

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية في بلدية الوادي

(دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات بلدية الوادي)

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

- إعداد الطلبة:
- آمال جرایة
 - عبد الرؤوف بن علي
 - عبد الرؤوف عتوسي
- إشراف الأستاذ:
- د. عبد الرحيم بن بوزيان

نوقشت المذكرة علنا يوم: 2023/06/05

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضراً	علي بن ناصر
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضراً	عبد الرحيم بن بوزيان
ممتحنا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضراً	دليلة صالح

السنة الجامعية: 2023/2022م

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية في بلدية الوادي

(دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات بلدية الوادي)

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

- د. عبد الرحيم بن بوزيان

إعداد الطلبة:

- آمال جرایة

- عبد الرؤوف بن علي

- عبد الرؤوف عتوسي

نوقشت المذكرة علنا يوم: 2023/06/05

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضراً	علي بن ناصر
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضراً	عبد الرحيم بن بوزيان
ممتحنا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضراً	دليلة صالح

السنة الجامعية: 2023/2022م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

عَلَّكَ ١٤١٧

شكراً وتقديراً

تقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل

ومنه الأستاذ المشرف الدكتور بوزيان عبد الرحيم

على ما قدمه لنا من دعم في إنجاز هذه المذكرة بتوجيهاته

ونصائحه القيمة وإفادته لنا بالمعرفة وطرق البحث والمنهجية

في إنجاز هذا البحث المتواضع.



الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى
آله وصحبه ومن اتبعهم إلى يوم الدين

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى الذين قال فيهم الله عز وجل:

"وقل رب أرحمهما كما ربياني صغيرا"

أبي حفظه الله وأطال في عمره أمني إلى روحها الطيبة الزكية.

إلى كل من زوجتي وأبنائي كل باسمه محمد نصر الدين التوأم زيد وعقبة وبلال.

إلى كل من يحمل ولو ذرة حب لله ورسوله محمد صلى الله عليه وسلم.

عبد الرؤوف بن علي



أهدي ثمرة جهدي

إلى من قال فيهما الله "ووصينا الإنسان بوالدين إحساناً"

والدي الكريمين أطال الله في عمرهما

الذين أدين لهما بالكثير من الشكر والعرفان

إلى من جسد الحب بكل معانيه فكان السند والعطاء

إلى رفيق دربي زوجي الغالي

إلى أولادي الذين أتمنى لهم كل التوفيق في حياتهم

إلى عائلتي الكريمة التي ساندتني بكل الحب

حفظكم الله جميعاً وأدامكم عزا وفخراً .

أمال



الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى

آله وصحبه ومن اتبعهم إلى يوم الدين

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى الذين قال فيهم الله عز وجل:

"وقل رب أرحمهما كما ربياني صغيراً"

أبي وأمي حفظهما الله وأطال في عمرهما

إلى كل من زوجتي وأبنائي كل باسمه أحمد ياسين ورائد ومحمد الأمين .

إلى كل من يحمل ولو ذرة حب لله ورسوله محمد صلى الله عليه وسلم .

عبد الرؤوف عتوسي

الملخص:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى التلاميذ وماهي الدوافع و الإشباغات المحققة جراء ذلك الاستخدام. من خلال دراسة عينة من تلاميذ ثانويات بلدية الوادي. وقد إعتمدنا فيها على المنهج المسحي الوصفي من أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي و معرفة دوافع و إشباغات استخدام نلاميذ ثانويات بلدية الوادي لمواقع التواصل الإجتماعي. كما إعتمدنا في ذلك على إستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات التي تم توزيعها بشكل عشوائي. أي على عينة إحتتمالية عشوائية . و قد تم تقسيم الإستبيان إلى أربعة محاور.

و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها و هي:

- أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و الإنستغرام خصوصا.
- أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه و التسلية و توسيع دائرة معارفهم و صدقاتهم.
- تحقيق الإشباغات التي يرغب فيها التلاميذ جراء استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي في عدة أنشطة كالنشر و التعليق و الدراسة.
- تستنفذ مواقع التواصل الاجتماعي طاقة كبيرة من التلاميذ الذين يقضون معظم أوقاتهم أمام الشاشة.

الكلمات المفتاحية. مواقع التواصل الاجتماعي، الاستخدام، تلاميذ المرحلة الثانويّة، بلدية الوادي.

Summary

The aim of this study is to study the extent of social media usage among students, as well as the motivations and satisfactions achieved through this usage. The study focuses on a sample of Eloued high school students . The descriptive survey method was employed to answer the main question and determine the motivations and satisfactions of social media usage among these students. The questionnaire was used as a data collection tool and was distributed randomly to a probabilistic sample. The questionnaire was divided into four dimensions.

The study reached several important findings, including:

- The majority of the sample individuals use social media platforms in general, particularly Instagram .
- The primary motivations for social media usage among the sample individuals include entertainment, amusement, expanding their knowledge, and connecting with friends.
- Students achieve various satisfactions through their social media usage, such as publishing content, commenting, and studying.
- Social media platforms consume a significant amount of the students' energy, as they spend most of their time in front of screens.

Keywords: Social media, Usage, Secondary school students, Eloued

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
IV	شكر وتقدير
V	الإهداء
VIII	الملخص:
X	فهرس المحتويات
IX	فهرس الجداول:
أ	المقدمة
الفصل الأول: إشكالية الدراسة	
1	1- الإشكالية:
2	2- أهمية الدراسة:
3	3- أهداف الدراسة:
3	4- أسباب اختيار الموضوع :
4	5- الدراسات السابقة:
9	6- المقاربة النظرية للدراسة (نظرية الاستخدامات والاشباكات)
الفصل الثاني: مراجعة الأدبيات	
18	1- تطبيقات وتحديات نظرية الإستخدامات والإشباكات في البيئة الرقمية:
20	2- الأسئلة البحثية:
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	
22	أولاً- قياس المفاهيم
25	ثانياً- أدوات جمع البيانات:
26	ثالثاً- منهج الدراسة
26	رابعاً- مجالات الدراسة:
27	خامساً- عينة الدراسة
الفصل الرابع: تحليل النتائج ومناقشتها	
29	أولاً- تحليل استبيان
43	ثانياً- تحليل ومناقشة النتائج:
1	الخلاصة
1	قائمة المراجع
48	الملاحق

فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يحدد نسبة الذكور والإناث	29
2	يحدد الفئات العمرية	29
3	يحدد المستوى التعليمي.	30
4	يحدد المستوى المعيشي (دخل الأسرة)	30
5	يحدد التخصص الدراسي.	30
6	توزيع اجابات افراد عند الدراسة حسب وصفهم استخداماتهم للمواقع التالية	31
7	جدول تحديد مدة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي	33
8	تحديد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأنشطة .	33
9	مجموعات الإنتماء لمواقع التواصل الاجتماعي	34
10	الدوافع التي حققها التلاميذ بلدية الوادي نتيجة إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	36
11	الاشباع المحققة لدى التلاميذ بثانويات بلدية الوادي.	38
12	إستخدام مواقع التواصل مع زملاء الدراسة.	40
13	إستخدام مواقع التواصل مع الأساتذة	41
14	استخدام مواقع التواصل مع المدرسة	42

مقدمة

المقدمة

لعبت مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها ، دورا بارزا في دمج المجتمعات مع بعضها البعض الكترونيا وهذا لتحقيق كلمة "مارشال ماكلوهان" بأن العالم أصبح ما يعرف بالقرية الكونية وتعد هذه المواقع نوعا جديدا من أنواع الاتصال الافتراضي الذي ظهر في حياتنا اليومية بواسطة تكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث ساعدت هذه المواقع على تكوين العديد من العلاقات الاجتماعية ولعبت دورا مهما في عملية جمع الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين.

كما أن استخداماتها لم تعد تقتصر على الإتصال والتواصل بين الافراد، بل تجاوزت ذلك بكثير عندما أصبحت تستخدم في المؤسسات التربوية كوسيلة تعليمية فعالة وكآلية للتواصل بين المعلم والمتعلم وحتى الإدارة، وتعتبر هذه إضافة عكس التعليم الكلاسيكي. حيث ساهمت هذه المواقع في إعادة بناء صياغة جديدة للعلاقة بين التلاميذ فيما بينهم.

والتلاميذ والاساتذة والتلاميذ والإدارة وهذا بالتعرف على بعض الانشطة التي تنشرها في بعض المواقع. وهذا ما أدى إلى ظهور مجتمعات جديدة، يعمل أفرادها على مواقع التواصل الاجتماعي وكأنهم مجتمعين في مكان واحد يتحدثون ويتنافسون ويتبادلون الأفكار. ومتابعة بعض المحتويات والبحث عن المعلومات. والرغبة للانتماء إلى عدة مجموعات وهذا بإستغنائهم عن اللقاءات المباشرة والاتصال الشخصي بغية تحقيق الإشباع أثناء وبعد الاستخدام نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ولتشخيص أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ مرحلة الثانوية وعلى هذا الاساس جاءت دراستنا الحالية محاولة تفسير هذه الظاهرة وفق المتغيرات الديموغرافية "النوع، العمر، المستوى التعليمي، المعيشي، التخصص" مستوحاة من واقع مجتمعنا.

وللتعمق أكثر في هذا الموضوع ومعرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تلاميذ الثانويات. جاءت هذه الدراسة المتكونة من مجموعة فصول حيث خصص الفصل الأول للإطار المنهجي للدراسة، والذي تضمن إشكالية الدراسة- والسؤال الرئيسي. بالإضافة إلى أهمية الدراسة أهدافها وأسباب اختيار الموضوع، والمقاربة النظرية للدراسة وكذا الدراسات السابقة. وتطبيقات وتحديات النظرية في البيئة الرقمية والأسئلة الفرعية (البحثية)، بالإضافة إلى قياس المفاهيم، وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة وعينيتها، وكذا تحليل النتائج ومناقشتها.

ونختم البحث بالخلاصة وقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول:

إشكالية الدراسة

1- الإشكالية:

يعيش العالم المعاصر تغيرات وتطورات هائلة، وفي ظل هذا التطور التكنولوجي الذي شهده المجتمع في هذا العصر، يتاح لكل إنسان على هذه الأرض أن يعبر عن آرائه ومعتقداته واتجاهاته نصا وصورة وأفلاما، في أي وقت وفي أي مكان، وهذا ما زاد من تقرب المجتمعات لأن العالم أصبح قرية صغيرة. وهذا بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي لأن هذه المواقع باتت تشكل مصدرا للمعلومات والأخبار والترفيه حيث تقدم هذه الوسائل لمستخدميها مالا توفره وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التعبير الأخرى. وتشير بعض الإحصائيات على إزداد الإقبال عليها وعلى خدمات الإنترنت. وهذا ما يستدعي الإستمرار في إجراءات الدراسة والبحوث لفهم هذه الظاهرة من جوانبها المختلفة.

ولهذا فقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في 1997 وكان موقع (six degrees. Com) أول هذه المواقع من خلال إتاحتها الفرصة يوضع ملفات شخصية للمستخدمين، وهذا مع إتاحة الفرصة للتعليق على الأخبار الموجودة على المواقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين.

فإن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة باتت من أهم ما يقصده التلاميذ في مرحلة الثانوية وخاصة الانستغرام فيعتبر لهم الوسيلة السريعة وأوفر طريقة لنشر الاعلانات والتواصل بين الأصدقاء واعطاء الدروس وغيرها من المميزات الأخرى. وهذا ما يجعل التلاميذ يتأثرون بالمضامين التي يحملها سواء كانت مضامين إيجابية ام سلبية المؤثرة بشكل كبير على الجانب الدراسي.

حيث استنفدت مواقع التواصل الاجتماعي طاقات كثيرة من التلاميذ الذين يقضون معظم أوقاتهم أمام شاشة الحاسوب والهواتف الذكية بشكل وصل إلى حد الإدمان، ورغم كل هذا فهناك من يتخذها وسيلة للفائدة بدافع تحقيق الاشباع التي يرغب فيها جراء إستخدام هذه المواقع في عدة أنشطة كالنشر او التعليق والردشة. بالإضافة إلى دافع الترفيه والتسلية وتوسيع دائرة معارفهم وصدقائهم ومصدر للمعلومات.... إلخ. لتحقيق إشباعهم هذه وغيرها. ويرجع الإنتشار المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي والإقبال عليه من طرف التلاميذ. فإنه قد إزداد تأثيرها على هذه الشريحة، وباتت تلعب دورا مهما من خلال الوظائف التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا بإقامة علاقات سوى مع زملاء الدراسة والأساتذة وحتى الطاقم الإداري. وهذا ما تجعلهم منشغلين عن مراجعة دروسهم، وأداء واجباتهم وطرح إشكاليات وكذا التعرف على ما تقوم به الإدارة ونظرا للدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الحديثة

في عصر التكنولوجيا. فقد تطرقت هذه الدراسة لمعرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

هذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ ثانويات بلدية الوادي وماهي الإشباعات المحققة جراء ذلك الاستخدام.

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية هي كالآتي:

- (1)- ماهي الخصائص السيسيوديموغرافية للتلاميذ المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (2)- كيف يستخدم تلاميذ ثانوية بلدية الوادي مواقع التواصل الاجتماعي
- (3)- ماهي الدوافع والإشباعات التي حققها تلاميذ ثانويات بلدية الوادي نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

2- أهمية الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، التي حازت على اهتمام جميع الفئات، بما في ذلك فئة الشباب. وأظهرت الدراسة أن الاستخدام الفعال لوسائل التواصل الاجتماعي هو السبيل الأحسن يلتقي فيها الشباب ليخلقوا واقعا إفتراضيا يمارسون فيه كل الأعمال والبحث بغية تحقيق الإشباعات المراد تحقيقها نتيجة هذا الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى سبيل المثال (الترفيه، البحث عن المعلومات. . .)

فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي نافذة على المجتمع الخارجي بالنسبة لهم من اجل مواكبة الثورة المعلوماتية، وهذا مايمكن التلاميذ على متابعة كل ما هو جديد والاطلاع على الدروس والبرامج الدراسي وتضيف الدراسة بعض المعلومات حول استخدام التلاميذ في المرحلة الثانوية لهذه المواقع وفيما تم توظيفها لأغراض تعلمه أو لأغراض أخرى، وتوضيح مدى تأثير هذه المواقع المختلفة على مختلف الوظائف.

3- أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة في تحقيق مجموعة من الأهداف
- فهم كيفية استخدام تلاميذ ثانويات بلدية الواد لوسائل التواصل الاجتماعي
- معرفة دوافع استخدام التلاميذ الثانوية بلدية الواد لمواقع التواصل الاجتماعي
- تحديد الإشباعات المحققة لدى تلاميذ ثانوية الوادي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة الوظائف التعليمية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف تلاميذ ثانويات الوادي

4- أسباب اختيار الموضوع :

لم يكن اختيارنا لدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ ثانوية بلدية الوادي بمحض الصدفة بل كان كانت من وراءه دوافع موضوعية وذاتية

4-1- أسباب ذاتية :

الفضول الشخصي للتعرف على اهم المواقع التي يستخدمها تلاميذ المرحلة الثانوية وكذلك الوعي بالمسؤولية الاخلاقية والعلمية التي تستوجب علينا البحث في الموضوع وكشف ما هي دوافع واسباب استخدام التلاميذ لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وما الاشباعات المحققة منها ومحاولة الوصول الى التأثير الذي أحدثته هذه المواقع على الحالات النفسية والاجتماعية لديهم وكذلك معرفة مدى قدراتنا الحقيقية على اجراء دراسات نظرية وميدانية بعد خمس سنوات من الدراسة امضيها في اختصاص الاعلام والاتصال ومحاولة ترجمة مجهوداتنا العلمية والنظرية والإسقاط به الى أرض الميدان

4-1- أسباب موضوعية :

تم اختيار الموضوع استنادا لما نعيشه في عصرنا الحالي من إنتشار الوسائط المتعددة في والإستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي والتي أثرت تأثيرا كبيرا على المجتمع وافكاره وتوجهاته خاصة فئة الشباب والتي نخص منها تلاميذ المرحلة الثانوية.

5- الدراسات السابقة:

تطُرقت دراسة اسماء عبد الحمادي إلى معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على خريجي الجامعات والذين هم فعلا مستعملين نشطاء في العديد من وسائل التواصل الاجتماعي. العينة التي كانت لـ 6 من خريجي الجامعات السعودية لهم أكثر من 200k متابعين تويتر - اليوتيوب - انستغرام وسناب شات وقد استخدمت نظرية فيجوتسكي في تحليل وتفسير النتائج.

أما مشكلة البحث فكانت حول تأثير ثورة وسائل التواصل الاجتماعي في تجربة طلاب الدراسات العليا السعوديين الذين يشكون في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

والمنهجية المتبعة وهي الملاحظة عبر الأنترنت والمقابلات عبر اجتماعات الفيديو الدراسة كانت عام 2017 ولخصت إلى بعض النتائج وأهمها

1 - يجب على المدرسين فهم اهتمامات الطلاب وكيف يفكرون وذلك الإعطاء أكثر فعالية للعملية التعليمية.

2 - مشاركة المحتويات غير المقبولة اجتماعيا هي من تزيد في شهرة هؤلاء المستخدمين.

ويهدف عبد العزيز علي منصور في دراسة إلى البحث حول تطورات الجامعات حول استخدام العلمي لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال فحص تجارب سبعة طلاب دراسات عليا من خلال تحليل المقابلات والملاحظات غير رسمية. الدراسة كانت 2019 ولخصت إلى بعض النتائج أهمها:

✓ يعتقد الطلبة أن وسائل التواصل الاجتماعي مهمة وضرورية في العملية التعليمية ولكن قد يعرقلها في بعض الأحيان.

✓ من المهم وضع حدود سواء الأستاذ أو الطالب وتفنين عملية الاستخدام.

وركز كوفوسو أناسا في دراسته إلى اكتشاف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لطلبة الاجتماعيين من منظور الاستخدامات والإشاعات. وقد استخدمت الدراسة المسح الوصفي. وقد تم اختيار طلبة سنة أولى جامعي جامعة غانا وعددهم 1061 في سنة معاهد وتم قبول 680 مشارك مما اعدوا الاستبيان وتم قبوله بشكل صحيح. وقد أظهرت النتائج أن أكثر تطبيق مستخدم وهو واتساب وخاصة في مجموعات الدردشة ومشاركة المعلومات والدروس الخصوصية، البحث عن الأصدقاء وقد أظهرت النتائج أن الطلبة يشاركون في النشاطات التفاعلية في جل ما يعرض

عليهم من خلال مجموعات النقاش. لكن اضطرت بعض التحديات مثل رسائل صور غير المرغوب فيها، المشاركة في حوارات غير فعالة أو مجدية.

ويهدف جابر يوسف ،فردوس خان ، صافية جرادي ، عائشة الشبلي في مقال إلى تحديد تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للمناقشة والتواصل عبر الأنترنت الأغراض الأكاديمية من خلال تغيير العلاقات بين المهارات المكتسبة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والغرض منها شارك 200 طالب هذه الدراسة (88% إناث 12% ذكور) واستخدمت عينة مناسبة للدراسة.

وأظهرت النتائج أن 61.5% من المشاركين يستخدمون الأنترنت يوميا أكثر من خمس ساعات بشكل أساسي للتواصل الاجتماعي الحوار الهادف ومهارات المناقشة والترفيه واتفق الطلاب. . وسائل التواصل الاجتماعي تطور تفكيرهم الابداعي ولكن لا يوجد أي إيجابي على أدائهم الأكاديمي.

أما أردوغان فقد أبرز في مقال له إلى تحديد عادات استخدام الوسائط الاجتماعية لطلاب المدارس الثانوية وتم جمع البيانات من 853 طالبا المجموع (419 أنثى و434 ذكر) في بحث تواتر مقياس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد معدل استخدام 10 أدوات مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي. وقد اضطرت النتائج أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخدامها هي يوتيوب ثم فيسبوك أما myspace Linvedine الأقل استخدام.

ومن اهم الأسباب الاختيار هذه الوسائل هو مشاركة الملفات ، المعلومات ، الآراء والترفيه ويستخدموا التلاميذ أسماء أخرى غير حقيقية ويستخدمون ذلك عن طريق الهاتف ويقضون بين 1-3 ساعات يوميا على وسائل التواصل الاجتماعي.

تهدف دراسة دومان إلى استكشاف العوامل التي تؤثر على استخدام طلاب الدراسات العليا الأدوات التواصل الاجتماعي الأغراض البحث في أطروحات التخرج. وتم إجراء مسح 507 من طلاب الدراسات العليا في جامعة الشارقة الأوسط التقنية. وقد أشارت النتائج أن طلاب الدراسة العليا قد استفادوا بشكل كبير من شبكات التواصل الاجتماعي وقد أجريت المقابلات مع 17 مشاركا. ورغم فائدهم واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي فان هناك معوقات ومشتتات كانت اكبر العوائق.

وتهدف دراسة فوزية الغامدي إلى فحص دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير مجتمعات الرسمية وغير رسمية وأسندت الدراسة إلى اطار نظري لفحص مجتمعات التعليم عبر الإنترنت من 3 مستويات تفاعلية وجماعية. وقد استخدمت الدراسة المجموعات المركزة وعينات مناقشة مقابلات في جمع البيانات وقد أظهرت النتائج أن وجود

احتياجات تعليمية مماثلة تواصل تفاعل بين الأعضاء واستخدام أدوات الاتصال المناسبة هي العوامل الرئيسية التي تطور المجتمعات التعليم عبر الإنترنت عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد تم استخدام تويتر كأكثر وسيلة التعلم لأنه يؤخر بين اتصال فورية ومفتوحة الأعضاء مجتمع التعليم عبر الإنترنت.

و قد إهتمت دراسة ماردانا إلى تأثير استخدام إنترنت في العملية التعليمية سواء كان ذلك على التلاميذ والمدرسين وانطلقت من فرضيات :

- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العملية التعليمية من خلال إيجاد طريقة إيجابية وليست سلبية.
- لا يوجد طرق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والفيس بوك والإنترنت بين الطلاب والمحاضرين
- هناك فرصة كبيرة الاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والفيس بوك والإنترنت في برنامج الجامعة لتقديم محتوى تعليمي. اشترك الطلاب والمحاضرين بطرق لم تكن ممكنة من قبل.
- هناك تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على التعليم. وقد استخدمت الدراسة المقابلات الاستبانة وقد شارك 75 مشارك من بينهم 40 طالبا و35 محاضرا. ولخصت الدراسة ما يلي :
- يعتبر التعليم عبر وسائل التواصل الاجتماعي... الإنترنت... حيث يجب أن يكون الطلاب جادين جدا في اعتماده.

- من المهم العمل في أنواع مختلفة من التصميمات التعليمية التي تعزز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وتهدف دراسة ليلي ورقية بورويس إلى تحديد فيما تكمن استخدامات تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي وماهي الإشاعات المحققة من ذلك. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وقد اختارت عينة من تلاميذ الثانويات ولاية جيجل وقد حددت بمقاطعين من اصل 4 مقاطعات وتحديد 100% من تلاميذ كل ثانوية. وقد وصلت الدراسة إلى أن اغلبية الباحثين يدخلون إلى مواقع التواصل الاجتماعي يوميا نسبة 69% واكثر الأوقات كانت ليلا ويستعملون أسماء مستعارة وان نسبة الإناث اكثر من الذكور.

تهدف الدراسة قامت بها سهام قنيطي إلى تحديد معرفة استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة بموقع الفيس بوك وأغراضهم التعليمية ومدى تأثير ذلك الاستخدام على تحصيلهم الدراسي. وقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وقد اختارت طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد خيضر ولاية بسكرة بمستوياته الثلاث (ليسانس - ماستر - دكتوراه) كمجتمع البحث.

وقد تم اختيار عينة. . لتمثل كل المستويات التعليمية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الطلبة يستخدمون الفيس بوك من اجل التعليم بنسبة 77.5% ولا يوجد فرق بين الجنسين.

أما قاذ حليمة فقد ذهب إلى تحديد اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك نموذجاً على الممارسة اللغوية لدى الطلبة الجامعيين. وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي وقد حددت عينة من الطلبة الجامعيين بولاية وهران وقد تم اختيار الوحدات بطريقة غير احتمالية وقد توصلت الدراسة إلى :

- تأليف معجم خاص بالطفل الجزائري وتسليمه للتلاميذ
- ضرورة إنشاء جهات مختصة تعمل على معالجة قضية اللغة في التقنيات الحديثة
- نشر البرمجيات التي تعتمد اللغة العربية في الكتابة
- إقامة تعاون عربي إقليمي الإصدار معجم اللغة العربية ويتم تحديثه باستمرار
- أهمية إجراء دراسات مستقبلية شاملة.

تهدف هذه الدراسة التي قام بها عبد الحكيم بن عبد الله إلى تحديد العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومتغيرات النوع الاجتماعي الصف الدراسي. مستوى التحصيل. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي المقارن. وقد اختارت عينة بحث مكونة من 300 طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة العشوائية البسيطة. وقد أسطرت النتائج على أن أعلى نسبة الأوقات الاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي الفترة المسائية أما عدد الساعات من 3-4 ساعات يوميا ويتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغرض الدراسة وتبادل الصور ومقاطع الفيديو وهذا بدون فروق بين الذكور والإناث.

و في مقال لهم حاول نجلاء حمد العطاء، ناصر نهر، سر الحتم عثمان الأمين احمد إلى تحديد مدى تأثير برامج الفيس بوك والواتساب ومواقف الشباب الجامعي سياسيا ودينيا واجتماعيا. وقد استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليل وتم تحديد عينة من طلاب الغرفة الرابعة لعلوم الحاسوب والإعلام بالجامعات السودانية وقد اعتمدت على العينة العمدية القصدية. وأظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة التطوف الديني وقد أتاحت التواصل بين الجنسين دون تقييد. أيضا مساهمة هذه المواقع في تعميق الروابط الأسرية ومسحية أخرى خلقت ازمة هوية وعزلة اجتماعية.

ويهدف أنعام أبو شمسية ، بتول نصار ، غيداء عابدين في هذه الدراسة إلى تحديد ما مدى واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للترويج للمراكز التعليمية في مدينة الخليل وقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وقد اختارت 15 مركزاً مرخصاً في وزارة التعليم العالي لعام 2015 واستخدمت المسح الشامل لمجتمع الدراسة وقد اشتملت كافة المراكز التعليمية في مدينة الخليل وتم استثناء مركز واحد وذلك لعدم توفر المعلومات عنه. وأسفرت النتائج عن أن أكثر مظاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإعلان عن نشاطات المركز ثم الدعاية للمركز للوصول إلى الزبائن جدد. ثم استخدمه للبقاء على اتصال مع الطلبة المنتسبين في الدورات استخدمه كوسيلة الاستقطاب لمدرسين ومدرسين.

ويهدف علاء محمد أبو راجوح في هذه الدراسة إلى تحديد ما مدى دور شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية. وما مدى تقبل الطلبة للتعليم الافتراضي، وما هي الإيجابيات والسلبيات التعليم عن بعد ، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي. وقد توصلت الدراية إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دور في الحياة والتقاليد والعقول. وأن الطلبة ابدوا اهتمامهم بالعالم الافتراضي. وأن لها تأثير في جل القطاعات ومن أهمها التعليم. ولكن لها تأثيرات سلبية تظهر في الجوانب والأخلاقية ومعرفية والصحية ولا يوفر التعليم الافتراضي الخبرات الإنسانية والاجتماعية التي يؤخرها التعليم التقليدي.

تهدف الدراسة إلى التي قام بها وسام طایل البشاشة إلى تحديد دوافع استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر وإشاعتها لرغباتهم ، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وقد قام الباحث باستخدام العينة العشوائية وقد تم توزيع 425 استبانة من 40328 طالب من الجامعة الأردنية 6465 طالب من جامعة البتراء. وقد أسفرت النتائج أن أغلب الطلبة يتابعون موقع الفيس بوك وأن أقل من 50% يتصفحون المواقع عبر هواتفهم المحمولة.

أي أغلب دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع الأقارب والأهل ثم تأتي في مرتبة أقل الترفيه والتسلية ثم الدراسة وكذلك البحث عن الأصدقاء ومعرفة الأخبار السياسية والفنية ويرى الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً اجتماعياً ومعرفياً ونفسياً واقتصادياً.

و يهدف السمان عبد السلام حاج أحمد و أحلام العطا محمد في هذه الدراسة إلى تحديد أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لطالبات كلية الآداب بجامعة الملك سعود بمدينة الرياض. وقد استخدم الباحثين في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وقد شملت العينة طالبات جامعة الملك سعود اللائي

يستخدم من شبكات التواصل الاجتماعي ويدرس بجميع الأقسام بكلية الآداب ، وقد أسفرت النتائج على أن معظم الكليات يوافقن على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في اكتسابهن المعرفة العلمية. وإن أثر التفاعل الذي يتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع من يشاركون الاهتمام في المجال الأكاديمي. وأنها وفرت لهم فرص الالتقاء مع أعضاء هيئة التدريس ، لكن تبقى لهذه الشبكات آثار سلبية على مستوى تحصيلهن الدراسي حيث قلصت من الساعات التي تقضيها الطالبة في مذاكرة دروسها.

وتهدف الدراسة التي قامت بها رشا مُجد الأمين إبراهيم إلى تحديد اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو موقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق الدراسي. وتهدف أيضا إلى معرفة السمة العامة للتوافق الدراسي في ضوء الاتجاهات نحو مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على العلاقة بين الاتجاهات نحو مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق الدراسي. وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وقد أخذت الباحثة عينة تتكون من 50 طالبا واختارت الباحثة العينة بطريقة . واختارت طلاب الصف الثاني. وتوصلت الباحثة إلى السمة العامة للتوافق الدراسي لطلاب المرحلة الثانوية مرتفعة. وأنه لا توجد فروق لدى طلاب المرحلة الثانوية نحو مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع البيئة والمستوى الدراسي للوالدين.

6- المقاربة النظرية للدراسة (نظرية الاستخدامات والشبكات)

يرى الباحثين أنه إيه محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في تأثيرات الاجتماعية لوصول إلى الاتصال للجماهيرية يصعب عليها أن تتجاهل نظرية الاستخدامات والشبكات فقد أدى ظهور وانتشار الوسائط الجديدة إلى بعض حياة من جديد إلى هذه النظرية حيث نفترض أن الجمهور نشيط فعال في تعامله مع وسائل الإعلام يهدف إلى إشباع احتياجات نفسية والاجتماعية حيث ابتسمت البحوث في وسائط الجديدة على أنها إمداد لوسائل الإعلام القديمة وليست بديلها عنها انطلقت معظمها من مدخل الاستخدامات والشبكات الذي يعتبر من بين نظريات السائدة في بحوث الوسائط الجديدة.

انطلاقاً من ذلك اعتمدنا كمنطق وخلفيه لدراستنا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف تلاميذ المرحلة الثانوية على نظرية الاستخدامات والشبكات وهذه التعرف على دوافع وأنماط الاستخدام مواقع التواصل والشبكات محققه من هذه الاستخدامات.

6-1- نشأة النظرية وتطوراتها التاريخية

تعود الجذور التاريخية الأولى في بناء مدخل نظرية الاستخدامات والاشباع إلى عالم الاجتماع الأمريكي إيليا كاتز ELIHUKATZ .

وهذا في مدخل عام 1959 عندما كتب مقال رد فيها على رؤية "برنارد بيرلسون" BERNARD REUBEN BERLSON

رد عليه كاتز أن حقل الأبحاث المرتبطة بالاقناع هو الذي مات (رايس 2016، ص 510)

زاد اهتمام نظرية الاستخدامات والاشباع خلال الأربعينات من القرن العشرين، وذلك بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، وهذا ما أدى إلى إدراك عواقب الفروق الفردية وتباين الاجتماعي على إدراك سلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد لا علاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. (المكاوي وحسين السيد ، دت، 239)

وفي سبعينيات من القرن الماضي، قام كل من كاتز وجروب فيتش وبلومر Beloum ببناء نماذج الاستخدامات والاشباع، التي يعتمد عليها العديد من الباحثين لبحث في طرق التي يسلكها الناس لاستخدام وسائل الإعلام من أجل تلبية حاجاتهم ورغباتهم (الغنامي، 2005، 15)

لهذا فإن استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام من منظور الاستخدامات لم تعد الجماهير مجرد مستقبلين لمضامين إعلامية، وأن عملية الاستخدامات هي عملية معقدة وهذا يرجع إلى عدة عوامل منها خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية (نسيغاوي 2003-2014، صفحة 26).

وكل هذه العوامل أو بعضها لها تأثيراً على اختيارات لمضامين الإعلامية التي تتلائم ورغبات الجمهور واحتياجاته، وأن احتياجات الأفراد تؤدي إلى إشباعهم من خلال التعرض لمختلف الوسائل، وهذا ما أدى إلى ظهور مصطلح الاشباع، أهداف نظرية للاستخدامات والاشباع.

6-2- أهداف نظرية الاستخدامات والشباعات :

1. يسعى منظور الاستخدامات والشباعات لتحقيق ثلاث أهداف، هي السعي لاكتشاف كيفية سيستخدم الأفراد وسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى جمهور نشط يستطيع أن يختار الوسائل التي تشبع حاجته وتوقعاته، يفترض مدخل الاستخدامات والشباعات أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساساً عن حاجات نفسية واجتماعية، وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3. التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري (المكاوي وليلى السيد، 2000 ص 242)

6-3- فروض النظرية:

يركز مدخل الاستخدامات والشباعات على كيفية تأثير التوجه واهتمام الجمهور المسبق على طريقة تعامله مع وسائل الاتصال، منظرًا لأن دوافع الجمهور توجد أصلاً في حاجاته الاجتماعية والنفسية، فإن التأثير سيكون من الجمهور على وسائل الاتصال، لأنه هو الذي يستخدمها لتحديد طرق وأنماط استخدام وسائل الاتصال المخالفة. ومنظور الاستخدامات والشباعات يعتمد على خمس فروض لتحقيق أهداف رئيسية حسب "كانز وزملائه" وهي كالتالي:

1. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسالة والمضمون الذي يشبع حاجته، وليس وسائل الاتصال التي تستخدم الجمهور أو الأفراد.

2. أن الجمهور فعّال في عملية الاتصال الجماهيري، وسيستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.

3. الأفراد يحددون دائماً حاجتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

4. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية المساندة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

5. استخدام وسائل الاتصال حسب الحاجات التي يدركها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفوارق الفردية.

(طاهات وعلي الديسي، 2014، ص 142)

هذه الفروض طرحت العديد من التساؤلات حول العوامل التي تؤثر في ادراك حاجات المتلقين وتحديد نشاطهم، وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر على نشوء الحاجات ودعمها، وقرار الجمهور باستخدام الاشباع لتلك الحاجات. وقد قام كاتز وزملاؤه في عام 1973 بتجميع 35 حاجة من البحوث، وذلك عن طريق استخدام الأفراد لوسائل اتصال جماهيرية من أجل التواصل مع الآخرين، وهذا من أجل تحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لتلك الوسائل الجماهيرية. ويمكن تلخيص تلك الحاجات في خمس فئات وهي:

1. الحاجات المعرفية اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم
2. الحاجات العاطفية العواطف، الاستمتاع، الخبرة الجمالية
3. الحاجات للتكامل الشخصي تدعيم المصادقية، الثقة، الاستقرار
4. الحاجات للتكامل الاجتماعي (تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء
5. الحاجات لتخفيف التوتر الهروب والترفيه. (عبد الواحد أمين، 2007، ص 63)

6-4- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع

يتضمن نموذج الاستخدامات والاشباع على خمسة عناصر، وهي: الجمهور النشط أو الأصول الاجتماعية والنفسية للاستخدامات، وشبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع الاستخدامات، وتوقعات الجمهور منها.

- الجمهور النشط Active Audience

اعتبرت بعض النظرية ان الجمهور متلقي سلبي، وحتى ظهور مفهوم جديد للجمهور وهو الجمهور الايجابي العنيد وهذا النوع يبحث دوما عن ما هو جديد وهذا بإختيار الوسيلة التي تُلبي احتياجاته وتحقق اشباعاته وتوصلت الدراسات الى مجموعة من العناصر التي تحدد نوعية الجمهور النشط وهي

- الانتقائية Selectivity

وهي القرار الذي يتخذه الجمهور بشأن استخدامه للوسيلة، واستمرار هذا الاستخدام مع اختياره للمحتوى الذي يتفق مع رغباته.

- المنفعة Utility

تهدف عملية إنتقاء المستهلك لمحتوى معين الى اشباع حاجات ودوافع معينة.

– العمدية Intentionality

يسعى المستهلك والانتقام محتوى معين بهدف تدعيم قيم ورؤى خاصه به بشكل عمدى مقصود

– الاستغراق Involvement

ويتم على عدة مستويات ادراكية شعورية سلوكية بحيث يتفاعل المستوى الادراكي مع المحتوى المضمون والمادة على مستوى الشعوري يتفاعل شعوريا ويتما هي نفسيا مع الوسيلة وخصائصها المتميزة وعلى مستوى السلوكي تتفاعل اثناء فترة الاستهلاك وبعدها ضمن النسق الاجتماعي

– مناعة التأثير Imperviousness to influence

الانتباه الى حساسية فئات من الجمهور العنيد الذي لا يقبلون السيطرة على سلوكياتهم من قبل وسائل الاعلام (عيساوي، 2014، ص 147) واما فيليب بالمجرين يرى ان الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاث محكمات رئيسية:

1. الانتقاد: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الاعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته

2. الاستغراق: من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين

3. الايجابية: وهي الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال (بومدين، 2017، 2018 ص 112)

و اما اليزابيث بيرس وآلان روبين ELIZABETH PRESE and RUBIN

قاما بتحديد وتقييم نشاط الجمهور وفاعليته كما يلي :

1. نشاط قبل التعرض: تحديد العلاقة بين الوسيلة وبين ما يفترض الجمهور الحصول عليه منها عملية التعرض

او عدم التعرض لها

2. نشاط أثناء التعرض: والمقصود بها ان درجة ادراك الجمهور لما يتابعونه في وسائل الاعلام اثناء عملية

الاتصال يؤثر على محصلة العلمية في النهاية

3. النشاط بعد التعرض: وتشمل مجموعة من المناقشات التي يجريها الجمهور مع اخرين عن المضامين التي

تعرض لها (الطريشي والسيد، 2006، ص 268، 269)

6-5- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاعلام

1- الأصول الاجتماعية:

و يرى عيساوي في كتابه مدخل الى العلوم الاعلام والاتصال ان الدراسات والبحاث التي قامت في الغرب عموما توصلت الى وضع خمس اصول اجتماعيات تؤدي بالافراد الى الرجوع الى الوسائل الاعلام لاشباع حاجات وهي كالآتي:

- حالة اجتماعية تنتج عن التوترات تؤدي الى الالحاح لتطويقها بواسطة استهلاك مضامين وسائل الاعلام
- حالة اجتماعية تخلق الادراك لمشكلات وتتطلب الانتباه للمعلومات المتاحة لها والتي التي يتم البحث عنها في وسائل الاعلام

- حالة اجتماعية تقدم فرصة الحياة حقيقية مساوية لاشباع حاجات معينة والتي يتم توجيهها الى وسائل الاعلام لاتمام اشباعها

- حالة اجتماعية تخلق قيما معينة يمكن التأكيد عليها بواسطة استهلاك مواد اعلامية ملائمة
- حالة اجتماعية تزور الفرد بمعلوماتها وافاق الاجتماعية عن طرق تعرض المواد الاعلامية وتكسبه موضوع تقرير في جماعات الاولية (عيساوي، 2017، 2018 ص 148)

2- الأصول النفسية:

يقوم مدخل استخدامات الاشباكات على افتراض ان الافراد المختلفين اختارون لانفسهم مضامين اعلامية مختلفة وفقا للفروق النفسية بينهم

وعليه يتم صياغة العلاقة بين الاصول النفسية والاجتماعية والاستخدامات على النحو التالي:

- الظروف الشخصية والميول او النزاعات النفسية
- اعمال وتصرفات محدودة لاختيار وسائل الاتصال واستهلاكها
- يتبعها تقييم للخبرة او تجربه او تجربة وامكانية تطبيق الفوائد المكتسبة في مجالات اخرى من النشاط (عبد

الإله بن قفلة تاريخ 2023/05/01)

6-6- دوافع وحاجات تعرض الجمهور لوسائل الاعلام:

1. **الدوافع:** تعتبر القوة الدافعة يتعرض لوسائل الاعلام تنتج اساسا عن الحاجات الاساسية والاجتماعية للأفراد والجمهور وهي التي تحت الفرد على القيام بنشاط معين لاشباع رغبة محددة وهي نوعين: دوافع طقوسية دوافع منفعية وتتمثل وظائف الدوافع في:

- تحريك السلوك لارضاء بعض الحاجات الأساسية.
 - توجيه السلوك في اتجاه معين دون الاخر.
 - المحافظة على استدامة تنشيط السلوك ما دامت الحاجة موجودة (عبدالله بن قفلة 2023/05/01)
2. **الحاجات:**

هي شعور الفرد بالنقص من ما يحقق وجوده حولة من الرضا وتتمثل انواع الحاجات التي يسعى الفرد الى اشباعها عن طريق وسائل الاتصال هي حاجات عاطفية حاجات معرفية تحقيق الاندماج الذاتي تحقيق التفاعل الاجتماعي ازالة التوتر

3. التوقعات من وسائل الاعلام :

تنشأ التوقعات من الدوافع ومن العوامل النفسية والقوة الداخلية وهي تتمثل توقعات لاشباع التي تحققها وسائل الاعلام ولها ارتباط مفهوم الجمهور النشط وان عامل توقع والتقييم يفيدان في الكشف عن المحتوى الذي يبحث عن الفرد لتحقيق اشباع حاجه معينة

6-7- الإشباع المحققة من التعرض لوسائل الاعلام :

وفق مدخل الاستخدامات والاشباع يختار الجمهور من بين وسائل الإعلامية ومضامينها ما يشبه حاجته ويلبي رغبته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الإشباعات وهذا ما يؤدي الى ضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحقق بالفعل ولقد قسمها (لورانس ويز) لنوعين:

○ **إشباعات المحتوى:** وهي الإشباعات التي تحقق من التعرض لمضمون الوسائل الاعلامية فهي ترتبط في الرسالة أكثر من وسيلة وتنقسم الى :

- **إشباع توجيهية:** وتتمثل في الحصول على المعلومات والتأكيد الذات ومراقبة البيئة وهي إشباعات ترتبط بكثرة التعرض (عبدالهادي واخرون ، 2014 ، ص29)

- إشباعات اجتماعية: وحسب مكاوي والسيد فإن الإشباعات يقصد بها ربط معلومات التي تحصل عليها تحصل عليها الفرد بشكل بشبكه العلاقات الاجتماعية مثل إيجاد موضوع للحديث مع الآخرين (المكاوي وحسين السيد، 1998، ص 249)

○ إشباعات العلمية :

وتعرف أيضا بالإشباعات عملية الإتصال وهي إشباعات التي تحقق تحقق نتيجة إختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة وتنقسم وهي الأخرى قسمين (بارعة، 2009، ص 459) و تتمثل في:

✓ شبه التوجيهية: منوعات دراما. كل ماهو ترفيهي من أجل تحقيق التوتر

✓ شبه اجتماعية: وهي إشباعات مكملة للإشباعات الاجتماعية وتتعلق بإتباع الحاجة الى التخلص من العزلة والاحساس بالضيق والملل وعدم الشعور بالوحدة (المشمش، 2002، ص 32)

الفصل الثاني:

مراجعة الأدبيات

1- تطبيقات وتحديات نظرية الإستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية:

وهذا إنطلاقاً من المقولة التي تقول "إن الجديد عادة ما يولد من أحشاء القديم". (خالد مُجّد غازي 2022. ص79).

ومن هذا الأساس أن البيئة الاعلامية في هذا الوقت الراهن تشهد تحولات كثيرة والملفت إلى الإنتباه، أن هذه الوسائل التكنولوجية أدخلت عدة تغييرات على دور وسائل الاعلام التقليدية واستخداماتها في فضاءات جديدة. وهذا ما أجبر على الجمهور النشط في الصعوبة لإختيار المعلومات المناسبة من بين العديد من الخيارات المتاحة على شبكات مواقع التواصل الإجتماعي، بغية إشباع حاجياته نتيجة الدافع وهذا الإشباع يختلف من شخص الى آخر. وهذا ما يهتم على الفرد الوصول الى مجموعة كبيرة من النتائج، وهذا بعد التحقق من صحة المعلومات من مصادر متعددة.

وتكمن التحديات لهذه النظرية من خلال الدور الذي قامت به في تفتيت الجماهير وهذا ب: زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الاعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الالكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

ويمكن تحدي الاستهلاك السلبي في ظل الاعلام الرقمي إلى إشارة التحدي الذي يواجهه المجتمع والأفراد في استخدام التكنولوجيا سوى بطريقة صحيحة ومفيدة. ولهذا نجد أن بعض الأفراد يسعون للبحث عن المحتوى الذي يرغبون فيه من أجل تلبية حاجاتهم، وهذا يتجنب بعض السلوكيات السلبية، وبالعكس نجد بعض الأفراد في المجتمع يستهلكون ما يقدم لهم فقط. وهذا ما يتطلب معرفة كيف يتم إستخدام الأنترنت وكل وسائل الإعلام الرقمية بطرق جيدة.

واما عن أدوات جمع المعلومات في ظل المناهج القديمة في هذا السياق فكانت تعتمد على سبيل المثال على المسح والاستبيان والمقابلة " ونتيجة التغيرات السريعة والمستمرة في التكنولوجيا الرقمية والاعتماد على مناهج البحث التقليدية قد لا تكون كافية لتفسير هذه التغيرات والتطورات الحديثة في الاعلام الرقمي". <https://openai.com/blog/chatgpt>

ولهذا فقد لجأت بعض من الدراسات إلى إستخدام أدوات تتفق مع الاعلام الرقمي، وهناك دراسات عمل على دمج دراسات أخرى بين الأدوات التقليدية والحديثة في جمع المعلومات.

ومن جهة فقد زاد إهتمام الباحثين بإستخدام مناهج جديدة تتلائم مع طبيعة البيئة الرقمية في ظل الأعلام الجديد ويكمن دور الباحث هنا في تحليل مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل الخطابات والاستقصاء الإلكتروني... إلخ. وقد حظيت هذه النظرية إهتمام كبير من جانب الباحثين في وسائل الاعلام الجديدة. وتكمن صعوبة "قياس الاشباعات في الاعلام الرقمي ومن المعلوم أنه يتميز بالسرعة والتطور المستمر، وهنا تكمن صعوبة إيجاد طرق وأساليب موحدة لقياس الاشباعات في هذا النوع من الاعلام، لأن هذه الوسائط الجديدة تلبي الكثير من الإشباعات في وقت واحد، وأن الاعلام الرقمي يتميز بالفورية في التواصل بين المستخدمين وفي الأخير يمكن القول أن تحدي قياس الاشباعات في الإعلام الرقمي يتطلب العمل على تطوير أدوات وتقنيات جديدة ومتطورة للتحليل والقياس، وكذلك تطوير إستراتيجيات فعالة لإدارة وتحليل البيانات المتعلقة بالإعلام الرقمي".

(<https://openai.com/blog/chatgpt>)

2- الأسئلة البحثية:

- ما هي الخصائص السوسيوديمغرافية للتلاميذ المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- كيف يستخدم تلاميذ بلدية الوادي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الدوافع والإشباع التي حققها تلاميذ ثانويات بلدية الوادي نتيجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الوظائف التعليمية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ ثانويات بلدية الوادي؟

الفصل الثالث:

منهجية الدراسة

أولاً- قياس المفاهيم

نحاول في هذا العنصر أن نحصر المفاهيم الأساسية التي تشكل محور هذه الدراسة والتي يتضمنها العنوان بصفة مباشرة لندرج كل مفهوم رئيسي في موضوع الدراسة والمفاهيم ذات الصلة به، للوصول إلى العلاقة تربط بين كل المفاهيم من أجل تشكيل بناء مفاهيمي متين وتتمثل المفاهيم المتعلقة بالدراسة في الاستخدام الدوافع والإشاعات والوظائف التعليمية..

1- الاستخدام

- لغة: إستخدام، يستخدم، استخداما، فهو مستخدم، استخدمه أي اتخذه خادما، استخدم آلة جديدة أي استعملها (بدون مؤلف ص33).

- اصطلاحا: هو تلك الممارسة الاجتماعية التي تصبح عالية في إطار ثقافة معينة هو تلك الممارسة الاجتماعية التي تصبح عالية في إطار ثقافة معينة من خلال الممارسة وإعادة الممارسة في نشاط نفسه إلى جانب عوامل الإقليمية المتعلقة بالفعل الممارس، إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية أهداف محددة وتعلق هذه الممارسات بالطبع الخاص الذي يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل والأدوات والخدمات. وهذا ما يعكس مجموعة من الدلالات الثقافية المركبة التي تتأسس على إطار الحياة اليومية (راضي، ص23)، ومن خلال هذا التعريف يتبين لنا أن معنى الاستخدام، يتركب من طبقتين الرئيسيتين، الطبقة الأولى هي الممارسة الاجتماعية المتكررة بفعل الممارسة وبها تصبح ثقافة ما، وهذا بالرجوع إلى تعريف الثقافة عند تايلور. والطبقة الثانية تتعلق بإستعمال أو التعامل مع الأشياء الرمزية لأغراض خاصة.

وأن هذا المفهوم للإستخدام من النظرة العامة واضحا وبسيطا في ذهن القارئ ولا يتطلب أي جهد لضبط معناه في أي سياق سوى السياق الاجتماعي، أو السياق الثقافي، أو الإقتصادي..... إلخ. وهنا يحدد "سارج بورليكس" تاريخ ظهور المصطلح الذي استعمل لأول مرة من طرف رواد التيار الوظيفي ويعني الاستخدام الأمريكي ونظرية الاستخدامات والإشاعات ما بين 1960-1970 أن الأفراد يميلون لإستخدام وسائل الاعلام لإشباع حاجاتهم (آسيا- ص06).

ولهذا ارتبط مجال الاستخدام بظهور إنتشار وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة في مجتمعاتها، وذلك بتأسيس علم اجتماع الاستخدامات.

سوف يتم قياس المفهوم إنطلاقا من المتغيرات التالية:

- المواقع الأكثر استخداما.

- الوقت عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- مجموعات الإنتماء في مواقع التواصل الاجتماعي

- الأنشطة المستعملة عند استخدام المواقع.

2- الدوافع والإشباع:

- الدوافع:

لغة: يرجع مصطلح الدوافع motivation إلى الأصل اللاتيني movere والذي يعني التحرك وحسب قاموس grand la rousse encyclopedique الدوافع هي من فعل الدفع الذي يهدف للوصول إلى نتيجة (بن غنام، 2006، 2007، ص21)

ويعتبر هذا التعريف لغوي بحث حيث لم يوضع الناحية السيكلولوجية في عملية الدفع وتحريك السلوك

إصطلاحا:

ويعرف "هب" الدافع بأنه مصطلح يشير إلى تحريك السلوك وتنشيطه وتنظيمه وتوجيهه نحو هدف محدد. ([ذ،م] 2019، 2020، ص48) أنه تكوين فرضي أو متغير متوسط، يستدل عليه من سلوك الكائنات الحية في المواقف المختلفة، فهو ينشط السلوك ويوجهه نحو تحقيق هدف معين. ([ذ،م] 2019، 2020، ص 48)

ومن خلال هدي التعاريف، يتبين لنا بأن أي دافع يقوم به أي إنسان أو حيوان يؤدي إلى الاستعداد التام القيام بأي نشاط من أجل تحقيقه، وهذا ما يؤدي إلى تنشيط السلوك، وهذا ما نود معرفته من خلال بحثنا هذا من خلال دافع إستخدام التلاميذ لمواقع التواصل الاجتماعي.

نتيجة تنشيط السلوك، ولهذا فالدافع يحدد النشاط المراد للفرد القيام به. سوف يتم قياس هذا المفهوم إنطلاقا من المتغيرات التالية وخاصة قبل الاستثمار :

- الترفيه والتسلية - البحث عن المعلومات - التواصل (مع الأصدقاء أو الأسرة)
- البحث عن المساعدة - الدعاية والإعلان - التعليم والتطوير الشخصي
- المشاركة ونشر المعلومات - متابعة محتويات معينة - متابعة مضامين الشبكة - متابعة المشاهير - البحث عن أصدقاء جدد والتعرف عليهم.

3- الإشباع:

لغة: أشبع يشبع إشباعاً، فهو مشبع، والمفعول مشبع، أشبع الرجل ضيفه أطعمه حتى أمتلا بطنه من الطعام: وجبة مشبعة، أشبع ذهنه العلمي أي أكثر من البحث والقراءة (جيران. 1992، ص200)

إصطلاحاً: الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضاً على الحال الذي يتم فيه ذلك ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتراكم والتنبيه يولد إحساساً بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة. (حجاب 204. ص 47-48).

ووفق نظرية الاستخدامات والإشباع فإن التلاميذ بأنهم مدفوعين بعدة مؤثرات ومن هذه المؤثرات النفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بغية الحصول على الإشباع من استخدامها، هذا من أجل إرضاء وتحقيق الدافع، ومن أجل الإشباع وعندما يتعرضون التلاميذ لوسائل الإشباع حاجات معينة، قد يتحقق بعضها، وقد تتحقق إشباعات أخرى لم تكن مقصودة عند تعرض التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي. سوف يتم قياس هذه المفاهيم إنطلاقاً من المتغيرات التالية:

- الترفيه والتسلية - البحث عن المعلومات - التواصل (مع الأصدقاء أو الأسرة)
- البحث عن المساعدة - الدعاية والإعلان - التعليم والتطوير الشخصي
- المشاركة ونشر المعلومات - متابعة محتويات معينة - متابعة مضامين الشبكة
- متابعة المشاهير - البحث عن أصدقاء جدد والتعرف عليهم.

الوظائف التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي:

سوف يتم قياس هذه المفاهيم إنطلاقاً من المتغيرات التالية:

- 1- من ناحية الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي مع زملاء الدراسة
البرنامج الدراسي - الواجبات المنزلية - البحوث - نشر الاعلانات - نشر مراجع الزملاء
- 2- من ناحية الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي مع الاساتذة
- فهم الدروس - تأكيد المعلومات - نقاشات مختلفة
- طرح إشكاليات - إرسال أعمال
- 3- من ناحية الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي مع المدرسة
- نشر مواضيع لها علاقة بالدروس
- البحث عن مساعدة
- الرغبة في الحصول على معلومات جديدة
- متابعة نشاطات الثانوية
- التعرف على النتائج الفصلية

ثانياً- أدوات جمع البيانات:

تعرف مناهج البحوث الإجتماعية عدة طرق في جمع المعلومات كأدوات منهجية للحصول على بيانات المواضيع المدروسة، وقد اعتمدنا هذا

- الاستبيان

الاستبيان: وهو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم للمبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة (بن مرسللي 2004، ص، 22).

الاستبيان: هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة.

استهدفت الدراسة إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ مرحلة الثانوي وهي المعلومات التي يمكن الوصول إليها من خلال الاستمارة بحيث تم تقسيمها إلى أربع محاور وهي:

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: إستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: الدوافع والإشباع التي حققها تلاميذ ثانويات بلدية الوادي نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الرابع: الوظائف التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي.

الصدق والثبات:

وفق لطريقة التجزئة النصفية وبتطبيق معادلة سييرمان وبراون.

وبعد إعداد الإستهبيان تم توزيعه على عينة مكونة من 15 تلميذ. وبعدها تجميع الإستهبيان تم تطبيق معادلة سييرمان براون كانت النتيجة 0.94 ومن خلال النتيجة تبين أن الإستهبيان قابل للتطبيق على أفراد العينة المراد تطبيقها عليها.

ثالثا- منهج الدراسة

إن مرحلة إختيار منهج البحث خطوة هامة من خطوات الدراسة فالمنهج يعد الطريق لجميع خطوات الدراسة. وقد اعتمدنا على المنهج المسحي الوصفي الذي يفسر الطريقة العلمية، التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال المعلومات والبيانات المحققة لذلك. (أحمد بن مرسل، 2007، ص، 286).

رابعا- مجالات الدراسة:

- المجال المكاني: قمنا بهذه الدراسة الميدانية في ثانويات بلدية الوادي والتي تقع في ولاية الوادي
- المجال البشري: تمثيل مجتمع البحث في تلاميذ ثانويات بلدية الوادي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي
- المجال الزمني: قمنا بهذه الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة بين 09 أفريل إلى 20 أفريل سنة 2023، وهي فترة توزيع الاستبيان واسترجاعه وتفريغه في شهر ماي 2023.

خامسا- عينة الدراسة

يعتبر إختيارنا للعينة من الخطوات والمراحل المهمة للبحث ولا شك أن الباحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه يفكر في عينة البحث، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه وإختيار أدواته، مثل: العينة، إضافة إلى ذلك فإن الأهداف التي يضعها الباحث لبحثه والاجراءات التي يستخدمها، ستحدد طبيعة العينة التي سيختارها ومنه تعرف العينة: بأنها جزء من الكل يختاره الباحث لأجل الحصول على بيانات تتعلق بموضوع بحثه تعذر الحصول عليها من المجتمع برمته بمعنى هي الجزء الذي يؤدي إلى معرفة الكل (مُجَّد ابراهيم. 2005 ص47).

وإنطلاقاً من كل هذا اعتمدنا العينة الاحتمالية العشوائية و كان عددها 165 تلميذ فرص متساوية لكل . وفي هذه العينة تم اختيار مجموعة من الافراد الممثلين للمجتمع الأصلي وصولاً إلى تعميم النتائج على المجتمع الكلي.

الفصل الرابع:

تحليل النتائج ومناقشتها

أولاً - تحليل استبيان

1- المحور الأول: البيانات السوسيوديموغرافية لتلاميذ الثانوي ببلدية الوادي

الجدول 1: يحدد نسبة الذكور والإناث

النسبة	التكرار	الجنس
60%	99	إناث
40%	66	ذكور
100%	165	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

بعد تحليل نتائج هذا السؤال يتضح لنا أن الفئة الأكثر في العينة المدروسة والمتكونة من 165 تلميذ في مرحلة الثانوي من بلدية الوادي، هم جنس الإناث بنسبة 60% بتعداد 99 تلميذ. أما الذكور فقد بلغت نسبتهم 40% بتعداد 66 تلميذ من أصل العدد الإجمالي لتلاميذ العينة وعليه يمكن القول أن الجنس الغالب في تلاميذ مرحلة الثانوي هم الإناث.

الجدول 2: يحدد الفئات العمرية

النسبة	التكرار	العمر
7.27%	12	15 سنة
57.57%	95	16 سنة
30.30%	50	17 سنة
4.84%	08	18 سنة فما فوق
100%	165	المجموع

المصدر 2: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

تكون العينة المدروسة من تلاميذ يتراوح أعمارهم من 15 إلى 18 سنة فما فوق تم حصرهم في 04 فئات عمرية مختلفة، ونلاحظ من النتائج أن أكبر نسبة عمرية في العينة هي 16 سنة بنسبة 57.57%. ثم تليها فئة 17 سنة بنسبة 30.30% وبعد ذلك فئة 15 سنة التي تكون من 12 تلميذ بنسبة 7.27% وأخيرا النسبة العريضة 18 سنة فما فوق بنسبة ضئيلة وهي 4.84%.

الجدول 3: يحدد المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
36.36%	60	سنة أولى ثانوي
42.42%	70	سنة ثانية ثانوي
21.21%	35	سنة ثالثة ثانوي
100%	165	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال هذا الجدول أن الفئات على مستوى الثانية ثانوي حيث قدرت بنسبة 42.42% بتكرار 70 مفردة، ثم يليها السنة أولى ثانوي بنسبة 36.36% بتكرار من مفردة، وأخيرا ثالثة ثانوي بنسبة 21.21% بواقع تكرار 35 مفردة.

الجدول 04: يحدد المستوى المعيشي (دخل الأسرة)

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
6.06%	10	مرتفع
90.90%	150	متوسط
3.03%	05	منخفض
100%	165	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال الجدول ومن خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المستوى المعيشي للتلاميذ بنسبة 90.90% بواقع تكرار بـ 150 مفردة. ويليهما المرتفع بـ 6.06% بواقع تكرار 05 مفرد. و 3.03% بواقع تكرار 05 مفرد.

الجدول 05: يحدد التخصص الدراسي.

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
87.87%	145	علوم تجريبية
9.09%	15	آداب وفلسفة
3.03%	05	هندسة طرائق
100%	165	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال الجدول أن أكثر الفئات تركز على تخصص العلوم التجريبية بنسبة 87.87%. تلاه تخصص آداب وفلسفة بنسبة 09.09% في المقابل كانت أقل نسبة تحصل عليها تخصص هندسة وطرائق بنسبة 03.03% بواقع تكرار 05 مرده من عينة الدراسة.

2- المحور الثاني: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لتلاميذ ثانويات بلدية الوادي

الجدول 6: يوضح توزيع اجابات افراد عند الدراسة حسب وصفهم استخداماتهم للمواقع التالية

الخيارات	دائما		أحيانا		نادرا		أبدا	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
مواقع التواصل الاجتماعي	9.69	16	33.93	56	36.36	60	20	33
الفيسبوك	1.81	03	4.24	07	17.57	29	76.36	126
تويتر	47.87	79	42.42	70	7.87	13	1.81	3
يوتوب	70.90	117	15.15	25	4.24	07	9.69	16
انستغرام	44.85	74	23.63	39	12.12	20	19.39	32
تيك توك	20	33	31.51	52	21.21	35	27.27	45
سناب شات	8.48	14	22.42	37	15.15	25	53.93	89
تيلغرام	14.54	24	24.24	40	22.42	37	38.78	64
واتساب								

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

من خلال الجدول اعلاه: نادرا ما يستعمل تلاميذ بلدية الوادي. الفيسبوك وهذا بنسبة 36.36%. بينما 33.93% احيانا يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. ثم تليها ابدا بنسبة 20% وبعدها دائما 9.69%. وبالنسبة لصف الاستخدام لموقع التويتر لدى افراد ابدا 76.36% ما يعادل 126 فردا ثم تليها نادرا بنسبة 17.57% ما يعادل 29 فردا، وأحيانا بنسبة 4.24% بمعدل 07 أفراد. ودائما 1.81% أي بمعدل 03 أفراد. وهذا نستنتج أن أفراد العينة نادرا ما يستخدمون التويتر.

وبالنسبة لصفة الاستخدام لموقع اليوتيوب إن 47.87% من التلاميذ لبلدية الوادي دائما يستخدمون هذا الموقع. ما يعادل 79 فردا ثم تليها أحيانا 42.42% ما يعادل 70 فردا، ونادرا 7.87% ما يعادل 13 فردا وأبدا بنسبة 1.81% ما يعادل 03 أفراد. نستنتج أن أفراد العينة دائما يستخدمون هذا الموقع.

والملاحظ من خلال الجدول أن دائما يستخدمون التلاميذ الانستغرام بـ 70.90% بمعدل 117 فردا من العينة، وبعدها تليها أحيانا بنسبة 15.15% وأبدا بـ 9.69% ونادرا بـ 4.24% وهذا ما تؤكد النتائج أن أفراد العينة دائما يستخدمون الانستغرام.

وإن معدل استخدام تيك توك دائما بنسبة 44.84% ما يعادل 74 فردا، ثم تليها أحيانا بنسبة 23.63%. وأبدا بـ 19.39%، ونادرا 12.12% ومنه نستنتج أن أفراد العينة دائما يستخدمون هذا الموقع. وأحيانا ما يستعمل تلاميذ بلدية الوادي موقع سناب شات بنسبة 31.51%، ثم تليها أبدا بنسبة 27.27% ونادرا 21.21% ودائما 20%.

ومنه نستنتج أن أفراد العينة أحيانا يتعاملون مع هذا الموقع .

والملاحظ أن أفراد العينة أبدا ما يسعملون هذا الموقع بنسبة 53.93% بمعدل 89 فردا. ثم تليها أحيانا بنسبة 22.42%، ونادرا بنسبة 15.15% ودائما 8.48%. وإنما تؤكد هذه النتائج أن أفراد العينة لا يسعملون هذا الموقع بنسبة كبيرة. فإن معدل استخدام لموقع واتساب لدى أفراد العينة أبدا بنسبة 38.78% ما يعادل 64 فردا، ثم تليها أحيانا بنسبة 24.24% بمعدل 40 فردا، ونادرا بنسبة 22.42% بمعدل 37 فردا، ودائما بنسبة 14.54% بمعدل 24 فردا.

وما تؤكد هذه النتائج ان افراد العينة لا يسعملون هذا الموقع بكثرة .

وفي الأخير نستنتج:

من خلال الجدول اعلاه، و بالنظر الى تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ حجمها (165) فرد.

نلاحظ أن أفراد العينة ابدا ما يستخدمون (التويتير والتيلغرام والواتساب)، وبالنسبة لتويتير نسبة 67.36% ما يعادل (126) فرد. ويليه التيلغرام بنسبة 53.93% وبتكرار 89، ويليه الواتساب بنسبة 38.78%، وبتكرار 64 وبالنسبة لمواقع دائمة الاستعمال فهي (انستغرام واليوتيوب والتيك توك) ونسب مختلفة بالنسبة للانستغرام بـ 70.90% بتكرار 117، واليوتيوب بـ 47.87% بتكرار 79، وتيك توك بـ 44.84% بتكرار 74.

وبالنسبة لموقع النادر الاستعمال فهو الفايسبوك بنسبة 36.36% بتكرار 60.

وبالنسبة لمواقع أحيانا تستعمل من طرف أفراد العينة فهو سناب شات بنسبة 31.51% وبتكرار 52.

الجدول 7: جدول تحديد مدة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الوقت المستغرق
14.54%	24	أقل من ساعة
30.30%	50	من ساعة إلى ساعتين
55.15%	91	أكثر من ساعتين
100%	165	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

وتوضح نتائج الدراسة أن 54.15% من أفراد العينة يقضون في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعتين، مقابل 30.30% لمن يقضون من ساعة إلى ساعتين، مقابل 14.54% لمن يقضون أقل من ساعة في استعمال هذه المواقع.

الجدول 8: جدول تحديد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأنشطة .

الخيارات	دائما		أحيانا		نادرا		أيدا	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
النشر	6.06	10	34.54	57	26.06	43	33.33	55
التعليق	11.51	19	32.12	53	37.57	62	18.78	31
مشاركة الروابط	19.39	32	30.90	51	23.03	38	26.66	44
الاعجابات	52.12	86	27.27	45	8.48	14	12.12	20
الدردشة	67.27	111	21.21	35	4.84	08	06.66	11

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة 34.54% وبتكرار 57 فرد، للقيام بالنشر وتليها أبدا. نسبة 33.33% بواقع تكرار 55 (مفردة) ونادرا 26.06% بواقع تكرار 43 مفردة ودائما بـ 6.06% نسبة (10) أفراد.

وبالنسبة للتعليق نادرا ما يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 37.57% وبتكرار 43 مفردة، وتليها أحيانا 32.12% بواقع تكرار (53) مفردة ويليهما أبدا بـ 18.78 بواقع تكرار 31. ودائما بـ 11.51% بـ 19 مفردة.

واحيانا يستعمل تلاميذ ثانويات بلدية الوادي هذه المواقع لمشاركة هذه الروابط بنسبة 30.90 بواقع تكرار 51 مفردة. ويليهما ابداً نسبة 26.66% بواقع تكرار 44 مفردة. بينما كانت نسبة الاستخدام نادراً نسبة 23.03% بواقع تكرار 38 مفردة. وفي الاخير دائماً نسبة 19.39% بواقع تكرار 39 مفردة.

ودائما يستخدم افراد العينة هذه المواقع بالاعجابات نسبة 52.12% بتكرار يقدر بـ 86 مفردة. ويليهما احيانا نسبة 27.27% بواقع تكرار 45 مفردة. ويليهما احيان انسبة 21.21% بتعداد 20 مفردة. وفي الاخير نادرا ما يستعمل افراد العينة هذه المواقع بنسبة 8.48% بتعداد 14 مفردة. ومن خلال الجدول دائما يستعمل افراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي في الدردشة بنسبة 67.27% وبواقع تكرار 111 مفردة. ويليهما احيانا نسبة 21.21% بتكرار 35 مفردة. وابدا بنسبة 6.66% بتكرار 11 مفردة. وفي الاخير نادرا بنسبة 4.84% بواقع تكرار 08 مفردات. وفي الأخير ان افراد العينة يستخدمون الدردشة اكثر من النشر، والتعليق ومشاركة الروابط، والاعجابات في هذه الانشطة.

الجدول 09: يوضح مجموعات الإنتماء لمواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات مجموعات الانتماء	دائما		أحيانا		نادرا		أبدا	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
تعليمية	23.03	38	52.72	87	16.36	27	07.87	13
رياضية	35.75	59	38.78	64	16.96	28	08.48	14
صحية	35.75	59	33.33	55	21.21	35	09.69	16
الموضة	47.27	78	24.24	40	11.51	19	16.96	28
الطبخ	33.93	56	26.66	44	11.51	19	27.87	46

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة أحيانا يستخدمون هذه المواقع في التعليم وهذا بنسبة 52.2% وبتعداد يقدر 87 فردا، ويليه دائما نسبة 23.03% ونادرا. نسبة 16.36% وفي الأخير أبدا 7.87% وبتعداد 13 فردا لا يستغلون المواقع في الإنتماء إلى مجموعات تعليمية.

وأحيانا ترغب أفراد العينة إلى الانتماء الى هذه المواقع بنسبة 38.87% وبتعداد 64 مفردة الانتماء الى مجموعة الرياضة. ودائما بنسبة 35.75% بتعداد 59%.

وتليها أبدا نسبة 16.96% بواقع تكرار 28 مفردة، وفي الأخير نادرا ما ينتمي أفراد العينة إلى مجموعة الرياضة ولكن نسبة 8.48% بتعداد 14 مفردة. وبالنسبة للإنتماء إلى المجموعة الصحية فإن أفراد العينة دائما يرغبون للإنتماء إليها وهذا نسبة 35.75% وبتعداد 55 مفردة ويليه نادرا نسبة 21.21% بواقع تكرار 35 مفردة، ويليه أبدا نسبة 9.69% وبواقع تكرار 16 مفردة.

ودائما يرغبون أفراد العينة للإنتماء إلى مجموعة الموضة وهذا نسبة 47.27% وبتعداد 28 مفردة. وفي الأخير نادرا بـ 11.51% بـ 19 مفردة، وان دائما ينتمون أفراد العينة إلى مجموعة الطبخ نسبة 33.93% بتعداد 56 فردا ويليه أحيانا بـ 26.66% بتعداد 44 فردا، ويليه أبدا نسبة 27.87% وبواقع تكرار 46 مفردة. وفي الأخير نادرا ما ينتمي أفراد العينة إلى مجموعة الطبخ وهذا نسبة 11.51% بتعداد 19 مفردة.

3- المحور الثالث: الدوافع والاشباكات التي حققها تلاميذ ثانويات بلدية الوادي نتيجة استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي

الجدول 10: يوضح الدوافع التي حققها التلاميذ بلدية الوادي نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات		دائما		أحيانا		ابدا	
الدوافع		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الترفيه والتسلية		50.30	83	34.54	57	15.15	25
البحث عن المعلومات		41.21	68	46.66	77	12.12	20
التواصل مع الأصدقاء والأسرة		57.57	95	33.33	55	9.09	15
البحث عن مساعدة		10.90	18	55.75	92	33.33	55
الدعاية والإعلان		16.36	27	14.54	24	69.09	114
التعليم والتطوير الشخصي		53.33	88	32.12	53	14.54	24
المشاركة ونشر المعلومات		45.45	75	32.12	53	22.42	37
متابعة مضامين الشبكية		48.48	80	2.66	34	30.90	51
متابعة المشاهير		59.39	98	26.66	44	13.93	23
البحث عن اصدقاء جدد والتعرف عليهم		45.45	75	22.42	37	32.12	53
متابعة محتويات معينة		65.45	108	24.84	41	9.69	16

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

- من الجدول أعلاه يتضح دائما يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الترفيه والتسلية، وهذا نسبة 50.30% بينما أحيانا من التلاميذ يستغلون مواقع التواصل الاجتماعي نسبة 34.54%، وعلى عكسهم يفضل 15.15% عدم إستغلال هذه المواقع في الترفيه والتسلية.
- وكذلك أحيانا ما يستغلون هذه المواقع بدافع البحث عن المعلومة إلا بنسبة 46.66% ويلبيها دائما نسبة 41.21%، وعلى عكسهم يفضل 12.12% عدم البحث عن المعلومة في مواقع التواصل الاجتماعي
- لا يستغني أغلب التلاميذ بدافع التواصل مع الاصدقاء أو الاسرة عن استعمال منصات التواصل وعليه فنسبة عدم الاستغناء دائما هي 57.57%. وتليها أحيانا نسبة 33.33% بدافع التواصل، بينما 9.09% لا يقومون بالتواصل مع الأصدقاء أو الأسرة.

أحيانا ما يدافع بأفراد العينة بإستعمال منصات التواصل بالبحث عن المساعدة التي تهمهم وهذا بنسبة 55.57%. وتوضح النتائج أن 33.33% لا يقومون بالبحث عن المساعدة مع الآخرين، ويليها نسبة 10.90% من الأفراد العينة دائما البحث عن المساعدة من طرف الآخرين.

- وأن أفراد العينة تلاميذ ثانويات بلدية الوادي أبدا لا يقومون بالدعاية والإعلان مع منصات التواصل الاجتماعي وهذا نسبة كبيرة مقدرة بـ 69.09%، وتليها دائمي الاستعمال نسبة 16.36% من طرف التلاميذ أما 14.54% أحيانا.

- لا يستغنى الان أغلب التلاميذ عن إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم والتطوير الشخصي وهذه فرصة لهم، حيث توضح النتائج أن 53.88% من التلاميذ دائمي الدفع للتعليم والتطوير. أما 33.12% منهم أحيانا ما يقومون بهذا بينما لا يقوم 14.54% من التلاميذ بثانوية بلدية الوادي بهذا الدافع من أجل التطوير والتعلم.

- من خلال النتائج الظاهرة في الجدول نستطيع القول أن تلاميذ ثانويات بلدية الوادي يتفاعلون في المشاركة ونشر المعلومات وذلك بما فيه من فائدة، حيث أن 45.45% منهم دائما وبينما 32.14% احيانا ما يقومون بدافع المشاركة والنشر، ويفضل 22.42% عدم القيام بذلك.

- نستطيع القول أن تلاميذ ثانويات بلدية الوادي دائمي متابعة مضامين الشبكة بنسبة 48.48% من أجل تحقيق دوافعهم من هذه المضامين، حيث أن 30.90% منهم عدم القيام بذلك، وبينما 20.66% يقومون بذلك.

- يستعمل 59.39% من تلاميذ ثانويات بلدية الوادي، مواقع التواصل الاجتماعي من أجل متابعة المشاهير لكي يتأثرو بهم، بينما 26.66% منهم احيانا ما يقدمون بذلك و 13.39% عدم القيام بذلك.

- من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي أنها تستعمل للبحث عن أصدقاء جدد والتعرف عليهم، من اجل هذا الدافع فاستنتجنا أن 45.45% من التلاميذ يبحثون عن اصدقاء جدد، بينما 32.12% لا يريدون البحث عن زملاء جدد بينما 26.66% أحيانا منهم يستعملونها لتحقيق هذا الدافع.

- وبالنسبة لمتابعة محتويات معينة فنجد أن جل التلاميذ دائما يستغلون هذه المواقع، لمتابعة المحتويات بنسبة 65.45% بينما 24.84% أحيانا يستغلونها لتحقيق هذا الدافع بينما 9.64% عدم القيام بذلك.

الجدول 11: يوضح الاشباكات المحققة لدى التلاميذ بثانويات بلدية الوادي.

الخيارات الاشباكات		بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		بدرجة منعمة	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الترفيه والتسلية		23.63	39	44.84	74	24.84	41	6.66	11
البحث عن المعلومات		39.96	61	27.27	45	8.48	14	27.27	45
التواصل مع الأصدقاء والأسرة		38.18	63	28.48	47	8.48	14	24.84	41
البحث عن المساعدة		13.93	23	27.87	46	46.66	77	11.51	19
الدعاية والإعلان		28.48	47	14.54	24	10.30	17	46.66	77
التعليم والتطوير الشخصي		29.09	48	28.48	47	28.48	47	13.93	23
المشاركة ونشر المعلومات		33.33	55	26.06	43	16.36	27	24.24	40
متابعة محتويات معينة		33.93	56	28.48	47	27.87	46	09.69	16
متابعة مضامين الشبكة		25.45	42	20	33	12.12	20	42.42	70
متابعة المشاهير		36.36	60	27.87	46	15.57	26	20	33
البحث عن أصدقاء جدد		18.78	31	18.18	30	29.69	49	33.33	55

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة.

طبقا لنتائج الجدول أعلاه رقم 11 أن اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة حيث بلغت النسبة 44.84% لتلبية إشباكاتهم في الترفيه والتسلية ثم تليها نسبة في حين درجة ضعيفة 24.84%، في حين بدرجة كبيرة نسبة 23.63% ونسبة منعدمي الاشباكات نسبة 6.66 ما يعادل 11 فردا.

- نلاحظ أن التلاميذ يستفيدون بدرجة كبيرة في البحث عن المعلومات من هذه المواقع ونسبة 39.46% في حين يستفسلون بدرجة متوسطة في تلبية هذا الاشباع بـ 27.27% بينما بدرجة ضعيفة 8.48%. وبدرجة منعدمة 27.27% لا تحقق لهم مواقع التواصل الاجتماعي إشباكاتهم.

- ومن خصائص هذه المواقع هو التواصل مع أفراد المجتمع. وأن أفراد العينة يتواصلون مع أصدقائهم أو أسرهم بدرجة كبيرة نسبة 38.18%. في حين بدرجة متوسطة بـ 28.48% من المواقع بينما النسبة الضعيفة بـ 8.48%. وفي الأخير لا يستفيدون بدرجة منعدمة 24.84% يرون أنهم لا تحقق إشباكاتهم.

ومن خلال الجدول أن التلاميذ هم أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق لهم درجة الاشباع بدرجة ضعيفة نسبة 46.46% في من اجل البحث والمساعدة في حيث يستفيدون بدرجة متوسطة بـ 27.87% لتحقيق إشباعاتهم، وبينما بدرجة كبيرة نسبة 13.93% وأخيرا تكون منعدمة بنسبة الاشباع بـ 11.51%

- إنعدام إشباعات أفراد العينة في استخدام هذه المواقع في الدعاية والاعلان بنسبة 44.66% هذا راجل لعدم الإهتمام. وتليها بدرجة كبيرة بـ 28.48% يرون أن هذه المواقع تلي إشباعاتهم. وبعدها بدرجة متوسطة بـ 14.54% وبدرجة ضعيفة 10.30% بواقع تكرار 17 مفردة من عينة الدراسة.

- من خلال النتائج في الجدول نستنتج أن افراد العينة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة ونسبة 29.09% من اجل التعليم والتطوير الشخصي. وبينما كانت الدرجة المتوسطة والضعيفة متساوية وهذا بنسبة 28.48، أما في الجهة الأخرى والأخيرة هناك إنعدام في إشباع حاجياتهم في التعليم والتطوير الشخصي نسبة 13.93%.

- والملاحظ أن نسبة المشاركة ونشر المعلومات لدى أفراد العينة لاستخدامهم هذه المواقع تلي إشباعاتهم بنسبة 33.33%، وبعدها تليها بدرجة متوسطة بـ 26.06% وبدرجة منعدمة 24.24%. وفي الأخير النسبة الضعيفة هي 16.36% ترى أن نسبة الإشباع لديهم ضعيفة.

- وبالنسبة لمتابعة محتويات معينة فكانت نسبتها بدرجة كبيرة في سرعة المتابعة ونسبة نسبتها بدرجة كبيرة في سرعة المتابعة وبنسبة 33.93% في تحقيق الاشباع، وتليها بدرجة متوسطة بـ 28.48% ودرجة ضعيفة 27.87% أما الفئة الأخيرة ترى أن هناك انعدام في متابعة هذه المضامين بنسبة 42.42% وفي حين يستفيدون بدرجة متوسطة من متابعة المضامين بـ 25.45% وبدرجة متوسطة بـ 20%. وأخيرا درجة الضعف تكمن بـ 12.12% في تحقيق إشباعاتهم.

- وبالنسبة لمتابعة المشاهير من طرف العينة كانت 36.36% وبدرجة كبيرة وتليها بدرجة متوسطة بـ 27.87%، في حين يستفيدون بدرجة ضعيفة لتحقيق إشباعاتهم بـ 15.75% وتنعدم تحقيق الإشباع لدى أفراد العينة بـ 20%.

-الملاحظ أن التلاميذ وبنسبة 33.33% تنعدم لديهم تحقيق إشباع البحث عن أصدقاء جدد والتعرف عليهم من خلال استخدام هذه المواقع. وتختلف بدرجة ضعيفة بـ 29.69% وتليها بدرجة كبيرة بـ 18.78%، ودرجة متوسطة بـ 18.18% من أجل تحقيق هذه الإشباعات.

4- المحور الرابع: الوظائف التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول 12: يوضح استخدام مواقع التواصل مع زملاء الدراسة.

الخيارات نوع الاستخدام	دائما		أحيانا		نادرا		أبدا	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
البرنامج الدراسي	15.15	25	46.66	77	27.87	46	10.30	17
الواجبات المنزلية	33.33	55	26.66	44	33.33	55	06.66	11
البحوث	24.84	41	29.09	48	20	33	26.06	43
نشر الإعلانات	27.27	45	13.33	22	23.63	39	35.75	59
نشر مراجع الزملاء	8.84	14	26.06	43	24.24	40	41.21	68

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة.

فإن معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع زملاء الدراسة من أطراف أفراد العينة أحيانا بـ 46.66% لشرح البرنامج الدراسي وفهمه وتليها نادرا بـ 27.87% وهذا قد يكون للضرورة الملحة ودائما بـ 15.15%. وتليها أبدا بـ 10.30% لا يستعملون هذه المواقع في التواصل مع الزملاء لفهم البرنامج الدراسي.

والملاحظ من خلال الجدول أن النسب متساوية في الإستعانة بالزملاء وللاستفسار عن الواجبات المنزلية المقدمة من طرف الأساتذة وهذا بنسبة 33.33% وتليها أحيانا بـ 26.66% وتليها أبدا بـ 06.66% لا يستخدمون هذه المواقع للاستفسار عن الواجبات المنزلية.

-ومعدل استخدام هذه المواقع مع زملاء الدراسة لدى أفراد العينة أحيانا بـ 29.09% لمعرفة البحوث المقدمة لهم وتبادل المعلومات حولها، وتليها دائما بـ 24.84% وتليها أبدا بـ 26.06% لا يتواصلون مع زملائهم حول البحوث، ونادرا قد تكون للضرورة الملحة.

-أبدا ما يقون أفراد العينة بتواصل مع زملائهم في نشر الإعلانات التي قد تهمهم في المدرسة، وتليها دائمي النشر 27.27% وتليها نادري نشر الإعلانات بـ 23.63% وقد تكون للضرورة الملحة. وفي الأخير أحيانا تستعمل هذه المنصات في النشر بـ 13.33%.

- والملاحظ من خلال النتائج أن أفراد العينة لا يقومون باستخدام هذه المواقع في نشر المراجع لزملائهم وهذا نسبة 41.21%. وتليها أحيانا بـ 26.06% وتليها نادرا بـ 24.24% قد تكون للضرورة الملحة والدائمين بنسبة ضعيفة الاستخدام بـ 08.48%.

الجدول 13: يوضح استخدام مواقع التواصل مع الأساتذة

الخيارات نوع الاستخدام	دائما		أحيانا		نادرا		أبدا	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
فهم الدروس	10.30	17	16.36	27	18.78	31	54.54	90
تأكيد المعلومات	16.96	28	24.24	40	13.33	22	45.45	75
نقاشات مختلفة	4.84	08	18.18	30	15.75	26	61.21	101
طرح الإشكاليات	7.87	13	17.57	29	22.42	37	52.12	86
إرسال الأعمال المطلوب منك	9.69	16	16.36	27	15.75	26	58.18	96

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

والملاحظ من خلال النتائج، أن التلاميذ لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في تواصل مع أساتذتهم من أجل فهم الدرس أكثر وإعطاء توضيحات وهذا نسبة 54.54% ونادرا بـ 18.78% إلا للضرورة الملحة وتليها أحيانا بـ 16.36% ودائمي الإتصال بالأساتذة بـ 10.30% بتعداد 17 مفردة.

وبالنسبة لتأكيد المعلومات من طرف الأساتذة الملاحظة أن التلاميذ لا يتواصلون مع اساتذتهم أي أبدا بنسبة 45.45%، وهذا راجع لعدم استخدامهم لهذه المواقع مع الأساتذة، وتليها أحيانا بـ 24.24% ودائمي الإتصال بـ 16.96% من البحث عن المعلومة وتأكيدا. وتليها نادرا بـ 13.33% إلا للضرورة الملحة.

- هناك عدم تواصل مع الأساتذة من طرف أفراد العينة فيما يخص النقاشات وهذا بـ 61.21% وتليها 18.18% وهي أحيانا ما يكون هناك تواصل باستخدام هذه المواقع. ونادرا بـ 15.75% إلا للضرورة الملحة. ودائم التواصل نسبة ضعيفة وهي 4.84% وتكرار 08 افراد.

- نادرا ما يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي في طرح الإشكاليات مع أساتذتهم وهذا بنسبة 52.12% وتليها نادرا قد تكون لضرورة ملحة بـ 22.42%. وأحيانا بـ 17.57% ودائمي التواصل في طرح الإشكاليات مع الأساتذة بـ 7.87% بتكرار 13 فردا.

- نادرا ما يستخدم التلاميذ هذه المواقع لإرسال الأعمال المطلوبة منهم من طرف الأساتذة وهذا بنسبة 58.18% ويليها أحيانا بـ 16.36% ونادرا بـ 15.75%، وبالنسبة لدائمي التواصل بنسبة 9.69% وبمعدل 16 مفردة.

الجدول 14: يوضح استخدام مواقع التواصل مع المدرسة

الخيارات / نوع الاستخدام		دائما		أحيانا		نادرا		أبدا	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نشر مواضيع لها علاقة بالدروس		02.42	04	15.15	25	26.06	43	56.36	93
البحث في المساعدة		10.90	18	23.63	39	19.39	32	46.06	76
الرغبة في الحصول على معلومات جديدة		26.06	43	30.90	51	08.48	14	34.54	57
متابعة نشاطات الثانوية		05.75	26	22.42	37	16.36	27	45.45	75
التعرف على النتائج الفصلية		21.21	35	40.60	67	12.12	20	26.06	43

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة.

من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة لا يقومون أبدا بنشر مواضيع لها علاقة بالدروس وهذا بنسبة 56.36% ويليها نادرا بـ 26.06% إلا للضرورة الملحة. أحيانا 15.15% ودائم النشر 02.42% بتكرار 04 مفردات.

وبالنسبة للبحث عن مساعدة باستخدام هذه المواقع لا يقومون أبدا من يساعدهم في البحث وهذا بنسبة 46.06% وتليها أحيانا 23.63%، عكس أحيانا وهذا نسبة 30.90% وتليها دائمي الاستخدام بـ 26.06% ونادرا بـ 08.48% إلا للضرورة الملحة.

- بالنسبة لمتابعة نشاطات الثانوية الملاحظ من خلال النتائج لا يقومون أبدا بمتابعة النشاطات وهذا نسبة 45.45% وهذا لعدم إستخدامهم لهذه المواقع للتعرف على نشاطات الثانوية بـ 15.75%

- وأحيانا ما يستخدم التلاميذ هذه المواقع للإطلاع على النتائج الفصلية بـ 40.60% وتليها أبدا بـ 26.06% ودائمي بـ 21.21% إلا للضرورة الملحة بتكرار بـ 20 فردا

ثانيا- تحليل ومناقشة النتائج:

1- طبيعة استخدام التلاميذ لمواقع التواصل الاجتماعي:

مما لا شك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أهم وسائل الاتصال الحديثة في البيئة الرقمية ولهذا فقد أدخلت الوسائل التكنولوجية الكثير من التغيرات على أدوار وسائل الاعلام التقليدية واستخداماتها في فضاءات جديدة، وهذه الوسائل الحديثة إستحوذت على جانب كبير من اهتمام تلاميذ الطور الثاني، حيث أصبحوا يعتمدون عليها بطريقة واضحة، ولهذا فنجد أن افراد العينة يستخدمون العديد من مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انستغرام نسبة 70.90% بتكرار 117 مفردة بالإضافة المواقع الأخرى وهي بنسب مختلفة وهذه المواقع وهي (الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، تيك توك، سناب شات، تيلغرام واتساب)، وهذا لوجود عدة خصائص التي تتميز بها ولعل من أهمها لسهولة استخدامه. وهو تطبيق مجاني لإلتقاط الصور وتصوير الفيديو كذلك وتبادلها بين المستخدمين في جميع انحاء العالم.

كما أن اغلبية التلاميذ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعتين في اليوم وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الفئة من التلاميذ في حالة إدمان نتيجة الإستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع لسيطرة الموضوعات التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي .

وقد يعتمد التلاميذ للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي على الوسائط التقنية متعددة وبفضل التقنيات والتطبيقات في هذه الوسائط أصبحت قوة هائلة بوصفه بوابة إلى العالم الالكتروني، وهذا مع مجموعة من الانشطة التي يوفرها كالنشر والتعليقات ومشاركة الروابط... إلخ ، وأن أكثر نشاط يقوم به التلاميذ هو الدردشة مع الأصدقاء وغيرهم نسبة 67,27% وبصفة دائمة وبتكرار 111 مفردة ويعتمد دخول التلاميذ لمواقع التواصل الاجتماعي كذلك الرغبة في الدخول إلى مجموعات الإنتماء، المتعددة وأن أكثر مجموعة يفضل التلاميذ الإنتماء إليها هي مجموعة الموضة ب 47,27% دوما. بالإضافة إلى المجموعات الأخرى نسب مختلفة.

ونستنتج ان تلاميذ ثانويات بلدية الوادي يجذبون استخدام الانستغرام في التواصل والدردشة مع العائلة والأصدقاء.

2- الدوافع والاشاعات المحققة من طرف تلاميذ ثانويات بلدية الوادي نتيجة استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي:

أما بالنسبة لدوافع استخدام التلاميذ لمواقع التواصل الاجتماعي فنجد ان اغلبهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة محتويات معينة ومن أهم هذه المحتويات تنزيل كتب إلكترونية، او متابعة دورات عن طريق البث المباشر، او متابعة المؤتمرات عن طريق الويب.

ولكن في المقابل نجد أن نسبة الإشباع بنسبة 33,93% محققة وكما أن التلاميذ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع متابعة المشاهير. وأن هذا التفاعل من التفاعلات الشبه الاجتماعية وحسب (السيد إبراهيم: 2019، ص 653). فإنه يحدث التفاعل شبه الاجتماعي نتيجة للتعرض المكثف لصفحات وحسابات المشاهير الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي يدرك الأفراد متابعي حسابات وصفحات المشاهير الاحتياجات المعرفية والعاطفية والسلوكية التي يمكن للوسائط الاجتماعية الوفاء بها. وهذا من أجل الرغبة في إكتشاف نمط آخر من الحياة.

وكما أن التلاميذ يدفعهم الدافع لإستخدام هذه المواقع لإشباع حاجتهم في التواصل مع الأصدقاء وخاصة زملاء الدراسة من جهة والأسرة من جهة أخرى أن هذه المواقع لها دور كبير في بناء علاقات اجتماعية وفي توسيع علاقات إجتماعية في ظل توسيع علاقات إجتماعية أخرى.

كما نجد أن هناك من التلاميذ يستخدمون هذه المواقع من أجل متابعة مضامين الشكلية لإشباع حاجتهم، ومن صور وفيديوهات وألعاب وغيرها. وأن هذه المواقع تتيح لهم فرصة التعلم وتطوير شخصياتهم وهذا بزيادة الإشباع في استخدام المواقع. وهذا من خلق بيئة محفزة للتعليم والتطوير الشخصي. كما أن التلاميذ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع الحاجة إلى التسلية والترفيه لأن هذه المواقع بها العديد من الألعاب سواء كانت فردية أو جماعية، وتعتبر المتنفس وبديل لمواجهة بعض الضغوط وبالإضافة لإتباع حاجتهم بالبحث والتعرف على أصدقاء جدد وهذا بغية لتكوين شبكة من الأصدقاء وخاصة الذين لهم نفس الخصائص، كما نجد أن دافع استخدام هذه المواقع بغيت تحقيق بعض الإشاعات الأخرى. كالمشاركة ونشر المعلومات فيما بين التلاميذ، وخاصة في جانب الدراسة. وبالإضافة لتلبية حاجتهم من البحث عن المعلومات والدعاية والاعلان والمساعدة والملاحظ أن التلاميذ يجذبون إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة المشاهير وبدرجة كبيرة. وأن أهم إشباع يرغبون في تحقيقه هو التواصل مع الأصدقاء أو الأسرة.

3- طبيعة الخصائص السيوديموغرافية للتلاميذ المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي:

نجد أن أغلبية التلاميذ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهم بين 15 و 18 سنة. وهذا مما يدل على إهتمامهم وشغفهم بها والإقبال عليها في سن مبكرة. وهذا نتيجة حب الفضول في إكتشاف التقنية وتجربتها ومن ثم أصبحت عادة لا يمكن الإستغناء عنها لأنهم يعتمدون الكثير من التلاميذ على التطور التكنولوجي الجديد. وأن المستوى المعيشي له دور كبير وأن جل التلاميذ المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي دخل الأسرة متوسط، وهذا لا يؤثر عليهم في إستخدام المواقع لمواكبة هذا التطور، والملاحظ أن الإناث هم أكثر إستخداما للمواقع من الذكور وأن أعمار التلاميذ المستخدمين بين 16 و 19 سنة يعتبرون مرهقون ودخل الأسرة متوسط.

4- الوظائف التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي:

تشير نتائج الدراسة إلى أن تلاميذ ثانويات بلدية الوادي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مع زملائهم بغرض الإستفادة من إنجاز الواجبات المنزلية بصفة دائمة وكذا نشر الإعلانات، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لهم كذلك في حل الواجبات مع الزملاء، من أجل الإقتصاد في الوقت والجهد، ومعرفة البرنامج الدراسي وكذلك نشر مراجع لزملائهم بغية الإقتصاد في المال والتسهيل عليهم في إستغلال هذه المراجع في المراجعة وريح الوقت وبالنسبة لإستخدام هذه المواقع في التواصل مع الأساتذة من جهة تختلف درجته بنسبة للزملاء بدرجة أقل. ويمكن الاستخدام في تأكيد المعلومات من طرف الأساتذة للتلاميذ، ولهذا نجد التلاميذ يستغلون هذه المواقع في فهم الدروس عن طريق التواصل مع أساتذتهم، وهذا بالإضافة إلى طرح إشكاليات تعترض التلاميذ في دروس، وطرح على الأساتذة نتيجة التواصل، واستغلال المواقع في إرسال بعض الأعمال المطلوبة من طرف الأساتذة، وهذا من أجل التسهيل على التلاميذ راغبين في إرسال أعمالهم، بالإضافة إلى نقاشات مختلفة ويشغل التلاميذ هذه المواقع بالإطلاع على أي معلومة جديدة تقوم الإدارة بنشرها، والتعرف على النتائج الفصلية لنهاية الموسم الدراسي. بالإضافة على متابعة كل النشاطات التي تقوم بها الإدارة وهذا بمتابعة الصفحة الخاصة بها، وكذا البحث عن مساعدة. وأن هناك نسبة ضعيفة الإطلاع على نشر المواضيع التي تنشرها المؤسسة. والملاحظ أن التلاميذ يتواصلون فيما بينهم خاصة في حل الواجبات المنزلية وهذا بإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وأما التواصل بين التلاميذ والأساتذة قليل جدا في إستخدام المواقع. والتواصل مع الإدارة يكون في التعرف على النتائج الفصلية بنسبة قليلة.

الخلاصة

الخلاصة :

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أمراً شائعاً في العصر الحالي و مع زيادة انتشار و توفر هذه الوسائل أصبحت تلعب دوراً كبيراً في حياتنا و من خلال هذه الدراسة حاولنا إلى التعرف على استخدامات التلاميذ المرحلة الثانوية لوسائل التواصل الاجتماعي وماهي الدوافع والاشباكات المحققة من جراء استخدامهم لتلك الوسائل. وما مدى تأثيرها على تحصيلهم الدراسي ومردودهم التعليمي.

وتسمح وسائل التواصل الاجتماعي بتبادل الافكار والمعلومات والتعلم والتثقيف والتسلية. كما أنها تعتبر وسيلة للتعارف، وقد تمكنت هذه الوسائل من بلوغ كل الفئات العمرية على إختلافها وتنوعها وقد كان المراهقين (تلاميذ ثانوية) وهم محل الدراسة أكثر فئة تستخدم هذه الوسائل ومن أهمها الانستغرام.

ومن خلال دراستنا لهذه الوسائل فان الدوافع والاشباكات من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة اولى للتسلية والترفيه ثم بدافع البحث عن المعلومات وأيضاً للتواصل مع الاصدقاء والعائلة.

و يمكن من خلال هذه الوسائل يمكن للتلاميذ استخدامهما للحصول على المعلومات و الموارد التعليمية . ويمكنهم كذلك مشاركة الملاحظات و الدروس و المواد التعليمية مع زملائهم و الاستفادة من المعلومات المتاحة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا- الكتب:

- 1- أحمد بن مرسللي مناهج البحث العلمي في الإعلام والاتصال ط1 ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية الجزائر 2004.
- 2- أحمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ط2. الجزائر
- 3- أحمد عيساوي مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال دار الكتاب القاهرة مصر 2014
- 4- أمين رضا عبد الواحد الصحافة الالكترونية دار الفجر للنشر والتوزيع مصر ط1 2007
- 5- جبران مسعود مجم الرائد المجلد1. دار العلم للملايين ط7 بيروت لبنان 1992 ' منير حجاب المعجم الاعلامي دار الفجر مصر 2004.
- 6- حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة القاهرة مصر الدار اللبنانية
- 7- حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ط10.
- 8- خالد مُجَّد الغازي، الإعلام الناعم كيف يمكن تشكيل العقول؟ وكالة الصحافة العربية مصر 2022 ص79.
- 9- ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 2005.
- 10- القاهرة مصر الدار اللبنانية، د ت ط
- 11- المختار مُجَّد ابراهيم مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الإجرائية دون دولة النشر دار الفكر العربي 2005.
- 12- مرفت الطريشي وعبد العزيز السيد نظريات الاتصال دار النهضة العربية القاهرة مصر 2006

ثانيا- المجلات:

- 1- ابتسام رايس، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها مع الإعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث العديد 25 لسنة الثامنة ديسمبر 2016 .
- 2- بدون مؤلف (لجنة مختصة) علم النفس مركز المناهج التعليمية والبحوث لتربوية وزارة التعليم ليبيا 2019.2020
- 3- بدون مؤلف المنجد في اللغة العربية ط2 دار المشرق للطباعة الاردن2001.
- 4- راضي زاهي، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية عدد15، جامعة عمان.2003

5- مجلة عبد الله الغنامي الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي المركز الثقافي العربي الدار البيضاء ط2
2005

6- مجلة ممدوح السيد عبد الوهاب شتلة وحنان كامل حنفي مرعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته
بالمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية 214 دورية الشرق الأوسط مصر العدد 11-07

ثالثا- المذكرات:

- 1- بارعة حمزة شقير - استخدام أساتذة جامعة دمشق 25- العدد (1) و(2) 2009 .
- 2- زهير ياسين طاهات وعبد الكريم علي الديبسي مُجد الفلاح القضية استخدامات جامعة الشبر للرسائل القصيرة
والاشباعات المتحققة مجلة الباحث الاعلامي العدد 32. 2014.
- 3- سعاد بومدين أثر استخدام وسائط الاتصال الحديثة على عادات المشاهدة التلفزيونية كلية الاعلام والاتصال
جامعة الجزائر 03. الجزائر 2018.02.2017 .
- 4- لخضر بن غنام الاشباعات الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات. قسم علم النفس وعلوم التربية
والأرطوفونيا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمود منشوري قسنطينة الجزائر 2007.2006
- 5- لطبقة نسيغاوي المراهق الجزائري والأنترنت قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة العربي
بن مهيدي أم البواقي الجزائر 2013. 2014.
- 6- محمود المشمش، دوافع تعرض المشاهد المصرية للقنوات الثقافية، جامعة المينا مصر 2000.
- 7- سهام قنيطي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية ،ومدى فعاليتها لدى الطلبة، مجلة
الرسالة الدراسات والبحوث الإنسانية، 2018/03/31.
- 8- قناد حليلة، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين فيسبوك
نموذج، جامعة وهران، 2017
- 9- عبد الحكيم بن عبد الله بن راد الصوافي ، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من
التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات ، سلطنة عمان ، 2015.
- 10- أنعام ابو شمسية - بتول نصار - غيداء عابدين، دافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لترويج
للمراكز التعليمية في مدينة الخليل من وجهة نظر مدراء المراكز، فلسطين ، 2015.

- 11- وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشاعاتها
 - 12- (فيسبوك -تويتر)، الاردن ، 2013.
 - 13- أحلام العطا مُجّد، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى الطلبة الجامعية السعودية، السعودية، 2018.
 - 14- رشاً مُجّد الأمين إبراهيم، اتجاهات الطلاب نحو مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق الدراسي، السودان، 2019،
 - 15- جابر يوسف ، فردوس خان ، صافية جرادي ، عائشة الشبلي، استكشاف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأغراض الأكاديمية، مجلة الكمبيوتر، العدد64، سبتمبر 2021.
 - 16- مرات دومان، استخدام الطلاب المتخرجين الأدوات وسائل التواصل الاجتماعي في أطروحات التخرج، جامعة الشرق الاوسط، الاردن 2015.
 - 17- فوزية الغامدي، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير مجتمعات التعليم عبر الإنترنت، جامعة اكسترا، المملكة المتحدة، 2019.
 - 18- هاريسا مارديانا، وسائل التواصل الاجتماعي وأثارها على تعليم، اندونيسيا ،2016.
 - 19- C. M. Quvsu-Ansah ,B. Arthur , F. A. Yebawaah ,and K. Amoako. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لطلّة سنة أولى جامعي من منظور الاستخدامات والإشباعا ت ، المجلة الدولية لعلوم التنمية و التكنولوجيا، 2021.
- رابعا- المواقف الإلكترونية
- 1- مُجّد العطوي بشاير النزاي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحصيل الاكاديمي (شبكة الألوكة) موقع: www.alukah.net
 - 2- مواقع الذكاء الاصطناعي : <https://poe.com/ChatGPT>

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمّـه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان حول:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى تلاميذ المرحلة الثانوية
في بلدية الوادي
(دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات بلدية الوادي)

مذكرة مكّلة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصّص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

عبد الرحيم بن بوزيان

إعداد الطلبة:

آمال جرایة

عبد الرّؤوف بن علي

عبد الرّؤوف عتّوسي

ملاحظة 1: نرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بكلّ صدق وموضوعيّة، مع العلم أنّ

المعلومات التي تقدّمونها ستبقى سرّية ولا تستعمل إلّا لأغراض علميّة.

ملاحظة 2: ضع علامة ☒ في الخانة المناسبة.

ونشكركم على تعاونكم

السّنة الجامعيّة: 1443هـ - 1444هـ / 2022م - 2023م

المحور الأول: البيانات السوسيو ديموغرافية

- (1) النوع: ☐ ذكر ☐ أنثى
- (2) العمر: 15 سنة ☐ 1 سنة ☐ 17 سنة ☐ 18 سنة فما فوق ☐
- (3) المستوى التعليمي: سنة أولى ثانوي ☐ سنة ثانية ثانوي ☐ سنة ثالثة ثانوي ☐
- (4) المستوى المعيشي (دخل الأسرة): مرتفع ☐ متوسط ☐ منخفض ☐
- (5) التخصص الدراسي: علوم تجريبية ☐ آداب وفلسفة ☐ هندسة طرائق ☐

المحور الثاني: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

(1) كيف تصف استخدامك للمواقع التالية؟

- | | | | | | |
|--------------------------|------|-------|--------|-------|---------------------|
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | فيسبوك Facebook |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | تويتر Twitter |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | يوتيوب YouTube |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | انستغرام Instagram |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | تيك توك Tiktok |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | سناپ شات Snapchat |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | تيليجرام Telegramme |
| ☐ | أبدا | نادرا | أحيانا | دائما | واتساب WhatsApp |

(2) ما هو الوقت الذي تستغرقه غالبا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ أكثر من ساعتين

(3) هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في:

- | | | | | | | | |
|--------------------------|-------|--------------------------|--------|--------------------------|-------|--------------------------|------|
| ☐ | دائما | ☐ | أحيانا | ☐ | نادرا | ☐ | أبدا |
| ☐ | دائما | ☐ | أحيانا | ☐ | نادرا | ☐ | أبدا |
| ☐ | دائما | ☐ | أحيانا | ☐ | نادرا | ☐ | أبدا |
| ☐ | دائما | ☐ | أحيانا | ☐ | نادرا | ☐ | أبدا |

الدردشة ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

4) ما هي أكثر المجموعات التي ترغب في الانتماء إليها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

تعليمية ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

رياضية ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

صحية ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

خاصة بالموضة ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

خاصة بالطبخ ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

المحور الثالث: الدوافع والاشباع التي حققها تلاميذ ثانويات بلدية الوادي نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الاشباع (أثناء وبعد الاستخدام)				الدوافع (قبل الاستخدام)			الخيارات
درجة منعدمة	درجة ضعيفة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	أبدا	أحيانا	دائما	
							الترفيه والتسلية
							البحث عن المعلومات
							التواصل (مع الأصدقاء أو الأسرة)
							البحث عن مساعدة
							الدعاية والإعلان
							التعليم والتطوير الشخصي
							المشاركة ونشر المعلومات
							متابعة محتويات معينة
							متابعة مضامين الشبكة
							متابعة المشاهير

							البحث عن أصدقاء جدد والتعرّف عليهم
--	--	--	--	--	--	--	---------------------------------------

المحور الرابع: الوظائف التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي

1) هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع زملاء الدراسة بخصوص:

☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	البرنامج الدراسي
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	الواجبات المنزلية
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	البحوث
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	نشر الإعلانات
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	نشر مراجع لزملائك

2) هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع أساتذتك بخصوص:

☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	فهم الدروس
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	تأكيد معلومات
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	نقاشات مختلفة
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	طرح إشكاليات
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	إرسال الأعمال المطلوبة منك

3) هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في:

☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	نشر مواضيع لها علاقة بالدروس
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	البحث عن مساعدة
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	الرغبة في الحصول على معلومات جديدة دائما
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	متابعة نشاطات الثانوية
☐	أبدا	☐	نادرا	☐	أحيانا	☐	دائما	التعرّف على النتائج الفصلية