

المضمون القيمي في تطبيق إنستغرام

قراءة معرفية ومقاربة استكشافية

Value content in the Instagram application

Cognitive reading and exploratory approach

سمية هادفي.

جامعة 20 أوت 55 سكيكدة (الجزائر)، s.hedfi@univ-skikda.dz

تاريخ النشر: 2023 / 11 / 30

تاريخ القبول: 2023 / 09 / 09

تاريخ الاستلام: 2023 / 07 / 15

ملخص:

تهدف هذه المقاربة المعرفية الاستكشافية إلى الكشف عن لمواضيع والمضامين التي يتعرض لها المستخدمين في منصة إنستغرام. وقد انتهجت هذه الدراسة رؤية معرفية ومقاربة منهجية استكشافية تم الاعتماد فيها على المنهج الوصفي وتحديدًا توظيف أداة تحليل المضمون ، طبقت على عينة قصدية شملت الفيديوهات والصور وكشفت لنا بدورها عن القيم المتضمنة في تطبيق إنستغرام ، حيث أسفرت النتائج عن تحليل فئة الموضوعات أن فئة الموضوعات الجمالية هي الفئة الأكبر من حيث الموضوعات المتناولة، ويبرز ذلك في ثقافة الصورة في عصر الوسائط الاجتماعية والتكنولوجية الحديثة .

الكلمات المفتاحية:

تطبيق الانستغرام ؛ الفيديو؛ القيم؛ المضامين؛ المنصات الرقمية؛ المستخدمين

Abstract:

This exploratory cognitive approach aims to reveal the topics and contents that users are exposed to on the Instagram platform. This study followed a cognitive vision and an exploratory methodological approach, in which the descriptive approach was relied upon, specifically the use of the content analysis tool. The largest category in terms of topics covered, and this is evident in the image culture in the era of social media and modern technology.

Keywords: Instagram application; video; values; content; digital platforms; users.

1. مقدمة

من المعروف أن أنصار الاختراعات والمبتكرات التكنولوجية يؤمنون بأن جدواها يتعدى أطر الاستخدامات الضيقة والمحدودة في المجتمع، إلى التأثير في عملية التغير الاجتماعي والثقافي، وذلك منذ أن أحدثت الأقراص المدمجة (CD)، وأسطوانات الفيديو الرقمية (DVD) أثناء عقد الثمانينات من القرن العشرين تحولات كبيرة على مستوى العملية الاتصالية السمعية والسمعية البصرية، متبوعة بعد ذلك بانتشار الانترنت والبريد الإلكتروني وبنوك المعلومات المختلفة، التي ما لبثت أن اكتشفت الكاميرات المرئية المسموعة مما أتاح الفرصة لعقد الاجتماعات على الانترنت، ما جعل المهتمين بالشأن الاتصالي التكنولوجي يكثفون الدراسات والأبحاث التي ترتبط بتحليل عملية تبني الابتكارات والاكتشافات التكنولوجية وقت انتشارها ليس حول الطريقة التي تنتشر وتذاع بها الوسيلة أو الأداة التكنولوجية الجديدة عبر الشبكات الاجتماعية فقط، بل يضاف لها مضمون تلك الوسائل الذي لا يمكن النظر إليه بمعزل عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها. فالكيفية التي تعرض بواسطتها الوسيلة الإعلامية ذات الطبيعة التكنولوجية موضوعاتها، والجمهور الذي توجه له رسائلها يؤثران على ما تقدمه تلك الوسائل.

وبتعبير آخر، ارتبطت التحقيقات في هذه المقاربة من جهة بكيفية نشر الابتكارات لمضامينها الاتصالية والفئات التي تتبناها من الناحية السلوكية والقيمية، ومن جهة أخرى بما تسفر عنه استخدامات تلك الوسائل الجديدة في تحديد طبيعة المجتمع وكيفية معالجته لمشاكله، أي قياس الآثار المترتبة عن عملية تبني مستخدمي الوسائل الحديثة من خلال التغيرات الطارئة عليهم في تطبيقاتهم لها كأفراد وكمجموعات على مستوى القيم التي يكتسبونها من ثقمتهم في الاستخدام المتكرر للوسيلة أو التطبيق التكنولوجي الحديث.

يمكن القول أن العديد من المفكرين والباحثين في هذا الحقل من أمثال وليام أوغبرن، مارشال ماكلوهان وغيرهم، يجدون أن طبيعة الوسائل الاتصالية الحديثة تقنيا تساهم في تشكيل المجتمعات معرفيا وثقافيا ورمزيا أكثر مما يشكلها مضمون العملية الاتصالية، ويتضح ذلك من خلال ما يذهب إليه روجرز حول عملية تقبل الاكتشافات الجديدة كسيرورة متميزة بعدة مراحل بدءاً بأول تعرض للوسيلة الجديدة إلى غاية إثبات تبنيها أو رفضها، وحسب نموذج المعروف بنموذج الانتشار؛ فإن مميزات الابتكار التي تظهر للأفراد هي التي تحدد نسبة تبنيهم لها. ويظهر ذلك بشكل جلي داخل المجتمعات البشرية دون استثناء من خلال مميزات شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الافتراضية التي أتاحها التكنولوجيا الرقمية في أوائل القرن الحادي والعشرين، من حيث كونها سمات فريدة من نوعها في المجال التفاعلي الاجتماعي، واقتناع شرائح عريضة من مستخدميها بقدراتها الفائقة، فأصبح دمج وسائط التواصل الاجتماعي في البيئة الأسرية واليومية والمهنية حتمية وضرورة حياتية لمختلف الفئات العمرية لا سيما الشباب.

لا شك أن تطبيق إنستغرام واحد من التطبيقات التكنولوجية الحديثة التي اخترعت منذ ما يقارب العقد من الزمن، أي أن عمره الزمني صغير جدا مقارنة مع بقية المبتكرات التكنولوجية في الفترة الراهنة، ومع ذلك فقد تمكن هذا التطبيق من توفير الكثير من المزايا والفرص والتسهيلات والمتعة للمستخدم عبر العالم، أولها وأكثرها شيوعا تحقيقه لحالة المساواة بين الحواس الطبيعية التي لا غنى للإنسان السليم عنها، فكان الجمع بين السمع والبصر والنطق سمة بارزة في الانستغرام كامتداد للإنسان في جهازه العصبي وحواسه، بل يصل إلى امتداد لوعيه كذلك، مما يمكن المستخدم من توظيف حواسه معا في لحظة واحدة وموحدة ومحدودة زمنيا لينتقل من حالة المستخدم البسيط أو السلبي إلى حامل للرسالة وفاعل اتصالي واجتماعي ثقافي يؤدي

دورا لا يستهان به من الناحية القيمة، بما يفرزه تفاعله مع الجمهور من أفكار وقيم و اتجاهات تؤثر حتما في البنى الاجتماعية والثقافية للمجتمع.

من هذا المنطلق جاءت دراستنا لتسلط الضوء على مسألة القيم التي يتضمنها تطبيق إنستغرام، وذلك من خلال تصفح وملاحظة الفيديوهات التي يشاركها المستخدمون الجزائريون، وطبيعة المواضيع التي يتداولونها ويتبادلونها.

ومنه يمكننا طرح السؤال المركزي الآتي:

ما هي القيم المتضمنة و الأكثر تداولاً في تطبيق إنستغرام في الصفحات الجزائرية؟

يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلين فرعيين هما:

- ✓ ماهي المقاربة التصورية بين نظرية الحتمية التكنولوجية واستخدامات التطبيقات الرقمية الجديدة؟
- ✓ ماهي المواضيع التي يتداولها الشباب في تطبيق الإنستغرام ؟

استمدت هذه المقاربة أهميتها من أهمية الموضوع خاصة أن التطور التكنولوجي الكبير قد اخترق كل مجالات الحياة الاجتماعية ، بفعل قوة التدفق الاتصالي الذي أحدثته ثورة المعلومات والاتصالات، بدء من الانترنت ووصولاً إلى منصات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي جعلت من الأنشطة الاجتماعية والاتصالية حقلاً للاستخدام والمتابعة.

وعلى هذا الأساس انتشرت العديد من المضامين على صفحات هذه المنصات لغايات وأهداف مختلفة ، وربما يعتقد الفرد الجزائري المنخرط في الفضاء الافتراضي أن الفايسبوك هو الأكثر رواجاً واستخداماً وشهرة داخل الفئات الشبابية ، إلا أنه قد يغفل أن هناك منصات أخرى تتسم بالقوة والفائدة خاصة على مستوى الجوانب الاجتماعية والثقافية ، ويعد الإنستغرام واحداً من أهم هذه المنصات التي يلجأ إليها الكثير من الأفراد والجماعات الاجتماعية الذين يجدونه ملائماً للاستخدامات الاجتماعية والثقافية ، ومع سرعة الانتشار في الفضاء الافتراضي يمكن لهؤلاء المستخدمين تحقيق رغبات وغايات مختلفة ، والتي قد تشكل ملامح جديدة لمنظومة اجتماعية وثقافية بديلة خاصة في ظل الإنتشار السريع لتطبيقات الإعلام الجديد التي تحمل قيماً وأفكار وسلوكيات تختلف معظمها عن الوسائل التي سبقتها مما يستوجب إخضاعها للدراسة والتحليل ، من هذا المنطلق اكتسبت الدراسة الراهنة أهمية الخوض موضوع المنصات الرقمية من خلال التطرق للمحتوى المضاميني.

انطلاقاً من هذا التصور حددت الدراسة الراهنة بعض الأهداف البحثية تجسدت كالآتي :

- التعرف على المواضيع التي تتضمنها صفحة تطبيق إنستغرام.
- معرفة طبيعة المواضيع والمضامين التي يتم تداولها من قبل المستخدمين .
- السعي للكشف عن القيم الأكثر انتشاراً عبر تطبيق إنستغرام.

اعتمدت الدراسة الراهنة مقاربة معرفية استكشافية أخذت بعد امبريقي حقلي والذي تضمن التصور الآتي:

تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية الاستكشافية تهدف إلى وصف الظواهر والأحداث أو الأشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع. فهي تهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء والظواهر التي يتناولها البحث وذلك في ضوء قيمك ومعايير معينة، واقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول بها إلى صورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير والقيم.

تندرج هذه المقاربة الاستكشافية المتمحورة القيم المتضمنة في تطبيق إنستغرام ضمن الدراسات الاستكشافية، وقد وجدنا أنه لم يتم استكشاف هذا الموضوع بشكل كافٍ في الأدبيات التي تتناول موضوع التطبيقات الرقمية، بناء على ذلك تم اختيار هذا النوع من المقاربات بهدف جمع معلومات ومعطيات حول تفاصيل وأبعاد هذا الموضوع، من أجل إيجاد إجابات على بعض التساؤلات التي قد يثيرها الباحثون في مجال البيئة الرقمية في المجتمع.

أولاً: تحديد المفاهيم

اعتمدت الدراسة الراهنة مفهومين أساسيين وهما مفهوم القيم ومفهوم الانستغرام

1. القيم

جاءت كلمة القيم في معاني عديدة ومختلفة، ففي معجم لسان العرب لابن منظور جاءت القيم من الفعل قوم و هي نقيض الجلوس و فعلها قوم من القيام و هو مأخوذ من قام يقوم قوما و قياما و قومة و قامة(جمال الدين، 2003)

كما تعرف القيم على أنها الحكم على شيء ما مهتدياً بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من أنماط السلوك (جبر سعيد، 2008) وتناول "محمد الجوهري وآخرون" القيم في معجم لغة الحياة اليومية فكلمة قيم (أيم) تعني شخص ذو مكانة ويحسن تصرفاته ويعتني بهيئته وهندامه، وكلمة قيمه(أيمه) تقال الإشارة إلى شخص ذو هيئة وهندام منسجمين والإشارة أيضاً إلى شخصية مؤثرة.(عبد القادر، 2013)

إصطلاحاً: يعرفها " مالىنوفسكى" بأن القيمة هي ارتباط قوى وحتمي بين الكائن الحي(الإنسان) وبعض الأهداف والمعايير والأشخاص المعينين الذين يعتبرون وسيلة لإشباع حاجات الكائن الحي(الحسن، 1999)

وفي تعريف آخر يعرفها "ماكس شيلر" أن القيم: مجموعة من الأفعال أو المعاني المقصودة التي توجد في عقول الأفراد والتي يمكن إدراكها من خلال الوعي والتجربة.(ابراهيم، 2010)

ويعرفها "فلوريان زناينكي" أن القيم: هي موضوعات الفعل الاجتماعي ذات المعنى، وذات الطابع الحسي و الروحي، والتي دلالاتها المعيارية الموجبة و السالبة (قنصوة، 1997)

مما سبق يمكننا القول أن القيم هي عبارة عن المبادئ والأفكار، والأفعال أو المعاني المقصودة التي يقوم بها الفرد أو الجماعة في المواقف الاجتماعية المختلفة، والتي تمثل معنى بالنسبة لهم، كما تتدخل في تشكيل مختلف المنظومات الاجتماعية ضمن أنساق اجتماعية مختلفة.

2.1.2. الإنستغرام

الإنستغرام هو تطبيق متاح مجاناً عبر آي ستور ووقول بلاي تأسس سنة 2010 ، ويعرف كأشهر تطبيقات مشاركة الصور ليتحول خلال السنوات القليلة الأخيرة إلى منصة تشبيك إتصالية و تسويقية بامتياز. (Bernard, 2020,)

وبعد إمتلاكها من قبل شركة فايسبوك سنة 2012 مقابل مبلغ 1مليار دولار زادت شهرتها وتستقطب حالياً ملايين المستخدمين عبر العالم ، حيث يتيح الإنستغرام التقاط الصور وتطبيق عدد من الأدوات لتحسين الصور وإجراء التعديلات المرغوبة بطريقة احترافية ومشاركتها مع الأصدقاء والمعارف عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي (أيمن، 2021) . ويهدف مستخدم الإنستغرام إلى إنتاج و بث محتويات تعبر عنه وتمثله لتأسيس جماعته الافتراضية الخاصة مع مجموعة من الأشخاص الغرباء الذين يتقاسمون معه نفس مراكز الاهتمام، ويمكن لكل مستخدم أن يشارك عبر صفحته الشخصية البومات الصور التي يراها مناسبة فيطلع عليها كل مستخدمو المنصة ، ويتلقى بذلك تفاعلات مختلفة مع منشوره كالإعجاب أو التعليق أو تفعيل متابعة حسابه من قبل المعجبين والمهتمين بما ينشره (laura, 2020).

استناداً للتعريف السابقة يمكننا تعريف الإنستغرام على أنه منصة شبكية رقمية تبث محتويات ومضامين لأفكار كثيرة ، يشارك فيها مجموعة من المستخدمين عبر صفحات مختلفة ، تبدي هذه الأخيرة مستويات متعددة من التفاعل والمشاركة .

ثانياً: النظرة الماكلوهانية والمقاربة الجديدة للتطبيقات الرقمية

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات ، فحينما ينظر مارشال ماكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفاً نستطيع أن نسميه بالحتمية التكنولوجية حيث يؤمن ماكلوهان بأن الإختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً في التغير الاجتماعي ، ويفترض أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ ليس فقط في التنظيم الاجتماعي ولكن أيضاً في الحساسيات الإنسانية (تواتي، 2013)، ويرى ماكلوهان أن النظام الاجتماعي تحدده وسائل تكنولوجيا الاتصال وبدون فهم للأسلوب الذي تعمل بقتضاه تقنياتها لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمع.

هذا يدعونا إلى التفكير مع ماكلوهان ونظريته للبيئة الرقمية. فنحن بذلك نعيد إعادة اكتشاف "ماكلوهان" في العصر الراهن. ويدفعنا ذلك إلى مساءلة ما يقره الكثير من الكُتّاب والباحثين الذين يرون أن ما تعيشه تكنولوجيا الاتصال اليوم من تحولات في البيئة الرقمية الجديدة يُثبت صحة ما تنبأ به ماكلوهان في حياته.

يمكن أن نرصد اتجاهين للماكلوهانية في البيئة الرقمية. الاتجاه الأول ظل وفياً لنزعة ماكلوهان الاستعارية؛ إذ اتجه إلى تكييف أطروحاته مع معطيات البيئة الرقمية وتعميقها. واتجاه آخر سعى إلى إعطاء بُعد تطبيقي لها من خلال تنزيل "قانون التطبيقات الرقمية" على العُدّة الرقمية، كالهاتف الذكي، ومواقع التواصل الاجتماعي، مثل الفاييسبوك والإنستغرام.

ويؤكد ماكلوهان "أننا وجدنا أنفسنا مغمورين في عالم يحدث فيه كل شيء في آن واحد، أي بطريقة كهربائية. فالمعلومة أو الخبر ذاته متوافر في اللحظة عينها في مختلف أطراف العالم... وأنظمة البحث الكهربائية تعِدُّنا بأننا نتذكر أي شيء بشكل آني". (جابر، 2018)

لقد استنتج بعض الكتّاب من هذه الفقرة أن ماكلوهان تنبأ بالهاتف المحمول وبتأثيره الاجتماعي. ورأى جيفري ريبورت أن استخدام هذا الجهاز يجعل منه امتداداً لذاكرتنا. وأكدت شيري توركل أننا نستعمل الهاتف المحمول كامتداد لعقلنا.. ورأى ويل بروكر أن الناس يستعملون الهاتف المحمول كواجهة بين العالم الحقيقي والفعلي و"العالم الرقمي"، فتحوّل العالم الفعلي إلى بيانات، تُخسّنه هذه الواجهة، وتُعرضه كطبعة أسمى من العين المجردة. (tingam, 2020)

لعل أبرز من يمثّل هذا الاتجاه هو بول ليفينسون، الذي خصص كتابه "ماكلوهان الرقمي دليل للإعلام في الألفية" للبحث عن خصائص العصر الرقمي على ضوء سمات وسائل الإعلام المختلفة من المنظور الماكلوهاني، إذ أكد في هذا الصدد أن "جذور العصر الرقمي توجد في الهاتف والمطبعة. إنها أقوى من التليفزيون على الرغم من أن هذا العصر الذي يُعرض علينا في الشاشات أصبح مألوفاً بفضل التليفزيون". (عبد الكريم، 2019)

لقد سار هذا الكاتب على خطى أستاذه في مطابقاته التاريخية واستعاراته؛ إذ يذكر أن "الفضاء الصوتي" الماكلوهاني ليس سوى الفضاء السيبري. ويشرح فكرته هذه بالربط بين التواصل عبر الخط (Online) والاتصال الشفهي من خلال سهولة كتابة النصوص على الشاشة وتغييرها، وسرعة إرسالها بشكل تزامني لتضاهي الاتصال الشفهي. وهذا خلافاً للاتصال المطبوع على الورق. وبهذا يرى أن الاتصال عبر الخط يشبه إلى حدٍ كبير الاتصال الشفهي؛ ف"الأصابع لا تتحرك فقط عبر الشاشة بل تفكر". (محسن، 2019)

بالفعل، يعتقد البعض أن التكنولوجيا الرقمية تمنح الفرصة لإثبات صحة رؤية ماكلوهان لوسائل الإعلام، إذ يذكر أن كل وسيلة تكنولوجية جديدة تستعين بخصائص الوسيلة التي سبقتها في الوجود وحتى لغتها، مثلما ذكرنا آنفاً، وتستغلها لصقل خصوصيتها وتشكيل لغتها الخاصة. وهذا ما حصل فعلاً مع شبكة الإنترنت التي تشكّل محتواها من وسائل تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، وأنتجت "وسيلة هجينة" تجمع خصائص الوسائل السمعية، والسمعية-البصرية، والمكتوبة، وفرضت شكلاً مبتكراً من الكتابة والقراءة والمشاهدة.

ثالثاً: المنظومة التكنولوجية الجديدة وتأثيرها على قيم المجتمع

تشهد المجتمعات الحديثة تطوراً متسارعاً في المجال التكنولوجي، حيث تؤثر التكنولوجيا بشكل متزايد على جميع جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، إن التأثيرات الناجمة عن المنظومة التكنولوجية تتجاوز الجوانب الفنية والاقتصادية، إذ تؤثر أيضاً على القيم والمعتقدات والسلوكيات في المجتمع، حيث تسهم التكنولوجيا في تحويل القيم الاجتماعية من خلال تغيير سلوك الأفراد والتفاعلات الاجتماعية فيمكن أن تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، إلى تغيير في نمط التواصل والعلاقات الشخصية، وتأثيرها على القيم مثل الاحترام والخصوصية والعدالة الاجتماعية، كما أن توظيف التطبيقات التكنولوجية في الحياة اليومية وفي تقاليد المجتمع ذاته قد لا تبدو للوهلة الأولى غريبة ودخيلة، في حين عندما تبدأ في اختراق بعض الممارسات الاجتماعية للمنظومة القيمية وكنسق اجتماعي جديد يتدخل في تشكيل البناء الاجتماعي فإنها ستصبح مجتمعات تابعة لها، حيث تبدأ التقنية الجديدة في تشكيل كيان لها يمارس سيطرة فردية ومجتمعية، وبالتالي تظهر بعض المعوقات أهمها الموق الثقافي، مما يجعل سلوكيات الأفراد واستخدامهم للتقنية يبقى بعيداً عن المقصد خاصة في المراحل الأولى أثناء تطبيقها، وهو ما قد يدفعنا إلى

القيام بدراسات تهتم بتأثير التطبيقات التكنولوجية الحديثة على النسق القيمي للمجتمع ، لأن ذلك قد يؤول إلى زعزعة الثوابت القيمة وحتى الجوانب الفكرية والحسية والذهنية والروحية لمستخدميها في المجتمعات المستهلكة لها.

كما تشكل التكنولوجيا أدوات لنقل الثقافة والقيم من جيل إلى آخر، لهذا يمكن للمنظومة التكنولوجية أن تؤثر على قيم المجتمع من خلال تشكيل وتعزيز المفاهيم والمعتقدات الجديدة.

II. منهج الدراسة وأداة البحث

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج التحليلي (تحليل مضمون) كأحد طرق المتابعة من خلال القيام بإصدار أحكام موضوعية حول مضمون الرسالة الاتصالية معينة. ذلك أنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها، وطرق الحصول عليها.

لقد اتبعنا هذا الأسلوب في التحليل بإعداد قائمة لتحليل محتوى الشكل و المضمون لمجموعة من الفيديوهات على صفحة entre nous الجزائرية في منصة انستغرام، لتحليل شكل و مضمون الفيديوهات الأكثر مشاهدة في شهر ماي للكشف عن القيم المتضمنة في هاته الفيديوهات الأكثر مشاهدة من قبل المستخدم الجزائري.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في صفحة entre nous الجزائرية عبر منصة انستغرام وبالتحديد 12 فيديو الأكثر مشاهدة في شهر ماي، بداية من 1 ماي 2023 الى 31 ماي 2023 ، حيث تعد هذه الصفحة كأكثر صفحة جزائرية متابعة بعدد متابعين يصل الى اربعة ملايين ونصف تتناول هذه الصفحة عدة مواضيع و عدة فيديوهات لمواضيع مختلفة.

العينة

نظرا لاقتران عينتنا على الفيديوهات الأكثر مشاهدة تم اختيار العينة القصدية العمدية التي يقوم الباحث باختيار مفرداته بطريقة تحكمية لا مجال للصدفة فيها، بل يقوم شخصا باختيار المفردات الممثلة الأكثر لغيرها ، حيث اخترنا شهر أفريل وقسمناه الى أربعة اسابيع و في كل اسبوع نختار الثلاث فيديوهات الأكثر مشاهدة حتى نهاية الشهر بالتالي كانت المحصلة 12 فيديو .

أداة جمع البيانات

وبناء على طبيعة البيانات المراد جمعها و على المنهج المتبع في البحث وجدنا أن الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق هدف الدراسة و المتمثل في الكشف عن القيم المتضمنة في تطبيق انستغرام هي استمارة تحليل المحتوى و التي تم ضبطها كالتالي:

• فئات ماذا قيل ؟

• فئة الموضوعات

للتعرف على أهم المواضيع التي تم التطرق لها ضمن 12 فيديو وتمثلت في موضوعات سياسية، جمالية، دينية وثقافية.

. فئة القيم

وهي القيم التي قد تتضمنها هاته الفيديوهات من قيم سياسية قيم جمالية قيم دينية قيم ثقافية.

. فئة الفاعلين

تم ضبط هذه الفئة للتعرف على أكثر الفاعلين المجسدين للمضامين وتمثلت في فئة المستخدمين ذكور وإناث.

. فئة الجمهور المستهدف

وشملت المستخدمين لهاته الفيديوهات وكانت بين الذكور والإناث.

. فئة المصدر

يقصد بهذه الفئة اصحاب الحسابات والمجسدين الأولين لهاته الفيديوهات في التطبيق والتي يتفاعل معها جمهورهم، وهم المستخدمين والمشاركين من الجنسين ذكور وإناث.

• فئات كيف قيل؟

. فئة الزمن

وتتراوح بين 20 و40 إلى دقيقة وعشرون ثانية و تمثلت هاته الفئة في المدة الزمنية للفيديوهات التي يجسدها افراد عينة بحثنا عبر حسابهم في تطبيق انستغرام.

. فئة اللغة

تمثلت في العامية والعربية الفصحى والانجليزية ممزوجة بالعامية والفصحى الممزوجة بالعامية وفيديوهات من دون كلام.

. فئة المؤثرات الصوتية

شملت الموسيقى سواء عربية او غربية و أيضا شملت الغناء عربي أو غربي كان الهدف من هاته الفئة في دراستنا هو التعرف على نوع المؤثرات الصوتية التي يوظفها الفاعلين في فيديوهاتهم في تطبيق انستغرام.

. فئة المؤثرات البصرية

وتمثلت في الوجه خاصة و الجسم كاملا و أطراف من الجسم حيث كان هذا هو الحيز الذي يشغله الفاعلين في فيديوهاتنا المختارة في تطبيق انستغرام

. مجالات الدراسة

يعد تحديد المجال الزمني أمرا مشروطا في أي دراسة لإجراء بحث علمي ويقصد به الفترة الزمنية لإجراء الدراسة لهذا تم تقسيم الفترة الزمنية في هذه الدراسة إلى مرحلتين:

المرحلة الأولى تمثلت في مرحلة بداية التفكير في الموضوع في بداية شهر نوفمبر 2022 وجمع المادة العلمية وتصنيفها ثم تم الانتقال إلى المرحلة الثانية وهي المرحلة العملية التي بدأنا فيها الإجراءات المنهجية وملاءمتها مع طبيعة الدراسة واختيار مجتمع البحث وتحديد عينة الدراسة بشكل مقصود، حيث تم اختيار مدونة افتراضية على منصة إنستغرام هي صفحة Entre Nous، أين قمنا بحصر مدونتنا بطريقة العينة القصدية لبدأ عملية تحليل الفيديوهات، والتي تمت من حيث فئتي الشكل والمضمون وكانت المدة من بداية شهر أفريل إلى بداية شهر ماي 2023 .

المجال المكاني

إن المجال المكاني لهذه الدراسة يتمثل في تطبيق إنستغرام وذلك لأن هذا البحث ينتمي إلى الدراسات الكيفية التي تعتمد على التحليل كأداة لها ، بعد جمع عدد من الفيديوهات اختيرت بطريقة العينة القصدية في صفحة Entre Nous الجزائرية.

III. نتائج الدراسة

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول القيم المتضمنة في تطبيق إنستغرام، تم التوصل إلى الاستنتاجات والنتائج التالية:

- أسفرت النتائج عن تحليل فئة الموضوعات أن فئة الموضوعات الجمالية هي الفئة الأكبر من الموضوعات المتناولة، ويبرز هذا في ثقافة الصورة في عصر الوسائط الاجتماعية والتكنولوجية الحديثة، أين أصبحت الصورة الجمالية أداة في جذب تفاعل جمهور. وكذلك بسبب طبيعة الموضوعات الأكثر تداولاً التي تميل إلى الإغراء والاستمالات العاطفية.
- نستنتج من خلال تحليل فئة القوالب المستخدمة انه تم الاعتماد على قوالب استعراض الأفكار والمضامين مرة في صورة موسيقية ومرة على شكل استعراض ذاتي يعتمد كذلك على المؤثرات الصوتية، حيث تمثل نسبة 70 % الفيديوهات التي تحتوي على صوت المرسل فقط، تليها ثاني نسبة 20 % لتدل على الفيديوهات مع موسيقى صاحبة فيما جاءت أدنى نسبة مساوية لـ 10% تمثل مقاطع الفيديوهات التي تحتوي على موسيقى هادئة.
- أظهرت الدراسة أن الفاعلين في عينتنا يستخدمون الموسيقى العربية بنسبة 50% والغربية بنسبة 50 % كذلك ، وذلك تماشياً مع التردد الغنائي لكل شهر.
- استخدمت في الفيديوهات كل من اللغتين العامية والفرنسية معا، فيما جاءت أدنى نسبة مساوية لـ 14% لتعبر عن الفيديوهات بالفرنسية ونسبة 86% باللغة العامية.
- أبرزت الدراسة أن القيم المتضمنة في تطبيق إنستغرام شملت القيم الجمالية ،وهي القيم الأبرز في نتائج التحليل ، حيث بلغت نسبتها 80%، فيما انقسمت النسب المتبقية بين المضامين الثقافية بنسبة 10% والاقتصادية 8% بنسبة والدينية بنسبة 2% ، ويبدو واضحاً أن المستخدمين كمؤثرين يسعون في تحقيق ذواتهم من خلال المستخدمين المتفاعلين مع فيديوهاتهم، عن طريق المحاكاة والمقارنة.

- _أبرزت الدراسة أن الجمهور المستهدف في دراستنا في الأغلب إناث حيث تقدر نسبتهم 80%، وأن الفاعلين أيضا هن إناث، لاهتمامهن أكثر بالعناية الجمالية، وتتبع كل ما هو جديد في عالم الموضة والجمال.
 - _ بينت الدراسة أن مدة الفيديوهات الأكثر مشاهدة هي الفيديوهات التي بين 40 ثانية و1 دقيقة، و20 ثانية، وذلك راجع إلى سياسة التطبيق، إلى عدم استعمال فيديوهات أكبر من هذه المدة، وأيضا لعدم شعور المتلقي بالملل.
 - _ تعود نسبة 42.87 % على الفيديوهات التي اعتمد فيها المرسل أسلوب الإقناع العاطفي، تليها ثاني نسبة مقدرة ب35,71% تعبر عن المقاطع ذات الأسلوب الإقناعي العاطفي والعقلي معا، في حين جاءت أدنى نسبة مساوية ل21,42% تمثل الفيديوهات ذات أسلوب الإقناع فقط.
- يلاحظ من خلال التحليل أن الوجه هو الأكثر استخداما في الاستمالات ونقل المضامين وذلك بنسبة 80 %، حيث يعتبر أبرز جزء في الجسم وأول ما يلتفت الانتباه، ومن أهم أسباب اعتناء واهتمام الأفراد بالوجه الشعور بالثقة ولفت انتباه الآخرين ، فتأثير الثقافات الخارجية والوسائط الاجتماعية على الأفراد جعلت ما يسمى بهوس الجمال يطغى على كل المضامين القيميّة ، كما أن فئة المؤثرات البصرية تظهر الوجه أكثر من الجسم كامل أو أطراف فقط من الجسم، وهذا راجع إلى طبيعة الموضوعات التي اكتشفناها في دراستنا .
- خلصت الدراسة إلى وجود علاقة بين أنواع القيم في صفحات الفيسبوك وأنماط السلوك الاجتماعي ، حيث كانت القيم الجمالية هي أكثر القيم تأثرا في أنماط السلوك الخاصة بمستخدمي التطبيق.
- ما يمكن استنتاجه أن هناك تنوع من حيث المتابعين حيث انقسمت النسب بين 25% معلقين، 35% معجبين، 20% مشاركين للفيديو، 20% مشاهدين ، فمن الملاحظ أن المتفاعلين يقومون بالإعجاب أكثر وقد يرجع ذلك إلى سهولة استخدام أسلوب الإعجاب ، كذلك للحفاظ على الخصوصية وعدم تعرف الآخرين عليهم ، وجود المعلقين يلعب دورا هاما في زيادة مستوى الاهتمام بمضمون المحتوى من خلال بعض المؤثرين الذين يتمتعون بقاعدة جماهيرية كبيرة يعني أن الفيديو قد حظي بنسبة مشاهدة كبيرة، فقد يؤدي ظهور تعليق من المشاهير على فيديو معين إلى زيادة الاهتمام وثقة الجمهور فيه، أما المشاركون للفيديو فقط ربما يعود إلى أن المحتوى واضح بحيث يحتاج إلى المشاركة فقط أو ربما لزيادة عدد المتابعين لصاحب الصفحة أو المحتوى المعروض.

استنادا على البيانات الكمية والكيفية التي توصلت إليها الدراسة في قسميها النظري والتطبيقي من خلال معالجة متغيرات الدراسة، يتضح لنا جليا أن المحتوى القيمي الجمالي يطغى على المحتويات العامة المنشورة عبر صفحة أنستغرام ويلقى رواجا كبيرا وتفاعلا معتبرا من قبل المشاركين والمستخدمين ، كما أن نسبة المحتوى القيمي الديني أو الثقافي أو السياسي ضعيف جدا بمقارنته مع القيم الجمالية ، وأن اختيار المستخدمين لمنصة أنستغرام راجع لكونها منصة شهيرة وواسعة الانتشار بين المستخدمين ، وتتيح للأفراد مشاركة عالية وتفاعل واسع النطاق .

وجدنا أن فئة الشباب هم الأكثر دافعية لاستخدام منصة الانستغرام سواء مؤثرين أو مستخدمين أو مشاهير أو مشاركين، لتسويق أفكارهم ومضامينهم الشخصية والعامة، وذلك ناتج من معاشية الشباب للتطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال والمنصات الرقمية في الوقت الراهن ، مما يدفعهم لارسال رسائل إقناعية تستهدف العاطفة والعقل على حد سواء.

عموما يبقى موضوع استخدام المنصات الرقمية من المواضيع الجديرة بالبحث والاهتمام والتقصي في أبعاده التأثيرية على الفرد والمجتمع ، لاسيما في ظل التطور المتلاحق والذي تشهده تطبيقات تكنولوجيا الاتصال ، والتي أتاحت للمستخدمين فرص التواصل وتبادل الأفكار والمعلومات ضمن قالب قيمي متعدد الثقافات يتعدى حدود المكان والزمان، ولا مجال للشك ان ذلك سيؤثر حتما على المنظومة القيمية للمجتمع خاصة في ظل الاستخدام المتنامي والطلب المتزايد على المضامين الجديدة وغير النمطية وهو الأمر الذي يدفعنا إلى إثارة إشغالات بحثية متجددة حول الاشكاليات التي يثيرها موضوع القيم والبيئة التكنولوجية الجديدة ووسائلها المتعددة نظرا لاتساع دائرة استخداماتها وتزايد أهميتها في الحياة اليومية للأفراد.

الإحالات والمراجع:

1. لسان العرب، أبو الفضل جمال الدين ابن منصور، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، 2003)، ص 120.
2. القيم العالمية و أثرها في السلوك الإنساني، سعاد جبر سعيد، (عمان: عالم الكتب الحديث، 2008)، ص 09.
3. الانثربولوجيا و القيم، سلوى السيد عبد القادر، (مصر: دار الجامعة المصرية 2013)، ص 19.
4. موسوعة علم الاجتماع، إحسان محمد الحسن، (لبنان: الدار العربية للموسوعات، 1999)، ص 515.
5. القيم الاجتماعية، كما تعكسها ثورة كربلاء، أحمد محمود إبراهيم، (العراق، مركز الأبحاث العقائدية للنشر والتوزيع، 2010)، ص 25.
6. نظرية القيمة في الفكر المعاصر، صلاح قنصوة، (مصر: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1997)، ص 90.
7. Le monde virtuel , fauco Bernard,(Paris :edition la fleure ,2020) ,p30.
8. La technologie entre outil et application ,Emanuelle Laura,(Paris: maison d'édition européenne ,2020)p50
9. نور الدين تواتي، ماكلوهان مارشال قراءة في نظرياته بين الأمس و اليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، 2013، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص 179.
10. إلى أين يتجه العالم- قراءة ماكلوهانية -محمود جابر محمود،(الاسكندرية: دار الوفاء للنشر، 2018، ص 99.
11. Hiram tingam,winnie,beliefs about the use of instagram,an exploratory, n/2 study,international journal of business and innovation ,p16. 2, 2015,.
12. الفكر الماكلوهاني والبعد الحسي لتكنولوجيا الاتصال، سعيد عبد الكريم، (تونس: دار الزيتونة للمؤلفات والموسوعات، 2019)، ص 80.
13. تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، محسن أمين محسن، (الاسكندرية: دار الوفاء للنشر، 2019)، ص 120.