وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة قاصدي مرباح ورقلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الانسانية

تخصص: الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

من إعداد الطالبتين:

رقيبي صورية زعطوط نجاة

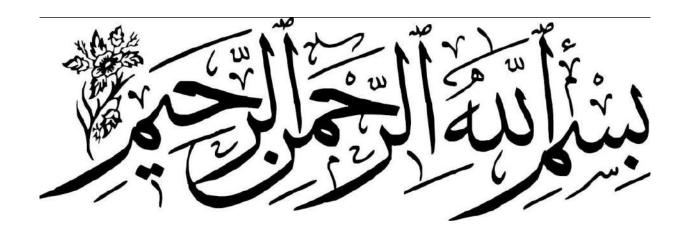
إستخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي و الإشباعات المحققة

دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة

نوقشت و اجيزت بتاريخ :2019/06/26 أمام اللجنة المكونة من السادة الأعضاء

رئيسا	مصطفى ثابت /جامعة قاصدي مرباح ورقلة	الأستاذ
مشرفا	يسعد زهية / جامعة قاصدي مرباح ورقلة	الأستاذة
مناقشا	ليليا بورندة / جامعة قاصدي مرباح ورقلة	الأستاذة

السنة الجامعية 2019/2018



النشهها م المناه

نشكر الله عز وجل كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه و نحمده حمدا كثيرا مباركا على توفيفه لنا في انجاز هذا العمل ، ونوجه خالص الشكر لاستاذتنا "يسعد زهية" التي خصتنا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة من خلال اشرافها ومساعدتنا على اتمام هاته المذكرة كما لا ننسى في شكرنا هذا الاساتذة الكرام ونخص بالذكر استاذ "قندوز عبد القادر" ، الاستاذ

زياني غوتي ،الاستاذ قانة مسعود

وكل من ساعدنا على اتمام هذه المذكرة

واوجه خالص شكري الى الولدين <mark>والى كل افراد العائلة</mark>





الإختياا

الحمد لله الذي هدانا لهذا وماكنا لنهتدي لولا ان هدانا الله وصلي وسلم على المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم

اهدي عملي هذا الى من اوصانا الله بهم الوالدين الكرمين الى من اعطتني الحب والحنان وعلمتني العطاء التي حملتني وهنا على وهن وراتني اخطو الخطوات الاولى في حياتي الى امي الحبيبة اطال الله في عمرها

الى من كان سندا وعونا الى من زرع في نفسي حب العلم فصار عنوان نجاحي الى من احبه زوجي الغالي يحي مسعودي

الى اجمل هديه هداني الله اياها ابنتي العزيزة لجين

الي اختي حفصة حفظها الله والى توأم روحي وحبيبتي الغالية صديقتي ورفيقة دربي خولة خنوس والى كل زميلاتي وزملائي في الدفعة والى كل اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة والكشف عن مدى وكيفية الاستخدام وركزت هذه الدراسة على كيفية استخدام الطالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي من ثم البحث عن عادات وانماط ودوافع استخدام المبحوثات والاشباعات المحققة من ذلك

كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لوصف والتحليل الظاهرة واستخدمن اداة الملاحظة كاداة ثانوية واداة الاستبيان كاداة اساسية لجمع البيانات من المبحوثات حيث تم تطبيق البحث في جامعة قاصدي مرباح ورقلة على عينة مكونة من مائة طالبة بشكل عشوائي

وقد توصلت هذه الدراسة الى ان مانسبته 66% من المبحوثات لايستطعن الاستغناء على مواقع التواصل الاجتماعي ، وان الدوافع المتمثلة في معرفة الاحداث والتطورات والوصول الى المواد المتاحة ومشهادتها ومعرفة اصدقاء والتعرف عليهم والتعرف على انماط جديدة مختلفة ، والاطلاع على اخبار الجامعة والتزود بمعلومات حول الدراسة والاستفادة من الاخرين هي التي دفعت المبحوثات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

كما كشفت الدراسة ان الاشباعات المتمثلة في اشبع لدي حب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتي اليومية وجعلتني اشعر بثقة اكبر في ذاتي و جعلتني اعطي رايي حول القضايا والاحداث التي تدور من حولي ،وخلقت لدي روح الفضول وجعلتني على اتصال بزملاء الدراسة هي اكثر الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام

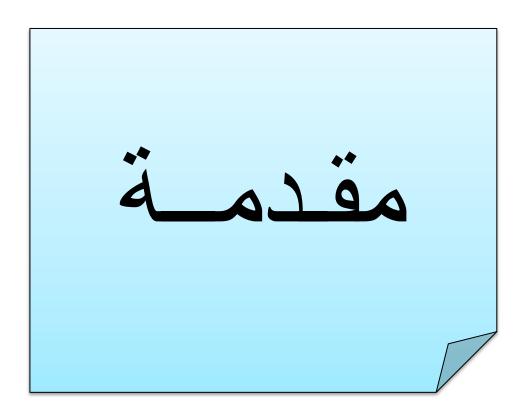
كما كشفت الدراسة اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في ابقاء الافراد على اتصال مع بعضهم البعض

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي ، المرأة الجزائرية ، الاستخدامات و الاشباعات ، الطلبات ، استخدام . Study Summary:

The aim of this study is to identify the use of female students at the University of Qasidi, Marbah and Arqla, and to reveal how and how to use them

This study focused on how the students used the University of Qasidi and the social networking sites and then look for the habits, patterns and motives of the use of the respondents and the innovations realized by that The study was based on the descriptive method of describing and analyzing the phenomenon and used the observation tool as a secondary tool and the questionnaire as a basic tool for collecting data from the subjects. The research was carried out at the University of Qasidi, The study found that 66% of the respondents were unable to dispense with the social networking sites, and the motives of knowing the events and developments, access to the available materials, testing them, knowing friends, learning about them and learning new patterns. It was the others who pushed the respondents to use social networking sites The study also revealed that the saturation of the saturation of the desire to enjoy everything new about my daily life and made me feel more confident in myself and made me give my opinion about the issues and events that revolve around me, and created the spirit of curiosity and made me contact with colleagues study is the most satisfying of this the use The study also revealed the importance of social networking sites in keeping individuals in touch with one another

Keywords: social networking sites, Algerian women, uses and expectations, applications, use.



المقدمة

يعرف العصر الحالي بعصر الوسائط الجديدة حيث اصبحت تعيش عصر جديد يتميز بالتحول الكبير في هذا القطاع الضخم (الوسائط الجديدة) والتي احدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال كما شهدت استخدمات الانترنت ، لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك ،،اليوتيوب ،الانستجرام ، التيويتر،،،) اقبالا متزايد او طلبا من قبل شرائح المجتمع المختلفة خصوصا في بلدان منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا خلال عام 2011

والذي عرف بعام الربيع العربي ، الذي شهد مسيرات واحتجاجات وتوترات وثورات شعبية في عدد من بلدان منطلقة ابتداء من تونس فمصر وليبيا واليمن وسوريا ، الامر الذي عزز زيادة استخدام الانترنت ، لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي ، وذلك بدافع متابعة الاخبار والتطورات المتلاحقة في المنطقة

ويشير مفهموم التفاعل الاجتماعي الى تلك العمليات الادراكية و المشاعرية والسلوكية التي تتم بين الاطراف المتصلة ، بحيث تتبادل هذه الاطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمانيا ومكانيا ، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الاخر

كما ان الشبكات الاجتماعية وهي مختلفة عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت يتواصل من خلالها الملايين من البشر ، و الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة ، حيث تتيح هذه الشبكات مستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيدو و وانشاء المدونات وارسال الرسائل واجراء محادثات الفورية فيما بينهم ،

ويعود السبب في تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية . الا انها تتيح التواصل مع الاصدقاء والزملاء ، وتقوية الروابط بين اعضائها عبر الانترنت حيث استخدمتها جميع شرائح المجتمع بما فيها النساء ونقصد هنا طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة من خلال انشاء صفحات لهن على مواقع التواصل الاجتماعي وتبني بعض القضايا الاجتماعية التي تقع في صلب اهتمامتهم ولهذا تم التركيز على هذه الشريحة وعلى ضوء الخدمات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في ربط العلاقات الاجتماعية عبر مختلف المواقع فاننا سنحاول من خلال دراستنا هذه تسليط الضوء على كيفية ومدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للدراسة قمنا بتجزئة دراستنا الى قسمين هما القسم المنهجي والقسم التطبيقي للدراسة.

حيث يحتوي الفصل الاول الذي يحمل عنوان الاطار المنهجي للدراسة على اشكالية الدراسة وتساؤلاتها وكدا الفرضيات والاهداف والاهمية ثم اسباب اختيار الموضوع ومصطلحات الدراسة ومنهجها ومجتمع البحث وعينة الدراسة ثم ادوات جمع البيانات والدراسات السابقة والتقارب النظري للدراسة الدراسة الما بالنسبة للفصل الثاني الذي يتمثل في الدراسة التطبيقية يحتوي على تمهيد مع مجالات الدراسة

اما بالنسبة للفصل الثاني الذي يتمثل في الدراسة التطبيقية يحتوي على تمهيد مع مجالات الدراسة وعرض وتحليل الدراسة التطبيقية ثم استتتاجات الدراسة والخاتمة

الفصل الأول

الجانب المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- اشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة:
 - 4- أهداف الدراسة:
 - 5- اهمية الدراسة:
- 6- أسباب اختيار الموضوع:
 - 7- مفاهيم الدراسة
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:
 - 9- منهج الدراسة:
 - 10- أدوات جمع البيانات:
 - 11- الدراسات السابقة
 - 12- المقاربة النظرية

1-الإشكالية

أصبحت شبكة الانترنت واقعا ملموسا فرض نفسه في عصر اتسم بالسرعة في توفير المعلومة على جميع الأصعدة حيث إنها تحتوي خزانا كبيرا وهاما من المعلومات يصل إلى عشرات المليارات من صفحات الانترنت والى عدد لامحدود من المتصفحين كما إن سهولة الوصول إلى هذه المعلومات و مجانيتها وسهولة تصنيف وحفظ البيانات من خلالها أدت إلى الاطمئنان الكبير على عدم تلفها أو ضياعها أو تأثرها بالعوامل والمؤثرات الفيزيقية والفترة الزمنية وتعد تقنية شبكة الانترنت إعجازا في قاموس معجزات البشرية المعاصرة من خلال متقدمة من خدمات في مجال العلم بكافة أطره ضف إلى ذلك تمكين البشرية من التواصل وتبادل الخبرات والمعارف وتقديم الأفضل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد بشكل أساسي على وجود الانترنت وتستعمل لتسهيل تبادل الأفكار والمعلومات كما توفر العديد من الخدمات والمزايا للمستخدمين لتحقيق رغباتهم ومن هذا نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت ثورة في عالم التواصل بكافة أنواعه وأضحت ميدانا تفاعليا خصبا تتنوع فيه الآراء والمعلومات والمعارف والأخبار ضف إلى ذلك مساهمتها الفعالة في طرح ومناقشة الكثير من المواضيع التي تهتم بكافة شرائح المجتمع وخاصة النساء بما فيه الطالبات الذين وجدنا في هاته المواقع مثل الفاسبوك و لانستجرام السناب شات اليوتيوب وغيريها فضاء افتراضيا مميزا لمعالجة القضايا التي تتصل بانشغالاتهم بإضافة إلى البحث ما يشبع حاجاتهم ويحقق رغباتهم المتنوعة التي تعتمد عليها المراءة باعتبارها من أهم فئات المجتمع التي تتصل بكافة مواضيع المواقع التواصل الاجتماعي اعتمادا يوميا وملفتا للنظر في الأواني الأخيرة خاصة في كنف إتاحة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها على جعل مختلف النساء الجزائريات بما فيه طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة الذين تعلقنا بشكل كبير بهذه المواقع نظرا للخدمات المتعددة التي أتيحت لهم والمتعلقة بالدرجة الأولى بإشباع حاجتهم وتحقيق رغباتهم وتزويدهم بكل ما هو جديد من خلال استخدامهم لهذه المواقع.

وهذا ما قادنا إلى طرح التساؤل التالي:

ما مدى إستخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي وماهي الاشباعات المحققة ؟

2- تساؤلات الدراسة

- 1- ماهي عادات وانماط إستخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - 2- ماهي دوافع إستخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 3- ماهي الاشباعات المحققة من إستخدام الطالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

3- فرضيات الدراسة:

- 1- تستخدم طلبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة مواقع التواصل الاجتماعي دائما و بشكل كبير
- 2- تحصل طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة على مختلف المعلومات حول الجامعة والحياة العامة من خلال استخدمهن لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- هناك حاجات وجدانية و معرفية و اجتماعية تدفع الطلبات الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

4- أهداف الدراسة:

هناك مجموعة من الاهداف نصبوا من اجل تحقيقها تتمثل فيما يلي:

- 1- معرفة عادات وأنماط استخدام طلبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - 2- معرفة دوافع استخدام طلبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة الاشباعات المحققة من خلال استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي .

5- اهمية الدراسة:

- يمهد هذا الموضوع الطريق الى اجراء عدد من الدراسات التي تتاولت الموضوعات المماثلة لهذا الموضوع بصورة شاملة ، والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة ، بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي .

- القاء الضوء على ضرورة الاستخدام وتوظيف الامكانات الضخمة لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق رغبات و اشباعات المراءة الجزائرية بصفة عامة وطالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة بصفة خاصة

6- أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب مراحل اختيار البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحثه يساهم في إثراء المجال المعرفي ، وهناك مجموعة من الأسباب دفعتنا للخوض في هذا الموضوع وهي :

-الأسباب الذاتية:

- محاولة التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطالبات.

_الرغبة في معرفة الاشباعات المحققة من استخدام المواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات جامعة قاصدى مرباح ورقلة.

-الأسباب الموضوعية:

- يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية والجزائرية خصوصا التي تدرس الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عند المرأة بشكل خاص.
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين الطالبات في جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

7- تحديد مفاهيم الدراسة:

ان ابرز الدوافع لتحديد مفاهيم اي دراسة هو اختلاف الدارسين حول تحديد اغلبية المفاهيم كل حسب تخصصه, لذلك فان ضبط بعض المصطلحات والمفاهيم الواردة في عنوان الدراسة ضروري لدفع الالتباس الذي قد يحدث مع غيرها من المفاهيم المتشابهة, ونتطرق في هذه الدراسة الى تعريف المفاهيم التالية:

الاستخدام:

لغة: في لغة الانجليزية استخدم الرجل غيره ،استخدمه، استخدامنا

61 موس عام ، (عربي – إنجليزي) ، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005 ، ص 1

اصطلاحا: مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والاشياء التقنية ؟ فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام ، حيث يشير الباحث عبد الوهاب بوخنوفة الى ان مفهوم الاستخدام يقتضي الوصول أولا الى التقنية او الوسيلة بمعنى ان تكون متوفرة ماديا. 1

إجرائيا: نقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية التصفح التي تقوم بها الطالبات في مواقع التواصل الاجتماعي وعادات وأنماط هذا التصفح.

الإشباع:

لغة: اشباع (مفرد) مصدر اشبع . (عر) حركة الحرف الذي بين الف التأسيس وحرف الروي ككسرة التاء في : قاتل . (نح) اطالة الحركة حتى يتولد منها حرف مد. اشباع السائل : (كم) ان يذاب فيه كل ما يمكن ان يذيبه هذا السائل من جسم صلب او غاز .²

اصطلاحا: يعرف الباحث منير حجاب الإشباع بأنه إرضاء رغبة او بلوغ هدف ،أو خفض دافع، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التتبيه والتخلص من التوتر .

إجرائيا: هي تحقيق وتلبية حاجيات طالبات جامعة قاصدي مرباح من خلال استخدمهن لمواقع التواصل الاجتماعي .

التواصل الاجتماعى:

لغة: هو مشتق الفعل تواصل يحمل معنى التلطف والتوصل والتوسل والتقرب في الوصول إلى الشئ أو التواصل ضد التصادم ،والتواصل الاجتماعي هو الاتصال والتفاعل الاجتماعي الذي تفرضه العلاقات الاجتماعية الإنسانية ،حيث يحصل هناك كل أنواع الاحتكاك والتواصل الاجتماعي . وهذا ما تدعو له الأغراض الحياتية و المعيشة للفرد والجماعة في مجال الحياة العامة .التعليم ...3

اصطلاحا: يعرفها زاهر راضي بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها .4

8

حسين شفيق، نظريات الإعلام، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع ،د ط 2014، ص 186

² قاموس معاجم اللغة، (عربي – عربي) .

³ صوريًا ولهة مليب عيسي، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج ماستر، جامعة مسيلة، 2011-2012، ص 12

⁴ راضى زاهر، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان 2003، ص 23

كما تعرفها هبة محمد خليفة بأنها صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شانها إن تساعد على تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية ،الفيديو ،الدردشة.

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة: حسب قاموس اكسفورد: وهو موقع مخصص لتطبيقات الآخرى التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصورالخ 1

اصطلاحا: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بأنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات او جمعه مع اصدقاء الجامعة او الثانوية .

ايضا هي صفحات الويب التي يمكن ان تسهل التفاعل النشط بين الاعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف الى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شانها ان تساعد على التفاعل بين الاعضاء ببعضهم البعض ويمكن ان تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة ، تبادل الملفات ، مجموعة النقاش ، البريد الالكتروني ، المدونات .)²

اجرائيا: مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة هدفها التثقيف والاحاطة بالمعلومات التي تخاطب عقول الافراد عامة والنساء خاصة ، لترفع مستواهم وتدفعهم الى العمل من اجل المصلحة العامة ، وهذه المواقع اليوم هي لنقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية وسلوكية بطريقة معينة وجديدة ، اذا هي مواقع اجتماعية تفاعلية مكنت مستخدميها من تحقيق اشباعاتهم وتلبية رغباتهم .

الطالبات:

ونقصد بها طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يسعى الباحث دائما في هذا النوع من الدراسات الى وضع حدود لدراسة الميدانية والتي غالبا ما تشمل عناصر تعتبر ركيزة اساسية في بحثه ، كما ان اختيار العينة له دور كبير في نجاح ودقة البحث وعليه يجب ان يكون مجتمع البحث متجانس ويخدم اغراض واهداف الدراسة ،3

² وائل مبارك، خضر فظل الله ، أثر الفايس بوك على المجتمع ، المكتبة الوطنية، السودان، 2012،ص 07

9

[.] oxford dictionnaires قاموس أكسفورد 1

 $^{^{8}}$ عليا شكري و اخرون ، قرآة معاصرة في الاعلام الاجتماعي ، دار الكتاب النشر و التوزيع ن القاهرة ، 1975 ، ص 206 .

كما ان اختيار العينة يحدد من طرف موضوع البحث في حد ذاته ، فنجد موريس انجرس يعرف العينة على انها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث 1

ويقصد ايضا بمجتمع البحث او الدراسة جميع مفردات او وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكون من سكان مدينة او مجموعة من الافراد في منطقة ما.²

يتمثل مجتمع البحث الذي سنقوم بدراسته طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة ونظرا لاقتصار عينتينا على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لطالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، فقد قمنا باختيار العينة القصدية او العمدية حيث يعرف هذا النوع من العينات كما يلى :

هي العينة التي تختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف البحث ، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات العينة التي تختار عن عمد مما يتناسب مع تحقيق هدف الباحث ، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم ، وتستبعد المفردات التي تتوفر فيها هذه السمات.

وتعرف أيضا العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تكون معنية ومقصودة لاعتقاده أنها ممثلة للمجتمع الأصلى تمثيلا صحيحا .⁴

وعليه قمنا باختيار 100طالبة من جامعة قاصدي مرباح ورقلة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

9- منهج الدراسة:

يعرف المنهج كمايلي هو عبارة عن جملة من الخطوات التي يجب على الباحث اتباعها في اطار التزامات بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول الى نتيجة مسطرة

استخدمنا المنهج الوصفي لاقترابه من طبيعة الدراسات الوصفية فهو من أكثر المواضيع الملائمة لموضوع هذا البحث لأنه يعتمد على الوصف والتحليل و التفسير الذي عن طريقه يمكن الوصول إلى معرفة الاشباعات المحققة من استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن عادات وأنماط استخدام هذه المواقع خلال تحليل استمارة الاستبيان .5

_

¹ انجرس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة مصطفى الاشرف و اخرون ، دار القصبة للنشر ، 2004 ، ص 98 . ² النعيمي و اخرون ، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الاردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الاردنية ، رسالة ماجستير ، الاردن ،

³راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1995، ص 133 ⁴ رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، عين مليلة ، الجزائر، 2007،

⁵ مصطفى السيد أحمد، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط 2، دار الفلاح للطباعة والنشر، العين، 2003، ص 65

الجانب المنهجي الفصل الأول

وتعرف كذلك الدراسات الوصفية بأنها تستهدف وصف الأحداث و الأشخاص و المعتقدات والقيم والأهداف وتفصيل الاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة و تهتم بماضيي الظواهر و حاضرها و مستقبلها 1

وبهذا بان بحثنا يندرج في أيطار البحوث الوصفية والتي تهتم بوصف الظاهرة أو الواقعة وصف دقيق وشامل لاستخلاص النتائج ، من اجل الوصول إلى تعميمات لاستفادة منه ا في المستقبل.

10- أدوات جمع البيانات:

اما فيما يخص ادوات جمع البيانات والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على الملاحظة كاداة جزئية والاستبيان كاداة رئسية وتم الاعتماد على هذه الادوات هذه الادوات باعتبارها اكثر ادوات التي تسمح بجمع المعلومات عن المبحوثين بشكل معمق.

الملاحظة:وتعتبر احدى ادوات جمع البيانات وتستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية او المكتبية ، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة او المقابلة او وثائق او سجلات ادارية ، ويمكن للباحث بتبويب الملاحظة 2 . وتسجيل ما يلاحظه الباحث من المبحوث سواء كان كلاما او سلوكنا

ولتدعيم نتائج بحثنا قمنا باسخدام الملاحظة في دراستنا من خلال استخدام طالبات للمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام من خلال طريقة اجابتهم على اسئلة الاستبيان.

الاستبيان: يستخدم الباحث بعض الأدوات والوسائل لجمع البيانات والمعلومات اللازمة لبحثه ، بحيث اعتمدنا في دراستنا هذه على الاستبيان الذي يستخدم لجمع البيانات ، ويعد أداة الأساسية وملائمة للحصول على حقائق أو معلومات أو بيانات مرتبطة بحالة معينة أو مشكلة وهو مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتتوعة والمرتبطة يبعضها البعض الأخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف المراد الوصول إليها.

ولقد تم استخدام استمارة ميدانية (الاستبيان) كأداة لجمع البيانات للدراسة حيث يمثل هذا الاستبيان احد الاساليب الاساسية التي تستخدم لجمع البيانات الأساسية وذلك لتقديم حقائق وأفكار معينة في أيطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها.

مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي الإعداد الرسائل الجامعية ، ط1 ، مؤسسة الوراق ، الاردن ، 2000 ، ص126 .

² زرواتي رشيد ، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ن دار هوما ، 2004 ، ص 155 . محمد الجراح محمود، أصول البحث، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص 19

صدق وثبات الاستمارة:

صدق الاستمارة يعنى التأكد من انها سوف تقيس ما اعدت لقياسه

كما يقصد بالصدق شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب ان تدخل في التحليل من ناحية وضوح فقراتها و مفرداتها من ناحية الثانية ، بحيث تكون مفهومة لكل من مستخدميها وقد تم تأكيد من صدق الاستمارة عن طريق الصدق الظاهري لأداة صدق المحكمين .1

حيث قمنا بعرض الاستمارة بصورتها الاولية على مجموعة من المحكمين كل من الاستاذ الغوتي المحاضر ب, والاستاذ بن مولاي بدر الدين المحاضر ب، والاستاذ قندوز عبد القادر المحاضر ب تألفت من ثلاثة اعضاء الهيئة التدريسية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة تخصص اعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية.

وقد طلبنا من المحكمين ايداء ارائهم في مدى ملائمة العبارات للقياس ومدى وضوح هذه العبارات ومدى مناسبة كل عبارة بالمحور الذي تتمي اليه ومدى كفاءة العبارات لتغطية كل محور من المحاور لمتغيرات الدراسة

وبعد هذا التعديل قمنا بتوزيع الاستمارة مباشرة على المبحوثين وعددها مئة (100) استمارة ولتحقيق اهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجمعيها فقد قمنا باستخدام الاساليب الاحصائية المناسبة وهي برنامج spss اذ تم استخراج الجداول البسيطة والدوائر النسبية والتعليق عليها والحصول على نتائج الدراسة

وتعرف استمارة البحث ايضا بانها نموذج مجموعة من الاسئلة التي توجه للأفراد بهدف الحصول على البيانات اللازمة للبحث ،من خلال مجموعة من الاسئلة يطلب من المبحوث الاجابة عنها، سواء كانت الاجابة بمساعدة الباحث او بمعرفة المبحوث وحده²

وقد قسمت الاستمارة الى اربعة محاور وكل محور يتضمن مجموعة من الاسئلة:

المحور الاول: خصصناه للبيانات الشخصية

المحور الثاني :خصص لعادات وإنماط استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة للمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: خصص بدوافع استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة للمواقع التواصل الاجتماعي

 1 عنات دوفان ، و عدس عبد الرحمان ، و عبد الخالق الكايد ، البحث العلمي مفهومه ، ادواته ، أساليبه ، عمان ، دار الفكر ، 2008 ، ص 97 . الأساتذة المحكمين هم استاذ الغوتي و استاذ عبد القادر قندوز و استاذ بدر الدين بن مولاي بجامعة قاصدي مرباح قسم العلوم الاعلام و الاتصال

_

² عبد الرزاق جبلي و اخرون ، مُناهج البحث الاجتماعي ، ط1 ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2007 ، ص 44 .

المحور الرابع: خصص للإشباعات المحققة من استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة للمواقع التواصل الاجتماعي.

11 - الدراسات السابقة

- الدراسة الأولى:

دراسة أمال حجاج بعنوان: استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيس بوك .

اذ تتمحور اشكالية الدراسة في واقع استخدام النساء الماكثات بالبيت للفايسبوك في منطقة بني ثور ورقلة ، وقامت الباحثة بتوزيع الاستبيان على عينة من نساء بني ثور الماكثات بالبيت ،حيث احتوى الاستبيان على ثلاثة محاور تتضمن مجموعة من الاسئلة توضح انماط وعادات استخدام النساء الماكثات بالبيت للفايسبوك وماهي الدوافع التي دفعت النساء الماكثات بالبيت لاستخدام الفايسبوك والإشباعات المحققة من هذا الاستخدام وقد توصلت هذه الدراسة إلى إن ما نسبته 71% من المحور الثاني الأكثر استخدام لموقع الفايسبوك ،وإن الدوافع المتمثلة في اتصال مع الأصدقاء القدامي والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ وزيادة الاطلاع على الأحداث والتطورات المحلية والدولية هي التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفايسبوك كما كشفت الدراسة أن الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام هو الاستمتاع بالاتصال مع الأصدقاء القدامي وأفراد العائلة ساعد على ملئ أوقات الفراغ كما كشفت الدراسة أهمية موقع الفايسبوك في إبقاء الأفراد على اتصال مع بعضهم البعض إن كل عمل علمي يجب أن يكون قد سبقه جهودا أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء كانت ميدانية أو مكتبية أو علمية ،فهذه الدراسات تساعد الباحثين في تكوين الهام حول وضع فروضهم الخاصة بظواهرهم التي سيدرسونها ولا تقتصر على الفروض فقط بل تتعداه إلى الإشكالية أو مناهج الدراسة ،المراجع . أ

- الدراسة الثانية:

السعيدي حنان و ضيف عائشة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي:

إذ تتمحور إشكالية الدراسة في هل للاستخدام موقع الفايسبوك تأثير على القيم لدى الطلبة الجامعين، قامت الباحثتان بتوزيع الاستبيان على ثلاثة محاور

- محور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك لدى الطلبة.

. 2016/2015 ، استخدام النساء الماكثات بالبيت للفيس بوك ، مذكرة تخرج ماستر ، جامعة ورقلة ، 2016/2015 .

1:

- المحور الثاني :القيم الشخصية : لان خدمات الانترنت تحمل قيم وسلوكيات وأفكار وعادات تختلف مع أفكارنا وتقاليدنا خاصة القيم الاجتماعية.

- المحور الثالث: علاقة الفيس بوك بالقيم لدى الطلبة الجامعين ، وتم الاعتماد فيه على مقياس ديكارت في محاولة لاكتشاف اثر استخدام الفيس بوك على القيم الاجتماعية .

وقد توصلت هذه الدراسة إلى اغلب المبحوثين من الذكور يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر ثلاثة سنوات مقارنة بالإناث ويبحرون فيه من ساعة إلى ساعتين ، كما يفضلون الفترة المسائية أثناء تصفحهم له ، وان اغلبهم يملكون حساب واحد ويفضلون خدمة نشر الأفكار والدردشة بالدرجة الأولى ، حيث يستخدم أفراد العينة موقع الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء إلى جانب تبادل الثقافات وتبرير النتائج أو المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون مع الموقع بنوع من الوعي ، كما يفضل أغلبية أفراد العينة . 1

الدراسة الثالثة:

على دخيل ومشاعل البشر بعنوان المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي:

إذ تتمحور إشكالية الدراسة: في مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على المجتمع السعودي ولمعرفة مدى تأثير هذه المواقع على الشباب السعودي قامت الباحثتين بتوزيع الاستبيان على 8 أسئلة متنوعة توضح إذ ما كانت الطالبات تستخدم هذه المواقع، وماهي الدوافع التي دفعتهم لتسجيل بالإضافة عن عدد الساعات التي يقتضيها في تصفح الشبكات الاجتماعية ورأيهم في مشاركة المراهقين، وكانت نتائج الدراسة كالتالى:

_ 86% من الطالبات مشاركات في احد المواقع الاجتماعية مقابل 14% غير مشاركات بالمواقع الاجتماعية.

_ من بين 86% من الطالبات المشتركات في الشبكة الاجتماعية مشتركات في الفايسبوك أما بالنسبة لدوافع الاستخدام 36% تستخدمن الفايسبوك لتمضية الوقت في حين 31% لتواصل مع الأهل والأصدقاء ، 18% لتكوين صدقات جديدة ،10% لأسباب تخص الدراسة و 5% لشهرة الموقع ومجارات العصر الحالي .2

رو على المرادة المرادة المواقع الاجتماعية و تأثريها على المجتمع السعودي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الامير سلطان أ. 2012/2012

السعيدي حنان ، الضيف عائشة ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اثره على القيم لدى الطالب الجامعي ، مذكرة تخرج ماستر ، جامعة أورقلة ، 2015/2014.

الفصل الأول الجانب المنهجى

مناقشة الدراسات السابقة:

: من خلال استعراض الدراسات السابقة اتضح لنا مايلي

اهتمت كل الدراسات السابقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي , ونجد ان هذه الدراسات ذات اهمية بالغة حيث ساعدتنا في صياغة التساؤلات الخاصة بدراستنا بحيث ان الدراسة الاولى تقترب اكثر الى دراستنا من حيث التساؤلات والفرضيات ومن حيث استخدام المراءة لمواقع التواصل الاجتماعي واقتربت كذلك في الشق المتعلق بالاشباعات المحققة اما بالنسة لدراستين الثانية والثالثة ساعدنا في دراسة الاستخدام بالنسبة لطالبات واقتربت كذلك في الشق المتعلق بدوافع الاستخدام وعادات وانماط هذا الاستخدام ضف الى ذلك انهم من البحوث الوصفية التي اعتمدت على القصد بالعينة والتي تقترب الى موضوع دراستنا وبهذا استفدنا كثيرا من هذه الدراسات.

10- المقاربة النظرية:

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

هي نظرية تهتم بدراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدافع معين لإشباع حاجات فردية معينة ، وقد أكد كاتر ، وهو احد رواد هذه النظرية إن استخدام وسائل الاتصال يتضح بصورة واضحة حينما نوجه اهتماماتنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور. وهنالك تعريف أخر: يرى أن نظرية الاستخدامات والاشباعات تهتم بوصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤشرات اجتماعية ونفسية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات.

يرى الباحث إن نظرية الاستخدامات والاشباعات هي الإطار النظري المناسب لموضوع هذه الدراسة ويوجد الكثير من المبررات لاستخدام هذه النظرية او هذا المدخل ، منها إن الافتراض الأولى للدراسة ، إن المواقع التواصل الاجتماعي ، هي في حقيقتها تشكل استخدامات يبحث عنها المشاهد فهو ينقل بين صفحته الكثير ، وبإمكانه تجنب استخدامه ، وكذلك فان مشاهد تلك المواقع . هي في الحقيقة تشكل نوعا من الاشباعات التي أثبتتها الكثير من الدراسات، فالإنسان بحاجة إلى إشباع حاجات كثيرة منها النفسية 1 . ومنها الترفيهية ومنها المعرفية ومنها الاجتماعية

وقد تأسس مدخلا لاستخدامات والاشباعات على يد الياهو كاتز الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري ، دراسة منظمة انطلاقا من ان تصرفات الأفراد في كافة النواحي المختلفة محكومة بما يتولد

أقرداش فاطمة، الإعلام العربي واستخداماته بين الجليات العربي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2005، ص 120

لديهم من احتياجات يسعون لإشباعها ، ويقوم الأفراد أنفسهم باختيار المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية . أ

فقد أكد كاتر على تأثير وسائل الأعلام محدود ، وذلك نظرا لان انتقائية تصرفات المتلقين تشكل عقبة ، وبالتالي لا يمكن لهذا التأثير أن يكون مباشرا نظرا أيضا لان عمليات النقل تتم على مراحل ، كما أن هذا 2 . التأثير يمكن أن يكون سريعا ، نظرا لان عملية ممارسته تستغرق وقتا

إن هذه النظرية تفترض بان إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة ، وقد لخص الياهو كانز هذا المدخل بالعناصر الخمسة التالية:

-1 إن المتلقى عنصر فعال ، إذ أن استخدام المتلقى لوسائل الأعلام يمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة -1التي يستشعرها

2-يرى هذا المدخل بان الناس مدينون لوسائل الأعلام حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير فيهم

3-كثيرا من البيانات حول أهداف استعمال وسائل الاتصال الجماهيري يمكن استنتاجه من معلومات نستمدها من الأفراد أنفسهم

4-وسائل الاعلام تنافس والمصادر الأخر لإرضاء الحاجات

5-إصدار أحكام القيمة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري (مثل التأثير على الثقافة للاتصال الجماهيري ، مثل التأثير على الثقافة الجماهيرية وتشكيل المعنى عند الجمهورالخ)، يجب ان تؤجل بينما تكون توجهات الجمهور هي موضوع الاستكشاف من خلال أنفسهم.

ويرى الباحث أن مدخل الاستخدامات والاشباعات هو الإطار النظري المناسب لهذه الدراسة ، ذلك ان اسئلة لدراسة ، وفرضياتها تقوم على افتراض إقبال الطالبات لاستخدام المواقع التواصل الاجتماعي .

¹Klapperjit, 2001, the effects of mess communication 2 end 6 lencocfree, p 20-32. ماتيلا ر أونماند و ميشيل ، نظريات الاتصال ، ترجمة خضور أديب، ط 1، دمشق، ص 2

الفصل الثاني الجانب التطبيقي

الجانب التطبيقي

در اسة تطبيقية لإستخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة

- 1- تمهید
- 2- مجالات الدراسة
- 3- عرض و تحليل الدراسة التطبيقية
 - 4- استنتاجات الدراسة
 - 5-خاتمة

الفصل الثاني الجانب التطبيقي

التمهيد:

بعد ما تم التطرق الى الجانب المنهجي من الدراسة سيتم في هذا الفصل التطرق الى الجانب التطبيقي ، اذ يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين وقد تم توبيب الاجابات بشكل جدوال تحمل 1 تكرارت ونسب مئوية تم التعليق عليها كما وكيف من اجل ايجاد تفسيرات ذات دلالات لاجوبة المبحوثين

^{. 429} محمد ، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية ، الرياض ، مكتبة العبكان ، 1995 ، ص 429 . 1

مجالات الدراسة:

تحتل حدود الدراسة مكانة كبيرة ضمن البحوث والدراسات العلمية وتعد ركيزة اساسية فيها, تمكن الباحث من معرفة وجهة والمكان المخصص لاجراء الدراسة وجميع الخصائص الموجودة ضمنه لذلك نجدها تتقسم الى 3 مجالات وهي:

المجال البشري :يشمل على الطالبات اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي 'حيث قدر عددهن ب 100 طالبة

المجال الزمانى:

زمن اجراء الدراسة هو الموسم الجامعي 2019_2018 فيث تم اجراء دراسة اولية وكانت ابتداء من 2014 المواقع 2019 الى غاية 2 فيفري , وتم فيها ملاحظة افراد العينة اي الطالبات نحو استخدام المواقع التواصل الاجتماعي , وبعد ذلك قمنا بضبط استمارة الاستبيان , وتم مجداد النزول الى الميدان وتمت عملية توزيع الاستبيانات على الطالبات خلال مدة دامت من10_04_2019لى غاية 11_05_020 المجال المكانى :

تمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في جامعة قاصدي مرباح بمنطقة ورقلة

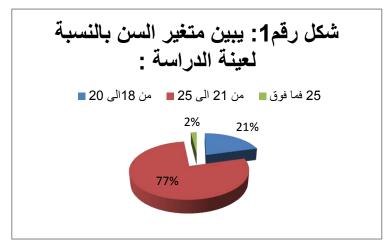
المجال الموضوعي:

يتمحور المجال الموضوعي لهذه الدراسة حول استخدام المراءة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة من ذلك .

عرض و تحليل الدراسة الميدانية

الجدول رقم1: يبين متغير السن في عينة الدراسة:

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 18الى 20	20	21،0
من 21 الى 25	78	79،0
فما فوق 25	2	، 20
المجموع	100	100،0

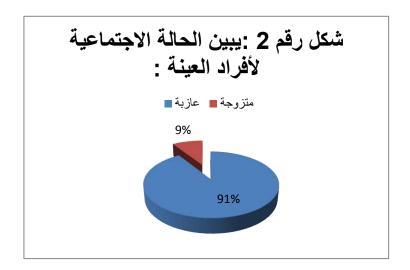


من خلال الجدول رقم 1 يتبين لنا ان الفئة العمرية (مافوق 21 الى 25) شكلت اعلى نسبة قدرت ب 78% اي بتكرار 78 مفردة ، وتليها فئة (من 18 الى 20) قدرت ب 20% اي بتكرار 21 مفردة في حين الفئة المتبقية هي(ما فوق 25) بلغت نسبتها 2%

ونستنتج ان الفئة الاكثر استخداما هي الفئة العمرية ما فوق 25 ويعود ذلك الى سن الرشد والبلوغ والوعي اكثر بحيث تكون هناك ساحة حرية اكثر وتعبير عن الراي .

الجدول رقم 2 : يبين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة :

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
عازبة	91	91،0
متزوجة	9	9.0
المجموع	100	100.0



من خلال الجدول رقم 2 يتبين لنا ان اكثر فئة هي العازبة حيث شكلت اعلى نسبة قدرت ب 91% اي بتكرار 91 مفردة ، وتليها فئة المتزوجة التي قدرت نسبتها ب 9% بتكرار 9 مفردة ونستنج ان الفئة الاكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي هي العازبة وهذا يعود الى الوقت الواسع لدى العازبة عكس المتزوجة .

الجدول رقم 3: يبين المستوى التعليمي الأفراد العينة:

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
أولى ليسانس	23	23,0
ثانية ليسانس	18	18,0
ثالثة ليسانس	21	21,0
أولى ماستر	32	32,0
تانية ماستر	5	5,0
دكتوراه	1	1,0
المجموع	100	100,0

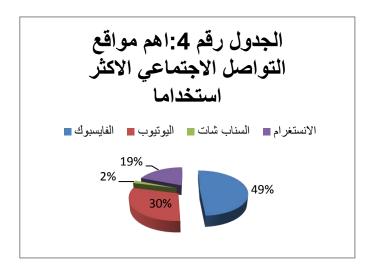


من خلال الجدول رقم 3 يتبين لنا ان اكثر فئة هي اولى ماستر بنسبة 32% بتكرار 32 مفردة ثم تليها فئة اولى ليسانس بنسبة 21% بتكرار 23 مفردة ثم تليها فئة ثالثة ليسانس بنسبة 21% بتكرار 21 مفردة ثم تليها فئة ثانية ماستر بنسبة 5% بتكرار 18 مفردة ثم تليها فئة ثانية ماستر بنسبة 5% بتكرار 5 مفردة في حين نجد فئة الدكتوراه اخر فئة بنسبة 1% بتكرار 1 مفردة

ومنه نستتج ان الطالبات اللواتي مستواهن التعليمي اولى ماستر تحصلن على اعلى نسبة من الاستخدام.

الجدول رقم 4: اهم مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما:

اهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمينها	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك	49	49,0
اليوتيوب	30	30,0
السناب شات	2	2,0
الانستغرام	19	19,0
المجموع	100	100,0

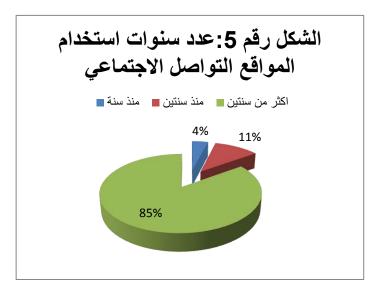


نلاحظ من خلال الجدول رقم 4 ان نسبة استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة يستعملن الفيس بوك وذلك بنسبة 40% اي بتكرار 49 مفردة ، وكذلك يستعملن اليوتيوب بنسبة 30% بتكرار 19 مفردة ، كما انهم يستعملن الانستجرام بنسبة 19% بتكرار 19 مفردة ، كما انهم يستعملن السنا بشات بنسبة 2% بتكرار 2 مفردة

ونستنتج من خلال هذا الجدول ان الطالبات تستخدمن الفايسبوك بشكل كبير ويرجع ذلك للاستخدام الاكبر بالنسبة لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك لكونه موقع مجاني وكذا يمكن للمستخدمين (طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة) الانظمام اليه بتوفر الانترنت.

جدول رقم 5:عدد سنوات استخدام المواقع التواصل الاجتماعي:

عدد سنوات استخدام المواقع التواصل	التكرار	النسبة المئوية
الاجتماعي		
منذ سنة	4	4,0
منذ سنتين	11	11,0
اكثر من سنتين	85	85,0
المجموع	100	100,0

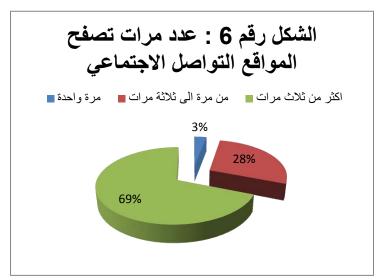


يتضح لنا من خلال الجدول رقم 5 اعلاه ان المبحوثات يستخدمن المواقع التواصل الاجتماعي اكثر من سنتين وذلك بنسبة 85% اي بتكرار 85 مفردة ، اما اللواتي يستخدمن منذ سنتين فقد كانت بنسبة 11% بتكرار 11 مفردة ، في حين ان بقية الطالبات يستخدمنه منذ سنة بنسبة 4% بتكرار 4 مفردة .

ونستنتج ان الطالبات يستخدمن المواقع التواصل الاجتماعي اكثر من سنتين وهذا بسبب الانتشار الواسع لهذه المواقع .

الجدول رقم 6: عدد مرات تصفح المواقع التواصل الاجتماعي:

عدد المرات تصفح مواقع التواصل	التكرار	النسبة المئوية
الاجتماعي		
مرة واحدة	3	3,0
من مرة الى ثلاثة مرات	28	28,0
اكثر من ثلاث مرات	69	69,0
المجموع	100	100,0

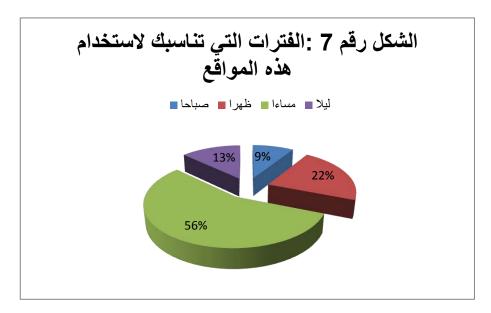


نلاحظ من خلال الجدول رقم 6 ان الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث مرات في اليوم بنسبة 69% ما يعادل 69 مفردة ، بينما اللواتي يستخدمن من مرة الى ثلاثة مرات في اليوم فقد قدرت ب 28% بتكرار 28 مفردة ' في حين ان اللواتي يستخدمن المواقع التواصل الاجتماعي مرة واحدة في اليوم بنسبة 3% بتكرار 3 مفردات

نستنج ان الطالبات اللواتي يستخدمن المواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث مرات في اليوم كانت الاكثر نسبة وذلك لعدم انشغلهن بامور اخرى واعطاء اغلبية الوقت لاستخدام هذه المواقع.

الجدول رقم 7 : الفترات التي تناسبك لاستخدام هذه المواقع :

الفترات التي تناسبك لاستخدام هذه المواقع	التكرار	النسبة
		المئوية
صباحا	9	9,0
ظهرا	22	22,0
مساءا	56	56,0
ليلا	13	13,0
المجموع	100	100,0

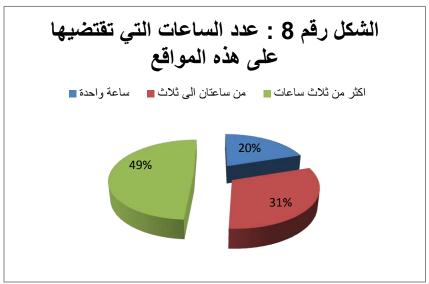


نلاحظ من خلال الجول رقم 7 ان اغلب الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في المساء حيث قدرت نسبتهن ب 56% اي بتكرار 56 مفردة ، في حين ان هناك بعض الطالبات يستخدمن هذه المواقع وقت الظهر وقد قدرت نسبتهن ب 22% اي بتكرار 22 مفردة ، وفيما يخص اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة اليلية فقد قدرت نسبتهن ب 13 % اي مايعادل ب 13 من تكرارت ، اما اقل نسبة هي اللواتي يستخدمن المواقع في الفترة الصباحية اي بنسبة 9% اي بتكرار 9 مفردة

نفسر مما سبق ان الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية وهذا راجع لعدم انشغالهن بشوؤن الدراسة او اخرى في هذه الفترة.

الجدول رقم 8: عدد الساعات التي تقتضيها على هذه المواقع:

عدد الساعات التي تقتضيها على هذه	التكرار	النسبة المئوية
المواقع		
ساعة واحدة	20	20,0
من ساعتان الى ثلاث	31	31,0
اكثر من ثلاث ساعات	49	49,0
المجموع	100	100,0

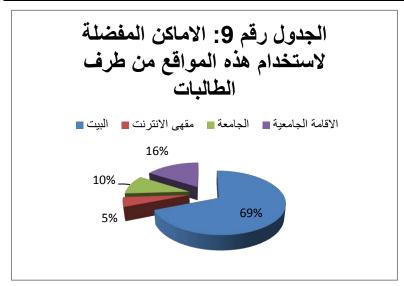


نلاحظ من خلال جدول رقم 8 ان المدة الزمنية التي تقتضيها الطالبات لاستخدمهن لمواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث ساعات حيث بلغت هذه الاخيرة بنسبة 49% اي بتكرار 49 مفردة بينما ان نسبة 31 % اي مايعادل 31 مفردة من ساعتان الى ثلاث استخدام في حين ان نسبة 20% بتكرار 20 مفردة يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي ساعة واحدة فقط

نستنتج مما سبق ان الطالبات تستخدمن مواقع تواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث ساعات وذلك يعود ان هذه المواقع تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه.

الجدول رقم 9: الاماكن المفضلة لاستخدام هذه المواقع من طرف الطالبات:

الاماكن المفضلة لاستخدام هذه	التكرار	النسبة
المواقع من طرف الطالبات		المئوية
البيت	69	69,0
مقهى الانترنت	5	5,0
الجامعة	10	10,0
الاقامة الجامعية	16	16,0
المجموع	100	100,0

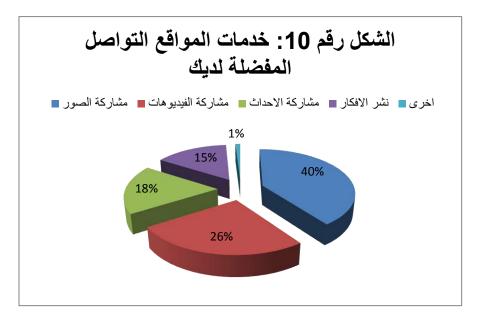


نلاحظ من خلال الجدول رقم 9 ان معظم الطالبات يفضلن البيت لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 60% اي بتكرار 69 مفردة في حين نرى مانسبته 16% بتكرار 16 مفردة من طالبات يتصفحن هذه المواقع في الاقامة الجامعية وتليها نسبة الطالبات الذين يتصفحن هذه المواقع بالجامعة بنسبة 10 % بتكرار 10 مفردة وتليها اخر نسبة 5% اي بتكرار 5 مفردة من الطالبات اللواتي يتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي بمقهي الانترنت

ونستنتج ان الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بالبيت اكثر كمكان مناسب للتصفح باعتباره اكثر مكان تتوفر فيه الانترنت .

الجدول رقم 10: خدمات المواقع التواصل المفضلة لديك:

خدمات المواقع التواصل المفضلة لديك	التكرار	النسبة المئوية
مشاركة الصور	40	40,0
مشاركة الفيديوهات	26	26,0
مشاركة الاحداث	18	18,0
نشر الافكار	15	15,0
اخرى	1	1,0
المجموع	100	100,0

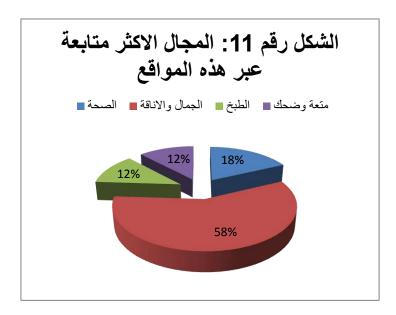


نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 ان ما نسبته 40 % اي مايعادل 40 تكرار من المبحوثات تفضلن تفضلن مشاركة الصور ، بينما نسبة 26% من المبحوثات اي مايعادل 26 من تكرار منهن تفضلن مشاركة الفيديوهات ، في حين ان نسبة 18% اي مايعادل 18 من مفردات العينة تفضلن مشاركة الاحداث ، الا ان مانسبته 15% بتكرار 15مفردة من المبحوثات تفضلن نشر الاخبار وبنسبة 11% من تكرار 1 مفردة تفضلن خدمات اخرى

نستنتج من كل هذا ان المبحوثات يفضلن مشاركة الصور كاكثر خدمة مفضلة لديهم وذلك مايتناسب مع اعمالهن اليومية وحياتهن الدراسية .

الجدول رقم 11: المجال الاكثر متابعة عبر هذه المواقع:

المجال الاكثر متابعة عبر هذه المواقع	التكرار	النسبة المئوية
الصحة	18	18,0
الجمال والاناقة	58	58,0
الطبخ	12	12,0
متعة وضحك	12	12,0
المجموع	100	100,0

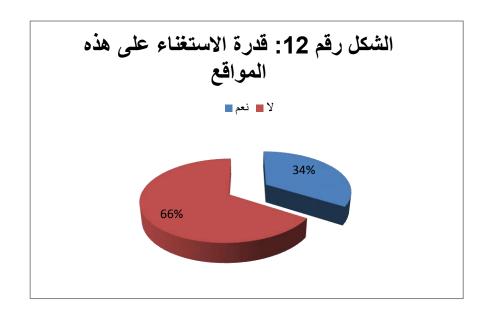


نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 ان اغلب الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة مجال الجمال والاناقة بنسبة 58% بتكرار 58 مفردة ، في حين هناك بعض الطالبات يتابعن مجال الصحة بنسبة 18 % بتكرار 18 مفردة ويتبين لنا ان هناك تساوي مابين الطالبات اللواتي يتابعن مجال الطبخ بحيث بلغت نسبتهن ب 12% بتكرار 12 مفردة وكذلك اللواتي يتابعن مجال الضحك والمتعة بنسبة 12% اي بتكرار 12 مفردة

ومن هذا نستنتج ان اكثر فئة من الطالبات يتابعن مجال الجمال والاناقة كاكثر مجال مهم بالنسبة اليهم خلال تصفحهن لمواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 12:قدرة الاستغناء على هذه المواقع:

قدرة الاستغناء على هذه المواقع	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	34,0
У	66	66,0
المجموع	100	100,0

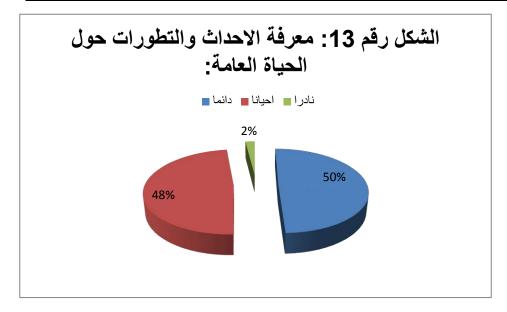


نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 ان ما نسبته 66% بتكرار 66 مفردة من طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لا يستطعن الاستغناء على مواقع التواصل الاجتماعي وتليها نسبة 34% بتكرار 34 مفردة من الطالبات اللواتي يستطعن الاستغناء على هذه المواقع

ومنه نستنتج ان معظم الطالبات لا يستطعن الاستغناء على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يعود الى ماتوفره هذه المواقع للطالبات .

جدول رقم 13: معرفة الاحداث والتطورات حول الحياة العامة:

معرفة الاحداث والتطورات حول الحياة العامة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	49	49,0
احيانا	48	48,0
نادرا	2	2,0
المجموع	100	100,0

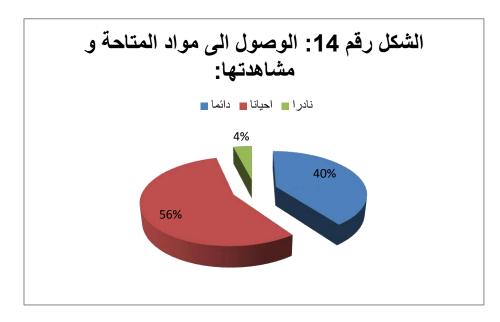


نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 ان المواقع التواصل الاجتماعي تزيد معرفة للاحداث والتطورات حول الحياة العامة وكانت الاجابة بدائما وذلك بنسبة 49% ثم تليها احيانا وذلك بنسبة 48% وفي الاخير كانت الاجابة بنادرا بنسبة 3%

وهذا ميدل على اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في امداد المبحوثات باهم الاحداث وكيف تساهم في اكساب المبحوثات لمعرفة التطورات واهم الاحداث حول حياتهن العامة.

الجدول رقم 14: الوصول الى مواد المتاحة و مشاهدتها:

الوصول الى مواد المتاحة و مشاهدتها	التكرار	النسبة المئوية
دائما	40	40,0
احيانا	56	56,0
نادرا	4	4,0
المجموع	100	100,0

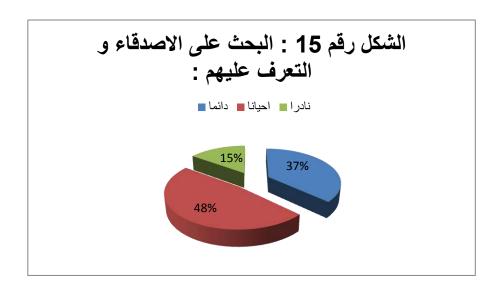


نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 اعلاه انه احيانا ما تستطعن المبحوثات الوصول الى المواد المتاحة ومشاهدتها وذلك بنسبة 56% اي بتكرار 56 مفردة ، اما اللواتي يستطعن دائما الوصول الى المواد المتاحة بنسبة 40% اي بتكرار 40 مفردة ، في خين نادرا ماتصلن المبحوثات الى المواد المتاحة ومشاهدتها بنسبة 44% بتكرار 4 مفردة

ونستنتج انه احيانا ماتصلن المبحوثات الى المواد المتاحة ومشاهدتها وذلك بسبب تنوع افكار البشر.

الجدول رقم 15: البحث على الاصدقاء و التعرف عليهم:

البحث على الاصدقاء و التعرف عليهم	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	37	37,0
احيانا	48	48,0
نادرا	15	15,0
المجموع	100	100,0



نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 ان نسبة المبحوثات اللواتي قلن انهنا حيانا ما يبحثن على اصدقاء وتعرف عليهم بنسبة 48% اما اللواتي قلن بانهن دائما ما يبحثن على معرفة اصدقاء وتعرف عليهم بنسبة 15 % عليهم كانت نسبتهن 37% اما اللواتي نادرا ما يبحثن على معرفة الاصدقاء وتعرف عليهم بنسبة 15 % نستنتج من هذا ان ليس للمبحوثات رغبة في البحث ومعرفة اصدقاء والتعرف عليهم .

جدول رقم 16: التعرف على نمط جديد

التعرف على نمط جديد	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	23	23,0
احيانا	56	56,0
نادرا	21	21,0
المجموع	100	100,0

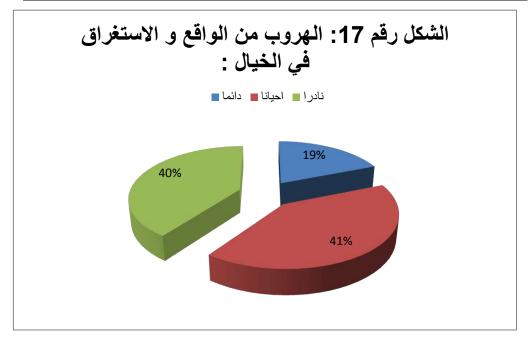


يتضح لنا من خلال الجدول رقم 16 ان احيانا ما تتعرف المبحوثات على نمط جديد ومختلف وذلك بنسبة 56% اي بتكرار 56 مفردة ' ثم تليها ما نسبة اللواتي يقلن بانهن دائما مايتعرفن على نمط جديد ومختلف وذلك بنسبة 23% اي بتكرار 23 مفردة ، اما اللواتي تقلن نادرا بنسبة 21% اي بتكرار 21 مفردة

نستنتج من خلال هذا الجدول ان طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة احيانا مايستطعن التعرف غلى نمط جديد ومختلف وذلك بسبب عدم رغبتهن في الحصول عليها.

الجدول رقم 17: الهروب من الواقع و الاستغراق في الخيال:

الهروب من الواقع و الاستغراق في الخيال	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	19	19,0
احيانا	41	41,0
نادرا	40	40,0
المجموع	100	100,0

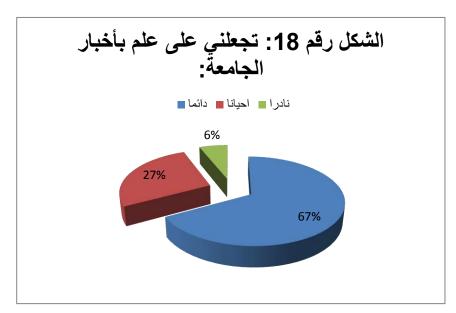


يتبين لنا من خلال الجدول رقم 17 ان المبحوثات احيانا ما يهربن من الواقع ويستغرقن في الخيال وذلك بنسبة 41% بتكرار 41 مفردة ، في حين نادرا ماتهربن المبحوثات الى الاستغراق في الخيال بنسبة 40% بتكرار 40 مفردة 'اما في الاخير تحتل المرتبة الثالثة دائما مايهربن ويستغرقن في الخيال بنسبة 19% بتكرار 19 مفردة

ونستنتج ان المبحوثات احيانا ما يكون لديهن دافع للهروب من الواقع والاستغراق في الخيال وذلك كونهن يستخدمنه في اوقات الفراغ.

الجدول رقم 18: تجعلني على علم بأخبار الجامعة:

تجعلني على علم بأخبار الجامعة	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	67	67,0
احيانا	27	27,0
نادرا	6	6,0
المجموع	100	100,0

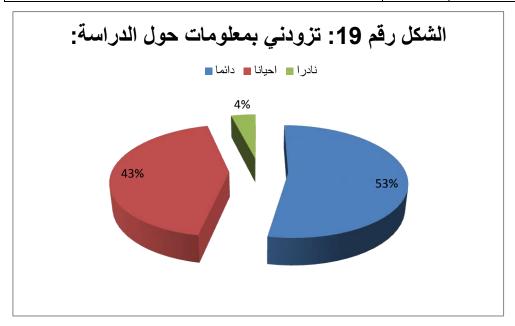


نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 ان دائما ما تجعل المواقع التواصل الاجتماعي المبحوثات على علم باخبار الجامعة بنسبة 67% اي بتكرار 67 مفردة ثم تليها احيانا ماتجعل هذه المواقع المبحوثات على علم باخبار الجامعة بنسبة 27% اي بتكرار 27 مفردة اما في اخير نادرا ماتجعل هذه المواقع المبحوثات على علم باخبار الجامعة بنسبة 6% اي بتكرار 6 مفردة

نستنتج من كل هذا انا المواقع التواصل الاجتماعي تجعل اغلبية المبحوثات دائما على علم باخبار الجامعة .

جدول رقم 19: تزودني بمعلومات حول الدراسة:

تزودني بمعلومات حول الدراسة	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	53	53,0
احيانا	43	43,0
نادرا	4	4,0
المجموع	100	100,0



من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ ان المبحوثات دائما ما تزودهن هذه المواقع بمعلومات حول الدراسة بنسبة 53% اي بتكرار 53 مفردة ، تليها احيانا ماتزودهن بمعلومات حول الدراسة بنسبة 43% بتكرار 4 مفردة في حين تحتل المرتبة الاخيرة نادرا بنسبة 4% بتكرار 4 مفردة

ونستنتج ان المواقع التواصل الاجتماعي تزود اغلب الطالبات بمعلومات حول الدراسة دائما

الجدول رقم 20: الاستفادة من الاخرين:

الاستفادة من الاخرين	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	32	32,0
احيانا	57	57,0
نادرا	11	11,0
المجموع	100	100,0

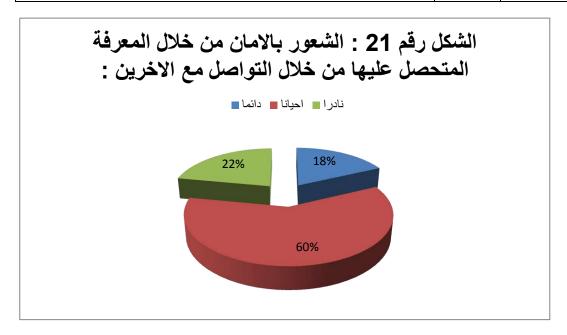


يشير الجدول رقم 20 اعلاه الى ان المبحوثات احيانا مايستخدمن المواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من الاخرين بنسبة 57% بتكرار 57 مفردة ثم تليها مانسبته 32% من مفردات عينة الدراسة يستخدمن دائما مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من الاخرين ،بينما نادرا ماتستخدمن الطالبات هذه المواقع للاستفادة من الاخرين وذلك بنسبة 11% اي بتكرار 11 مفردة

ونستنتج ان المبحوثات احيانا مايستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لغرض الاستفادة من الاخرين.

الجدول رقم 21: الشعور بالأمان من خلال المعرفة المتحصل عليها من خلال التواصل مع الاخرين

الشعور بالامان من خلال المعرفة المتحصل عليها من خلال	التكرار	النسبة
التواصل مع الاخرين		المئوية
دائما	18	18,0
احيانا	60	60,0
نادرا	22	22,0
المجموع	100	100,0



من خلال الجدول اعلاء تبين انه احيانا هذه المواقع تجعل المبحوثات يشعرن بالامان من خلال المعرفة التي يتحصلن عليها من خلال تواصلهن مع الاخرين وذلك بنسبة 60% ثم تليها نادرا وذلك بنسبة 22% اما قيمة دائما فكانت منخفضة وذلك بنسبة 18%

ومن خلال هذا الجدول تبين لنا انه احيانا ما يشبع لديهن الشعور بالامان من خلال المعرفة التي يحصلن عليها من تواصلهم مع الاخرين وسبب راجع ان المبحوثات لايثقن في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول 22: اعطاء رأي حول القضايا و الاحداث التي تدور من حولي:

اعطاء رأي حول القضايا و الاحداث التي تدور من حولي	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	19	19,0
احيانا	58	58,0
نادرا	23	23,0
المجموع	100	100,0



يشير الجدول اعلاه الى ان المبحوثات احيانا ماتجعلهن هذه المواقع يعطين رايهن حول القضايا والاحداث التي تدور من حولهن وذلك بنسبة 58% ثم تليها نادرا بنسبة 23% في حين تقلن المبحوثات دائما وذلك بنسبة 19%

ونستنتج من كل هذا ان المواقع التواصل الاجتماعي احيانا ما تجعل طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة يعطين رايهن حول القضايا والاحداث التي تدور من حولهن وليس دائما.

الجدول رقم 23: تجعلني اشعر بثقة أكثر:

تجعلني اشعر بثقة أكثر	التكرار	النسبة
		المئوية
دائما	31	31,0
احيانا	44	44,0
نادرا	25	25,0
المجموع	100	100,0

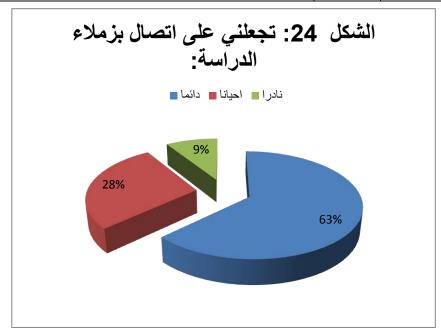


نلاحظ من خلال الجدول اعلاء رقم 23 ان المبحوثات احيانا ما يشبع لديهن الشعور بالثقة الكبيرة بذاتهن وذللك بنسبة 44% ثم تليها دائما بنسبة 31% في بلغت قيمة نادرا 25%

تبين لنا من خلال هذا الجدول انه احيانا ماتجعل مواقع التواصل الاجتماعي الطالبات يشعرن بالثقة الكبيرة بذاتهن

الجدول 24: تجعلني على اتصال بزملاء الدراسة:

تجعلني على اتصال بزملاء الدراسة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	63	63,0
احيانا	28	28,0
نادرا	9	9,0
المجموع	100	100,0



نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 اعلاه ان مواقع التواصل الاجتماعي تجعل المبحوثات دائما على اتصال بزملاء الدراسة وذلك بنسبة 63% ثم تليها احيانا بنسبة 28% واخيرا نادرا بنسبة 9% ومن كل هذا تبين انه دائما ماتجعل مواقع التواصل الاجتماعي الطالبات على اتصال بزملاء الدراسة وهذا بفضل هذه المواقع ودورها في ربط الزملاء بعضهن البعض سواء كانو داخل المنطقة او خارجها .

الجدول رقم 25: تخلق لدي روح الفضول و حب الاستمتاع لكل ما هو جديد حول حياتي اليومية

تخلق لدي روح الفضول و حب الاستمتاع لكل ما هو جديد حول حياتي اليومية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	49	49,0
احيانا	38	38,0
نادرا	13	13,0
المجموع	100	100,0



تبين من خلال الجدول اعلاه انه دائما ماتشبع لدى المبحوثات روح الفضول وحب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتهن اليومية بنسبة 49% اي بتكرار 49 مفردة ، في حين ان احيانا ما تشبع لديهن روح الفضول وحب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتهن اليومية بنسبة 38% اي بتكرار 38 مفردة ، واخيرا نادرا بنسبة 13%اي بتكرار 13 مفردة

ونستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي تحقق دائما لدى المبحوثات روح الفضول وحب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتهن اليومية وهذا مايدل على ان هذه المواقع لها دور كبير في الترويح عن المبحوثات.

نتائج الدراسة:

- 1_اظهرت نتائج الدراسة ان اغلب اللواتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي تترواح اعمارهن من 25الي 25سنة والتي قدرت نسبتهن ب 78%
- 2_توصلت الدراسة الى ان اكثر فئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي هي فئة العازبات بنسبة 91% ويتوصلت الدراسة الى ان 32% الاكثر نسبة استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من الطالبات مستواهن التعليمي اولى ماستر
- 4_كشفت الدراسة ان الموقع الاهم والاكثر استخداما من قبل الطالبات هو الفيس بوك بنسبة 49% 5_كما اظهرت الدراسة ان الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من سنتين حيث قدرت نسبتهن ب 85%
 - 6 وصلت الدراسة الى ان 69% يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث مرات في اليوم
 7 بينت الدراسة ان 56% من الطالبات يفضلن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مساءا
- 8_كما بينت الدراسة ان 49% من الطالبات يستخدمن المواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث ساعات
- 9_توصلت الدراسة الى ان معضم الطالبات يفضلن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البيت وذلك بنسبة 69%
- 10_ توصلت الدراسة الى ان 40% من الطالبات يفضلن مشاركة الصور على مواقع التواصل الاجتماعي
- 11_كما كشفت الدراسة ان 58% من الطالبات يفضلن متابعة مجال الجمال والاناقة على المواقع التواصل الاجتماعي
 - 12_كما توصلت الدراسة ان معظم الطالبات لا يستطعن الاستغناء على هذه المواقع بنسبة 66%
 - 13_وقد توصلت الدراسة الى دوافع استخدام الطالبات لهذه المواقع وقدرت ب:
 - -49% دائما ما تزيدني معرفة للاحداث والتطورات حول حياتي العامة
 - _56% احيانا ما تجعلني اصل الى المواد المتاحة ومشاهدتها
 - _48% احيانا ما تدعوني للبحث ومعرفة اصدقاء والتعرف عليهم
 - _56% احيانا ما تجعلني اتعرف على نمط جديد مختلف
 - _41% احيانا ما تجعلني اتهرب من الواقع والاستغراق في الخيال

_67% دائما ما تجعلني على علم باخبار الجامعة

_53% دائما ماتزودني بمعلومات حول الدراسة

_57% احيانا ماتجعلني استفيد من الاخرين

14_اما بالنسبة للاشباعات المحققة من هذا الاستخدام قد توصلت الدراسة الى:

_60% احيانا ماتجعلني اشعر بامان من خلال المعرفة التي احصل عليها من تواصلي مع الاخرين

_58% احيانا ماتجعلني اعطي رايي حول القضايا والاحداث التي تدور من حولي

_44% احيانا ماتجعلني اشعر بثقة اكثر في نفسي

_63% دائما ماتجعلني على اتصال بزملاء الدراسة

_49% دائما ما تحقق لدي روح الفضول وحب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتي اليومية

الخاتمة

الخاتمة

خاتمة:

ان التقدم الهائل للوسائط الجديدة انتج وسائل اتصال حديثة عملت على مساعدة الطالبات بربطهم ببعضهم البعض , بغض النظر عن كون استخدام المواقع التواصل الاجتماعي بجانب ايجابي او سلبي الى انها حدثت في المجتمعات في ظل العولمة فاصبحت الطالبات تستغني عن اللقاءت المباشرة وجها لوجه وتستسلم لشاشات الكومبيوتر والهواتف الذكية وغيرها

ومن خلال دراستنا التي تناولت موضوع استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي قد تعرفنا على كيفية هذا الاستخدام من خلال معرفة الدوافع التي ادت الطابات لتصفح هذه المواقع وتمثلت اهمها في معرفة الطالبات لاخبار الجامعة وكل ماهو جديد حول الدراسة من خلال استخدمهن لمواقع التواصل الاجتماعي هذا من جهة ومن جهة اخرى استنتجنا ان اغلب المبحوثات لايستطعن الاستغناء على هذه المواقع لانها تحقق رغباتهن واشباعتهن من خلال جعلهن على اتصال بزملاء الدراسة وخلق لديهن روح الفضول وحب الاستمتاع والاستطلاع لكل ماهو جديد حول حياتهن اليومية .

قائمة المصادر و المراجع

<u>قواميس</u>

- -1 قاموس عام ، (عربي إنجليزي) ، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005 .
 - 2- قاموس معاجم اللغة، (عربي-عربي).
 - 3 قاموس اكس فورد .

<u> كتب :</u>

- 4- انجرس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة مصطفى الاشرف و اخرون ، دار القصبة للنشر ، 2004 .
- 5- العس صالح محمد ، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية ، الرياض ، مكتبة العبكان ، 1995 .
 - 6- حسين شفيق، نظريات الإعلام، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع ،د ط 2014.
- 7- راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1995.
- 8- راضي زاهر، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان 2003.
- 9- رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، عين مليلة ، الجزائر، 2007.
- -10 زرواتي رشيد ، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ن دار هوما ، 2004.
- 11- عبد الرزاق جبلي و اخرون ، مناهج البحث الاجتماعي ، ط1 ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2007.
- -12 عليا شكري و اخرون ، قرآة معاصرة في الاعلام الاجتماعي ، دار الكتاب النشر و التوزيع ن القاهرة ، 1975 .
- 13- عنات دوفان ، و عدس عبد الرحمان ، و عبد الخالق الكايد ، البحث العلمي مفهومه ، ادواته ، أساليبه ، عمان ، دار الفكر ، 2008 .
- 14- أقرداش فاطمة، الإعلام العربي واستخداماته بين الجليات العربي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2005،
 - 15- ماتيلا ر أونماند و ميشيل ، نظريات الاتصال ، ترجمة خضور أديب، ط 1، دمشق،.
 - 16- محمد الجراح محمود، أصول البحث، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
- 17- مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي الإعداد الرسائل الجامعية ، ط1 ، مؤسسة الوراق ، الاردن ، 2000 .

- 18- مصطفى السيد أحمد، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط 2، دار الفلاح للطباعة والنشر، العين، 2003.
- 19 وائل مبارك، خضر فظل الله ، أثر الفايس بوك على المجتمع ، المكتبة الوطنية، السودان، 2012.

مذكرات:

- 20 صوريا ولهة، صهيب عيسى، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفى الجزائري، مذكرة تخرج ماستر، جامعة مسيلة، 2011–2012.
- 21 النعيمي و اخرون ، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الاردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الاردنية ، رسالة ماجستير ، الاردن ، 2009 .

كتب باللغة الأجنبية:

22- Klapperjit · 2001 · the effects of mess communication 2 end 6 lencocfree .

الملاحق





وزارة التعليم العالي و البحث العلمي جامعة قاصدي مرباح ورقلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم اعلام والاتصال تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان

لي الشرف أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان للإجابة على أسئلته ولكم فائق الشكر والاحترام

تحت عنوان:

استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة من ذلك

دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة

تحت إشراف:

أ. يسعد زهية

من إعداد الطلبة:

ح رقيبي صورية

ح زعطوط نجاة

السنة الجامعية :2019/2018

المحور الاول:

البيانات الشخصية:

<u>1 السن : </u>
من 18الى 20 من 21الى 25 ما فوق
2_الحالة الاجتماعية:
عازبة متزوجة
3 المستوى الجامعى:
أولى ليسانس ثالثة ليسانس أولى ماستر تانية ماستر
المحور الثاني :
عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:
1 ماهى اهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمينها:
_الفايسبوك اليوتيوب السناب شات الانستجرام
_اخرى اذكرها
2_منذ متى تستخدمي المواقع التواصل الاجتماعي:
منذ سنة العثر من سنتين العثر من سنتين
3_كم عدد المرات التي تستخدمي فيها مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم؟
_ مرة واحدة من مرة الى ثلاثة مرات اكثر من ثلاث مرات
4_ماهي الفترات التي تناسبك لاستخدام هذه المواقع:
صباحا طهرا المساءا المساءا
5_كم عدد الساعات التي تقتضيها على هذه المواقع:
ساعة واحدة من ساعتان الى ثلاث الى ثلاث الى ثلاث ساعات
6_اي مكان تفضلي استخدام هذه المواقع:
البيت مقهى الانترنت الجامعة الاقامة الجامعية

	اکن اخری اذکر ها	ام
	ماهي خدمات المواقع المفضلة لديكي:	_7
داث الأفكار المادات	ماركة الصور مشاركة الفديوها مشاركة الا	مث
	ری اذکر ها	اذ
	ماهو المجال الاكثر الذي تفضلين متابعته عبر هذه المواقع:	_8
الفنون والرياضة	صحة الجمال والاناقة الطبخ متعة وضحك	الد
	ری اذکر ها	اذ
	_ هل تستطعين الاستغناء على هذه المواقع:	_9
	م ا	نع
	<u>حور الثالث:</u>	<u>الم</u>
	افع استخدام مواقع التواصل الاجتماعى:	<u>دو</u>
حداث والتطورات حول الحياة	1_ هل المواقع التواصل الاجتماعي زادتك معرفة والاطلاع على الا	
	عامة ؟	الع
نادرا	أما احيانا	داد
مشاهدتها ؟	م من الأو تواد لا الاوتران توواك تو لويرال الرواد الرتادي.	
	1_هل مواقع تواصل الاجتماعي تجعلك تصلين الى المواد المتاحة و	l 1
نادرا	وها مواقع تواصل الاجتماعي تجعلك تصليل الى المواد المناكة والما	
		دائ
	أما احيانا	دائ L2
وتعرف عليهم ؟	احيانا العجتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء	دائ 1 2 دائ
وتعرف عليهم ؟	احيانا الحيانا المحتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء المعرفة المحتماعي المحتاء المحتا	دائ 12 دائ 13
وتعرف عليهم ؟ نادرا لف ؟ نادرا	احيانا الحدقاء التواصل الاجتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء الما المحتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء الما الحيانا الحيانا الحيانا الحيانا المحتماعي تجعلك تتعرفين على نمط جديد مخ	دائ 12 دائ 13 دائ
وتعرف عليهم ؟ نادرا لف ؟ نادرا	احيانا الحقاء التواصل الاجتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء الما مواقع التواصل الاجتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء الما الحيانا الحيانا الحيانا الاجتماعي تجعلك تتعرفين على نمط جديد مخالما الاجتماعي الحيانا الحيانا الحيانا الحيانا الحيانا الحيانا الحيانا الما الما الما الما الما الما الما ا	112 113 113 114
وتعرف عليهم؟ نادرا لف ؟ نادرا نادرا نادرا	احيانا المحرفة الاصدقاء المواقع التواصل الاجتماعي تدعوك للبحث ومعرفة الاصدقاء الما مواقع تواصل الاجتماعي تجعلك تتعرفين على نمط جديد مخاما الاجتماعي تجعلك تتعرفين على نمط جديد مخاما المحتماعي تجعلك تعربين من الواقع والاست	دائاء 12 دائاء دائاء دائاء

نادرا	احيانا	دائما
9	جتماعي تزودك بمعلومات حول الدراسة [.]	16_هل المواقع التواصل الا
نادرا	احيانا	دائما
ن?	التواصل الاجتماعي للاستفادة من الاخرير	17_هل تستخدمين المواقع
نادرا	احيانا	دائما
		المحور الرابع:
	دام مواقع تواصل الاجتماعى:	الاشباعات المحققة من استذ
تحصلين عليها من تواصلك مع	ع تشعرين بامان من خلال المعرفة الت <i>ي</i> ت	18_هل تجعلك هذه المواقِ الاخرين؟
نادرا	احيانا	دائما
والإحداث التي تدور من حولك؟	مل الاجتماعي تعطين رايك حول القضايا	19_هل تجعلك مواقع التواص
نادرا	احيانا	دائما
لرا ؟	مل الاجتماعي تشعرين بثقة في نفسك اكن	20_هل تجعلك مواقع التواص
نادرا	احيانا	دائما
	على اتصال بزملاء الدراسة ؟	21_هل تجعلك هذه المواقع
نادرا	احيانا	دائما
استمتاع لكل ماهو جديد حول نادر ا	تواصل الاجتماعي روح الفضول وحب الا	22_هل تخلق لديك مواقع الحين علام المعالك ؟ دائما

قائمة المحكمين

الجامعة	الدرجة العلمية	الاسم و اللقب	الرقم
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر ب	الغوثي زياني	1
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر ب	قندوز عبد القادر	2
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر ب	بن مولاي بدر الدين	3

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	الرقم
	الإهداء	.1
	شکر و عرفان	.2
	الملخص	.3
أ-ب	مقدمة	.4
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	.5
05	1- اشكالية الدراسة	.6
06	2- تساؤلات الدراسة	.7
06	3- فرضيات الدراسة	.8
06	4- أهداف الدراسة	.9
06	5- اهمية الدراسة	.10
07	6- أسباب اختيار الموضوع	.11
07	7- مفاهيم الدراسة	.12
09	8- مجتمع البحث وعينة الدراسة	.13
10	9- منهج الدراسة	.14
11	10- أدوات جمع البيانات	.15
13	11- الدراسات السابقة	.16
15	12- المقاربة النظرية	.17
	الفصل الثاني :الجانب التطبيقي	.18
19	6- تمهید	.19
20	7- مجالات الدراسة	.20

45-21	8- عرض و تحليل الدراسة التطبيقية	.21
47-46	9- استنتاجات الدراسة	.22
49	خاتمة	.23
51	قائمة المراجع	.24
	قائمة الملاحق	.25
	قائمة المحتويات	.26
	فهرس الجداول	.27
	فهرس الاشكال	.28

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
21	الجدول رقم1: يبين متغير السن في عينة الدراسة	.1
22	الجدول رقم 2 :يبين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة	.2
23	الجدول رقم 3: يبين المستوى التعليمي الفراد العينة	.3
24	الجدول رقم 4:اهم مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما	.4
25	جدول رقم 5:عدد سنوات استخدام المواقع التواصل الاجتماعي	.5
26	الجدول رقم 6: عدد مرات تصفح المواقع التواصل الاجتماعي	.6
27	الجدول رقم 7 :الفترات التي تناسبك الستخدام هذه المواقع :	.7
28	الجدول رقم 8 : عدد الساعات التي تقتضيها على هذه المواقع	.8
29	الجدول رقم 9: الاماكن المفضلة لاستخدام هذه المواقع من طرف الطالبات	.9
30	الجدول رقم 10: خدمات المواقع التواصل المفضلة لديك	.10
31	الجدول رقم 11: المجال الاكثر متابعة عبر هذه المواقع	.11
32	الجدول رقم 12: يمكننا الاستغناء على هذه المواقع	.12
33	جدول رقم 13: معرفة الاحداث والتطورات حول الحياة العامة	.13
34	الجدول رقم 14: الوصول الى المواد المتاحة ومشاهدتها	.14

35	الجدول رقم 15: البحث على اصدقاء والتعرف عليهم	15
36	جدول رقم 16: التعرف على نمط جديد	
37		.17
38	الجدول رقم 18: تعجلني على علم الخبار الجامعة	.18
39	جدول رقم 19: تزودني بمعلومات حول الدراسة	.19
40	الجدول رقم 20: الاستفادة من الاخرين	.20
41	الجدول رقم 21: الشعور بالامان من خلال المعرفة المتحصل عليها من خلال التواصل مع الاخرين	.21
42	الجدول 22: اعطاء راي حول القضايا والاحداث التي تدور من حولك	.22
43	الجدول رقم 23: الشعور بالثقة اكثر	.23
44	الجدول 24: الاتصال بزملاء الدراسة	.24
45	الجدول رقم 25: روح الفضول وحب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتي اليومية	.25

فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
21	الشكل رقِم 1: يبين متغير السن في عينة الدراسة	.1
22	الشكل رقِم 2 :يبين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة	.2
23	الشكل رقِم 3: يبين المستوى التعليمي الفراد العينة	.3
24	الشكل رقِم 4:اهم مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما	.4
25	الشكل رقِم 5:عدد سنوات استخدام المواقع التواصل الاجتماعي	.5
26	الشكل رقِم 6 : عدد مرات تصفح المواقع التواصل الاجتماعي	.6
27	الشكل رقِم 7 :الفترات التي تناسبك الستخدام هذه المواقع :	.7
28	الشكل رقم 8: عدد الساعات التي تقتضيها على هذه المواقع	.8
29	الشكل رقم 9: الاماكن المفضلة لاستخدام هذه المواقع من طرف الطالبات	.9
30	الشكل رقم 10: خدمات المواقع التواصل المفضلة لديك	.10
31	الشكل رقِم 11: المجال الاكثر متابعة عبر هذه المواقع	.11
32	الشكل رقِم 12: يمكنني الاستغناء على هذه المواقع	.12
33	الشكل رقم 13: معرفة الاحداث والتطورات حول الحياة العامة	.13
34	الشكل رقِم 14: الوصول الى المواد المتاحة ومشاهدتها	.14

25	. t. * wh 15. (t. 5 h 1 % 5 h 5h)	1.5
35	الشكل رقم 15: البحث على اصدقاء والتعرف عليهم	.15
36	جدول رقم 16: التعرف على نمط جديد	.16
37	الشكل رقم 17: الهروب من الواقع والاستغراق في الخيال	.17
38	الشكل رقم 18: تجعلني على علم باخبار الجامعة	.18
39	الشكل رقم 19: تزودني بمعلومات حول الدراسة	.19
40	الشكل رقم 20: تجعلني استفسد من الاخرين	.20
41	الشكل رقم 21: الشعور بالامان من خلال المعرفة المتحصل عليها من خلال التواصل مع الاخرين	.21
42	الشكل 22: اعطاء راي حول القضايا والاحداث التي تدور من حولي	.22
43	الشكل رقم 23: الشعور بالثقة اكثر	.23
44	الشكل 24:جعلتني على اتصال بزملاء الدراسة	.24
45	الشكل رقم 25: خلقت لدي روح الفضول وحب الاستمتاع لكل ماهو جديد حول حياتي اليومية	.25

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
	استمارة استبيان	.1
		.2