

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Te' bessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع التربية

مذكرة ماستر تحت عنوان

اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين

الاجتماعي في التغيير الاجتماعي

دراسة ميدانية بثانوي مالك بن نبي - تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذة:

أ.د نوار بورزق

من إعداد الطلبة:

• ايمان قحايرية

• أمل بوتهلولة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د حامد خالد	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
أ.د نوار بورزق	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
أ.د نور الدين جفال	أستاذ التعليم العالي	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

شكرو عرفان



ان الحمد لله نشكره ونحمده ونستعينه ونستهديه،

والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

نشكر الله على كل لحظة نجحنا فيها، نشكر الله على كل حرف تعلمناه وعلى كل درجة من العلم
بلغناه ونسأله ان يزدنا علما...، اما بعد.

نتقدم بالشكر الجزيل والامتنان الى استاذنا الفاضل الدكتور "بورزق نوار" جزاه الله عنا أفضل
الجزاء على نصائحه وتوصياته القيمة وسعة صدره طيلة اعدادنا لهذه المذكرة.

الى الأساتذة أعضاء اللجنة المناقشة على قبولهم مناقشة ثمره جهدنا وتقييم منهج علمنا.

الى كل أساتذة القسم الذي أشرفوا علينا اثناء مشوارنا الدراسي في الجامعة والذين لم يبخلوا
علينا بالمعلومة.

الى العائلتين الكريمتين قحايرية وبوتهلولة الى زملائنا واصدقائنا الأعزاء.

شكرا لكل من ساهم في انجاز هذه الدراسة المتواضعة من قريب او من بعيد.

Graduation

اهداء

الى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء الذي يبخل بشيء
من اجل دفعي في طريق النجاح
الذي علمني ان ارتقي سلم الحياة بحكمة وصبر
الى والدي العزيز ابراهيم.
الى الينبوع الذي لا يمل العطاء
الى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة
من قلبها الى والدتي العزيزة صنية.
الى من حمهم يجري في عروقي ويلهج بذكراهم فؤادي
الى اخوتي الغاليين نسرين وأشرف.
الى من مدت اياديهم في أوقات الضعف،
الى من راهنوا على نجاتي وذكروني بمدى قوتي واستطاعي،
أولئك الذين لا يحبطوني ويؤمنوا بشجاعتي مهما ضعفت
وارتخيت و اقفين خلفي. بسمه، روميسة، امل، وصال، انصاف.
الى رفيقي نذير ملازمي في عسري قبل يسري المتكأ
والرفيق المعين الذي شاركني خطوات هذا الطريق.
"اهدي لكم غرسا من يدي، ونتاجا فكري تقديرا و عرفانا"



ايمان



Graduation

اهداء



الى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء الذي يبخل بشيء

من اجل دفعي في طريق النجاح الذي علمني ان ارتقي سلم الحياة

بحكمة وصبر الى والدي العزيز علي.

الى الينبوع الذي لا يمل العطاء الى من حاكت سعادتي

بخيوط منسوجة من قلبها الى والدتي العزيزة منيرة.

الى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذكراهم فؤادي

الى اخوتي الغاليين ابتسام، نور الإسلام، سيف الاسلام.

الى من مدت اياديهم في أوقات الضعف، الى من راهنوا علي نجاتي

ويذكروني بمدى قوتي واستطاعي، أولئك الذين لا يحبطوني ويؤمنوا بشجاعتي

مهما ضعفت وارتخيت و اقفين خلفي ايمان مروى خولة شيماء ندى.

"اهدي لكم غرسا من يدي، ونتاجا فكري تقديرا وعرفانا"



أمل



فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	
	الشكر والعرفان
	فهرس المحتويات
1	مقدمة
الإطار المنهجي:	
5	1- الاشكالية.
6	2- التساؤلات الفرعية.
7	3- أسباب اختيار الموضوع.
7	4- أهداف الدراسة.
7	5- اهمية الدراسة.
8	6- التعريف بمفاهيم الدراسة
16	7- الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين.	
33	تمهيد
34	الاتجاهات
34	1- خصائص الاتجاهات.
35	2- مكونات الاتجاهات.
37	3- وظائف الاتجاهات.
39	4- قياس الاتجاهات
44	المؤثرين الاجتماعيين:
44	1- تاريخ ظهور المؤثرين الاجتماعيين
45	2- خصائص المؤثرين الاجتماعيين.
46	3- مميزات المؤثرين الاجتماعيين.
47	4- مجالات المؤثرين الاجتماعيين.
52	5- تصنيفات المؤثرين الاجتماعيين.
56	6- طرق التأثير من وراء الشاشة.
58	7- ثراء وسائل المؤثرين الاجتماعيين
58	8- المؤثرين الاجتماعي قادة الرأي الجدد للشباب.
59	9- مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.
61	التغير الاجتماعي:

61	1- انواع التغير الاجتماعي.
64	2- أدوات التغير الاجتماعي.
64	3- التكنولوجيا ودورها في التغير الاجتماعي.
66	خلاصة
الفصل الثالث: منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية.	
68	- تمهيد
69	1. مجالات الدراسة
69	2. منهج الدراسة.
70	3. أدوات جمع البيانات.
71	4. خصائص المجتمع الدراسة.
82	- خلاصة.
الفصل الرابع: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية	
84	تمهيد
85	1. عرض وتحليل بيانات الفرضية الاولى
88	2. عرض وتحليل بيانات الفرضية الثانية.
92	3. عرض وتحليل بيانات الفرضية الثالثة.
95	خلاصة.
الفصل الخامس: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية.	
97	1- اختبار فرضيات الدراسة.
99	2- مناقشة نتائج الدراسة ضوء الدراسات السابقة.
100	3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري.
103	خاتمة
	قائمة المراجع
	ملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
42	نموذج مقياس البعد الاجتماعي لبوجاردس.	1
43	نموذج مقياس ليكرت .	2
43	نموذج مقياس ليكرت.	3
65	جدول مصادر التغير الاجتماعي حسب انواعه.	4
65	علاقة مصادر التغير ومدياته.	5
74	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس.	6
75	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن.	7
76	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير الشهادة المتحصل عليها.	8
77	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.	9
78	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.	10
79	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	11
80	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير متابعة المؤثرين الاجتماعيين.	12
81	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب متغير امتلاك حساب في مواقع التواصل الاجتماعي.	13
82	يبين توزيع افراد مجتمع الدراسة حسب مواقع التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون حسابات فيها.	14
87	يبين التحليل الإحصائي بإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو محوراتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية.	15
91	يبين التحليل الإحصائي بإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو محوراتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية.	16
94	يبين التحليل الإحصائي بإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو محوراتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية.	17

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
71	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير الجنس	01
72	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير السن	02
73	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير الشهادة المتحصل عليها	03
75	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير الحالة الاجتماعية.	04
76	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير الخبرة المهنية.	05
77	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	06
78	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متابعة المؤثرين الاجتماعيين	07
79	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب متغير امتلاك حساب في مواقع التواصل الاجتماعي.	08
81	دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني للعينه حسب مواقع التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون حسابات فيها.	09

مقدمة

لقد شهد العصر الحالي طفرة تقنية أفرزها التطور العلمي المتسارع، كان لها أثر كبير على الحياة الاجتماعية عامة، إذ شهدت الحياة تحولا جوهريا بات يعرف بالتحول الرقمي، اذ عرف سيطرة تكنولوجيا الاعلام والاتصال على الحياة عامة، ولعل من مخرجاتها ما بات يعرف بالإعلام الجديد مجسدا في شبكات التواصل الاجتماعي على تنوعها، فقد أصبحت وسيلة فعالة في نشر الافكار والمعلومات وتبادل الخبرات والتواصل الاجتماعي.

وفي سياق هذا التطور فقد طفت على السطح جملة من المفاهيم المعبرة عن هذا التحول نالت اهتمام المختصين، ومن ذلك بروز فكرة المؤثرين الاجتماعيين وما يلعبونه من دور في تغيير الثقافات والتوجهات الاجتماعية.

المؤثرون الاجتماعيون في الواقع هم اشخاص يتمتعون بشعبية كبيرة على المواقع الافتراضية تشكلت لديهم قاعدة جماهيرية عريضة، وفي مختلف مجالات الحياة الدينية والرياضية والفنية والسياسية والفكرية والعلمية والاقتصادية وغيرها. فهم يتميزون بقدرتهم على التأثير في اراء وسلوكيات الناس، وبالتالي احداث تغيرا اجتماعيا من خلال مشاركة افكارهم وما ينشرونه من محتويات مع أتباعهم والمعجبين بهم، ويمتلكون قدرة على بناء صورة اجتماعية او سلبية حول فكرة معينة او قضية مجتمعية، وبالتالي يمكنهم تشجيع الناس على اتخاذ اجراءات معينة او تغيير سلوكهم.

إن هذا الدور الذي يقوم به هؤلاء المؤثرين، له انعكاس على الواقع، لكن ادراكه أو التفاعل معه يتم بناء على عدة متغيرات كالمستوى التعليمي أو الجنس أو المهنة أو غيرها. وعليه سيتم التعرف على اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو هذا الدور في التغير الاجتماعي. ولأجل ذلك جاءت هذه الدراسة في 5 فصول كمايلي:

الفصل الأول كان مخصص للإطار المنهجي وتضمن الإشكالية، التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، التعريف بمفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة.

الفصل الثاني تضمن التعريف بمتغيرات الدراسة.

الفصل الثالث كان مخصص لمنهجية وتقنيات الدراسة الميدانية، وقد شملت مجالات الدراسة، ومنهجها، ثم جمع البيانات وكذلك خصائص مجتمع الدراسة.

الفصل الرابع تضمن عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية.

ثم وأخيرا الفصل الخامس الذي شمل نتائج الدراسة الميدانية.

وفي الاخير والمجموعة تعد هذا العمل قد واجهتها العديد من العراقيل تمثلت أساس في:

نقص المراجع والمصادر المتعلقة بالفصل النظري الخاص بالمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما اضطرنا الى الاستعانة بمواقع الكترونية والى ترجمة بعض المراجع الأجنبية.

ندرة الدراسات السابقة التي تتناول موضوع مذكرتنا، الامر الذي جعلنا نفتقد بعض المعلومات حول الموضوع.

وقد تمكنا من تجاوزها من خلال توجيهات المشرف، ومثابرة وعزيمة وارادة مجموعة البحث صبرها أمام كل المحطات الصعبة.

الإطار

المنهجي

الإطار المنهجي:

1. الاشكالية.
2. التساؤلات الفرعية.
3. أسباب اختيار الموضوع.
4. أهداف الدراسة.
5. أهمية الدراسة.
6. التعريف بمفاهيم الدراسة
7. الدراسات السابقة.

الإشكالية:

يعد التغيير الاجتماعي سنة كونية، تشمل مختلف جوانب الحياة سواء منها المادية أو المعنوية، وهو عبارة عن عملية متواصلة ومنتالية من التحولات والتبادلات التي تطرأ مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع، أو على البناء الاجتماعي، والتي تمتد على فترات زمنية متعاقبة يتم خلالها حدوث اختلافات أو تعديلات معينة في العلاقات الإنسانية أو في المؤسسات أو التنظيمات أو في الأدوار الاجتماعية والقيم والعادات والتقاليد، ويترجم في بروز سلوكيات وممارسات ومخرجات اجتماعية جديدة، وتحول قواعد الضبط الاجتماعي.

والتغيير الاجتماعي مصطلح حديث نسبيا لكنه قديم من حيث الاهتمام بموضوعه، حيث كان مختلطا مع مفاهيم أخرى ذات الصلة مثل التطور والتقدم والتنمية والنمو وبالتالي التغيير ضد الثبات وهو ظاهرة تلازم كل المجتمعات، ومنذ أن وضع "وليام أو جبران" كتابه المعنون ب التغيير الاجتماعي اتخذت الدراسات في هذا الموضوع منهجا علميا. توصلت إلى طرح عدة أطروحات نظرية لفهمه وتفسيره وضبطه والتنبؤ بمساره، وقد خلصت العديد منها إلى أن التكنولوجيا تعد من أهم عوامل التغيير الاجتماعي، إذ تأتي التكنولوجيا استجابة لحاجات الأفراد من أجل تحقيق أهدافهم بأقل جهد وبأقل التكاليف، وهي تنتج للإنسان ظروفًا مناسبة من أجل راحته وسعادته.

وفي العصر الحالي الذي هيمنت فيه شبكات التواصل الاجتماعي على الواقع، وفرضت تغييرات جوهرية على حياتنا في كل مجالاتها. إذ برزت مفاهيم جديدة -تجاري التحول الرقمي المصاحب لسيطرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الواقع الاجتماعي- لوظائف قديمة، منها مفهوم المؤثرين الاجتماعيين، باعتباره مفهوما جديدا لوظائف وأدوار قديمة، كانت تعرف بقيادة الرأي. أو التنشئة عن طريق القدوة

والمؤثرين الاجتماعيين هم أشخاص يقومون ببث فيديوهات وأساليب حياتهم، وأفكارهم ومقترحاتهم، ومشاركتهم للناس بنصائحهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، ولاقي الكثير منهم إقبالا كبيرا من قبل متابعيهم، حتى أصبحوا الآن بعد الشهرة يمثلون العديد من العلامات التجارية العالمية، وأصبحوا الوجه الدعائي لتلك العلامات بمقابل مادي للترويج لهذه المنتجات، وذلك عن طريق صفحاتهم التي أصبحت منتشرة بشكل كبير. مما يبين أن فئة الشباب بدأت تتخذ قدوات جديدة تتلاءم مع طبيعة العصر، كان لها الأثر في تغيير أسلوب حياتهم الاجتماعية، ونمط معيشتهم وطريقة تعاطيهم مع مخرجات الموضة مثل تسريحات الشعر أو اللباس أو اقتناء السيارات والهواتف المحمولة وغيرها...، وذلك تحت ضغط الصوت

الإطار المنهجي

والصورة وما تبرزه من رفاهية وسعادة يعيشها المؤثرين ويتأثر بها المتابعون. والأمر لا يتوقف عند هذا الحد بل يتعداه الأمر إلى العلاقات الاجتماعية التي باتت تتصف بـ العن بعد.

كما أن المؤثرين يلعبون دورا مهما في بناء الاتجاهات والمواقف تجاه القضايا الإنسانية والاجتماعية والسياسية والرياضية والمهنية وغيرها وكيفية التفاعل معها. إذ أنهم ينشرون العديد من الرسائل بمضامين مختلفة تؤثر في آراء وقناعات متابعيهم. بل يمكن تدفعهم إلى المشاركة في الحياة الاجتماعية والاهتمام بقضايا مجتمعهم الخ، وكل هذا يدخل ضمن تأثير المؤثرين الاجتماعيين على المنظومة القيمية والعادات والتقاليد والاهتمامات المختلفة كالهوايات والأذواق وغيرها.

ولأن المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات الأخرى تأثر بمخرجات الثورة المعلوماتية والإعلامية، إذ انعكست آثار هذا على الواقع الاجتماعي، حيث باتت تسود بعض السلوكيات والممارسات ونماذج جديدة في التفاعل والتعاطي مع مختلف القضايا التي يعيشها الفرد الجزائري، وهي تزحزح غيرها من القديم وهي تشمل كافة مجالات الحياة، ومنها قطاع التربية الذي عرف العديد من التغيرات المتأثرة بمخرجات المؤثرين الاجتماعيين، وباعتبار أن أساتذة التعليم الثانوي من أهم الفاعلين فيه ستتشكل عندهم اتجاهات نحو أثر المؤثرين في التغيير الاجتماعي في المجال التربوي. ولأجل التعرف على ذلك ستتم دراسة عينة من الأساتذة ممثلين في أساتذة ثانوية مالك بن نبي بولاية تبسة للتعرف على اتجاهاتهم نحو هذا الموضوع وذلك بطرح السؤال المركزي الآتي:

ماهي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة - نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في التغيير الاجتماعي؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية؟
- ما هي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية؟
- ما هي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية؟

أسباب اختيار الموضوع

- الاهتمام الشخصي بالموضوع والرغبة في دراسة مثل هذه المواضيع العصرية.
- ملاحظتنا الشخصية لقوة تأثير المؤثرين الاجتماعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين.
- متابعتنا الشخصية للمؤثرين الاجتماعيين ورغبتنا في تسليط الضوء عليهم.
- البحث في الموضوع كونه جديد وواسع.
- انتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين في مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة وزيادة الحاجة لدراستهم.
- الرغبة في التعرف على مدى إسهام هؤلاء المؤثرين في التأثير إيجابا وسلبا على المراهقين.
- مبادرة لإثراء المكتبة الجامعية ببحث علمي في مثل هذا الموضوع.

أهداف الدراسة

- التعرف على اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية.
- التعرف على اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية
- التعرف على اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية.

أهمية الدراسة

- الحاجة لإجراء هذا النوع من البحوث خاصة ونحن أمام ظاهرة تتطور يوما بعد يوم في ظل تزايد الابتكارات التكنولوجية والتقدم العلمي والآثار التي تنعكس على المجتمعات جرائها.
- أهمية الموضوع المدروس في حد ذاته وقيمتها التي ستضاف للبحث العلمي عبر نتائجه، وذلك من خلال دور المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي كظاهرة جديدة في طريق التطور وباعتبار مواقع التواصل الاجتماعي إعلام حر جديد فإننا نسعى لمدى قدرت هؤلاء المؤثرين الاجتماعيين على التأثير في المراهقين وما يترب منهم، خاصة أمام ندرة الدراسات العربية عامة والجزائرية خاصة في هذا الموضوع.

الإطار المنهجي

- باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي فضاء حر للنقاش يمكن للمراهقين من نشر الأفكار والآراء الخاصة بهم التي تمكنهم من أن يصبحوا مؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي، فسعى من خلال دراستنا للكشف عن مدى تأثير المراهقين بالمؤثرين في ولاية تبسة

التعريف بمفاهيم الدراسة

1- تعريف الاتجاهات

الاتجاه في اللغة: ورد في لسان العرب لابن منظور أن الاتجاه " هو التوجه والقصد نحو شيء معين الاتجاه هو الوجه الذي تقصده".

وشيء موجه. إذا جعل على جهة واحدة لا يختلف.

الجهة والوجهة. الموضع الذي تتوجه إليه وتقصده.

- ويعرف المعجم الوجيز الاتجاهات بأنها مشتقة من اتجه، وهي بمعنى حذا حذو هو سار على طريقه، ويعرفه المعجم العربي الحديث (لاروس) بأن الاتجاه هو الإقبال على الشيء، واتجه اتجاها اتخذ له رأيا.¹

أما اصطلاحاً:

- هو الاستجابة نحو شخص أو أشخاص أو شيء أو فكرة هذه الاستجابة قد تكون سلبية أو إيجابية.
- الطريقة التي يفكر بها الفرد أو يشعر بها اتجاه أمر من الأمور، وبهذه الطريقة تؤثر على تصرفه حيال هذا الأمر. وبحيث أن الاتجاه يبين إلى أي حد يكون الفرد مع أو ضد هذا الأمر.
- حالة يكون عليها الفرد توجه سلوكياته وتفسرها.
- مواقف حيال الأشخاص والموضوعات، هذه المواقف ثابتة نسبياً وتؤثر على سلوك الأفراد.²
- حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنظم من خلال خبرة الفرد وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستشيرها هذه الاستجابة.

¹-عبد الرزاق سلطاني، اتجاهات اساتذة التعليم الثانوي نحو الإصلاح التربوي في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التربية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2011 ، ص10.

²- محمد شحاته ربيع، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص265-266.

الإطار المنهجي

- تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع أو موقف وبهينه للاستجابة باستجابة تكون لها فضيلة عنده.
- نزعة الفرد أو استعداده المسبق إلى تقويم موضوع أو رمز لهذا الموضوع بطريقة معينة.
- استعداد نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستشير هذه الاستجابة.
- حالة من الاستعداد العقلي أو العصبي التي تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مر بها الإنسان والتي تعمل على توجيه الاستجابة نحو الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به.
- الميل إلى الشعور أو السلوك أو التفكير بطريقة محددة إزاء الناس الآخرين أو منظمات أو موضوعات أو رموز.¹

➤ تعريف عالم النفس "جوردن ألبورت" الذي يصف الاتجاه بأنه إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، وما يكاد يثبتته الاتجاه يمضي مؤثرا وموجها لاستجابات الفرد للأشياء والمواقف المختلفة فهو بذلك ديناميكي.

➤ أما بوجاردس فيعرف الاتجاه بأنه ميل الفرد الذي يدفع سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعا لقربه منها أو بعده عنها وهو يشير بذلك إلى مستويين للتأهب هما: أن يكون لحظيا، أو قد يكون ذات أمد بعيد.

1 التأهب المؤقت أو اللحظي: حيث ينتج من التفاعل اللحظي بين الفرد وعناصر البيئة التي يعيش فيها، ومن الأمثلة على ذلك اتجاه الجائع نحو الطعام في لحظة إحساسه بالجوع وينتهي هذا التهيؤ المؤقت بمجرد إحساس الجائع بالشبع.

2 التهيؤ الطويل المدى: ويتميز هذا الاتجاه بالثبات والاستقرار ومن الأمثلة على ذلك اتجاه الفرد نحو صديق له، فهو ثبات نسبيا، لا يتأثر غالبا بالمضايقات العابرة، ولذلك فمن أهم خصائص هذا النوع من الاتجاهات أنه تأهب أو التهيؤ له صفة الثبات أو الاستقرار النسبي الذي يتبع بطبيعة الحال تطور الفرد في صراعه مع البيئة الاجتماعية والمادية، وعليه فالاتجاهات هي حصيلة تأثر الفرد بالمثيرات العديدة التي تصدر عن اتصاله بالبيئة وأنماط الثقافة والتراث الحضاري للأجيال السابق، كما أنها مكتسبة ليست فطرية.²

¹- خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 146-147.

²- سامي محسن الختاتنة وفاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 147-148.

الإطار المنهجي

- تعريف توماس و زنانكي (1918) **thomas,w.L and zananicki**: الاتجاه هو الموقف النفسي للفرد حيال إحدى القيم والمعايير.
- ويعرفه ثurston (1929) **thurston,L,L**: تعميم الاستجابات تعميما ينحو بالفرد بعيدا عن شيء نفسي خاص أو قريبا منه .
- تعريف انستازي 1954 **Anastasi,A**: هو ميل للاستجابة مع أو ضد موضوع أو موضوعات معينة.
- تعريف شوورايت 1967 **show M.E and Wright,J**: هو ردود أفعال عاطفية و تقييمية صريحة أو ضمنية تنشأ عن انعكاس المفاهيم والمعتقدات المتعلمة نحو موضوع ما أو ما صنف من الموضوعات وتتنصف بالثبات النسبي .
- ويعرفه روكيش 1972 **Rokeach, M**: تنظيم لعدد من المعتقدات والأفكار حيال موضوع ما يجعل المرء يترفع نحو تفضيل موضوع ما أو يرفضه.
- تعريف الشيخ 1992: الاتجاه عبارة عن موقف يتخذه الفرد حيال أي موضوع.
- تعريف العديلي 1995: هو استعدادات وجدانية مكتسبة، وهي ثابتة وتلعب دورا كبيرا في سلوك الإنسان ومشاعره إزاء الأشياء التي يمارسها، وقد تكون إيجابية أو سلبية، سرية أو علنية.
- تعريف مطرود 1998: استعداد وجداني عقلي مكتسب وثابت نسبيا يعبر عن محصلة استجابات الفرد نحو مواضيع وأشخاص أو مواقف في البيئة يتضمن مدى القبول أو الرفض.
- تعريف قطامي 1998: استعداد نفسي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو مثيرات من أفراد أو أشياء أو موضوعات تستدعي هذه الاستجابة، ويعبر عنها عادة بأحب أو أكره.¹
- ويتفق تعريف كندلر **kendler**: مع تعريف ألبورت عندما أوضح أن الاتجاه عبارة عن استعداد أو ميل لأن يستجيب الفرد لبعض المثيرات في بيئته الاجتماعية، وقد تكون هذه المثيرات نظاما أو شخصا أو موقفا.
- بينما عرفه كريتشي و كرتشفلد **krech & Gratchfiled**: بأنه عبارة عن عدد من العمليات الانفعالية والإدراكية، والمعرفية التي تنظم بصفة دائمة وتحدد استجابة الفرد .
- تعريف بارون و بيرن **Baron & Byrne**: الاتجاه يتكون من الإدراك، والمعرفة والانفعال، والوجدان، والميول الاستجابة، وهي تلك المكونات الأربعة التي تخص استجابة الأفراد والجماعات.

¹- كامل علوان الزبيدي، علم النفس الاجتماعي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 110-111-112.

الإطار المنهجي

➤ وقد عرفه كامبيل: بأنه عبارة عن استجابة الفرد للمواقف الاجتماعية سواء كان بالرفض أو القبول.

➤ تعريف بم **Bem**: أن الاتجاه هو قبول أو رفض فهو يمثل مدى انجذابنا للشيء، وكذلك مدى نفورنا منه، وقد يتولد الاتجاه نحو موقف وأشياء، وأفراد أو جماعات.

➤ وقد عرف كامبيل وبيم: الاتجاه هو استجابة رفض أو قبول، أي يشير إلى ما بين الاستجابات من اتفاق واتساق يسمح لنا بالتنبؤ باستجابة الفرد لبعض المواقف أو الموضوعات الاجتماعية المعينة.¹

➤ ليند برج **Lund Birg**: الاتجاه هو كل ما يشير إلى وضع عام في الكائن الحي تجاه موضوع أو موقف معين وهذا ما نطلق عليه بالتكيف (انتقد العلماء هذا التعريف ووصفوه بالغموض).

➤ **العالم وارن: Worren** عرفه على أنه حالة استعداد أو ميل لنوع من النشاط بمعنى أن لدى الإنسان ميول للقيام بنشاط أو تصرف بتصرفه وفقا لطبيعة هذا النشاط أو الموقف حسب رغبته وميوله.

➤ **العالم شرم scharam**: عرفه على أنه حالة مفترضة من الاستعداد بطريقة تقييمية تؤيد أو تعارض موقف منها معينا، وهذا التعريف بالاستثناء إلى مبدأ المثير والاستجابة.²

وانطلاقا مما تقدم الاتجاه يقصد به نسق أو تنظيم لمشاعر الفرد ومعارفه وسلوكه أو استعداده للقيام بأفعال معينة وتمثل في قبول أو رفض موضوع الاهتمام.

التعريف الإجرائي: الاتجاه هو استعداد أو تهيؤ عقلي انفعالي وجداني لمجموعة من المكونات المعرفية أو الانفعالية والسلوكية عند الفرد إثر مثيرات أو مواقف أو أحداث أو أشخاص توجه سلوك ذلك الفرد وتحدد موقفه سلبا أو إيجابا.

2-الأستاذ

تعريف أحمد بن دانية: يعرف الأستاذ بأنه " السلطة المعطية للمعرفة والفارضة للنظام والملقية للعملية التربوية والمحرك الأساسي لها ".

تعريف رابح توكي: " يعتبر حجر الزاوية في العملية التربوية ووظيفته الرئيسية هي تربية التلاميذ وتعليمهم، وتوصيل كل ما تشتمل عليه عمليات التربية من فلسفة ومعان وأهداف إلى عقولهم وقلوبهم".

¹- مایسة أحمد النیال، التنشئة الاجتماعية، مبحث في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الاجتماعية، جامعة الاسكندرية، كلية الآداب، 2002، ص 29-30-31-32.

²- نبیل عبد الهادي، مرجع سابق، ص 203-204.

الإطار المنهجي

تعريف المبروك أحمد وزملائه: عرف الأستاذ بأنه " الشخص المدرب والمؤهل والقادر على تنظيم الموقف التعليمي بما يتيح النجاح لعملية التعليم، وهو المعلم الذي تتوفر فيه خصائص ومهارات معينة".¹

- من خلال التعاريف السابقة تبين لنا أن الأستاذ هو ذلك الشخص الذي يقود العملية التربوية، خاصة تأدية واجباته الأساسية داخل القسم الدراسي.

التعريف الإجرائي: الأستاذ هو الشخص المعد إعدادا بيداغوجيا وأكاديميا لممارسة أدواره المختلفة، والمتمثلة في تقديم المعارف والمعلومات والخبرات للتلميذ وفقا للمنهاج التربوي، من أجل إعدادهم إعدادا مناسباً لممارسة الحياة.

3-التعليم الثانوي

يمثل مرحلة من مراحل ذات الأثر البعيد في نفوس الناشئة، عميقة التأثير في تكوينهم وفي إعدادهم للحياة، وكيفية إيجاد الطرق المثلى للتمتع بحياة مملوءة بالوظيفية والعضوية الفعالة في المجتمع. وتأتي المرحلة الثانوية التي تستمر الدراسة فيها ثلاث سنوات بعد مرحلة التعليم المتوسط مباشرة، وتتوجب حصول التلميذ على شهادة البكالوريا أن نجح في امتحانها.²

التعريف الإجرائي: ثانوية مالك بن نبي -تبسة- وهي مرحلة من مراحل التعليم تأتي بعد التعليم المتوسط، حيث يقضي فيها التلميذ ثلاث سنوات من التعليم، يزاوّل دراسته في السنة الأولى ثانوي أحد الجذعين المشتركين جذع مشترك آداب وجذع مشترك علوم تجريبية ثم يتفرع كل جذع إلى شعب في السنة الثانية ثانوي، ويتوج في نهاية التعليم الثانوي بشهادة البكالوريا التي تنضم في السنة الثالثة ثانوي، وتسمح له بالدخول إلى الجامعة أو المعهد.

4-المؤثرين الاجتماعيين

- المؤثرين عبر الانترنت وهم الأشخاص الذين لديهم جمهور ومتابعون بأعداد كبيرة على وسائل التواصل الاجتماعي ويمتلكون القدرة على الاستفادة من شعبيتهم لإقناع الآخرين بفكرة أو سلعة أي إنهم يستطيعون توجيه شعبيتهم لأغراض ترويجية أو لتحقيق أهداف محددة، سواء ارتبط هذا الترويج بفكرة ما، أو سلعة معينة، أو قضايا اجتماعية وسياسية.

¹- عبد الرزاق سلطاني، مرجع سابق، ص 11.

²- نفس المرجع، ص 10-11.

الإطار المنهجي

ويشير مفهوم المؤثرين أيضا إلى مجموعة المشاهير الذين اكتسبوا عددا كبيرا من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي وكثيرا ما يستخدمون أسمائهم الاجتماعي الافتراضي (شبكة متابعيهم) للوصول إلى الموارد المالية ورأس المال الرمزي (الشهرة)، والمؤثر وفق هذا التأثير ويمتلك من أساليب الإقناع ما يجعل تأثيره ماضيا في عدد كبير من الأفراد بما يؤهله لتوجيههم نحو سلوك معين.

والمؤثرون عبر وسائل التواصل الاجتماعي هم أشخاص بنوا سمعة طيبة من خلال معارفهم وخبراتهم ومهاراتهم في موضوع معين وينشرون مشاركات منتظمة حول هذا الموضوع على منصاتهم وقنواتهم المفضلة على الانترنت ويجذبون لهم وأفكارهم الآلاف والملايين من المتابعين الذي يهتمون بأرائهم عن كذب.¹

- المؤثرين هم صغار المشاهير الذين يجمعون عدد من المتابعين على المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال السرد النصي والبصري لحياتهم الشخصية اليومية، والتي يتم على أساسها الإعلان عن المنتجات والخدمات.

- ويعرفونهم على أنهم مستخدمو الإنترنت الذين أقاموا عدداً مناسباً من العلاقات مع متابعيهم والتأثير عليهم من خلال إنتاج المحتوى وتوزيعه والتفاعل على الويب الاجتماعي.²

- يعرف المؤثرين أيضا على أنهم نجوم شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، قد يكونون يوتيوبرز (youtubeurs)، مدونون (bloggers) أو من خلال صفحاتهم على انستغرام (Instagramers) هم في الأغلب مختصون في مجال معين مثل: الألعاب الإلكترونية (influenceurs gaming)، مؤثرو الجمال (influenceurs beauté)، مؤثرو الرياضة واللياقة البدنية (influenceurs sport et fitness) مؤثرو السياحة والأسفار (influenceurs voyage).³

- المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يمثلون نوعا جديدا من المؤيدين الخارجيين المستقلين الذين يشكلون مواقف الجمهور من خلال المدونات والتغريدات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. ويمكن تعريف المؤثر أيضا على أنه ذلك الشخص الذي لديه قاعدة متابعين ملتزمون وكبيرة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، التي لن يعرفها المرء إلا إذا اتبعها.

¹- خالد أبو دوح، ظاهرة المؤثرين (الانفلونسرز): الأسباب والآثار والمستقبل، آفاق اجتماعية، العدد3، مجلس الوزراء مركز المعلومات، ودعم اتخاذ القرار، مصر، 2022، ص36.

²- رانيا رمزي حليم، دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري، العدد26، جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2022، ص563.

³- Réputation Vip, Qu'est-ce qu'un influenceur ? Réputation Vip, le 04/02/2023, à : 16 :05.

<http://www.reputationvip.com/fr/guid/définitions/qu-est-ce-qu-un-influenceur>.

الإطار المنهجي

- كما يمكن أن نعرفهم على " أنهم أشخاص يتمتعون بديناميكية استثنائية ولديهم صفات جذابة وودية، قد تؤدي إلى الارتباط العاطفي للمعجبين مع العلامة التجارية التي يؤديها المؤثر المشهور.¹

- هو كل فرد ذو وصول اجتماعي كبير (10 آلاف متابع كأقل تقدير)، ولديه قدرة " التأثير " على القرارات التي يتخذها جمهوره، ونظراً لأنه أنشأ جمهوراً نشطاً يتابعه عبر قنوات التواصل الاجتماعي، يمكنه أن يصبح من المدافعين عن العلامات التجارية أثناء تقديم منتج أو خدمة ذات صلة بجمهوره.²

- ومن خلال ما سبق يمكن تعريف المؤثر الاجتماعي هو ذلك الفرد الموجود عبر وسائل التواصل الاجتماعي ولديه القدرة على التأثير على المتابعين من خلال الفيديوهات ومدونات.

التعريف الإجرائي: المؤثرين الاجتماعيين هم مجموعة أشخاص يقومون ببث فيديوهات لطريقة حياتهم وأفكارهم ومشاركاتهم للناس نصائحهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تكون قادرة على إمتاع جمهور المتابعين ولاقى الكثير منهم إقبالا كبيرا من قبل المعجبين.

5-التغير الاجتماعي:

يمكن تعريف التغير الاجتماعي بأنه كل تحول في النظم والأجهزة الاجتماعية البنائية والوظيفية، من خلال فترة زمنية محددة، وهذا التعريف ينسجم ما ذهب إليه دافير الذي أكد بأن التغير الاجتماعي هو التحول في التنظيم الاجتماعي القائم سواء في تركيبه وبنائه أو في وظائفه.³

يعرف مالمينوفسكي التغير الاجتماعي: " بأنه العملية التي يتحول بها نظام المجتمع من نموذج إلى آخر".

في حين يعرفه كل من ميلز وجيرث بأنه: " التحول الذي يطرأ على الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها الأفراد، وكل ما يطرأ على النظم الاجتماعية، وقواعد الضبط الاجتماعي التي يتضمنها البناء الاجتماعي في مدة معينة من الزمن ".

ويعرف لندبرج التغير الاجتماعي بأنه: " الاختلافات التي تطرأ على ظاهرة اجتماعية خلال فترة زمنية معينة، والتي يمكن ملاحظتها وتقديرها وهي تحدث بفعل عوامل خارجية وداخلية".

¹- فرطاسي حفيظة، أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات جامعة المدينة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد08، عدد01، الجزائر، 2022، ص249.

²- محمد زكريا خراب، المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد02، العدد01، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2022، ص126.

³- نبيل عبد الهادي، مرجع سابق، ص146.

الإطار المنهجي

أما قيروشي فيعرفه على أنه: " كل تحول في البناء الاجتماعي يلاحظ في الزمن ولا يكون مؤقتا، سريع الزوال لدى فئات واسعة من المجتمع وبغير مسار حياتها".

ويرى فروجرز أن التغيير الاجتماعي يشير إلى العملية التي يتم من خلالها تعديلات في بناء ووظيفة النسق الاجتماعي، ويتكون البناء من مختلف الإمكانيات لدى الجماعات والأفراد الذين يشكلون هذا البناء، أما العنصر الوظيفي ضمن البناء فهو الدور أو السلوك الفعلي للفرد في مكانة معينة، لذا فإن التغيير لدى فروجرز عملية وليس حالة ولكونه عملية فليس له بداية أو نهاية وهو مستمر عبر الزمن.

وفي الأخير نجد فيرتشيلد يعرف التغيير الاجتماعي على أنه: " أي تغيير يعتري العمليات الاجتماعية أو النظم الاجتماعية أو التكوينات الاجتماعية، وقد يكون التغيير تقدما أو تأخرا، ثابتا أو مؤقتا، مخططا أو غير مخطط، موجها أو غير موجه، مفيدا أو ضارا".

إضافة إلى هذه التعاريف نجد إميل دوركايم يعرف التغيير الاجتماعي بأنه كل تغيير يشير إلى التحولات التي تفرض على الأفراد.¹

ومن خلال هذه التعاريف نستخلص النقاط التالية:

التغيير الاجتماعي هو ظاهرة عامة تشتمل كل المجتمعات.

التغيير الاجتماعي محدد بزمن معين يبدأ في فترة زمنية وينتهي في فترة زمنية معينة.

يتميز التغيير بالديمومة والاستمرار.

يشمل التغيير الاجتماعي مختلف الأنظمة الاجتماعية، السياسية، الدينية، الاقتصادية، التربوية... سواء في البناء أو الوظيفة.

يحدث التغيير الاجتماعي نتيجة عوامل داخلية وخارجية.

التغيير الاجتماعي قد يكون مخطط له أو غير مخطط له أي تغيير تلقائي.

التعريف الإجرائي:

¹- لغرس سهيلة ، التغيير الاجتماعي، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2020 ، ص 13-14-15-16.

الاطار المنهجي

التغير الاجتماعي هو التحول والتبدل والتطور بين ما هو قديم إلى ما هو جديد في فترات زمنية معينة ومحددة وهذا التغير يشمل القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات والأفكار.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة " أماني رضا عبد المقصود "، دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الذي يجعل مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ناجحين – من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة؟
- 2- ماهية المجالات الأكثر متابعة التي يتابع من خلالها مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لهؤلاء المؤثرين؟
- 3- ما مميزات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي والفوائد التي تعود على المتابعين من متابعتهم من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة؟
- 4- ما أهم سلبيات أو مساوي مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي – من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة؟
- 5- ماهية الضوابط التي يمكن من خلالها ضبط ظاهرة المؤثرين – من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة؟

أهداف الدراسة:

رصد ظاهرة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي (SMI) والتعرف على ما بها من إيجابيات وسلبيات. التعرف على مدى التأثير الذي يمكن أن يحدثه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي (SMI) على المتابعين لهم.

رصد دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاهتمامات المختلفة لدى متابعيهم.

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

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء الالكترونية كأداة لجمع البيانات وتكونت الاستمارة من 19 سؤالاً.

عينة الدراسة:

تم عمل دراسة ميدانية على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعي مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استمارة استقصاء ثم مشاركتها بواسطة Google Formis خلال الفترة من يناير ٢٠١٩ وحتى يونيو ٢٠١٩.

النتائج العامة للدراسة:

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

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

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

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

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

الإطار المنهجي

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

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

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

- لا يوجد اختلاف بين فئات السن المختلفة في التفاعل مع المؤثرين وذلك نظراً لاختلاف وتنوع المجالات التي يهتم من خلالها المتابعون بمتابعة مؤثري المواقع الاجتماعية.

الدراسة الثانية: دراسة " نبيلة جعفري " مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغيير في المفاهيم والأدوار.

الاشكالية: حول تعاضد دور المؤثرين في المجتمع، وتمكنهم من تبوأ صدارة القضايا الهامة وقيادتها.

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما هو الرأي العام؟
- 2- ما المقصود بقيادة الرأي العام؟
- 3- من هم قادة الرأي العام؟ وما هي خصائصهم؟
- 4- منهم قادة الرأي العام في المجتمع الجزائري؟
- 5- ماذا نقصد بالمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- كيف تحول هؤلاء المؤثرين إلى فاعلين جدد لقيادة الرأي العام في الجزائر؟

اهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى معرفة كيفية تحول ومفاهيم وأدوار قادة الرأي العام في المجتمع بتساعد ظاهرة المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

الإطار المنهجي

من خلال الدراسة أن هذه الميديا الاجتماعية أصبحت فاعلا أساسيا في التأثير على الرأي العام من خلال المؤثرين. وساهمت في زيادة الاستقطاب فيه بعد أن كانت السبل التقليدية تكتفي بممارسة دور الضبط في توجيه الرأي العام.

الدراسة الثالثة: دراسة "رانيا رمزي حليم" دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري.

الإشكالية: ما دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي من حيث (أسباب انتشارهم- طبيعة ما يقدمونه من محتوى - تأثير متابعة الشباب لهم)؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- التعرف على أسباب انتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين الأوساط الشبابية.
- 2- الكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات المفضلة عند الشباب فيما يقدمه المؤثرين.
- 3- الوقوف على الانعكاسات الاجتماعية المترتبة على متابعة الشباب الجامعي للمؤثرين.

اهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الراهنة إلى التعرف على دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب الجامعي، وذلك من خلال الكشف عن أسباب انتشار ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين بين الأوساط الشبابية، كذلك الكشف عن طبيعة القضايا والموضوعات المفضلة عند الشباب فيما يقدمه المؤثرين والوقوف على الانعكاسات الاجتماعية المترتبة على متابعة الشباب الجامعي للمؤثرين.

المنهج المستخدم: تعد الدراسة بمثابة دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على أسلوب المسح الاجتماعي للعينة.

أداة البحث: اعتمدت الباحثة على الاستبيان الالكتروني (web questionnaire) كأداة لجمع البيانات وتم تصميم الاستبيان على Google Drive ووضع رابط الاستبيان على موقع الفيسبوك والواتس آب، وقد تم ملء الاستمارات في شهر أكتوبر 2021.

الإطار المنهجي

عينة البحث: يتمثل مجتمع البحث في جميع الشباب المصري الجامعي، ونظراً لاتساع مجتمع الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على عينة كرة الثلج "الشبكية"، والهدف من استخدامها في هذا البحث وقد بلغ عدد مفردات العينة 562 مفردة.

نتائج الدراسة:

- تنوعت دوافع متابعة الشباب المواقع المؤثرين ما بين دوافع طقوسية مثل التسلية والترفيه والمتعة والاسترخاء، تمضية الوقت بسبب الفراغ، الهروب من المشكلات الحياتية اليومية، الرغبة في السفر لأجمل الأماكن حول العالم، الصداقة والألفة مع الانفلونسر، التعرف على الذات. ودوافع منفعية مثل الرغبة في الحصول على معلومات جديدة (علمية تاريخية - دينية - طبية غذائية - عملية)، واكتساب خبرات حياتية ومعرفة عامة بمشاهدة المنشورات، وتعلم أشياء محددة، وإيجاد فرص عمل.

- كشفت نتائج الدراسة عن كيفية استخدام فئة الشباب لمواقع المؤثرين حيث اتضح أن الشباب جمهوراً نشطاً يستطيع أن يختار ويستخدم ويتابع منصات المؤثرين بطريقة تشبع حاجاته وتلبي توقعاته و رغباته، كما اتضح وجود علاقة بين خصائص مرحلة الشباب التي تتميز بالنشاط والرغبة في اكتساب الجديد من المعارف والمهارات وبين الإشباع المتحققة من متابعة صناعات المحتوى من بناء المعارف (المعلومات الجديدة) واكتساب الخبرات الحياتية وتعلم المهارات وتكوين وتغيير الاتجاهات وتوجيه السلوكيات واتخاذ القرارات وتسويق المنتجات والخدمات .

- أن مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي يعدون من الشخصيات الأكثر متابعة خاصة على الإنستغرام والفيسبوك واليوتيوب حيث يتسمون بالبساطة والتلقائية كما يتميزون بتقديم المحتوى بشكل مبسط وكوميدي ويتمتعون بكاريزما ساعدتهم على تحقيق دوراً هاماً في حياة متابعيهم من الشباب، أما عن سلبياتهم فكان أهمها عدم المصداقية ونشر محتوى غير هادف بدافع المال والبعد عن الواقع الاجتماعي الذي يعيشه الشباب والمبالغة والتهميل والنمطية وعدم التجديد..

- أن بعض المؤثرين يلعبون دوراً إيجابياً لكن منهم من يشكل مثلاً سيئاً مما يستدعي الحذر، خصوصاً بعد أن فتحت لهم بعض وسائل الإعلام منبراً لنشر أفكارهم، فلا يمكن أن نتوقع إلى أين يمكن أن تتجه هذه الظاهرة وما التغييرات التي ستطرأ عليها لكن مما لاشك فيه أنها أصبحت تشكل مصدر قلق حقيقياً نتيجة العشوائية السائدة فيها، حيث تطول قائمة الأسماء لمن حققوا شهرة واسعة دون موهبة وهذا يؤكد أننا اليوم في عصر الشهرة الذي لا تعتمد على أي موهبة، ويكفي أن يتم تصوير فيديو مثير للجدل ليصبح صاحبه من

الإطار المنهجي

مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ويحصد ملايين المشاهدات وذلك سوف يؤدي إلى انعكاسات سلبية على المجتمع .

الدراسة الرابعة: دراسة "محمد زكريا خراب"، المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين -رؤية نقدية حول جدلية من يصنع من؟

الاشكالية: من يصنع من؟ هل المؤثرون الاجتماعيون من يصنعون جمهور خاص بهم يدعمهم ويتبنى أفكارهم وسلوكياتهم؟ أم أن جمهور المتابعين من يصنع المؤثرين ويحدد مكانتهم الافتراضية والواقعية؟

اهداف الدراسة:

تحاول الدراسة تحقيق جملة من الأهداف نحصرها فيما يلي:

- تحديد مفهومي المؤثرين الاجتماعيين وصناع المحتوى مع إبراز طبيعة العلاقة بينهما.

- التعرف على نشأة مفهوم المؤثر الاجتماعي والعوامل المساهمة في تطوره.

- تحليل جدلية العلاقة بين المؤثرين الاجتماعيين والجمهور المتابع لهم.

المنهج المستخدم: تم اعتماد المنهج العقلي المنطقي الاستنباطي.

عينة البحث: عينة من الكتابات العلمية والصحفية التي سعت إلى تفسير هذه الظاهرة.

نتائج الدراسة:

من خلال تحليل ونقد مختلف المعطيات والمعلومات التي تطرقنا لها، توصلنا إلى جملة من النتائج، يمكن حصرها في النقاط الآتية:

- يلتقي مفهوم المؤثر الاجتماعي مع مفهوم صانع المحتوى إلى حد كبير فيما يرتبط بعملية إنتاج رسالة موجهة إلى جمهور غفير لإضفاء قيمة معينة عليه، بينما هناك فرق تنحصر في اشتراط مفهوم المؤثر بالضرورة على البعد الترويجي، بينما صانع المحتوى قد لا يهدف في كثير من الأحيان إلى ذلك، بعبارة أخرى يمكن أن يشمل مفهوم صانع المحتوى مفهوم المؤثر الاجتماعي.

الإطار المنهجي

- برز مفهوم المؤثر الاجتماعي في الأساس بظهور مواقع التواصل الاجتماعي لما توفره من خدمات تقنية متنوعة سهلة وبسيطة في صناعة ونشر محتويات مباشرة أو تسجيلية، وأساليب التفاعل العديدة التي تزيد من قرب المؤثر الاجتماعي بالجمهور المتابع.

- فيما يخص جدلية من يصنع من؟ ورغم التكامل الوظيفي بين المؤثرين الاجتماعيين وجمهور المتابعين، يظل في اعتقادنا أن الجمهور المتابع هو يصنع المؤثر الاجتماعي، ويكون ذلك بنمط استخدامه ومدة استغراقه في مواقع التواصل الاجتماعي وتحكمه في إعداداتها ورقمته أشكال تفاعله فيها ناهيك عن توسل المؤثر لمضاعفاتها. وهي كلها مؤشرات عن قوته في صناعة المؤثر الاجتماعي، وهي أكبر بكثير من قوة الأخير في صناعته له.

الدراسة الخامسة: دراسة " فرطاسي حفيظة " أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات جامعة المدينة.

الاشكالية: ما هو أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر "اليوتيوب" على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب؟

- ما مدى موافقة طالبات الجامعة على أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب؟

- ما مدى موافقة طالبات الجامعة بالشراء من خلال المؤثرين عبر اليوتيوب؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية لأساليب الترويج (المادية وغير المادية) عبر المؤثرين لمنتجات التجميل عبر " اليوتيوب على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات الجامعة؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في: التعرف على المؤثرين ودورهم في الترويج للمنتجات. التعرف على أهم أساليب ترويج المؤثرين للمنتجات عبر اليوتيوب. التعرف على أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل " اليوتيوب " على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات جامعة المدينة.

الإطار المنهجي

المنهج المتبع: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وصف مفهوم المؤثرين وأساليب الترويج من خلالهم، وكذا تحليل المعطيات فيما يخص اتجاهات الطالبات نحو شراء منتجات التجميل عبر المؤثرين.

أداة الدراسة: استخدمت الدراسة توزيع استبيان على الطالبات تم من خلالها الحصول على 62 إجابة وتم استخدام برنامج (spss) لتحليلها.

عينة الدراسة: طالبات جامعة المدية.

نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي لأساليب الترويج عبر المؤثرين ببعديها على قرار الشراء لدى الطالبات، وهو ما توضحه نتائج اختبار الفرضية الرئيسة.

- أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي لأساليب الترويج غير المادية عبر المؤثرين على قرار الشراء لدى الطالبات، وهو ما توضحه نتائج اختبار الفرضية الجزئية الأولى للفرضية الرئيسة.

- أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود تأثير لأساليب الترويج المادية عبر المؤثرين على قرار الشراء لدى الطالبات، وهو ما توضحه نتائج اختبار الفرضية الجزئية الثانية للفرضية الرئيسة.

وفقاً للنتائج الواردة في هذه الدراسة، تؤكد هذه الدراسة على وجود تأثير لأساليب الترويج عبر المؤثرين مجتمعة على اليوتيوب على قرار الشراء لدى الطالبات، مع وجود تأثير لأساليب الترويج غير المادية عبر المؤثرين على اليوتيوب على قرار الشراء، ولكن لا يوجد تأثير لأساليب الترويج المادية عبر المؤثرين على اليوتيوب على قرار الشراء لدى الطالبات، ونفسر هذه النتيجة بأن أفراد العينة يعتمدون في عملية الشراء على توصيات واستخدام المؤثرين للمنتجات، ولا يعتمدون على التحفيزات المادية التي تقدم لهم، أي أنهم يتأثرون بحديث المؤثرين على المنتج بتقديم معلومات مفصلة عنه مع تجريبه أمامهم، ولا يتأثرون بحديث المؤثرين عن العروض المادية التي تقدمها المؤسسة التي تبيع المنتج مقابل شرائه، وهذا راجع من وجهة نظرنا إلى أن المرأة أصبحت أكثر وعياً، إذ يهتمها فعالية منتجات التجميل أكثر من المغريات المادية المقدمة، باعتبار أن منتجات التجميل من المنتجات التي تتعلق بمظهرها، صحتها وجمالها، فخوفاً من خسارتها لجمالها وصحتها لا تتجرأ هذه الأخيرة من استعمال هذه المنتجات دون توصيات، ودون تجريب سابق له، فنجدها تلجأ للمؤثرين عبر اليوتيوب من أجل الأخذ بنصائحهم قبل شراء المنتج، فلا يغريها لا السعر المنخفض للمنتج ولا الهدايا المقدمة.

الإطار المنهجي

الدراسة السادسة: دراسة "أسمى نور صالح"، عناصر الجذب في المحتوى الإعلامي للمؤثرين (Influenceurs) على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على سلوكيات المجتمع العراقي.

الإشكالية: ما مدى تأثير هؤلاء المؤثرين على عادات وسلوكيات الجمهور من الناحية الاستماعية والاستهلاكية؟

التساؤلات الفرعية:

1- ما دور المستوى التعليمي والفئة العمرية والنوع الاجتماعي في درجة الانتقائية لدى المبحوثين ودرجة تأثرهم بهؤلاء الشخصيات المؤثرة؟

2- ما نسبة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل وأهم أكثر استخداماً؟

3- ما مدى متابعة أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث خبرة الاستخدام؟

4- ما مدى متابعة أفراد العينة لمشاهير مواقع التواصل وما هي أسباب عدم المتابعة لبعضهم؟

5- ما الشخصيات الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة؟

6- ما المحتوى المفضل الذي يتابعه المبحوثين؟

7- ما نوع الحسابات التي يقوم المبحوثين بإنشائها أن كان عامة أو خاصة وما هي أسباب رغبتهم بإنشاء

حساب عام؟

8- ما الصفات التي تجذب المبحوثون في شخصيات المؤثرين بمواقع التواصل والتي تعد أحد أسباب

الجذب؟

9- ما المحتوى الأكثر جذباً بالنسبة للمبحوثين؟

10- ما أسباب إلغاء المبحوثين المتابعة لشخصية كانوا يتابعونها؟

أهداف البحث: يهدف هذا البحث الى:

الإطار المنهجي

1. التعرف على دور التحصيل العلمي في العملية الانتقائية للمحتوى الذي يعرض عليهم قيم وأفعال تواصل من قبل المؤثرين.

2. تحديد نسبة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل وأهم أكثر استخداماً بالنسبة لهم.

3. إلقاء الضوء على أبرز عوامل الجذب التي يتأثر بها أفراد العينة والتي تساهم في تقبلهم للمحتوى والاقتناع به.

4. تصنيف أبرز المشاهير الذين يتابعونهم أفراد العينة وأسباب عدم متابعة البعض منهم.

5. تحديد أكثر الشخصيات الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة

6. التعرف على اهتمامات الجمهور من خلال المحتوى الذين يفضلونه المبحوثين.

7. التعرف على نوع الحسابات التي ينشئونها المبحوثين ان كانت عامة او خاصة.

8. تحديد أبرز الصفات التي تجذب المبحوثين لشخصيات المؤثرين.

9. معرفة المحتوى الأكثر جذباً للمبحوثين.

10. تحديد اسباب الغاء المبحوثين لمتابعة شخصية ما كانوا يتابعونها سابقاً.

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي.

أداة الدراسة: الاستبانة الالكترونية.

عينة الدراسة: مجتمع الدراسة هو مواقع التواصل على شبكة الأنترنت أما العينة فهي عينة عشوائية بسيطة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يتابعون المحتوى الذي يقدمه مشاهير مواقع التواصل وعددهم 400 مبحوث، من الإناث والذكور وبمستويات تعليمية وعمرية متفاوتة وضعت بفئات محددة لغرض تصنيفهم، اذ تم عرض استمارة الكترونية تم إعدادها ونشرها من قبل الباحث وتم توزيعها إلكترونياً على المبحوثين عبر الفيسبوك.

نتائج الدراسة: خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج:

الإطار المنهجي

1. أن أغلبية أفراد العينة هم من الذكور تتراوح فئتهم العمرية بين 29-39 سنة، وشكلوا نسبة 61% من العينة من فئة حملة الشهادات العليا وتبين أن كل أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل ولكن بنسب متفاوتة.

2. أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بالدرجة الأولى، يليه موقع اليوتيوب ثم الانستغرام وذلك يدل على شعبية وجماهيرية موقع الفيسبوك، بالنسبة لمستخدمي مواقع التواصل، حيث بلغ عدد استخدام موقع الفيسبوك بصورة عامة 13 مليون مستخدم نشط في عام 2019 - 2020 حسب إحصائية مركز الإعلام الرقمي، والذي نشرته وكالة السومرية نيوز بتاريخ 28/3/2020، حيث يبلغ استخدام شبكة الانترنت في العراق إلى حوالي 30 مليون مستخدم في عام 2020 وبذلك نستدل حوالي ثلثي المستخدمين هم مستخدمي الفيسبوك وهذا يثبت صحة هذه النتيجة، كذلك نجد أن ثلث العينة يستخدمون كل مواقع التواصل بصورة عامة وهذا أثبت أن أفراد العينة من المتابعين لمواقع التواصل بأنواعها، ويتضح أيضا من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة إلى أن أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل منذ أكثر من 6 سنوات وهذا يدل على مواكبة المستخدمين لمواقع التواصل والتنوع في استخداماتهم لهذه التطبيقات ويتضح من خلال عدد الساعات الطويلة التي يقضونها في متابعة مواقع التواصل حيث أن أغليتهم يتابعون لمدة 3 ساعات فأكثر و هذا أمر منطقي عندما تكون المتابعة شاملة لكل مواقع التواصل فمؤكد طول فترة الاستخدام الكلي.

3. من خلال النتائج نجد انه اغلب العينة يتابعون المشاهير، أما الذين لا يتابعونهم فهم ثلث العينة، وكانت هناك عدة أسباب، تمثلت بعدم اهتمامهم أو عدم انشدادهم للمحتوى الذي يقدم وعدم اقتناعهم بهذه الشخصيات وهذا راجع لاهتمامات أفراد العينة، حيث أن أغلبهم من حملة الشهادات العليا المهتمين بالعلم والثقافة ولا يشدهم المحتوى البسيط السطحي.

4. على الرغم من ذلك فإن أغلبية العينة تتابع المشاهير في مواقع التواصل وقد حازت شخصية (هيفاء حسوني) وهي إعلامية تعمل في قناة الشرقية على اعلي نسبة، وهذه الشخصية لديها متابعين يصلون غالى (9) ملايين متابع في الانستغرام والسناپ شات وغيرها من المواقع وهنا نرى أن الشهرة هي عامل من عوامل الجذب للمستخدمين مواقع التواصل.

5. في نتائج هذه الدراسة نجد أن أغلبية العينة تفضل المحتوى الإخباري والسياسي كذلك محتوى مختص بمعلومات ثقافية وعلمية وهذا يدل على أن المستخدمين يعتبرون مواقع التواصل مصدر من مصادر المعلومات ومصدر لتلقي آخر الأخبار السياسية والفنية.

الإطار المنهجي

6. يتبين من هذه الدراسة أن أغلبية المبحوثين يقومون بعمل حسابات خاصة بهم وليس لغرض الانتشار أو الشهرة ولكنهم يحبون الاطلاع على حياة المشاهير والتعرف على حياتهم الخاصة، أما الفئة التي تجعل حسابها حساب عام مفتوحا لجميع فيبلغون ثلث العينة تقريبا، ومن أسباب جعل حساباتهم عامة هو الرغبة في الانتشار والشهرة وتقليد المشاهير والاستفادة من ازدياد عدد المتابعين لغرض الاستفادة المادية وسعي المعلنين إليهم حيث تعتبر الآن مواقع التواصل مصدر رزق لهؤلاء المشاهير والذين يسعون إلى الشهرة.

7. أن ثاني عامل جذب بالنسبة للمبحوثين يتمثل بقوة شخصية المؤثرين وعقلهم ومنطقهم بالكلام ومن ثم بساطتهم وعفويتهم بالكلام حيث يشعرون المتلقي كأنه يعيش معهم وعلى علاقة قوية معهم، وبالتالي فإن المصدقية أيضا تعتبر عامل جذب يساهم في عملية الإقناع كذلك البساطة في اللغة ومعرفة اتجاهات كل جمهور وتواصله معهم إضافة إلى الجاذبية بالشكل والمظهر والشخصية المرحة كلها عوامل تساهم في جذب المتلقي لهؤلاء الشخصيات.

8. كذلك فإن نوع المحتوى يعتبر عامل جذب للمبحوثين حيث يتواءم كل محتوى مع خلفية واهتمامات نوع المبحوثين وبالنسبة لعينة البحث خاصتنا فنجدهم ينجذبون إلى المحتوى الذي يبث أخبار مهمة وعاجلة والمحتوى الذي يعرض مواضيع لها علاقة باختصاصاتهم وتجيب عن تساؤلاتهم وتحقق فائدة لهم سواء من الناحية العلمية أو العملية، بما أن أغلبية المبحوثين هم من حملة الشهادات العليا فنجد أن اهتماماتهم تجسدت بالأخبار والمعلومات التي تفيدهم.

9. نجد في هذه الدراسة أن أفراد العينة هم أشخاص انتقائيين في عملية استخدامهم لمواقع التواصل ويختارون وفق منطق وعقل الشخص ذو المستوى الثقافي الذي يميز بين الصالح وغير الصالح سواء من المحتوى الإعلامي الذي يقدم، ومن الذي يقدم هذا المحتوى وبذلك فإنهم يختارون المحتوى الذي يتلاءم مع أفكارهم وتوجهاتهم واختصاصاتهم والذي يحقق لهم فائدة على الصعيد العلمي وينفرون من المحتوى أو الشخص الذي يقدم أفكارا هدامه أو يكون صاحب هذا المحتوى شخصية طائفية أو ملحدة أو فيه صفات سيئة أو يقدم محتوى سيء، مما يدل أن قوة تأثير المؤثرين تتحدد بالمستوى العلمي والثقافي والتعليمي لأفراد المجتمع خصوصا وأن الفئة العمرية لعينة هذه الدراسة ذات مستوى عقلي ناضج ومستوى ذهني عالي.

الدراسة السابعة: دراسة "أنس خالد الفاعوري"، توظيف المؤثرين لشبكات التواصل الاجتماعي في قضية "حي الشيخ الجراح" 2021م.

الإشكالية: كيف وظف المؤثرون في شبكات التواصل الاجتماعي في قضية "حي الشيخ الجراح"؟

1- ما المواضيع المنشورة على صفحات مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تخص قضية "حي الشيخ الجراح"؟

2- ما الأشكال التي استخدمت من قبل المؤثرين لإيصال الرسالة الإعلامية من الداخل الفلسطيني؟

3- ما الأسلوب المستخدم من قبل المؤثرين في منشوراتهم التي تختص بقضية "حي الشيخ جراح"؟

4- ما المصادر التي ارتكز عليها المؤثرين في محتواهم حول قضية "حي الشيخ جراح"؟

5- ما التحديات التي واجهت المؤثرين أثناء وبعد إيصال الرسالة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

6- كيف تعامل المؤثرون مع تحديات شبكات التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية وكيفية تغطية قضية "حي الشيخ جراح" عبر شبكات التواصل الاجتماعي من داخل وخارج الأراضي الفلسطينية، ويندرج تحتها مجموعة من الأهداف:

1- تحليل المواضيع المنشورة على صفحات مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي والتي تخص قضية "حي الشيخ جراح"

2- تحديدا لأشكال التي استخدمت من قبل المؤثرين؛ لإيصال الرسالة الإعلامية من الداخل الفلسطيني.

3- التعرف على الأسلوب المستخدم من قبل المؤثرين في منشوراتهم التي تختص بقضية "حي الشيخ جراح".

4- التعرف على المصادر التي ارتكز عليها المؤثرين في محتواهم حول قضية "حي الشيخ جراح".

5- معرفة التحديات التي واجهت المؤثرين أثناء وبعد إيصال الرسالة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

الإطار المنهجي

6- قراءة كيفية تعامل المؤثرين مع تحديات شبكات التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، الذي يعتمد على الواقع كما هو، ويهتم ووصفه بدقة والتعبير عنه وبيان خصائصه، وبالإضافة للكمي تم الوصف من خلال أرقام وجدوا لتوضح حجم الظاهرة أو درجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة.

أداة الدراسة: تم استخدام أسلوب تحليل المضمون كأداة لهذه الدراسة، ويرى لا سوي لأن تحليل المضمون يهدف إلى الوصف الموضوعي والدقيق لما يقال عن موضوع في وقت معين.

عينة الدراسة: مؤثرو شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، انستغرام) وتم اختيار كل من منى الكرد، منى حوا، طارق البكري، كريستين الريناوي، خالد الزعبي، نور أبو غوش، حسام سالم، أسيل عيد، عبد العفو بسام، وتم استخدام العينة القصدية أو العمدية في هذه الدراسة حيث تم اختيار العينة اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن المواضيع الإنسانية و الاجتماعية كانت أبرز المواضيع التي نشرت على صفحات المؤثرين فيما يخص قضية "حي الشيخ جراح" بنسبة 36,79%، وعلى الرغم من أن الفيديو والبت المباشر كانا الشكلين الأكثر استخداماً من قبل المؤثرين إلا أنه تم استخدام كافة الأشكال لإيصال الرسالة الإعلامية من الأراضي الفلسطينية، أسلوب إملاء الأفكار كان الأبرز بين كافة الأساليب التي تم توظيفها من قبل المؤثرين بنسبة 29,18%، المصادر المجتمعية وشهود العيان أبرز المصادر التي ارتكز عليها المؤثرين في محتواهم حول قضية "حي الشيخ جراح" التحديات التي واجهت المؤثرين لم تقتصر على التحديات أيضاً، وأن أهم الطرق لمواجهة التحديات تمثلت الافتراضية، بل كان هناك تحديات واقعية بالاستمرارية والتغلب على الخوارزميات.

الدراسة الثامنة: دراسة "عادل خالدي" و "سهام بوزيدي"، المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجائحة فيروس كورونا في الجزائر.

الاشكالية: كيف تناول المؤثرون الجزائريون عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب موضوع جائحة كورونا؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما هي المواضيع التي تضمنتها فيديوهات المؤثرين والتي تدور حول جائحة كورونا؟

الإطار المنهجي

2. ما هي الأهداف التي يسعى إليها المؤثرون من خلال أعمالهم حول جائحة كورونا؟
3. ما هي أبرز الشخصيات الفاعلة في فيديوهات المؤثرين؟
4. ما هي اللغة المستخدمة من طرف المؤثرين في تناولهم لموضوع جائحة كورونا؟
5. ما هو أسلوب الخطاب المعتمد من طرف المؤثرين في تناولهم لموضوع جائحة كورونا؟
6. ما هو القالب الفني للإخراج المعتمد من طرف المؤثرين في أعمالهم؟

أهداف الدراسة

1. تعتبر ظاهرة المؤثرين في المجتمع الجزائري حديثة وغير مدروسة بشكل كاف لذلك فالدراسة الحالية محاولة لفهم ومعرفة المؤثرين باعتبارهم قادة رأي في بيئة رقمية وكذا اكتشاف طرق تواصلهم مع جماهيرهم.
2. التعرف على أبرز المواضيع التي تطرق إليها المؤثرون في تناولهم لموضوع جائحة كورونا، وكذا التعرف على أبرز المصادر المعتمدة في رصدتهم للموضوع.
3. الكشف عن الأهداف التي يسعى إليها المؤثرون من تناولهم للموضوع، وأبرز الشخصيات الفاعلة في أعمالهم والاستمالات المستخدمة لتبليغ المضامين لمتابعيهم.
4. التعرف على اللغة المستخدمة من طرف المؤثرين في فبدهاتهم ورصد أبرز القوالب الفنية المعتمدة في تصوير أعمالهم.
5. تحديد أكثر الأماكن التي يعتمد عليها المؤثرون في تصويرهم لموضوع جائحة كورونا، ورصد أبرز الأساليب الخطابية المستخدمة من طرفهم في تناولهم لموضوع جائحة كورونا.
- المنهج المستخدم: اعتمدت الدراسة المنهج المسحي الأنسب لدراسة مضامين فيديوهات وتنزيلات المؤثرين على موقع اليوتيوب.
- أداة الدراسة: اعتمدت الدراسة الاستمارة لتحليل المضمون كونها تندرج ضمن البحوث المسحية.
- عينة الدراسة: تم الاعتماد على العينة القصدية، باختيار ست تدوينات لأجل التحليل الكمي والكيفي خاصة بخمسة مؤثرين جزائريين قاموا بتنزيلها على قنواتهم بموقع يوتيوب.

الإطار المنهجي

نتائج الدراسة: وخلصت الدراسة إلى تركيز المؤثرين على المواضيع المتعلقة بتعامل المواطنين مع الجائحة، وسعيهم من جهة إلى الترفيه عن المتلقين ومن جهة أخرى توعيتهم وإرشادهم باستخدام الأسلوب الخطابي المباشر، حيث كان المواطن الجزائري الشخصية الفاعلة في فيديوهات المؤثرين.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة:

يتضح أنها من حيث الفكرة العامة هناك تقارب بين إشكالية دراستنا مع الدراسات السابقة في السلوك مع الدراسة السابقة الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة، الخامسة، السادسة، الثامنة، أما بالنسبة للدراسة الثامنة، السابعة، الثانية، الأولى في التغيرات الوظيفية، والتغيرات القيمية اتفقت مع الدراسة الثانية، الأولى، الثامنة.

ساعدتنا هذه الدراسات في الإطار النظري بالنسبة لمؤثرين الاجتماعيين.

كذلك اتفقت دراستنا ميدانيا مع الدراسة الخامسة، السادسة، الثامنة، الأولى، كونهم دراسات ميدانية أما الدراسات الثانية، السابعة، الرابعة لم تتفق مع دراستنا لأنها كانت دراسات نظرية. أما بالنسبة للدراسات السابقة لم تتفق مع دراستنا في البلد بالنسبة للدراسة السابعة وكانت في فلسطين، الدراسة السادسة في العراق، أما بالنسبة لباقي الدراسات السابقة اتفقت مع دراستنا حيث كانت في الجزائر.

سنة انجازهم لا تتفق مع دراستنا كونها ليست متفاوتة كثيرا مع باقي الدراسات السابقة لأنها موضوع حديث للدراسة.

أما المنهج المتبع في دراستنا وهو المنهج الوصفي فقد اتفقت مع الدراسات الخامسة، السادسة، السابعة أما باقي الدراسات كانت مسحية واستنباطية كونها ليست ميدانية بل نظرية فقط. وأخيرا أدوات الدراسة اتفقت دراستنا مع الدراسة الأولى، الخامسة، السادسة، الثامنة حيث اعتمدت هذه الدراسات استمارة الاستبيان، والدراسة الثامنة، الأولى، السابعة، استخدموا استبيان الكتروني نظرا لظروف الدراسة، وباقي الدراسات لم تشمل الجانب التطبيقي بل جانب نظري فقط.

الفصل الثاني: الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين.

تمهيد

الاتجاهات

- 1- خصائص الاتجاهات.
- 2- مكونات الاتجاهات.
- 3- وظائف الاتجاهات.
- 4- قياس الاتجاهات

المؤثرين الاجتماعيين:

- 1- تاريخ ظهور المؤثرين الاجتماعيين
- 2- خصائص المؤثرين الاجتماعيين.
- 3- مميزات المؤثرين الاجتماعيين.
- 4- مجالات المؤثرين الاجتماعيين.
- 5- تصنيفات المؤثرين الاجتماعيين.
- 6- طرق التأثير من وراء الشاشة.
- 7- ثراء وسائل المؤثرين الاجتماعيين
- 8- المؤثرين الاجتماعي قادة الرأي الجدد للشباب.
- 9- مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.

التغير الاجتماعي:

- 1- انواع التغير الاجتماعي.
- 2- أدوات التغير الاجتماعي.
- 3- التكنولوجيا ودورها في التغير الاجتماعي.

خلاصة

تمهيد

تعد وسائل التواصل الإجتماعي وتكنولوجيا المعلومات في تطور كبير، مما يؤثر بشكل كبير على حياة الناس وطرق تفكيرهم وتفاعلهم مع المجتمع وفي ظل هذا التغير السريع، بدأت أساتذة التعليم الثانوي تدرك أهمية دور المؤثرين الاجتماعيين في تغير المجتمع واتجاهاته المتعددة، فالمؤثرين الاجتماعيين هم أفراد يمتلكون قدر على التأثير على الناس وتوجيه سلوكهم واستغلالها بشكل إيجابي وفعال في عملية التغير الاجتماعي.

1-الاتجاهات

1-خصائص الاتجاهات

على الرغم من الاختلاف والتباين بين العلماء على تعريف الاتجاه إلا أن كافة الاتجاهات تشترك في مجموعة من الخصائص يمكن إجمالها على النحو التالي:

- الاتساق: فالاتجاه المتسق يكون أكثر ثباتا وأكثر مقاومة للتغير.
- قوة الحاجات النفسية التي يشبعها الاتجاه وكثرتها.¹
- الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة وليست ولادية وراثية.
- ترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية.
- لا تتكون في فراغ ولكنها تتضمن دائما علاقة بين فرد وموضوع من موضوعات البيئة.
- تتعدد حسب المثيرات التي ترتبط بها وكذلك تختلف.
- يغلب عليها الذاتية أكثر من الموضوعية.
- منها ما هو غامض ومنها ما هو واضح.
- منها ما هو قوي يقاوم التعديل ومنها ما هو سهل التعديل.
- الاتجاه قابل للتعلم والاكتساب والانطفاء.
- يتأثر الاتجاه بخبرة الفرد ويؤثر فيها.
- الاتجاه يقع دائما بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب هما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة.²

- تتميز الاتجاهات بخصائص انفعالية من خلال الموقف التفصيلي عند الفرد (الحب الكراهية ... إلخ) نحو موضوع ما.
- ان الاتجاهات عبارة عن علاقة بين الفرد وموضوع وشيء.
- الاتجاهات يمكن الاستدلال عليها عن طريق ملاحظة سلوك الفرد نحو الموضوع أو الشيء المعني.
- الاتجاهات يمكن قياسها وتقويمها.
- الاتجاه دينامي متحرك، يحرك سلوك الفرد نحو الأشياء والموضوعات التي تنتظم حوله.

¹نبيل عبد الهادي، مرجع سابق، ص 204.

²خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع، جامعة البلقاء التطبيقية، كلية الكرك، عمان، 2007، ص147.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

■ قد تكون الاتجاهات ثابتة، وقد تكون متغيرة، ويمكن تعديلها وتغييرها وهي محددة بموضوعاتها.¹

2-مكونات الاتجاهات

إن للاتجاه مكونات يكمل بعضها البعض الآخر، ولها علاقة بتوجيه الاستجابة وتحديدها وإن كانت إيجابية أم سلبية وهي مرتبة حسب مراحل تكوين الاتجاه.

1-2-المكون المعرفي cognitive component

ويمثل المرحلة الأولى من تكوين الاتجاه، ويتضمن حصيلة المعارف والمعلومات والحقائق التي تتوفر لدى الفرد والتي لها علاقة بموضوع الاتجاه.²

وهذا المكون المعرفي يشتمل على معتقدات الفرد وأفكاره وتصوراتهِ ومعلوماته عن موضوع الاتجاه.

بمعنى أن هذا المكون المعرفي هو الذي يمثل القاعدة المعلوماتية الموجودة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه، فإذا كان الاتجاه في جوهره تفضيل لموضوع جوهره على آخر فإن عملية

التفضيل هذه لا بد أن تستند إلى جوانب معرفية مثل الفهم والتمييز والاستدلال. أي أن هناك جانب عقليا وراء تكوين الاتجاهات. وعلى هذا نجد أن اتجاهات الأشخاص تختلف باختلاف مستوياتهم العقلية والمعرفية.³

يتضمن المكون المعرفي كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع الاتجاه ويشمل ما لديه من حجج تقف وراء تقبله لموضوع الاتجاه. فإذا كان الموضوع في جوهره عملية تفضيل على آخر فإن هذه العملية تتطلب بعض العمليات الفعلية كالتمييز والفهم.⁴

2-2-المكون الوجداني affective component

¹ كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 112-113.

² نفس المرجع، ص 113-114.

³ محمد شحاتة ربيع، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص 266-267.

⁴ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 147.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

وهو المرحلة الثانية في تكوين الاتجاه، ويشير إلى مشاعر الحب والكراهية التي يواجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه إذ يكون مرتبطا بتكوينه العاطفي، وهذا يؤدي إلى موقف قلبي لموضوع الاتجاه (حب، كراهية، تأييد، رفض...إلخ).¹

ويسمى أحيانا المكون العاطفي الانفعالي، وهذا المكون يقوم على مشاعر الفرد وعواطفه وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه بمعنى أن المكون الوجداني يتصل بمشاعر الحب والكراهية التي يواجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه. فإذا أحب موضوعا اتجه إليه وإذا نفر من موضوع اتجه عنه. أي أن المكون الوجداني للاتجاه هو درجة تقبل الشخص لموضوع ما، أو نفوره من هذا الموضوع.²

المكون العاطفي للاتجاه (الانفعالي) يستدل عليه من خلال مشاعر الشخص ورغباته نحو الموضوع ومن إقباله عليه أو نفوره منه وحبه وكرهه له.³

3-2- المكون السلوكي Behavioral component

ويمثل المرحلة الثالثة في تكوين الاتجاه، ويشير المكون السلوكي إلى الخطوات الإجرائية التي ترتبط بسلوك الإنسان أزاء موضوع الاتجاه، مما يدل على قبوله أو رفضه بناء على تفكيره النمطي حوله وإحساسه الوجداني به، لذلك يعد المتضمن السلوكي المحصلة النهائية والترجمة العملية لتفكير الإنسان وانفعالاته حول مثيرات هذا الموضوع مكونة الاتجاه العام نحو سواء كان إيجابيا أو سلبيا.⁴

يطلق عليه محمد شحاتة ربيع اسم المكون النزوعي الادائي ويشير هذا المكون النزوعي إلى استعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات تتفق واتجاهاته، ذلك أن الاتجاهات هي موجبات لسلوك الفرد فهي إما تدفعه على نحو إيجابي نحو موضوع ما، أو التصرف على نحو سلبي. ويقول آخر إن الاتجاه يوجه سلوك الفرد تجاه موضوع ما، هذه الوجهة قد تكون سلبية أو إيجابية.⁵

¹ كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 113-114.

² محمد شحاتة ربيع، مرجع سابق، ص 266-267.

³ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 148.

⁴ كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 113-114.

⁵ محمد شحاتة ربيع، مرجع سابق، ص 266-267.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

يطلق عليه خليل عبد الرحمن المعاينة المكون السلوكي للاتجاه مكون الأداء أو النزعة إلى الفعل: يتضح المكون السلوكي للاتجاه في الاستجابة العملية نحو الاتجاه بطريقة ما، فالاتجاهات تعمل كموجهات سلوك للإنسان فهي تدفعه إلى العمل على نحو سلبي عندما يمتلك اتجاهات سلبية لموضوعات أخرى.¹

3-وظائف الاتجاهات

يؤدي الاتجاه وظائف عدة منها:

3-1-الوظيفة التكيفية أو النفعية Instrumental adjective of utilitarian fonction:

يبدف الأشخاص إلى تحقيق المنفعة الشخصية والاستفادة من البيئة المحيطة بهم ويعد البعض المدرسة السلوكية التي اعتمدت على تعزيز الإثابة نموذجاً لهذا الاتجاه، يكون الفرد اتجاهها إيجابياً ويندفع لتكرار المواقف التي تؤدي به إلى التعزيز والإثابة، أما المواقف التي تؤدي إلى العقاب فيكون اتجاهها سلبياً نحوها ويتعد عنها فيما بعد.²

وفي مرجع آخر الوظيفة الوسيلة التلاؤمية النفعية (المنفعة التكيفية): تتحقق الاتجاهات الكثير من أهداف الفرد وتزوده بالقدرة على التكيف في المواقف المتعددة التي يواجهها وإنشاء علاقات سوية وتكيفية في مجتمعه.³

4-2-الوظيفية المعرفية التنظيمية knowledg fonction

تتكون لدى الفرد عن طريق الاتجاهات نزعة لتحسين الإدراك والمعتقدات لقد أكدت هذه الفكرة المدرسة الجشطالدية، يركز "كانز" على أن تغيير الاتجاهات تتطلب أسلوباً يتجانس مع نوع الوظيفة التي يؤديها الاتجاه.⁴

الوظيفة المعرفية (الوظيفة التنظيمية) أي اتساق السلوك في المواقف المختلفة بحيث يسلك تجاهها على نحو ثابت، وتقوم على حاجة الفرد إلى رؤية دنياه في شكل بنيان منتظم.⁵

¹ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 148.

² كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 117-118.

³ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 162.

⁴ كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 117-118.

⁵ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 163.

3-3-وظيفة التعبير عن القيم Yolve expressive function

يسعى الفرد في التعبير عن قيمته الاجتماعية بالاتجاهات المختلفة التي يحملها، يكون الفرد صريحا في هذه الحالة في التعبير عن التزامه وتأكيد الصفات الإيجابية التي تخصه.¹

وفي مرجع آخر وظيفة تحقيق الذات: يتبنى الفرد اتجاهات تحدد سلوكه وهويته ومكانته في المجتمع فيها يجد إشباعا بالتعبير عن اتجاهاته التي تتناسب والقيم التي يتمسك بها وفكرته عن نفسه ويسعى صراحة للتعبير عن التزاماته والاعتراف بها.²

3-4-وظيفة التعبير عن الأنا Ego-défensive fonction

تعد عملية الانكار عملية لاشعورية يلجأ إليها الفرد لغرض التهرب من المواقف التي تكون مؤذية له، ويكون سبب اللجوء إلى مثل هذا السلوك هو محافظة الفرد على احترامه لنفسه.³

وظيفة الدفاع عن الأنا (الوظيفية الدفاعية): وفيما يحمي الفرد نفسه من الاعتراف بأشياء حقيقية عن نفسه أو عن الوقائع المرة في عالمه الخارجي ويقوم الفرد بتكوين اتجاهات لتبرير فشله أو عدم قدرته على تحقيق أهدافه للاحتفاظ بكرامته والاعتزاز بنفسه.

ويمكن إجمال أهم وظائف الاتجاهات النفسية الاجتماعية فيما يلي:

1. الاتجاه يحدد طريق السلوك ويفسره.
2. الاتجاه ينظم العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.
3. الاتجاهات تنعكس في سلوك الفرد وفي أقواله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين في الجماعات المختلفة في الثقافة التي يعيش فيها.
4. الاتجاهات تيسر للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرارات في المواقف النفسية المتعددة في شيء من الاتساق والتوحيد دون تردد أو تفكير في كل موقف وفي كل مرة تفكيراً مستقلاً.
5. الاتجاهات تبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وبين عالمه الاجتماعي.
6. الاتجاه يوجه استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة.

¹ كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 117-118

² خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 162-163.

³ كامل علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص 162-163.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

7. الاتجاه يحمل الفرد على أن يحس ويدرك ويفكر بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية.
8. الاتجاهات المعلنة تعبر عن مسaire الفرد لما يسوده مجتمعه من معايير وقيم ومعتقدات.¹

4-قياس الاتجاهات

إن قياس الاتجاه مفيد لأنه ييسر التنبؤ بالسلوك ويلقي الأضواء على صحة أو خطأ الدراسات النظرية العامة كما إنه مفيداً إذا أردنا تغيير تعديل اتجاهات جماعة نحو موضوع معين ويهدف قياس الاتجاهات إلى معرفة الموافقة أو المعارضة بخصوص الاتجاه ومعرفة شدة الاتجاه ومعرفة ثباته.

ومن شروط قياس الاتجاهات وضوح موضوع الاتجاه وبساطته وأهميته بالنسبة للمفحوصين.

وفيما يلي عرض لأبرز المقاييس التي تستخدم في ميدان علم النفس الاجتماعي.

1-4-مقياس بوجاردس "المسافة الاجتماعية، البعد الاجتماعي 1928

يحتوي مقياس البعد الاجتماعي على وحدات أو عبارات تمثل مواقف الحياة الحقيقية للتعبير عن مدى البعد الاجتماعي أو المسافة الاجتماعية لقياس تسامح الفرد أو تعصبه أو نفوره أو قربه أو بعده بالنسبة لجماعة عنصرية أو جنس أو شعب معين ويعتبر مقياس بوجاردس من الموازين المتجمعة commutative والتي ترتبط فيها الوحدات بعضها ببعض أي أن الشخص الذي يجيب في مثل هذا المقياس عن السؤال رقم (2) بالموافقة فإنه يجيب أيضاً بالموافقة عن السؤال رقم (1)، والشخص الذي يجيب بالموافقة عن السؤال رقم (3) فإنه يجيب بالموافقة أيضاً عن السؤال رقم (1) والسؤال رقم (2) وهكذا فإن الشخص الذي يجيب عن سؤال بالموافقة يجب أن يحصل على درجات أعلى من المقياس الكلي من الشخص الذي يجيب على هذا السؤال بعدم الموافقة وتحسب درجات الفرد بمعرفة عدد الوحدات التي أجاب عليها بالموافقة.

وأراد بوجاردس التعرف على مدى تقبل الأمريكيين أن نفورهم من أبناء القوميات الأخرى أو على مدى التباعد الاجتماعي بين الأمريكيين من ناحية وأبناء الشعوب الأخرى من ناحية ثانية. وأن الاستجابات السبع في مقياس بوجاردس تمثل مسطرة متدرجة للقرب أو البعد الاجتماعي والاستجابة الأولى تمثل أقصى درجات القرب والسابعة أقصى درجات البعد وهو سهل التطبيق.

¹ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص 162-163.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

وفيما يلي نموذج لمقاييس البعد الاجتماعي لبوجاردس¹:

الجماعات الدرجة	اتزوج منهم	أصدقاءهم	أجوارهم في المسكن	أزاملهم في العمل	القبول كمواطنين في بلدي	القبول كزائرين في بلدي	استبعضهم من بلدي
الإنجليز							
الفرنسيون							
الألمان							
الأتراك							
الهنود							
اليهود							
الزنج							

ويسمى مقياس المسافة الاجتماعية وقد أعده بوجاردس لقياس درجة تقبل الأمريكيين لغيرهم من الجنسيات الأخرى عن طريق تحديد المسافة الاجتماعية التي يود المفحوص أن يحتفظ بها بين هو وبين الجنسيات والمقياس متدرج من سبع نقاط.²

2-4-مقياس ليكرت

ويقوم هذا المقياس على إعداد عدد من العبارات بعضها سالب وبعضها موجب عن أحد موضوعات الاتجاه، ويطلب من المفحوص أن يبين موقفه على مقياس متدرج من خمس نقاط.³

مقياس ليكرت "التقديرات المجرمة 1932": يستخدم مقياس ليكرت عددا من الاتجاهات نحو عدد من الموضوعات (جماعات، مؤسسات، أحداث، أفراد...الخ) يتكون من سلم متدرج من خمس مراحل أو نقاط أو من سبع أو من تسعة.

¹ خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ص 169-170.

² محمد شحاتة ربيع، علم النفس الاجتماعي، ص 287.

³ محمد ربي شحاتة، نفس المرجع، ص 287.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

1	2	3	4	5	
مطلقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	العبرة

أو

1	2	3	4	5	6	7	
أعارض	أعارض	أعارض إلى حد	ليس لي رأي	أوافق إلى حد	أوافق	أوافق	العبرة
تماما	كثيرا	ما	معين	ما	كثيرا	تماما	

نادرا

قليلا

أحيانا

غالبا

دائما

ويطلب من المفحوص أن يبين إشارة (+) في المكان الذي يوافق اتجاهه بالنسبة لكل عبارة ابتداء من الموافقة التامة إلى عدم الموافقة.

أما عن أبرز الخطوات التي يتضمنها بناء هذا المقياس فهي:

- 1- تحديد الموضوع المراد قياسه، وتقسيمه إلى عناصره الرئيسية.
- 2- تعريف الموضوع تعريفا إجرائيا، بغرض التوصل إلى فهم محدد ومنتفق عليه للموضوع من قبل كل المتعاملين به.
- 3- فإذا أردنا مثلا قياس اتجاهات الطلبة في إحدى الجامعات حول موضوع الديمقراطية فيجب وضع تعريف محدد للمقصود بمفهوم الديمقراطية.
- 4- يتم توجيه أسئلة مفتوحة إلى عينة من المفحوصين يطلب منهم ذكر الجوانب المهمة في هذا المفهوم.
- 5- تحلل استجابات العينة وتصاغ على صورة فقرات محددة المعنى واضحة وقصيرة.
- 6- هذه الفقرات سيكون جزء منها سلبي الآخر إيجابي.
- 7- يضاف إلى هذه الفقرات فقرات أخرى يتم الحصول عليهم نأديبات الموضوع ومن خبرة الباحث ومن الأشخاص ذوي الخبرة والاختصاص.
- 8- عندئذ تصبح لدينا مجموعة كبير من الفقرات، كلها تتعلق بالموضوع المراد قياسه.
- 9- تقدم الفقرات إلى مجموعة من الخبراء المختصين بالموضوع المراد قياسه به أن يوضع تعريف محدد للموضوع المراد قياسه، ويطلب من كل واحد منهم إعطاء حكم على فقرة فيما إذا كانت صالحة أو غير صالحة أو تحتاج إلى تعديل لقياس ما وضعت لقياسه.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

10- تأخذ الفقرات التي وافق عليها معظم الحكام، وتحذف الفقرات الأخرى بمعنى إننا نأخذ الفقرات التي يرى 80% من المحكمين أنها تقيس السمة التي وضعت لقياسها.

11- بغرض التأكد من وضوح تعليمات المقياس، و الكشف عن الفقرات الغامضة فيه، وكذلك تحديد الزمن الذي يحتاجه المفحوصين للإجابة، يجب ترتيب الفقرات عشوائيا- جميع الفقرات السلبية و الإيجابية في استبانة، ويحدد خمسة بدائل للاستجابة لكل فقرة وهي (موافق جدا، متردد، غير موافق، غير موفق جدا) حيث أن هذا المدى الخماسي للبدائل يتيح للمفحوص التعبير عن موقفه أكثر من المدى الثلاثي، ثم توضع تعليمات الاستجابة على فقرات المقياس والتي منها توضيح أهمية الاستجابة بموضوعية على فقرات المقياس والتأكيد على أن الغرض من المقياس هو لغايات البحث العلمي، ويطلب منهم الإجابة مع عدم ذكر الاسم، ويوزع الاستبيان على عينة عشوائية من الطلبة يفضل أن لا يقل عددها عن (100) طالب وطالبة، بحيث يسجل الباحث الوقت الذي استغرقه الطلبة في الإجابة وكذلك تحديد الفقرات الغامضة التي أثار حولها الطلبة الكثير من التساؤلات لتعديلها .

12- لتصحيح الاستمارات، ينبغي أن تحدد أوزان لكل فقرة من فقرات الاستبيان على وفق البدائل الخمسة التي وضعت لها، وهذه الأوزان تتراوح بين (1-5) درجات، ولكون الفقرات مقسمة إلى فقرات ايجابية وفقرات سلبية، فقد أعطيت للبديل أوافق بشدة (5) درجات و (4) درجات للبديل و (3) درجات للبديل و (متردد) و (2) درجة للبديل لا أوافق، ودرجة واحدة للبديل غير موافق بشدة، وتعكس الفقرات في حالة الدرجات السلبية.

13- استخراج القوة التمييز له لكل فقرة من فقرات المقياس، وذلك لاختيار الفقرات ذات القدرة على التمييز بين المستجيبين الأقوياء في السمة التي يقيسها المقياس وبين الضعفاء منهم، هذا بالإضافة إلى أن عملية تحليل الفقرات تعد من الشروط الأساسية في طريقة لبكرت لبناء المقاييس.

ومما يجدر الانتباه له، إن نسبة أفراد عينة التمييز إلى الفقرات ينبغي أن لا تقلعن (1-15)، وذلك لتقليل فرص الصدفة في الاستجابة، كما أن هذه النسبة تحقق شرطين يجب توفرهما في عينة التمييز هما الحجم والتباين.

ومعنى ذلك إذا كان المقياس يتكون من عشرين فقرة، فيجب أن تؤخذ عينة عددها مائة فرد ليجيبوا على المقياس.

14 – تصحيح الاستمارات، وتستخرج لكل استمارة درجة كلية تمثل مجموع درجاته على كل فقرة من فقرات المقياس.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

-ترتب درجات المستجيبين ترتيباً تنازلياً من أعلى درجة إلى أوطأ درجة على كل استمارة من الاستمارات، ثم أخذ 27 % من الدرجات العليا، ومثلها من الدرجات الدنيا، فتصبح لدينا مجموعتان قوام كل منهما (72) استمارة ومجموعها (45) استمارة، وبعد استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة يستخدم الاختبار الثاني (Test- T لعينتين مستقلتين لمقارنة متوسط درجات المجموعتين، فإذا أظهرت نتائج الاختبار الثاني أن هنالك فروقا ذات دلالة إحصائية بين متوسط كل فقرة من المجموعة العليا وبين متوسط الفقرة من المجموعة الدنيا، فإن معنى ذلك أن الفقرة لها القدرة على التمييز بين المجموعتين العليا والدنيا، ولذا ستبقى هذه الفقرة في المقياس، أما الفقرات التي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهما فتستبعد عن المقياس، لأنها ليست قادرة على التمييز بين المجموعتين .

15 – يمكن أيضا استخدام أي طريقة من طرق تحليل الفقرات، مثل ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس، بهذه الطريقة يمكن تحديد مدى تجانس الفقرات في قياسها للظاهرة السلوكي.¹

3-4-مقياس الوحدات المتساوية البعد لترستون 1935

يتكون المقياس من عدد من الوحدات أو العبارات لكل منهما وزن خاص وقيمة معبرة عن وضعها بالنسبة للمقياس ككل، أما عن طريقة إعداد المقياس وتقديم الوزن الخاص بكل عبارة فهي أن الباحث يجمع عددا كبيرا من العبارات قد يزيد عن مائة ويرى إنها تقيس الاتجاه الذي يريد قياسه وتغطي مدى الموافقة أو الرفض أو التقبل أو النفور ثم يكتب كل عبارة على ورقة منفصلة وتعرض العبارات على مجموعة من المحكمين الخبراء ويطلب من كل منهم بشكل مستقل أن يضع كل عبارة في خانة من (11) خانة بحيث تكون أكثر العبارات ايجابية في الخانة رقم (1) وأكثرها سلبية في (11) والمتوسطة في (6) ويستبعد العبارات غير الواضحة وغير المناسبة والمتكررة ويختار انسب العبارات بحيث تبعد الواحدة عن الأخرى بنفس الدرجة تقريبا وتكتب العبارات في المقياس بشكل عشوائي وغير مرتبة تنازليا أو تصاعديا و يحكم الفرد على العبارة من حيث تأثيرها عليه ومدى تمشي محتواها مع اتجاهه.²

4-4-مقياس أوزجود للتمايز السمانتيكي " الدراسة التحليلية للمعاني " 1950

رأى أوزجود إن لكل لفظ أو تصور نوعين من المعنى أو المفهوم عند الفرد، الأول هو المعنى الإرشادي المادي (الأمور التي يصدق إطلاق هذا اللفظ أو التصور على الأشياء) فمثلا لفظ المنزل هو المكان المحاط

¹ خليل عبد الرحمن المعاينة، ص173-175.

² نفس المرجع، ص170-171.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

بسور وتقييم العائلة، والثاني المعنى الانفعالي الوجداني العاطفي للشيء أي ما تراكم حول اللفظ من خبرات انفعالية وجدانية قد تكون سارة وغير سوية، قوية أو ضعيفة... الخ ومن شأن هذا النوع أن يحدد استجابة الشخص حيال الموضوع، وفي ضوء ذلك يقوم مقياس اوزجود على أساس أن تقدم للمفحوص من التصورات التي قد تشير إلى أشخاص أو حيوانات أو نباتات أو جمادات أو أنظمة اجتماعية أو نحو ذلك لكي يقوم بتحديد منزلتها بين طرفين متقابلين من الصفات المتقابلة مثل: الحسن-القيبح، الكبير - الصغير، القوة - الضعف وهكذا.¹

4-5-قياس جثمان التجمعي 1947

حاول جثمان إنشاء مقياس تجمعي متدرج يحقق فيه شرطا هاما هو إنه أوافق على عبارة معينة فيه فلا بد أن يعني انه قد وافق على العبارات التي هي أدنى منه أو لم يوافق كل العبارات التي تعلوها. ودرجة الشخص هي النقطة التي تفصل بين كل العبارات السفلى التي وافق عليها والعليا التي لم يوافق عليها.²

II-المؤثرين الاجتماعيين

1-تاريخ ظهورالمؤثرين الاجتماعيين

ظهر عالم المؤثرين منذ بداية الشبكة العنكبوتية عام 1991 حيث بدأت حقبة جديدة من الاتصال والتفاعل غير المحدود ساهمت في بناء علاقات مع الناس لم يلتقوا بهم شخصيا وسمحت منتديات الإنترنت ومواقع ساحات النقاش في التسعينات وأوائل الألفية الثانية وضع منشورات الإجابة عن أسئلة من مستخدمين آخرين مما مهد الطريق لظهور أول أمثلة للتأثير الرقمي.

ومع انضمام المستخدمين إلى مجتمعات افتراضية بدأت الشركات تعمل على تشكيل وعي الجمهور من خلال وضع منتجاتهم في المنتديات الشهيرة للترويج لها، ثم برزت المدونات واستخدمت أيضا لأغراض تجارية وأصبحت الشركات ترسل هدايا ترويجية للمدونين ليروجوا لها وقد جرت مناقشات حول التأثير الأخلاقي لتلك الممارسات عام 2002.

¹ نفس المرجع، ص 175-176.

² نفس المرجع، ص 178.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

عام 2004 بدأ تيد ميرفي مؤسس شركة (MINDCOMET) والتي تحمل اسم ZEA شبكة (Blogstar) والتي يرجح أنها أول شبكة مؤثرين في عالم التسوية، وأطلق ميرفي خدمة الدفع مقابل المنشور أو (Pey Perpost) وهي أول خدمة تسويق آلية رقمية تربط المعلنين بالمؤثرين من عالم المدونات وما يتجاوزه. وفي عالم المؤثرين يفترض نوع خاص من العلاقة بين مبدع المحتوى والمشاهد حيث يعتبر المؤثر صديق مقرب أكثر ما هو معلن مدفوع الأجر حيث أن طريقة بث المؤثر للمحتوى تضيفي على المؤثر مسحة من المصداقية، وليس كل مستخدمي مواقع التواصل مشهورين فبعضهم مشاهير على الإنترنت يقدمون الكوميديا والترفيه للناس وليسوا مؤثرين حتى ولو كانوا يملكون متابعين كثيرين.¹

2- خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

يتميز مؤثر مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص تميزهم عن باقي الأشخاص، وتتمثل في:

1-2- المؤثر هو شخص من المحتمل أن يؤثر في سلوك عدد معتبر من المستهلكين: هو صانع محتوى، مدونه على سبيل المثال أو قناة يوتيوب، صفحة انستغرام....، فهو يملك شكل من الخبرة في مجاله تسمح له بتقديم نصائح واقتراحات حول المنتجات والخدمات.

2-2- دائما حاضر على مواقع التواصل الاجتماعي: أو على أي قناة اتصالية تمكنه من الوصول الى عدد كبير من الجمهور.

3-2- يجمع مجتمع نشط ووفي: هذه نقطة مهمة، فحجم متابعيه لا يكفي ليكون مؤثرا جيدا، لذا فهو يعمل على كسب ثقة وولاء جمهوره.

4-2- لديه قوة اكتساب جمهور حسب المواضيع التي تهتمه: لا يمكن للمؤثر أن يلم بكافة المجالات لذا عليه أن يتماشى مع ميولات متابعيه ومع المجالات التي تهتمهم أكثر دون غيرها.²

وحسب بيرونجير غلوغن Berangere Gloaguen فإن أهم الخصائص التي تميز المؤثر هي:

¹- أسى نور صالح، عناصر الجذب في المحتوى الإعلامي للمؤثرين (influenceurs) على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوكيات المجتمع العراقي، مجلة مداد الأدب، العدد 22، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ص 563-564.

²- squid impact, Qu'est-ce qu'un influenceur ? Stéphane Torregrosa, le 05/02/2023, à 22 :50, [https://www.squid-](https://www.squid-impact.fr/quest-ce-quun-influenceur)

[impact.fr/quest-ce-quun-influenceur](https://www.squid-impact.fr/quest-ce-quun-influenceur).

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

5-2-المؤثر خبير ((l'influence est expert): فهو قبل كل شيء مختص معروف في مجال نشاطه، قد يكون سفير (ambassadeur)، واصف (Prescripteur)، قائد رأي (leader d'opinion) أو مرشد (pedagogue)، فمن خلال موقعه على الشبكة الاجتماعية ومستوى خبرته، ينقل مواقفه خبراته ونظراته بطريقة مفصلة وبمصداقية.

6-2-المؤثر هو صانع محتوى (un producteur de contenus): وذلك من خلال كتابة وإخراج البودكاست (podcaste) والفيديو ومشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المؤثر ذو شخصية فريدة من نوعها (l'influenceur a une personnalité unique) الابتكار، التنوع، مواكبة كل ما هو جديد، الشغف، المصداقية، القيادة... هي جوانب تسمح للمؤثر بأن يتميز عن باقي الأشخاص.

7-2-لديه مجتمع وفي (L'influenceur a une communauté engagée): قوة المؤثر ليست دائما حسب عدد متابعيه وكبر حجم مجتمعه، فالأهم هو كسب مجتمع يشتركوا إياه نفس الاهتمامات والمواضيع، فقيمة المؤثر تأتي من تفاعل متابعيه.

8-2-المؤثرون هم أشخاص رقميون (digitale) وذلك لتواجدهم على منصات التواصل الاجتماعي.¹

3-مميزات المؤثرين الاجتماعيين

هناك أربع 4 مفاتيح أساسية تميز المؤثر الجيد، وهي كالآتي:

1-3-لهم محتوى ومحدد ومختار بعناية: من أنتم؟ وماذا أنتم؟، الأشخاص الأكثر تأثيرا على مواقع التواصل الاجتماعي يستغلون حساباتهم من أجل الإجابة على هذه الأسئلة لأنهم يمثلون ويعبرون عن شغفهم.

2-3-الاتصال هو المفتاح: من أجل أن يعمل المؤثر مع العلامة التجارية عليه أن يضع نفسه مكانها فأفضل المؤثرين هم الذين يعرفون كيف يتواصلون فالإتصال يسمح لهم بالعمل بفعالية وسرعة.

¹ - Adobe, les 6 caractéristique de l'influenceur, Bérengère Gloguen, le 05/02/2023, á : 23 :20.

<https://fr.blog.marketo.com/2019/07/les-6-caracteristique-de-l-influenceur-btob.html>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

3-3- لديهم خاصية العمل بالتعاون (la collaboration): يمكن للمؤثرين زيادة عدد متابعيهم وزيادة شهرتهم من خلال القيام بفيديوهات التعاون مع مؤثرين آخرين حيث يروج كل للآخر. كما يمكن القيام بذلك مع العلامات التجارية بهدف الترويج للمنتجات والخدمات التي تقدمها.

3-4- عدم الخوف من قول لا: العامل الأساسي لوجود أي مؤثر هو جمهوره ومتابعيه، فكلما ازداد عدد المتابعين، ازداد إقبال العلامات التجارية على ذلك المؤثر، بغية إقامة شراكات (les partenariats) معه، فهل على المؤثر القبول بها كلها؟ -من المهم أن يكسب المؤثر ثقة جمهوره، لذا فعلى المؤثر قول لا في حال ما إذا كانت تلك الشراكة تشكل خطر على ثقة جمهوره به.¹

4-مجالات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي

إن موقع التواصل الاجتماعي مليئة بالمؤثرين الذين يقومون بالنشر عن مواضيع ومجالات مختلفة، فبناء على الاهتمامات المختلفة لمستخدمي هذه المواقع، الذين قد يتابعون فئات معينة تربطهم بها نفس الاهتمامات، فالمؤثرون يروجون لمنتجات وخدمات والشرائح وتمثل المجالات التي تستهوي المؤثرين فيما يلي:

1-4- مؤثرون في مجال أسلوب الحياة Influencer life style

أسلوب الحياة le life style يعني فن العيش (l'art de vivre)، ويقصد به طريقة العيش، الوجود والتفكير لشخص معين أو مجموعة أشخاص، حيث يظهر تصرفاته اليومية le comportement quotidien، والعادات والقيم التي يسير عليها.

ففي المجتمع الصناعي أسلوب الحياة هو مفهوم نوعي، فهو يعني الطريقة التي تستعملها الأسر في إبراز قدراتها الشرائحية.

أما في علم الاجتماع أسلوب الحياة هو الطريقة التي يعيش بها الفرد أو الجماعة، وهذا يتضمن العلاقات الاجتماعية، طريقة الاستهلاك، طريقة الترفيه، اللباس، إنفاق الاموال...، وكل هذا يختلف من شخص لآخر حسب القيم السائدة لديه (les valeurs) ونظرتهم للعالم المحيط به.

المحتوى الذي يقدمه المؤثرون في مجال أسلوب الحياة يعكس شخصياتهم واهتماماتهم، وعادة ما يكون هذا النوع مصدر لجذب العديد من العلامات التجارية ذات مختلف الأنشطة كالمخصصة في الأدوية

¹ - biogsocial.fr, comment RECONNAITRE UN BON INFLUENCEURS ? Rodolphe, le 05/02/2023, à : 23 :34.

<http://biogsocial.fr/reconnaitre-bon-influenceur-2/>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

الملابس، التجهيزات المنزلية، المواد الغذائية. شركات خدمات الهاتفية ... نظرا لقدرتهم على الجمع بين العديد من المجالات في آن واحد.¹

2-4- مؤثرون في مجال السياحة والأسفار *influenceurs tourisme et voyage*

يعتبر قطاع السياحة والسفر من بين القطاعات الأكثر ترويج والأكثر شعبية حاليا في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أدرك المؤثرون أنه من خلال الجمع بين المناظر الجميلة والملابس الأنيقة في الصور يمكن إحداث نجاح في عالم التسويق التأثيري مدونو السفر (*blogueurs de voyage*) هم أكثر فأكثر انتشارا ، حيث يسافرون إلى مختلف دول العالم ويوثقون الأماكن الجميلة التي يزورونها على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي قد يشاركون صورا أو فيديوهات يطلق عليها بالفلوغ (*le vlog*) ، فهذا يقدمون خططا جيدة (*bon plant*) ونصائح قيمة للمقبلين على السفر حول أحسن الفنادق والمطاعم، الأماكن والوجهات الجيدة، الأسعار...²

يهدف أصحاب الوكالات السياحية (*les agences de voyage*) والفنادق الفخمة للتواصل معهم بغية العمل بالتعاون (*collaborer*) معهم من أجل التسويق لخدماتهم ولتعريف بعروضهم، حيث يقومون بتنظيم رحلات سياحية (*des voyages organisés*) مدفوعة الأجر خصيصا لهذا النوع من المؤثرين بهدف التعريف بكيانهم وعرض خدماتهم وكسب سمعة حسنة ولتعزيز الأنشطة السياحية.³

3-4- مؤثرون في مجال الجمال *influenceurs de beauté*

هم مؤثرون يهتمون بقطاع الجمال، ما يعرف بمدوني الجمال (*blogueurs beauté*) بعض منهم له ملايين المتابعين، فمنذ بضعة سنين أصبح دورهم ضروري ولا غنى عنه في مجال صناعة الجمال والتجميل عبر الأنترنت (*l'industrie de la beauté sur internet*)، فقد أصبحوا سفراء لأكبر العلامات التجارية الخاصة بمواد التجميل.

1- Overblog, c'est quoi un blog lifestyle ? Virginie B, le 05/02/2023, à : 15 :15 <http://www.virginiebichet.org/2015/06/c'est-quoi-un-blog-lifestyle.html>.

2- influentia, classement : influenceurs voyage à découvrir en 2020, l il an khouader, le 10/02/2023, à : 21 :10. <http://influentia.fr/blog/voyage/meilleurs-influenceurs-voyages>.

3- définitions- marketing, voyage influenceurs, B-Bathelot, le 10/02/2023, à : 21 :15. <http://www.definitions-marketing.com/definition/voyage-influenceurs/>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

يتمثل دورهم في مشاركة كيفية وضع واستعمال مستحضرات التجميل (tutoriels make-up) مع تقديم نصائح حول الاهتمام بالبشرة وكيفية العناية بها، وتصنيف المنتجات (placement de produits) من خلال ذكر أسماؤها واسم العلامة التجارية المصنعة لها باستخدام تقنية التاغ (tague) مع تبيان كيفية الحصول عليها إذا كانت تتواجد في محلات إلكترونية (E-shop) أو مكان الحصول عليها من محلات التجزئة، هذا ما يجذب المؤسسات والعلامات التجارية وحتى محلات التجزئة الخاصة بمواد التجميل (marques de cosmétique) إلى التواصل معهم للاستفادة من خدماتهم التسويقية من خلال تنسيق أعمال مشتركة بينهم (collaborer) ليكون المؤثر داعما حقيقيا للمؤسسات في استراتيجياتها الاتصالية والتسويقية.¹

4-4 مؤثرون في مجال الموضة (influenceurs de mode)

مؤثرو الموضة أو ما يعرف ب (blogueurs mode)، يقدمون ويعرضون ملابس جاهزة ومنسقة لعلامات تجارية مختلفة ومتنوعة (ملابس يومية، ملابس رياضية، ملابس مناسبة...) كما يقومون بخلق مجموعات تسمى بمدمني الموضة (fashion addict) يتصفون بالأناقة و باهتمامهم الشديد بمظهرهم وبالعالم الموضة وبأنهم محط أنظار العديد من الناس فهو يعرضون ملابس وأزياء (des looks) ويقدمون خطط جيدة (bon plant) تقيد متابعتهم في تنسيق الملابس، فقدرتهم على التأثير جد واضحة، لذا تعتبرهم العلامات الكبرى "خبراء الموضة" وتدعو عروض الأزياء الخاصة بها ولأسابيع الموضة (fashion Week) جنب الصحفيين المختصين، كما تجعل منهم في بعض الأحيان الوجوه الإعلانية لها تقوم بإصدار تشكيلات بالتعاون معهم (la collaboration).

الهدف من اتصال العلامات بهم للعمل معهم يمكن في قدراتهم على نشر أخبار التشكيلات الجديدة التي قامت بها على نطاق واسع لمالهم من شعبية في هذا المجال، وذلك من خلال تغطيتهم للأحداث الحية وعروض الأزياء باستعمال تقنية الستوري (story) على حساباتهم الخاصة في انستغرام.²

5-4 مؤثرون في مجال الرياضة واللياقة البدنية (influenceurs sport et fitness)

ممارسة الرياضة وخاصة كمال الأجسام واللياقة (muscultation et fitness) أصبحت تلقى رواجاً وانتشاراً كبيراً على مواقع التواصل الاجتماعي، بدأت هذه الظاهرة من خلال المؤثرين في الولايات المتحدة

¹- INFLUENTH le magazine de l'influence marketing, LETOP10 DES INFLUENCEURS BEAUTE FRANÇAISES, isabelle amar, le 10/02/2023, à : 21 :29. <http://www.influenth.com/top-10-influenceuses-beauté-francaises/>.

²- Cosmopolitan, 15 influenceuses mode à suivre, victoria la serre et charlotte darnige, le 10/02/2023, à : 22 :14. <http://www.cosmopolitan.fr/top-10-des-nouvelles-influenceuses-mode-1961748.asp>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

الأمريكية وانتشرت في بقية دول العالم. مبدأ هذه الممارسة هو مشاركة أسلوب عيش صحي (mode de vie sain) فالمؤثرون الذين يهتمون بهذا المجال ينشرون صورهم اليومية أثناء قيامهم بهذه الممارسة لتحفيز متابعيهم ولتعزيز ممارسة الرياضة لديهم، كما يقدمون نصائح حول التمارين الرياضية والتغذية الصحية، أو نصائح تحفيزية.¹

كما أن المؤسسات المتخصصة في صناعة الألبسة الرياضية مثل " puma " أو المؤسسات المنتجة للمكملات الغذائية (compliments alimentaires) يستغلون هذا النوع من المؤثرين من أجل إقامة شراكات معهم (partenariats) وتمويل (sponsorises) بعض من مشورتهم التي تظهر المنتجات الخاصة بهم، أما المؤثرين قد يستفيدون من مبالغ مالية مقابل ذلك إضافة إلى الحصول على المنتجات مجاناً.²

6-4- مؤثرون في مجال الطعام والطبخ (influenceurs culinaire)

يشتهرون بحميمهم للأكل وتجربة أطباق جديدة تختلف باختلاف الأماكن والثقافات، هم مؤثرون يهتمون بالطبخ وتقديم وصفات جديدة، ومعروف عنهم زيارتهم للمطاعم والفنادق لتجربة أطباقهم وتقييمها وإعطاء آراءهم حولها في حساباتهم الخاصة من خلال أسلوب باستعمال تقنية الستوري (story) على إنستغرام.

يستغل أصحاب المطاعم والفنادق مكانتهم وشهرتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، فيقومون بدعوتهم لتجربة الأكل عندهم، أو عند افتتاح مطعم جديد، أو فرع جديد لمطعم ما، ليكون هذا كنوع من الإشهار لكسب اسم وسمعة في السوق ولتوسيع دائرة زبائنهم، حيث قال " أرنود موني، Arnaud monnie (طباخ فرنسي مشهور): «خذوا الإلهام من المؤثرين من أجل القدرة على التواصل مع جماهيركم وانضموا إلى هذه المواهب».

كما تسعى المؤسسات المنتجة للمواد الغذائية للقيام بشراكات معهم من خلال تمويل (sponsoriser) فيديوهات وصفات الطبخ الخاصة بهم مقابل استعمال منتوجاتهم في الوصفات والتوصية باستعمالها.³

7-4- مؤثرون في مجال التكنولوجيا (influenceurs high - tech)

¹- Vid clust, top10 des influenceurs fitness & musculation, jacques, Mura, le 10/02/2023, à : 22 :33.

<http://medium.com/vidclust/pltop-10-desinfluenceurs-fitness-musculation-bd3f3b57656a>.

²- influenth le magazine de l'influence marketing, les 10 influenceurs fitness qui cartonnent sur les réseaux sociaux, AXELLE GAUTHIER, le 10/02/2023, à : 22 :39, <http://www.influenth.com/influenceurs-fitness-populaires/>.

³- think with google, de nouveaux influenceurs culinaires font bouillir la marmite digitale, le 10/02/2023, à 22 :49.

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/tendances/vision/de-nouveaux-influenceurs-culinaires-font-bouillir-la-marmite-digitale/>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

في مجتمع تعددت فيه أدوات التكنولوجيا وتنوعت، أصبح من الصعب على المستهلك اختيار الأجهزة ذات العلامة التجارية المناسبة لعمله واحتياجاته وحتى ميزانيته، ما أدى به إلى اللجوء إلى مختصين وخبراء والأخذ بنصائحهم ومعرفة آراءهم حول بعض الأجهزة نظرا لاهتمامهم وارتباطهم بعالم التكنولوجيا.¹

مؤثرو التكنولوجيا أو ما يعرف بـ: (influenceurs high-tech) هم مؤثرون ذوي الدور الإخباري، حيث يكمن دورهم في تغطية كلما هو جديد في مجال التكنولوجيا مثل الهواتف الذكية، الحواسيب آلات التصوير روبوتات ...، فهم يرصدون كلما هو جديد ويشاركون خبراتهم وآراءهم بعد تجربتها مع متابعتهم مع تبيان طريقة استعمالها ومكان الحصول عليها وكذا أسعارها، فهم يعتبرون مرشد فعال للزبائن .

هذا ما أدى بصناع التكنولوجيات إلى جعل هذا النوع من المؤثرين حلفاء لهم، لخبرتهم العالية ولقدرتهم على التأثير والاستغلال مهاراتهم في تطوير إستراتيجياتهم التسويقية. حيث أصبح هؤلاء المؤثرين شركاء (des partenaires) ومتعاونين (collaborateurs) مع هذا النوع من العلامات التجارية، وتتم دعوتهم إلى الأحداث الحية (les evenements) وإلى أيام إطلاق الأجهزة الجديدة (jours de lancement) بهدف التعريف بكيانها في السوق وتوسيع دائرة زبائنها.²

8-4- مؤثرون في مجال ألعاب الفيديو (influenceurs gaming)

تاريخيا، صناع ألعاب الفيديو بحثوا دائما على أشخاص يجربون منتجاتهم قبل عرضها في السوق، قبل ظهور مفهوم المؤثرين وقبل حتى ظهور المنصات الخاصة بالفيديوهات مثل " اليوتيوب " ، حيث كان صناع ألعاب الفيديو يقترحون منتجاتهم مباشرة للسفراء الذين كانوا يمثلونهم مثل شاك (shaq) ومايكل جاكسون (michael jackson) ، فقد كان مجال ألعاب الفيديو في الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي وسطا صغيرا و ضيقا، إلا أنه استطاع كسر الحواجز سنة 2000 م من خلال تنظيم بعض الأحداث الحية (les événements) المختصة ودعوة وسائل الإعلام إليها .

ومع ظهور المدونات (les blogues) بدأ التحول الذي نعرفه حاليا، خاصة مع ظهور المؤثرين واختصاص بعض منهم في هذا المجال. حيث أدركت شركات إنتاج هذه الألعاب قدرة هذا الجيل الجديد ومهاراته، ومثل أي مؤثر أصبحت تقام شراكات معهم (des partenariats) وكذا الاستعانة بهم للقيام بفترة

¹- kolsquar, trouvez vos influenceurs innovation et technologie (2020) le 10/02/2023, à :22 :57.

<http://www.kolsquare.com/fr/guide/innovation>.

²- influence 4 You , le top12 des influenceurs high-tech, François for You, le 10/02/2023, à :23 :05.

<https://blogfr.influence4you.com/top-influenceurs-high-tech>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

تجريبية للألعاب الجديدة، كما تتم دعوتهم إلى المعارض (les salons) والعروض التقديمية (les présentations) وإلى حفلات إصدار وإطلاق ألعاب جديدة، ليصبحوا بذلك المتحدثين الرسميين لهذه المؤسسات والمسوقين الفعليين لمنتجاتها.¹

5- تصنيفات المؤثرين الاجتماعيين (انواع)

يمكن التمييز بين عدة فئات من المؤثرين الرقميين وذلك وفق عدد من الطرق المختلفة إلا أننا سنركز على أهم 3 طرق:

1-5- حسب أعداد المتابعين

يصنف المؤثرين وفقا لعدد متابعيهم ومعدل مشاهدات مشاركتهم، ووفق هذه الطريقة نميز بين عدة أنواع من المؤثرين على النحو التالي:

1-1-1- المشاهير: وهم الذين تتجاوز أعداد متابعيهم (5 ملايين متابع).²

المؤثر النجم: le all-star influenceur: هذا النوع لديهم عدد هائل من المتابعين يفوق 2 مليون متابع، وهم قادة الرأي الذين عادة ما يتم خلطهم مع المشاهير من فنانيين ورياضيين بسبب العدد الهائل لمتابعيهم، يتميز ب:

- تنوع جمهورهم.

- لديهم قوة تأثير عالية تسمح لهم بالوصول إلى نتائج حسنة.

- تسعيرتهم تحد من إقامة الشراكات معهم من قبل العديد من العلامات التجارية.³

1-1-2- المؤثرين الكبار: ويكون عدد المتابعين لهم من (مليون متابع إلى أقل من 5 ملايين متابع).⁴

1- JCM (journal du cm), les influenceurs dans le gaming... marketing d'influence et monde à part ? Antoine Heil, le 10/02/2023, à 23:17. <http://www.journalducm.com/influenceurs-gaming>.

2- خالد كاظم أبو دوح، مرجع سابق، ص36.

3- launchmetrics, 4types d'influenceurs et les objectifs que vous pouvez attendre grâce à chacun, Gina Gulberti, le 04/02/2023, à 19:46. <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>.

4- خالد كاظم أبو دوح، مرجع سابق، ص36.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

المؤثر الكبير الضخم " les mega influenceur " هو نوع من المؤثرين، يتراوح عدد جمهورهم من خمسمئة ألف 500.000 إلى 2 مليون متابع، سعر الحملة الاشهارية والمنشور لديهم باهض جدا، لكن وصوله لشريحة كبيرة من المستهلكين على مواقع التواصل الاجتماعي مضمون.

هذا النوع من المؤثرين شخصية معروفة، لذا فهو يعمل مع عدة علامات تجارية في نفس الوقت، ما يجب عليه إمضاء اتفاقية شراكة خلال فترة الحملة، يتميز ب:

- جمهور واسع ومتنوع.

- أسعار العمل معهم جد مرتفعة.¹

■ وهنا تأتي فئة المؤثرين المشاهير ذوي التأثير العالي جدا célébrités، وهم المثرين الذين لديهم أكثر من مليون متابع. عادة ما يكونون محترفين جدا على السوشيال ميديا، ويتضمن هذا النوع المغنيين، والممثلين، والرياضيين، وعارضي الموضة، عدد المتابعين على الانستغرام أو اليوتيوب $1m+.$ ²

3-1-5-المؤثرين الكليون: وهم الذين يكون عدد متابعهم من (10 ألف متابع إلى أقل من مليون متابع)، وقد تتضمن هذه الفئة نوعين من المؤثرين الكبار: المشاهير من الدرجة الثانية. الذين لم يصلوا بعد إلى الفترة المطلوبة لتكوين عدد أكبر من المتابعين والفئة الثانية الخبراء الناجحون عبر الأنترنت. ويتمتع أصحاب هذه الفئة بمكانة عالية، ويمكن أن يكون الوصول إليهم أكثر سهولة من أصحاب الفئتين السابقتين.

4-1-5-المؤثرين متوسطو المدى: وهم أصحاب تأثير جزئي، وتتضمن هذه الفئة غالبا أشخاصا عاديين في الحياة، اشتهروا بمعرفتهم ببعض المجالات المتخصصة. ومن ذلك اكتسبوا عددا من المتابعين يتراوح بين 20 إلى 100 ألف متابع. وتتميز هذه الفئة بأن المؤثرين ضمنها أكثر تفاعلا مع المتابعين، وهذا مصدر تأثيرهم الجزئي.³

المؤثر المتوسط الطبقة: le macro influenceur هو نوع آخر من المؤثرين، يتراوح عدد جمهورهم من مئة ألف 100.000 إلى خمسمئة ألف 500.000 متابع، تعمل معهم نسبة من العلامات التجارية ويتميزون ب:

¹- launchmetrics, 4types d'influenceurs et les objectifs que vous pouvez attendre grâce à chacun, Gina Gulberti, le 04/02/2023, à 19:46 . <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>.

²- محمد مصطفى رفعت محرم، تقييم فاعلية أساليب التسويق التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 55، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2020، ص 389.

³- خالد كاظم أبو دوح، مرجع سابق، ص 36.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

- إقامة شراكات (partenariats) حصرية مع العلامات التجارية.

- أسعار العمل بالتعاون (la collaboration) معهم جد مقبولة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.¹

5-1-5- المؤثرين الصغار (النانو) : هذه أحداث فئة اعترف بها، ويطلق عليها مصطلح المؤثرين النانو، وهم الأشخاص الذين ليس لديهم سوى عدد قليل من المتابعين، ويميلون إلى أن يكونوا خبراء في مجال غامض أو متخصص للغاية. ويمكن التفكير في المؤثرين النانو على أنهم سمكة كبيرة يضرب بها المثل في بحيرة صغيرة، ويكون لديهم أقل من 100 ألف متابع، ولكنهم متابعون متحمسون ومهتمون وعلى استعداد للتفاعل مع المؤثر النانو، والاستماع لأرائه والأخذ بها وإعادة صياغة توجهاتهم وتصرفاتهم وفقا لأرائه.²

المؤثرين محدودو التأثير: Nano لديهم جمهور صغير نسبيا على مواقع التواصل الاجتماعي، وخبرتهم في مجال العلامات التجارية قليلة ويتراوح عدد المتابعين على الانستغرام أو اليوتيوب 1k-10k.³

2-5- حسب منصة التواصل

يمكن التمييز بين المؤثرين حسب المنصة الأساسية هم مثل: يوتيوب، فيسبوك ومجموعة التطبيقات الخاصة به (انستغرام) وتطبيق سناب شات، وهناك المؤثرين الأصغر سنا الذين يعتمدون على تطبيق تيك توك.

3-5- حسب مستوى التأثير

يمكن وفق هذه الطريقة التمييز بين عدد من فئات المؤثرين وذلك على النحو التالي:

5-3-1- المشاهير: وهم المؤثرين الأصليون (في الواقع)، الذين استطاعوا إعادة إنتاج شهرتهم وتأثيرهم عبر منصات التواصل الاجتماعي وتضم هذه الفئة بعض الفنانين والرياضيين وبالرغم من أن هؤلاء المشاهير قد يكون لديهم العديد من المتابعين والمعجبين، فإن مقدار تأثيرهم الذي يمارسونه على أولئك الذين يتابعونهم أمر قابل للنقاش (نظرا لضعف تفاعلهم مع المتابعين)، ولذلك يوصفوا أحيانا بالأصنام.

¹- launchmetrics, 4types d'influenceurs et les objectifs que vous pouvez attendre grâce à chacun, Gina Gulberti, le 04/02/2023, à 19:46 . <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>.

²- خالد كاظم أبو دوح، مرجع سابق، ص36.

³- محمد مصطفى رفعت محرم، مرجع سابق، ص 388.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

2-3-5- قادة الرأي والخبراء: وتتكون هذه الفئة من الأشخاص المعترف بهم كأصحاب سلطة في مجال معين بسبب معرفتهم أو مهاراتهم وتشمل خبراء الصناعة وقادة الفكر مثل: الصحفيين والمثقفين والأكاديميين.

3-3-5- المؤثرين متوسطو التأثير: وهم الأشخاص الذين يكتسبون شهرتهم في مجال محدد خاصة القضايا المرتبطة بأسلوب الحياة مثل: الموضة، والصحة والريجيم ونظم التغذية والرياضة، والديكور. كما تضم هذه الفئة النشطاء المهتمين بقضايا محددة. مثل: حماية البيئة أو حقوق الأقليات (قضايا المرأة والطفل). ويتشابه المؤثرين في هذه الفئة مع قادة الرأي. ولكنهم يصنعون سمعتهم بشكل غير رسمي أكثر، ومن خلال نشاطهم عبر الأنترنت، وجودة منشوراتهم بشكل عام.

ونجد بالإشارة إلى التصنيفات السابقة يمكن أن تختلف من الناحية الواقعية بمعنى أنها ذات جدوى لأغراض الدراسة والتحليل أخذ في الاعتبار أن بعض المؤثرين الذين قد يظهرون في فئة منخفضة بمعيار معين. قد يبدو أن أكثر تأثيراً عند النظر إليهم بمقياس آخر.¹

■ يعد هذا النوع من المؤثرين هو الشريحة الوسطى، ويكونون ماهرين في التعاون مع العلامات التجارية لذلك فمن الصعب الحصول عليهم لأنهم مطلوبون وأسعار إعلاناتهم منخفضة نسبياً مقارنة بالنوعين التاليين، عدد المتابعين على الانستغرام " 50k – 500k " وعدد المتابعين على اليوتيوب " 25k – 100k ".²

4-5- حسب المكانة الاجتماعية

1-4-5- المشاهير *les célébrités* : يملكون الملايين من المتابعين حول العالم أمثال نجوم الفن والمشاهير في مختلف المجالات ، ومن المعروف عنهم أنهم منذ القدم يتعاقدون مع العلامات التجارية ليصبحوا وجوهاً إعلانية لها فهم يتميزون بالوصول إلى عدد هائل من الجمهور إلى جانب مستوى عال من الاحترافية ، فالبرغم من أنها ليست مهنتهم ، فعقد الشراكات مع العلامات التجارية تضع من المشاهير مؤثرين ، مثل : اللاعب العالمي كريستيانو رونالدو فهو يعد نجماً في هذا المجال ، فقد قام بعدة حملات ترويجية منها حملة العلامة التجارية "نايك" .

2-4-5- نجوم الشبكات *les stars du web* : هذا النوع من المؤثرين عرف من خلال شبكات الأنترنت، فهم أشخاص يملكون القدرة من خلال تغريدة (un tweet)، منشور (un poste) أو فيديو توليد رؤى عديدة.

¹ - خالد كاظم أبو دوح، مرجع سابق، ص 37.

² - محمد مصطفى رفعت محرم، مرجع سابق، ص 388.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

وبفضل هذا التأثير يستطيع نجوم الشبكات إدارة طلبات الشراكة والعمل بالتعاون (les gestion des demande de partenariats et de collaboration) زيادة على الحصول على العديد من الهدايا من طرف العلامات التجارية.

3-4-5- الزبائن الراضون **les clients satisfaits**: هم أشخاص عاديون يملكون عددا مقبولا من المتابعين، عادة ما يمدحون منتجا ما أو خدمة دون أخذ مقابل، فبعض العلامات التجارية لها الحظ أن يعجب بها من قبل أشخاص لديهم عددا معتبرا من المتابعين، يعتبر هذا النوع مؤثرين، إلا أنهم في الأصل عبارة عن زبائن راضون يشاركون آرائهم.

4-4-5- المؤثرين المتخصصون **les influenceurs spécialisés**: هم أشخاص يملكون حسابات أو مدونات حول قطاعات متخصصة (كالأطباء، الرياضيين...) لذا فلديهم الشرعية في الكلام حول اختصاصهم على عكس المؤثر العام، فهم يشدون اهتمام جمهور مهتم حقا بالموضوع المطروح، ما قد يشير اهتمام بعض العلامات التجارية التي تنشط في نفس المجال، مثال: مدونة لطبيب ينصح فيها متابعيه بعلاج أو دواء ما قد يثير انتباه المؤسسات المنتجة للأدوية للعمل معه.¹

6- طرق التأثير من وراء الشاشة

يتم التأثير على الجماهير من طرف صناع المحتوى من خلال مجموعة طرق هي:

- التفاعل المباشر مع الجمهور في القضايا الآنية، وما يحصل من وقائع وأحداث، والدخول معهم في حوارات الرأي التي تزرع قناعات وأفكار معينة.
- غرس الصور الذهنية الإيجابية عنهم شخصيا، أو عن الجهة التي يعملون لحسابها في مخيلة الجمهور، أو تصحيح الصور السلبية السابقة.
- غرس الأفكار والقيم والثقافات الجديدة، وتحقيق عنصر المكافأة المتخيلة في أذهان الجمهور فيما لو اقتنعوا بذلك.

- عرض المميزات والفوائد الخاصة بالسلع والخدمات التي يروجون لها، واستخدام الأساليب الإقناعية والاستمالات العاطفية والعقلانية، واستمالات التخويف لغرض اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة.

¹- Réputation Vip, qu'est-ce qu'un influenceur ? le 04/02/2023, à 20 :06.

<https://www.reputationvip.com/fr/guide/definition/qu-est-ce-un-influenceur>.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

- استخدام أساليب الإغواء والتفاوض والتمويه في عملية تخلط بين ما هو عاطفي ذو مسحة إنسانية، وما هو اجتماعي أو ربحي، من خلال مفاهيم كثيرة مثل المسؤولية الاجتماعية أو المشاركة العاطفية والوجدانية، وذلك لتحقيق التأثير المطلوب على الجمهور.

- كذلك يعتبر الاعتماد على استخدام الألوان غير المزعجة، وأنواع الخطوط المريحة للبصر، والموسيقى والمؤثرات الصوتية الرقيقة التي تطرب لها الأذن من أساليب التأثير التي يهتم بها المؤثرون كثيرا كما أنهم لا يهتمون بالتعريف بشخصهم، وسيرتهم، وهواياتهم، وأعمالهم من خلال نشر فيديو تعريفي بهم، والقيام بتحديثه كل فترة زمنية.

- ويركز المؤثرون على خاصية التعليقات التي تتيحها منصات التواصل، منطلقين من فكرة أن دورهم لا يقتصر على صناعة المحتوى ونشره على المنصة فقط، بل يمتد إلى أدوار أخرى في غاية الأهمية بعد مرحلة النشر، فلا يمكنهم إهمال التعليقات التي تعد كشریان الحياة لصناع المحتوى. والتعليقات نوعان: نوع يخص تعليق الجمهور على المحتوى، وهو أمر يجب أن يدفع المؤثر متابعيه لفعله كأن يطرح سؤالاً في نهاية كل منشور. ونوع آخر، يتمثل في رد المؤثر على التعليقات، فكثير من المؤثرين يكتفون بإبداء الإعجاب بالتعليقات الحاصلة على منشوراتهم وهذا خطأ فادح، إذ يحتاج كل شخص متابع، بل وينتظر أن يرد المؤثر على تعليقه، ليشعر بالخصوصية والاهتمام والانتماء أيضا.

- ومن الجانب النفسي، يؤدي الهوس بالمؤثرين إلى متابعتهم بشكل يومي، وخلق إدمان على المحتوى الذي ينشره " المؤثر "، الذي يفرض عليه تقديم الجديد في كل مرة، من أجل الحفاظ على متابعيه، وزيادة عددهم، وبيع مزيد من الأموال التي تؤديها له المنصات الاجتماعية.

- وهذا الإفراط في التواصل وغياب المحتوى الهادف أو الترويجي، يدفع المؤثر إلى مشاركة تفاصيل حياته اليومية مع متابعيه، في فقدان تام للخصوصية والجانب الحميمي الذي قد لا تتقبله بعض المجتمعات، خصوصا المجتمعات المحافظة كما يؤدي الحديث عن الأرباح التي يحققها بعض المؤثرين إلى ظهور متطفلين على المجال، يريدون تحقيق الربح السريع دون بذل أي مجهود، وهو ما يؤدي بهم غالبا إلى الفشل، وظهور محتوى رديء، وأحيانا يكون معتمدا على الإثارة، ملوثا بذلك صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.¹

¹ - نبيلة جعفري، مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار، مجلة الرقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02، العدد 01، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2022، ص44-42.

7- ثراء وسائل المؤثرين الاجتماعيين

تتعدد قنوات ومنصات التأثير بالنسبة لصناع المحتوى إذ أن هناك أربع قنوات رئيسية يكون حضور المؤثرين قوى من خلالها وهم فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، ويوتيوب. ولكل مجتمع أو مجموعة من الأفراد أو فئة عمرية ميولة تباين زيادة ونقصاناً مع كل وسيلة، لذلك يجب أن يستغل المؤثر ثراء كل المنصات فيكون موجوداً على كافة وسائل التواصل فلا يحسر أي فئة من الجمهور، فهناك مجتمعات تعشق التويتر وأخرى تعيش داخل الفيسبوك وثالثة تفضل مشاركة كل اللحظات على الانستغرام.

كما أن دور المؤثر لا يقتصر على صناعة المحتوى ونشره على المنصة فقط، بل يمتد إلى أدوار أخرى في غاية الأهمية بعد مرحلة النشر، فلا يمكننا إهمال التعليقات فهي كشریان الحياة لصناع المحتوى، والتعليقات نوعان:

النوع الأول: تعليق الجمهور على المحتوى، وهو أمر يجب أن يدفع المؤثر متابعيه لفعله كأن يطرح سؤالاً في نهاية كل منشور، والنوع الثاني: يتمثل في رد المؤثر على التعليقات، فكثير من المؤثرين يكتفون بإبداء الإعجاب بالتعليقات الحاصلة على منشوراتهم وهذا خطأ فادح، إذ يحتاج كل شخص متابع بل وينتظر أن يرى رد المؤثر على تعليقه ليشعر بالخصوصية والاهتمام والانتماء أيضاً.¹

8- المؤثرين الاجتماعيين قادة الرأي الجدد للشباب

هناك من يرى أن القيادة، هي فن معاملة الطبيعة البشرية أو فن التأثير في السلوك البشري لتوجيه جماعة من الناس نحو هدف معين بطريقة تضمن طاعتهم و ثقمتهم واحترامهم و تعاونهم، ويراها آخرون بأنها العملية التي يمارسها شخص معين التأثير على مجموعة لتحقيق هدف محدد بوسيلة الإقناع أو باستعمال السلطة الرسمية حسب مقتضيات الموقف، وأضاف * توماس جوردن " بأن القيادة في الوظيفة التي يستخدم فيها الشخص ما يملكه من سمات وخصائص اكتسابها كالخبرة والتعلم، كما أضافا " القريدو و بيتي " بأن القيادة في القدرة على ضمان الأنشطة المرغوبة لمجموعة من المرؤوسين بشكل طوعي بدون إكراه.

يستخلص مما سبق أن هناك قاسم مشترك بين الرؤى المختلفة للقيادة وهو القدرة على إحداث التأثير في سلوك الآخرين وذلك ما يحدثه المؤثرون الاجتماعيون لجعل التابعون يقبلون السلطة عن رضا

¹- رانيا رمزي حليم، مرجع سابق، ص 573.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

واختيار وليس عن قهر ومساءلة، كما يتضح أنها تؤكد جميعها على ضرورة توفر عدد من العناصر في القيادة التي تجدها في ظاهرة المؤثرون الاجتماعيون وهي:

- المهمة: مشاركة المتابعون تجاربهم الحياتية.

- الأفراد التابعون: ال followers أي جمهور صناع المحتوى وأغلبهم من فئة الشباب.

- الموقف القيادي: من خلال طرح المؤثرون الفيديو أو الصورة أو الكلمة والتي تتم فيه عملية التأثير بدون إدراك لكونهم وقف قيادي.

- عملية التأثير: حيث يبدأ المتابعون الشباب في تبني أفكار وأراء المؤثرون ويصل البعض منهم الى تقليدهم.¹

9- مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

لا تزال ظاهرة المؤثرين في الجزائر في بداياتها، ولم تتبلور بعد حسب العديد من المختصين في علم الاجتماع، ومنهم الباحث " نور الدين بكيس "، الذي يشير إلى أنها ظاهرة ولدت من رحم الحاجة الوظيفية للبروز وتحقيق الترقية في مجتمعات غير منظمة بالشكل الكافي وغير مؤطرة، وهي ظاهرة وليدة بيئة فرضت وجودها في المجتمع، ويتفاعل معها ويتابعها ملايين الجزائريين، حيث صارت أقوى من وسائل الإعلام الضخمة العمومية والخاصة والفضاءات الرسمية لتأطير الشباب في المجتمع.

والمؤثرون ليسوا نجوما تقليديين، بل إنهم شباب حاولوا جلب الإثارة والانتباه من حولهم، ونجحوا في ذلك من خلال تحقيق نجومية ومكاسب مادية. وبهذا، تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى بوابة لعالم الشغل، حيث استغل شباب جزائري هذه المواقع كمصدر لجني المال وللشهرة، وذلك باستقطاب أكبر شريحة من المتابعين، فمنهم من كانت انطلاقته من خلال فيسبوك، بنشر عدد من الفيديوهات المتعلقة بالحياة اليومية، وكيفية الاعتناء بالبشرة، أو وصفات طبخ، ليؤسسوا بالموازاة مع ذلك، قنوات خاصة على اليوتيوب وصفحات على الانستغرام، وتمكنوا في ظرف قصير من استقطاب شريحة واسعة من المتابعين.

ونشط المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، ونجحوا في جذب ملايين المتابعين، وحققوا الكثير من الانتشار والنجاح، بل وتحول بعضهم إلى الإعلام التقليدي لتقديم مضامين مختلفة، كالمؤثرة

¹- رانيا رمزي حليم، نفس المرجع، ص 569.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

الكوميديّة نهلة tv، التي التحقت بقناة الشروق، والمؤثرة " أميرة ريا " التي التحقت بقناة " الجزائرية وان في برنامج " سوق النسا"، وقناة " النهار " في برنامج " عندي حلم"، و " نوميديا لزول " التي التحقت بتلفزيون " لينا " ببرنامج " Why Not"، و " أم وليد " التي التحقت بقناة " سميرة tv، وغيرهم كثيرون.

واستطاع أولئك المؤثرون أن يصنعوا الشهرة، وأن يظفروا بمكانة في عالم الأعمال، من خلال المنصات الاجتماعية، بإنشاء صفحات وقنوات، غرضها الترويج لعلامات تجارية، حتى أصبح البعض منهم من مالكي خطوط إنتاجية وعلامات تجارية، بدأت تظهر في الأسواق مؤخرا، كماركة " أميرة ريا " للخمارات، والتي فتحت لها نقاط بيع في كل من العاصمة وسطيف.

وتمكن العديد منهم من توسيع نشاطه إلى القيام بحملات إعلانية مختلفة، فيكفي أن تتصفح قنوات بعضهم، أو صفحاتهم، لتلاحظ أنهم يعلنون عن كل شيء، وأي شيء، ففي حساباتهم تتنوع العلامات التجارية بين الغذائية والتجميلية، والصحية، وشمل تسويقهم كل شيء: المحلات، الصيدليات، الأدوات التجميلية، العيادات الطبية، المطاعم، الفنادق ... ويتبارى المؤثرون في مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عبر عرض محتوى قصصي من داخل الفنادق، أو التصوير بالعيادات الطبية أثناء العلاج، أو البث المباشر من داخل المطاعم والفنادق.¹

¹ - نبيلة جعفري، مرجع سابق، ص 44-45.

III-التغير الاجتماعي

1-انواع التغير الاجتماعي

نجد العديد من الباحثين والباحثات يصنفون ويقسمون التغير الاجتماعي إلى أنواع معينة فهناك من يلخص أنواع التغير الاجتماعي في التغير الايجابي والتغير السلبي ومنهم من يحصره في التغير الجزئي والتغير الكلي، التغير المؤقت والتغير الدائم وفي الأخير هناك من يعدده في قد يكون التغير سيرا طبيعيا تلقائيا مستمرا في اتجاه معين - قد يكون التغير عملية تراجعية أو نكوصا - قد يكون التغير انقلابا ثوريا - قد يكون التغير تقدما ارتقائيا مقصودا“.

ولكن نحن في محاضرتنا هذه ستعمل على ذكر نموذج معين لأنواع التغير الاجتماعي، بحيث سيكون شاملا لكل تلك التصنيفات (تغير ايجابي او تغير سلبي، تغير شامل أو تغير جزئي، تغير مؤقت أو تغير دائم، ...) ويتلخص هذا النوع كما أشار إليه Lapierre richard في كتابه المعنون بالتغير الاجتماعي حيث قسمه إلى قسمين: التغير الكمي والتغير النوعي، وسيتم التفصيل في ذلك فيما يلي:

التغير الكمي: وهو الزيادة في حجم السكان وتوزيعه وتركيبته ونمو ظاهرة الاستهلاك في المواد الغذائية والطاقة، وعدد المسافرين وعدد المدارس، ... التي تم فتحها حديثا أي التحول المتزايد في عدد الأفراد وتنوع حاجاتهم وتباين مصالحهم واختلاف ميولهم بغض النظر عن نوعيتها وأهدافها“.

ولهذا النوع من التغير مصادر خاصة به تتمثل في:

- الصراع الاجتماعي: ومن بين العلماء الذين أشاروا إلى أن الصراع الاجتماعي يعتبر مصدرا أساسيا للتغير تذكر كارل ماركس، رالف دارندورف وتوماس بوتومور.

- الحرب: يرى رايت ميلز أن الصراعات الحربية تولد تغيرات اجتماعية هائلة، ونضرب على سبيل المثال الحرب الباردة وهي من أعنف مظاهر الحرب في القرن العشرين (1950-1960) بين الكتلتين الشرقية والغربية (الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفياتي) بحيث تحول النظام العالمي من ثنائي القوة إلى أحادي القوة حيث أصبحت الو، م. ا القوة العظمى في العالم

- الحركات الاجتماعية: وهي فعل جمعي يقوم بإرساء حركة التغير الاجتماعي، ومن أسباب نشوئها نذكر فشل المؤسسات الاجتماعية في تحقيق أهدافها، الضغط الاجتماعي، عدم الرضا الشخصي، ... وهي

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

أنواع الحركة النهضوية، الحركة الثورية، الحركة الإصلاحية، الحركة النسائية وغيرها من الحركات التي تساهم في إحداث التغيير الاجتماعي بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة.

- العقائد الإيديولوجية: وفي هذا العنصر نشير إلى دراسة ماكس فيبر حول أثر القيم والمعتقدات البروتستانتية التي شجعت على تطوير النظام الرأسمالي بشكل مباشر.

كما أشار أيضا إلى أن الأخلاق الكونفوشسية أثرت على النظام البيروقراطي في الصين مما أدى إلى تغير الحياة الاجتماعية فيها.

- القائد الملهم (الكاريزما): يتم التغيير الاجتماعي من خلال وجود فرد يتصف بالطموح والرغبة الشديدة في أن ينقل مجتمعه من المرحلة التقليدية إلى المرحلة الحديثة المتقدمة. وقد أشار فيبر إلى مصطلح الكاريزما بأنه: شخص يتميز بصفات لا يتميز بها الإنسان العادي لأنها صفات فوق طبيعية ومثل هذه الصفات نجدها عند القادة السياسيين أمثال هتلر، والقادة الدينيين أمثال الأنبياء والرسل (محمد صلى الله عليه وسلم، عيسى عليه السلام، ...).

الاختراع والاكتشافات العلمية: يعتبران من المصادر المهمة المساهمة في عملية التغيير الاجتماعي مثلا اكتشاف كريستوف كولومبس لأمريكا، واكتشاف كوبر نيكوس حركة الأرض حول الشمس واختراع القطار، السيارة، الطائرة، الهاتف النقال، الانترنت، ... بمعنى اختراعات وإبداعات في مختلف الميادين التي تضمن للفرد العيش برفاهية في مجتمع يتميز بالتقدم والتطور والتنمية وصولا في نهاية المطاف إلى استقرار واستمرار المجتمع.

- كما نجد أن هذه الاختراعات غيرت مجرى التاريخ الحضاري للإنسان.

- التغيرات الطبيعية: تؤدي التغيرات الطبيعية بدورها إلى تغيرات اجتماعية متنوعة قد تؤثر في حجم السكان وذلك مثلا من خلال الظواهر الطبيعية كالزلازل، الفيضانات، الجفاف.

- النمو السكاني: فالتضخم السكاني يهدد بالدرجة الأولى توازن واستقرار المدن الكبرى في العالم لأن تدفق هجرات السكان من الأرياف نحو المدن هو أحد نتائج التزايد السكاني الغير المدروس مسبقا.

وهذا التضخم السكاني يسبب العديد من الحروب والنزاعات ومختلف المشاكل الاجتماعية والصحية، وهنا يتغير المجتمع حالة من جيدة إلى حالة سيئة.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

باختصار، تتجلى مصادر التغير الكمي على مستويات مختلفة ومتنوعة تتمثل في المستوى الفردي، المستوى الاجتماعي، المستوى المادي والمستوى الطبيعي.

جدول يوضح مصادر التغير الاجتماعي حسب أنواعه

تغير طبيعي	تغير مادي	تغير فردي	تغير اجتماعي	
التغيرات	الطاقة	الكاريزما	الصراعات الاجتماعية	1
الطبيعة (الزلازل)	التكنولوجيا	الإبداع	الحركات الاجتماعية	2
	الحرب		النمو السكاني	3
			الحرب	4
			العقائد الإيديولوجية	5

علاقة مصادر التغير بمداياته

تغير بعيد المدى	تغير متوسط المدى	تغير قريب المدى
النمو السكاني	الصراع	الإبداع
الحركات الاجتماعية	الكاريزما	الكاريزما
الصراع الاجتماعي	الحرب	الطاقة
الحرب	العقيدة الإيديولوجية	التكنولوجيا

التغير النوعي: وهو التحول في عدة مستويات تحولا كئفيا كالتحول على مستوى التفاعل والعلاقات الاجتماعية، وعلى مستوى القيم، الأفكار، العادات والتقاليد التي يتضمنها المجتمع والتي تتماشى مع روح العصر وبالتالي فهي تخضع للتحولات المستمرة حسب تحولات أهداف ورغبات وطموحات الأفراد.

ولهذا النوع من التغير مصادر خاصة به هو أيضا وتشمل كل من:

- الموضة: هذا المصدر يعكس اهتمام الأفراد في اقتناء ابتكار يشجع رغبتهم الذاتية الجمالية اليومية من أجل تجديد معنوياتهم ونضرب مثلا على ذلك هوس الناء باقتناء آخر المبتكرات في الأزياء الملابس والتجميل، ... الخ.

أما الرجال فهوسهم يتجلى مثلا في موديلات السيارات.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

- الحركات الاجتماعية والطوائف الفتوية: وهي تتميز بتملك الشك وعدم الارتياح لما هو سائد من أفكار ومعايير في مجتمعهم وبالذات في مجال الصحة، الفكر والثروة، يعني يبحثون عن منطلقات جديدة ليؤسسوا حكومة تجلب الرفاهية لهم ولمجتمعهم. وما يمكن التنويه إليه، أن مصادر التغيير الكمي أو التغيير النوعي التي تم ذكرها أنفا (الموضة، الحركات الاجتماعية، الصراع الاجتماعي، الحرب، العقائد الإيديولوجية، الإبداع والابتكار، الكاريزما) هي مصادر خاصة بزمان دون آخر وبمجتمع دون آخر أي أن هذه المصادر متغيرة لا ثابتة لا في الزمان ولا في المكان، ونضرب مثالا على ذلك فيما يلي:

- التحول من أسرة ممتدة إلى أسرة نووية تغيير كمي مصدره نمو الصناعة، التحضر، تطور المدن، ارتفاع نسبة الهجرة.
- تغيير في قيم الأسرة: تغيير نوعي مصدره الهجرة، عمل المرأة وتكلفة الحياة.¹

2- أدوات التغيير الاجتماعي

من خلال العرض السابق المتعلق بالتغيير الاجتماعي، لابد من التأكيد بأن هناك عدة أدوات لها تأثير واضح على عملية التغيير، يمكن إجمالها على النحو التالي:

1. هيئة المسرح للتغيير الاجتماعي. (وسائل الإعلام بوسائلها المختلفة).
2. العمل المباشر. (بين أعضاء الجماعة).
3. الاحتجاج، (صورة من صور المظاهرات السلمية).
4. التوجيه. (عن طريق التوجيه والتعليم).
5. تنظيم المجتمع المحلي. (إيجاد المؤسسات النقابية والمؤسسات الحكومية).
6. الثورة. (المدنية أو العسكرية).
7. النشاط السياسي. (التوجيه السياسي المنظم).²

3- التكنولوجيا ودورها في التغيير الاجتماعي

نظرية الحتمية التكنولوجية: وهي نظرية في التغيير الاجتماعي، تتسم بأنها نظرية في التقدم أو النمو التطوري، ترى أن الأسلوب الفني للإنتاج يخضع لمنطق أو مسار خاص به، ويعد هذا الأسلوب هو المحدد الرئيسي للنظم والعلاقات الاجتماعية، ولما كان واضحا أن الحتمية التكنولوجية -بمعناها الحرفي- تفتقر إلى

¹ سهيلة لغرس، مرجع سابق، ص30-36.

² نبيل عبد الهادي، مرجع سابق، ص146.

الفصل الثاني الأسس النظرية للاتجاهات والمؤثرين الاجتماعيين

الصدق فإننا نجد أن أغلب تلك النظريات الحتمية تشير إلى وجود هوة ثقافية بين إدخال التكنولوجيا الجديدة، وظهور تأثيرها الاجتماعي بشكل كامل، بمعنى أن هذه النظرية ترى أن أصل كل تغير اجتماعي هو استجابة للتغير في التكنولوجيا وأن التغيرات الاجتماعية الحادثة في أي مجتمع هي اللحاق بالتغير التكنولوجي.

ويعد ويليام أوجبرن من أشهر أعلامها، حيث يرفض الحتمية البيولوجية، ويركز في تفسيره للتغير الاجتماعي على التكنولوجيا، باعتبارها محركاً رئيساً له، وافترض أن التكنولوجيا تفقد قيم المجتمع، وبنيتها الاجتماعية.

كما يمكن أن تدرج ضمنها نظرية مارشال ماكلوهان والذي يرى من خلالها أن كل تطورات المجتمعات المعاصرة مردها إلى تطور تكنولوجيا الاتصال.

وقد تعرضت هذه النظريات إلى جملة من الانتقادات منها:

- إنها نظريات اختزالية ذات نظرة أحادية.
 - إنها نظريات متحيزة تميل إلى تبرير أفكار بعينها.
 - إنها نظريات غير علمية لأنها تؤكد سبباً واحداً دون تمحيص علمي دقيق.
 - إنها قد أدت إلى كثير من الصراعات بين الشعوب.
- إنها ولدت أشكالاً من العنصرية السياسية التي يعاني منها عالمنا المعاصر.¹

¹ د. نوار بورزق، محاضرات في التغير الاجتماعي، ط1، دار الكلمات للنشر والتوزيع، باتنة، 2022، ص68-69.

تعتبر ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين موضوعا جديدا وجديرا بالدراسة بشكل معمق، ولهذا حاولنا في هذا الفصل أن نقدم أكبر قدر ممكن من المعلومات النظرية والتوضيحات حول الاتجاهات، وحول ظاهرة المؤثرين الاجتماعيين ومهامهم ونشاطهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما قدمنا معلومات حول التغيير الاجتماعي الذي لا يمكن تجاهل تغيرات وتطورات المجتمع عامة لدى فئة الشباب خاصة.

الفصل الثالث: منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية.

- تمهيد
- 1- مجالات الدراسة
- 2- منهج الدراسة.
- 3- أدوات جمع البيانات.
- 4- خصائص المجتمع الدراسة.
- خلاصة.

تمهيد

ان القيام ببحث ميداني يتطلب اتباع خطوات منهجية منظمة قصد الوصول الى حل للمشكلة او تفسير ظاهرة، بعدما تطرقنا الى الجانب النظري لموضوع البحث سيتم هذا الفصل عرض منهجية الدراسة وتقنيات الدراسة الميدانية والمتمثلة في: مجالات الدراسة، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، خصائص مجتمع الدراسة.

1-مجالات الدراسة

✓ 1-1-الحدود المكانية: يتم اجراء هذه الدراسة المتمحورة حول اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في التغبر الاجتماعي في ثانوية مالك بن نبي- تبسة-. وهي ثانوية تأسست سنة 1974 تقع في وسط ولاية تبسة حي السلم، تعتمد نظام خارجي (نصف داخلي)، مساحتها الكلية 3000م²، المساحة المبنية 2000م²، المساحة الخاصة للتوسع 1000م²، عدد قاعات الدراسة 34قاعة، عدد المخابر 06، ثم الملاحق المتمثلة في مدرج، مكتبة، مطبخ، مطعم، قاعة مداومة، قاعة الاجتماعات، قاعة الأساتذة، قاعة متعددة الرياضات، ملعب كرة اليد، ملعب كرة السلة، النادي، اقامتين للمفتشين، مراقدا. يتمدرس بها 1458 تلميذ، في السنة الدراسية 2023/2022. ويؤطّرهـم 84 أستاذ.

يتألف الطاقم الإداري من: مدير، ناظر، مستشار توجيه، مستشار تربية (2)، المشرفين (11)، اداريين (8)، مصالـح اقتصادية (6)، طاقم العمل (29).

✓ الحدود الزمنية: تنطلق هذه الدراسة منذ الاحساس والشعور بالمشكلة او ما يسمى بالحدس العلمي للمشكلة والملاحظات الاولية للظاهرة، تم الاقتراح الاولي للموضوع ومناقشته مع الاستاذ المؤطر "نوار بورزق" ثم بعد الموافقة الاولية من الاستاذ المشرف تم ملء الاستمارة الخاصة بطرح موضوع عنوان المذكرة ذلك ، وبعد اجتماع لجنة المداولات حول التشاور والموافقة على مواضيع مذكرات التخرج تم الاعلان عن نتائج القبول الرسمي لعنوان دراستنا في شهر اكتوبر، وكذا بداية الدراسة الميدانية للميدان التطبيقي في 2023/02/15، التي تم الاطلاع والتعرف على الثانوية، ثم الاستمارة وتحكيمها في أواخر شهر مارس وتحكيمها ثم توزيعها في افريل. وفي يوم، تم توزيع استمارات الاستبيان حسب عدد مفردات عينة الدراسة، وجمعها يوم.

✓ الحدود البشرية: تقف هذه الدراسة على أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة -.

2-منهج الدراسة

يمثل مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بهدف الوصول الى النتائج والحقائق العلمية حيث دقة هذه الاخيرة التي يحققها الباحث متوفرة صحتها على الاختيار الانسب للمنهج وأدوات جمع البيانات¹.

¹ سهيل رزق ذياب، مناهج البحث العلمي، غزة، فلسطين، 2003، ص70.

الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

فطبيعة دراستنا تنتهي الى الدراسات الوصفية التي تسمح بمعالجة اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في التغبر الاجتماعي وفي دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي من خلال أسلوب المسح الاجتماعي الشامل نظرا لقلة عدد أفراد مجتمع الدراسة.

يمكن من فهم الجوانب النظرية للدراسة بغرض استخراج مبادئ مدعمة بالأدلة الواضحة بحيث لا تتعارض النتائج مع بعضها البعض بطريقة علمية مدروسة بقصد الوصول لتعميمات متعلقة بدراسة

3-ادوات جمع البيانات

ان طبيعة موضوع الدراسة تلزم الباحث ان يختار أداة ملائمة في عملية جمع البيانات والمعلومات من مجتمع البحث من اجل الوصول الى النتائج وإزالة الغموض، فجمع المعلومات والبيانات يساعد في فهم مشكلة الدراسة وتحليلها. مما يتطلب على الباحث استخدام اداة تتلاءم مع المنهج المعتمد في هذه الدراسة وانطلاقا مما سبق فان طبيعة دراستنا تحتم الاعتماد على أداتين مهمتين لجمع المعلومات وهي "استمارة الاستبيان".

الاستبيان:

يعتبر من اهم ادوات جمع البيانات في البحث العلمي وفي مقدمتها. وهو الأداة المعروفة وواسعة الانتشار، يقوم على مجموعة من الاسئلة والاستفسارات التي تحتاج الى اجابة بطريقة محددة مثل: ما مدى؟ ما كيفية؟ من خلال قياس وجهات نظر العينة المدروسة، وتقسيمها بشكل منهجي الى عينة من مجتمع الدراسة، ثم يتم اختيارها بعناية وتختلف جودة الاسئلة حسب موضوع الدراسة (اوافق لا اوافق، محايد) قد تكون هناك اسئلة مفتوحة تمكن للمستجيب الاجابة عليها بحرية من خلال التعبير عن رأيه.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا على استمارة (الاستبيان) التي تمكن من جمع معلومات وحقائق ذات صلة لدراستنا في ولاية - تبسة- من خلال طرح مجموعة أسئلة مفتوحة موجهة الى عينة من ثانوية مالك بن نبي والتي تضمنت الدراسة على أربعة محاور مرتبطة بتساؤلات الدراسة حول (الجنس، السن، الشهادة المتحصل عليها، الحالة الاجتماعية، الخبرة المهنية، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، امتلاك مواقع التواصل الاجتماعي).

¹ محمد عبد العال والنعيبي عبد الجبار وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص184.

4- خصائص مجتمع الدراسة:

بعد مقتضيات توزيع افراد مجتمع الدراسة بين النوعين (الجنسين - ذكر وانثى) وحيث قدر مجتمع دراستنا ب 84 أستاذ 20 ذكر و44 انثى.

بضياح متمثل في 20 استمارة، فمنهم 3 أساتذة غائبين بشهادات طبية، و3 اخرون منشغلون في التقاعد، و4 أساتذة لم يقبلوا الإجابة على الاستمارة، و10 أساتذة تماطلوا في استرداد الاستمارات.

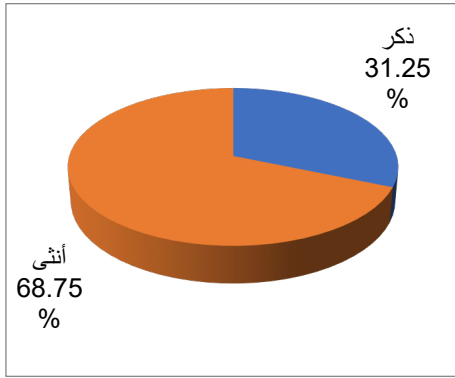
-المحور الاول : عرض و تحليل البيانات الشخصية

تم توزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة والتعرف على البيانات الشخصية لعينة الدراسة وفيما يلي تحليل لذلك.

توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس

جدول رقم (06): يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس شكل رقم (01): دائرة نسبية

تمثل التوزيع البياني للعينة حسب متغير الجنس



متغير العمر	التكرار	النسبة %
ذكر	20	31.3
أنثى	44	68.8
المجموع	64	100.0

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن (68.8%) من أفراد عينة الدراسة إناث، في حين (31.3%) ذكور، وهذا ما يمكن تفسيره بالرجوع الى طبيعة العمل في المؤسسات التربوية، والتي نلاحظ فيه وجود سيطرة لجنس الإناث على جنس الذكور، بسبب وجود ميولات للإناث للعمل في القطاع التربوي، على عكس الذكور.

أولاً: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن

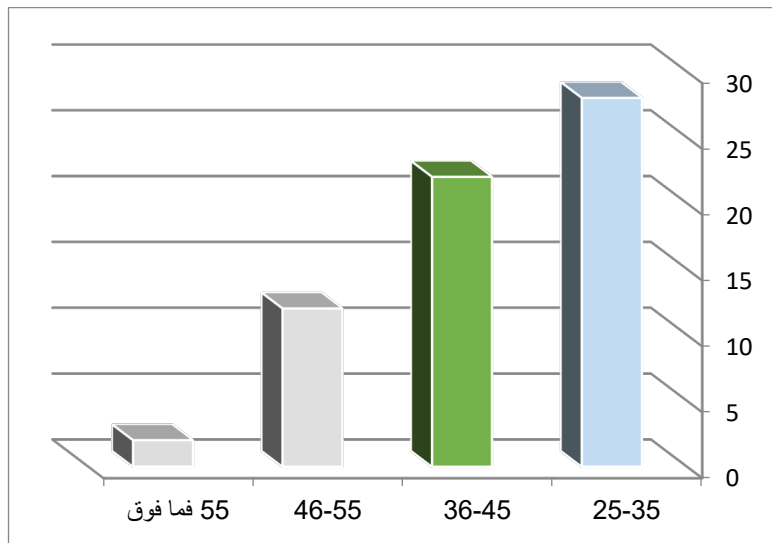
جدول رقم (07): يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن

متغير العمر	التكرار	النسبة %
25-35	28	43.8
36-45	22	34.4
46-55	12	18.8
55 فما فوق	2	3.1
المجموع	64	100.0

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يتضح من الجدول أن ما نسبتهم 43.8% من المبحوثين يتراوح أعمارهم بين 25 و35 سنة، و34.4% منهم يتراوح أعمارهم بين 36 و45 سنة، في حين 18.8% يتراوح أعمارهم بين 46 و55 سنة، في حين قدرت نسبة فئة 55 سنة وما فوق بـ 3.1%، وهذا ما يمكن تفسيره بأن جل أفراد عينة الدراسة من الأساتذة الجدد، والذين هم على إطلاع بكل التطورات التكنولوجية الحديثة الموجودة في الوقت الحالي. ويمكن تمثل هذه النتائج وفقاً للشكل الموالي.

شكل رقم (02): يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن



الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الشهادة المتحصل عليها

جدول رقم (08): يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الشهادة المتحصل عليها

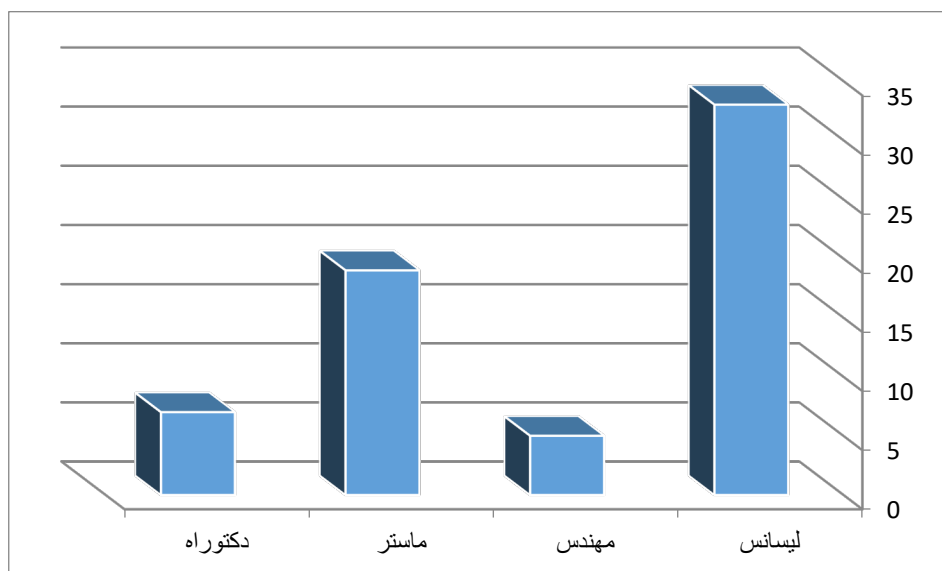
النسبة %	التكرار	متغير الشهادة المتحصل عليها
51.6	33	ليسانس
7.8	5	مهندس
29.7	19	ماستر
10.9	7	دكتوراه
100.0	64	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 51.6 % من أفراد عينة الدراسة يمتلكون شهادة ليسانس، وهي الشهادة المطلوبة للتدريس في الثانوية في بعض المواد الدراسية، أما نسبة 29.7 % يمتلكون شهادة الماستر، وهذا راجع الى وجود بعض المواد الدراسية التي يتطلب تدريسها الحصول على شهادة الماستر ، في حين نجد نسبة الأساتذة الحاصلين على شهادة الدكتوراه تقدر بـ 10.9 %، وهذا ما يمكن إرجاعه الى قيام هؤلاء الأساتذة بالتدريس في الطور الثانوي بعد عدم حصولهم على مناصب في الجامعة، وأخيرا نجد نسبة الأساتذة الحاصلين على شهادة مهندس مقدر بـ 7.8 %، والذين يدرسون في الطور الثانوي نتيجة عدم حصولهم على مناصب عمل أخرى. ويمكن تمثيل هذه النتائج وفقا للشكل الموالي.

شكل رقم (03): دائرة نسبية تمثل التوزيع البياني لأفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الشهادة المتحصل عليها

الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية



توزيع أفراد مجتمع حسب متغير الحالة الاجتماعية

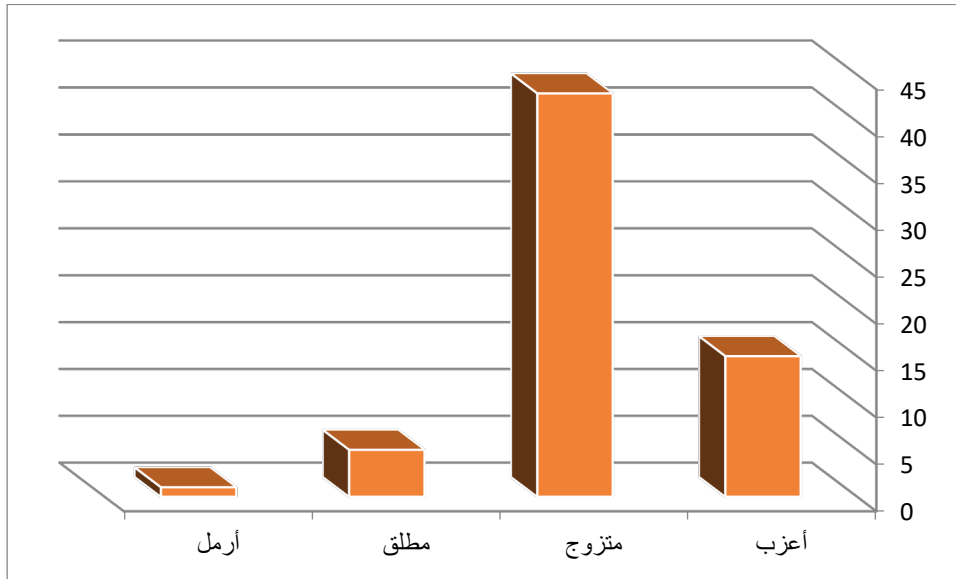
جدول رقم (09): يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
67.2	43	متزوج
23.4	15	أعزب
7.8	5	مطلق
1.6	1	أرمل
100.0	64	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 67.2% من أفراد عينة الدراسة متزوجين، وهذا ما يمكن تفسيره بالوضع المالي الجيد للأساتذة الذي يسمح لهم بالزواج وتلبية كل متطلبات الحياة الأسرية، في حين نجد 23.4% عازبين، وهذا ما يمكن ربطه بمتغير السن حيث نلاحظ أن هناك العديد من الأساتذة صغار السن وهو الأمر الذي من شأنه أن يؤثر على متغير الحالة الاجتماعية، كما يمكن تفسير ذلك بوضع الأسرة، في حين نجد نسبة المطلقين والأرامل ضعيفة، إذ تقدر بـ 7.8%، و1.6% على التوالي، وهذا ما يمكن تفسيره بوضع الأسرة، وحالات الوفاة التي يتعرض لها الأشخاص، ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه وفقاً للشكل:

شكل رقم (04): تمثل التوزيع البياني لأفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية



توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

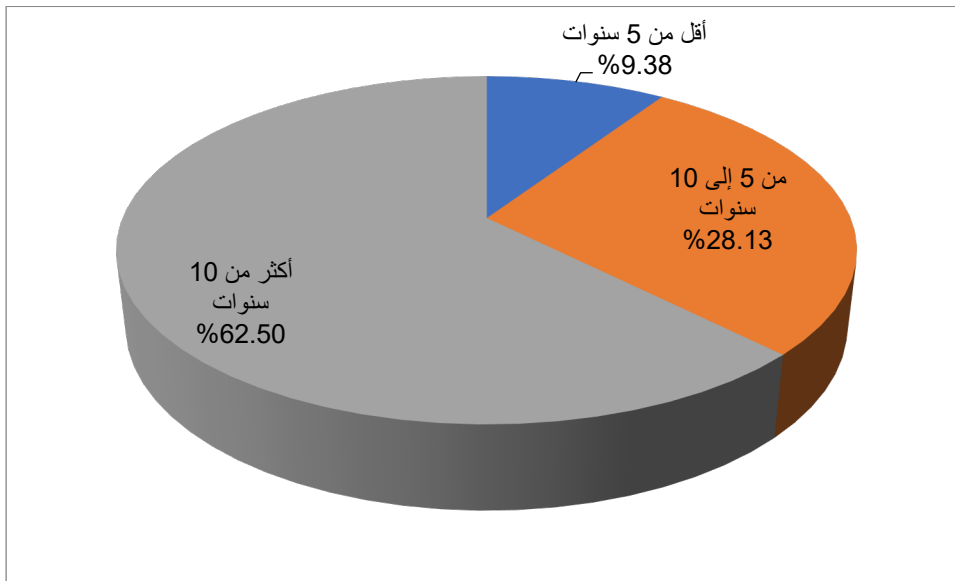
جدول رقم (10): يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
9.4	6	أقل من 5 سنوات
28.1	18	من 5 إلى 10 سنوات
62.5	40	أكثر من 10 سنوات
100.0	64	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 62.5% من أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة أكثر من 10 سنة، في حين أن الأساتذة الذين لديهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات يمثلون 28.1% من مجتمع الدراسة، ليحل الأساتذة الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت بـ 9.4% من مجتمع الدراسة، وهذا يدل على وجود تفاوت في خبرة الأساتذة، وهذا ما يمكن إرجاعه إلى عامل السن من جهة، وإلى عامل الحالة الاجتماعية من جهة ثانية، وهذا ما من شأنه أن يفسر عدم وجود مسابقات توظيف بالمؤسسة. ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه وفقاً للشكل:

شكل رقم (05): يمثل التوزيع البياني لأفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية



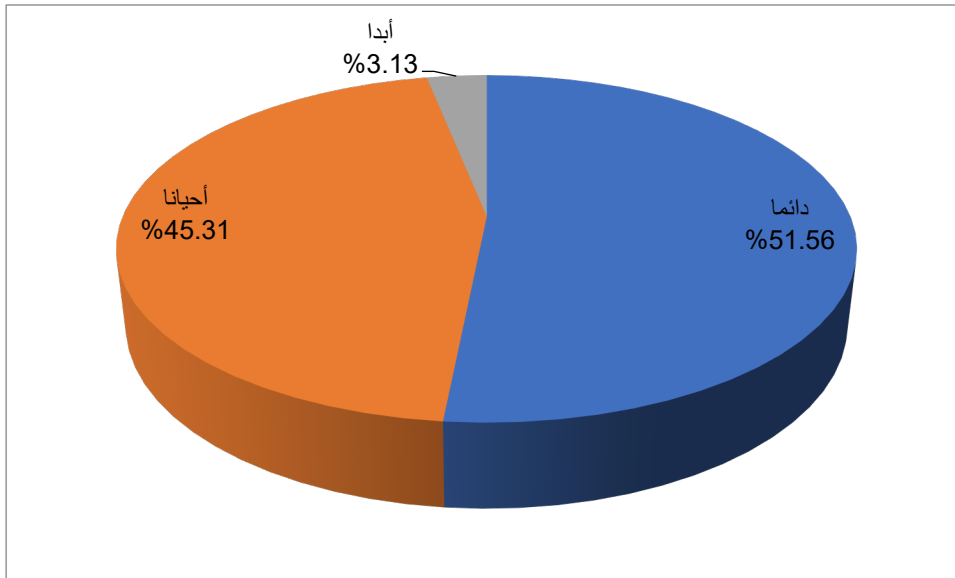
الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
جدول رقم (11): توزيع أفراد مجتمع الدراسة متغير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
51.6	33	دائما
45.3	29	أحيانا
3.1	2	أبدا
100.0	64	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 51.6% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، في حين نجد 45.3% أحيانا ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، في حين توجد نسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 3.1% لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير هذه النتائج بالاعتماد على التطورات التكنولوجية الحديثة التي نعيشها اليوم، والتي تتطلب منا مواكبتها، ومن ضمن هذه التطورات التكنولوجية نجد مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي أصبح غالبية الأفراد في وقتنا الراهن يتصفحونها يوميا. ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه وفقا للشكل:

شكل رقم (06): يوضح التوزيع البياني استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

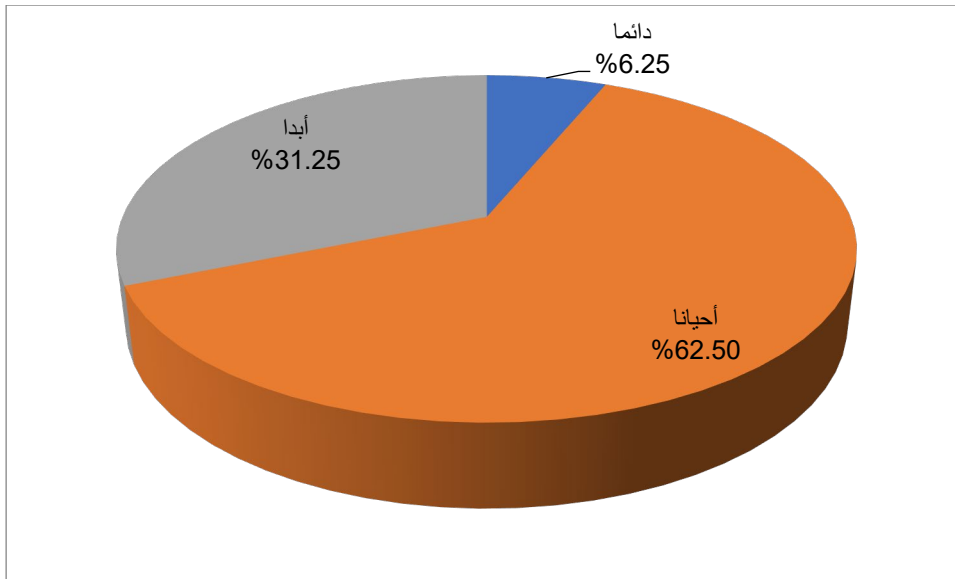
توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متابعة المؤثرين الاجتماعيين

جدول رقم (12): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير متابعة المؤثرين الاجتماعيين

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
6.3	4	دائما
62.5	40	أحيانا
31.3	20	أبدا
100.0	64	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 62.5 % من أفراد عينة الدراسة أحيانا ما يتابعون المؤثرين الاجتماعيين، في حين نجد 31.3% لا يتابعون المؤثرين الاجتماعيين، في حين توجد نسبة صغيرة تقدر بـ 6.3% يتابعون المؤثرين الاجتماعيين بصفة دائمة، ويمكن تفسير هذه النتائج على أساس استخدام الأساتذة لمواقع التواصل الاجتماعي من جهة، ومن جهة أخرى رغبتهم في معرفة كل جديد ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى محاولتهم معرفة المواضيع التي يتم نشرها من قبل المؤثرين الاجتماعيين.

شكل رقم (07): يوضح التوزيع البياني متابعة المؤثرين الاجتماعيين



الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

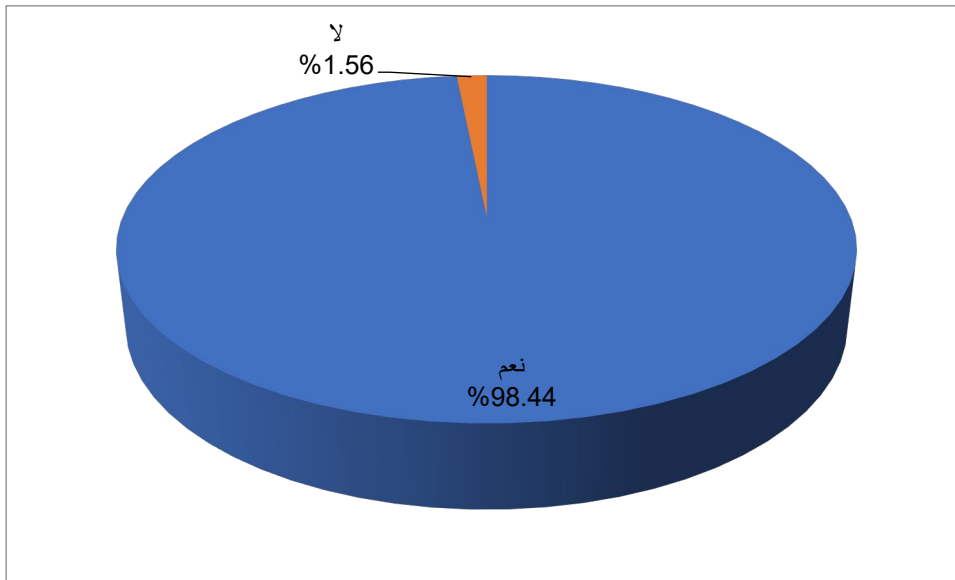
توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير امتلاك حساب في مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (13): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير امتلاك حساب في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
98.4	63	نعم
1.6	1	لا
100.0	64	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الأغلبية الساحقة والمقدرة بـ 98.4 % من أفراد عينة الدراسة يمتلكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يمكن تفسيره بنتائج السؤال رقم (06)، إضافة إلى رغبتهم في الاطلاع على كل جديد، وهو الأمر الذي توفره مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي، بينما نجد نسبة ضئيلة جداً تقدر بـ 1.6 % لا تمتلك حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي. ويمكن تمثيل نتائج الجدول أعلاه وفقاً للشكل الموالي:

شكل رقم (08): يوضح التوزيع البياني أفراد مجتمع الدراسة حسب امتلاكهم حساب في مواقع التواصل الاجتماعي



الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب مواقع التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون فيها حسابات.

جدول رقم (14): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب مواقع التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون حسابات فيها

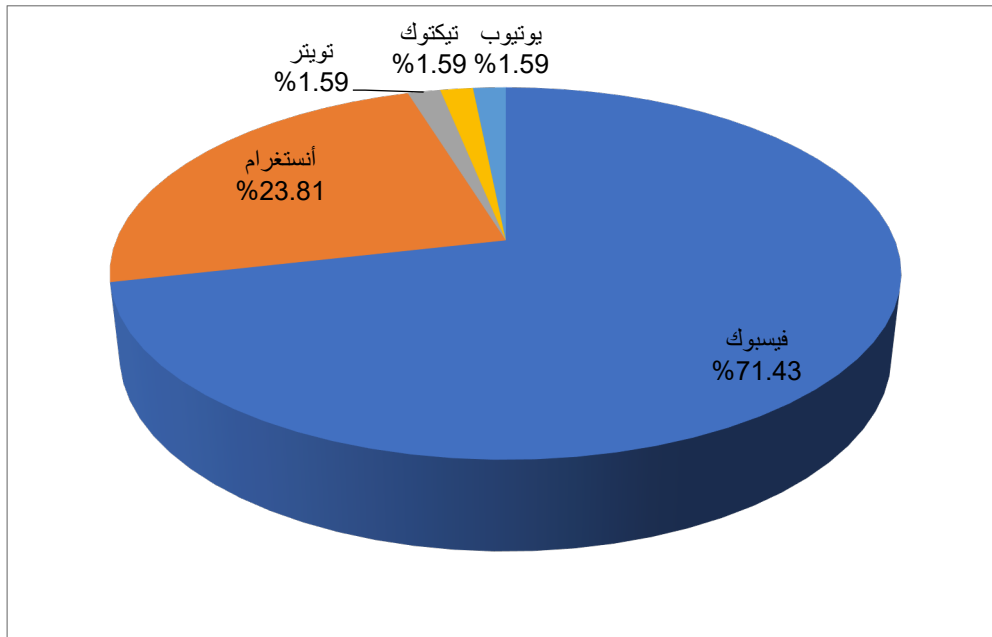
النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
70.3	45	فيسبوك
23.4	15	إنستغرام
1.6	1	تويتر
1.6	1	تيك توك
1.6	1	يوتيوب
100.0	64	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 70.3 % من أفراد عينة الدراسة يمتلكون حساب في موقع الفيسبوك، في حين نجد 23.4% يمتلكون حساب في موقع إنستغرام، بينما هناك 1.6 % يمتلكون حسابات في مواقع تويتر، تيك توك، يوتيوب، ويمكن تفسير هذه النتائج اعتمادا على درجة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يعتبر الفيسبوك الموقع الأكثر انتشارا في العالم، إضافة الى سهولة استخدامه، إضافة الى أن كل جديد يخص القطاع التربوي، يتم نشره عبر الصفحات الرسمية الموجودة في الفيسبوك، على عكس بقية المواقع الأخرى، التي يكون محتواها بعيدا نوعا ما عن المجال التربوي، بينما محتوى موقع الانستغرام يتعلق بأخبار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) وكذا استعماله في عملية التسوق الإلكتروني. في حين نجد 1.6% من أفراد عينة الدراسة لا يمتلك أي حساب في مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث منهجية وتقنيات الدراسة الميدانية

شكل رقم (09): يوضح التوزيع البياني لأفراد مجتمع الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون

حسابات فيها.



خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل الى تحديد نوع المنهج المتبع وهو المنهج الوصفي وهذا المنهج يتلاءم مع دراستنا، مع تحديد نوع الأداة المراد جمع البيانات بها والمتمثلة الاستبيان مع تقسيم البنود، كما تعرفنا على الحالات التي تمت فيها لدراسة وهي المجال الزمني والمكاني والبشري.

الفصل الرابع: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

تمهيد

- 1- عرض وتحليل بيانات الفرضية الاولى
- 2- عرض وتحليل بيانات الفرضية الثانية.
- 3- عرض وتحليل بيانات الفرضية الثالثة.

خلاصة.

انطلاقاً من الأسس النظرية التي حظيت باتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في التغيير الاجتماعي في الفصل السابق، نحاول الآن إسقاط ذلك ميدانياً مركزين في ذلك ميدانياً مركزين على عينة الأساتذة، للتمكن في الأخير من الإجابة عن الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات الموضوعية.

سيتم عرض وتحليل محاور وبنود كل فرضية للتأكد من صحتها، ليتم بعد ذلك عرض نتائج الفرضيات ومناقشتها والتي تهدف بعد ذلك لمعرفة اتجاهات كل بعد من أبعاد اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في التغيير الاجتماعي.

تحليل نتائج متغيرات الدراسة

ويمكن توضيح أهم نتائج المتغيرات المستقلة الجزئية للدراسة وفقاً لما يلي:

1. عرض وتحليل بيانات الفرضية الأولى

اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية

يوضح الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات عينة الدراسة حول الفرضية الأولى.

جدول رقم (15) يبين التحليل الإحصائي لإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو اتجاهات أساتذة ثانوية

مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية

رقم العبارة	التكرار والنسب المئوية	المقياس					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاتجاه	قيمة كا ²	مستوى الدلالة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة					
10	التكرار	3	5	1	23	32	4.19	1.111	مرتفع	60.062 ^a	0.000
	النسبة	4.7	7.8	1.6	35.9	50					
11	التكرار	5	22	10	20	07	3.03	1.195	متوسط	18.656 ^a	0.001
	النسبة	7.8	24.4	15.6	31.3	10.9					
12	التكرار	5	4	11	28	16	3.72	1.147	مرتفع	29.906 ^a	0.000
	النسبة	7.8	6.3	17.2	43.8	25					
13	التكرار	4	4	5	32	19	4.91	1.094	مرتفع جدا	48.656 ^a	0.000
	النسبة	6.3	6.3	7.8	50	29.7					
14	التكرار	4	5	2	29	24	4.00	1.141	مرتفع	50.219 ^a	0.000
	النسبة	6.3	7.8	3.1	45.3	37.5					
15	التكرار	2	1	2	33	26	4.25	0.854	مرتفع جدا	74.594 ^a	0.000
	النسبة	3.1	1.6	3.1	51.6	40.6					
16	التكرار	3	2	3	31	25	4.14	0.990	مرتفع	61.625 ^a	0.000
	النسبة	4.7	3.1	4.7	48.4	39.1					
17	التكرار	3	3	7	26	25	4.05	1.061	مرتفع	42.875 ^a	0.000
	النسبة	4.7	4.7	10.9	40.6	39.1					
		إجمالي المحور					3.9102	.79883	موافق	41.187 ^a	
		مستوى الدلالة الإجمالي					0.005				
		درجة الحرية					21				
		القرار					توجد دلالة				

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

يتضمن الجدول أعلاه عدة عبارات تتعلق باختبار فرضية اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي تبسة

نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية، ويمكن تحليل هذه الفرضية وفقا لنتائج هذا الجدول وفقا لما يلي :

-**العبرة العاشرة :** "نلاحظ في الواقع تاثر كبير من أبنائنا بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير)": حققت متوسط حسابي عالٍ جدا بلغ 4.19، وانحراف معياري بلغ 1.111، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل عام مع هذه العبارة ولم تتفاوت كثيرا عن المتوسط الحسابي. وبالتالي، يمكن القول بأن أساتذة الثانوية يلاحظون تأثر كبير من قبل الأبناء بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في هندايم، وهذا ما يتم ملاحظته من خلال ملابس الأبناء والبنات، إذ نجد أن الأبناء يرتدون ملابس غير لائقة من سراويل ممزقة تظهر أجسامهم، إضافة إلى ارتداء سراويل تكشف عورتهم، كما نلاحظ أيضا بنات يرتدون ملابس فاضحة وممزقة هي الأخرى تكشف عورتهم وأنوثتهم، ويمكن تفسير كل هذا بسبب التطور التكنولوجي الحاصل في وقتنا الحالي وهو الأمر الذي سمح لمعظم أفراد المجتمع بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى ضعف شخصية الأبناء بسبب أنهم في ن مراهقة، ولذا هم يحتاجون إلى مرافقة أسرية واهتمام أسري وهو الأمر الغير موجود في وقتنا الحالي، إضافة إلى ضعف الوازع الديني لدى الأبناء، ولكن ورغم كل هذا إلا أنه يوجد هناك بعض المؤثرين الاجتماعيين الذين لديهم محتوى هادف تعليمي وديني يمكن أن يؤثرون هم الآخرين إيجابا على الأبناء والبنات من خلال ارتداء ملابس مقبولة ومستورة.

-**العبرة الحادية عشر:** "كثيرا ما يستعين الأولياء بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في تبرير سلوكيات أبنائهم": حققت متوسط حسابي بلغ 3.03 وانحراف معياري بلغ 1.195، مما يشير إلى تفاوت إجابات هذه العبارة حيث نجد بعض الأساتذة يرون أن أولياء التلاميذ يبررون سلوكيات أبنائهم بالاستعانة بالمؤثرين الاجتماعيين، في حين يرى بعض الأساتذة يرون أن أولياء التلاميذ لا يبررون سلوكيات أبنائهم بالاستعانة بالمؤثرين الاجتماعيين، وهذا ما يمكن تفسيره بأن الأولياء يعلمون جيدا أن أبنائهم متأثرين كثيرا بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير)، وهذا ما يجعلهم يعتمدونها كتبرير لسلوكياتهم، ولكن في الحقيقة أن سلوكيات الأبناء تتأثر بالتربية الأسرية التي يتلقاها خاصة في سن المراهقة.

-**العبرة الثانية عشر:** "يخوض الأبناء مغامرات مماثلة لمثيلاتها عند المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) إثباتا لذات": متوسط حسابي بلغ 3.72 وانحراف معياري بلغ 1.147، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة. وبالتالي يمكن القول بأن الأبناء يخوضون مغامرات مماثلة لمثيلاتها عند المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) وذلك إثباتا للذات، وهذا ما يمكن تفسيره بضعف شخصيتهم من جهة، إضافة إلى رغبتهم في الشهرة والبروز اجتماعيا لذا يلجؤون للقيام بمغامرات مشابهة لمغامرات المؤثرين الاجتماعيين من

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

أجل لفت الانتباه وإثبات ذاتهم في المجتمع، ومن بين المغامرات التي يقوم بها المؤثرين الاجتماعيين نجد الخروج الى الجبال، والقيام بمقالب للآخرين.

-العبارة الثالثة عشر: "نلاحظ تقليد الأبناء لأفكار المؤثرين الإجماعيين (المشاهير) في أساليب حياتهم (طريقة العيش، الأصدقاء...):" متوسط حسابي بلغ 3.91 وانحراف معياري بلغ 1.094، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي يمكن ملاحظة وجود تقليد لدى الأبناء لأفكار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في طريقة العيش ومرافقة الأصدقاء، وهذا ما يمكن ملاحظته في الواقع، حيث نجد الأبناء يسهرون كثيرا في الليل، ويستيقظون متأخرين، وهذا على غير العادة، كما نجدهم يرتدون ملابس مشابهة لملابس المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) وهذا مثلما سبق التأكد منه في العبارة رقم (10)، إضافة الى تقليدهم في المغامرات كما سبق التوصل إليه في العبارة رقم (12)، كما نلاحظ ذلك فيما يتعلق بالأصدقاء، حيث نجدهم يمتلكون أصدقاء غير ناجحين في مجالهم الدراسي، وهذا ما يمكن إرجاعه الى غياب الرقابة الأسرية من طرف الأولياء، والتي تعتبر ضرورية خاصة أن الأبناء في سن المراهقة والتي تعتبر أخطر المراحل العمرية للفرد، والعكس صحيح مع المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) الذين لديهم محتوى هادف.

-العبارة الرابعة عشر: "إنتشار المؤثرين الإجماعيين (المشاهير) ساهم في خلق قدوات جديدة للأبناء": متوسط حسابي بلغ 4.00 وانحراف معياري بلغ 1.141، بالتالي، يمكن القول بأن الإجابات تتفق إلى بشكل كبير مع محتوى هذه العبارة، وهذا ما يؤكد أن انتشار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) ساهم في بروز قدوات جديدة للأبناء، إذ أصبح المؤثرين الاجتماعيين يمثلون قدوة للأبناء، وهذا ما يمكن تفسيره بالتطور التكنولوجي الكبير الموجود في الآونة الأخير، ومع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وانستغرام والتيك توك، والتي ساهمت في بروز ما يعرف بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) والذي كان اغلبهم هدفهم الأول هو جني الأموال، حتى لو كان ذلك على حساب المحتوى الذي يقدمونه، فكان التأثير الأكبر من قبل هؤلاء الأشخاص على المراهقين، فظهر التأثير بهم واضح بشكل كبير، فنجدهم يقلدونهم في كل تصرفاتهم وأفكارهم وهذا مثلما سبق التوصل إليه في العبارات التالية، وبالتالي أصبحوا يمثلون قدوة لهم.

-العبارة الخامسة عشر: "محاكاة الأبناء لحياة المؤثرين الإجماعيين (المشاهير) أدى لفقدان الخصوصية الاجتماعية": متوسط حسابي بلغ 4.25 وانحراف معياري بلغ 0.854، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نرى أن محاكاة الأبناء لحياة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) أدى لفقدان الخصوصية الاجتماعية، وهذا ما يمكن تفسيره بأن حياة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) تنتهك الخصوصية الاجتماعية للمجتمع، بسبب أن تصرفاتهم وأفعالهم خارجة عن المعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع، وهذا ما نلاحظه على أرض الواقع، حيث أصبح الأبناء يرتدون ملابس فاضحة ويقومون بتسريحات غريبة ويطبّقون أفكار غريبة الأصل، كما هذا ساهم في فقدان الخصوصية الاجتماعية للمجتمع، وهذا هو

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

الهدف الخفي الذي تسعى إليه الدول الغربية في القضاء على الهوية المحلية والخصوصية الاجتماعية للمجتمعات العربية بصفة خاصة.

-العبارة السادسة عشر: " محاكاة الأبناء لسلوكيات المؤثرين الإجماعيين (المشاهير) يدفعهم لمطالبة آبائهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة ": متوسط حسابي بلغ 4.14 وانحراف معياري بلغ 0.990 ، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نستنتج أن محاكاة الأبناء لسلوكيات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يدفعهم لمطالبة آبائهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة، وهذا ما يمكن تفسيره بان المؤثرين الاجتماعيين يسعون من خلال محتوهم للحصول على الأموال، ولا يهمهم مضمون المحتوى بقدر ما تههم نسب المشاهدات والاشترك في قنواتهم، وهم يستغلون تلك الأموال في التمتع بحياة ذات رفاهية كالقيام بالرحلات السياحية والاستجمامية، وشراء أحدث الهواتف والملابس، وبالتالي وبسبب تقليد الأبناء للمؤثرين، فإنهم أصبحوا يطلبون من أوليائهم شراء نفس مشتريات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير).

-العبارة السابعة عشر: "متابعة الأبناء للمؤثرين الإجماعيين (المشاهير) يساهم في مواكبة اخر صيحات الموضة (لباس، أكل...):" متوسط حسابي بلغ 4.05 وانحراف معياري بلغ 1.061 مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نرى أن متابعة الأبناء للمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) ساهم في مواكبة آخر صيحات الموضة (لباس، أكل..)، وهذا راجع الى ان المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يواكبون الموضة في كل مجالات حياتهم، لأنهم يجذبون الانتباه من خلالها، وبما أن الأبناء يقلدون هؤلاء المؤثرين ويعتبرونهم قدوة لهم، لأنهم بالتالي سيقلدونهم في ملابسهم وكل ما يتعلق بهم، وهذا ما يسمح للأبناء بمواكبة آخر صيحات الموضة.

2. عرض وتحليل بيانات الفرضية الثانية

اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات

السلوكية

يوضح الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي

– تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

جدول رقم (16) يبين التحليل الإحصائي بإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو محور اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية.

رقم العبارة	التكرار والنسب المئوية	المقياس					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاتجاه	قيمة كا ²	مستوى الدلالة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة					
18	التكرار	4	23	21	9	7	3.12	1.091	متوسط	23.188 ^a	0.000
	النسبة	6.3	35.9	32.8	14.1	10.9					
19	التكرار	29	14	12	7	2	3.72	1.031	مرتفع	32.406 ^a	0.000
	النسبة	21.9	45.3	18.8	10.9	3.1					
20	التكرار	8	35	10	9	2	3.59	0.988	مرتفع	51.156 ^a	0.000
	النسبة	12.5	54.7	15.6	14.1	3.1					
21	التكرار	24	25	8	3	4	3.97	1.126	مرتفع	36.781 ^a	0.000
	النسبة	37.5	39.1	12.5	4.7	6.3					
22	التكرار	8	34	12	6	4	3.56	1.037	مرتفع	46.625 ^a	0.000
	النسبة	12.5	53.1	18.8	9.4	6.3					
23	التكرار	21	30	6	5	2	3.98	1.016	مرتفع	45.844 ^a	0.000
	النسبة	32.8	46.9	9.4	7.8	3.1					
24	التكرار	2	26	21	11	4	3.17	.969	متوسط	34.281 ^a	0.000
	النسبة	3.1	40.6	32.8	17.2	6.3					
25	التكرار	9	26	15	11	3	3.42	1.081	مرتفع	22.875 ^a	0.000
	النسبة	14.1	40.6	23.4	17.2	4.7					
		إجمالي المحور					3.5684	0.60869	موافق	47.250 ^b	
		مستوى الدلالة الإجمالي					0.000				
		درجة الحرية					19				
		القرار					توجد دلالة				

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يتضمن الجدول أعلاه عدة عبارات تتعلق باختبار اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية، ويمكن تحليل هذه الفرضية وفقا لنتائج هذا الجدول وفقا لما يلي :

-العبارة الثامنة عشر: "تساعد ممارسات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للعمل التطوعي على غرسه لدى التلاميذ": حققت متوسط حسابي متوسط بلغ 3.12، وانحراف معياري بلغ 1.091، مما يشير إلى أن

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

الإجابات تتفق بشكل عام مع هذه العبارة ولم تتفاوت كثيرا عن المتوسط الحسابي وبالتالي نلاحظ أن ممارسات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للعمل التطوعي تساعد على غرس ثقافة العمل التطوعي لدى التلاميذ، إذ نشاهد أن الكثير من المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يقومون باستغلال موقعهم وصفتهم كمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في القيام بالعمل التطوعي كجمع المساعدات في شهر رمضان، وفي جمع كسوات العيد وغيرها من الأعمال الخيرية التطوعية، وهذا ما يمكن تفسيره إلى اعتبار الأبناء للمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) بمثابة قدوة لهم، يتأثرون بكل ما يقومون بفعله من تصرفات وأفكار ومغامرات، وهذا ما تؤكدته نتيجة الفرضية الأولى.

-العبارة التاسعة عشر: "يساعد المؤثرين الدينيين (المشاهير) في زيادة مستوى الالتزام الديني للابناء:"
حققت متوسط حسابي بلغ 3.72 وانحراف معياري بلغ 1.031، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل عام مع هذه العبارة ولم تتفاوت كثيرا عن المتوسط الحسابي، وبالتالي نلاحظ أن المؤثرين الدينيين (المشاهير) يساعدون الأبناء في زيادة مستوى التزامهم الديني، وذلك من خلال نشرهم لمحتوى ديني هادف، يسعون من خلاله إلى الدعوة إلى الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي، وكذا محاربة التطرف والغزو الفكري والثقافي الذي يتعرض إليه المجتمع الجزائري والعربي بصفة عامة، ومجتمع الدراسة بصفة خاصة، إضافة إلى أن الأبناء يطبقون كلام المؤثرين لأنهم يعتبرونهم بمثابة قدوة لهم كما أكدته العبارة رقم 14.

-العبارة العشرون: "مساندة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للحالات الاجتماعية (الظلم، الفقر...)"
يساعد على تنمية قيم التضامن:" متوسط حسابي بلغ 3.59 وانحراف معياري بلغ 0.988، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نجد أن مساندة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للحالات الاجتماعية كالظلم والفقر....، ساعد الأبناء على تنمية قيم التضامن لديهم، بمعنى أن المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) عندما يتكلمون وينشرون محتويات تتضمن حالات اجتماعية موجودة في المجتمع ويلقوا الدعم والاستجابة لمثل هذه الحالات الاجتماعية الإنسانية، وبما أن الأبناء يتابعون هؤلاء المؤثرين، فإن ذلك حتما سيؤدي إلى غرس وتنمية قيم التضامن لديهم.

-العبارة الواحد والعشرون: "يشجع المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على غرس الثقافات الغربية:"
متوسط حسابي بلغ 3.97 وانحراف معياري بلغ 1.126، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نرى أن المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يشجعون متابعيهم على غرس الثقافات الغربية، وهذا هو الهدف الأساسي المخفي الذي تسعى إليه المجتمعات الغربية، حيث أن أفكار وتصرفات ومحتوى المؤثرين الاجتماعيين غالبا ما يكون منافية للثقافات العربية وتنتهك المعايير والخصوصية الاجتماعية للمجتمعات العربية المحافظة، وهذا ما يمكن ملاحظته من خلال محتوى اغلب المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) الذي يكون عبارة عن غناء ورقص ونقاشات خارجة عن عادات وتقاليد وقيم المجتمعات العربية.

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

-العبارة الثانية والعشرون: "قيام المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) بالدعاية لمواضيع توعوية تساعد على اهتمام الأبناء بها مثل: قضايا حماية البيئة": متوسط حسابي بلغ 3.56 وانحراف معياري بلغ 1.037، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وهذا ما يؤكد أن قيام المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) بالدعاية لمواضيع توعوية تساعد على اهتمام الأبناء بها مثل: قضايا حماية البيئة، وهذا ما نشاهده في ارض الواقع حيث نشاهد العديد من المؤثرين الاجتماعيين الذين يتم استدعائهم من قبل بعض الجمعيات أو الجهات المختصة من أجل القيام بحملات توعية حول موضوع معين، وسبب استدعائهم هو كثرة متابعيهم وهو الأمر الذي يسهل من إيصال محتوى الحملات التوعوية إلى اكبر عدد من الأفراد.

-العبارة الثالثة والعشرون: "يؤثر المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على طرق الاحتفالات بالمناسبات الاجتماعية مثل أعياد الميلاد وفعالات الرفاق": متوسط حسابي بلغ 3.98 وانحراف معياري بلغ 1.016، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وهذا ما يؤكد أن المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يؤثرون على طرق الاحتفال بالمناسبات الاجتماعية كأعياد الميلاد وفعالات الرفاق، وهذا ما نلاحظه في أرض الواقع، حيث نجد أن حفلات أعياد الميلاد أصبحت منتشرة بكثرة في وقتنا الحالي، في وسط الكبير والصغير، وهذا ما تؤكدته مختلف الصور والفيديوهات المنشورة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي والتي توثق الاحتفالات بأعياد الميلاد.

-العبارة الرابعة والعشرون: "يساعد المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تنمية قيم المواطنة لدى الناشئة": متوسط حسابي بلغ 3.17 وانحراف معياري بلغ 0.969، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل متوسط مع هذه العبارة، وبالتالي نستنتج أن المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يساعدون من خلال محتواهم في تنمية قيم المواطنة لدى الناشئة، وهذا ما يمكن ملاحظته من خلال تناولهم للمواضيع التي تدعو الى حب الوطن والاعتزاز به، وهذا ما نلاحظه في المناسبات الوطنية كعيد الاستقلال، وذكرى اندلاع الثورة وغيرها من المناسبات الوطنية، التي يتم فيها دعوة المواطنين الى المحافظة على الوطن ومجابهة كل المخاطر التي يمكن أن يتعرض إليها الوطن.

-العبارة الخامسة والعشرون: "تساهم صفحات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية": متوسط حسابي بلغ 3.42 وانحراف معياري بلغ 1.081 مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نجد أن صفحات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) تساهم في تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية، وهذا ما يمكن مشاهدته في ارض الواقع خلال شهر رمضان أو في عيد الفطر وعيد المضحى بصفة خاصة، وفي باقي أيام السنة بصفة خاصة، وهذا مثلما أكدته نتائج العبارات

3. عرض وتحليل بيانات الفرضية الثالثة

اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية

يوضح الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة-

نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية

جدول رقم (17) يبين التحليل الإحصائي بإجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو محور اتجاهات أساتذة

ثانوية مالك بن نبي – تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية.

رقم العبارة	التكرار والنسب المئوية	المقياس					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاتجاه	قيمة كا ²	مستوى الدلالة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة					
26	التكرار	10	11	20	19	04	2.94	1.167	متوسط	13.969 ^a	0.007
	النسبة	15.6	17.2	31.3	29.7	6.3					
27	التكرار	11	23	12	15	03	2.63	1.162	مرتفع	16.312 ^a	0.003
	النسبة	17.2	35.9	18.8	23.4	4.7					
28	التكرار	03	08	07	33	13	3.70	1.079	مرتفع	43.812 ^a	0.000
	النسبة	4.7	12.5	10.9	51.6	20.3					
29	التكرار	11	16	15	16	06	2.84	1.250	مرتفع	5.844 ^a	0.211
	النسبة	17.2	25.0	23.4	25.0	9.4					
30	التكرار	06	14	21	15	08	3.08	1.159	مرتفع	11.156 ^a	0.025
	النسبة	9.4	21.9	32.8	23.4	12.5					
31	التكرار	09	17	23	12	03	2.73	1.073	مرتفع	18.188 ^a	0.001
	النسبة	14.1	26.6	35.9	18.8	4.7					
32	التكرار	08	19	23	11	03	2.72	1.046	متوسط	20.688 ^a	0.000
	النسبة	12.5	29.7	35.9	17.2	4.7					
33	التكرار	13	22	20	07	02	2.42	1.036	مرتفع	22.406 ^a	0.000
	النسبة	20.3	34.4	31.3	10.9	3.1					
إجمالي المحور							2.8828	0.85793	موافق	47.250 ^b	
مستوى الدلالة الإجمالي							0.282				
درجة الحرية							26				
القرار							لا توجد دلالة				

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

يتضمن الجدول أعلاه عدة عبارات تتعلق باختبار اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية، ويمكن تحليل هذه الفرضية وفقا لنتائج هذا الجدول وفقا لما يلي:

-**العبارة السادسة والعشرون:** "متابعة الأساتذة لمقاطع تدريس خاصة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يساعدهم على تنمية مهاراتهم الوظيفية": حققت متوسط حسابي متوسط بلغ 2.94، وانحراف معياري بلغ 1.167، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت عن المتوسط الحسابي، وبالتالي نلاحظ أن هناك بعض الأساتذة يرون أن متابعتهم لمقاطع تدريس خاصة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) ساعدتهم على تنمية مهاراتهم الوظيفية، بسبب أن هذه المقاطع تحتوي على طرق تدريس جديدة تواكب التطورات الحاصلة في مجال التعليم على المستوى العربي والدولي، في حين نجد بعض الأساتذة الآخرين يرون أن متابعتهم لمقاطع تدريس خاصة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لم تساعدهم على تنمية مهاراتهم الوظيفية، وذلك راجع إلى أنهم على اطلاع شخصي بكل جديد يخص قطاع التعليم.

-**العبارة السابعة والعشرون:** "كثيرا ما يستعين بعض الاساتذة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في علاج صعوبات التعلم لدى المتعلمين": حققت متوسط حسابي بلغ 2.63 وانحراف معياري بلغ 1.162، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت عن المتوسط الحسابي، وبالتالي نرى أن بعض الأساتذة لا يستعينون بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لعلاج صعوبات التعلم لدى المتعلمين، وهذا راجع إلى أن محتوى فيديوهات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لا يتضمن في محتواه طرق علاج هذه الصعوبات، إضافة إلى أن هذه الصعوبات تختلف من قسم إلى آخر ومن تلميذ إلى آخر، وهذا ما يجعل علاجها يتوقف على الأستاذ الذي يدرس هؤلاء التلاميذ، ولا توجد طرق علاج عامة لها.

-**العبارة الثامنة والعشرون:** "يساعد نشر مزايا بعض الوسائل التعليمية على تعزيز استخدامها في طرق المدرسين": متوسط حسابي بلغ 3.70 وانحراف معياري بلغ 1.079، مما يشير إلى أن الإجابات تتفق بشكل كبير مع هذه العبارة، وبالتالي نجد أفراد عينة الدراسة يرون أن نشر مزايا بعض الوسائل التعليمية يساعدهم على تعزيز استخدامها في طرق المدرسين، وهذا ما يمكن تفسيره بأن هذه الوسائل التعليمية هي وسائل حديثة مواكبة للتطورات الحاصلة في مجال التعليم، والتي من شأنه أن تساهم في نجاح العملية التعليمية، وهذا ما يتفق مع نتيجة العبارة رقم 26.

-**العبارة التاسعة والعشرون:** "يساعد المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) من خلال فيديوهاتهم على تنمية الابداع المهني لدى الأساتذة": متوسط حسابي بلغ 2.84 وانحراف معياري بلغ 1.250، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت عن المتوسط الحسابي، وبالتالي هناك بعض الأساتذة الذين يرون أن المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) ساعدوهم على تنمية إبداعهم المهني من خلال فيديوهاتهم، وهذا ما يمكن تفسيره بأن محتوى هذه

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

الفيديوهات يتمحور حول كفاءات تطوير الذات والمهارات لدى الأساتذة، في حين يرى بعض الأساتذة أن المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لم يساعدهم على تنمية إبداعهم المهني من خلال فيديوهاتهم، وهذا ما يمكن إرجاعه إلى عدم رغبة الأساتذة في زيادة إبداعهم من جهة، كما يمكن إرجاع ذلك إلى أن هؤلاء الأساتذة يعتمدون على التطوير الذاتي لتنمية مهاراتهم، وهذا ما يتفق مع نتائج العبارات 26، 28،

-العبارة الثلاثون: "تقديم دروس نموذجية من طرف بعض المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يسهل الفعل البيداغوجي للأستاذ": متوسط حسابي بلغ 3.08 وانحراف معياري بلغ 1.159، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت عن المتوسط الحسابي، بمعنى هناك بعض الأساتذة الذين يرون أن الدروس النموذجية المقدمة من طرف بعض المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) سهلت عليهم الفعل البيداغوجي، وهذا راجع إلى أن هذه الدروس المقدمة ساعدت في فهم الأستاذ لها، والاعتماد عليها في تقديم دروسه لتلاميذها داخل المدرسة، في حين نجد بعض الأساتذة يرون أن الدروس النموذجية المقدمة من طرف بعض المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لم تسهل عليهم الفعل البيداغوجي، وهذا ما يمكن تفسيره بأن هؤلاء الأساتذة يعتمدون على أنفسهم في تحضير الدروس وكل ما يتعلق بالأعمال البيداغوجية، وهذا ما تؤكدته نتائج العبارات 26، و 28.

-العبارة الواحد والثلاثون : "تساهم نشاطات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في التفاف الأساتذة حول مطالبهم الاجتماعية (الأجور، السكن، طب العمل...):" متوسط حسابي بلغ 2.73 وانحراف معياري بلغ 1.073، مما يشير إلى أن الإجابات لا تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، وهذا ما يعني أن نشاطات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لم تساهم في التفاف الأساتذة حول مطالبهم الاجتماعية كالأجور، السكن وطب العمل غيرها، وهذا ما يمكن تفسيره بأن أغلبية هؤلاء المؤثرين لا يتناولون في محتواهم مثل هذه القضايا لأنها لا تجلب لهم نسب مشاهدة كبيرة، على عكس تناول طرق التدريس وما يتعلق بالأعمال البيداغوجية.

-العبارة الثانية والثلاثون : "متابعة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يساهم في تسريع رقمنة الفعل البيداغوجي": متوسط حسابي بلغ 2.72 وانحراف معياري بلغ 1.046، مما يشير إلى أن الإجابات لا تتفق مع هذه العبارة، بمعنى أن متابعة الأساتذة للمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) لا تساهم في تسريع رقمنة الفعل البيداغوجي، وذلك لأن الأساتذة يتابعون هؤلاء المؤثرين من أجل الاستفادة من محتواهم المنشور حول العملية التعليمية من طرق تدريس وغيرها، وهذا ما تم ملاحظته في ميدان الدراسة، حيث أن الأساتذة لا يعتمدون على الرقمنة في العملية البيداغوجية.

-العبارة الثالثة والعشرون : "يتأثر الأساتذة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في اتجاهاتهم نحو مهنتهم": متوسط حسابي بلغ 2.42 وانحراف معياري بلغ 1.036 مما يشير إلى أن الإجابات لا تتفق مع هذه العبارة، بمعنى أن الأساتذة لا يتأثرون بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في اتجاهاتهم نحو مهنتهم، وذلك راجع

الفصل الرابع عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

الى أن الأساتذة هدفهم من متابعة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) هو الحصول على طرق جديدة تساعد في تأدية أعمالهم البيداغوجية، وليس لديهم أهداف أخرى من متابعة هؤلاء المؤثرين.

خلاصة

يعتبر الجانب التطبيقي من اهم فصول الدراسة، ففيه يتم قبول او رفض الفرضيات استنادا الى الواقع أي الدراسة الميدانية باستخدام وسائل وأساليب علمية ومحكمة بشكل جيد من الاستمارة، ويتم التعرف على اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في التغير الاجتماعي، بعد توزيع الاستمارة على أساتذة التعليم الثانوي.

الفصل الخامس: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية.

- 1- اختبار فرضيات الدراسة.
- 2- مناقشة نتائج الدراسة ضوء الدراسات السابقة.
- 3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري.

1- اختبار فرضيات الدراسة

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الأولى

يبين الجدول رقم (15) المقدم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد من العبارات، بالإضافة إلى درجة الاتجاه وقيمة كا² ومستوى الدلالة الخاص بكل عبارة، حيث يتم استخدام الانحراف المعياري لقياس مدى تفاوت البيانات عن المتوسط الحسابي، حيث يشير الانحراف المعياري العالي إلى أن البيانات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، في حين يشير الانحراف المعياري الضعيف إلى أن البيانات تتفاوت بشكل أقل عن المتوسط الحسابي. من الجدول يمكن ملاحظة أن العبارة الرابعة حصلت على متوسط حسابي مرتفع جداً، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، وبذلك يمكن القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم قوي جداً من المشاركين وحظيت بموافقتهم. أما العبارات العاشرة، الثاني عشر، الرابع عشر، السادس عشر، السابع عشر مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، وبذلك يمكن القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم قوي من المشاركين وحظيت بموافقتهم. أما العبارة الحادية عشر فحصلت على متوسط حسابي متوسط، مما يشير إلى أن الآراء متفاوتة بشأن هذه العبارات.

بشكل عام، يمكن القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم قوي من المشاركين، وأن هناك موافقة شديدة على هذه العبارات، حيث بلغ مستوى الدلالة الإجمالي 0.005، مما يشير إلى وجود دلالة إحصائية قوية جداً للإجابات. ويمكن القول أنه يوجد اتجاه إيجابي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثانية

يبين الجدول رقم (16) المقدم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد من العبارات، بالإضافة إلى درجة الاتجاه وقيمة كا² ومستوى الدلالة الخاص بكل عبارة، حيث يتم استخدام الانحراف المعياري لقياس مدى تفاوت البيانات عن المتوسط الحسابي، حيث يشير الانحراف المعياري العالي إلى أن البيانات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، في حين يشير الانحراف المعياري الضعيف إلى أن البيانات تتفاوت بشكل أقل عن المتوسط الحسابي. من الجدول يمكن ملاحظة أن العبارات التاسعة عشر، العشرون، الواحد وعشرون، الثانية والعشرون، الثالثة والعشرون، الخامسة وعشرون حصلت على متوسط حسابي مرتفع، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، وبذلك يمكن

الفصل الخامس اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم قوي من المشاركين وحظيت بموافقتهم، أما العبارتين الثامنة عشر، الرابعة وعشرون فحصلتا على متوسط حسابي متوسط، مما يشير إلى أن الآراء متفاوتة بشأن هذه العبارات.

بشكل عام، يمكن القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم قوي من المشاركين، وأن هناك موافقة شديدة على هذه العبارات، حيث بلغ مستوى الدلالة الإجمالي 0.000، مما يشير إلى وجود دلالة إحصائية قوية جداً للإجابات. ويمكن القول أنه يوجد اتجاه إيجابي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثالثة

يبين الجدول رقم (17) المقدم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعدد من العبارات، بالإضافة إلى درجة الاتجاه وقيمة كا² ومستوى الدلالة الخاص بكل عبارة، حيث يتم استخدام الانحراف المعياري لقياس مدى تفاوت البيانات عن المتوسط الحسابي، حيث يشير الانحراف المعياري العالي إلى أن البيانات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، في حين يشير الانحراف المعياري الضعيف إلى أن البيانات تتفاوت بشكل أقل عن المتوسط الحسابي.

ومن الجدول يمكن ملاحظة أن العبارات السابعة والعشرون، الثامنة والعشرون، التاسعة والعشرون، ثلاثون، الواحد والثلاثون، الثالثة والثلاثون، حصلت على متوسط حسابي مرتفع، مما يشير إلى أن الإجابات تتفاوت بشكل كبير عن المتوسط الحسابي، وبذلك يمكن القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم قوي من المشاركين وحظيت بموافقتهم، أما العبارتين السابعة عشر، الثالثة والعشرون فحصلتا على متوسط حسابي متوسط، مما يشير إلى أن الآراء متفاوتة بشأن هذه العبارات.

بشكل عام، يمكن القول بأن هذه العبارات حصلت على دعم متوسط من المشاركين، وأن هناك محايدة على هذه العبارات، حيث بلغ مستوى الدلالة الإجمالي 0.282، مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية للإجابات. ويمكن القول أنه يوجد اتجاه سلبي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية.

2- مناقشة نتائج الدراسة ضوء الدراسات السابقة.

- 1- من خلال النتائج المتوصل اليها في دراستنا فان المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في سلوك متابعهم، وهي بذلك لم تتوافق مع دراسة امانى رضا عبد المقصود التي توصلت الى عدم وجود تأثير على السلوك الشرائى، ولعل ان السبب في ذلك راجع لتاريخ الدراسة الذي كان سنة 2019، بالإضافة الى ان ميدان الدراسة الذي يخلف عن الدراسة الحالية مما يجعلنا نطرح إشكاليات جديدة تعد منطلقا لبحوث قادمة.
- 2- من خلال النتائج المتوصل اليها في دراستنا فان المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في التغيرات السلوكية والقيمية لمتابعهم، وهي بذلك توافقت مع دراسة نبيلة جعفري التي توصلت الى وجود تأثير على الراى العام، ولم تتوافق معها في التغيرات الوظيفية حيث دراستنا لم تؤثر عليها، ولعل السبب في توافق الدراسات راجع الى تاريخ الدراسة الذي كان في 2022، بالإضافة الى ان ميدان الدراسة لا يختلف عن دراستنا الحالية في الجزائر.
- 3- من خلال النتائج المتوصل اليها في دراستنا فان المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في سلوك متابعهم، وهي بذلك توافقت مع دراسة رانيا حليم رمزي التي توصلت الى وجود تأثير على حياة الشباب المصري، ولعل السبب في توافق الدراسات راجع الى تاريخ الدراسة الذي كان في 2022، بالإضافة الى ان ميدان الدراسة لا يتوافق مع دراستنا الحالية.
- 4- من خلال النتائج المتوصل اليها في دراستنا فان المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في سلوك متابعهم، وهي بذلك تتوافق مع دراسة محمد زكريا خراب التي توصلت الى وجود تأثير على السلوك الشرائى، ولعل ان السبب في ذلك راجع لتاريخ الدراسة الذي كان سنة 2022، بالإضافة الى ان ميدان الدراسة الذي لا يخلف عن الدراسة الحالية.
- 5- من خلال النتائج المتوصل اليها في دراستنا فان المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في سلوك متابعهم، وهي بذلك تتوافق مع دراسة فرطاسى حفيظة التي توصلت الى وجود تأثير على السلوك الشرائى، ولعل ان السبب في ذلك راجع لتاريخ الدراسة الذي كان سنة 2022، بالإضافة الى ان ميدان الدراسة الذي لا يخلف عن الدراسة الحالية.
- 6- من خلال النتائج المتوصل اليها في دراستنا فان المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في سلوك متابعهم، وهي بذلك تتوافق مع دراسة أسى نوري صالح التي توصلت الى وجود تأثير على السلوك وعلى مدى متابعهم للأخبار السياسية والإخبارية والفنية، وكذلك مدى توافق الدراسة مع دراستنا الحالية في استخدام نفس مواقع التواصل الاجتماعى، بالإضافة الى ان ميدان الدراسة الذي يخلف عن الدراسة الحالية.

الفصل الخامس اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

7- من خلال النتائج المتوصل إليها في دراستنا فإن المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في التغييرات السلوكية والقيمية لمتابعهم، وهي بذلك تتوافق مع دراسة انس خالد الفاعوري التي توصلت إلى وجود تأثير على السلوك والأفكار والأساليب التي اعتمدها المؤثرين الاجتماعيين حول قضية "حي الشيخ الجراح"، ولعل أن السبب في ذلك راجع لتاريخ الدراسة الذي كان سنة 2021، بالإضافة إلى أن ميدان الدراسة الذي يخلف عن الدراسة الحالية.

8- من خلال النتائج المتوصل إليها في دراستنا فإن المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في التغييرات السلوكية والقيمية والوظيفية لمتابعهم، وهي بذلك تتوافق مع دراسة عادل خلدي وسهام بوزيدي التي توصلت إلى وجود تأثير على السلوك والقيمية من ناحية التوعية والإرشاد باستخدام الأسلوب الخطابي التي اعتمدها المؤثرين الاجتماعيين والمواطن الجزائري في ظروف جائحة كورونا، ولعل أن السبب في ذلك راجع لتاريخ الدراسة الذي كان سنة 2022، بالإضافة إلى أن ميدان الدراسة الذي لا يخلف عن الدراسة الحالية.

3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري

لقد أشار الإطار النظري إلى أن

- الاتجاه يتكون من مكون معرفي، وهو ما اتضح من خلال هذه الدراسة. فكل أستاذ يتميز بعمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع المؤثرين الاجتماعيين، .
- أن الاتجاه يتأثر بالمكون الوجداني وهو ما يتعلق باقبال الاساتذة نحو الموضوع، وقد تبين أن هناك مجموعة من الأساتذة موقفهم كان سلبيا، ويتضح ذلك من خلال عدم رد ما يعادل 10 أساتذة عن الاستبيان.
- أما المكون السلوكي فهو ما يتعلق باقدام الاساتذة على التفاعل مع الموضوع
- ولأن الاتجاه يتسم بالتغير فقد اتضح ذلك جليا من خلال تباين نتائج الدراسة بين أستاذ وآخر.
- أن المؤثرين مفهوم حديث، حيث تعود بداياته لسنة 1991. وبدايته كانت بعالم الاقتصاد، غير أنه أخذ في الانتشار حتى شمل العديد من القطاعات.
- أن الدراسة الحالية توصلت إلى أن المؤثرين يؤثرون في السلوك الاجتماعي بشكل كبير وهو ما يتوافق ما جاء في عنصر خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي أن يشير التراث النظري إلى أن المؤثر هو شخص من المحتمل أن يؤثر في سلوك عدد معتبر من المستهلكين: هو صانع محتوى، مدونه على سبيل المثال أو قناة يوتيوب، صفحة انستغرام....، فهو يملك شكل من الخبرة في مجاله تسمح له بتقديم نصائح واقتراحات حول المنتجات والخدمات.

الفصل الخامس اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

- توصلت الدراسة إلى أن المؤثرين يمكنهم أن يغيروا في قيم المجتمع، حيث يتوافق ذلك مع ما جاء في الإطار النظري، إذ تشير الدراسة إلى أن المؤثرون في أسلوب الحياة والتي هي مؤشر على تغير القيم.
- تشير الدراسات النظرية إلى أن المؤثرين يؤثرون في العديد من المهن كالطبخ والسياحة والاسفار والتكنولوجيا، غير أن دراستنا توصلت إلى أن المؤثرين لا يؤثرون على الجانب الوظيفي، وربما هذا راجع إلى حداثة الموضوع أو عدم مجاراة أفراد مجتمع الدراسة لهذا الواقع الجديد المرتبط بالتحول الرقمي.

خاتمة

يعد هذا العصر عصرا رقميا بامتياز فقد أصبح العالم أكثر ارتباطا وتواصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الانترنت وهذا أثر بشكل كبير على المجتمعات وعلى التلاميذ أنفسهم، واستغله في التأثير لذلك ظهر المؤثرين الاجتماعيين. ولا يوجد بلد في العالم في بعد عن هذا، فلقد أحدثوا تغيير في سلوكنا ووظائفنا ومهننا وحتى في طريقة عيشنا، وقد بينا ذلك من خلال دراستنا الميدانية في ثانوية مالك بن نبي - تبسة-، وتوصلت الدراسة الى ما يلي:

ويمكن القول انه يوجد اتجاه إيجابي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات السلوكية، من حيث التأثير على هندامهم لمواكبة اخر صيحات الموضة والتأثير في سلوكياتهم، كذلك المغامرات المتماثلة للمؤثرين الاجتماعيين، كما نلاحظ تقليد أفكار المؤثرين في أساليب عيشهم وحياتهم أدى ذلك لدفع الأبناء لأبائهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة، وساهم ذلك في خلق قدوات جديدة للأبناء دفعهم الى فقدان الخصوصية الاجتماعية.

ويمكن القول انه يوجد اتجاه إيجابي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات القيمية، فتبين لنا ان الممارسات القيمية تمثلت في غرس العمل التطوعي في الحالات الاجتماعية والنشاطات الخيرية لتنمية قيم التضامن لدى التلاميذ، وكذلك الدعاية لمواضيع توعوية وقضايا تساهم في تنمية قيم المواطنة، والتأثير فيهم من ناحية احتفالاتهم التي أصبحت مصدر اهتمام التلاميذ.

ويمكن القول انه يوجد اتجاه سلبي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة- نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات الوظيفية، حيث بعض من الاساتذة يرون مقاطع وفيديوهات لعلاج صعوبات التعلم وتنمية مهاراتهم الوظيفية وتعزيز استخدامهم لطرق التدريس والمساهمة في رقمنة الفعل البيداغوجي. لآكن في الحين الاخر نجد الأكثرية من الأساتذة لم يوافقوا على ذلك كونهم متمكنون ولا يحتاجون للمؤثرين الاجتماعيين لخبرتهم في المجال وعدم اعتمادهم على الرقمنة في العملية البيداغوجية.

وفي ختام دراستنا نجد المؤثرين الاجتماعيين يؤثرون في التغييرات السلوكية والتغييرات القيمية، ولا يؤثرون في التغييرات الوظيفية.

توصيات ومقترحات

- تنوع محتويات المؤثرين الاجتماعيين على قنواتهم من ألعاب فيديو الى ترويج لمنتجات تجميلية او ترفيهية متنوعة ويقضي أطفالنا أوقات طويلة في متابعة ومراقبة محتوياتهم مكونين صورا ذهنية تؤثر على سلوكهم اليومي وعلى نظرتهم وثقتهم بأنفسهم لذا يجب مراقبتهم صحيح انه من الممكن لأراء المؤثرين ان تكون إيجابية كما يمكنك ان تكون سلبية في بعض الأحيان.
- عمل دراسة تحليلية لحسابات هؤلاء المؤثرين وتحليل ما الذي يقومون بنشره عبر حساباتهم الشخصية.
- التركيز على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، انستغرام) باعتبارها اكثر المواقع استخداما من قبل افراد عينة دراستنا.

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

الكتب

- 1- خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع، جامعة البلقاء التطبيقية، كلية الكرك، عمان، 2007.
- 2- سامي محسن الختاتنة وفاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 3- سهيل رزق ذياب، مناهج البحث العلمي، غزة، فلسطين، 2003.
- 4- كامل علوان الزبيدي، علم النفس الاجتماعي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 5- لغرس سهيلة، التغيير الاجتماعي، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
- 6- مایسة أحمد النیال، التنشئة الاجتماعية، مبحث في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الاجتماعية، جامعة الاسكندرية، كلية الآداب، 2002.
- 7- محمد شحاتة ربيع، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
- 8- محمد عبد العال والنعيبي عبد الجبار واخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 9- نبيل عبد الهادي، سيكولوجية الجماعات، ط1، دار الأمين للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 10- نوار بورزق، محاضرات في التغيير الاجتماعي، ط1، دار الكلمات للنشر والتوزيع، باتنة، 2022.

المذكرات

- 11- عبد الرزاق سلطاني، اتجاهات اساتذة التعليم الثانوي نحو الإصلاح التربوي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع التربية، جامعة المنتوري، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسنطينة، 2011/2010.

- 12- أسى نور صالح، عناصر الجذب في المحتوى الإعلامي للمؤثرين (influenceurs) على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوكيات المجتمع العراقي، مجلة مداد الأدب، العدد 22، الجامعة العراقية، كلية الإعلام.
- 13- خالد كاظم أبو دوح، ظاهرة المؤثرين (الأنفلونسرز): الأسباب والآثار والمستقبل، آفاق اجتماعية، العدد3، مجلس الوزراء مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مصر، 2022.
- 14- رانيا رمزي حليم، دور المؤثرين الاجتماعيين في الحياة اليومية للشباب المصري، العدد26، جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2022.
- 15- فرطاسي حفيظة، أثر أساليب ترويج المؤثرين لمنتجات التجميل عبر اليوتيوب على اتخاذ قرار الشراء لدى طالبات جامعة المدية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد08، عدد01، الجزائر، 2022.
- 16- محمد زكريا خراب، المؤثرون الاجتماعيون وجمهور المتابعين، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد02، العدد01، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2022.
- 17- محمد مصطفى رفعت محرم، تقييم فاعلية أساليب التسويق التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 55، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2020.
- 18- نبيلة جعفري، مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار، مجلة الرقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02، العدد 01، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2022.

المراجع باللغة الأجنبية

Réputation Vip, Qu'est-ce qu'un influenceur ? Réputation Vip, le 04/02/2023, à : 16 :05.

<http://www.reputationvip.com/fr/guid/définitions/qu-est-ce-qu-un-influenceur>.

squid impact, Qu'est-ce qu'un influenceur ? Stéphane Torregrosa, le 05/02/2023, á 22 :50,

<https://www.squid-impact.fr/quest-ce-quun-influenceur>.

Adobe, les 6 caractéristique de l'influenceur, Bérengère Gloguen, le 05/02/2023, á : 23 :20.

<https://fr.blog.marketo.com/2019/07/les-6-caracteristique-de-l'influenceur-btob.html>.

قائمة المراجع

biogsocial.fr, comment RECONNAITRE UN BON INFLUENCEURS ? Rodolphe, le 05/02/2023, à : 23 :34. <http://biogsocial.fr/reconnaitre-bon-influenceur-2/>.

Overblog, c'est quoi un blog lifestyle ? Virginie B, le 05/02/2023, à : 15 :15
<http://www.virginiebichet.org/2015/06/c'est-quoi-un-blog-lifestyle.html>.

influentia, classement : influenceurs voyage à découvrir en 2020, I il an khouader, le 10/02/2023, à : 21 :10. <http://influentia.fr/blog/voyage/meilleurs-influenceurs-voyages>.

définitions- marketing, voyage influenceurs, B-Bathelot, le 10/02/2023, à : 21 :15.
<http://www.definitions-marketing.com/definition/voyage-influenceurs/>.

INFLUENTH le magazine de l'influence marketing, LETOP10 DES INFLUENCEURS BEAUTE FRANÇAISES, isabelle amar, le 10/02/2023, à : 21 :29. <http://www.influenth.com/top-10-influenceuses-beauté-francaises/>.

Cosmopolitan, 15 influenceuses mode à suivre, victoria la sserre et charlotte darnige, le 10/02/2023, à : 22 :14. <http://www.cosmopolitan.fr/top-10-des-nouvelles-influenceuses-mode-1961748.asp>.

Vid clust, top10 des influenceurs fitness & musculation, jacques, Mura, le 10/02/2023, à : 22 :33. <http://medium.com/vidclust/pltop-10-desinfluenceurs-fitness-musculation-bd3f3b57656a>.

influenth le magazine de l'influence marketing, les 10 influenceurs fitness qui cartonnent sur les réseaux sociaux, AXELLE GAUTHIER, le 10/02/2023, à : 22 :39,
<http://www.influenth.com/influenceurs-fitness-populaires/>.

think with google, de nouveaux influenceurs culinaires font bouillir la marmite digitale, le 10/02/2023, à 22 :49. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/tendances/vision/de-nouveaux-influenceurs-culinaires-font-bouillir-la-marmite-digitale/>.

kolsquar, trouvez vos influenceurs innovation et technologie (2020) le 10/02/2023, à :22 :57.
<http://www.kolsquare.com/fr/guide/innovation>.

قائمة المراجع

influence 4 you , le top12 des influenceurs high-tech, François for you, le 10/02/2023, à :23 :05.

<https://blogfr.influence4you.com/top-influenceurs-high-tech>.

JCM (journal du cm), les influenceurs dans le gaming... marketing d'influence et monde à part ?,

Antoine Heil, le 10/02/2023 , à 23 :17. <http://www.journalducmm.com/influenceurs-gaming>.

launchmetrics, 4types d'influenceurs et les objectifs que vous pouvez attendre grâce à chacun,

Gina Gulberti, le 04/02/2023, à 19 :46 .

<https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>.

launchmetrics, 4types d'influenceurs et les objectifs que vous pouvez attendre grâce à chacun,

Gina Gulberti, le 04/02/2023, à 19 :46 .

<https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>.

launchmetrics, 4types d'influenceurs et les objectifs que vous pouvez attendre grâce à chacun,

Gina Gulberti, le 04/02/2023, à 19 :46 .

<https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>.

Réputation Vip, qu'est-ce qu'un influenceur ? le 04/02/2023, à 20 :06.

<https://www.reputationvip.com/fr/guide/definition/qu-est-ce-un-influenceur>.

ملاحق

ملحق رقم الاستمارة

جامعة العربي التبسي - تبسة -
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علم اجتماع

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع تخصص علم اجتماع التربية.

إستمارة حول موضوع:

اتجاهات اساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين الاجتماعيين في
التغير الاجتماعي
دراسة ميدانية في ثانوية مالك بن نبي- تبسة -

وبصفتكم الشخصية المؤهل لتزويدنا بالمعلومات المناسبة فيهذا الموضوع، نرجو منكم الإجابة على الأسئلة التالية بوضع علامة (x) أمام العبارة التي تراها مناسبة وصائبة حسب رأيكم للتوصل إلى نتائج دقيقة تفيد هذه الدراسة ونرجو منكم الإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بعناية وتركيز وتأمل، تستخدم هذه المعلومات لغاية البحث علمي فقط.

نرجو من سيادتكم أن تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير وشكرا.

إشراف الأستاذ :

- بورزق نوار

إعداد الطلبة

- قحايرية إيمان

- بوتهلولة أمل

المحور الأول: البيانات الشخصية

1-الجنس : ذكر أنثى

2- العمر :

35-25 45-36 55-46 ، 55فما فوق

3- الشهادة المتحصل عليها :

ليسانس ، مهندس ، ماستر ، دكتوراه

4- الحالة الإجتماعية :

أعزب(ة) ، متزوج(ة) ، مطلق(ة) ، أرمل(ة)

5- الخبرة المهنية :

أقل من 5 سنوات ، من 5 إلى 10 سنوات ، أكثر من 10 سنوات

6- تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي:

دائما ، أحيانا ، أبدا

7- تتابع المؤثرين الاجتماعيين :

دائما ، أحيانا ، أبدا

8- تملك حساب في مواقع التواصل الإجتماعي: نعم لا

-إذا كانت الإجابة بنعم :

فيسبوك ، انستغرام ، تويتر ، تيك توك ، يوتيوب

ملاحق

المحور الثاني : اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات السلوكية .

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					9- نلاحظ في الواقع تأثير كبير من أبنائنا بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في هندامهم .
					10- كثيرا ما يستعين الأولياء بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في تبرير سلوكيات ابنائهم.
					11- يخوض الأبناء مغامرات مماثلة لمثيلاتها عند المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) إثباتا للذات .
					12- نلاحظ تقليد الأبناء لأفكار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في أساليب حياتهم (طريقة العيش ، الأصدقاء ...).
					13- إنتشار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) ساهم في خلق قدوات جديدة للأبناء .
					14- محاكاة الأبناء لحياة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) أدى لفقدان الخصوصية الإجتماعية.
					15- محاكاة الأبناء لسلوكيات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يدفعهم لمطالبة أبائهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة .
					16- متابعة الأبناء للمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يساهم في مواكبة آخر صيحات الموضة (لباس، أكل...)

ملاحق

المحور الثالث : اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات القيمية .

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					17- تساعد ممارسات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للعمل التطوعي على غرسه لدى التلاميذ.
					18- يساعد المؤثرين الدينيين (المشاهير) في زيادة مستوى الإلتزام الديني للأبناء.
					19- مساندة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للحالات الإجتماعية(الظلم، الفقر...) يساعد على تنمية قيم التضامن.
					20- يشجع المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على غرس الثقافات غربية.
					21- قيام المؤثرين الاجتماعيين(المشاهير) بالدعاية لمواضيع توعوية تساعد على إهتمام الأبناء بها مثل: قضايا حماية البيئة.
					22- يؤثر المؤثرين الاجتماعيين(المشاهير) على طرق الإحتفال بالمناسبات الإجتماعية مثل أعياد الميلاد وفعالات الرفاق ...
					23- يساعد المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تنمية قيم المواطنة لدى الناشئة .
					24- تساهم صفحات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية .

ملاحق

المحور الرابع: اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي - تبسة - نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغيرات الوظيفية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					25- متابعة الأساتذة لمقاطع تدريس خاصة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يساعدهم على تنمية مهاراتهم الوظيفية.
					26- كثيرا ما يستعين بعض الأساتذة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في علاج صعوبات التعلم لدى المتعلمين.
					27- يساعد نشر مزايا بعض الوسائل التعليمية على تعزيز استخدامها في طرق المدرسين.
					28- يساعد المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) من خلال فيديوهاتهم على تنمية الإبداع المهني لدى الأساتذة.
					29- تقديم دروس نموذجية من طرف بعض المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يسهل الفعل البيداغوجي للأستاذ.
					30- تساهم نشاطات المؤثرين الاجتماعيين المشاهير في التفاف الأساتذة حول مطالبهم الاجتماعية (الاجور، السكن، طب العمل...)
					31- متابعة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يساهم في تسريع رقمنة الفعل البيداغوجي.
					32- يتأثر الأساتذة بالمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في اتجاهاتهم نحو مهنتهم.



الجمهورية العراقية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشيد الشح العربي السني - كركوك
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم علم الاجتماع

المرجع رقم: 188 / ق ع ا ج 2023

إلى السيد (فخ): محمد بن شاذي جبار
بن شاذي فهد

إذن بالدخول

بعد واجب التحية والاحترام

لغرض استكمال المحوث الميدانية لطلبة الماجستير بقسم علم الاجتماع يرجى منكم السماح لطلبتنا

بإجراء زيارات ميدانية بمؤسساتكم لغرض إجراء الدراسة الميدانية لمذكرة الماجستير.

الطالب 1: فهد بن شاذي جبار التخصص: علم الاجتماع التربوي

الطالب 2: محمد بن شاذي جبار التخصص: علم اجتماع التربية

موضوع البحث:

التجاهات المساتة للعالم الثاني زجود دول المختارين الاجتماعيين

في التجربة الاجتماعية

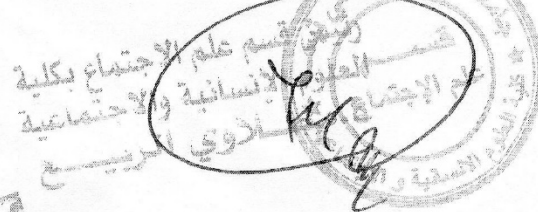
وفي الأخير نشكركم منا فائق التحية والاحترام

نسخة في: 15/02/2023

المؤسسة المستقبلة



رئيس القسم



الأستاذ المشرف

د. محمد بن شاذي

ملحق رقم 3: رسالة استقبال

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية الوطنية

مدير التربية
إلى السيد: مدير ثانوية مالك بن نبي
تبسة

مديرية التربية لولاية تبسة
مصلحة التكوين والتفتيش
مكتب التكوين

الرقم: 3.6.7../م.ت.ت/ 2023

الموضوع: إستقبال طالب (ة) متربص (ة)

المرجع: مراسلة جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -تبسة-
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم علم الاجتماع
دون رقم بتاريخ: 2023/02/15

عملا بما جاء في المرجع المذكور أعلاه،
يشرفني أن أطلب منكم السماح للمتربصة: قحايرية إيمان
بالتربص الميداني داخل مؤسستكم في الفترة الممتدة من 2023/02/15 إلى
غاية نهاية التربص مع احترام القوانين الداخلية للمؤسسة.

تبسة في : 2023/02/15

مدير التربية





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic Of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH
جامعة العربي التبسي، تبسة
LARBI TEBESSI UNIVERSITY, TEBESSA



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم علم الاجتماع

تصريح شرفي

بالالتزام بالأمانة العلمية لإنجاز البحوث

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 20/02/2016

أنا المضي أسفله:

الطالب(ة): فحائية إيمان

صاحب(ة) بطاقة التعريف الوطنية أو رخصة سيطرة رقم: 11.59.80.36.40.46.820009

الصادرة بتاريخ: 2021/11/21 عن دائرة/بلدية: تميمية

المسجل في السنة الثانية ماستر تخصص: علم اجتماع تربوية

والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي

نحو دور المشرفين الاجتماعيين في التغيير الاجتماعي

إشراف الأستاذ(ة): بوروروف نوار

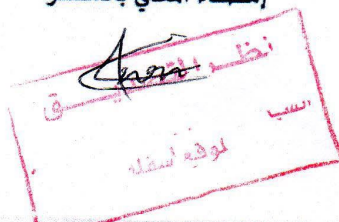
أصرح بشرفي أنني التزمت بالتقيد بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث

الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة

بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

تبسة في: 31/05/2023

امضاء المعني بالأمر



31 ماي 2023

31 ماي 2023





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 People's Democratic Republic of Algeria
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH
 جامعة العربي التبسة، تبسة
 LARBI TEDESSI UNIVERSITY, TEBESSA



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
 Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم علم الاجتماع

تصريح بشرفي

بالالتزام بالأمانة العلمية لإنجاز البحوث
 ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 20/02/2016

أنا الممضي أسفله:

الطالب(ة): بوسريفة أوليت أجمل

صاحب(ة) بطاقة التعريف الوطنية أو رخصة سياقة رقم: 10 79 64 01

الصادرة بتاريخ: 23/01/2018 عن دائرة/بلدية: الجزيرة

المسجل في السنة الثانية ماستر تخصص: علم الاجتماع التربوي

والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: اتجاهات أساتذة التعليم الثانوي

تحت إشراف الدكتور المؤثرين الاجتماعي عبد الحميد التميمي

إشراف الأستاذ(ة): بوسريفة توار

أصرح بشرفي أنني التزمت بالتقيد بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

تبسة في: 23/05/2018

إمضاء المعني بالأمر



مصادقة الإمضاء السيد/ة
 ب.ت.و. ...
 رخصة السياقة: ...
 ش.ع الكويشف في ...
 عن رئيس المجلس الشعب التبيسي
 ويتنويتمر منسبه
 يسويستكر لبرن
 تشون الإدارة الاقشليمية

037 50 40 90

www.univ-tebessa.dz/fssh

FSSHSS.UnivTebessa@gmail

ملحق رقم 5: نتائج spss

البيانات الشخصية والوظيفية

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	20	31.3	31.3	31.3
Valide انثى	44	68.8	68.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
25-35	28	43.8	43.8	43.8
36-45	22	34.4	34.4	78.1
Valide 46-55	12	18.8	18.8	96.9
55 فما فوق	2	3.1	3.1	100.0
Total	64	100.0	100.0	

الشهادة المتحصل عليها

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ليسانس	33	51.6	51.6	51.6
مهندس	5	7.8	7.8	59.4
Valide ماستر	19	29.7	29.7	89.1
دكتوراه	7	10.9	10.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

الحالة الاجتماعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أعزب	15	23.4	23.4	23.4
متزوج	43	67.2	67.2	90.6
Valide مطلق	5	7.8	7.8	98.4
أرمل	1	1.6	1.6	100.0
Total	64	100.0	100.0	

الخبرة المهنية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 5 سنوات	6	9.4	9.4	9.4
من 5 إلى 10 سنوات	18	28.1	28.1	37.5
أكثر من 10 سنوات	40	62.5	62.5	100.0
Total	64	100.0	100.0	

تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	33	51.6	51.6	51.6
أحيانا	29	45.3	45.3	96.9
أبدا	2	3.1	3.1	100.0
Total	64	100.0	100.0	

تتابع المؤثرين الاجتماعيين

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	4	6.3	6.3	6.3
أحيانا	40	62.5	62.5	68.8
أبدا	20	31.3	31.3	100.0
Total	64	100.0	100.0	

موقع التواصل الاجتماعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	63	98.4	98.4	98.4
لا	1	1.6	1.6	100.0
Total	64	100.0	100.0	

إذا كانت الاجابة بنعم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
	فيسبوك	45	70.3	71.4
	إنستغرام	15	23.4	95.2
Valide	تويتر	1	1.6	96.8
	تيك توك	1	1.6	98.4
	يوتيوب	1	1.6	100.0
	Total	63	98.4	100.0
Manquante	Systeme manquant	1	1.6	
	Total	64	100.0	

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة χ^2 للفرضية الأولى

اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي تبسة نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين

على التغيرات السلوكية

1- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
نلاحظ في الواقع تأثير كبير من أبنائنا بالمؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (في هندامهم.	64	4.19	1.111
كثيرا ما يستعين الأولياء بالمؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (في تبرير سلوكيات ابنائهم.	64	3.03	1.195
يخوض الأبناء مغامرات مماثلة لمثيلاتها عند المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (إثباتا للذات.	64	3.72	1.147
نلاحظ تقليد الأبناء لأفكار المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (في أساليب حياتهم) طريقة العيش، الأصدقاء...)	64	3.91	1.094
انتشار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير (ساهم في خلق قنوات جديدة للأبناء.	64	4.00	1.141
محاكاة الأبناء لحياة المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (أدى لفقدان الخصوصية الاجتماعية.	64	4.25	.854
محاكاة الأبناء لسلوكيات المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (يدفعهم لمطالبة أبنائهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة.	64	4.14	.990
متابعة الأبناء للمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير (يساهم في مواكبة آخر صيحات الموضة) لباس، أكل...)	64	4.05	1.061
N valide (listwise)	64		

Test

	نلاحظ في الواقع تأثر كبير من أبنائنا بالموثرين الاجتماعيين (المشاهير في هندامهم.	كثيرا ما يستعين الأولياء بالموثرين الاجتماعيين (المشاهير في تبرير سلوكيات ابنائهم.	بخوض الأبناء مغامرات مماثلة لمثيلاتها عند الموثرين الاجتماعيين (المشاهير (إثباتنا للذات.	نلاحظ تقليد الأبناء لأفكار الموثرين الاجتماعيين (المشاهير في أساليب حياتهم (طريقة العيش، الأصدقاء...)	انتشار الموثرين الاجتماعيين (المشاهير (ساهم في خلق قدوات جديدة للأبناء.	محاكاة الأبناء لحياة الموثرين الاجتماعيين (المشاهير (أدى لنقدان الخصوصية الاجتماعية.	محاكاة الأبناء لسلوكيات الموثرين الاجتماعيين (المشاهير (ي يدفعهم لمطالبة آباءهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة.	متابعة الأبناء للموثرين الاجتماعيين (المشاهير (يساهم في مواكبة آخر صيحات الموضة (لباس، أكل...)
Khi-deux	60.062 ^a	18.656 ^a	29.906 ^a	48.656 ^a	50.219 ^a	74.594 ^a	61.625 ^a	42.875 ^a
ddl	4	4	4	4	4	4	4	4
Signification asymptotique	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 12.8.

التكرارات والنسب المئوية للفرضية الأولى

نلاحظ في الواقع تأثر كبير من أبنائنا بالموثرين الاجتماعيين (المشاهير) في هندامهم.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	3	4.7	4.7	4.7
غير موافق	5	7.8	7.8	12.5
محايد	1	1.6	1.6	14.1
موافق	23	35.9	35.9	50.0
موافق بشدة	32	50.0	50.0	100.0
Total	64	100.0	100.0	

كثيرا ما يستعين الأولياء بالموثرين الاجتماعيين (المشاهير) في تبرير سلوكيات أبنائهم.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	5	7.8	7.8	7.8
غير موافق	22	34.4	34.4	42.2
محايد	10	15.6	15.6	57.8
موافق	20	31.3	31.3	89.1
موافق بشدة	7	10.9	10.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يخوض الأبناء مغامرات مماثلة لمثيلاتها عند المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) إثباتا للذات.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	5	7.8	7.8	7.8
غير موافق	4	6.3	6.3	14.1
محايد	11	17.2	17.2	31.3
موافق	28	43.8	43.8	75.0
موافق بشدة	16	25.0	25.0	100.0
Total	64	100.0	100.0	

نلاحظ تقليد الأبناء لأفكار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) في أساليب حياتهم (طريقة العيش، الأصدقاء....)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	4	6.3	6.3	6.3
غير موافق	4	6.3	6.3	12.5
محاييد	5	7.8	7.8	20.3
موافق	32	50.0	50.0	70.3
موافق بشدة	19	29.7	29.7	100.0
Total	64	100.0	100.0	

انتشار المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) ساهم في خلق قنود جديدة للأبناء.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	4	6.3	6.3	6.3
غير موافق	5	7.8	7.8	14.1
محاييد	2	3.1	3.1	17.2
موافق	29	45.3	45.3	62.5
موافق بشدة	24	37.5	37.5	100.0
Total	64	100.0	100.0	

محاكاة الأبناء لحياة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) أدى لفقدان الخصوصية الاجتماعية.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	2	3.1	3.1	3.1
غير موافق	1	1.6	1.6	4.7
محاييد	2	3.1	3.1	7.8
موافق	33	51.6	51.6	59.4
موافق بشدة	26	40.6	40.6	100.0
Total	64	100.0	100.0	

محاكاة الأبناء لسلوكيات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يدفعهم لمطالبة أبائهم بتوفير عناصر الرفاهية في الحياة.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	3	4.7	4.7	4.7
غير موافق	2	3.1	3.1	7.8
محاييد	3	4.7	4.7	12.5
موافق	31	48.4	48.4	60.9
موافق بشدة	25	39.1	39.1	100.0

Total	64	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

متابعة الأبناء للمؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) (يساهم في مواكبة آخر صيحات الموضة) لباس، أكل...)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	3	4.7	4.7	4.7
غير موافق	3	4.7	4.7	9.4
محاييد	7	10.9	10.9	20.3
موافق	26	40.6	40.6	60.9
موافق بشدة	25	39.1	39.1	100.0
Total	64	100.0	100.0	

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة كا² للفرضية الثانية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
تساعد ممارسات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للعمل التطوعي على غرسه لدى التلاميذ.	64	3.12	1.091
يساعد المؤثرين الدينيين) المشاهير (في زيادة مستوى الالتزام الديني للأبناء. مساندة المؤثرين الاجتماعيين	64	3.72	1.031
(المشاهير) للحالات الاجتماعية) الظلم، الفقر (...يساعد على تنمية قيم التضامن. يشجع المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (على غرس الثقافات غربية.	64	3.97	1.126
قيام المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (بالدعاية لمواضيع توعوية تساعد على إهتمام الأبناء بها مثل: قضايا حماية البيئة.	64	3.56	1.037
يؤثر المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (على طرق الإحتفال بالمناسبات الاجتماعية مثل أعياد الميلاد وفعالات الرفاق...	64	3.98	1.016
يساعد المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (على تنمية قيم المواطنة لدى الناشئة. تساهم صفحات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية.	64	3.17	.969
(المشاهير) على تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية.	64	3.42	1.081
N valide (listwise)	64		

التكرارات والنسب المئوية +قيمة كا 2 للفرضية الثانية

تساعد ممارسات المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (للعمل التطوعي على غرسه لدى التلاميذ.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	7	10.9	10.9	10.9
غير موافق	9	14.1	14.1	25.0
محاييد	21	32.8	32.8	57.8
موافق	23	35.9	35.9	93.8
موافق بشدة	4	6.3	6.3	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يساعد المؤثرين الدينيين) المشاهير (في زيادة مستوى الالتزام الديني للأبناء.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	2	3.1	3.1	3.1
غير موافق	7	10.9	10.9	14.1
محاييد	12	18.8	18.8	32.8
موافق	29	45.3	45.3	78.1
موافق بشدة	14	21.9	21.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

مساعدة المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (للحالات الإجتماعية)الظلم، الفقر (...يساعد على تنمية قيم التضامن.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	2	3.1	3.1	3.1
غير موافق	9	14.1	14.1	17.2
محاييد	10	15.6	15.6	32.8
موافق	35	54.7	54.7	87.5
موافق بشدة	8	12.5	12.5	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يشجع المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (على غرس الثقافات غربية.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

ملاحق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	4	6.3	6.3	6.3
غير موافق	3	4.7	4.7	10.9
محايد	8	12.5	12.5	23.4
موافق	25	39.1	39.1	62.5
موافق بشدة	24	37.5	37.5	100.0
Total	64	100.0	100.0	

قيام المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) بالدعاية لمواضيع توعوية تساعد على إهتمام الأبناء بها مثل: قضايا حماية البيئة.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	4	6.3	6.3	6.3
غير موافق	6	9.4	9.4	15.6
محايد	12	18.8	18.8	34.4
موافق	34	53.1	53.1	87.5
موافق بشدة	8	12.5	12.5	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يؤثر المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) (على طرق الإحتفال بالمناسبات الاجتماعية مثل أعياد الميلاد وفعالات الرفاق...

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	2	3.1	3.1	3.1
غير موافق	5	7.8	7.8	10.9
محايد	6	9.4	9.4	20.3
موافق	30	46.9	46.9	67.2
موافق بشدة	21	32.8	32.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يساعد المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) (على تنمية قيم المواطنة لدى الناشئة.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	4	6.3	6.3	6.3
غير موافق	11	17.2	17.2	23.4
محايد	21	32.8	32.8	56.3
موافق	26	40.6	40.6	96.9
موافق بشدة	2	3.1	3.1	100.0
Total	64	100.0	100.0	

تساهم صفحات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) (على تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

ملاحق

غير موافق بشدة	3	4.7	4.7	4.7
غير موافق	11	17.2	17.2	21.9
محاييد	15	23.4	23.4	45.3
موافق	26	40.6	40.6	85.9
موافق بشدة	9	14.1	14.1	100.0
Total	64	100.0	100.0	

قيم كا2

Test

	تساهم صفحات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تشجيع المشاركة في النشاطات الخيرية.	يساعد المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على تنمية قيم المواطنة لدى الناشئة.	يؤثر المؤثرين الاجتماعيين(الم شاهير (على طرق الاحتفال بالمناسبات الاجتماعية مثل أعياد الميلاد وفعالات الرفاق ...	قيام المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) بالدعاية لمواضيع توعوية تساعد على اهتمام الأبناء بها مثل : قضايا حماية البيئة.	يشجع المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) على غرس الثقافات غربية. للحالات الاجتماعية (الظلم، الفقر (...يساعد على تنمية قيم التضامن.	مساندة المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) زيادة مستوى الالتزام الديني للأبناء.	يساعد المؤثرين الدينيين (المشاهير (في المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للعمل التطوعي على غرسه لدى التلاميذ.	تساعد ممارسات المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) للعمل التطوعي على غرسه لدى التلاميذ.
Khi-deux	23.188 ^a	32.406 ^a	45.844 ^a	46.625 ^a	36.781 ^a	51.156 ^a	32.406 ^a	23.188 ^a
ddl	4	4	4	4	4	4	4	4
Signification asymptotique	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 12.8.

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة كا² للفرضية الثالثة

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
متابعة الأساتذة لمقاطع تدريس خاصة بالمؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (64	2.94	1.167
يساعدهم على تنمية مهاراتهم الوظيفية. كثيرا ما يستعين بعض الأساتذة	64	2.63	1.162
بالمؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (في علاج صعوبات التعلم لدى المتعلمين.	64	3.70	1.079
يساعد نشر مزايا بعض الوسائل التعليمية على تعزيز استخدامها في طرق المدرسين.	64	2.84	1.250
يساعد المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير) من خلال فيديوهاتهم على تنمية الإبداع المهني لدى الأساتذة.	64	3.08	1.159
تقديم دروس نموذجية من طرف بعض المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (يسهل الفعل البيداغوجي للأستاذ.	64	2.73	1.073
تساهم نشاطات المؤثرين الاجتماعيين المشاهير في التفاف الأساتذة حول مطالبهم الاجتماعية) الاجور، السكن، طب العمل(....)	64	2.72	1.046
متابعة المؤثرين الاجتماعيين) المشاهير) يسهم في تسريع رقمنة الفعل البيداغوجي.	64	2.42	1.036
يتأثر الأساتذة بالمؤثرين الاجتماعيين) المشاهير (في اتجاهاتهم نحو مهنتهم.	64		
N valide (listwise)	64		

التكرارات والنسب المئوية + قيمة كا 2

متابعة الأساتذة لمقاطع تدريس خاصة بالموثرين الاجتماعيين (المشاهير) (يساعدونهم على تنمية مهاراتهم الوظيفية).

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	10	15.6	15.6	15.6
غير موافق	11	17.2	17.2	32.8
محايد	20	31.3	31.3	64.1
موافق	19	29.7	29.7	93.8
موافق بشدة	4	6.3	6.3	100.0
Total	64	100.0	100.0	

كثيرا ما يستعين بعض الأساتذة بالموثرين الاجتماعيين (المشاهير) (في علاج صعوبات التعلم لدى المتعلمين).

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	11	17.2	17.2	17.2
غير موافق	23	35.9	35.9	53.1
محايد	12	18.8	18.8	71.9
موافق	15	23.4	23.4	95.3
موافق بشدة	3	4.7	4.7	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يساعد نشر مزايا بعض الوسائل التعليمية على تعزيز استخدامها في طرق المدرسين.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	3	4.7	4.7	4.7
غير موافق	8	12.5	12.5	17.2
محايد	7	10.9	10.9	28.1
موافق	33	51.6	51.6	79.7
موافق بشدة	13	20.3	20.3	100.0
Total	64	100.0	100.0	

ملاحق

يساعد المؤثرين الإجماعيين (المشاهير) من خلال فيديوهاتهم على تنمية الإبداع المهني لدى الأساتذة.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	11	17.2	17.2	17.2
غير موافق	16	25.0	25.0	42.2
محاييد	15	23.4	23.4	65.6
موافق	16	25.0	25.0	90.6
موافق بشدة	6	9.4	9.4	100.0
Total	64	100.0	100.0	

تقديم دروس نموذجية من طرف بعض المؤثرين الاجتماعيين (المشاهير) يسهل الفعل البيداغوجي للأساتذة.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	6	9.4	9.4	9.4
غير موافق	14	21.9	21.9	31.3
محاييد	21	32.8	32.8	64.1
موافق	15	23.4	23.4	87.5
موافق بشدة	8	12.5	12.5	100.0
Total	64	100.0	100.0	

تساهم نشاطات المؤثرين الإجماعيين المشاهير في التفاف الأساتذة حول مطالبهم الإجماعية (الاجور، السكن، طب العمل...)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	9	14.1	14.1	14.1
غير موافق	17	26.6	26.6	40.6
محاييد	23	35.9	35.9	76.6
موافق	12	18.8	18.8	95.3
موافق بشدة	3	4.7	4.7	100.0
Total	64	100.0	100.0	

متابعة المؤثرين الإجماعيين (المشاهير) يساهم في تسريع رقمنة الفعل البيداغوجي.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	8	12.5	12.5	12.5
غير موافق	19	29.7	29.7	42.2
محاييد	23	35.9	35.9	78.1
موافق	11	17.2	17.2	95.3
موافق بشدة	3	4.7	4.7	100.0
Total	64	100.0	100.0	

يتأثر الأساتذة بالمؤثرين الإجماعيين (المشاهير) في اتجاهاتهم نحو مهنتهم.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق بشدة	13	20.3	20.3	20.3
غير موافق	22	34.4	34.4	54.7
محاييد	20	31.3	31.3	85.9
موافق	7	10.9	10.9	96.9
موافق بشدة	2	3.1	3.1	100.0
Total	64	100.0	100.0	

قيم كا2 للعبارات

Test

	متابعة	كثيرا ما	يساعد نشر	يساعد	تقديم دروس	تساهم	متابعة	يتأثر الأساتذة
	الأساتذة	يستعين بعض	مزايا بعض	المؤثرين	نموذجية من	نشاطات	المؤثرين	بالمؤثرين
	لمقاطع	الأساتذة	الوسائل	الاجتماعيين	طرف بعض	المؤثرين	الاجتماعيين	(الاجتماعيين)
	تدريس	بالمؤثرين	التعليمية على	(المشاهير)	المؤثرين	الاجتماعيين	(المشاهير)	لمشاهير (في
	خاصة	الاجتماعيين	تعزير	من خلال	الاجتماعيين	المشاهير في	يسهم في	اتجاهاتهم
	بالمؤثرين	(المشاهير)	استخدامها في	فيديوهاهم	(المشاهير)	التفاف	تسريع رقمنة	نحو مهنتهم.
	الاجتماعيين	في علاج	طرق	على تنمية	يسهل الفعل	الأساتذة	الفعل	
	(المشاهير)	صعوبات	المدرسين.	الإبداع	البيداغوجي	حول مطالبهم	البيداغوجي.	
	يساعدهم على	التعلم لدى		المهني لدى	للأستاذ.	الاجتماعية		
	تنمية	المتعلمين.		الأساتذة.		(الاجور،		
	مهاراتهم					السكن، طب		
	الوظيفية.					العمل)...		
Khi-deux	13.969 ^a	16.312 ^a	43.812 ^a	5.844 ^a	11.156 ^a	18.188 ^a	20.688 ^a	22.406 ^a
ddl	4	4	4	4	4	4	4	4
Signification asymptotique	.007	.003	.000	.211	.025	.001	.000	.000

a. 0 cellules (0.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5. La fréquence théorique minimum d'une cellule est 12.8.

إجمالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحاور

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
المحور_الأول	64	3.9102	.79883
المحور_الثاني	64	3.5684	.60869
المحور_الثالث	64	2.8828	.85793
N valide (listwise)	64		

قيم كا 2 للمحاور

Test

	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث
Khi-deux	41.187 ^a	47.250 ^b	29.656 ^c
ddl	21	19	26
Signification asymptotique	.005	.000	.282

- a. 22 cellules (100.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5.
La fréquence théorique minimum d'une cellule est 2.9.
- b. 20 cellules (100.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5.
La fréquence théorique minimum d'une cellule est 3.2.
- c. 27 cellules (100.0%) ont des fréquences théoriques inférieures à 5.
La fréquence théorique minimum d'une cellule est 2.4.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات اساتذة التعليم الثانوي نحو دور المؤثرين في التغيير الاجتماعي، وذلك بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

• ما هي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة – نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات السلوكية؟

• ما هي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي – تبسة – نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات القيمية؟

• ما هي اتجاهات أساتذة ثانوية مالك بن نبي- تبسة – نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات الوظيفية؟

وللإجابة عنه ميدانيا قمنا بالاستعانة بالمنهج الوصفي من خلال أسلوب المسح الاجتماعي وتوزيع استبيان على عينة قدرت ب 64.

بعد جمع البيانات وتحليلها ومناقشتها توصلنا الى:

- تمثل نتائج الدراسة دعم قوي من المشاركين وان هناك موافقة شديدة، مما يمكن القول أنه يوجد اتجاه ايجابي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي -تبسة – نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات السلوكية، فرضية مقبولة.

- تمثل نتائج الدراسة دعم قوي من المشاركين وان هناك موافقة شديدة، مما يمكن القول أنه يوجد اتجاه ايجابي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي -تبسة – نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات القيمية، فرضية مقبولة.

- تمثل نتائج الدراسة دعم متوسط من المشاركين وان هناك محايدة، مما يمكن القول أنه يوجد اتجاه سلبي لأساتذة ثانوية مالك بن نبي -تبسة – نحو تأثير المؤثرين الاجتماعيين على التغييرات الوظيفية، فرضية مرفوضة.

Study summary:

This study aimed at identifying the tendencies of secondary education teachers towards the role of social change influencers by asking the following sub-questions:

- What are the trends of Malik Bin Nabi Secondary Teachers - Tebessa - towards the influence of social influencers on behavioural changes?

- What are the trends of the secondary professors of Malik Ben Nabi - Tebessa - towards the impact of social influencers on value changes?

- What are the trends of Malik Bin Nabi Secondary Teachers - Tebessa - towards the impact of social influencers on functional changes?

To respond on the ground, we used the descriptive approach through the social survey method and distributed a questionnaire to a sample estimated at 64.

After collecting, analysing and discussing the data, we found:

- The results of the study represent strong support from participants and there is strong consent, arguably a positive tendency for teachers of Malik Bin Nabi High School - ambiguously - towards the influence of social influencers on behavioral changes, an acceptable hypothesis.
- The results of the study represent strong support from participants and there is strong approval, arguably a positive tendency for Malik Bin Nabi High Teachers to - ambiguously - influence social influencers on value changes, an acceptable hypothesis.
- The results of the study represent moderate support from participants and there is impartiality, arguably a negative tendency for teachers of Malik bin Nabi Secondary School - ambiguously - towards the influence of social influencers on functional changes, an objectionable hypothesis