

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

قسم: العلوم الانسانية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي -

مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص السمعى البصرى

إشراف:

* د. بن بوزيان عبد الرحيم

من إعداد الطالبة :

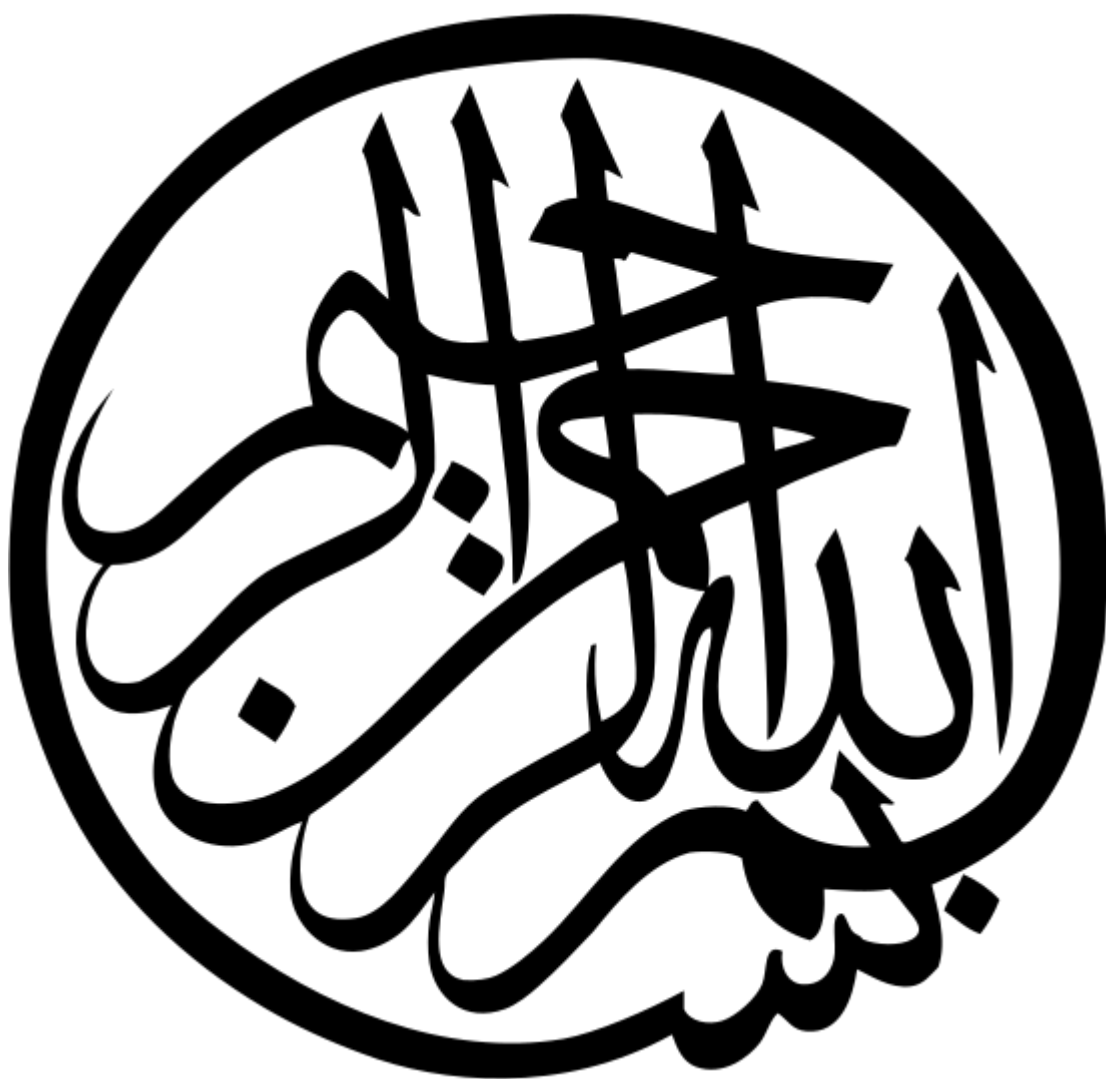
* مهاوة شهرزاد

* مصباحي وصال

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
د. حمزة قده	أستاذ محاضر أ	رئيساً	جامعة الوادي
د. عبد الرحيم بن بوزيان	أستاذ محاضر أ	مشرفاً ومقرراً	جامعة الوادي
د. محمودي محمد البشير	أستاذ محاضر أ	مناقشاً	جامعة الوادي

السنة الجامعية: 1442-1443هـ/2021-2022م



شكر و عرفان

يقول الله في كتابه العزيز ﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي﴾

سورة هود الآية رقم 88

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى

آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، أما بعد....

فإنني اشكر الله تعالى على فضله حيث اتاح لي إنجاز هذا العمل بفضله، فله

الحمد اولا واخر.

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى

أعوام قضيناها في رحاب الجامعة نع اساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير،

وقبل ان نمضي اقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة لأولئك

الذين حملوا اقدس رسالة في الحياة.

إلى من مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، إلى كل اساتذتنا الافاضل بقسم علوم

الإعلام والاتصال. وأخص بالشكر الجزيل إلى الدكتور "بن بوزيان عبد الرحيم

" الذي خصنا بتوجيهاته ونصائحه القيمة من خلال اشرافه ومساعدته لنا

على إتمام هذه الدراسة.

وأوجه خالص شكري وتقديري إلى شموع انارت حياتي ابي وامي وزوجي حفظهم

الله ورعاهم.

إلى كل اخوتي الأعزاء.

إلى جميع أصدقائي كل واحد بإسمه.

الإهداء

أهدي ثمرة هذا العمل إلى من افضلها على نفسي إلى التي ضحت من اجلي ولم

تدخر جهدا في سبيل اسعادي على الدوام امي الحبيبة "ليلى"

إلى الذي لم يبخل عليا طيلة حياته ابي العزيز "محمد السعيد"

وإلى زوجي "سفيان"

الذي ساندني في إنجازهاذا العمل

إلى ابني "أويس"

وإلى إخوتي و أخواتي

و جميع الأصدقاء والاحبة

شهرزاد

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى:

أمي الغالية

وإلى أبي العزيز علي عبد الحاكم حفظه الله

إخوتي واخواتي الأعزّاء : زينب ، مسلم ، عبد الرحمان

صديقاتي : شهرزاد ، كوثر

كما أهدي هذا العمل إلى كل العائلة والأقارب ونهدي أيضا إلى كل قريب أو بعيد

وإلى كل زملاء الدراسة في الطور الجامعي

نسأل الله عز وجل ان يوفقنا لما يحب ويرضىلكم جميعا

وصال

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، واجريت على 40 طالب جامعي بجامعة الشهيد حمة لخضر، اذ انطلقت من تساؤل رئيسي: فيما تتمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة شهيد حمة لخضر؟ والاشكال المطروح اندرجت ضمنه جملة من تساؤلات.

- ماهي خصائص السوسيوديمغرافية للطالب؟

- ماهي استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ماهي الاشباعات المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ماهي اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

وللإجابة على تساؤلات هذه الدراسة الوصفية وتحقيق اهدافها، تم الاعتماد على منهج المسح الوصفي الذي لا يكتفي بوصف الظاهرة فقط وانما بتحليلها خصائصها والعوامل المؤثرة فيها، واستخلاص نتائجها ثم تعميمها على المجتمع الكلي.

ومن اهم النتائج التي توصلنا اليها في هذه الدراسة:

أن الطلبة المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) بشكل مستمر ومنذ فترة طويلة أن مدة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد على ثلاث ساعات يوميا، كما ان دوافع واشباعات الطلبة المبحوثين كانت مقتصرة حسب ايجابتهم على التسلية والترفيه وكذا الحصول على الاخبار والمعلومات ومتابعة الاحداث.

Abstract

This study aims at to know the use of social media, and this study conducted on 40 students at Hama Lakhder University. It starts from the main question: in what sense to be used social media for Students of at Hama Lakhder University? The problematic contains several questions:

- What is the characteristics of socio-demographic for the student?
- What are the uses of social networking sites?
- What are the gratifications achieved when using social networking sites?
- What are the students' attitudes towards using social networking sites?

In order to answer the questions of this descriptive study and to achieve its objectives, the descriptive survey method was carried out on, which is not satisfied in describing the phenomenon only, but rather by analyzing its characteristics and the factors affecting it, drawing its results and then generalizing them to the whole community .

Among the most important results that we reached in this study:

- The students surveyed use social networking sites (Facebook) continuously and for a long time
- The duration of their use of social networking sites exceeds three hours a day, and the motives and gratifications of the students surveyed were limited, according to their answers, to entertainment and entertainment, as well as obtaining news and information and following up on events.

فهرس المحتويات

شكر وعرقان

الملخص

فهرس المحتويات

المقدمة.....ب

الفصل الأول: إشكالية الدراسة

- 1- إشكالية الدراسة: 6
- 2- اهمية الدراسة: 10
- 3- أهداف الدراسة: 10
- 4- أسباب اختيار الموضوع: 11
- 5- مجالات الدراسة: 11

الفصل الثاني: البناء النظري

- 1- الدراسات السابقة: 13
- 2- البناء النظري: 15
- 2-1- مواقع التواصل الاجتماعي: 15
- 2-1-2- مفهوم الشبكات الاجتماعية : 17
- 2-1-3- مفهوم الطالب الجامعي: 18
- 2-1-4- مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب: 19
- 2-1-5- استخدامات الطالب الجامعي للتكنولوجيا: 20
- 2-1-6- الفاظ ذات صلة بالمواقع التواصل الاجتماعي: 21
- 2-1-7- التطبيقات البرمجية لمواقع الشبكات الاجتماعية: 24
- 2-1-8- نشأة مواقع تواصل الاجتماعي: 28

- 2-1-9- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:..... 31
- 2-1-10- اهمية مواقع التواصل الاجتماعي :..... 34
- 2-1-11- أشهر مواقع تواصل الاجتماعي:..... 35
- 2-1-12- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:..... 40
- 2-1-12- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:..... 41
- 2-1-14- نظرية الاستخدامات والاشباعات:..... 44
- 3- الاسئلة البحثية:..... 48

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

- 1- قياس المفاهيم:..... 50
- 2- منهج الدراسة:..... 51
- 3- اداة الدراسة:..... 52
- 4- اجراءات الثبات:..... 53
- 5- عينة الدراسة:..... 54

الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها

- 1-1- عرض نتائج محور الخصائص السوسيوديمغرافية للطلبة:..... 56
- 1-2- نتائج محور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:..... 58
- 1-3- عرض نتائج محور الاشباعات المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:..... 71
- 1-4- عرض نتائج محور اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:..... 75
- 2-1- مناقشة نتاج محور الخصائص السوسيوديمغرافية للطلاب:..... 77
- 2-2- مناقشة نتاج محور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:..... 79

2-3- مناقشة نتاج محور الاشباعات المحققة عند استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي:.....84

2-4- مناقشة نتاج محور اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

.....85

الخلاصة.....88

قائمة المراجع.....91

مقدمة

المقدمة

نعيش اليوم عصر الثورة التكنولوجية الحديثة أو ما يعرف بثورة المعلومات والذي أصبح قطاع التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال هو القطاع المسيطر في الألفية الثالثة عن طريق الحضور الشبه المطلق لتكنولوجيا الكمبيوتر والوسائط المتعددة، التي تعد لغة إعلامية حديثة تنتشر بسرعة وتقدم نوعا جديدا من الاتصال التفاعلي وهو الاتصال الإلكتروني الذي أسس نحو ظهور مفهوما الافتراضي. فقد أضحت بيئة الإعلام والاتصال بيئة متغيرة ومتطورة جدا دخلت فيها أنماط اتصالية ووسائل وأساليب جديدة، ومن المفارقات الغربية التي طالت العملية الاتصالية في هذه المرحلة المعاصرة، أن التقنيات الجديدة استطاعت وبسرعة كبيرة أن تقلب المعادلة الكبرى التي قامت عليها تلك العملية ومن ابرز شواهد ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت تماما من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية وبات الفرد منتجا ومرسلا ومستقبلا في ذات الوقت فقام بذلك مقام عناصر الاتصال كافة في العملية التقليدية للإعلام.

وتعتبر شبكة الانترنت الوسيط الإلكتروني الذي استخدم لهذه المهمة، إذ تشكل المواقع الاجتماعية منظومة من الشبكات الإلكترونية والتي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات. حيث افرز التطور الكمي والنوعي لهذه المواقع الاجتماعية العديد من الوضعيات والرهانات والتي أحدثت تغييرات في البنية السوسيوثقافية للمجتمعات المعاصرة إذ هنا كالعديد من المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي مثل (فيسبوك، انستغرام، فيبر، تويتر....) والتي نالت قبول وتجاوب عدد كبير من الناس حيث اجتاحت

أقطار العالم في فترة زمنية وجيزة وأضحت ممارسة جديدة وجدت فيها شريحة الشباب عبرالعالم نافذة يطلون منها على العالم الخارجي، ويستطيعون من خلاله ممارسة العديد من

الأنشطة التي تساعدهم على التقرب والتواصل فيما بينهم ويفتح لهم أبوابا تمكنهم من إطلاق إبداعاتهم.

وتعتبر فئة الشباب الجزائري على غرار فئات شباب العالم التي ليست بالفئة المعزولة على ما حققته هذه المواقع من انتشار كبير وواسع حيث باتت ارقام مستخدميها تتزايد يوما بعد يوم بشكل يثير الانتباه واضحت

هذه الفئة تتسابق الى استخدام هذه المواقع واكتشاف عوالمها وخدماتها مما يوفر للمستخدمين من طرق يستطيعون من خلالها الوصول لغايتهم فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مكان لتأسيس العديد من الجمعيات التي تساعد الشباب

على ممارسة نشاطاتهم وحل مشاكلهم من هذه المجموعات الثقافية والفكرية والأدبية وغيرها هذا مازاد في استقطاب الموقع لفئات عريضة للمجتمع خصوصا لدى فئة الشباب الجامعي الذين اعتبروا الموقع مدونة شخصية يقومون فيها بطرح الافكار والمقالات الخاصة التي بإمكان الاصدقاء التعليق عليها معا لحرية في نشر الفيديوهات والصور وكذلك انه يجمع بين اشياء عدة تخص معظم اهتمامات الطلبة وهواياتهم مثل ميزة المجموعات. حيث يعتبرونها وسيلة للاطلاع وتبادل المعلومات والأخبار داخل الحرم الجامعي وخارجه مما أدى إلى إفراز أنماط إعلامية جديدة، وليروز هذه الوسيلة التي راجت بها العديد من الخدمات الاتصالية بين الطلبة في مختلف أنحاء العالم وتكوين علاقات وصدقات بينهم وبين أشخاص آخرين من مختلف البلدان.

كما أصبحت هذه المواقع جزءا لا يتجزأ من حياة عدد كبير من الطلبة الجامعيين ولا يمكن الاستغناء عنها، إذ يعتبر طلبة الجامعات من أكثر فئات المجتمع تأثرا بهذه المواقع، نظرا لتأثيراتها السلبية والإيجابية على حياتهم .

وفي ضوء ماتم التطرق إليه آن ،تأتي هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، ويرجع سبب اختيار هذا

الموضوع للانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها، خصوصا مع التأثيرات السلبية والإيجابية التي تزداد يوما بعد يوم نتيجة الاستخدام المكثف لها، ومن هذا المنطلق قسمت هذه الدراسة إلى أربعة فصول:

الفصل الأول: اشكالية الدراسة.

الفصل الثاني: البناء النظري.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة والتي تتضمن قياس المفاهيم ، منهج الدراسة والاداة وكذلك على عينة الدراسة.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها.

الفصل الأول:

إشكالية الدراسة

1- إشكالية الدراسة

2- أهمية الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أسباب اختيار الموضوع

1- إشكالية الدراسة:

شكل ظهور الانترنت حدثا عالميا، أثر في حياة المجتمعات المعاصرة ، وأصبح جزءا لا يتجزأ منها مما أسهم في تغيير أوجه الحياة المختلفة في زمن قياسي، وأحدثت نقلة معلوماتية نوعية، إذ شهدت شبكات الانترنت تطورا متلاحقا في سنوات عدة وسرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقاس بالمسافة الفاصلة بين الحاسوب ولوحة المفاتيح، وزمن الوصول لا يتعدى ثوان عدة ولا يحتاج المرء سوى ضغطة مفتاح ليحصل على كم هائل من المعلومات حول أي موضوع يبحث فيه، وقد ظهر هذا التطور المعلوماتي في شكل خدمات متنوعة لعل من أهمها شبكات التواصل الاجتماعي وتعد هذه الأخيرة من أحدث منتجات تقنية الاتصالات وأكثرها شعبية، إذ انها تمتلك مجموعة من الخصائص التي تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما جعلها الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت ، وهذا ما شجع متصفح الشبكة من كافة انحاء العالم على الإقبال عليها.

حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في نصف التسعينات وسيلة اتصال مؤثرة في نشر الأحداث المحلية والعالمية وتبادلها مع الافراد، وذلك من خلال إنشاء مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت خاصة بالافراد وربطها بأنظمة إلكترونية، كان الهدف من إنشائها إتاحة مستخدميها تبادل الآراء والخبرات والتعرف على الأصدقاء واكتساب عادات وسلوكات جديدة وتقديم حلول ومقترحات للمشاكل التي تواجه الافراد والمشاركين في مختلف أنواع الحوارات ،كون هذه المواقع تعتبر متنفسا لابرار مختلف القيم والثقافات، وقد حظيت مواقع التواصل الاجتماعي بانتشار كبير على الصعيد العربي، وأصبحت تأخذ حيزا كبيرا من حياتنا اليومية والتي لاقت رواج كبيرا وإقبالا واسعا لدى الكثير من الناس وخاصة الشباب باعتبارهم فئة اجتماعية مهمة ويتأثرون بسرعة، فوجدت هذه الفئة في مواقع التواصل الاجتماعي نافذة تسمح لهم بالاطلاع على العالم وساحة للتعبير وإبداء الرأي والتواصل ومشاركة الأصدقاء والتعرف على بعضهم ومعرفة أخبار بعضهم البعض، وإرسال الرسائل وتلقي الأخبار والموضوعات ، وكلما هو موجود في الساحة هذا من جانب ، أما من الجانب

الأخر فقد غيرت الكثير من عادات الشباب البشرية وروابطهم الإنسانية وعلاقتهم الاجتماعية، وقد أصبحوا يعتبرونها جزءا من شخصيتهم كونهم يتفاعلون بصورة كبيرة عن طريق السمات الأساسية التي تمتاز بها هذه المواقع ويتأقلمون معها دون أن يشعروا بالتأثيرات الناجمة عنها.

بغض النظر عن ذلك فهي تعتبر وسيلة ناجحة في نقل الاخبار، المعلومات، الوثائق، الصور، الابحاث، الازمات، الحقائق والاحداث بأسرع وقت واقل تكلفة الى حد اصبحت فيه بعض وسائل الاعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحدث من مكانه بأقصى سرعة، ولقد نجحت هذه الاخيرة في التعبير عما يكنه الشباب بداخلهم متأثرين بثقافة العصر والانفتاح على الثقافات العالمية ولكنها في المقابل اداة خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الاحداث ونشر الشائعات، ذلك ينعكس سلبا على الفرد والمجتمع لا سيما المحافظ على تقاليده ومبادئه وعاداته وثقافته، اما الافراط في استخدام هذه المواقع فيؤدي حسب دراسات نفسية الى (انعزال الفرد عن أسرته والبعد عن المشاركة الفاعلة مع افراد أسرته ومجتمعه وكما ان غياب الرقابة الاسرية والمجتمعية على الابناء يعد دافعا قويا في احداث سلوكيات غير مرغوبة وافعال غير مقبولة). (البلوشيو، 2010، ص22).

حيث بدأت مواقع التواصل الاجتماعية في الانتشار واحداث طفرة داخل الوطن العربي بداية من تونس ومصر وغيرها من الدول العربية حيث كانت بمثابة الاداة الوحيدة القادرة على جمع العالم وربطه من خلال سرعة تناقل الاخبار، الاتصالات اليومية... فقد تشير الإحصائيات الصادرة في نوفمبر 2020 عن منصة "هوتسوت" "وي آر سوشيال" المتخصصين في وسائل التواصل الاجتماعي بان عدد مستخدمي الإنترنت على المستوى العالمي وصل إلى أكثر من 4,54 مليار مستخدم والذين يشكلون نسبة 59% من مجمل سكان العالم البالغ عددهم 7,75 مليار نسمة تقريبا وان 3.8 مليار مستخدمين فاعلين لوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 49% من مجمل سكان العالم، وحسب التقرير

الرقمي للجزائر 2021 بلغ مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 25 مليون شخص بنسبة 56.5 بالمائة، من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، وان متوسط عدد الساعات التي يقضيها المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي تصل الى ساعتين و20 دقيقة. بينما نجد حسب (تقارير شركة statista رائدة مجال جمع البيانات واعداد التقارير الاحترافية للمؤسسات والشركات العملاقة) ان المملكة العربية السعودية لديها اكبر تواجد على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 80 بالمئة أي قرابة 27 مليون من العدد سكان المملكة السعودية، على راسهم وبكل تأكيد فئة الشباب السعودي التي تمثل نسبة 75 بالمئة من اجمالي سكان المملكة، ووفقا لإحصائيات شركة statscounter نجد ان متوسط عدد الساعات التي يقضيها الشاب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في هو ساعتين و50 دقيقة.

هذا وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي اقبالا كبيرا من قبل فئات كثيرة من المجتمع، ومن بين هذه الفئات واهمها هي فئة الشباب التي تمثل طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، والشريحة الغالبة والمشكلة لمجتمعاتنا العربي عامة والمجتمع الجزائري خاصة، تهتم المجتمعات على اختلاف درجات رقيها في الحضارة بطلبتها وشبابها، لانها تعتقد عليهم الآمال في استقرارها وتطويرها وتقدمها، وتزداد اهمية هذه الفئة في المجتمعات النامية لسببين اولهما: حاجة هذه المجتمعات الى الاسراع في عملية التنمية القومية الشاملة التي تقع مسؤوليتها بالدرجة الاولى عللا شبابها وطلبتها، وثانيهما: ارتفاع نسبة هذه الفئة العمرية بالقياس على بقية الفئات العمرية الاخرى وهذا ما يجعلنا نرى في وجوه الجيل الجديد مستقبل الامم والحضارات ومستقبل الانسان نفسه، ويعد التعليم الجامعي مطلبا هاما من متطلبات التنمية، ويعقد عليه امال كبيرة في المجتمعات، وتكمن اهميته ودوره في اكتساب الافراد للمعارف والمهارات والقدرات، التي تؤهلهم لدخول سوق الشغل كي يصبحوا افراد فاعلين في المجتمع وهذا لن يأتي الا بتحصيل علمي جيد، فالطالب الجامعي من اكثر الفئات استخداما لها لعلاقتها بتحصيلهم العلمي وتطوير اداتهم العلمية والمعرفية، هذا اذا نظرنا لها

من الناحية الايجابية وفي ظل الاستخدام العقلاني النافع لها لكن مقابل ذلك صار المستوى التحصيلي لطلاب الجامعات في تدني مستمر ويعاني من ضعف كبير و هذا ما نلاحظه من نتائج الطلبة السنوية او من معدلاتهم الفصلية ،فضلا على مستواهم البحثي وغيابهم المتكرر عن المحاضرات وفقدان الرغبة في التحصيل ،وقد يرجع ذلك الى عوامل كثيرة،قد تكون لها علاقة بالطالب نفسه او بعوامل خارجية،ولا شك انها كثيرة ومتنوعة، علما ان الشباب من الطلبة الجامعيين يتميزون بخصوصية منفردة ومتميزة عن غيرهم ولكونهم الصفوة المثقفة والاكثر وعيا بالواقع الاجتماعي وبالتحولات الاجتماعية والاقتصادية التي تحدث في المجتمع، ومن خلال البحث في هذا الموضوع ودراساته السابقة لاحظنا ان هناك فراغ معرفي في استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وقلة الدراسات والابحاث حول هذا الموضوع حيث وجدنا العديد من الدراسات تعالج مختلف جوانب مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي كدراسة (مولة شهينازوبوخلوط ريمة2020) جاءت لتعالج مشكلة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطالب الجامعي، ودراسة(نجوى مشيرح 2018) لتدرس اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي،و دراسة (ماطر عبد الله حمدي 2018) التي طرحت مشكلة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، ولم نجد دراسة تعالج استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ولهذا تمحورت دراستنا حول هذا الموضوع للتعلم فيه و معالجته فمن خلال ما تم عرضه في هذا السياق يمكننا طرح التساؤل التالي:

فيما يتمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر ؟

2- أهمية الدراسة:

- ✓ تستقي هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه فمواقع التواصل الاجتماعي مفتاح الطالب في تحقيق أهدافه وغاياته من الاستخدام.
- ✓ تكتسي أهمية الدراسة كونها تعالج موضوعا حديثا يتناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي لما تقدم له من معارف ومعلومات.
- ✓ يستمد هذا الموضوع أهميته من أهمية فئة الشباب الجامعي داخل المجتمع ودوره فيه فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرا في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والحفاظ عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع.
- ✓ كما تكتسي هذه الدراسة أهميتها كونها تعالج حلقة من حلقات الإعلام الجديد المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي التي تحظى بإقبال كبير من مختلف فئات المجتمع وخاصة الطلبة الجامعيين.

3- أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على استخدامات طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر ومعدلات استخدامها.
- ✓ الكشف عن اتجاهات الطالب الجامعي نحو مواقع التواصل الاجتماعي.
- توضيح الدور الفعال للطالب الجامعي وذلك من حيث الكشف عن اتجاهاته نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذا معرفة مدى تلبية هذه المواقع لاحتياجات ورغبات الطالب الجامعي.

4- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

✓ اهتمامنا بكل مايتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والانترنت والميل النفسي لمواضيع تعالج هذا الأمر.

✓ آنية الموضوع وجدته.

الأسباب الموضوعية:

✓ الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها في الجامعة.

✓ الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي.

✓ رغبتنا في معرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.

5- مجالات الدراسة:

يمكن تقسيم مجال دراستنا هذه إلى ثلاث مجالات نبرزها كآتي :

أ- المجال المكاني :

يعني الحدود المكانية لهذه الدراسة وتتمثل في جامعة حمة لخضر بالوادي.

ب- المجال البشري :

يتمثل المجال البشري في طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الذين يستخدمون مواقع

التواصل الاجتماعي، من كلا الجنسين وفئات عمرية متباينة وتخصصات مختلفة.

ج- المجال الزمني :

يمتد المجال الزمني لهذه الدراسة من حدود مارس 2022 وماي 2022.

الفصل الثاني:

البناء النظري

1- الدراسات السابقة

2- البناء النظري

3- الاسئلة البحثية

1- الدراسات السابقة:

- تطرق (يحي رحيش 2020)، في دراسته أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الفعالة السياسية لدى الطلبة الجامعيين "فيسبوك" نموذجاً، كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، استعان بأداة الاستبيان وبلغت عينة الدراسة التي كانت بطريقة طبقية 144 مفردة. وقد اعتمد في دراسته على نظرية المقاربة. كما توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت مجالات النقاش، وممارسة الديمقراطية بكل شفافية وصراحة وحقائق، كما أن هناك الكثيرين ممن يعتقد أن فيسبوك مثل الأرضية الصلبة للحراك الشعبي.

- تطرقت (نجوى مشيرح 2018)، في دراستها إلى اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعية. كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان، وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية تناسبية وبلغ عددها، كما توصلت الدراسة إلى: أن شبكات التواصل الاجتماعي وفرت لهم الكثير من الوقت في الحصول على المعارف، وهذا يعود إلى كونها تسهل عليهم عملية الحصول على المعلومات وتبادلها ما بين الطلبة، فالطالب الجامعي بحاجة إليه الكون هي حاول تسيير وقته بانتظام واستغلاله بطريقة صحيحة والحل الأمثل والمناسب لذلك هو اعتماده على هذه المواقع التي يتوفر له خدمة الحصول على المعارف بدرجة كبيرة.

- تطرق (حسن الفاتح الحسين محمد المبارك 2020)، في دراسته لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة "الفيسبوك" نموذجاً. واستخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، واستعان بأداة الاستبيان، وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية البالغ عددها.....، ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث: يتحقق أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة بدرجة تقديرية عالية (2,60)

- تطرقت (صونيا قاسمي 2017)، في دراسته الى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين، ويندرج هذا العمل ضمن البحوث الاستطلاعية الى الاستكشافية التي تعتمد على المنهج الوصفي، وللوصول إلى نتائج بحثية حوله تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية، وطبق على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة قسنطينة- 2- وقد توصل البحث إلى أن التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين يتأثر بمستوى استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وأن تلك الشبكات صارت مصدر مهم لتحسين تكوين الطالب وادائه العلمي، إذا ما تم الاستفادة من الخدمات التي تقدمها ودرجة وعي الطالب بذلك، كما خلصت الدراسة إلى ضرورة ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالجامعة.

-تطرق (أسامة بن غازي زين المدني)، في دراسته الى استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، واعتمد البحث على منهج المسح، وتمثلت الأدوات في استمارة الاستقصاء كأداة أساسية للدراسة، وتم اختيار عينة عمدية بلغ عددها.....، كما تعتمد الدراسة على منهج المسح وعلى أداة الاستبيان، كما استعان بنظرية الاستخدامات والاشباع ونظرية التماس المعلومات، وكانت من اهم نتائج الدراسة: جاءت اهم تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على معدلات عرضهم لوسائل الإعلام الأخرى: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معدل تعرضهم للصحف (الانصراف نهائياً عن متابعتها) ٧٣,٣٪، وجاءت أيضاً من كان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معدل تعرضهم للمحطات الإذاعية هو (الانصراف نهائياً عن متابعتها) ٧٩,٤٪، أما عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معدل تعرضهم للمواقع الإلكترونية فجاء (الانصراف نهائياً عن متابعتها) بمعدل ٤٢,٧٪، وعن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معدلات عرضهم للقنوات الفضائية فجاء أيضاً (الانصراف نهائياً عن متابعتها) بمعدل ١٩,٥٪، في حين جاءت نسبة من كان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معدل تعرضهم للقنوات الفضائية هو (زيادة معدل متابعتها) ١٩,٥٪، وجاء تأثير مواقع

التواصل الاجتماعي على معدل تعرضهم للصحف الإلكترونية فجاء (الانصراف نهائياً عن متابعتها) بمعدل ٣٣,٧٪.

-تطرق (فهد بن علي طالب 2014)، في دراسته الى شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويترونموذجاً". واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية البالغ عددها.....، واستعان بأداة الملاحظة والمقابلة وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية معالج نسال آخر، الإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكن من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

2- البناء النظري:

2-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

2-1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

وهي منظومة من الشبكات الالكترونية، التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

كما تعرف على انها مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة أو الفيديو ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات والتي أحدثت تغييرا كبيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الاشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات بحيث تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحاضر

ويعرفها لينهارت ومادون : على انها مساحات افتراضية في شبكة الانترنت ،يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية واستخدام الادوات المتنوعة للتفاعل والتواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة ، وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها

ويعرفها (Evams) بأنها مشاركة إتصالية عبر الانترنت ،اذا يتم تداول الصور ،الفيديوهات ،الاخبار ،المقالات ..

اما تعريف (mayfield) فهو جامع لخصائص نذكر منها بأنها مجموعة جديدة من وسائل الاعلام تشترك بالخصائص الاتية:

* **المشاركة:** اذا تشجع على المساهمات وردود الفعل وتلقي الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والمتلقين.

* **الانفتاح :** فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات ونادرا مايوجد حواجز أمام الوصول إلى محتوى والاستفادة منه بسبب عوامل الحماية.

***المحادثة :** تعتمد على المحادثة باتجاهين ،بعكس وسائل الاعلام التقليدية التي تعتمد على المحادثة باتجاهين،بعكس وسائل الاعلام التقليدية التي تعتمد على مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين

* **التجمع :** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع والتواصل بشكل فعال يربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة .

وهناك عدة تعريفات عربية لمواقع التواصل الاجتماعي نبرز منها:

عرفها جمال مختار على انها خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الاجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والانشطة،أو من يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين،وهذه الخدمات تعتمد بالمقام الاول توفير مجموعة متنوعة من الطرق

للتفاعل بين المستخدمين مثل : المحادثات ،الرسائل ،البريد ،الفيديو ... (عثمان محمد الدليمي ،2010، ص ص133 135)

إن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مفهوم غير ثابت في الأدبيات المختلفة نظرا لتداخل الآراء ، والاتجاهات في دراسته ، ونظرا للتطورات المتسارعة في عالم تقنيات الاتصال والاعلام ، فقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا ، واطلق عموما على كل ما يمكن استخدامه في التقاء وتواصل الافراد والجماعات على الشبكات العنكبوتية العملاقة .

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة الى الويب ،تتيح التفاعل بين الناس ،وتسمح بنقل البيانات الالكترونية ،وتبادلها بسهولة ويسر ،وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على الاخرين يشتركون في نفس المصالح ،وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية ،حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية .

ونستنتج من تعريفات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية إلكترونية ،قائمة على نظم الجيل الثاني للويب ،لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الافراد المنتشرين حول العالم ،بالمراسلات المكتوبة والمسموعة والمرئية ،مع تحقيق الاتصال الفوري ،بما يحقق أكبر فائدة لتجميع الشعوب في مواقع التواصل الاجتماعي .

2-1-2- مفهوم الشبكات الاجتماعية :

أ - الشبكة : يعرفها فايز الشهري على أنها نظام المعلومات العالمي الذي يتصل ببعضه ،بواسطة عناوين منفردة متعمدة على بروتوكول الانترنت IP ، أو لوحته وتوابعه الفرعية ، كما عرفها عبد الله الغامدي وإسماعيل وصفي بأنها مجموعة من الحواسيب مرتبطة بعضها البعض ، لتكون شبكة عالمية وشبكات الاتصال .

وعرفها مشعل القدهي على أنها عبارة عن مئات الملايين ،من الحاسبات الآلية حول،العالم مرتبطة بعضها ببعض ، ومع ترابط هذا العدد الهائل من الحاسبات ،أمكن من إرسال الرسائل الالكترونية بينها ،يلمح البصر ،إضافة الى تبادل الملفات ،والصور الثابتة او المتحركة ، والاصوات

والشبكة لا تملكها دولة أو جهة حكومية بل تشرف عليها مجموعة من الشركات والمؤسسات تسمى international society ، وظيفتها وضع المقاييس والمعايير للشبكات التي تشرف عليها، فيستطيع أي حاسب الي الارتباط بالشبكة والتواصل والارسال والاستقبال .

ب - الاجتماع : الاجتماع ضد الانفراد، الاجتماع تقارب أجسام ببعضها البعض ،وأصل الكلمة من (جمع) بمعنى نضام الشيء واجتماعه

ج - الشبكات الاجتماعية : هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية ، تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع إفتراضي يجمعهم الاهتمام او الانتماء لبلد أو مدرسة فئة معينة في نظام لنقل المعلومات

فالشبكة الاجتماعية هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم ،كما تسمح لهم بالتواصل مع الاخرين . (رشا أديب ، 2014، ص ص2019)

2-1-3- مفهوم الطالب الجامعي:

* لغة: الطالب جمعه طلاب،وطلبة" (مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز اباي، 2005،ص 109)،وطالب العلم أي الراغب في تحصيل العلم، وطالب في المعهد بمعنى من يتابع دراسته في سلك أعلى ،وطالب في الجامعة."2 (عصام نور الدين، 2005،ص561)

* اصطلاحا: "هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية ، إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه ،المنفتح على العالم الآخر المطلع على تجارب

هو اختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جدا، وبامتلاكه لهذه المقدرات سيتمكن من اللحاق برك بالتطور وإدراك أهميته وضرورته. "3 (محمد حسن غانم، 2008، ص208)

* إجرائيا: يقصد بالطالب في هذه الدراسة جميع الطلبة المنتمون إلى جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي وبمختلف تخصصاتها اتصال والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم الجامعية.

"ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ انه يمثل النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية."

2-1-4- مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب:

تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء اكانت أنشطة ثقافية او اجتماعية او فنية من الامور المهمة جدا لإيجاد وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب وتنميتها، وإيجاد المواطن الصالح من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية على نفوسهم.

على الرغم من الصورة المشرفة عن تأثير الاعلام الاجتماعي على الفرد والمجتمع، الا ان هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف التي حذر منها علماء الاجتماع، ومن اهمها التأثير السلبي لادمان الشباب لمثل هذه المواقع، حيث انها تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي والتعامل مع اصدقاء افتراضيين مما جعلهم اكثر عزلة عن اسرهم، حتى اصبح الاقلاع عن التدخين والكحول اصعب من ترك موقع تويتر وان مقاومة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي صارت في غاية الصعوبة لسهولة الوصول اليها وتوافر الاجهزة الذكية بحيث تكون ارادة الانسان اقوى في مقاومة الرغبة في ممارسة التمارين الرياضية واضعف امام الاقلاع عن استخدام وسائل التواصل.

ويرى المحللون ايضا انه على الرغم من ان الاعلام الاجتماعي يسمح بمساحة واسعة من حرية الرأي،حيث يتبادل الفرد مع الاخرين المعلومة، والرأي والفكر ويعبر عن اتجاهاته وافكاره واراته دون وجود اي ضوابط خارجية تمنعه، الا ان الشخص نفسه قد يتعرض لبعض المعتقدات الفكرية الخاطئة لاسيما ان التشريعات والقوانين الخاصة بهذه المواقع مازالت غير متبلورة نظرا لصعوبة تطبيق الحظر والرقابة بشكل شامل عليها، ويرى بعض الخبراء ان وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت بدلا للتفاعل الصحي مع الرفاق والاقارب مما يعني تغيير في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية.(مرزاقه بلباله،2019،ص56).

2-1-5- استخدامات الطالب الجامعي للتكنولوجيا:

ان التطور والتقدم الحادث في مجال التكنولوجيا التعليم ادى الى ظهور كثير من المستحدثات التكنولوجية، اصبحت توظيفها في العملية التعليمية ضرورة ملحة للاستفادة من رفع كفاءتها حيث ان استخدام اليات الاتصال الحديثة من الحاسوب وشبكاته والوسائل المتعددة من صوت وصورة ورسومات واليات بحث ومكتبات الكترونية وبوابات انترنت تساعد كل من الاستاذ والطالب على شبكة التعليم لتجاوز حدود جدران قاعات الدروس التقليدية لذا تسهل كليهما عملية توصيل المعلومات في اقصر وقت وباقل جهد ولتحقيق اكبر فائدة ممكنة وفرصا جديدة للتفاعل بين الطرفين.(عادل وطاوس،دس،ص301)

ولقد غيرت التكنولوجيا الجديدة من طريقة التدريس ولم يعد الحضور الشخصي ضروريا للتواصل مع مراسلي او مستقبلي المعلومات المتعلقة بالأنشطة التربوية،التعليمية والبحثية، كما تغيرت طريقة تعاملنا مع مواد هذه الانشطة استقبال،معالجة، تخزينا وتوزيعا وذلك بالتجاه الايجابي، ولا يمكنه انكار القيمة المضافة لهذه التكنولوجيا المعلوماتية التعليمية.(نور الدين، 2013،ص196)

ومع ظهور الوسائل الحديثة التي افرزتها الثورة التكنولوجية فقد تم استخدامها في عملية التدريس ويمثل الحاسوب قيمة ما انتجته التقنية الحديثة وقد توسع استخدامه في العملية التربوية، ومع ظهور شبكة الانترنت فقد غير ذلك من انماط التعليم وظهر اشكال عديدة له، ونظرا الى سهولة الوصول الى المعلومات الموجودة على الشبكة والخدمات التي اغرت الكثير بالاستفادة منها في كل المجالات، ومن بينهم هيئة التدريس والتربية الذين استخدموها في مجال التعليم بجميع مستويات، حتى ان بعض موادها التعليمية من خلال الانترنت بالموازاة مع الطرق التقليدية فاصبح هناك وسيط بين المعلم والطالب كالبريد الإلكتروني الذي يمكن المعلم من ارسال الرسائل لجميع الطلاب وارسال جميع الاوراق المطلوبة في المواد وارسال الوجبات المنزلية وللرد على الاستفسارات وكذا الاشراف على الاعمال (مذكرات التخرج مثلا).

2-1-6- الفاظ ذات صلة بالمواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من المصطلحات التي ذات صلة بمصطلح مواقع التواصل الاجتماعي قد تتفق معه ،قد تختلف في بعض الجزئيات والتفاصيل ،لكن الاتفاق يعد أكثر بكثير

أ- وسائل الاعلام الجديد :

يشير مصطلح وسائل الاعلام الاجتماعية الى استخدام تكنولوجيات الانترنت ،وتطبيقات الهواتف النقالة ،لتحويل الاتصالات الى حوار تفاعلي ،كما تشير الى مواقع الانترنت ووسائل الاتصال الاخرى ، التي يتم استخدامها من قبل مجموعات كبيرة من الناس ،لتبادل المعلومات، وتطويرالعلاقات الاجتماعية والمهنية . وتمثل وسائل الاعلام . بمختلف أصنافها. دورا محوريا في تشكيل الرأي العام ،والتأثير في اختيارات وسلوك الشباب وتشكل الرأي العام وتوجيه الأفراد بسهولة وتكلفة أقل وقد أخذت شعبية وسائل الاعلام الاجتماعي تتزايد خلال الربع الاول من عام 2011م ، واتسعت منصات وقاعدة مستخدميها.

ب- شبكات التواصل الإلكتروني:

وهي عبارة عن مواقع إلكترونية، مبنية على أسس معينة، تمكن الناس من التعبير عن أنفسهم، والتعرف على أشخاص آخرين يشاركونهم الاهتمامات نفسها بالإضافة إلى تكوين صداقات جديدة.

وقد وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحة ثوريا، نقل الإعلام إلى أفق غير مسبوق، و أعطى مستخدميه فرصا كبرى، للتأثير، والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة، إلا بشكل نسبي محدود...

ج- الإعلام البديل:

يقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد، يولد الكثير من الأفكار والاساليب لتي لها أهميتها، للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، ويتناول الإعلام البديل الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية

وقد ساهم الإعلام الجديد في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعدت فجيده للعديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، فقد أصبح مؤسسة كبيرة وواسعة، يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله فتح كل الأبواب والأفاق لكل من يريد تبادل الآراء مع الآخرين: همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وأمورهم الحياتية.

د-العالم الافتراضي:

هو عبارة عن مجموعة من المستخدمين الذين يجسدون شخصيات افتراضية ضمن بيئة ثنائية أو ثلاثية الأبعاد، ويعتمدون على المحاكاة الحاسوبية، كوسيلة للتخاطب والتواصل مع الأشخاص الافتراضيين الآخرين، الموجودين في هذا العالم، ويسمى بالافتراضي نظرا لكون جميع ما به من أشخاص، وبيئة، ووسائل تواصل افتراضية وليست واقعية.

ر - الاعلام الجديد:

يطلق مصطلح الاعلام الجديد على تكنولوجيايات الاتصال الجديدة ،و ثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الاخير من القرن العشرين

وقد ظهر الاعلام الجديد نتيجة التطور التكنولوجي و ثورة الانترنت والاتصالات ،ونمو الصحافة الالكترونية.

ويقف هذا المصطلح أمام رؤيتين :الاولى هي الاعلام الجديد بوصفه بديلا للإعلام التقليدي،والثانية هي الاعلام الجديد بوصفه تطورا لنظيره التقليدي.

ز - الاعلام الرقمي:

هو الاعلام الذي يعتمد في تكوينه ونشره على عناصر إلكترونية،تستبدل الأدوات التقليدية بتقنيات إلكترونية اتصالية حديثة كالإنترنت ،والهاتف الخليوي، والاقراص المدمجة ،وتستبدل مخرجاتها الورقية أو البصرية أو سمعية بأخرى رقمية.

هـ - وسائل الاتصال العصرية:

وهي تلك الوسائل التي تصنع حدث التواصل بين الناس ،وهي التي تربط بينهم على اختلاف المشارب،وهي القناة التي تبث عبرها الافكار،وتنشر الدعوات ،والاهتمامات،والتفضيلات ،والاقتراحات والتساؤلات ،والافكار والرؤى بين جميع أطياف المجتمع

وقد فتحت وسائل الاتصال المعاصرة عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر عن طريق وفرة المعلومات والمعارف التي تقدمها لمستخدميها.

المدونات الإلكترونية :

وهي نوع من أنواع المواقع ،عادة ما تكون لفرد ،حيث يقوم بإدخال تعليقات ،أو وصف حدث معين ،أو عرض مواد أخرى مثل :الرسومات أو الفيديو ،وتكون المدخلات مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا .

وقد أصبحت المدونات مجتمعات مفتوحة ،لتبادل الآراء ،وطرح الموضوعات ،والقضايا ،وتكوين مجتمعات افتراضية يتسع بينها الحوار والنقاش والتعبير الكتابي ،وابدء الرأي بأشكال مختلفة ،باختلاف دوافع المدونين.(علي سيد اسماعيل،2020،ص ص20، 35).

2-1-7- التطبيقات البرمجية لمواقع الشبكات الاجتماعية:

إن مواقع الشبكات الاجتماعية تمكن من الاتصال من خلال دوائر متسعة من الوسائل ever-widening circles of contacts بشكل غير مسبوق ،وهو ما يعمل على الدمج convergence ما بين أنشطة عديد منفصلة من بينها البريد الإلكتروني ،الرسائل ،بناء مواقع الوب ،كتابة اليوميات ،تحميل ألبومات الصور أو ملفات الموسيقى أو الفيديو ،ومن وجهة نظر المستخدم ،وأكثر من أي وقت مضى ،فإن استخدام وسائل الاعلام أصبح يعني خلق المضمون creating كما يعني الاستقبال receiving ، وذلك مع إتاحة الفرصة لسيطرة المستخدم فيما وراء اختيار المضمون المعد سلفا reade-made والمنتج لجمهور عريض ،وتغيرت لغة العلاقات الاجتماعية وأعيد تشكيلها من جديد حيث يستطيع الافراد بناء "البروفيل " الخاص بهم وجعله عاما أو خاصا

كما يستطيعون التعليق أو إرسال الرسائل إلى أصدقائهم المقربين على "حائطون" ويمكنهم إعاقة أو إضافة افراد الى شبكتهم ومن هذا المنطلق نجد تنوعا ملموسا في تطبيقات الشبكات الاجتماعية كما يلي :

2-1-7-1-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفيس بوك، وماي سبيس، bebo، hi5، asmallworld ، diaspora Nlinked، تتميز هذه المواقع بسهولة التواصل مع الآخرين ومعرفة مستجدات الاحداث وتتسم بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الاحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالاخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وادارة المضامين الاعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا

ومثل هذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، عبر هذا التفاعل يستطيع الشباب التعبير عن آرائهم وتبادل الخبرات والاسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية، لمجتمع اليوم.

2-1-7-1-2- المدونات:

هي يوميات شخصية على الشبكة يتم ادراجها بواسطة برامج بسيطة تمكن الفرد من كتابة المعلومات والآراء الشخصية، وأول مدونة من هذا الصنف ترجع الى أكتوبر 1994 وهي منسوبة الى دايف وينر، مبرمج أحد البرامج الالكترونية الاكثر شيوعا ومطوره، تحت اسم منيلا.

وتعرف المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صورته عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة،

كما يتضمن النظام الية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع الى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الاولى للمدونة، كما يتضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها، وتعتبر مدونات الانترنت واحد من أهم تطبيقات الاعلام الجديد هو blog او ويب لوج weblog

أ- سمات وخصائص المدونات:

- المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الالكتروني
- قدرة الافراد على انتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجانا
- لا تحتاج المدونات الى تصريح للنشر
- تعتمد على مجهود شخصي حيث يصبح الفرد منتج المحتوى ،وساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم "الصحفيون المواطنين Citizen journalists"
- تساهم في تنمية الممارسة الديمقراطية ف الوسائل الاعلام بوجه عام
- المدونات نوع الاصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي.

ب- تقسيمات أنواع المدونات:

* التقسيم وفقا لأسلوب التقديم والعرض

- المدونات النصية: وهي المدونات في شكلها التقليدي والتي تحتوي في الغالب على تدوينات نصية بالأساس تعززها صور أو مقاطع
- مدونات المحتوى الصوتي: في هذه المدونات يكون لكل مدون قناة خاصة به يرفع إليها ما يسجله من ملفات صوتية ،ويتم مشاركتها وتحميلها في بعض الاحيان

- مدونات الفيديو :تكون مقاطع الفيديو هنا أساس التدوينات ،حيث يقوم المدون بتسجيل مقطع الفيديو بمفرده أو مع الاخرين ليقوم بنشره على المدونة .
 - مدونات الروابط: هذا النوع من المدونات غير منتشر مقارنة بالأنواع الأخرى ويقوم المدون بوضع روابط لمواقع أو صفحات يرى ضرورة زيارتها
 - مدونات الصور: وهي مدونات تعتمد بالأساس على مشاركة صور دون الاسهاب في التعليق عليها من المدون ،ويمكن للزوار في الغالب التعليق على الصور .
- وهناك بعض الانواع الأخرى ولكنها غير منتشرة مقارنة بما تم ذكره كمدونات الرسومات ومدونات النصوص الممسوحة ضوئيا.

* التقسيم وفقا للمضمون:

- المدونات الاخبار والتعليقات: وتهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالبا ما تختلف في نشرها عن وسائل الاعلام التقليدية.
- المدونات الشخصية للأخبار والآراء: وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الاخرين في عملية التواصل الاخباري المتعلق بحياتهم وعائلاتهم والتعبير عن ذاتهم.
- مدونات الترويج:والاعلان وتسويق وخدمات المستهلكين.
- مدونات المال:والاعمال والمهنية.
- المدونات المؤسسة الداخلية :لتبادل الرأي ووجهات النظر بين الادارة والعاملين.

2-1-7-3-الموسوعات الالكترونية:

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية ،اشهر هذه المواقع ،موقع ويكيبيديا وهي الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم وكلمة ويكي تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت ،وفي عام 1995 م قام كل من وارد كينغهام وبوليوف بإنشاء اول موقع ويكي وهو wikiwikiweb

وقد ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات الى اقصى حد ممكن ومن امثلة المواقع PBworks

2-1-7-4- المنتديات:

وهي عبارة عن برامج خاصة تسمح بعرض الافكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع واتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً ،سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء او الافكار المطروحة ،دون قيود على المشاركين ،باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج (د.محمد مصطفى رفعت ،2018،ص40. 43).

2-1-8- نشأة مواقع تواصل الاجتماعي:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تطورات كبيرة حدثت خلال مدة زمنية قصيرة ،اذ بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية من المواقع الاجتماعية بالظهور في منتصف تسعينيات القرن العشرين مثل موقع (classmates.com) الذي انطلق في عام 1995 وكان هذا الموقع يربط بين زملاء الدراسة ،وفي عام1997 ظهر موقع (sixdegrees.com) الذي ركز على الروابط المباشرة بين الاشخاص ،ومع بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي (myspace)وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع (linkedin) والذي انطلق رسمياً في الخامس من ايار عام 2003 ،ووصل عدد مستخدميه حوالي (250) مليون مستخدم بنهاية كانون الاول من عام 2012 ،ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم مواقع التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع (facebook) الشهير حيث انطلق رسمياً في الرابع من شباط عام2004 ،واصبح موقع الاجتماعي الاول في العالم وبلغ عدد مستخدميه بنهاية عام2011 حوالي (800) مليون مستخدم .ولقد اتاحت هذه المواقع لمتصفحها

إمكانية مشاركة وتبادل الملفات والصور ومشاهدة الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت المواقع الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع مهمة ورئيسية هي (facebook) و(youtyub) و(twitter) .

واكتسبت هذه المواقع أهمية كبيرة في القرن العشرين وتضاعفت في القرن الحادي والعشرون باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والاعخبار والترفيه.

وعند الحديث عن نشأت وتطور مواقع التواصل الاجتماعي لابد من الإشارة هنا الى اربعة أجيال هي الجيل الاول (مرحلة التأسيس) ،والجيل الثاني (مرحلة الانتشار) ،والجيل الثالث (مضاعفة التواصل)والجيل الرابع (تطبيقات متعددة).

2-1-8-1- الجيل الاول:

ان الموجة الاولى من شبكات المعلومات (web1.0) التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير من المستخدمين تتكون أساس من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل،ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للمواقع الاجتماعية،وهي مرحلة التي ظهرت مع الجيل الاول . ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في هذه المرحلة هو موقع (classmates) الذي ظهر في عام 1955 ،كما يهتم بربط الاتصال بين الزملاء الدراسة،ومن ثم ظهر موقع (six derees) عام 1997 ،ويتيح هذا الموقع للمستخدمين إنشاء قائمة اصدقاء،وتواصل مع الاخرين عن طريق ارسال رسائل لهم .وبعد مدة قليلة من عام 1999 ظهر موقع (live journal) اذا كان يتيح للمستخدمين إمكانية متابعة يومياتهم،وادارة اعدادات الخصوصية،وفي عام 2001 ظهر موقع (Cy world) وهو أكبر وأقدم مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في كوريا الجنوبية .

ويمكن القول ان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بداية ظهورها على خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء .

2-1-8-2- الجيل الثاني :

هذه المرحلة ليست لها حدود واضحة لكنها في المقابل تمتاز بامتلاكها أساسا جذبا فالويب(2.0) هو مجموعة من المبادئ والممارسات التي تجمع بعضها البعض لتكون أشبه مايكون بنظام شمسي من المواقع التي توضح بعضا من تلك المبادئ أو كلها على اختلاف بعدها وقربها من تلك النقطة المركزية الجاذبية .ويمكن القول ان هذه المرحلة شهدت اقبال متزايد من قبل المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا الاقبال المتزايد يتناسب مع تزايد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية على مستوى العالم .

2-1-8-3- الجيل الثالث :

ظهر هذا الجيل نتيجة تطور المكونات المادية والبرمجية للبنية التحتية للإنترنت، فشهد بداية ظهور الجيل الثالث من الويب (web3.0) بما تميز به من نكاه صناعي وقدرة على تبويب وتصنيف المعلومات ،فضلا عن تطوير المكونات المادية من خلال تقديم خدمات الجيل الثالث (3G) على نطاق واسع ،وزيادة سرعة الإنترنت في المنازل ،وانتشار استخدام إنترنت الهاتف المحمول على نطاق واسع ، واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي الاستفادة من هذه المميزات والعمل على تطوير وسائل التواصل الاجتماعي بين مستخدميها واتسعت أسواقها ،وزاد عدد مستخدميها حتى وصل عدد مستخدمي موقع (الفيسبوك)الى أكثر من (1.2) مليار مشترك عام 2013، كما شهد ظهور مواقع تواصل جديدة احتلت مكانها على خريطة مواقع التواصل الاجتماعي مثل (+google) وموقع (Instagram)، وقد ازدادت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في هذا الجيل لاسيما بعد الدور المهم الذي أدته خلال (الثورات العربية) منذ نهاية عام 2010 فقد كانت الوسيط الرئيس لحشد الملايين من المواطنين، والوسيلة الرئيسة لنشر وتنظيم التظاهرات في الشوارع وال ميادين .

2-1-8-4- الجيل الرابع :

لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها حبيسة نظام الويب، بل اتجهت الى سوق جديد واعد وقوي هو تطبيقات الهاتف المحمول قمع تطور المكون المادي، وانتشار الجيل الرابع من الانترنت (4G) بين المستخدمين، وأصبح بالإمكان الولوج الى الانترنت من خلال الهاتف الذكي أو الحاسب اللوحي (Tablet) أو أجهزة التلفزيون الذكية، وأغیرها من الأجهزة الحديثة، وقد تميز هذا الجيل بالاعتماد عن طيف واسع من التطبيقات، وأصبح لكل موقع إلكتروني تطبيق خاص به يمكن الولوج إليه من خلاله، ويتميز بسرعة والبساطة والتخصص في نقل المعلومات. (خيرالله سبهان، عبد الله الجبوري، د.س، ص ص 15، 23)

2-1-9- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

2-1-9-1- المحادثة:

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية خلال إتاحتها المحادثة في اتجاهين، أي التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

2-1-9-2- المشاركة:

وسائل مواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

2-1-9-3- الانفتاح:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماع يتقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

2-1-9-4- الترابط:

تتميز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اجتماعية مترابطة بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي.

2-1-9-5- الجماعية:

تسهل مواقع التواصل الاجتماعي للجماعات بإنشاء مواقع خاصة بها بطريقة سريعة، والتواصل فيما بينها بفاعلية، وبناءً على هذا يهتم الاشتراك بينه المجموعات حول نفس الاهتمامات والموضوعات، وتقاسم الآراء والأفكار والصور والفيديوهات، وغيرها من المجالات. (الصادق رابح، 2013، ص17)

2-1-9-6- التلقائية:

يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفيا لاتصال.

2-1-9-7- سهولة الاستخدام:

لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

2-1-9-8 - قلة التكلفة:

إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني، فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك مكتوب "مجانى ويبقى مجانى". (حسين محمود هثيمي، 2015، صص 85-87)

2-1-9-9 - متعددة ومتنوعة:

حيث هناك العديد من شبكات التواصل الاجتماعي (مثل: الفيسبوك وتويتر والفيديو والواتساب وجوجل بلس و لينو البريد الإلكتروني...)، والشخص يمكنها اختيار المناسب له منها في الوقت والمكان الذي يناسبه.

2-1-9-10 - اختيارية:

فشبكة التواصل الاجتماعي هي نوع من التواصل الإلكتروني الاختياري دون يكون هناك أي إجبار أو إلزام على أي أحد من التواصل مع الآخرين.

2-1-9-11 - السرعة:

حيث يمكن للمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي التواصل مع الآخرين بشكل سريع، ويمكن تبادل المعلومات والأخبار والرسائل والصور والآراء والإجابات في ثواني معدودة.

2-1-9-12 - سهولة الاستخدام:

حيث يمكن الدخول على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال جهاز التليفون المحمول أو الجوال أو المتحرك أو الموبايل، دون الحاجة إلى جهاز حاسب آلي أو جهاز لاب توب Lap Top.

2-1-9-13 - الإتاحة:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي متاحة للجميع، للكبير وللصغير، وللناس في أيبقة منا لعالم، ولا يوجد شروط أوقيود علي استخدامها، أيضا فيظل مجانية أوقلة رسوم الاشتراك والتسجيل، فالشخص البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكات التواصل الاجتماعي، فهي ليست حكرا على الأغنياء.

2-1-9-14- العالمية:

شبكات التواصل الاجتماعي تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية والحدود الدولية والإقليمية والقومية، حيث يستطيع الشخص في أقصى الشمال التواصل مع شخصاً في أقصى الجنوب، وشخص في أقصى الشرق التواصل مع شخص في أقصى الغرب، في بساطة وسهولة ويسرو في نفس اللحظة. (مدحت أبو النصر، 2019، صص 186-188)

2-1-10- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي :

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دور لا يستهان به في أحداث التأثير باتجاهات الشرائح المختلفة في المجتمع، ولكن بدرجات متقاربة ومرتبطة بالظروف والآليات التي يتم استخدامها فيها، سواء على مستوى الأفراد أم الجماعات، وتستخدم جماعات المعارضة مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة ضغط على الحكومة بقصد التأثير عليها، ومن ثم الاستجابة لمطالبها.

* تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اعلامية تتسم بأهمية كبيرة، ويتوقع ان لها مستقبل لا يستهان به لاتصافها بصفات ومزايا عدة كالسرعة في نقل الخبر العاجل، إضافة الى الصورة المصاحبة، وفي الفيديو المرافق

* كما انها ضيقت المسافات الزمنية في معرفة حجم التفاعل وردة الفعل السريع، أي أنها اصبحت واقع أي فرض نفسه.

*لها دور فعال في التأثير في توقيت صنع القرار ،وذلك من خلال خلق الازمات وافتعالها، وكذلك من خلال طرح الشبهات والاسئلة عن الاعمال ونهايتها المرتقبة وتداعياتها، وهذا ما يبرز في آليات عملها ،اذ يتم توظيف الامكانيات لإجراء التغيير المطلوب.

*ان اغلب التغييرات الحاصلة تظهر مدى اهمية مواقع التواصل الاجتماعي ،والدور المنوط بها، ونشر ثقافة التعاطي مع مواقع التواصل لمختلف الشرائح في المجتمع.

*وقد وفرت هذه المواقع لفئات وشرائح كثيرة فرصة الحصول على المعلومة في أي موضوع، الى جانب القدرة على الحصول على البدائل وابداء الآراء بشأنها.

*وهناك ادوارا حيوية لمواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب خاصة في المجالات الفكرية والثقافية والسياسية ،اذ تمكنهم من الاسهام في الانشطة الفكرية والسياسية والاجتماعية .

*لغة العصر وجزء من التطورالعقلي والنفسي والتقني للعصرالذي نعيش فيه

وبالتالي فإن التعاطيلغة العصر ضرورة لاستمرارالحياة.

*اصبحت حقيقة واقعة يزورها الجميع للاطلاع على ماتنتشره من موضوعات واخبار.(عثمان محمد الدليمي،2019، ص137,138)

2-1-11- أشهرمواقع تواصل الاجتماعي:

2-1-11-1- موقع فيسبوك:

كمصطلح شائع يشيرالى دفتر ورقي يحمل صورالافراد جماعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع، كما أنه عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليها مجانا تديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ،فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى شبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو مدرسة أو الاقليم وذلك من أجل الاتصال

بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وايضا تحديد ملفاتهم الشخصية.

ويشير اسم الموقع الى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الامريكية الى اعضاء هيئة التدريس لدى الطلبة الجدد والذي يتضمن وصف الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم .(البياتي 2014،ص390).

ويعتبره الدراسون والباحثون انه اقرب من كونه وسيلة اعلام الا انه في اطاره الاعلامي يمكن الاستفادة منه من عدة نواحي،فمن ناحية يعتبر وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الاعلامية ومن ناحية أخرى أن الجهات الخاصة والشخصيات العامة لها صفحات على هذا الموقع ما يسهل عملية الحصول على المعلومات ،كما أنه يتيح إنشاء صفحات تجمع المتهمين بأي شأن مشترك كما يجعله بمثابة نقطة التقاء افتراضية (محارب ،2011،ص117).

بداية موقع فيسبوك وتطوره:

انطلق موقع فيسبوك في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما قام مارك زوكربيرج وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفرد الامريكية بابتكار (الفييس ماتش) مع زميله في غرفة السكن موسكو فيتزووهيوز حيث تم استخدام صوراً لطلبة المدينة الجامعية عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين الى اختيار الشخص "الاكثر"

وقد لجأ زوكربيرج الى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بالجامعة وقام بنسخ صورة خاصة بالطلبة في السكن الجامعي هذا ما جعل ادارة الجامعة تتهمه بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذا انتهاك خصوصية الافراد(البياتي 2014، ص390).

وفي 4نوفمبر من عام 2004 قام زوكربيرج بتأسيس موقع "الفييسبوك" على نطاق جامعة هارفرد تحت مسمى the facebook.com وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الامر

على طلبة هارفارد كولييدج أقدم كليات الجامعة ،وخلال الشهر الاول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة بالتسجيل في هذه الخدمة وفي مارس 2004فتح ابوابه امام جامعات "ستانفورد" و"كولومبيا " و"بيل " وبعد ذلك اتسعت دائرته أكثر الى كليات مدينة بوسطن وجامعة "ايفي ليغ" وشيئا فشيئا اصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الامريكية .

وفي عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك الى مدينة بالو آلتو في كاليفورنيا وقامت الشركة بإسقاط كلمة theمن اسمها بعد شراء اسم الناطق facebook.com عام 2015.(بن كران ،2015،ص170.171).

2-11-1-2- موقع يوتيوب:

احد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي ،فهو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من "جوجل" يتيح إمكانية التحميل عليه منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو ،وهناك أعداد كبيرة للمستخدمين فيه ويزوره الملايين يوميا وتستفيد من وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من حصول عليها (الشاعر، 2015،ص65).

بداية موقع يوتيوب وتطوره:

تقول موسوعة ويكيبيديا العالمية أن موقع يوتيوب تأسس من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في شركة "باي بال Pay Pal " هم(تشاد هرلي ،ستيف تشن وجاود كريم) وكذلك في عام 2005 كاليفورنيا في الولايات المتحدة الامريكية ،واصبح نطاق youtube نشطا في مايو من عام اسسه رسميا على شبكة الانترنت .

وقد وضع أول فيديو على الموقع في 23 أبريل 2005 من قبل جاود كريم يحمل عنوان " أنا في حديقة الحيوان me at the zoo " ،في سنة 2006 قامت شركة جوجل بالاستحواذ

على الموقع بقيمة ضخمة بلغت 1.65 مليون دولار ، ويعتبر من احدث واسرع المواقع تطورا على الشبكة العنكبوتية ،وفي هذه الفترة الضيقة حصل الموقع على 100 مليون مشاهدة يوميا وكان يضاف اليه 65 الف مقطع فيديو ،وفكرة اليوتيوب لاقت رواجاً ونجاحاً لدى المستخدمين فكان بمثابة قنوات خاصة يبت فيها كل فرد ما يحلو له .

وتشير بعض الاحصائيات الى ان مستوى الاقبال ارتفع بشكل كبير عام 2012 حيث بلغت عدد الفيديوهات التي شوهدت في يوم واحد 3 مليار مقطع فيديو كذلك 70 بالمئة من زوار الموقع هم من خارج الولايات المتحدة الامريكية ،ويتوفر في اليوتيوب 43 لغة كما ان هناك 10 بالمئة من مقاطع الفيديو فيه هي مقاطع دقتها عالية (hd) و 100 مليون شخص كل اسبوع يتفاعلون مع مقاطع الفيديو بواسطة التعليقات ومشاركة المقطع والاعجاب به (السوداني والمنصور 2015، 119.118).

2-11-3- موقع انستغرام :

يعد من مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت حديثا لكنه استحوذ على اهتمام الجمهور خلال مدة قصيرة مقارنة بالمواقع الاخرى ،وهو تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور وإجراء التعديلات الرقمية والفلتر عليها حسب الرغبة ثم مشاركتها مع الاصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي (امين، 2015، ص121).

بداياته وتطوره:

بدأ تطوير موقع الانسغرام في عام 2010 بشكل خاص لاجهزة آبل iPod ، iPhone ، iPad، بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الاجهزة مع قائمة الاصدقاء وعلى مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة (امين، 2015، ص 121) .

وفي عام 2012 تم شراء الموقع من قبل شركة الفيسبوك وبعد هذه الصفقة التزمت الشركة بتطوير الموقع وأصبح موقع مكمّل أو ضمن موقع الفيسبوك ،بعد اندماجه زادت شعبيته

بشكل كبير فبعد سنة واحدة من تطويره وبالضبط عام 2013 حصل على 150 مليون مستخدم نشط وتم تحميل 55 مليون صورة من قبل المستخدمين بشكل يومي ،ويسجل موقع انستغرام نجاحا باهرا واستثنائيا وذلك لأنه وصل الى هذا العدد من المستخدمين خلال مدة زمنية قصيرة مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى مثل : ماي سبيس ،فكر وتويتر (راضي والتميمي، 2017، ص227.228).

2-1-11-4- موقع تويتر:

تويتر كلمة انجليزية وتعني بالعربية الطائر عندما يغرد أو عندما يطلق زقزقات قصيرة أي اصوات متقطعة ،وتطلق كذلك على الرجل عندما يمزح أو يضحك ضحكا خفيفا قصيرا ،وهناك علاقة بين هذا المعني وطبيعة التدوين على شبكة تويتر ،فهو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوير قصيرة ومصغر لاتسمح لمستخدميه الا بإرسال تحديثات أو تغريدات tweets عن حالتهم بحد اقصى 140 حرف للرسالة الواحدة ،فهو يعتبر موقع للتدوين المصغر (اسماعيل ،2014، ص181.182).

بدايات الموقع وتطوره :

كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) اوائل عام 2006 أقدمت شركة obvious الامريكية على اجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر ، ثم اتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر في نفس العام ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة ،بعد ذلك استحدثت الشركة اسما خاصا يطلق عليه "تويتر " وذلك في أبريل عام 2007 (السوداني والمنصور ،2015، ص117).

وفي ذات العام بلغ عدد التغريدات المستخدمين أكثر من 1.6 مليون تغريدة منشور ونمت الى اكثر من 100 مليون تغريدة في سنة 2008 اما سنة 2010 فقد وصل عددالتغريدات المنشورة يوميا على الموقع 50 مليون تغريدة ، ومع هذا النمو تحول تويتر الى وسيلة تدوين

الى وسيلة تدوين مصغرة القوة متعددة الاستخدامات من التسويق الى الاعجاب
بالمشاهير ونشر وتوزيع الاخبار (كنعان، 2014، ص 175).

2-1-12- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لا شك أن لمواقع التواصل العديد من الإيجابيات نذكر منها:

- أنها تقلل من انطوائية الأفراد، وتعزز الاجتماعية لديهم وتجعلهم يشعرون بالمجتمع
والحياة منحولهم.

- إبداء الرأي بكل حرية.

- التسويق والإعلانات.

- يستخدم الطلاب المواقع كهدف للترفيه والتسلية والتنفيس عن النفس وقضاء أوقات

الفراغ، والاشتراك مع الآخرين، وأحيانا الهروب من الضغوط ومشاكل الحياة

- نشر الدعوى الإسلامية.

- الاكتساب العلمي.

- معرفة الأحداث الداخلية والخارجية.

- التواصل مع نجوم المجتمع.

- التعامل المباشر مع صناعات القرار في الدولة.

- تبادل الثقافات بين الشعوب.

- أنها تسمح للطلاب المستخدمين التفاعل مع أصدقائهم والاتصال بهم ومقابلة أفراد

جديدة وخلق صداقات معهم وتطوير العلاقات الاجتماعية بينهم.

- يشعر المستخدم بأنها وسائل جديدة للمتعة.

- تجاوز الماضي الموروث.

- مجموعات النقاش.

- تبادل المعلومات.

- تحقيق التحديات.

- تقديم النماذج.

كما ذهب البروفيسور بدر الدين أحمد إبراهيم إلى إضافة بعض الايجابيات المتمثلة في

الآتي:

- قراءة الصورة وتحليلها.

- اغتنام الفرص.

- الخبرات والاستشارات.

2-1-12- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

يرى الباحث في وسائل الإعلام الجديد بعض المخاطر والأمور السلبية التي تواجه

الشباب الجامعي أثناء تطبيق واستخدام المواقع والتعامل معها في تناول قضاياها، وهو مما

يتفق فيه مع الدكتور سيف الدين حسن العوض ثم ذكر منها:

- الاستخدام السيء والابتزاز.

- صعوبة السيطرة عليه.

- تتصف بالفوضوية.

- توفر المعلومات الشخصية التفصيلية عن المنتسب للإعلام الجديد (لاسيما في مواقع التواصل).

- تجنيد بعض دوائر المخابرات الأجنبية .

- سرقة الحسابات المصرفية وانتحال الشخصية.

- تضييع الأوقات النفيسة في المحادثات والتعارف المجرد.

- يتمتع بعض السكان في العالم بوفرة في مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت بينما

يعاني البعض الآخر من قلة المعلومات ،مما أدى إلى زيادة الفجوة المعرفية .

- الاتصال عبرالمواقع يفتقر إلى الاجتماعية.-

- يتعرض مستخدم والمواقع لمشاهدة الموادالإباحية ،الأمر الذي يلقي بإشارتها لسلبية

على المجتمع مثل الانهيار الخلقي ولقيمي.

- تقلص قدرة الدولةالتقليدية على مراقبة الصحافة والمطبوعات الواردة من الخارج.

- عدم احترام حقوق الملكية الفكرية Intellectual Property.

- تعدد أشكال المخاطر التي تتسلل عبر المواقع ومنها:

أ. الاختراقات: تعني محاولة الدخول على جهاز أو شبكة حاسب آلي منقبلشخص غير

مصرح له بالدخول وذلك بغرض الاطلاع،السرقه،التخريب،التعطيل.

ب. الفيروسات: هو برنامج كمبيوتر مصمم عمداً ليقترن ببرنامج آخر.

ج. القرصنة: من وراء القرصنة على الإنترنت الهاكرز وهوالشخص الذي يستطيع أنيصمم

ويحلل البرامج أوأنظمة التشغيل بسرعة وهو شخص خبير بلغة البرمجة أوأنظام تشغيل معين

يقوم بتسخير هذه القدرات للتطفل على أجهزة الآخرين والعبث بها بهدف التسلية أو السرقة أو التخريب.

إن استخدام المواقع يمكن أن يمنع الطلاب من إكمال إتمام عملهم، كذلك تقلل منتفاعهم مع أقرانه موجه الوجه وقد تصيبهم سحابة من الانسحاب من المجتمع والميل للعزلة الاجتماعية والشعور بالانطواء.

- قد يدخل بعض الممارسات التي تتعارض مع الدين والثقافة الإسلامية وتهدم قيم المجتمع.

- يؤثر في الصحة والنظر.

- الإدمان على الإنترنت.

- العلاقات غير الشرعية.

- تدني المستوى الأكاديمي.

- التدخل في السياسة والتحريض.

- يؤثر في الصحة والنظر.

- الإدمان على الإنترنت.

- إضاعة المال.

- دفن المواهب و الهوايات.

- أن الطلاب يهتموا إلى حد كبير بعنصر الأمن عبر المواقع وتخشى من اختراق خصوصياتهم.

-تشجيع الروح الاستهلاكية عند الشباب الجامعي.(محمد العوض ، محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2022،ص28، ص 31)

2-1-14- نظرية الاستخدامات والاشباعات:

2-1-14-1- مفهوم النظرية:

* **الاستخدام في اللغة** : من استخدام استخداما اي اتخذ الشخص خادما ،ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام

* **الاشباع في اللغة** : فهو مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) وتدل على امتلاء في الأكل وغيره ونظرية الاستخدامات والاشباعات في الاصطلاح مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.

وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه " ما تتحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة ".

وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الاعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي " افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والاشباع ،والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية " وذكر أن الدوافع هو "حالة فسيولوجية نفسية توجه الفرد الى الاتزان النفسي الذي يساعد على الاستمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة

وهذه النظرية تنظر الى الجمهور على أنه فعال في انتقاء أفراده لرسائل وسائل الاعلام ،نظرية الاستخدامات والاشباعات تنظر الى العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف بناء على هذه النظرية ليست وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل

الاعلامية التي يتلفاها بل أن الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام لذلك ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الاعلامية لإشباع رغبات معينة لديه ،قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو حتى تحديد الهوية . (نجلاء محمد جابر ،2015،ص61)

2-1-14-2- فروض النظرية :

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والعناصر المداخل العلمية للنظرية ،إذا قدم الباحثون فروضا عدة ،بحيث يرى (الياهو كاتو) وزملاؤه أن هذه النظرية قائمة على هذه الفروض وهي كالآتي :

أ . **الفرض الاول** : أن الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي احتياجاتهم.

ب . **الفرض الثاني**: المبادرة في ربط إشباع الحاجات بإختيار الوسيلة المناسبة انما يخضع للمتلقى ذاته في عملية الاتصال الجماهيري وترى النظرية أن الناس مدينون لوسائل الاعلام لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير عليهم .

ج . **الفرض الثالث** : يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .

د . **الفرض الرابع** : إن رغبات الجمهور متعددة ولايلبي الاعلام إلا بعض منها ،بذلك تتنافس وسائل الاتصال الجماهيري مع المصادر الاخرى لإرضاء الحاجات التي تخدمها وسائل الاتصال الجماهيري تشكل جزءا من نطاق شامل من حاجات الانسان وتختلف الدرجة التي يتم بها تحقيق الاشباع عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري لهذا فأنم وجهة النظر

الملائمة حول دور وسائل الاتصال الجماهيري في تحقيق الاشباع يجب أن تأخذ في حساباتها وجود بدائل وظيفية لإشباع الحاجات مثل (اللعبة، اللقاءات، السهرات، العائلة .. الخ)

هـ . **الفرض الخامس:** يعبر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل (الفروق الفردية) و(التفاعل الاجتماعي) و(تنوع الحاجات باختلاف الافراد).

و. **الفرض السادس:** افتراض منهجي بقدر أن الافراد يملكون قدرة كافية على تحديد دوافعهم واحتياجاتهم بالطرق المناسبة، أي أن لديهم الوعي الذاتي والمقدرة على تسجيل اهتماماتهم ودوافعهم حينما يسألون عنها بصيغة سهلة ومفهومة . (محسن جلوب الكنانى، 2018، ص179).

* أهم نماذج المدخل :

نموذج كاتز وزملائه : يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه الى البحث عن وسيلة الاعلام التي تلبى احتياجاته.

نموذج ويندال : يتناول ويندال في نمودجه العلاقة بين كل من الاستخدامات والاشباعات والعلاقة الرابطة بينهما، ويرى في نمودجه هذا أن المتلقى يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه (مضمون) الوسيلة الاعلامية المستهدفة بعد إجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الاخرى .

نموذج روزنجرين: يتناول النموذج مجموعة العوامل التي يتشكل منها مدخل (الاستخدامات والاشباعات) وهي الحاجات الاجتماعية والبيولوجية والنفسية الموجودة لدى الانسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الاطار المجتمعي وخصائص الفرد، وهنا يلجأ الفرد إلى الوسيلة

الاعلامية التي يرى في مضمونها حلا لمشكلاته واشباعا لحاجاته (صلاح عبد الحميد، 2013، ص61).

* اهداف النظرية :

- أ . تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم .
- ب . فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.
- ج . معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال (محسن جلوب الكناني ،مرجع سابق ص196).

* سلبيات المدخل :

- ادعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط هو (أمر ربما يكون مبالغ فيه) حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الاعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي والنشيط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها
- كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار (فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي) يحدده وجود وسيلة إتصالية واحدة ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض
- كما أن المدخل لم يفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور و الاشباعات التي تحققت عند المشاهدة ،ولم يشرح درجة الايجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور .

ايجابيات المدخل:

- أن المدخل يمثل مرحلة بحثية متطورة (الفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي) حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الاعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة
- له أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشرة والقنوات الفضائية ،حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز هذه المشاهدة على إيجابية الانتقاء للمضامين الاعلامية المختلفة .
- إن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة سلبية عليه حيث أن المجتمعات تختلف نظرا لخصوصية كل المجتمع واختلاف ظروف أفراده النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية ولهذا فإنه يمكن تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة
- يهتم هذا المدخل بتفسير الاستهلاك الاعلامي انطلاقا من احتياجات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الاعلام الى إشباعه (محمد خبرت يوسف،2015،ص 32 34).

3- الاسئلة البحثية:

- ماهي الخصائص السوسيوديمغرافية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي عادات وانماط استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الاشباعات المحققة عند استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي اتجاهات طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

الفصل الثالث:

منهجية الدراسة

1- قياس المفاهيم

2- منهج الدراسة

3- اداة الدراسة

4- اجراءات الثبات

5- عينة الدراسة

1- قياس المفاهيم:

-قياس السوسيوديمغرافية للطلاب الجامعي:

الجنس

العمر

المستوى التعليمي

السكن

-قياس استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي:

نوع المواقع المستخدمة

المكان

الوقت

عدد الساعات

الوسيلة

الانشطة

شكل الاستخدام

-قياس اشباع الطالب المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

دائما

احيانا

نادرا

ابدا

-قياس اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

موافق

غير موافق

بدون رأي

2-منهج الدراسة:

ويقصد به الطريقة او الاسلوب الذي ينتهجه الباحث في بحثه او دراسة مشكلته للوصول الى حلول لها والى بعض النتائج.(عبد الفتاح محمد العيسوي،عبد الرحمان محمد العيسوي،1997،ص13).

والمنهج هو مجموع الاجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول الى نتائج معينة.(موريس انجرس2006،ص98)

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يتماشى مع طبيعة موضوع دراستنا، حيث يعد هذا المنهج من أكثر طرق البحث التربوي استعمالا: لأنه يمكننا من جمع وقائع ومعلومات موضوعية قدر الإمكان عن ظاهرة معينة، أو حادثة مخصصة أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي الصحية، والتربوية والاجتماعية....(يعمل الباحث فيه على تحليل واقع الحاضر وفي المستقبل القريب، وقد تطور المنهج المسحي بتطور البحوث العلمية حتى اصبح من أكثر الطرق استخداما في الوقت الحاضر من خلال عدة ممارسات جعلت منه منهجا علميا حيويًا وفاعل.

* مفهوم المنهج المسحي:

وهو البحث الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات أو التقييم والمقارنة أو للتعرف على مايعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية. (فاطمة عبد الرحيم النواسية، 2015، ص85)

ويعرف ايضا على انه المنهج الذي يتم بواسطته دراسة جميع افراد مجتمع البحث او عينة كبيرة منه بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها.(داود محمد وقنوعة عبد اللطيف، 2013،ص4)

3- اداة الدراسة:

ان عملية نجاح اي بحث علمي يرجع إلى دقة البيانات التي تحصل عليها الباحث ويعتمد هذا على مدى تحكمه في الأدوات البيانية التي يستخدمها، ولقد اعتمدنا فيما يخص موضوع دراستنا على أداة الاستمارة أو ما يطلق عليها استمارة استبيان وتعرف هذه الأخيرة بأنها أداة من أدوات البحث العلمي لجمع البيانات تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث، فقد تكون الإجابة فيها مفتوحة، أو قد تكون الإجابة محددة الخيارات مسبقا كأن يتم اختيارها أو تحديد موقعها على مقياس متدرج، ويعتبر الاستبيان من أكثر أدوات البحث العلمي في جمع البيانات شيوعا، الا ان الانتقادات الموجهة للدراسات والبحوث التي تستخدم الاستبيان مردها تطوير وتصميم الاستبيانات من قبل أفراد غير قادرين على صياغة فقرات الاستبيان بالطريقة الصحيحة والمناسبة لأغراض البحث.

قمنا بتصميم هذا الاستبيان لمعرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، حيث تكون من 23 سؤال، وتضمن اربعة (04) محاور كل محور تتدرج تحته عدة اسئلة حيث احتوى المحور الاول على السمات السوسيوديمغرافية (الجنس، السن،

المستوى التعليمي، محل الإقامة)، والمحور الثاني كان تحت عنوان استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وضم (07) اسئلة، والمحور الثالث كان تحت عنوان الاشباعات المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وضم (08) فقرات، اما المحور الرابع فاحتوى على اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وضم (05) فقرات.

4- اجراءات الثبات:

قمنا بحساب معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية، حيث تم تقسيم بنود الاستبيان إلى نصفين متكافئين (علوي/ سفلي)، ثم حساب معامل الارتباط بيرسون بين النصفين باستعمال نظام الحزمة الإحصائية (SPSS₂₂)، النتائج مدونة بالجدول التالي:

الجدول رقم (1): يوضح ثبات التجزئة النصفية للاستبيان

المؤشرات الإحصائية	قيمة R المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة
بيرسون قبل التعديل	0.803	29	دالة إحصائية عند 0.01
سبيرمان بعد التعديل	0.885		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم () نلاحظ أن قيمة r المحسوبة قبل التعديل بيرسون تساوي 0.803، وفي الحقيقة قيمة r المعبر عنها تعبر عن قيمة معامل الارتباط بين نصفي المقياس، توجب تصحيح معادلة الطول فتحصلنا على قيمة r الحقيقية بعد التعديل سبيرمان تساوي 0.885، فهي دالة عند مستوى معنوية 0.01، وعليه يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

5- عينة الدراسة:

يقصد بالعينة بأنها نموذجاً يشتمل جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث في دراسته، أو هي المجموعة الجزئية التي يقوم بها الباحث بتطبيق دراسته عليها وهي تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي، إذ هذه العينة تتنوع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع. (بلقاسم سلاطينية، 2004، ص 318-319)

*نوع العينة:

اعتمدنا في دراستنا هذه والمتمثلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي على نوع العينة الغير احتمالية، وذلك لتوفير الجهد المبذول والوقت، التخفيف من الميزانية والتكاليف المستهلكة في اجراء الدراسة، صعوبة الوصول الى جميع مجتمع الدراسة.

*طريقة اختيار العينة:

كان اختيار عينة دراستنا بطريقة قصدية لانها عينة غير احتمالية، والتي تعرف على اساس ان: هذه العينة اختياراً كيفياً من قبل الباحث للمبحوث استناداً إلى أهداف بحثه ولا يتم اختيار المبحوثين من خلال الجدول العشوائي أو عم طريق القرعة، فهي بهذه الحالة لا تعطي الفرص المتكافئة لكل وحدة اجتماعية لأن تمكن ضمنها. (مسلم عدنان احمد، امال صلاح عبدالرحيم، 2011، ص80).

* حجم العينة: 40 طالب.

الفصل الرابع:

عرض النتائج ومناقشتها

1- عرض نتائج الدراسة

1-1- عرض نتائج محور الخصائص السوسيوديمغرافية للطلبة

1-2- نتائج محور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

1-3- عرض نتائج محور الاشباعات المحققة عند استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي

1-4- عرض نتائج محور اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي

2- المناقشة نتائج الدراسة

2-1- مناقشة نتاج محور الخصائص السوسيوديمغرافية للطلاب

2-2- مناقشة نتاج محور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

2-3- مناقشة نتاج محور الاشباعات المحققة عند استخدام

مواقع التواصل الاجتماعي

2-4- مناقشة نتاج محور اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي

1- عرض نتائج الدراسة:

1-1- عرض نتائج محور الخصائص السوسيوديمغرافية للطلبة:

الجدول 1 : يوضح متغير الجنس

الجنس	التكرار	%
ذكر	16	40%
أنثى	24	60%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة.

الجدول 2 : يوضح متغير العمر

العمر	التكرار	%
من 19/22	13	32.5%
23/25	16	40%
27/30	7	17.5%
30 أكثر	4	10%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة.

الجدول 3: يوضح متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	%
ليسانس	13	32.5%
ماستر	20	50%
دكتوراه	7	17.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة.

الجدول 4 : يوضح متغير السكن

السكن	التكرار	%
مدينة كبيرة	21	52.5%
مدينة صغيرة	19	47.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة.

1-2- نتائج محوإاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول 5-1: استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر لموقع الفيسبوك

الفيسبوك	التكرار	%
بشكل كبير	17	42.5%
بشكل متوسط	16	40%
بشكل ضعيف	7	17.5%
المجموع	40	100%

جدول 5-2: استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر لموقع الانستغرام.

الانستغرام	التكرار	%
بشكل كبير	14	35%
بشكل متوسط	12	30%
بشكل ضعيف	14	35%
المجموع	40	100%

جدول 5-3: استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر لموقع تويتز.

التويتز	التكرار	%
بشكل كبير	3	7.5%
بشكل متوسط	7	17.5%
بشكل ضعيف	30	75%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

جدول 5-4: استخدام جامعة الشهيد حمة لخضر لموقع الفيبز

الفيبر	التكرار	%
بشكل كبير	3	7.5%
بشكل متوسط	26	65%
بشكل ضعيف	3	7.5%
المجموع	40	100%

جدول 5-5: استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر لمواقع أخرى.

مواقع أخرى	التكرار	%
الواتساب	7	17.5%
التيك توك	5	12.5%
ألعاب	1	2.5%
السناب شات	3	7.5%
اليوتيوب	6	15%
لا أستخدم	18	45%
المجموع	40	100%

جدول 6-1: يوضح المكان المفضل عند الاستخدام "البيت"

البيت	التكرار	%
دائما	21	52.5%
أحيانا	17	42.5%
نادرا	2	5%
أبدا	0	0%
المجموع	40	100%

جدول 6-2: يوضح المكان المفضل عند الاستخدام "الجامعة"

الجامعة	تكرار	%
دائما	7	17.5%
أحيانا	16	40%
نادرا	8	20%
أبدا	9	22.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

جدول 3-6: يوضح مكان آخر للاستخدام

التكرار				لا يوجد مكان آخر				قاعة رياضة				الحديقة				العمل				
لا	ق	ح	ع	أبدا	نا	أ	د	أبدا	نا	أ	د	أبدا	نا	أ	د	أبدا	نا	أ	د	
21	11	3	5	21				0	6	0	5	0	3	0	0	0	2	0	0	3
40				21				11				3				5				المجموع
%100				%52.5				%27.5				%7.5				%12.5				%

جدول 1-7: يوضح توقيت الاستخدام المفضل "صباحا"

%	التكرار	صباحا
%12.5	5	دائما
%47.5	19	أحيانا
%27.5	11	نادرا
%12.5	5	أبدا
%100	40	المجموع

جدول 2_7: يوضح توقيت الاستخدام المفضل "مساء"

مساء	التكرار	%
دائما	26	% 65
أحيانا	12	%30
نادرا	2	%5
أبدا	0	%0
المجموع	40	%100

جدول 7_3: يوضح توقيت الاستخدام المفضل " ليلا "

ليلا	التكرار	%
دائما	25	%62.5
أحيانا	10	%25
نادرا	3	%7.5
أبدا	2	%5
المجموع	40	%100

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

جدول 8 : يوضح عدد ساعات الاستخدام

الساعات	التكرار	%
أقل 1 سا	11	27.5%
من 1 الى 2 سا	12	30%
أكثر من 2 سا	17	42.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

جدول 9-1: يوضح استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر للكمبيوتر المكتبي

الكمبيوتر المكتبي	تكرار	%
دائما	7	17.5%
أحيانا	4	10%
نادرا	5	12.5%
أبدا	24	60%
المجموع	40	100%

جدول 9-2: يوضح استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر للحاسب المحمول

الحاسب المحمول	تكرار	%
دائما	4	10%
أحيانا	12	30%
نادرا	8	20%
أبدا	16	40%
المجموع	40	100%

جدول 9-3: يوضح استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر للهاتف الذكي

الهاتف الذكي	التكرار	%
دائما	29	72.5%
أحيانا	8	20%
نادرا	3	7.5%
أبدا	0	0%
المجموع	40	100%

جدول 9-4: يوضح استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر للوحة الالكترونية

لوحة	التكرار	%
دائما	2	5%
أحيانا	7	17.5%
نادرا	10	25%
أبدا	21	52.5%
المجموع	40	100%

جدول 5-9 : يوضح استخدام طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر لمزيج هذه الوسائل

مزيج	تكرار	%
دائما	0	%0
أحيانا	16	%40
نادرا	9	%22.5
أبدا	15	%37.5
المجموع	40	%100

جدول 1-10 : يوضح نشاط التعبير العاطفي

التعبير العاطفي	التكرار	%
دائما	11	%27.5
أحيانا	18	%45
نادرا	5	%12.5
أبدا	6	%15
المجموع	40	%100

جدول 10-2 : يوضح نشاط التعليق على محتوى معين

التعليق	التكرار	%
دائما	10	%25
أحيانا	24	%60
نادرا	3	%7.5
أبدا	3	%7.5
المجموع	40	%100

جدول 10-3 : يوضح نشاط مشاركة محتوى

Partager	التكرار	%
دائما	10	%25
أحيانا	15	%37.5
نادرا	9	%22.5
أبدا	6	%15
المجموع	40	%100

جدول 10-4 : يوضح نشاط النشر

النشر	التكرار	%
دائما	12	30%
أحيانا	19	47.5%
نادرا	8	20%
أبدا	1	2.5%
المجموع	40	100%

جدول 10-5 : يوضح نشاط التواصل مع الآخرين

للتواصل	التكرار	%
دائما	30	75%
أحيانا	9	22.5%
نادرا	1	2.5%
أبدا	0	0%
المجموع	40	100%

جدول 10-6 : يوضح نشاط الاطلاع

الاطلاع	التكرار	%
دائما	25	62.5%
أحيانا	13	32.5%
نادرا	2	5%
أبدا	0	0%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

جدول 11 : يوضح شكل الاستخدام

تواصل مع مواقع	التكرار	%
بشكل فردي	27	67.5%
مع الأصدقاء	11	27.5%
مع الأسرة	2	5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

1-3- عرض نتائج محور الاشباكات المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول 12: الفقرة الاولى

الفقرة 1	تكرار	%
دائما	20	50%
أحيانا	15	37.5%
نادرا	3	7.5%
أبدا	2	5%
المجموع	40	100%

الجدول 13: الفقرة الثانية

الفقرة 2	تكرار	%
دائما	18	45%
أحيانا	19	47.5%
نادرا	3	7.5%
أبدا	0	0%
المجموع	40	100%

الجدول 14 : الفقرة الثالثة

الفقرة 3	تكرار	%
دائما	15	%37.5
أحيانا	10	%25
نادرا	10	%25
أبدا	5	%12.5
المجموع	40	%100

الجدول 15 : الفقرة الرابعة

الفقرة 4	تكرار	%
دائما	29	%72.5
أحيانا	11	%27.5
نادرا	0	%0
أبدا	0	%0
المجموع	40	%100

الجدول 16: الفقرة الخامسة

الفقرة 5	تكرار	%
دائماً	24	60%
أحياناً	7	17.5%
نادراً	8	20%
أبداً	1	2.5%
المجموع	40	100%

الجدول 17 : الفقرة السادسة

الفقرة 6	تكرار	%
دائماً	18	45%
أحياناً	15	37.5%
نادراً	6	15%
أبداً	1	2.5%
المجموع	40	100%

الجدول 18: الفقرة السابعة

الفقرة 7	تكرار	%
دائما	19	47.5%
أحيانا	15	37.5%
نادرا	5	12.5%
أبدا	1	2.5%
المجموع	40	100%

الجدول 19: الفقرة الثامنة

الفقرة 8	تكرار	%
دائما	10	25%
أحيانا	17	42.5%
نادرا	10	25%
أبدا	3	7.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

1-4- عرض نتائج محور اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول 20: الفقرة الاولى

الفقرة 1	تكرار	%
موافق	24	60%
غ موافق	10	25%
بدون رأي	6	15%
المجموع	40	100%

الجدول 21: الفقرة الثانية

الفقرة 2	تكرار	%
موافق	28	70%
غ موافق	8	20%
بدون رأي	4	10%
المجموع	40	100%

الجدول 22: الفقرة الثالثة

الفقرة 3	تكرار	%
موافق	20	50%
غ موافق	13	32.5%
بدون رأي	7	17.5%
المجموع	40	100%

الجدول 23: الفقرة الرابعة

الفقرة 4	تكرار	%
موافق	23	57.5%
غ موافق	11	27.5%
بدون رأي	6	15%
المجموع	40	100%

الجدول 24: الفقرة الخامسة

الفقرة 5	تكرار	%
موافق	27	67.5%
غ موافق	6	15%
بدون رأي	7	17.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

2- المناقشة نتائج الدراسة:

2-1- مناقشة نتائج محور الخصائص السوسيوديمغرافية للطالب:

الجدول 1: من الجدول رقم (1) يتضح ان عدد الذكور اقل من عدد الاناث بدرجة كبيرة حيث بلغ عددهم (16) طالب يمثلون نسبة 40% من مجتمع الدراسة، بينما كان عدد الاناث (24) طالبة يمثلون نسبة 60% من مجتمع الدراسة، مقارنة بدراسة الباحثان محمد احمد نقادي وعبد المجيد بنجلالي تحت عنوان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، حيث كان عدد الذكور والذي يمثل 159 اكبر من عدد الاناث المتمثل في 141 طالبة، فاعتقد ان هذه النسب ترجع الى ان فئة الاناث اكثر استخداما وتصفحاً لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول 2: نلاحظ ان الطلبة الذين تتراوح اعمارهم بين (23-25 سنة) نسبتهم 40% وهم النسبة الاكبر بين الفئات بمجموع تكرار (16) طالب، في حين جاءت فئة اذين تتراوح اعمارهم بين (19-22 سنة) في المرتبة الثانية بنسبة 32.5% بمجموع تكرار 13 طالب، اما النسبة الاقل والتي تتضمن الفئتين (27-30 سنة) (اكثر 30 سنة) بنسب (7%) (4%) على التوالي تأتي في المرتبة الثالثة مقارنة بنتائج دراسة وسام طایل البشاشة تحت عنوان دوافع استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر)، نجد الفئة العمرية التي بين (21-25 سنة) قد حصلت على نسبة مئوية بلغت 48.3% وحصلت الفئة العمرية الاقل من 20 سنة على نسبة مئوية (35.9%)، والفئة العمرية التي بين (26-30) شكلت نسبة مئوية مقدارها (8.7%)، والفئة العمرية الاكثر من 31 سنة حصلت على اقل نسبة مئوية من افراد العينة ونسبتهم (7%)، فمنا هنا نلاحظ ان الجدول 3: من خلال **الجدول (3)** نجد ان الطلبة الذين يدرسون في طور الماستر نسبتهم (50%) بمجموع تكرار 20 طالب، في حين ان طلبة الليسانس نسبتهم (32.5%) بمجموع تكرار 13 طالب، بينما

طلبة الدكتوراه نسبتهم (7%)، وبهذا ان نسبة طلبة الماستر هم النسبة الاكبر في حين ان طلبة الدكتوراه هم النسبة الاقل، واعتقد هذا التفاوت بين الاطوار بان طلبة الماستر هم الاقرب لنا بما اننا ندرس نفس الطور.

الجدول 4: من خلال الجدول (4) نلاحظ ان عدد الطلبة الذين يقيمون في مدينة كبيرة كان 21 طالب والمتمثل بنسبة (52.5%)، اما الذين يقيمون في مدينة صغيرة كانت نسبتهم (19%) بمجموع 19 طالب، في حين نجد النسب متساوية عند مقارنتها بدراسة رشا اديب محمد عوض، بعنوان اثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، فكانت النسبة المئوية للطلبة المقيمين في المدينة تمثل (54%) اكبر بكثير من نسبة الذين يقيمون في القرية المقدره ب(19%)، واعتقد ان هذه النسب ترجع الى قوة الانترنت في المدن الكبيرة مقارنة بالمدن الصغيرة.

تميزت العينة التي شملت هذه الدراسة بان نسبة الذكور اقل من نسبة الاناث وراجع ذلك الى تعمق الاناث في صفحات تهم حياتها اليومية كالطبخ والموضة وتربية الاولاد...، وان الفئة التي يبلغ عمرها ما بين (23-25 سنة) هي النسبة الاعلى ويرجع ذلك الى سن الطالب الجامعي في الوضع العادي، ان نسبة الطلبة الذين يدرسون في طور الماستر هم النسبة الاكبر وربما يرجع ذلك الى ان طلبة الماستر هم الاقرب لنا بما اننا ندرس نفس الطور. فكانت النسبة المئوية للطلبة المقيمين في المدينة تمثل (54%) اكبر بكثير من نسبة الذين يقيمون في القرية المقدره ب(19%)، واعتقد ان هذه النسب ترجع الى قوة الانترنت في المدن الكبيرة مقارنة بالمدن الصغيرة.

2-2- مناقشة نتائج محور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول(01): من خلال هذا الجدول يتضح لنا ان استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك كان بنسبة(42.5%) بشكل كبير بمجموع 17 طالب، ونسبة(40%) بشكل متوسط بمجموع 16 طالب، وبشكل ضعيف بنسبة(17.5%) بمجموع 7 طلاب.

الجدول(02): نلاحظ من خلال هذا الجدول ان استخدام الطلبة لموقع الانستغرام كان بنسبة(30%) بشكل متوسط بمجموع 12 طالب، بينما كان الاستخدام متساوي لدى بعض الطلبة بشكل كبير وضعيف بنسبة(35%) بمجموع 14 طالب.

الجدول(03): نلاحظ من خلال الجدول3 ان استخدام الطلبة لموقع تويتر كان بشكل ضعيف جدا حيث قدرت نسبته ب(75%) بمجموع 30 طالب، وبنسبة (17.5%) بشكل متوسط بمجموع 7 طلاب، وبنسبة(7.5%) بشكل كبير بمجموع 3 طلاب.

الجدول(04): من خلال هذا الجدول لاحظنا ان استخدام الطلبة لموقع الفير كان بشكل ضعيف بنسبة(65%) بمجموع 26 طالب، وبشكل متوسط بنسبة (27.5%) بمجموع 11 طالب، وبنسبة (7.5%) بشكل كبير بمجموع 3 طلاب.

الجدول(5): من خلال هذا الجدول لاحظنا ان هناك بعض الطلبة يستخدمون مواقع اخرى بنسب متفاوتة، حيث نجد نسبة استخدامهم لموقع الواتساب هي (17.5%) بمجموع 7 طلبة، وبنسبة(12.5%) لموقع التيك توك بمجموع 5 طلبة، ونسبة(15%) لموقع اليوتيوب بمجموع 6 طلبة، في حين نجد ان 18 طالب لم يستخدموا مواقع اخرى حيث قدرت نسبتهم ب(45%).

الجدول(6): من خلال هذا الجدول نلاحظ ان معظم الطلبة استخدمهم لمواقع التواصل الاجتماعي في البيت بشكل دائم بنسبة(52.5%) وبمجموع 21 طالب، وكان عدد الذين يستخدمون هذه المواقع في البيت احيانا 17 طالب بنسبة (42.5%)، بينما كانوا الطلبة

نادرا ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في البيت حيث تمثلت نسبتهم (5%)، مقارنة بدراسة الباحث زاوي عبد الوهاب و 2 اخرون ،التي جاءت بعنوان اهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومة الرياضية "الفيسبوك نموذجا"، حيث كانت نسبة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تمثل (68%) وقد بلغ عددهم 43 فرد، فمن خلال نتائج النسب اعتقد ان اغلب افراد عينة الدراسة يستخدمون شبكو الانترنت في البيت.

الجدول(7): نلاحظ ان معظم الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة كان بشكل دائم بنسبة (17.5%) وبمجموع 7 طلبة، واحيانا بنسبة (40%) بمجموع 16 طالب، بينما الطلبة الذين نادرا ما يستخدمون هذه المواقع بمجموع 8 طلاب حيث قدرت نسبتهم ب(20%)، وابدأ بنسبة (22.5%)، فمن خلال هذه النسب اعتقد ان اغلب الطلبة لا يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة بشكل دائم ..

الجدول(8): يتضح لنا من خلال هذا الجدول بان هناك اماكن اخرى يستخدمون فيها الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد نسبة (12.5%) من الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، بينما نسبة (7.5%) يستخدمونها في الحديقة، ونسبة (27.5%) يستخدمون هذه المواقع في قاعة الرياضة، في حين نجد اختيار (لا يوجد مكان اخر) بلغت نسبته (52.5%)، فحسب رأيي انه لا يوجد مكان محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول(9)(10)(11): من خلال هذه الجداول يتضح ان الغالبية من الطلبة ليس لديهم فترة محددة ووقت محدد لاستخدام هذه مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ان عدد الطلبة الذين عادة ما يستخدمون المواقع في الفترة الصباحية يبلغ 19 طالب قدرت نسبتهم ب(47.5%)، في حين ان نسبة (65%) من الطلبة يفضلون الاستخدام في الفترة المسائية اي

ما يمثل 26 طالب، وهي الفترة التي تتميز بالهدوء وتواجد جميع الزملاء والاصدقاء، في حين يفضل (62.5%) الفترة الليلية والتي تشمل 25 طالب، حيث اعتقد ان سبب النسبة الضئيلة للفترة الصباحية هو انها فترة نشاط وذلك لتواجد الطلبة في اماكن الدراسة، وبالتالي ليس لديهم الوقت الكافي لاستخدام المواقع فالطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترات اليوم حسب الظروف والاولويات.

الجدول 12: نلاحظ من هذا الجدول ان اعلى نسبة لعدد ساعات الاستخدام هو اكثر من ساعتين حيث بلغت (42.5%) بمجموع 17 طالب، وقدرت نسبة عدد ساعات الاستخدام ما بين 1 الى 2 ساعة ب(30%) بمجموع 12 طالب، بينما اقل من ساعة تمثلت في 11 طالب قدرت نسبتهم ب(27.5%). حيث اعتقد ان فئة الطلبة لديها متسع من الوقت لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتزايد.

الجدول (13): نلاحظ ان معظم الطلبة لا يستخدمون جهاز الكمبيوتر المكتبي قدرت نسبتهم (60%) بمجموع 24 طالب، وكان استخدامهم احيانا بنسبة (10%) بمجموع 4 طلاب، في حين نجد نسبة الطلبة الذين يستخدمون هذه الوسيلة بشكل دائم (17.5%) بمجموع 7 طلاب، بينما نجد نسبة الطلبة الذين نادرا ما يستخدمون هذه الوسيلة (12.5%) بمجموع 5 طلاب.

الجدول (14): نلاحظ ان معظم الطلبة لا يستخدمون جهاز الحاسب المحمول قدرت نسبتهم (40%) بمجموع 16 طالب، وكان استخدامهم احيانا بنسبة (30%) بمجموع 12 طالب، في حين نجد نسبة الطلبة الذين يستخدمون هذه الوسيلة بشكل دائم (10%) بمجموع 4 طلاب، بينما نجد نسبة الطلبة الذين نادرا ما يستخدمون هذه الوسيلة (20%) بمجموع 8 طلاب .

الجدول(15): نلاحظ ان عدد الطلبة الذين يستخدمون الهاتف الذكي بشكل دائم 29 طالب حيث قدرت نسبتهم ب(72.5%)، وبنسبة(20%) احيانا بمجموع 8 طلاب، في حين نجد عدد الطلبة الذين نادرا ما يستخدمون هذه الوسيلة 3 طلاب بنسبة (7.5%).

الجدول(16): من خلال هذا الجدول لاحظنا ان عدد الطلبة الذين لا يستخدمون لوحة كان 21 طالب حيث قدرت نسبتهم(52.5%)، وكان عدد الطلبة الذين نادرا ما يستخدمون اللوحة الالكترونية 10 طلاب تتمثل نسبتهم في (25%)، وبنسبة استخدام (17.5%) احيانا، وبنسبة(5%) دائما.

الجدول(17): من خلال هذا الجدول لاحظنا ان عدد الطلبة الذين يستخدمون مزيج من هذه الوسائل في غالب الاحيان 16 طالب بنسبة قدرت ب(40%)، والذين يستخدمونها نادرا 9 طلاب بنسبة(22.5%)، اما الذين لا يستخدمون مزيج هذه الوسائل تتمثل في(37.5%).

الجدول18: من خلال هذا الجدول يتضح ان ميول الطلبة نحو نشاط التعليق على محتوى معين بدرجة احيانا كان بنسبة(60%) بمجموع تكرار 18 طالب، وبنسبة (25%) بشكل دائم بمجموع 10 طلاب، وينسب متساوية بشكل نادر ومنعدم قدرت ب(7.5%) بمجموع 3 طلاب.

الجدول19: من خلال هذا الجدول نرى ان ميول الطلبة نحو التعبير على محتوى معين احيانا كان بنسبة(45%) بمجموع تكرار 18 طالب، وبشكل دائم بنسبة(27.5%) بمجموع تكرار 11 طالب، وبشكل منعدم(15%) بمجموع تكرار 6 طلاب، ونادرا بنسبة(12.5%) بمجموع تكرار 5 طلاب.

الجدول20: من خلال هذا الجدول نلاحظ ان ميول الطلبة نحو المشاركة على محتوى معين احيانا كان بنسبة(37.5%) بمجموع تكرار 15 طالب، ودائما بنسبة(25%) بمجموع تكرار

10 طلاب، ونادرا بنسبة (22.5%) بمجموع تكرار 9 طلاب، وعدم المشاركة بنسبة (15%) بمجموع 6 طلاب.

الجدول 21: من خلال هذا الجدول لاحظنا ان ميول الطلبة نحو النشر احيانا كان بنسبة (47.5%) بمجموع تكرار 19 طالب، وبشكل دائم بنسبة (25%) بمجموع تكرار 12 طالب، وبشكل منعدم بنسبة (2.5%) بمجموع تكرار 1 طالب، ونادرا بنسبة (20%) بمجموع 8 طلاب.

الجدول 22: من خلال هذا الجدول لاحظنا ان ميول الطلبة نحو نشاط الاطلاع بشكل دائم قدرت نسبته ب(62.5%) بمجموع تكرار 25 طالب، وحيانا بنسبة (32.5%) بمجموع تكرار 13 طالب، وبشكل نادر بنسبة (5%) بمجموع طالبين.

الجدول (23): يتضح من الجدول رقم (02) ان معظم الطلبة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فردي البالغ عددهم 27 طالب حيث قدرت نسبتهم ب(67.5%)، في حين نجد ان نسبة (27.5%) من الطلبة والبالغ عددهم 11 طالب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مع الاصدقاء، بينما نجد نسبة ضئيلة من الطلبة الذين يستخدمون هذه المواقع مع الاسرة قدرت ب(5%) والمتمثلة بطالبان، فحسب راياي لاختيار الطلبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم من اجل الحفاظ على خصوصيتهم، والشعور بأريحية عند التفاعل مع هذه المواقع،

من خلال هذا المحور نلاحظ ان عينة هذه الدراسة تميزت باستخدامها لموقع الفيسبوك والانستغرام اكثر من المواقع الاخرى، وهذا راجع الى سهولة الاستخدام واحتوائهم على كم هائل من الخصائص والاختيارات، وانها تستخدم هذه المواقع في البيت اكثر من اي مكان اخر وذلك من اجل الانفراد والتصفح بكل اريحية بعيدا عن مشاغل العمل والدراسة... الخ، وان الغالبية من الطلبة ليس لديهم فترة محددة ووقت محدد لاستخدام مواقع التواصل

الاجتماعي في حين وجدنا بعض الطلبة يفضلون الاستخدام في الفترة المسائية وهذا راجع الى ان هذه الفترة تتميز بالهدوء وتواجد جميع الزملاء والاصدقاء. وان عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت اكثر من ساعتين ، حيث اعتقد ان فئة الطلبة لديها متسع من الوقت لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتزايد. وان النسبة الاعلى للوسيلة التي يستخدمها الطلبة بكثرة كانت للهاتف الذكي وذلك لاحتوائه على العديد من التطبيقات،سهولة استخدامه في اي مكان. وان من بين الانشطة التي يميل اليها الطلبة هي الاطلاع على الاخبار والمستجدات والتواصل مع الاخرين، وان معظم الطلبة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمفردهم من اجل الحفاظ على خصوصيتهم، والشعور بأريحية عند التفاعل مع هذه المواقع.

2-3- مناقشة نتائج محور الاشباع المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول 23: يتضح من خلال هذا الجدول ان نسبة تحقق الاشباع الاول قدرت ب (50%) بشكل دائم بمجموع 20 طالب، و احيانا بنسبة (37.5%) بمجموع 15 طالب، ونادرا بنسبة (7.5%) بمجموع 3 طلاب، وابدأ بنسبة (5%) بمجموع طالبين.

الجدول 24: يتضح من خلال هذا الجدول ان نسبة تحقق الاشباع رقم 2 عند الطلبة

بشكل دائم قدرت ب (45%) بمجموع 18 طالب، وبنسبة (47.5%) احيانا بمجموع 19 طالب، وبنسبة (7.5%) بمجموع 3 طلبة.

الجدول 25: يتضح من خلال هذا الجدول ان نسبة تحقق الاشباع رقم 3 عند الطلبة بشكل دائم قدرت ب (37.5%) بمجموع 15 طالب، وبنسب متساوية في كل من احيانا ونادرا حيث قدرت ب (25%) بمجموع 10 طلاب.

الجدول 26: يتضح من خلال هذا الجدول ان نسبة تحقق الاشباع رقم 4 عند الطلبة بشكل دائم قدرت ب(72.5%) بمجموع 29 طالب، ونسبة(27.5%) بمجموع 11 طالب.

الجدول 27: من خلال هذا الجدول يتضح ان نسبة تحقق الاشباع رقم 5 عند الطلبة بشكل دائم قدرت ب (60%) بمجموع 24 طالب، واحيانا بنسبة (17.5%) بمجموع 7 طلاب، ونادرا بنسبة (20%) بمجموع 8 طلاب، وابدأ بنسبة (2.5%) بمجموع طالب واحد.

الجدول 28: من خلال هذا الجدول يتضح ان نسبة تحقق الاشباع رقم 6 عند الطلبة بشكل دائم قدرت ب(45%) بمجموع 18 طالب، واحيانا بنسبة(37.5%) بمجموع 15 طالب، ونادرا بنسبة (15%) بمجموع 6 طلبة، وابدأ بنسبة(2.5%) بمجموع طالب واحد.

الجدول 29: من خلال هذا الجدول يتضح ان نسبة تحقق الاشباع رقم 7 عند الطلبة بشكل دائم قدرت ب((47.5%) بمجموع 19 طالب، واحيانا بنسبة (37.5%) بمجموع 15 طالب، ونادرا بنسبة (25%) بمجموع 10 طلبة، وابدأ بنسبة(7.5%) بمجموع 32 طلبة.

الجدول 30: من خلال هذا الجدول يتضح ان نسبة تحقق الاشباع رقم 8 عند الطلبة بشكل دائم قدرت ب(25%) بمجموع 10 طلبة، واحيانا بنسبة(42.5%) بمجموع 17 طالب، ونادرا بنسبة(25%) بمجموع 10 طلبة، وابدأ بنسبة(7.5%) بمجموع 3 طلبة.

من خلال هذا المحور وجدنا ان من بين الاشباع المحققة بشكل كبير عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة هي: التمكن من التواصل مع الاصدقاء والاقارب، للترفيه والتسلية و التزويد بالمعلومات، مع توفير المعلومات التي اجد صعوبة في الحصول عليها.

2-4- مناقشة نتاج محور اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

من خلال جداول هذا المحور يتضح ان نسبة الموافقة على الاتجاهات المذكورة آنفا كانت كالتالي:

حيث قدرت نسبة الموافقة من قبل الطلبة على الاتجاه الاول ب (60%) بمجموع 24 طالب، وبنسبة (70%) على الاتجاه الثاني بمجموع 28 طالب، بينما كانت نسبة الموافقة على الاتجاه الثالث تقدر ب(50%) بمجموع 20 طالب، وبنسبة (57.5%) على الاتجاه الرابع بمجموع 23 طالب، في حين نجد ان نسبة الموافقة على الاتجاه الخامس قدرت ب(67.5%) بمجموع 27 طالب.

كانت اتجاهات عينة هذه الدراسة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي: التعبير عن حرية الرأي و ان المجانية من اهم اسباب انتشارمواقع التواصل الاجتماعي.

الخلاصة

الخلاصة

حاولت هذه الدراسة معرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، والتعرف على عادات وانماط استخدامهم لهذه المواقع، وعلى التأثيرات السلبية والايجابية المعرفية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، بالإضافة الى معرفة اتجاهات الطلبة نحو هذه المواقع والاشباعات المحققة عند استخدامها. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان اهمها مايلي:

ان عينة مجتمع الدراسة تميزت بنسبة عدد الاناث اكثر من نسبة عدد الذكور، وان الفئة من الطلبة (23-25 سنة) كانت هي النسبة الغالبة في مجتمع الدراسة، بينما بلغت النسبة الأكبر للطلبة الذين يدرسون في طور الماستر وفاقت باقي الاطوار بنسبة 50%، ولاحظنا ان نسبة الطلبة الذين يقيمون في المدينة الكبيرة 52.5% اكثر من الذين يقيمون في المدن الصغيرة. في حين وجدنا ان معظم الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل كبير مقارنة بباقي المواقع (الانستغرام،تويتر،فبير.....) التي كانت نسبة استخدامها ضئيلة، وان الاغلبية من الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم في البيت واحيانا مايستخدمونها في الجامعة، وانهم يفضلون الفترة الليلية للاستخدام وبشكل فردي،حيث انهم يستغرقون من ساعة الى ساعتين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي،وعادة مايستعملون عند تصفحهم للمواقع وسيلة الهاتف الذكي بنسبة 72.5%، ونادرا مايستخدمون الكمبيوتر المكتبي و اللوحة الالكترونية، ومن بين الانشطة التي يميل اليها الطالب على مواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الاخرين والاطلاع على الاخبار والمستجدات ، في حين وجدنا ان من بين الاشباعات المحققة بشكل كبير عند استخدام مواقع التواصل هي: التمكن من التواصل مع الاصدقاء والاقارب بنسبة 72.5% وبنسبة 6% للترفيه والتسلية وبنسبة 50% التزويد بالمعلومات، مع توفير المعلومات التي اجد صعوبة في الحصول عليها بنسبة 47.5%.بينما تتمثل اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في:

التعبير عن حرية الرأي بنسبة 70%، وبنسبة 67.5% ان المجانية من اهم اسباب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تتقيد الاستنتاجات التي توصلنا اليها بمجموعة من الحدود: حيث اتبعنا في دراستنا على المنهج المسحي، واستخدمنا اداة الاستبيان لجمع البيانات، وكان مجتمع دراستنا المتمثل في جميع طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، حيث اعتمدنا على نوع العينة الغير احتمالية التي كانت بطريقة قصدية وحجمها 40 مفردة.

وفي الاخير نقترح مجموعة من التوصيات والاقتراحات تتمثل في:

- دعم البحوث الجامعية والباحثين للتعلم في هذا المجال من اجل معرفة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي.
- زيادة اهتمام الطلبة الجامعيين بشبكات التواصل الاجتماعي يساهم في تشكيل اتجاهات لديهم.
- اجراء بحوث ودراسات اعمق حول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الطلبة الجامعيين.
- الاهتمام بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يحتاج مزيدا من البحث والتقصي بشكل اعمق باعتبار هذا الموضوع حديث الساعة.
- اعادة البحث في هذا الموضوع بسياقات نظرية ومنهجية جديدة والاستفادة من نتائج جديدة، بالتركيز على متغيرات اخرى في علاقتها بدرجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- معالجة نفس الموضوع بالتركيز على عينة اكبر من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للوصول الى نتائج مختلفة.

مصادر ومراجع

قائمة المراجع

- 1) ابراهيم اسماعيل(2014)، الاعلام المعاصر،وزارة الثقافة والفنون والتراث،دن،الدوحة.
- 2) احمد بن مرسلي،(2005)مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال،الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية.
- 3) اسامة بن غازي،استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي واثرها على وسائل الاعلام الاخرى،قسم الاعلام، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية،بجامعة ام القرى،دس.
- 4) بلقاسم سلاطينية(2004)،منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر.
- 5) بن سعد محارب،(2011) الاعلام الجديد فيالسعودية، دارجداولللنشر،عمان.
- 6) جمال سند السويدي (2011)،وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبلية الى الفيسبوك،دن، الامارات،
- 7) حسان احمد قمحية(2017)،الفيسبوك تحت المجهر،دار النخبة.
- 8) حسن السوداني ومحمد المنصور(2015)،شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجمهور المتلقين،مركز الكتاب الاكاديمي،عمان.
- 9) حسن الفاتح الحسين محمد المبارك(2020)،مواقع التواصل الاجتماعي واثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة"الفيسبوك نموذجا"،كلية التربية، جامعة الامام المهدي،السودان.
- 10) حسين محمود هيثمي (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي،طبعة الاولى،دار اسامة للنشر،عمان.
- 11) خالد غسان يوسف المقدادي (2013)،ثورة الشبكات الاجتماعية،دار النفائس للنشر، عمان.
- 12) خير الله سبهان عبدالله الجبوري،مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية،دار الاكاديميون للنشر،دس،دط.

- 13) داود محمد وقنوعة عبد اللطيف (2013)، الاجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية والتربوية التطبيقية،مجلة الدراسات البحوث الاجتماعية،جامعة الوادي،العدد الثالث،ديسمبر.
- 14) رشا اديب محمد عوض،(2014) اثاراستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، جامعة القدس المفتوحة، فرع طولكرم، كلية التنمية الاجتماعية والاسرية، تخصص خدمة اجتماعية.
- 15) رضا امين(2015) الاعلام الجديد،دار الفجر للنشر، القاهرة.
- 16) سلمان بكر بن کران، (2015) الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراية للنشر،عمان.
- 17) الصادق رابح (2013). وسائل التواصل الاجتماعي وادارة الازمات،مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، ومؤسسة كنوز الحكمة للنشر،الجزائر،العدد15.
- 18) صلاح عبد الحميد، (2013) الاعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر،الطبعة الاولى،القاهرة.
- 19) صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد مؤسسة طيبة،دس.
- 20) صونيا قاسمي،(2017) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الاكاديمي لدى الطلبة الجامعيين،قسم علم الاجتماع،جامعة قسنطينة2.
- 21) عادل خوجة، طاوس وزاري (د.س). تكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية.
- 22) عبد الحكيم بن عبدالله بن راشد الصوافي، (2015)استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات،قسم التربية والدراسات، كلية العلوم و الآداب، جامعة نزوى.
- 23) عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، (2015) مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني،دار الصفاء للنشر،عمان.

- (24) عبد الفتاح محمد العيسوي(1997)،عبد الرحمان محمد العيسوي،مناهج البحث العلمي في الفكر الاسلامي والفكر الحديث،دار الراتب الجامعية.
- (25) عثمان محمد الدليمي ، (2020) مواقع التواصل الاجتماعي، نظرة عن قرب، دار الغيداء للنشر،الطبعة الأولى.
- (26) عثمان محمد الدليمي، (2019). مواقع التواصل الاجتماعي عن قرب،دار غيداء للنشر،عمان.
- (27) عصام نور الدين (2005). معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية.
- (28) علي بوخاتم (2018). اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار ، خميس مليانة، جامعة الجيلاني بونعامة.
- (29) علي خليل شقرة (2013)، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار اسامة للنشر، عمان،
- (30) علي سيد اسماعيل (2020). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة ... والاخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي.
- (31) علي عبد الفتاح كنعان(2014) ، الاعلام والمجتمع،دار اليازوري العلمية للنشر، عمان.
- (32) فاطمة عبد الرحيم النواسية،(2015) اساسيات علم النفس، دار المناهج، عمان.
- (33) ماطر عبدالله الحمدي(2018)، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات،قسم الصحافة والاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، أيار.
- (34) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي (2005). القاموس المحيط، ط8،مؤسسة الرسالة للنشر، لبنان.
- (35) المجلة العربية للدراسات الامنية، (2014)فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجاً"،المجلد 30،العدد61،السعودية.

- (36) محسن جلوب الكناني، (2018) قنوات الجنس الفضائية تغزو نسقنا القيمي، دار امجد للنشر، الطبعة الاولى، عمان.
- (37) محمد العوض ، (2022) محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- (38) محمد حسن غانم، (2008). الشباب المعاصر وازماته دراسة نفسية ميدانية، مكتبة الدار العربية، القاهرة.
- (39) محمد خبرت يوسف، (2015) مؤشرات التقييم الاعلامي، الطبعة الاولى، مؤسسة طيبة، القاهرة.
- (40) محمد مصطفى رفعت (2018). الراي وقوة التعبئة الافتراضية، دار العربي للنشر، ط الاولى، القاهرة.
- (41) مدحة ابو النصر (2019). الشباب وصناعة المستقبل، الطبعة الاولى، دار الكتب المصرية للنشر، مصر.
- (42) مرزاقه بلباله (2019). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- (43) مركز المحتسب للاستشارات، (1438) دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجاً)، دار المحتسب.
- (44) مسلم عدنان احمد، (2011) امال صلاح عبدالرحيم، دليل الباحث ف البحث، دارالعبيكات، ط1.
- (45) المؤتمر الدولي لتقنيات المعلومات والاتصال (2012). دن.
- (46) نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الاعلام الجماهيري، الطبعة الاولى، دار المعتز، عمان.

47) نجوى مشيرح،(2018) اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، قسم علم النفس وعلوم التربية والارطفونيا،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي.

48) وسام طایل البشاشة،(2013) دوافع استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها،كلية الآداب والعلوم، تخصص الصحافة والاعلام، جامعة البترا.

49) وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي، (2017)الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي،بيروت.

50) ياس الخضير البياتي (2014)،الاعلام الجديد للدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية،عمان.

51) يحي رحيش، (2020)اثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الفعالة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"فيسبوك"تمودجا، قسم التاريخ، شعبة علوم الاعلام والاتصال،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

الملاحق

جامعة الشهيد حممة لخضر الوادي
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية

استمارة استبيانات حول:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشهيد حممة لخضر
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حممة لخضر الوادي

عزيز الطالب (ة):

في اطار انجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري تحت عنوان :

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشهيد حممة لخضر

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حممة لخضر الوادي

نرجو منكم ملء هذه الاستمارة بالاجابة على الاسئلة بكل صراحة وصدق من اجل التوصل الى نتائج دقيقة

وواضحة لفائدة الدراسة العلمية والموضوعية ، علما ان هذه الاجوبة سنستخدم لأغراض علمية بحتة.

ملاحظة : توضع العلامة (X) على الاجابة المناسبة

تحت اشراف الاستاذ:

بن بوزيان عبد الرحيم

من اعداد الطالبتين:

مهاوة شهرزاد

مصباحي وصال

وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

المحور الأول: الخصائص السوسيوديمغرافية للطلاب

- 1- الجنس: ذكر انثى
- 2- العمر: من 19 إلى 22 سنة من 23 إلى 25 سنة من 27 إلى 30 سنة أكثر من 30 سنة
- 3- المستوى التعليمي: ليسانس ماستر دكتوراه
- 4- السكن: مدينة كبيرة مدينة صغيرة

المحور الثاني: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- كيف تصف استخدامك للمواقع والتطبيقات الممولة :
- 2- الفايبيوك : بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف
- 3- الانستغرام : بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف
- 4- تويتر : بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف
- 5- فيس بوك : بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف
- 6- موقع آخر: أذكره..... لا استخدم.....

7- ما هو المكان المفضل لديك :

- البيت
- دائما احيانا نادرا ابدا
- الجامعة
- دائما احيانا نادرا ابدا
- مكان آخر أذكره:.....
- دائما احيانا نادرا ابدا

8- ما هو التوقيت المفضل لديك عند تصفحك للمواقع

- صباحا
- دائما احيانا نادرا ابدا
- مساء
- دائما احيانا نادرا ابدا

ليلا

دائما احيانا نادرا ابدا

9- كم عدد الساعات التي تستغرقها اثناء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم:

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين أكثر من ساعتين

10- عادة ما هي الوسيلة التي تستعملها عند تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي:

كمبيوتر مكتبي

دائما احيانا نادرا ابدا

حاسوب محمول

دائما احيانا نادرا ابدا

هاتف ذكي

دائما احيانا نادرا ابدا

لوحة إلكترونية

دائما احيانا نادرا ابدا

مزيج من هذه الوسائل

دائما احيانا نادرا ابدا

11- فيما تتمثل الأنشطة التي تقوم بها على مواقع التواصل الاجتماعي :

التعبير العاطفي عن محتوى معين

دائما احيانا نادرا ابدا

التعليق على محتوى معين

دائما احيانا نادرا ابدا

مشاركة محتوى (partajer)

دائما احيانا نادرا ابدا

نشر محتوى

دائما احيانا نادرا ابدا

للتواصل مع الآخرين

دائما احيانا نادرا ابدا
 الإطلاع

دائما احيانا نادرا ابدا

12- في معظم الأحيان تفضل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:

بشكل فردي مع الاصدقاء مع الاسرة

المحور الثالث: الاشباعات المحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

م	الفقرة	دائما	أحيانا	نادرا	ابدا
01	تزودي بمعلومات ومهارات خارج تخصصي				
02	تساعدني في التعرف على شؤوني الدينية				
03	البحث عن فرص عمل بشكل اسرع وافضل				
04	تمكنتني من التواصل مع الاصدقاء والاقارب				
05	الترفيه والتسلية				
06	ملئ وقت فراغ				
07	توفر لي المعلومات التي اجد صعوبة في الحصول عليها				
08	التعبير عن افكاري وأرائي				

المحور الرابع: اتجاهات الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

م	الفقرة	موافق	غير موافق	بدون رأي
01	هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي تمثل تمهيد على خصوصية معلوماتك (معلومات سرية)			
02	هل ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي تشمل مجال كبير للتعبير عن حرية الرأي			
03	هل ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي تمثل شبكة اجتماعية بديلة عن الشبكات الاجتماعية الخاصة بك في الواقع			
04	هل تعتقد ان ميزة التفاعل من بين اهم دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي تساعد على زيادة نسبة اقبال الطلبة عليها			
05	هل ترى بأن المجانية من اهم اسباب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي			