمثيل المعلومات	التعلم بالنمذجة
عدد العبارات	20	23	16

المصدر: من إعداد الطالبة

المحور الرابع: يمثل هذا المحور البيانات التي يتم تجميعها حول المتغير التابع للدراسة "سلوك المراهق" وشمل الأبعاد التالية (السلوك الإجتماعي، السلوك التعاوني، السلوك اللفظي، السلوك العاطفي، السلوك المظهري، السلوك العدواني والسلوك الصحي)، ويتكون من (41) عبارة، والجدول الموالي يوضح توزيع هذه العبارات:

1 - علي سلوم جواد، مازن حسن جاسم، البحث العلمي (أساسيات ومناهج، إختيار فرضيات، تصميم تجارب)، ط1، مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع: عمان، 2014، ص87.

2- محمد عثمان الأمين الموري، تصميم البحوث في العلوم الإجتماعية والسلوكية، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، 2008، ص 147.

الجدول رقم (02): تصنيف عبارات المحور الرابع من الإستبيان

المتغير التابع: سلوك المراهق								
الأبعاد	السلوك الإجتماعي	السلوك اللفظي	السلوك الديني	السلوك العاطفي	السلوك المظهري	السلوك الصحي	السلوك العدواني	السلوك التعاوني
عدد العبارات	07	05	05	04	06	05	04	05

المصدر: من إعداد الطالبة

وللإجابة على العبارات الخاصة بالمحور الثالث والرابع من إستمارة الإستبيان، قمنا بالإعتماد على مقياس ليكرت ذو ثلاث (03) درجات لعدة أسباب، أولها أن الدراسة الحالية لا تتطلب التوسع إلى مقياس ليكرت الخماسي أو السباعي، وثانيها أن الأساتذة المحكمين للإستمارة* قاموا بتوضيح أن عينة الدراسة (المراهقين) يمكن أن يصعب عليهم تحديد الإجابة الصحيحة في الأوزان الخماسية والسباعية، كما أننا لاحظنا أن أغلب الدراسات السابقة قد اعتمدت هذا الوزن، ونذكر أننا قمنا بإعطاء الدرجات التالية للإجابات:

جدول رقم (03): يوضح درجات مقياس ليكرت الثلاثي

الأوزان	الإجابة
01	أبداً
02	أحياناً
03	دائماً

المصدر من إعداد الطالبة اعتماداً على الدراسات السابقة

يقسم مقياس ليكرت الثلاثي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (04): يوضح مجال المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة

المستوى	مجال المتوسط الحسابي
منخفض	من 1 إلى 1.66
متوسط	من 1.67 إلى 2.33
مرتفع	من 2.34 إلى 3

المصدر من إعداد الطالبة اعتماداً على الدراسات السابقة

تم تحديد مجال المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة من خلال حساب المدى (3-1 = 2) ثم نقسمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (2/3 = 0.66)، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي: (من 1 إلى 1.66 منخفض ومن 1.67 إلى 2.33 متوسط ومن 2.34 إلى 3 مرتفع).

* - أنظر الملحق رقم (01).

صدق وثبات أداة الدراسة:

تُعتبر عملية التحقق من ثبات وصدق أداة الدراسة من العناصر الحاسمة في تحديد صحة نتائج الدراسات العلمية، لذا فإن إخفاق الباحث في الإلتزام بتحقيقها جميعاً أو إحداها يجعل من السهل الطعن في نتائج دراسته، الهدف من التَّحَقُّق من صدق الأداة هو التأكيد من أن الإِستبيان يقيس ما وُضِع لأجله وهو يتعلق بصورة أساسية بالأداة المستخدمة في البحث¹، وسنقوم في دراستنا بقياس صدق الأداة وثباتها عن طريق إستخدام أسلوب صدق المحكمين وصدق الإتساق الداخلي، في حين أن الثبات يتعلق بشكل عام بمضمون الأداة ويُقصد به أن تكون الأداة قادرة على إعطاء النتيجة ذاتها حين إستخدامها لأكثر من مرة²، وفي دراستنا الحالية سوف نقوم بحسابه من خلال حساب معامل ألفا كرومباخ. ذلك أن الباحثون الذين يعتمدون على مقياس ليكرت في أبحاثهم غالباً ما يستخدمون مقياس ألفا كرومباخ لحساب موثوقية أداة الدراسة³.

1: الصدق الظاهري للأداة (صدق المحكمين):

بعد الإنتهاء من تصميم أداة الإِستبيان في صورتها الأولية من طرف الباحثة وبعد التشاور مع الأستاذ المشرف تم توزيعها على مجموعة من الأساتذة الجامعيين المتخصصين (أنظر الملحق رقم 01)، الذين بدورهم قاموا بتقديم ملاحظات حول مدى ملائمة الأسئلة والبنود التي يحتويها الإِستبيان لأهداف الدراسة، ومدى كفاية البنود لقياس كل المتغيرات الأساسية للدراسة، ومدى ترابطها ومستوى إجابتها على أسئلة الدراسة، إضافة إلى تقديم إقتراحاتهم التي رأوها ضرورية، وقد تركزت أهم ملاحظاتهم حول طول الإِستبيان، وعند إستلام الملاحظات تمت إعادة صياغة بعض العبارات وتصحيح بعضها الآخر، كما تم دمج بعض البنود في بند واحد تفادياً للتكرار لنصل إلى أداة الإِستبيان النهائية (أنظر الملحق رقم 02) التي تم توزيعها فيما بعد على عينة إستطلاعية مكونة من 100 مفردة لقياس صدق الإتساق الداخلي للأداة.

2: صدق الإتساق الداخلي للأداة بإختبار التجزئة النصفية:

عندما تكون معاملات الإرتباط ذات دلالة إحصائية عند المستوى 0,01 و 0,05 نتأكد حينها أن بنود المقياس متماسكة ومترابطة ومتسقة فيما بينها فكلها ستقيس حتماً متغيراً واحداً. الجدول الموالي يوضح نتائج صدق الإتساق الداخلي لبنود مع الدرجة الكلية للمحور نفسه:

1- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية، 2002، ص 167.

2- محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها- أساليبها- مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر: الرياض، 2004، ص 65.

3 - Subedi, B. P. Using Likert type data in social science research: Confusion, issues and challenges. International journal of contemporary applied sciences, 3(2),2016 p46.

الجدول (05): نتائج صدق الإتساق الداخلي لعبارات الإستبيان بالدرجة الكلية

قيمة "ر" بين البند أو العبارة والدرجة الكلية للمقياس									
محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام					محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق				
رقم البند	قيمة "ر"	رقم البند	قيمة "ر"	رقم البند	قيمة "ر"	رقم البند	قيمة "ر"	رقم البند	قيمة "ر"
01	0.368	22	0.523	43	0.514	01	0.441	22	0.211
02	0.468	23	0.517	44	0.347	02	0.283	23	0.498
03	0.359	24	0.467	45	0.427	03	0.242	24	0.544
04	0.269	25	0.322	46	0.330	04	0.436	25	0.518
05	0.284	26	0.416	47	0.351	05	0.468	26	0.375
06	0.462	27	0.401	48	0.379	06	0.385	27	0.353
07	0.396	28	0.438	49	0.336	07	0.503	28	0.282
08	0.283	29	0.278	50	0.443	08	0.358	29	0.339
09	0.206	30	0.289	51	0.451	09	0.517	30	0.413
10	0.205	31	0.388	52	0.394	10	0.423	31	0.230
11	0.329	32	0.324	53	0.377	11	0.323	32	0.463
12	0.364	33	0.294	54	0.350	12	0.340	33	0.490
13	0.293	34	0.486	55	0.351	13	0.436	34	0.335
14	0.429	35	0.358	56	0.480	14	0.373	35	0.386
15	0.318	36	0.505	57	0.378	15	0.346	36	0.470
16	0.259	37	0.228	58	0.446	16	0.331	37	0.476
17	0.425	38	0.413	59	0.401	17	0.467	38	0.456
18	0.297	39	0.206			18	0.567	39	0.366
19	0.376	40	0.406			19	0.381	40	0.335
20	0.450	41	0.427			20	0.407	41	0.351
21	0.562	42	0.220			21	0.421		

(*) p < 0,05

(**) p < 0,01

المصدر: من إعداد الطالبة إعتماًداً على مخرجات برنامج Spss

من خلال بيانات الجدول رقم (05) والذي يوضح نتائج صدق الإتساق الداخلي لعبارات الإستبيان بالدرجة الكلية نرى أن هناك علاقة إرتباط قوية وذات دلالة إحصائية بين جميع بنود كل محور من محاور الإستبيان أي بين جميع فقرات المتغيرات المقاسة والدرجة الكلية لهذه المتغيرات عند مستوى الدلالة (0,01) أي بمستوى دقة مقداره 99%، وعند مستوى دلالة (0,05) أي بمستوى دقة مقداره 95%، ومنه يمكننا القول أن الإتساق الداخلي بين بنود الإستبيان صادقة.

3: ثبات أداة الدراسة باستخدام إختبار ألفا كرومباخ's Alpha Cronbach's

من أجل دراسة ثبات الإستبيان سوف نستعين بإختبار معامل ألفا كرومباخ الذي يأخذ القيمة من 00 إلى 01 والتي تُعبر عن نسبة ثبات عبارات الإستبيان إذا ما تمت عملية إعادة توزيعه على نفس أفراد العينة في نفس الظروف، والجدول الموالي يوضح نتائج الإختبار:

الجدول رقم (06): نتائج إختبار معامل ألفا كرومباخ لإستبيان الدراسة

المحاور	عدد الفقرات/الأسئلة	قيمة معامل الثبات ألفا كرومباخ
المحور الثاني: المعلومات الخاصة بالبيئة التي يتم فيها إستخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية	04	0,758
المحور الثالث: تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام	59	0,812
المحور الرابع: إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق	41	0,848
عبارات الإستبيان كاملاً	104	0,908

المصدر: من إعداد الطالبة إعتماًداً على مخرجات برنامج Spss

بناءً على معطيات الجدول أعلاه والخاص بقياس ثبات أداة الدراسة على أفراد العينة الإستطلاعية المكونة من 100 مفردة، نلاحظ أن نتائج إختبار كل محور على حدى تراوحت قيمتها بين (0,758 و 0,848) وهي أكبر من النسبة المقبولة والمقدرة بـ ($\alpha \geq 0,60$)¹، كما أن القيمة الكلية لمعامل الثبات لجميع محاور الإستبيان كانت (0,908) وهي أكبر من القيمة الكافية للثبات، إذ تعني أن ما نسبته 90% من أفراد العينة الإستطلاعية سيعيدون نفس الإجابة في حال إستجوابهم مرة ثانية في الظروف ذاتها وهي نسبة تعكس ثبات الأداة بإمتياز. وبالنسبة لعملية توزيع الإستبيان على عينة الدراسة فهو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح عدد الإستبيانات الموزعة والمسترجعة والقبالة للمعالجة

التوزيع	التعيين
450	الإستبيانات الموزعة
420	الإستبيانات المسترجعة
37	الإستبيانات المحذوفة
383	الإستبيانات القابلة للمعالجة

المصدر: من إعداد الطالبة

1- Manu carricano, Fanny poujol, *Analyse de données avec Spss*, edition person: France, 2009, p 53.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قمنا بتفريغ وتحليل إستبيان الدراسة من خلال برنامج تحليل الحزمة الإحصائية الإجتماعية Spss إصدار 20، وقد تم إستخراج القيم العددية و إستخدام الإختبارات الإحصائية التالية:

01- إختبار الثبات "ألفا كرومباخ" Cronbach's Alpha والتجزئة النصفية للتأكد من صدق وثبات عبارات الإستبيان؛

02- التكرارات والنسب المئوية والتي بواسطتها تم تعداد وتحديد نسب إجابات المبحوثين بغرض وصف خصائص مجتمع الدراسة؛ إضافة إلى المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة؛

03- إختبار التوزيع الطبيعي كولوموغروف سميرونوف One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test وإختبار شابيرو Shapiro-Wilk: للتأكد من طبيعة توزيع بيانات الدراسة الميدانية من أجل إختيار أنسب المعاملات للقياس¹؛

04- معامل إرتباط بيرسون Pearson Correlation : تم إستخدامه لإثبات وجود علاقة بين كل من متغير تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام ومتغير سلوك المراهق، وكذا تحديد مستوى هذه العلاقة؛

05- معادلة خط الإنحدار البسيط ومعادلة خط الإنحدار المتعدد: تستخدم معادلة الإنحدار الخطي البسيط لإختبار العلاقة السببية بين متغيرين، والتنبؤ بمقدار التغير الكمي للمتغير التابع (سلوك المراهق) بفضل معرفتنا بكل مقدار من التغيير الذي يحدث في المتغير المستقل (تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام)، أما المتعدد فهو يختبر العلاقة السببية بين عدة متغيرات ويمكننا من التنبؤ بمقدار التغير الكمي للمتغير التابع (سلوك المراهق) بفضل معرفتنا بكل مقدار من التغيير الذي يحدث في عدد من المتغيرات المستقلة (أبعاد التلقي: الإستخدام، تمثل المعلومات، التعلم بالملاحظة)²؛

06- تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA: لقياس وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حسب المتغيرات الديمغرافية؛

07- إختبار t للعينات المستقلة Independent Sample T-test: لإختبار الفروق بين متوسطي عينتين مستقلتين.

1- سامي عزيز عباس و محمد يوسف حاجم، منهج البحث العلمي المفهوم والأساليب والتحليل والكتابة، منشورات جامعة بغداد: بغداد، 2011، ص171.

2- محمد عثمان الأمين الموري، مرجع سابق، ص 386.

8.I الدراسات السابقة:

تعتبر مراجعة الدراسات السابقة والمشاهدة عملية مُكمّلة للقراءات الإستطلاعية الأولية، ولها العديد من الفوائد للباحث نذكر منها:

- بلورة مشكلة البحث المختارة وتحديد أبعادها بشكل أكثر وضوحاً؛
 - تزويد الباحث الجديد من الأفكار والإجراءات التي يمكن أن يستفيد منها في بحثه كإختيار منهج البحث أو أداة الدراسة؛
 - الحصول على معلومات جديدة بخصوص المصادر والمراجع التي لم يستطع تشخيصها بنفسه، بل جاء ذكرها في البحوث السابقة التي إطلع عليها؛
 - الإستفادة من نتائج البحوث السابقة في بناء فرضيات الدراسة الحالية؛
 - إستكمال الجوانب التي وقفت عندها البحوث السابقة، لأن في ذلك تجانس وتكامل لسلسلة البحوث العلمية في مجال التخصص الواحد¹.
- وفيما يلي سوف نعرض جميع الدراسات السابقة التي تم إعتقادها في دراستنا الحالية والتي قمنا بتصنيفها إلى جزئين إثنين بحسب اللغة المستخدمة فيها كالآتي:

1.8.I الدراسات باللغة العربية :

- 1.1.8.I:** دراسة رندة رفيق محمود حلس (2019)² بعنوان "الإضطرابات السلوكية وعلاقتها بأساليب التنشئة الأسرية كما يدركها الأبناء المراهقين مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي هدفت الباحثة فيها إلى محاولة التعرف على الإضطرابات السلوكية المتمثلة في الإنطواء، العزلة والعنف وعلاقتها بأساليب التنشئة الأسرية لدى المراهقين الذين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي، والتعرف على الفروق ذات الدلالات الإحصائية التي تعزى لكل من متغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والمستوى الإجتماعي.
- إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وأجرت الدراسة على عينة مكونة من 200 طالب من المرحلة الثانوية بمدينة غزة أختيرت بطريقة عشوائية، توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:
- أكثر الإضطرابات السلوكية الظاهرة في عينة الدراسة تتمثل في التعلق الإجتماعي ثم الإنسحاب الإجتماعي ثم السلوك العدواني على التوالي.

1- الجبوري حسين محمد، منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع: عمان، 2011. ص ص 90.91.

2- رندة رفيق محمود حلس، الإضطرابات السلوكية وعلاقتها بأساليب التنشئة الأسرية كما يدركها الأبناء المراهقين من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الصحة النفسية، الجامعة الإسلامية: غزة، 2019.

- توجد علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين الأسلوب الديمقراطي في التربية من طرف الأم والأب والإضطرابات السلوكية لدى الأبناء، وعلاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الأسلوب التسلطي للآباء والإهمال والإضطرابات السلوكية لدى الأبناء.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى 0.05 في مستوى الإضطرابات السلوكية تعزى لمتغيرات الجنس، عدد أفراد الأسرة، التخصص العلمي والمستوى التعليمي للوالدين، عدد ساعات إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي والمستوى الإجتماعي.

من خلال عنوان الدراسة يظهر لنا أن متغيرات هذه الدراسة مختلفة عن موضوع دراستنا إلا أنه وبالإطلاع على ما تحتويه من تساؤلات ومحاور نرى أنها تبحث عن الإضطرابات السلوكية لدى المراهقين المستخدمين لمواقع التواصل الإجتماعي وعلاقتها بأساليب التنشئة داخل أسرهم، وقد وجدت أن تصفحهم بكثافة لهذه المواقع يُؤدّد لديهم مشكلات سلوكية متمثلة في الإنسحاب الإجتماعي والسلوك العدواني، هذا العنصر الأخير الذي يعتبر مؤشر مهم لقياس متغير السلوك في دراستنا الحالية، إضافة إلى التراث النظري الموجود بها والذي قمنا من خلال الإطلاع عليه بالتمعق في متغيرات دراستنا الحالية، إستفدنا كذلك من هذه الدراسة في بناء إستمارة الإستبيان.

2.1.8.I: دراسة أمال كلفاح (2018)¹ بعنوان "تأثير الأنترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري"، هدفت من خلالها الباحثة إلى محاولة التعرف على كيفية تأثير الوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق كما تكشف عن المحتوى الذي تطرحه هذه الوسائل من نماذج مختلفة يمكن أن يتقمصها المراهق، وتحاول إختبار مصطلح "التناقض الوجداني" من خلال تصورات وسلوكات المراهق بعد تعرضه للوسائل السمعية البصرية عبر الأنترنت، لتحقيق كل ما سبق من أهداف إستخدمت الباحثة المنهج الكيفي مُعتمدة في ذلك على طريقة سرد الحياة لتنسيق وتحليل المعلومات التي يتم جمعها عن الفرد وعن البيئة والثقافة التي يعيش فيها (سرد الحياة هي طريقة للدراسة الكيفية، ملائمة للتحكم في الظواهر الإنسانية من خلال مسارها الزمني، وهي طريقة منهجية تستعمل في العلوم الإجتماعية لجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة في الميدان).

وبما أن منهج الدراسة كيفي فإنه توجب على الباحثة في حدود إمكانيات الدراسة إختيار عينة قصدية مكونة من خمسة (05) مراهقين مستخدمين للأنترنت تتراوح أعمارهم بين 17 و 21 سنة، إستخدمت عليهم الأداة الرئيسية لجمع البيانات (سرد الحياة) وعينة قصدية أخرى مكونة من 300 مراهق متمدرس بالطور الثانوي وزعت عليهم إستمارة إستبيان (أداة ثانوية / معظم أسئلة الإستبيان كانت مفتوحة) لجمع معلومات حول كيفية ومدّة إستخدام الوسائل السمعية البصرية على الأنترنت.

1- أمال كلفاح، تأثير الأنترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في علم النفس: جامعة وهران 02، 2018.

أظهرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت في مقدمة المواقع المفضلة التي يتصفحها المراهق على الأنترنت خاصة اليوتيوب. وأن هناك تأثير واضح وكبير للوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق خاصة فيما يتعلق بالثقافات الأجنبية (المحتوى الأجنبي)، كما أن المراهق يتقمص وبدرجة مُطابَقة جداً للنماذج التي تُظهرها هذه الوسائل وفق جنسهم وميولهم للمشاهدة.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا الحالية في العديد من الإجراءات نذكر منها أنها إستخدمت المنهج الكيفي وإستخدمت ما يسمى بأسلوب "سرد الحياة" لجمع البيانات من عينة الدراسة التي لم يتعدى عددها خمسة أفراد، كما أنها إستخدمت أداة الإستبيان على عينة أخرى من المراهقين، بحثت في جميع مواقع الأنترنت بما فيها الشبكات الإجتماعية الرقمية التي كانت في مقدمة ما يتم تصفحه من طرف المراهقين، ساعدتنا هذه الدراسة في بناء إشكالية دراستنا بشكل أساسي لأننا إنطلقنا من نتائجها التي تفيد أن سلوك المراهق يطابق بدرجة كبيرة النماذج التي يتابعها على الشبكات الإجتماعية الرقمية، بإعتبار أننا قمنا بتبني نظرية التعلم بالنمذجة لمعرفة مدى تأثر المراهق بالنماذج التي يتخذها قدوة له. لذا كانت مهمة جداً كذلك في صياغة فرضيات دراستنا الحالية.

I.3.1.8: دراسة وردة قرآنية (2008)¹ بعنوان "أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية"

سَعَت الباحثة من خلال دراستها هذه تحقيق مجموعة من الأهداف أبرزها محاولة الوصول إلى نتائج علمية وعملية لفهم آلية تلقي المحتوى الإعلامي لدى الأسرة الجزائرية (مختلف الأعمار) من خلال التعرف على عادات المشاهدة وفهم وتفسير السلوك الإتصالي للجمهور في سياق عائلي قبل، أثناء وبعد المشاهدة، كما حاولت التعرف على دلالات مختلف التأويلات الناتجة عن مشاهدة مختلف أفراد الأسرة للبرامج التلفزيونية إضافة إلى محاولة إبراز الفروق الفردية لدى الجمهور في تفسيره وتأويله للرسالة الإعلامية.

إستخدمت الباحثة المنهج الإثنوغرافي لأنه يسمح بفهم السلوكيات المعقدة ووصف النسيج الثقافي لأفراد الأسرة، مستعينة بأسلوب العينات لإنتقاء المجال الذي تكون فيه الدراسة الميدانية ونظراً لأن الدراسة كيفية فإن إختيار العينة القصدية هو الأمثل بالنسبة للباحثة وقد تكونت عينة الدراسة من (06) أسر نووية جزائرية (أب وأم وطفلين على الأقل) كما حددت أن لا يقل سن الأطفال عن 06 سنوات، كل أسرة تنتمي إلى نفس المستوى الإجتماعي والإقتصادي. كما إستخدمت أداتين للدراسة هما الملاحظة المباشرة وأداة المقابلة نصف الموجهة وتوصلت في الأخير إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- تختلف مواعيد المشاهدة لدى أفراد الأسرة بحسب السلطة الممارسة من قبل الآباء على الأبناء وكذلك سلطة الذكور على الإناث.

1- وردة قرآنية، أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية - دراسة إثنوغرافية - ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال: جامعة الجزائر، 2017.

- هناك عدة إختلافات في أنماط تلقي الرسالة الإعلامية بين أفراد نفس الأسرة فيما بينهم وبين الأسر ويرجع ذلك إلى السمات الديموغرافية والنفسية والإدراكية إضافة إلى العادات والتقاليد والثقافات.
- يتدخل السياق الأسري في بناء المعاني عند الفرد المتلقي وكيفية المشاركة في تقديم التأويلات وطرق إقناع أفراد الأسرة في تبني معنى مُوحد للرسالة الإعلامية.
- إعتقاد أفراد الأسرة على أسماء الشخصيات الرئيسية في البرامج لعملية التذكر.
- وجود إختلافات في الإفتراضات والتوقعات لدى المتلقين بناءً على الخلفيات الفكرية والثقافية لكل أسرة ولكل فرد في كل أسرة.

إهتمت هذه الدراسة بمحاولة فهم وتفسير آليات تلقي الرسائل الإعلامية داخل الأسرة الجزائر من خلال مشاهدتهم للتلفزيون، وكيفية بناء المعاني داخل السياق العائلي، ونعتبر متغير التلقي هو العامل المشترك الذي تلتقي فيه مع دراستنا الحالية، إلا أنها تختلف عنها في أنها تدرس التلقي من وسيلة إعلامية تقليدية (التلفزيون) بينما دراستنا تهتم بدراسة التلقي عبر وسيلة تكنولوجية جديدة (الشبكات الإجتماعية الرقمية)، وبإختلاف الوسيلة من المحتمل أن يكون هناك إختلاف في العوامل التي تدخل في بناء المعاني لدى الجمهور، تختلف كذلك هذه الدراسة من ناحية المنهج المستخدم، أدوات جمع البيانات والخصائص الديمغرافية للجمهور المدروس (العائلة بجميع أفرادها)، وبالرغم من هذا الإختلاف إلا أننا إستفدنا منها بشكل كبير في فهم عملية التلقي في الإعلام عامة وتحديد أبعاد هذا المتغير.

4.1.8.I: دراسة حليلة رقاد (2017)¹ بعنوان "آثار إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين"، حاولت الباحثة تسليط الضوء في هذه الدراسة على الآثار التي أحدثها الفيسبوك على مستوى الإتصال اللغوي عند الطلبة بإعتبارها العنصر الأساسي في عملية الإتصال الإنساني وذلك من خلال التركيز على معرفة طبيعة الأنماط اللغوية المستخدمة على مواقع التواصل الإجتماعي من طرف الشباب ودرجة تحقيقها للفهم في التواصل وعرض التحولات الحاصلة على مستوى الممارسات اللغوية داخل هذا الفضاء الرقمي. إختارت الباحثة المنهج المسحي الوصفي لتحديد خصائص وطبيعة اللغة المستخدمة على الفيس بوك وإستخدمت أداة الإستبيان التي تم توزيعها على عينة قصدية مكونة من (350) طالب من جامعة وهران، إضافة إلى أداة الملاحظة العلمية البسيطة، توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- يقوم الطلبة المستخدمين لشبكة الفيس بوك بإدخال كلمات مختزلة مواكبة منهم لحركية العصر في الإختصار والسرعة.
- يعتمد الطلبة بصفة كبيرة على اللغة المهجينة التي تمزج بين عدة لغات.

1- رقاد حليلة، آثار إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين: القيسوك أنموذجاً، أطروحة دكتوراه ل م د د في علوم الإعلام والإتصال: جامعة مستغانم، 2017.

- يستخدم الطلبة بشكل كبير الأيقونات والإختصارات في غرف المحادثة والتعليقات.
- ينفك الطلبة في إتصالمهم اللغوي عبر الفيسبوك عن القيود الصرفية والنحوية لكسب حرية تعبير أكبر رغم نقص الأداء اللغوي.
- يرى الطلبة المستخدمين لموقع الفيس بوك أن التواصل باللغات الأجنبية عبر هذا الفضاء يُعتبر من مظاهر العصرية على عكس اللغة العربية.

إهتمت هذه الدراسة بالبحث في آثار استخدام الفيس بوك على الممارسة اللغوية عند الطلبة، وبما أننا في دراستنا الحالية نهتم بأثر التلقي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق بما فيه السلوك اللفظي أو اللغوي فإنها تتلاقى مع دراستنا في هذا الجزء، إضافة إلى هذا التشابه في الأهداف نجد أنها تستخدم نفس الإجراءات المنهجية التي إتبعناها في دراستنا الحالية (المنهج الوصفي، أداة الإستبيان، عينة الدراسة قصدية)، لكن رصدنا أن وجه الإختلاف يكمن في أنها تبحث في آثار استخدام الفيس بوك على الممارسات اللغوية داخل الفضاء الرقمي فقط، بينما نهدف نحن إلى معرفة آثارها على سلوك المراهق في الحياة الواقعية، وقد مكنتنا نتائج هذه الدراسة من رصد العديد من النقاط التي ساعدتنا في تحديد مؤشرات قياس السلوك اللفظي لدى المراهقين عند بناء إستمارة الإستبيان.

5.1.8.I: دراسة جمانة الرشيدات (2017)¹ بعنوان "تأثير شبكة على المراهقين في الأردن" هدفت الباحثة من خلالها إلى معرفة تأثير شبكة الأنترنت على المراهقين في الأردن من خلال محاولة التعرف على أنماط استخدام المراهقين الأردنيين للأنترنت والظروف التي تدفعهم لإستخدامها والغاية المرجوة من تصفحهم لمواقع الأنترنت، إضافة إلى محاولة الكشف عن الآثار السلبية والإيجابية التي يخلقها هذا الإستخدام، كما بحثت في دور الأسرة وتوجيهها لأبنائهم المراهقين أثناء إستخدام شبكة الأنترنت، لغرض تحقيق الأهداف السابقة إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وأداة الإستبيان لجمع البيانات الميدانية، إختارت الباحثة عينة عشوائية بسيطة مكونة من 680 فرد وبينت الدراسة النتائج التالية:

- الغالبية العظمى للمراهقين يستخدمون الهاتف النقال (شخصي) في الإتصال بالأنترنت.
- أبرز التأثيرات والإشباع المحققة من إستخدام المراهقين للأنترنت ناتجة عن تصفح مواقع التواصل الإجتماعي.
- للأسرة دور هام ورئيسي في توجيه المراهقين أثناء إستخدام شبكة الأنترنت.
- من التأثيرات السلبية لإستخدام المراهقين لشبكة الأنترنت هي التقصير في أداء واجباتهم المدرسية بسبب ضياع الوقت.

1- جمانة محمد علي الرشيدات، تأثير شبكة الأنترنت على المراهقين في الأردن، مذكرة ليل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017.

- إضافة إلى التعرض للتحرش من قبل أشخاص مجهولين (نسبة ضعيفة) أثناء إستخدامهم للأنترنت وجدت الدراسة أن المراهقين أصبحوا أقرب إلى حالة الإدمان على الأنترنت، ويدخلون في حالة من القلق والإنفعال أثناء إنقطاع الشبكة.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير النوع الإجتماعي في تأثير شبكة الأنترنت على المراهقين.

إهتمت هذه الدراسة في البحث عن تأثير إستخدام الأنترنت عامة بما فيها الشبكات الإجتماعية الرقمية على المراهقين، وهي أشمل نوعاً ما عن دراستنا الحالية التي تخصص بالبحث في التلقي عبر هذه الشبكات فقط على سلوك المراهق تحديداً، ونجد أن نتائجها أكدت أن المراهقين يتأثرون بشكل واضح من ما يتم نشره على الشبكات الإجتماعية الرقمية على الأنترنت، لذا نجد أن هذه النتائج ستكون نقطة إنطلاق جيدة لبناء إشكالية دراستنا وصياغة فرضياتها خاصة أن تاريخ إجراءاتها لا يفصله مدى زمني طويل على تاريخ بداية دراستنا الحالية، إضافة إلى أنها تشترك في العديد من النقاط المنهجية على غرار منهج البحث وأداة جمع البيانات.

6.1.8.I: دراسة دغوج وليد (2017)¹ بعنوان "إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالسلوك

الإنحرافي لدى الطالب الجامعي" هدف الباحث من خلالها إلى محاولة توضيح مدى تأثير مضامين العنف والجريمة التي يتم مشاهدتها من طرف المراهقين على سلوكهم وما إذا كانت تساهم فعلاً في تعزيز سلوكيات سلبية لديهم، إستخدم الباحث المنهج الوصفي وإستعان بأداة الإستبيان لجمع بيانات الدراسة، كما قام بإختيار عينة عشوائية تم رصدها من مجموع الطلبة الذين يرتادون مقهى الأنترنت الموجود بالجامعة (جامعة تبسة بالجزائر) والتي بلغ عددها 150 طالباً، توصل الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها فيما يلي:

- هناك علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الطلاب لمواقع التواصل الإجتماعي وإنتشار السلوكيات الإنحرافية داخل الوسط الجامعي.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار السلبية لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي على سلوكيات الطلاب عند الذكور عنها عند الإناث.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار السلبية لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي على سلوكيات الطلاب تبعاً لمتغير المستوى المادي المعيشي عند الطالب.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار السلبية لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي على سلوكيات الطلاب تعزى للمستوى العالمي عند الطالب.

1- دغوج وليد، إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالسلوك الإنحرافي لدى الطالب الجامعي، مجلة تطوير العلوم الإجتماعية، م10، ع03، 2017، ص42/25.

تبحث هذه الدراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالسلوك الإخباري، وليس الأنترنت على العموم، تم تطبيقها على الطلبة الجامعيين، وقد أثبتت نتائجها أن هذه المواقع تقوم بتعزيز السلوك السلبي لعينة الدراسة، تمت الاستفادة من هذه الدراسة في صياغة فرضيات الدراسة.

7.1.8.I: دراسة أمينة صافة (2016)¹ بعنوان "آثار إستعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية - دراسة على عينة من المراهقين مستخدمي الأنترنت بمدينة أم البواقي -" هدفت فيها الباحثة إلى دراسة تأثير استخدام المراهق للأنترنت في جميع المجالات النفسية، الاجتماعية، الأخلاقية وكذا الصحية متطرفة إلى كل من التأثيرات السلبية والإيجابية.

بإستخدام المنهج الوصفي التحليلي إختارت الباحثة عينة قصدية مكونة من 250 مراهق موزعين على 08 متوسطات بمدينة أم البواقي واضعة مجموعة من الشروط لتكون العينة أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث تمثلت فيما يلي (أن تتضمن العينة كلا الجنسين، المرحلة العمرية بين 13 و 15 سنة، العينة مكونة من مراهقين ينتمون إلى مستويات إجتماعية وثقافية مختلفة، أن يستخدم أفراد العينة الأنترنت بغض النظر عن الفترة والزمن المستغرق في الإستخدام)، أداة جمع البيانات في هذه الدراسة تمثلت في إستمارة الإستبيان ولقد تمت معالجة وتحليل البيانات بعدة أساليب الإحصائية من بينها المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للتكرارات، الإخلاف المعياري، تحليل التبيان الأحادي وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- توجد فروق في التأثيرات النفسية والاجتماعية والأخلاقية والصحية لدى المراهقين المستعملين لشبكة الأنترنت تبعاً لمتغير الجنس ومتغير مدة الإستعمال وفترة الإستعمال.
- إختلفت النتائج بين مستويات شدة التأثير في جميع المجالات المدروسة على المراهقين المستعملين للأنترنت بين مرتفع ومتوسط ومنخفض وفي كلا الإتجاهين السلبي والإيجابي.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا الحالية في أنها تدرس تأثيرات تكنولوجيات الإتصال الحديثة على المراهقين في جميع المجالات، بينما تقتصر دراستنا على تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية فقط وتأثيرها في سلوك المراهق تحديداً، وبالرغم من وجود هذا الاختلاف إلا أنهما يبحثان في هدف عام مشترك (أثر تكنولوجيا الإتصال على الأفراد)، كما أنهما تتفقان في منهج الدراسة وأداة جمع البيانات وأسلوب إختيار العينة، والنتائج المحصل عليها من هذه الدراسة مهمة جداً بالنسبة لنا إذ أنها بحثت بالتفصيل في فروقات الإجابات وفقاً للمتغيرات الديمغرافية وإهتمت بالفروقات أيضاً تبعاً لكثافة الإستخدام (المدة والفترة)، وقد ساعدتنا هذ النتائج في التعمق لمعرفة أنماط وعادات إستخدام المراهقين لهذه التكنولوجيات وكذلك نتائج هذا الإستخدام في كلا الإتجاهين الإيجابي والسلبي.

¹ - أمينة صافة، آثار إستعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علم النفس الأسري، جامعة وهران: وهران، 2016.

8.1.8.I: دراسة عمر نبيل سعيد (2016)¹ بعنوان "تلقي الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي المبني على قصة واقعية" هدّف الباحث في هذه الدراسة إلى معرفة وتحديد مؤشرات علمية تُعطي دلائل واضحة على مستوى الإندماج والتعلم من الفيلم لدى الجمهور المتلقي، وهي دراسة تجريبية على عينة من الطلبة تم تعريضهم لفلمين وثائقيين يتناولان نفس القصة ونفس الأحداث لكن ضمن نوعين أو شكلين فنيين مختلفين (فيلم وثائقي وفيلم سينمائي روائي).

قام الباحث بإستخدام المنهج التجريبي وقد إختار عينة قصدية مكونة من 158 طالب ينتمي إلى جامعة الشرق الأوسط بالأردن تم إختيارهم بطريقة عشوائية شملت جميع التخصصات، إستخدم الباحث أداة الإستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية وتوصل إلى عدة نتائج أهمها:

- أظهرت النتائج بأن مؤشرات التقمص الوجداني عند متابعي الفيلم الروائي كانت أكبر منها في الفيلم الوثائقي، ذلك أن طبيعة الدور الإتصالي للفيلم الروائي الذي يعتمد على توظيف وتوجيه القصة والعناصر السمعية والبصرية لها تأثير نفسي عند المتلقي عكس الفيلم الوثائقي.
- يعتبر مستوى الإنتباه في هذه الدراسة مؤشر مهم ورئيسي يعكس مدى إندماج المتلقي في تجربة المشاهدة، وبينت نتائج البحث مستويات أعلى للإنتباه عند مشاهدي الفيلم الروائي مقارنة بالفيلم الوثائقي.
- تم قياس مدى تطور المعلومات لدى عينة الدراسة عبر مقارنة نتائج الإختبار القبلي والبعدي وأظهرت النتائج تطوراً كبيراً في مدى حصول المتلقين لكلا الفيلمين (الروائي والوثائقي) على معلومات جديدة وهي متقاربة لكلا المجموعتين.

تعتبر هذه الدراسة من أهم الدراسات التي وضحت لنا ميكانيزمات عملية تلقي المحتوى الإعلامي من طرف الجمهور بمختلف عملياته الذهنية، إلا أنها إهتمت بالتلقي في وسائل الإعلام التقليدية (الأفلام السينمائية) بينما تهتم دراستنا بالتلقي في تكنولوجيا الإتصال الجديدة، كانت دراسة تجريبية تم تطبيقها على مجموعة من الطلاب وأظهرت نتائجها أن كل من مستويات الإنتباه والإدراك دور مهم في بناء المعاني لدى المتلقين وهو ما قمنا بإعتماده كمؤشرات لقياس مستويات تمثيل المعلومات لدى المراهقين في دراستنا.

9.1.8.I: دراسة نجيب بخوش (2015)² بعنوان "آليات تلقي المحتوى الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام" دراسة تجريبية على عين من مشاهدي النشرات الإخبارية التلفزيونية" هدف الباحث في هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تعامل أفراد الجمهور مع مضمون النشرات الإخبارية التلفزيونية وإتجاهاتها والقضايا التي تتناولها، من خلال التركيز على آليات تلقي المحتوى الإعلامي لديهم عندما يتفاعلون معها ويقومون بتفسيرها،

¹ - عمر نبيل سعيد، تلقي الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي المبني على قصة واقعية، مذكرة ليل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط: الأردن، 2016.

² - نجيب بخوش، آليات تلقي المحتوى الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام "دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي النشرات الإخبارية التلفزيونية"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 03: الجزائر، 2015.

كما ركز على الإهتمام بالبناء المعرفي لعينة الدراسة وآليات معالجته للمعلومات بالشكل الذي يسهم في تحديد ما يتم إدراكه من معاني عند تعرضه للأخبار الصحفية المختلفة، إضافة إلى محاولة الكشف عن عوامل إنتباه عينة الدراسة للأخبار وإدراكها وإعادة تذكرها ومعرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإيضاح (صورة + ألوان) في عملية التلقي للأخبار التي يتم عرضها في النشرات التلفزيونية وعلاقة ذلك مع الخصائص الأخرى لكل من الرسالة الإعلامية والمتلقي.

لوصول إلى هذه الأهداف إستخدم الباحث المنهج التجريبي وإختار عينة قصدية مكونة 60 طالباً جامعياً، إختار الباحث الأفراد الذين يتعرضون بانتظام إلى النشرات الإخبارية التلفزيونية، تم تقسيم العينة إلى ثلاث مجموعات تجريبية إثنين أساسيتين والثالثة ضابطة، تم توزيع أداة الدراسة المتمثلة في إستمارة الإستبيان وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- يتأثر إنتباه الباحثين للأخبار التلفزيونية بإهتمامهم ودرجة الإنتباه لها علاقة بترتيب الخبر وطريقة عرضه داخل النشرة، وليس لها علاقة بجنس الباحثين أو القيم الإخبارية للأخبار.
- يتم إدراك الأخبار التلفزيونية بما يحمله الباحثين من خلفيات سابقة عنها.
- يتذكر الباحثين الخبر المنشور حسب ترتيبه وطريقة عرضه في النشرة، حيث كلما كان الخبر في نهاية النشرة أو ترافقه صور كان تذكره أفضل.
- للصورة والألوان في الخبر تأثير في عملية تلقي المحتوى الإعلامي للأخبار الواردة في النشرة التلفزيونية سواء الإنتباه لها أو إدراكها أو تذكرها قد يكون مرتبط بعوامل أخرى (المضمون والموقع)، إضافة إلى أن هناك مشاركة للفرد المتلقي من خلال بذل جهد معرفي عبر عمليات عقلية مختلفة تبدأ من التعرض للأخبار والإنتباه لها إلى غاية إدراكها عبر معالجة معرفية للمعلومات وإمكانية تذكرها عند توفر عوامل تساعد على إسترجاعها في وقت لاحق.

تعتبر هذه الدراسة من أهم الدراسات التي تناولت متغير تلقي المحتوى الإعلامي إلا أنها درست التلقي من التلفزيون، هذا الأخير الذي تختلف خصائصه تماماً عن خصائص الشبكات الإجتماعية الرقمية التي تتميز بتعدد للوسائط وقدرة أعلى من ناحية تحكم الجمهور في إختيار ما يرغب في تلقيه، كما أنها تختلف عن دراستنا كونها دراسة تجريبية على عينة قصدية من الطلبة، نتائج هذه الدراسة تحدد بدقة آليات عملية التلقي داخل ذهن المتلقي بمختلف مراحلها (الإنتباه، الإدراك، التذكر) وهو ما كان عاملاً مساعداً لنا جداً في تحديد مؤشرات قياس عملية التلقي وبناء بنود إستمارة الإستبيان في المحور الخاص ببُعد تمثيل المعلومات.

10.1.8.I: دراسة شريف عطية محمد بدران (2015)¹ بعنوان "المعالجات البصرية لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المتلقي" كانت هذه دراسة تجريبية للمصادقية والحالة النفسية لدى المتلقي الذي يتابع محتويات اليوتيوب، هدفت تحديداً إلى البحث عن مدى تأثير مقاطع اليوتيوب على السلوك الشخصي للمتلقي وسلوكه تجاه المجتمع، إستخدم الباحث المنهج التجريبي الذي طبقه على عينة قصدية مكونة من 62 طالباً مستخدماً لموقع اليوتيوب وقد كان الإستبيان هو الأداة الرئيسية لجمع بيانات الدراسة التي خلصت إلى النتائج التالية:

- يدرك الطلبة عينة الدراسة لماهية مقاطع الفيديو على اليوتيوب كونها لقطات ثابتة تراها العين وفق ظاهرة الخداع البصري الذي يعزز من قدرات المتلقي على تحليل المقطع بصرياً.
 - تقلّ مصادقية مقاطع اليوتيوب بعد إدراك المتلقي للدور الذي تؤديه برامج المعالجات البصرية في تشكيل وصياغة المقطع.
 - هناك أهمية يدركها القائم بالإتصال للدور الذي يلعبه بتصميمه مقاطع الفيديو في تشكيل الحالة الشعورية والآثار المعرفية للمتلقي.
 - ترتفع نسبة عدم ثقة المتلقي في مصادقية مقاطع فيديو اليوتيوب التابعة لمؤسسات إعلامية بشكل أكبر من عدم الثقة في المحتوى الذي تقدمه مقاطع فيديو الحسابات الشخصية التابعة لأفراد عاديين.
 - تُنتج مقاطع الفيديو على اليوتيوب الفرصة للتعبير على الآراء والمواقف مما يساهم في تشكيل وبناء المعاني عند المتلقين.
 - تؤثر متابعة مقاطع اليوتيوب على سلوكيات الفرد الشخصية وسلوكه تجاه المجتمع بنسبة 65.6% وهي النتيجة التي تُعظّم الدور الذي يقوم به القائم بالإتصال في تشكيل سلوك المتلقي.
- إهتمت هذه الدراسة بمعرفة مدى تأثير التلقي عبر اليوتيوب على سلوك الطلبة من خلال إستخدام المنهج التجريبي، وبالرغم من أنها تختلف عن دراستنا من حيث المنهج المستخدم وكذا نوع الشبكة الإجتماعية المدروسة (اليوتيوب) إلا أنها تحاول الوصول إلى نفس الأهداف التي نسعى إليها في دراستنا الحالية، وقد أثبتت نتائجها أن متابعة مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب أثر على سلوك الفرد المتلقي وهو ما أفادنا في بناء إشكالية دراستنا وصياغة فرضياتها.

1- بدران شريف عطية محمد، المعالجات البصرية لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المتلقي، المجلة العربية للإعلام والإتصال: المملكة العربية السعودية، ع.14، 2015، ص ص 329-372.

11.1.8.I: دراسة ماجد محمد الزويدي (2012)¹ بعنوان دور الشبكة الإجتماعية - فيسبوك - في إحداث التغييرات السلوكية لدى طلبة جامعة طيبة بالمدينة المنورة في ضوء بعض المتغيرات الإجتماعية والثقافية، هدف من خلالها الباحث إلى كشف دور شبكة الفيسبوك في التغييرات السلوكية وفقاً للخلفيات الثقافية والإجتماعية والأخلاقية لدى طلبة جامعة "طيبة"، إستخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي المسحي مستعيناً بأداة الإستبيان لجمع البيانات عن عينة عشوائية طبقية مكونة من 500 طالب جامعي، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أهم الدوافع التي كانت وراء إشتراك الطلبة في شبكة الفيس بوك هي على الترتيب: تكوين صداقات جديدة، التسلية وقضاء وقت الفراغ، مجازاة العصر وشهرة الموقع، التواصل مع الأصدقاء، أسباب تتعلق بالدراسة.

- تمثلت إتجاهات الطلبة نحو موقع الفيس بوك بالإيجابية بناءً على النسب العالية التي ظهرت في المتوسطات الحسابية الخاصة بالعبارات الإيجابية والعكس بالنسبة للعبارات السلبية.

- لا يوجد تأثير للمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع والسن والتخصص في إحداث الفيس بوك لتغيرات بالمجالات الإجتماعية والثقافية والأخلاقية لسلوكيات عند الطلبة.

تعتبر هذه الدراسة من أكثر الدراسات تطابقاً لدراستنا لأنها تبحث في تأثير موقع الفيس بوك على التغييرات السلوكية لدى الطلبة، إضافة إلى إعتداد نفس المنهج وأسلوب إختيار العينة وأداة جمع البيانات، ونذكر أن نتائجها كانت موجهة لنا بشكل كبير خاصة في تحديد الحاجات التي يسعى المستخدمين للوصول إليها والإشباع المحققة من جراء هذا الإستخدام، ولأن التلقي يختلف عن الإستخدام نرى أن دراستنا كانت أعمق نوعاً ما.

2.8.I الدراسات باللغات الأجنبية:

1.2.8.I: دراسة Nada jamal alzara (2019)² بعنوان **Youtuber's as Role-Models** :

A study of the ways youtubers infuence teenagers in the UAE هدفت الباحثة من خلالها إلى توضيح مدى تأثير صانعي محتويات اليوتيوب على المراهقين المشاهدين في دولة الإمارات العربية المتحدة، وإلى أي مدى هذا التأثير ينعكس إيجاباً أو سلباً على حياتهم اليومية، حيث إعتبرت في دراستها على أن اليوتيوبز أو صانعي المحتوى في اليوتيوب يُنظر إليهم على أنهم نموذجاً أو قدوة غالباً ما يتابعهم المعجبون بهم، كما

1- ماجد محمد الزويدي، دور الشبكة الإجتماعية - الفيسبوك - في إحداث التغييرات السلوكية لدى طلبة جامعة طيبة بالمدينة المنورة في ضوء بعض المتغيرات الإجتماعية والثقافية، مجلة رسالة الخليج العربي: المملكة العربية السعودية، ع 135، 2012، ص 15 - 38.

2- Nada jamal alzara, *Youtuber's as Role-Models : A study of the ways youtubers infuence teenagers in the UAE*, university of Sharjah journal for humanities and social sciences: Sharjah , vol 16, N.2 (B) December 2019. (53-79)

حاولت معرفة ما إذا كان الآباء على علم بسلوك أطفالهم تجاه من يتابعونهم على اليوتيوب، إنتهجت الباحثة في دراستها المنهج الكيفي وإستخدمت أداة المقابلة الشبه مقننة لجمع البيانات، تكونت عينة الدراسة من 30 مراهقاً يتراوح سنه بين 13 و 19 عاماً تم إختيارهم بطريقة قصدية، توصلت الباحثة إلى النتائج التالي:

- أثبت أن اليوتيوب بات جزءاً لا يتجزأ من حياة الكثيرين من المراهقين في دولة الإمارات العربية المتحدة.
- وجدت الدراسة أن المراهقين يتصورون صانعي محتوى اليوتيوب كنماذج يحتذون بهم ويثقون في سلوكياتهم.
- المراهقين في الإمارات العربية المتحدة يتأثرون باليوتيوبز بطرق عديدة بما في ذلك تكيف بعض السلوكيات منها (اللغة، الأفكار، أسلوب الحياة وغيرها) كما يتأثرون كثيراً من ناحية إستهلاك المنتجات التجارية.
- أثبتت الدراسة أن الآباء ليس لديهم دراية بأنماط إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من طرف أطفالهم.
- يتعلم المراهقين بعض الكلمات السيئة والسلوكيات السلبية التي يتم نشرها عبر اليوتيوب.
- يتعلم المراهقين العديد من المهارات الجديدة ويتعرضون لأفكار تساعد على تطوير حياتهم.

بالرغم من أن هذه الدراسة كانت باللغة الأجنبية إلا أنها طُبِّقَت ميدانياً على عينة من المراهقين في المنطقة العربية تحديداً دول الإمارات العربية المتحدة ما مكننا من الإستفادة من نتائجها في التنبؤ بفرضيات دراستنا الحالية نظراً للتشابه الموجود في خصائص عينة الدراسة، وبما أن النتائج أثبتت أن المراهقين يتخذون من المؤثرين عبر موقع اليوتيوب نموذجاً يقتدون به في حياتهم الواقعية، نرى أننا إستفدنا من خلال إعتماد نظرية التعلم بالمدجة التي كانت أساس هذه الدراسة وقمنا بضبط المؤشرات التي يمكننا قياسها في دراستنا الميدانية.

2.2.8.I: دراسة Hyinj (2014)¹ بعنوان Teen's social media use and collective action

هدف الباحث في هذه الدراسة إلى توضيح دور مواقع التواصل الإجتماعي في تفعيل الذات الإجتماعية وإحترام العمل الجماعي والحاجة إلى الإلتواء التي يمكن إستخدامها للتنبؤ بالسلوك المستقبلي للمراهقين، إستخدم منهج البحث المسحي الذي تم فيه إعتماد أداة إستبيان إلكتروني وُزعت على عينة عشوائية مكونة من 280 مراهقاً من مدينة كانساس تتراوح أعمارهم بين 13 و 19 سنة، وتحليل البيانات بأسلوب تحليل المسار مع سلسلة من تحليلات الإنحدار المتعددة لإختبار العلاقات المفترضة بين المتغيرات أفرزت الدراسة مجموعة من النتائج نلخص منها:

- أغلب المراهقين أعربوا عن إدراكهم للدعوات الجماعية الإجتماعية وعبروا عن موافقتهم للمشاركة فيها.
- كل من متغيرات الجنس والعرق والوضع الإجتماعي للأسرة له دور في رفع مستوى الكفاءة الذاتية الإجتماعية للمراهق ويتمشى طردياً مع نية المراهق المعلنة لحضور التجمعات المعلن عنها عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

1 - Seo, H., Houston, J. B., Knight, L. A. T., Kennedy, E. J., & English, A. B. *Teens' social media use and collective action*, new media & society: Kansas, 2014, 16(6), 883-902.

- هناك علاقة إيجابية بين الكفاءة الذاتية الإجتماعية ونية المشاركة في تجمعات قد تعتبر شكلاً مهماً من أشكال العمل الجماعي من قبل المراهقين في هذا المجتمع المتصل رقمياً.
- توجد علاقة إيجابية بين مقدار الوقت الذي يقضيه المراهق على اليوتيوب والنية للمشاركة في التجمعات في المستقبل.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقدير الذات للمراهقين وعزمهم أو نيتهم في المشاركة في التجمعات لأنها عادة ما تكون منشورة من قبل غرباء على الشبكات الإجتماعية لذا لا يكون لدى المراهقين رغبة أو شعور بالارتباط مع المشاركين.

تضمنت هذه الدراسة متغير الشبكات الإجتماعية الرقمية و دوره في تفعيل الذات والحاجات إلى الإنتماء الإجتماعي لدى المراهقين وإستخدامها كعامل أساسي للتنبؤ بالسلوك الإجتماعي لديهم، فهي بذلك تبحث عن تفسيرات للسلوكات التي يمكن أن يكتسبها المراهق جرّاء تصفحه لتلك الشبكات، وهو الهدف الذي نسعى إليه ضمن دراستنا الحالية، وبما أنها تتشابه مع دراستنا الحالية قمنا من خلال الإطلاع على نتائجها وإجراءاتها المنهجية بالإستفادة منها في الجانب المنهجي وإستنباط بعض المؤشرات التي وُظفت في أداة الإستبيان.

3.2.8.I: دراسة (Rita njorge) (2013) بعنوان **Impacts of social media among the youth on behavior change**

هدفت الباحثة من خلالها إلى معالجة تأثير وإنعكاسات إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي الرقمية على تغيير سلوك الشباب في حياتهم اليومية، تحديداً ما إذا كان الشباب في كينيا قد تأثروا بأساليب حياة جديدة أبعدهم عن حياتهم التقليدية وكذا تحديد المخاطر المصاحبة لهذا التغيير. إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وجمعت بواسطة أداة الإستبيان بيانات الدراسة من عينة قصدية ضمّت 80 طالباً جامعياً من الشباب في 04 جامعات مختارة من نيروبي بكينيا. توصلت الباحثة إلى نتائج عديدة نذكر أهمها:

- يستخدم الشباب وسائل التواصل الإجتماعي بشكل كثيف (أكثر من 03 ساعات في اليوم) ويفضلها على وسائل الإعلام التقليدية.
- يشعر الشباب بالإستقلالية أثناء تصفح مواقع التواصل الإجتماعي بسبب عدم وجود رقابة أبوية إضافة إلى أنها ترفع من مكانتهم الإجتماعية بين أقرانهم.
- تؤثر مواقع التواصل الإجتماعي بشكل كبير على السلوك الإجتماعي للشباب حيث أنها تساعدهم على الحفاظ على إتصالاتهم مع أصدقائهم القدامى وتمنحهم فرصة التعرف على الأصدقاء الجدد بوفرة وسهولة.

1 - Njoroge, R. I. T. A. *Impacts of social media among the youth on behavior change: a case study of University students in selected universities in Nairobi*, a research project submitted for the master of arts degree in communication, University of Nairobi; Kenya, 2013.

- إعترف معظم الشباب في عينة الدراسة أنهم أصبحوا أكثر كسلاً بعد إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي مما نتج عنه تضييع وقتهم.
- أقرّ أغلب المبحوثين أنهم لا يستطيعون الإستغناء عن تصفح مواقع التواصل الإجتماعي وأنهم يحاولون أن يستغلوها بشكل إيجابي في حياتهم.
- أقرّ كذلك أغلب المبحوثين أن مواقع التواصل الإجتماعي دور كبير في تعلمهم لسلوكات مختلفة منها الإيجابية ومنها السلبية في حياتهم اليومية.

تتطابق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في العديد من العناصر مثل إستخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية من طرف المراهق ودورها في تغيير سلوكه، والإختلاف الوحيد بينهما هو أن دراستنا الحالية تُركز على عملية التلقي بما فيها الإستخدام، تم إعتقاد نفس الأدوات المنهجية المتمثلة في المنهج المسحي الوصفي وإختيار العينة القصدية وإستمارة الإستبيان لجمع البيانات، هناك نقاط إختلاف متمثلة في مكان الدراسة وزمانها، وبما أنها بحثت في نفس أهداف دراستنا الحالية بنسبة كبيرة كانت الإستفادة منها في صياغة بنود الإستبيان وكذلك صياغة فرضيات الدراسة.

3.8.I: الإستفادة من الدراسات السابقة:

- ساهمت الدراسات السابقة في ضبط متغيرات الدراسة الحالية وتحديد الأبعاد والمؤشرات الخاصة بكل متغير والتي تم إستخدامها في عملية القياس الكمية لبيانات الدراسة؛
- ساعدتنا في الإطلاع بشكل أوسع وتعمق أدق على جميع الجوانب والإتجاهات التي تعني بمتغيرات الدراسة الحالية؛
- النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسات السابقة كانت بمثابة الركيزة الأساسية لطرح إشكالية دراستنا الحالية وصياغة الفرضيات؛
- تمت الإستعانة بالدراسات السابقة من حيث بناء أداة الإستبيان وكذلك إثراء الجانب النظري والمساعدة في بناء خطة الدراسة الحالية.

9.I الإطار النظري للدراسة:

يختلف الإطار النظري عن النظرية لأنه يؤسس بناءً على مشكلة بحثية معينة، وفي الوقت الذي تقوم فيه النظرية بتعميم التفسير لبعض العلاقات على عدد من الأحداث والوقائع فإن الإطار النظري يُبنى بهدف تفسير ظاهرة واحدة ومُشكلة محدّدة بدقة، والإطار النظري يمكن أن يتشكل من نظرية واحدة أو عدة نظريات أو عناصر نظرية، لأن هدفه هو إدخال إشكالية معينة ضمن نظام أو عدة أنظمة للتفسير معترف بها من طرف الجماعة العلمية كما يسمح الإطار النظري بتقديم إطار تحليلي وتعميم علاقات الفرضيات التي تمت البرهنة عليها. يرى ماكويل أن مفهوم النظرية في العلوم الإنسانية والاجتماعية لا يقتصر على كونها منظومة من الافتراضات الشبيهة بالقوانين ولكنه يمتد إلى كونها مجموعة منهجية من الأفكار التي يمكن أن تساعد في فهم ظاهرة ما أو في توجيه فعل ما أو التنبؤ بنتيجة ما¹، وللنظرية العلمية تعاريف عديدة منها أنها تصوّر أو فرض أشبه بالمبدأ، له قيمة التعريف على نحو ما، يتسم بالعمومية ويضم علماء أو عدة من العلوم، ويقدم منهجاً للبحث والتفسير ويربط النتائج بالمبادئ²، كذلك تُعتبر النظرية أنها مجموعة من المفاهيم المركبة والتعريفات والمقترحات المترابطة تقدم نظرة متسقة لظاهرة ما، وأيضاً تعرف على أنها نظم من المفاهيم Constructs التي يرتبط بعضها ببعض بعبارات تحدد العلاقات بينها، ويشترط أن يوجد إتساق داخلي بين هذه العبارات، إضافة إلى أن هناك من يعرفها على أنها مجموعة من التعميمات المُنظمة والمحتملة التي تسعى لتفسير ظاهرة ملحوظة، وذلك بربط مجموعة من المفاهيم المركبة من خلال قاعدة منظمة تكون متسقة داخلياً³، ويعرف كولييت Quillet النظرية على أنها افتراض أو مجموعة من الافتراضات مطروحة بقصد تفسير القوانين المعروفة وإقترح تجارب جديدة. وبواسطة الاستنباطات المستمدة من افتراضاتها المجردة تقترح النظرية ميداناً للكشف عن العلاقات بين الظواهر التي ستتم دراستها⁴. تعني التعريفات السابقة أن النظرية تقدم لنا مجموعة من المفاهيم وأنها تقدم لنا تفسيراً منظماً لطبيعة العلاقات بين هذه المفاهيم في سعيها لتفسير الظاهرة والتنبؤ بها، وفي دراستنا الحالية سوف نقوم باختيار إطار نظري يتلاءم مع أهدافها يتكون من النظريات الثلاث التالية:

1.9.I نظرية الإستخدامات والإشباع:

إلى غاية قيام الحرب العالمية الثانية كان هناك إعتقاد سائد أن وسائل الإعلام قادرة على تحديد الفكر ودفع الأفراد إلى التصرف وفقاً لأسلوب معين تسعى إلى تحقيقه، في حين إعتقد آخرون أن وسائل الإعلام محدودة الأثر على الجمهور المستقبل، لذا لم يعد ممكناً فهم الجماهير وبرزت دراسات تعنى بالعلاقة بين وسائل الإعلام

1- دينيس ماكويل، نظرية ماكويل للإتصال الجماهيري، تر: أيمن باجنيد وعبير خالد، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية: المملكة العربية السعودية، 2010، ص 18.

2- كاظم مؤنس، مرجع سابق، ص 78.

3- عثمان بن محمد الأخضر العربي، النظريات الإعلامية المعيارية، حولية كلية الآداب جامعة الملك سعود: المملكة العربية السعودية، ع 16، 1996، ص 19.

4 - Quillet, André, *processus de recherche : une approche systémique*. Sillery presses de l'université du Québec: Québec, 1982, p260.

وجمهورها وكان محور هذه الدراسات كيف ولماذا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام؟. ومن أهم النظريات التي عاجلت هذا الاتجاه نجد نظرية الإستخدامات والإشباع، التي تعتبر من أهم نظريات الإتصال الحديثة التي تُفسّر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الإتصال مع وسائل الإعلام.

تُعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإتصال، حيث يزعم المنظرون فيها أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار، ويمكننا القول أن البداية الحقيقية لمدخل الإستخدامات والإشباع جاءت نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في بداية القرن العشرين وتحديدًا يُذكر أن أول بحث تناول هذا الاتجاه يعود إلى أوائل أربعينات القرن العشرين¹ حيث دُرّس أسباب التعرض وإستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور، ومحاولة الربط ما بين تلك الأسباب وطريقة الإستخدام، وُجد أن أهم هذه الأسباب هي الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الإطار العام حيث يُبين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، لذا أطلق عليها تسمية الإستخدامات والإشباع.

والبداية الفعلية لهذه النظرية كان من خلال الدراسة التي أجراها إياهو كاتز سنة 1959، والذي قام بتحويل الإنتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك إنتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام المسيطرة، حيث كان الإعتقاد السائد بأن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام يتم وفقاً للتعود على الوسيلة، لكن نظرية الإستخدامات والإشباع لها رؤية مختلفة تكمن في إدراك تأثير الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام. وتحكم عملية إستخدام جمهور المتلقين للوسائل الإعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: الخلفيات الثقافية، الذوق الشخصي للفرد، أسلوب الحياة، السن، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي والمستوى الإقتصادي، إذ أن لكل هذه المتغيرات أو بعضها تأثير على إختيارات الفرد للمضامين التي يريد متابعتها، وبالتالي تم تحويل إهتمام الباحثين الإعلاميين من الإهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام².

عناصر النظرية:

إستناداً إلى النموذج المقترح لهذه النظرية من طرف كاتز والمبين في الشكل رقم (02) يمكن أن نستخلص خمسة عناصر تشكل هذه النظرية نذكرها فيما يلي:

01- الجمهور النشط: لقد أدى إهتمام الباحثين بدراسة أسباب إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض له ويتحكم في إختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى المطلوب، ويرى بلملر أن المقصود بالجمهور النشط

1 - Harper & Row. Lehmann, I.A. 'Exploring the transatlantic divide over Iraq', The Harvard International Journal of Press/Politics: Maryland', 2000, v5 (2): 63-89.

2- منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع: عمان، 2012، ص 173.

هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الإنتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعاً للفروق الفردية والثقافية، وفي هذا الصدد حدّد كل من ليفي و ويندال أن نشاط الجمهور له بُعدان:

أ - التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الإنتقائية- الإنشغال- المنفعة)؛

ب- البعد المؤقت: يضم الآتي: (الإنتقاء قبل التعرض- الإنتقاء أثناء التعرض- الإنتقاء بعد التعرض).

02- الأصول النفسية والاجتماعية لإستخدامات وسائل الإتصال: أكّد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات، بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه وإحتياجاته النفسية وبعضها الآخر إجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الإجتماعية. فالفرد إذاً يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية و يتلاءم مع إستعداده النفسي وظروفه الإجتماعية، لهذا يرى كاتز أنه ما لم تُعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى إستخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالإتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع؛

03- الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام: أشار كاتز أن الحاجات تنبع أساساً من الأفراد ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم ، ورأى بلملر أنه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولاً ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات. وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام (الحاجة هي من يولد الدافع)، وفي هذا الصدد فقد ظهرت عدت تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف ماسلو كما يلي:

أ- الحاجات الأساسية: مثل الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، الحاجة إلى الإستقرار الإجتماعي، الإنتماء؛

ب- الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية كحب الإطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها¹.

كما صنّف الدوافع إلى:

أ- دوافع فردية داخلية: وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق إشباعات فردية.

ب- دوافع إجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول على تقديرهم، و هذا ما يتوافق مع رؤية دينيس ماكويل التي تفيد أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية.

1- الدليمي عبد الرزاق، نظرية الإستخدامات والإشباع في القرن 21: رؤية وصفية تقويمية، مجلة الإتصال والتنمية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع: بيروت، ع13، 2015، ص 82.

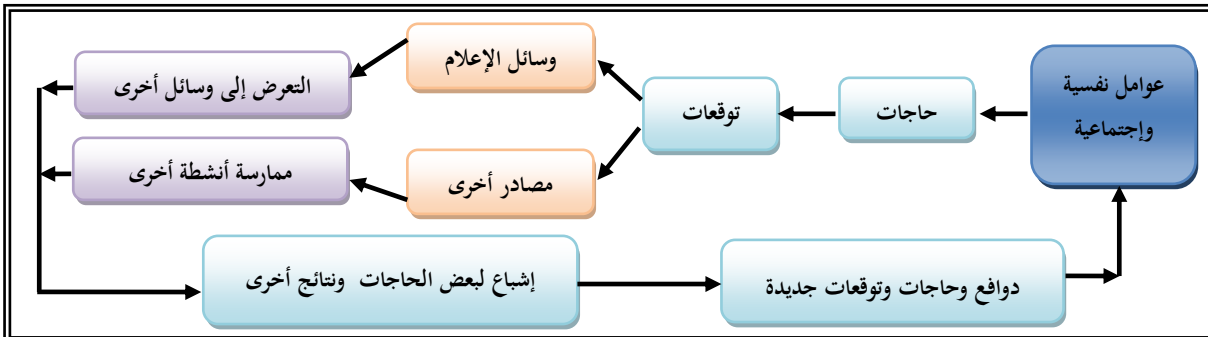
04- توقعات الجمهور من وسائل الإتصال: عُرِف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين أنه إحتتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرّفها كاتز أنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام أو الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وعموماً تفترض دراسات مدخل الإستخدامات والإشباعات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم على إدراك البدائل المختلفة والإختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية والإنتقاء من بين الكم الهائل لمحتوى رسائلها. لهذا فقد أثبتت تلك الدراسات أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف من مجتمع أو بيئة إجتماعية لأخرى أي تبعاً للقيم والسمات الثقافية السائدة؛

05- إشباعات وسائل الإعلام: وفق مدخل الإستخدامات والإشباعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الإشباعات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادى الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد إختلفت عدة دراسات في ذات السياق حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الإشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم الإشباعات إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- الإشباعات المطلوبة: أي الإشباعات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها وتحقيقها من خلال الإستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الإتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من إشباعات يتحقق؛

ب- الإشباعات المُحقَّقة: أي الإشباعات التي يطلبها الجمهور ويحصل عليها من خلال إستخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحتواها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية تقوم بتحقيق إشباعات حقيقية لحاجات الجمهور¹.

الشكل رقم (02): نموذج الإستخدامات والإشباعات عند كاتز



Source : Katz.E, Gurevitch.M, Haas.H, On the use of the mass media for important things, American Sociological review: Beverly hills, 1973,p38.

1- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 1998، ص247.

فروض النظرية:

يعكس النموذج المبين في الشكل السابق الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الإستخدامات والإشباع، في نموذج كاتز وزملاؤه ويمكن تلخيصها فيما يلي¹:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، وإستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة؛
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات وإختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته؛

- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل الإتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، وهذا ما عبّر عنه كلابر بتأثيرات العوامل الوسيطة (الفروق الفردية، عوامل التفاعل الإجتماعي، تنوع الحاجات بإختلاف الأفراد)؛

- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لإستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد إهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي إختيار الوسائل التي تشبع حاجاته؛

- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

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

أهداف النظرية:

يحقق منظور الإستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية هي:

- 01- السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته؛
- 02- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض؛
- 03- التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري².

1- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، 2004، ص 284.

2- حسن عماد مكاي، عفاف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام جامعة القاهرة: القاهرة، 2008، ص 364.

توظيف نظرية الإستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية:

خلصت دراسات الإستخدامات والإشباع في وسائل الإعلام التقليدية أن الجماهير تتكون في الغالب على أساس أوجه التشابه القائم بين الحاجات والإهتمامات والأذواق الفردية، ويبدو أن العديد من هذه الحاجات والإهتمامات والأذواق تمتلك جذوراً إجتماعية أو نفسية ومن سمات هذه الحاجات الرغبة في تحصيل المعلومات، أو الإسترخاء أو الرفقة أو الإلهاء أو الهروب، وقد طبق هذا المنهج على دراسة جاذبية وسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة ووُجد أن الإنجذاب نحوها يرتبط نسبياً باختلاف التوقعات والإشباع المرغوبة من طرف الجماهير، إذ يرى آلان روبن Alan Rubin وزملاءه أن مستخدمي وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة لديهم خمسة دوافع أساسية لإستخدام الأنترنت أكثرها كان البحث عن المعلومات والشعور بالتقدير عند إستخدام المجموعات داخل العالم الافتراضي، كما أن إستخدام الشاشة يجعلهم في أمان وتمنحهم التصرف بحرية أكبر، ويقول باربرا كاي وتوماس جونسون أن النمو المتزايد في تكنولوجيات الحديثة والأنترنت منح الجمهور إشباعاً إضافية تشمل الوضع الإجتماعي والهوية حيث أن الجمهور المستخدم قد يتمكن من تعزيز مكانته الإجتماعية من خلال العثور على أشخاص متشابهين في التفكير عبر الأنترنت والتعبير عن أفكارهم لهم. ويلاحظ جون ديميك أنه بالرغم من أن الأنترنت وسيط جديد نسبياً إلا أنه يتداخل مع الوسائط التقليدية من حيث الإستخدامات والإشباع، حيث يبحث الناس عن الأخبار على الأنترنت بنفس الطريقة التي إستخدموها سابقاً على الوسائل التقليدية، ويؤكد الجميع أن الإستخدامات والإشباع نظرية لا تزال مُفيدة وقابلة للتطبيق على وسائل الإعلام الجديدة¹، لذا رأينا أنها الأنسب لدراسة تأثير الشبكات الإجتماعية الرقمية على الجمهور المستخدم لها خاصة بعدما أصبحت تحوي كمّاً هائلاً من المعلومات، وقد قمنا بالإستعانة بفروض هذه النظرية في تأسيس وصياغة مؤشرات بُعد الإستخدامات والإشباع الخاص بأداة الدراسة في دراستنا الحالية ذلك لإعتبارنا أن المراهق هو مُستقبل نشيط يتمتع بكامل الحرية والإرادة لإختيار ما يريد متابعته أثناء تصفحه لكل من الفيس بوك والأنستغرام إضافة إلى إستقلاليته في تحديد قيمة المحتوى الذي يريد التعرض له مما ينعكس عنه إختلاف لأثر هذا التعرض من شخص لآخر، ومن خلال مرتكزات هذ النظرية سنتعرف على العوامل التي يتأثر بها المراهق لإدراك وتحديد حاجاته من عوامل نفسية وإجتماعية التي تقوم بخلق حاجات متجددة عند المراهق ما يدفعه إلى السعي وراء إشباعها عبر هذه الوسيلة، إضافة إلى تحديد الحاجات المشبعة فعلاً نتيجة لذلك.

1 - Richard West, Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory - Analysis and Application-*, McGraw-Hill Higher Education: Quebec, 2010, P401.

2.9.I نظرية تمثيل المعلومات:

تعد نظرية تمثيل المعلومات إحدى النظريات المشتقة من الإتجاه المعرفي الذي ينظر للإنسان على أنه مُنظَّم للموقف والخبرة والمعرفة ومُعالج نشِط لها بإمكانه بناء الموقف وإعادة بناءه بهدف إستيعابه، ويُفترض هذا الإتجاه أن الأفراد مختلفون في مستوى نشاط وآليات أعمالهم الذهنية المستخدمة في المواقف المختلفة أو في معالجة الخبرة¹. تم طرح عدة تعاريف لهذه النظرية من طرف العلماء أهمها تعريف شامان الذي يرى بأنها عبارة عن أساليب معرفية تشير إلى وجود فروق في إستراتيجيات الأداء المتميز للأفراد في كل من عمليات الإدراك والتفكير والتذكر وحل المشكلات والطريقة التي يستعملها الفرد في تفسير وتناول مثيرات البيئة المحيطة به²، أما شمك فيعرفها على أنها العملية التي تتم بها معالجة المعلومات داخل الدماغ بطرق تتضمن العمق الذي يعالج بها هذه المعلومات³. وبوجه عام يعتبر علماء النفس المعرفي أن الإنسان كائن إيجابي يبادر ويفكر ويقرر ويخطط ويتخذ القرار بحيث يستقبل معلومات هائلة من البيئة المحيطة به ويختار منها ما يقوم بمعالجته ثم يدمج أجزاء من المعلومات التي تنتج عن المعالجة ضمن بنائه المعرفي، ثم يخزنه في الذاكرة ليقوم بعدها بفعل ما بناءً على ما توصل إليه نتيجة هذه المعالجة⁴، وهنا يمكن القول أن كل أجهزة الذاكرة حتى تلك التي تُستخدم في الحاسبات الإلكترونية والمكتبات ولدى الناس تستلزم مساحة للتخزين، ويقع مخزن الذاكرة البشرية في المخ، وتحتاج أجهزة الذاكرة لوسائل إدخال المعلومات ثم إخراجها من التخزين، ويعتقد علماء النفس أن العمليات الثلاث المتمثلة في وضع الشفرة، تخزين المعلومات وإستعادتها ضرورية لكل أجهزة الذاكرة.

كانت تطورات الحاسب الإلكتروني منذ خمسينات القرن الماضي عاملاً رئيسياً في ظهور نظرية تمثيل المعلومات Information Processing حيث إعتد الباحثون على أسلوب عمل الحاسب في تطوير فروض هذه النظرية، فمعالجة الحاسب للبيانات تتضمن مجموعة من العمليات التي تبدو شبيهة في أسلوب عملها بالنظام البشري في التعامل مع رموز البيئة المحيطة، فهي تتضمن: مُدخلات، ومعالج مركزي شبيه بالمخ البشري ومخرجات⁵. وقد طرح Newell & Simon منذ سنة 1958 مقارنات للتعامل مع المعلومات في كل من الحاسب الآلي والذهن البشري، وإفترض أن البشر يمارسون نشاطهم الإدراكي على أساس أنظمة تمثيل معلومات تتضمن الذاكرة التي تحتوي على بناء للرموز وأنظمة إسترجاع للمعلومات، مع الأخذ في الإعتبار أن الذاكرة البشرية لها قدرة تخزين غير محدودة، وتستند نظرية تمثيل المعلومات إلى الإتجاه المعرفي في تفسير طرق التعلم عند الأفراد بإعمال أفكارهم وخبراتهم السابقة ومهاراتهم العقلية ليصبح بذلك هناك تغيير دائم في المعرفة والفهم لديهم، وتساعدهم في طريقة

1- صفاء عبد الجواد عبد الحفيظ بدر، فاعلية برنامج مقترح قائم على معالجة المعلومات في تنمية المهارات العقلية لدى الطالبة معلمة الفلسفة في التربية، أطروحة دكتوراه الفلسفة في التربية، جامعة عين شمس: القاهرة، 2016، ص 251.

2- عماد عبد الرحيم الزغلول، نظريات التعلم، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2003، ص 63.

3- جليل والعمون، نادية حسين، التعليم المعرفي وإستراتيجيات معالجة المعلومات، دار المناهج والتوزيع: (د ب)، 2013، ص 43.

4- مدور مليكة، سايحي سليمة، محاضرات علم النفس المعرفي وتطبيقاته، دار المجد للنشر والتوزيع: الجزائر، 2018، ص 18.

5- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 342.

تنظيمهم للخبرات وتفاعلهم مع ما يكتسبونه من معرفة وتبنيهم لأساليب ترميز وتخزين وتمثيل وإسترجاع خاصة بهم¹.

ترتبط نظرية تمثيل المعلومات بمجال علم النفس أكثر مما ترتبط بدراسات الإعلام وخاصة الدراسات المرتبطة بالذاكرة البشرية التي يرى العلماء أنها تقوم بجميع العمليات والتركيبات المختلفة المتضمنة في عملية تلقي المعلومات وإختزائها وإستعادتها من الذاكرة، ويعتبر المختصون في مجال الإعلام والإتصال أن المعلومات في هذه النظرية هي تلك المعلومات الإعلامية التي تحمل قيمة معرفية عامة يترتب عليها أثر معرفي لدى جمهور المتلقين بخلاف المعلومات التي تحمل قيمة معرفية خاصة، وبعبارة أخرى هي المادة الخام لعملية الإتصال الجماهيري بكل أشكالها ومستوياتها، ويرى البعض أن المعلومات هي ذلك الشيء الذي يُعدّل أو يُغيّر من البناء المعرفي بأي طريقة من الطرق².

يرى فتحي محمد الزيات أن التمثيل المعرفي هو " تحويل دلالات ومعاني الصياغات الرمزية للمعلومات أو المدخلات المعرفية (كلمات، رموز، مفاهيم، وحدات معرفية)، والصياغات الشكلية (أشكال، رسوم، صور) إلى معاني وأفكار وتصورات ذهنية وخطط أو إستراتيجيات معرفية، تتداخل أو تشتق ويتم إستيعابها لتصبح جزءاً من البناء المعرفي الدائم للفرد وأدواته المعرفية في التفاعل مع العالم الذي يحيط به³. وبناءً عليه يمكننا تصور عملية تمثيل المعلومات التي يتلقاها الجمهور المستخدم للشبكات الإجتماعية الرقمية من خلال معالجته للمعلومات الوفيرة المتواجدة بها والتي يهتم بها ذهنياً وفق ما هو مخزن ضمن ذاكرته البشرية وما يتوافق مع معارفه المسبقة التي تم بناؤها في سياق إجتماعي وثقافي نشأ وترعرع فيه، ونوه كذلك إلى أن طبيعة هذه الشبكات التي تتم برجة المعلومة فيها آلياً عند تصفح الجمهور لها سوف تقوم بطرح خوارزمية لإنشاء سياق رقمي في شكل مقترحات تساعد في تدعيم المعلومات وبناء معانيها حسب ما هو منشور بها، وفي الأخير وكنتيحة حتمية لهذه المعالجة ستمثل لدى المتلقي صوراً ومعاني غالباً ما تكون فردية (خاصة بكل فرد متلقي لوحده) لتصبح بذلك دليلاً معرفياً يُكوّن شخصيته ويكون له مرجعاً في مختلف تعاملاته بالحياة.

فروض نظرية تمثيل المعلومات:

تقوم نظرية تمثيل المعلومات على مجموعة من الفروض نرتبها على النحو التالي:

1- البشر ممثلون نشطون للمعلومات Active Processors وليسوا مجرد متلقين سلبيين، وهو يطورون إستراتيجيات عديدة بمرور الوقت للتعامل مع المعلومات، ونظراً لقدرة البشر المحدودة على تمثيل المعلومات فإنهم يُطورون ما يمكن تسميته "إقتصاديات معرفية" بسبب التعرض الدائم لكميات هائلة من المعلومات يومياً، ولذلك

1- لؤي الهزائم، فاعلية برنامج تعليمي قائم على إستراتيجيات التدريس المبنية على نظرية معالجة المعلومات في تنمية مهارات التفكير العليا لدى الطلبة، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان العربية: عمان، 2008، ص 63.

2- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، ص1272..

3- هشام محمود مصباح، الإتجاهات البحثية العالمية في تأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة على التمثيل البشري للمعلومات، حوليات الآداب والعلوم الإجتماعية بجامعة الكويت: الكويت، ع26، 2006، ص27.

يستخدمون نماذج ذهنية مبسطة تساهم في إنتقاء المعلومات وتسهيل إسترجاعها من الذاكرة، وبناءً على ذلك تعتبر عملية التذكر نتاجاً مشتركاً للمعلومات المختزنة في الذاكرة والمعلومات الموجودة في البناء المعرفي للقائم بالتذكر. الأمر الذي يمكّنه من إستخلاص النتائج منها مستفيداً في ذلك من خبراته السابقة وهو ما يؤدي إلى إنتاج تمثيلات معرفية تحدد أنماط سلوكه حيال مختلف المواقف والمثيرات التي يواجهها؛

2- الذاكرة البشرية عبارة عن أنظمة معقدة وليست مجرد وسيط بين المنبهات التي يتلقاها الفرد وإستجابته لها، ويرتبط كل نظام من أنظمة الذاكرة الثلاث (الذاكر الحسية، الذاكرة قصيرة المدى، الذاكرة طويلة المدى) بأسلوب ترميز مختلف عن غيره. وتلعب عوامل مثل الإنتباه والإدراك وقدرة الفرد على إسترجاع الخبرات السابقة ذات العلاقة دوراً بارزاً في تنفيذ عمليات المعالجة؛

3- معالجة المعلومات تكون على ثلاث مستويات وهي المستوى السطحي والمتوسط والعميق، وتجهيز المعلومات عند هذا الأخير هو الذي يحقق المعنى وبالتالي يؤدي إلى الإحتفاظ بالمعلومة لفترة زمنية أطول؛

4- التأكيد على العمليات المعرفية أكثر من الإستجابة بحد ذاتها فهي لا تحدث على نحو آلي، وإنما هي نتاج سلسلة من العمليات والمعالجات المعرفية التي تتم عبر مراحل متسلسلة من المعالجة؛

5- نظراً لتعاقب العمليات المعرفية فإن كل مرحلة من مراحل تكوين ومعالجة المعلومات تستقبل معلومة من المرحلة التي تسبقها قبل أن تستطيع القيام بوظائفها؛

6- عملية تمثيل المعلومات تحكمها إمكانيات وقنوات معالجة ومحتوى معلومات المثير الذي يتعرض له الفرد والخبرات التي قد تكون موجودة لديه وحالته النفسية أثناء ظهور المثير؛

7- يمتاز نظام معالجة المعلومات بسعته المحدودة في معالجة المعلومات أو تخزينها، لذا يمكن أن يحدث النسيان ليس فقط تبعاً لفقد المعلومات من الذاكرة، بل لفقدتها داخل الذاكرة، فقد تكون المعلومات موجودة بالفعل بالذاكرة طويلة المدى ولكن عدم القدرة على إستخدام مفاتيح الإسترجاع التي تحدد مكان المعلومات داخل الذاكرة يؤدي إلى عدم قدرة الفرد على تذكرها¹.

تقوم هذه النظرية على إعتبار الإتصال عملية Process تستهدف معالجة المعلومات التي يقوم الإنسان بإدخالها إلى ذهنه والتي تعتمد على ما يقوم به من أفعال أثناء قيامه بعملية الإتصال عبر العمليات التالية:

01- إستقبال وتجهيز المعلومات Receiving and information processing: يمثل

الإستقبال المرحلة الأولى من مراحل التجهيز ومعالجة المعلومات، ويتم ذلك من خلال المسجلات الحسية حيث تكون هذه المعلومات في صيغة في الإدراك الخام، وتتراوح فترة إستقبالها من 0,5 إلى 01 ثانية، وخلال هذه

1- رافع النصير الزغلول، عماد عبد الرحيم الزغلول، علم النفس المعرفي، دار الشروق: الأردن، 2003، ص 49.

الفترة تتحول بعض المعلومات إلى الذاكرة القصيرة المدى وهي من أهم المراحل لأنها تزود النظام المعرفي بالمدخلات¹؛

02- الإنباه الانتقائي Selective attention: إن نظام معالجة المعلومات لا يستطيع تناول جميع المدخلات الحسية التي يستقبلها الفرد في الوقت نفسه، قد يرجع ذلك إلى كبر حجم المدخلات الحسية المتقبلة عبر الأجهزة الحسية، مما يتسبب في نسيان الكثير منها، أو قد يرجع ذلك إلى محدودية سعة الذاكرة العاملة، لذا فإن النظام المعرفي يعمل على نحو إنتقائي ويرى أن الإنباه الإنتقائي يعني قدرة الفرد على إختيار المعلومات ذات الصلة الوثيقة، وتركيز عمليات المعالجة لها وتجاهل المعلومات غير ذات الصلة؛

03- الترميز Encoding : عقب تسجيل المعلومات عن طريق المسجلات الحسية فإنها تحل في الذاكرة العاملة وفي بعض الحالات في الذاكرة طويلة المدى، وتخضع المعلومات خلال إنتقائها أو تحويلها إلى ما يسمى بترميز المعلومات، وأنه عندما يقابل الفرد مثير معين فإنه لا يستيع الإحتفاظ بصورة حرفية له لذا فإنه يقوم بتمييزه، وتأخذ عملية الترميز أنماط متعددة ومتنوعة فرما يكون التركيز فيها على لون المثير أو شكله أو حجمه أو تكوينه أو غيرها من الخصائص المميزة له؛

04- التنظيم Organisation: تعد إستراتيجيات التنظيم من العوامل التي تؤثر على فاعلية نشاط الذاكرة، وتبدأ هذه الإستراتيجيات في إيجاد علاقات إرتباطية بين المثيرات موضوع الحفظ والتذكر، بعضها البعض من ناحية، وبينها وبين مختلف الوقائع البيئية من ناحية أخرى؛

05- الإستعادة والإسترجاع Reterive: تتمثل في البحث على المعلومات وتحصيلها من الذاكرة وإستعادتها وتتوقف فاعلية هذه العملية على طريقة الإستجابة فيها².

أنماط معالجة المعلومات:

يقصد بها مجموعة من الآليات التي يفضلها المتلقي عند إكتساب المعلومات المختلفة، والتي تمكنه من إستيعاب الرسالة، وتُعرّف على أنها "الطريقة المفضلة لدى الفرد لإكتساب المعلومات والإحتفاظ بها داخل أنظمة الذاكرة المختلفة لحين الحاجة إليها"، وتختلف أنماط معالجة المعلومات من فرد لآخر كما يلي:

■ **النمط البصري Visual information processing:** يرتبط هذا النمط بمناطق الإثارة داخل المخ البشري، ويتميز أصحاب هذا النمط بالقدرة الهائلة على إستقبال المعلومات ومعالجتها بالنمط البصري والإحتفاظ بها بأنظمة الذاكرة المختلفة في وقت أقل بكثير من المعلومات التي يُستلزم أن تُعالج بالأنماط الأخرى، ولقد بينت الدراسات على أن نمط المعالجة البصرية للمعلومات يناسب طبيعة المحتويات الرقمية التي يتم نشرها عبر الأنترنت؛

1- باتريشال سميث، تيلمن ج. راغن، التصميم التعليمي، تر: مجاب الإمام، العبيكان للنشر: الرياض، ص 56.

2- محمد حمد الخزم، العلاقة بين إستخدام نظرية معالجة وتجهيز المعلومات في تعليم الرياضيات وبين التفكير الرياضي، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس: (دب)، ع 70، 2016، ص 437.

■ **النمط السمعي Auditory information processing**: يقصد بالنمط السمعي هو تفضيل المتلقي لإستخدام حاسة السمع وتساوده عملية تكرارها على حفظها ويتم فهم المعلومات عنده وإكتسابها ليتم نقلها من الذاكرة الحسية إلى الذاكرة طويلة المدى للإحتفاظ بها إلى حين الحاجة إليها؛

■ **النمط المتكامل Integration between visual and auditory information processing**: وفيه تكون الإثارة داخل المناطق البصرية والسمعية بصورة متوازنة ومتوازنة، حيث يُفضّل المتلقي في هذا النمط المزج بين الإستراتيجيات المختلفة والتي تتوافق مع النمطين السابقين وإستخدام النمط الذي يلائم كلا منهما مع المزج بين عمليات إكتساب المعلومات¹. ويعتبر النمط الأمثل والأكثر ملاءمة في عملية التلقي عبر الأنترنت عامة والشبكات الإجتماعية الرقمية خاصة.

نموذج نظرية تمثيل المعلومات:

يعتبر نموذج أتكنسون وشيفرن حسب ما هو مبين في الشكل رقم (..) من أشهر وأهم نماذج نظرية تمثيل المعلومات أو معالجتها، حيث قسّم الذاكرة البشرية إلى ثلاث أقسام نذكرها في مايلي:

■ **الذاكرة الحسية**: وهي أولى المراحل في معالجة المعلومات حيث تتعرض الحواس (البصر والسمع في وسائل الإعلام) لتأثير الرسائل التي يتم عرضها، مهمة هذا الجزء من الذاكرة هي:

- تنظيم مرور المعلومات بين الحواس والذاكرة القصيرة؛
- تخزين المعلومات لمدة قصيرة من الزمن لا تتجاوز الثانية بعد زوال المثير؛
- نقل صورة عن العالم الخارجي بدرجة من الدقة عن طريق الحواس؛
- لا تقوم الذاكرة الحسية بأية معالجة معرفية للمعلومات بل تترك ذلك للذاكرة القصيرة؛
- عامل الإنتباه مهم جداً في هذا الجزء من الذاكرة خاصة تجاه الرسائل الغير مألوفة والتي تتطلب نشاطاً عقلياً أكبر².

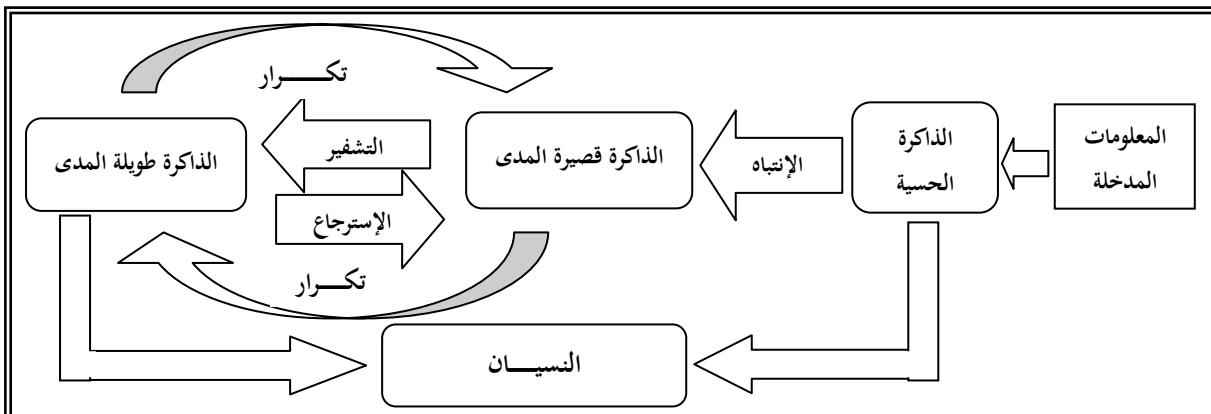
■ **الذاكرة قصيرة المدى**: بعد حدوث عملية الإنتباه أو الإهتمام التي يوليها المتلقي للمثيرات التي تم إستقبالها عن طريق المسجّل الحسي يتم نقلها إلى ما يسمى بالذاكرة قصيرة المدى لوقت قصير حتى يتم نسيانها أو تتعرض لمعالجات جديدة، كتكرار المعلومات، توسيعها، تفصيلها وربطها بالمعلومات السابقة ليتم بعد ذلك نقلها إلى الذاكرة الطويلة المدى، ومن مميزات الذاكرة القصيرة المدى ما يلي:

■ محدودية السعة والزمن؛

1- عبد الرحيم طارق نورالدين محمد، علاقة أساليب التفكير بأنماط معالجة المعلومات، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مركز النشر العلمي: البحرين، م17، ع1، 2016، ص358.

2- أيام وهاب زرايقي، نماذج التمثيل العقلي للمعلومات وعلاقتها بإستراتيجية التعلم والإستدكار، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية: بابل، م23، ع04، 2015، ص2122.

- تقوم بالعمليات المعرفية الفاعلة في نظام معالجة المعلومات، فطبيعة عمل هذه الذاكرة أنها تقوم بمعالجة معرفية مستمرة من تعرّف، ترميز، تنظيم، تحليل، تفسير، وتفكير حتى تصبح المعلومات في قالب يسمح بتخزينها في الذاكرة طويلة المدى؛
 - على الرغم من أن حجم الذاكرة قليل جداً إلا أنه يمكن زيادة سعتها ومدة معالجتها للمعلومات من خلال التدريب والتسميع والترميز وبمعنى آخر تكرار المثيرات؛
 - تُشكل هذه الذاكرة حلقة الوصل بين الذاكرة الحسية والذاكرة طويلة المدى واللتيين يُمدانها بالمعلومات من البيئة الخارجية أو الخبرات والمعارف السابقة الداخلية؛
 - بما أنها تحتفظ بالمعلومات لفترة محدودة وتحتفظ بكميات قليلة من المعلومات يعني ذلك انها لا تستطيع التفكير في عدة أشياء أو أفكار في آن واحد.
 - **الذاكرة طويلة المدى:** بعد مرور المعلومات بالذاكرة القصيرة المدى وتعرضها لعمليات المعالجة يتم تثبيتها وتصبح ساكنة في حالة سبات حتى يتم تفعيلها وعندئذ يسهل إستخدامها وإستدعاؤها في وقت لاحق، فالذاكرة طويلة المدى في حقيقتها خزان يضم كمّاً لا محدوداً من المعلومات والخبرات المكتسبة خلال حياة الفرد فهي تضم: المعارف، الحقائق، المشاعر، الإتجاهات، الصور، الأحداث، القصص، التواريخ... إلخ، وتتميز بالآتي:
 - سعة غير محددة بكم معين من المعلومات؛
 - تستمد معلوماتها من الذاكرة العاملة؛
 - تمد الذاكرة العاملة بالمعلومات عند الحاجة لإتمام عمليات الترميز والتفكير وحل المشكلات عند التعامل مع المثيرات الحسية؛
 - لا تتغير معاني المثيرات في الذاكرة ويلة المدى وإنما تميل إلى التنظيم بحيث تسمح بإستدعاء المعلومات بصورة أكثر وضوحاً وتنظيماً مقارنة بما كانت عليه قبل التخزين طويل الأمد¹.
- الشكل رقم (03): يوضح نموذج أتكسون وشفرين لتمثيل المعلومات



Source : Amin, H. U., Malik, A. S., & Kamel, N. *Memory Retention and Recall Process in EEG/ERP Analysis: Methods and Applications*, CRC Press, 2014, (p 221).

توظيف نظرية تمثيل المعلومات في الدراسة الحالية:

حاولت نظرية تمثيل المعلومات توضيح وتفسير آليات إستقبال المتلقي للمعلومة ومعالجتها ثم إنتاج السلوك الذي لم تعتبره مجرد إستجابة ترتبط آلياً بمثيرات خارجية، إنما هو عبارة عن نتيجة لسلسلة من العمليات المعرفية التي تتوسط عملية إستقبال المثير وإنتاج الإستجابة المناسبة له¹، وفي دراستنا الحالية رأينا أن الشبكات الإجتماعية الرقمية عبارة عن فضاء رقمي غني وثرى بالمعلومات التي يتم نشرها على هيئة نصوص وصور وفيديوهات وملفات صوتية، ونظرية تمثيل المعلومات تفيدنا في تفسير عمليات معالجة المعلومات التي يتلقاها المراهقون عند متابعتهم للمحتويات الإعلامية عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، بداية بمعرفة المثيرات التي تلفت إنتباههم للمنشورات ثم تحديد المعايير التي تدفعهم للإهتمام بها، ثم طرح أسئلة تتعلق بإختبار قدرة ذاكرة المراهقين على الحفظ والتعمق في تلك المعلومات، كما أننا إستنبطنا من هذه النظرية الأسئلة التي تبحث لنا قدرة المراهق على إدراك ما يتلقاه وإستخلاص ما يراه مناسباً عن طريق تنظيمه للمعلومات ومعالجتها وتفسيرها وبناء المعاني حولها وفق مخزونه المعرفي والثقافي والسياق الموجود فيه بشكل يساعد في عملية تذكرها، لنصل إلى تحديد ما يتم تخزينه وإسترجاعه من طرفهم في وقت لاحق، جميع هذه المراحل تم طرحها كمؤشرات لقياس بُعد تمثيل المعلومات في أداة الإستبيان لهذه الدراسة.

3.9.I نظرية التعلم بالتمذجة:

تعد نظرية التعلم بالتمذجة أو نظرية التعلم الإجتماعي Social Learning الموضوعية من قبل باندورا نموذجاً مرجعياً لدراسة لتأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور، خاصة فيما يتعلق بالأطفال والشباب، وتتمحور الفكرة الأساسية في أننا لا نستطيع أن نتعلم كل ما نحتاج إليه، أو حتى الكثير منه لتوجيه وتنمية سلوكنا من الخبرة والملاحظة الشخصية المباشرة وحدها، إذ يجب علينا أن نتعلم الكثير من المصادر الغير مباشرة بما في ذلك وسائل الإعلام الجماهيرية، وحتى نستطيع فهم النظرية بشكل جيد لابد من معرفة ما يسمى بالتعلم الإجتماعي، فالتعلم هو التغير الذي يطرأ على العلاقة بين مُنبه يُدرکه الفرد وإستجابة يقوم بها الفرد، ونعني بالمنبه هنا أي حدث يمكن للفرد أن يدرکه من خلال حواسه أما الإستجابة فتعني أي شيء يُقدّم الفرد على فعله نتيجة ذلك المنبه. وبالتالي فإن التعلم بالتمذجة الذي نقصده من هذه النظرية يعني تعلم الناس وإكتسابهم أشكالاً جديدة من السلوك من خلال التعرض لوسائل الإعلام. لذا تعتبر من أهم نظريات التعلم التي تم تطويرها لتفسير إكتساب الأنماط السلوكية من خلال التعرض لوسائل الإعلام. إذ تركز في محتواها على تعرض الفرد وتأثره بنماذج السلوك التي تقدمها وسائل الإعلام، مما يدفعه لتبني بعض هذه النماذج².

1- نجيب بخوش، مرجع سابق، ص 84.

2- دينيس ماکويل، مرجع سابق، ص 730.

- تنطبق هذه النظرية على تعلم العديد من الأمور اليومية مثل الملابس والمظهر والأسلوب والأكل والشرب وطرق التفاعل والإستهلاك الشخصي، وتعالج عدداً من القضايا الأساسية مثل:
- تفسير الإستجابات الجديدة كنتيجة لملاحظة شخص آخر؛
 - توضيح قدرة الإنسان التي تتوسط بين ملاحظة نموذج معين وما يعقب ذلك من قبيل الملاحظ؛
 - الإهتمام بالجانب الإنتقائي للسلوكيات التي يجري تعلمها من وسائل الإعلام المختلفة¹.

العوامل المؤثرة في التعلم بالنمذجة عند باندورا:

يلخص باندورا العوامل التي تؤثر في التعلم بالملاحظة أو كما يرى البعض أنها مراحل التعلم أو عمليات التعلم بالملاحظة على النحو الذي يوضحه الشكل رقم (..) ونشره في ما يلي:

01- مرحلة او عملية الإنتباه **Attentional processes**:

هي نوع من الإنتباه القصدي أو الإرادي للنموذج الملاحظ بدقة إدراكية، تمكنه من إشتقاق المعلومات أو السلوكيات الأساسية التي تمكن المتعلم من الإقتداء بالنموذج أو محاكاته.

02- مرحلة أو عملية الإحتفاظ **Retention processes**:

هي عمليات الإحتفاظ طويل المدى أو الإحتفاظ في الذاكرة طويلة المدى بالأنماط السلوكية للنموذج الذي جرت ملاحظته أو موضوع الملاحظة، ويرى باندورا أن الإحتفاظ أو تخزين المعلومات يتم رمزياً بطريقتين هما: الطريقة التصويرية أي يتم فيها تخزين المعلومات في صورة رموز تدل على صورة حقيقية للخبرة موضع الإقتداء، أما الطريقة الثانية فهي الطريقة اللفظية وهي الأكثر أهمية عند باندورا حيث يتم تخزين المعلومات في شفرة لغوية لدى المتلقي.

03- عمليات الإنتاج السلوكي أو إعادة الإنتاج الحركي **Behavioral or Motor** **Reproduction processes**:

هي ترجمة الفرد للرموز التي جرى ترميزها وتخزينها أو الإحتفاظ بها في الذاكرة المتعلقة بالأنماط السلوكية التي صدرت عن النموذج إلى أنماط إستجابية أو سلوكية جديدة.

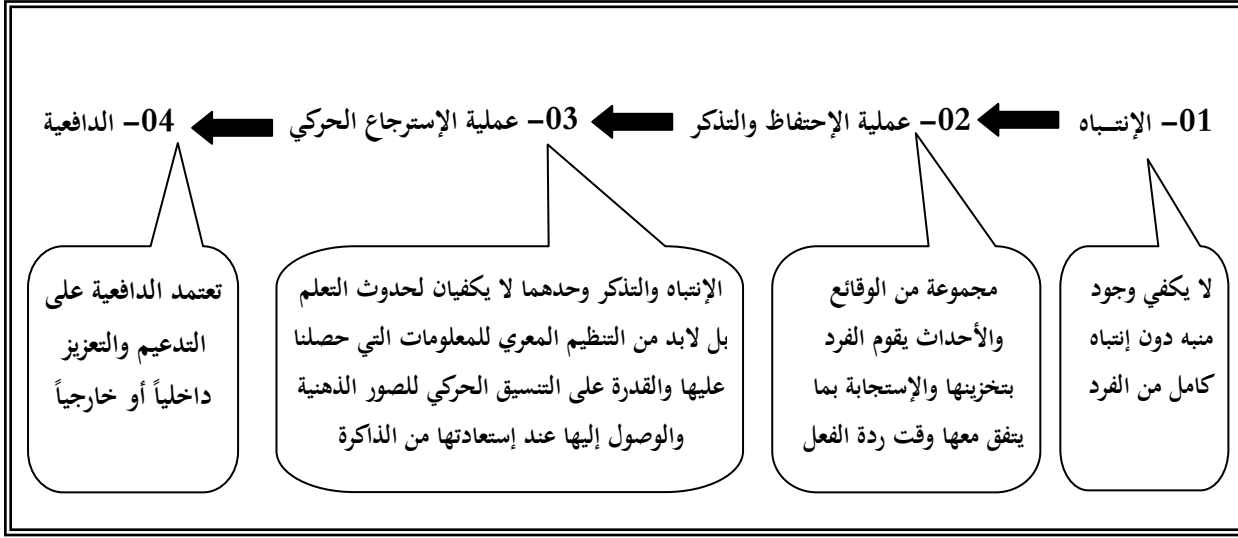
04- عمليات الدافعية **Motivational processes**:

تمثل عمليات الدافعية كافة أشكال التعزيز الخارجية والداخلية، والقوى التي تقف خلف حرص الفرد وبواعثه للإقتداء بالنموذج ومحاكاته².

1 - Bandura Albert (1977), *Social Learning Theory*, N.J Printice Itilline, p 22.

2- يحيى الرافي، نظرية باندورا للتعلم الإجتماعي المعرفي بالملاحظة، مطبوعة بيداغوجية لطلبة الدكتوراه تخصص علم النفس المدرسي بجامعة أم القرى: المملكة العربية السعودية، 2009، ص6.

الشكل رقم (04): نموذج يوضح العوامل المؤثرة في التعلم بالتمذجة عند ألبرت باندورا



المصدر: يحيى الرافي، مرجع سابق، ص 08

فروض النظرية:

تقوم نظرية التعلم بالتمذجة على مجموعة من الإفتراضات نذكرها فيما يلي:

- تتأثر عملية الإنتباه بخصائص التلقي والنموذج والدافعية إلى الإنتباه؛
 - يعتمد نجاح الإحتفاظ والتذكر على عملية الترميز والتكرار؛
 - يتأثر الإسترجاع الحركي بالمزون الإدراكي من الصور الذهنية والرموز المكتسبة؛
 - التديم البديل (المكافأة أو العقاب تؤدي إلى تبني السلوك أو تجنبه) من العوامل المؤثرة في عملية الدافعية؛
 - يرتبط نجاح وسائل الإعلام بإستخدامها للرموز اللفظية والغير لفظية في تقديم المعلومات؛
 - تتأثر عملية التمذجة أو الإقتداء بالنموذج بالعوامل التالية:
- أ- عوامل تتعلق بالفرد الملاحظ: منها العمر، الإستعداد العقلي التام، إتجاهه نحو النموذج، إدراكه مدى أهمية ما يصدر عن النموذج وتقديره للقيمة العلمية والمكانة الإجتماعية له كما يدركها الفرد، الجاذبية الشخصية أو الإرتياح النفسي القائم على التعامل مع النموذج؛
- ب- عوامل تتعلق بالنموذج الملاحظ: المكانة الإجتماعية للنموذج، درجة نجوميته، جنس النموذج.. الخ؛
- ج- عوامل تتعلق بالظروف البيئية ومنها: منها مدى توافق القيم السائدة والمحددات الثقافية والإجتماعية والدينية والأخلاقية، من ناحية ما يصدر عن النموذج.

- تؤثر عمليات الدافعية أو التعزيز على التعلم بالتمذجة من خلال الإنتقاء الذاتي للأنماط السلوكية المعززة أو المشبعة التي تصدر عن النموذج؛
- تختلف الآثار التي ينتجها التعلم بالتمذجة باختلاف الأهداف التي يسعى النموذج إلى نشرها وتتمايز هذه الآثار في ثلاث عناصر:
 - أ- تعلم سلوكيات جديدة؛
 - ب- قد تؤدي عملية التعلم بالتمذجة إلى كف المتلقي عن بعض الإستجابات أو تجنب أداء بعض أنماط السلوك؛
 - ج- التسهيل ونقصه به أن عملية ملاحظة المتلقي للنموذج قد تؤدي إلى تسهيل ظهور الإستجابات التي يُطلب من المتلقي لاحقاً القيام بها¹.

توظيف نظرية التعلم بالتمذجة في الدراسة الحالية:

بما أن نظرية التعلم بالتمذجة من أهم النظريات التي تم تطويرها لتفسير عمليات إكتساب السلوك من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وباعتبارها مناسبة لشرح كيفية إكتساب الجماهير لأشكال جديدة من السلوك جرّاء متابعتهم للمحتويات الإعلامية التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام، قمنا تحديداً في هذه الدراسة بإعتمادها لصياغة عبارات الإستبيان حيث حددت لنا مؤشرات قياس المعايير التي يختار على أساسها المراهقين للنماذج التي يعتبرونها قدوة لهم، كما أننا ركزنا على فروضها لإيضاح العوامل المعززة لإكتساب أو رفض السلوكات التي يلاحظونها المتمثلة في المكافأة والعقاب من طرف الأهل والأصدقاء إذا ما قامت عينة الدراسة بإحداث إستجابات سلوكية قاموا بإستيحائها أوتقليدها من تصرفات النماذج التي يتابعونها على هذين الموقعين.

¹ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2003، ص 260.

II. تلقي المحتوى الإعلامي عبر

الشبكات الإجتماعية الرقمية

- 1-II- جوهر نظرية التلقي.
- 2-II- المصادر الفكرية المؤثرة في ظهور نظرية التلقي.
- 3-II- إسهامات أهم أعلام نظرية التلقي.
- 4-II- مجالات البحث في ميدان التلقي.
- 5-II- تلقي المحتويات الإعلامية.
- 6-II- نشأة الشبكات الإجتماعية الرقمية.
- 7-II- أنواع الشبكات الإجتماعية الرقمية.
- 8-II- خصائص الشبكات الإجتماعية الرقمية.
- 9-II- تأثيرات الشبكات الإجتماعية الرقمية.
- 10-II- إدارة المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية.
- 11-II- أهم نماذج الشبكات الإجتماعية الرقمية.
- 12-II- تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية

II-1- جوهر نظرية التلقي:

لا يمكن فهم أهمية نظرية التلقي بوصفها نظرية نقدية تعنى بتداول النصوص الأدبية وتقبلها وإعادة إنتاج دلالاتها، سواء كان ذلك في الوسط الثقافي التي تظهر فيه وهو ما يمكن الإصطلاح عليه بـ "التلقي الخارجي" أو داخل العالم الفني التحليلي للنصوص الأدبية ذاتها وهو ما يمكن الإصطلاح عليه بـ "التلقي الداخلي"، إلا إذا نزلت هذه النظرية منزلتها الحقيقية بوصفها نشاطاً فكرياً متصلاً بنظرية أكثر شمولية هي نظرية "الإتصال" التي بدأت ملامحها تتبلور منذ منتصف القرن العشرين في ألمانيا، وذلك قبل أن يشرع "ياوس" و "آيزر" في ترتيب الأطر العامة لنظرية تعنى بالتلقي الأدبي والتأثير والإستجابة في مطلع السبعينات، ذلك أن نظرية الإتصال كانت قد بدأت تستأثر بالإهتمام مستفيدة من البحث الفلسفي الذي إهتم بقضية الإتصال التي تعتبر وسيلة التفاعل الأساسية بين الأفراد والجماعات للتحكم بالأنظمة المادية والرمزية التي تتعامل فيما بينها من خلالها.

ذلك ما جذب إهتمام الفلاسفة الألمان منذ وقت مبكر، وبخاصة فلاسفة مدرسة "فرانكفورت"، الذين أفلحوا في تأسيس نظرية فلسفية نقدية كان لها الأثر الأكبر في تغذية الفكر الفلسفي المعاصر بالمضامين الخاصة بالتفاعل والتواصل الإجتماعي، وعل يد أبرز مفكري النظرية النقدية وهو "هابرماس" إستقام نقد صارم لمعطيات العقل الغربي الذي تحول إلى "عقل أداتي" فطرح هابرماس بديلاً له وهو "العقل النقدي الإتصالي"، الذي يرتبط بالحدثة فينتجها وتنتجها معترفاً أن ذلك العقل هو الوسيلة التي تخرج بها الفلسفة من بُعدها الذاتي الضيق إلى أفقها الإجتماعي الواسع، ويصر هابرماس على إعتبار هذا العقد قادراً على الإنخراط ضمن سيرورة الحياة الإجتماعية بإعتبار أن أفعال الفهم المتبادل تلعب دور آلية ترمي إلى تنسيق العمل، ذلك أن الأعمال التواصلية تشكل نسيجاً يتغذى من موارد العالم المعيش، وتشكل نتيجة لذلك "الوسيط" الذي تعيد إنطلاقاً منه أشكال الحياة العيانية إنتاج ذاتها¹.

ومع الأخذ بعين الإعتبار المؤثرات التي تركها الشكلاونيون الروس ومدرسة براغ، فضلاً عن "إنجاردن" و"جادمير" في تاريخ نشأة نظرية التلقي فإنها كانت في الحقيقة مدينة لذلك النشاط العام الذي بلورته نظرية الإتصال، وكثيراً ما أشار رواد هذه النظرية إلى عمق الصلة بين الإثنين وذهبوا إلى أن جهودهم ترتب ضمن أفق نظرية الإتصال. وهو ما أكده "ياوس" حينما قرر أن نظرية التلقي لا بد أن تبلغ مداها في نظرية أعم في الإتصال لأن الإتجاهات النقدية الحديثة قد وضعت قضية الإتصال في صلب إهتماماتها، إذ أن كل المحاولات التي تتبلور من أجل صياغة نظرية في تلقي الأدب إنما هي متصلة بنظرية الإتصال، لأن القصد من ذلك هو تقدير وظائف الإنتاج الأدبي والتلقي والتفاعل وكل ما يتصل بذلك، ويشاركه في ذلك "آيزر" الذي يشتغل على مفاهيم البنية والوظيفة والإتصال، فجهوده قائمة على تنظيم صيغة للتفاعل بين النص والقارئ من أجل سريان الفاعلية بينهما

1- بورغن هابرماس، القول الفلسفي للحدثة، تر: فاطمة الجوشي، النادي الأدبي الثقافي: جدة، 1994، ص 521.

فهو يفهم الإتصال الأدبي على أنه نشاط مشترك بين القارئ والنص بحيث يؤثر أحدهما على الآخر في عملية تنظيم تلقائية¹.

تشير نظرية التلقي في جوهرها إلى تحول عام من الإهتمام بالمؤلف (المرسل) إلى الإهتمام بالنص والقارئ (الرسالة والمستقبل)، غير أن هذا التحول من سلطة المؤلف على النص إلى سلطة القارئ لم يكن مفاجئاً أو وليد اللحظة، بل سبقه تحول وسطي إن صح التعبير من سلطة المؤلف إلى سلطة النص، وهو ما ساهمت البنيوية كحقل جديد في الدراسات الأدبية في حدوثه في محاولة واعية منها للحد من هيمنة المؤلف أو الكاتب إلى تحليل النص بالوقوف عند بنائه الداخلي، بغض النظر عن العوامل الخارجية، وكانت هذه الدعوة إيداناً بتلاشي سلطة المؤلف وتكريس سلطة النص، في مرحلة تمهيدية لإعلان سلطة القراءة والقارئ بإعتبار القارئ منتجاً للنص وبأثام لمعناه.

وتنطلق نظرية التلقي من معاودة النظر في ثبات النظرية التقليدية للنص، فالمعنى هنا ليس شيئاً يستخرج من النص أو يتم تجميعه من إيجاءات نصية، بل يتم التوصل إليه من خلال عمليات تفاعلية بين القارئ والنص، ومن ثم فقد زعزعت نظرية التلقي التقليد السائد الذي كان يتعامل مع النص بوصفه قاعدة ثابتة للتأويل واضعة القارئ في مركز مشروعها التأويلي، وهكذا أصبح للقارئ مهمة جديدة لا تُختزل في التلقي السلبي والبحث عن المعنى الوحيد والمحدد سلفاً، إنما تقوم على ملء فراغات النص، ومن ثم فقد أعادت النظرية الإعتبار لوظائف الإنتاج والتلقي وتفاعلهما، ووجهت الإهتمام من إستقرار النص وثباته إلى أفق القراءة وحركيتها، وركزت مجهودها على دور القارئ في إصدار تأويلات من خلال التفاعل والتواصل معه.

وهي تنظر إلى القارئ من هذه الزاوية بإعتباره عنصراً نشطاً في خلق كيان للعمل الأدبي من خلال تفسيره له، وهي مهمة لم يكن من الممكن تصورها إلا بعد ظهور مفاهيم علم النفس الحديث، حيث كان كل ما يمكن تصوره هو أن النص منتج من قبل متكلم يضع فيه دلالة بعينها ليس على القارئ سوى أن يستخرجها من النص، وهو ما كان يعنى بدوره أن هناك قراءة واحدة صحيحة.

ومعنى هذا أن النظرية الجديدة كانت بمثابة حركة تصحيح لزوايا إنحراف الفكر النقدي، لتعود به إلى قيمة النص وأهمية القارئ، بعد أن تهدمت الجسور الممتدة بينهما بفعل الرمزية والماركسية، ومن ثم كان التركيز في مفهوم الإستقبال لدى أصحاب هذه النظرية على محورين فقط هما على الترتيب: القارئ والنص، مع كثافة تركيز النظرية على القارئ، حتى بدت وكأنها حركة لحقوق القراء ضد نظريات النقد القديمة².

II-1-1- المصادر الفكرية المؤثرة في ظهور نظرية التلقي:

إن الحقيقة تُقر أن الإنسان كان يمارس التلقي ويقوم بتأويل ما يشاهده ويسمعه منذ بداية حياته على هذه الأرض لكن كان ذلك بشكل مبسط وسهل ثم بدأ في التدرج شيئاً فشيئاً بتطور وسائل الإتصال من المسموع إلى

¹ - روبرت هولب، مرجع سابق، ص 250.

² - عثمان فكري، التلقي والأسلوب الصحفي، ط1، الكتب العربي للمعارف: القاهرة، 2016، ص 88.

المكتوب إلى السمع البصري معاً، ثم إلى التفاعلي، وبناءً على ذلك أصبح لنظرية التلقي عبر العصور قواعد ونظريات تخصصها، وقبل الحديث عن نشأة النظرية لا بد أن نتطرق لأصولها الفكرية وجذورها الفلسفية التي ساهمت في تشكيلها وبلورتها، فنظرية التلقي في تشكيلها تأثرت بالفلسفة الظاهرية حيث أن معظم مفاهيمها إستمدتها من أعلام هذه الفلسفة كـ "هوسرل" و "إنجاردن"، حيث أبرز مفاهيمها هو مفهوم التعالي وهو فهم الظاهرة الخاضع للطاقة الذاتية أو الشعور الفردي الخالص حيث ينبع من داخل الفرد المؤول ولا يخضع لمعطيات خارجية، أي أن الفهم عملية ذاتية يتشكل من خلالها المعنى بخلاف الإعتبارات الأخرى.

ولقد عدّل إنجاردن تلميذ هوسرل من مفهوم التعالي بتطبيقه على العمل الأدبي، إذ رأى أن الأخير هو نتاج تفاعل بين بنية النص وفعل الفهم، أما مفهوم القصديّة أو الشعور القصدي الآني إزاء هذا العمل، ومن ثمة شكل إهتمام بالذات الفاعلة مركز الدراسات الفينومينولوجية وعُدّ المعنى خاضعاً للفهم وناجماً له¹.

كذلك نجد أن لنظرية التلقي خلفيات معرفية إذ أنها لم تكتف بالإستفادة من الفلسفة فقط وإنما شملت مرجعيات أخرى كالشكلائية الروسية، بنيوية براغ... إلخ، وفيما يلي أهم المصادر الفكرية المؤثرة في ظهورها:

أ- الشكلائية الروسية:

أطلقت هذه التسمية في النصف الأول من القرن العشرين على إتجاه نقدي يمثله مجموعة من النقاد والدارسين الروس، الذين شكلوا أسس ثورة منهجية جديدة في دراسة اللغة والادب بداية سنة 1915، تقوم على أن جوهر النظرية الأدبية لا يتلخص في علاقتها بمنشئها أو بيئتها بقدر ما يتلخص في كينونتها الموضوعية بوصفها بيئة مستقلة، ولم يكن مهماً لهذه المدرسة من خلال المنطق الألماني في حقبة السبعينات التركيز على العمل الفني أو الجذور والتشعبات اللغوية، بقدر ما كان إنتقال الأفضلية في البحث عن العلاقة بين القارئ والنص، فقد أسهم الشكلائيون الروس بتوسيعهم مفهوم الشكل ليندرج فيه الإدراك الجمالي، وبتعريفهم للعمل الفني بأنه مجموع عناصره ويجذبهم النظر إلى عملية التفسير ذاتها، أسهموا في خلق طريقة جديدة للتفسير ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنظرية التلقي².

ب- الفلسفة الظاهرية:

يعود أصل مصطلح الظاهرية إلى الكلمة اللاتينية Phenomenology والتي تعني الظهور، أو بمعنى آخر الشيء الذي يظهر نفسه، ويقصد بها العلم الذي يدرس الظواهر المتبدية في الشعور دراسة وصفية مع تحليل الشعور وكشف حقيقة أفعال الإدراك ومكوناتها، أي دراسة ظواهر الأشياء مع رفض باطنها الذي لا يظهر. من أبرز أعلامها هما "أدموند هوسرل" وتلميذه "رومان إنجاردن"، حيث قدم الأول بصياغة فكرة الظاهرية كعلم شعوري خالص لا تجريبي ولا صوري من أجل تحقيق وحدة الوعي وإعادة تأسيس نظرية العلم، وتعد

1- فطيمة بومعيرة، نظرية القراءة والتلقي - المرجعيات والمفاهيم -، مجلة النص: جامعة جيجل، ع22، 2017، ص173.

2- عثمان فكري، مرجع سابق، ص 83.

الظاهراتية ظاهرة متعالية أي خارج الإدراك وتصبح ذات دلالة بعد حلولها في الشعور كتجربة حية وعدم رؤية الظواهر في المكان بل في الزمان الذي هو صفة الشعور الداخلي، الذي يتميز عند هوسرل أنه "يتجه نحو" أو "يمتد نحو" فكل وعي هو وعي بشيئ ما، وهذا ما يعرف بمبدأ قصدية الوعي، وعلى هذا الأساس يمكن وصف الشعور أنه ذات وموضوع معاً، وخلاصة ذلك ما قاله "إن الوعي هو دائماً وعي بشيئ ما، فالوعي في طبيعته يتضمن مفاهيم نحو: أحوال الوجود، التمثلات، الاحتمالات، اللاوجود، وكذلك يتضمن أحوال الظواهر"¹.

أما إنجاردن فقد قدم عبر كتابه "الخبرة بالعمل الفني الأدبي" الذي ظهر سنة 1968 رؤية مهمة تربط العلاقة بين النص والقارئ، معتبراً أن المتلقي عنصراً فعالاً في تحديد المعنى وإنتاجه، وذلك بفعل الحوار المستمر بين بنية النص القائمة على تكثيف المعنى، وبنية التلقي التي من خلالها يدخل القارئ في غموض ومتاهات تدفعه إلى التأويلات المتعددة، وهو ما يعطي النص إستمرارته وخلوده، ومن ثم فإن العمل الفني الأدبي في حاجة دائمة لهذا النشاط الإنساني الذي يُعمل فيه القارئ خياله من أجل ملء فراغات وفجوات النص، وذلك من خلال عملية إنسانية متنوعة بتنوع الأفراد، فلا تتماثل عمليتان من عمليات التحقق العياني تماثلاً دقيقاً حتى غن صدرتا من نفس القارئ².

ج- تأويلية غادامير:

إستند الفيلسوف الألماني جورج غادامير إلى مرجعيات ثقافية وآراء فلسفية راديكالية إمتدت جذورها إلا للفلاسفة اليونانيين الأوائل في مقدمتهم أرسطو، نظراً لأسبقيتهم زمنياً في مناقشة قضايا التأويل والفهم والفن والفلسفة، حيث إستنطق تراثهم القديم وإستوحى آثارهم التليدة وإكتسب منها الخبرة الإستمولوجية المتعلقة بالتأويل، إعتد غادامير في مفاهيم التأويل على المنظومات المعرفية المتمثلة في كل من الفهم التاريخي، إندماج الآفاق وإقصاء الذات، وهنا يرى المفكر أن النص ينغزل عن منتجه فيصبح قائماً بذاته مستقلاً عن مبدعه عند الشروع في تأويله مباشرة، وحدد غادامير ثلاث دوائر تختصر آليات التأويل عنده وتحدد الخطوات المتتالية في القراءة وتمثل في: الدائرة الجمالية، الدائرة التاريخية، الدائرة اللغوية، وتعد هذه الأخيرة دائرة التأويل بإمتمياز إذ أن اللغة هي الوسط الذي تجري فيه عملية الفهم والإفهام³. ولقد إستفاد رواد نظرية التلقي من هذا الإتجاه في عملية إعادة إنتاج المعنى وبنائه من خلال شرعية إسهام الذات المتلقية في هذا البناء.

د- المدرسة البنيوية:

ظهر المنهج البنيوي في الخمسينات من القرن الماضي، وإستند في بداية رواجه إلى أن النص يتضمن معناه في داخله فحسب، واعتبر البنيويون أن النص مثل أي ظاهرة ينطوي على بُنية أي على نمط من التماثل والتكرار، وأن

1- تركي فهد الشيخ، الفلسفة الظاهراتية كملمح فلسفي، 2019، متاح على الموقع:

https://www.researchgate.net/publication/331822127_alifsft_alzahratty (2019/05/03)

2- موسى صالح بشرى، نظرية التلقي: أصول وتطبيقات، المركز الثقافي العربي: الدار البيضاء، 2001، ص52.

3- لزه فارسي، التأويلية عند غادامير: قراءة في المرجعيات والمنظومات والآليات، مجلة فوجات، جامعة خنشلة: خنشلة، م1، ع2، 2015، ص188.

هذه البنية قائمة على نمط من التشفير الذي يستدعي القيام بجهد نظري وإجرائي لوضع تلك الشفرة موضع التواصل من خلال التمكن من نظام اللغة ومن ثم فإن المعنى الأدبي لدى البنيويين لا يتحقق خارج هذا النظام غير أن هذه المحاولات البنيوية واجهت اعتراضات وانتقادات شديدة بدأت من داخل البنيويين أنفسهم، بعد ان لاحظ موكاروفسكي أن قراءة النص من خلال إستبعاد جميع المرجعيات الأخرى المحيطة به هي محاولة متطرفة¹، واعتبر العمل الفني علامة كبرى تتألف من مكونات ثلاثة: العمل الفني كشيء حسي مادي (بمائل الدال السوسيري)، الموضوع الجمالي الكامن في الوعي الجمعي المتمثلة في القواعد والأعراف الفنية (يعادل المدلول)، ثم العلاقة بين العمل الفني والسياق الاجتماعي والتاريخي الذي يحيل عليه، وبناءً عليه فالعمل الفني بالنسبة لموكاروفسكي لا يحظى بإستقلالية مطلقة كما تصوره الشكلانيون الروس، وليس إنعكاساً للواقع كما رآه الماركسيون ولا هو تعبير عن ذاتية الفنان كما عند الرومانسيين بل هو وسيط بين الفنان والمتلقي.

وفي قوله "العلامة واقعة حسية لها علاقة بواقعة أخرى يُفترض أنها تحيل عليها" يشرح موكاروفسكي أن الواقعة الأخرى التي يُحيل عليها العمل الفني أنها ذلك السياق الذي يشمل كل الظواهر التي يمكن أن تنعت بالاجتماعية والفلسفية والسياسية والدينية والإقتصادية وما إلى ذلك، وهنا يكمن الإخلاف بين تصور سوسير للعلامة بإعتبارها وحدة مغلقة مؤلفة من دال ومدلول مع إقصاء المرجع الذي تحيل عليه بإعتباره واقعة خارج-لغوية، وبين رواد البنيويين الذين فتحوا هذه العلامة على السياق الاجتماعي والثقافي والتاريخي، بإعتبارها أداة للتواصل بين المرسل والمتلقي، وما دامت كذلك لم تعد كياناً ساكناً بل إكتسبت ابعاً ديناميكياً مرتبطاً بالسياق والتأويل².

هـ - سوسيولوجيا الأدب (علم الاجتماع النفسي):

ركز هذا الإتجاه بشكل أساسي على الوضع الاجتماعي للنصوص الأدبية لافتاً الإنتباه إلى أن حياة الأعمال الأدبية تبدأ من اللحظة التي يتم نشرها فيها، إذ تنقطع صلتها بالكاتب لتنتقل رحلتها مع القارئ، ومن منظور نظرية التلقي لا يصبح للنص أهمية أو قيمة أدبية إلا إذا أُدخل في سياق الإستعمال الجماعي، أي عندما يقرر القارئ أن يتناول النص ويؤثر فيه³.

II-1-2 إسهامات أهم أعلام نظرية التلقي:

تعد المحاضرة التي ألقاها ياوس في جامعة كونستانس سنة 1967م بعنوان "لماذا تتم دراسة تأريخ الأدب" الحجر الأساس لنظرية التلقي، والتي ضَمَّنَّها مجموعة من المقترحات التي قامت عليها النظرية وفيما بعد قام بتنقيح عنوان

1- عثمان فكري، مرجع سابق، ص 84.

2- محمد التهامي العمري، من اللسانيات البنيوية إلى سيميائيات المسرح - إسهام حلقة براغ اللسانية-، مجلة أنساق، دار نشر جامعة قطر: الدوحة، م3، ع1، 2019، ص 139.

3- وردة سلطاني، النص بين سلة الكاتب والقارئ، مجلة المخبر، جامعة بسكرة: بسكرة، ع1، 2009، ص 105.

هذه المحاضرة وأصبح "تاريخ الأدب بوصفه تحدياً لدراسة الأدب"، وفي سنة 1970م ظهر عمل آيزر وهو يوازي إلى حد ما الإستجابة لكتابات ياوس المسمى "بنية الجاذبية في النص" والذي ظهر باللغة الإنجليزية تحت عنوان "الإبهام وإستجابة القارئ للأدب الخيالي النثري" وهو في الأصل محاضرة أُلقيت في جامعة كونستانس، وفي سنة 1976م ظهر إلى الوجود كتابه المسمى "فعل القراءة-نظرية جمالية التجاوب"، كما لا يمكننا أن ننسى كتاب ياوس المهم الذي يحمل عنوان "جمالية التلقي-من أجل تأويل للنص الأدبي"¹، وفي ما يلي تفصيل لرؤيتهما حول النظرية:

أولاً: هانز روبرت ياوس:

يعد هذا المفكر المفكر أحد قطبين إثنين لنظرية التلقي إن لم نقل أن هو مؤسسها الأول، إذ كان أول ناقد يعلن التحدي على نظرية الأدب من خلال مجموعة من المقترحات التي صاغها في شكل المحاضرة التي ألقاها في جامعة كونستانس الألمانية وضمّنها نية صريحة منه في الثورة على النماذج النقدية السائدة والماضية والتي فشلت حسبه في الوصول إلى مقارنة صحيحة وسليمة للأعمال الفنية والأدبية على وجه الخصوص، معلناً في الآن ذاته عن ميلاد نظرة جديدة بإمكانها أن ترفع هذا التحدي وتعلن تحول الإنتباه جذرياً من ثنائية (الكاتب / النص) إلى ثنائية أخرى ستحل محلها هي ثنائية (النص / القارئ) والتي يرى أنها غُيِّبت بما فيه الكفاية، ويقول في معرض حديثه عن هذه النظرة التي يرى فيها محاولة تجديدية لتاريخ الأدب².

وقد طرح ياوس هذا الإتجاه النقدي ومن ورائه بعض المفاهيم الإجرائية يستطيع الباحثون إعتبارها بدائل عن المفاهيم الإجرائية التي جاء بها البنيويون من قبل، وقامت بإرساء قواعد نظريته إنطلاقاً من إيمانه بأفكار معينة جسدها في عدة إجراءات أساسية هي:

أ- أفق الإنتظار (التوقع):

يعد أفق الإنتظار في تقدير ياوس الركيزة المنهجية في النظرية إذ يلعب دوراً بارزاً في أطوار نظرية التلقي، بحيث يعد بناؤه منطلقاً لتصوير النظم الادبية عبر العصور المختلفة، ومصطلح أفق الإنتظار مركب من كلمتين كلمة "أفق" والتي إستقها من غدامير وكلمة "الإنتظار" وقد أخذها من مفهوم خيبة الإنتظار عند كارل بوبر، ويقصد بأفق الإنتظار "الفضاء الذي تتم من خلاله عملية بناء المعنى ورسم الخطوات المركزية للتحليل ودور القارئ في إنتاج المعنى، عن طريق التأويل الأدبي الذي هو محور اللذة لديه"، وبعبارة أكثر وضوحاً هو "مجموعة القواعد السابقة الوجود لتوجيه فهم القارئ (الجمهور) وتمكينه من تقبل تقييمي".

إذن يمكن القول مما سبق أن أفق الإنتظار هو مجموع الخبرات التي تتكون لدى القارئ عبر قراءاته المتعددة للنصوص المختلفة إذ يصبح كأنه معيار يستخدمه المتلقي لتسجيل رؤيته القرائية التي تنسب إليه في المقام الأول بوصفه مستقبلاً لهذا العمل أو ذلك.

وقد ركز ياوس على ثلاثة عوامل رئيسية لها تأثير على هذه العملية وهي:

■ المعايير الراسخة لدى القراء عن الجنس الأدبي الذي ينتمي إليه النص كخطية الزمن، البطل... إلخ؛

1- روبرت هولب، مرجع سابق، ص 98.

2- هالين فرناند وآخرون، بحوث في القراءة والتلقي، تر: خير البقاعي محمد، ط1، مركز الإنماء الحضاري: حلب، (دس)، ص35.

- مدى ما يعكسه النص من آثار معروفة سابقاً لدى القراء وما يتضمنه من جديد؛
- مسألة التعارض بين الواقع والخيال أو بين ما هو شعري (أدبي) وما هو عملي¹.

ب- تغيير الأفق:

قد يُحدث العمل الجديد صدمة جمالية بالنسبة للمتلقي بحيث يخالف أفق إنتظاره (يخيب ظن القارئ في عدم تحقق ما كان يتوقع الحصول عليه) في مطابقة معايير السابقة مع معايير العمل الجديد وهذا هو الأفق الذي تتحرك في ضوئه الإنحرافات أو الإنزياحات عما هو مألوف، فيلجأ المتلقي إلى تكييف أفق إنتظاره ويُغيره حسب المستجدات وبالتالي ينشأ أفق إنتظار جديد؛

ج- المسافة الجمالية:

يقصد بها ياوس تلك المسافة الفاصلة بين الإنتظار الموجود سلفاً والعمل الجديد حيث يمكن للمتلقي أن يؤدي إلى تغيير الأفق بالتعارض الموجود مع التجارب المعهودة؛

د- إندماج الآفاق:

يرى ياوس أن فهم أي نص أدبي ينتمي إلى الماضي يتم عبر إعادة علاقاته بقرائه المتعاقبين إنطلاقاً من الحاضر أي وضعه في سياق زمني يتيح التغلب على المسافة التاريخية التي توجد بين الحاضر والماضي، ومن هنا تأتي أهمية تاريخ القراءات؛

هـ- منطق السؤال والجواب:

إستقى ياوي هذا المفهوم من غدامير الذي ذهب إلى أن فهم أي عمل فني يعني فهم السؤال الذي يقدمه هذا العمل إلى القارئ بإعتباره جواباً، لأن النص عندما يكون بين يدي القارئ يصبح موضوعاً للتأويل، منتظراً جواباً ما عن سؤاله، فالنص الأدبي جواب عن سؤال القارئ ويتطور أفق التوقع عن طريق منطق السؤال والجواب، إذ يسمح أفق الإنتظار بالبحث عن الأسئلة الضمنية التي تنطوي عليها المؤلفات الماضية من ناحية ومن ناحية أخرى يسمح بطرح أسئلة جديدة².

ثانياً: فولفغانغ آيزر:

يعتبر آيزر القب الثاني لنظرية التلقي بحيث ساهم بشكل كبير في نشأتها إلى جانب ياوس رغم إختلافه عنه في كونه لم يسلك إتجهاً فلسفياً أو تاريخياً مثله، لكن ذلك لا ينفي إعماده على مرجعيات عديدة غدى بها أفكاره

1- حميد الحمداني، الفكر النقدي الأدبي المعاصر -مناهج ونظريات ومواقف-، ط3، مطبعة أنفوبرانت:فاس، 2014، ص113.

2- فاطمة بومعزة، مرجع سابق، ص 185.

وطورها ليستنبط مفاهيمه الإجرائية الخاصة فقد إعتمد على إنتاجات الألسنية وأفاد من مفاهيم الأنثروبولوجيا إضافة إلى إستنطاقه بعض المفاهيم الظاهرية ومنهم أنغاردن.

إن إختلاف إتجاهه عن الإتجاه الفلسفي التاريخي لياوس لا يعني بأي حال تعارض الأفكار والمنطلقات بينهما، بل العكس إذ ساهما جنباً إلى جنب في التعقيد لهذا المنهج الجديد وتيسير سبيله ليعرف طريقه إلى نظرية الأدب، ويجمع بين الباحثين إعتراضهما على مبادئ المقارنة البنيوية والتشديد على فعل المتلقي في قضيتين أساسيتين هما "تطور النوع الأدبي" و "بناء المعنى"، وقد ركز ياوس جهوده في مراجعة الأدب وتاريخ الأدب وكان آيزر يعني بقضية بناء المعنى ويضاف إليه عنايته بطرق قراءة النصوص وتفسيرها.

وفي سياق إهتمامه بقضية بناء المعنى وإعادة إنتاجه تحدث آيزر عما أسماه بمفهوم الفجوات أو الفراغات التي تشمل عليها بنية كل نص وتتطلب من القارئ القيام ببعض الإجراءات لأجل ملئها وتحقيق التفاعل الجمالي مع النص، هذه الإجراءات لا تحيل المتلقي إلى مراجع خارجة عن النص إنما تعيده إلى مقارنة التفاعل بين بنية النص وبنية الفهم عنده، وبهذا فإن مفهوم الفجوة حتمي وذلك في كل النصوص حيث يظهر في مستوى كل من الموضوع والأفق معاً بعد تشكل البنية الأساسية والنهائية للعمل¹. من أهم المفاهيم الإجرائية التي جاء بها في بناءه للنظرية ما يلي:

أ- القارئ الضمني:

يدرس آيزر مفهوم القارئ ويعتبره أهم الأسس الإجرائية لوصف العلاقة التفاعلية بين النص والقارئ وهو بنية نصية تتوقع وجود مُتلق دون أن تحدده بالضرورة، وهو مفهوم يبني الدور الذي يتخذه كل مُتلق مُسبقاً، وهو ما يصدق حتى حين تعمد النصوص إلى تجاهل متلقيها المحتمل وإقصائه، لذا فالقارئ الضمني شبكة من البنى المثيرة للإستجابة مما يدفع القارئ لفهم النص، يُفهم من هذا أن القارئ الضمني لا يتجسد خارج النص بل تترسخ جذوره داخل النص، وهو معنى لا يمكن مطابقته تماماً مع القارئ الحقيقي²؛

ب- مواقع اللاتحديد:

إستقى آيزر هذا المفهوم من أنجاردن الذي ينظر إلى النص على أنه جوانب تخطيطية مصحوبة بفراغات يسميها أنجاردن الفجوات أو مواقع اللاتحديد، وهذه الفجوات هي التي تحقق جمالية النص إذ يكمن دور القارئ هنا في ملء هذه الفجوات، وقد ذهب آيزر إلى أن درجة اللاتحديد هي مقياس الفعالية الجمالية للعمل الأدبي ومقياس إفتتاح بنيته التي تسمح بإنجاز تأويلات متعددة؛

1- موسى صالح بشرى ، مرجع سابق، ص 83.

2- كريمة بلخامسة، قراءة في مفاهيم نظرية التلقي من خلال كتاب "فعل القراءة" لآيزر وكتاب "جمالية التلقي" لياوس، مجلة معارف، م 11، ع 21، جامعة البويرة: البويرة، 2016، ص 200.

ج- السجل النصي:

ينطلق أي نص في بناء هيكله من جملة مرجعيات ثقافية تزود بها فهو لا ينطلق من فراغ وعدم حسب ما يقرره آيزر، إذ يعتمد أي نص على ثقافة سابقة تمثل مجموعة من الحمولات المعرفية، الثقافية والاجتماعية يتواصل بها مع قرائه، وبالتالي فالمقصود هو علاقة النص بالواقع إذ يضم كل من السجل والنص أعرافاً وتقاليده معروفة، هذه العناصر لا ترتبط فقط بنصوص داخلية لكن أيضاً بمعايير إجتماعية وتاريخية في سياق إجتماعي وثقافي أكثر توسعاً، فالسجل هو الجزء الموقوم للنص والمشير تحديداً إلى ما هو خارج عنه، تشمل المرجعيات في معظمها نصوصاً وقرارات سابقة تداخلت والنص الذي هو بين يدي القراء، ليصبح السجل النصي إجراءً راجعاً إلى كل ما هو سابق على النص وخارج عنه كأوضاع وأعراف وقيم تاريخية، إجتماعية وثقافية.

إن كل ذلك يساهم في بناء وتحديد معنى النص لكنه يفقد خصوصيته بالقدر الذي يؤسس فيه لذلك المعنى، ويُفيد آيزر أن الأمر لا يتعلق بفهم تبسيطي لعلاقة النص بالواقع بل بنماذج للواقع¹؛

د- الإستراتيجيات النصية:

لكي تكون عملية ضبط معنى العمل الأدبي أكثر دقة وتجنباً لقرارات وتأويلات تفسر النص على قول شئ ليس موجوداً فيه، يقوم العمل الأدبي برسم إستراتيجية محددة تنظم شروط تلقيه وتشكل التوجهات العملية التي تقدم للقارئ مجموعة من الإمكانيات المركبة يركز عليها فعل القراءة، أي تقدم الإستراتيجيات النصية إرشادات عملية للمتلقي يبنى عليها فعل القراءة الذي يقوم به، فهي إستراتيجيات ديناميكية تقوم بفعل إرشاد المتلقي وتوجيهه خلال إنغماسه في مسالك النص، فتساعده على تحقيق معناه.

ولا تكفي الإستراتيجيات النصية بتنظيم شروط تلقي العمل الأدبي بل تعمل على ربط عناصره ببعضها، إضافة إلى تنظيم العلاقات الداخلية للنص وهي بذلك تشتمل على بنية النص العميقة وعلى عملية الإدراك والفهم لدى المتلقي، وهنا ينبغي ألا نفهم هذه الإستراتيجيات على أنها تقوم بعملية تنظيم شامل وكامل لكل من عناصر النص وشروط تلقي العمل الأدبي، لأن المتلقي في هذه الحالة سيهمش دوره ويُصادر، ويرى آيزر أن وضع هذه الإستراتيجيات وظيفتها هي "وضع المؤلف مقابل اللامألوف" لذا يحدد بُنيتين إثنيتين لها هما "بنية الواجهة الأمامية والواجهة الخلفية" و "بنية الموضوع والأفق"².

هـ- وجهة النظر الجواله:

أخذ آيزر مفهوم وجهة النظر الجواله من الفلسفة الظاهراتية وهي تتيح للقارئ أن يتحرك داخل النص كاشفاً خلال ذلك المنظورات المختلفة التي يترابط بعضها مع بعض ثم تعدل من المعنى في القراءة والانتقال من منظور

1- عبد العزيز طليحات، فعل القراءة -بناء المعنى وبناء الذات- قراءة في بعض أطروحات ولفغانغ آيزر، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، مطبعة النجاح الجديدة: الرباط، 1993، ص155.

2- وائل بركات وآخرون، فولفغانغ آيزر وآلية إنتاج المعنى، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية: (دمشق)، م3، ع1، 2011، ص142.

لآخر، لأن الموضوع الجمالي الذي يتشكل في ذهن المتلقي لا يمكن إدراكه دفعة واحدة ولا يمكن تخيله إلا من خلال المراحل المختلفة والمتتابعة للقراءة.

وقد شُبه المتلقي بذلك المسافر المتحول الذي يقوم بسفر صعب خلال العمل الأدبي ولا سيما الروائي منه، فيرى الأشياء من وجهة نظر متحركة فيجمع بين ما يشاهده في ذاكرته واضعاً في الوقت نفسه نظاماً متناسقاً تعتمد طبيعته على درجة إنتباه المسافر (المتلقي) خلال رحلة معينة من سفره، إلا أنه لا يمكن أن يكون نظرة كلية لسفره هذا في أي وقت من الأوقات، وهذا ما سماه آيزر بجدلية الترقب والتذكر التي تحدث في كل لحظة من لحظات القراءة فتعبر عن أفق مستقبلي هو في حالة إنتظار لأن يُحتل مجاله، وكذلك تعبر عن أفق ماض قد تم ملؤه سابقاً، هذا يعني أن جدلية الترقب والتذكر تشير إلى التوقعات المعدلة والذكريات المحولة التي يجربها المتلقي في أثناء عملية القراءة، فعندما يقرأ عملاً أدبياً يحاول أن يدرك الأحداث ويفهمها إستناداً إلى توقعاته المستقبلية والخلفية الفكرية التي تعود إلى الماضي، وإذا حدث شيء ما غير متوقع خلال عملية القراءة يقوم بإعادة صياغة توقعاته وكذلك تفسيره المعنى وفقاً لهذا الحدث الجديد¹.

و- مستويات المعنى:

يرى آيزر بأن النص لا يُظهر المعنى في نمط محدد من العناصر وإنما يتأسس وفق مستويات تظهر إلى الوجود بفعل الإدراك الجمالي، إذ يرى بأن هناك مستويين تتم وفقهما عملية متواصلة لبناء المعنى تحتل خلالها العناصر التي تسهم في ذلك البناء مواقعها بالإنتقال من المستوى الخلفي (السياق المرجعي) إلى المستوى الأمامي (النص)².

II-2 مجالات البحث في ميدان التلقي:

إذا ما تم الحديث عن وضعية التلقي فإنه حتماً سيتعلق الحديث عن مفهوم الجمهور، الذي يتم النظر إليه حسي إيريك فوكوير Eric Fouquier إنطلاقاً من مقاربتين أساسيتين الأولى تتمحور حول حتمية التأثير التي يكون فيها المتلقي مجرد مستهدف سلبي لا يحق له إضفاء تعديلات على سيرورة الإتصال، والثانية تلك المتعلقة بالرؤية الإرتباطية أو النسبية التي تتداخل فيها عدة متغيرات أو عوامل لتفسير وتأويل الرسائل الإعلامية إنطلاقاً من شخصية المتلقي وتجاربه المتراكمة، أي أنها تدرس فعل التلقي في حد ذاته.

لكن على الرغم من إختلاف جوهر هاتين المقاربتين، إلا أن المقاربة الثانية تكاد أن تكون غائبة في حقل الممارسات الإعلامية ولكنها حاضرة في بعض الحقول الأكاديمية، خاصة تلك المتعلقة بأعمال مدرسة Palo Alto حول الإتصال التفاعلي والأبحاث المنجزة في ألمانيا حول جمالية التلقي.

إنطلاقاً مما سبق يتم تقسيم مجال البحث في ميدان التلقي إلى أربعة أقسام هي كالتالي:

1- وائل بركات، لطيفة برهم، نضال القصيري، مرجع سابق، ص 144.

2- فاطمة بومعزة، مرجع سابق، ص 187.

01- التلقي من منظور القيام بالفعل:

يعني التلقي من هذا المنظور أن هناك تسلسل من الأفعال المنجزة، فالمتلقي عندما يواجه مباشرة رسالة معينة (ورقة كتابين شريط فيلم، ملصقات، صور منشورة.. إلخ) فهنا لا توجد معاني ولا أثر للمعاني لكن هناك أشكال، أصوات ورموز يعمل وعي المتلقي حينها على تشفيرها وتقديم دلالات حسب ما هو مخزن لديه في ذاكرته، وبالتالي نستنتج أن تعاقب الأفعال يساعد على تكوين معاني تلك الأشكال أو الرموز التي تلقاها من وسائل الإعلام، فالتلقي هنا يشكل نشاطاً أساسياً لتكوين المعنى نتيجة لإستقبال أشكال مختلفة من الرسائل، كما يلعب الإنتباه دوراً هاماً في هذه المرحلة، حيث يقوم المتلقي بإختيار وإقصاء الأفكار وذلك من أجل الفهم وهذا يرتبط بالدرجة الأولى بنوعية الموضوعات التي يستقبلها المتلقي، ويقوم بملء ما لم يتم التصريح عنه ضمن الرسالة بما هو مخزن في ذاكرة المتلقي من معلومات وتجارب شخصية، لأن الرسائل الإعلامية ليست دائماً كاملة وإنما المتلقي هو الذي يقوم بتشفيرها وترجمتها حسب مخزونه المعرفي أو معتقداته أو ميوله.

02- التلقي من منظور معايشة ثلاثة مستويات:

يرتب التلقي في هذا المنظور بالعلاقة التي يقيمها المتلقي مع الرسائل التي يتلقاها وذلك من خلال ما يسمى بعملية المشاركة، وتتم هذه المشاركة من خلال ثلاث مستويات هي كالتالي:

أ- **المستوى الأول:** يرتبط المتلقي في هذا المستوى مع نظام من الرموز الملموسة كالألوان والأصوات مثلاً، إذا يقوم المتلقي هنا بمقارنة كل ما يتلقاه من وسائل الإعلام مع ما هو موجود على مستوى عالمه الحقيقي، علماً أن المحيط الرمزي ما هو إلا محيط تابع للمستوى الثاني (العنصر الموالي)، فهنا المتلقي يستقبل مختلف الأفعال الخاصة عن طريق إدراكه ومراقبته لبيئته.

ب- **المستوى الثاني:** يتم في هذا المستوى إحداث نوع من التفاعل مع الرسالة التي يستقبلها المتلقي، وهذا ما يتعلق بتركيز إنتباهه لما يستقبله عن طريق فهمه لسلوك الشخصيات وإيماءات وجوههم، ومختلف المناظر الموجودة في الرسالة الإعلامية، هنا يصدر المتلقي إستجابة أو رد فعل حسب ما تمليه عليه عملية التشفير التي يقوم بها في ذهنه.

ج- **المستوى الثالث:** يقوم المتلقي في هذا المستوى بعملية مقارنة لما تمت مشاهدته أو الإستماع إليه في المستويين السابقين بما هو مخزن في ذاكرته، وذلك من أجل تقييم ونقد كما ما يتم إستقباله وبعبارة أخرى التعلم لما تم مشاهدته في الرسالة الإعلامية، وذلك من أجل إختيار ما يلائمه¹.

1- بصاني رشيدة، المرجعية المعرفية والمنهجية لنظرية التلقي، مجلة أبحاث، م 2، ع 2، جامعة أحمد بن بلة وهران: وهران، 2014، ص 122.

03- التلقي من منظور التعبير:

كيفما كان شكل الرسالة التي يتم تقديمها للجمهور أو كيفما كانت الوسيلة (المسموع من الراديو، المقروء من الصحف، المشاهد من التلفزيون، المتصفح عبر وسائى الأنترنت... إلخ) فإن موضوع التلقي يختلف باختلاف الدلالات التي يكونها المتلقي نتيجة لتجاربه المتراكمة، وهذا يمكنه من إقامة مقارنات بين كل ما يستقبله وما هو مخزن لديه، وهنا يقوم المتلقي بالتعبير عن كل ما إستقبله بإحداث أو عدم إحداث إنفعالات وإصدار الأحكام، ويتم ذلك من خلال أربعة مراحل يظهر من خلالها المتلقي شرحه وفهمه للنص الإعلامي:

- شكل الموضوع الذي يستقبله والمعرفة التي يكتسبها، هي التي تسمح للمتلقي بمقارنة كل ما يستقبله؛
- فضول المتلقي لفهم معاني الرسالة، يساعده على إكتساب نوعاً من الفائدة التي من خلالها يستيع المتلقي أن يقيم ويحكم هلى ما تتضمنه الرسالة من معاني؛
- المواقف التي يتخذها المتلقي من جراء تلقيه للرسالة، هي الأخرى تدل على المغزى الذي فهمه المتلقي من الرسالة؛
- تلعب آفاق توقعات المتلقي وذوقه دوراً هاماً في شرح وفهم النص الذي يتلقاه.

إذن التلقي من هذا المنظور هو مواجهة صيرورة متسلسلة وذلك عن ريق المقارنة بين الرسالة التي يستقبلها المتلقي وخبرته أو ثقافته، وبالتالي يركز هذا الإتجاه على نقطة مفادها الحكم وتقييم الأذواق الموجودة في النص.

04- التلقي من منظور تشكيل الصور:

يعتبر التلقي في هذا المنظور على انه مجموعة من الأشكال، لأن المتلقي يقوم بوصف وتحويل كما يتم إستقباله في إدراكه إلى أشكال وصور، وبالتالي يؤسس لدلالات مختلفة، ويتم ذلك وفق عمليات متعددة تتعلق بإصدار عواطف مختلفة كالفرح، الحزن، الحماس، الخوف... إلخ، وعملية التشكيل هذه تتداخل فيها تجارب وخبرات المتلقي السابقة، ولفهم كل ما يتلقاه لا بد عليه من بذل مجهود يتعلق بإدراكه لمختلف الأحداث ووضع خاتمة لكل ما يستقبله، تشكل هذه العمليات الحلقة الأولى لتشكيل السلسلة البصرية، كما يشكل الدافع الذي يؤدي بالمتلقي إلى إستقبال الرسالة أهمية تساعد على تشكيل صور مختلفة للرسالة التي يتلقاها، ويمثل هذا الدافع الحلقة الثانية التي تؤدي إلى تشكيل صور مختلفة، إذا يساعد المتلقي على تشكيل دلالات عن ريق ترجمته للنص التي تظهر في شكل رجوع صدى الذي يمثل في حد ذاته الحلقة الثالثة في سلسلة تشكيل الصور، وعادة ما تكون هناك أنواع مختلفة من رجوع الصدى نوجزها فيما يلي:

- الإنفعالات الناتجة من جراء إستقبال النصوص؛
- تطورات أحداث النص التي تحدث بطريقة غير مباشرة تجعل المتلقي يعيش في عالمه الخيالي؛
- معايشة النص وذلك عن طريق إدراكه بطريقة مناسبة مما يؤدي إلى تشكيل آراء مختلفة؛

■ الحوافز التي تؤدي إلى تبني سلوك معين¹.

وتبعاً لما تم شرحه هنا نستنتج أن فعل التلقي من خلال المنظورات الأربعة السابقة التي هي ثابتة في مراحلها ولكنها مختلفة في جوهرها من متلقي إلى آخر، لأن النظريات الحديثة أكدت أن مبدأ الفروق الفردية والتجربة والخبرة المتراكمة للمتلقي تلعب دوراً هاماً في ترجمة دلالات مختلفة باختلاف السياق الذي يتواجد فيه المتلقي ومنه يستخرج كل فرد معاني خاصة به من رسالة واحدة.

II-3 تلقي المحتويات الإعلامية:

قادت المفاهيم التقليدية للإتصال بحوث ودراسات الإعلام في المجتمعات الغربية ثم في جميع أنحاء العالم إلى توجيهين أساسيين، الأول يهتم بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية وما تفعله بالجمهور، والثاني إهتم بما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور أي كيفية إستخدام الجمهور لهذه الوسائل وهو ما يعتبر تحولاً جذرياً من رؤية الجمهور على أنه عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيته على أنه فعال في إنتقاء الرسائل والتعرض للمحتويات التي يفضلها من وسائل الإعلام.

وعلى الرغم من إستقرار نظريات التأثير التي ترجح القوة لوسائل الإعلام لمدة طويلة من الزمن خضعت فيها للعديد من الدراسات التطبيقية والتنظيرية والإفتراضات العلمية لم تتفق فيما بينها على طبيعة الدور الذي يقوم به المتلقي في تعاطيه مع مضامين وسائل الإتصال، وهو ما يعود لعديد من الأسباب أهمها الفوارق الزمنية بين هذه النظريات وما صاحب ذلك من تطور سواء على مستوى وعي الجماهير أو على مستوى تكنولوجيا وسائل الإتصال وما وفرته من خيارات متعددة أمام الجماهير والتي ساهمت في عدم وقوعها أسيرة مضمون واحد يملك التأثير الأكبر على إتجاهاتهم وآراءهم.

وبالتوازي مع التطور الحاصل في مفهوم الجمهور في نظريات الإتصال كانت الدراسات الثقافية تنحوا منحى مماثلاً في البحث عن صيغة جديدة لعلاقة المتلقي بالنص، وذلك بعد سنوات طويلة ظهرت خلالها عدة نظريات نقدية سعت إلى مقارنة النص الأدبي من عدة زوايا، بدءاً بالكاتب وعلاقته بمحيطه الأسري والمجتمعي وخصائصه الشخصية، ثم تحولت إلى دراسة النص بعيداً عن كاتبه والعوامل التي أثرت على خروجه بهذه الصورة، حتى إنتهت عند القارئ بوصفه مشاركاً في صناعة المعنى ومبدعاً لها².

1- حنان شعبان، تلقي الإشهار التلفزيوني، ط 1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع: الجزائر، 2011، ص 55-58

2- عثمان فكري، مرجع سابق، ص 120.

II-4 ماهية الشبكات الاجتماعية الرقمية:

إن مفهوم الشبكات الاجتماعية كان يتحدث في البدء عن مفهوم إجتماعي، ومع تقدم تكنولوجيا الإتصال والتواصل، طُبّق هذا المفهوم على الشبكات الاجتماعية الرقمية المنتشرة على الأنترنت، حيث إن مفهوم نظرية الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر علم الاجتماع هي "بناء إجتماعي Social Structure" مكون من أفراد أو جماعات مرتبطة ببعضها من خلال علاقة إعتمادية أو أكثر، مثل علاقة صداقة، قرابة أو تجمعهم أمور مشتركة أو إهتمامات متشابهة، سواء كانت تلك الإهتمامات عقدية، إقتصادية، إجتماعية أم سياسية".

الفرد ضمن هذه الشبكة له قيمة إجتماعية وهي قيمة ما يمثله ككيان في الشبكة وكيف يؤثر ويتأثر بدوره فيها، وقد طُرحت هذه النظرية لأول مرة عام 1800م من قبل "إيميل درنكهام و فرناند تونيس" حيث ناقشوا لأول مرة وجود الفرد ككائن مستقل أم كجزء ضمن شبكة المجتمع، وإن المجتمع الحديث يتكون من كتلة عضوية واحدة والتي تنشأ نتيجة العلاقات والروابط بين أفراد مختلفين في التصرف والعادات ولكن تجمعهم شبكة المجتمع الواحد الذي يتعايشون فيه.

ثم أضاف عليها "جورج سيمل" عام 1908 مبدأ التفاعل والترابط بين وحدات الشبكة والذي يعتمد على حجمها، ليأتي "مورينو" ويعمل على تحليل تواصل الجماعات الصغيرة ضمن شبكة مجتمع المدارس والجامعات¹، وفي سنة 1954 قام عالم الأنثروبولوجيا ج.آ. بارنز بتشكيل مصطلح الشبكات الاجتماعية حيث عرفها بأنها "مجموعة الوحدات Nodes التي تربط البنية الاجتماعية من أفراد ومنظمات في نسيج واحد متكامل، تعكس من خلالها كل العلاقات وتدققاتها في الأوساط المختلفة من (أفراد، جماعات، منظمات، حاسبات آلية... إلخ)²". وطورت بعدها "إليزابيث بوت" نظرية تحليل الشبكات الإجتماعي ذات التوجيه السياسي وتأثيرها في المجتمع الحديث عام 1970.

تطورت هذه النظرية بإضافة البعد الرياضي والتكنولوجي لها منذ بداية سبعينات القرن الماضي، حتى عصر الأنترنت وتطبيق هذه النظرية على الشبكات الاجتماعية الرقمية التي إعتُبرت نوعاً من أنواع التواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد الذين تربطهم علاقة أو روابط إجتماعية، سياسية أو عمل... إلخ³، فأصبحت تُعبّر عن تلك المواقع التي تسمح للأفراد المسجلين فيها من إمتلاك حسابات أو صفحات تُمكنهم من التواصل مع غيرهم من الناس الذين ينتمون إلى ذات الشبكة بدعم من وسائط مختلفة متمثلة في النصوص والصور والفيديوهات.

بدأ إطلاق هذه المواقع في منتصف التسعينات ووصل عددها بنهاية عام 2006 إلى 37 موقعاً، وعند الحث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين هما:

1- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص63.

2- محمود طارق هارون، الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2017، ص17.

3- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص64.

01- مرحلة الجيل الأول للويب (0.1) من 1995 إلى 2000:

يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية الرقمية، وهي التي ظهرت مع الجيل الأول للويب في تسعينات القرن الماضي، من أبرز الشبكات التي تكونت فيها هي شبكة موقع Sixdegrees.com وهو الموقع الذي يمنح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح سيرة حياتهم ومحادثهم العامة وإدراج أصدقائهم وهنا بدأت فكرة قوائم الأصدقاء سنة 1997، لكن بالرغم من أن هذه الخدمة كانت موجودة من قبل في أغلب مواقع المواعدة والتجمعات إلا أن هذا الموقع يمثل أول من ربط بين هذه الميزات أين ظهر كأداة تساعد الناس على الاتصال وإرسال رسائل للغير وكان هذا الموقع قد جذب العديد من المستخدمين على مدار سنتين إثنتين لكنه فشل في أن يكون أداة محتملة للأعمال التجارية لذا تم إغلاق خدماته سنة 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضاً موقع Classmates.com الذي ظهر سنة 1995 وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

شهدت هذه المرحلة ظهور مواقع أخرى من أشهرها أيضاً موقع Live Journal وموقع Cyworld الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات إجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل المعاملات التجارية والمهنية¹. وتجدد الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه الشبكات الاجتماعية الرقمية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تُدرِّد أرباحاً على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء².

02- مرحلة الجيل الثاني للويب (0.2) من 2001 إلى يومنا هذا:

خلال هذه المرحلة بدأت مجموعة من التطبيقات على الويب وخالها تبلورت برمجيات الويب 2 التي إهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة بدرجة كبيرة على التفاعل والاندماج والتعاون في صنع المحتوى، إرتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمة شبكة الأنترنت وتجدد الإشارة إلى أن أكثر الشبكات الاجتماعية الرقمية قد ظهرت خلال المرحلة الثانية، فعندما تأسس موقع Ryze.com سنة 2001 ليساعد الناس على تفعيل أعمالهم التجارية الذي كان اغلب مشتركه مقاولون، تجار ومستثمرون إلى جانب موقع Tribenet و Ryze كان هناك موقع Friendster و Linked.in اللذان يدعمان الإستخدام الشخصي والمهني ولم يستمر منذ ذلك الحين إلى غاية يومنا هذا من هذه المواقع إلا موقع Linked-in، وبالحدوث عن موقع Friendster فقد تأسس سنة 2002 كمكمل إجتماعي لموقع Ryze صُمم للتنافس مع Match.com الذي كان بمثابة موقع ربحي للمواعدة الإلكترونية أين كانت أغلب مواقع المواعدة تركز على تقديم الناس لغيراء يشتركون في نفس الإهتمامات كانت فكرة موقع Friendster قائمة على مساعدة الأصدقاء الحقيقيين باللقاء أصدقاء الأصدقاء الذين قد يكونوا

1- حلمي ساري، التواصل الإجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع:عمان، 2016، ص94.

2- محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعمية الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 2018، ص14.

أحسن من الغرباء، إكتسب هذا الموقع الاخير شهرة واسعة ونمى إلى ما يقارب 300.000 مستخدم حول العالم قبل أن تبدأ الصحافة التقليدية بتغطيته سنة 2003، ثم واجه بعض الصعوبات التقنية والاجتماعية حيث أن خدمات الموقع لم تتحمل معالجة بيانات الموقع التي كانت تشهد نمواً سريعاً وبدأ الموقع يسجل تعثرات ليُحْبَط مستخدموه كما أن هجوم المستخدمين الجدد الذين إلتحقوا بالموقع بعد التغطية الإخبارية أدخل بالتوازن الثقافي وإنهزرت السياقات الاجتماعية داخله، كان التصميم الأولي له يُقَيّد رؤية حسابات أشخاص آخرين من الدرجة الرابعة (أصدقاء أصدقاء الأصدقاء) ولأجل رؤية إضافية بدأ المستخدمون بإضافة معارف وغرباء يبدون في نطاق إهتماماتهم لتوسيع إنتشارهم، البعض بدأ يجمع الأصدقاء على نطاق واسع، وإتجه البعض الآخر إلى إستخدام حسابات وهمية مما دفع بالشركة إلى نفي حقيقة هذه الحسابات الوهمية ما أدى إلى دخولها في مشاكل مع مستخدميها.

يمكن وصف هذه المرحلة بأنها مرحلة إكمال الشبكات الاجتماعية الرقمية في صورتها الحالية وبالرغم من المحاولات العديدة للمصممين في تأسيس مواقع عديدة منذ سنة 2001 إلا أن الباحثين يتفقون على أن التاريخ الفعلي لها كان بإنطلاق موقع My Space سنة 2003، وهو الموقع الأمريكي المشهور الذي أراد أن يلفت إنتباه مستخدمي موقع Friendster المبعدين عنه بعد ظهور الإشاعات ما ساعده على النمو بعد أن تمكن من جمعهم على منصته، وقد كان موقع My Space يتصل بالموسيقيين المحليين ليرى كيف يمكنه دعمهم، لكن تلك الفرق الموسيقية لم تكن السبب الوحيد لنموه إلا أن العلاقة الرمزية بين المعجبين بتلك الفرق الموسيقية هي التي أتت بالنفع للموقع، ولقد بدأ الموقع في النمو أكثر بعد إلتحاق فئة كبيرة من المراهقين سنة 2004 هؤلاء كان لهم أثر كبير في التسويق لموقع My Space ودعوة الأصدقاء له وبدلاً من رفض الموقع للمستخدمين في هذا السن قام مؤسسوا الموقع بتعديل قانون الموقع والسماح للقصر بالإلتحاق به، فبدأت ملامح مستخدمي الموقع تتشكل على ثلاث فئات بارزة هي "الموسيقيين، الفنانين والمراهقين".

إكتسب هذا الموقع شهرة واسعة في أمريكا وفي نفس الوقت ظهرت مواقع أخرى بنفس الخدمات تقريباً في معظم أنحاء العالم نذكر منها موقع Orkut في البرازيل والهند، وموقع Mixi في اليابان وموقع LunarStorm في السويد، وفي هولندا إحتضن المستخدمون موقع Hyves وفي بولندا إنتشر موقع Grono، أما موقع Hi5 فقد تبنته دول صغيرة في أمريكا اللاتينية وأمريكا الجنوبية وأوروبا، وأصبح موقع Bebo يضم مستخدمي المملكة المتحدة، أما نيوزلندا وأستراليا فقد قامت بتبني خدمات الرسائل الفورية التي قدمتها الصين في موقع QQ التي أصبحت أكثر مرئية فيما بعد بعد توسيعها لتشمل خدمة البروفایل ومرئية الأصدقاء، بينما كان منتدى Cyworld الخاص بالكوريين يُسَوَّق له من خلال الصفحات الترتيبية والرفقاء، وبعد إدماج خدمات التدوين أصبحت هذه المواقع أكثر شعبية حيث جذبت العديد من الجماهير على مواقع Xanga، LiveJournal، Vox.

أخذت المواقع السابقة حيزاً كبيراً من الشهرة في جميع أنحاء العالم وأصبحت فكرة الإنضمام إلى شبكة إجتماعية رقمية مألوفة ومُتَبَنِّاة من طرف المحررين في الفضاء الرقمي، ما دفع هؤلاء إلى السعي نحو التسجيل في العديد منها وإختيار الأنسب حسب الخدمات التي تقدمها والكفاءة التي تعمل بها، وعند ظهور book-Face سنة 2004 (الذي سنذكر نشأته في عنصر لاحق من هذه الدراسة) كان من السهل الإنضمام إليه من طرف المستخدمين في جميع أنحاء العالم لأنه تأسس بمقاييس تلائم جميع المستخدمين بجميع الثقافات واللغات وكانت حوادمه ذات كفاءة عالية تسمح بمعالجة بيانات ضخمة دون أن يكون هناك أي عطل أو خلل في الأداء¹.

بالرغم من تعدد الابتكارات في المواقع التشبيكية الإجتماعية خلال المرحلة الثانية إلا أنها لم تشتهر كلها أو لم تستمر كلها رغم أنها كانت من اهم المستحدثات التكنولوجية التي تم طرحها للمجتمعات إلى غاية سنة 2006 وكان ذلك لأسباب تقنية، ونرى اليوم أن التوجه الأكبر أصبح نحو التطبيقات الهاتفية التي أصبحت تأخذ مساحات شاسعة في مجالات إستخدام الفرد للشبكات الإجتماعية على غرار Instagram الذي تم طرحه سنة 2010 على شكل تطبيق قبل أن يتم تصميم موقع إلكتروني خاص به، وطبعاً لم تقتصر تقنية التطبيق على هذه المؤسسة بل تم تبنيها من طرف باقي المواقع مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب.. إلخ، بسبب إنتشار الأجهزة الذكية بين المستخدمين وطرح تقنية الجيل الثالث والرابع لتدفقات الأنترنت عبر العالم.

شهدت هذه المرحلة إقبال الملايين من المستخدمين الذي يتناسب مع إزدياد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم ككل². والجدول الموالي يوضح الفرق بين الويب (0.1) والويب (0.2) كما يوضح اجدول الذي يليه إحصائيات لمستخدمي أكثر الشبكات الإجتماعية الرقمية في العالم إلى غاية سنة 2020:

جدول رقم (07): يوضح الفرق بين الويب (0.1) والويب (0.2)

الخصائص	الويب (0.1)	الويب (0.2)
نمط الإستخدام	قراءة	مساهمات وكتابة وقراءة ورفع ملفات وتحميلها
وحدة المحتوى	الصفحة	الصفحات - المجموعات - المدونات - التعليقات
الحالة	ثابت (أستاتيكي) أو متغير بعض الشيء	متغير ويتم تحديثه لحظياً (ديناميكي)
الإطلاع على المحتوى	عبر المتصفح	عبر المتصفح - الأجهزة المحمولة - قارئ Rss
إنتاج المحتوى	من طرف القائمين على الموقع	من طرف أي شخص مشترك

المصدر: محمد مصطفى رفعت، مرجع سابق، ص 13.

1- بن عمار سعيدة خيرة، تمثلات وإستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الإجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، جامعة مستغانم: مستغانم، 2016، ص110.

2- أحمد قاسمي، سليم جدي، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية: ألمانيا، 2019، ص 47.

الجدول رقم (08) يوضح ترتيب أشهر الشبكات الاجتماعية الرقمية للرباعي الأول (أفريل 2020)

الترتيب	إسم الموقع	التوصيف	تاريخ الإنشاء	عدد المستخدمين النشطين بالمليون
01	الفيس بوك Face book	شبكة تواصل إجتماعي	2004	2498
02	اليوتيوب Youtube	شبكة تشارك ملفات الفيديو	2005	2000
03	الواتساب WhatsApp	شبكة إتصال	2009	2000
04	أنستغرام Instagram	شبكة تشارك الصور	2010	1000
05	تيك توك Tik Tok	شبكة تشارك ملفات فيديو	2016	800
06	سنا بشات Snapchat	شبكة تشارك ملفات فيديو	2011	398
07	تويتر Twitter	شبكة تدوين مصغر	2006	386
08	بنتراسست Pinterest	شبكة تشارك الصور	2011	366

/Source : <https://www.agence90.fr/chronologie-innovations-reseaux-sociaux>

بحسب إحصائيات حديثة بلغ مستخدمي الفيس بوك في 22 دولة من العالم العربي أكثر من 100 مليون مستخدم من بين 1,5 مليار مستخدم حول العالم، وأن 70% من هؤلاء المستخدمين العرب ممن يتراوح عمرهم ما بين 15 إلى 35 سنة. والجزائر هي ثالث دولة عربية في ترتيب أكثر المستخدمين لهذا الموقع¹.

مما سبق يمكننا إرجاع عمر الشبكات الاجتماعية الرقمية إلى عمر الويب نفسه، فمنذ إختراع صفحات الويب الخاصة بشبكة المعلومات بدأت الأفكار تتجه نحو ربط الأفراد من خلال تجمعات إفتراضية إلكترونية، ولم تتوقف عن التطور حيث شهدت ظهور شبكات متخصصة (سيتم تصنيفها في العنصر الموالي لهذه لدراسة) وإذا كانت هذه الشبكات ظهرت لأسباب إجتماعية فإن هناك أسباب أخرى كذلك ساهمت في ظهورها وتطورها مثل الأسباب الإيديولوجية التي تعكس في جوهرها الفكر الليبرالي الذي يرمي إلى حرية الرأي والتعبير والإنتفاع على الثقافات المختلفة في ظل عولمة الأفكار والثقافات، فنجد أن الحكومات التي تقوم بإغلاق هذه الشبكات يواجها الرأي العام الدولي الرسمي والغير رسمي بإستهجان تام، ويُطالب برفع القبضة الأمنية عن الشبكات الإجتماعية الرقمية وإتاحة الحرية للأفراد للتواصل عبرها تدعيماً لمبدأ الحرية الفردية وحرية الرأي.

كما ان هناك أسباب براغماتية ساهمت في نشأة الشبكات الاجتماعية الرقمية تتمثل في الرغبة في تكوين صداقات والحفاظ على الصداقات القديمة بالتغلب على عوائق المكان، حيث كان السبب الرئيسي لنشأة الفيس بوك هو تخوف مؤسسها من أن يفقد أصدقائه بعد الغنتهاء من الدراسة الجامعية، بالإضافة إلى أن هذه الشبكات تمثل متنفساً للأفراد بعيداً عن الواقع التقليدي إلى واقع آخر إفتراضي يجد الفرد فيه مزيداً من الحرية فضلاً عن ما

1- هاني محمود السيد، الإتصال في الخدمة الإجتماعية، مؤسسة شباب الجامعة: الإسكندرية، 2019، ص 184.

تقدمه من خدمات خاصة بإنشاء الصفحات الشخصية والتجارية ومشاركة الملفات وتنظيم الفعاليات وإدارة المجموعات وتسويق المنتجات¹.

II-4-1 أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية:

إن الشبكات الاجتماعية الرقمية تمكن الأفراد من الإتصال في دوائر متسعة من الوسائط والوسائل بشكل متطور على الدوام، هذا ما يساعد على دمج العديد من الأنشطة المختلفة مثل التراسل Messaging، كتابة اليوميات Diaries، تحميل ألبومات الصور أو ملفات الفيديو والموسيقى، مما أتاح للمستخدمين إمكانية إنشاء المحتويات Creating وتلقيها Receiving في نفس الوقت، كل هذا بأشكال أو أنواع متعددة لهذه الشبكات سنقوم بتصنيفها فيما يلي:

01- شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفيس بوك Face book، ماي سبيس Myspace، لينكد إن LinkedIn، هاي فايف Hi5... إلخ. تتميز بسهولة التواصل مع الآخرين ومعرفة مستجدات الأحداث وتتسم بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحسية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها، هذه الشبكات مكّنت الأفراد من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في الحياة من خلال مشاركتهم في تغذية المحتوى من خلال صناعة وإدارة ما ينشرونه وجعلهم أكثر تفاعلاً ومشاركة في مختلف القضايا. ومثل هذه الشبكات يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتاً طويلاً جداً في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل يستطيع الشباب التعبير عن آرائهم وتبادل الخبرات والإسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والإقتصادية لمجتمع اليوم (سيتم التفصيل في هذا النوع لاحقاً).

02- المدونات:

تعتبر المدونات يومية شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تمكن الفرد من كتابة المعلومات والآراء الشخصية، وأول مدونة من هذا الصنف كانت قد أُسست على الأنترنت سنة 1994 وهي منسوبة إلى صاحبها "دايف وينر" الذي كانت مهنته مبرمجاً لأحد البرامج الإلكترونية الأكثر شيوعاً تحت إسم منيلا.

تُعرّف المدونة على أنها تطبيق من تطبيقات الأنترنت تعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صورها عبارة عن صفحة ويب على الشبكة تظهر عليها تدوينات (مدخلات من المعلومات) مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات

1- إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 2016، ص 40.

القديمة ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، تمكن القارئ من الرجوع إلى التدوينية في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة كما تضمن ثبات الروابط وتحويل دون تحللها¹. تعتبر مدونات الأنترنت واحدة من أهم تطبيقات وسائل الإعلام الجديد، يمكن توصيفها كصحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين، ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية ويتم النشر فيها بالنصوص والصور والفيديوهات والصوتيات، وتحمل وصلات لمدونات أخرى، أهم المواقع التي قدمت خدمة التدوين نجد: (LiveJournal, Blogger, ExpressionEngine, OpenDiary, TypePad).

من أهم السمات والخصائص التي تقدمها خدمة المدونات نذكر:

- يمنح القدرة للأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بكل سهولة ومجاناً؛
- تعتمد على الجهود الشخصي للمُدوّن حيث يصبح الفرد فيها منتجاً للمحتوى، ولقد ساهمت في ظهور وتعزيز مفهوم صحافة المواطن؛
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام؛
- المدونات نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي؛
- تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الاخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف المواضيع والقضايا التي تمهه؛
- تتميز بإهتمامها بالتأريخ والتوثيق على الأساس الزمني خلافاً عن ما تقدمه المواقع الأخرى².

03- الموسوعات الإلكترونية (الويكي Wiki):

هي مواقع إلكترونية تعاونية يمكن تعديل محتوياتها بواسطة مستخدم الأنترنت المصرح بهم³، وهي عبارة عن مرجع إلكتروني متاح على شبكة الأنترنت مفتوح المصدر، يحتوي على معلومات تتعلق بجميع فروع و أصناف المعرفة المختلفة ولربما تخصص بمجال علمي معين وتتناول دراسته مبدأ علم المقارنة، نشأ أول موقع ويكي سنة 1995 كان الهدف من إنشائها هو تبسيط عملية مشاركة المعلومات من مصادر مختلفة يُلاحظ أنها تتميز بالديناميكية، أشهرها حالياً هو موقع ويكيبيديا Wikipedia إلا أن هناك العديد منها مثل Wikispace، Wetpaint، Wkimedia ... إلخ.

1 - zizi papacharissi, *The blogger Revolution? Audiences as Media producers blogging, citizenship, and the future of Media*, routledge: new yourk, 2007, p30.

2- إكرام محمود سيد عبد الرزاق، معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملي الإنتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية، مذكرة ماجستير، جامعة القاهرة: القاهرة، 2013، ص76.

3 - dictionnaire larousse site : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/wiki/186865> (07/08/2018).

04- المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة دون قيود على المشاركين بإستثناء القيود التي يضعها المسؤولين القائمين عليه من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج، وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل التي طرحتها شبكة الأنترنت تحقيقاً لرغبة الجميع في التعبير عن رأيهم، بداياتها كانت سنة 1995¹.

05- مواقع التدوين المصغر (Microblogging):

يعتبر التدوين الإلكتروني المصغر أحد تقنيات الويب (0.2) وشكل من أشكال التدوين الإلكتروني يسمح للمستخدمين بنشر نصوص ذات مساحة محدودة على الأنترنت، ويُعرّف على أنه خدمة تسمح بنشر فقرات قصيرة من المحتوى الرقمي، ويقوم المدون من خلال هذه الخدمة بإرسال رسائل مختصرة ومركزة لأحداث وأخبار ليشاركها المشتركون معه في نفس التطبيق، تتميز تطبيقات التدوين المصغر أنها سهلة الإستخدام والإنتشار لأن النصوص فيها تُنشر بوسائط فائقة السرعة عبر تطبيقات الحاسب والهواتف المحمولة².

II-4-2 خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية:

تكمن أهمية الشبكات الاجتماعية الرقمية في إتاحة المجال واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية تفيد أن الإنسان بطبعه وفطرته عبارة عن كائن إجتماعي، يتواصل مع الآخرين ولا يمكنه أن يعيش في عزلة عن الناس، وقد أثبتت الكثير من البحوث والدراسات العلمية أن الإنسان لا يستطيع أن يشبع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين، أما الحاجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الإجتماعي، لذا نجد أن هذه الشبكات قد وفرت للمستخدمين مجموعة من الخصائص جعلتها مهمة في حياته وهي:

■ **الشمولية:** حيث ألغت هذه الشبكات جميع الحواجز المكانية والزمانية، وأصبح الفرد في الشرق يتواصل مع الآخر في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة؛

■ **التفاعلية:** توفر هذه الشبكات لمستخدميها مكاناً للتعبير بحرية عن أنفسهم أو ما يدور حولهم والتفاعل مع الآخرين حول مختلف الأحداث التي يقومون بنشرها، وهي بهذا تفتح المجال للفرد أن يكون مُتلقي ومُرسل في ذات الوقت³؛

1- محمد مصطفى رفعت، مرجع سابق، ص 26.

2 - Holotescu, c & Grosseck,G, *Learning to microblog and microblogging to learn : a case study on learning scenarios in a microblogging context*, retroved on : https://www.academia.edu/2755715/Learning_to_microblog_and_microblogging_to_learn_A_case_study_on_learning_scenarios_in_a_microblogging_context (09/08/2018)

3 - Alassiri, A. A., Muda, M. B., Ghazali, R. B., & Ahamefula, U. C. *Usage of social networking sites and technological impact on the interaction-enabling features*. International Journal of Humanities and Social Science, 4(4), 2014, p 49.

■ **تعدد الإستعمالات:** الشبكات الاجتماعية الرقمية سهلة ومرنة يمكن إستخدامها للتواصل بين الأصدقاء وإستخدامها من قبل الطلاب في التعليم والكتاب للتواصل مع القراء... إلخ؛

■ **سهولة الإستخدام:** إن الشبكات الاجتماعية الرقمية تستخدم إضافة إلى الحروف وبساطة اللغة الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل أفكاره للآخرين، وكذلك فهم أفكار الآخرين، كما أن أيقونات هذه الشبكات مصممة بشكل يتناسب مع مختلف المستويات المعرفية أو التعليمية للأفراد¹، ويرى أحمد عبد الغفار في هذا الجانب أنه قد يكون الدخول إلى الشبكات الاجتماعية سهلاً إلا أن إستخدامها بشكل صحيح ليس بتلك السهولة، إذ أن هناك الكثير من حالات الفشل التي صادفها المستخدمين على حساباتهم²؛

■ **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية الرقمية هي إنشاء بطاقة تعريفية ضمن حساب مخصص لك تضمن فيه الشبكة أدنى المعلومات على المستخدم، هذه الخاصية قابلة للتحديث والتطوير على الدوام وتكون فيها المعلومات على شكل نص وصورة غالباً³؛

■ **إقتصادية في الجهد والوقت والمال:** في ظل مجانية الإشتراك والتسجيل نجد أن الجميع يستطيعون إمتلاك حيز على الشبكة وليس ذلك حكراً على أي جماعة دون أخرى⁴. وتشارك الشبكات الاجتماعية الرقمية في توفيرها بعض الخدمات التي تميزها على باقي المواقع مثل:

■ **الملفات الشخصية profile:** من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على إسم الشخص والمعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والإهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لأغلب هذه الشبكات، ويمكن من خلالها متابعة إهتمامات الشخص ونشاطاته⁵.

■ **الأصدقاء والعلاقات:** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، تطلق الشبكات الاجتماعية مسمى "صديق Friend" أحياناً ومسمى "متابع Folwer" أحياناً أخرى وهي تعني أي شخص مضاف لذلك الحساب.

¹ - ياسر نبوي محمود، حاسم محمد جرجيس، تسويق خدمات المكتبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المكتبات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات: (الإمارات العربية المتحدة)، مج4، ع4، 2017، ص121.

² - أحمد عبد الغفارسيوني، الإعلام الرقمي الجديد، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، 2018، ص 116.

³ - ياسر نبوي محمود، مرجع سابق، ص 122.

⁴ - حسين محمود هنيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص 67.

⁵ - ممدوح رضا الجندي، مرجع سابق، ص 169.

■ **المجموعات:** تتيح العديد من الشبكات الاجتماعية الرقمية على غرار الفيس بوك خاصية إنشاء مجموعة إهتمام حيث يمكن للمستخدم إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر الموقع لمالك المجموعة والمنضمين لها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ "المناسبات Events" أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة لحضورها ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين وغيرها.

■ **الصفحات:** إبتدعت هذه الفكرة الفيس بوك وإستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة وحاليا تستخدم في عدة مسادين (فنية، تعليمية، ثقافية، تعبئة ساسية... إلخ)، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث أو يقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن ووجدوا إهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي عن طريق المتابعة أو الإعجاب¹.

■ **الإهتمام:** يتم التشبيك بين الحسابات في هذه الشبكات وفق خاصية الإهتمامات المشتركة بين المستخدمين كالألعاب، الموسيقى، السياسة، الصحة، التعليم، الفنون وغيرها، حيث يتم تسجيل إهتمامات الفرد ثم تقوم الشبكة بإقتراح أو إظهار صفحات أو حسابات تبحث أو تنشر في نفس تلك الإهتمامات وبذلك تتكون المجتمعات المصغرة داخلها².

II-5- تأثيرات الشبكات الاجتماعية الرقمية:

II-5-1 التأثيرات الإيجابية للشبكات الاجتماعية الرقمية:

لا شك ان للشبكات الاجتماعية الرقمية العديد من التأثيرات الإيجابية في الكثير من المجالات وذلك إن أحسن الفرد إستخدامها حيث يكون منها مايلي:

■ في حالة الإستخدام المتوازن تساعد الشبكات الاجتماعية الرقمية بمختلف أنواعها في توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والدولي بصرف النظر على الخلفيات السياسية والإقتصادية والاجتماعية والعرقية والجنسية بين الأفراد، فهي أداة مفيدة وفعالة في تشكيل الأصدقاء الجدد وإحياء الصداقات القديمة التي إنقطع الإتصال بها في وقت مضى، كما يمكن من خلالها التقرب إفتراضياً من الأشخاص الذين لا يمكن مقابلتهم شخصياً؛

■ ساهمت في نقل المعلومات وإنتشارها بشكل سريع جداً وجعلت إستقبالها في غاية السهولة واليسر، ابلاًخص في مجال التعليم الإلكتروني حيث ساعدت على تطوير مهارات التعلم الذاتي والمناقشة عن بعد؛

1- حسنين شفيق، التدريب الإعلامي عبر الأنترنت، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع: (د ب)، 2011، ص 166.

2 - Hawker, Mark.D, *Developer's guide to social programming : building social context using Face book, Google friend connect, and the twitter API*, 1st ed, Addison-wesley professional :Canada, 2010, p25.

- إن توفير خاصية الإتصال عن طريق الصوت والفيديو ساهمت في خفض تكاليف الإتصال خاصة عبر الحدود الدولية التي تكاد تكون بتكلفة مجانية.
- ساهمت في نشر الثقافات المحلية ومكنت من تطويرها كما أنها ساهمت في التقليل من صراع الحضارات من خلال تعزيزها لمفهوم العولمة الثقافية كما أنه بفضلها سيكون ردم الهوة الثقافية الحضارية بين الشعوب ممكناً من خلال التواصل الحر والمفتوح بينهم؛
- خلقت الشبكات الاجتماعية الرقمية العديد من الفرص في الجانب الإقتصادي إذ أنها خلقت وظائف جديدة وكذلك ساعدت في زيادة فعالية التسويق والعلاقات العامة. مما خلق إنتشار كبير للتجارة عبر الأنترنت وتوير وتنمية مفاهيم التسويق الشبكي والحسي كما أنها ساعدت على إنشاء المشاريع الفردية وتشجيع روح المقاولاتية لدى جميع فئات المجتمع خاصة المرأة؛
- أعتبرت الشبكات الاجتماعية الرقمية من أهم وسائل العصر الحالي فعالية في الترويج إذ تستخدمها الشركات والمؤسسات وحتى الأنساق السياسية للترويج لأفكارها وسلعها من خلال العديد من التطبيقات المساعدة عبرها بأفضل أداة وأقل تكلفة وأقل مخاطرة كذلك؛
- تعتبر هذه الشبكات من أهم الأدوات التي يتم عبرها سير آراء الرأي العام لأفراد المجتمع ونسب مصداقية نتائجها تكاد تكون صحيحة بنسبة 90% نظراً لمدى حرية التعبير التي توفرها لمستخدميها؛
- إن تطور التقنيات المستخدمة في هذه الشبكات أدى إلى الرفع من خاصية السرعة في إيصال المعلومة مقارنة بالفضاءات الرقمية الأخرى، أو حتى الأجهزة الإلكترونية التقليدية؛
- التقارب الإجتماعي الرهيب الذي تقدمه هذه الشبكات جعل من العالم أسرة واحدة بعدما كانت الأنترنت قد جمعت في قرية واحدة؛
- قدمت هذه الشبكات خدمات للمؤسسات لإختيار الكفاءات وفتح مجال العمل على المستوى العالمي الذي يستفيد منه الفرد والمؤسسة في آن واحد؛
- إشباع حاجة المستخدم الأساسية للإلتقاء لشخص أو بلد أو مجتمع أو مجموعة ما؛
- توفير خدمة الإشعارات وتدوين المناسبات والمواعيد جعلت من هذه الشبكات بمثابة رزنامة شخصية لكل فرد لديه حساب ضمنها؛

II-5-2 التأثيرات السلبية للشبكات الاجتماعية الرقمية:

- على الرغم من كثرة إيجابيات الشبكات الاجتماعية الرقمية إلا أن إستخدامها لا يخلوا من بعض التأثيرات السلبية عند الإستخدام اللاواعي أو اللاعقلاني لها، ومع الجدول المستمر حول مدى جدوى هذه الشبكات يمكننا أن نتفق على أن هناك أساس يتفق عليه الجميع أن لكل شئ مَبْتَكِرْ جانب سلبي وآخر إيجابي يتوقف على كيفية إستخدام الفرد له، لذا سنذكر فيما يلي بعض الآثار السلبية التي تحدثها الشبكات الاجتماعية الرقمية:

- الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان، فجميع الأشخاص الذين تعرفهم تضيفهم كأصدقاء وهو مصطلح غير دقيق لأن الصداقة تتشكل مع الزمن والمواقف وليس فور نقر زر الموافقة على الطلب؛
- يقلل من مهارات التفاعل الشخصي إذ أن سهولة التواصل عبر هذه المواقع سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه الشبكات، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني حيث أنه في الحياة الطبيعية لا نستطيع أن نتخلى عن محادثة مع شخص ما فوراً وان تلغيه من دائرة تواصلك بضغط زر كذلك؛
- إضاعة الوقت بسبب الخدمات الترفيهية التي تقدمها للمستخدمين التي غالباً ما تكون جذابة لدرجة تنسى معها الوقت، وفي الغالب هذا ما يسبب الإرهاق والتعب والعديد من المشاكل الصحية خاصة على الأطفال والمراهقين في سن مبكرة؛
- قلة استخدام هذه الشبكات لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية؛
- ضياع الهوية الثقافية العربية حيث أن العولمة الثقافية جعلت العديد من الثقافات الغير مرغوبة منتشرة بشكل كبير على الصفحات العربية مثل الثقافة الإباحية وثقافة العنف والتنمر وإرتكاب الجرائم الإلكترونية من قرصنة وسرقة لحقوق ملكية فكرية وغيرها¹؛
- إنعدام الخصوصية والتعدي على الحياة الشخصية للعديد من المستخدمين؛
- إنتحال الشخصيات وتزوير الهويات خاصة مع تقنيات Deep Fake، كما أنها تطور وتحدد من أفكار الجريمة التي أصبحت تسجل نمواً كبيراً في عددها وحتى في كيفية إرتكابها؛
- زيادة مشكلة العزلة النفسية والاجتماعية الناتجة عن إدمان استخدام هذه الشبكات وإنتشار القلق والتوتر والإحباط وتدمير الأفراد من نمط الحياة العادية وتخلخل العلاقات الاجتماعية؛
- ساهمت هذه الشبكات في نشر التطرف والفكر الإرهابي حيث تسعى المنظمات المتطرفة إلى ترسيخ أفكار ممنهجة لدى المستخدمين؛
- تقليص التفاعل الأسري مما خلق تهديداً لإستمرارية ترابط العلاقات الأسرية، حيث يؤدي ما يقضيه الفرد من ساعات طويلة في تصفح هذه الشبكات إلى فتور العلاقة بين أفراد الأسرة الواحدة؛
- عدم القدرة على الخروج من الشبكات حيث خلقت حاجات متجددة لدى مستخدميها سواء من خلال متابعة الأخبار أو الدردشة والتواصل مع الأصدقاء أو التسويق أو غيرها من الحاجات اليومية التي أصبح مستخدم الشبكة غير قادر عن الإستغناء عنها، وحتى ما إذا قرر الخروج منها فإن بياناته الشخصية لن تمحى وبمجرد عودته إليها مرة أخرى سيجد جميع بياناته دون تغيير؛

¹ - فاتن عريفات، إتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في التعليم "دراسة ميدانية على طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية"، مذكرة ماجستير، الجامعة الأردنية:

■ نهاية عصر الخصوصية فالبيانات الشخصية والدقيقة أصبحت متاحة ومكشوفة بل وحياة الأشخاص أصبحت مؤثقة عبر حساباتهم، فكل ما يفكر به الفرد ويكتبه ويشاركه مع أصدقائه أو الصفحات التي يشترك فيها أصبح محل نقاش جماعي مع مجموعة من الأصدقاء، ونوه إلى أن هذه الشبكات تمتلك قواعد بيانات ضخمة وكاملة عن حياة مشتركها.

II-5-3 تأثيرات الشبكات الاجتماعية الرقمية على المراهقين:

بالنظر إلى الخصائص التي تميز الأفراد في مرحلة المراهقة نرى أن استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية من طرف هذه الفئة التي في قيد تشكيل شخصيتها وبناء كيانها في الواقع تتأثر بشكل خاص بهذه الشبكات، إذ يُلاحظ في الغالب إنغماسهم اللامحدود في وسائل التسلية والترفيه التي تضيع وقتهم، فما تتيحها تطبيقات هذه الشبكات من ألعاب وبرامج ترفيهية كفيصل بإثناء المراهق عن ممارسة أي من النشاطات الهامة لبناء الجسم وتعزيز قدراته الذهنية والتواصلية مع المحيطين بهم، إذ أن وسائل الراحة والإمتاع التي وفرتها التكنولوجيا أصبحت سلاحاً ذا حدين إن لم يتم إستخدامها بتوازن ستكون لها عواقب غير جيدة.

ومن أبرز التأثيرات التي يشير إليها الباحثين هي فصل المراهق عن واقعه ونقله إلى واقع وهمي قد يصبح من الصعب عليه التعامل مع متطلبات واقعه بعد التكيف مع ذلك العالم، وبالتالي يفقد المراهق تدريجياً قدرته على التعامل مع الآخرين خاصة مع التعرض لثقافات غريبة وبعيدة عن واقعه ومحيطه فيفقد بذلك قدرته على الموازنة بين الواقع والخيال الذي تنقله إليه هذه الشبكات¹، وفي الجانب الإيجابي نرى أن الشبكات الاجتماعية الرقمية تنقل المراهقين إلى عالم جديد يستقون منه الخبرات الجديدة، ويتعرفون من خلاله على ثقافات مختلفة، إضافة إلى تزويدهم بأفكار جديدة تفيدهم في تعاملهم مع مجتمعهم².

II-6- إدارة المحتوى الإعلامي على الشبكات الاجتماعية الرقمية:

عززت التقنيات المتقدمة ونمو صناعة برمجيات إدارة حسابات الشبكات الاجتماعية الرقمية إنتشار المحتوى الرقمي والرسائل الإعلامية التي تطلقها الكثير من الحسابات المنتمية إلى حسابات المؤسسات العامة والخاصة وكذلك الأفراد، سواء كانت تلك المحتويات على شكل فيديو، صورة، مسموعة أو نصوص، حيث تختص تلك البرامج بإدارة الحسابات وتعديل الصلاحيات والخصائص، مع إمكانية إضافة أو تعديل أو حذف أو متابعة أو مراقبة جميع الإشعارات والأحداث والصدقات، وذلك من خلال برامج تكاملية تستطيع توحيد تلك الحسابات في حساب واحد وبواجهة مستخدم واحدة، ويتزامن مع الحسابات الأخرى ليظهر جميع العمليات التي تحدث في الحسابات المسجلة في هذا البرنامج.

1- فاتن عريقات، مرجع سابق، ص181.

2- حلمي ساري، ثقافة الأنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع: عمان، 2005، ص62.

وببساطة لقد بدأ الجمهور يتعرف أكثر على خياراته المتوفرة فلا يجد نفسه مجبراً أن يستمع إلى أخبار وتقارير قناة معينة لأن الانتقال إلى أخرى بالنسبة إليه هو مجرد كبسة زر ولا يجد ذلك الجمهور والمواطن العادي نفسه ملزماً بالإنتماء الجغرافي لمنظمة ما أو لوطن أو لجماعة، فمن الممكن أن ينتمي إلى أحد آلاف المنظمات أو التجمعات أو الشبكات الإلكترونية التي تحيا في الأنترنت وتنتشر فكرها فيها وتمارس طقوسها الخاصة عبر طيفها وتعطي لمنتسبيها الشعور بالإنتماء ويقابلونها بالولاء والمتابعة.

إن الإمكانيات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الرقمية في نشر المحتوى الإعلامي تختلف في شكلها ومضمونها وخصائصها وطرق نشرها ومتطلبات مشتركها، فبعضها يعتمد على الرسائل المصورة مثل بنتراست وفليكر وأنستغرام، والبعض الآخر يعتمد على النصوص مثل تويتر والبعض يعتمد على الفيديو مثل اليوتيوب والبعض الآخر يشمل جميع هذه الوسائط مثل الفيس بوك، ويبقى الإتفاق واحد في جميع تلك المواقع وهو تحديد الرسائل ومشاركتها من طرف الجميع.

إن إصدار المحتوى الإعلامي في هذه المواقع ينبغي أن يكون واضحاً ومباشراً وموakباً لخصائص تلك الشبكات، إذ أن الإعتماد الأول والأخير لا بد أن يكون على صانع المحتوى الذي هو على دراية تامة بطرق تحويل المعلومات إلى صيغ تناسب تلك الشبكات (140 كلمة في تويتر، مونتاج فيديو ليوتيوب، تقرير مفصل لفيس بوك، صور احترافية لفليكر.. إلخ) كل هذا يجب أن يكون مدعوماً بكافة الإمكانيات التي من شأنها أن توفر الرسالة الإعلامية الاحترافية وتؤدي وظيفتها. فبرامج إدارة المحتوى تساهموتتساعد مديري الشبكات العجتماعية على تحديد أنواع وصيغ المحتوى ورفع مباشرة من البرنامج، كما ان إطلاقه ونشره عبر تلك الشبكات غالباً ما يكون بما يتوافق مع رغبات وإستراتيجيات تلك الشبكات على الصعيدين المهني والفني.

إن محتوى الشبكات الاجتماعية الرقمية ليس مجرد يوميات أو أخبار شخصية يتداولها الأصدقاء فيما بينهم وحسب، بل أصبح ذلك أكبر بكثير إذ دخل مجالات عدة لم يكن متوقعاً أنه يمكن إستخدامه فيها، ونجد أن بعض وسائل الإعلام أصبحت تستخدم هذه الشبكات كمصدر للأخبار ومكان يتم فيه التنبؤ برغبات الجمهور وغالباً ما نجد نفس محتوى القنوات الفضائية الرسمية أو الصحف الورقية أو البث المباشر للراديو على صفحات الشبكات الاجتماعية الرقمية.

وبالرغم من أن الإعلام الإلكتروني يعتمد على الأدوات الإلكترونية من قبيل مواقع الأنترنت والشبكات والهواتف ووسائل الإتصال الحديثة، إلا أن الذي يأتي في المقام الأول هو المحتوى ومن هنا نفهم كيف أن موقعاً مثل اليوتيوب أو الفيس بوك نجحاً بطريقة مذهلة لإعتمادهم على المحتوى الإعلامي والإخباري المنتج من قبل الملايين من الناس حول العالم وباللغات المحلية والأجنبية، إذ أن المواطن العادي أصبح شريكاً للمؤسسات الإعلامية في إنتاج المحتوى ومؤثراً أكثر في بعض الأحيان من تلك المؤسسات لتمييزه بمخاطبة الناس بالوقائع من دون إضافات لذلك إنتشر وتغلغل عبر الملايين من المستخدمين، إذن نستنتج ان المحتوى الإعلامي نصاً كان أم صورة أم فيديو عاملاً هاماً لنجاح المنشورات على الشبكات الاجتماعية الرقمية.

II-6-1 خوارزميات نشر المحتوى الإعلامي على الشبكات الاجتماعية الرقمية:

بالنظر إلى ما أشار إليه الكاتب إيلي بارسر في كتابه "فقاعة الترشيح" نرى أن جميع التفاعلات التي يقوم بها مستخدموا الشبكات الاجتماعية الرقمية من إعجاب ومشاركة، تعليق وتودين، بحث ومشاهدة المحتويات على الأنترنت، وأيضاً تكرار المشاهدات والمدة الزمنية التي يقضيها المستخدم تساهم في بناء قاموس معطيات تعريفي للملفات الشخصية يستخدمها أصحاب هذه الشبكات في عمليات التسويق والإعلان كما تمكنهم من التنبؤ بما تود متابعته عن طريق ما يسمى بالخوارزمية.

نعني بمصطلح الخوارزمية في المعلوماتية وعلوم الحاسبات الرقمية بأنها مجموعة الخطوات المتسلسلة والمحدودة التي تؤدي إلى حل مسألة معينة للوصول إلى نتائج محددة إعتباراً من معطيات ابتدائية، وتنقسم إلى نوعين الخوارزميات غير حسابية وهي أكثر الخوارزميات إستخداماً نذكر منها التي تقوم بمعالجة النصوص وتخزين المعلومات. والخوارزميات الحسابية وهي التي تتعامل مع المقادير الرياضية¹.

مبدئياً الخوارزميات هي عبارة عن برمجيات صُممت لتحقيق مهام محددة، يتم تصميمها بإحدى اللغات البرمجية كمجموعة من التعليمات أو الخطوات المتتابعة التي هدفها ضمان ترشيح مجموعة من الإحتمالات بغرض الوصول إلى هدفها الذي هو بمثابة الوظيفة التي صُممت من أجلها، تشمل في آدائها كافة المهام الحسابية والمنطقية البسيطة منها والمعقدة التي يمكن للحاسب القيام بها من توفير آليات الطرح والجمع إلى فلترة الكلمات التي يقوم مستخدموا الشبكات الاجتماعية الرقمية بإدخالها وربط المعلومات الموجودة في شكل محتويات داخل الشبكات بتلك الموجودة على أجهزة المستخدمين من أجل التوفيق بينهما، كل هذا وآلية تحديث البيانات في إستمرارية داخل خادمت البرنامج لضمان تحيين المعلومات.

يؤكد خبراء الخوارزميات أنها أصبحت كائنات مستقلة موازية للإنسان في التحكم في الفضاء الرقمي، كما يلاحظ هؤلاء أن عملها في غالب الاحيان يخرج عن سيطرة المستخدم ليمتد هذا التحكم حتى على العالم الواقعي، ويراهما البعض الآخر نوع من فيزياء الثقافة ويطرحون مثلاً على ذلك ما تقوم به منصة نيتفليكس جرّاء إستخدامها لخوارزمية الفوضى البراغمية التي مهمتها تحليل ما يدور في عقل المشاهد من خلال رسم خارطة لإختياراته لمعرفة إحتمالات المحتوى الذي قد يود مشاهدته لاحقاً مما يساعدها في توفير هذه الإختيارات.

II-6-2 وظائف الخوارزميات وإستخداماتها على الشبكات الاجتماعية الرقمية:

لا تستطيع الشبكات الاجتماعية الرقمية العمل دون خوارزميات تستخدمها كأدوات لتنظيم المحتوى المتداول عبرها، ويمكننا تصور الدور الذي تقوم به هذه الخوارزميات عندما نعرف أن النشاط الذي نقوم به عند تصفح

¹ - عبد الله بن العزيز الموسى، مقدمة في الحاسب والأنترنت، ط6، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة: (دب)، 2009، ص43.

الإنترنت هو نشاط تهتم به مؤسسات بجدية حيث تقوم العديد من الجهات التي لا نعرفها والتي هي غالباً شركات ذات أهداف تجارية بتجميع معلومات تفصيلية حول تفضيلاتنا من أجل إستخدامها لاحقاً لأغراض تخدمها. تقوم الخوارزميات داخل محركات البحث والشبكات الاجتماعية بوظائف حيوية ويتم عادة تسميتها طبقاً للوظيفة التي صُممت من أجلها، يمكننا تصنيف هذه الوظائف إلى نوعين: وظائف أساسية ووظائف مخصصة، تتعلق الوظائف الأساسية بترتيب البيانات وفق نسق معين يكون لخبراء البيانات دراية تامة بها وتشمل: (الترتيب بالإدراج، الترتيب النوعي، الترتيب بالفرز، الترتيب بالدمج، الترتيب السريع، البحث الثنائي، البحث الأولي الموسع، البحث الأولي المعمق، خوارزمية "لي" التي توفر أقصر الطرق لخروج من المتاهة، خوارزمية ملء الفيضان، خوارزمية الإحتياز الشجري المباشر والسابق واللاحق، الترتيب بالتكويم، هذا إلى جانب خوارزميات أخرى متعلقة بهيكلية البيانات مثل: تنفيذ قائمة مرتبطة، الإدراج في شجرة البحث الثنائية، الإلغاء من شجرة البحث الثنائية، تنفيذ الشكل البياني، تقليل الكومة وتعظيمها¹.

وفيما يلي سنذكر أهم وظائف الخوارزميات المرتبطة بالشبكات الاجتماعية الرقمية:

أ- وظيفة ترتيب نتائج البحث وفقاً لكلمات دالة معينة:

تسمح هذه الخوارزمية بالتعامل مع كميات وفيرة من البيانات التي تتيحها محركات البحث وقواعد البيانات بشكل إنتقائي حيث تستبقي فقط النتائج المرتبطة مباشرة بالكلمة التي يبحث عنها المستخدم، وقد تم تطوير عدد من الخوارزميات التي يمكنها القيام بهذه الوظيفة لتقوم بإنتقاء مصادر البيانات ذات الثقة وفقاً لتوصيات مختصين ثم ينظموها في بناء تراتبي يمثل آلية لربط المحتوى الإلكتروني بكلمات بحث محددة بحيث يبدووا ذا صلة دلالية بالموضوع الذي إختار المستخدم البحث عنه مع ربطه بنماذج من محتوى ذي علاقة، وتستخدم الشبكات الاجتماعية الرقمية هذه الخوارزمية لتشبيك المستخدمين ذووا الإهتمامات المشتركة والذين يبحثون على نفس المعلومات أو الكلمات التي يستخدمونها في عملية البحث واحدة؛

ب- نمذجة شخصيات المستخدمين:

تعني النمذجة ببساطة تصنيف شخصيات المستخدمين وفقاً لنماذج نفسية معينة، وتسترشد الخوارزميات بسلوك المستخدمين التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية للقيام بعمليات التصنيف، ويشمل هذا السلوك نقرات الإعجاب والمشاركة والتعليق والتدوين إلى جانب أنماط التسوق الإلكتروني والمدة الزمنية التي تُستغرق يومياً في عمليات التصفح والتفاعل الشبكي، وتستخدم الخوارزميات هذه المعلومات لبناء نموذج شخصي مفهوم الإهتمامات وواضح المعالم لكل مستخدم بحيث يمكن الوصول إليه بدقة من جانب المعلنين والموسيقين؛

¹ - فاطمة الزهراء السيد، الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي، مجلة لياح للدراسات الإستراتيجية الإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات: الدوحة، 2020، ص101.

ج- خوارزميات الإرهاب:

إن الهدف الأساسي لهذه الخوارزميات هو تتبع أنشطة الشخصيات أو المجموعات ذات الميول الإرهابية والتعصية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال الصفحات المشبوهة والمنشورات التي تستهدف حشد الانصار أو تجنيد المقاتلين ورصد وتحليل العلاقات بين الخلايا النشطة والخاملة ومن ثم التنبؤ بأية عمليات إرهابية محتملة، وتخدم هذه الخوارزميات أجهزة الشرطة والمخابرات في تتبع وضبط المشتبه فيهم أو المتورطين في أنشطة إرهابية؛

د- وظيفة السيطرة والوجيه:

واجهت الشبكات الاجتماعية الرقمية إتهامات قوية لإستخدامها الخوارزميات التي تؤدي هذه الوظيفة لأنها بذلك تتجه لفرض وصاية توجيهية على المستخدمين بغرض التأثير على قراراتهم خاصة تلك المتعلقة بالشأن السياسي، وكدليل على ذلك نرى أن موقع فيس بوك قد اعترف سابقاً ان قام بنشر معلومات مضللة من مصادر روسية على حسابات نحو 146 مليون مستخدم معظمهم في الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد وأثناء الحملة الانتخابية الأمريكية، كما رصد يوتيوب 1108 مقاطع فيديو تحوي معلومات مزيفة وأعلن تويتر عن 36746 حساباً نشر الأكاذيب خلال الفترة نفسها، ويشير المراقبون إلى أن هذه الشبكات تستخدم خوارزميات تساهم في نشر السموم كما تدعم حالة الإستقطاب السياسي في المجتمعات الإنسانية؛

هـ- وظيفة المراقبة:

تقوم هذه الخوارزميات بمراقبة سلوك المستخدمين وتعرف عنهم أكثر مما يعرفونه هم ذاتهم عن أنفسهم، وهي تقوم بذلك برصد شبكة ملاحظة تؤسس لبنية تحتية لمجتمع يخضع جميع أفرادها للتتبع والمراقبة، وعلى الرغم من الهدف الأساسي من هذه الخوارزميات مادي بحت ويعمل على توصيل المواد الإعلانية المناسبة لإهتمامات المستخدمين وتمكين المعلنين من الوصول لجمهورهم المستهدف بشكل أكثر دقة، إلا أن ما يتم تصميمه لتحقيق ذلك يجعل كافة المستخدمين كما لو انهم في سجن كبير لا يشعرون بقيوده ولكن لا يمكن التحرر منه؛

و- وظيفة التنبؤ والنوع:

تعني هذه الوظيفة أن الخوارزميات تستهدف تكوين إستراتيجية سلوكية لكل مستخدم يمكن من خلالها التنبؤ بالمحتوى الذي له القدرة على جذب الإنتباه إلى الدرجة التي أدت لظهور علم جديد يسمى "إقتصاد الإنتباه" ويحدد العلماء ثمانية عوامل غير ملموسة يمكنها مضاعفة قدرة أي منتج على جذب إنتباه المستهلك هي " الفورية، الشخصية، التفسير، الأصالة، الإتاحة، التجسيد، الحماية والحضور".

بناءً على الوظائف المؤداة من طرف الخوارزميات السابقة تقوم الشبكات الاجتماعية الرقمية برسم أطر بيانية تحمل جميع المحددات الشخصية للفرد المستخدم وجميع السلوكيات الافتراضية التي يقوم بها، جميع المعلومات التي يبحث عنها بالمدة التي يستغرقها في تلقيها وعلى هذا الأساس يتم توجيه المحتوى المنشور بها له. إن التغريدات والتعليقات والصور والفيديوهات التي تظهر أمام المستخدم على الشبكات الاجتماعية الرقمية والصدقات التي يتم إقتراحها عليه والإعلانات التي يراها ما هي إلا خوارزميات مطورة بذكاء بحيث تتلاءم مع توجهات المستخدم، وترسم له خريطة تحدد بها كيفية استخدامه لحساباته، مثلاً إذا شاهد المستخدم على اليوتيوب موضوع معين فإن الموقع سيبدأ بإقتراح فيديوهات أخرى حول نفس الموضوع، ومع خوارزميات الفيس بوك فإن عملية التغذية والتحديث تتم بنفس الآلية فهي تُظهر ما يشبه مشاهدات ومتابعات المستخدم في وقت سابق، وفيما يلي شرح لكل من خوارزمية النشر على موقعي الفيس بوك والأنستغرام.

II-6-3 خوارزميات النشر على الفيس بوك:

استقطب موقع فيس بوك إنشائه في فبراير عام 2004 ما يزيد عن 2.1 مليار مستخدم شهرياً، يُمضي الشخص العادي حوالي 35 دقيقةً يومياً في استخدام الموقع، ووفقاً لأحدث الإحصائيات حول إيرادات الشبكات الاجتماعية الرقمية نجد أن فيس بوك قد حقق زيادة في الأرباح بمعدل 47% عاماً بعد عام. إن النجاح الواسع لموقع فيس بوك لم يمنع من حدوث بعض الجدل الذي تمحور بشكلٍ كبير حول خوارزمية الصفحة الرئيسية، قد يبدو الأمر غامضاً بالنسبة لعامة الناس، إذ تقوم الخوارزمية بتحديد الترتيب الذي سيظهر وفقه المحتوى على الصفحة الرئيسية، وبالتالي قدرة الموقع على التحكم في المعلومات التي سيتم عرضها أمام ما يقارب ملياري شخص يومياً.

تقوم خوارزمية فيس بوك بتحديد الترتيب الذي سيظهر وفقه المحتوى في الصفحة الرئيسية للمستخدمين (المحتوى الذي سيراه المستخدم بمجرد تسجيل دخوله إلى الموقع)، تتضمن الصفحة الرئيسية محتوى متنوعاً بما في ذلك المنشورات المطروحة من أصدقاء المستخدم على الموقع، أو المنشورات المطروحة من قبل الصفحات العامة التي يتابعها المستخدم، بالإضافة إلى الإعلانات والمحتويات المقترحة، ووفقاً لفيس بوك فإن الخوارزمية تتضمن نظام ترتيب فردي يعمل على التنبؤ بطبيعة المحتوى الذي قد يفضلّه مستخدمٍ معيّن أكثر من غيره، وبناءً على هذا يتم ترتيب الصفحة الرئيسية. هناك العديد من العوامل التي تؤثر على ظهور المحتوى في الصفحات الرئيسية لبعض المستخدمين بما فيها طريقة عرض المحتوى ونشره بالإضافة إلى النشاطات السابقة للمستخدم.

تعلن شركة فيس بوك على الدوام إحداث تغييرات واضحة في نظام الترتيب الخاص بالخوارزميات التي يستخدمها لإدارة بيانات مستخدميه، وسنقوم فيما يلي بتوضيح كل ما يتعلق بتطور خوارزمياته منذ نشأته، حيث تعرّضت خوارزمية فيس بوك خلال الأعوام الماضية للعديد من الانتقادات لإحتوائها على عيوب برمجية واضحة، وعلى الرغم من أنها تمنح المستخدم تجربة مريحة إلا أنه تم إنتقادها لخلقها نوعاً من الحصر للمعلومات، فهي

تساعد المستخدم في التركيز على المعلومات التي توافق أهواءه بدون التطرق إلى وجهات نظرٍ أخرى، ويرى الكثيرون بأن نظام الترتيب الخاص بالصفحة الرئيسية يمثل مشكلةً نظرًا لأن معظم الأشخاص يستخدمون موقع فيس بوك كمصدرٍ للأخبار والتطورات السياسية.

من الأوقات التي ثار بها الجدل أيضًا مايو عام 2016 حين تبين أن العاملين في فيس بوك يتلاعبون بالطريقة التي تظهر بها أهمّ الأحداث على الصفحة الرئيسية وذلك في محاولة لقمع الإعلام المعارض، وفي سبتمبر من نفس العام تم الكشف عن وجود إعلانات محرّضة قد تم شراءها من قبل شركة روسية من شأنها التأثير على قرارات الناخبين الأمريكيين في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016، ومع بداية 2018 تغير كل شئ إذ نجد أن شركة فيس بوك قد صرّحت عن نواياها بصبّ تركيزها على الحسابات الشخصية أكثر من محتوى الناشر وأعلن مؤسسها مارك زوكربيرغ في الحادي عشر من يناير 2018 بأن فيس بوك يعمل على تعديل خوارزمية الصفحة الرئيسية بطريقةٍ تسمح بإعطاء أولوية الظهور لمنشورات العائلة والأصدقاء عوضًا عن منشورات الصفحات العامة. كما أضاف على موقع فيس بوك قائلاً " سيكون من المتوقع أن ترى المزيد مما ينشره أصدقاؤك وعائلتك والمجموعات مع ظهور أقل للمحتويات من الصفحات العامة مثل المنشورات التجارية والإعلامية" هذا وقد أعاد زوكربيرج التأكيد على التغييرات من خلال آخر إعلانٍ لأرباح الشركة، وقام بمناقشة موضع إهتمام فيس بوك الحالي المتمثل في التركيز على "التواصل الفاعل بين الناس" بدلًا من "الإستهلاك السلبي للمحتوى".

وفقًا للتقديرات فإن التغييرات في الخوارزمية قد أدت إلى تقليص الوقت الذي يتم إمضاؤه في استخدام موقع فيس بوك بما نسبته 5% خلال الربع الرابع من عام 2017، بما يوضّح مدى جدية الشركة في قيامها بإعادة ترتيب الصفحة الرئيسية، وفي أكتوبر 2019 أعلن فيس بوك تغيير جذري آخر على خوارزمياته يعمل على إيصال كل منشور من الصفحات بناءً على مدى إهتمام المستخدمين بالصفحة، وهذا ما أدى إلى تقليل الوصول الطبيعي أكثر بناءً على ذلك، مما يعني أن المنشورات التي كان تظهر للمستخدم من صفحات ذات علاقة بها ولكنه غير مهتم بالتفاعل معها لن تعد تظهر له أو للمستخدمين الآخرين مجددًا.

تطورت الخوارزميات على موقع الفيس بوك منذ 2004 تطورًا سريعًا في إطار سعي أصحاب الموقع جعل الوقت الذي يقضيه الناس عليه أكثر نفعًا وقيمة، إذ أن خلاصة الأخبار الخاصة به لم تكن تظهر عند تأسيسه سنة 2004 ولم تظهر إلا في سنة 2006، وكان أول ظهور لزر الإعجاب في 2007¹، ومن المؤكد أن فيس بوك لم يكن لديه ما يمكن أن نطلق عليه "الخوارزمية" حتى عام 2009، عندما ظهر لأول مرة ترتيب فرز جديد لخلاصة الأخبار يعتمد على شعبية كل منشور وتم حذف خاصية الترتيب الزمني العكسي الذي كان يستخدم في المدونات سابقًا. ثم في سنة 2009 تم تخصيص خلاصات الأخبار والتي أنشأتها برمجة galaxy-brain والتي تحلل عشرات

1 - Alain lefebver, *les réseaux sociaux : de facebook aux nouveaux intranets, la génération des réseaux sociaux*, M21 Edition :Paris, p171.

الآلاف من نقاط البيانات لإطالة كم الوقت الذي يقضيه الأشخاص على المنصة، لأنه كلما زاد وقت النظر للمنصة زادت رؤية المزيد من الإعلانات وزادت بدورها أموال المساهمين في فيس بوك.

في سنة 2015 قدّم فيس بوك ميزة "شاهد أولاً/ See First" لجعل المستخدمين هم من يقومون باختيار الصفحات التي يرغبون في رؤيتها في أعلى خلاصات أخبارهم. كما أنهم بدأوا في تقليص رؤية الصفحات التي تنشر كم كبير من المحتوى العضوي الترويجي، وفي سنة 2016 بدأ فيس بوك في إعطاء الأولوية لمنشورات الأصدقاء والعائلة، وكذلك المحتوى "التثقيفي" و "الترفيهي" كما بدأ في قياس قيمة المنشورات بناءً على كم الوقت الذي يقضيه المستخدمون معه وإعجابهم بها ومشاركتهم لها، كما أعطيت الأولوية أيضاً لفيدويوهات البث المباشر إذ كانت تُشاهد 3 مرات أكثر من الفيديو العادي.

في 2017 حدثت بعض التغييرات الكبيرة من بينها حساب الإستجابات (أي القلوب أو الوجه الغاضب) التي تكون أكثر من الإعجابات. كما بدأوا بحساب الفيديوهات حسب معدل الإكمال، وأعلن مارك زوكربيرج بعدها في 2018 كإستجابة جزئية منه للإنتقادات المنتشرة أن خلاصة أخبار فيس بوك قد تغيرت إذ تعطي الأولوية "للمنشورات التي تشعل شرارة المحادثات والتفاعلات ذات المعنى" وكان الهدف من التغيير هو زيادة جودة الوقت الذي يقضيه الأشخاص على فيس بوك بدلاً من زيادة كميته، وكذلك تحمل المزيد من المسؤولية عن كيفية تأثير المنصة على سعادة المستخدمين.

كان للعلامات التجارية على المدى القصير مخاوف منطقية تتعلق بحقيقة أن محتواهم العضوي لن تكون له أولوية الظهور بعد الآن في ترتيبات أعلى في خلاصة الأخبار مقارنة بمنشورات العائلة والأصدقاء والمجموعات، حيث كانت الخوارزمية وقتها مُعدة على إعطاء الأولوية للمنشورات التي تكتسب تفاعلات ذات قيمة عالية (أي التعليقات، والتفاعلات، والردود على التعليقات، وإن كان المنشور تمت مشاركته مع صديق على ماسنجر يُحسب ذلك أيضاً). بعبارة أخرى لكي تحصل العلامات التجارية على الوصول لتكتسب التفاعل كان على منشوراتها أن تكتسب التفاعل بالفعل، ومنذ عام 2019 إكتشفت دراسة واحدة على الأقل أنه برغم زيادة التفاعل بنسبة 50% سنويًا إلا أن الخوارزمية تغيرت أيضًا مما سبب حالة من الشقاق والغضب لدى المستخدمين¹.

II-6-4 خوارزميات النشر على الأنستغرام:

وفقًا لأنستغرام هناك ستة عوامل رئيسية تؤثر على خوارزمية نشر المحتوى على أنستغرام تتمثل في كل من الإهتمامات، العلاقة، التوقيت، التكرار، المتابعة والإستخدام.

ومن الملاحظ من طرف المهتمين في مجال المعلوماتية أن خوارزمية أنستغرام تتغير باستمرار خاصة بعد تحويل ملكيته إلى شركة "فيس بوك"، ووفقًا لكم الهائل من المعلومات الذي تكتسبه في كل دقيقة من كل يوم.

1 - Paige Cooper, *How the Facebook Algorithm Works in 2021 and How to Make it Work for You*, rterover on <https://blog.hootsuite.com/facebook-algorithm/> (07/03/2021).

وخوارزمية الأنستجرام على العموم مصممة لتتنبأ بمدى إهتمام المستخدم بمنشور ما ولا تستند خلاصة الأخبار إلى الأشخاص المتابعين من طرف المستخدم فقط، إذ تعتمد أيضاً على أنواع المنشورات والأشخاص الذين يجهم ويتفاعل مع يومياتهم، وكلما ورد احتمال لدى خوارزمية أنستجرام أن المستخدم سيحب منشور ما، كلما زادت احتمالية ظهوره في خلاصة أخباره، وهذا يعتمد على السلوك السابق له مع محتوى مشابه ورؤية آلية تعمل بالإحتمالات تحلل المحتوى الفعلي لهذا المنشور.

كما تقوم خوارزمية أنستجرام بإعطاء الأولوية لإظهار منشورات الأصدقاء والعائلة والحسابات التي يبدى إهتماماً بها، لذا سيجد المستخدم أنه يتم إظهار ما يريده على حسابه باستخدام الخوارزمية لتفاعلاته وتجميعها معاً لتعرف عن من هم الأقرب إليه وتحدد ميولاته وإهتماماته، وقد شارك "توماس ديمسون" مهندس برمجيات في أنستجرام كيف يمكن للموقع نظرياً معرفة مدى إهتمام مستخدميه بشيء أو شخص ما أكثر من غيره إستناداً إلى كيفية إستخدامه للتطبيق كما يلي:

- الأشخاص الذين يتم تسجيل الإعجاب بمحتواهم (ومن المحتمل أن يضم ذلك القصص وفيديوهات البث المباشر)؛
- الأشخاص الذين تتم مراسلتهم بشكل مباشر؛
- الأشخاص الذين يتم البحث عنهم في خانة البحث؛
- الأشخاص الموجودين في العالم الواقعي والذين تم تسجيل بياناتهم على أجهزة إستخدام الحساب.

هذا يعطي فكرة عن كيفية تأثير سلوك المستخدم في أنستجرام على تحديد إحتمالات المحتوى الذي ترى الخوارزمية أنه سيعجبه إذا شاهده فتقوم بإظهاره له، لذا بشكل أساسي ما يراه المستخدمون على حساباتهم على الأنستجرام ما هو إلا خليط من كل سلوكياتهم على أنستجرام. كعدد الأصدقاء الذين يتفاعلون معهم أكثر من غيرهم، وقصص من التي يشاهدونها، والأشخاص الذين يشيرون إلى بعضهم في الصور واليوميات إضافة إلى نوعية المنشورات التي يقوم المستخدمون بالإعجاب بها وتعليقهم عليها¹.

II-7 أهم نماذج الشبكات الاجتماعية الرقمية:

II-7-1 الفيس بوك Face book:

أولاً: تعريف ونشأة موقع الفيس بوك:

يعتبر موقع الفيس بوك أشهر شبكة إجتماعية نشطة في العالم حالياً، إذ يحتل المرتبة الأولى على عرش جميع الشبكات الاجتماعية الرقمية، إنطلق كنتاج غير مخطط له من موقع "فيس ماش Face Match" التابع للجامعة

¹ - Jillian Warren, *This is How the Instagram Algorithm Works in 2021*, retroved on <https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/> (07/03/2021)

هارفرد، وهو موقع يحمل أساسيات تشغيل موقع Hot or Not الذي يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأفراد من الجامعة وفتح المجال لإختيار الشخص الأكثر جاذبية، ويذكر أن مارك زوكربيرغ إبتكر موقع فيس ماش في 28 أكتوبر 2003، حينما كان مسجلاً في جامعة هارفرد كطالب في السنة الثانية مُستخدماً صوراً خاصة بالطلبة المسجلين بالمدينة الجامعية بعدما قام بإختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد، لذا تم إغلاق الموقع بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفرد، بعدها قام زوكربيرغ بإعادة محاولة تأسيس الموقع لكن هذه المرة تحت إسم "فيس بوك" بمعنى "كتاب الوجوه" على النطاق Thefacebook.com وكان ذلك تحديداً في الرابع من شهر نوفمبر لسنة 2004¹. حالياً يُعتبر الفيس بوك من أشهر الشبكات الاجتماعية الرقمية التي يمكن الدخول إليها مجاناً تُديره شركة فيس بوك ذاتها وهي شركة محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

يشير إسم الموقع "فيس بوك - Face book" إلى معنى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات للأفراد المسجلين به، بداية كان مقتصراً على طلبة الجامعة فقط هدفه السماح لهم بالتواصل فيما بينهم ومساعدتهم في التعرف على أسماء زملائهم في الجامعة، إضافة إلى إبقاء التواصل فيما بينهم بعد تخرجهم مستقبلاً، ثم تم تعميم إستخدامه بعد ذلك للأفراد في جميع أنحاء العالم وقد إرتفع عدد مستخدميه بشكل سريع جداً حيث وصلت سنة 2007 إلى 64 مليون مستخدم وحالياً يضم هذا الموقع 2,5 مليار مستخدم نشط بالعالم² منهم خمسة وعشرون مليون ومئة وأربعون ألف مستخدم نشط (25140000) من الجزائر حسب ما أشارت إليه آخر الإحصائيات لسنة 2020³ (وهذا من بين 44 مليون نسمة أي ما يفوق نصف تعداد السكان لنفس السنة).

يتميز الفيس بوك بتقدم العديد من الخدمات منها مجانية الإشتراك، البحث عن الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم، كما يتمتع الفرد المشترك فيه بوجود صفحة شخصية يقوم بإعدادها حسب ما يشاء دون أي قيود، إضافة إلى السماح له بالتحكم في الأشخاص الذين يود التواصل معهم وتحديد من يمكنه رؤية منشوراته، تكوين المجموعات وإرسال وإستلام البريد بعدة وسائط (صور، فيديوهات، ملفات إلكترونية... إلخ) من الأصدقاء⁴.

ثانياً: سمات موقع الفيس بوك:

يطلب موقع الفيس بوك عند بداية أول إستخدام من المستخدم إنشاء حساب شخصي، يحتوي على المعلومات الأساسية له وهو بمثابة بطاقة تعريفه له داخل هذا الفضاء، أهم هذه المعلومات هي الإسم واللقب وتاريخ الميلاد والجنس والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمدارس والجامعات التي تلقى فيها تعليمه ومكان الإقامة.... إلخ، وغيرها من المعلومات التي تكون إجبارية أحياناً وإختيارية في غالب الأحيان والتي على أساسها

1 - Alain lefevre, *les réseaux sociaux : de facebook aux nouveaux intranets, la génération des réseaux sociaux*, 2008, M21 Edition, paris, p 37.

2 - Ryan Robinson, *the 7 top social media sites you need to care about in 2020*, 2020, from <https://spark.adobe.com/make/learn/top-social-media-sites/> (20-01-2021.)

3 - *internet users statistics for africa*, from <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm> (20-01-2021.)

4- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر: الأردن، 2011، ص169.

يقوم الموقع بعملية تشبيك الحسابات حسب الإنتماءات أو الإهتمامات ويقترح عليك إضافة مستخدمين آخرين تحت مسمى "طلب الصداقة" والذين قد يتشارك معها المستخدم في أحد المعلومات التعريفية التي أدرجها عند بداية التسجيل.

يُمكن الفيس بوك مستخدميه من نشر أفكارهم الخاصة ومشاعرهم وكل ما يودون إيصاله إلى أصدقائهم من معلومات أو أخبار أو مشاركة ذكرياتهم المفضلة، ويفتح مجالاً للتعليق أو المشاركة على هذه المنشورات من طرف الآخرين، كما يمكن تبادل الرسائل الخاصة وتحميل الملفات وإرسالها بين المستخدمين فرادى وجماعة، كما يقوم بعملية النسخ الاحتياطي للصور عن طريق حفظها في ألبومات، كما يمنح الفيس بوك كغيره من الشبكات الاجتماعية الرقمية خاصية التحديث الأوتوماتيكي للمنشورات حتى لو كان حساب الفرد ليس في حالة نشاط أي تيمين ما يحدث في العالم بشكل آلي¹، كما يفتح المجال لمستخدميه بإنشاء مجموعات مغلقة أو مفتوحة وصفحات جميعها تستند إلى الهوايات والإنتماءات الفكرية أو القضايا ذات الإهتمام المشترك، ويوفر ميزة البيع والشراء محلياً عبر متاجر إلكترونية Facebook Marketplace، وفي الوقت الذي يفتح فيه المجال بالنشر والتعليق والتفاعل مع منشورات المستخدمين نجده يوفر خدمة الإبلاغ عن أي إساءة يتعرض لها الفرد في حسابه أو صفحته كما يمكنه من حظر أو حجب المشاركات المزعجة بمفرده، إضافة إلى نقل ومشاهدة مقاطع الفيديو الحية أو المباشرة أثناء التنقل² وغيرها من الخدمات التي يقوم المؤسسون بتطويرها وإبتكارها باستمرار.

يقدم الموقع جميع هذه الخدمات مجاناً لمستخدميه الذين يشترط عليهم أن يكونوا بسن الثالثة عشر على الأقل، ويقوم بجني أرباحه من الإعلانات وتسويق إهتمامات مستخدميهم إلى الشركات الكبرى من خلال البيانات التي يقوم بتجميعها من الملفات الشخصية الخاصة بحساباتهم. كما يتضمن موقع الفيس بوك العديد من الخدمات والسمات التي تميزه على باقي المواقع هي:

1- سمة الحائط Wall: هي عبارة عن مساحة مخصصة في منتصف صفحة الحساب لأي مستخدم تمكنه من متابعة منشوراته وكذلك منشورات الآخرين؛

2- الملفات الشخصية: من خلال الملفات الشخصية يمكن للمستخدمين التعرف على إسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه؛

3- الأصدقاء والعلاقات: هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين ويطلق موقع فيس بوك مسمى صديق على ذلك الشخص المضاف إلى قائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض الشبكات الأخرى تسمية المضاف أو المتابع؛

1- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع:عمان، ص 218.

2- مميزات تطبيق الفيس بوك، متاح على الرابط

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana&hl=en_US&gl=US تم التصفح يوم 2020/11/14.

4- الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أم لم يكن ضمن الأصدقاء؛

5- المجموعات: تتيح الكثير من الشبكات الاجتماعية الرقمية خاصية إنشاء مجموعة إهتمام، حيث تمكن المستخدم من إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الفيس بوك هذه الخاصية لمنح صاحب المجموعة مساحة أشبه ما يكون بمنتدى الحوار المصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بالأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين؛

6- الصفحات: إبتدعت فيس بوك هذه الخدمة أو الخاصية وإستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة، وتقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة خارج حساب المستخدم يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الموضوع التعليمي في حالة الصفحات التعليمية، أو عن الشخص في حالة صفحات الشخصيات المشهورة ليقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا إهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي¹؛

7- سمة النكر pokes: من خلالها يتم تنبيه المستخدمين بعضهم البعض؛

8- سمة الصور Photos: والتي يتمكن من خلالها المستخدم من تحميل وتنزيل الصور والألبومات؛

9- سمة الحالة Status: والتي تتيح للمستخدمين إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم أو ما يقومون به من اعمال في الوقت الحالي²؛

10- سمة التغذية الإخبارية News Feed: تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة كالأعياد والمناسبات الخاصة بالأصدقاء؛

11- سمة اليوميات Stories: وهي تتيح نشر ما يقوم به المستخدم يومياً ومشاهدة ما يقوم به الأصدقاء كذلك، بيانات اليوميات تكون متاحة لمدة 24 ساعة ثم يتم حذفها آلياً؛

12- سمة الألعاب Gaming: اللعب بشكل جماعي مع أي من الأصدقاء على الفيس بوك³.

1- سامي أحمد سليمان شناوي، إستخدام شبكة التواصل الإجتماعي فيس بوك وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، مذكرة ماجستير في علم النفس التربوي، جامعة عمان العربية: عمان، 2013، ص22.

2- عبد الله الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الكتاب الجامعي: الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 81.

3- مصعب حسام الدين لطفى قتلوني، دور مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية: (دب)، 2012، ص94.

II-7-2 الأستغرام Instagram:

أولاً: تعريف ونشأة موقع الأستغرام:

الأستغرام عبارة عن موقع مجاني يقدم خدمة التواصل الإجتماعية على الأنترنيت يعتمد أساساً على نشر وتبادل الصور وتطور ليصبح لمستخدميه بنشر الفيديوهات، تم إنطلاق إستخدام هذه الشبكة في أكتوبر سنة 2010 وقد كانت في بدايتها عبارة عن تطبيق يتم تحميله في الأجهزة الذكية فقط، ولم يكن لديه إمتداد رقمي على متصفحات الأنترنيت (لم يكن موقعاً إلكترونياً في البداية)، أتاح للمستخدمين إمكانية التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي لها ومن ثم مشاركتها مع باقي المتابعين لهم ضمن هذا التطبيق.

بداية كان الأستغرام عبارة عن تطبيق إلكتروني يحمل إسم Burbn تم إنشاؤه من طرف المصممان "كيفن سيستروم" و "مايك كرايغر"، وبعد مدة أدركوا أن هذا التطبيق مشابه جداً لتطبيق Foursquare لذا أعادا تركيزهما ليصبح التطبيق مميزاً وذلك بحصر تقديم خدمة مشاركة الصور فقط وبذلك أصبح أكثر شعبية، وبعد فترة أعاد المصممان تسمية التطبيق إلى إسمه الحالي أنستغرام **Instagram** وهو إسم مركب من كلمتين إثنيتين هما الكاميرا الفورية **Instant camera** وكلمة تيليجرام **Telegram**¹.

تطورت هذه الشبكة من مرحلة كانت فيها عبارة عن تطبيق إلى موقع إلكتروني عبر عدة مراحل وفترات زمنية متفاوتة كما يأتي:

1- البدايات والتمويل والتأسيس 2010-2011: في 05 مارس 2010 تم نشر أول صور تم إلتقاطها من طرف مطوري الموقع بإسمه الجديد أنستغرام، بعدما أصبح تطبيقاً يتم تحميله على متجر آبل ستور في نظام التشغيل IOS، ونذكر هنا أن التطبيق في هذه الحالة هو متاح فقط لمستخدمي أجهزة شركة آبل Appel، بعدها وفي سنة 2011 تم رصد أرباح التطبيق التي وصلت إلى 07 مليون دولار في أقل من سنة ومنذ ذلك الحين إنضم عدد من المستثمرين لتمويل هذا التطبيق لتصل الأرباح سنة 2012 إلى 20 مليون دولار ومن هنا بدأت بوادر نجاح التطبيق تظهر مالياً وتم تقدير نمو أرباحه مستقبلاً إلى 500 مليون دولار.

2- الإستحواذ على التطبيق من طرف شركة فيس بوك 2012-2014 Face book: في 03 أبريل من سنة 2012 أطلق تطبيق أنستغرام منصة على أجهزة الأندرويد وحصل على تحميل أكثر من مليون تحميل في يوم واحد، إضافة إلى أن التطبيق في هذه المرحلة قدم العديد من الخدمات التي قام بتطويرها، وتم إحصاء ما نسبته 80% من مستخدميه خارج الولايات المتحدة الأمريكية وهنا بدأت بوادر إنتشاره عالمياً تظهر للمستثمرين في مجال التكنولوجيا الذين كان مؤسس الفيس بوك أولهم حيث قدّم عرض شراء التطبيق بقيمة واحد مليار دولار نقداً وكحصة من أسهم رأسمال التطبيق، فتمت عملية البيع مع تعهد مارك زوكربيرغ مؤسس الفيس بوك بتطوير

1 - Dan Blystone, *The Story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-Sharing Application*,

<https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>
(07/07/2020).

وبناء أنستغرام بشكل مستقل عن موقعه الأول، وبالفعل ففي نوفمبر 2012 أطلقت أنستغرام ميزة الصفحات الشخصية على موقع الويب بعدما كانت مجرد تطبيق على الأجهزة الذكية، وهكذا سمحت لأي شخص بأن يرى المحتوى المنشور للمستخدمين في صفحاتهم من متصفح ويب مع وظائف ومزايا محدودة¹.

3- إعادة التصميم و طرح تطبيق الويندوز 2015-2017: في شهر يونيو 2015 أُعيد تصميم واجهة المستخدم لسطح المكتب في الويب لتصبح أكثر بساطة بمساحة أكبر للصورة مع مراعاة أن تشبه تصميم التطبيق الموجود على الأجهزة الذكية، وفي سنة 2016 تم تحسين التصميم ليصبح أكثر تفاعلية وراحة للمستخدمين، مُجَرِّد ومختصر وعصري مع أيقونة ملونة وبدأت الإشاعات تظهر حول إعادة تصميمه، وقد قدم الموقع في نفس السنة خاصية الإعجاب بالتعليقات بعدما كانت تحت المنشورات فقط وإمكانية إيقاف التعليقات على المنشورات من طرف المستخدم. كما أضاف أنستغرام خدمة إنشاء مقاطع فيديو مرئية ونشرها وإنشاء خاصية النشر المباشر فرياً وبالمشاركة.

4- تغييرات الإدارة والمزايا الجديدة 2018 إلى يومنا هذا: في أبريل 2018 قدم أنستغرام للمستخدمين إمكانية تحميل أرشيف بياناتهم، إضافة إلى إطلاق خدمة IGTV ليكون تطبيق مشاهدة فيديوهات مدجة في أنستغرام، وخلال نفس السنة طرح المؤسسون مشروع تجربي يتضمن إزالة عدد الإعجابات للمحتوى المنشور للعامية وتم تجريبه على مستخدمين قارة أستراليا لمدة من الزمن إلا أن المعارضة كانت قوية فتم إلغاء هذا المشروع. وفي مارس 2020 أطلق أنستغرام ميزة جديدة سميت بـ Co-Watching تسمح للمستخدمين بمشاركة المنشورات مع الآخرين من خلال الاتصالات المرئية لتلبية لطلب المستخدمين الذين طالبوا بإتاحة فرصة الإتصال الافتراضي مع الأصدقاء والعائلة والمتابعين بسبب إضطرارهم للخضوع إلى بروتوكول التباعد الاجتماعي الذي فرضته الإجراءات الصحيةية جراء إنتشار فيروس كوفيد-19²، وفي أوت 2020 أطلق أنستغرام كذلك ميزة تدعى Reels شبيهة بخدمة شبكة "تيك توك" حيث أضافت منشورات مقترحة للمستخدمين من أجل تقليدها.

ثانياً: مميزات الأنستغرام:

تتأني الشهرة الكبيرة التي أصبح يتمتع بها الأنستغرام والذي تثبتها إحصائيات المتابعين والمستخدمين النشطاء التي بلغ عددهم 1000 مليون مستخدم³ من المزايا والخدمات المفيدة التي يقدمها لمستخدميه والتي نذكرها بعضها فيما يلي:

■ يسمح لأي شخص إلتقاط كمية غير محدودة من الصور على حسب رغبته والقيام بتحميلها في وقت وجيز على حسابه في الأنستغرام؛

1 - Brian Holak, Emily McLaughlin, *Instagram is a free, online photo-sharing application and social network platform that was acquired by Facebook in 2012*, <https://searchcio.techtargget.com/definition/Instagram> (07/08/2020).

2 - (----), *Instagram*, <https://www.computerhope.com/jargon/i/instagram.htm> (07/07/2020).

3 - : <https://www.agence90.fr/chronologie-innovations-reseaux-sociaux/> .

- تحميل الفيديوهات وإرسالها ومشاركتها مع حسابات أخرى ومنصات مختلفة؛
- يمكن المستخدم وضع إشارة أو إحالة إلى الحسابات الأخرى في منشوراته لضمان المشاركة على نطاق واسع؛
- يمكن الأشخاص من القيام بنشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو (تحديث الصورة بأدوات تتيحها أنستغرام)؛
- يسمح الأنستغرام برفع أي كمية من الصور مهما كان حجمها أو مساحتها ما جعل المحترفين وهواة التصوير من إعتباره من المواقع القليلة التي تسمح بنشر صورهم بجودة عالية؛
- تعتبر تطبيق الأنستغرام من التطبيقات المثالية التي تسمح بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو بكفاءة عالية ويسمح لأي نظام فيديو بالعمل ضمن نطاقه وبهذا نستخلص أنه يعمل في أي نظام تشغيل خاص بالأجهزة الذكية؛
- يعتمد البرنامج على خاصية التتبع بحيث يمكن للمستخدمين أن يتبعوا أي شخص لديه حساب على الأنستغرام وتتابع أي تحميلات أو صور أو نشاطات يقوم بها وتظهر في الإشعارات؛
- بعد إمتلاك الفيس بوك لموقع الأنستغرام أصبح هذا الأخير مترابط مع الفيس بوك بحيث يمكن لأي شخص أن يقوم بتحميل أي صور من خلال تطبيق الأنستغرام على الفيس بوك الخاص به بكل سهولة؛
- يحتوي الأنستغرام على عدة خيارات منها حجب بعض الألبومات وإظهار المعلومات الخاصة بصاحب الحساب لأشخاص محددين من طرفه، وبذلك هو يعزز من نظام الخصوصية؛
- يتميز بتصميم فريد وجذاب ويظهر من الواجهة أنه سهل الاستخدام بسبب عدم التعقيد في عدد الأيقونات الموجودة فيه¹.

II-8- تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية:

إن المتتبع لمختلف الدراسات النقدية التي إهتمت بالظواهر الإعلامية والإتصالية في العقود السابقة يلاحظ عدم تناولها للمكانة الهامة التي يحتلها المتلقي في العملية الإتصالية مثل البحوث النقدية لمدرسة فرانكفورت الألمانية التي أعطت أهمية بالغة لعملية التلقي في بعدها المادي فقط، لكن في الآونة الأخيرة ومع التطور الذي تشهده تكنولوجيات الإتصال عامة وبروز الإعلام الجديد بصفته فضاءً إعلامياً إتصالياً مهيمناً وواسع الإنتشار والإستخدام في مختلف المجتمعات الحديثة، ظهرت تغيرات في الرؤى العلمية المفسرة للإتصال وعناصره ووظائفه، إذ أصبحنا نتابع في العديد من الدراسات الحديثة توجهاً بارزاً نحو الإهتمام بالمتلقي في علاقته بالوسيلة الإتصالية دون تجاهل علاقته بمحتوى المادة الإتصالية ضمن مختلف السياقات التي تتم فيها عملية الإنتاج والإبداع، مما دفع بعض المدارس النقدية الحديثة إلى إتخاذ التفاعلية والالتزامية لعملية التلقي في الإعلام الجديد موضوعاً أساسياً وجوهرياً في دراستها للظاهرة الإتصالية وعلاقتها بعمليات صناعة المحتوى الإلكتروني مثل مدرسة "براغ"

¹ - Inês Amaral, *Instagram - social media*, https://www.researchgate.net/publication/303443794_Instagram_social_media (08/08/2020)

التشبيكية التي إرتكز إهتمامها على العلاقة الإرتباطية الموجودة بين المتلقي والخطاب الإتصالي للوسيلة بحيث ترى أن المستخدم للإعلام الجديد عندما يكتب لمستخدم آخر فهو يعتبره أساسى وشريك في بناء خطابه وإنتاج دلالاته، فالخطاب يقدم للمستخدم مجموعة من المعاني يختار منها تلك التي تتضح له وتتجاوب مع قناعاته وإتجاهاته، وليست بالضرورة في المعاني الوحيدة فيه¹.

كما يختلف مستوى ونوعية تلقي المحتوى الإعلامي حسب علاقة المتلقي بمضمونه والتي تتم وتتجسد في الإطار الإنفعالي والفكري والحسي وفي جمالية العرض ونوعية الأداء وأيضاً وفق ذوقه ورصيده المعرفي ومدى فهمه وإدراكه للرموز المشكلة للرسالة.

1- عمر إبراهيم بوسعدة، آليات تلقي الخطاب الإتصالي في الإعلام الجديد (الفاعلية واللاتزامنية)، مجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث: (دب)، 2018، ع02، م02، ص78.

III. المراهقة ونظرياتها المفسرة

للسلوك

- 1-III - نظريات المراهقة.
- 2-III - خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة.
- 3-III - حاجات المراهق.
- 4-III - مفهوم السلوك الإنساني وخصائصه.
- 5-III - الأبعاد الرئيسية للسلوك.
- 6-III - خصائص السلوك الإنساني.
- 7-III - تأثير الشبكات الإجتماعية الرقمية في سلوك المراهق.

III-1- نظريات المراهقة:

تعود الأبحاث الأولى في المراهقة إلى الفيلسوف "أرسطو" الذي دَوّن نمو المراهق الجسمي والنفسي وتطور حياته، إذ أن إستعمال مفهوم المراهقة تبلور إنتشار أثناء القرن الثامن عشر 18م، ونذكر أن أول دراسة منظمة لظاهرة المراهقة كانت على يد "أوسندر" عام 1795م، والبحث عن نظريات المراهقة المختلفة قد يدعوا إلى التضليل أحياناً إذ انه لا يوجد هناك نظرية تتصل بمرحلة المراهقة لوحدها وبصورة مجردة لأن أي مفهوم نظري لمرحلة المراهقة هو في الواقع جزء من فكرة واسعة وسلسلة تتصل بمراحل النمو والتكوين لدى الفرد بصورة عامة، سواء كانت بيولوجية أو نفسية أو إجتماعية، كما أن البعض من هذه النظريات التكوينية أو السلوكية هي جزء متمم للنظريات المتصلة بموضوع الشخصية بصورة عامة فالبعض منها أيضاً قد إنتزع من نظرية عامة ترتبط بتفسير سلوك الإنسان، وأكثر من ذلك ان هذه النظريات هي أقرب للوصف أنها خطط موضوعة بدلاً من أن تضم نظريات عامة وثابتة للفحص العلمي الدقيق¹.

إن الهدف العلمي من عرض هذه النظريات هو محاولة منا لمتابعة الإهتمام العلمي وتوثيق أولى الدراسات حول المراهقة، لذا سنذكر من بين النظريات ما يلي:

III-1-1 النظرية البيولوجية النفسية:

يتزعم هذه النظرية كل من ستانلي هول Stanley hall و فرويد Freud ويستند على التغييرات البيولوجية وعلاقتها بالنضج، فالمراهقة كمرحلة نمائية تعرف تغييرات بيولوجية عميقة وواضحة تنعكس بشكل كبير على سلوك المراهق وعلى نظرة الآخرين له، إنها ميلاد جديد يتسم بالحيرة والضغوط والتغييرات السريعة على حسب رأي "هول"، وهي إعلان بداية الوظيفة الجسمية التناسلية كما يراها "فرويد".

بالنسبة لـ "هول" المراهقة هي عبارة عن مرحلة مهمة جداً في حياة الإنسان قادرة على تغيير مسار حياته المستقبلية فهي الوقت الذي تتحدد فيه الادوار الإجتماعية وتنمو فيه القيم من جديد، بحيث تنمو قدرته على التفكير ويصبح التفاعل مع الأفراد الآخرين أكثر وعياً ونضجاً.

ونجد أن هذه النظرية تركز على المحددات الداخلية للسلوك وتشير إلى أن مخطط التطور للنوع البشري ينعكس في التركيبة الوراثية لكل فرد، التطور يكون من مرحلة التصور إلى مرحلة النضج والمراحل التي مرّت البشرية بها منذ بداية تطورها والتي تركت أثر جيني، وهي تعرف بنظرية الشدة والحنّة حيث تقوم على أساس أن الفرد يلخص في حياته تجربة البشرية كلها من البدائية إلى فترات المعاناة والآلام والجهد إلى المرحلة التي تحققت بالمدنية الغربية، وتعتمد هذه النظرية على أساس بيولوجي وتستند إلى وراثة الخصائص البيولوجية للجنس البشري التي تكمن في

1- نوري المحافظ، المراهق، ط2، المؤسسة العربية للدراسات والنشر: بيروت، 1990، ص207.

تركيب الموروثات، فالطفل حتى الرابعة يمثل المرحلة البدائية "شبه حيوانية" في تاريخ الإنسان، أما المراهقة فهي مرحلة التحول الصعب من البدائية إلى التمدين ومن هنا تأتي العاصفة والمعاناة¹.

تشير هذه النظرية إلى أن المراهقة تمثل مرحلة تغيير شديد مصحوب بالضرورة بالتوترات وصعوبات في التكيف وأن التغييرات الفيزيولوجية تمثل عاملاً أساسياً في خلق هذه التوترات والصعوبات، ويشير إلى المراهقة بإعتبارها فترة ميلاد جديدة لأن الخصائص الإنسانية الكاملة تولد في هذه المرحلة، وأن الحياة الإنفعالية للمراهق تكمن في حالات متناقضة فمن الحيوية والنشاط إلى الخمول والكسل، ومن المرح إلى الحزن ومن الرقة إلى الفضاضة.

كما ان هذه المرحلة تشهد بزوغ أرقى السمات الإنسانية وأكملها وفيها تظهر وظائف هامة لم تكن موجودة من قبل، وتتم كل خطوة إرتقائية بنوع من الإنهيار للجسم والعقل والأخلاق، ويؤكد الجنس تحكمه وتسارعه في مجال بعد مجال ويباشر تأثيره وفاعليته المدمرة من خلال صور عديدة من الرذيلة السرية والمرض.

في حين أن مرحلة المراهقة عند فرويد تتميز بشدة الأعراض العصبية التي ترجع إلى طبيعة النمو الجنسي من الطفولة إلى المراهقة، فالرغبات الجنسية التي كانت قد هدأت أثناء فترة الطفولة تظهر مرة أخرى بقوة عظيمة وتستيقظ الدوافع العدوانية السابقة، وتظطر نسبة من الدوافع الجنسية الجديدة أن تكبت وتظهر في صورة ميول عدوانية هدامة ويزيد من تعقيد الأزمة، كما يُرجع فرويد التقدم البشري والحضاري وإزدهاره إلى السمو بالدافع الجنسي كما الكبت المسرف قد يقود إلى الإستهاء والسخط، بل وإلى الإنتفاض والتحرر في كثير من الأحيان، ونجد أن فرويد يعتبر مرحلة المراهقة المرحلة الأخيرة في عملية النمو النفسي والجنسي.

إن هذه النظرية لا تعطي أهمية كبيرة للعوامل الثقافية إذ تُرجع التغييرات السلوكية للمراهقين إلى تغييرات فيزيولوجية ذات علاقة بوظيفة الغدد. حيث إرتكز هول في نظريته على التصور الدارويني للتطور التي تؤكد أن الإنسان في نموه يعيد تاريخ الجنس البشري، فالطفل الصغير إلى حدود 14 سنة تقريبا يجتاز طور من النمو شبيهة بالمرحلة البدائية في تاريخ الإنسانية لكن معظم المهارات الحسية الحركية في هذا التطور تسعى لحفظ ذاته، وفترة المراهقة بدورها فترة مُماثلة لها في الإنسان إذ يعمل خلالها على الإرتقاء بنفسه من الحياة البدائية إلى صور وأشكال الحياة المجتمعية الأكثر تمدناً².

III-1-2 نظرية النضج:

إن الفكرة الرئيسية عند جيزل تدور حول النضج الذي يعرفه أنه كلمة تُطلق على عمليات النمو التي تتمخض عن تغييرات منتظمة في سلوك الفرد، والتي تكون مستقلة إستقلالاً نسبياً عن أي تدريب أو خبرة سابقة، وهو ما يعني وجود أنماط سلوكية تحدث نتيجة عملية نمو داخلية لا علاقة لها بالتدريب أو أي عامل آخر خارجي، فالجهاز العصبي ينمو وفقاً لخصائصه الذاتية ومن ثم تنشأ عنه أنماط أولية من السلوك، هذه الانماط تحددها عوامل

1- عبد العلي الجسماني، سيكولوجية الطفولة والمراهقة وحققها الأساسية، ط1، الدار العربية للعلوم: (دب)، 1994، ص 63.

2- فطيمة الكونني، المراهقة: تحديدها الزمني والنظريات المفسرة لها، متوفر على الرابط <https://tanja24.com/news29957.html> (2019/09/08).

الإثارة من العالم الخارجي وليس للخبرة أي علاقة خاصة بها، وينفرد جيزل عن زملائه بوصفه لأصناف السلوك عاماً بعد عام والتي تدور حول تحليل مراحل السلوك إلى نتیجتها النهائية. وعلى هذا الأساس فإن جيزل لا يشير إلى المراهقة بصفة عامة بل إلى تذبذبات سنوية بين الصفات السلبية والإيجابية، وتحدد المراهقة في نظره بالمفهوم الجسمي أولاً وفي العمليات الفطرية التي تسبب النمو والتطور المتزامن وفي القابلية على الإستنتاج وفي إختيارات المراهق وفي علاقاته الشخصية مع الآخرين¹.

III-1-3 نظريات التعلم والمراهقة:

كان على رأس أصحاب نظرية التعلم في تفسير ظاهرة المراهقة "هورث" وقد إستمدت هذه النظرية إفتراضاتها من بعض الآراء والأفكار المتعلقة بالتحليل النفسي، الأنتربولوجيا الثقافية وفي علم الإجتماع، وبصورة عامة فإن أصحاب نظرية التعلم لم يعمدوا إلى التمييز بين مراحل حياة الفرد المختلفة ويفسرون ذلك كون أن التعلم عملية إستمرارية وعليه فإن النمو والتنشئة لدى الفرد من المنتظر أن تكون مستمرة ما لم تتعرض إلى التغير الإجتماعي المتوقع.

هذا وإن نظريات التعلم تؤكد على أهمية التعلم المبكر وإنصبت أبحاث أصحابها على دراسة أحوال المراهقين في كثير من الأمور (العدوان والدور الذي تلعبه مجموعة الرفاق في تطوير وتنمية ظاهري احترام الذات وتكوين المواقف فيما بينهم)، ولقد توالى دراسات ميدانية تابعت هذه النظريات المتنوعة من أهمها الجمعية الوطنية للدراسات التربوية في الوايات المتحدة الأمريكية، حيث قامت بنشر دراساتها حول موضوع المراهقة، وتعتبر هذه الدراسات الميدانية في الواقع دراسات طلابية تتسم بالموضوعية والعمق والتحليل الدقيق والتي إهتمت بالمشكلات التي تتصل بنمو المراهق وتطوير شخصيته جسمياً وفسولوجياً وعقلياً وإنفعالياً وإجتماعياً².

III-2- خصائص ومميزات النمو في مرحلة المراهقة:

تتميز المراهقة بتغير متعدد لأبعاد النمو وكذلك إعادة تنظيم العلاقات، وكمرحلة إنتقالية فإن امراهقة تقتضي إعادة تنظيم التوازن بين مختلف جوانب النمو، ويتصف النمو في هذه المرحلة العمرية بميزتين أساسيتين هما "الزيادة" و"السرعة" مما يجعل لها طابعاً خاصاً مميّزاً يجعلها جديدة بالدراسة، مع العلم أن كل مراهق يمر بهذه المرحلة يعتبر وحدة مستقلة له سرعته وتكوينه الخاص ومزاجه الخاص وبيئته الإجتماعية والنفسية الخاصة، وإن أوجه هذا النمو تسير متوازية ومتداخلة ومتشابكة لدرجة يتعذر فصل وجه من أوجه النمو عن الأوجه الأخرى بسبب ترابطها، ولكن إعتاد الباحثون دراسة المراهق بالنسبة لكل ناحية من نواحي نموه بصورة منفردة على الرغم من إيمانهم العميق بتداخل هذه الأوجه وإنعكاس بعضها على بعض.

1- خليفي نجاة، نظرية الضح لأرنولد جيزل، متوفر على الرابط -https://elearning-deprecated.univ-annaba.dz/pluginfile.php/46734/mod_folder/content/0/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B6%D8%AC%20%D9%84%D8%A7%D8%B1%D9%86%D9%88%D9%84%D8%AF%20%D8%AC%D9%8A%D8%B2%D9%8A%D9%84.pdf?forcedownload=1 (07/09/2019)

2- نوري الحافظ، مرجع سابق، ص 265.

وقبل أن نتعرض لخصائص ومميزات النمو في هذا العنصر يجب علينا أولاً أن نذكر التقسيم الذي حدده العلماء لمرحلة المراهقة التي قسمت إلى ثلاث مراحل هي:

❖ المراهقة المُبكرة [من 11 إلى 14 سنة]:

تمتد فترة هذه المرحلة من 11 سنة إلى 14 سنة تقريباً وهي فترة تتزامن مع النمو السريع في الجسم الذي يصاحب البلوغ، وفي هذه المرحلة يهتم المراهق إهتماماً كبيراً بمظهر جسمه وليس بمستغرب أن تسمع من المراهق تعليقات تدل على أنه يكره نفسه وفي هذه السن يمثل ضغط الأقران أهم ما يشغل بال المراهق، لذا يلجأ هذا الأخير إلى التشبه بأقرانه وتقليدهم حتى يكون مقبولاً بينهم، وتتميز هذه المرحلة بجملة من الخصائص أهمها: الحساسية المفرطة للمراهق بسبب التغيرات الفيزيولوجية وهي فترة لا تتعدى عامين، حيث يتجه فيها سلوك المراهق إلى الإعراض عن التفاعل مع الآخرين أي الميول نحو الإنطواء، ويصعب عليه في هذه الفترة التحكم في سلوكه الإنفعالي وهذا ما يسبب له صعوبة في التكيف وتقبل القيم والعادات والإتجاهات داخل الوسط الإجتماعي الذي يعيش فيه، حيث تبدأ في هذه المرحلة المظاهر الجسمية والعقلية، الفيزيولوجية، الإنفعالية والإجتماعية المميزة للمراهقة في الظهور، وتختفي السلوكيات الطفولية، وهذا ما يزيد من حساسية المراهق.

❖ المراهقة الوسطى [من 15 إلى 17 سنة]:

تمتد مرحلة المراهقة الوسطى بين سن 15 و 17 سن تقريباً، أهم سمات هذه المرحلة هو شعور المراهق بالإستقلالية وسعيه لفرض شخصيته الخاصة، وبسبب حاجته الماسة لتحقيق ذاته وإثبات نفسه يصبح المراهق في هذه المرحلة أكثر تصادماً ونزاعاً مع الآخرين خاصة مع الأسرة، حيث يرفض الإنصياع لأفكار وقيم وقوانين الأهل ويُصر على فعل ما يراه مناسباً له، كما تنمو لديه الرغبة في تجريب الكثير من الأمور الممنوعة أو المنبوذة من المجتمع كالتدخين وشرب الكحول والسهر خارج البيت لساعات متأخرة من الليل، مصادقة الأشخاص المشبوهين كل هذا يقومون به كنوع من التحدي للأهل وفرض رأيهم.

يلاحظ كذلك في هذه الفترة إستمرار النمو في جميع مظاهره وبما أن هناك تغيرات فيزيولوجية طرأت على جسمه فإنه يصبح أكثر إهتماماً بمظهرة الخارجي، أما عن النمو الفكري فيستمر بوتيرة أسرع فيصبح أكثر قدرة على التفكير بشكل موضوعي والتخطيط للمستقبل، كما بإمكان المراهق أن يضع نفسه مكان الآخر ويتقمص العديد من الأدوار التي تجذبه¹.

❖ المراهقة المتأخرة [من 18 إلى 21 سنة]:

تعرف هذه المرحلة غالباً بسن اللياقة لأن المراهق في هذه الفترة يحس أنه محل أنظار الجميع ويبدأ بالإتصال بالعالم الجديد، عالم كبار السنة وتقليد سلوكهم، حيث يتجه الفرد محاولاً أن يكيف نفسه مع المجتمع الذي

1- حامد عبد السلام الزهران، علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، عالم الكتب: القاهرة، 2005، ص 331.

يعيش فيه ويوائم بين تلك المشاعر الجديدة وظروف البيئة ليحدد موقفه من هؤلاء الناضجين محاولاً التعود على ضبط النفس والإبتعاد عن العزلة والإنطواء تحت الجماعة¹، يستطيع المراهق في هذه المرحلة أن يعمل بطريقة مستقلة رغم إنهماكه بقضايا تتعلق برسم معالم هويته وشخصيته.

تتسم خصائص هذه المرحل العمرية من حياة الإنسان بأنها غالباً ما تشكل صعوبة إضافية تُضاف إلى تحديات التنشئة التي يمر بها المراهق من الطفولة إلى الرشد، ومن أهم خصائصها نذكر:

III-2-1 الخصائص الإنفعالية:

تتميز فترة المراهقة من الناحية العاطفية أو الإنفعالية بالقلق والإضطراب والتوتر الشديد، بسبب التغيرات التي تنتاب المراهق على المستوى العضوي والنفسي والإجتماعي، ويكون كثير التشنج حينما لا يجد الرعاية المناسبة أو الإهتمام الكافي من الأسرة والمدرسة والمجتمع، ويصنف العلماء مجموعة من الإنفعالات التي ترافق عملية نمو الأعضاء الداخليّة، مثل المشاعر الوجدانيّة، والتغيّرات الفسيولوجيّة والكيميائيّة، بالإضافة إلى تأثيرات العالم الخارجي أو البيئة المحيطة بالمراهقين التي تعتبر من أكثر المثيرات لإنفعالاته، فضلاً عن أنّ المراهقين بشكل عام يكونون أكثر عُنفاً خلال مرحلة المراهقة، كما أننا لا نغفل أهميّة كل من التغيّرات الجسمانيّة ونمو الإمكانات العقليّة في التأثير على هذه الإنفعالات أثناء فترة المراهقة التي تنعكس دائماً على ردود أفعاله كشعوره بالتوتر والحرج أثناء مخالطته للجنس الآخر، ولتأثير طبيعة العلاقات الأسريّة الموجودة بين الأبوين والأخوة والأقارب ونوع التفاعل فيما بينهم أثناء فترة الطفولة و مرحلة المراهقة أثر كبير كذلك على النمو الإنفعالي للمراهق، نضيف أنه يظهر أحياناً نمو إنفعالي ديني لدى المراهقين ممّا يدفعهم للتشكيك بالقيم الدينيّة مع زيادة مشاعر تأنيب الضمير والشعور بالإثم والخطيئة بسبب ما يقوم به من أخطاء قد تكون معارضة للقيم الدينيّة. وعموماً يتصف المراهقون من كلا الجنسين في الجانب الإنفعالي من الشخصية بما يلي:

- سرعة إبداء المشاعر: إن مشاعر المراهقين غالباً ما تتسم بالرقّة وفرط الإحساس، حيث أن الكلمات البسيطة قد تسبب لهم ألماً نفسياً فيتعكر مزاجهم ويشعرون بالأس والقنوط وينعكس ذلك على تصرفاتهم؛
- القابلية الشديدة للإيحاء: فالمراهقون مستعدون للإقتناع بأي شيء مادام يُساق في قالب يُرضي أمزجتهم ومشاعرهم؛
- التمرکز حول الذات: يترجم المراهقون الأحداث حول مشاعرهم الشخصية ويكون إتصالهم بالعالم الخارجي من خلال انفسهم وعبر مشاعرهم الشخصية؛
- التقلب الوجداني: يتقلب مزاج المراهقين بين حالات مزاجية متضاربة دون وجود أسباب وجيهة، وقد يرجع سبب ذلك إلى إختلال الإتران الهرموني في أجسادهم؛

1- خليل ميخائيل معوض، سيكولوجية النمو: الطفولة والمراهقة، مركز الإسكندرية للكتاب: الإسكندرية، 2003، ص297.

- **معدل تغير المواقف:** هناك أربعة تغيرات مصاحبة لمرحلة المراهقة تبدأ بالإنفعالات القوية التي تتوقف حدتها على معدل التغيرات الجسدية والنفسية، وهذه التغيرات السريعة التي تصاحب النضج الجنسي والتي تجعل المراهق غير واثق من نفسه وقدراته وإهتماماته، التغيرات في جسد المراهق وإهتماماته والدور المتوقع منه إجتماعياً، ثم تغير مراكز إهتماماته بسبب تغير نماذج سلوكه الطفلية الأساسية؛
- **النبد الإجتماعي:** إذ أن قبول الرأي النمطي عن المراهق إجتماعياً يقود القائمين على التنشئة إلى الخوف من هذه المسؤولية وإتحاذ مواقف غير متعاطفة نحو سلوك المراهق؛
- **الإبتعاد عن الواقع:** فالطموحات اللاواقعية هي المسؤولة عن الإنفعالات الشديدة في المراهقة، وبقدر ما يزداد الطموح اللاواقعي يزداد الغضب والألم والإستياء؛
- **الإقتراب من الرشد:** عند إقتراب المراهق من السن القانوني للرشد فإنه يكون أكثر قلقاً لخلق الإنطباع بأنه لم يعد مراهقاً، مما قد يقوده للتركيز على السلوك المرتبط بالرشد مثل التدخين أو الإرتباط بالجنس أو السعي إلى الإستقلال المادي.

III-2-2 الخصائص الإجتماعية:

يتميز هذا الجانب من جوانب النمو عند المراهق بالتشعب لكونه لا يقتصر على المراهق وإنما يتعدى ذلك ليُدخل في دائرته أفراد المجتمع وكيف يُؤثر فيهم ويتأثر بهم، فكلما زادت فرصة المشاركة الإجتماعية عند المراهق زادت كفاءته الإجتماعية أيضاً، وتتضح في قدرته على الحوار والمناقشة والمشاركة في الألعاب الجماعية، والمحادثات والحوارات الجماعية الجادة في محيطه والتي بفضلها يكتسب المراهق ثقة بالنفس تتضح جلياً في إترانه وطمأنينته في المواقف الإجتماعية، حيث يتخلى المراهق في هذا الجانب عن التمرکز الذاتي نحو اللاتمرکز بإتساع علاقاته الإجتماعية أي لا يكتفي بتلك العلاقات الأبوية التي كانت تربطه بالأسرة أو علاقات الصداقة والزمانة التي كانت تشده في المدرسة، بل يدخل في علاقات أخرى خارج هذا المجال ويندمج على أساسها في المجتمع ويحضر بجسده في هذا العالم بتجاربه الذاتية والموضوعية .

وأكثر من ذلك يحاول المراهق أن يبتعد أكثر عن أسرته نحو الآخر أو نحو الغير فيندمج في جماعات ديناميكية تعنى بالتنشيط الفني والأدبي والثقافي والرياضي، وينسلخ عن أسرته باحثاً عن الإستقلالية وإمتلاك هويته الشخصية بتحمل مسؤولية نفسه مادياً ومعنوياً.

يشهد هذا الجانب من النمو العديد من التغيرات في مرحلة المراهقة حيث يحاول فيه المراهقون إكتساب الصفات المرغوبة وتجنب الصفات الغير مرغوبة، يتأثر النمو الإجتماعي في هذه المرحلة بالعديد من عوامل التنشئة الإجتماعية غلى غرار الأسرة، المدرسة، الأصدقاء، الحي، المسجد ووسائل الإعلام بما فيها الأنترنت، وتتميز بمجموعة من الخصائص نذكرها فيما يلي:

- يميل المراهق في السنوات الأولى من المراهقة إلى مسايرة المجموعة التي ينتمي إليها، إذ نجده يحاول جاهداً التصرف مثلهم، رغبة منه في الاندماج مع المجموعة على أساس تأكيد الذات، هذه الرغبة في الاعتراف بالمراهق كفرد يعمل وسط جماعة تعود لوعيه الاجتماعي ونضجه العقلي وزيادة خبراته؛
- كلما أخذ المراهق في النمو، بدا في سلوكه الرغبة في تأكيد ذاته، فهو في نظر نفسه لم يعد بعد الطفل الذي لا يباح له أن يتكلم أو يسمع؛
- يسعى المراهق في منتصف مرحلة المراهقة إلى أن يكون له مركز بين جامعته، ومن أجل أن تعترف تلك الجماعة بشخصيته فإنه يميل دوماً إلى القيام بأعمال تلفت النظر إليه؛
- يشعر المراهق في السنوات الأخيرة لمرحلة المراهقة أن عليه مسؤوليات نحو الجامعة التي ينتمي إليها لذلك يحاول جاهداً أن يقوم ببعض الخدمات والإصلاحات بغية النهوض بتلك الجامعة، وعندما لا يجد تقديراً من الجماعة لآرائه وهنا يأخذ في الاعتقاد أن الجماعة تريد تحطيمه؛
- تكرر الصدمات وما يصاحبه من شعور بالفشل يجعل المراهق لا يرغب في القيام بمحاولات للنهوض ومساعدة المجتمع الذي يتعامل معه، ثم بالتدرج يتحول هذا الشعور يزداد بالتدرج حتى يتحول من المجتمعات الصغيرة المتواجدة حوله إلى المجتمع العام¹؛
- **القطام النفسي عن الأسرة:** ينزع المراهقين إلى الإستقلال النفسي على الرغم من عجزهم عن إعالة أنفسهم أو الإستقلال إقتصادياً عن الأسرة، فيلجؤون إلى نقل مجال وجدانهم من مجتمع الأسرة إلى مجتمع الأقران، فيتم فطام المراهقين وجدانياً، حيث أنهم يحرزون مناعة وجدانية ويتمتعون بإستقلال نفسي عن عالم الأسرة، وقد يتسم هذا القطام العاطفي ببعض الملامح العدوانية؛
- **الشغف بالتعاون والعمل في فريق:** تعتبر المراهقة أولى مراحل تكوين الشخصية الاجتماعية، ذلك أن كلا الجنسين يظهرون إستعداداً للتعاون والتآزر والتضحية من أجل المجموعة، فالمراهقة هي مرحلة العمل الجماعي وتوثق خلالها الصداقات والإرتباطات؛
- **البحث عن مثل أعلى من بين الأشخاص المحيطين:** قلما يجد المراهقون مثلهم الأعلى في أحد الوالدين، لكنهم يجدونه في أحد المدرسين أو الفنانين ممن يتابعونهم على مختلف وسائل الإعلام، وعندما يجد المراهقون ذلك المثل أو القدوة فإنهم يتعلقون به في الغالب بشكل كبير جداً؛
- **الإهتمام بالجنس الآخر:** يصبح الجنس الآخر مركز إهتمام المراهقين حيث يعبرون عن إهتماماتهم بوسائل عدوانية دفاعية، فقد يبدوون بإحتقار الجنس الآخر وإغاظته والتهوين من شأنه، ويشتد التنافس بين الجنسين في

1- مسعودة هتهات، المشكلات النفسية والاجتماعية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمى الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، جامعة ورقلة: ورقلة، 2014، ص 32.

المجالات المشتركة، وفي مجال إستحواذ السلطة والزعاماة ضمن المجموعات المشتركة، لكن هذه الظواهر السلوكية لا تعتبر دليلاً على العدائية المستحكمة بل تدل على الإهتمام البالغ بشؤون الجنس الآخر¹.

تتخذ الخصائص السابقة التي تميز الجانب الإجتماعي في نمو المراهق مجموعة من المظاهر جُمعت تحت عنصريين هامين هما: تألف المراهق مع من حوله مثل ميلهم للجنس الآخر، إزدياد شعور الثقة وتأكيد الذات، الخضوع لجماعة الأقران، إتساع دائرة التفاعل الإجتماعي، أو عدم تألفه ونفوره ممن حوله مثل إقامة الحدود بينه وبين بعض الأفراد أو الجماعات التي كان ينتمي إليها أو يتفاعل معها، التمرد، السخرية، التعصب، المنافسة.

III-2-3 خصائص النمو الجسمي الفيزيولوجي:

يعرف النمو الجسماني بأنه مجموعة التغيرات التي تحدث خارجياً لإنسان، مثل تغير طول وعرضه ووزنه، وغيرها من الصفات، وتعتبر التغيرات التي تحدث في جسم الإنسان خلال النمو، مهمة جداً ولها أثرها في تكوين شخصية الإنسان، وغالباً ما تظهر هذه التغيرات بسرعة خلال مرحلة المراهقة، وتبدأ هذه المرحلة لدى الإناث ما بين سن العاشرة أو سن الرابعة عشر، وحتى بلوغ الثامنة عشر، أما لدى الذكور فتبدأ من عمر إثنتي عشرة سنة أو خمس عشرة سنة ولغاية سن العشرين، وهناك عاملان يؤثران على النمو الجسدي: العوامل الداخليّة، وهي الوراثة، والعوامل الخارجيّة، وهي البيئة، وكلاهما مرتبطان أحدهما يؤثر ويتأثر بالآخر.

ويرى خليل ميخائيل معوض أن النمو الجسماني في فترة المراهقة هو عبارة عن تغير للمظاهر الخارجية للجسم أي الشكل والذي تحكمه عوامل داخلية خاصة بالجسم نفسه وأخرى خارجية وبيئية المقصود بها مختلف أنساق المجتمع²، وهناك من يعتبر أن مرحلة المراهقة تمتاز بتغيرات جسمية يمكن أن تُقسّم إلى ثلاث مراحل هي:

1. المرحلة الأولى: فيها يبدأ ظهور المظاهر الثانوية للبلوغ؛

2. المرحلة الثانية: فيها يبدأ إفراز الغدد الجنسية في الأعضاء التناسلية المختلفة عند الذكور والإناث؛

3. المرحلة الثالثة: فيها تصل المظاهر الثانوية لإكتمال نضجها والأعضاء التناسلية لتمام وظيفتها³.

من بين التغيرات الجسمانيّة التي تظهر في هذه المرحلة نذكر زيادة طول الذراعين بسرعة مع زيادة طول الجذع والساقين ونوه أنّ الذراعين عادةً ما تسبق نمو الأرجل، زيادة وزن الجسم بالتزامن مع زيادة نمو العضلات والعظام، تبدأ ملامح الطفولة بالإختفاء ويتغير شكل الوجه قليلاً فيبدو الأنف كبيراً وضخماً، كما يتوسّع الفم وتتصلّب الأسنان، وفي بعض الأحيان يصبح الفك العلوي متقدماً عن الفك السفلي، إلا أنّ كل هذه التغيرات تستقر ويتناسق شكل الوجه عند إكتمال النضج وبلوغ سن الرشد.

1- إبراهيم قشوش، سيكولوجية المراهقة، مكتبة مصر: القاهرة، 1984، ص 175.

2- خليل ميخائيل معوض، مرجع سابق، ص 28.

3- مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، الدار المصرية للطباعة: القاهرة، 1998، ص 284.

لمظاهر النمو الفسيولوجي عند المراهق تأثير كبير على سيكولوجية المراهق، حيث يمر بعدة تغيرات سيكولوجية في الأجهزة الداخلية للمراهق منها نمو الغدد الجنسية حيث يزيد نشاط الغدد الجنسية لدى الإناث والذكور، ويرافقها نمو للأعضاء الجنسية، تبدلات في إفرازات الغدد الصماء حيث تلعب الغدد الصماء دوراً هاماً في التغيرات الفسيولوجية التي تحدث لدى المراهقين، إذ أن الغدد النخامية لها أثر كبير على النمو بشكل عام وعلى هرمونات الغدد الجنسية بالإضافة إلى نمو العظام، مع العلم بأن كلاً من الغدة الصنوبرية والغدة التوتية تَضُمُرن خلال فترة المراهقة، أما الغدة الدرقية فتزيد إفرازاتها خلال فترة المراهقة، ثم تقل عند بلوغ سن الرشد. إضافة إلى بعض التطورات عضوية في الأجهزة الداخلية حيث ينمو القلب عند البلوغ بمعدل أكبر من نمو الشرايين، بالإضافة إلى زيادة طول المعدة وسعتها، مما يؤدي إلى زيادة الشهية للأكل، وخصوصاً لدى الشباب، وأحياناً يحدث العكس لدى الإناث فتقل شهيتهم للطعام. تغيرات جنسية ثانوية مثل التغيرات التي تحدث في الصوت والشكل أثناء فترة المراهقة¹.

III-2-4 خصائص النمو الحركي:

ينمو جسم المراهق خلال المرحلة الأولى من فترة المراهقة بشكل سريع جداً، ونتيجة هذا النمو المتزايد وغير المتوازن، يميل بعض المراهقين إلى الشعور بالكسل والحمول، وقلة النشاط والحركة أيضاً، كما تكون حركاتهم غير دقيقة، وتتميز بعدم اتساقها مع بعضها، فيصطدم بعض المراهقين بكثير من الأشياء أثناء سيرهم، أو قد تسقط الأشياء التي يحملها بين يديه، وبالإضافة لكون التغيرات الجسمانية سبباً في عدم الاتساق الحركي، فإن تعرضه لتعليقات البالغين ونقدتهم، وزيادة المسؤولية الاجتماعية الملقاة عليه، تسبب الشعور بالارتباك وعدم القدرة على الإتران، إلا أن هذه الأعراض تختفي عند الوصول لمرحلة الرشد.

III-2-5 خصائص النمو الاجتماعي:

يتميز هذا الجانب من جوانب النمو عند المراهق بالتشعب لكونه لا يقتصر على المراهق وإنما يتعدى ذلك ليدخل في دائرته أفراد المجتمع وكيف يُؤثر فيهم ويتأثر بهم، فكلما زادت فرصة المشاركة الاجتماعية عند المراهق زادت كفاءته الاجتماعية أيضاً، وتتضح في قدرته على الحوار والمناقشة والمشاركة في الألعاب الجماعية، والمحادثات والحوارات الجماعية المجودة في محيطه والذي بفضلها يكتسب المراهق ثقة بالنفس تتضح جلياً في إترانه وطمأنينته في المواقف الاجتماعية.

يشهد هذا الجانب من النمو العديد من التغيرات في مرحلة المراهقة حيث يحاول فيه المراهقون إكتساب الصفات المرغوبة وتجنب الصفات الغير مرغوبة، يتأثر النمو الاجتماعي في هذه المرحلة بالعديد من عوامل التنشئة الاجتماعية غلى غرار الأسرة، المدرسة، الأصدقاء، الحي، المسجد ووسائل الإعلام بما فيها الأنترنت، وتتميز بمجموعة من الخصائص نذكرها فيما يلي:

1- فهم كليل، أناؤنا وصحتهم النفسية في مراحل العمر المختلفة، مكتبة الأنجلومصرية: القاهرة، 2007، ص 63.

- يميل المراهق في السنوات الأولى من المراهقة إلى مسايرة المجموعة التي ينتمي إليها، إذ نجده يحاول جاهداً التصرف مثلهم، رغبة منه في الاندماج مع المجموعة على أساس تأكيد الذات، هذه الرغبة في الاعتراف بالمراهق كفرد يعمل وسط جماعة تعود لوعيه الاجتماعي ونضجه العقلي وزيادة خبراته؛
 - كلما أخذ المراهق في النمو، بدا في سلوكه الرغبة في تأكيد ذاته، فهو في نظر نفسه لم يعد بعد الطفل الذي لا يباح له أن يتكلم أو يسمع؛
 - يسعى المراهق في منتصف مرحلة المراهقة إلى أن يكون له مركز بين جامعته، ومن أجل أن تعترف تلك الجماعة بشخصيته فإنه يميل دوماً إلى القيام بأعمال تلفت النظر إليه؛
 - يشعر المراهق في السنوات الأخيرة لمرحلة المراهقة أن عليه مسؤوليات نحو الجامعة التي ينتمي إليها لذلك يحاول جاهداً أن يقوم ببعض الخدمات والإصلاحات بغية النهوض بتلك الجامعة، وعندما لا يجد تقديراً من الجماعة لآرائه وهنا يأخذ في الاعتقاد أن الجماعة تريد تحطيمه؛
 - تكرار الصدمات وما يصاحبه من شعور بالفشل يجعل المراهق لا يرغب في القيام بمحاولات للنهوض ومساعدة المجتمع الذي يتعامل معه، ثم بالتدرج يتحول هذا الشعور يزداد بالتدرج حتى يتحول من المجتمعات الصغيرة المتواجدة حوله إلى المجتمع العام¹.
- تتخذ الخصائص السابقة التي تميز الجانب الاجتماعي في نمو المراهق مجموعة من المظاهر جُمعت تحت عنصرين هامين هما: تألف المراهق مع من حوله مثل ميلهم للجنس الآخر، إزداد شعور الثقة وتأكيد الذات، الخضوع لجماعة الأقران، إتساع دائرة التفاعل الاجتماعي، أو عدم تألفه ونفوره ممن حوله مثل إقامة الحدود بينه وبين بعض الأفراد أو الجماعات التي كان ينتمي إليها أو يتفاعل معها، التمرد، السخرية، التعصب، المنافسة.

III-2-5 خصائص النمو العقلي:

- من المعروف أن "جان بياجيه" قد قسّم التطور المعرفي والذهني والذكائي لدى الغنسان إلى أربع مراحل أساسية تبدأ من مرحلة الطفولة إلى مرحلة المراهقة، وقد حددها فيما يلي:
1. المرحلة الحسية – الحركية: من فترة الميلاد إلى سن العامين؛
 2. مرحلة ما قبل العمليات المشخصة: من السنتين إلى سبعة سنوات؛
 3. مرحلة العمليات المشخصة: من سبعة سنوات إلى إثناعشر سنة؛
 4. مرحلة العمليات الصورية: من إثناعشر سنة فما فوق.
- هذا وتتميز مرحلة المراهقة عند "جان بياجيه" بخاصية التجريد والميل نحو العمليات المنطقية والإبتعاد عن الفكر الحسي الملموس العياني، ويعني هذا أن الذكاء المنطقي والرياضي عند المراهق ينتقل من مرحلة العمليات المشخصة

¹ - مسعودة هنتات، المشكلات النفسية والاجتماعية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، جامعة ورقلة: ورقلة، 2014، ص 32.

نحو البناء الصوري المنطقي أو ينتقل من الطابع الحسي نحو الطابع الرمزي المجرد، ويعود ذلك إلى السيورورة الطبيعية للنمو الذهني والمعرفي الذي يتمثل بنموياً مع النمو البيولوجي وتطور المحيط والبيئة، وتعبير آخر يتطور الذكاء عند المراهق باستخدام لغة الرموز والذكاء المنطقي وإيجاد الحلول المناسبة للوضعيات التي يطرحها المحيط الخارجي¹.

أضف إلى ذلك أن المراهق في هذه المرحلة يكتسب آليات الإستدلال والبرهنة والإفترض إستقراءً وإستنباطاً ويحل الوضعيات الرياضية والمنطقية المعقدة، ويميل إلى التفكير الفلسفي والنسقي، ويجعله هذا كله في توازن تام مع الطبيعة أو البيئة المحيطة به، مستخدماً في ذلك مجموعات من العمليات مثل التكيف، التأقلم، المماثلة، الإستيعاب، التوافق، المواءمة، الإنسجام... إلخ.

ويرى "بياجيه" كذلك أن جميع الكائنات الحية لديها قابلية فطرية لإيجاد علاقة توافق أو تكيف مع البيئة من خلال ما يسمى بالتوازن الذي يُقصد به القابلية الفطرية لتهيئة قدرات الفرد وخبراته السابقة لتحقيق أكبر قدر ممكن من التكيف، وتسمى عملية الإستجابة للبيئة طبقاً للبناء المعرفي للفرد بعملية التمثيل التي تعتمد على نوع التفاعل بين البنى المعرفية والبيئة الطبيعية، والبنى المعرفية المماثلة في أي لحظة إنما تشمل ما أمكن للكائن الحي إستيعابه وتمثله، ومن الواضح أنه إذا كان التمثيل هو العملية المعرفية الوحيدة فلن يكون هناك نمو عقلي حيث أن المراهق سوف يعتمد في تمثيل خبراته على الإطار المحدد لما هو مائل في بنيته المعرفية.

مما سبق تأتي العملية الثانية والتي يطلق عليها تسمية المواءمة وهي عملية بواسطتها تكيف أو تتعدل البنى المعرفية ويحدث من خلالها النمو المعرفي، أي أن عملية تمثيل المعلومات تسمح للمراهق أن يستجيب للما يتعرض له في ضوء المعرفة والخبرات السابقة لديه، وبسبب الخصائص الفريدة التي لا يمكن الإستجابة لها في ضوء المعرفة السابقة وحدها فإنه يمكن القول بأن هذه الخبرات الجديدة للفرد تسبب إضطراباً أو عدم توازن في بنائه المعرفي في بادئ الأمر، ثم لا تلبث أن تنسجم وتترن مع البناء المعرفي وبما أن التوازن حاجة فطرية فإن البنى المعرفية تتغير لكي تتواءم مع خصائص الخبرات الجديدة أو المواقف الجديدة، وبالتالي يحدث الإتزان المعرفي، هذا التناقض التدريجي في الإعتماد على البيئة الطبيعية والزيادة في إستخدام القدرات أو البناء المعرفي هو ما يسمى بالإستدخال ومع إستدخال أكبر قدر من الخبرات يصبح التفكير أداة للتكيف مع البيئة².

كذلك يتميز النمو العقلي في مرحلة المراهقة بميل هذا الأخير إلى الإنتباه من حيث المدة والطول والعمق، كما يتبين ذلك عند متابعته لوسائل الإعلام لمدة طويلة علاوة على قدرته على التخيُّل والتخييل والتذكر والإسترجاع والإبداع والإبتكار والميل إلى الشرود وأحلام اليقضة، والإكثار من الإستطلاع. كما أن عالم المراهقة أكثر تناسقاً وانتظاماً وأكثر معنوية وتجريداً مما يسمح للمراهق بالإستمتاع بالنشاط العقلي وقضاء أوقات طويلة في التفكير والتأمل في مسائل معنوية كالخير والفضيلة والشجاعة... إلخ، ويقال أحياناً أن مرحلة المراهقة هي مرحلة الفلسفة

1- جميل حمداوي، المراهقة: خصائصها ومشاكلها وحلولها: متوفر على الرابط <https://app.box.com/s/491zls9c5nz4zibe0xua0yomcy66ibrm>

(2019/10/09)

2- فتحي مصطفى الزيات، الأسس المعرفية للتكوين العقلي وتجهيز المعلومات، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع: المنصورة، 1995، ص189.

المعقلنة فالأسئلة الفلسفية التي يلقيها طفل الرابعة والخامسة من العمر ستشغل ذهنه عندما يكون في مرحلة المراهقة ويبحث فيها بقدرته العقلية.

ومن خلال تفاعل المراهق مع مختلف أفراد مجتمعه وإستخدامه للإمكانيات والقدرات العقلية تتكون إتجاهاته وتبلور، فمن خلال مختلف المواقف التي يجبرها في مجتمعه تتكون إتجاهاته التي تتحكم في سلوكه، لذا نقول أن هذه المرحلة تتسم بقوة الإدراك والملاحظة عند المراهق ونمو قدراته العقلية والمعرفية والكفائية وإتساع دماغه الذهني والعصبي والذكائي وقدرته على التمثُّل والإستيعاب والحفظ والبرهنة والتجريب والتخييل والإبداع والتجريد¹.

تتبين أهمية دراسة جوانب النمو لدى المراهق من خلال مساعدة المراهق على التعرف على مكونات الشخصية، وكذلك معرفة مطالب النمو وحاجاته بالإضافة إلى معرفة ما لديه من قدرات عقلية وفيزيولوجية، التي وإن إشتكت في سماتها العامة بين المراهقين سوف تختلف وتباين بين كل مراهق وآخر أو ما يسمى بالفروق الفردية، والسلوكيات المتعددة تؤدي إلى إختلافات حاجات المراهقين تعدد مطالب جميع جوانب نموه النفسي والإجتماعي والبيولوجي.

III-3 حاجات المراهق:

تعد الحاجات النفسية للمراهق بمثابة الطاقة الدافعة التي تؤدي به إلى حالة من الإستشارة الداخلية فتدفعه وتضطره نحو القيام بعمل أو سلوك من أجل إشباع هذه الحاجات، وحول هذا المعنى تدور تعريفات كثيرة للحاجة منها أن " الحاجة هي ما يشعر به الفرد من ميول ورغبات وأمنيات ومشكلات وما يستطيع التعبير عنه من هذه النواحي"، والحاجات تتشابك وتترابط على المستوى الشخصي والأسري والإقتصادي والإجتماعي أي أنها لا تنشأ أو تتكون بمعزل عن بعضها وإنما في سياق القوى والبنى المتكاملة المشكِّلة لحياة الإنسان، والحاجة تتصل بضرورة ملحة تفرض على الفرد إنجاز نشاط يزيل من توتره أو يخفف منه ليحققها، وفي حال إعتزضت هذه الحاجات عقبات داخلية أي نابعة من مقومات المراهق وصفاته الشخصية أو الخارجية ناتجة عن عرقلة محيطه الإجتماعي سوف تظهر عليه أعراض سوء التوافق النفسي والإجتماعي، خاصة إذا تكرر الفشل في أداء الحاجات الأساسية منها²، ويمكن القول أن إرضاء حاجات المراهق يساهم في حسن التوافق النفسي والإجتماعي والنمو السليم لديه. من بين الحاجات الملحة التي ترافق الفرد في مرحلة المراهقة وتشكل دافعية تجعله يتجه نحو القيام بالفعل أو السلوك من أجل إشباعها ما يلي:

III-3-1 الحاجة إلى إكتشاف وتأكيد الذات:

المراهقة مرحلة جديرة بالعناية إذ فيها يتم إكتشاف الذات ونمو الوعي الذاتي أو الشعور بالذات الذي يعتبر من أهم خصائص المراهقة من وجهة النظر النفسية، ففي أول الأمر نجد أن المراهق يكون شديد الإهتمام بنفسه

¹ - أحمد أوزي، سيكولوجية المراهقة، منشورات مجلة الدراسات النفسية والتربوية: الرباط، 1986، ص23.

² - عبد المنعم الميلادي، المراهقة سن التمرد والبلوغ، ط 1، مركز الإسكندرية للكتاب: الإسكندرية، 2008، ص57.

والمحيطين به وبآبائهم نحوه، فيبدأ برؤية العالم كله خاصة ذاته بعينين جديدتين وي طرح على نفسه العديد من الأسئلة مثل: أي نوع من الأشخاص أنا؟ هل يهتم الآخرون بي؟ هل يحبونني؟ هل انا مرغوب بالنسبة إليهم¹؟ ... إلخ"، ومرحلة إكتشاف الذات هذه قد تحملهم على الظن أن الناس لا يحسنون الظن بهم، وأنهم يحسنون كل ما يقوم به هؤلاء المراهقون خطأ، فمثل هذا المنحى من التفكير قد يكون عامل تشبيط لهم، ونتيجة لعدم تفهم المراهق من طرف محيطه فقد يتعرض إلى حالات نفسية خطيرة منها: العزلة، الفصام، والكآبة والتفكير في الانتحار، لذا ينبغي على الراشدين من حولهم أن يحذروا من تقدم النقد المبالغ والغير بنء حيث تتصف هذه المرحلة كما ذكرنا سابقاً بالحساسية الفائقة والميل إلى العناد فمن المحتمل أن لا يتقبل المراهق ذلك النقد وينحرف سلوكه أحياناً فيحصر ما يسمى بالخروج عن أعراف المجتمع.

بالموازاة مع إكتشاف الذات يسعى المراهق بعدها إلى تأكيد ذاته وإثبات وتحقيق وجوده وإبراز هويته وهي أهم خصائص النمو عند المراهق وفي هذا قال إريكسون "إن تحديد الذاتية وتحقيقها بالنسبة للمراهق يكون أشبه بالمرساة التي تساعد على إستكمال المسيرة نحو أهدافه بطريقة مثمرة"، إذن المراهق بحاجة إلى تأكيد ذاته التي يشعر بتضخمها ونرجسيتها وكبريائها، وعدم تأكيده لها قد يؤدي به إلى التمرد أو الإنصياع أو التهميش، ومن أبعاد تحقيق الذات وتأكيدتها نذكر:

- الذات الواقعية: أي رؤية صورته كما هي في الواقع بمؤهلاته وإمكاناته الفعلية؛
- الذات الإنتقالية: ونقصد بها إدراكه للمرحلة الإنتقالية التي يمر بها بكل خصائصها؛
- الذات الإجتماعية: ويعني معرفة مكانته ودوره ووظيفته الإجتماعية؛
- الذات المثلى: وتتجلى في السعي نحو المثل والأخلاق والمبادئ العليا التي يبني عليها المجتمع.

III-3-2 الحاجة إلى الإستطلاع:

ينمو حب الإستطلاع عند المراهق في الشهر السابع تقريباً ويزداد مع تقدمه في العمر، ويبدو ذلك في محاولاته لإختبار كل ما يقع تحت يديه فكثيراً ما نلاحظه يحاول أن يقبض على أشياء بيده ويتفحصها وكثيراً ما نراه يتطلع إلى الأشياء بعينه ويتبناها، والواقع أنه يحاول بهذا السلوك أن يتعرف على كل شئ جديد في بيئته ويحاول أن يختبره ويبحثه هنا وهناك ليس إلا إشباعاً لحاجاته إلى المعرفة والبحث والإستطلاع وليس إلا رغبة في وجود معنى لما حوله وإكتساب المعارف والمهارات الأساسية لحياته، ويرى "ماكدوجال" أن الذي يجعل المراهق يعث فيما حوله من أشياء هو حب الإستطلاع¹.

1- حفيفة بوزيدي، التلاميذ المراهقون وجهاز MP3، مذكرة لنيل شهادة الماجستير: جامعة الجزائر، 2009، ص72.

1- سماح ضيف الله الأسطل، الحاجات النفسية لدى تلاميذ المرحلة الأساسية بمحافظات غزة: دراسة مقارنة بين المحرومين والغير محرومين من الأم، مذكرة ماجستير، جامعة الأزهر: غزة، 2013، ص75.

ويرى البعض أن المراهق يسعى دائماً إلى الإستطلاع والإستكشاف والبحث وراء المعرفة حتى يتعرف على البيئة المحيطة به، وحتى ينجح في الإحاطة بالعالم من حوله، هذه الحاجة أساسية في توسيع إدراك المراهق وتنمية شخصيته، لذا هو يحتاج إلى تشجيع الكبار وغرس روح الشجاعة فيه.

III-3-3 الحاجة إلى الإنجاز، تجسيد الأفكار وتفعيلها:

عرّف "صامويل" الحاجة للإنجاز على أنها "السعي للوصول إلى مستوى من التفوق والإمتياز"، وتعد هذه النزعة مكون أساسي في الدافعية وأن الرغبة في التفوق والإمتياز بأشياء ذات مستوى تعد خاصية مميزة للشخصية وهذا ما يبحث عنه غالباً الإنسان والمراهق بصفة خاصة.

كما حدد "أتكنسون" مجموعة من العوامل التي تؤثر في الدافعية للإنجاز أبرزها:

- طبيعة دافعية الإنجاز: حيث ميّز أتكنسون بين الدافعية لإحراز النجاح وبين تجنّب الفشل؛
- البيئة: حيث تؤكد الدراسات أن الأفراد ذوي المستوى الإجتماعي والإقتصادي المرتفع أقرب إلى الرغبة في النجاح على عكس ذوي المستوى المنخفض، فهم أقرب إلى الرغبة في الفشل؛
- خبرات النجاح والفشل: فالأطفال من ذوي الرغبة العالية في النجاح يسعون للتعامل مع المهام التي تتضمن قدراً من التحدي وفي مستوى متوسط من الصعوبة، وعليه فإن النجاح السهل يؤدي إلى خفض الرغبة في النجاح ثم خفض الدافعية¹.

إضافة إلى الحاجة إلى الإنجاز نلاحظ أن مرحلة المراهقة تتسم بأحلام اليقظة التي إذا ما إستحوذت على خيال المراهق قد تصبح مهرباً له عن محيطه ويقوم بالإنسحاب وإنطوائه عن وقائع الحياة من حوله أحياناً، إلا أنه في الغالب يتجه نحو تحقيق هذه الحاجة وإشباع رغباته المتدركة خيالياً ويسعى إلى إتخاذ السبل إلى أحلامه مهما كانت العوائق أو الظروف، فيقوم بحرق ما تألف عليه المجتمع ويمكن أن يُعرّف نفسه إلى العقاب لأجل تجسيد ما يفكر فيه على أرض الواقع.

III-3-4 الحاجة إلى الإستقلالية:

يصبوا المراهق في مراحل نموه للسعي نحو الإستقلالية والإعتماد على نفسه، وهو يحتاج إلى تحمل بعض المسؤولية قبل أن يتحملها كاملة، كما يحتاج للشعور بالإستقلال والحرية وتيسير أموره بنفسه دون معونة من الآخرين مما يزيد ثقته بنفسه، ويجب على المحيطين به في هذه الحالة أن يقوموا بتشجيعه على التفكير الذاتي المستقل ومعاملته على أن له شخصيته المستقلة ووجهة نظره الخاصة به، لأن المراهق ينشد الإستقلال الذاتي والحرية رغم شعوره بالوقوع في الخطأ أحياناً فيسعى للتخلص من ربط التعلق الطفلي بوالديه ويرغب في التحرر منهما وفي تكوين شخصيته المستقلة والبت فيما يهمه من أمور لزيادة حاجته ورغبته في هذه المرحلة إلى بناء النسق الذي يرضيه في حياته لتبرز شخصيته في الأسرة والمجتمع.

1- سماح ضيف الله الأسطل، المرجع السابق، ص 78.

إضافة إلى ذلك يسعى للتحرر من عوائقه النفسية كالتحرر من الميل للإنفراد والذي أكدت على ظهوره في مرحلة المراهقة معظم الدراسات وأشار إليه الأخصائيون النفسيون، بالإضافة إلى التحرر من التمركز حول الذات وهو من الخصائص التي تميز المرحلة السابقة له (الطفولة) والتي يحتاج المراهق التخلص منها لدخول عالم الرشد، إلى جانب التحرر من التكتّم الذي قد يُتعب المراهق ويُضخّم الأمور في داخله إذ هو بحاجة إلى التنفيس عن الضغط الداخلي المتشكل جرّاء طبيعة المرحلة الحرجة التي يمر بها وانعكاساتها الاجتماعية والنفسية عليه، والتي قد تظهر في شكل حجل ورهافة حس زائدة يعاني منها المراهق ويتطلع لتجاوزها.

III-3-5 الحاجة إلى الحب والتفهم:

إن حاجة المراهق إلى الحب والحنان خاصة من قبل الوالدين اللذين يمثلان رمز العطاء والرعاية حاجة حيوية هامة، وقد أظهرت الأبحاث أن المراهقين إذا لم يظهر لهم الآباء حبهم بوضوح وقوة قد لا يكتسبون تقدير الذات ولا يتمكنون من إقامة العلاقات البناءة والفعالة مع الآخرين، ولا يحظون بالشعور الواثق المطمئن بجويتهم وذواتهم مما قد يؤدي بهم إلى بروز العديد من المشاكل أو حتى الإضطرابات النفسية والعصابية أو المشكلات الأخلاقية كالجنوح مثلاً.

III-3-6 الحاجة إلى التقدير والمكانة الاجتماعية:

إضافة إلى الحاجات السابقة نذكر أن حاجة المراهق إلى الإعتبار الاجتماعي والتقدير لها أهمية بالغة في تقوية نشاطه وتنافس، مما يجعله يرتاح لإعجاب وتقدير المحيطين به سواء كانوا من أفراد أسرته أو زملائه وإذا إفتقر المراهق هذه الحاجة فإنه قد يتخذ من العدوانية على مجتمعه وسيلة لإرضاء حاجته إلى التقدير والأهمية، فإحساس المراهق بتقدير الآخرين له يؤدي به إلى إرتفاع تقديره لنفسه وبالتالي الإحساس بالأمن والطمأنينة النفسية¹.

III-3-7 الحاجة إلى الأمان والانتماء:

تتضمن الحاجة إلى الأمان ضرورة الشعور بالحماية وتجنب التهديد بالخطر أو بالمعاناة لذا يلجأ الفرد إلى جماعة ما لما تضمنه له من تكاثر وتحققه من امن وحماية وتعاون وتآزر نفسي ومادي، فيعيش وسط الحياة الأسرية الآمنة المستقرة للشعور بالحماية وإشباع الدوافع والغستفادة من التأزر والمساعدة في حل المشكلات الشخصية، كما قد يؤدي التعارض بين الحاجات المختلفة إلى شعور المراهق بعدم الأمان والطمأنينة، فرغبته في الإستقلال المادي والإنفعالي قد يتعارض مع حاجته إلى الإعتماد على الوالدين والأسرة وعدم الشعور بالأمان يؤدي إلى الحاجة إلى الإنتماء والحاجة ضد الحرمان من إشباع الدوافع، ويمكن إشباع هذه الحاجات من خلال عضوية المراهق في جماعات الرفاق وإشراكه في عضوية الفرق الرياضية والعلمية وفي الجمعيات المدرسية المختلفة¹.

1- عبد الجليل محمد المحجوب، هكذا نربي، الشركة التونسية للتوزيع: تونس، 1978، ص35.

1- منيرة حلمي، مشكلات الفتاة المراهقة، دار النهضة العربية: القاهرة، 1995، ص 203.

III-3-8 الحاجة إلى اللعب والترفيه:

إن اللعب سلوك يقوم به الطفل بدون غاية عملية مسبقة وكل أفراد الجنس البشري يلعبون، حيث أن اللعب من أهم وسائل الترفيه والترويح عن النفس وهو إضافة إلى فائدته في تنمية القدرات الذهنية أحد الوسائل المهمة التي يعبر بها الطفل عن نفسه، إذ أن اللعب أهميته النفسية في التعلم والتشخيص والعلاج وتؤكد أهمية إشباع الحاجة إلى اللعب عند المراهق والإستفادة منه إتاحة وقت فراغ للعب وإفساح مكان وإختيار الألعاب المناسبة التي تعطي فرصة له للتعبير عن فرديته وميوله وإهتماماته وتحقق له الشعور بالمكانة، خاصة إذا كان لا يستطيع تحقيق ذلك باللعب الجماعي وتختلف الهوايات عن اللعب في أنها أكثر وضوحاً، وتكمن أهميته في جوانب كثيرة ومتعددة من أهمها تحقيق التوازن الروحي والعقلي والبدني لدى المراهق وإكساب المراهق خبرات ومهارات وأنماط معرفية جديدة تساهم في زيادة وتنمية المهارات السابقة. كما أن الإشتغال بالأنشطة الترويحية يساعد المراهق على الإبتعاد عن أوكار الجريمة والمخدرات والرذيلة. وللعب أهمية وفوائد عديدة للمراهق نذكر منها:

- من الناحية الجسمية: يرى العلماء أن اللعب بإعتباره نشاطاً حركياً يقوم على تنمية العضلات ويقوي الجسم ويصرف الطاقة الزائدة وطبيعية مرحلة المراهقة يحتاج الفرد فيها إلى الركض والقفز والتسلق وغير ذلك من الأنشطة التي تحقق له التكامل بين وظائف الجسم الحركية والإنفعالية والعقلية؛
- من الناحية العقلية: اللعب يساعد المراهق على أن يدرك عالمه الخارجي بحيث أنه يمكنه من أن ينمي كثيراً من مهارات التفكير لديه، ويلاحظ أن الألعاب التي يقوم فيها المراهق بالإستكشاف والتجميع والمغامرة وغيرها تثري حياته العقلية بمعارف كثيرة عن العالم الذي يحيط به؛
- من الناحية الإجتماعية: في الألعاب الجماعية يتعلم المراهق النظام ويؤمن بروح الفريق وأهمية الجماعة في تحقيق الأهداف، وبالتالي إحترامها ويدرك قيمة العمل الجماعي والمصلحة العامة. وإذا لم يمارس المراهق اللعب مع الآخرين فإنه يصبح أنانياً ويميل إلى العدوان ويكره الآخرين، ولكنه بإشباعه لحاجة اللعب الجماعي يستطيع أن يقيم علاقات جيدة ومتوازنة مع الآخرين وأن يحل ما يعترضه من مشكلات (ضمن الإطار الجماعي) وأن يتحرر من نزعة التمركز حول الذات؛
- من الناحية الخلقية: من خلال إشباع حاجة اللعب يتعلم المراهق بالمحاكاة والتقليد معايير السلوك الخلقية كالعدل والصدق والأمانة وضبط النفس والصبر.

يحقق المراهقون المستخدمون للشبكات الإجتماعية الرقمية حاجاته السابقة الذكر من هذه الوسيلة عن طريق مايلي:

1- علاء الدين كفاي وآخرون، نظريات الشخصية : الإرتقاء، النمو، التنوع، ط1، دار الفكر: الأردن، 2010، ص 35.

- بالنسبة لحاجة التعبير عن الذات يجد المراهق في مشاركته المنشورات التي تهمه وتخدم ميوله وتعبر عن ما بداخله من أفكار ومشاعر وتوجعات نوعاً من عرض الذات في هذا الفضاء الرقمي حيث يُصوّر لهم من خلال مجموع المعلومات التي يقوم بنشرها عن ماهيته وما هي إهتماماته؛
- إن عمليات التفاعل في العلاقات من خلال المراسلة والتواصل مع العائلة والأصدقاء كتابة وصوتاً وصورة تُمكن المراهق من إشباع حاجاته إلى ربط علاقات مع الآخرين إضافة إلى أنها تتيح له هامش من الحرية في التصرف وراء الشاشة كما أنه من السهل عليه ضمن هذه الشبكات الدخول في صداقات جديدة كما من السهل عليه أيضاً قطع العلاقات التي لا تخدمه أو تسبب له توتراً أو إحراجاً؛
- تعتبر الشبكات الإجتماعية الرقمية مناخاً خصباً للإستكشاف والبحث عن مختلف مجالات الإهتمام حتى تلك التي كان يُمنع عرضها على وسائل الإعلام التقليدية، فصناعة المحتوى على هذه الشبكات من قبل الأشخاص دون قيود جعل المعلومات متوفرة بصفة رسمية (من متخصصين) أو غير رسمية (تجارب وإجتهادات أشخاص عاديين)، كما أن عالمية هذه الشبكات أتاحت الفرصة للمراهق للإستكشاف عن ما يجري في العالم أجمع خاصة أن أغلب المراهقين محدودي الدخل إضافة إلى أن أغلبهم قُصّر من الصعب عليهم التنقل خارج حدود محيطهم الجغرافي؛
- يغذي المراهق عبر تصفحه للشبكات الإجتماعية الرقمية حاجاته العاطفية من خلال العلاقات التي يقيمها خاصة مع الجنس الآخر، إذ تمكنه هذه الشبكات من إستخدام مختلف الأساليب الإتصالية دون قيود الزمان والمكان التي غالباً ما يفرضها الأهل عليهم؛
- يشعر المراهق بالمتعة والإثارة عندما يشارك جوانب مهمة من هويته مع الآخرين، ويستمتع بالنظر إلى أخباره الشخصية عليها و تتيح له خاصية التعليقات فرصة لمعرفة الصدى الذي يحدثه المنشور الذي يعبر عن شخصيته في الآخرين، لتتاح له الفرصة إلى تطويرها، إلا أن هناك نوع من القلق ينتابه عندما يتم الحكم عليه من قبل الأقران أو عندما لا يحقق منشوره العديد من التفاعلات والإعجابات؛
- بالنسبة للتفاعل في العلاقات وتحقيق الإنتماء مع الجماعة تتيح الشبكات الإجتماعية الرقمية من خلال خاصية المجموعات والصفحات فرصة للمراهق كي ينضم إلى المجموعات التي تُرضي ميوله وإهتماماته، كما أن ذلك يشعره بالسعادة للبقاء على إتصال مع المجموعة ومعرفة كل مستحدث أو مستجد يطرأ عليها، هذا ما يُعزز روح الإنتماء والولاء للجماعة ويحيي فيه روح المسؤولية تجاهها؛
- يستمتع المراهق عند إشباع حاجته بمعرفة المزيد عن إهتماماته مثل الطهي أو الرياضة أو إستكشاف الرغبات الجديدة التي يتم نشرها بإستمرار على الشبكات الإجتماعية الرقمية؛
- للمنشورات التي تحمل قصصاً واقعية أو يوميات لأفراد عاديين على حساباتهم على الشبكات الإجتماعية الرقمية دور كبير في مساعدة المراهق على التكيف مع التقلبات العاطفية والمشاكل التي تعترضه في حياته

الواقعية، فهي تلي حاجته للنصح ومعرفة النتائج عن طريق الخبرات التي يعرضها أشخاص سبق لهم التعرض لنفس المشكلات؛

- إن حاجات الإفصاح عن الذات والمصادقية والمخاوف المتعلقة بالقبول والانتماء هي مكونات أساسية لنمو الصداقة على الشبكات الاجتماعية الرقمية لذا غالباً ما يجد المراهق إشباع لتلك الحاجات أثناء تفاعلاته عليها؛

- يُشبع المراهق حاجته من اللعب على الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال الخصائص العديدة التي تتيحها للترفيه واللعب، فبعضها تتمثل في ألعاب إلكترونية متواجدة على هذه الشبكات تُلعب بشكل جماعي أو فردي، وأخرى متمثلة في التحديات التي يطرحها الأشخاص على هذه الشبكات ويتم تبنيتها من قبل العديد من المراهقين.

III-4- ماهية السلوك الإنساني وخصائصه:

تعددت التعاريف حول مفهوم السلوك الإنساني فهي تختلف باختلاف المنظور لها، فالسلوك الإنساني هو الأنشطة المتعددة التي يقوم بها الإنسان في حياته وذلك لكي يتكيف مع متطلبات البيئة والحياة المحيطة به، فهو عبارة عن ممارسات يؤديها الإنسان سواء كانت حركات أو فعاليات جسمية ونفسية الغرض منها هو إشباع وتحقيق حاجات، ويعرف السلوك أيضاً على أنه عبارة عن الإستجابات الحركية والنفسية والغددية أي الإستجابات الصادرة عن عضلات الكائن الحي أو عن الغدد الموجودة في جسمه ولذلك فالسلوك الإنساني يتكون من العديد من الأنشطة التي يؤديها الفرد في حياته اليومية حتى يمكن أن تتواءم مع مقتضيات المعيشة.

كما يشمل السلوك علاقة الفرد بغيره حيث أنها تعتبر شكلاً من أشكال السلوك الشائعة في الحياة الإنسانية إذ يميل الإنسان بطبيعته إلى الانتماء وتكوين العلاقات الاجتماعية مع غيره من الأفراد، ويكتسب الإنسان هذا السلوك منذ مولده نتيجة علاقته بأسرته التي ينشأ فيها أولاً ثم البيئة الاجتماعية خارج الأسرة ثانياً¹.

ولتشكيل سلوك الإنسان هناك مجموعة من الإحتياجات التي تدفعه إلى القيام بالسلوك، ومن أنسب الأطر التحليلية التي فسرت إحتياجات الإنسان هو "هرم ماسلو للإحتياجات، حيث أن إحتياجات الإنسان تعتبر من المؤثرات الرئيسية على السلوك الإنساني فهي تشكل أساس سلوكياته في البيئة التي يتواجد فيها، ويمكن تحديدها من حيث تأثيرها على السلوك الإنساني كما يلي:

- إحتياجات فيزيولوجية (جسمية): مثل الحاجة للغذاء والماء؛
- إحتياجات الشعور بالأمان: والتي تشمل تقليل الشعور بالخوف والحماية من الأضرار المادية كتوفير المأوى؛
- إحتياجات الانتماء وتكوين العلاقات: أي شعور الفرد بأنه أحد أفراد الجماعة وأنه عضو مرغوب فيه؛

1- جلال كايد ضمرة وآخرون، تعديل السلوك، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع: عمان، 2007، ص 41.

- احتياجات التقدير والاحترام: أي احتياجات الإحساس بالكرامة والتقدير وتلقي احترام الآخرين وإشباع هذه الاحتياجات مرتبطة بقابلية الفرد على تكوين البيئة والكيان الخاص به؛
- احتياجات الفاعلية والتأثير: تتعلق بالنمو الشخصي والعلاقات وأن يشعر الفرد بأنه عضو فعّال له القدرة على التحكم أو الإسهام في تكوين بيئته؛
- احتياجات الإنسان بالجمال وإدراكه: وتعلق بالأفكار الشخصية عن الجمال والاحتياج لأن يدركه ويتذوقه¹.

III-4-1 خصائص السلوك الإنساني:

- **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 مُعدلي السلوك أن البيئة المتمثلة في الظروف المادية والاجتماعية الماضية والحالية للشخص هي التي تقرر سلوكه، ولذلك نستطيع التنبؤ بسلوك الشخص بناءً على معرفتنا بظروفه البيئية السابقة والحالية، وكلما إزدادت معرفتنا بتلك الظروف وكانت تلك المعرفة بشكل موضوعي أصبحت قدرتنا على التنبؤ بالسلوك أكبر، ولكن هذا لا يعني أننا قادرون على التنبؤ بالسلوك بشكل كامل، فنحن لا نستطيع معرفة كل ما يحيط بالشخص من ظروف بيئية سواء في الماضي أو الحاضر.
- **القابلية للضبط:** إن الضبط في ميدان تعديل السلوك عادة ما يشمل تنظيم أو إعادة تنظيم الأحداث البيئية التي تسبق السلوك أو تحدث بعده، كما أن الضبط الذاتي في مجال تعديل السلوك يعني ضبط الشخص لذاته باستخدام المبادئ والقوانين التي يستخدمها لضبط الأشخاص الآخرين.
- وغالباً ما يكون الضبط المراد من تعديل السلوك هو الضبط الإيجابي وليس الضبط السلبي، لذا يرى المختصون أن أهم أسلوب فعّال في ميدان تعديل السلوك هو الإكثار من أسلوب التعزيز والإقلال من أسلوب العقاب.
- **القابلية للقياس:** بما أن السلوك الإنساني معقد لأن جزء منه ظاهر وقابل للملاحظة والقياس والجزء الآخر غير ظاهر ولا يمكن قياسه بشكل مباشر، نجد أن العلماء لم يتفقوا على نظرية واحدة لتفسير السلوك الإنساني وعلى الرغم من ذلك فإن العلم لا يكون علماً دون تحليل وقياس الظواهر المراد دراستها، وعليه فقد طوّر علماء النفس أساليب مباشرة لقياس السلوك كالملاحظة وقوائم التقدير والشطب وأساليب غير مباشرة كإختبارات الذكاء وإختبارات الشخصية، وإذا تعذر قياس السلوك بشكل مباشر فمن الممكن قياسه بالإستدلال عليه من مظاهره المختلفة¹.

1- فاروق الروسان، تعديل وبناء السلوك الإنساني، ط11، دار افكر ناشرون وموزعون: عمان، 2010، ص126.

1- أمل عبد الجبار كريم الشرع، تعريف السلوك، متاح على

<http://www.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/lecture.aspx?fid=19&depid=1&lcid=34957>، تم التصفح بتاريخ 27.02.2019.

III-4-2 الأبعاد الرئيسية للسلوك الإنساني:

- لقد ميّزت المدرسة السلوكية بين عدة أبعاد رئيسية للتعرف على السلوك الغنساني متمثلة فيما يلي:
- **البعد البشري:** إن السلوك الإنساني سلوك بشري صادر عن قوة عاقلة ناشطة وفاعلة في معظم الاحيان وهو صادر عن جهازه العصبي؛
 - **البعد المكاني:** إن السلوك الإنساني يحدث في مكان معين؛
 - **البعد الزمني:** إن السلوك الإنساني يحدث في وقت معين إذ من الممكن أن يستغرق وقتاً طويلاً يمتد لسنوات أو قصيراً لا يتعدى الثواني؛
 - **البعد الأخلاقي:** يُعتمد لتمييز البعد الأخلاقي من السلوك الإنساني على القيم السائدة في المجتمع لتحديد السلوك الأخلاقي؛
 - **البعد الاجتماعي:** إن السلوك البشري يتأثر بالقيم الاجتماعية والعادات والتقاليد المعمول بها وهو الذي يحكم على السلوك أنه مناسب أو غير مناسب، فالسلوكيات قد تكون مقبولة في مجتمع ومرفوضة في مجتمع آخر¹.

III-5 أنواع السلوك الإنساني:

هناك تصنيفات عديدة فصلت بين أنواع السلوك الإنساني وفقاً لمعايير مختلفة، إذ أن هناك من صنّفه من حيث العوامل المرتبطة بالفرد نفسه أو من خلال العلاقات التي يتعرض لها أو من حيث النتيجة والهدف الذي يرمي إليه السلوك، وغيرها من التصنيفات التي سذكرها فيما يلي:

❖ تصنيف السلوك من حيث الوضوح:

- أ- السلوك الصريح أو العلني: هو نوع مرئي من السلوك يمكن أن يحدث خارج النفس البشرية ومن الأمثلة على ذلك مختلف العادات اليومية التي يقوم بها الفرد كالأكل والشرب واللباس.
- ب- السلوك السري أو الباطني: على عكس السلوك العلني إن هذا النوع من السلوك غير مرئي والتفكير أو ما يحمله الفرد من مشاعر هي مثال جيد للسلوك الخفي لأنه لا يمكن لأحد أن يرى مشاعر الفرد حتى يظهرها في تصرفاته أو يستطيع أحد أن يعرف فيما يفكر حتى يتخذ فعلاً موازياً لذلك التفكير.

❖ تصنيف السلوك من حيث قدرة الفرد على التحكم به:

1- أحمد عبد اللطيف أبو السعد، تعديل السلوك الإنساني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، 2011، ص22.

- أ- السلوك الإرادي: هو نوع من السلوك يعتمد على رغبة الإنسان حيث يمكننا تصنيف المشي والتحدث والكتابة على أنها سلوكيات إرادية.
- ب- السلوك اللاإرادي: على عكس السلوك الإرادي يحدث هذا النوع بشكل طبيعي وبدون تفكير مثل إستنشاق الهواء أو ردود الأفعال في حالة الخوف أو الملح.

❖ تصنيف السلوك من حيث مصدره:

- أ- السلوك الفطري: هو السلوك الذي يمارسه الإنسان منذ ولادته بدون تعلم أو تدريب، كسلوك الطفل أثناء البكاء.
- ب- السلوك المكتسب: هو السلوك الذي يمارسه الإنسان منذ الصغر عن طريق التعلم أو التدريب على بعض النشاطات والمهارات مثل القراءة، الكتابة، السباحة..... إلخ، وبما أن الإنسان يمارس سلوكه وسط بيئة متعددة العوامل فإن هذا السلوك يتأثر بعوامل البيئة المحيطة تأثيراً كبيراً سلباً أو إيجاباً، وقد تكون هذه العوامل البيئية عوامل إجتماعية أو دينية أو ثقافية أو سياسية.

❖ السلوك الفردي والسلوك الجماعي:

- أ- السلوك الفردي: يمثل هذا السلوك أبسط صورة للسلوك الإنساني من حيث المثير والإستجابة لفرد واحد بمعنى تفاعلات الإنسان الفرد إزاء المثيرات في الحياة من حوله.
- ب- السلوك الجماعي: يمثل هذا النوع من صور السلوك علاقة الفرد بغيره من الأفراد الأخرى كأفراد الجماعة التي ينتمي إليها في المنزل والمدرسة ومكان العمل.. إلخ، ولا شك في أن العلاقة في هذا النوع من السلوك هي علاقة تبادل من حيث التأثير والتأثر وبرغم أن التفاعل في هذا النوع من السلوك حادث بين الفرد والجماعة ومُتبادل بينهم فإن درجة تأثير الجماعة في الفرد تكون عادة أقوى بكثير من تأثير الفرد في الجماعة.

❖ السلوك من حيث النتيجة والهدف:

- قام العديد من الباحثين بدراسة السلوك الإنساني من حيث النتيجة والهدف اللذان يحققهما الإنسان من سلوك وقد وجدوا أن السلوك الإنساني ينقسم إلى ثلاثة أقسام هي:
- أ- السلوك الهادف: وهو السلوك الذي يحقق من خلاله الإنسان هدفه أي يصل إلى ما يريد أثناء ممارسته لسلوكه، بمعنى أن الإنسان بهذا السلوك وصل إلى الغاية التي كان ينشدها وحقق حاجته التي كان يريدتها.
- ب- السلوك الغير هادف: وهو أن يحول عائق بين الإنسان وبين تحقيق هدفه وهذا يعني أن الفرد لم يصل إلى هدفه أو وصل إليه ولكن ليس بالشكل الكافي والمرضي بالرغم من أنه قام بفعل ملموس إليه. ويسعى الإنسان عادة إلى تجنب تكرار السلوك الغير هادف، لأنه لا يحقق هدفه ولا يشبع حاجاته ورغباته أو يشبعها ولكن ليس بالطريقة التي يرغبها ويريدها.

ج- السلوك اللاشعوري: وهو السلوك الذي يمارسه الإنسان لكي يتفادى ويتجنب السلوك الهادف وهذا النوع من السلوك عبارة عن وسائل دفاعية أو حيل لاشعورية متعددة يمارسها الفرد. بعضاً منها أو جميعها بهدف حماية نفسه من التهديدات والإحاطات المختلفة أو الصراعات، ويمارس جميع الأفراد -دون إستثناء- هذه الوسائل أو الحيل الدفاعية في مختلف مراحل أعمارهم وعلى مختلف مستوياتهم التعليمية والثقافية بدرجات متفاوتة¹.

III-6 نماذج تعلم السلوك الإنساني:

يعتمد السلوك الإنساني على عملية التعلم لإكتساب الوسائل المساعدة على إشباع الحاجات والدوافع وتحقيق الأهداف، فتعلم السلوك أمر هام في هذا المجال ذلك لأن السلوك يعني إتخاذ قرار، وعملية إتخاذ القرار هذه تعتمد على خبرات سابقة إضافة لإمكانية التنفيذ عن طريق التجربة والخبرة، وهو ما حاول الباحثون توضيحه من خلال وضع عدة نماذج نظرية لتفسير عملية تعلم السلوك أهمها "نماذج التعلم السلوكي" و "نماذج التعلم المعرفي" و "النموذج الاجتماعي" الذي وضعه عالم النفس الأمريكي "ألبرت باندورا" وفيما يلي سنفصل في أهم هذه النماذج والتي تم تبنيها في دراستنا الحالية:

III-6-1 نموذج التعلم المعرفي:

تعتمد القاعدة الأساسية لتعلم السلوك في هذا النموذج على أن الأفراد يتعلمون من خلال العمليات العقلية المتمثلة في كل من الإنتباه، التفكير، الإدراك والتذكر أو الإسترجاع، هذه العمليات تلعب دوراً حاسماً في تشكيل السلوك الظاهر للإنسان لذلك لا يجب إغفالها، ويفترض علماء النفس المنتمين لهذا الإتجاه أن التعلم يكون تركيباً معرفياً في الذاكرة وعند الإسترجاع يعتمد الفرد على إستدعاء المعلومات والمخزنة وإسترجاعها على قدر ما إستطاع ليقوم بالفعل في موقف معين، وعلى السياق الذي جرى فيه الموقف ومن ثمة تختلف إستجابته تبعاً للموقف وقدرته على تذكر الأحداث المخزنة في ذاكرته، إذن نعتبر أن الإستجابة لسيت عملية إنعكاسية بسيطة لمنبه حسب ما يعتقد أنصار المدرسة السلوكية إذ أنها تعتمد أكثر من ذلك على العمليات المعرفية المركبة الكامنة التي تلعب دوراً هاماً في حدوث الإستجابات أو السلوك، وللتأثير في السلوك أو تعليمه يجب دراسة الأفكار، المشاعر، الإعتقادات، العوامل الجينية والبيولوجية بوصفها جميعاً من أسباب السلوك، ويتم تعديل السلوك المعرفي بإعتماد عملية إعادة البناء المعرفي عن طريق تعلم داخلي يعيد تنظيم المجال الإدراكي من أفكار وقيم².

وتقوم وسائل الإعلام عامة والشبكات الاجتماعية الرقمية خاصة بالتأثير في سلوك المتلقين وفقاً لهذه النظرية عن طريق تعديل إدراك الإنسان لواقعة من خلال تفكيك وإعادة تركيب البناء العقلي والعاطفي والنفسي المتعلق

1- محمد يسري، إبراهيم دعيبس، الإتصال والسلوك الإنساني رؤية أنثروبولوجية، دار البيطاس: الإسكندرية، 1999، ص ص 84.83.

2- حسين محمد أبوريان، التعلم المعرفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، 2007، ص 94.

بهذا الواقع، حيث ترسم صوراً ذهنية تحاول بها إقناع الجمهور وترسيخها في ذاكرتهم معتمدة في ذلك على مختلف الوسائط التي تتيحها تلك الوسائل من صوت وصورة وفيديو، إضافة إلى تقنيات تجذب بها المتلقين كتنسيق الألوان واستخدام المؤثرات الصوتية والبصرية... إلخ.

تفاعل هذه المحتويات مع ما تحمله من أفكار ومشاعر وميول ومعتقدات لستم إحتزالها كمكتسبات جديدة في الذاكرة ويقوم المتلقي باستخدامها لاحقاً لتفسير المواقف وبناء المعاني أثناء إستجابته للمثيرات التي يتعرض لها، وبذلك تتغير إتجاهات المتلقين وفقاً لما يدركه من حقائق جديدة أثرت في أفكاره ومعتقداته والنتيجة لذلك واحد من ثلاثة إما حذف سلوك سابق، تعديل سلوك موجود أو تبني سلوك جديد إذ لا يكون التغير كلياً دائماً وفي كل الأحوال بل هو إنتقائي، حيث يلعب الإطار المرجعي دوراً هاماً في كيفية ونسبة هذا التغير فيمكن أن تكون المكتسبات الجديدة تدعياً لفكرة أو سلوك أو معتقد قديم، كما قد يتفاوض المتلقي في ذهنه مع ما هو موجود في إطاره المرجعي لينتج مزيجاً بين الجديد والقديم، أو قد يتخلى المتلقي عن فكرة قديمة ويستبدلها كلياً بواحدة جديدة وبذلك تساهم هذه الشبكات في تغيير السلوك وفقاً لنموذج التعلم المعرفي¹.

III-6-2 النموذج الإجتماعي (التعلم بالتمذجة):

أسلوب النمذجة والذي يسمى أحياناً أسلوب التعلم عن طريق التقليد من الأساليب المعروفة منذ زمن بعيد في تعلم السلوك عند الأفراد، خاصة للفئات العمرية المبكرة وفي المواقف الجديدة، إذ يعد بانديورا من أوائل الذين ركزوا على نظرية التعلم عن طريق التقليد وفيها يتم التعلم كتغير في الأداء نتيجة لملاحظة سلوك الآخرين وتقليدهم، ويوضح "كازدين" أسلوب النمذجة كأسلوب من أساليب تعلم السلوك على أنه إجراء يتضمن تعلم إستجابات جديدة عن طريق ملاحظة الأنموذج أو تقليده وقد يحدث التعلم دون أن تظهر على الفرد إستجابات متعلمة فورية بل قد تحدث لاحقاً، وتبدوا أهمية هذا النموذج بسبب تعلم الكثير من الأشخاص خاصة الأطفال والمراهقين لأشكال السلوك المختلفة بطريقة الملاحظة من خلال مشاهدتهم لبرامج التلفزيون²، إذ يعطينا التلفزيون أكثر من غيرها في وسائل الإعلام نماذج واضحة نظراً لإحتوائها على جل العناصر الموحية بالواقعية، وكذلك نتيجة وجود عنصر الإرتباط العاطفي بشخصه، وهذا يحولهم لنماذج محببة فنجوم التلفزيون يعتبرون نماذج رائجة لدى جماهيرهم، ويظهر ذلك من خلال تقليدهم في الملابس والشكل العام وتتبع أخبارهم... إلخ.

إن تعرض المراهقين لوسائل الإعلام يعطيهم فرصة أكبر لتعرض إلى نماذج جديدة لتعلم السلوك والأنماط القيمية والإنفعالات العاطفية، بغض النظر إذا كانت سلبية أم إيجابية، وتزداد إمكانية أخذ نماذج من وسائل الإعلام كلما قلّت النماذج الجديرة بالتمثيل في الواقع فالمراهق الذي يريد مثلاً تحقيق النجاح في حياته يصعب عليه إيجاد نموذج ناجح في الواقع، خاصة مع أزمة المعايير التي يعيشها المجتمع إذ فقد القدرة على التمييز والحكم على النجاح

1- فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر: دمشق، 2002، ص 230.

2- فاروق الروسان، مرجع سابق، ص136.

والفشل، وحتى أغلبية النماذج الموجودة في محيطه الاجتماعي لا تستطيع أن ترضي تطلعاته ولا تحظى بالجاذبية التي سلبتها إياها النماذج الإعلامية المغلفة بلمعان الصورة وزواياها ومدروسة للتقديم.

وإذا ما قمنا بإضافة ظاهرة عدم الرضا بما هو موجود في الواقع التي غالباً ما تميز شخصية المراهق نتيجة الأحلام والطموحات التي تزوده بها وسائل الإعلام، من خلال صنع نماذج جذابة تحاول ترويجها للإستهلاك وتسوق من خلالها سلع معينة سواء كانت ترفيهية معنوية أو مادية، فيها مجموعة من الأشخاص التي تحظى بالقبول الاجتماعي والشهرة والمال والمتعة الترف المادي... إلخ، خاصة إذا كانت هذه النماذج تتشارك مع المراهق في المرحلة العمرية، وإن كانت أكبر بقليل فإنها تمثل المرحلة العمرية المستقبلية والحساسة بالنسبة له، ويمكننا إضافة عامل مهم هو الوعي بأن هذه المحتويات بما نسبة كبيرة من الحقيقة أو على الأقل فيها جانب كبير من الواقع، لهذا تزداد نسبة تعلم المراهق للسلوك من تلك النماذج¹.

III-7 تأثير الشبكات الاجتماعية الرقمية في سلوك المراهق:

أكدت العديد من الدراسات أن النمو العقلي والإنفعالي والاجتماعي للأطفال والمراهقين يتأثر بدرجة كبيرة بما يتلقونه من مواد يتم تقديمها على مختلف وسائل الإعلام المرئية منها والمسموعة، التقليدية والجديدة، إذ تقوم هذه الوسائل بوظيفة معاونة لباقي مؤسسات التنشئة كالأُسرة والمدرسة والحي وحتى جماعة الأقران، ويعتبر التعلم الاجتماعي الذي يقوم على النمذجة والمحاكاة والعبارة حجر الأساس في تشكيل السلوك من خلال تلك الوسائل التي تشهد منذ أواخر القرن الماضي تغيرات كبيرة ومحورية في العتاد والبرامج وحتى آليات العرض وأساليب التأثير، إذ أن الأنترنت كخاصية مميزة لهذا العصر وما وفرته من تقنيات خاصة ما يتعلق بالشبكات الاجتماعية الرقمية التي أتاحت فرصة للتعدد والتنوع لم يسبق أن شهد ميدان الإعلام مثلها، التي كانت لديها تأثيرات كبيرة على المجتمعات بمختلف فئاته وبما أننا في هذه الدراسة قد خصصنا فئة المراهقين فإن لهذه الشبكات تأثيرات كبيرة عليه من الجانب الإيجابي والسلبي كذلك، إذ يلاحظ الجميع وجود تغييرات على مستوى تصرفات، عادات، أفكار وسلوك هذه الفئة بسبب تعرضه لمحتوياتها.

وبما أن هذه الوسائل تعمل ضمن سياقات المجتمع المختلفة (الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، التعليمية، التربوية.. إلخ) نجد أن جمهورها حتماً سوف يندمج ويتأثر بما تقدمه بإعتبارها مصدر معلومات ثري بالآراء والصور والإتجاهات والمواقف، وفيما يلي سنكشف بعض تأثيرات الشبكات الاجتماعية الرقمية على سلوك المراهق:

■ إن المراهق يتأثر بالدرجة الأولى في تنشئته بالصور والآراء التي يتم نشرها على الشبكات الاجتماعية الرقمية إذ أنهم بطبيعتهم يميلون إلى التقليد فتتمثل فيهم الشخصيات الملهمة بالنسبة لهم ويندمجون فيها ومن خلال

1- ملفين دلفير، ساندر بول روكيش، نظريات الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، ط3، الدار الدولية: القاهرة، 1999، ص 302.

- ذلك يتعلم المراهق بعض السلوكيات المشاهدة على غرار اللباس والتسريحات وأسلوب الحديث والكلام وأحياناً حتى تعلم اللغة إذا كان النموذج يتحدث بغير لغة المراهق؛
- من المحتمل أن تتولد لدى المراهق سلوكيات سلبية متمثلة في الميل للكسل والراحة جزئاً تعرضه لهذه الشبكات لفترات طويلة وبإستمرار فيصبح جسده خاملاً؛
 - يقبل المراهقيون على المحتويات الترفيهية والألعاب الموجودة بهذه الشبكات التي يتقمصون أدوار أبطالها والتي من الممكن أن تؤدي بهم إلى التعرض لمخاطر صحية؛
 - بسبب خاصية فردانية التعرض التي تتيحها الأجهزة الذكية التي يستخدمها أغلب متصفحوا الشبكات الإجتماعية الرقمية وغياب الرقابة الأسرية يجعل المراهق يتعرض عبر هذه الشبكات إلى محتويات تحمل مستوى وعي أكبر وثقافة خاصة بالراشدين وبسبب نقص إدراك المراهق لها من الممكن أن يكون لذلك التعرض عواقب وخيمة؛
 - بسبب الإستخدام المفرط لهذه الشبكات يُعَيَّب المراهق فرصة الإندماج في المجتمع والإستفادة من التعاملات الحقيقية مع أشخاص طبيعيين ما يجعله يعيش في عالم افتراضي ويميل للعزلة، وبما أن الفرد في هذه المرحلة مازال في بداية طريقه لبناء حياته فإنه من الممكن أن يفقد مهارات تفيده في حياته المستقبلية، إلا أن هذا لا ينفي وجود فرصة للتعلم من هذه الشبكات؛
 - أدى إنتشار هذه الشبكات إلى تعزيز السلوك العدواني عند هذه الفئة لما يتم التعرض إليه من مشاهد عنيفة.

IV. عرض نتائج الدراسة
ومناقشتها

تمهيد:

نبدأ هذا الفصل بتوضيح خصائص مجتمع الدراسة وكيفية إنتقاء وسحب عينة الدراسة منه وفق المعطيات المتوفرة، ثم سنقوم بالإجابة على تساؤلات الدراسة بإثبات أو عدم إثبات صحة فرضياتها وذلك بتحديد مستويات عملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وإنعكاساته على سلوك المراهق عن طريق تطبيق الأساليب الإحصائية الوصفية.

إخترنا من هذه الأساليب (التكرارات العددية للإجابات، النسب المئوية، حساب المتوسط الحسابي لجميع إجابات المحورين الثالث والرابع لها بشكل فردي وحزئي وعام، حساب الإنحرافات المعيارية لهذه الإجابات حول متوسطها الحسابي للكشف عن تجانس إجابات الباحثين حول كل عبارة من عبارات الإستبيان).

كما إستخدمنا بعض أساليب الإحصاء الإستدلالي (معامل الارتباط بيرسون، معادلة خط الإنحدار البسيط ومعادلة خط الإنحدار المتعدد) للكشف عن إمكانية وجود علاقة بين متغيرات الدراسة إضافة إلى تحديد الأثر الذي تتركه هذه العلاقة إن وجدت، ثم قمنا بإثبات وجود أو عدم وجود فروقات فردية بين إجابات الباحثين وفقاً للمتغيرات الشخصية لديهم بإستخدام كل من تحليل التباين الأحادي و إختبار - ت - .

ولترتيب جميع ما سبق ذكره قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى أربع عناصر أساسية على النحو التالي:

1-IV مجتمع البحث وعينة الدراسة.

2-IV التحليل الوصفي لعبارات الإستبيان.

3-IV إختبار فرضيات الدراسة.

4-IV نتائج الدراسة.

1-IV مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعتبر مجتمع الدراسة المجتمع الأكبر للبحث، ويُعرّف على أنه "هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث"¹. ومجتمع البحث في دراستنا يتمثل في جميع المراهقين المقيمين في مدينة ورقلة والذين تتراوح أعمارهم ما بين 11 و 21 سنة من كلا الجنسين، ونظراً لكبر حجم هذا المجتمع نرى أنه سيصعب علينا الوصول إليه لضخامة عدد مفرداته من جهة، ولتوزعه على مسافات متباعدة من جهة ثانية، ولحدودية إمكانيات الدراسة من جهة أخرى، تم اللجوء إلى دراسة جزء من المجتمع والذي من الممكن الوصول إلى مفرداته بطريقة أيسر عن طريق إختيارنا لأسلوب العينات، إذ تُعرّف العينة على أنها "ذلك الجزء من المجتمع التي يجري إختيارها وفق قواعد وطرق علمية ممنهجة بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً"²، وهناك عدة طرق نستطيع من خلالها تحديد نوع العينة التي سيتم إجراء الدراسة عليها شريطة أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي للبحث، شرط أن تتوفر لدى جميع مفردات المجتمع الأصلي الفرصة المتساوية للإختيار ضمن مفرداتها، والعينة الجيدة هي التي تُمكننا من تعميم النتائج التي نتوصل لها على مجتمع البحث الذي تمثله ولقد إختارنا في دراستنا هذه أسلوب العينة الحصصية.

تعد العينة الحصصية من العينات الغير عشوائية إذ تعتمد على تقسيم مجتمع البحث إلى مجموعات خاصة، ثم حساب حصة كل مجموعة اعتماداً على علاقتها بالبيانات المتوفرة وحجم مجتمع البحث، ثم الحصول على تلك الحصة بأيسر الطرق³، تمر عملية إختيار العينة الحصصية بعدة خطوات بداية بتحديد خصائص المجتمع المطلوب إجراء الدراسة عليه، ثم تحديد حجم العينة المطلوبة لإجراء الدراسة وتقسيمها طبقاً لخصائص المجتمع وتوزيع أعداد العينة بحسب النسب المراد إختيارها⁴ ثم يتم بعد ذلك إختيار العدد المطلوب بشكل يتلاءم وظروف الباحث⁵.

تستخدم العينة الحصصية في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة، التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها في شكل قوائم، لإستحالة هذا الحصر، أو لضخامة تكاليف إنجازها، من حيث الوقت والإمكانيات المادية، لكن في الوقت نفسه يتوفر لدى الباحث بعض المعطيات الإحصائية الأساسية عن هذا المجتمع⁶، ويُعرّف أنه في العينة الحصصية يكون مجتمع الدراسة مكون من فئات أو طبقات غير محددة وغير معروفة ويكون إختيار العينة بطريقة إنتقائية، ويتم فيها تقسيم مجتمع البحث إلى فئات أو شرائح ضمن معيار معين،

1- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر: الأردن، 2006، ص94.

2- كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ط4، دار الثقافة للنشر والتوزيع: عمان، 2011، ص91.

3 - حسين محمد جواد الجبوري، مرجع سابق، ص 137.

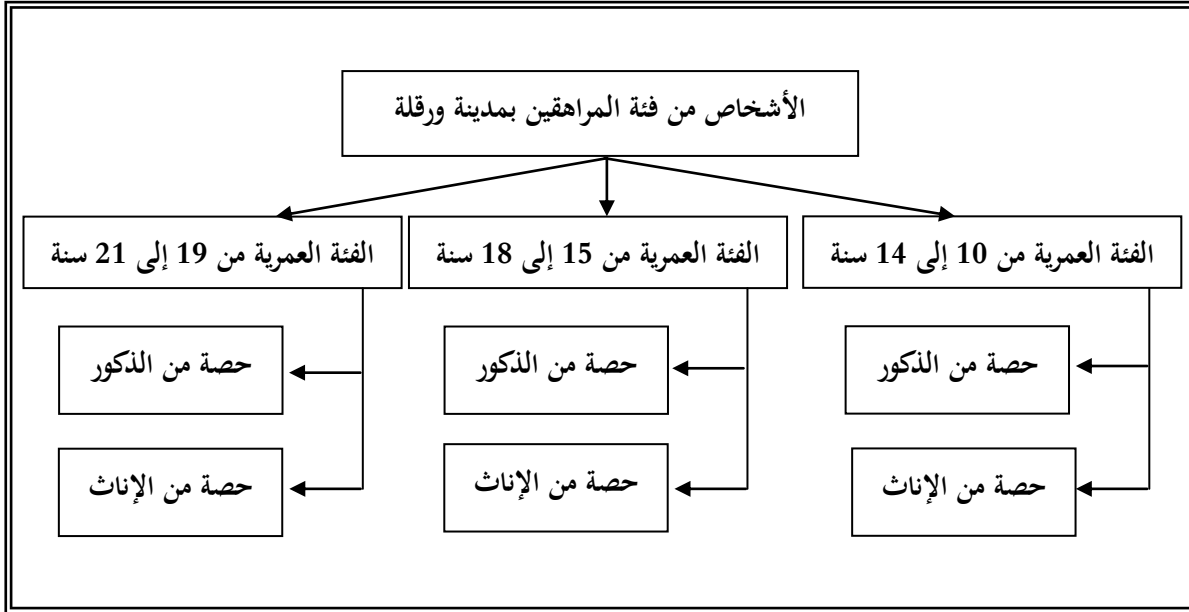
4 - سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)، أعلام الكتب للنشر والتوزيع والطباعة: القاهرة، 2006، ص 304.

5 - منال هلال المزهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، دار كنوز المعرفة: الأردن، 2011، ص281.

6 أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 191.

وفي دراستنا الحالية يتوفر لدينا بعض المعلومات والمتمثلة في العدد الإجمالي للمراهقين المقيمين في مدينة ورقلة مقسمة ومرتبطة حسب الجنس والفئات العمرية، وعلى هذا الأساس سوف نقوم بإختيار حجم العينة أولاً ثم نقوم بتوزيع إجمالي حجم العينة لكل مجموعة مقسمة حسب الفئة العمرية والجنس.

الشكل رقم (05): يمثل خطوات تحديد العينة الحصصية في الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

يمثل الشكل رقم (05) خطوات إختيار العينة الحصصية وفق ما هو متوفر من معطيات (الجنس والسن)، ليتم بعد ذلك تحديد عدد مفرداتها ثم توزيع أداة الدراسة عليهم بطريقة عشوائية.

أولاً: تحديد حجم العينة:

بما أننا نطمح لأن تكون العينة المختارة ممثلة لمجتمع البحث إختارنا أن نحدد حجمها وفقاً للصيغة الرياضية التي إعتمدها العالم ستيفن ثامبسون¹ المبينة في الصيغة التالية:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[\left[N-1 \times \left(d^2 \div z^2 \right) \right] + p(1-p) \right]}$$

حيث:

n = حجم العينة

N = حجم مجتمع البحث.

¹ - Steven K.Thompson,2012.Sampling, Third Edition, p :59-60.

$P =$ نسبة توفر الخاصية والمحايدة وهي تساوي 0.5

$Z =$ الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96

$d =$ نسبة الخطأ وتساوي 0.05

وبالتعويض في المعادلة نجد:

$$n = \frac{216959 \times 0.5(1-0.5)}{[216959 - 1 \times (0.05^2 \div 1.96^2)] + 0.5(1-0.5)} = 383$$

حسب المعادلة المذكورة نجد أن حجم عينة الدراسة هو 383 مفردة، وبما أن هناك معطيات إحصائية متوفرة لدينا من هيئات إدارية¹ والمتمثلة في تعداد المراهقين في بلدية ورقلة حسب متغير السن والجنس فإنه من السهل علينا توزيعه.

ثانياً: توزيع عينة الدراسة حسب الحصص:

الجدول رقم (10): يوضح توزيع مجتمع البحث والنسب المحددة لإختيار أفراد العينة

المجموع	من سن 19 إلى 21 سنة		من سن 15 إلى 18 سنة		من سن 11 إلى 14 سنة		الفئة العمرية الجنس
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
100468	19455	16.5%	41150	17.5%	39863	17%	ذكر
116491	38400	16%	39591	17%	38500	16%	أنثى
216959	57855	32.5%	80741	34.5%	78363	33%	المجموع الجزئي
		100%					

المصدر: من إعداد الطالبة إعتقاداً على معطيات الديوان الجهوي للإحصاء

الجدول رقم (11): يوضح توزيع عينة البحث والنسب المحددة لإختيارها

المجموع	من سن 19 إلى 21 سنة		من سن 15 إلى 18 سنة		من سن 11 إلى 14 سنة		الفئة العمرية الجنس
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	
195	61	15,93%	68	17,75%	66	17,23%	ذكر
188	60	15,67%	65	16,97%	63	16,45%	أنثى
383	121	32.5%	133	34.5%	129	33%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة

¹ المديرية الجهوية للديوان الوطني للإحصائيات بالجنوب ورقلة..

2-IV التحليل الوصفي لعبارات الإستبيان:

1-2-IV عرض بيانات المحور الأول: البيانات الديمغرافية:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغيري الجنس والفئة العمرية

المجموع	من سن 19 إلى 21		من سن 15 إلى 18		من سن 11 إلى 14		الفئة العمرية الجنس	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
	%50.91	195	%15.93	61	%17.75	68	ذكر	
	%49.09	188	%15.67	60	%16.97	65	أنثى	
المجموع	%100	383	%31.6	121	%34.72	133	%33.68	129

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (12) توزيع عينة الدراسة حسب كل من متغيري الجنس والفئة العمرية، ولأننا كما تم التطرق له سابقاً قد إعتدنا على العينة الحصصية فقد كان عدد أفراد كل جنس من كل فئة كما يلي: يظهر الجدول أن عدد المراهقين الذكور في الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم (من سن 11 إلى 14 سنة) قُدِّر بـ 66 فرداً أي ما نسبته 17,23% من إجمالي عينة الدراسة، أما في الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم (من سن 15 إلى 18 سنة) فقد قُدِّر بـ 68 ذكراً وهو ما تعادل نسبته 17,75%، بينما باقي الذكور الذين ينتمون إلى الفئة العمرية التي يتراوح أعمارهم (من سن 19 إلى 21 سنة) قُدِّر بـ 61 فرداً بنسبة 15,93% من إجمالي عينة الدراسة. أما في ما يخص عدد المراهقات الإناث فقد كان عددهن في الفئة الأولى هو 63 أنثى بنسبة 16,45%، أما في الفئة الثاني والتي يتراوح السن فيها (من 15 إلى 18 سنة) فقد بلغ عددهن 65 مراهقة بنسبة 16,97% والفئة الأخيرة التي تتراوح أعمارهن (من 19 إلى 21 سنة) فقد كان العدد فيها 60 بنسبة 15,67%.

توزيع عينة الدراسة كان قصدياً كما هو موضح في الجدول رقم (..). لهذه الدراسة بناءً على نوع العينة الحصصية المختارة والذي هدفنا من ورائه إلى الحصول على عينة أكثر تمثيلاً لمجتمع بحثنا، وبالنسبة للجنس فقد كان توزيعهم حسب الإحصائيات المقدمة من طرف الهيئات الرسمية¹ أما تقسيم الفئات العمرية فقد إعتدنا على تقسيم الأكاديمية الأمريكية للطفل والمراهق² التي تحددها حسب ثلاث فئات الأولى أو ما تسميها بالمراهقة المبكرة تمتد من سن 11 إلى 14 سنة، والثانية المراهقة المتوسطة تتحدد ما بين 15 سنة إلى 18 سنة، أما المرحلة الثالثة والأخيرة والتي تمت تسميتها حسب هذه الأكاديمية بالمراهقة المتأخرة فهي بين سن 19 و 21 سنة.

1- أنظر الملحق رقم 03.

2 - Marcia, J. E.. *Identity in adolescence. Handbook of adolescent psychology*,1980, 9(11), p 170.

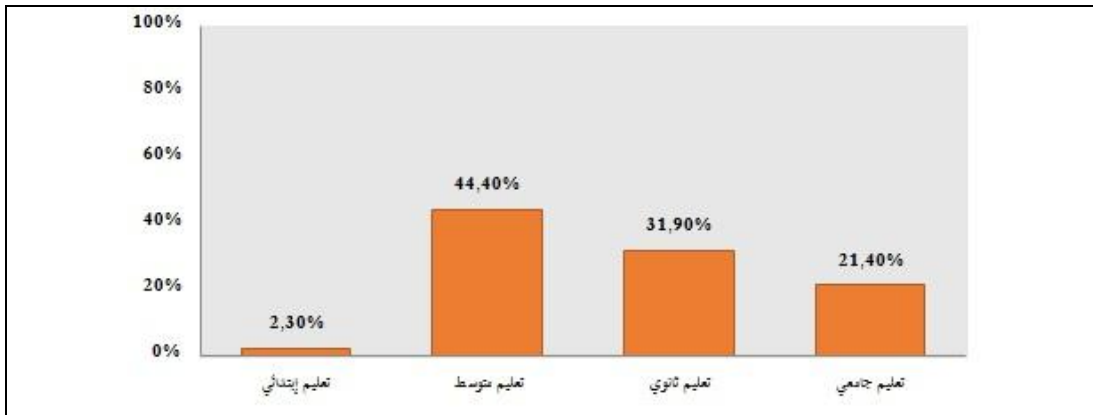
الجدول رقم (13) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	التعيين المستوى التعليمي
2,3%	9	تعليم ابتدائي
44,4%	170	تعليم متوسط
31,9%	122	تعليم ثانوي
21,4%	82	تعليم جامعي
100%	383	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (13) أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي التي تم تصنيفها إلى أربع مستويات حسب المسار الدراسي في الجزائر¹، حيث نجد أن 09 أفراد من عينة الدراسة لديهم مستوى تعليم ابتدائي بنسبة (2,3%) و ما نسبته (44,4%) ذوو مستوى التعليم المتوسط بعدد 170 فرداً، أما التعليم الثانوي فقد كان عدد المبحوثين في هذا الطور هو 122 فرداً بنسبة (31,9%) وباقي أفراد العينة ينتمون إلى المراهقين ذوو مستوى التعليم الجامعي بعدد 82 مراهقاً أي ما نسبته (21,4%)، مما سبق عرضه نرى أن أكبر النسب كانت للمراهقين ذوو مستوى التعليم المتوسط ثم الثانوي وهي المستويات التي يكون جميع الأفراد فيها ضمن مرحلة المراهقة. وبما أن الدستور الجزائري في مادته 65 ينص على إجبارية التعليم ومجانيته وتعتبره حقاً مضموناً للجميع منذ الإستقلال² نرى أن جميع أفراد عينة الدراسة قد نالوا قسطاً من التعليم ولو في أدنى مستوياته (إبتدائي). هذا المستوى الذي يسمح غالباً للمراهق أن يتفاعل مع مختلف المواضيع المنشورة على الشبكات الإجتماعية الرقمية ويسهل عليه تصفحها. والرسم البياني رقم (06) يوضح ذلك.

الرسم البياني رقم (06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - وزارة التربية الوطنية، المبادئ والأهداف العامة للتربية وتنظيم المسار الدراسي، الموقع الرسمي لوزارة التربية الوطنية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، متاح على الرابط:

<https://www.education.gov.dz>

² - دستور الجزائر لسنة 2000، المؤرخ في 200/12/30، الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 82، 2000، ص 16.

الجدول رقم (14) يوضح إجابات المراهقين حول وضعيتهم تجاه الدراسة

لا يدرس حالياً			يدرس حالياً	الوضعية تجاه الدراسة التعداد
لا أحد منهما	مسجل في تكوين مهني	مزاولة العمل		
27	40	37	279	التكرار
%25,96	%38,46	%35,58	%72,8	النسبة المئوية
104			279	المجموع الجزئي للتكرارات
%27,2			%72,8	المجموع الجزئي للنسب
383				المجموع الكلي للتكرارات
%100				المجموع الكلي للنسب

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (14) إجابات المراهقين حول وضعيتهم تجاه الدراسة حيث كانت النسبة الأكبر منهم بقيمة (%72,8) لا يزالون في طور الدراسة، بينما (%27,2) منهم خارج مقاعد الدراسة، وقد قمنا بتوضيح ما يفعله المراهقون خارج مقاعد الدراسة من خلال أجوبتهم المبينة في الجدول حيث أجاب 37 مراهق غير متمدرس أنه يزال عملاً في حياته بينما 40 فرداً آخر ممن هم خارج مقاعد الدراسة مسجلون في التكوين المهني والآخرون ما عددهم 27 فرداً لا يعملون ولا مسجلون في التكوين المهني. ونسبتهم من إجمالي الغير متمدرسين هي كما يلي (%35,58) يزال عمل ما، (%38,46) مسجل في التكوين المهني، (%25,96) لا يعمل وغير مسجل في التكوين المهني. مما سبق نرى أن عينة الدراسة تضم حالات متباينة للنشاط الممارس من طرف المراهق وبالرغم من أن أغلب العينة هم في مقاعد الدراسة إلا أن عدداً معتبراً منهم خارج مقاعد الدراسة وهذا ما يجعل أنماط التفكير مختلفة فيما بينهم وكذلك توجهاتهم نحو استخدامات الشبكات الإجتماعية الرقمية مختلفة باختلاف أنشطتهم في الحياة الواقعية.

الجدول رقم (15) يوضح ترتيب عينة الدراسة ضمن عدد أفراد عائلتهم

النسبة المئوية	التكرار	التعيين
		الترتيب
%8,6	33	الولد الوحيد
%31,9	122	الولد الأكبر
%43,1	165	الولد الوسط
%16,4	63	الولد الأصغر
%100	383	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

تتعلق بيانات الجدول رقم (15) ترتيب المراهقين ضمن عدد أفراد عائلاتهم حيث كان ما نسبته (8,6%) يعيشون في أسرة مكونة من أب وأم وولد وحيد، بينما كان المراهقون الذين هم في مرتبة الإبن الأكبر في العائلة بنسبة (31,9%) من أفراد عينة الدراسة، أما ما نسبته (43,1%) يتوسطون تعداد الإخوة في الأسرة الواحدة، و (16,4%) هم في رتبة الأخ أو الأخت الأصغر في العائلة، ونلاحظ أن وجود المراهق ضمن أسرة مكونة من الأب والأم والإخوة بإختلاف أعدادهم تنشأ بها علاقات مختلفة عن الأسرة التي يكون فيها المراهق إبناً وحيداً، كذلك الإبن المراهق البكر أو الأكبر في العائلة يحاط عادة بنوع مختلف من الإهتمام والتوجيه عن باقي الإخوة، فالترتيب الولادي حسب أدلر Adler هو أحد المتغيرات التي تؤثر في إدراك المراهق لما يدور حوله، مما يمكن أن يترتب عليه أنواع متفاوتة من الإستجابات السلوكية، إذ نجد العديد من التصرفات داخل الأسرة والتي هي نتاج ترتيب الأبناء مثل مستوى الحرية الممنوحة للمراهق، الضغط الذي يحيط بالمراهق خوفاً من الفشل، مسؤولية المشاركة في مهام العائلة خاصة للمراهق البكر أو الأصغر¹، كل هذه التصرفات أو الأحداث تجعل تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية يختلف بإختلاف درجة وعي وإدراك المراهق له، والرسم البياني الموالي يوضح ذلك.

الرسم البياني رقم (07) يوضح ترتيب عينة الدراسة ضمن عدد أفراد عائلتهم



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - آيت مولود ياسمين، المعاملة الوالدية كما يدركها المراهق البكر وعلاقتها بإستراتيجية المقاومة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ع 12، 2014، ص 08.

2-2-IV عرض بيانات المحور الثاني: المعلومات الخاصة بالبيئة التي يتم فيها استخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية:

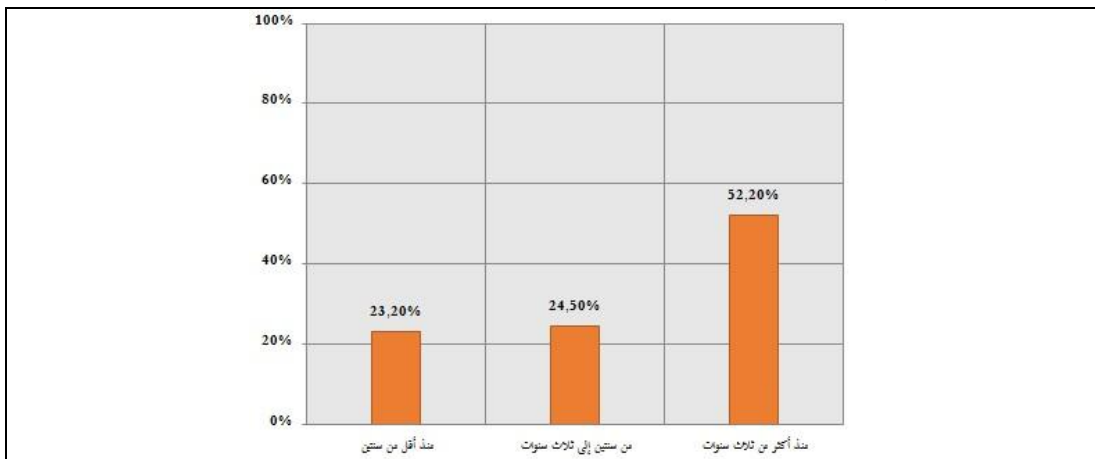
الجدول رقم (16): يوضح بداية استخدام عينة الدراسة للشبكات الإجتماعية الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	التعيين بداية الاستخدام
23,3%	89	منذ أقل من سنتين
24,5%	94	من سنتين إلى ثلاث سنوات
52,2%	200	منذ أكثر من ثلاث سنوات
100%	383	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (16) والرسم البياني رقم (08) الفترة الزمنية التي بدأ فيها أفراد عينة الدراسة استخدام موقعي الفيس بوك والأنستغرام حيث توضح أن 89 فرداً منهم قد بدأوا باستخدامهم منذ أقل من سنتين وذلك بنسبة تقدر بـ (23,3) من إجمالي عينة الدراسة، وهي نسبة تقارب نسبة المراهقين الذين تتراوح فترة استخدامهم للفيس بوك والأنستغرام من سنة إلى ثلاث سنوات التي كانت بقيمة (24,5%)، أما الباقي ونسبة تتعدى نصف عينة الدراسة تحديداً (52,2%) منهم كان استخدامهم لهذين الموقعين منذ أكثر من ثلاث سنوات، ويجدر بنا هنا أن نقول بأن أعداد مستخدمي الشبكات الإجتماعية الرقمية كان في تزايد خلال السنوات الأخيرة من طرف الأطفال لذا من الطبيعي أن تكون أقدمية الاستخدام وهم في مرحلة المراهقة تتعدى ثلاث سنوات، وبما أن هذه الشبكات توفر لهم إمكانية الوصول إلى المحتوى وإنشاء المحتوى والنشر بأنواع مختلفة من الوسائط وبسهولة يشجعهم ذلك على إستمرارية الاستخدام لسنوات عديدة¹.

الرسم البياني رقم (08): يوضح بداية استخدام عينة الدراسة للشبكات الإجتماعية الرقمية



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - Amanda lenhart, Mary madden, *Teens as content creators*, pew research center, retroved www.pewinternet.org:80/2005/11/02/part-1-teens-as-content-creators/

الجدول رقم (17) يوضح ما إذا كان أفراد عينة الدراسة يمتلكون حسابات خاصة بهم على الفيس بوك والأنستغرام

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس والفئة العمرية	
%50,92	195	%02,62	10	%48,30	185	ذكر	
%49,08	188	%03,13	12	%45,95	176	أنثى	
%100	383	%05,75	22	%94,25	361	المجموع	
%33,69	129	%04,97	19	%28,72	110	من 11 إلى 14 سنة	
%34,72	133	%0,26	01	%34,46	132	من 15 إلى 18 سنة	
%31,59	121	%0,52	02	%31,07	119	من 19 إلى 21 سنة	
%100	383	%5,75	22	%94,25	361	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يشير الجدول رقم (17) إلى أن (94,25%) من أفراد عينة الدراسة يمتلكون حسابات خاصة بهم على موقعي الفيس بوك والأنستغرام، نرى أن نسبة الذكور الذين يمتلكون حسابات تخصهم أكثر من الإناث بنسبة (48,30%) و الباقي أي ما نسبته (45,95%) إناث، ذلك أن الذكور غالباً ما يفضلون الإستخدام المستقل عن العائلة حسب ما أثبتته عبير جميل في دراستها التي بحثت فيها على خصائص مستخدمي الأجهزة الرقمية من المراهقين¹، ومن ناحية السن نجد أن الذين يمتلكون حسابات خاصة بهم ممن هم في الفئة العمرية الثانية والثالثة بنسبة (34,46%) و (31,07%) على التوالي، أي أن المراهقين بين سن 15 و 21 سنة يكون لديهم قدر من التصرف أكثر من الفئة العمرية الأولى (من 11 إلى 14 سنة) والذين كانت لديهم أعلى نسبة إجابة بعدم إمتلاك حسابات خاصة بهم على الشبكات الإجتماعية الرقمية بقيمة (04,97%) ويقتصر تصفحهم لهذه الشبكات عبر حسابات أحد أفراد عائلاتهم أو أصدقائهم، .

إجمالاً نجد أن نسبة (94,25%) من عينة الدراسة يمتلكون حسابات خاصة بهم على الشبكات الإجتماعية الرقمية وهذا ما يؤكد لنا أن الجيل الحالي من المراهقين هم من نشأ في مجتمع المعلومات وهم ممن يستطيعون التحكم في تكنولوجيات الإتصال بمهارة لا بأس بها، مما يتيح لهم فتح حسابات خاصة بهم وتسييرها بمفردهم لأن أقل فرد في عينة الدراسة هو من مواليد سنة 2009 (وفي هذه السنة نرى أن شبكات التواصل الإجتماعي جميعها كانت قد إحتلت مكانتها في الفضاء الرقمي وحققت أرقاماً عالية من عدد المشاركين فيها).

كما أن إمتلاك المراهقين لحساباتهم الخاصة يؤكد على وجود حرية ووفرة في إستخدام التكنولوجيا الحديثة للإتصالات لدى مختلف الفئات العمرية في المجتمع الجزائري.

¹ - عبير جميل الشمري، خصائص مستخدمي الأجهزة الرقمية من المراهقين ودرجة وعيهم بها، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم التربوية والنفسية، م3، ع23، 2019، ص 125.

الجدول رقم (18) يوضح ما إذا كان أفراد أسرة عينة الدراسة ضمن قوائم الأصدقاء أو المتابعين في حساباتهم على الفيس بوك والأنستغرام

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس والفئة العمرية	
50,91%	195	15,67%	60	35,25%	135	ذكر	الجنس
49,09%	188	18,79%	72	30,29%	116	أنثى	
100%	383	34,46%	132	65,54%	251	المجموع	
33,68%	129	17,75%	68	15,93%	61	من 11 إلى 14 سنة	الفئة العمرية
34,72%	133	12,27%	47	22,45%	86	من 15 إلى 18 سنة	
31,6%	121	04,44%	17	27,16%	104	من 19 إلى 21 سنة	
100%	383	34,46%	132	65,54%	251	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (18) إجابات عينة الدراسة حول السؤال المتعلق بوجود أحد أفراد أسرهم ضمن قوائم الأصدقاء أو ضمن المتابعين في حساباتهم الخاصة، وقد قمنا بتجزئة الإجابات حسب الجنس وحسب الفئة العمرية، نلاحظ أن ما نسبته (65,54%) من المبحوثين كانت إجاباتهم بـ "نعم" أي أنهم متابعين من طرف أهلهم عبر هذه الفضاءات الرقمية، وهي نسبة أعلى من النصف قليلاً لا يوجد فرق كبير في الإجابات بين الذكور والإناث حيث وجدنا أن (35,25%) كانت لإجابات الإناث و (30,29%) منها للذكور، من هاتين النسبتين يتضح لنا أن الإناث أعلى بقليل من الذكور من ناحية إشراك أفراد الأسرة في حساباتهم على الشبكات الإجتماعية الرقمية، وبالنسبة للتجزئة حسب الفئة العمرية فقد وجدنا أنه كلما تقدم المراهق في العمر كلما كان هناك مشاركة لعائلاتهم على الشبكات الإجتماعية الرقمية، حيث كان نسبة الإجابة بنعم للأفراد في الفئة العمرية [من 19 إلى 21 سنة] تقدر بـ (27,15%) تليها الفئة [من 15 إلى 18 سنة] بنسبة (22,45%) ثم في الأخير الفئة العمرية الأصغر [من 11 إلى 14 سنة] بنسبة (15,93%) وهنا نستنتج أن الأصغر سناً هم أكثر من لا يشركون عائلاتهم في حساباتهم على هذه الشبكات وتُرَجِّح أن يرجع سبب ذلك إلى أن استخدام الفئة الأصغر سناً لا يكون بموافقة الأهل أو من دون علمهم خاصة أنه من ضمن شروط التسجيل في موقع الفيسبوك أن يكون سن المستخدم من 13 سنة فما فوق، وفي المقابل نجد أن المجيبين بـ "لا" بلغت نسبتهم (34,46%) تنقسم حسب الجنس إلى (15,67%) ذكور و (18,79%) إناث، أما حسب الفئة العمرية فنجد الفئة العمرية الأقل أي [من 11 إلى 14 سنة] نسبتهم الأعلى بـ (17,75%) وهذه نسبة ملفتة للانتباه حيث أن المراهق في هذا السن من المفروض هو الأكثر عرضة للرقابة الوالدية من الفئات الأخرى، تليها الفئة العمرية [من 15 إلى 18 سنة] بنسبة (12,27%) ثم في الأخير الفئة العمرية [من 19 إلى 21 سنة] بأقل نسبة بقيمة (04,44%). جميع

البيانات السابقة تتناسب طردياً مع النتائج التي توصلت إليها دراسة الباحثة أشواق محمد الحارثي التي أكدت على أن هناك مرافقة ومشاركة للوالدين أو أحد أفراد الأسرة أثناء استخدام أولادهم المراهقين للشبكات الاجتماعية الرقمية والتي يعتبرونها كأحد أساليب الرقابة الداخلية التي ساعدتهم في التقليل أو التصدي لمخاطر هذه الشبكات على أبنائهم المراهقين¹، إلا أننا وفي هذه الدراسة وكما ذكرنا سابقاً هذه الرقابة كانت نسبتها مرتفعة في الفئتين العمريتين الثانية والثالثة مقارنة بالفئة العمرية الأولى.

الجدول رقم (19) يوضح ملكية الجهاز المستخدم و مشاركة عينة الدراسة الآخريين تصفح الفيس بوك والأنستغرام

المجموع		أبداً		أحياناً		دائماً		التعيين	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ملكية الجهاز المستعمل	
%100	383	%18,8	72	%2,9	11	%78,3	300	بواسطة جهازي الشخصي	ملكية الجهاز
%100	383	%29,3	112	%52,2	200	%18,5	71	بواسطة جهاز أحد أفراد العائلة	
%100	383	%65,3	250	%32,9	126	%1,8	07	بواسطة جهاز أحد الأصدقاء	
%100	383	%6,8	26	%12,5	48	%80,7	309	بمفرد	مشاركة التصفح
%100	383	%54	207	%40,3	154	%5,7	22	بمشاركة أحد أفراد العائلة	
%100	383	%45,2	173	%50,1	192	%4,7	18	بمشاركة أحد الأصدقاء	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (19) في جزئه الأول ملكية الجهاز الذي يتصفح منها المراهقون للشبكات الاجتماعية الرقمية وقد أظهرت النتائج أن (78,3%) منهم دائماً ما يستخدمون أجهزةهم الشخصية أو الخاصة بهم وهو ما أكدته أغلب الدراسات السابقة منها دراسة جمانة الرشيدات² التي وجدت أن الأغلبية العظمى من عينة دراستها المكونة من 680 مراهق يستخدمون جهاز هاتفهم النقال الشخصي و دراسة Salgur³ التي أكدت على إرتفاع استخدام المراهقين للشبكات الاجتماعية الرقمية نتيجة توفر الهواتف المحمولة، فيما أجاب (9,02%) منهم أنهم أحياناً فقط ما يستخدمون أجهزةهم الخاصة في تصفح الشبكات الاجتماعية الرقمية أما ما نسبته (18,8%) فقط أجابوا ب "أبداً" ولقد صرّحوا بأنهم لا يملكون أجهزة خاصة بهم أصلاً فهم يستعيرون أجهزة أحد أفراد عائلاتهم أو الأصدقاء، لذا نجد هناك تفاوت عكسي في الإجابات حيث كانت الإجابات المتعلقة باستخدام أجهزة أحد أفراد العائلة أو أحد الأصدقاء بنسب قليلة في الإختيار الأول من الإجابات "دائماً" فكانت على التوالي (18,5%) و (1,8%)، أما "أحياناً" فقد كانت نسبة استخدام جهاز أحد أفراد العائلة تقدر ب (52,2%) و جهاز أحد

¹ - الحارثي أشواق محمد، أساليب الرقابة الأسرية في الحد من مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة من وجهة نظر المراهقين وأسرهم، رسالة ماجستير، جامعة نايف

العربية للعلوم الأمنية، متوفر على الرابط

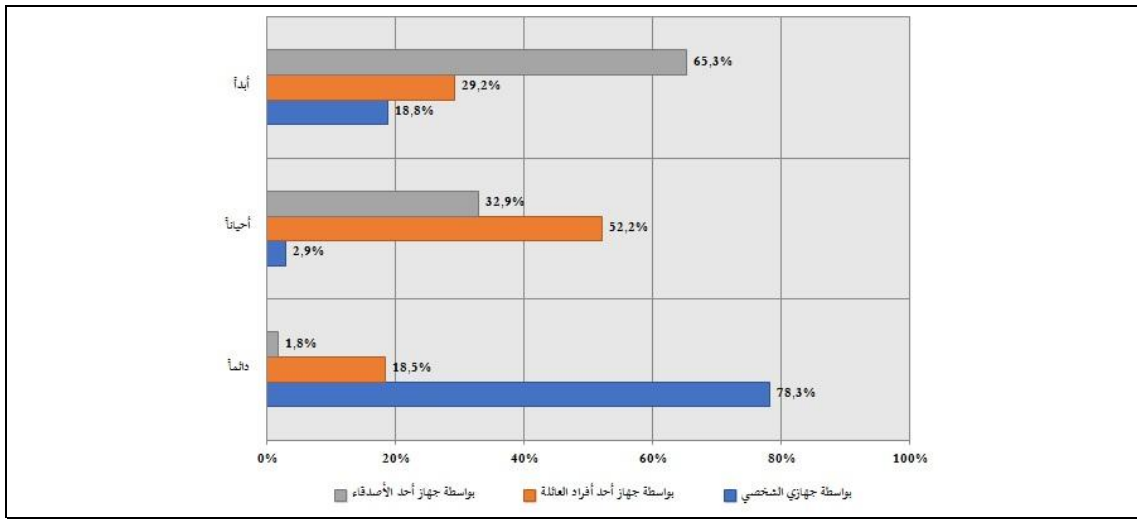
<https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/65367;jsessionid=E0DAC27BE919D22C202E53D445F7A548>

² - جمانة الرشيدات، مرجع سابق، ص 98.

³ - Salgur, op.cit, p102.

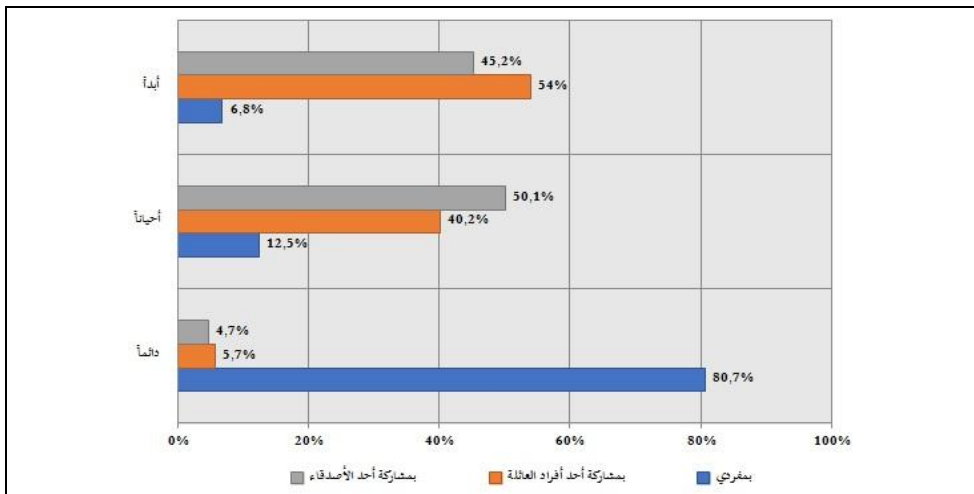
الأصدقاء بـ (32,9%)، أما خيار الإجابة "أبداً" فقد كانت النسب (29,3%) ثم (65,3%) على التوالي. والبيانات موضحة في الشكلين المواليين. ونذكر في هذا الصدد أنه حوالي 75% من المراهقين في العالم يمتلكون الآن أجهزة إتصال ذكية وفُرت العديد من الخدمات التي لا غنى عنها في أنماط الإتصال بين المراهقين¹، ساعدت هذه الأجهزة بفضل التطبيقات والبرمجيات التي تحتويها في سد الفجوة الرقمية عن طريق توفير تدفق الأنترنت للمراهقين بكل سهولة ويُسر والذي يمكنهم بالفعل من تصفح الشبكات الإجتماعية الرقمية². والرسم البياني التاليين يوضحان ما سبق.

الرسم البياني رقم (09) يوضح ملكية الجهاز المُستخدم من طرف المراهق عند تصفحه الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الرسم البياني رقم (10) يوضح مشاركة المراهقين للآخرين أثناء تصفح الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - Lenhart, A., Ling, R., Campbell, S., & Purcell, K.. *Teens and mobile phones: Text messaging explodes as teens embrace it as the centerpiece of their communication strategies with friends*. Pew Internet & American Life Project. retored <https://www.pewresearch.org/internet/2010/04/20/teens-and-mobile-phones/>

² - Berg, S., Taylor, A. S., & Harper, R. *Mobile phones for the next generation: device designs for teenagers*. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, 2003 (pp. 433-440).

3-IV إختبار فرضيات الدراسة:

1-3-IV إختبار الفرضية الأولى: "يتم تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من طرف المراهقين بمستوى متوسط".

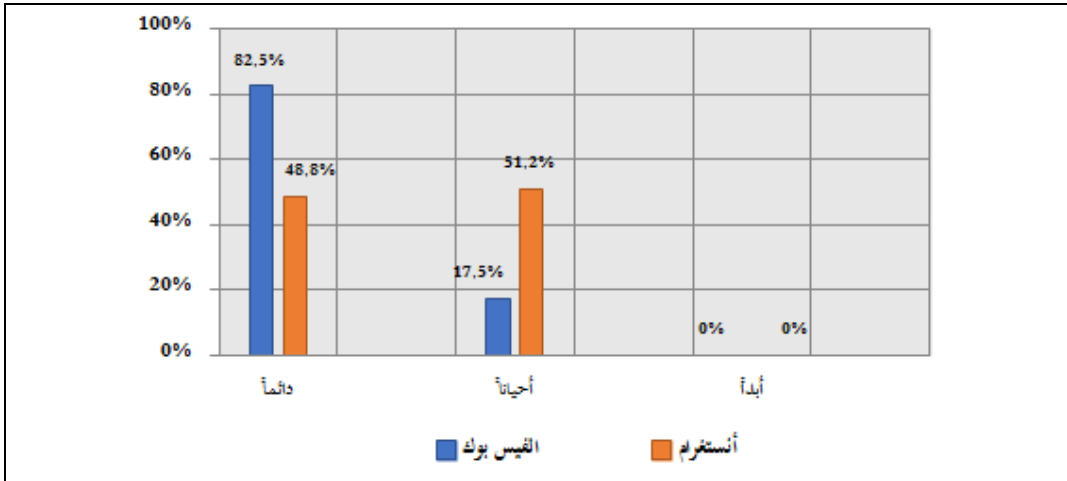
الجدول رقم (20) يوضح الوتيرة التي يستخدم بها المراهقون كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة		
			المجموع	أحياناً	دائماً
			التكرار	التكرار	التكرار
مرتفع	0,38	2,82	383	67	316
			%100	%17,5	%82,5
مرتفع	0,5	2,48	383	196	187
			%100	%51,2	%48,8
مرتفع	/	2,65	المتوسط العام		

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (20) يتضح لنا أن عينة الدراسة تتابع كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام بشكل متفاوت حيث أجاب (82,5%) منهم أنهم يتابعون الفيس بوك بصفة دائمة و (17,5%) أحياناً فقط ما يتصفحونه، أما الأنستغرام فقد وجدنا أن ما نسبته (48,8%) منهم يتابعونه "دائماً" بينما (51,2%) يتابعونه "أحياناً"، وبالنسبة للمتوسط الحسابي لكل من استخدام الفيس بوك والأنستغرام كان بقيم (2,82) و (2,48) وهو مرتفع حسب مقياس ليكرت الثلاثي، أما الانحرافات المعيارية فكانت (0,38) و (0,5) مما يعني أن هناك مستوى مرتفع لإستخدام المراهقين لكل من موقع الفيس بوك والأنستغرام، من خلال النتائج المبينة أعلاه يبدو الفرق واضحاً بين إستخدام المراهقين للفيس بوك والأنستغرام ويعود ذلك إلى شعبية الموقع الأزرق حيث نجده يحتل المرتبة الأولى عالمياً بين جميع الشبكات الإجتماعية الرقمية كذلك أسبقيته في النشأة والمزايا التي يوفرها لمستخدميه من السهولة والتحديثات التي تسعى إلى توفير خدمة التصفح حسب الإهتمامات والتخصصات عن طريق إنشاء المجموعات والصفحات وغيرها، بخلاف الأنستغرام الذي يحمل خصائص أقل عن الفيس بوك حيث يهتم بنشر الصورة بدرجة أولى، مقاطع الفيديو المحدودة كما أنه يوفر خاصية الشات المحدودة لإستخدام مقارنة بالفيس بوك. والبيانات موضحة في الرسم البياني رقم (11).

الرسم البياني رقم (11) يوضح الوتيرة التي يستخدم بها المراهقون كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (21) يوضح المدة اليومية التي يستغرقها المراهق في تصفح الفيس بوك والأنستغرام

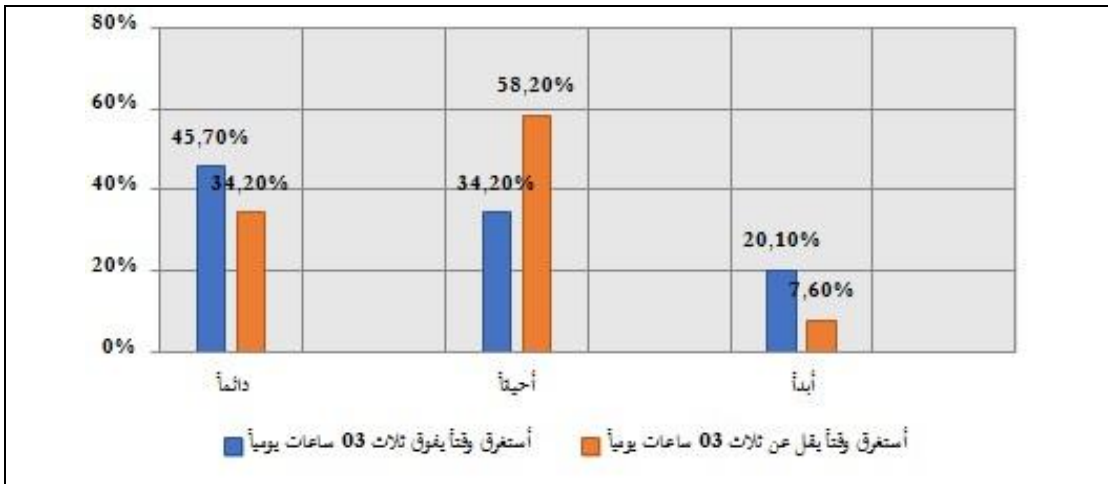
المستوى	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	بدائل الإجابة			العبارات
				أبداً	أحياناً	دائماً	
				التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,77	2,26	383	77	131	175	أستغرق وقتاً يفوق ثلاث 03 ساعات يومياً
			%100	%20,1	%34,2	%45,7	
متوسط	0,59	2,27	383	29	223	131	أستغرق وقتاً يقل عن ثلاث 03 ساعات يومياً
			%100	%58,2	%34,2	%7,6	
متوسط	/	2,26	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (21) المدة اليومية التي يستغرقها المراهق في تصفح الفيس بوك والأنستغرام، حيث أجاب (45,7%) منهم على أنهم يستغرقون "دائماً" مدة تفوق 03 ساعات يومياً في التصفح، بينما أجاب ما نسبته (34,2%) بـ "أحياناً" و (20,1%) بـ "أبداً"، في المقابل نجد البند المتعلق بمدة الاستخدام الأقل من 03 ساعات يومياً قد أجاب (7,6%) من المبحوثين بـ "دائماً" و (34,2%) بـ "أحياناً" ثم (58,2%) بـ "أبداً". أما المتوسط الحسابي العام للعبارات بلغ [02,26] وهو بمستوى متوسط يوضح أن المراهقين يستخدمون الشبكات الإجتماعية الرقمية بكثافة شبه مرتفعة أي بوقت طويل في اليوم على حساب باقي الأنشطة العادية أو التقليدية. وتتوافق النتائج مع ما جاءت به

دراسة الباحثة بن جديدي سعاد¹ التي قامت بها سنة 2016 على عينة من المراهقين الجزائريين حيث أقرت أن المراهقين يستخدمون الفيس بوك بصفة مكثفة خلال اليوم مما يُنبئ بإحتمالية تعرضهم للعديد من المشاكل الصحية والنفسية حيث أثبتت الدراسات أن استخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية لمدة طويلة خلال اليوم وبصفة مستمرة له تأثير سلبي على صحة المستخدم ويؤدي إلى الكثير من الإضطرابات النفسية مثل الوحدة والقلق وقلة التركيز إضافة إلى المشكلات الصحية المتمثلة في إحداث الضرر بالجهاز البصري والجهاز العصبي². والرسم البياني رقم (12) يوضح بيانات الجدول السابق.

الرسم البياني رقم (12) يوضح المدة اليومية التي يستغرقها المراهق في تصفح الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (21) يوضح مستوى الثقة في المعلومات عند تصفح الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإحراق المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	بدائل الإجابة			العبارات
				أبداً	أحياناً	دائماً	
				التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,60	2,04	383	62	245	76	أثق في المعلومات التي أشاهدها أو أقرأها
			%100	%16,2	%64	%19,8	
متوسط	0,65	2,23	383	48	200	135	أكرر مشاهدة المقاطع والمنشورات التي تعجبني
			%100	%12,5	%52,3	%35,2	
متوسط	/	2,13	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - بن جديدي سعاد، علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكة التواصل الإجتماعي - الفيسبوك - لدى المراهق الجزائري"، أطروحة دكتوراه م د في علم النفس العيادي، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016، ص 376.

² - علي بن حمد بن أحمد دغيري، إدمان شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، ع 1، م 2، 2017، متوفر على الرابط <https://platform.almanhal.com/Reader/Article/103957>.

يبين الجدول رقم (21) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بإجابات المبحوثين حول مدى الثقة التي يستشعرونها أثناء تلقيهم للمعلومات عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، إضافة إلى أنه يوضح الإجابات حول عادة تكرار المشاهدة عندهم، ونجد أنه أكثر من نصف العينة أي ما نسبته (64%) أحياناً يثقون في المعلومات التي يتابعونها كما أن (16,2%) منهم نادراً ما يمنحون ثقتهم فيما يتابعونه على موقعي الفيس بوك والأنستغرام، أما الباقي بما نسبته (19,8%) من المراهقين دائماً ما يثقون في تلك المعلومات، وقد كانت قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاصة بالعبارة الأولى هي [2,04 و 0,60]، وهذا يعني أن مستوى ثقة المراهقين في المحتويات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام متوسطة، كما أن أغلب الإجابات متوافقة ولا يوجد تباعد كبير بينها، وتُرجع سبب محدودية ثقة المراهقين في المحتويات المنشورة إلى أن مصادر المعلومات في الشبكات الاجتماعية الرقمية في الغالب مجهولة أو تصدر عن أشخاص ليسوا أهل للإختصاص، كما نضيف أن هذه المواقع تتيح تزييف الصفحات والحسابات وإنشاء حسابات وهمية بشخصيات لا تمت للواقع بصلة وهذا ما ينظر إليه غالبية مستخدمي هذه المواقع بحسب النتائج التي توصل إليها الباحث حسين ناصر¹ التي تفيد أن الجمهور المتلقي ينظر برية لأسماء الناشرين ويرى أن هناك الكثير ممن يستخدمون أسماء مزورة و مستعارة عند النشر، وأن أغلب هؤلاء الناشرين كذلك لا يتمتعون بالتأهيل العلمي الأكاديمي ولا التأهيل المهني ولا الخبرة التي تؤهلهم للنشر، كما يؤكد الباحثون أن إجهاد مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك بالمعلومات وتدققها الغير محدود يجعل ثقة المستخدم تميل إلى التراجع ويرتفع لديه مستوى الخوف من كثرة تداول المعلومات في العديد من الصفحات²، ونلاحظ أن هذه النتائج تتوافق مع نتائج دراسة أحمد طه محمد إبراهيم³ التي خلصت إلى أن هناك مستوى ضعيف لثقة المراهقين في مضامين الشبكات الاجتماعية الرقمية.

وفيما يخص تكرار مشاهدة المقاطع والمنشورات التي تعجبهم نرى أن (35,2%) أجابوا بـ "دائماً" و(52,3%) قد أجابوا بـ "أحياناً" وهنا نرى أن أغلب عينة الدراسة أكدت على إمكانية تكرار مشاهدة المحتوى لأكثر من مرة ما يساعد ذاكرتهم على حفظ وفهم المعلومات المدخلة إلى ذاكرتهم واكتسابها ليتم نقلها من الذاكرة الحسية إلى الذاكرة طويلة المدى للإحتفاظ بها إلى حين الحاجة إليها وفق ما تطرحه نظرية تمثيل المعلومات هذا ما يُنبئ مُستقبلاً بإمكانية تبني السلوك الذي تنقله الرسالة الإعلامية لما أوضحتها العديد من الدراسات الإعلامية المتعلقة بالرسائل التي تهدف إلى إقناع المتلقي بتبني اتجاهات جديدة أو القيام بسلوك معين أن تكرار مشاهدة مضمون الرسالة سيكون في الغالب عاملاً مساعداً على تغيير السلوك⁴،

¹ - حسين ناصر حسين، ثقة الشباب الجامعي في المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الجامعة العراقية، ع38، بغداد، 2019، ص470.

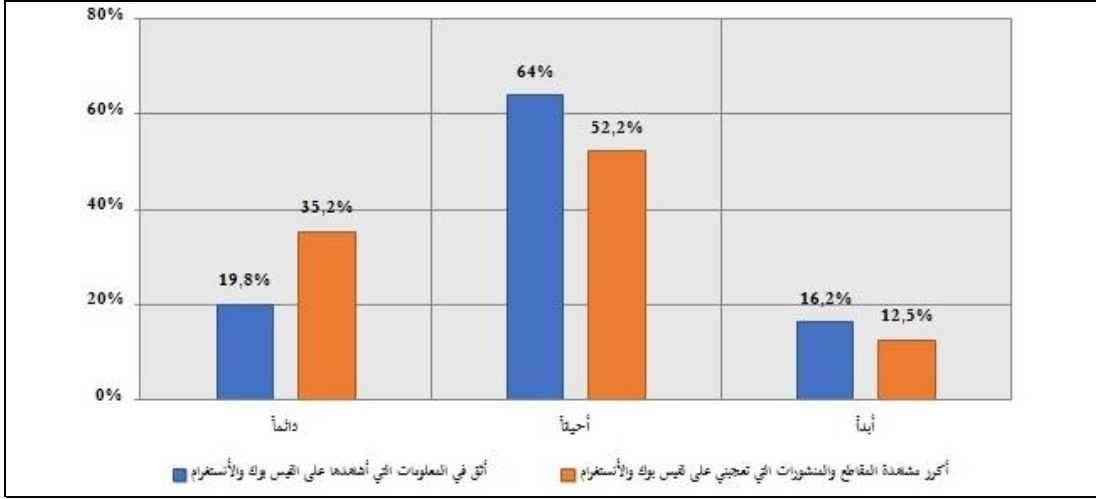
² - Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. *Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue.* Computers in Human Behavior, 2015, 44, p 153.

³ - أحمد طه محمد إبراهيم، دور المضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة، 2016، ص 14.

⁴ - سامي محسن ختاتة، أحمد عبد اللطيف أبو السعد، علم النفس الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2015، ص68.

والرسم البياني الموالي يوضح بيانات الجدول السابق.

الرسم البياني رقم (13) يوضح مستوى الثقة في المعلومات عند تصفح الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (22) يوضح طريقة متابعة المراهقين للمحتويات المنشورة عبر الفيس بوك والأنستغرام

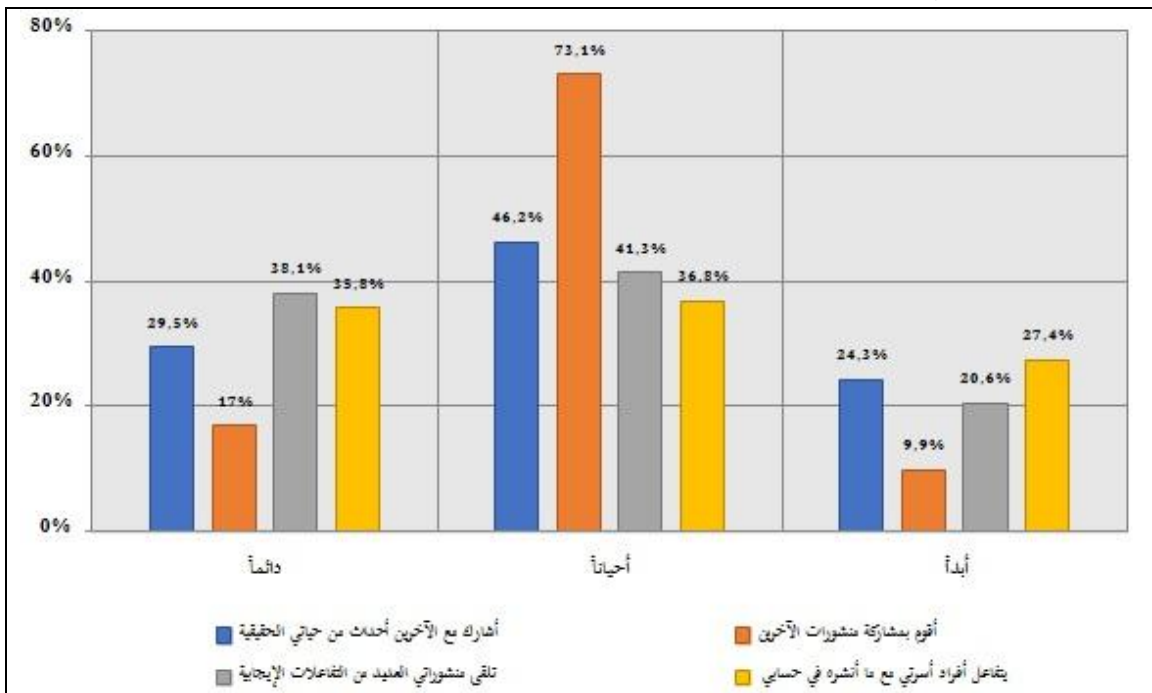
المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,73	2,05	383	93	177	113	أشارك مع الآخرين أحداث من حياتي الحقيقية
			%100	%24,3	%46,2	%29,5	
متوسط	0,51	2,07	383	38	280	65	أقوم بمشاركة منشورات الآخرين
			%100	%9,9	%73,1	%17	
متوسط	0,75	2,17	383	79	158	146	تلقي منشوراتي العديد من التفاعلات مع الآخرين
			%100	%20,6	%41,3	%38,1	
متوسط	0,79	2,08	383	105	141	137	يتفاعل أفراد أسرتي مع ما أنشره على حسابي
			%100	%27,4	%36,8	%35,8	
متوسط	/	2,09	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (22) طريقة متابعة وتعامل المراهقين مع المنشورات عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام حيث أجاب (46,2%) منهم على أنهم "أحياناً" يقومون بمشاركة الآخرين أحداث من حياتهم الحقيقية وأوضح (29,5%) منهم أنهم "دائماً" ما يفعلون ذلك بينما أجاب (24,3%) أنهم لا يفعلون ذلك أبداً. أما عن

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابة على هذه العبارة هما (02,05) و (0,73) ما يعني أن المراهقون يقومون بنشر ما يحدث في حياتهم الواقعية على حساباتهم في الفيس بوك والأنستغرام بمستوى متوسط. وفيما يخص العبارة المتعلقة بمشاركة منشورات الآخرين فقد أجاب (73,1%) بـ "أحياناً" و (17%) كانت إجاباتهم بـ "دائماً" أما الباقي بنسبة (9,09%) فقد أجابوا بـ "أبداً"، المتوسط الحسابي لهذه العبارة بلغت قيمته (02,07) والانحراف المعياري (0,51) ويفيد كذلك أن مستوى مشاركة منشورات الآخرين كان متوسطاً. أما عن تفاعل الآخرين مع ما يتم نشره من طرف عينة الدراسة على موقعي الفيس بوك أو الأنستغرام نجد أن (41,3%) منهم أحياناً فقط يتفاعل الآخريين معها، بينما أجاب (38,1%) أن منشوراته "دائماً" ما تلقى تفاعلاً من المتابعين أما ما نسبته (20,6%) فقد أقرّ أن منشوراته لا يتفاعل معها الجمهور أبداً. والعبارة الأخيرة المتعلقة بتفاعل أفراد الأسرة مع منشورات أبنائهم المراهقين على موقعي الفيس بوك والأنستغرام كانت الإجابات (35,8%) بـ "دائماً" و (36,8%) بـ "أحياناً" ثم (27,4%) بـ "أبداً"، وقد بلغ المتوسط الحسابي العام للعبارة قيمة (02,09) ما يعني أن مستوى تفاعل المراهقين مع المنشورات عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام كانت متوسطة. وقد لا حظنا من خلال هذه الإجابات أن المبحوثين في عينة الدراسة لا يهتمون بعملية النشر ولا يسعون إلى حصد مشاهدات أو إعجابات حول ما يقومون بنشره على هذين الموقعين، بل على العكس هم يستخدمون حساباتهم لمتابعة الأحداث، البحث عن المعلومات والمعارف، البحث عن الترفيه ولا يهتمهم المشاركة والنشر إلا في حدود الدردشة والتواصل مع الأصدقاء حسب ما ستوضحه نتائج لاحقاً ضمن الجدولين المواليين الخاصين بدوافع الاستخدام والإشباع المحققة منه. والرسم البياني رقم (14) يوضح جميع ما سبق ذكره.

الرسم البياني رقم (14) يوضح طريقة متابعة المراهقين للمنشورات عبر الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (30) يوضح دوافع المراهقين لإستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإبحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	العبارات
متوسط	0,71	2,16	383	70	181	132	
			%100	%18,3	%47,3	%34,5	
مرتفع	0,59	2,41	383	20	185	178	تعلم مهارات جديدة
			%100	%5,2	%48,3	%46,5	
متوسط	0,71	2,31	383	56	153	174	البحث عن المعلومات والمعارف العامة
			%100	%14,6	%39,9	%45,4	
متوسط	0,73	2,24	383	68	155	160	التزود بمعلومات حول دراسي ومجال تخصصي
			%100	%17,8	%40,5	%41,8	
متوسط	0,65	2,20	383	49	207	127	التعبير عن آرائي بكل حرية
			%100	%12,8	%54,0	%33,2	
مرتفع	0,54	2,56	383	09	152	222	البحث على المتعة والتسلية
			%100	%2,3	%39,7	%58,0	
متوسط	/	2,31	المتوسط العام				

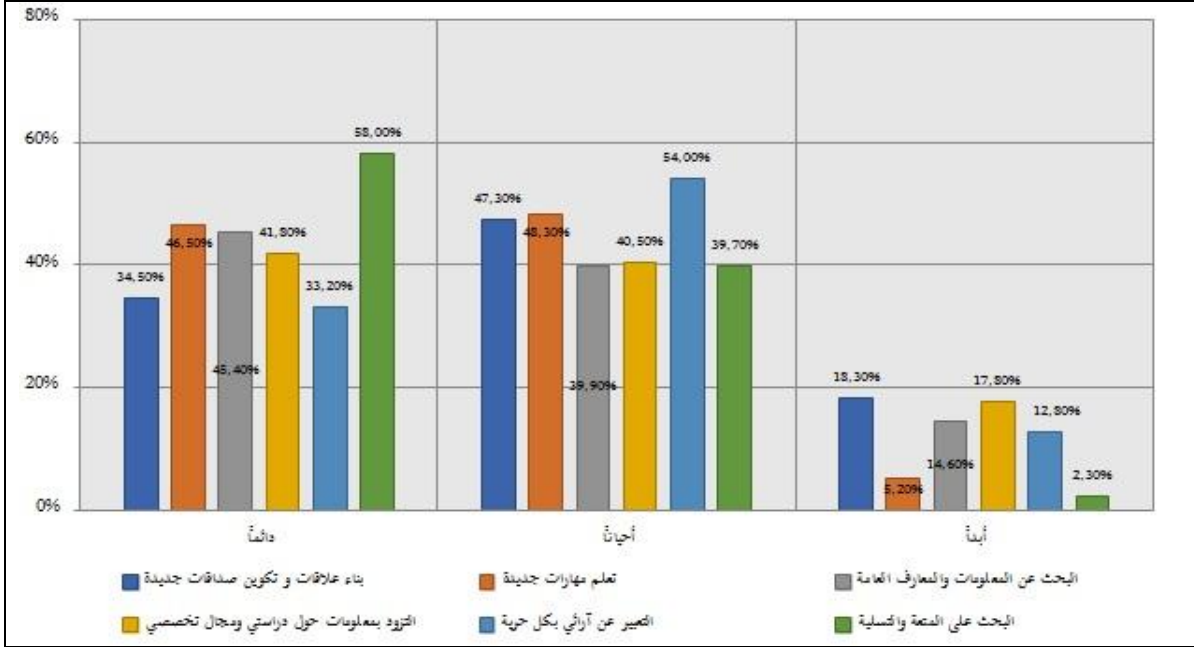
المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (30) إجابات المراهقين نحو الحاجات التي تدفعهم لإستخدام موقعي الفيس بوك والأنستغرام حيث وبناءً على المتوسطات الحسابية لإجاباتهم نجد أن الدافع الأول لهم هو البحث على المتعة والتسلية والذي بلغت قيمة متوسطه (2,56) وهي قيمة مرتفعة يتوافق هذا الدافع مع ما خلصت إليه نتائج الإحصائيات التي قام بها الديوان الوطني للإحصائيات في الجزائر حول إستخدام الوقت في الجزائر والتي وجدت أن الأشخاص في الفئة العمرية من 12 سنة إلى 21 سنة تستغل أكبر قدر من الوقت بين التسلية واللعب¹، يليها دافع تعلم مهارات جديدة الذي كانت قيمة متوسطه الحسابي مرتفعة أيضاً بلغت (2,41)، ثم الحاجة إلى البحث عن المعلومات والمعارف العامة بمتوسط حسابي قيمته (2,31)، يليها التزود بمعلومات حول الدراسة أو مجال التخصص بقيمة (2,24). ثم في المركز ما قبل الأخير نجد عبارة التعبير عن آرائي بكل حرية قد بلغت قيمة متوسطها الحسابي (2,20) وهي متوسطة ليكون آخر دافع لهم هو "بناء علاقات وتكوين صداقات جديدة" بمتوسط حسابي قيمته (2,16). مثلما هو مبين في الرسم البياني رقم (15). وقد تشابهت هذه النتائج بشكل كبير مع نتائج دراسة

¹ - المسح الوطني حول إستخدام الوقت في الجزائر سنة 2012، الديوان الوطني للإحصائيات، متوفر على الرابط https://www.ons.dz/IMG/pdf/RAPPORT_ENET_2012_ARABE.pdf

الزويدي¹ التي أجراها سنة 2012 على عينة من الطلبة المستخدمين للفييس بوك، حيث كانت التسلية وتكوين الصداقات في أول الدوافع التي تجعل المستخدم يلجأ إلى إستخدام هذا الموقع.

الرسم البياني رقم (15) يوضح دوافع المراهقين لإستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (31) يوضح الإشباع المحققة لدى المراهقين عند إستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,57	2,47	383	14	174	195	تزودي بالمعرفة والمعلومات في مختلف المجالات في حياتي
			%100	%3,7	%45,4	%50,9	
مرتفع	0,55	2,34	383	15	226	142	تزيد من فرصة إنفتاحي على مختلف الثقافات في العالم
			%100	%3,9	%59	%37,1	
متوسط	0,65	2,29	383	41	190	152	بما يكون لدي زيادة في فرص التواصل مع أشخاص آخرين
			%100	%10,7	%49,6	%39,7	
مرتفع	0,52	2,46	383	04	198	181	تمكنني من قضاء وقت مريح وممتع.
			%100	%01	%51,7	%47,3	
مرتفع	/	2,39	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - ماجد محمد الزويدي، مرجع سابق، ص 32.

يبين الجدول رقم (31) الإشباع التي يحصل عليها المراهقون بعد تصفحهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام، وقد إتضح من المتوسط الحسابي العام لهذه الإشباعات كانت قيمته (2,39) أي أن الحاجات التي يرغبون في الحصول محققة بمستوى مرتفع، وبالتفصيل فيها نجد أن أعلى قيمة كانت لعبارة "التزود بالمعرفة والمعلومات في مختلف مجالات الحياة" حيث أجاب (9,50%) منهم بـ "دائماً" و (4,45%) بـ "أحياناً" بينما فئة قليلة وبنسبة (7,3%) من عينة الدراسة قالوا أن هذه الحاجة غير مشبعة، إن إشباع هذه الحاجة بنسبة عالية منطقي بسبب أن الأنترنت بيئة خصبة للتزود بالمعرفة حيث أصبحت اليوم توفر كمّاً هائلاً من المعلومات على العموم، والشبكات الاجتماعية الرقمية أصبحت بفضل خصائص الربط والتشبيك المميزة نوافذ يُستدل بواسطتها طريق الولوج للعديد من المنصات والمواقع الأخرى، أما حاجة المراهق لـ "قضاء وقت مريح وممتع" فقد أجاب (7,51%) بـ "أحياناً" و(3,47%) بـ "دائماً" وهي نسب مرتفعة بإعتبار أن أغلب الخدمات الموجودة على الفيس بوك والأنستغرام هي موجهة للترفيه مثل الألعاب والتسلية، تداول المقاطع المضحكة والتعليقات الساخرة وقد أشارت بعض التقارير العالمية أن ما نسبته 62% من مستخدمي الفيس بوك يزورونه من أجل البحث عن التسلية¹، أما بالنسبة للفرص التي تتيحها هذه المواقع للإفتتاح على مختلف ثقافات العالم فقد أجاب (9,59%) منهم بـ "أحياناً" و(1,37%) بـ "دائماً" فيما أجاب (9,3%) بـ "أبداً"، هذه الفرص نتيجة لعالمية هذين الموقعين واللامكانية النسبية أثناء تصفح المستخدمين لموقعي الفيس بوك والأنستغرام، وبالتالي نجد أن هذين الموقعين يساهمان في رفع الرصيد الثقافي العالمي عند المستخدمين، ونشير إلى أن هناك إتجاهين مختلفين حول ذلك فبعض النقاد يرون أن إطلاع الفرد على ثقافات الغير سيؤدي إلى تنميط الأذواق وتعميم أنماط الحياة والتشجيع على التقليد الأعمى وهو ما يؤثر حسب رأيهم سلباً على قدرة المستخدم على الإبتكار والإبداع والنقد والتحليل، ويرى البعض الآخر أن هذه الشبكات قد قدّمت خدمات مميزة لنشر الثقافات لأنها كسرت حاجز المكان ووصلت إلى مناطق مختلفة من العالم دون تحمل الفرد تكلفة التنقل إليها وأتاحت له فرصة في أن ينال حقه من الثقافة بعدما كانت مقتصرة على الأشخاص المقتدرين مادياً².

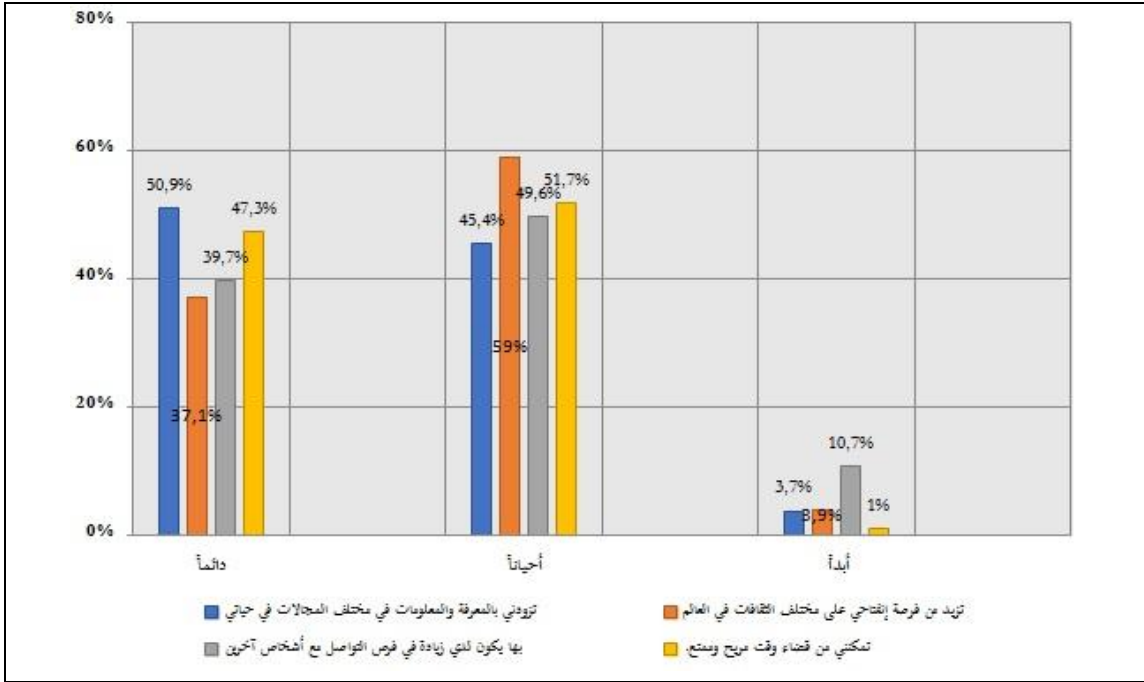
وعن تكوين علاقات والتواصل مع أشخاص آخرين نرى أن هذا الخيار كان بأقل قيمة متوسط حسابي (2,29)، حيث أجاب (6,49%) بـ "أحياناً" و (7,39%) بـ "دائماً" و (7,10%) بـ "أبداً". يمكن إرجاع ذلك أن المستخدم في هذا السن بالرغم من تميزه بالإندفاع وحب الإطلاع والتجريب إلا أنه يمتلك نوع من الحذر خاصة لدى الإنانث من الدخول في صداقات مع أشخاص غرباء أو لا ينتمون لعالمهم الحقيقي. كما هو مبين في الرسم البياني رقم (16).

¹ - إسلام النجار، مواقع التواصل الاجتماعي بين الريح والترفيه، موقع رواد الأعمال، تم التصفح في 08-09-2020، متوفر على الرابط:

<https://www.rowadalaamal.com/>

² عبد الكريم علي جبر الديسي، زهير ياسين الطاهات، دور وسائل الإتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الإتصال والتنمية، العدد6، دار النهضة العربية، بيروت، 2012، ص11.

الرسم البياني رقم (16) يوضح الإشباع المحققة لدى المراهقين عند إستخدامهم لموقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (32) يوضح الخصائص الموجودة في المواضيع التي تثير إنتباه المراهقين على موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,58	2,54	383	17	144	222	تثير إنتباهي وتجذبني المواضيع بناءً على الصور المنشورة
			%100	%4,4	%37,6	%58	
متوسط	0,56	2,27	383	22	235	126	تثير إنتباهي وتجذبني المواضيع المنشورة بناءً على العناوين البارزة
			%100	%5,7	%61,4	%32,9	
متوسط	0,73	1,93	383	117	176	90	تثير إنتباهي وتجذبني المواضيع المنشورة بناءً على عدد المتفاعلين معها والتي تحمل نسب مشاهدات عالية
			%100	%30,5	%46	%23,5	
متوسط	0,70	2,12	383	73	192	118	تثير إنتباهي وتجذبني المواضيع المنشورة المنشورات التي في مضمونها تتحدث على شخصيات بارزة ومشهورة
			%100	%19,1	%50,1	%30,8	
متوسط	0,69	2,31	383	51	163	169	تثير إنتباهي وتجذبني المنشورات التي تخص الأماكن التي أعرفها
			%100	%13,3	%42,6	%44,1	
مرتفع	0,64	2,43	383	31	157	195	تثير إنتباهي وتجذبني المنشورات التي تتحدث عن ميولي وهواياتي
			%100	%8,1	%41	%50,9	
متوسط	/	2.26	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (32) الخصائص الموجودة في المواضيع المنشورة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام التي تجذب إنتباه المراهقين لمتابعتها، وقد كانت الصورة أهم هذه الخصائص حيث أجاب (58%) من العينة على أنه "دائماً" ما ينجذب إلى المواضيع بناءً على الصورة المرافقة لها ويأتي ذلك تأكيداً لما توصل إليه الباحث نجيب بخوش¹ حيث وجد في دراسته أن للصورة والألوان تأثير في عملية تلقي المحتوى الإعلامي سواء من خلال عملية الإنتباه أو الإدراك أو التذكر، فأهمية الصورة لا تنحصر فقط في عنصر الحركة إنما تمتد قوة تأثيرها في كيفية إختيارها من طرف الناشر ووضعها بعناية وصياغتها صياغة مناسبة تُؤلّد المشاركة والإقناع لدى المراهق، إذ أن الصورة المنشورة بشكل مدروس تنجم منه نتيجتان الأولى الإنجذاب المستمر وغير المنقطع تجاه المادة الإعلامية المعروضة والثانية تشكيلها بُعداً نفسياً كامناً في لاشعور المتلقي²، كما أنه مثلما ذكرنا سابقاً في العنصر الخاص بأنماط معالجة المعلومات المحددة وفقاً لنظرية تمثيل المعلومات أن نمط المعالجة البصرية للمعلومات يناسب طبيعة المحتويات الرقمية التي يتم نشرها عبر فضاء الأنترنت عامة الذي يعتبر كل من الفيس بوك والأنستغرام عنصراً من هذا الفضاء، ويُعتبر الإنتباه عامة العملية الأولى لتعلم السلوك حيث يساعد على تركيز الحواس عند المراهق أثناء تصفحه للأنترنت ويجعله يُعمل ذهنه في دلالات الرسائل ومعانيها والروابط المنطقية والواقعية ليساعد بعد ذلك في الإهتمام بها وإستيعابها. وفي نفس العبارة أجاب (37,6%) منهم بـ "أحياناً" ونسبة ضعيفة جداً تقدر بـ (4,4%) منهم أجاب بـ "أبداً".

أما العبارة الموالية والتي تهتم بـ "المواضيع التي تلائم ميول وهوايات المراهق" كان المتوسط الحسابي لهذه الإجابة (2,43)، بإجابة (50%) من العينة على "دائماً" و (41%) منهم على "أحياناً"، جاءت هذه العبارة بمستوى مرتفع وهنا ندرك أن المراهق يتصفح كل من الفيس بوك والأنستغرام بوعي إذ يتحكم في عملية إنتقاء وإختيار المحتويات التي توافق إتجاهاته.

أما عبارة "المواضيع التي تخص المكان الذي يعرفونه" فقد كانت الإجابة بـ "دائماً" بنسبة (44,1%)، تليها "أحياناً" بنسبة (42,6%) ثم "أبداً" بنسبة (13,3%). وقد كان مستوى الإنجذاب للمواضيع بناءً على ما هو مألوف عند المراهقين بمستوى متوسطة قريبة للمرتفع حسب قيمة المتوسط الحسابي لها التي قدرت بـ (2,31)، وهذا شيء مُتوقَّع في مجال النشر الإعلامي إذ نذكر أنه وفقاً لنموذج التأثير AIDA المستخدم في الإعلانات والتسويق لجذب إهتمام الجمهور نجد أن الخطوة الأولى في جذب الفرد المتلقي هي إثارة الإنتباه Ittention لديه بوضع رسائل تحمل أسماء لأماكن مألوفة لديه ليشعر أنها تعنيه وينتقل ذهنه للمرحلة التالية التي يحددها هذا النموذج بالإهتمام Interest ثم الرغبة في الفعل Desire ثم القيام بالفعل³ Action.

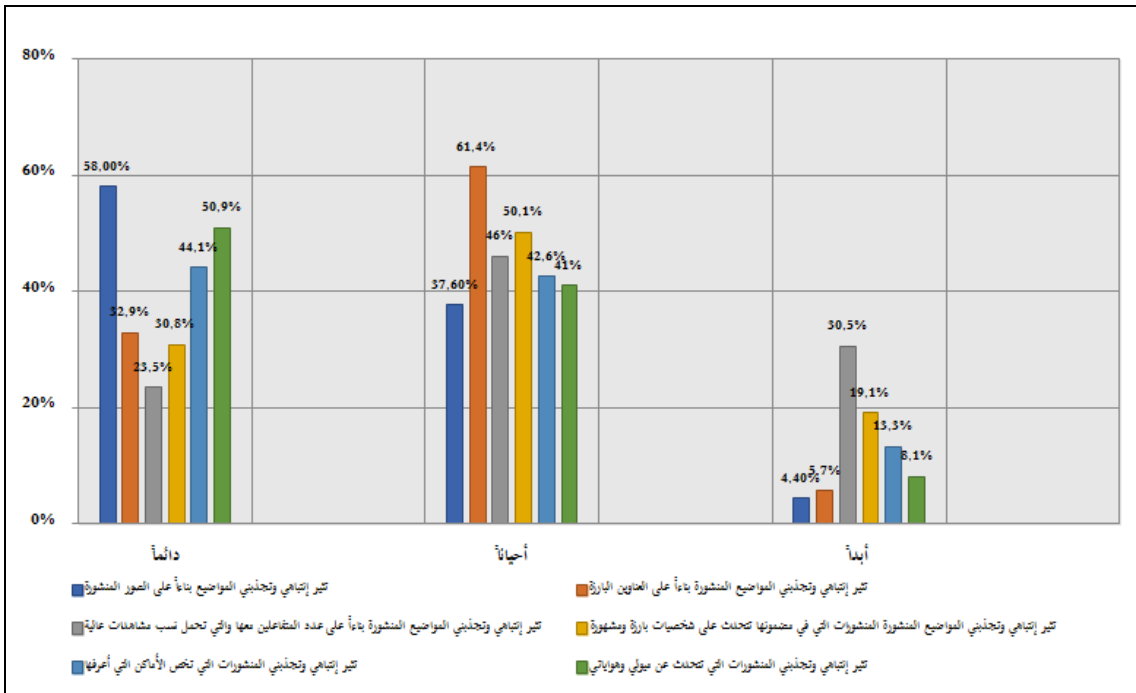
¹ - نجيب بخوش، مرجع سابق، ص 281.

² - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون: الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 433.

³ - إبراهيم موصلي، دور محددات إتجاهات العملاء نحو الإعلانات عبر شبكة الأنترنت في سلوكهم الإستجابي: دراسة على عملاء التسويق عبر الفيس بوك، أطروحة ليل الدكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة حلب، حلب، 2015، ص 126.

وفيما يخص المواضيع التي تجذب إنتباه المراهق بناءً على عناوينها البارزة فقد أجاب (61,4%) منهم بـ "أحياناً" و(32,9%) بـ "دائماً"، وتتقارب إجابات هذه العبارة مع عبارة "المواضيع التي في مضمونها تتحدث على شخصيات بارزة ومشهورة" بنسب (50,1%) للبديل "أحياناً" و (30,8%) للبديل "دائماً". أما آخر ما يجذب إنتباه المراهق لمتابعة المواضيع على الفيس بوك والأنستغرام فهو عدد المتفاعلين أو عدد المشاهدات التي تحملها المنشورات حيث نجد أن ما نسبته (30,5%) قد أجاب بـ "أبداً" و(46%) أجاب بـ "أحياناً". مثلما هو مبين في الرسم البياني رقم (17).

الرسم البياني رقم (17) يوضح الخصائص الموجودة في المواضيع التي تثير إنتباه المراهقين على موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (33) يوضح طريقة إهتمام المراهقين بالمحتويات الإعلامية على موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	العبارات
متوسط	0,62	2,33	383	30	195	158	يرز إهتمامي بالمواضيع يتكرر نشرها فيتولد عندي نوعٌ من الفضول.
			%100	%7,8	%50,9	%41,3	
مرتفع	0,54	2,52	383	07	170	206	عند إعجابي بالمنشورات على الفيس بوك أو الأنستغرام أكملها حتى نهايتها
			%100	%1,8	%44,4	%53,8	
متوسط	0,73	1,93	383	117	175	91	أفقد موقع الفيس بوك والأنستغرام كل وقت حتى لا يفوتني الجديد من الأخبار.
			%100	%30,5	%45,7	%23,8	
متوسط	0,64	2,26	383	42	199	142	أقرأ التعليقات حول المنشورات على موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%11	%52	%37,1	
متوسط	0,68	2,04	383	80	207	96	أقوم بالبحث وتوسيع معرفتي حول المواضيع التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%20,9	%54	%25,1	
متوسط	0,61	2,10	383	53	237	93	أقوم بفتح نقاشات حول المنشورات التي أتلقها من موقعي الفيس بوك والأنستغرام مع الآخرين في الحياة الواقعية.
			%100	%13,8	%61,9	%24,3	
متوسط	/	2,20	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (33) طريقة إهتمام المراهقين بالمنشورات على موقعي الفيس بوك والأنستغرام والذي نلاحظ من خلاله أن عينة الدراسة تسجل مستوى مرتفع للعبارة الخاصة بمتابعة المنشورات حتى نهايتها حيث أجاب (53,8%) منهم أنهم دائماً ما يكملون قراءة أو مشاهدة المنشورات التي تعجبهم، بينما أجاب (44,4%) على هذا الإختيار بـ "أحياناً" ونسبة قليلة جداً منهم (1,8%) أجابت بـ "أبداً". وبما أن الجانب النفسي للإهتمام يولد جاذبية خاصة تؤدي إلى قبول تعلم ما يتم متابعته، نستنتج أن المراهق في الغالب سيتأثر بأغلب الرسائل التي يتلقاها.

أما عن العبارة التي تفيد أن إهتمام المراهقين يبرز عندما يتكرر نشر نفس الموضوع عدة مرات نجد أن أكبر نسبة كانت لـ "أحياناً" بنسبة (50,9%) ثم "دائماً" بنسبة (41,3%)، والمتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,33) يبين أن مستوى الإهتمام متوسط، وتكرار الرسالة الإعلامية مهما كان مضمونها يثر لدى المتلقي عناصر الإهتمام ويساعد في إستقرار المعلومة في الذاكرة ليتم التفاعل معها والتأثر بها سلباً أو إيجاباً لاحقاً، وفي هذا الصدد نذكر أن للتكرار دور كبير في مساعدة المراهقين على تذكر وإسترجاع المعلومات¹ التي يتم تلقيها من الفيس بوك والأنستغرام.

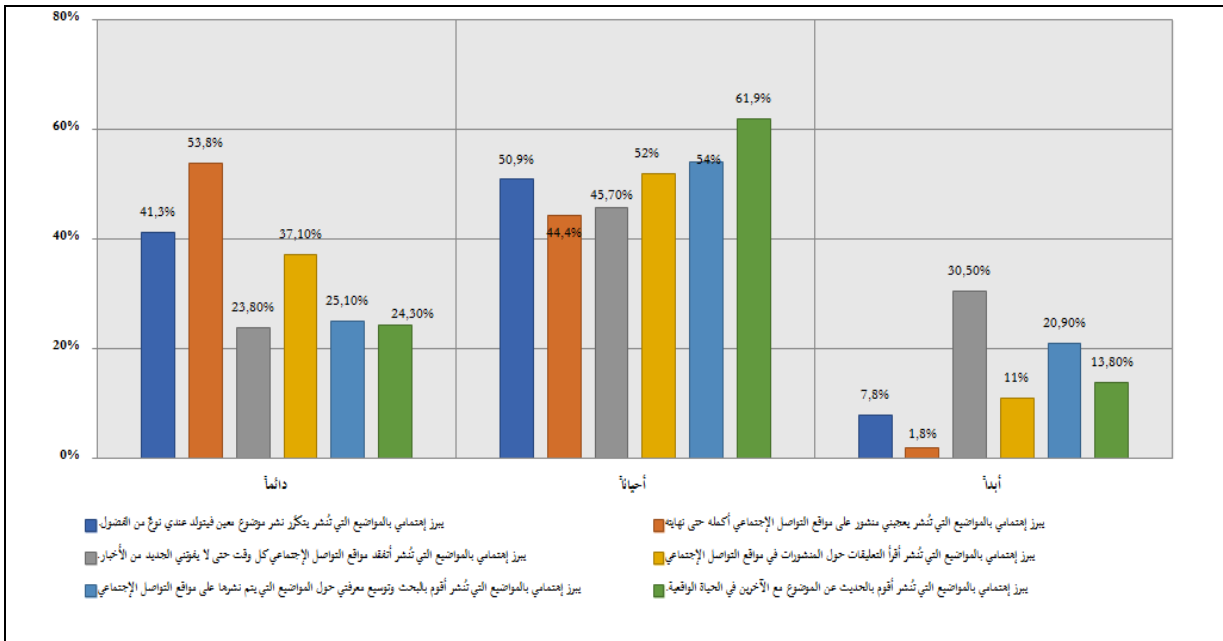
¹ - عبد العزيز عبد الكريم المصطفى، أثر إستخدام التكرار كعملية إستراتيجية في تذكر الأطفال المهارات الحركية، مجلة مركز البحوث التربوية كلية التربية جامعة الملك سعود، 145، الرياض، 1998، ص 9.

كما نجد أن قراءة التعليقات حول المنشورات على الفيس بوك والأنستغرام تحظى بإهتمام متوسط أيضاً من طرف المراهقين، وهذا ما أثبتته قيمة المتوسط الحسابي التي بلغت (2,26)، أما بالنسبة لإهتمام المراهق بفتح نقاشات حول المنشورات التي يتلقاها من الفيس بوك والأنستغرام نجد أنه هناك (61,9%) منهم أجابوا بـ "أحياناً" و(24,3%) أجابوا بـ "دائماً" بينما (13,8%) أجابوا بأنهم لا يقومون بذلك "أبداً".

ويظهر إهتمام المراهقين كذلك بمنشورات الفيس بوك والأنستغرام حينما يقومون بالبحث وتوسيع معارفهم حول المواضيع التي تنشر من مواقع أخرى إذ كانت نتائج هذه العبارة بمستوى متوسط تُعبّر عنها قيمة المتوسط الحسابي (2,04) لأن أكثر من نصف العينة (52%) أجابوا بـ "أحياناً" و (25,1%) أجابوا بـ "دائماً"، ونشير هنا أنه من البديهي أن يقوم المتلقي بعد تعرضه للرسالة التي تثير إهتمامه بالبحث عن تفسيرات لها والتعرف عليها بشكل معمق، ليتم تخزينها بعد ذلك في الذاكرة، وهذه الخطوة تعتبر أولى مراحل إكتساب المعلومات وهي خطوة إختيارية حيث أن المتلقي يختار طواعية التعرض لمعلومات دون غيرها¹.

آخر مظهر من مظاهر الإهتمام كانت في عملية تفقد المبحوثين حساباتهم على الفيس بوك والأنستغرام لكي لا يفوتهم الجديد من الأخبار والتي كانت لديها أدنى قيمة متوسط حسابي (1,93) بمستوى متوسط حيث أجاب (30,5%) منهم بالنفي "أبداً" و (45,7%) بـ "أحياناً". والرسم البياني رقم (18) يوضح ما سبق.

الشكل رقم (18) يوضح طريقة إهتمام المراهقين بالمنشورات على موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

1- محمد عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان: الرياض، 1998، ص 54.

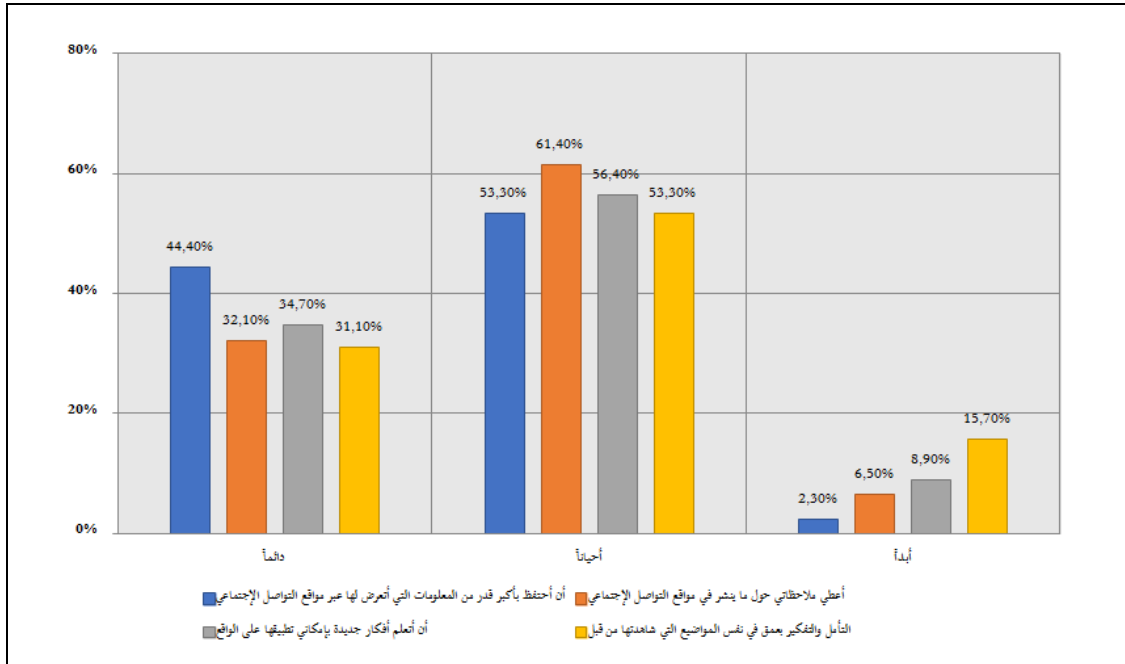
الجدول رقم (34) يوضح قدرة المراهقين على التفاعل مع المعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
مرتفع	0,54	2,42	383	09	204	170	أستطيع أن أحتفظ بأكبر قدر من المعلومات التي أتعرض لها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%2,3	%53,3	%44,4	
متوسط	0,57	2,26	383	25	235	123	أعطي ملاحظاتي حول ما ينشر في موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%6,5	%61,4	%32,1	
متوسط	0,61	2,26	383	34	216	133	أتعلم أفكار جديدة من موقعي الفيس بوك والأنستغرام بإمكانني تطبيقها على الواقع
			%100	%8,9	%56,4	%34,7	
متوسط	0,67	2,15	383	60	204	119	أتأمل وأفكر بعمق في المواضيع التي أعرفها من قبل ثم أشاهدها منشورة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%15,7	%53,3	%31,1	
متوسط	/	2,27	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يتعلق الجدول رقم (34) بمدى قدرة المراهقين على التفاعل مع المعلومات التي يتم نشرها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، وقد أظهرت النتائج أنه بإمكانهم حفظ أكبر قدر من المعلومات التي يتلقونها بمستوى مرتفع وهذا ما نستنتجه من قيمة المتوسط الحسابي لهذا البند التي قدرت ب (2,42) وقيمة الانحراف المعياري التي بلغت (0,54)، هذه القدرة على الحفظ تعود إلى تنوع وسائط نشر المعلومة نصاً وصوتاً وصورة عبر هذين الموقعين إضافة إلى بساطة تصميم أسلوب النشر بهما، أما عن مستوى إعطائهم ملاحظات حول المنشورات وتعلم أفكار جديدة بإمكانهم تطبيقها على الواقع فقد كان متوسط بنفس قيمة المتوسط الحسابي لكلاهما (2,26) إذ أن جميع المتصفحين على الفيس بوك والأنستغرام يُسمح لهم التعليق أو إعادة النشر والتعليق على المحتويات التي يتم تلقيها هذا ما يساهم في تبادل الأفكار وتجديدها وتطويرها من طرف المتلقين على الدوام، أما عبارة التأمل والتفكير بعمق في المواضيع التي يعرفها المراهق من قبل ثم يشاهدها على هذين الموقعين جاءت بآخر قيمة للمتوسط الحسابي (2,15) وهنا في حالة تعرّف عقل المراهق على المعلومات التي يتم تلقيها وإعطائها معنى مبني على ما هو مُخزّن في الذاكرة من قبل، يعمل على مقارنتها بين الأفكار المشابهة الأخرى لبحث في الأخير في كافة الملفات العقلية عن معلومات تدعم المعنى المشكّل ليصبح للمعلومة معنى وتصبح جاهزة للإستعمال بالنسبة له، فيصبح كل إنتباهه وتركيزه عليها مما يشكل سلوكه في الأخير كنتيجة لكل ذلك، وعلى العموم نرى أن قيمة المتوسط الحسابي العام للتفاعل مع المعلومات من طرف المراهقين كانت (2,27) أي أنها ذات مستوى متوسط. مثلما هو مبين في الرسم البياني الموالي.

الرسم البياني رقم (19) يوضح قدرة المراهقين على التفاعل مع المعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (35) يوضح إدراك المراهقين للمعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام

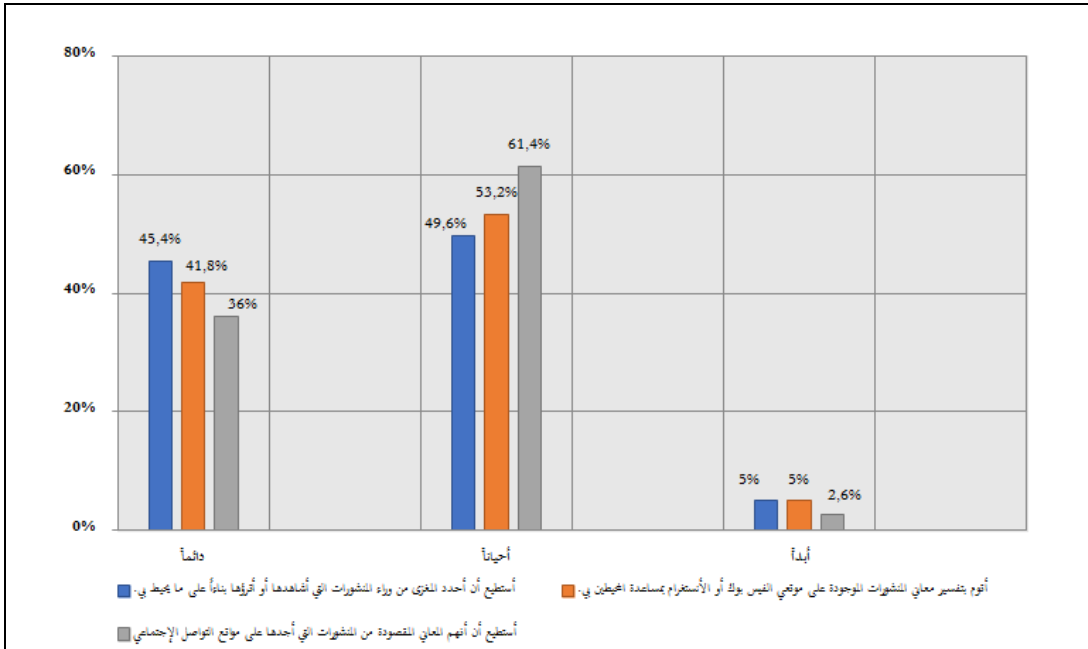
المستوى	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
مرتفع	0,58	2,40	383	19	190	174	أستطيع أن أحدد المغزى من وراء المنشورات التي أشاهدها أو أقرؤها بناءً على ما يحيط بي.
			%100	%5	%49,6	%45,4	
مرتفع	0,58	2,37	383	19	204	160	أقوم بتفسير معاني المنشورات الموجودة على موقعي الفيس بوك أو الأنستغرام بمساعدة المحيطين بي.
			%100	%5	%53,2	%41,8	
مرتفع	0,52	2,34	383	10	235	138	أستطيع أن أفهم المعاني المقصودة من المنشورات التي أجدّها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%2,6	%61,4	%36	
مرتفع	/	2,37	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (35) مستويات إدراك المراهقين للمعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام، في المرتبة الأولى نجد عبارة "أستطيع أن أحدد المغزى من وراء المنشورات التي أشاهدها أو أقرؤها بناءً على ما يحيط بي" بمتوسط حسابي يقدر ب (2,40) وإنحراف معياري بقيمة (0,58) والذي يدل على مستوى

مرتفع، في المرتبة الثانية نجد عبارة " أقوم بتفسير معاني المنشورات الموجودة على موقعي الفيس بوك أو الأنستغرام بمساعدة المحيطين بي." حيث أجاب (53,3%) بـ "أحياناً" و(41,8%) بـ "دائماً" بمتوسط حسابي قيمته (2,37) وانحراف معياري قيمته (0,58)، والمرتبة الثالثة في هذا الجدول كانت للعبارة "أستطيع أن أفهم المعاني المقصودة من المنشورات التي أجدها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام" والتي نجد أن مستواها مرتفع كذلك بقيمة متوسط حسابي (2,34) وانحراف معياري (0,52)، ليكون مستوى إدراك المراهق للمعلومات عامة مرتفع بمتوسط حسابي عام لجميع العبارات (2,37)، والإدراك كما يراه علماء النفس هو ذلك السلوك الذي يتم فيه استخدام الخبرات السابقة والحاجات الحالية والطموحات والرغبات المستقبلية في تفسير المؤثرات الخارجية أو الرسائل المستقبلية¹ فالمرهق هنا يتلقى الرسائل ثم يفسرها ويعطي لها معاني بناءً على مخزونه الفكري، ونرى أن المراهقين يعتمدون بنسبة كبيرة على محيطهم وبيئتهم المكونة من الأهل والأقارب والأصدقاء في تفسير وبناء المعاني والدلالات لما يتم نشره على الفيس بوك والأنستغرام وهو ما توافق مع دراسة الباحثة حنان شعبان² حيث أكدت على أن الدلالات التي يستنتجها الجمهور أثناء تلقيه للرسائل الإعلامية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالدلالات المحيطة به والسياق الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه، هذا لأن عملية تلقي الرسائل وبناء المعاني ليست عشوائية كما يعتقد البعض بل تخضع لكثير من التعقيدات والقواعد التي تُنظّم عملية إنتاج المعنى مثل السياق الذي يتم فيه تلقي المحتوى الإعلامي والموروث المعرفي الثقافي عند الأفراد³.

الشكل رقم (20) يوضح إدراك المراهقين للمعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

¹ - جابر نصر الدين، دروس في علم النفس الفيزيولوجي، ط1، منشورات مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015، ص 67.

² - حنان شعبان، أثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009، ص 209.

³ - عدنان يوسف العتوم وآخرون، التواصل الاجتماعي من منظور نفسي واجتماعي وثقافي، عالم الكتب الحديث، ط1، عمان، 2011، ص 49.

الجدول رقم (36) يوضح تذكر وإسترجاع المراهقين للمعلومات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإحرف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,56	2,39	383	14	204	165	أحفظ الكلمات والأفكار الجديدة التي يتم نشرها
			%100	%3,7	%53,3	%43	
متوسط	0,62	2,26	383	38	209	136	أجد سهولة في تذكر المعلومات التي أتعرض لها
			%100	%9,9	%54,6	%35,5	
متوسط	0,62	1,97	383	81	234	68	عندما تحين لي الفرصة أقوم بتذكر السلوك الذي رأيته على الفيس بوك والأنستغرام وأقوم بتقليده
			%100	%21,1	%61,1	%17,8	
متوسط	0,67	1,87	383	114	205	64	عندما أكون غير متصلاً بالإنترنت أقوم بتخيل السلوكيات التي رأيته في الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%29,8	%53,5	%16,7	
متوسط	/	2,12	المتوسط العام				

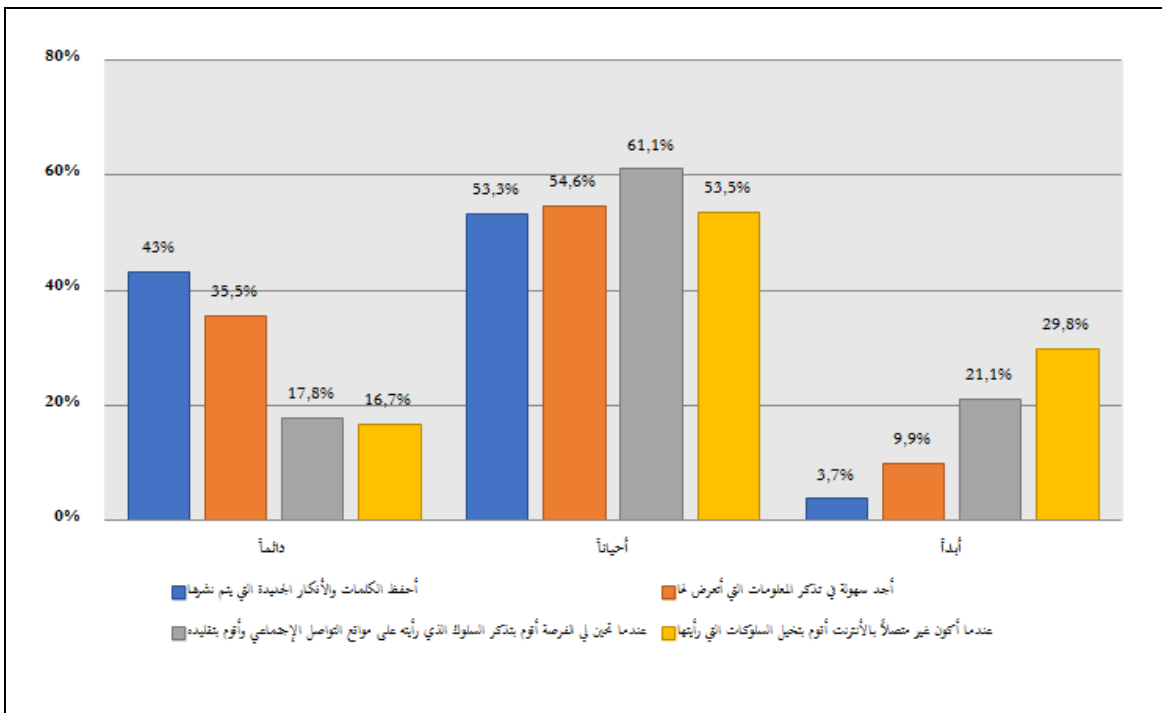
المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (36) عمليات تذكر وإسترجاع المراهقين للمعلومات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، ونجد أن عملية حفظ الكلمات والأفكار الجديدة التي يتم نشرها قد سجلت مستوى مرتفع بمتوسط حسابي مقداره (2,39) وإحرف معياري قيمته (0,56) ومنه نستنتج أن عينة الدراسة دائماً ما تقوم بتخزين المعلومات التي تستقبلها عبر هذين الموقعين ونوه أن هذا السؤال مشابه لما طرح سابقاً في الجدول رقم (..). وقد كانت الإجابة بنفس المستوى مما يؤكد لنا مصداقية البيانات التي تم تجميعها من عينة الدراسة، أما باقي العبارات فقد كانت جميعها بمستويات متوسطة، وأعلى نسب الإجابات كانت للبديل "أحياناً" حيث نجد أن العبارة "أجد سهولة في تذكر المعلومات التي أتعرض لها" تمت الإجابة عليها بنسبة (54,6%)، والعبارة "عندما تحين لي الفرصة أقوم بتذكر السلوك الذي رأيته على الفيس بوك والأنستغرام وأقوم بتقليده" كانت نسبة الإجابة على البديل "أحياناً" بقيمة (61,1%)، والعبارة "عندما أكون غير متصلاً بالإنترنت أقوم بتخيل السلوكيات التي رأيته في الفيس بوك والأنستغرام" كانت نسبتها (53,5%). وتسمى عملية إستقبال المعلومات وتنظيمها وضمها إلى ما هو مخزون في الذاكرة ثم إسترجاعها بالتمثيل المعرفي¹، حيث أن هذه المعلومات عندما تصل إلى المتلقي تتم معالجتها داخل المخ، هذه المعالجة تتم على مستواه الفكري والخبرات السابقة التي مرَّ بها، ومدى التحضير بقبول الرسالة ومعالجة المعلومات تعني أن المستقبل سوف يتأثر ويحدث منه ردة فعل متوقع، وهنا إذا طابق رد الفعل توقعات المرسل يُعتبر ذلك مؤشراً موضوعياً واقعياً ومدى فهم أو إستيعاب الرسالة، وبسرعة يتحول الإستيعاب إلى مخرجات Out-comes

¹ - رافع النصير الزغول، عماد عبد الرحيم الزغول، علم النفس المعرفي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، (د.س.ن) ص 20.

التي بدورها تساعد الفرد على تغيير الواقع، وعليه فإن عملية تمثيل المعلومات تؤدي إلى التغيير في البناء الفكري للفرد وتؤدي إلى تحويل المعلومات إلى إتجاهات، أفكار وقيم، سلوكيات، قدرات ومهارات مختلفة¹، إذن نرى أن المراهقين عند تلقيهم للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام يقومون بدمج المعلومات المستقبلية لما هو موجود في ذاكرتهم ثم تتم معالجتها ضمن بنائهم المعرفي ثم يقومون بفعل ما أو سلوك ما بناءً على ما توصلوا إليه نتيجة تمثيلهم لتلك المعلومات، وبالتالي إستجابتهم تكون مبنية على تمثيلهم للمحتويات والمعلومات. والرسم البياني رقم (21) يوضح ما سبق شرحه.

الرسم البياني رقم (21): يوضح تذكر وإسترجاع المراهقين للمعلومات التي يتلقونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (37) يوضح كيفية إختيار المراهق للنماذج الموجودة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,56	2,58	383	13	133	237	يكون لدي أشخاص مميزين أتابع جميع ما ينشرونه
			%100	%3,4	%34,7	%61,9	
متوسط	0,73	1,88	383	129	172	82	أركز على تصرفات المشاهير الذين أتابعهم وأقوم بتقليدها في حياتي اليومية
			%100	%33,7	%44,9	%21,4	
متوسط	0,70	2,16	383	66	188	129	أهتم بتصفح يوميات الأشخاص الذين أتابعهم
			%100	%17,2	%49,1	%33,7	
متوسط	0,70	1,96	383	101	195	87	أتابع المشاهير والمؤثرين الذين هم من نفس جنسي.
			%100	%26,4	%50,9	%22,7	
متوسط	0,69	1,98	383	95	202	86	أتابع المشاهير والمؤثرين الذين هم من نفس عمري
			%100	%24,8	%52,7	%22,5	
متوسط	0,70	1,92	383	108	196	79	أتابع المشاهير والمؤثرين الذين هم من نفس طبقتي الإجتماعية
			%100	%28,2	%51,2	%20,6	
متوسط	0,68	2,19	383	59	193	131	أتابع المشاهير والمؤثرين الذين أرى أنني سأصبح مثلهم في المستقبل
			%100	%15,4	%50,4	%34,2	
متوسط	0,69	2,18	383	64	187	132	أحاول حالياً أن أعيش نمط حياة مشابهة لحياة الأشخاص الذين أتابعهم على موقعي الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%16,7	%48,8	%34,5	
متوسط	/	2,10	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يُظهر الجدول رقم (37) كيفية إختيار المراهقين للنماذج الموجودة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام والتي يهتم أن يتخذونها قدوة لهم، حيث أجاب (61,9%) منهم على أنه دائماً ما يكون لديهم أشخاص مميزون يتابعون جميع ما ينشرونه على حساباتهم، و (34,7%) أنهم أحياناً ما يفعلون ذلك، وبالتالي نقول أن أغلب عينة الدراسة يختارون أشخاصاً معينين لتابعتهم بمستوى مرتفع وهذا ما يؤكد المتوسط الحسابي الذي بلغ (2,58) والانحراف المعياري الذي كانت قيمته (0,56)، هؤلاء النماذج هم في حقيقة الأمر عبارة عن أشخاص يتمتعون بالإبتكار من فئات مختلفة في خصائصهم السوسولوجية إلا أنهم يشتركون في نقطة هامة وهي أنهم يُحَصِّنُون بعدد متابعين يصل إلى الملايين في الغالب وكحد أدنى عشرة آلاف متابع ويطلق عليهم إسم المؤثرين **Influencers**، وقد إستحدثتهم الشبكات الإجتماعية الرقمية كنوع جديد من الأشخاص الذين يقومون بتشكيل مواقف وسلوك

المتلقين من خلال المحتويات التي يقومون بنشرها¹. أما فيما يخص متابعة عينة الدراسة للأشخاص الذين يَتَمَثَّلون فيهم مشروع حياتهم المستقبلية والحالية فإن العبارتين "أتابع المشاهير والمؤثرين الذين أرى أنني سأصبح مثلهم في المستقبل" و "أحاول حالياً أن أعيش نمط حياة مشابهة لحياة الأشخاص الذين أتابعهم على موقعي الفيس بوك والأنستغرام" فإنها تحمل نسب إجابات متقاربة جداً، ففي بديل الإجابة "أبدأ" نجد نسبتي (34,2%) و(34,5%) للعبارتين الأولى والثانية على التوالي، أما بديل الإجابة "أحياناً" فنجد نسبتي (50,4%) و (48,8%) للعبارتين الأولى والثانية على التوالي كذلك، أما المتوسط الحسابي لهما فقد كانا بقيمتي (2,19) و (2,18) وهما تقريباً متساويتين بمستوى متابعة متوسط. وبالنسبة لخاصية نشر اليوميات التي يُظهِر فيها المؤثر أحداث حياته على مدى أربع وعشرون ساعة في اليوم فإن عينة الدراسة أجابوا في العبارة الثانية لهذا الجدول أنهم يتابعونها بمستوى متوسط بدلالة المتوسط الحسابي الذي كانت قيمته (2,16)، ونوه هنا إلى أن خاصية اليوميات التي يوفرها كل من الفيس بوك والأنستغرام تحظى باهتمام زائد من طرف المتابعين في العالم العربي² إذ عن طريقها يستطيع المؤثرون أن يصلوا سريعاً إلى الجمهور نتيجة إستخدامهم قالباً قريباً منه ومألوفاً لديه، لذا نجد أن أغلب المراهقين يتابعون المؤثر لأنه معروف من جهة ولأنه قريب منهم جداً عبر حسابات الفيس بوك والأنستغرام لدرجة أنه من الممكن مراستله والتواصل معه من جهة أخرى، وهذا ما يؤدي إلى إمكانية تقليدهم والتشبه بهم مستقبلاً.

وفي المستويات الأدنى بهذا الجدول نجد المعايير التي يختار على أساسها المراهق نماذجه والمتمثلة في الإختيار على أساس الجنس أو السن أو المستوى الإجتماعي كانت تحمل نسب متماثلة حيث نجد أن الإجابة بـ "دائماً" كانت بالقيم (22,7%) و (22,5%) و(20,6%) على التوالي، أما الإجابة بـ "أحياناً" فقد كانت نسبها (50,9%) و(52,7%) و (51,2%) على التوالي، والإجابة بـ "أبدأ" كانت (26,4%) و(24,8%) و (28,2%) على التوالي، وبهذا كانت المتوسطات الحسابية للعبارات الثلاث متقاربة كذلك وتدل جميعها على مستوى إختيار متوسط. بناءً على ما سبق نلاحظ أن أكثر من نصف عينة الدراسة تختار نماذج تقتدي بها وتقلدها في حياتها اليومية وهو ما تؤكدته دراسة الباحثة أمال كلفاح³ التي وجدت أن سلوك المراهق يطابق بدرجة كبيرة النماذج التي يتابعها على الشبكات الإجتماعية الرقمية من خلال تقمصه لما يعرضه المدونون خاصة فيما يتعلق بالمحتوى الأجنبي، ودراسة Nada jamal⁴ التي وصلت إلى نتيجة مفادها أن المراهقين يتصورون صانعي المحتوى كنماذج يحتذون بها في سلوكياتهم ويثقون بها. والرسم البياني رقم (22) يبين ما سبق.

¹ - Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. *Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality*. Public Relations Review, 2011, 37(1), 90-92.

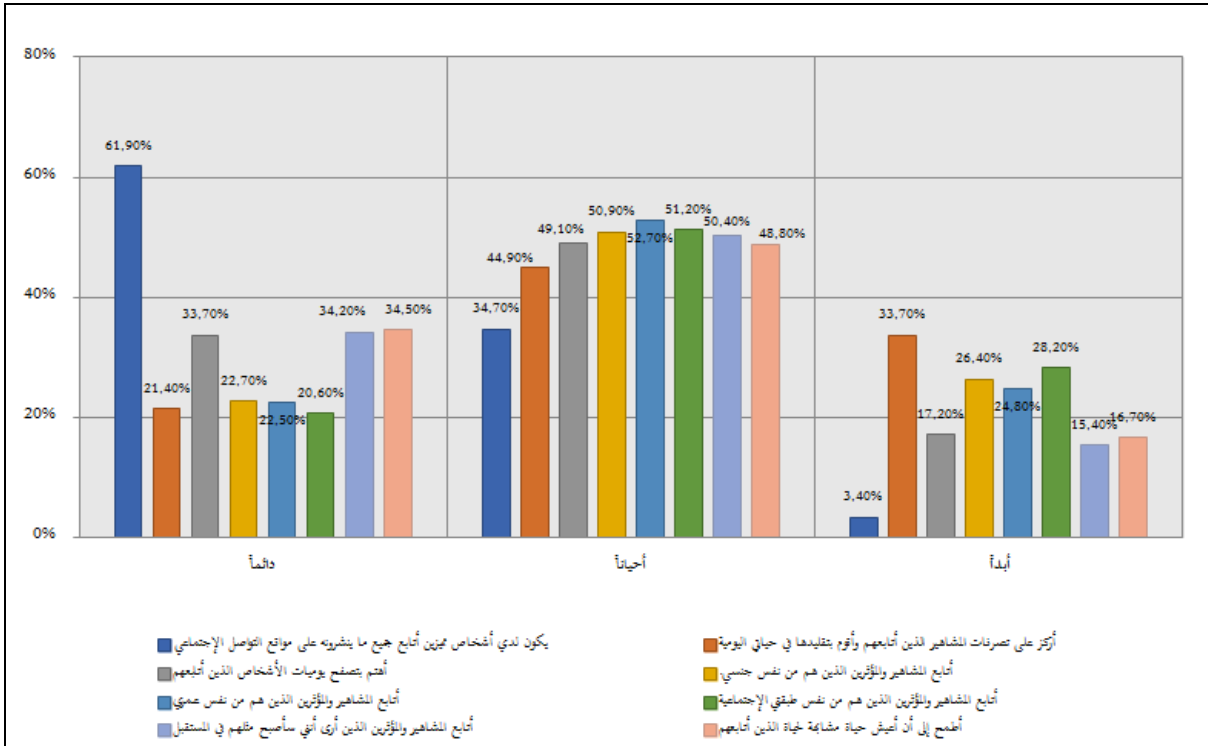
² - كارين إيان ظاهر، المؤثرون في وسائل التواصل الإجتماعي: ظاهرة مصدرها ومصيرها مجهولان، موقع عربية أندبندنت، نشر يوم 2019/06/21، تصفح يوم

<https://www.independentarabia.com/node/34631> متوفر على الرابط: 2020/06/14

³ - أمال كلفاح، مرجع سابق، ص 08

⁴ - Nada jamal, op.cit, p02.

الرسم البياني رقم (22) يوضح كيفية إختيار المراهق للنماذج الموجودة على موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (38) يوضح العوامل التي تساعد في تبني المراهقين للسلوكيات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,73	2,02	383	97	182	104	أتبنى السلوكيات التي أشاهدها عندما يثني أهلي على ما أقوم بتقليده
			%100	%25,3	%47,5	%27,2	
متوسط	0,67	1,77	383	140	190	53	أتبنى السلوكيات التي أشاهدها عندما يعجب أصدقائي بتقليدي لها.
			%100	%36,6	%49,6	%13,8	
متوسط	0,68	1,69	383	166	169	48	أتبنى السلوكيات التي أشاهدها عندما يتحدث أهلي وأصدقائي عن كل ما أقوم بتقليده
			%100	%43,3	%44,1	%12,5	
مرتفع	0,70	2,39	383	49	136	198	أقوم بتقليد التصرفات التي أرى أنها تعود بالفائدة لي.
			%100	%12,8	%35,5	%51,7	
متوسط	/	1,95	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يمثل الجدول رقم (38) إجابات المبحوثين عن العوامل التي تساعدهم في تبني السلوكيات التي يشاهدونها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام، حيث بينت النتائج أن المرتبة الأولى كانت للعبارة "أقوم بتقليد التصرفات التي أرى أنها تعود بالفائدة علي" بمتوسط حسابي قيمته (2,39) وهو مستوى مرتفع حسب مقياس ليكرت، (يتوافق مع إجابات الإدراك ومعرفة الصح والصواب)، فالمراهق هنا نرى أنه قادر على إلتقاء السلوك بالشكل الصحيح حتى عندما يكون تصرف الشخص الذي يتخذه كنموذج أو قدوة فاشلاً، إذ أنه يتعلم من أخطاء القدوة مثلما يتعلم من نجاحاته وإيجابياته، فالتعلم بالملاحظة يجعل الملاحظين يستنتجون سمات تسمح لهم بتصحيح ما قد رأوه أو سمعوه لذا نجدهم قادرين على تطوير أنماط وسلوكيات تنفعهم¹، أما العبارة التي تليها فقد كانت "أتبنى السلوكيات التي أشاهدها عندما يثني علي أهلي علي ما أقوم بتقليده" بمتوسط حسابي قدره (2,02) وبهذا نستنتج أن الأهل في أحيان كثيرة على دراية بما يتلقاه أبناءهم ويؤدون دورهم الرقابي على أبنائهم ويساهمون في توجيه سلوكهم الذي يتعلمونه من الفيس بوك والأنستغرام، وفيما يخص عبارة "أتبنى السلوكيات التي أشاهدها عندما يُعجب أصدقاوي بتقليدي لها" فهي ذات مستوى متوسط ويتضح فيه أن المراهقين لا يباليون بدرجة كبيرة برأي أصدقائهم لأن بديل الإجابة "أبدأ" كان بنسبة (13,8%) وهو ضعيف مقارنة بالبدائل الأخرى.

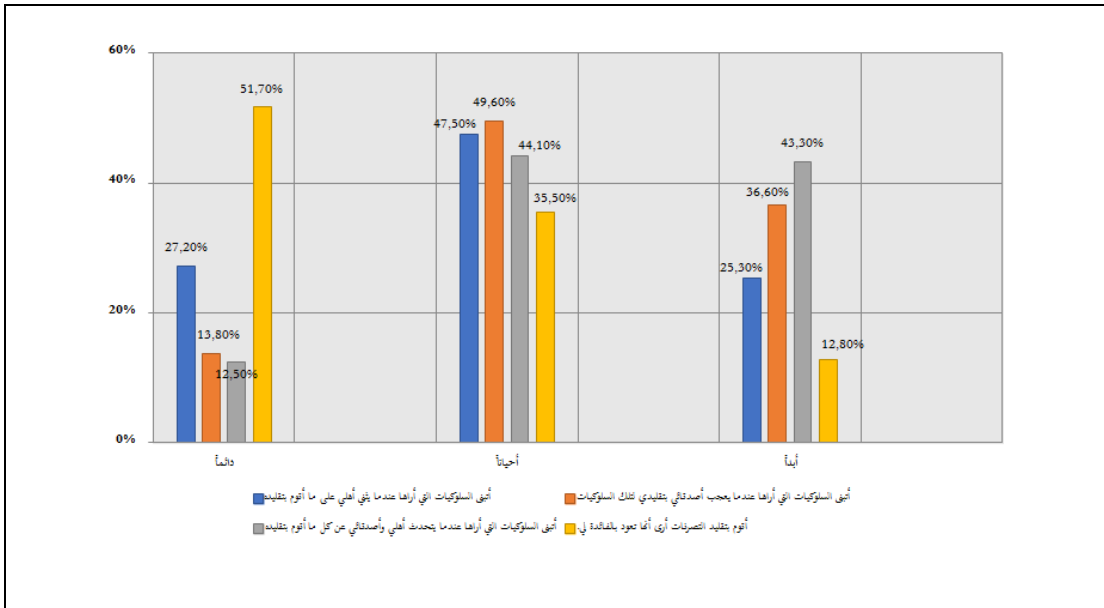
وبالنسبة لعبارة "أتبنى السلوكيات التي أشاهدها عندما يتحدث أهلي وأصدقاوي عن كل ما أقوم به" نرى أنها بمستوى متوسط وأن الإجابة بـ "دائماً" كانت ضعيفة بقيمة (12,5%) وهذا يوحي لنا أن عينة الدراسة لا تبحث دائماً عن رضا الأهل والأصدقاء على سلوكهم، ويرجع ذلك بحسب العديد من الدراسات لأسباب مختلفة أهمها تلخص في أن المراهق قد وصل إلى مرحلة يسعى فيها إلى إثبات ذاته واكتساب إستقلاليته من خلال إتخاذ قراراته بنفسه.

وحول تبني السلوك الذي يستقبله المراهق عبر شبكتي الفيس بوك والأنستغرام عموماً تتوافق نتائج الجدول السابق مع ما يؤكدته الباحثة ألبرت بندورا في تجاربه التي أجراها على عينات من الأطفال أنهم يبدؤون بمحاكاة الكثير من السلوكيات التي يتلقونها من وسائل الإعلام ويتعلمون منها مختلف السلوكيات عن طريق عمليتي الإستماع والمشاهدة، ثم القدرة على التخزين التي تتيح للمتلقي فرصة التذكر ومحاوله نمذجة السلوك المشاهدة خصوصاً إذا ما توفرت الدافعية والرغبة في التقليد عند الفرد المتلقي وكذلك توفر مُعززات لهذا التقليد من الآخرين² (الأهل والأصدقاء في دراستنا). والرسم البياني رقم (..) يمثل المعلومات السابقة.

1- علي راجح بركات، نظرية باندورا في التعلم الإجتماعي، جامعة أم القرى، متوفر على الرابط: <https://faculty-old.psau.edu.sa/filedownload/doc-9-pdf-f0e6055aa7c6f509c6385327eb615820-original.pdf>

2- عدنان يوسف العتوم وآخرون، مرجع سابق، ص128.

الرسم البياني رقم (23): يوضح العوامل التي تساعد في تبني المراهقين للسلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (39) يوضح العوامل التي تُجَنَّب المراهقين تقليد السلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام

المستوى	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبدأ	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,66	2,62	383	38	70	275	أجتنب تقليد السلوكيات التي ألاحظ أن السلوك الذي سأقوم بتقليده له نتائج سيئة أو مأساوية
			%100	%9,9	%18,3	%71,8	
متوسط	0,69	1,93	383	105	199	79	أجتنب تقليد السلوكيات التي ينزعج أهلي منها
			%100	%27,4	%52,	%20,6	
متوسط	0,74	1,65	383	194	128	61	أجتنب تقليد السلوكيات التي يقوم أهلي بمعاقبتي عليها
			%100	%50,7	%33,4	%15,9	
متوسط	0,71	1,66	383	182	149	52	أجتنب تقليد السلوكيات عندما يهزأ بي زملائي عن طريقة تقليدي لها.
			%100	%47,5	%38,9	%13,6	
متوسط	/	1,96	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (39) العوامل التي تساعد المراهقين على تجنب تقليد السلوكيات التي يشاهدونها والتي من الممكن أن تكون لها آثار سلبية على حياتهم الشخصية أو محيطهم المجتمعي، وقد وجدنا أنهم "يتجنبون تقليد السلوكيات التي يكون لها أثر سيئ أو مأساوي عليهم" بمستوى مرتفع هذا ما أكدته قيمة المتوسط الحسابي (2,62) والانحراف المعياري (0,66) لهذه العبارة. ونضيف أن نسبة الإجابة على البديل "دائماً" في هذه العبارة بلغت (71,8%) وهي نسبة مرتفعة كذلك، هذا ما يدل على أن المراهق عند متابعته للمحتويات الإعلامية التي في مضمونها بعض من التجارب والتصرفات والسلوكيات التي تسبب الأذى أو يفشل فيها الآخرون يأخذ من ذلك عبرة ويقوم بتجنب تقليد أو محاكاة ما شاهده.

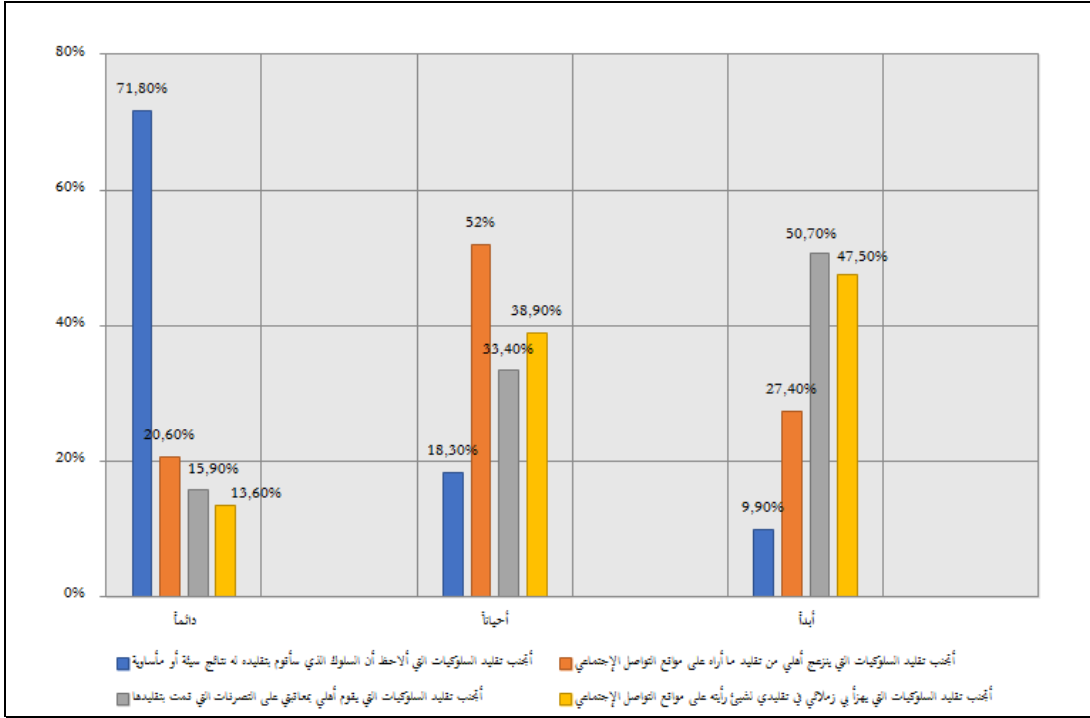
أما فيما يخص العبارة "أبتجنب تقليد السلوكيات التي ينزعج أهلي منها" وجدنا أن نسبة (20,6%) أجابوا بـ"دائماً" وهي توضح إهتمام (20%) فقط منهم لآراء الوالدين، ونرجح ذلك أنه من وجهة نظر الأبناء الذين يرون أن الأهل غالباً ما ينزعجون من كل ما هو جديد أو مُستحدث، ويفكرون أن تقليد ذلك سيؤدي إلى الخروج عن القيم والمبادئ التي من المفترض أن يتربى عليها الأبناء وليس بالضرورة أن يكون ذلك السلوك سيئاً، كما أن الأبناء في سن المراهقة يميلون إلى معاندة الأهل ومحاولة فرض شخصيتهم بعدم قبول الرفض من الآخرين، وفي مقابل هذه النسبة نجد المراهقين الذين أجابوا على "أحياناً" و"أبداً" هم بنسبة (72,6%) أي أنهم لا يتجنبون تقليد بعض السلوكيات بمجرد إنزعاج أهلهم منها. أما عن مستوى هذه العبارة فهو متوسط لما يوضحه المتوسط الحسابي (1,93) والانحراف المعياري (0,69).

أما حين ترتفع حدة إنزعاج الأهل إلى عقاب الأبناء المراهقين والتي تم قياسها بالعبارة "أبتجنب السلوكيات التي يقوم أهلي بمعاقبتي عليها" فإن نسبة عدم الإبتعاد الأكيدة تكون بـ (50,7%)، وهنا نلاحظ أن عينة الدراسة لديها نوع من العناد أو أن خاصية الممنوع مرغوب مرتفعة عندهم، في المقابل نجد من يتجنبون التقليد خوفاً من العقاب كانوا بنسبة (15,9%). لذا يمكننا أن نستنتج أن لسلطة الأهل دور محدود في منع تأثير ما يتم نشره عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على أبنائهم. مما سبق نرى أن العقاب في هذه الحالة يعتبر إجراءً تربوياً سلبياً من طرف الأهل لا يؤدي الهدف المرجوا منه إستناداً على تصنيف راييموند ميلتنبرغر حيث أفاد أن هناك قاعدتين من الإجراءات الأساسية حول تباينات العقاب، هما العقاب الإيجابي والعقاب السلبي والفرق بينهما تحدده نتيجة السلوك¹.

وبالنسبة للأقران أو الأصدقاء فإن العبارة "أبتجنب تقليد السلوكيات عندما يهزأ بي زملائي عن طريقة تقليدي لها" توضح أن تأثيرهم محدود جداً لأن نسبة الإجابة بـ "دائماً" كانت (13,6%)، وعموماً كان مستوى كل هذه العوامل متوسط بقيمة متوسط حسابي عام قُدِّر بـ (1,96) وهو أقرب للمستوى الضعيف. مما سبق نرى أن المراهق يتمتع بحرية إختيار تقليد ما يلائمه وفق مستوى إدراكه ولا يمنعه عن ذلك رفض الأهل أو سخرية الأصدقاء. والرسم البياني رقم (24) يبين ما سبق.

1- راييموند ميلتنبرغر، مرجع سابق، ص141.

الرسم البياني رقم (24) يوضح العوامل التي تُجنّب المراهقين تقليد السلوكات التي يشاهدونها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

نتائج الفرضية الأولى:

بناءً على ما سبق ذكره تم إستخراج متوسط عام بقيمة (2,17) لجميع العبارات المتعلقة بمحور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، والذي تم تقسيمه إلى ثلاث أبعاد متمثلة في "أنماط إستخدام المراهق للموقعين والإشباع المحققة منه"، "عملية تمثيل المعلومات" داخل ذاكرة المراهق والمعاني المشككة نتيجة لذلك، "التعلم بالنمذجة" الذي يوضح معايير إختيار نموذج القدوة والأساليب التي تعزز إكتساب أو تجنب فعل التقليد، وبحسب مقياس ليكرت الثلاثي نستنتج أن عملية التلقي كانت بمستوى متوسط وعليه سنقوم بتأكيد وإثبات صحة الفرضية الأولى لهذه الدراسة والتي تنص على ما يلي: "يتم تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من طرف المراهقين بمستوى متوسط".

IV-3-2 إختبار الفرضية الثانية: "تنعكس عملية تلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق بمستوى متوسط".

الجدول رقم (40) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الاجتماعي للمراهق

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	العبارات
مرتفع	0,60	2,34	383	26	202	155	
			%100	%6,8	%52,7	%40,5	
متوسط	0,64	2,04	383	70	227	86	أعمل أصدقائي في حياتي اليومية بنفس الدرجة التي أعمل بها أصدقائي على الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%18,2	%59,3	%22,5	
متوسط	0,73	2,09	383	85	177	121	زادت نشاطاتي الاجتماعية في الواقع بعدما إستخدمت الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%22,2	%46,2	%31,6	
متوسط	0,67	2,23	383	52	189	142	ساعدتني علاقتي في الفيس بوك والأنستغرام على تقبل آراء الآخرين بكل سهولة
			%100	%13,6	%49,3	%37,1	
متوسط	0,66	1,98	383	86	217	80	أدخل لحل الخلافات التي يتعرض لها الأشخاص من حولي بطرق تعلمتها من الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%22,5	%56,6	%20,9	
متوسط	0,70	2,26	383	58	169	156	ألتزم بتحية الترحيب مع الآخرين في حياتي اليومية مثلما أفعل في الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%15,1	%44,2	%40,7	
متوسط	0,68	1,76	383	146	183	54	إستخدامي لموقعي الفيس بوك والأنستغرام يجعلني في عزلة عن الأشخاص من حولي
			%100	%38,1	%47,8	%14,1	
متوسط	/	2,1	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (40) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الاجتماعي لدى المراهق، وقد تم قياس هذا البعد بسبعة عبارات كان المتوسط الحسابي العام لها جميعاً (2,1) الدال على مستوى إنعكاس متوسط، ونذكر أن العبارات إختلفت مستوياتها حيث كانت في المرتبة الأولى عبارة "أتشارك مع أصدقائي المعلومات التي أقرأها أو أشاهدها على الفيس بوك والأنستغرام" بمستوى مرتفع حيث كان المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,34) والانحراف المعياري (0,60)، ولقد أجاب المراهقون بـ "دائماً" و"أحياناً" بنسبتي (40,5%) و(52,7%) على التوالي، ولم يتبقى من العينة سوى نسبة (6,8%) هي التي أجابت بـ "أبداً".

أما في المرتبتين الثانية والثالثة فقد كانت للعبارتين "ألترم بتحية الترحيب مع الآخرين في حياتي اليومية مثلما أفعل في الفيس بوك والأنستغرام" ثم "ساعدتني علاقتي في الفيس بوك والأنستغرام على تقبل آراء الآخرين بكل سهولة" بقيمة متوسط حسابي (2,26) ثم (2,23)، وتؤكد دراسة¹ Njoroge على أن الشبكات الإجتماعية الرقمية تؤثر بشكل كبير على السوك الإجتماعي لمستخدميها ذلك لمساعدتهم في الحفاظ على إتصالاتهم مع الأصدقاء القدامى كما تمنحهم فرصة التعرف على أصدقاء جدد كل يوم.

وبخصوص الترتيب الرابع والخامس والسادس فكان للعبارات "زادت نشاطاتي الإجتماعية في الواقع بعدما إستخدمت الفيس بوك والأنستغرام" ثم "أعامل أصدقائي في حياتي اليومية بنفس الدرجة التي أعامل بها أصدقائي على الفيس بوك والأنستغرام" ثم "أدخل لحل الخلافات التي يتعرض لها الأشخاص من حولي بطرق تعلمتها من الفيس بوك والأنستغرام" والتي تحمل جميعها قيم المتوسطات الحسابية (2,09) و(2,04) و(1,98) على التوالي. وبهذا نستنتج أن المراهق بعد تلقيه للمحتويات التي تظهر فيها نشاطات أو تعاملات إجتماعية أو تحمل قيم إجتماعية معينة لا يتردد في تطبيقها على أرض الواقع.

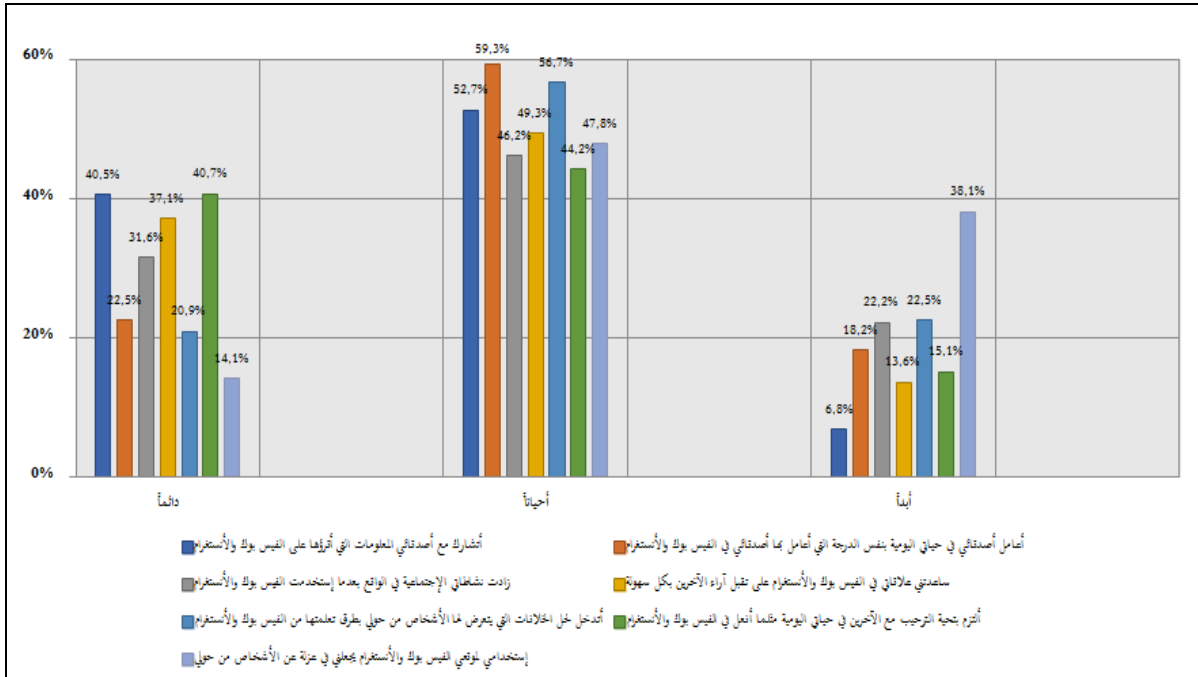
أما آخر عبارة "إستخدامي لموقعي الفيس بوك والأنستغرام يجعلني في عزلة عن الأشخاص من حولي" فقد كانت بأدنى متوسط حسابي (1,76) حيث أجاب (38,1%) منهم بـ "أبداً" أي أن هناك عدد لا بأس به ينفي تماماً عزلته عن عالمه الواقعي بسبب تصفحه للفيس بوك والأنستغرام، إلا أن هذا لا ينفي وجودها لأن المراهق من المستبعد جداً أن يُدلي بإجابات سلبية حول سلوكه والدليل على ذلك أن دراسة حمايدية سارة² التي أجرتها على مجموعة من أولياء التلاميذ المراهقين تستفسر فيها عن آثار إستخدام أبنائهم لهذه الشبكات قد أفترؤا أن إستخدام أبنائهم للشبكات الإجتماعية الرقمية أدخلهم في عزلة إجتماعية وأكسبتهم سلوكات غريبة أو دخيلة عن مجتمعهم.

ويمثل الرسم البياني رقم (25) جميع بيانات الجدول السابق.

1 - Njoroge, op.cit, p04.

2- حمايدية سارة، الطفل الجزائري وشبكات التواصل الإجتماعي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة أم البواقي: الجزائر، 2015، ص 387.

الرسم البياني رقم (25) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الاجتماعي للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (41) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك اللفظي للمراهق

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,68	2,26	383	50	182	151	أحرص أن أبحث على ألفاظ جديدة في الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%13,5	%47,5	%39	
متوسط	0,61	2,15	383	48	231	104	تتحسن كفاءتي في اللغات الأجنبية بفضل استخدام الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%12,5	%60,3	%27,2	
متوسط	0,65	2,07	383	68	222	93	أستخدم العبارات والإختصارات التي أتلقاها من الفيس بوك والأنستغرام في معاملاتتي اليومية
			%100	%17,8	%58	%24,2	
متوسط	0,70	2,11	383	76	189	118	يساعدني كما من الفيس بوك والأنستغرام على زيادة القدرة على التعبير والحديث في حياتي اليومية
			%100	%19,8	%49,4	%30,8	
متوسط	0,68	1,67	383	172	164	47	أستخدم العبارات البديئة التي تعلمتها من الفيس بوك والأنستغرام في معاملاتتي اليومية
			%100	%44,9	%42,8	%12,3	
متوسط	/	2,05	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (41) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك اللفظي عند المراهق، وقد أجاب ما نسبته (47,5%) على الخيار "أحياناً" و نسبة (39%) على الخيار "دائماً" في العبارة "أحرص أن أبحث على ألفاظ جديدة في الفيس بوك والأنستغرام". وقد كان المتوسط الحسابي يحمل قيمة (2,26) والانحراف المعياري (0,68) مما يعني أن مستوى هذه العبارة متوسط وهو ما يتوافق مع دراسة قام بها مجموعة من الباحثين بجامعة ماليزيا أظهرت نتائجها أن هناك جُهد واعي يقوم به الشباب للتعرف على الكلمات والإختصارات اللغوية بمختلف اللغات لأجل إثراء قاموسهم اللفظي¹، أما العبارة التي تليها في الترتيب كانت "تحسن كفاءتي في اللغات الأجنبية بفضل إستخدام الفيس بوك والأنستغرام" حيث أجاب (60,3%) بـ "أحياناً" و(27,2%) بـ "دائماً"، ونوه هنا أن الشبكات الإجتماعية الرقمية عامة وشبكة الفيس بوك خاصة يتيحون فرصاً مميزة للتعليم الذاتي في مختلف اللغات عن طريق صفحات تعليمية مجانية وممنهجة، ولقد إستكشف الباحثون بأن مواقع وخدمات الشبكات الإجتماعية يُمكن أن تُسهّل فرص التعلّم غير الرسمي وغير المنظم. ففي مراجعة لأكثر من 400 دراسة على فيسبوك وجدوا أن الإستخدام والتعلم غير الرسميين للغة الثانية على موقع الفيس بوك يمنح للمستخدمين فوائد تحفيزية مثل الممارسة الحقيقية للغة والمحاكاة مع الأصدقاء إضافة إلى تنمية مهارات القراءة والكتابة، وقد وجدوا أنه أصبح من الممكن فتح مناقشات وحوارات في محادثات فيس بوك أكثر بين المستخدمين، حيث وُفّر هذا الموقع العديد من الخصائص أهمها التفاعلية²، ويتأكد لنا هذا من خلال إجابات الباحثين على عبارة "يساعدني كل من الفيس بوك والأنستغرام على زيادة القدرة على التعبير والحديث في حياتي" حيث كانت الإجابات على "أحياناً" و "دائماً" بنسبة إجمالية قدرت بـ (80,1%).

وعن العبارات والإختصارات التي يتلقاها المراهق من موقعي الفيس بوك والأنستغرام نجد أن المراهق إستخدمها في حياته اليومية بمستوى متوسط بدلالة المتوسط الحسابي الذي كانت قيمته (2,07) والانحراف المعياري (0,65) حيث أجاب أكثر من نصف العينة (58%) بـ "أحياناً". لذا نرى أن المراهق حتى وإن قام بتعلم وتخزين الألفاظ في ذهنه بمستوى مرتفع (حسب النتائج السابقة لهذه الدراسة) إلا أن مستوى إستخدامها في الواقع يبقى أقل من مستوى تلقيها أو إكتسابها. خاصة تلك التي تكون خارج إطار الآداب العامة حيث أبرزت عبارة "أستخدم العبارات البذيئة التي تعلمتها من الفيس بوك والأنستغرام في معاملات اليومية" أقل مستوى بمتوسط حسابي قُدّر بـ (1,67) وانحراف معياري (0,68) وقد أجاب ما يقارب نصف العينة (44,9%) بالنفي "أبداً"، إلا أن دراسة الباحثة رقاد حليلة³ وجدت أنهم يستخدمون تلك الإختصارات والعبارات داخل الفضاء الرقمي بشكل كبير لذا

1 - Thurairaj, S., Hoon, E. P., Roy, S. S., & Fong, P. W. *Reflections of Students language Usage in Social Networking Sites: Making or Marring Academic English*. Electronic Journal of E-learning, 2015, 13(4), p 312.

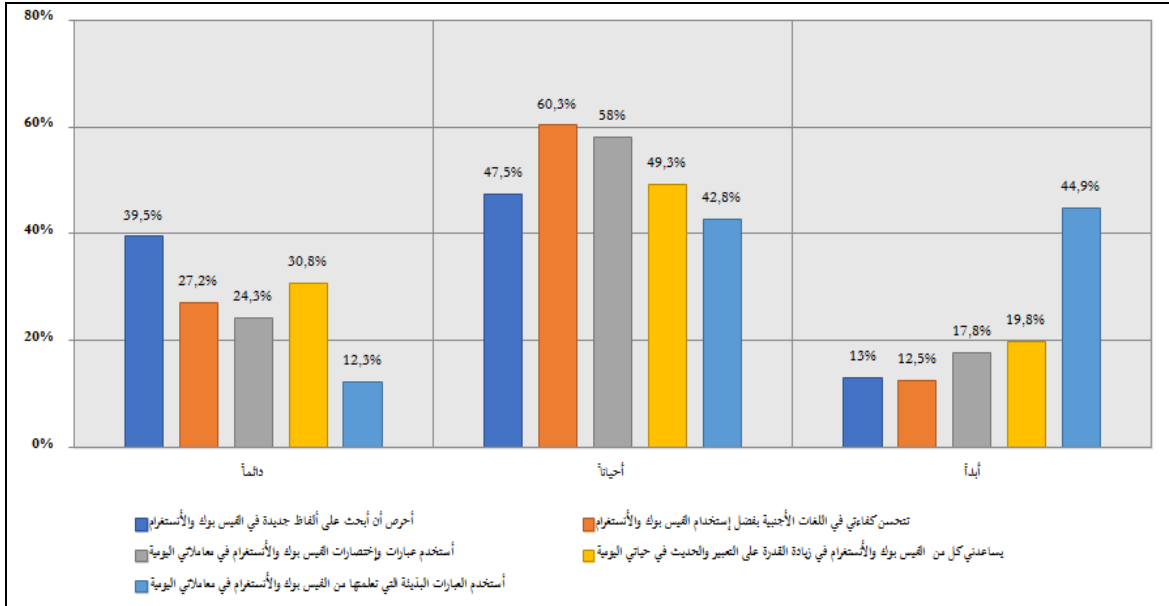
2- فرج محمد صوان ، وسائل التواصل الإجتماعي في تعليم وتعلم اللغة الثانية والأجنبية: المدونات، الويكي، والشبكات الإجتماعية، متوفر على موقع

<http://academiworld.org>

3- رقاد حليلة، مرجع سابق، ص 10.

من الممكن أن تكون أساليب التفاعلات اللغوية عند المراهق داخل الفيس بوك والأنستغرام مختلفة عن سلوكه في الحياة العادية. والرسم البياني رقم (25) يبين ما سبق.

الرسم البياني رقم (25) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك اللفظي للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (42) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الديني للمراهق

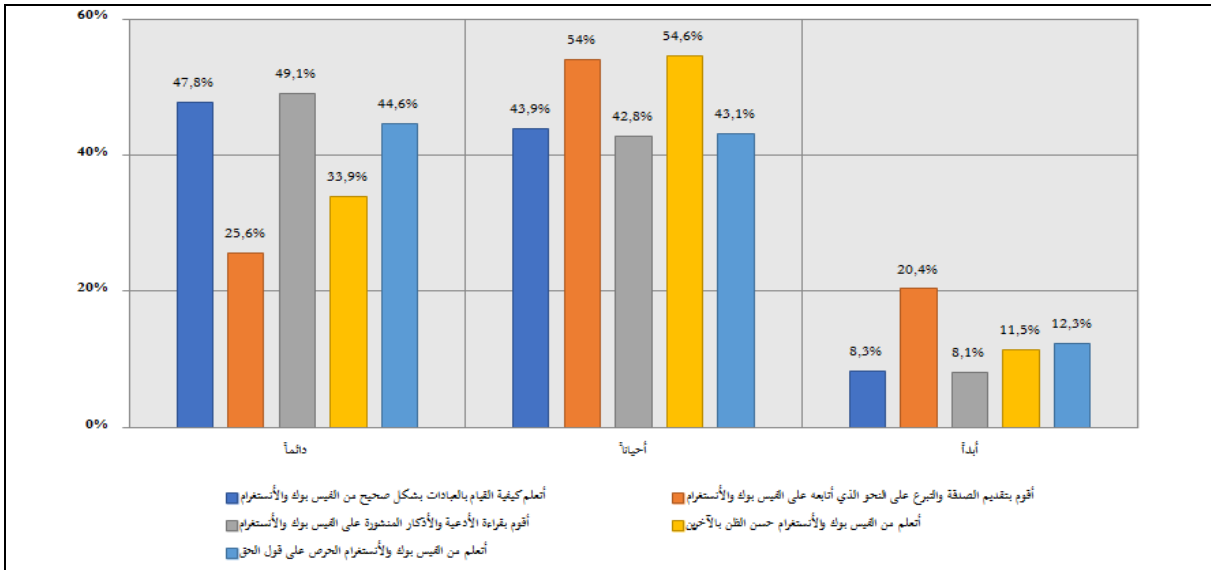
المستوي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,64	2,39	383	32	168	183	أتعلم كيفية القيام بالعبادات بشكل صحيح من الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%8,3	%43,9	%47,8	
متوسط	0,68	2,05	383	78	207	98	أقوم بتقديم الصدقة والتبرع على النحو الذي أتابعه على الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%20,4	%54	%25,6	
مرتفع	0,64	2,41	383	31	164	188	أقوم بقراءة الأدعية والأذكار المنشورة على الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%8,1	%42,8	%49,1	
متوسط	0,64	2,22	383	44	209	130	أتعلم من الفيس بوك والأنستغرام حسن الظن بالآخرين
			%100	%11,5	%54,6	%33,9	
متوسط	0,68	2,32	383	47	165	171	أتعلم من الفيس بوك والأنستغرام الحرص على قول الحق
			%100	%12,3	%43,1	%44,6	
متوسط	/	2,28	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (42) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الديني لدى المراهق، لأنه حتماً سيتعرض للعديد من الصفحات والمجموعات الدينية التي تُنشأ يومياً داخل الفيس بوك والأنستغرام لأهداف نشر القيم الدينية بمختلف الديانات، وفيما يخص مجتمع دراستنا الذي يدين بالدين الإسلامي قمنا بإختيار مجموعة من القيم والنسك الدينية الإسلامية التي لاحظناها من خلال تصفحنا للفيس بوك، أعلى قيم متوسطات حسابية للعبارتين "أقوم بقراءة الأدعية والأذكار المنشورة على الفيس بوك والأنستغرام" ثم "أتعلم كيفية القيام بالعبادات بشكل صحيح من الفيس بوك والأنستغرام" بمتوسط حسابي قدره (2,41) و(2,39) على التوالي مسجلة بذلك مستوى مرتفع حسب تصنيف ليكرت، ويذكر الباحث نايلي¹ في دراسة له حول المحتوى الديني في مواقع التواصل الاجتماعي أن الخطاب الديني يتم طرحه بإيجابية على شبكة الفيس بوك وأغلب مضامينه تدرج ضمن جانب الأخلاق والسلوك المستقيم والتكافل، كما أنها تهتم بتفسير الآيات القرآنية والحديث وشرح العبادات، في الترتيب الثالث نجد العبارة "أتعلم من الفيس بوك الحرص على قول الحق" بمتوسط حسابي قدره (2,32) وإنحراف معياري بقيمة (0,68)، ثم العبارة "أتعلم من الفيس بوك والأنستغرام حسن الظن بالآخرين" بمتوسط حسابي قيمته (2,22)، وآخر عبارة كانت "أقوم بتقلد الصدقة والتبرع على النحو الذي أتابعه على الفيس بوك والأنستغرام" بمتوسط حسابي قيمته (2,05) وتُرَجَّح سبب ذلك إلى أن الأفراد في هذه المرحلة العمرية لا يملكون ما يمكن أن يتصدقوا به بحكم التبعية المالية لولي أمرهم خاصة أن أغلبهم لا يزال في طور الدراسة أو التكوين المهني كما تم إدراجه مسبقاً في تحليل البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة. والرسم البياني رقم (26) يوضح ما تم ذكره في هذا البُعد.

الرسم البياني رقم (26) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام

على السلوك الديني للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

1- نايلي حسين، تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة لعينة من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية: الجزائر، م 06، ع 01، 2018، ص 242.

الجدول رقم (43) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العاطفي للمراهق

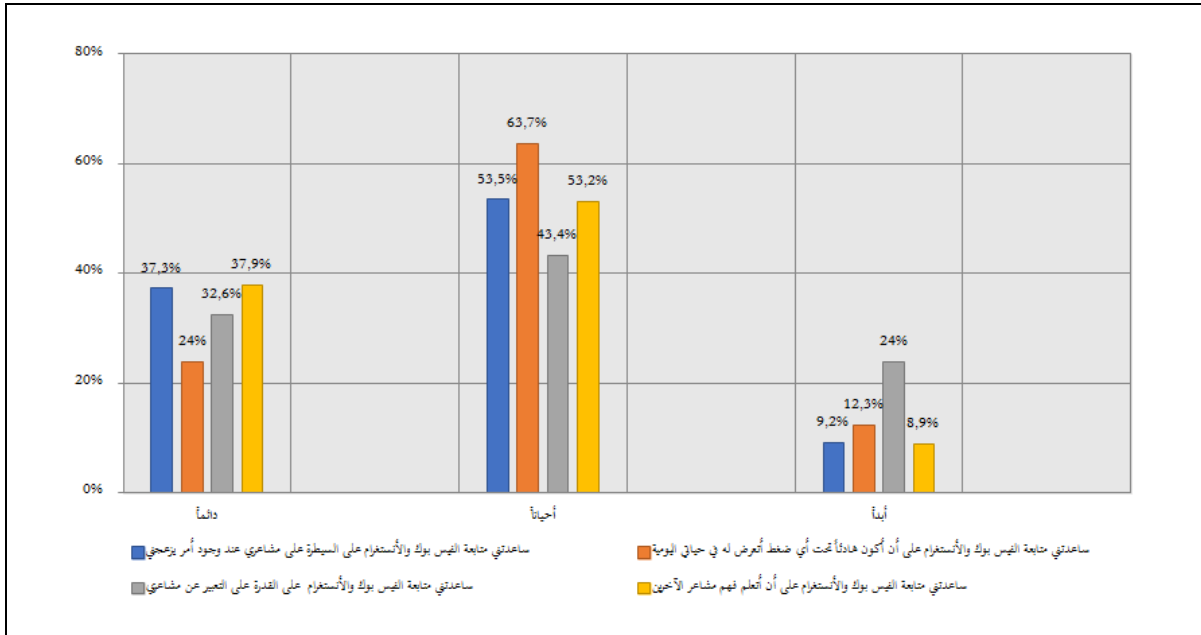
المستوى	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,62	2,28	383	35	205	137	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على السيطرة على مشاعري عند وجود أمر يزعجني
			%100	%9,2	%53,5	%37,3	
متوسط	0,59	2,12	383	47	244	92	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على أن أكون هادئاً تحت أي ضغط أتعرض له في حياتي اليومية
			%100	%12,3	%63,7	%24	
متوسط	0,75	2,09	383	92	166	125	أكسبتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام القدرة على التعبير عن مشاعري
			%100	%24	%43,4	%32,6	
متوسط	0,62	2,29	383	34	204	145	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام أن أتعلم فهم مشاعر الآخرين
			%100	%8,9	%53,2	%37,9	
متوسط	/	2,19	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (43) انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العاطفي عند المراهق، أبرزت العبارات أربع مؤشرات تقاربت نتائج الإجابات حولها حيث نجد اختلافات طفيفة جداً في إجابات الباحثين في العبارتين الأولى والثانية "ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام أن أتعلم فهم مشاعر الآخرين" ثم "ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على السيطرة على مشاعري عند وجود أمر يزعجني" وكلاهما يصبان في نفس الهدف وهو إرتفاع الوعي وإدراك المشاعر عند التعامل مع الآخرين، حسابياً كانت نسبة المتوسط الحسابي لهما (2,29) و(2,28) على التوالي، أما نسب الإجابات بـ "دائماً" هي (9,37%) و(37,3%) والإجابة بـ "أحياناً" هي (53,2%) و(53,5%). ويشكل الجانب العاطفي أو الإنفعالي عند المراهق أهم جوانب النمو التي تطرأ على شخصيته في هذه المرحلة لذا نرى أن المحتويات التي يتابعها المراهق على موقعي الفيس بوك والأنستغرام حتماً سيكون لها أثر واضح نوعاً ما على السلوك العاطفي عنده.

وبالنسبة للترتيب الثالث والرابع كذلك كان متقارباً بين العبارتين "ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على أن أكون هادئاً تحت أي ضغط أتعرض له" ثم "أكسبتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام القدرة على التعبير عن مشاعري" بمتوسط حسابي قدره (2,12) و(2,09) على التوالي. والرسم البياني الموالي يوضح ذلك.

الرسم البياني رقم (27) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العاطفي للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (44) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك المظهري للمراهق

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	0,62	2,46	383	26	155	202	تدفعني متابعة الأزياء على الفيس بوك والأنستغرام إلى العناية بمظهري الخارجي
			%100	%6,8	%40,5	%52,7	
متوسط	0,67	1,99	383	86	213	84	أعتمد على مطابقة مشترياتي من الملابس تماماً كما يعرضه المدونين على الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%22,5	%55,6	%21,9	
متوسط	0,67	1,61	383	189	154	40	أنشر مشترياتي على الفيس بوك والأنستغرام لأتلقى آراء الآخرين حولها
			%100	%49,3	%40,2	%10,5	
متوسط	0,71	2,16	383	70	183	130	أهتم لرأي عائلتي بمظهري الذي قمت بإختياره بناءً على ما رأيته في الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%18,3	%47,8	%33,9	
متوسط	0,64	2,08	383	63	225	95	أعتمد على الفيس بوك والأنستغرام عند إختيار تسريحات شعري
			%100	%16,5	%58,7	%24,8	
متوسط	0,71	2,25	383	61	166	156	أوازن بين ما هو رائع من أزياء في الفيس بوك والأنستغرام وما يطابق معايير تربيتي
			%100	%15,9	%43,4	%40,7	
متوسط	/	2,09	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (44) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك المظهري عند المراهق، ونلاحظ من خلاله إرتفاع مستوى إهتمام المراهقين بمظهرهم الخارجي جزئاً متابعتهم للأزياء المنشورة على الفيس بوك والأنستغرام حسب نتائج العبارة الأولى التي كان مستوى متوسطها الحسابي مرتفع بقيمة (2,46) وإنحرافها المعياري (0,62)، إذ أجاب أكثر من نصف عينة الدراسة (52,7%) بأنهم دائماً ما يفعلون ذلك و (40,5%) بـ "أحياناً" و (6,8%) فقط هم من أجابوا بـ "أبداً". ويعتبر الباحثون أن السلوك المظهري دائماً ما يتأثر بالبيئة المحيطة التي يتلقى منها الفرد معرفته¹ والشبكات الإجتماعية الرقمية في عصرنا الحالي تعتبر بيئة مفتوحة للمراهقين حيث وفّرت لهم عبر وسائطها المختلفة من فيديوهات وصور فرصة التعرف على ما هو رائج في محيطهم وما يتفق معه أقرانهم بحثاً عن القبول الإجتماعي إذ يفضل المراهقون دوماً أن يكون مظهرهم الخارجي منسجماً مع جماعة الأقران حتى لا يقعون في العزلة بسبب إختلاف المظهر وسدّاً لبعض الحاجات الإجتماعية كالحاجة إلى الإنتماء، التملك والمكانة².

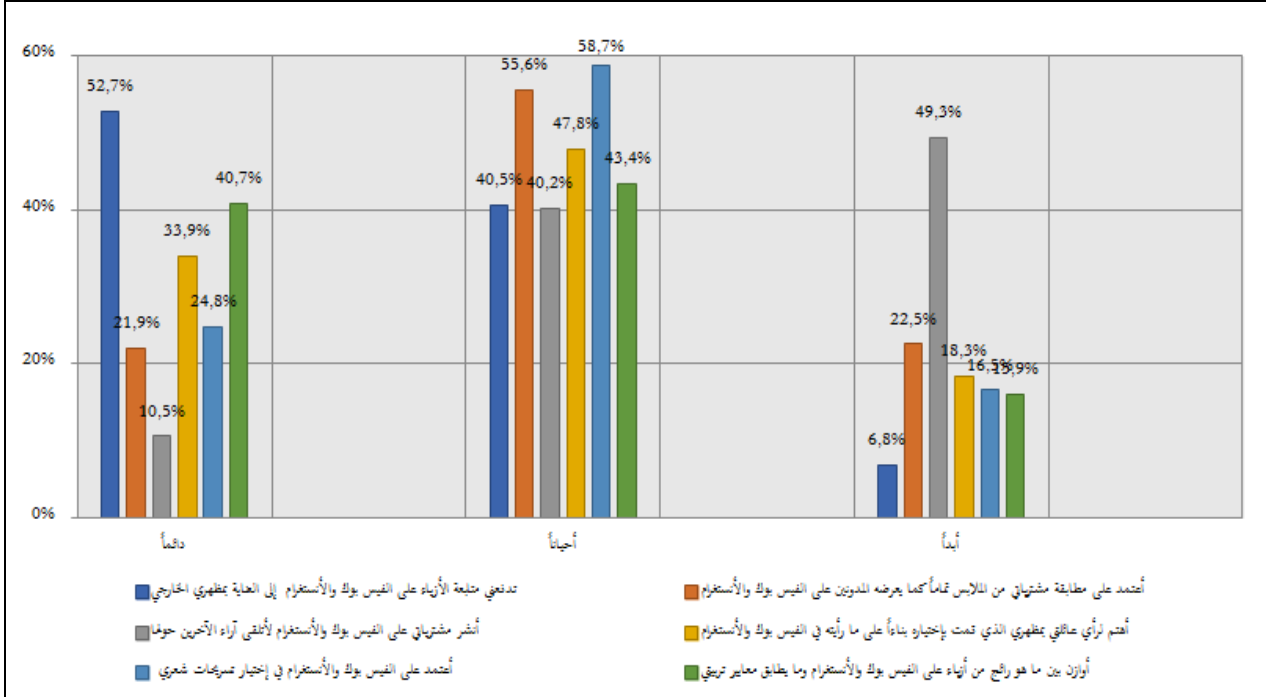
أما باقي العبارات الخاصة ببعده السلوك المظهري فقد كانت بمستوى متوسط لما أظهرته قيم المتوسطات الحسابية التي تراوحت بين (2,25) و (1,61)، وفي ما يخص الإجابات فقد كان لبدليل الإجابة "أحياناً" أعلى النسب في جميع العبارات ما عدا العبارة "أنشر مشترياتي على الفيس بوك والأنستغرام لأتلقى آراء الآخرين حولها" الذي كانت الإجابة بـ "أبداً" هي الأكثر بنسبة (49,3%).

وتؤكد لنا نتائج هذا الجدول أن المراهقين ضمن عينة الدراسة يعتمدون بعض الأساليب في طريقة اللباس وترتيب مظهرهم بحسب النماذج التي يرونها ويتابعونها عبر كل من موقعي الفيس بوك والأنستغرام، والتي تمكنهم من مواكبة العصر وإندماجهم ظاهرياً مع أقرانهم. وبيانات الجدول جميعها موضحة في الرسم البياني رقم (28).

1- زيتو سوري عزيز، السلوك المظهري وعلاقته بتأكيد الذات لدى طلبة جامعة صلاح الدين، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، م 7، ع 1، المدرسة العليا بوزريعة: الجزائر، ص33.

2- شهباء خزرعل ذياب، الملابس في ظروف وأزمات جدلية القناعة والممارسة دراسة ميدانية لطالبات تكريت، مجلة تكريت للعلوم الإنسانية: (دب)، م15، ع08، 2008، ص197.

الرسم البياني رقم (28) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك المظهري للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (45) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الصحي للمراهق

المستوى	الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع التكرار	أبداً التكرار	أحياناً التكرار	دائماً التكرار	
متوسط	0,73	2,22	383	69	162	152	أحرص على تطبيق النصائح الطبية التي أتابعها على الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%18	%42,3	%39,7	
متوسط	0,68	2,11	383	70	200	113	أقوم بالبحث على نصائح من الفيس بوك والأنستغرام عندما أعاني من أي ألم
			%100	%18,3	%52,2	%29,5	
متوسط	0,74	1,95	383	114	175	94	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام أقوم بممارسة الرياضة
			%100	%29,8	%45,7	%24,5	
متوسط	0,72	1,76	383	156	162	65	أستخدم الأدوية أو المستحضرات الطبية التي يُنصح بها عبر الفيس بوك والأنستغرام دون اللجوء إلى طبيب
			%100	%40,7	%42,3	%17	
متوسط	0,66	1,94	383	96	213	74	ساعدني تصفح الفيس بوك والأنستغرام على تعلم بعض أساليب الإسعافات الأولية
			%100	%25,1	%55,6	%19,3	
متوسط	/	1,99	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يمثل الجدول رقم (45) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الصحي لدى المراهق، وتبين النتائج أن المستوى العام لهذا البعد هو مستوى متوسط نظراً لقيمة المتوسط الحسابي العام التي بلغت (1,99)، وقد كان أكبر إنعكاس لديهم في حرصهم على تطبيق النصائح الطبية التي يتابعونها على الفيس بوك والأنستغرام حيث كانت نسبة الإجابة بـ "أحياناً" بنسبة (42,3%) والإجابة بـ "دائماً" كانت نسبتها (37,7%) أما "أبداً" فقد كانت ذات النسبة الأقل (18%)، ولعل الفترة التي أجرينا فيها الدراسة الميدانية (منتصف سنة 2020) ستؤثر على الإجابات في هذا البعد إذ أنه بعد إنتشار جائحة كوفيد covid-19 أصبحت هناك حتمية لمتابعة الأخبار والتعليمات الصحية عبر الأنترنت خاصة مع سياسة الحجر الصحي أو التباعد الإجتماعي الذي كانت الشبكات الإجتماعية الرقمية البديل الأمثل له نظراً لآنية نشر الأخبار عليها، إذ حظيت هذه الوسيلة بمتابعة كبيرة لما توفره من معارف صحية متنوعة وربط للأخبار من مختلف أنحاء العالم¹.

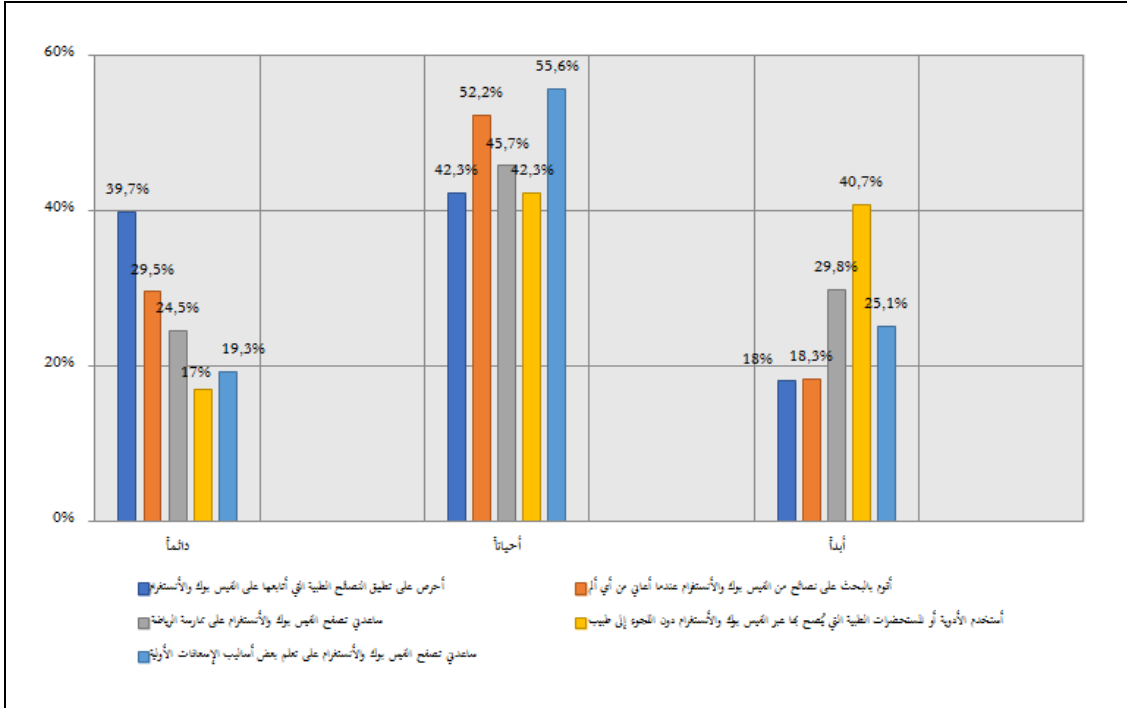
كما نذكر أن هناك مجموعة من الباحثين يؤكدون أن الشبكات الإجتماعية الرقمية تتيح فرصاً للحديث المفتوح دون قيود بين أشخاص يعانون من نفس المشاكل الصحية سواء كان ذلك يتعلق بهم شخصياً أو بأحد أفراد عائلاتهم، وتلك الصفحات والمواقع في نمو مُطرد بعد أن لاقت رواجاً كبيراً، حتى أن بعض القائمين على الرعاية الصحية يُكوّنون مجموعات ممن يتولّون علاجهم إلى جانب إتاحة الفرصة لتوجيه أسئلة إلى أخصائيين، ولقد كان لتكوين مجموعات إجتماعية رقمية من أفراد لديهم نفس الإهتمامات الفضل في توفير السُّبل للمرضى لتحسين مفاهيمهم وسلوكياتهم تجاه العلاج والممارسات الصحية وحتى أمزجتهم في بعض الأحيان².

أما العبارة ذات الترتيب الثاني فقد كانت "أقوم بالبحث عن نصائح من الفيس بوك والأنستغرام عندما أعاني من أي ألم" بمتوسط حسابي قدره (2,11)، تليها عبارتي "ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام أقوم بممارسة الرياضية" و"ساعدني تصفح الفيس بوك والأنستغرام على تعلم بعض أساليب الإسعافات الأولية" بقيمتي متوسط حسابي شبه متساوي (1,95) و (1,94) على التوالي، أما العبارة الأخيرة فقد كانت "أستخدم الأدوية أوالمستحضرات الطبية التي يُنصح بها عبر الفيس بوك والأنستغرام دون اللجوء إلى طبيب" بمتوسط حسابي قدره (1,76) وقد كانت نسبة الإجابة بأحياناً (42,3%) و بالبدل "أبداً" كبيرة قدرت بـ (40,7%) مما يدل على حرص المراهقين على عدم الوثوق بمصادر المعلومات الصحية في هذين الموقعين نظراً لما يشكله من خطر مباشر على حياتهم. و الرسم البياني رقم (29) يوضح جميع ما سبق ذكره.

1- عتاب المولي، دور وسائل التواصل الإجتماعي في تقديم المعارف الصحية والإجتماعية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، أوراق ثقافية: بيروت، ع05، 2020، ص 375.

2- (د.ك)، المعرفة وشبكات التواصل الإجتماعي الإلكترونية، مركز الدراسات الإستراتيجية بجامعة الملك عبد العزيز: الرياض، الإصدار 39، 2012، ص 120.121

الرسم البياني رقم (29) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الصحي للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (46) يوضح انعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العدواني للمراهق

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدائل الإجابة				العبارات
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً	
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	0,78	1,74	383	178	125	80	أستخدم ما أشاهده من حركات العنف والمشاجرات على الفيس بوك والأنستغرام في حياتي اليومية
			%100	%46,5	%32,6	%20,9	
متوسط	0,70	1,71	383	165	164	54	شجعتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على رد الإهانة التي أتلقاها بالمثل.
			%100	%43,1	%42,8	%14,1	
منخفض	0,66	1,48	383	236	112	35	أفكر في إيذاء الأشخاص بالطريقة التي رأيتها على الفيس بوك والأنستغرام
			%100	%61,6	%29,2	%9,2	
منخفض	0,69	1,65	383	181	155	47	تعلمت من الفيس بوك والأنستغرام أساليب أسخر بها من تصرفات الآخرين
			%100	%47,2	%40,5	%12,3	

المتوسط العام	1,64	/	منخفض
---------------	------	---	-------

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم (46) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العدواني عند المراهق، وخلافاً عن الأبعاد السابقة التي حددناها لقياس السلوك سجّل هذا البعد إجابات بمستوى منخفض حيث كان المتوسط الحسابي العام للعبارات (1,64)، وكانت الإجابة على البديل "أبداً" في أعلى نسبها بجميع العبارات حيث نفى (46,5%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون ما يشاهدونه من حركات العنف والمشاجرات على الفيس بوك والأنستغرام في حياتهم اليومية، كما نفى (43,1%) منهم أن متابعة الفيس بوك والأنستغرام تشجعهم على رد الإهانة التي يتلقونها، إضافة إلى إنكار (61,6%) من العينة أنهم يفكرون في إيذاء الأشخاص التي يرونها على الفيس بوك والأنستغرام، و أجاب (47,2%) منهم أنهم لا يتعلمون من الفيس بوك والأنستغرام أساليب يسخرون بها من تصرفات الآخرين، هذه النتائج جاءت مخالفة نوعاً ما لنتائج دراسة رندة رفيق¹ التي وجدت أن تصفح المراهقين للشبكات الإجتماعية الرقمية بكثافة يبرز لديهم السلوك العدواني الذي يتماشى طردياً ضمن تنشئة أسرية مهملة وتحت أنظمة تسلطية من طرف الآباء وأكّدت نتائج دراستي كل من بوغزرة رضا² و دغبوج وليد³ على أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستخدام المراهق لشبكة الأنترنت وإكتساب الإنحرافات السلوكية العنيفة عندهم والتي كان السلوك العدواني من ضمن أبعادها بالنسبة للأولى، وأن هناك علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الطلاب للشبكات الإجتماعية الرقمية وإنتشار السلوكيات الإنحرافية عند طلبة الجامعة بالنسبة للثانية. وعموماً يُرى أن السلوكيات العدوانية والمنحرفة قد وجدت فضاءً مناسباً داخل الشبكات الإجتماعية الرقمية لنشرها وترويجها على نطاق واسع، على إعتبار لا محدودة هذه الشبكات وتنوع مستخدميها وعدم وجود سلطة ضابطة فيها الأمر الذي سهّل من توسيع هذه السلوكيات وإيصالها إلى أبعد مدى وفي أزمته قياسية⁴، والرسم البياني الموالي يوضح بيانات الجدول السابق.

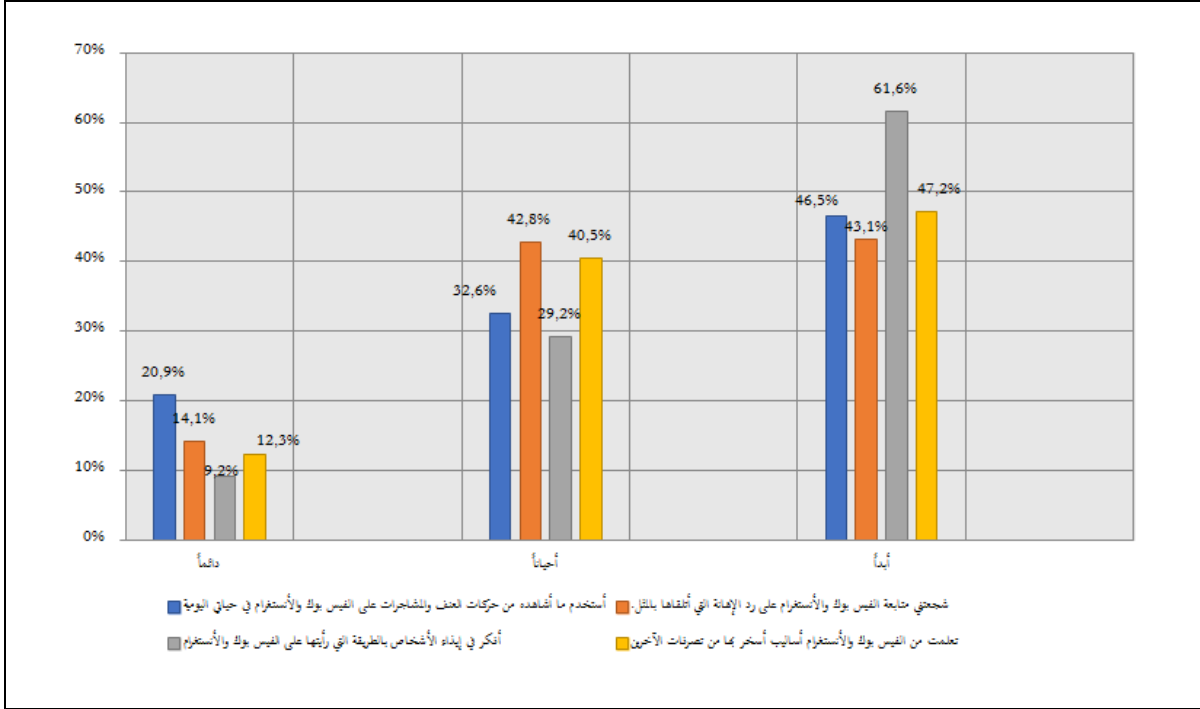
1- رندة رفيق محمود حلس، مرجع سابق، ص 12.

2- بوغزرة رضا، شبكة الأنترنت وعلاقتها بإكتساب السلوك الإنحرافي لدى الشباب المراهق، أطروحة دكتوراه في علوم التربية، جامعة سطيف: الجزائر، 2017، ص 316.

3- دغبوج وليد، مرجع سابق، ص 07.

4- كروم محمد، فرحات عبدالي، ريم حنان، مواقع التواصل الإجتماعي، بدائل عن فضاءات الضبط الإجتماعي للمراهق: تحليل محتوى بعض صفحات موقع الفيس بوك الحاملة للعنف، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد 27، جامعة الأغواط، الجزائر، 2017، ص 17.

الرسم البياني رقم (30) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العدواني للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (47) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك التعاوني للمراهق

المستوى	الإخفاق المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة			
			المجموع	أبداً	أحياناً	دائماً
			التكرار	التكرار	التكرار	التكرار
مرتفع	0,61	2,39	383	26	180	177
			%100	%6,8	%47	%46,2
متوسط	0,57	2,26	383	26	232	125
			%100	%6,8	%60,6	%32,6
متوسط	0,68	2,28	383	49	176	158
			%100	%12,7	%46	%41,3
متوسط	0,67	2,12	383	66	206	111
			%100	%17,2	%53,8	%29
متوسط	0,67	1,88	383	111	206	66

			%100	%29	%53,8	%17,2	والأنستغرام للانضمام إلى الجمعيات الخيرية في منطقتي.
متوسط	/	2,18	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (47) إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك التعاوني عند المراهق، وقد أظهرت نتائجه أن المنشورات على هذين الموقعين تشجع المراهقين على المشاركة في الأعمال الخيرية بمستوى مرتفع، حيث أجاب (46,2%) بـ "دائماً" و (47%) بـ "أحياناً"، كما أن المتوسط الحسابي لهذه العبارة قُدِّر بـ (2,39) والانحراف المعياري (0,61).

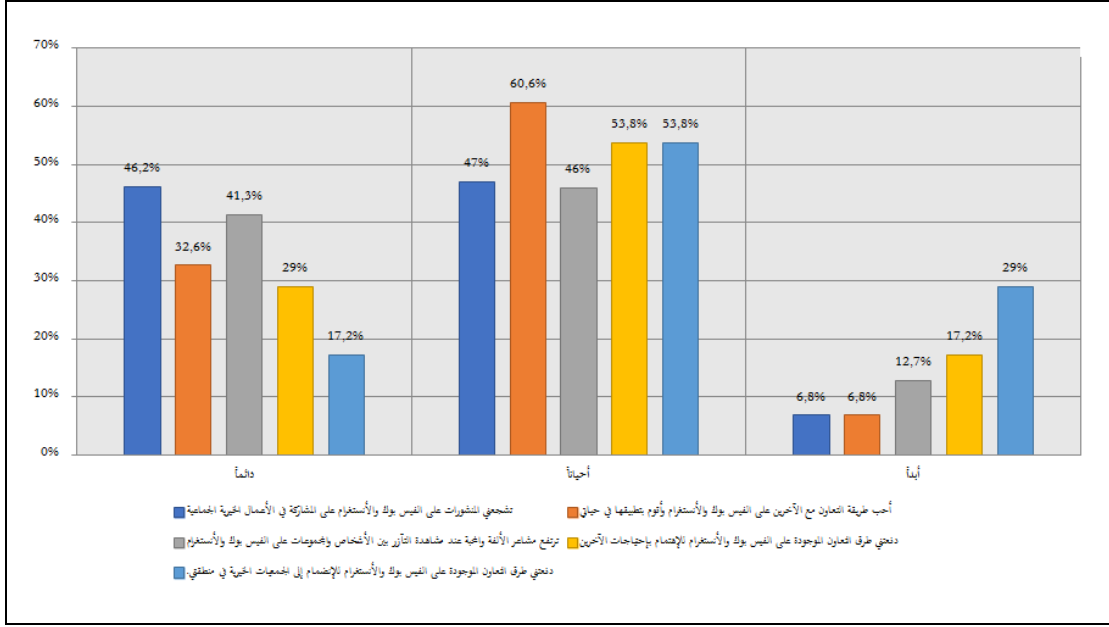
ونفس النسب في الإجابات تقريباً كانت للعبارتين الثانية والثالثة والتي تنص على "ترتفع مشاعر الألفة والمحبة عند مشاهدة التآزر بين الأشخاص والمجموعات على الفيس بوك والأنستغرام" وعبارة "أحب طريقة التعاون مع الآخرين على الفيس بوك والأنستغرام وأقوم بتطبيقها على الواقع" حيث كان المتوسط الحسابي لكل منهما (2,28) ثم (2,26) على التوالي، وبالنسبة لعبارة "دفعني طرق التعاون الموجودة على الفيس بوك والأنستغرام للإهتمام بإحتياجات الآخرين" فقد كانت بمتوسط حسابي (1,88) بدلالة مستوى متوسط، ويلاحظ في هذه العبارة أن أكثر من نصف العينة أجابت ببدائل الإجابة "أحياناً" بنسبة (53,8%).

أما العبارة التي كانت في المركز الأخير فقد كانت تخص إنضمام المراهقين إلى الجمعيات الخيرية بمنطقتهم نتيجة مشاهدتهم لأساليب وطرق تعاون الآخرين على الفيس بوك والأنستغرام ولقد عبّر (53,8%) منهم على أنهم أحياناً ما يفعلون ذلك في حين أكد (17,2%) فقط منهم أن تلك الطرق تدفعهم للإشتراك في الجمعيات الخيرية، وتشابه النتائج السابقة مع نتائج كل من دراسة ¹Hyinj و ²Bacha أن أغلب المراهقين يهتمون بالمشاركة في الأعمال الجماعية الإجتماعية التي يتم الإعلان عنها عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية التي بدورها تخلق لهم مساحة للتضامن ومبادرات المساعدة فيما بينهم. ونذكر أن المراهقين ينضمون إلى المشاركة الإجتماعية داخل مجتمعاتهم نتيجة حافز التقليد والمحاكاة والسعي إلى الإمتثال الإجتماعي في النشاطات الجماعية. والرسم البياني رقم (31) يمثل البيانات السابقة.

¹ - Seo, H., Houston, J. B., Knight, L. A. T., Kennedy, E. J., & English, A. B. op.cit, 45.

² - Bacha, J. *Réseaux sociaux et autonomisation des adolescents*, PhD Thesis, École doctorale Droit et Science politique, Université de Cergy Pontoise, 2013, France. P63.

الرسم البياني رقم (31) يوضح إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك التعاوني للمراهق



المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

نتائج الفرضية الثانية:

تم التأكد من الفرضية الثانية عن طريق عرض البيانات الوصفية لمحور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق وحساب المتوسط الحسابي العام والذي كانت قيمته (2,06)، هذه القيمة بدورها أكدت وأثبتت لنا صحة هذه الفرضية والتي تنص على ما يلي: " تنعكس عملية التلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق بمستوى متوسط ".

3-3-IV إختبار الفرضية الثالثة: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تربط بين تلقي المراهقين للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من جهة وبين سلوكهم من جهة أخرى".

قبل أن نقوم بتحديد نوع الإختبارات الإحصائية التي يتوجب علينا تطبيقها لإختبار فرضيات الدراسة المتبقية علينا أولاً أن نتحقق من طبيعة توزيع البيانات والذي على أساسه نختار الإختبار المناسب لكل فرضية. هناك عدة طرق إحصائية للتأكد من أن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً أم لا إختارنا منها إختبار كولموجروف سميرونوف one-sample Kolomgorov-Smirnov وإختبار شاييرو Shapiro-Wilk، وبعد تطبيق الإختبار على المحورين الخاصين بالمتغير المستقل " تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام" والمتغير التابع " إنعكسات التلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق" للدراسة توصلنا إلى النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (48): يوضح إختبار إعتدالية التوزيع لمحاور الدراسة

إختبار التوزيع الطبيعي					
إختبار Shapiro-Wilk			إختبار Kolmogorov-Smirnov ^a		
مستوى	درجة الحرية	إحصاء الإختبار	مستوى	درجة الحرية	إحصاء الإختبار المحسوبة
الدلالة	ddl	المحسوبة	الدلالة	Ddl	Statistique
Sig		Statistique	Sig		
0,207	383	,992	0,390	383	,058
					محور تلقي المحتوى الإعلامي
0,102	383	,986	0,750	383	,060
					محور سلوك المراهق

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول رقم (48) يتضح أن مستوى الدلالة لإختبار شاييرو كانت (0,207) بالنسبة للبيانات الخاصة بالمتغير المستقل و(0,102) بالنسبة للمتغير التابع وهي أكبر من القيمة المعنوية (0,05)، ومستوى الدلالة لإختبار كولموجروف سميرونوف كان (0,390) بالنسبة للمتغير المستقل و(0,750) بالنسبة للمتغير التابع وهي أيضاً أكبر من قيمة (0,05)، مما يعني أن بيانات الدراسة جميعها تتوزع توزيعاً طبيعياً، لذا سوف نقوم لاحقاً بإختبار الفرضيات الخاصة بالعلاقة بين المتغيرين ومستويات التأثير وفق الإختبارات المعلمية بعد توفر أبرز شروطها وهي أن يكون توزيع بيانات الدراسة توزيعاً طبيعياً.

الجدول رقم (49): يوضح العلاقة الارتباطية بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وسلوك المراهق

متغير سلوك المراهق	متغير تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام		
1,601** 0,000 383	1 383	معامل الارتباط بيرسون مستوى الدلالة Sig حجم العينة	متغير تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام
1 383	1,601** 0,000 383	معامل الارتباط بيرسون مستوى الدلالة Sig حجم العينة	متغير سلوك المراهق

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

** يوجد ارتباط عند القيمة المعنوية تساوي 0,01

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (49) مصفوفة الارتباطات Pearson Correlatio لإيجاد العلاقة الارتباطية بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من جهة وبين سلوك المراهق من جهة أخرى عند مستوى دلالة أقل من أو يساوي (0.01)، ونلاحظ أن قيمة الدلالة (0,000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,01) وقيمة معامل الارتباط تساوي (0.601)، وهذا يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة أي أن هناك ارتباط خطي موجب بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وسلوك المراهق، ونظراً للقيمة (0.601) نقول أن هذه العلاقة كانت بنسبة متوسطة.

من خلال ما سبق وبعد تحديد مدى وجود "علاقة ارتباط" بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من جهة وسلوك المراهق من جهة أخرى، يتم قبول الفرضية الثالثة التي تنص على أنه "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تربط بين تلقي المحتوى الإعلامي للمراهقين عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام من جهة وبين سلوكهم من جهة أخرى". إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة وجود علاقة تأثير من المتغير المستقل نحو المتغير التابع، لذا سنقوم في ما يلي بإثبات وجود أو عدم وجود تأثير بينهما بإختبار صحة الفرضية الرابعة.

IV-3-4 اختبار الفرضية الرابعة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوكه".

جدول رقم (50): يوضح نتائج الانحدار البسيط لأثر تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الأنستغرام على سلوك المراهق

مستوى الدلالة Sig	T المحسوبة	معامل الإنحدار B	مستوى الدلالة Sig	درجة الحرية df	F	معامل التحديد R ²	الإرتباط R	المتغير التابع
0,000	4,467	0,486	0,000		215,605	0,361	0,601	سلوك المراهق
1					Regression بين المجاميع			
381					Residual البواقي			
382					Total المجموع			

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

يتعلق الجدول رقم (50) بنتائج أثر خط الانحدار البسيط للتلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق، حيث يوضح لنا من خلاله أن هناك أثر متوسط لعملية تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق لأن معامل الإرتباط R قد بلغت قيمته (0,601) عند مستوى دلالة أكبر من (0,05) وقد أظهرت قيمة مستوى الدلالة Sig (0,000)، أما معامل التحديد R² فكان بقيمة (0,361)، أي أن 36% من التغيير الذي يطرأ على سلوك المراهق يعود إلى التغيير في تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام، أما درجة التأثير B فقد كانت بقيمة (0,486) وهذا يعني أن الزيادة بمقدار درجة واحدة في مستوى تلقي المحتوى الإعلامي يؤدي إلى الزيادة في مستوى السلوك بمقدار (0,486). وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F التي بلغت (215,605) بمستوى دلالة (0,000) وهي بذلك دالة عند مستوى الدلالة (0,05).

من خلال اختبار خط الانحدار البسيط نؤكد وجود أثر ذو دلالة إحصائية بدرجة متوسط لعملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق عند مستوى الدلالة (0,05) ومنه نؤكد صحة الفرضية الرابعة والتي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوكه".

بعد قبول الفرضية الرابعة والمتعلقة بدراسة أثر تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق، من المفيد لدراستنا التحقق من درجة أثر أبعاد هذا التلقي (الإستخدامات والإشباعات، تمثيل المعلومات، التعلم بالنمذجة) على سلوك المراهق عن طريق اختبار الانحدار المتعدد كما هو مبين في العناصر التالية.

جدول رقم (51): يوضح نتائج الإنحدار المتعدد لإختبار أثر أبعاد تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام (الإستخدام، تمثيل المعلومات، التعلم بالنمذجة) على سلوك المراهق

المتغير التابع	الإرتباط R	معامل التحديد R ²	معامل الإنحدار B	معامل الإنحدار F	درجة الحرية df	مستوى الدلالة Sig
سلوك المراهق	0,605	0,366	0,583	72,899	3	0,000
Regression بين المجاميع						
Residual البواقي						
Total المجموع						
379						
382						
المتغير المستقل:	تلقي المحتوى الإعلامي عبر الفيس بوك والأنستغرام					
بعد الإستخدامات والإشباعات			0,195		2,716	0,007
بعد تمثيل المعلومات			0,271		5,088	0,000
بعد التعلم بالنمذجة			0,223		5,934	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

يبين الجدول رقم (51) نتائج التحليل الإحصائي التي توضح وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق، حيث بلغت قيمة معامل الإرتباط R (0.605) عند مستوى الدلالة (0,05) ويعتبر بذلك إرتباط بدرجة متوسطة، بينما كان معامل التحديد R² يحمل قيمة (0.366) أي أن تلقي المحتوى الإعلامي بأبعاده الثلاثة (الإستخدامات والإشباعات، تمثيل المعلومات، التعلم بالنمذجة) تؤثر بنسبة 36% في عملية إكتساب المراهق للسلوك (بغض النظر عما إذا كان سلوكه سوي أو غير سوي). أما الباقي أي ما تقدر نسبته بـ 64% فيعود إلى عوامل أخرى متعلقة بالعوامل الشخصية لدى الفرد، ودور مؤسسات التنشئة كالمدرسة والحى وجماعة الأقران ووسائل الإعلام الأخرى... إلخ، ويتم تأكيد معنوية هذا التأثير قيمة F التي بلغت 72,899 الدالة عند مستوى دلالة (0,05). ونذكر أن دراسة الباحث بدران¹ قد وجدت أن هناك تأثير لعملية تلقي المحتويات عبر الشبكة الإجتماعية الرقمية (اليوتيوب) على السلوك الشخصي والإجتماعي للطلبة بنسبة تقدر بـ 65,6% وبذلك تلعب دوراً مهماً في تشكيل سلوك المتلقي.

وقد أظهرت كذلك نتائج تحليل الإنحدار الخطي المتعدد أن بُعد تمثيل المعلومات هو البعد الأكثر تأثيراً على سلوك المراهق حيث نجد أن معامل التأثير B بلغت قيمته (0,271) عند مستوى الدلالة (0,000)، ثم يليه بُعد التعلم بالنمذجة بقيمة (0,223) عند مستوى دلالة (0,000)، ليكون في الترتيب الأخير بُعد الإستخدامات

¹ - شرف عطية محمد بدران، مرجع سابق، ص 361.

والإشباعات بقيمة (0,195) عند مستوى دلالة (0,007)، وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في الأبعاد الثلاثة المذكورة تؤدي إلى الزيادة في مستوى سلوك المراهق بمقدار [0,195 – 0,223 – 0,271] على التوالي.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتبين لنا وجود أثر ذو دلالة معنوية للتلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق وعليه نقوم بتحديد معادلة خط الإنحدار كما يلي:

$$Y = 0,583 + 0,195 x_1 + 0,271 x_2 + 0,223 x_3$$

حيث يمثل كل من:

Y: سلوك المراهق.

x1: بعد الإستخدامات والإشباعات.

x2: بعد تمثيل المعلومات.

x3: بعد التعلم بالنمذجة.

IV-3-5 اختبار الفرضية الخامسة: "توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول عملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وإنعكاسات هذا التلقي على سلوكهم تعزى للمتغيرات الشخصية".

للتحقق من هذه الفرضية قمنا بإجراء اختبار (ت) للعينات المستقلة **Independent Samples T-test** واختبار التباين الأحادي الإتجاه **One-Way ANOVA** وفقاً لكل من متغير الجنس، الوضعية تجاه الدراسة، الفئة العمرية و أقدمية الإستخدام.

جدول رقم (52): يوضح اختبار التباين الثنائي T-tast بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الأنستغرام وبين متغير الجنس

اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Samples T-test						
تلقي المحتوى	المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة t	القيمة الإحتمالية sig	الدلالة الإحصائية	
الإعلامي عبر	ذكر	2,19	1,36	0,644	غير دال إحصائياً	
موقعي الفيس بوك والأنستغرام	أنثى	2,16				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

يبين الجدول رقم (52) نتائج إختبار التباين الثنائي T-test لفحص الفرق في تلقي المحتوى الإعلامي لدى المراهقين تبعاً لمتغير الجنس حيث يتضح لنا قيمة T كانت (1,36) بدلالة إحصائية بلغت (0,644) وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من القيمة المعنوية (0,05)، أما بالنسبة لقيمة المتوسطات فقد أظهر الجدول أن إجابات الذكور كانت بمتوسط (2,19) وهي أعلى بقليل من قيمة المتوسط الحسابي لإجابات الإناث الذي بلغ قيمة (2,16) من أصل (03) درجات.

جدول رقم (53): يوضح إختبار التباين الثنائي T-tast بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و بين متغير الوضعية تجاه الدراسة

إختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Samples T-test					
تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والانستغرام	المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة t	القيمة الإحتمالية sig	الدلالة الإحصائية
موقعي الفيس بوك والانستغرام	الوضعية	يدرس	2,19	0,012	دال إحصائياً
	الدراسية	لا يدرس	2,16		

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (53) أعلاه نلاحظ أن قيمة t لإختبار وجود فروقات في إجابات المراهقين للمحور الذي يبحث في عملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والانستغرام، تبعاً لمتغير الوضعية تجاه الدراسة كانت (2,33) بقيمة إحصائية قدرها (0,012) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0,05) لذا نستنتج أنه لا يوجد تجانس بين إجابات أفراد العينة المتمدرسين والغير متمدرسين.

جدول رقم (54): يوضح إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و متغير السن.

إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA					
تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والانستغرام	المتغيرات الشخصية	المتوسط الحسابي	قيمة F	القيمة الإحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
غير دال إحصائياً	من 11 سنة إلى 14 سنة	2,1865	1,515	0,221	
	من 15 سنة إلى 18 سنة	2,1936			
	من 19 سنة إلى 21 سنة	2,1510			

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول رقم (54) نلاحظ ان نتائج تحليل التباين أحادي الإتجاه والتي تؤكد عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لإجابات المبحوثين في المحور الخاص بعملية تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام عند المراهقين تبعاً لمتغير العمر، حيث جاءت قيمة F بـ (1,515) بقيمة احتمالية قدرها (0,221) أكبر من القيمة المعنوية (0,05) وهي غير دالة إحصائياً.

كما يوضح نفس الجدول تقارب قيم المتوسطات الحسابية للفئات العمرية الثلاث، حيث كانت الفئة العمرية الوسطى (من 15 إلى 18 سنة) أعلى الفئات بمتوسط حسابي للإجابات يقدر بـ (2,19) تليها الفئة العمرية الصغرى بقيمة متوسط حسابي قدر بـ (2,18) ثم الفئة العمرية الأكبر بمتوسط حسابي يقدر بـ (2,15).

جدول رقم (55): يوضح إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الأنستغرام و متغير المستوى التعليمي.

إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA					
تلقي المحتوى الإعلامي	المتغيرات الشخصية	المتوسط الحسابي	قيمة F	القيمة الاحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
المستوى التعليمي	إبتدائي	2,3043	4,541	0,004	دلالة إحصائية
	متوسط	2,1768			
	ثانوي	2,2102			
	جامعي	2,1176			

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

يوضح الجدول رقم (55) نتائج تحليل التباين الاحادي للتلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام تبعاً لمتغير المستوى التعليمي لدى المراهق، وقد أظهرت نتائجه تبايناً في قيمة المتوسطات الحسابية حيث كان أعلى متوسط بقيمة (2,3) لذوي مستوى التعليم الإبتدائي ونوه هنا ان هذه الفئة لم يتعدى عدد أفرادها (09) مراهق من إجمالي عينة الدراسة منهم (104) غير متمدرسين. أما المتوسط الحسابي الموالي فقد كان بقيمة (2,21) لفئة المراهقين ذووا المستوى التعليمي الثانوي، يليها مستوى التعليم المتوسط ثم الجامعي بقيمتي (2,17) و (2,11) على التوالي.

أما عن قيمة F فقد قدرت بـ (4,541) بقيمة احتمالية Sig (0,004) وهي دالة إحصائياً لأنها أقل من القيمة المعنوية (0,05).

جدول رقم (56): يوضح إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك- الانستغرام و متغير أقدمية الإستخدام.

إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA				
المتغيرات الشخصية	المتوسط الحسابي	قيمة F	القيمة الإحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
أقدمية الإستخدام	تلقي المحتوى	2,1884	0,567	غير دال إحصائياً
	الإعلامي عبر	2,1907		
	موقعي الفيس بوك	2,1670		
	والأنستغرام	2,1670		

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (56) نلاحظ أن القيمة المعنوية لفترة بداية إستخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية قد قدرت بـ (0,567) وهي أكبر من القيمة (0,05) وهذا ما يدل على عدم وجود تجانس في إجابات المراهقين حول تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والانستغرام تعزى لمتغير أقدمية إستخدام هذه الشبكات، ونذكر أن قيمة F قدرت بـ (0,569) أما المتوسطات الحسابية فقد كانت متقاربة جداً بين (2,19 و 2,18 و 2,16) لكل من الإستخدام الذي تتراوح مدته من سنة إلى سنتين إثنين، والإستخدام الذي تقدر مدته بأقل من سنة والإستخدام الذي تجاوز سنتين إثنين على التوالي.

جدول رقم (57): يوضح إختبار التباين الثنائي T-tast بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق وبين متغير الجنس

إختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Samples T-test				
المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة t	القيمة الإحتمالية sig	الدلالة الإحصائية
إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق	ذكر	2,08	0,919	غير دال إحصائياً
	الجنس	أنثى		

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

تبين النتائج الموضحة في الجدول رقم (57) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من إجابات المراهقين الذكور و الإناث لإنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوكهم، حيث بلغت قيمة t (0,102) وبلغ مستوى الدلالة لها عند قيمة (0,919) لذا تعتبر غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من القيمة المعنوية (0,05). ونذكر أن المتوسط الحسابي للجنسين كان متساوي بقيمة (2,08) وهذا ما يؤكد فعلاً عدم وجود فروق في الإجابات حول هذا المحور تبعاً لمتغير الجنس.

جدول رقم (58): يوضح إختبار التباين الثنائي **T-tast** بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق وبين متغير الوضعية الدراسية

إختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Samples T-test						
المتغيرات	المتوسط الحسابي	قيمة t	القيمة الإحتمالية sig	الدلالة الإحصائية		
إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق	2,1	3,18	0,002	دال إحصائياً	الوضعية الدراسية	يدرس / لا يدرس

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج **Spss**

يوضح الجدول رقم (58) نتيجة إختبار **t.test** لإجابات المراهقين حول إنعكاس تلقي المحتوى الإعلامي على سلوكهم تبعاً لمتغير الوضعية تجاه الدراسة، وقد كانت المتوسطات الحسابية للمبحوثين المتمدرسين والغير متمدرسين (2,1) و (2) على التوالي، أما قيمة **t** فقد قدرت بـ (3,18) بدلالة (0,002) وهي أقل من القيمة المعنوية (0,05) وهذا ما يؤكد وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات المراهقين الذين لا يزالون في طور الدراسة وبين المراهقين الذين إنقطعوا عنها أو قاموا بإنهاء مسارهم الدراسي.

جدول رقم (59): يوضح إختبار التباين الأحادي الإتجاه **One-Way ANOVA** بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق و متغير السن.

إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA						
إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق	المتغيرات الشخصية	المتوسط الحسابي	قيمة F	القيمة الإحتمالية sig	الدلالة الإحصائية	
إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق	من 11 سنة إلى 14 سنة	2,084	7,694	0,001	دال إحصائياً	السن
	من 15 سنة إلى 18 سنة	2,132				
	من 19 سنة إلى 21 سنة	2,011				

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج **Spss**

يوضح الجدول رقم (59) إختبار التباين الأحادي الإتجاه لإجابات المراهقين حول محور إنكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوكهم تبعاً لمتغير السن، وقد أظهرت نتائجها أن هناك عدم تجانس في إجابات عينة الدراسة حول عبارات هذا المحور، حيث قدرت قيمة **f** بـ (7,694) بقيمة إحصائية (0,001) وهي أقل من القيمة المعنوية (0,05) لذا يعتبر الإختبار دال معنوياً عند هذه القيمة، وبالنسبة للمتوسطات الحسابية أظهرت النتائج كذلك أن هناك فروقات بقيم (2,13 و 2,08 و 2,01) لكل من الفئات العمرية (من 15 إلى 18 سنة) و (من 11 إلى 14 سنة) و (من 19 إلى 21 سنة) على التوالي.

جدول رقم (60): يوضح إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق و متغير المستوى التعليمي.

إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA				
المتغيرات الشخصية	المتوسط الحسابي	قيمة F	القيمة الإحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
المستوى التعليمي	إبتدائي	7,249	0,000	دال إحصائياً
	متوسط			
	ثانوي			
	جامعي			

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (60) يظهر لنا أن هناك تباين في إجابات المراهقين نحو إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوكهم تبعاً لمتغير المستوى التعليمي حيث بلغت قيمة f (7,249) بدلالة إحصائية قدرها (0,000) وهي أقل من القيمة المعنوية (0,05)، أما المتوسطات الحسابية لجميع المستويات كانت القيم متساوية في المستويين الإبتدائي والمتوسط ومختلفة مع باقي المستويات وقد كانت قيمها بالترتيب التنازلي كما يلي (2,11)، (2,10)، (2,10)، (1,96) أي أعلى قيمة لمستوى التعليم الثانوي، الإبتدائي، المتوسط ثم الجامعي على التوالي.

جدول رقم (61): يوضح إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA بين محور إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق و متغير أقدمية الإستخدام

إختبار التباين الأحادي الإتجاه One-Way ANOVA				
المتغيرات الشخصية	المتوسط الحسابي	قيمة F	القيمة الإحتمالية Sig	الدلالة الإحصائية
أقدمية الإستخدام	منذ أقل من سنة	7,546	0,001	دال إحصائياً
	من سنة إلى سنتين			
	أكثر من سنتين			

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات برنامج Spss

يظهر من خلال الجدول رقم (61) الذي يحسب إختبار التباين الأحادي الإتجاه لإنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على سلوك المراهق تبعاً لمتغير فترة بداية الإستخدام، نذكر فيه أن قيمة f قدرت بـ (7,546) بدلالة إحصائية قدرها (0,001) التي هي أقل من القيمة المعنوية (0,05) وبالتالي تعتبر دالة إحصائياً.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي فقد كانت أكبر قيمة مسجلة للفئة التي إستخدمت الموقعين في مدة تتراوح بين سنة وستين بقيمة (2,12) أما الفئة التي إستخدمتهما أكثر من سنتين فقد كان المتوسط الحسابي لإجاباتهم (2,03).

نتائج الفرضية الخامسة:

إن النتائج السابقة والخاصة بإختبار صحة الفرضية الخامسة المتعلقة بإثبات وجود فروقات فردية في إجابات الباحثين حول محوري تلقي المراهق للمحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وإنعكاسات هذا التلقي على سلوكه تعزى للمتغيرات الشخصية، توضح أن الفرضية محققة جزئياً فقط بناءً على ما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المراهقين حول تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام تعزى لمتغير الجنس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المراهقين حول تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام تعزى لمتغير الوضعية تجاه الدراسة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام للمراهقين تعزى لمتغير السن.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المراهقين حول تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام تعزى لمتغير المستوى التعليمي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام لدى المراهقين تعزى لمتغير أقدمية إستخدام هذين الموقعين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لإنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر شبكتي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق تعزى لمتغير الجنس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لإنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق تعزى لمتغير الوضعية الدراسية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لإجابات المراهقين حول إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوكهم تعزى لمتغير السن.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإجابات لإنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق تعزى لمتغير المستوى التعليمي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإجابات لإنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق تعزى لمتغير أقدمية إستخدام الموقعين.

4-IV النتائج العامة للدراسة:

من خلال دراسة وتحليل واقع تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية الممتلئة في شبكاتي الفيس بوك والأنستغرام بأبعاده الثلاث (الإستخدامات والإشباع، تمثيل المعلومات، التعلم بالملاحظة) ومدى إنعكاسها على سلوك المراهق، تبين ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة أن (94,26%) من عينة الدراسة يملكون حسابات خاصة بهم على شبكاتي الفيس بوك والانستغرام، كما أن أغلبهم يقومون بعملية التصفح بمفردهم وبأجهزتهم الخاصة بهم.
- يستغرق عدد كبير من المراهقين (45,7%) في عملية التصفح وقتاً يفوق ثلاث ساعات يومياً بصورة دائمة.
- لا يثق المراهقون في المتويات التي يتلقونها من موقعي الفيس بوك والأنستغرام بشكل دائم بل أحياناً ما يفعلون ذلك، وتنفي نسبة قليلة منهم (16,2%) ثقتهم فيما يتم نشره.
- غالباً ما يتم تكرار مشاهدة ما يتم نشره عبر الفيس بوك والأنستغرام وذلك بنسبة (13,8%).
- فيما يخص مشاركة المحتويات عبر الفيس بوك والأنستغرام أظهرت النتائج أن المراهقين يقومون بنشر أحداث تخص حياتهم الواقعية بمستوى متوسط كما أنهم يقومون بمشاركة منشورات الآخرين بمستوى متوسط كذلك، إلا أن هذه المشاركات تلقى تفاعلاً لا بأس به حيث أن (79,4%) منهم أوضحوا أن مشاركاتهم يتفاعل معها الآخريين ومن بين هؤلاء أفراد الأسرة.
- يتصفح المراهقون موقعي الفيس بوك والأنستغرام بمستوى مرتفع جداً حيث بلغ المتوسط الحسابي له (02,59) كما أظهرت النتائج أن المراهقون يفضلون استخدام الفيس بوك أولاً ثم الأنستغرام في الدرجة الثانية.
- أثبتت النتائج أن أوّل حاجة تدفع المراهقين لإستخدام الفيس بوك والأنستغرام هي البحث عن المتعة والتسلية ثم تعلم مهارات جديدة ثم البحث عن المعلومات والمعارف العامة على التوالي وهو ما يتوافق مع سيكولوجية الفرد في مرحلة المراهقة، وآخر دافع بالنسبة لهم هو التعبير بحرية عن آرائه.
- يحقق المراهقون نتيجة لتلقيهم المحتويات الإعلامية عبر الفيس بوك والأنستغرام جملة من الإشباع النفسية والمعرفية والإجتماعية بمستوى مرتفع، في مقدمة هذه الإشباع المحققة هي الإستزادة بالمعلومات والمعارف المنشورة ثم قضاء وقت مريح وممتع أثناء التصفح، إضافة إلى زيادة فرصة إنفتاحهم على مختلف الثقافات عبر العالم وآخر ترتيب لهذه الإشباع كانت زيادة فرصة التواصل مع أشخاص آخريين.
- ينتبه المراهقون إلى المحتويات الإعلامية المنشورة عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام بالدرجة الأولى إلى تلك التي تتحدث عن ميولاتهم وإهتماماتهم، ثم إلى المنشورات التي تكون مرفقة بصور جذابة وهذا بمستوى مرتفع أيضاً، أما بالنسبة للخصائص الأخرى للمنشورات مثل العناوين المثيرة والبارزة أو المنشورات التي تحمل نسب

مشاهدات عالية أو تلك التي تتحدث عن شخصيات بارزة ومشهورة فالإنتباه لها من طرفهم كان بمستوى متوسط.

■ أظهرت النتائج أن طريقة إهتمام المراهقين بالمنشورات على كل من الفيس بوك والأنستغرام تتخذ عدة أشكال حيث نجد أن أغلبهم دائماً ما يكملون قراءة أو مشاهدة المنشورات حتى نهايته كنوع من الإهتمام، كما أن المواضيع التي يتكرر نشرها تثير فضولهم وإهتمامهم، إضافة إلى ذلك أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة منهم (69,5%) يتفقدون حساباتهم كل حين حتى لا تفوتهم الأخبار والمواضيع الجديدة، ويظهر إهتمامهم كذلك من خلال قيامهم بالبحث عن معلومات أوفر حول ما يتم نشره على الفيس بوك والأنستغرام من الأنترنت ومن الأشخاص المحيطين بهم كالعائلة والأصدقاء.

■ أوضحت النتائج أن أغلب المراهقين يتعلمون أفكار جديدة من الفيس بوك والأنستغرام وهذا ما أجاب عليه (91,4%) من عينة الدراسة، كما أنهم يتأملون ويفكرون في المعلومات المضافة إليهم عبر هذين الموقعين، كما أن (97,4%) منهم يقومون بحفظ أكبر قدر من المعلومات التي يتلقونها من الفيس بوك والأنستغرام.

■ يستطيع المراهقون إدراك المعلومات التي يتم نشرها على موقعي الفيس بوك والأنستغرام بمستوى مرتفع، يتضح ذلك من خلال قدرتهم على تحديد الغاية من هذه المنشورات إضافة إلى قدرتهم على تمييز الخطأ والصواب وفق ما يتناسب مع قيم أسرهم ومجتمعهم، كما أنهم يدركون المعاني التي تحملها هذه المنشورات بصورة واضحة.

■ بالنسبة لعمليات التذكر والإسترجاع أشارت النتائج إلى أنه لا توجد صعوبة في تذكر المعلومات من طرف المراهقين بنسبة كبيرة، كما أن أكثر من نصف عينة الدراسة (61,1%) يقوموا بتقليد السلوكات التي يتذكرونها لاحقاً في حياتهم العادية.

■ إتضح من خلال النتائج المتوصل إليها أن عدد كبير من عينة الدراسة (61,9%) دائماً ما يكون لديهم أشخاص مشهورين أو مميزين يتابعون جميع ما ينشرونه ويتحدثونهم كقدوة لهم في الحياة، ونرى من خلال الإجابات كذلك أنهم يهتمون بمتابعة يوميات هؤلاء المشاهير على الفيس بوك والأنستغرام وهذا ما يجعلهم يعايشون حياتهم لحظة بلحظة.

■ من خلال النتائج المتوصل إليها نرى أنه أحياناً فقط ما يقوم المراهقون بمتابعة المشاهير الذين يختارونهم كنماذج لهم في الحياة على أساس المماثلة في الجنس والسن والمستوى الإجتماعي، وهذا ما يعني أنهم يقومون بمتابعة المشاهير بغض النظر عن هذه الخصائص فهي ليست مهمة بالنسبة لهم لإختيار نماذجهم.

- يتابع المراهقون المشاهير الذين يرون أنهم سيصبحون مثلهم في المستقبل بنسبة (84,6%) ودائماً ما يحاولون أن يعيشوا حالياً حياة مشابهة لحياة هؤلاء المشاهير الذين يتابعونهم على الفيس بوك والأنستغرام.
- يقوم أغلب المراهقون بنسبة (87,2%) بتقليد السلوكيات التي يتلقونها من الفيس بوك والأنستغرام عندما يدركون أنها تعود بالفائدة عليهم، كما أن هناك عدة عوامل تشجعهم على تبني تلك السلوكيات في مقدمتها موافقة الأهل والثناء على السلوك المتبني إضافة إلى موافقة الأصدقاء على ذلك.
- يتجنب المراهقون تقليد السلوكيات التي يتلقونها عبر موقعي تالفيس بوك والأنستغرام بالدرجة الأولى عندما يلاحظون أن ذلك السلوك له نتائج سيئة أو مأساوية على حياتهم، ثم يتجنبون ذلك بسبب إنزعاج الأهل وعدم رضاهم على ذلك السلوك، وقد أبرزت النتائج أن معاقبة الأهل لأبنائهم جزأً تقلدهم لسلوكات غير مرغوب فيها ذلك (50,7%) من عينة الدراسة أجابوا أنهم أبداً لا يمتثلون للعقاب ليست مثالية لردعهم.
- فيما يخص انعكاس تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على السلوك الاجتماعي للمراهق وجدنا أن عينة الدراسة تشارك المعلومات التي يتلقونها فيما بينهم في الحياة الواقعية بمستوى مرتفع، حيث أن هناك ما نسبته (93,2%) من يفعل ذلك، ومن بين المؤشرات التي تبين تأثر السلوك الاجتماعي عندهم أيضاً نجد أنها تشجعهم على الالتزام بتحية الترحيب في حياتهم الواقعية إضافة إلى أن وجود علاقات متميزة على الفيس بوك والأنستغرام جعلهم يتعودون على تقبل آراء الآخرين في الواقع بكل سهولة وهذا ما أقر به نسبة (76,4%) منهم، ومن بين التأثيرات على السلوك الاجتماعي كذلك أوضحت النتائج أن (77,8%) من المراهقين زادت نشاطاتهم الاجتماعية في الواقع بعد إستخدامهم لهذين الموقعين بصورة ملحوظة، وقد تعلم (77,6%) منهم أساليب لحل الخلافات التي يتعرضون لها في حياتهم العادية، أما عن التأثيرات السلبية فوجدنا أن كل من الفيس بوك والأنستغرام قد وضع (14,1%) من عينة الدراسة في عزلة عن الأشخاص من حولهم.
- أظهرت نتائج الدراسة أن السلوك اللفظي للمراهقين يتأثر بمستوى متوسط نتيجة لما يتلقاه من موقعي الفيس بوك والأنستغرام، حيث وجدنا أن (39%) منهم يحرص بصفة دائمة على البحث على ألفاظ وعبارات جديدة من هذين الموقعين في حين (47,5%) منهم يفعلون ذلك أحياناً فقط، إلا أن هناك نسبة لا بأس بها أقرت أن كفاءتهم في اللغات الأجنبية قد تحسنت بفضل إستخدام الفيس بوك والأنستغرام، وبخصوص إستخدام العبارات والإختصارات التي يتعلمونها من هذين الموقعين في حياتهم اليومية أجاب (24,2%) بأنهم يستخدمونها بصفة دائمة أما (58%) يستخدمونها من حين لآخر فقط، وفي الجانب السلبي نرى أن هناك ما نسبته (12,3%) من عينة الدراسة دائماً ما يستخدمون العبارات البذيئة التي يتعلمونها من الفيس بوك والأنستغرام أما (42,8%) أحياناً فقط ما يفعلون ذلك ونفى الباقي منهم إستخدامها.

■ فيما يخص إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي على السلوك الديني لدى المراهقين بينت النتائج أنهم يقومون بالدرجة الأولى بقراءة ما يتم نشره من إرشادات وأدعية وأذكار بمستوى مرتفع وبنسبة كبيرة قدرت بـ (91,9%)، ثم في الدرجة الثانية نجد أن ما نسبته (91,7%) يتعلمون من خلال هذه المواقع القيام بالعبادات بشكل صحيح، إضافة إلى أنهم يتعلمون بمستوى متوسط عادات أخرى حث عليها الدين الإسلامي كالحرص على الصدق وحسن الظن بالآخرين وتقديم الصدقات والتبرعات.

■ بينت نتائج الدراسة أن للتلقي الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام إنعكاسات بمستوى متوسط على السلوك العاطفي للمراهقين، حيث كانت إجابات عينة الدراسة بـ "أحياناً" هي الأعلى في جميع مؤشرات هذا البُعد والتي تمثلت في القدرة على فهم مشاعر الآخرين ثم القدرة على السيطرة على المشاعر وضبط النفس ثم القدرة على التعبير على المشاعر على التوالي.

■ فيما يخص تأثر المراهقين بما يتم تلقيه على مستوى السلوك المظهري وجدنا أن متابعة الأزياء والإهتمام بالمظهر الخارجي لديهم جزءاً ذلك كان بمستوى مرتفع وبنسبة مئوية قدرت بـ (93,2%)، إضافة إلى أن عدد معقول منهم دائماً ما يعتمد على مطابقة مشترياته من الملابس تماماً كما يعرضه المدمون على الفيس بوك والأنستغرام، كما نجد أن (81,7%) من هؤلاء يُراعون رأي عائلاتهم حول ما تم إختياره من لباس في هذين الموقعين و (84%) منهم يوازنون بين ما هو رائج من أزياء على الفيس بوك والأنستغرام وما يطابق معايير تربيتهم.

■ فيما يخص السلوك الصحي للمراهق وتأثره بما يتم تلقيه من الفيس بوك والأنستغرام أثبتت النتائج أنهم يُفضّلون إتباع الإرشادات الصحية التي يتلقونها في الواقع عن تلك التي يتلقونها من الموقعين المذكورين، حيث أقرّ عدد كبير منهم أنهم لا يستخدمون الأدوية أو المستحضرات الطبية التي يُنصح بها عبر الفيس بوك والأنستغرام دون اللجوء إلى الطبيب، كما أن أغلبهم وبنسب أقرب أو تتعدى نصف عينة الدراسة بقليل أجابوا بأنهم أحياناً يحرصون على تطبيق النصائح الطبية التي يتم نشرها عبر الفيس بوك والأنستغرام.

■ بينت النتائج أن مستوى إنعكاس تلقي المحتويات الإعلامية عبر الفيس بوك والأنستغرام على السلوك العدواني للمراهق منخفض، حيث نفى أغلب المراهقين استخدام ما يشاهدونه من عنف ومشاجرات على هذين الموقعين في حياتهم الواقعية، كما أن (61,6%) أجابوا بأنهم "أبدأ" لم يفكروا في إيذاء الأشخاص بالطريقة التي رأوها على هذين الموقعين، كذلك كان النفي واضحاً في العبارات التي تعلقت بتعلّم أساليب للسخرية من تصرفات الآخرين وإهانة الغير.

■ أظهرت النتائج أن هناك إنعكاس واضح لتلقي المحتوى الإعلامي عبر الفيس بوك والأنستغرام على السلوك التعاوني لدى المراهق إذ صرّح ما نسبته (93,2%) منهم أن بعض المنشورات على الفيس بوك والأنستغرام تشجعهم على المشاركة في الأعمال الخيرية، و (93,4%) منهم أجابوا بأنهم يحبون طرق التعاون تلك ويقومون بتطبيقها في حياتهم الواقعية، كما أن هذه الأساليب دفعت (71%) منهم إلى الانضمام أو المشاركة مع الجمعيات الخيرية في منطقتهم.

■ بينت النتائج أنه توجد علاقة إرتباطية إيجابية متوسطة بين تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وسلوك المراهق بقيمة (0,601).

■ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بقيمة (0,361) للمتغير المستقل "تلقي المحتوى الإعلامي عبر شبكتي الفيس بوك والأنستغرام" على المتغير التابع "سلوك المراهق" والذي نقصد من خلاله أن 36% من سلوك المراهق يتم إكتسابه بناءً على عملية التلقي التي يقوم بها عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام.

■ بالنسبة للتلقي الإعلامي بأبعاده الثلاث المحددة في هذه الدراسة (الإستخدامات والإشباعات، تمثيل المعلومات، التعلم بالنمذجة) قد تبين أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية بدرجات متفاوتة لكل بُعد على حدى، حيث كان بُعد تمثيل المعلومات هو الأكثر تأثيراً على سلوك المراهق والذي قُدرت قيمة معامل التأثير عنده ب (0,271) يليه بُعد التعلم بالنمذجة بقيمة (0,223) ليكون آخر بُعد يُؤثر على سلوك المراهق هو الإستخدامات والإشباعات بقيمة (0,195).

■ أظهرت الدراسة أنه هناك فروق فردية ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول تلقي المحتوى الإعلامي عبر الفيس بوك والأنستغرام تُعزى لكل من المتغيرات التالية: الوضعية تجاه الدراسة، المستوى التعليمي.

■ بينت النتائج أنه لا توجد فروق فردية ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول تلقي المحتوى الإعلامي عبر الفيس بوك والأنستغرام تُعزى للمتغيرات التالية: الجنس، المرحلة العمرية، أقدمية الإستخدام.

■ من خلال نتائج الدراسة توصلنا إلى أن هناك فروق فردية ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق تعزى للمتغيرات التالية: الوضعية تجاه الدراسة، المرحلة العمرية، المستوى التعليمي، أقدمية الإستخدام.

■ توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق فردية ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام تعزى لمتغير الجنس.

خلاصة:

تم توضيح من خلال هذا الفصل للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك بإستعمال أداة الإستبيان وجمع البيانات من عينة الدراسة المكونة من 383 مراهق مقيم في مدينة ورقلة، لقياس متسويات تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام وكذا مستوى إنعكاس الرسائل الإعلامية التي يتم تلقيها من طرفهم عبر هاتين الشبكتين الإجتماعيتين الرقميتين، بالإضافة إلى تحديد العلاقة التي تربط كل من تلقي المحتوى الإعلامي وسلوك المراهقين، إضافة إلى تحديد أثر كل بعد من أبعاد هذا التلقي على سلوكهم ومعرفة الفروقات الفردية في إجابات المبحوثين للمحاور المتعلقة بالمتغير المستقل والتابع لهذه الدراسة.

الخاتمة

الخاتمة

إن النمو المتزايد الذي تشهده برمجيات الشبكات الإجتماعية الرقمية بات يفرضها بقوة على مجتمعنا إذ أصبحت جزء لا يتجزأ من أسلوب حياة شريحة كبيرة من الأفراد خاصة المراهقين منهم، وتأثيرات هذه الشبكات حتى إن قمنا بتصنيفها ضمن ما هو إيجابي ومفيد وما هو سلبي وضار إلا أننا لا نستطيع حصرها أو عدّها لأنها أصبحت بالنسبة للعديد من المستخدمين وحدة غير منفصلة عن ذاته، إن لم نقل أصبحت إمتداداً لذاته على الفضاء الرقمي، فمع وجود مثل هذه الشبكات لم تعد هناك عوائق لأي شخص أن يرسل أفكاره أو يستقبل أفكار غيره التي من الممكن أن يؤثر بها أو أن يتأثر بغيرها، فكل ما عليه لتجنب مخاطرها إلا أن يُحسن إستغلالها بما يتوافق مع نمط حياته وبيئته وأهدافه كي يضمن فعالية إستخدامه لها، لأنه حتى لو تم تقديم التوجيهات، الدورات، التحذيرات وسن اللوائح والتشريعات حول طرق الإستخدام المجدية والمفيدة يبقى وعي المستخدم هو الفيصل الوحيد فيه تحديد نمط إستخدامه لها (ولو أن هذا الوعي أحياناً يمكن تشكيله من خلال هذه الشبكات ذاتها).

وقد توصلنا من خلال نتائج هذه الدراسة إلى أنه إلى جانب توفير خدمات التواصل بمختلف وسائطها وعلى مدار اليوم بين المستخدمين فهي تؤثر بشكل متوسط في عملية إكتساب السلوك لدى الفئة المدروسة الممثلة في المراهقين حيث أدى وجود الأشخاص الصانعين للمحتويات بهذه الشبكات (الفيس بوك والأنستغرام تحديداً) إلى إتخاذهم كقدوة ونموذج يتصرفون مثله في حياتهم الواقعية، وبغض النظر عن السلوكات المكتسبة ما إذا كانت سلبية أو إيجابية فإننا في ظل النتائج المتوصل إليها نخرج بتوصيات ونقدم مجموعة من المقترحات تخص تقويم عملية تلقي هذه الفئة من المجتمع للمحتويات الإعلامية عبر الشبكات الإجتماعية الرقمية نذكرها فيما يلي:

✓ ضرورة التواجد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أثناء تصفح أبنائهم للشبكات الإجتماعية الرقمية إن لم نقل هناك ضرورة تستدعي تشاركتهم معهم على حساباتهم حتى يحس الماهق بنوع من الرقابة؛

✓ إعمال أسلوب الملاحظة على هذه الفئة ومحاولة توجيهها في ظل توفير مناخ من الحرية لإبداء الرأي من طرفه وكذا مجال من الحرية في التصرف حتى لا يكون إستخدامه لهذه الشبكات نابع عن حاجات أساسية مفقودة في حياته الواقعية فيبحث للتعويض عنها في الفضاء الافتراضي ما يؤدي به إلى إشباع على المستوى المعنوي الذي من المحتمل أن يمتد إلى المستوى المادي ويظهر في سلوكه؛ خاصة في حالة ما إذا كان السلوك في الجانب السلبي؛

✓ مراعاة الإستخدام المتوازن والتوفيق بين إستخدام المراهق لهذه الشبكات وما تتطلبه منه الحياة الواقعية من إلتزامات ضرورية كالدراسة والتكوين وكذلك إكتساب المهارات من خلال التشارك والتعامل مع الأفراد الحقيقيين؛

✓ إن مسؤولية الحماية من أضرار الأنترنت عامة ومن أضرار الشبكات الإجتماعية الرقمية خاصة تعود على عاتق الوالدين الذين عليهم تحديد على الأقل الزمن الذي يقوم فيه أبنائهم باستخدام هذه الشبكات، فحتى لو كان المراهق يتصفح ما هو مفيد ويقوم بتغذية عقله وفكره وأسلوب حياته يتدرج نحو الأحسن فإنه من الواجب حمايته من الأضرار الجسدية التي يخلفها هذا الإستخدام خاصة مع توفر الأجهزة الذكية والمحمولة التي تجعل المراهق يستغرق في مشاهدة وقراءة المحتويات الموجودة فيها لمدة تتجاوز الساعات دون إنقطاع، وهذا ما يؤثر سلباً على صحته كإنهاكه لجهازه البصري مثلاً وعدم مراعاة الجلوس السوي الذي يؤثر على هيكله العظمي خاصة في هذه المرحلة الحساسة من مراحل نمو جسم الإنسان؛

✓ تفيد الدراسات التي قمنا بالإطلاع عليها أن الشبكات الإجتماعية الرقمية وسيلة فعالة في التعليم لذا نقترح أن يتم تبنيها من طرف المدرسين في مختلف أطوار الدراسة وحتى التكوين المهني لأنها توفر تقديم البرامج التعليمية بوسائط جذابة (الصورة، الصوت، الفيديو، النص) فهذا يفيد المراهقين من جهة أنهم سيستخدمون هذه الشبكات بالموازاة مع تكوينهم على أرض الواقع أولاً، وإكتسابهم لمهارة التعلّم الذاتي الذي تُنمي فيه روح التطوير والإبتكار ثانياً. كما أن كل من عمليات الحفظ، التذكر والإسترجاع كانت بمستويات مرتفعة النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة؛

✓ يلجأ الأشخاص عادة إلى تنصيب برامج حماية لأجهزتهم من الفيروسات التي تصيب برمجياتها، وعليه نرى أن على الأولياء السعي إلى تنصيب البرمجيات الحديثة الخاصة بحماية الأبناء من المحتويات التي تحمل عادات وأفكار غير مرغوب فيها أو تتنافى مع القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع* التي يطرحها بعض المؤثرين على هذه الشبكات والتي من الممكن أن تؤدي بحياة المراهق إلى مسارات غير جيدة، خاصة أن مرحلة المراهقة هي مرحلة عابرة إلا أن المكتسبات الفكرية والسلوكية التي يجنيها المراهق فيها سيكون لها الأثر الكبير على حياته القادمة.

* هناك برامج لحجب المواقع الغير مرغوب فيها والتي يتم تحديدها من طرف الأولياء كالمواقع الإباحية مثلاً، وبرامج أخرى لربط ومراقبة وتسجيل ما يقوم المراهق بمتابعتة وهذه تفيد الأولياء في عملية التوجيه.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- 01- أبو السعد أحمد عبد اللطيف ، تعديل السلوك الإنساني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، 2011.
- 02- أبورياش حسين محمد ، التعلم المعرفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، 2007.
- 03- إسماعيل محمود حسن ، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2003.
- 04- أنجس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبه للنشر: الجزائر، 2006.
- 05- أوزي أحمد ، سيكولوجية المراهقة، منشورات مجلة الدراسات النفسية والتربوية: الرباط، 1986.
- 06- بسيوني أحمد عبد الغفار، الإعلام الرقمي الجديد، مؤسسة شباب الجامعة: القاهرة، 2018.
- 07- بن مرسل أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2010.
- 08- بوكروخ مخلوف ، التلقي في الثقافة والإعلام، ط1، مقامات للنشر والتوزيع: (د ب) ، 2011.
- 09- البياتي ياس خضير ، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون: الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- 10- جابر سامية محمد، منهجيات البحث الإجتماعي والإعلامي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع: الإسكندرية، 2000.
- 11- جابر نصر الدين، دروس في علم النفس الفيزيولوجي، ط1، منشورات مخبر الدراسات النفسية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة: الجزائر، 2015.
- 12- الجبوري حسين محمد، منهجية البحث العلمي: مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع: عمان، 2011.
- 13- الجسماني عبد العلي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة وحقائقها الأساسية، ط1، الدار العربية للعلوم: (دب)، 1994.
- 14- الجندي ممدوح رضا ، المفاهيم الإعلامية الحديثة - منظور كلي في البنية والتحليل-، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع: الأردن، 2016.
- 15- الحافظ نوري، المراهق، ط2، المؤسسة العربية للدراسات والنشر: بيروت، 1990.

- 16- حجاب محمد منير ، أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2002.
- 17- حسين سمير محمد ، دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)، أعلام الكتب للنشر والتوزيع والطباعة: القاهرة، 2006.
- 18- الحضيف محمد عبد الرحمان ، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان: الرياض، 1998.
- 19- حلمي منيرة، مشكلات الفتاة المراهقة، دار النهضة العربية: القاهرة، 1995.
- 20- الحمداني حميد، الفكر النقدي الأدبي المعاصر -مناهج ونظريات ومواقف-، ط3، مطبعة أنفوبرانت: فاس، 2014.
- 21- حمدي محمد الفاتح، منهجية البحث في علوم الإعلام والإتصال (دروس نظرية و تطبيقات)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2016.
- 22- حويطي أحمد، دليل التوثيق في العلوم الإجتماعية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2016.
- 23- الحيزان محمد عبد العزيز، البحوث الإعلامية: أسسها- أساليبها- مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر: الرياض، 2004.
- 24- ختاتنة سامي محسن، أبو السعد أحمد عبد اللطيف، علم النفس الإعلامي، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع: عمان، 2015.
- 25- خليفة إيهاب، حروب مواقع التواصل الإجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 2016.
- 26- دلفير ملفين، بول روكيش ساندر، نظريات الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، ط3، الدار الدولية: القاهرة، 1999.
- 27- الدليمي عبد الرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر: الأردن، 2011.
- 28- رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 2018.
- 29- الروسان فاروق، تعديل وبناء السلوك الإنساني، ط11، دار الفكر ناشرون وموزعون: عمان، 2010.
- 30- الزامل مهند غازي ، محطات من حياة المراهق، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع: الأردن، 2019.
- 31- الزغلول رافع النصير ، الزغلول عماد عبد الرحيم ، علم النفس المعرفي، دار الشروق: الأردن، 2003.
- 32- الزغلول عماد عبد الرحيم ، نظريات التعلم، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، 2003.
- 33- الزهران حامد عبد السلام ، علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، عالم الكتب: القاهرة، 2005.

- 34- الزياد فتحي مصطفى، الأسس المعرفية للتكوين العقلي وتجهيز المعلومات، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع: المنصورة، 1995.
- 35- ساري حلمي، التواصل الاجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع: عمان، 2016.
- 36- ساري حلمي، ثقافة الأنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع: عمان، 2005.
- 37- سلوم جواد علي، جاسم مازن حسن، البحث العلمي (أساسيات ومناهج، إختبار فرضيات، تصميم تجارب)، ط1، مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع: عمان، 2014.
- 38- سميث باتريشال، ج. راغن تيلمن، التصميم التعليمي، تر: مجاب الإمام، العبيكان للنشر: الرياض، (دس ن).
- 39- السيد هاني محمود، الإتصال في الخدمة الاجتماعية، مؤسسة شباب الجامعة: الإسكندرية، 2019.
- 40- شريم رعد، سيكولوجية المراهقة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: الأردن، 2009.
- 41- شعبان حنان، تلقي الإشهار التلفزيوني، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع: الجزائر، 2011.
- 42- شفيق حسنين، التدريب الإعلامي عبر الأنترنت، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع: (د ب)، 2011.
- 43- صابر فاطمة عوض، خفاجة ميرفت علي، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: الإسكندرية، 2002.
- 44- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع: عمان، (د س ن).
- 45- صادق عباس مصطفى، الإعلام والواقع الافتراضي، ط1، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 2018.
- 46- طليمات عبد العزيز، فعل القراءة -بناء المعنى وبناء الذات- قراءة في بعض أطروحات ولفغانغ آيزر، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، مطبعة النجاح الجديدة: الرباط، 1993.
- 47- عباس سامي عزيز، حاجم محمد يوسف، منهج البحث العلمي المفهوم والأساليب والتحليل والكتابة، منشورات جامعة بغداد: بغداد، 2011.
- 48- عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، 2004.
- 49- عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر: الأردن، 2006.
- 50- العتوم عدنان يوسف وآخرون، التواصل الاجتماعي من منظور نفسي وإجتماعي وثقافي، ط1، عالم الكتب الحديث: عمان، 2011.

- 51- فالي .ب، لارامي. أ، البحث في الإتصال عناصر منهجية، تر: ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم إجتماع الإتصال: قسنطينة، 2004.
- 52- فراج حسن حسن، تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، 2019.
- 53- فرناند هالين وآخرون ، بحوث في القراءة والتلقي، تر: خير البقاعي محمد، ط1، مركز الإنماء الحضاري: حلب، (دس).
- 54- فكري عثمان، التلقي والأسلوب الصحفي، ط1، الكتب العربي للمعارف: القاهرة، 2016.
- 55- فهمي مصطفى ، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، الدار المصرية للطباعة: القاهرة، 1998.
- 56- فيال ستيفال ، الكينونة والشاشة: كيف يغير العالم الرقمي الإدراك، تر: إدريس كثير، ط1، هيئة البحرين للثقافة والآثار: المنامة، 2018.
- 57- الفيصل عبد الله الأمير ، دراسات في الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الكتاب الجامعي: الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- 58- قاسمي أحمد ، جداي سليم ، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية: ألمانيا، 2019.
- 59- قشوش إبراهيم ، سيكولوجية المراهقة، مكتبة مصر: القاهرة، 1984.
- 60- قندليجي عامر إبراهيم، السامرائي إيمان فاضل ، شبكات المعلومات والاتصالات، ط1، دار المسيرة: عمان، 2009.
- 61- كايد ضمرة جلال وآخرون ، تعديل السلوك، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع: عمان، 2007.
- 62- الكعبي رعد جاسم ، مؤشرات في البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي: الشارقة، 2017.
- 63- كفاي علاء الدين وآخرون، نظريات الشخصية : الإرتقاء، النمو، التنوع، ط1، دار الفكر: الأردن، 2010.
- 64- كلير فهمي ، أبناؤنا وصحتهم النفسية في مراحل العمر المختلفة، مكتبة الأنجلومصرية: القاهرة، 2007.
- 65- اللبان شريف درويش ، عبد المقصود هشام عطية ، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط2، الدار العربية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2012.
- 66- لوبيا آرثر ، فيلبوت تاشا ، آراء من داخل الشبكة (تأثير المواقع الإلكترونية في الإهتمامات السياسية لدى الشبان)، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية: أبوظبي، 2007.
- 67- ماكويل دينيس ، نظرية ماكويل للإتصال الجماهيري، تر: أيمن باجنيد وعبير خالد، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية: المملكة العربية السعودية، 2010.

- 68- مأكويل دينيس ، نظرية مأكويل للإتصال الجماهيري، تر: أيمن باجنيد، عيبر خالد، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية: المملكة العربية السعودية، 2010.
- 69- المحجوب عبد الجليل محمد ، هكذا نُربي، الشركة التونسية للتوزيع: تونس، 1978.
- 70- مدور مليكة، سايحي سليمة، محاضرات علم النفس المعرفي وتطبيقاته، دار المجدد للنشر والتوزيع: الجزائر، 2018.
- 71- المزهرة منال هلال، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، دار كنوز المعرفة: الأردن، 2011.
- 72- المزهرة منال هلال، نظريات الإتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع: عمان، 2012.
- 73- المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن، 2019.
- 74- معوض خليل ميخائيل، سيكولوجية النمو: الطفولة والمراهقة، مركز الإسكندرية للكتاب: الإسكندرية، 2003.
- 75- المغربي كامل محمد، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ط4، دار الثقافة للنشر والتوزيع: عمان، 2011.
- 76- المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الإجتماعية الرقمية، ط1، دار الفنائس للنشر والتوزيع: الأردن، 2013.
- 77- مكاوي حسن عماد ، حسين السيد ليلي ، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، 1998.
- 78- مكاوي حسن عماد ، عدلي العبد عفاف ، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام جامعة القاهرة: القاهرة، 2008.
- 79- ملكاوي أسماء حسين ، أخلاقيات التواصل في العصر الرقمي - هبرماس أنموذجاً-، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: الدوحة، 2017.
- 80- مهنا فريال ، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر: دمشق، 2002.
- 81- الموري محمد عثمان الأمين ، تصميم البحوث في العلوم الإجتماعية والسلوكية، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر: الرياض، 2008.
- 82- موسى صالح بشري، نظرية التلقي: أصول وتطبيقات، المركز الثقافي العربي: الدار البيضاء، 2001.
- 83- الموسى عبد الله بن العزيز، مقدمة في الحاسب والأنترن، ط6، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة: (دب)، 2009.
- 84- مؤنس كاظم، نماذج الإتصال ونظريات التأثير السلوكي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: الأردن، 2017.

- 85-الميلادي عبد المنعم، المراهقة سن التمرد والبلوغ، ط 1، مركز الإسكندرية للكتاب: الإسكندرية، 2008.
- 86-ميلتنبرغر راموند، تعديل السلوك: المبادئ والإجراءات، تر: فيصل محمد خير الزراد و مراد علي عيسى سعد، ط1، دار الفكر ناشرون وموزعون: (د.ب)، 2014.
- 87- هابرماس يورغن، القول الفلسفي للحدثة، تر: فاطمة الجيوشي، النادي الأدبي الثقافي: جدة، 1994.
- 88- هارون محمود طارق، الشبكات الإجتماعية على الأنترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2017.
- 89-التهيبي حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، 2015.
- 90- هولب روبرت، نظرية التلقي: مقارنة نقدية، تر: عز الدين إسماعيل، الدار العربية للنشر والتوزيع: القاهرة، 2000.
- 91-والعفون جليل، حسين نادية، التعليم المعرفي وإستراتيجيات معالجة المعلومات، دار المناهج والتوزيع:(د ب)، 2013.
- 92- يسري محمد، دعبس إبراهيم، الإتصال والسلوك الإنساني رؤية أنثروبولوجية، دار البيطاس: الإسكندرية، 1999.

المذكرات والأطروحات:

- 93- الأسطل سماح ضيف الله ، الحاجات النفسية لدى تلاميذ المرحلة الأساسية بمحافظة غزة: دراسة مقارنة بين المحرومين والغير محرومين من الأم، مذكرة ماجستير، جامعة الأزهر: غزة، 2013.
- 94-بخوش نجيب ، آليات تلقي المحتوى الإعلامي لدى جمهور وسائل الإعلام "دراسة تجريبية على عينة من مشاهدي النشرات الإخبارية التلفزيونية"، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة الجزائر 03: الجزائر، 2015.
- 95- بن جديدي سعاد، علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكة التواصل الإجتماعي -الفيسبوك- لدى المراهق الجزائري"، أطروحة دكتوراه ل م د، جامعة بسكرة: بسكرة، 2016.
- 96- بن عمار سعيدة خيرة، تمثلات وإستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الإجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، جامعة مستغانم: مستغانم، 2016.
- 97- بوزيدي حفيظة ، التلاميذ المراهقون وجهاز MP3، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر: الجزائر، 2009.
- 98- بوغزة رضا، شبكة الأنترنت وعلاقتها بإكتساب السلوك الإنحرافي لدى الشباب المراهق، أطروحة دكتوراه ، جامعة سطيف: سطيف، 2017.

- 99- الحارثي أشواق محمد، أساليب الرقابة الأسرية في الحد من مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة من وجهة نظر المراهقين وأسرهم، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، متوفر على الرابط <https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/65367;jsessionid=E0D AC27BE919D22C202E53D445F7A548>
- 100- حمادية سارة، الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير، جامعة أم البواقي: أم البواقي، 2015.
- 101- رفيق محمود حلس رندة ، الإضطرابات السلوكية وعلاقتها بأساليب التنشئة الأسرية كما يدركها الأبناء المراهقين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية: غزة، 2019.
- 102- رقاد حليلة، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين: القيسبوك أنموذجاً، أطروحة دكتوراه ل م د، جامعة مستغانم: مستغانم ، 2017.
- 103- سعيد عمر نبيل ، تلقي الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي المبني على قصة واقعية، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط: عمان، 2016.
- 104- شعبان حنان، أثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر: الجزائر، 2009.
- 105- شناوي سامي أحمد سليمان ، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، مذكرة ماجستير، جامعة عمان العربية: عمان، 2013.
- 106- صاففة أمينة ، آثار استعمال التكنولوجيات الحديثة على أفراد الأسرة الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة وهران: وهران، 2016.
- 107- عبد الجواد عبد الحفيظ بدر صفاء ، فاعلية برنامج مقترح قائم على معالجة المعلومات في تنمية المهارات العقلية لدى الطالبة معلمة الفلسفة في التربية، أطروحة دكتوراه، جامعة عين شمس: القاهرة، 2016.
- 108- عريقات فاتن ، إتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في التعليم "دراسة ميدانية على طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية"، مذكرة ماجستير، الجامعة الأردنية: الأردن، 2003.
- 109- قتلوني مصعب حسام الدين لطفي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية: (دب)، 2012.
- 110- قرابنية وردة ، أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية - دراسة إثنوغرافية- ، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر: الجزائر، 2017.

- 111- كلفاح أمال ، تأثير الأنترنت والوسائل السمعية البصرية على الهوية الثقافية للمراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة وهران 02: وهران، 2018.
- 112- محمد إبراهيم أحمد طه ، دور المضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، مذكرة ماجستير، جامعة القاهرة: القاهرة، 2016.
- 113- محمد علي الرشيدات جمانة ، تأثير شبكة الأنترنت على المراهقين في الأردن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط: الأردن، 2017.
- 114- محمود سيد عبد الرزاق إكرام ، معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتي الإنتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية، مذكرة ماجستير، جامعة القاهرة: القاهرة، 2013.
- 115- موصلي إبراهيم ، دور محددات إتجاهات العملاء نحو الإعلانات عبر شبكة الأنترنت في سلوكهم الإيجابي: دراسة على عملاء التسويق عبر الفيس بوك، أطروحة دكتوراه، جامعة حلب: حلب، 2015.
- 116- هتهات مسعودة ، المشكلات النفسية والإجتماعية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الأنترنت، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة ورقلة: ورقلة، 2014.
- 117- الهزيمة لوي ، فاعلية برنامج تعليمي قائم على إستراتيجيات نالتدريس المبنية على نظرية معالجة المعلومات في تنمية مهارات التفكير العليا لدى الطلبة، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان العربية: عمان، 2008.

المقالات:

- 118- (—)، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، مركز الدراسات الإستراتيجية بجامعة الملك عبد العزيز: الرياض، الإصدار 39، 2012.
- 119- آيت مولود ياسمين، المعاملة الوالدية كما يدركها المراهق البكر وعلاقتها بإستراتيجية المقاومة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ع 12، 2014.
- 120- بدران شريف عطية محمد، المعالجات البصرية لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المتلقي، المجلة العربية للإعلام والإتصال: المملكة العربية السعودية، ع 14، 2015.
- 121- بركات وائل وآخرون ، فولفغانغ آيزر وآلية إنتاج المعنى، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية: دمشق، م 3، ع 1، 2011.
- 122- بصافي رشيدة، المرجعية المعرفية والمنهجية لنظرية التلقي، مجلة أبحاث، م 2، ع 2، جامعة أحمد بن بلة وهران: وهران، 2014.
- 123- بلخامسة كريمة ، قراءة في مفاهيم نظرية التلقي من خلال كتاب "فعل القراءة" لآيزر وكتاب "جمالية التلقي" لياوس، مجلة معارف، م 11، ع 21، جامعة البويرة: البويرة، 2016.

- 124- بن دنيا فطيمة، إشكالية التلقي والتأويل في بحوث الإعلام المعاصرة، مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة: الجزائر، مج20، ع80، 2013.
- 125- بن محمد الأخضر العربي عثمان ، النظريات الإعلامية المعيارية، حولية كلية الآداب جامعة الملك سعود: المملكة العربية السعودية، ع 16، 1996.
- 126- بوسعدة عمر إبراهيم ، آليات تلقي الخطاب الإتصالي في الإعلام الجديد (التفاعلية واللاتزامنية)، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث: (دب)، ع02، م02، 2018
- 127- بومعيزة فاطيمة ، نظرية القراءة والتلقي -المرجعيات والمفاهيم-، مجلة الذ(ا)ص، ع22، جامعة جيجل: جيجل، 2017.
- 128- البيرماني أيام وهاب رزاق ، نماذج التمثيل العقلي للمعلومات وعلاقتها بإستراتيجية التعلم والإستدكار، مجلة جامعة بابل العلوم الإنسانية: بابل، م23، ع04، 2015.
- 129- حسين ناصر حسين، ثقة الشباب الجامعي في المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، مجلة الجامعة العراقية: بغداد، ع38، 2019.
- 130- الخزيم محمد حمد ، العلاقة بين إستخدام نظرية معالجة وتجهيز المعلومات في تعليم الرياضيات وبين التفكير الرياضي، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس: (دب)، ع70، 2016.
- 131- الدبيسي عبد الكريم علي جبر ، الطاهات زهير ياسين ، دور وسائل الإتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الإتصال والتنمية، العدد6، دار النهضة العربية: بيروت، 2012.
- 132- دغوج وليد، إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالسلوك الإنحرافي لدى الطالب الجامعي، مجلة تطوير العلوم الإجتماعية، م10، ع03، 2017.
- 133- دغيري علي بن حمد بن أحمد ، إدمان شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، ع1، م2، 2017، متوفر على الرابط <https://platform.almanhal.com/Reader/Article/103957>.
- 134- الدليمي عبد الرزاق، نظرية الإستخدامات والإشباع في القرن 21: رؤية وصفية تقويمية، مجلة الإتصال والتنمية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع: بيروت، ع 2015، 13.
- 135- ذياب شهباء خزعل ، الملابس في ظروف وأزمات جدلية القناعة والممارسة دراسة ميدانية لطالبات تكريت، مجلة تكريت للعلوم الإنسانية: (دب)، م15، ع08، 2008.
- 136- الزويدي ماجد محمد ، دور الشبكة الإجتماعية -الفيسبوك- في إحداث التغييرات السلوكية لدى طلبة جامعة طيبة بالمدينة المنورة في ضوء بعض المتغيرات الإجتماعية والثقافية، مجلة رسالة الخليج العربي: المملكة العربية السعودية، ع 135، 2012.

- 137- زيتو سوارى عزيز، السلوك المظهري وعلاقته بتأكيد الذات لدى طلبة جامعة صلاح الدين، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، م 7، ع1، المدرسة العليا بوزريعة: الجزائر، (د س).
- 138- سلطاني وردة ، النص بين سلة الكاتب والقارئ، مجلة المخبر، جامعة بسكرة: بسكرة، ع1، 2009.
- 139- السيد فاطمة الزهراء ، الخوارزميات وهندسة تفضيلات مستخدمي الإعلام الاجتماعي، مجلة لباب للدراسات الإستراتيجية الإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات: الدوحة، 2020.
- 140- الشمري عبير جميل ، خصائص مستخدمي الأجهزة الرقمية من المراهقين ودرجة وعيهم بها، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم التربوية والنفسية، م3، ع23، 2019.
- 141- طارق عبد الرحيم ، محمد نور الدين ، علاقة أساليب التفكير بأنماط معالجة المعلومات، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مركز النشر العلمي: البحرين، م17، ع1؛ 2016.
- 142- العماري محمد التهامي ، من اللسانيات البنيوية إلى سيميائيات المسرح – إسهام حلقة براغ اللسانية-، مجلة أنساق، دار نشر جامعة قطر: الدوحة، م3، ع1، 2019.
- 143- كروم محمد وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي، بدائل عن فضاءات الضبط الاجتماعي للمراهق: تحليل محتوى بعض صفحات موقع الفيس بوك الحاملة للعنف، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 27، جامعة الأغواط: الجزائر، 2017.
- 144- لزه فارس، التأويلية عند غادامير: قراءة في المرجعيات والمنظومات والآليات، مجلة فتوحات، جامعة خنشلة: خنشلة، م1، ع2، 2015.
- 145- المصطفى عبد العزيز عبد الكريم ، أثر استخدام التكرار كعملية إستراتيجية في تذكر الأطفال المهارات الحركية، مجلة مركز البحوث التربوية كلية التربية جامعة الملك سعود، ع145، ، الرياض، 1998.
- 146- المولي عتاب ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم المعارف الصحية والاجتماعية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، أوراق ثقافية: بيروت، ع05، 2020.
- 147- نايلي حسين، تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة لعينة من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية: الجزائر، م06، ع01، 2018.
- 148- نبوي محمود ياسر ، محمد جرجيس جاسم ، تسويق خدمات المكتبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المكتبات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات: (إ ع م)، م4، ع4، 2017.
- 149- هشام محمود مصباح، الإتجاهات البحثية العالمية في تأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة على التمثيل البشري للمعلومات، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة الكويت: الكويت، ع26، 2006.

المواقع الإلكترونية:

- 150- الشيخ تركي فهد ، الفلسفة الظاهرية كملح فلسفي، 2019، متاح على الموقع:
https://www.researchgate.net/publication/331822127_alflsft_alzahraty
(2019/05/03)
- 151- مميزات تطبيق الفيس بوك، متاح على الرابط
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana&hl=en_US&gl=US
تم التصفح يوم 2020/11/14.
- 152- عبد الجبار كريم الشرع أمل ، تعريف السلوك، متاح على
<http://www.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/lecture.aspx?fid=19&depid=1&lcid=349>
57 ، تم التصفح بتاريخ 27.02.2019
- 153- وزارة التربية الوطنية، المبادئ والأهداف العامة للتربية وتنظيم المسار الدراسي، الموقع الرسمي لوزارة التربية الوطنية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، متاح على الرابط:
<https://www.education.gov.dz> (2020/05/23)
- 154- المسح الوطني حول إستخدام الوقت في الجزائر سنة 2012، الديوان الوطني للإحصائيات، متوفر على الرابط
https://www.ons.dz/IMG/pdf/RAPPORT_ENET_2012_ARABE.pdf
(2020/05/23)
- 155- النجار إسلام ، مواقع التواصل الإجتماعي بين الربح والترفيه، موقع رواد الأعمال، تم التصفح في 08-09-2020، متوفر على الرابط: <https://www.rowadalaamal.com/>
- 156- ظاهر كارين إيان ، المؤثرون في وسائل التواصل الإجتماعي: ظاهرة مصدرها ومصيرها مجهولان، موقع عربية أندبندنت، نشر يوم 2019/06/21، تصفح يوم 2020/06/14، متوفر على الرابط:
<https://www.independentarabia.com/node/34631>
- 157- بركات علي راجح ، نظرية باندورا في التعلم الإجتماعي، جامعة أم القرى، متوفر على الرابط:
<https://faculty-old.psau.edu.sa/filedownload/doc-9-pdf-f0e6055aa7c6f509c6385327eb615820-original.pdf>
(2020/06/09)
- 158- صوان فرج محمد ، وسائل التواصل الإجتماعي في تعليم وتعلم اللغة الثانية والأجنبية: المدونات، الويكي، والشبكات الإجتماعية، متوفر على موقع <http://academiworld.org/> (2020/11/07)
- 159- الكنوني فطيمة ، المراهقة: تحديدها الزمني والنظريات المفسرة لها، متوفر على الرابط
<https://tanja24.com/news29957.html> (08/09/2019).

160- خليفى نجاة، نظرية النضج لأرنولد جيزل، متوفر على الرابط https://elearning-deprecated.univ-annaba.dz/pluginfile.php/46734/mod_folder/content/0/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B6%D8%AC%20%D9%84%D8%A7%D8%B1%D9%86%D9%88%D9%84%D8%AF%20%D8%AC%D9%8A%D8%B2%D9%8A%D9%84.pdf?forcedownload=1

(07/09/2019)

161- حمداوي جميل ، المراهقة: خصائصها ومشاكلها وحلولها: متوفر على الرابط

(2019/10/09) <https://app.box.com/s/491zls9c5nz4zibe0xua0yomcy66ibrm>

المعاجم والقواميس:

162- (—)، المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية: القاهرة، 2014.

163- (—)، معجم المعاني، متوفر على الرابط <https://www.almaany.com/ar/dict/ar->

[/ar/%D8%A5%D8%B9%D9%84%](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%A5%D8%B9%D9%84%/) (06:20، 2018/05/09).

164- حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، 2004.

165- حجاب محمد منير ، الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة،

(دت).

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

الكتب:

166- Alain lefevre, *les réseaux sociaux : de facebook aux nouveaux intranets, la génération des réseaux sociaux*, 2008, M21 Edition, paris.

167- Bandura Albert , *Social Learning Theory*, N.J Printice Itilline.1977.

168- Belaid, *dictionnaire de l'informatique et de l'internet*, Edition pages bleues internationales : Alger, 2014.

169- Hawker, Mark.D, *Developer's guide to social programming : building social context using Face book, Google friend connect, and the twitter API*, 1st ed, Addison-wesley professional :Canada, 2010.

170- Manu carricano, Fanny poujol, *Analyse de données avec Spss*, edition person: France, 2009.

171- Quellet, André, *processue de recherche : une approche systémique*. Sillery presses de l'université du Québec: Québec, 1982.

172- Richard West, Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory - Analysis and Application-*, McGraw-Hill Higher Education: Quebec, 2010.

173- Steven K.Thompson,*Sampling*, Third Edition, 2012.

174- Zizi Papacharissi, *The blogger Revolution? Audiences as Media producers blogging, citizenship, and the future of Media*, routledge: new yourk, 2007.

المذكرات والأطروحات:

175- Njoroge, R. I. T. A. *Impacts of social media among the youth on behavior change: a case study of University students in selected universities in Nairobi*, a research project submitted for the master of arts degree in communication, University of Nairobi: Kenya, 2013.

176- Bacha, J. *Réseaux sociaux et autonomisation des adolescents*, PhD Thesis, École doctorale Droit et Science politique, Université de Cergy Pontoise,2013, France.

البحوث والمقالات:

177- Alassiri, A. A., Muda, M. B., Ghazali, R. B., & Ahamefula, U. C. Usage of social networking sites and technological impact on the interaction-enabling features. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(4), 2014.

178- Alassiri, A. A., Muda, M. B., Ghazali, R. B., & Ahamefula, U. C. (2014). Usage of social networking sites and technological impact on the interaction-enabling features. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(4).

179- Berg, S., Taylor, A. S., & Harper, R. Mobile phones for the next generation: device designs for teenagers. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, 2003 .

180- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*,2015, 44.

181- Cristofferson, Jenna Palermo, How is social Networking Sites Effecting Teen's Social and Emotional Development: A Systemic Revie,. Retroved on: https://sophia.stkate.edu/msw_papers/650. (07/04/2018,09:30).

- 182-** Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. Public Relations Review, 2011, 37(1).
- 183-** Harper & Row. Lehmann, I.A. 'Exploring the transatlantic divide over Iraq', The Harvard International Journal of Press/Politics: Maryland', 2000, v5 (2): 63–89.
- 184-** Holotescu, c & Grosseck,G, Learning to microblog and microblogging to learn : a case study on learning scenarios in a microblogging context, retreved on :
https://www.academia.edu/2755715/Learning_to_microblog_and_microblogging_to_learn_A_case_study_on_learning_scenarios_in_a_microblogging_context
 (09/08/2018)
- 185-** Lenhart, A., Ling, R., Campbell, S., & Purcell, K.. Teens and mobile phones: Text messaging explodes as teens embrace it as the centerpiece of their communication strategies with friends. Pew Internet & American Life Project. retreved <https://www.pewresearch.org/internet/2010/04/20/teens-and-mobile-phones/>
- 186-** Marcia, J. E.. Identity in adolescence. Handbook of adolescent psychology,1980, 9(11).
- 187-** Nada jamal alzara, Youtuber's as Role-Models : A study of the ways youtubers infuence teenagers in the UAE, university of Sharjah journal for humanities and social sciences: Sharjah , vol 16, N.2 (B) December 2019.
- 188-** Seo, H., Houston, J. B., Knight, L. A. T., Kennedy, E. J., & English, A. B. Teens' social media use and collective action, new media & society: Kansas, 2014, 16(6).
- 189-** Subedi, B. P. Using Likert type data in social science research: Confusion, issues and challenges. International journal of contemporary applied sciences, 3(2),2016 p46.
- 190-** Thurairaj, S., Hoon, E. P., Roy, S. S., & Fong, P. W. Reflections of Students language Usage in Social Networking Sites: Making or Marring Academic English. Electronic Journal of E-learning, 2015, 13(4).
- 191-** Thurairaj, S., Hoon, E. P., Roy, S. S., & Fong, P. W. (2015). Reflections of Students language Usage in Social Networking Sites: Making or Marring Academic English. Electronic Journal of E-learning, 13(4).

المواقع الإلكترونية:

- 192-** (—), *Instagram*, <https://www.computerhope.com/jargon/i/instagram.htm> (07/07/2020).
- 193-** (—), *internet users statistics for africa*, from <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm> (20-01-2021.) : <https://www.agence90.fr/chronologie-innovations-reseaux-sociaux/>
- 194-** Amanda lenhart, Mary madden, *Teens as content creators*, pew research center, retroved www.pewinternet.org:80/2005/11/02/part-1-teens-as-content-creators/
- 195-** Brian Holak, Emily McLaughlin, *Instagram is a free, online photo-sharing application and social network platform that was acquired by Facebook in 2012*, <https://searchcio.techtarget.com/definition/Instagram> (07/08/2020).
- 196-** Dan Blystone, *The Story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-Sharing Application*, <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp> (07/07/2020).
- 197-** Holotescu, c & Grosseck, G, *Learning to microblog and microblogging to learn : a case study on learning scenarios in a microblogging context*, retroved on : https://www.academia.edu/2755715/Learning_to_microblog_and_microblogging_to_learn_A_case_study_on_learning_scenarios_in_a_microblogging_context (09/08/2018)
- 198-** Inês Amaral, *Instagram - social media*, https://www.researchgate.net/publication/303443794_Instagram_-_social_media (08/08/2020)
- 199-** Jillian Warren, *This is How the Instagram Algorithm Works in 2021*, retroved on <https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/> (07/03/2021)
- 200-** Lenhart, A., Ling, R., Campbell, S., & Purcell, K.. *Teens and mobile phones: Text messaging explodes as teens embrace it as the centerpiece of their communication strategies with friends*. Pew Internet & American Life Project. retroved <https://www.pewresearch.org/internet/2010/04/20/teens-and-mobile-phones/>
- 201-** Paige Cooper, *How the Facebook Algorithm Works in 2021 and How to Make it Work for You*, rterover on <https://blog.hootsuite.com/facebook-algorithm/> (07/03/2021).

202- Ryan Robinson, *the 7 top social media sites you need to care about in 2020*, 2020, from <https://spark.adobe.com/make/learn/top-social-media-sites/> (20-01-2021.)

المعاجم والقواميس:

203- *Combridge Dictionary*, retroved on <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/adolescent> (07/08/2018, 09:45).

204- dictionnaire larousse site : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/wiki/186865> (07/08/2018).

205- *Oxford Wordpower Dictionary*, oxford university press.

الملاحق

الملحق رقم (01) قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان						
البريد الإلكتروني	الدرجة العلمية	الهيئة العلمية	التخصص	الإسم واللقب	الرقم	
Nadia_boudiaf@hotmail.fr	أستاذ	جامعة قاصدي مرزا ورقلة	علم النفس	بن زعموش نادية	01	
Ramk78@yahoo.com	أستاذ محاضر (أ)	جامعة محمد خيضر بسكرة	علوم الإعلام والاتصال	رمضان الخامسة	02	
soumeya.sf78@gmail.com	أستاذ محاضر (أ)	جامعة قاصدي مرزا ورقلة	علم النفس	بن عمارة سميرة	03	
ikoufane@yahoo.fr	أستاذ محاضر (أ)	جامعة تيزي وزو	علوم الإعلام والاتصال	شفيق إيكوفان	04	
fofa.trad@yahoo.com	أستاذ محاضر (أ)	جامعة باجي مختار عنابة	علوم الإعلام والاتصال	بن طراد وفاء	05	

الملحق رقم (02) إستمارة الإستبيان

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

إستمارة إستبيان

أخي / أختي: السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

أنا باحثة دكتوراه من جامعة محمد خيضر بسكرة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، أقوم بتحضير أطروحة دكتوراه تحت

عنوان:

تلقي المحتوى الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وإنعكاساته على سلوك المراهق

- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك والأنستغرام -

أقدم إليكم هذا الإستبيان وأطلب منكم التكرم بالإجابة على جميع الأسئلة الواردة فيه، كما أعلمكم أن حرصكم على تقديم المعلومات المطلوبة بدقة وصراحة وموضوعية سيؤدي بلا شك إلى نتائج أفضل وأدق حول موضوع الدراسة، وأضيف أنه سيتم التعامل بسرية تامة مع الإجابات التي ستدلون بها ولن تستخدم هذه الأخيرة إلا لأغراض البحث العلمي.

تحت إشراف:

أ.د / داود جفافة

من إعداد الطالبة:

سعيدة غراب

الرجاء وضع العلامة (X) في المكان المناسب.

الموسم الجامعي: 2020/2019

المحور الأول: المعلومات الخاصة بالمتغيرات الديمغرافية:

01- الجنس: ذكر أنثى

02- العمر: - من 11 سنة إلى 14 سنة

- من 15 سنة إلى 18 سنة

- من 19 سنة إلى 21 سنة

03- المستوى التعليمي :

إبتدائي متوسط ثانوي جامعي

04- ماهي وضعيتك تجاه الدراسة؟

متمدرس غير متمدرس

04-1- إذا كنت غير متمدرس في الوقت الحالي، هل تقوم بـ:

مزاولة العمل مسجل في تكوين مهني لا أحد منهما

05- ما هو ترتيبك ضمن أفراد عائلتك :

الولد الوحيد الولد الأكبر الولد الوسط الولد الأصغر

المحور الثاني: المعلومات الخاصة بالبيئة التي يتم فيها استخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية:

06- متى بدأ إستخدامك للشبكات الإجتماعية الرقمية:

منذ أقل من سنتين من سنتين إلى ثلاث سنوات منذ أكثر من ثلاث سنوات

07- هل لديك حسابات خاصة بك (باسمك الشخصي أو إسم مستعار) على الشبكات الإجتماعية الرقمية ؟

نعم لا

08- هل أفراد أسرتك ضمن قوائم الأصدقاء على حساباتك في الفيس بوك والأنستغرام؟

نعم لا

09- هل تقوم باستخدام الشبكات الإجتماعية الرقمية:

الرقم	البند	دائماً	أحياناً	أبداً
01	بواسطة جهازي الشخصي (الخاص بي)			
02	بواسطة جهاز أحد أفراد العائلة			
03	بواسطة جهاز أحد الأصدقاء			

			بمفردك (لوحدهك)	04
			بمشاركة أفراد العائلة	05
			بمشاركة الأصدقاء	06

المحور الثالث: تلقي المحتوى الإعلامي عبر موقعي الفيس بوك والأنستغرام:

الإستخدامات والإشباعات				
بدائل الإجابات			البنود	الرقم
أبداً	أحياناً	دائماً	أستخدم موقعي الفيس بوك والأنستغرام بالوتيرة التالية:	
			الفيس بوك	01
			أنستغرام	02
أبداً	أحياناً	دائماً	عند تصفحي لموقعي الفيس بوك والأنستغرام:	
			أستغرق وقتاً يفوق ثلاث 03 ساعات يومياً	03
			أستغرق وقتاً يقل عن ثلاث 03 ساعات يومياً	04
			أثق في المعلومات التي أشاهدها.	05
			أكرر مشاهدة المقاطع والمنشورات التي تعجبني.	06
أبداً	أحياناً	دائماً	عندما أقوم بالنشر على الفيس بوك والأنستغرام:	
			أشارك مع الآخرين أحداث من حياتي الحقيقية.	07
			أقوم بمشاركة منشورات الآخرين	08
			تلقي منشوراتي العديد من التفاعلات الإيجابية	09
			يتفاعل أفراد أسرتي مع منشوراتي على مواقع التواصل الإجتماعي	10
أبداً	أحياناً	دائماً	أقوم بإستخدام الفيس بوك والأنستغرام بدافع:	
			بناء علاقات و تكوين صداقات جديدة	11
			تعلم مهارات جديدة	12
			البحث عن المعلومات والمعارف العامة	13
			التزود بمعلومات حول دراستي ومجال تخصصي	14
			التعبير عن آرائي بكل حرية	15
			البحث على المتعة والتسلية	16
أبداً	أحياناً	دائماً	عند إستخدامي الفيس بوك والأنستغرام أجد أنهما:	
			يزوداني بالمعرفة والمعلومات في مختلف المجالات في حياتي	17

			يزيدا من فرصة إنفتاحي على مختلف الثقافات في العالم	18
			بهما يكون لدي زيادة في فرص التواصل مع أشخاص آخرين	19
			بمكاني من قضاء وقت مريح وممتع.	20
تمثيل المعلومات				
بدائل الإجابات			البند	الرقم
أبداً	أحياناً	دائماً	تثير إنتباهي وتجذبني المواضيع المنشورة على الفيس بوك والأنستغرام:	
			بناءً على الصور المنشورة	21
			بناءً على العناوين البارزة	22
			بناءً على عدد المتفاعلين مع المنشورات والتي تحمل نسب مشاهدات عالية	23
			المنشورات التي في مضمونها تتحدث على شخصيات بارزة ومشهورة	24
			المنشورات التي تخص الأماكن التي أعرفها	25
			المنشورات التي تتحدث عن ميولي وهواياتي	26
أبداً	أحياناً	دائماً	يبرز إهتمامي بالمواضيع التي تُنشر على الفيس بوك والأنستغرام عندما:	
			يتكرر نشر موضوع معين فيتولد عندي نوعٌ من الفضول.	27
			يعجبني المنشور فأكملة حتى نهايته.	28
			أفقد حساباتي كل وقت حتى لا يفوتني الجديد من الأخبار.	29
			أقرأ التعليقات حول المنشورات .	30
			أقوم بالبحث وتوسيع معرفتي حول المواضيع التي يتم نشرها .	31
			أقوم بفتح نقاشات حول المنشورات التي ألقاها من الفيس بوك والأنستغرام مع الآخرين في الحياة الواقعية.	32
أبداً	أحياناً	دائماً	عندما أقوم بتصفح الفيس بوك والأنستغرام أجد أنه لدي القدرة على:	
			أن أحتفظ بأكبر قدر من المعلومات التي أتعرض لها .	33
			إعطاء ملاحظاتي حول ما ينشر .	34
			أن أتعلم أفكار جديدة بإمكانني تطبيقها على الواقع	35
			التأمل والتفكير بعمق في نفس المواضيع التي شاهدتها من قبل.	36
أبداً	أحياناً	دائماً	عندما أستخدم الفيس بوك والأنستغرام أرى أنني:	
			أستطيع أن أحدد المغزى من وراء المنشورات التي أشاهدها أو أقرأها بناءً على ما يحيط بي.	37
			أقوم بتفسير معاني المنشورات الموجودة على موقعي الفيس بوك أو الأنستغرام بمساعدة المحيطين بي.	38
			أستطيع أن أفهم المعاني المقصودة من المنشورات.	39
أبداً	أحياناً	دائماً	بعدها أقوم بتصفح الفيس بوك والأنستغرام أجد أنني:	
			أحفظ الكلمات والأفكار الجديدة التي يتم نشرها.	40

			أجد سهولة في تذكر المعلومات التي أتعرض لها.	41
			عندما تحين لي الفرصة أقوم بتذكر السلوك الذي شاهدته على الفيس بوك والأنستغرام وأقوم بتقليده.	42
			عندما أكون غير متصلاً بالإنترنت أقوم بتحليل السلوكيات التي رأيتها.	43
التعلم بالتمذجة				
بدائل الإجابات			البند	الرقم
أبداً	أحياناً	دائماً	عندما أتصفح الفيس بوك والأنستغرام أختار أن:	
			يكون لدي أشخاص مميزين أتابع جميع ما ينشرونه.	44
			أركز على تصرفات المشاهير الذين أتابعهم وأقوم بتقليدها في حياتي اليومية	45
			أهتم بتصفح يوميات الأشخاص الذين أتابعهم	46
			أتابع المشاهير والمؤثرين الذين هم من نفس جنسي.	47
			أتابع المشاهير والمؤثرين الذين هم من نفس عمري.	48
			أتابع المشاهير والمؤثرين الذين هم من نفس طبقتي الإجتماعية	49
			أتابع المشاهير والمؤثرين الذين أرى أنني سأصبح مثلهم في المستقبل	50
			أحاول في الوقت الحالي أن أعيش نمط حياة مشابهة لحياة الذين أتابعهم.	51
أبداً	أحياناً	دائماً	أتبنى السلوكيات التي أراها على الفيس بوك والأنستغرام عندما:	
			يثنى أهلي على ما أقوم بتقليده.	52
			يعجب أصدقاوي بتقليدي لتلك السلوكيات.	53
			يتحدث أهلي وأصدقاوي عن كل ما أقوم بتقليده.	54
			أقوم بتقليد التصرفات أرى أنها تعود بالفائدة لي.	55
أبداً	أحياناً	دائماً	أتجنب تقليد السلوكيات التي أراها على الفيس بوك والأنستغرام عندما:	
			ألاحظ أن السلوك الذي سأقوم بتقليده له نتائج سيئة أو مأساوية.	56
			ينزعج أهلي من تقليد ما أراه على الفيس بوك والأنستغرام	57
			يقوم أهلي بمعاقتي على التصرفات التي قمت بتقليدها.	58
			يهزأ بي زملائي في طريقة تقليدي لها.	59

المحور الرابع: إنعكاسات تلقي المحتوى الإعلامي عبر الفيس بوك والأنستغرام على سلوك المراهق:

السلوك الإجتماعي				
بدائل الإجابات			البند	الرقم
أبداً	أحياناً	دائماً		
			أشارك مع أصدقاوي المعلومات التي أقرأها على الفيس بوك والأنستغرام	01
			أعامل أصدقاوي في حياتي اليومية بنفس الدرجة مع أصدقاوي في الفيس بوك والأنستغرام	02
			زادت نشاطاتي الإجتماعية في الواقع بعدما إستخدمت الفيس بوك والأنستغرام	03

04	ساعدتني علاقاتي في الفيس بوك والأنستغرام على تقبل آراء الآخرين بكل سهولة			
05	أدخل لحل الخلافات التي يتعرض لها الأشخاص من حولي بأساليب تعلمتها من الفيس بوك والأنستغرام			
06	ألتزم بتحية الترحيب مع الآخرين في حياتي اليومية مثلما أفعل في الفيس بوك والأنستغرام			
07	إستخدامي لموقعي الفيس بوك والأنستغرام يجعلني في عزلة عن الأشخاص من حولي			
السلوك اللفظي				
الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
08	أحرص على أن أبحث على ألفاظ جديدة في الفيس بوك والأنستغرام			
09	تحسن كفاءتي في اللغات الأجنبية بفضل إستخدام الفيس بوك والأنستغرام			
10	أستخدم عبارات وإحتصارات الفيس بوك والأنستغرام في معاملاتي اليومية			
11	يساعدني كل من الفيس بوك والأنستغرام في زيادة القدرة على التعبير والحديث في حياتي اليومية			
12	أستخدم العبارات البديئة التي تعلمتها من الفيس بوك والأنستغرام في معاملاتي اليومية			
السلوك الديني				
الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
13	أتعلم كيفية القيام بالعبادات بشكل صحيح من الفيس بوك والأنستغرام			
14	أقوم بتقديم الصدقة والتبرع على النحو الذي أتابعه على الفيس بوك والأنستغرام			
15	أقوم بقراءة الأدعية والأذكار المنشورة على الفيس بوك والأنستغرام			
16	أتعلم من الفيس بوك والأنستغرام حسن الظن بالآخرين			
17	أتعلم من الفيس بوك والأنستغرام الحرص على قول الحق			
بعد: السلوك العاطفي				
الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
18	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على السيطرة على مشاعري عند وجود أمر يزعجني			
19	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على أن أكون هادئاً تحت أي ضغط أتعرض له في حياتي اليومية			
20	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على القدرة على التعبير عن مشاعري			
21	ساعدتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام أن أتعلم فهم مشاعر الآخرين			
السلوك المظهري				
الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
22	تدفعني متابعة الأزياء على الفيس بوك والأنستغرام إلى العناية بمظهري الخارجي			
23	أعتمد على مطابقة مشترياتي من الملابس تماماً كما يعرضه المدونين على الفيس بوك والأنستغرام			
24	أنشر مشترياتي على الفيس بوك والأنستغرام لأتلقى آراء الآخرين حولها			
25	أهتم لرأي عائلتي بمظهري الذي قمت بإختياره بناءً على ما رأيته في الفيس بوك والأنستغرام			
26	أعتمد على الفيس بوك والأنستغرام في إختيار تسريحات شعري			
27	أوازن بين ما هو رائج من أزياء على الفيس بوك والأنستغرام وما يطابق معايير تربيتي			
السلوك الصحي				

الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
28	أحرص على تطبيق النصائح الطبية التي أتابعها على الفيس بوك والأنستغرام			
29	أقوم بالبحث على نصائح من الفيس بوك والأنستغرام عندما أعاني من أي ألم			
30	جعلتني المنشورات على الفيس بوك والأنستغرام أقوم بممارسة الرياضة			
31	أستخدم الأدوية أو المستحضرات الطبية التي ينصح بها عبر الفيس بوك والأنستغرام دون اللجوء إلى طبيب			
32	ساعدني تصفح الفيس بوك والأنستغرام على تعلم بعض أساليب الإسعافات الأولية			
السلوك العدواني				
الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
33	أستخدم ما أشاهده من أساليب العنف والمشاجرات على الفيس بوك والأنستغرام في حياتي اليومية			
34	شجعتني متابعة الفيس بوك والأنستغرام على رد الإهانة التي أتلقها بالمثل.			
35	أفكر في إيذاء الأشخاص بالطريقة التي رأيتها على الفيس بوك والأنستغرام			
36	تعلمت من الفيس بوك والأنستغرام أساليب أسخر بها من تصرفات الآخرين			
بعد: السلوك التعاوني				
الرقم	البنود	دائماً	أحياناً	أبداً
37	تشجعتني المنشورات على الفيس بوك والأنستغرام على المشاركة في الأعمال الخيرية الجماعية			
38	أحب طريقة التعاون مع الآخرين على الفيس بوك والأنستغرام وأقوم بتطبيقها في حياتي			
39	ترتفع مشاعر الألفة والمحبة عند مشاهدة التآزر بين الأشخاص والمجموعات على الفيس بوك والأنستغرام			
40	دفعني طرق التعاون الموجودة على الفيس بوك والأنستغرام للإهتمام باحتياجات الآخرين			
41	دفعني طرق التعاون الموجودة على الفيس بوك والأنستغرام للإنضمام إلى الجمعيات الخيرية في منطقتي.			

نرجوا منكم الحرص على التأكد أن الإجابة تمت على جميع العبارات

شكراً على تعاونكم

الملحق رقم (04) إحصائيات مجتمع الدراسة من المديرية الجهوية للإحصاء بورقلة

REPARTITION DE LA POPULATION RESIDENTE PAR SEXE
ET PAR GROUPE D'AGE ANNEE 2017

Groupe d'Age	Masculin		Feminin		Ensemble	
	Nombre habitants	%	Nombre habitants	%	Nombre habitants	%
0 - 4 ans	42 720	6,28	40 670	5,98	83 390	12,26
5 - 9 ans	37 200	5,47	35 780	5,26	72 980	10,73
11 - 14 ar	39 863	5,86	38 500	5,66	78 363	11,52
15 - 18 ar	41 150	6,05	39 591	5,82	80 741	11,87
19 - 21 ar	19 455	5,72	38 400	5,62	57 855	11,34