

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي



ميدان: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الإتصال الجديدة

مقدمة من طرف :

فتيحة قرشي

لامية زعتي

بعنوان :

## إتجاه النخبة الجزائرية نحو إستخدام الفيسبوك

- دراسة ميدانية في الإستخدام والإهتمام به -

دراسة ميدانية علم، أساتذة قسم الإعلام والاتصال، علمه السياسة بجامعة ورقلة

تاريخ المناقشة : 2016/05/ 23

لجنة المناقشة المكونة من السادة :

الأستاذ : محرز حمایمی ( أستاذ مساعد ب - جامعة قاصدي مرباح ورقلة -). رئيسا

الأستاذة : أمينة طرابلسي ( أستاذ مساعد ب - جامعة قاصدي مرباح ورقلة -). مشرفة و مقررة

الأستاذ : عيسى بوكرموش ( أستاذ مساعد أ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة -). مناقشا

السنة الجامعية : 2015 - 2016

# شكر وتقدير

الحمد لله فالق الأنوار وجاعل الليل و النهار, ثم الصلاة والسلام على سيدنا المختار

الحمد والشكر للمولى عز وجل الذي اصطفانا بخير دين شرح

ونبيي أرسله محمد صلى الله عليه وسلم ووفقنا لإنجاز هذا العمل

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا

بكل إمتنان و إحترام نتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى

الأستاذة المؤطرة "أمينة طرابلسي" الذي تحملت عناء الإشراف والتوجيه

وتخصيص جزء من وقتها لتقديم الملاحظات والنصائح القيمة

وصبرها على إنجاز هذا العمل

إلى كل من مد لنا يد العون سواء بالكلمة أو الحرص أو الإهتمام

أساتذتنا الكرام في قسم علوم الإعلام و الإتصال

فتيحة. لامية



# الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

( إقرأ باسم ربك الذي خلق ،خلق الإنسان من علق، إقرأ وربك الأكرم،الذي علم بالقلم،علم الإنسان ما لم يعلم ) سورة العلق من 01 إلى 05 .

" أولا قبل كل شيء أهدي ثمرة جهدي هذا إلى الوالدين العزيزين عليا أطل الله في عمرهما "

" وكذلك إلى الإخوة و الأخوات ، و أولاد أخي و إخوتي والكتاكتيت الصغار حفظهم الله "

" أتقدم بخالص العرفان و الإحترام إلى الأستاذة المشرفة و المؤطرة "أمينة طرابلسي "

" التي بفضلها اجتهدت و عملت معنا لإخراج هذه المذكرة إلى طريق النور "

"كما لا أنسى أساتذة قسم علوم الإعلام و الإتصال أتقدم لهم بخالص الشكر و التقدير و الإحترام كلا "

واحدا باسمه الذين"بفضلهم تتلمذنا وتلقين دروسا في كل مسار التكوين الجامعي"

و إلى حبيبتي نور عيني و دربي "فتيحة قريشي" التي ساندتني طوال هذا المشوار الدراسي

"و إلى كل من أحب"

"الأهل و الأحباب و الأقارب و الأصدقاء "

"وكذلك إلى طلبة دفعة تكنولوجيا الإتصال الجديدة 2015|2016 "

"ونخص بالذكر إلى طلبة فوج 04 "

"و إلى كل الذين ساعدونا وقدموا لنا يد العون سواء من قريب و بعيد لإنجاز هذا العمل حتى و لو "

"بكلمة و ابتسامة طيبة فضلها على الجميع ."

لامية زغتي



## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التي تبنت "نظرية الإستخدامات و الإشباعات" كمنظور لها لمحاولة الكشف عن إتجاه النخبة نحو إستخدام الفيسبوك، وهذا بغية التعرف على جملة من عادات ودوافع التواصل المحققة لديهم نتيجة إستخدام الفيسبوك. من خلال معالجة الإشكالية التالية :

- ما هو إتجاه النخبة الجزائرية نحو إستخدام الفيسبوك؟

وحاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

- ✓ ما هي عادات ودوافع إستخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك ؟
- ✓ ما هي الفئات التي يتواصل معها الأساتذة الجامعيين عبر الفيسبوك؟
- ✓ ما هي الإشباعات المحققة جراء إستخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك؟

ولإختبار تساؤلات الدراسة إستخدمنا "منهج الوصفي التحليلي" الذي مكننا من تشخيص الظاهرة التي نحن بصدد دراستها على "عينة قصدية" شملت أساتذة علوم الإعلام والإتصال وقسم العلوم السياسية بجامعة قاصدي مرياح-ورقلة- بمختلف أجناسهم ودرجاتهم العلمية، وبإستخدام أدوات الدراسة المتمثلة في "الملاحظة وإستمارة الإستبيان" وتوصلنا إلى النتائج التالية:

أن أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال وقسم العلوم السياسية بجامعة قاصدي مرياح- ورقلة- يستخدمون موقع الفيسبوك نظرا لما يحتويه هذا الموقع من مميزات الذي يحقق إشباعاتهم ويلبي إحتياجاتهم ، كما أنهم يستخدمونه في غالب الأحيان نظرا لإلتزاماتهم المهنية والإجتماعية .وذلك بإستخدام اللغة العربية بالدرجة الأولى ،أما بخصوص الأغراض التي يعملون على تحقيقها من خلال إستخدامهم للفيسبوك تتمثل أساسا في تبادل المعلومات مواكبة للتطورات التكنولوجية الحاصلة في ميادين متعددة ،لكون المضمون عادة ما يكون أخبار.ومن دوافع إستخدام أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال وقسم العلوم السياسية هي دوافع علمية بحكم مجال تخصصهم وبتميزهم بدرجة من الكفاءة المهنية والتثقيف والتواصل مع أشخاص أجنبان لتحقيق موروث ثقافي وتوسيع العلاقات الإجتماعية. ذلك أن طبيعة الإشباعات التي يحققها الفيسبوك لهم هي إشباعات مهنية من خلال التعرف على التظاهرات والتفاعلات العلمية وإنماء مجموعات أكاديمية للتواصل بينها وبين فئات المجتمع الأخرى.

الكلمات المفتاحية: الإتجاه- النخبة- الإستخدام- الفيسبوك.

## The Abstract

This study aims to reveal the direction of the elite towards the social Media (facebook). This work also adopts "the use and Saturation theory" which stands for highlighting the elite destination for the facebook use and in order to know the habits and the motives of communication realised due to use of "facebook" through the analysis of this problematic situation:

What is the elite direction through the use of facebook?

The study tries to answer these questions:

1/What are the habits and the motives of the professors of higher education's use to the facebook?

2/What are the groups of people that communicate with the professors of higher education through the facebook?

3/ What are the attentions realised through the use of facebook by the university professors?

Moreover, to test all those questions of the study we have used the "descriptive Analytical Approach" which enables us to diagnose this phenomenon that we are studying. We have taken "sample deliberate" which embraces the Media and Communication and the political sciences professors of "Kasdi Merbah University of Ouargla" from all sciences and scientific degrees. Such "Observation and Questionnaire" therefore. We obtained Results:

The teachers of Media and Communication Department and political science of "Kasdi Merbah University of Ouargla" use the facebook as this latter contains special information which realises and satisfies all their needs. Besides, they sit in most of time due to their works and social commitments.

In addition, concerning the teacher use of facebook is in the first place, to fulfil the purpose they tend to realise them through this device. Those purposes are most likely to exchange new and update pieces of information related to technology development in different fields. However, all the motives are scientific which is due to their domain of specialization and of course their uniqueness of a certain degree of professional efficiency. Cultural background therefore the professors communicate with foreign people in order to realise a cultural heritage and enlarge the social relation. In other words; all the gratification nature that the facebook realizes are professional ones. Through knowing more about all the demonstration and scientific interactions in addition to the development of academic groups which can interact between them and other categories.

**Key Words:** Direction .The Elite. The Use. The Facebook.

فهرس المحتويات :

الصفحة	العنوان
I	شكر وتقدير.....
II	الإهداء.....
III	ملخص الدراسة باللغة العربية.....
IV	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية.....
VI-IV	فهرس المحتويات.....
VII-VI	فهرس الجداول.....
IX-VIII	فهرس الأشكال.....
أ-ب	مقدمة.....
<b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة وإجراءاتها المنهجية</b>	
03	تمهيد.....
03	أولاً: إشكالية الدراسة.....
03	1/تحديد المشكلة.....
04	2/أسباب إختيار الموضوع.....
04	3/أهداف الدراسة.....
05	4/أهمية الدراسة.....
08-05	5/الدراسات السابقة.....
13-09	6/تحديد المفاهيم.....
13	7/فرضيات الدراسة.....
13	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة.....
14-13	1/ منهج الدراسة.....
17-14	2. أدوات جمع البيانات.....
19-17	3/مجتمع البحث والعينة.....
26-20	4/المدخل النظري للدراسة.....
26	خلاصة الفصل.....

الفصل الثاني: تحليل البيانات الميدانية

29	تمهيد .....
29	1/مجالات الدراسة .....
30	2/عرض وتحليل نتائج الدراسة .....
68-67	3/النتائج العامة للدراسة .....
69-68	4/ نتائج الدراسة بناء على التساؤلات .....
69	5/ نتائج الدراسة بناء على الفرضيات .....
69	خلاصة الفصل .....
70	خاتمة .....
76-72	قائمة المراجع .....
	الملاحق .....
	إستمارة الإستبيان .....

## فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	30
02	يوضح توزيع الأفراد حسب الدرجة العلمية	31
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب القسم	32
04	يوضح توزيع الأفراد حسب الخبرة المهنية	32
05	يوضح إستخدام الفيسبوك	33
06	يوضح مدة إستخدام الفيسبوك	34
07	يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم منذ متى يستخدمون الفيسبوك وفق متغير الخبرة المهنية	35
08	يوضح الإهتمام بالفيسبوك بحكم التخصص	37
09	يوضح طبيعة الأشخاص الذين يتواصلون في الفيسبوك	37
10	يمثل توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول طبيعة الأشخاص الذين يتواصلون معهم في الفيسبوك حسب متغير الجنس	38
11	يوضح التواصل في الفيسبوك	39
12	يوضح الأوقات التي يستخدم فيها الفيسبوك	40
13	يوضح المدة المستغرقة أثناء إستخدام الفيسبوك	41
14	يوضح الوسيلة المفضلة لإستخدام الفيسبوك	42
15	يوضح مكان تصفح حساب الفيسبوك	43
16	يوضح اللغة المستخدمة أثناء إستخدام الفيسبوك	44
17	يوضح مع من تفضل الإطلاع على الفيسبوك	45
18	يوضح دوافع الإستعانة بالفيسبوك	46
19	يوضح إتاحة الفيسبوك التعبير عن الآراء بكل حرية أكثر من الوسائط الأخرى	47
20	يوضح عندما تتصفح الفيسبوك في الغالب	48
21	يوضح عندما تجد موضوعا مهما في الفيسبوك	49
22	يوضح طبيعة المواضيع المهمة	50
23	يوضح هل توافق على طلبات من أشخاص أجنب	51
24	يوضح إذا كانت الإجابة بنعم	52



53	يوضح هل يساعدك الفيسبوك على توسيع علاقاتك الإجتماعية	25
54	يوضح على أي أساس تختار أصدقاءك في الفيسبوك	26
55	يوضح هل أنت عضو في مجموعات معينة	27
56	يوضح إذا كانت الإجابة بنعم فهل هذه المجموعات	28
58	يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم ضمن إندماحهم في مجموعات معينة حسب متغير الدرجة العلمية	29
59	يوضح طبيعة الإشباعات المحققة من إستخدام الفيسبوك	30
60	يوضح الحاجات التي يلبيها الفيسبوك	31
61	يوضح إستخدام الفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة	32
62	يوضح خدمات الموقع الأكثر تفضيلا من طرفك	33
63	يوضح هل أنت راضي على الخدمات المقدمة في الفيسبوك	34
64	يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول درجة الرضا على الخدمات المقدمة في الفيسبوك حسب متغير القسم	35
65	يوضح مستقبل علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك	36

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
30	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
31	يوضح توزيع الأفراد حسب الدرجة العلمية	02
32	يوضح توزيع أفراد العينة حسب القسم	03
33	يوضح توزيع الأفراد حسب الخبرة المهنية	04
34	يوضح إستخدام الفيسبوك	05
34	يوضح مدة إستخدام الفيسبوك	06
36	يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم منذ متى يستخدمون الفيسبوك وفق متغير الخبرة المهنية	07
37	يوضح الإهتمام بالفيسبوك بحكم التخصص	08
38	يوضح طبيعة الأشخاص الذين يتواصلون في الفيسبوك	09
39	يمثل توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول طبيعة الأشخاص الذين يتواصلون معهم في الفيسبوك حسب متغير الجنس	10
40	يوضح التواصل في الفيسبوك	11
41	يوضح الأوقات التي يستخدم فيها الفيسبوك	12
42	يوضح المدة المستغرقة أثناء الإستخدام	13
43	يوضح الوسيلة المفضلة للإستخدام	14
44	يوضح مكان تصفح الفيسبوك	15
45	يوضح اللغة المستخدمة	16
46	يوضح مع من تطلع على الفيسبوك	17
47	يوضح دوافع الإستعانة بالفيسبوك	18
48	يوضح التعبير عن الآراء عبر الفيسبوك	19
49	يوضح كيفية تصفح الفيسبوك	20
50	يوضح كيفية الإستفادة من المواضيع المهمة في الفيسبوك	21
51	يوضح طبيعة المواضيع المهمة	22
52	يوضح الموافقة على طلبات الصداقة	23
53	يوضح الغرض من قبول الصداقة من أشخاص أجنب	24
54	يوضح مساعدة الفيسبوك على توسيع العلاقات الإجتماعية	25

55	يوضح أساس إختيار الأصدقاء	26
56	يوضح الإنظام إلى مجموعات	27
57	يوضح طبيعة هذه المجموعات	28
58	يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم ضمن إندماحهم في مجموعات معينة حسب متغير الدرجة العلمية	29
59	يوضح طبيعة الإشباعات المحققة من إستخدام الفيسبوك	30
60	يوضح الحاجات التي يلببها الفيسبوك	31
61	يوضح المحافظة على العلاقات القديمة والقائمة	32
62	يوضح خدمات الموقع المفضلة لدى المستخدم	33
63	يوضح درجة الرضى على الخدمات المقدمة في الفيسبوك	34
64	يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول درجة الرضا على الخدمات المقدمة في الفيسبوك حسب متغير القسم	35
65	يوضح مستقبل علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك	36

أحدث الإعلام الجديد ثورة في عالم الإتصال من خلال شبكة إتصالية إعلامية سمعية وبصرية ونصية إلكترونية ، فعالم الأنترنت والإعلام الجديد على وجه الخصوص يوفر فضاءا عاما ديمقراطيا يستطيع بموجبه الأفراد الحوار والنقاش ضمن ما يطلق عليه مجتمعات إفتراضية التي إختصرت المسافات الجغرافية وتخلصت من الضغوط السياسية والإقتصادية والإجتماعية .

وقد ساعد التطور التكنولوجي في مختلف المجالات وظهور وسائل النشر الحديثة إلى زيادة الإهتمام بإستخدامها ومن أهمها موقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك" .ومن ثمة أصبحت الحاجة لدراسته في ظل التكنولوجيا الجديدة للإعلام والإتصال على أسس علمية ضرورة لا مفر منها.

فقد شكلت إنطلاقة إستخدام الفيسبوك في ظل توسيع خدمات الأنترنت سنة 2004 على يد "روزنبرغ"Rozenberg. تطورا من شأنه أن يمس في عمق إستخدامات النخب الجامعية لهذا الوسيط، وبفضل ذلك أصبح الفرد يعيش في عالم مفتوح على معلومات وبيانات متوفرة بكل الأنواع وفي كل المجالات، حيث أصبح مصدرا للباحثين والأكاد يهين والإعلاميين والطلبة ومختلف شرائح المجتمع، والتي تزايد الإقبال عليها من قبل النخبة الجامعية مما يجعل التواصل بينهم تجمعهم إهتمامات مشتركة ومشاكل وقضايا مشتركة،أضف إلى ذلك أن المستخدم يختار ويتحكم في المحتوى المعروض.

وسنحاول من خلال دراستنا هذه الموسومة ب"إتجاه النخبة الجزائرية نحو إستخدام الفيسبوك-دراسة في الإستخدامات والإشباعات- دراسة ميدانية على أساتذة قسم الإعلام والإتصال والعلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة" وتسلط الضوء على إقبال النخبة الجامعية على هذا النوع من وسائل الإعلام الجديد "الفيسبوك" من خلال دراسة في العادات والدوافع والإشباعات التي يحققها الفيسبوك للفئة المدروسة. وقد عالجتنا في دراستنا هذه فصلين رئيسيين على النحو التالي.

**الفصل الأول:** جاء بعنوان الإطار المفاهيمي للدراسة وإجراءاتها المنهجية الذي قسم إلى جزأين الجزء الأول تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة من خلال طرح مشكلة الدراسة وتساؤلاتها الفرعية،والأسباب التي دفعت بنا للإحاطة بهذا الموضوع ، فأهداف الدراسة وأهميتها وبعدها عرجنا إلى تسليط الضوء على الدراسات السابقة المشابهة .فضلا عن تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة التي تعد من العناصر الضرورية لأي بحث علمي وهذا لأهميتها في تحديد متغيرات الدراسة وقد خصصنا شرح مفصلا لأهم المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت خلال هذه الدراسة ،وصولاً إلى فرضيات الدراسة .

الجزء الثاني التي خصص للإجراءات المنهجية للدراسة بدءا بتحديد نوع الدراسة ومنهجنا المناسب لعملية تحليل البيانات الميدانية فأدوات جمع البيانات المعتمدة للدراسة التي إعمتدنا فيها على أداتين أساسيتان

تناسب موضوع البحث وهما أداة الملاحظة وأداة إستمارة الإستبيان ،مرورا بتحديد مجتمع البحث والعينة وصولا إلى المدخل النظري للدراسة التي ركزنا فيه على مدخل الإستخدامات و الإشباعات من خلال تعريفه وتقديم لمحة عن البدايات الأولى لهذا المدخل وتطوره ،فيما بعد أشرنا إلى تقديم جملة من الفروض التي إعتد عليها هذا المدخل، كما أظفنا أهم المفردات التي شملها المدخل النظري للدراسة ،وأخيرا الأصول النفسية والإجتماعية لمدخل الاستخدامات و الإشباعات ودوافع إستخدام وسائل الإعلام .

**الفصل الثاني:** جاء هذا الفصل بعنوان تحليل البيانات الميدانية قسم هذا الفصل إلى جزأين:

الجزء الأول عرضنا فيه مجالات الدراسة مكانيا وجغرافيا وزمانيا ، والجزء الثاني تطرقنا فيه إلى عرض وتحليل بيانات الدراسة ميدانيا ثم توصلنا إلى نتائجها العامة والنتائج المتحصل عليها على ضوء التساؤلات المطروحة.



# الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للدراسة وإجراءاتها المنهجية

## الفصل الأول

### الإطار المفاهيمي للدراسة وإجراءاتها المنهجية

#### أولاً: إشكالية الدراسة

1. تحديد المشكلة
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. الدراسات السابقة
- 6- تحديد المفاهيم
- 7- فرضيات الدراسة

#### ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة

1. منهج الدراسة
2. أدوات جمع البيانات
3. مجتمع البحث والعينة
4. المدخل النظري للدراسة

**تمهيد:**

سنحيط في هذا الفصل بإشكالية الدراسة انطلاقاً من تحديد المشكلة مروراً بتوضيح أسباب إختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، ثم عرض الدراسات السابقة وتحديد المفاهيم المُشكلة للموضوع، لننتقل في نقطة ثانية للإحاطة بالإجراءات المنهجية المتبعة بدءاً بتحديد منهج الدراسة، وأدوات جمع البيانات فمجتمع البحث والعينة، وصولاً بأهم المداخل النظرية للدراسة .

**أولاً : إشكالية الدراسة**

**1 . تحديد المشكلة :**

لطالما كانت النخب عبر العديد من المجتمعات قائدة للرأي العام، والمؤثرة فيها وهي التي تشكل إتجاهات هذا الرأي وكذا توجهات المجتمع، وإنّ الجدل الدائر في وسائل الإعلام وفي خطابات السياسيين وبين المشتغلين في الوسط الجامعي و الأكاديمي حول ظاهرة عزوف النخبة الجامعية عن التواصل مع المجتمع العام، تجعل العديد يستفسر عن هذا الوضع القائم بين النخب وقطاعات المجتمع الواسعة لاسيما النخب الجامعية. ولقد ساهم إخفاق تواصل النخبة الجزائرية في إتساع الهوة مع المجتمع وإنحسار فضاء الممارسة الإجتماعية. وإنّ ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال قد فتحت آفاقاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة. نظراً للجماهيرية الكبيرة التي حققتها الشبكات الإجتماعية على وجه العموم، وموقع الفيسبوك بشكل خاص. هذا الأخير ساهم في إقبال الجماهير بحيث أصبح تواجهه في الفضاء المفتوح كوسيلة فعالة لتحقيق التواصل الإجتماعي بين الناس ليتحول الشخص إلى فرد إفتراضي يتفاعل ضمن مجتمع إفتراضي. وعليه تكمن مشكلة الدراسة في البحث عن إتجاهات أساتذة التعليم العالي نحو إستخدامهم لموقع الفيسبوك في ضوء التطورات الراهنة سواء كانت ثقافية أو سياسية، تكنولوجية وغيرها وبذلك يمكن إبراز إشكالية الدراسة كما يلي:

**ما هو إتجاه أساتذة التعليم العالي نحو إستخدام الفيسبوك؟**

ومن خلال هذه الدراسة سنقوم بالبحث في إتجاه الأساتذة المستخدمين لموقع الفيسبوك بدراسة عينة منهم لمعرفة إتجاههم المبني على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات. ومن أجل تبسيط دراستنا نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات ودوافع إستخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك ؟
- ما هي الفئات التي يتواصل معها الأساتذة الجامعيين عبر الفيسبوك؟
- ما هي الإشباعات المحققة جراء إستخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك؟

## 2. أسباب إختيار الموضوع :

هدف كل باحث هو الوصول إلى إيجاد الحلول التي تواجه الآخرين وتكون ممكنة التطبيق على أرض الواقع، وذلك لا يتم إلا بالإختيار الجيد للموضوع، ومن الأسباب التي دفعت بنا لدراسة والبحث في هذا الموضوع ما يلي:

- يعتبر الموضوع مهما حيث أنه حيوي وقابل للدراسة والبحث، التي تعنى بدراسة أهم وسائل الإعلام الجديد الفيسبوك، ومدى تقبل الأساتذة الجامعيين بهذه الأخيرة.
- الإقبال المتزايد على استخدام الفيسبوك في الجزائر كواحد من أهم وسائل التكنولوجيا الحديثة للإتصال.
- تفتح هذه الدراسة مجالاً جديداً في علوم الإعلام والإتصال ظل إلى وقت ليس ببعيد محط خوف من قبل الباحثين وخصوصاً في الجزائر.
- تماشي الدراسة وطبيعة التخصص تكنولوجيا الإتصال الجديدة.
- الوقوف عند واقع استخدام أساتذة التعليم العالي للفيسبوك ومعرفة حقيقة مستواهم المعرفي والمهني.
- إشباع الفضول العلمي من خلال بغية التعرف على الواقع المعيش بهذه الشريحة وحقيقة تفاعلها مع محيطها الإجتماعي.
- التحولات التي يشهدها المجتمع فرضت نفسها على المجتمع، مما دفعنا إلى محاولة التعرف على الظاهرة المدروسة وفهم أبعادها.

## 3. أهداف الدراسة :

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين هو سد الفضول المعرفي الذي يلزمه، وعليه فإننا نسعى من خلال دراستنا إلى تحقيق عدد من الأهداف أبرزها:

- أهم العوامل التي دفعت بالأساتذة الجامعي الى استخدام الفيسبوك.
- معرفة مستوى الأستاذ الجامعي ومدى تقبله لإستخدام الفيسبوك ومعرفة الفروق تبعاً للمتغيرات كالجنس والدرجة العلمية.....
- التدريب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية، وكذا التحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية وتقنيات البحث في علوم الإعلام والإتصال .
- تهدف هذه الدراسة في شقها الميداني إلى تقديم صورة حقيقية عن إتجاه أساتذة التعليم العالي نحو إستخدام الفيسبوك وذلك بإستقصاء عينة منهم لمعرفة مدى مواكبتهم لهذا الوسيط.
- معرفة مدى إستعانة الأستاذ الجامعي بالفيسبوك كمصدر وكذا تطبيقهم لهذا المشروع على أرض الواقع.

#### 4. أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة في كونها من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة تقنيات الإعلام الجديد وإتجاهات أساتذة التعليم العالي نحو التحول الجذري إلى مثل هذه التطبيقات الجديدة بما فيه على وجه الخصوص الفيسبوك.
- تمثل هذه الدراسة مرجع للتعرف على موقع الفيسبوك ودوره ومميزاته في جميع المجالات.
- الدور الذي يلعبه الفيسبوك على شبكة الأنترنت كوسيلة إعلامية جديدة وما حظيت به هذه الأخيرة من كثافة التعرض لها من قبل الجماهير.
- أهمية الفيسبوك في تحقيق التواصل لدى الأستاذ الجامعي وبروزه كظاهرة على جديدة على الساحة الإعلامية.
- تنامي ظاهرة استخدام الفيسبوك في العالم بصورة عامة، والجزائر بصورة خاصة.

#### 5. الدراسات السابقة:

تعرف الدراسات السابقة على أنها تلك الدراسات و البحوث التي تم إنجازها حول مشكلة أو موضوع البحث أو الرسالة الجاري إنجازها و التي تحترم القواعد المنهجية في البحث العلمي، و هي إما أن تكون مطابقة للدراسة الجاري إنجازها. و حينئذ يشترط اختلاف ميدان الدراسة، أو أن تكون دراسات مشابهة و حينئذ يدرس الباحث الجانب الذي تختص به دراسته، كما قد تكون دراسات نظرية مكتبية أو دراسات ميدانية<sup>1</sup>.

وبعد قراءة متأنية فيما أتيج لنا من دراسات تناولت موضوعنا وقع اختيارنا على دراستين وجدنا أن لهما علاقة بموضوع الدراسة وهما:

**1الدراسة الأولى:** جاءت بعنوان "استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية و انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية ، أساتذة جامعة باتنة نموذجاً "من إعداد محمد الفاتح حمدي .<sup>2</sup>د غ م

و كانت الإشكالية مدى استخدام النخبة الجامعية الجزائرية للصحافة الإلكترونية و تأثير ذلك على مستقبل الصحافة الورقية ؟

<sup>1</sup> ميلود سفاري و آخرون :أساسيات في منهجية وتقنيات البحث في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 149.

<sup>2</sup> محمد الفاتح حمدي : استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية و انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة جامعة باتنة نموذجاً ، شهادة ماجستير ، الجزائر ، جامعة باتنة ، كلية الحقوق ، قسم علوم الإعلام و الاتصال،(2009-2010) .



و التساؤلات : ما دوافع تعرض النخبة الجامعية الجزائرية للصحف الإلكترونية الجزائرية و العربية و الأجنبية ؟

ما الإشباعات المتحققة من ذلك التعرض ؟ ما المضامين المفضلة ؟ ما اتجاهات النخبة نحو درجة تأثير الصحف الإلكترونية على الورقية ؟ ما مستقبل العلاقة بين الصحافتين ؟

و تهدف الدراسة إلى قياس درجة تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية و العربية و الأجنبية و التعرف على التفضيلات للمواد الإعلامية و التعرف على دوافع استخدام النخبة للصحف الإلكترونية و التعرف على الإشباعات المتحققة من ذلك التعرض ، التعرف على درجة تأثير الصحف الإلكترونية على بيئة الممارسة الصحفية في الجزائر و الوطن العربي.

و اعتمد على الإستبيان لجمع البيانات و كان مجتمع البحث أساتذة جامعة باتنة و تم توزيع الإستبيان و تم الحصول على النتائج التالية:

أن من دوافع تعرض النخبة للصحف الإلكترونية الجزائرية هو تزويدهم بالأخبار الوطنية أما بالنسبة لتعرضهم للصحف الإلكترونية العربية و الأجنبية فهذه الصحف تقدم الأحداث بأكثر جرأة.

أما بالنسبة لتعرض النخبة للصحف الإلكترونية فكانت الدوافع هي تقيدهم في مجال عملهم و كذلك لتعودهم استخدام شبكة الأنترنت و كذلك تصدر قبل الصحف الورقية و كذلك لها ميزات إيجابية لا تتوفر في الصحف الورقية و كانت نسبة كبيرة تتعرض للصحف الإلكترونية ،

أما الإشباعات فتمثلت في الأخبار ، و فيما يخص المضامين الإعلامية كانت المضامين السياسية أكثر عرضة ، أما أشكال التفاعلية فتمثلت في البريد الإلكتروني أما درجة تأثير الصحف الإلكترونية على الورقية أجابت النخبة بأن لها تأثير محدود في الوقت الحالي ، و اعتبرت أن الصحف الإلكترونية تعتبر عاملا مساعدا للصحف الورقية.

## 2-الدراسة الثانية:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان " استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية " وهي عبارة عن رسالة لنيل الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من إنجاز الباحث رضا عبد الواحد أمين، حيث نوقشت سنة 2005 بجامعة الأزهر<sup>1</sup>. د غ م

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين: استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر، 2005.

تهدف هذه الدراسة إلى قياس درجة تعرض النخب المصرية الإعلامية والأكاديمية والسياسية والدينية للصحافة الإلكترونية، والتعرف على دوافع تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية، وكذا الإشباع المتحقق من وراء هذا الاستخدام، إضافة إلى التعرف على درجة تأثير الصحف الإلكترونية على بيئة الممارسة الصحفية في مصر، ودراسة العلاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية وشكل العلاقة بالصحافة الورقية.

وقد ركز الباحث في دراسته هذه على طرح جملة من التساؤلات في إشكالية والتي جاءت على النحو التالي:

1- ما السمات والخصائص الرئيسية للنخب المصرية التي تتعرض للصحافة الإلكترونية؟

2- ما الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة للصحف الإلكترونية المصرية؟

3- ما مستويات التفضيل لدى النخبة لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية؟

4- ما اتجاهات النخبة المصرية نحو درجة تأثر الصحف الإلكترونية على واقع الصحف الورقية؟

5- ما مدى وجود العلاقة بين الفئة العمرية لأفراد النخبة وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية؟

ولقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح بنظام العينة لأعضاء النخب المصرية لكونه منهجا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة . واستخدم الباحث في جمع بياناته من مجتمع الدراسة على استمارة الاستبيان بحيث وزعها على النخبة المصرية وذلك بعد تحكيمها وتجربتها للتأكد من سلامتها ومناسبتها للتحقق من فروض البحث وبعد إعدادها قام الباحث بتوزيعها على عينة الدراسة التي اختارها والتي تتكون من (400) مفردة من النخبة الذين يستخدمون الانترنت، وقد اعتمد الباحث على أسلوبين من المعاينة حيث اعتمد على الأسلوب القسدي في اختيار النخبة التي تمثل المجتمع وجسدها الباحث في النخبة الأكاديمية، النخبة الإعلامية، النخبة السياسية، النخبة الدينية، ثم قام باختبار مفردات العينة من كل نخبة بأسلوب العينة العشوائية، بحيث اختار من كل نخبة (100) مفردة (وفي المجموع 400 ) مفردة.

وقد توصل الباحث من خلال دراسته هذه إلى جملة من النتائج منها مايلي:

أفادت النتائج أن نسبة قليلة جدا ( 3.5 % ) قد أحجمت عن قراءة الصحف الورقية بعد تعرضهم للصحف الإلكترونية والإنترنت، وبرزت هذه النسبة أحجامها عن قراءتها بأنه لم يعد لديهم وقت لقراءتها، وأن الصحف الإلكترونية تقدم البديل الأسهل لهذه الصحف، ولأنها تتيح إمكانيات أفضل مما تتيحها لهم الصحف الورقية.

كما أثبتت الدراسة أنه بالرغم من قراءة الصحف الإلكترونية والتعرض للإنترنت إلا أن النسبة الأكبر من عينة البحث لم تحجم عن قراءة الصحف الورقية بشكل منتظم أو غير منتظم، بدافع التعود على قراءتها، ولأنها أفضل للعين من الصحف الإلكترونية وإمكانية حملها واصطحابها في وسائل النقل، ولأن بعض الأبواب لا تنشر إلا في الصحف الورقية، أو لأنهم يعيدون أرشيفا ورقيا لبعض الأبواب والموضوعات التي يفضلونها.

استخلصت الدراسة ترددا في تبني مواقف محددة من وجود تأثير للصحف الإلكترونية على الورقية، ففي حين رأي ( 58.75 % ) من المبحوثين وجود هذا التأثير. رأي ( 41.25 % ) منهم أن الصحف الإلكترونية لا تؤثر في الوقت الراهن على الصحف الورقية، ويرجع ذلك إلى حداثة ظاهرة الصحافة الإلكترونية في مصر نسبيا، وعدم وضوح الرؤية بالقدر الكافي أمام المبحوثين.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

من الملاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها ركزت على عادات وأنماط استخدامات النخب للصحافة الإلكترونية ومعرفة الأسباب والدوافع التي دفعتهم إلى للإقبال على خدمات الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة الورقية، التي توصلت الدراسات إلى أن هناك إقبال كبير من قبل النخب على التفاعل واستخدام وسائل الإتصال والإعلام الحديثة.

فقد ساعدتنا الدراسات المعتمدة كثيرا على تسليط الضوء على النخب الجزائرية من الأساتذة الجامعيين ومجالات استخدامهم لموقع التواصل الإجتماعي "الفيس بوك"، والتعرف على الخصائص الديمغرافية للمبحوثين وهو ما يعد مؤشرا للعديد من المتغيرات .

كما إستفدنا من الدراسات من خلال بعض المعلومات المتعلقة بالشق النظري للدراسة وكذلك في بناء بعض أسئلة إستمارة الإستبيان. ويتضح لنا مما سبق أن الدراسات تقترب من دراستنا في المتغير المتعلق بالنخبة الذي يعد جزءا هاما من دراستنا.

6. تحديد المفاهيم:

1-الاتجاه :

لغة:ترجع كلمة الاتجاه تاريخيا إلى أصلين:

**الأول** مشتق من الأصل اللاتيني "aptus" والذي يشير إلى معنى اللياقة وكان أول من استخدمه "هريت سبنسر".

أما **الثاني** فيرتبط باستخدام كلمة "posture" والتي تعني وضع الجسم عند التصوير، ثم تطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة.<sup>1</sup>

**إصطلاحا:**يعرفه البورت على أنه" حالة من الاستعداد العقلي العصبي التي نظمت عن طريق التجارب الشخصية السابقة وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل الأشياء. والمواقف التي تتعلق بهذا الإستعداد"<sup>2</sup>

-كما أنه يعرف على "أنه تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والمعرفية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة بالقبول أو النفور"<sup>3</sup>

**إجرائيا:**

مما سبق يمكن استنباط تعريف إجرائي للاتجاه على أساس أنه تنظيم الفرد لبعض العمليات النفسية، تظهر محصلتها في سلوكه الفعلي والذي يعبر بدوره عن وجهة نظره حول موضوع معين من الموضوعات مهما كان نوعه، معبرا عن اتجاهه بالتأييد أو بالرفض أو حتى بالمحايدة بطريقة تحكيمية يمكن قياسها بإعطاء درجات لهذه الموافقة أو المعارضة أو المحايدة.

**02- النخبة :**

لغة : ج نخب ، أفضل ما يختار من شيء "نخبة القوم". "نخبة النشئ" أفضل ما يكون صفوة، خبرة : عدد محدود من أفراد فئة أو جماعة يمتازون على أقرانهم،يحوزون الأفضلية في مجال معين.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 ، ص259 .

<sup>2</sup> سامية محمد جابر : منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن، ص335 .

<sup>3</sup> نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الإجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975 ، ص 5 .

<sup>4</sup> المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دار الشروق، بيروت، سنة 2000 ، ص 1390.

و يعرف بوتومور T. Bottomore الصفوة في كتابه الصفوة و المجتمع Elite and society

بأنها "جماعات مهنية أساسا لها مكانة عالية لأي سبب كان في المجتمع".<sup>1</sup>

بينما عرف ابن منظور النخبة في قاموس لسان العرب "بأنها اشتقت من نخب و إنتخب الشيء بمعنى إختاره و نخبة القوم هم خيارهم و إصطفى الشيء بمعنى إختاره و إستخلصه".<sup>2</sup>

كما أن هناك من يرى بأن مفردة" الصفوة "هي نفسها كلمة" النخبة "و الصفوة مشتقة من صفا، يصفو، صفا. و يقال صفا فلان القدر بمعنى أخذ و إستخلص ما فيها ، و المصطفى هو المختار و الصفي هو النقي من كل شيء.

\_ أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة النخبة (Elite) فإنها مشتقة من الأصل اللاتيني - (Ex-legree) الذي يعني قطف و اختار و جمع .

\_ أما معنى النخبة في اللغة الإنجليزية و الألمانية فإنه يشبه نفس المعنى المستعمل في اللغة الفرنسية غير أن هذه المفردة في اللغة الإسبانية فهي مشتقة من Los mas selecto.<sup>3</sup>

#### \_ اصطلاحا :

يرى "توماس بوتومور" أن أقدم إستخدام لكلمة" نخبة "في اللغة الانجليزية وفقا لقاموس أكسفورد كان في سنة 1823 ، حيث أنه تم توظيف مفهوم النخبة (Elite) في القرن السابع عشر لوصف السلع ذات النوعية الممتازة ، ثم إتسع هذا المفهوم للدلالة عن الجماعات الاجتماعية العليا كـ بعض الوحدات العسكرية العليا أو المراتب العليا من النبالة.<sup>4</sup>

أما سوسيولوجيا و حسب المعجم النقدي لعلم الاجتماع فإن" باريتو "هو الذي أعطى صيتا لمصطلح النخبة فهو يرى بأن النخبة هم أفراد توفرت فيهم شروط التميز و النجاح في إطار نشاط اجتماعي معين و هو يقول في هذا الشأن "...لنضع إذن طبقة من الذين يتمتعون بالموثرات الأكثر إرتفاعا في الفرع الذي يؤدون

<sup>1</sup> عبد الهادي الجوهري: قاموس علم الاجتماع، ط3 ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998 ، ص 133 .

<sup>2</sup> ابن منظور : لسان العرب ، ج/4 ج 6 ، دار المعارف ، القاهرة ، ص، ص 4374\_2468 .

<sup>3</sup> www.algabiribed.net/n81\_01zenaddine.(01).htm. 25/12/2015.

<sup>4</sup> بوتومور توماس : الصفوة و المجتمع (دراسة في علم الاجتماع السياسي) ، تر :محمد الجوهري و آخرون، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1988 ، ص25 .



فيه نشاطهم و لنعطي لهذه الطبقة إسم النخبة... [ وعلى هذا الأساس فان النخبة هم طبقة متميزة بخصائص نفسية و إجتماعية تبوئها مراكز الطليعة في مجالات إجتماعية و إقتصادية و فنية معينة".<sup>1</sup> وفي دراستنا هذه سوف نقصر على النخبة الأكاديمية والممثلة في هذه الدراسة في أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وقسم العلوم السياسية بجامعة ورقلة.

**التعريف الاجرائي للنخبة :** وهم مجموعة من الافراد الذين يتميزون عن غيرهم ،من حيث مكانتهم و ثقافتهم و درجاتهم العلمية ، و كذلك يتصفون بالتميز و التفوق في مختلف مجالاتهم المتعددة ، وفي دراستنا هذه نقصد بالنخبة بأنها متمثلة في مجموعة من أساتذة التعليم العالي و البحث العلمي ، بجامعة ورقلة . ( بتحديد تم تعيينهم كلا من قسم علوم الاعلام و الاتصال و قسم علوم السياسية ).

### 03- الإستخدام:

يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوما واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة أونشاط يتوخى ضبطه غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخل في تركيبة تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الغموض الذي يحيط باللفظ مردهُ إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل .مجموعة السلوكيات والمظاهر<sup>2</sup>

يرى الدكتور السعيد بومعيزة أن "مفهوم الاستخدام يعاني من بعض اللبس عندما يستعمل كمرادف للاستعمال أو التملك أو الممارسة. واللبس ناتج من استعماله لاكتشاف ووصف وتحليل سلوكيات وتمثلات تجاه كل غامض الذي هو تكنولوجيات الاتصال الجديدة (...).وفي الدراسات الإعلامية يشير مفهوم الاستخدام إلى الممارسات كما يشير أيضا إلى السلوكيات والعادات الإتجاهات. والممارسة تشير إلى جملة من العادات القائمة أو طرق ملموسة في الفعل حيث لا يغطي السلوك إلا جزءا من الممارسة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بودون ريمون ، بوريكو فرانسوا :**المعجم النقدي في علم الاجتماع**، ط2، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر(مجد)بيروت ،لبنان، 2007، ص 553 .

<sup>2</sup> أحمدعبدلي :**مستخدمو الأنترنت**، مذكرة ماجستير :قسم الدعوة والإعلام،جامعة الأمير عبد القادر،قسنطينة،(2002-2003)،ص64.

<sup>3</sup> فضيلة تومي :**التفاعلية و وسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا**، مذكرة ماجستير،جامعة الجزائر:قسم علوم لإعلام والاتصال،سنة 2007 ،ص 25 .

إن مفهوم الاستخدام أصبح يدرس من منظور سوسولوجيا الاستخدام الذي يعنى بالعلاقات الاجتماعية والتقنية ، التي تنشأ بين الأفراد أو الجماعات والأشياء التقنية والدراسات في هذا المجال اهتمت بتحليل دلالات الاستخدام التي تحيل إلى التمثلات والقيم التي توظف في استخدام تقنية معينة .<sup>1</sup>

#### التعريف الإجرائي:

ونقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية التصفح التي يقوم بها الفرد في موقع " الفايبيوك " وعادات وأنماط هذا التصفح. ولدوافع التي تدفع الأستاذ الجامعي للإستعانة بالفيبيوك والإشباعات والإحتياجات المحققة من هذا الإستخدام.

#### 04- الفيسبوك:

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال " dictionary of media and communications " " facebook" فايبيوك على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة "profiles" وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الاشخاص .<sup>2</sup>

\_الفيسبوك (Face Book) : يعد من أشهر المواقع الاجتماعية على الانترنت أسسه طالب في جامعة هارفارد عام 2004 ، و الان تحظى عدد مستخدميه ب ( 75 ) مليون مستخدم ،تقدر قيمته ب 15 ، 9 مليار دولار .<sup>3</sup>

الفيسبوك (Face Book) : هو موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم ، و يمكن لأي شخص قادر إنشاء موقع له في حساب الفيس بوك بسهولة و بدون مقابل مادي . ويهدف الموقع الربط بين الاصدقاء و التعرف على الاصدقاء جدد أو البحث عن أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام الى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ،و يمكن للمشاركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر ،مثل المدارس ، أو أماكن العمل ، أو المناطق الجغرافية ،أو المجموعات الاجتماعية ، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الشبكة نفسها ، و يمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم و يتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> السعيد بومعيزة: محاضرات التلقي، سنة أولى ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية الاعلام، جامعة الجزائر، السنة الدراسية ، (2006-2007) .

<sup>2</sup> Marcel Danesi : **Dictionary of media and communications**, M.E. Sharpe, New York.2009. p117

<sup>3</sup> عبد الله عامر : **الفيس بوك و عالم التكنولوجيا** ،مجلة العلوم التكنولوجية ،عدد 14 ،جامعة البتراء ، عمان ، 2007 ،ص 6.

<sup>4</sup> محمد الحضيف : **كيف تؤثر وسائل الاعلام** ، دار وهج الحياة للنشر و التوزيع ، الرياض ، 2010 ،ص.25.

التعريف الاجرائي للفيسبوك (Face Book) : وهو موقع ويب يسمح لمستخدميه بإنشاء صفحات و مساحات خاصة ضمن هذا الموقع ،و من ثمة يتيح التواصل مع الأصدقاء ، و الافراد في مختلف بقاع العالم و المشاركة في المحتويات و الاتصالات و تبادل الحوارات و النقاشات المختلفة .

### 07.فرضيات الدراسة:

- هناك انتظام في تصفح الأساتذة الجامعيين للفيسبوك .
- تعد المواضيع العلمية والمعرفية من أخبار في مقدمة الدوافع التي تؤدي بالأساتذة إلى إستخدام الفيسبوك.
- أتاح الفيسبوك للأساتذة الجامعيين فرصة لتوسيع العلاقات الإجتماعية والتفاعل مع فئات المجتمع.
- تعد الحاجات المهنية من مهارات والتعرف على التفاعلات المهنية مقدمة للإشباع التي تسعى النخبة الجامعية لتحقيقها.
- ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

### 1. منهج الدراسة :

#### 1/1: نوع الدراسة:

تندرج دراستنا المعنونة ب "إتجاه النخبة الجزائرية نحو إستخدام الفيسبوك "ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص مشكلة معينة ودراسة ظروفها المحيطة بها، أي كشف الحقائق الراهنة التي تتعلق بالظاهرة المدروسة وصفا دقيقا وشاملا من كافة جوانبها .إلا أنها لا تقف عند مجرد جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها وعرض نتائجها فقط ،بل بإستخلاص دلالاتها وتحديدتها بالصورة التي هي عليها كمييا وكيفيا بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها .

ويعرف الباحث "سمير محمد حسين"البحوث الوصفية بأنها :تلك البحوث التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع وتكرارات حدوث الظاهرة المختلفة<sup>1</sup> وعلى هذا جاء الوصف ملازما للبحث والتحليل في الفصل الأخير.

1جودت عزت عطوي:أساليب البحث العلمي-مفاهيمه-أدواته-جداول إحصائية-، دارالثقافة العلمية للنشر والتوزيع،عمان-الأردن،2000 ص99.

2/1: منهج الدراسة: وقبل التعرض إلى تعريف المنهج المعتمد عليه في هذه الدراسة, وجب علينا ولو بإختصار لتعريف المنهج .

فيرى الباحث "كابلان" أن المعنى الحقيقي للمنهج يظهر في عملية المساهمة على الفهم وليس في النتائج المتحصل عليها<sup>1</sup>

أما الباحثان "عمار بوحوش" و "محمود الذنبيات" فيعرفانه: "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة مشكلة لإكتشاف الحقيقة"<sup>2</sup>

وعليه إقتصرت طبيعة الموضوع وإشكالية الدراسة وتساؤلاتها على "المنهج الوصفي التحليلي" لكونه من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ولضرورة يفرضها البحث نفسه. ويمكن تعريفه بأنه:

"طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة"<sup>3</sup>

واعتمادنا لهذا المنهج يمكننا من تشخيص الظاهرة التي نحن بصدد دراستها، وذلك بوصف وتحليل العلاقة بين المتغيرات، لقد مكنا هذا المنهج من جمع معلومات حقيقية ومفصلة عن إستخدام أساتذة التعليم العالي للفيسبوك، ثم بالاعتماد على وصف الظاهرة ووصف الواقع كما هو، يمكننا الوصول إلى استنتاجات ونتائج تساهم في فهم العلاقة بين المتغيرات وفهم الواقع عموماً.

## 2. أدوات جمع البيانات :

للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه، وترتبط هاته الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيداً بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت وجهد وتكاليف.<sup>4</sup>

إن اختيار أدوات جمع البيانات و المعطيات تعتبر مرحلة هامة جداً في البحث العلمي، لأنها هي التي ستحدد ما يمكن تحليله ضمن ما يراد دراسته إذ لا يمكن جمع أية معلومة بأية طريقة، و هكذا فقبل تحديد

1 كريمة بنان: الصحافة الداخلية للمؤسسة دراسة إستطلاعية لقراء مجلة البدر -، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، (2004-2005)، ص13.

2 عمار بوحوش ومحمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي، مكتبة المنار، الأردن، 1989، ص89.

3 محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1985، ص

4 محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص186.

نوعية البيانات و المعلومات التي يراد جمعها؛ يجب توضيح الأدوات المختارة لجمع هذه البيانات. إذ يتم اختبار هذه الأدوات حسب ما تقتضيه إشكالية و منهجية البحث.

إن أدوات جمع البيانات تعتبر نقطة التلاقي بين البناء المفاهيمي لمشكلة البحث من جهة و الواقع المراد دراسته من جهة أخرى فهي تستمد وجودها من كونها تسمح للباحث بتوجه نحو الواقع لجمع المعلومات الضرورية للإجابة عن مشكلة البحث.<sup>1</sup>

ومن الأدوات التي اعتمدها في دراستنا هذه هي المتمثلة في أداتين رئيسيتين: (الملاحظة و الاستبيان)

**1/2: الملاحظة:** تعتبر هي الأداة الأكثر استخداما في البحوث الاعلامية. و هي لا تستخدم لوحدها بل هي وسيلة مساعدة أو مكملة لأوات الأخرى، إنها توجيه الحواس لمشاهدة أو مراقبة سلوك معين أو معينة، و تسجيل جوانب هذا السلوك أو خصائصه. و لهذا فإن توجيه الحواس و الانتباه إلى الظاهرة المعنية أو مجموعة من الظواهر من أجل الكشف عن صفاتها و خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة حول تلك الظاهرة أو الظواهر.<sup>2</sup>

و بالتالي فهي لا تقوم بالتسجيل السلبي للوقائع والمتغيرات و الأحداث.

ونظرا لخصوصية هذه الدراسة، فقد قمنا باستخدام الملاحظة العلمية بدون مشاركة، وذلك بملاحظة الظواهر أثناء حدوثها بصفة تلقائية ودون تدخل، من أجل الوصول إلى النتائج غير خاضعة لأدوات القياس و تستند هذه العملية على قيام الباحث بملاحظة تصرفات عن قرب، كما تعتمد على المتابعة وبعيدا عن المشاركة، مع تسجيل المواقف و ردود الأفعال.

و قمنا باستخدام هذه الآلية لمعرفة استخدام النخبة الجزائرية للفيسبوك.

ونعني بالملاحظة دون المشاركة: "في هذا النوع يقف الباحث بعيدا، و لا يشارك في أنشطة المجموعة التي يقوم بملاحظتها، ولا ينتمي لعضويتها، وهي تتيح للباحث فرصة ملاحظة السلوك الفعلي للجماعة في صورته الطبيعية، وكما يحدث فعلا في مواقف الحياة الطبيعية".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مورييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصد للنشر، الجزائر، 2006، ص82.

<sup>2</sup> علي غربي: أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار الفائز، قسنطينة \_الجزائر، 2009، ص110.

<sup>3</sup>فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، كتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، مصر، 2002، ص145.



## 2/2: إستمارة الاستبيان :

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الانسانية , خاصة في علوم الاعلام و الاتصال ,حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث ,في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية , للحصول على ماهو بصدد البحث عنه ,أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف و آراء المبحوثين من قضية معينة .<sup>1</sup>

**ويعرف الاستبيان :** هو أسلوب جمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها,دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.<sup>2</sup>

**استمارة الاستبيان:** و يعتبر الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الاجتماعية و الاعلامية ,و هو يستخدم لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة,من خلال الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده وتقنيه ويقوم المجيب بملئه بنفسه ,ويسلم أو يرسل هذا النموذج لعينة كبيرة نسبيا من أفراد مجتمع البحث.<sup>3</sup>

### إجراءات الصدق:

تم توزيع إستبيان الدراسة على عدد من المحكمين\* الذي قدر عددهم ب(05) من أجل تحكيمه وإصدار أي تغييرات حول الأسئلة وشموليتها ، وبنترتيبها وبناء على إقتراحاتهم تم تعديله إلى الشكل النهائي.

وقد اشتمل الإستبيان المصمم لهذه الدراسة على المحاور الآتية:

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية ،جامعة الجزائر ،2010، ص، ص ، 220\_221 .

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد : دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ،عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 183 .

<sup>3</sup> فاطمة عوض صابر،ميرفت علي خفاجة: مرجع سبق ذكره، ص116 .

\* تومي فضيلة: أستاذ مساعد"أ".

الزاوي محمد الطيب:أستاذ مساعد"أ"

قندوز عبد القادر: أستاذ مساعد"أ".

ثابت مصطفى: أستاذ مساعد"أ".

بورندة ليليا: أستاذ مساعد"أ".

**المحور الأول:** ويتضمن ما يعرف بأسئلة الحقائق، تشتمل على مجموعة من الأسئلة الخاصة بالحقائق التكوينية لمستخدمي الفيسبوك (الجنس، والدرجة العلمية والقسم، والخبرة المهنية) ويعد هذا المحور ضروريا في تصميم إستمارة أي بحث من أجل التعرف على الخلفية الثقافية والإجتماعية للمبحوثين، أي التعرف على السمات العامة للمبحوثين، ويتكون هذا المحور من (04) أسئلة في بحثنا هذا.

**المحور الثاني:** ويحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى التعرف عن أنماط وعادات استخدام النخبة الجامعية الجزائرية للفيسبوك من الأساتذة الجامعيين ويتكون من (11) سؤال.

**المحور الثالث:** ويعد من أهم محاور الإستبيان لأنه يركز على الكشف عن دوافع إستخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك في ظل التطور الكبير في خدمات الفيسبوك والتي وفرت الملايين من المواقع المختلفة أمام النخبة وفي شتي المجالات، ويعد ميدان التزود بالمعلومات والأخبار من بين أهم المجالات التي أصبحت متاحة بشكل كبير عبر الفيسبوك أمام كل فئات المجتمع. ويتكون هذا المحور من (05) أسئلة.

**المحور الرابع:** الذي جاء بعنوان الفئات التي يتواصل معها الأساتذة الجامعيين من شأنه التعرف على العلاقات التي تكون بين الفئة التي يتواصل مع الأساتذة وطبيعتها الإجتماعية. ويتكون هذا المحور من (06) أسئلة.

**المحور الخامس:** الذي كان حول الإشباع المحققة من وراء إستخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك بغية التعرف على العديد من الإحتياجات المرتبطة بإستخدام الفيسبوك لدى الساتذة الجامعيين التي تنشأ نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم الإجتماعية والعوامل المجتمعية الأخرى. ويتكون هذا المحور من (06) أسئلة.

### 3. مجتمع البحث العينة:

لكي يكون البحث مقبولا وقابلا للإنجاز، لابد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه، وأن نوضح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع.

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية والإنسانية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها داسته وتحديدها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد شفيق: مرجع سبق ذكره، ص 112 .

ولمعرفة مجتمع البحث أولاً يجب تحديد مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة أم متباينة؟ وهل هي موزعة في شكل فئات أو طبقات أو غير ذلك.

وفي سياق إتمام البناء المنهجي للعمل كان لزاماً علينا تحديد مجتمع البحث الذي سوف تجرى عليه الدراسة التطبيقية والذي يناسب بطبيعة الحال موضوع هذه الدراسة والمتمثلة في استخدام النخبة الجامعية الجزائرية للفيسبوك.

يعرف الباحثون مجتمع البحث على أنه " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي نركز عليها الملاحظات<sup>1</sup> "

كما يعرفه باحثون آخرون بأنه: " جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث " .

إذن فمجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو مجموع الأفراد أو أساتذة جامعة قاصدي مرباح الذين يستخدمون موقع الفيسبوك ويعتبرون جمهور هذه الدراسة. مجتمع الدراسة هو النخبة الجزائرية ويقصد بالنخب في هذه الدراسة الفئات التي تطلع بقيادة المجتمع وتسهم، عبر قيامها بمتطلبات مسؤولياتها المهنية، في توجيه أفراد المجتمع، عبر مختلف القنوات والوسائل الرسمية والخاصة، وتتسم النخب المجتمعية بتوافرها على قدر عالٍ " من التأهيل العلمي والثراء الفكري، والخبرات المهنية التراكمية في مجال عملها. " وعلى ذلك يتكون مجتمع هذه الدراسة من كل النخب الجامعية لجامعة قاصدي مرباح ورقلة، و يأتي نوع العينة ضمن العينة القصدية للأكاديميين من أقسام علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

نظراً لصعوبة الوصول إلى المجتمع الأصلي وحصر كل الجمهور فقد لجأنا إلى العينة القصدية، حيث تعرف العينة على أنها: " هي ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجتمع من خلاله المعطيات، أو مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين.

وحددنا عينتنا في العينة القصدية وهي: "تستخدم هذه الطريقة عندما يريد الباحث دراسة مجتمع ما تم تحديده، ويقوم الباحث هنا باختيار العينة التي يرى أنها تحقق أغراض الدراسة اختياراً حراً بيني علي معلومات مسبقة كافية ودقيقة تمكنه من الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> موريس أنجرس: مرجع سبق ذكره، ص 299 .

<sup>2</sup> وائل عبد الرحمن التل، عيسى محمد قحل: البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جازان، حقوق الطبع محفوظة لكلية المعلمين في جازان، 2005، ص 3.

العينات المقصودة هي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي".<sup>1</sup>

وجاء اختيارنا لهذين القسمين تحديدا دون الأقسام الأخرى لاعتبارات عديدة منها:

- ضخامة مجتمع الدراسة وصعوبة التطبيق مع كل الوحدات المكونة له.
- أن غالبية عمليات التفاعل في مواقع الفيسبوك هو نتيجة للحركات السياسية خصوصا والحركات الاعلامية التي تطرحها وسائل الاعلام على اختلافها وبالتالي نجد أن مجموع النخب الجامعية لقسمي علوم الاعلام والاتصال وعلوم السياسية هم الأكثر حراكا على هذه الوسائل التواصلية الاجتماعية الحديثة.
- سهولة التواصل بين طلبة قسم الاعلام وأساتذة كل من قسمي العلوم السياسية وقسم علوم الاعلام سواء في المجال المكاني الحقيقي بالمحيط الجامعي أو عبر فضاءات التواصل الافتراضي.

وبناء على العينة اختارت أساتذة قسم الإعلام والاتصال الذي قدر عددهم بـ (20) أستاذ، وأساتذة العلوم السياسية بعدد (30) أستاذ في جامعة ورقلة، ويبلغ عدد أفراد العينة العمدية للبحث (50) مفردة وزعت الباحثان (50) إمتحان، واستعادت (40) إمتحان.

<sup>1</sup> محمد عبيدات، وآخرون: منهجية البحث العلمي-القواعد و المراحل و التطبيقات-، دار وائل للطباعة و النشر، عمان، 1999، ص

#### 4. المدخل النظري للدراسة:

تستخدم هذه الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات كإطار نظري لها وهو امتداد للنموذج الوظيفي في العلوم الاجتماعية.<sup>1</sup> بحيث تتناول الدراسة في هذا الجانب النظريات الإعلامية التي تتناول استخدام النخبة الجزائرية للفيسبوك والموضوعات ذات الإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة على النحو التالي:

#### نظرية الاستخدامات والإشباعات :

تعددت الاتجاهات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال واختلقت النظريات التي حددت حجمه ومداه، و ذلك بسبب التطور الاجتماعي والعلمي الذي شهدته مجتمعاتنا وكذلك التطور الذي شهدته وسائل الإعلام نفسها . فقد ظهر مدخل الاستخدامات و الإشباعات الذي اعتمد على الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام، والذي يرى أن تحديد أثر وسائل الإعلام في المجتمع يتم عبر تحديد استخدامات هذه الوسائل من قبل الجمهور .

إن مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام هو من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتحديث، بتأثير عوامل عديدة، حتى أن المراقب لهذا التغيير يكاد لا يجد إجابة حاسمة، هل يأتي التغيير نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور؟ أم أن التغيير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها؟<sup>2</sup>

#### فروض النظرية:

يركز مدخل الاستخدامات و الإشباعات على كيفية تأثير توجه واهتمام الجمهور المسبق على طريقة تعامله مع وسائل الاتصال، وأسس لذلك مجموعة من الافتراضات المترابطة، وغير الثابتة والتي أشار إليها ليندبرج وهيولتون lundberg-hulten 1968، بأنها تشكل مدخل الاستخدامات والإشباعات وهي:<sup>3</sup>

1- إن الجمهور نشط، ولذلك فإن استخدام وسائل الإعلام يمكن اعتباره هدفا موجهًا، يقصد به تلبية احتياجات هذا الجمهور وتوقعاته منها.

<sup>1</sup> أمين سعيد عبد الغني: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر الجديدة، 2008، ص 254.

<sup>2</sup> باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت: دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، غ منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، (2007-2008)، ص 31 .

<sup>3</sup> محمد لطف علي الحميري: التقنيات المعاصرة في الإتصال(المستحدثات والإستخدامات)، نموذج مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني cerist .دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، (2001-2002)، ص 112.

2-يقوم الجمهور بعملية ربط بين الاحتياجات التي يسعى لتلبيتها من وسائل الإعلام وبين اختيار هذه الوسائل.

3-تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى، الموجودة في محيط الفرد، كالعائلة والأصدقاء وأنشطة أوقات الفراغ، وذلك لتلبية وإشباع حاجياته.

4-تستمد أهداف التعرض لوسائل الإعلام من أفراد الجمهور أنفسهم، فالأفراد يستطيعون دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم لو سئلوا عنها.

### عناصر النظرية:

لقد وصف كل من كاتز وبلومر مدخل الاستخدامات و الاشباعات بأنه يدرس الأصول الاجتماعية والنفسية للإحتياجات التي يتولد عنها توقعات من وسائل الإعلام أو أية مصادر أخرى، تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام التي ينتج عنها اشباعات للإحتياجات ونتائج أخرى قد تكون في الغالب مقصودة، وقد وضح كاتز وبلومر شكلا يوضح هذه العناصر مبينا فيما يلي<sup>1</sup>:

عوامل نفسية ← حاجات ← توقعات من ← وسائل الإعلام←

وفيما يلي شرح لأهم عناصر النظرية والتي أوردها كاتز وبلومر فيما يلي:

### الجمهور النشط active audience :

يعتبر مفهوم الجمهور النشط الافتراض الأساسي في نظرية الاستخدامات و الاشباعات لأنه لا يعتبر جمهور المستهلكين لوسائل الإعلام مجرد متلقين سلبيين لمحتوى هذه الوسائل والفرد هنا يسعى للتعرض لبعض هذه الوسائل، ليس لأنها موجودة فقط، بل لأنها تلبي بعض الحاجات التي يسعى إليها، كما أن الفرد يدرك الإمكانيات المتباينة لوسائل الإعلام ومدى قدرتها على تحقيق احتياجاته.

ويقولان أن مستوى النشاط في عملية التعرض يتعلق بحجم اكتمال المعلومات المتلقاة، كما يتعلق بنوعية النشاط الذي يقوم به الفرد أثناء عملية الاتصال الجماهيري<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي: استخدامات التلفزيون واشباعاته في تلفزيون سلطنة عمان، مجلة بحوث الإتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ديسمبر، 1992، ص104 .

2rebecca b.rubin : media use and meaning of music,video,journalism quarterly,vol.64,no,2,new jersey,summer,1986,p358

إذ يحدد "ماكويل وجيروفيتش" ثلاثة مداخل لتحديد هذا الدور وهي:

"-المدخل الوظيفي والذي يعنى بالحاجات و الاشباعات - المدخل البنائي الثقافي ويعني بالتنظيم الاجتماعي لمحتوى وسائل الإعلام وسلوك التعرض لهذا المحتوى- مدخل الفعل المحفز (ويهتم بالفرد باعتباره فاعلا، له هدف يسعى إليه.<sup>1</sup>

### الأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات:

أ/الأصول الاجتماعية:يرى باحثو الاستخدامات والإشباعات أن العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام لدى الأفراد تنشأ نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية ومع العوامل المجتمعية الأخرى، كما تؤدي العوامل النفسية والفروق الفردية إلى وجود حوافز ومثيرات - منبهات - لدى أفراد الجمهور من مستخدمي وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

ب/الأصول النفسية: يشير بعض الباحثين إلى أن مدخل الاستخدامات و الاشباعات المرتكزة في بعض جوانبه على مفهوم الإدراك الانتقائي الذي يعتمد نظرية الفروق الفردية، إنما يقوم على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضمون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، وفقا لهذه الفروق النفسية والاجتماعية.<sup>3</sup>

وتؤكد العديد من الدراسات أن هناك علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية والسيكولوجية للفرد، وبين استخداماته و اشباعاته من وسائل الإعلام" وهناك ثلاث طرق من الممكن أن تربط بينها، فالظروف الاجتماعية للشخص قد تولد احتياجات لتخفيف الضغوط النفسية الواقعة عليه من خلال تعرضه لوسائل الإعلام، كذلك من الممكن أن تخلق الظروف الاجتماعية توقعات لدى الجمهور مما قد يشبع احتياجاته من وسائل الإعلام و هو ما قد يؤثر على استخداماته لها، وأيضاً فمتغيرات ومحددات اجتماعية كالمحتوى الاقتصادي قد تؤثر على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991، ص 29 .

<sup>2</sup> مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص243.

<sup>3</sup> ملفين ديفلير، وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ت:كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص267 .

<sup>4</sup> أماني عمر الحسيني: الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، عالم الكتب، مصر، 2005، ص، ص 91- 90 .



### توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

يُدفع الفرد المتلقي المستخدم لوسائل الإعلام انطلاقاً من إدراكه أو توقعه لنتيجة ما من المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له، ومن ثم تقويمه لهذا المحتوى.

فعملية التوقع تبقى مبنية على أسس اجتماعية ونفسية وتقوم على أساس أن السلوك الفردي أو النوايا السلوكية للأفراد وحتى الاتجاهات هي نتاج لهذين الشقين:

**1- التوقع:** و هو اعتقاد الفرد أو إدراكه أن موضوعاً ما له خاصية معينة أو أن سلوكاً ما سوف يؤدي إلى نتائج معينة فعندما يقرأ الفرد كتيباً عن مرض فقدان المناعة مثلاً، فإنه يتوقع أن هذا الكتيب سوف يزوده بمعلومات عن القضايا الصحية المتعلقة بهذا المرض.

**2- التقويم:** و هو التقدير الإيجابي أو السلبي لخواص أو نتائج معينة وبناءً على المثال السابق، فإذا حصل الفرد على ما كان توقعه من هذا الكتيب فإن الإشباع التي سيحصل عليها سوف تدعم اعتقاده المبدئي عن هذا الكتيب وإلا فإن اعتقاداته سوف تتغير و هو ما يؤدي إلى تغيير في دوافع البحث عن المعلومات الصحية في هذه النوعية من الكتيبات.<sup>1</sup> وهذا يعني أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف وفقاً للفروق الفردية وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات.

### دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تعتبر الدوافع من العوامل المحركة للاتصال من أجل التكيف مع البيئة الاجتماعية وهذه الدوافع تختلف وتتغير من فرد لآخر بتغير المواقع والأدوار وكذا المعايير الاجتماعية.

"وهناك أنماط عديدة من الدوافع والحاجات الفردية، يصنفها الباحثون في خمسة فئات رئيسية، تبدأ بالحاجات الأولية وهي الحاجات الفيزيولوجية ثم تليها الحاجات الثانوية التي تتمثل في الحاجة إلى الأمن والاستقرار والبناء، ثم الحاجة إلى الانتماء، بما في ذلك الاتصال والمشاركة، وتأتي بعد ذلك الحاجة إلى التقدير، ثم الحاجة إلى تحقيق الذات."<sup>2</sup>

وهذا التصنيف للدوافع يعتبر إطاراً للعديد من الدوافع والحاجات الفردية، والتي يتوسل بها الفرد طريقه إلى تحقيق الدوافع والحاجات الرئيسية، "فالدوافع الفردية تقدم نموذجاً للأنماط التي يمكن أن يتم تحقيقها من

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2001، ص 247.

<sup>2</sup> محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001، ص 227.

خلال التعرض إلى وسائل الإعلام، ويرتبط بتحقيقها تحقيق الرضا والإشباع الذي يعتبر مجالاً رئيسياً من مجالات دراسة اهتمام وتفضيل الجمهور، كمظهر من مظاهر السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

وقد وصف " جون ميريل و والف لوينشتاين العوامل الدافعية للتعرض الانتقائي لثلاث فئات رئيسية هي:

- الحاجة إلى الإنتماء ثم الحاجة إلى الاستطلاع، وكذلك الحاجة إلى تقرير الذات.<sup>2</sup>

### إشباع الجمهور من وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباع. وتفرق الكثير من الدراسات بين نوعين أساسيين من الإشباع هما: الإشباع المطلوبة هي التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض والإشباع المتحققة هي التي تتحقق للجمهور بالفعل نتيجة التعرض. كما توصلت الدراسات أيضاً إلى نتائج من أهمها: ارتباط الإشباع التي يبحث عنها الفرد بالإشباع التي تتحقق له، بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر، لكن وفي نفس الوقت، فإن الإشباع الذي يتحقق للفرد ليس بالضرورة هو الإشباع الذي يبحث عنه.<sup>3</sup>

وقد اهتمت الدراسات بالتفرقة بين نوعين من الإشباع التي تتحقق فعلاً من التعرض لوسائل الإعلام وهما:

أ- **إشباع المحتوى**: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى: إشباع توجيهية؛ تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباع اجتماعية؛ ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- **إشباع العملية**: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، تنقسم إلى: إشباع شبه توجيهية؛ وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وإشباع شبه اجتماعية؛ مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وحساسه بالعزلة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987، ص 81.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، عالم الكتب، جامعة حلوان، 1997، ص 220.

<sup>3</sup> هيثم هادي الهيبي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008، ص 156-

155.

<sup>4</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، مرجع سبق ذكره، ص 249.

وقد أثبتت دراسات عديدة قدرة الجمهور على التمييز بين وسائل الإعلام المختلفة على أساس الإشباع التي يبحثون عنها أو التي يحصلون عليها، و حاولت فحص العلاقة بين الإشباع والمحتوى داخل الوسيلة الواحدة، وتوصلت دراسة أخرى إلى وجود علاقة بين الإشباع المتحقق والإشباع المطلوب، حيث وجدت أن هناك ثلاثة عوامل مرتبطة تمثل الأسباب الدافعة للقراءة بشكل عام وهي:

-تأثير العادة -خصائص الصحف في علاقتها بوسائل الإعلام الأخرى -الحاجات الأساسية التي تسهم من تحديد دوافع طلاب الجامعة الفردية.<sup>1</sup>

وهذا يدل على وجود علاقة وطيدة بين الإشباع المتحقق والإشباع المطلوب وهما في نفس الوقت يرتبطان بدوافع التعرض للوسيلة الإعلامية التي تخلق حاجات لدى الفرد (الإشباع المطلوب) قد يحققها من خلال تعرضه (الإشباع المتحقق) أولاً يكون الرضا إطلاقاً أثناء التعرض.

### تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

من افتراضات نظرية الاستخدامات و الإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام حتى يتحقق لهم الإشباع الذي يبحثون عنه، وذلك على اعتبار أن وسائل الإعلام تعتبر مصدراً من مصادر عديدة تسهم في إشباع حاجات الجمهور. وقد أكدت دراسات كثيرة على وجود علاقة ارتباطية بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام وتكون زيادة تعرض الجمهور إنعكاساً لنشاط هذا الجمهور وقدرته على إختيار المعلومات التي تشبع حاجاته وكذلك توجد علاقة ارتباطية بين مقدرة الفرد الذهنية ومدى استيعابه لمضامين وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

### النقد الموجه للنظرية:

"يرى عدد من الباحثين أن هذه النظرية لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافاً حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات، بالإضافة إلى أن الأمر لا يتوقف فقط على الحالة العقلية ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية، ولذلك فإن الأمر يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات في الاعتبار بالإضافة إلى أن فئات المحتوى التي تعتبر مثيراً في الاستخدام تعتبر فئات عامة بينما يتطلب الأمر أيضاً تقسيمها إلى فئات فرعية عديدة قد يختلف الأفراد في استخدامهم لها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية في الاستخدام والإشباع، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، العدد الثاني، صيف 1989، ص 244.

<sup>2</sup> أماني عمر الحسيني: مرجع سبق ذكره، ص 83.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: مرجع سبق ذكره، ص 226.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى إشكالية الدراسة وتحديد المفاهيم فالدراسات السابقة، وصولاً إلى فرضيات الدراسة. وقمنا بعرض الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة حيث تطرقنا إلى المنهج المستخدم المتمثل في المنهج الوصفي التحليلي، تليها أدوات الدراسة التي تم الإعتماد عليها في جمع البيانات، ثم مجتمع البحث والعينة، كما تطرقنا إلى نظرية الإستخدامات والإشباع كمدخل نظري للدراسة.

# الفصل الثاني

## تحليل البيانات الميدانية

## الفصل الثاني

### تحليل البيانات الميدانية

1/ مجالات الدراسة

2/ عرض وتحليل البيانات الميدانية

3/ النتائج العامة للدراسة

4/ النتائج بناءا على تساؤلات الدراسة

5/ النتائج بناءا على مفرضيات الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

إستمارة الإستبيان

تمهيد:

بعد الإنتهاء من الإطار المنهجي والذي وضع فيه الإجراءات المنهجية والنظرية التي من شأنها أن توصل الدراسة إلى نتائج سليمة . حيث تم توزيع إستمارة الإستبيان المقدر ب 50 إستمارة ،حيث سيتم التطرق في هذا الفصل إلى تفرغ وتحليل المعطيات الكيفية وأخيرا الوصول إلى نتائج وتوصيات الدراسة .

1.مجالات الدراسة:

1/1.المجال الجغرافي: وهو جامعة قاصدي مرباح ورقلة وتم إجراء الدراسة بالقطب 02،الكائن مقره بحي

النصر 19مارس (الخفجي) ،وقد أختير هذا المكان كمجال للدراسة لدراستنا في المكان ومن ثم سهولة الوصول والتنقل وبالتالي إلغاء عاملي الزمن وبعد المسافة.

2/1.المجال البشري: ويتضمن جمهور البحث الذين شملتهم الدراسة من أساتذة قسم الإعلام والاتصال

والعلوم السياسية ،المستخدمين لموقع الفيسبوك.

3/1.المجال الزمني: ويتضمن ثلاث مراحل وهي:

المرحلة الأولى: وهي مرحلة جمع البيانات المتعلقة بالقسم النظري للدراسة وانتقاءها وتصنيفها ومن ثمة تحريرها،التي بدأت بعد قبول موضوع الدراسة أي منتصف شهر نوفمبر 2015 إلى غاية شهر جانفي 2016.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة الإعداد للعمل الميداني بدأ بإعداد إستمارة الإستبيان وعرضها عل المشرف يوم 15 فيفري وبعد تصحيحها إسترجعت لنا يوم 22 فيفري ،وبعدها تم عرضها على الأساتذة المحكمين يوم 24 فيفري وإسترجاعها كان بعد أسبوع أي يوم 01 مارس ،وكانت مرحلة توزيع إستمارة الإستبيان على عينة الدراسة من 07مارس إلى غاية 04 أبريل 2016 .وصولاً إلى تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة.

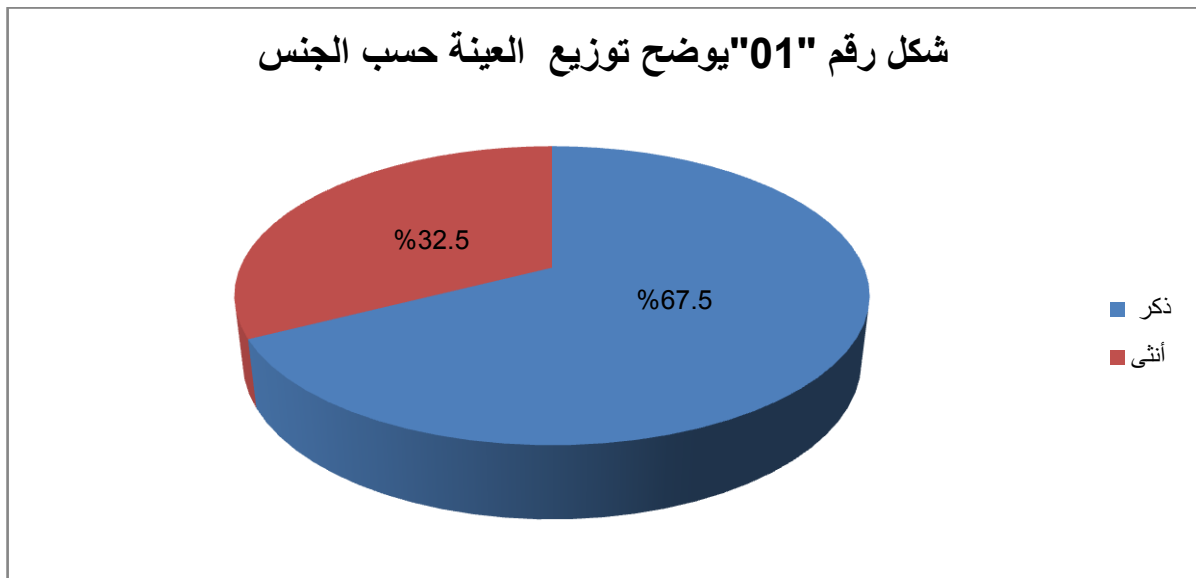
المرحلة الثالثة: وهي مرحلة تحرير الدراسة في شكلها النهائي مباشرة بعد نهاية العمل الميداني ثم الطباعة.

2. عرض وتحليل البيانات الميدانية

عرض وتحليل محور البيانات الشخصية

جدول رقم "01" يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	البدائل
67.5%	27	ذكر
32.5%	13	أنثى
100%	40	المجموع



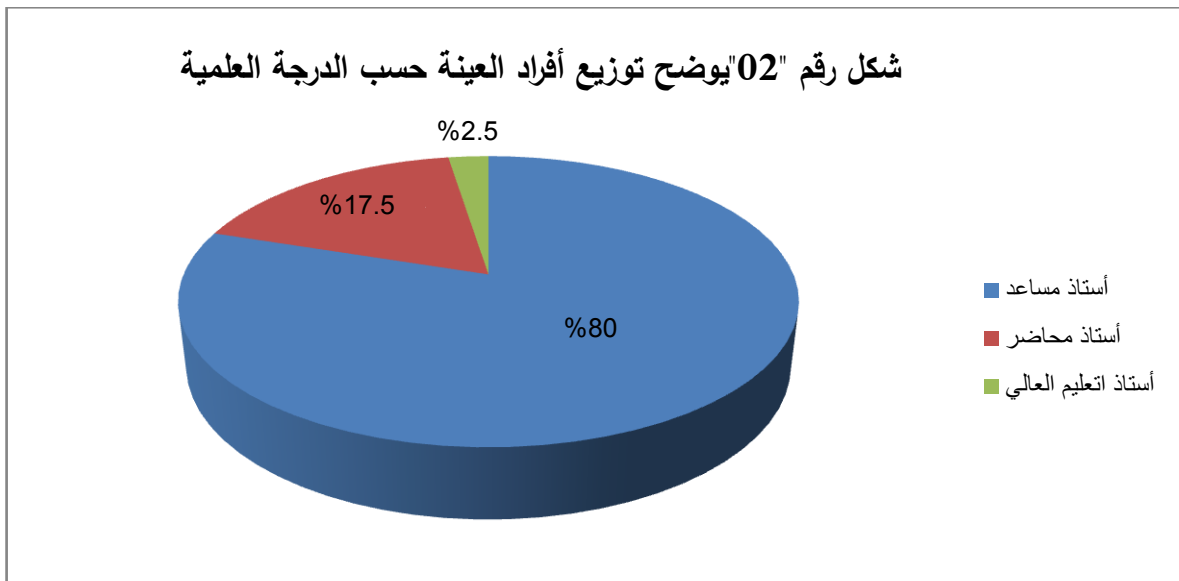
المصدر : مجموعة البحث

من خلال الجدول رقم "01" الذي يخص الجنس، نجد أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث بـ 27 مفرداً أي بنسبة 67.5% أما الإناث قدر عددهم " 13 " أي بنسبة 32.5%. ويفسر تضاعف جنس الذكور المنتسبين للطاقت البيداغوجي الجامعي الى طبيعة التخصصات المنتقاة في العينة البحثية وهي الاتصال والعلوم السياسية فالتخصص الأخير خصوصاً يعد من بين اكثر التخصصات التي يقبل عليها الجنس الذكوري مقارنة بالجنس الأخر.



الجدول رقم "02" يوضح توزيع الأفراد حسب الدرجة العلمية

النسبة	التكرار	البدائل
80%	32	أستاذ مساعد
17.5%	7	أستاذ محاضر
2.5%	1	أستاذ التعليم العالي
100%	40	المجموع



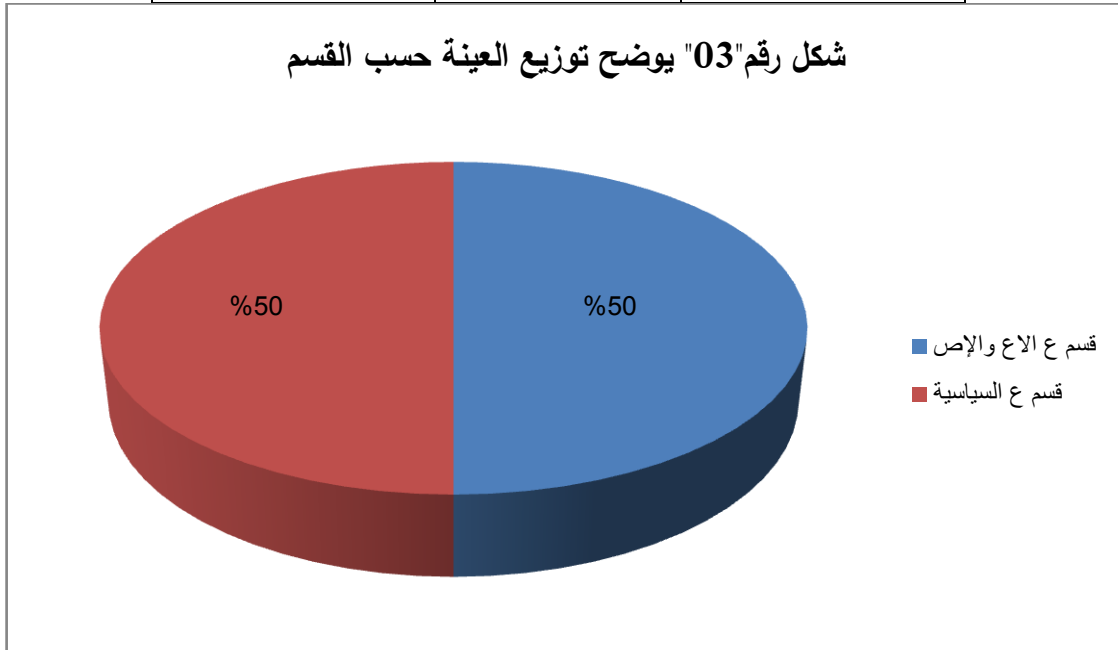
#### المصدر : مجموعة البحث

من خلال الجدول رقم "02" نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة هم أساتذة مساعدين حيث تقدر نسبتهم بـ 80%، وتليها مباشرة نسبة 17.5% المتمثلة في أساتذة محاضرين، أما الفئة المتبقية وهي أستاذ التعليم العالي وتمثل بنسبة 2.5%. ويمكننا أن نفسر هذه النتائج بناءً على المعطيات التالية فقسم علوم الاعلام يعد قسماً فنياً يضم في طاقمه البيداغوجي ثلثة من الأساتذة الذين لا يزالوا يحضرون أطروحات الدكتوراه نفس الملاحظة لقسم العلوم السياسية مع اختلاف بسيط بحكم أقدمية هذا القسم نسبياً والذي يضم في هيئته البيداغوجية جملة من الدكتوراة المحاضرين وأساتذة التعليم العالي.

جدول رقم "03" يوضح توزيع أفراد العينة حسب القسم

القسم	التكرار	النسبة
علوم الاعلام والإتصال	20	%50
العلوم السياسية	20	%50
المجموع	40	%100

شكل رقم "03" يوضح توزيع العينة حسب القسم



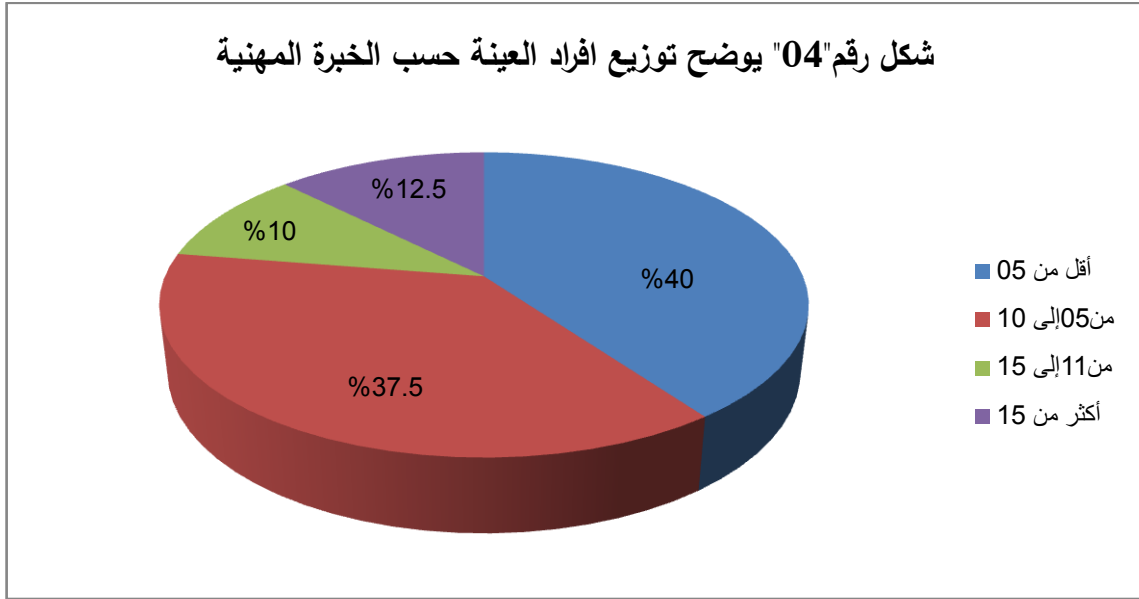
المصدر : مجموعة البحث

يتضح لنا من خلال الجدول رقم " 03 " أن هناك نسبة متساوية لكل أفراد العينة من قسم علوم الإعلام والإتصال وقسم العلوم السياسية التي تمثل نسبة %50

الجدول رقم "04" يوضح توزيع الأفراد حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 05 سنوات	16	%40
من 05 إلى 10	15	%37.5
من 11 إلى 15	4	%10
من 15 فأكثر	5	%12.5
المجموع	40	% 100

المصدر : مجموعة البحث



المصدر : مجموعة البحث

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم "04" أن النسبة الأعلى للخبرة المهنية للأساتذة لمستخدمين الفيسبوك هم الفئة (الأقل من 05 سنوات) تقدر نسبتهم بـ 40% وعدد هم 16 أستاذ، تليها نسبة 37.5% ممن يتراوح إستخدامهم من (05 إلى 10 سنوات)، ثم في فئة (من 11 إلى 15) نجد نسبتهم تقدر بـ 10%، وفي الأخير نسبة 12.5% للمبحوثين الذين تتراوح خبرتهم المهنية لأكثر من 15 سنة .

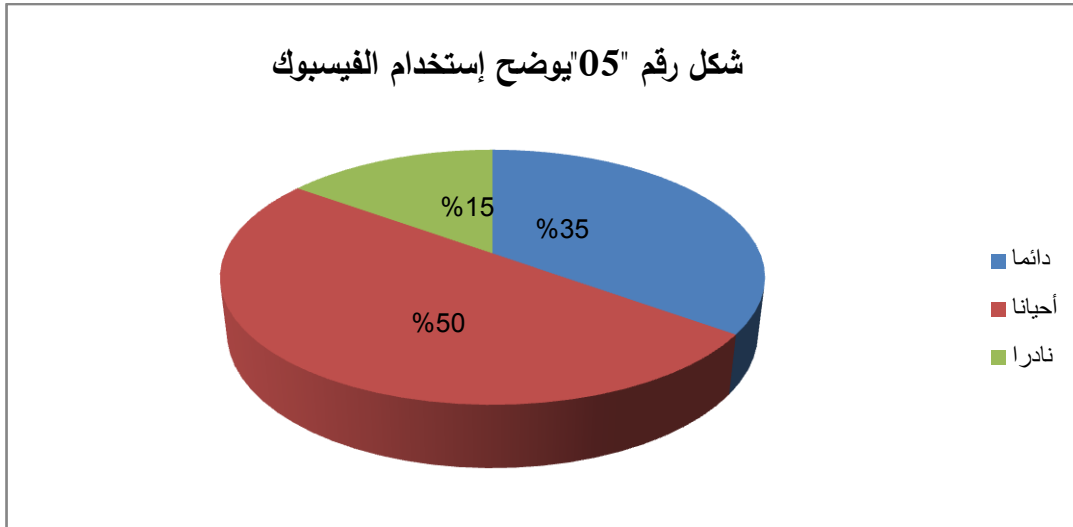
المصدر : مجموعة المبحوثين

عرض وتحليل نتائج المحور الثاني : عادات إستخدام الفيسبوك

جدول رقم "05" يوضح إستخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
35%	14	دائما
50%	20	أحيانا
15%	6	نادرا
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث

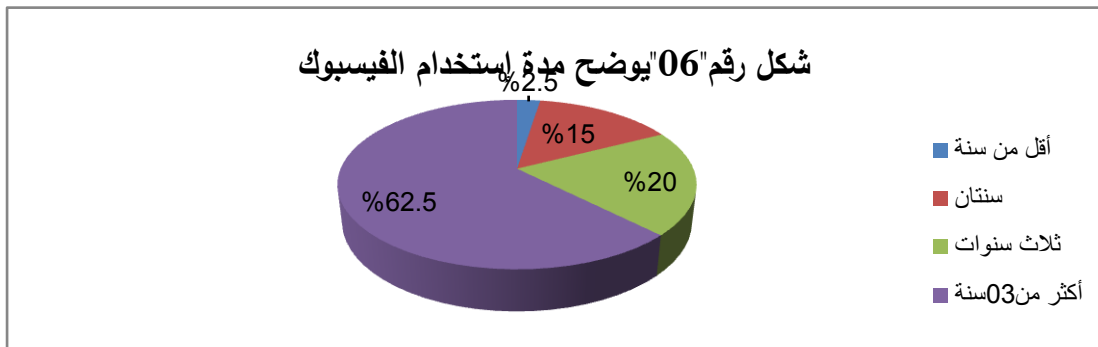


المصدر : مجموعة البحث

حسب معطيات الجدول أعلاه يتضح أن معظم أفراد العينة ستخدمون الفيسبوك في غالب الأحيان بنسبة 50%، تليها نسبة 35% الذين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة، أما الذين يستخدمونه بصفة نادرة هم الأقلية أي بنسبة تقدر ب 15%. وتدل النتائج المتحصل عليها على عدم انتظام الاستخدام ويمكننا تفسير ذلك بالانشغالات البيداغوجية والشخصية للأساتذة والتي قد تشكل عائقا في استخدام مثل هذه المواقع.

جدول رقم "06" يوضح مدة إستخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
2.5%	1	أقل من سنة
15%	6	سنتان
20%	8	03 سنوات
62.5%	25	أكثر من 03 سنوات
100%	40	المجموع



المصدر : مجموعة البحث

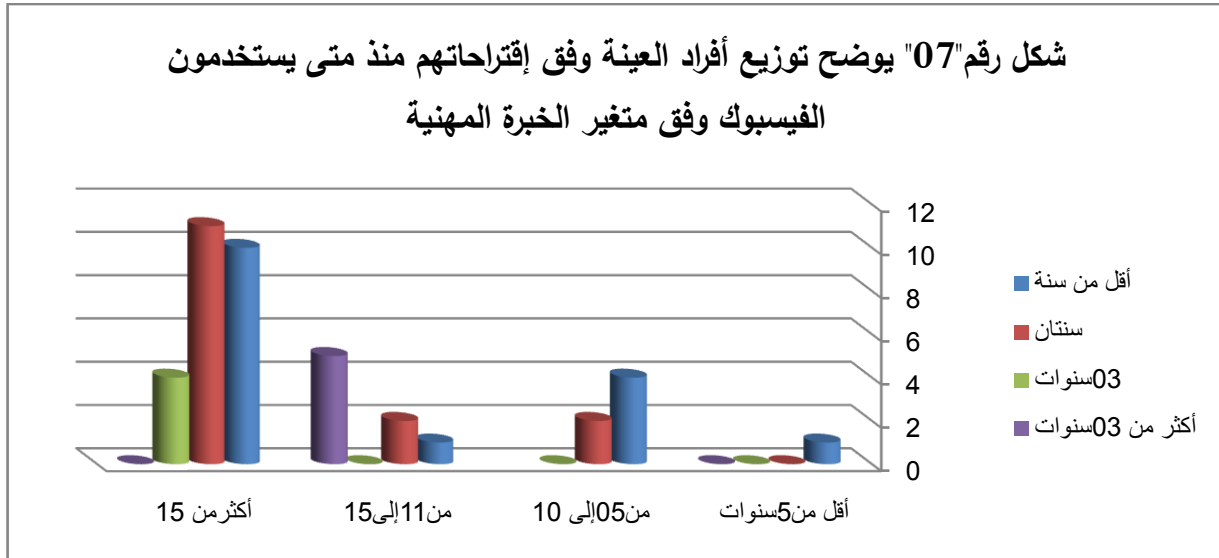
حسب المعطيات الموضحة أعلاه نرى نسبة 2.5% من الأساتذة الذين كانت مدة إستخدامهم للفيسبوك هي أقل من سنة تمثل أقل نسبة ،تليها نسبة 15% من الذين يستخدمونه مدة سنتان بعدد ( 06 ) أساتذة،بعدها نجد أن هناك (08) من أفراد العينة الذين يستخدمون الفيسبوك لمدة 03 سنوات بنسبة تقدر ب 20%،وأخيرا نسبة 62.5% كأكثر نسبة من الأساتذة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 03 سنوات.

مما يفسر أن حداثة مواكبة الأساتذة للفيسبوك وقد يفسر هذا الأمر بمعطيات الجدول 04 الذي تغلبت فيه الخبرة الأقل من خمس سنوات لذا يمكننا تفسير تزامن استخدام الفايسبوك مع الالتحاق بالطاقم التدريسي الجامعي الذي يتطلب مواكبة التكنولوجيات الحديثة للاتصال.

جدول رقم "07" يوضح توزيع أفراد العينة وفق إستجاباتهم منذ متى يستخدمون الفيسبوك وفق متغير الخبرة المهنية:

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنوات		من 05 سنوات إلى 10 سنوات		أقل من 05 سنوات		البدائل	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
أقل من سنة	40%	16	40%	10	12.5%	01	66.66%	04	100%	01
سنتان	37.5%	15	44%	11	25%	02	33.33%	02	0%	0
03 سنوات	10%	04	16%	04	0%	00	0%	00	0%	0
أكثر من 03 سنوات	12.5%	05	0%	0	62.5%	05	0%	00	0%	0
المجموع	100%	40	100%	25	100%	08	100%	06	100%	01

المصدر: مجموعة البحث



#### المصدر: مجموعة البحث

من خلال نتائج الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد وفق إقتراحاتهم منذ متى يستخدمون الفيسبوك وفق الخبرة المهنية يتبين لنا أن نسبة 100% من أفراد العينة الذي يستخدمون الفيسبوك أقل من سنة تتراوح خبرتهم أقل من ب 05 سنوات ،يعود ذلك بإعتبار أنهم جدد في المجال المهني .في حين تمثل نسبة 66.66% بانسبة للذين يستخدمون الفيسبوك لأقل من سنة تتراوح خبرتهم المهنية ما بين 05 إلى 10 سنوات. تليها نسبة 12.5% للأساتذة الذي تتراوح خبرتهم المهنية من 11 إلى 15 سنة يستخدمون الفيسبوك لأقل من سنة، أما النسبة الأخرى التي تمثل 40% الذين تتراوح خبرتهم لأكثر من 15 سنة.

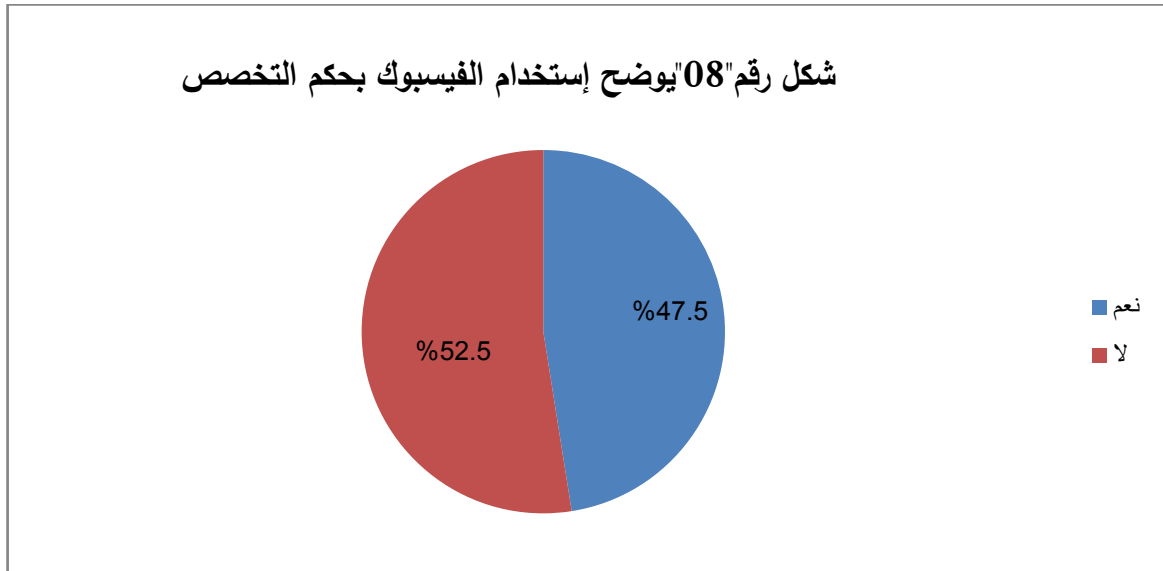
أما الفئة الثانية التي تمثل فترة سنتان لإستخدام الفيسبوك من قبل أفراد العينة التي تمثل نسبهم كالتالي: نسبة 0% بالنسبة للذين تتراوح خبرتهم أقل من 05 سنوات. تليها نسبة 33.33% الذين كانت خبرتهم المهنية من 05 إلى 10 سنوات، أما النسبة الأخرى تقدر ب 25% الذين تتراوح خبرتهم المهنية ما بين 11 إلى 15 سنة، أما النسبة المتبقية تمثل 44% لأكثر من 15 سنة وهم يستخدمون الفيسبوك.

تمثل الفئة الثالثة فترة 03 سنوات من إستخدام الفيسبوك من قبل أفراد العينة حيث تمثل نسبة 0% الذين تتراوح خبرتهم المهنية أقل من 05 سنوات ،أما الذين تتراوح خبرتهم المهنية من 05 إلى 10 سنوات تقدر نسبتهم من 0% كذلك وهي نفس النسبة للذين تتراوح خبرتهم المهنية من 11 إلى 15 سنة، أما نسبة 16% للذين تتراوح خبرتهم المهنية لأكثر من 15 سنة. وتمثل الفئة الأخيرة فترة الإستخدام لأكثر من 03 سنوات بنسب متفاوتة بحيث تقدر نسبة الذين تتراوح خبرتهم المهنية لأقل من 05 سنوات ب 0% ،تليها النسبة نفسها للذين تتراوح خبرتهم المهنية ما بين 05 إلى 10 سنوات، ثم نسبة 62.5% للخبرة التي تتراوح ما بين 11 إلى 15 سنة، أما النسبة المتبقية تمثل 0% الذين تتراوح خبرتهم لأكثر من 15 سنة.

جدول رقم "08" يوضح الإهتمام بالفيسبوك بحكم التخصص

النسبة	التكرار	البدائل
%47.5	19	نعم
%52.5	21	لا
%100	40	المجموع

شكل رقم "08" يوضح إستخدام الفيسبوك بحكم التخصص



المصدر: مجموعة البحث

من خلال معطيات الجدول يتبين لنا أن الأساتذة لايهتمون بالفيسبوك بحكم التخصص بنسبة %52.5 بمجموع (21) أستاذ، بينما الذين يهتمون به بحكم التخصص تقدر نسبتهم ب%47.5 بمجموع (19) أستاذ.

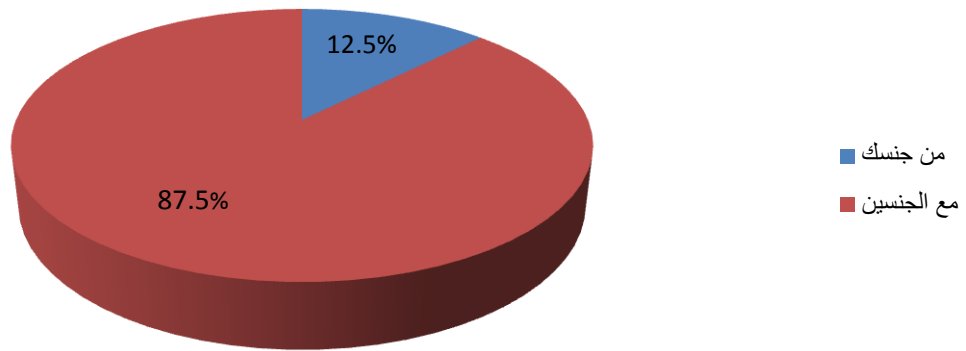
و تفسر هذه المعطيات أن إستخدام الفيسبوك لا يكون بحكم التخصص ذلك أن الفيسبوك لا يقتصر على مجال فهو متعدد الميادين منها العلمية والإجتماعية والثقافية والتربوية..... إلى غيرها من المجالات.

جدول رقم "09" يوضح طبيعة الأشخاص للتواصل في الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
%12.5	5	من جنسك
%87.5	35	مع الجنسين معا
%100	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث

شكل رقم "09" يوضح الأشخاص الذين يتواصلون في الفيسبوك



المصدر: مجموعة البحث

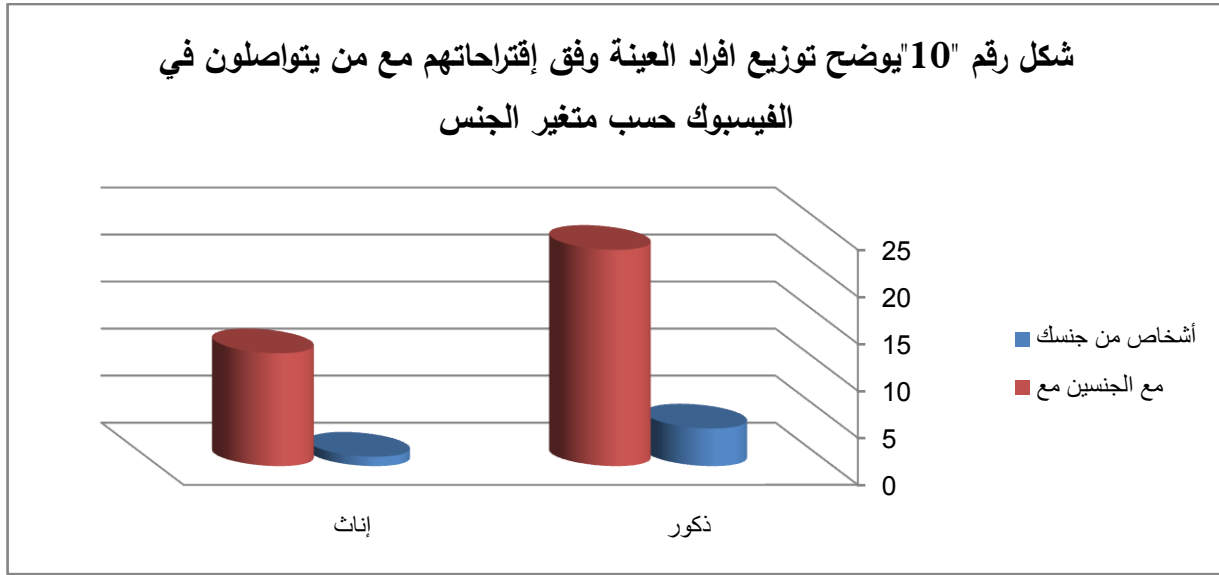
يتضح من الجدول أن أغلبية أفراد العينة يتواصلون مع كلا الجنسين عبر الفيسبوك بنسبة 87.5% بعدد (35) أستاذ، بينما نسبة 12.5% تمثل أفراد العينة الذين يتواصلون مع نفس جنسهم ومجموعهم (05) أستاذة.

من هذه المعطيات نستنتج أن معظم الأساتذة يتواصلون مع الجنسين وهذا راجع لتبادا الآراء والأفكار وهذا ما يمتاز به الفيسبوك ولطبيعة عمل الأساتذة من طلبة وأساتذة وإدارين والأهل والأصدقاء من الجنسين مع (ذكور وإناث). ذلك أن الذي يتواصل مع نفس جنسه نجد تحكمه إعتبارات شخصية تؤدي به إلى التحيز عن الآخرين.

جدول رقم "10" يمثل توزيع أفراد العينة وفق إستجاباتهم حول طبيعة الأشخاص الذين يتواصلون معهم في الفيسبوك حسب متغير الجنس:

البدائل	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أشخاص من جنسك	04	14.81%	01	7.69%	05	12.5%
مع الجنسين معا	23	85.18%	12	92.30%	35	87.5%
المجموع	27	100%	13	100%	40	100%





المصدر: مجموعة البحث

من خلال ملاحظتنا لنتائج الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول طبيعة الأشخاص الذين يتواصلون معهم في الفيسبوك حسب متغير الجنس، نرى أفراد العينة من جنس الذكور يتواصلون مع أشخاص من جنسهم بنسبة 14.81% بينما فئة الإناث فهم يتواصلون مع نفس جنسهم بنسبة 7.69%، في حين نجد أن فئة الذكور يتواصلون مع كلا الجنسين بنسبة تقدر بـ 85.18% تقابلها نسبة 92.30% من الإناث بأنهم يتواصلون مع الجنسين معا.

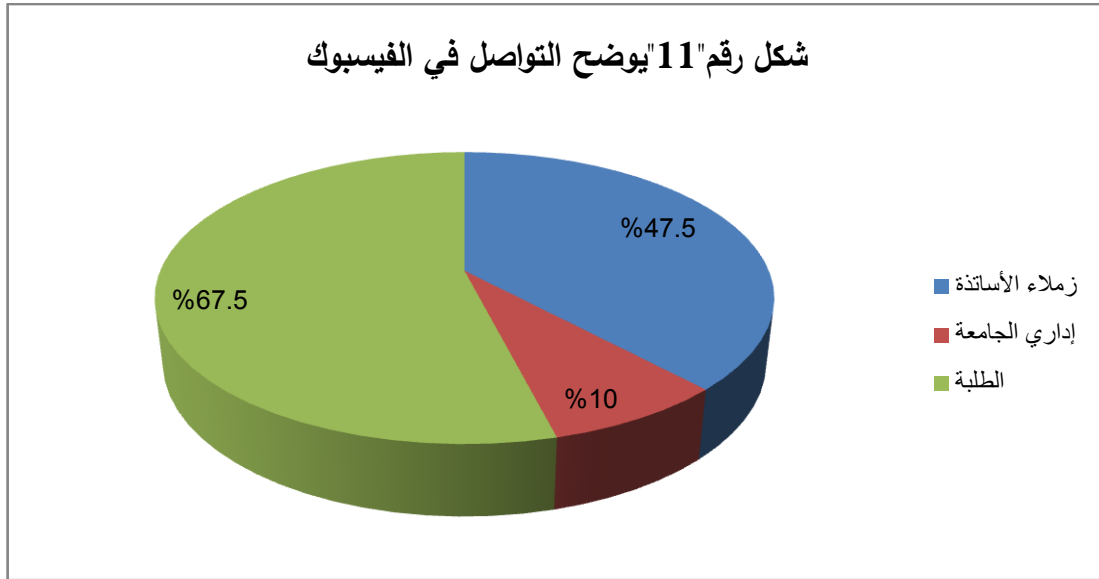
نفسر نتائج الجدول أن النسبة الأكثر تنسب لفئة الإناث (الأستاذات) ذلك أنهم يتواصلون مع الجنسين معا وهذا راجع لتبادل الآراء و المعارف في مختلف المجالات و الميادين . المتطلبات المهنية تفرض التواصل مع كلا الجنسين.

11" يوضح التواصل في الفيسبوك

جدول رقم

النسبة	التكرار	البدائل
47.5%	19	زملاء(الاساتذة)
10%	4	إداري الجامعة
67.5%	27	الطلبة
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر: مجموعة البحث

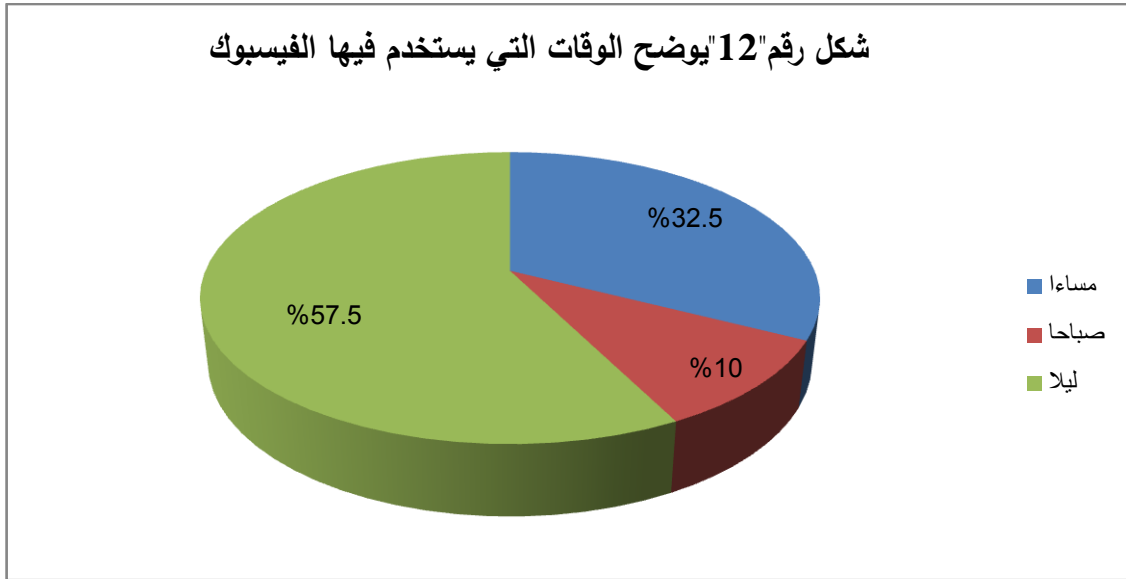
من خلال الجدول رقم " 09" نلاحظ أن غالبية الأساتذة يتواصلون مع الطلبة في الفيسبوك بنسبة تقدر بـ 67.5% وعدددهم (27) أستاذ، تليها نسبة 47.5% من المبحوثين يتواصلون مع زملائهم الأساتذة. بينما نجد أقل نسبة وهي 10% من الأساتذة الذين يتواصلون مع إداري الجامعة.

من هذه البيانات نرى أن غالبية الأساتذة يتواصلون مع الطلبة في الفيسبوك وهذا لإحتياجات الطلبة المتمثلة في البحوث والإنشغالات الخاصة بمسارهم الدراسي وتبادل الأفكار والآراء كون الأساتذة يتيح لهم الفيسبوك إرسال ملفات ومحاولة حل إنشغالات الطلبة عبر الفيسبوك أكثر من مقابلتهم وجها لوجه .

جدول رقم "12": يوضح الأوقات التي يستخدم فيها الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدايل
10%	4	صباحا
32.5%	13	مساء
57.5%	23	ليلا
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر : مجموعة البحث

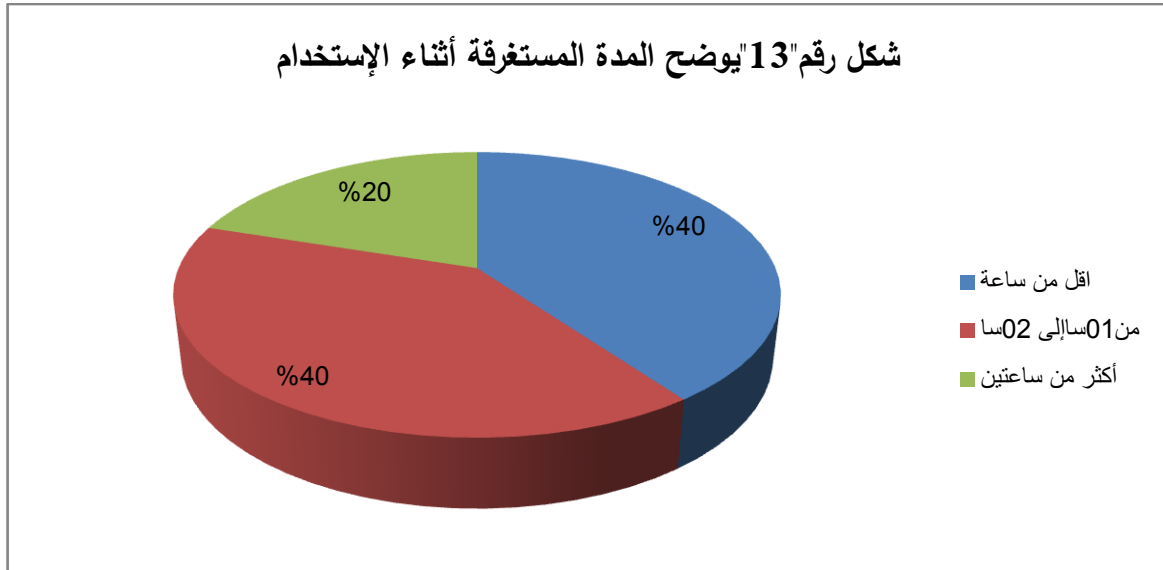
من خلال معطيات الجدول المبين أعلاه نجد أن أفضل فترة تجذب الأساتذة لإستخدامهم للفيسبوك هي فترة الليل بمجموع ( 23 ) أستاذ بنسبة تقدر ب 57.5%،تليها نسبة 32.5% الذين يتصفحون موقع الفيسبوك في الفترة المسائية بمجموع (13) أستاذ، ونجد الفترة الصباحية كأقل نسبة تقدر ب10% بمجموع (04)مبحوثين.

من هذه المعطيات نستنتج أن عدد أكبر من الأساتذة يفضلون الإطلاع على الفيسبوك ليلا لأن العينة المدروسة غالبا ما يتواجدون في الفترة الصباحية بمكان العمل (الجامعة). إضافة إلى أن الفترة الليلية تتميز بالهدوء والراحة،وهي التي يكون فيها الأستاذ متفرغا للإطلاع عما ينشر أو إضافة منشورات والتواصل مع الأصدقاء وبالمشاركة بالصور والفيديوهات ..

جدول رقم " 13 " يوضح المدة المستغرقة أثناء إستخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
40%	16	أقل من ساعة
40%	16	من 01سا - 02سا
20%	08	أكثر من ساعتين
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر: مجموعة البحث

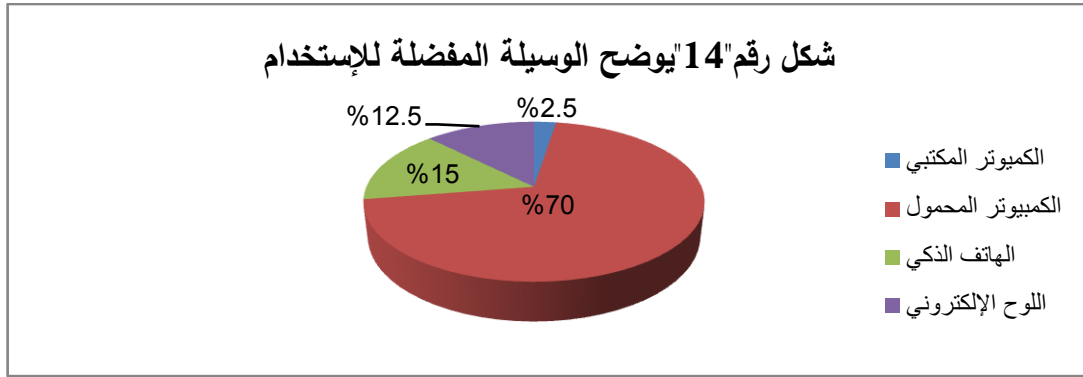
حسب المعطيات الموضحة أعلاه نرى أن هناك نسب متساوية في المدة التي يستغرقونها الأوقات أثناء استخدامهم للفيديوك لأقل من ساعة وبين من يستخدمونه من ساعة إلى ساعتين بنسبة 40%، وتليه نسبة 20% من الذين يستغرقون أكثر من ساعتين أثناء استخدامهم للفيديوك.

مما يتضح أن الأوقات الذين يستغرقون مدة ساعتين أو أقل في استخدامهم للفيديوك لكون المادة أو المضمون الذي يحتويه الفيديوك عادة ما تكون أخبار أو مقالات قصيرة ومختصرة لا تحتاج إلى وقت كبير لقراءتها، وكذلك لما يمتاز به الفيديوك من العديد على المنشورات. لأن نجد المستخدم يقوم بالتصفح السريع لكافة المنشورات بما في ذلك التعليق على بعضها والإشارة على بعضها بالإعجاب بالإضافة إلى المشاركة بالتطبيقات المختلفة .

جدول رقم "14" يوضح الوسيلة المفضلة لإستخدام الفيديوك

النسبة	التكرار	البدايل
2.5%	01	الكمبيوتر المكتبي
70%	28	الكمبيوتر المحمول
15%	06	الهاتف الذكي
12.5%	05	اللوح الإلكتروني
0%	0	أخرى
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث

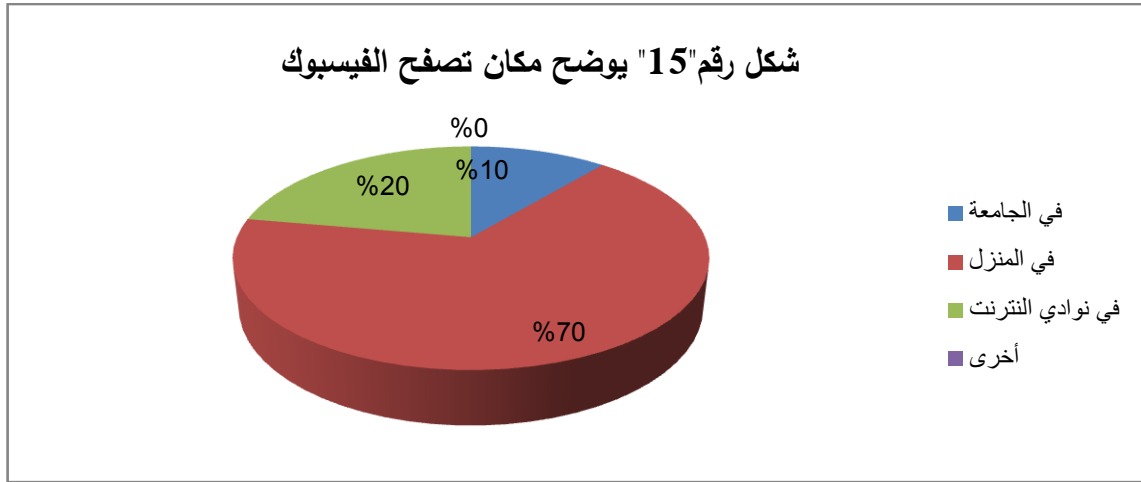


المصدر: مجموعة البحث

من معطيات الجدول يتضح لنا أن الوسيلة المفضلة لدى أفراد العينة لإستخدامهم للفيسبوك هي الكمبيوتر المحمول بنسبة تقدر ب 70% بعدد (28) أستاذ، تليها نسبة 15% بالنسبة الذين يفضلون الهواتف الذكية لإستخدامهم للفيسبوك بعدد (06) أفراد، ثم الذين يفضلون اللوح الإلكتروني بنسبة 12.5% وعددهم (05). وآخر نسبة هي 2.5% بعدد (01) الذين يستخدمون الكمبيوتر المكتبي. من المعطيات نجد أن غالبية الأساتذة يفضلون الكمبيوتر المحمول أثناء إستخدامهم للفيسبوك وهذا راجع لتوفره لدى معظم الأساتذة ولضرورة تتطلبها المهنة إضافة الى امكانية حمله في أي مكان وبالتالي بإمكانهم الإطلاع على كل المستجدات في أي وقت وفي أي مكان. فهم يتصفحون عبر الكمبيوتر الشخصي من أجل التحميل مباشرة الكتب والمقالات أو الصور والفيديوهات وغيره إلى ملفاتهم الموجودة في الكمبيوتر أحسن من نقلها من وسيلة أخرى. وكذلك لكبر الحجم فمشاهدة المنشورات عبر الكمبيوتر أحسن من مشاهدتها من الهاتف أو اللوح الإلكتروني.

جدول رقم "15" يوضح مكان تصفح حساب الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
10%	04	في الجامعة
70%	28	في المنزل
20%	08	في نوادي الأنترنيت
0%	0	أخرى
100%	40	المجموع



المصدر: مجموعة البحث

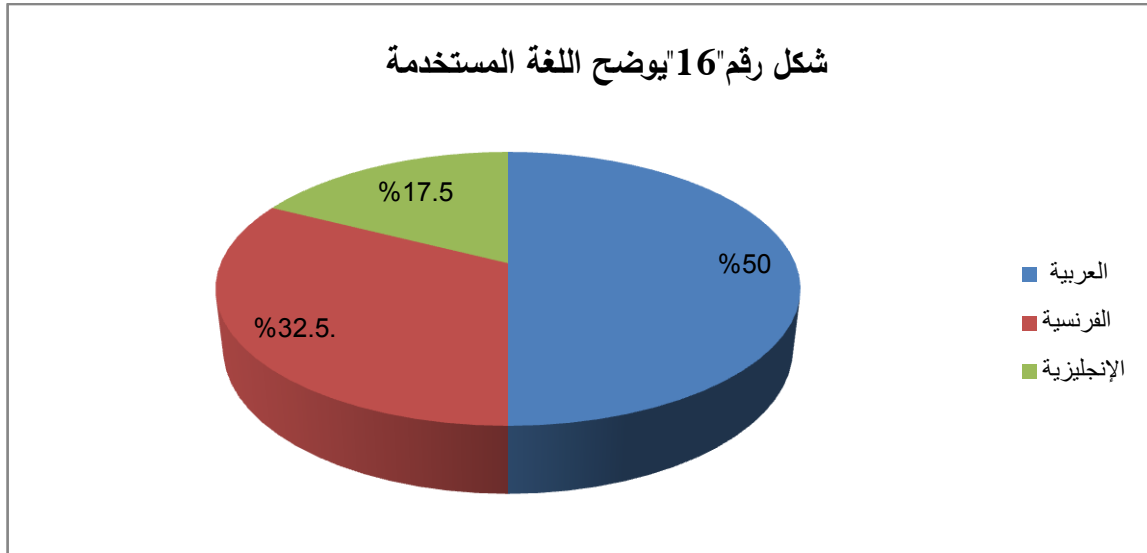
من خلال الجدول يتضح لنا أن معظم الأساتذة يفضلون مكان تصفح الفيسبوك في بيوتهم بنسبة تقدر بـ 70%، تليها نسبة 20% من الذين يتصفحون الفيسبوك في مقاهي الانترنت. تم أقل نسبة هي 10% من الأساتذة الذين يتصفحون الفيسبوك من الجامعة مكان العمل.

بهذه المعطيات نستنتج أن عدد كبير من الأساتذة يتصفحون حسابهم في الفيسبوك من المنزل، لكون أن شبكة الانترنت أصبحت متاحة لدى الجميع بنسبة كبيرة، وما يوفره المنزل من إمكانية إختيار الوقت المناسب والظروف الملائمة في التعمق في التصفح والإطلاع. أما الذين يتصفحون الفيسبوك في مقاهي الانترنت فيرجع ذلك الى انقطاع الشبكة او عدم توفرها بمكان الإقامة خصوصا عند الأساتذة المقيمين بالأحياء الجامعية أو الذين لا يستقرون طيلة الأسبوع في المدينة. أما بقية الباحثين يتصفحون في الجامعة مكان العمل وهذا راجع إلى وقت الفراغ المتاح لديهم أثناء التدريس عندما تكون شبكة الانترنت متاحة في قاعة الأساتذة أو في مكاتبهم الخاصة.

جدول رقم "16" يوضح اللغة المستخدمة أثناء استخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
50%	20	العربية
32.5%	13	الفرنسية
17.5%	07	الإنجليزية
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر: مجموعة البحث

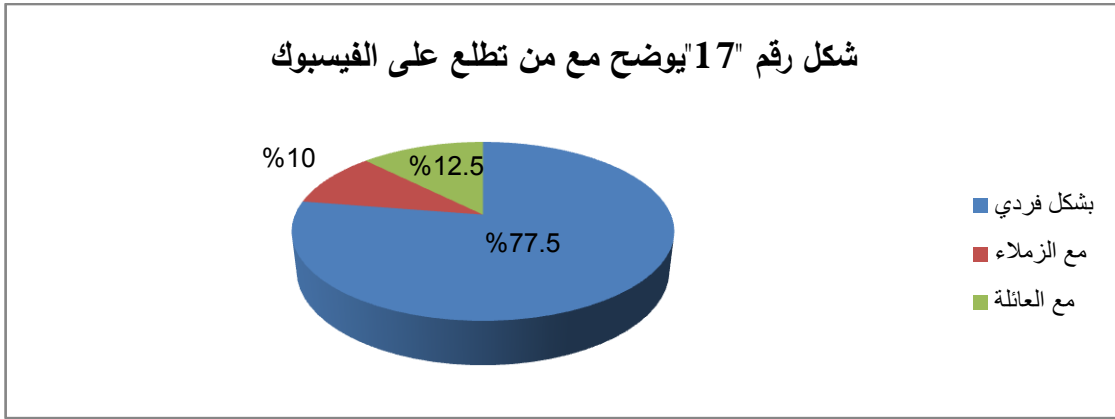
من معطيات الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبية الأساتذة يستخدمون اللغة العربية أثناء تصفحهم للفيسبوك وهم يمثلون أكبر نسبة بعدد ( 20) أستاذ بنسبة 50%، وبعدها نسبة 32.5% من الأساتذة الذين يعتمدون اللغة الفرنسية بعدد (13) أستاذ، آخر نسبة هي 17.5% من الذين يعتمدون التواصل باللغة الإنجليزية بمجموع (07) أساتذة.

من هذه المعطيات يتبين لنا أن اللغة المعتمدة لدى العينة المبحوثة لإستخدامهم للفيسوك هي اللغة العربية ذلك أن اللغة العربية هي اللغة المعتمدة في الجزائر وفي عملية التدريس وكل المعاملات الإجتماعية، ونجد أن الأساتذة الذين يستخدمون اللغتين الفرنسية والإنجليزية راجع إلى تكوينهم الدراسي والبيئة المحاطة بهم وإحتكاكهم ربما بأصدقاء أجنب يتطلب عليهم إعتقاد هذين اللغتين .

جدول رقم "17" يوضح مع من تفضل الإطلاع على الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
77.5%	31	بشكل فردي
10%	04	مع الزملاء
12.5%	05	مع العائلة
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر : مجموعة البحث

من الجدول يتضح لنا أن من عادات الأساتذة الجامعيين أنهم يفضلون الإطلاع على حسابهم في الفيسبوك بشكل فردي أي بنسبة تقدر ب 77.5% بعدد (31) أستاذ، تليها نسبة 12.5% ممن يطلعون عليه مع العائلة وعددهم (05) أساتذة. وآخر عدد كان من يطلعون على الفيسبوك مع الزملاء بنسبة 10%.

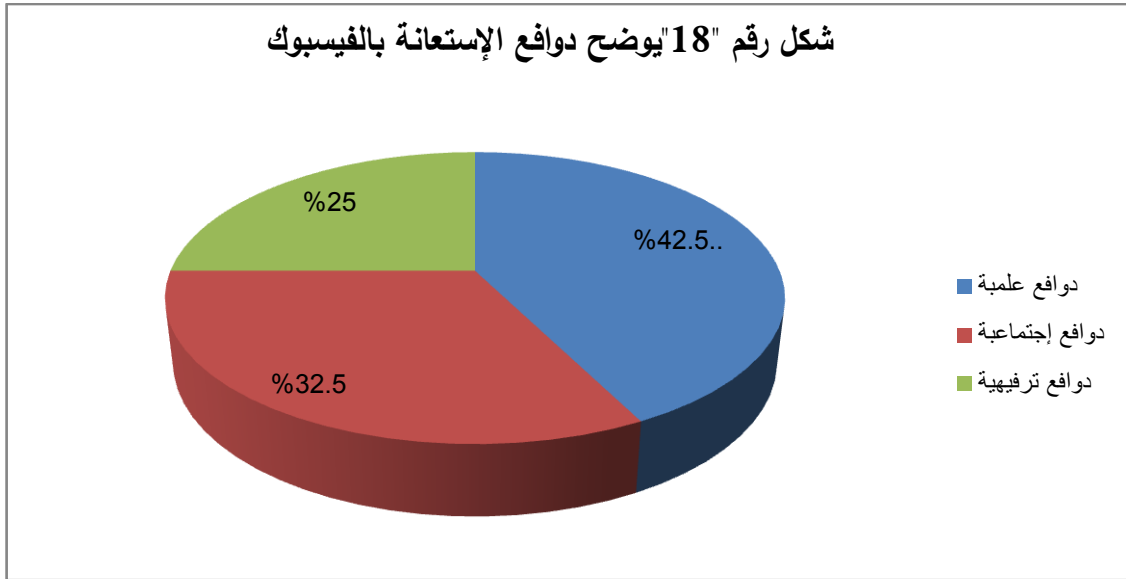
ونفسر ذلك أن أغلب الأساتذة يفضلون الإطلاع على حسابهم في الفيسبوك بمفردهم وهذا راجع للخصوصية الذاتية لأن الفيسبوك في كثير من الأحيان يكون فضاء حراً يجد فيه الأستاذ الحرية في التعبير عن آراءه والتعليق والنشر وغيرها من الأشياء، زد على ذلك أن عادات استخدام الفيسبوك وطبيعة الوسيلة في حد ذاتها تلعب دوراً كبيراً، بالإضافة إلى أن هناك منشورات في مجالات معينة يتطلب الأستاذ اللجوء فيها لأصدقائه مناقشة بعض المنشورات أو الدردشة الجماعية عبر مجموعات المشتركين في الإنضمام فيها.

عرض وتحليل نتائج المحور الثالث : دوافع استخدام الأساتذة للفيسبوك

جدول رقم "18" يوضح دوافع الإستعانة بالفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
42.5%	17	دوافع علمية
32.5%	13	دوافع إجتماعية
25%	10	دوافع ترفيهية
100%	40	المجموع





المصدر: مجموعة البحث

بحسب بيانات الجدول الموضح أعلاه نجد أن أكبر نسبة من أفراد العينة يستعينون بالفيديو لدوافع علمية ويمثلون (17) أستاذ بنسبة تقدر ب 42.5%، وهناك عدد محدد حوالي ( 13 ) أساتذة يستعينون بالفيديو لدوافع إجتماعية بنسبة 32.5%، وآخر دافع وهو الدافع الترفيهي وهم الفئة القليلة التي تقدر نسبتهم ب25%. لأن الأساتذة كانت إجاباتهم منصبة على الدوافع العلمية بدرجة أكبر.

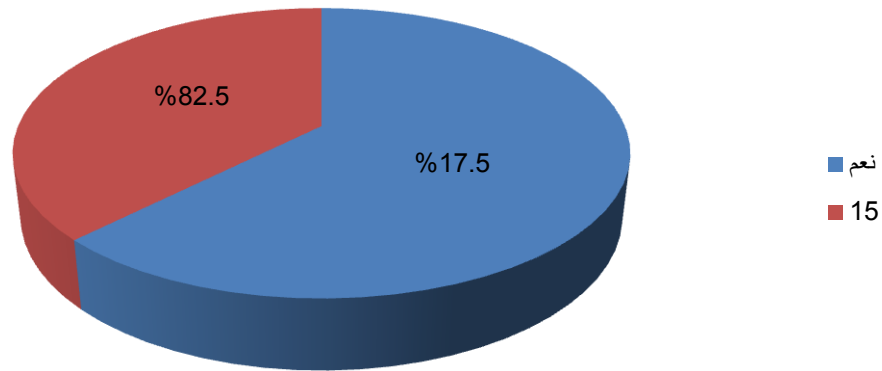
ويعود ذلك أن الفيديو كثيرا ما يستخدمه الأساتذة في مجال تخصصهم العلمي ذلك أن المهنة تتطلب الإستخدام من خلال المشاركة ببحوث ومقالات والمعرفة والبحث العلمي إضافة إلى التثقيف والتعلم والحصول على الأخبار، زد على ذلك أن هناك من يفضلون إستخدامه لدوافع إجتماعية لمعرفة المشاكل الإجتماعية والتواصل مع الأهل والأصدقاء إضافة إلى الدردشة والحوار، فالفيديو هو موقع للتفاعل بالأساس، وهناك من يحاول اللوج إلى الدوافع الترفيهية كالترفيه والتسلية كتصفح الصور والفيديوهات وغيرها من الأشياء، التي ترفه عن الأستاذ والضغوطات الناجمة عن العمل وقضاء وقت الفراغ.

جدول رقم "19" يوضح إتاحة الفيديو التعبير عن الآراء بكل حرية أكثر من الوسائط الأخرى

النسبة	التكرار	البدائل
82.5%	33	نعم
17.5%	07	لا
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث

شكل رقم "19" يوضح التعبير على الآراء عبر الفيسبوك



المصدر: مجموعة البحث

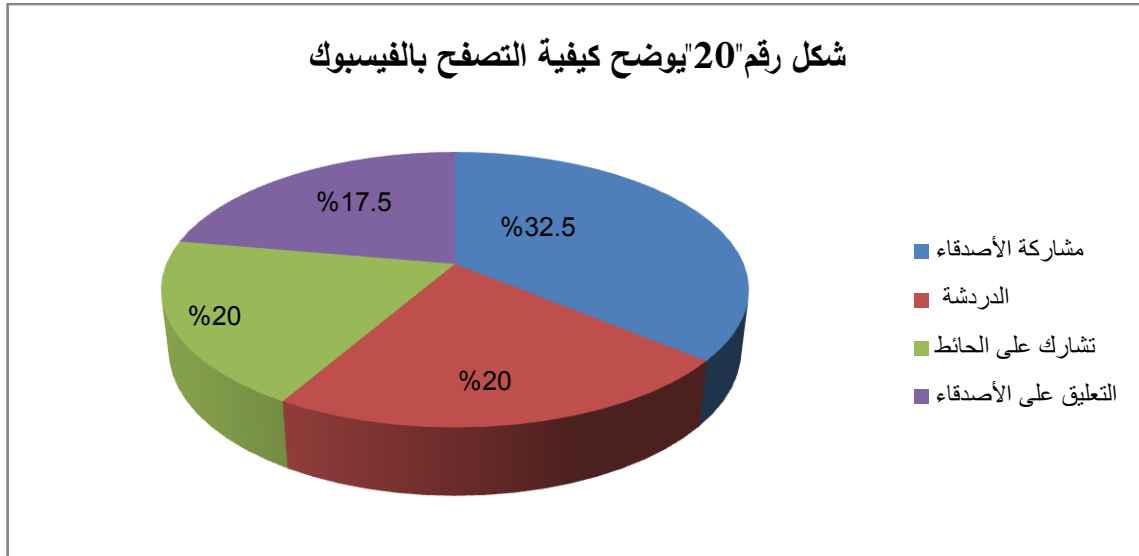
يوضح الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة الذين أجابوا بنعم أن الفيسبوك يتيح للأساتذة التعبير عن آرائهم بكل حرية أكثر من الوسائط الأخرى بنسبة تقدر بـ 82.5%، ويمثلون (33) أستاذ، بينما الذين أجابوا بـ "لا" تقدر نسبتهم بـ 17.5% بمجموع (07) أساتذة.

من المعطيات المقدمة يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يؤكدون أن الفيسبوك يتيح لهم التواصل والتعبير عن آراءهم بكل حرية أكثر من الوسائط الأخرى، ذلك أن في حقيقة الأمر نجد أن موقع الفيسبوك يمنح للأفراد فرصة التواصل والتفاعل مع الآخرين بدرجة كبيرة. وهذا من خلال منشوراتهم وتعليقاتهم والدرشات الحوارية مع الأصدقاء والمشاركات مع المجموعات. فوسائل الاتصال الجديدة تعد من أهم الآليات الديمقراطية التي تتيح لمستخدميها حرية نقل المعلومة والتعليق والمشاركة دون قيود حسب ما توصلت إليه العديد من الدراسات .

جدول رقم "20" يوضح عندما تتصفح الفيسبوك في الغالب

النسبة	التكرار	البدايل
32.5%	13	تكتفي بقراءة مشاركة الأصدقاء
20%	08	تدردش مع اصدقائك
17.5%	07	تشارك على حائطك
20%	08	تعلق على مشاركات الأصدقاء
10%	04	دعوة الأصدقاء للإنضمام إلى مجموعات
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر: مجموعة البحث

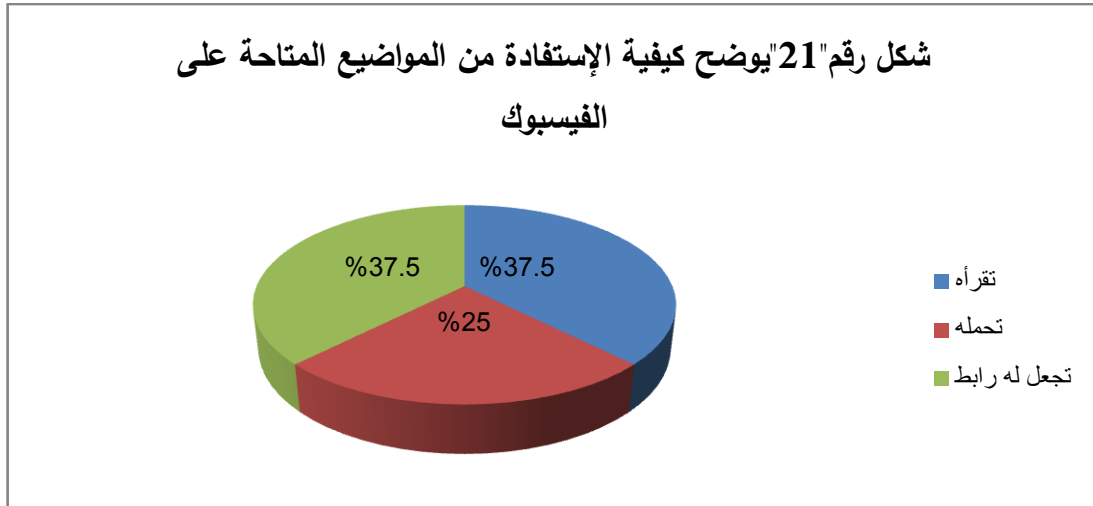
يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن: غالبية أفراد العينة تتصفح الفيسبوك لكي تكثفي بقراءة مشاركة الأصدقاء، أن نسبتهم تقدر ب 32.5% وهذا بمجموع (13) أساتذة بينما النسبة التي تليها فهي تقدر ب 20% وتمثل بمجموع (08) أساتذة الذين يدرشون مع الأصدقاء بالإضافة إلى نفس النسبة من الذين يعلقون على مشاركات الأصدقاء. ثم نسبة 17.5% من الأساتذة الذين يضعون مشاركاتهم على حائطهم بمجموع (07) أما النسبة المتبقية تمثل 10% بمجموع (04) أساتذة الذين يقومون بدعوة الأصدقاء للإنضمام إلى مجموعات.

نفسر هذا إلى أن الأساتذة غالبا ما يتصفحون الفيسبوك يكتفون فقط بقراءة مشاركة الأصدقاء وهذا راجع إلى التصفح السريع ولكثرة المنشورات المختلفة ومحاولة الإطلاع على كل المشاركات. مقارنة بالبدائل الأخرى المتمثلة في الردشة والتعليق. وهذا على خلاف نشر منشورات على صفحته ودعوة الأصدقاء للإنضمام لمجموعات معينة.

جدول رقم "21" يوضح عندما تجد موضوعا مهما في الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
37.5%	15	تقرأه فقط
25%	10	تحمله
37.5%	15	تجعله له رابطا للمشاركة مع الأصدقاء
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



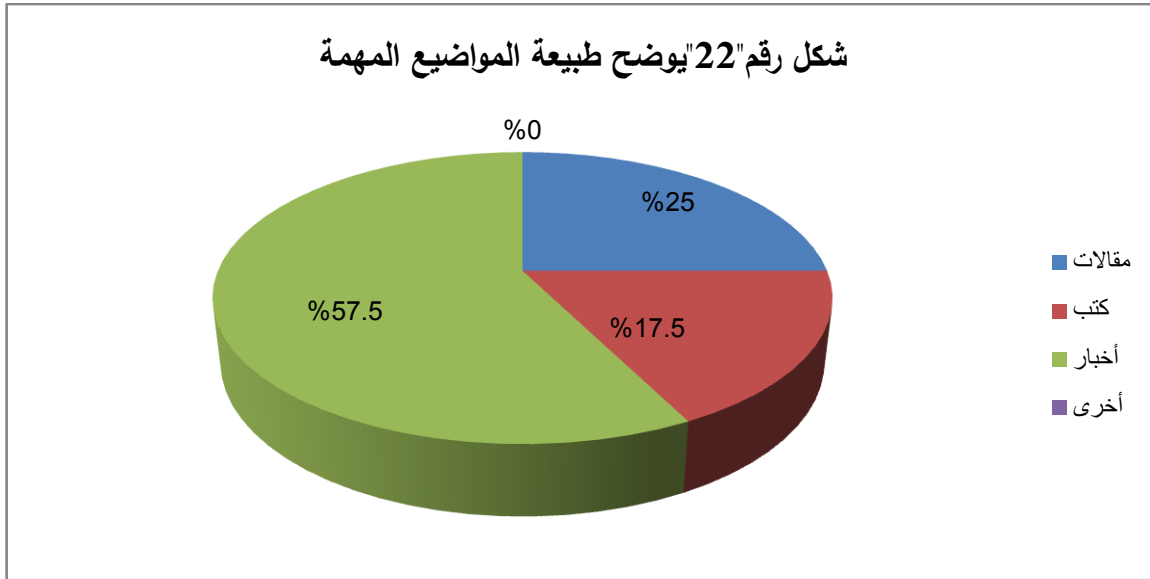
المصدر : مجموعة البحث

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أول ما يقوم به الأساتذة الجامعيين عند تصفهم لحسابهم في الفيسبوك عندما يجدون موضوعا مهما هو أنهم يقرأون الموضوع ويجعلونه رابطا للمشاركة مع الأصدقاء يمثل هذين البديلين نسبة متساوية تقدر ب 37.5% ومجموعهم (30).تليه نسبة 25% من الذين يقومون بتحميل هذه المواضيع وعددهم (10).

ونفس ذلك أن غالبية العينة المدروسة يقرأون المواضيع المنشورة عبر الفيسبوك ويجعلونها رابطا للمشاركة مع أصدقائهم .وهذا راجع إلى أن معظم المنشورات عبارة عن كلام ترفيهي أو حكم .بينما نجد أن من يقومون بتحميل المواضيع هي نسبة قليلة وهذا يعكس مستوى الأستاذ الجامعي ذلك أن هناك مواضيع مهمة ينشرها القارئون عبر صفحات المجموعات العلمية والأكاديمية من بحوث ومقالات ودراسات في تخصصات مختلفة، وإمكانية الرجوع إليها بالنقر على المنشورات السابقة وكذا بتميزها بسهولة التحميل.

جدول رقم "22" يوضح طبيعة المواضيع المهمة

النسبة	التكرار	البدائل
25%	10	مقالات
17.5%	07	كتب
57.5%	23	أخبار
0%	0	أخرى
100%	40	المجموع



المصدر : مجموعة البحث

من بيانات الجدول يتبين لنا أن طبيعة المواضيع التي تهتم الأستاذ الجامعي هي الأخبار وذلك بنسبة 57.5% بعدد (23)، وبالنسبة إلى المقالات نجدتها بنسبة 25% بعدد (10) تليها أقل نسبة هي 17.5% نجدتها للكتب بعدد (07) من أفراد العينة.

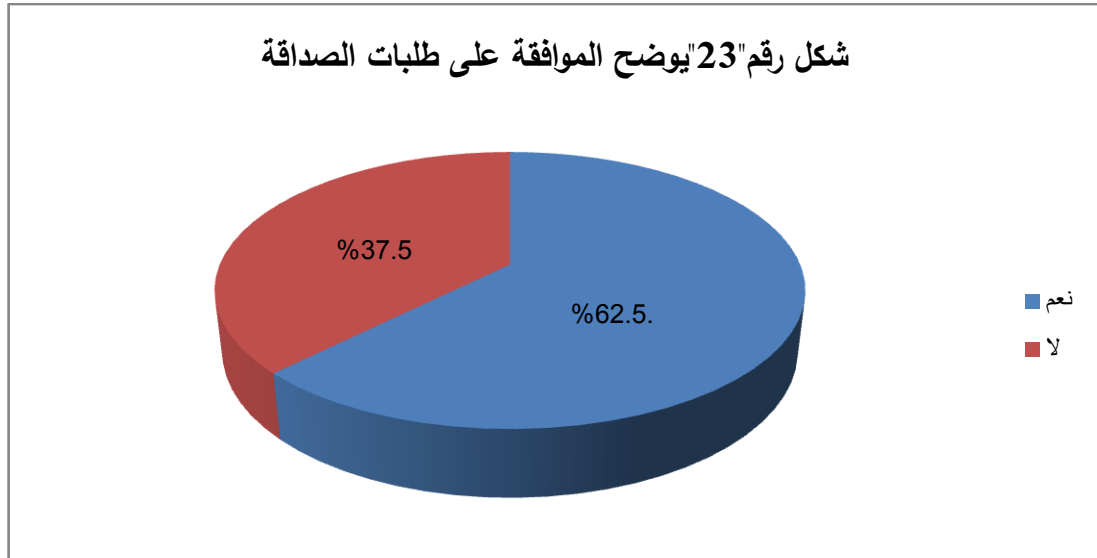
ونفسر هذه البيانات أن غالبية الأساتذة تهتمهم الأخبار المنشورة عبر الفيسبوك وهذا راجع لفضولهم للإطلاع عما هو حاصل من الأحداث وكل ما هو جديد بإعتبار أن صفحات الفيسبوك تعتبر وسيلة لنشر الأخبار والأحداث الجارية في شتى المجالات مما يضاف إليها الصور والفيديوهات والتطبيقات. مما يوفر لهم الجهد والوقت والمال والتفاعل عن بعد، على غرار المقالات والكتب الذين من الممكن أن يحصلون عليها عبر وسائط أخرى .

عرض وتحليل نتائج المحور الرابع : الفئات التي يتواصل معها الأساتذة عبر الفيسبوك

جدول رقم "23" يوضح هل توافق على طلبات من أشخاص أجنب

النسبة	التكرار	البدائل
62.5%	25	نعم
37.5%	15	لا
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر : مجموعة البحث

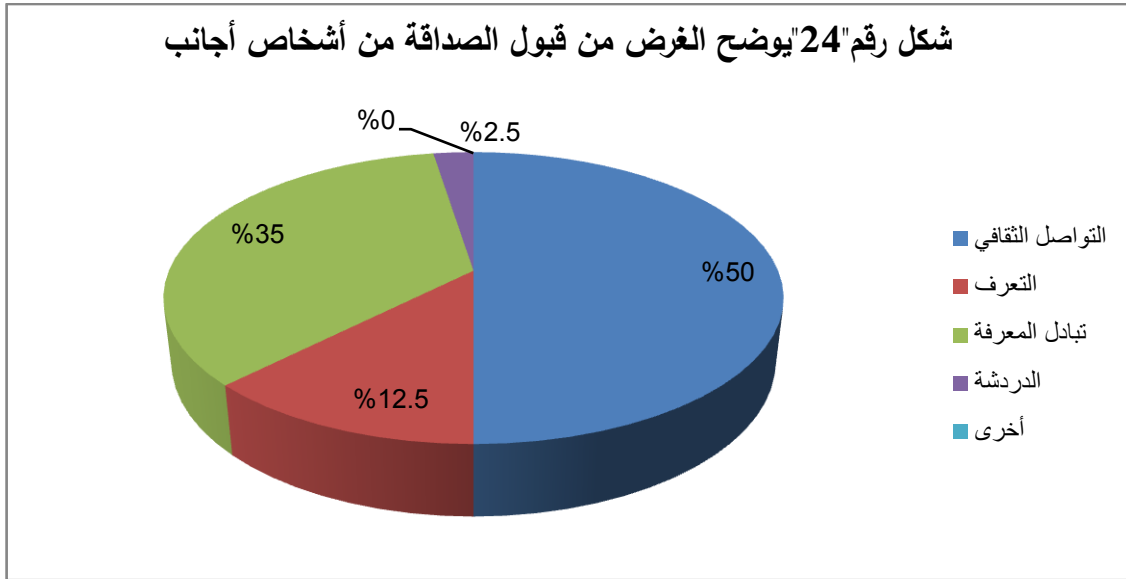
من خلال الجدول نلاحظ أن الفئات التي يتواصل معها الأساتذة عبر الفيسبوك بالموافقة على طلبات الصداقة من أشخاص أجنبى تمثل نسبة 62.5% بعدد (25)، أما الذين لا يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص أجنبى تقدر نسبتهم بـ 37.5% بعدد (15) أستاذ.

حسب المعطيات المبينة نستنتج أن غالبية الأساتذة يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص أجنبى ونقدم تفسير هذا في الجدول الموالى.

جدول رقم "24" يوضح إذا كانت الإجابة بنعم

النسبة	التكرار	البدائل
50%	20	التواصل الثقافى
12.5%	05	التعرف على أشخاص جدد
35%	14	تبادل المعرفة
2.5%	01	الدرشة
0%	0	أخرى
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر : مجموعة البحث

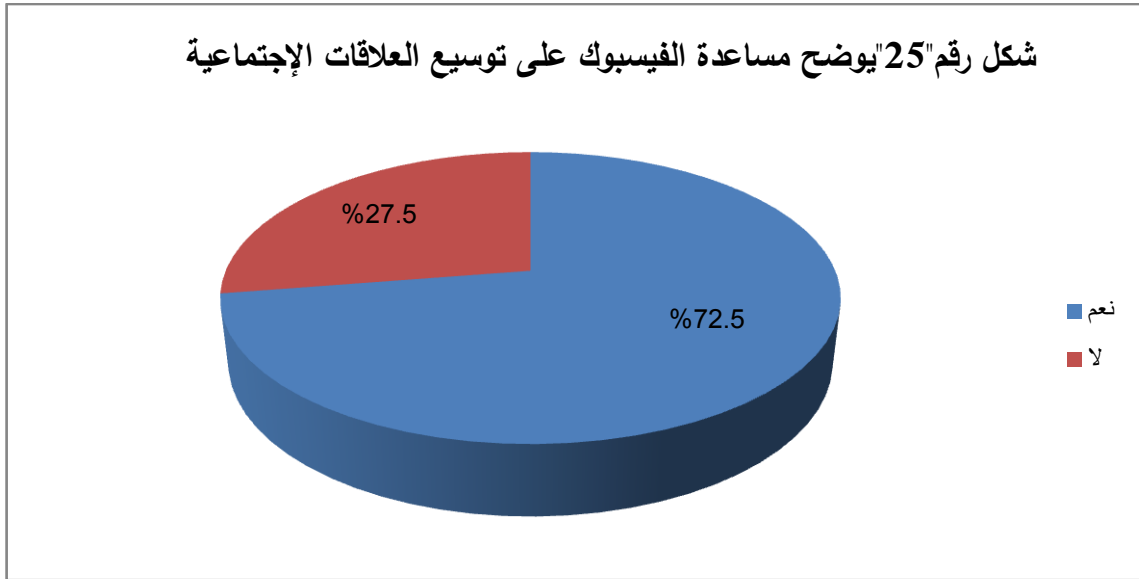
من خلال الجدول يتبين لنا معظم الأساتذة يقبلون طلبات الصداقة من أشخاص أجنبي من أجل التواصل الثقافي وهذا ما تؤكد نسبة 50% أي بمجموع (20) أما النسبة التي تليها تقدر بـ 35% من أجل تبادل المعرفة مع هذه الأشخاص ويمثل مجموعهم (14)، أما النسبة المئوية فتقدر بـ 12.5% الذين يهدفون إلى التعرف على أشخاص جدد بمجموع (05)، والنسبة المتبقية المتمثلة في 2.5% للرددشة بعدد (01).

يتضح من خلال معطيات الجدولين أن الفئات التي يتواصل معها الأساتذة عبر الفيسبوك كانت بالموافقة على طلبات الصداقة من أشخاص أجنبي من أجل التواصل الثقافي لتبادل الأفكار والآراء وخصوصا المراجع والكتب العلمية نظرا لصعوبة اقتنائها أو غلاءها أو محدوديتها وكذا جميع المعارف من كلا الأشخاص وهذا لتحقيق موروث ثقافي جديد والتعارف على الشخصيات ذات العلاقة بالمجال العلمي والمعرفي .

جدول رقم "25" يوضح هل يساعدك الفيسبوك على توسيع علاقاتك الإجتماعية

النسبة	التكرار	البدائل
72.5%	29	نعم
27.5%	11	لا
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



المصدر : مجموعة البحث

يبين لنا الجدول أعلاه أن الفيسبوك يساعد على توسيع العلاقات الإجتماعية لدى الأساتذة بنسبة %72.5 التي كانت إجابتهم ب"نعم" بمجموع (29) أستاذ، بينما الذين كانت إجابتهم ب"لا" تمثل نسبتهم %27.5 أي بمجموع (11) أستاذ.

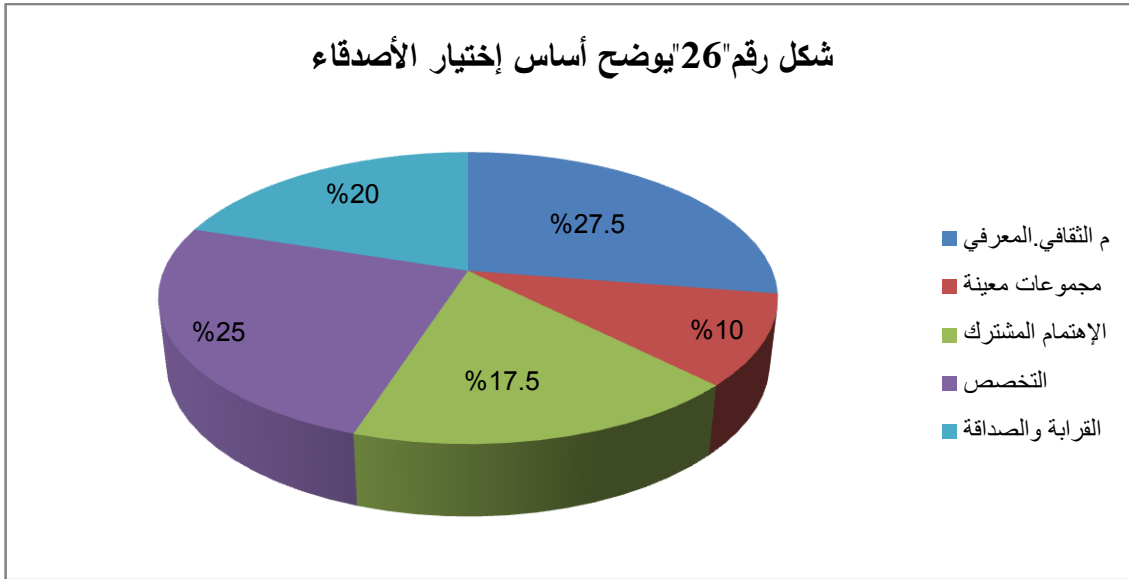
مما يفسر هذا أن الفيسبوك أتاح للأساتذة الجامعيين الفرصة لتوسيع علاقاتهم الإجتماعية مع الآخرين، وهذا ما يطلق على الفيسبوك موقع التواصل الإجتماعي ذلك أن بفاعلية التواصل والتفاعل مع الفئات المختلفة يزداد توسيع العلاقات الإجتماعية.

جدول رقم "26" يوضح على أي أساس تختار أصدقاءك في الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
%27.5	11	المستوى المعرفي والثقافي
%10	04	مجموعات معينة
%17.5	07	الإهتمام المشترك
%25	10	التخصص
%20	08	علاقات القرابة والصدقة
% 100	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث





المصدر : مجموعة البحث

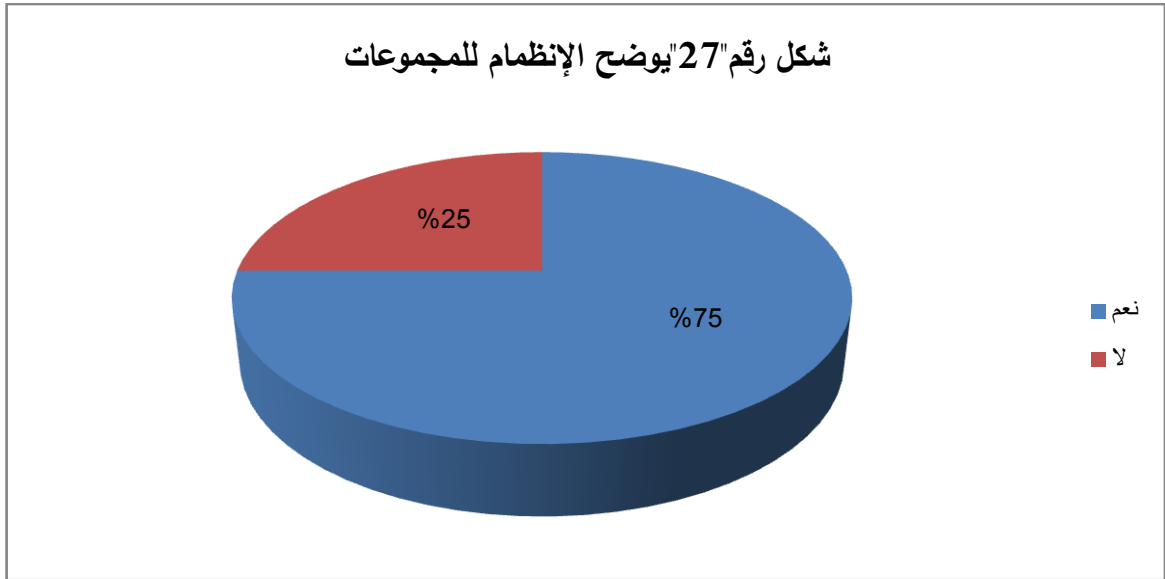
من الجدول نلاحظ أنه يكون إختيار الأساتذة للأصدقاء عبر الفيسبوك على أساس المستوى المعرفي والثقافي بنسبة 27.5% بعدد (11)، تليها بنسبة 25% بعدد (10) الذين يختارون الأصدقاء على أساس التخصص، ثم نسبة 20% بمجموع (08) يختارونها على أساس علاقة القرابة والصدقة. أما النسبة المئوية تقدر بـ 17.5% الذين يختارون أصدقائهم على أساس الإهتمام المشترك بمجموع (07)، أما آخر نسبة هي 10% الذين يختارون الأصدقاء على أساس مجموعات معينة بمجموع (04).

يتضح لنا أن الأساتذة يختارون أصدقاءهم عبر الفيسبوك على أساس المستوى المعرفي والثقافي ذلك أن نجد في الصفحات نجد أشخاص من مختلف الأجناس والطبقات والمجالات المختلفة. كون أن الأستاذ الجامعي يتميز بدرجة كبيرة من الثقافة والمعرفة حتما يكون إختياره لأصدقائه على هذا الأساس ، بالإضافة إلى الإهتمام المشترك من حيث الإلتزام الثقافي والعائدي والإجتماعي، زد إلى ذلك أنه يكون الإختيار في غالب الأحيان على أساس علاقة القرابة والصدقة.

جدول رقم "27" يوضح هل أنت عضو في مجموعات معينة

النسبة	التكرار	البدائل
75%	30	نعم
25%	10	لا
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



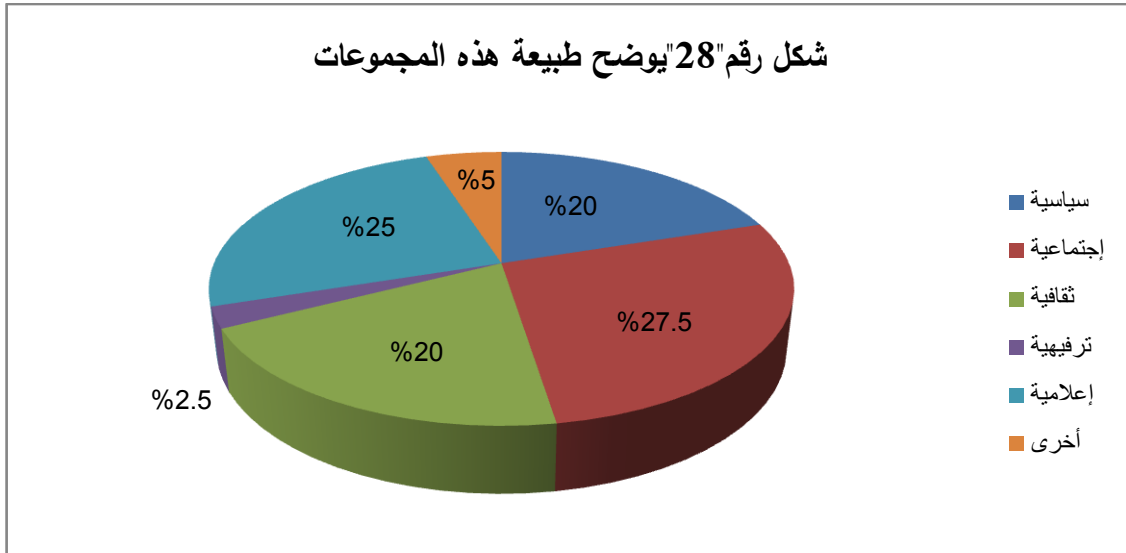
المصدر : مجموعة البحث

من بيانات الجدول يتبين لنا أن معظم أفراد العينة هم أعضاء في مجموعات معينة وهذا ينسبة 75% أي بمجموع (30) فرد الذين أجابو ب"نعم"، أما الذين أجابو ب"لا" التي تقدر نسبتهم ب25% أي بمجموع (10). ونفسر هذا في الجدول الموالي.

جدول رقم "28" يوضح إذا كانت الإجابة بنعم فهل هذه المجموعات

النسبة	التكرار	البدائل
20%	08	سياسية
27.5%	11	إجتماعية
20%	08	ثقافية
2.5%	01	ترفيهية
25%	10	إعلامية
05%	02	أخرى
100%	40	المجموع

المصدر : مجموعة البحث



#### المصدر : مجموعة البحث

حسب بيانات الجدول المعطاة يتبين أنه معظم الأساتذة ينتمون لمجموعات إجتماعية بنسبة 27.5% أي بعدد (11) ،تليها مباشرة نسبة 25% للذين ينتمون إلى مجموعات إعلامية بعدد (10). ثم نسبة 20% تمثل كل من الإنتماء إلى المجموعات السياسية والثقافية بعدد (16)،

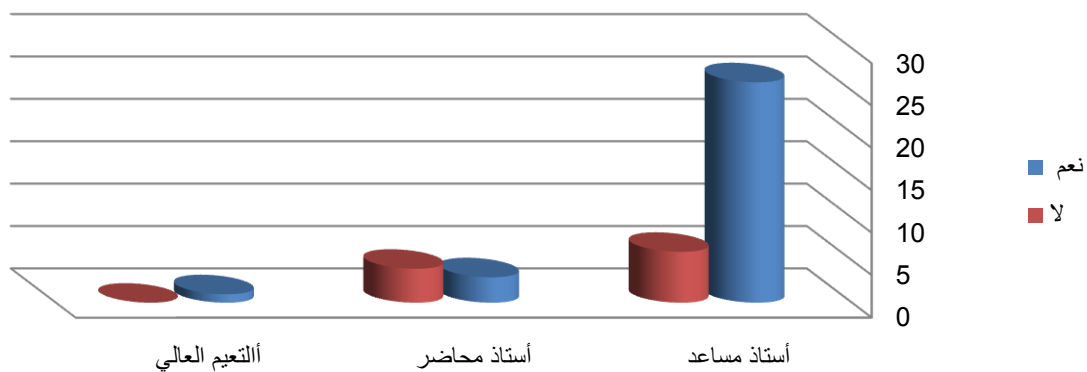
أما نسبة 05% للمجموعات الأخرى التي تمثل كل من المجموعات الأكاديمية والتربوية بعدد (02). والنسبة الأخيرة تقدر ب 2.5% بعدد (01) المتمثلة في المجموعات الترفيهية.

من هذه المعطيات نستخلص أن أغلبية أفراد العينة ينتمون لمجموعات إجتماعية وهذا بحكم أن الإنسان إجتماعي بطبعه بحث نجد أن جميع المجموعات عبر الفيسبوك ذات طبيعة إجتماعية تديرها فئات معينة. تقوم بنشر كل ما هو إجتماعي ،على خلاف المجموعات الأخرى كالإعلامية مثلا فيكون الإنتماء على أساس الهوية و تتبع الأخبار والأحداث الجارية لكون أن العينة المدروسة من أساتذة الإعلام والإتصال والعلوم السياسية ينتمون إلى هذا النوع من المجموعات بما فيهم من يعملون في مجال الصحافة والإعلام. كذلك المجموعات السياسية والثقافية لها دور في رفع الوعي السياسي والثقافي لدى الأساتذة اضافة الى انارة الراي العام بالتحليل والتوضيح لمختلف المواقف باعتبارهم نخبة قادة للرأي وبالمشاركة والإدلاء بمناقشاتهم وإقتراحاتهم.

جدول رقم "29" يوضح توزيع أفراد العينة وفق إستجاباتهم ضمن إندماجهم في مجموعات معينة حسب متغير الدرجة العلمية:

المجموع	أستاذ التعليم العالي		أستاذ محاضر		أستاذ مساعد		البدائل		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
	%75	30	%100	1	%42.85	3	%81.25	26	نعم
	%25	10	%0	0	%57.14	4	%18.57	6	لا
المجموع	%100	40	%100	1	%100	7	%100	32	

شكل رقم "29" يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول الإنضمام لمجموعات معينة حسب متغير الدرجة العلمية



#### المصدر : مجموعة البحث

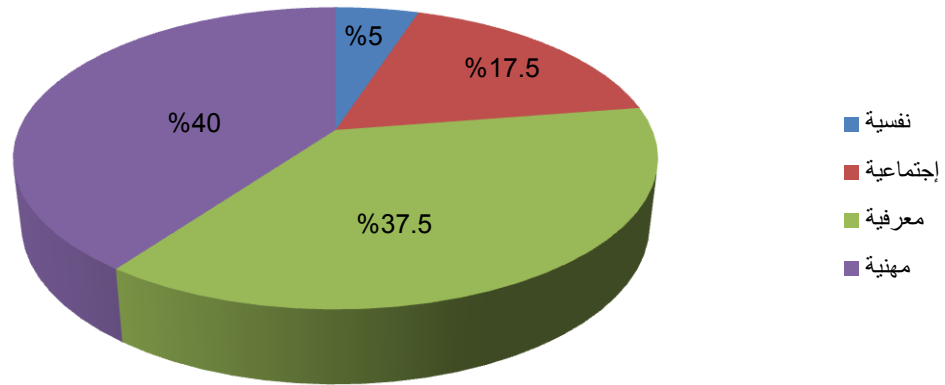
من خلال نتائج الجدول المتحصل عليها الذي يوضح توزيع أفراد العينة إقتراحاتهم ضمن إندماجهم في مجموعات معينة حسب الدرجة العلمية يتبين لنا أن نسبة 81.25% من أساتذة مساعدين هم أعضاء في مجموعات معينة عبر صفحات الفيسبوك أغلبها مجموعات إجتماعية، وهذا راجع الى طبيعة التخصص والوظيفة والتي تجعل من التواصل أولوية لدى الأستاذ خصوصا وأن أغلب الأساتذة لا يزالون شباب وبالتالي فالتواصل والاندماج في مجموعات الفيسبوك لا يشكل هاجسا لهم. بعد من حين نجد نسبة 42.85% من أساتذة محاضرين ينتمون إلى هذا النوع من المجموعات ،بعدها نجد نسبة 100% من أساتذة التعليم العالي هم أعضاء في هذه المجموعات كذلك.

عرض وتحليل نتائج المحور الخامس: الإشباع المحققة من استخدام الأساتذة الجامعيين للفيديو

جدول رقم "30" يوضح طبيعة الإشباع المحققة من استخدام الفيديو

النسبة	التكرار	البدايل
05%	02	إشباع نفسي
17.5%	07	إشباع إجتماعي
37.5%	15	إشباع معرفي
40%	16	إشباع مهني
100%	40	المجموع

شكل رقم "30" يوضح طبيعة الإشباع المحققة



المصدر : مجموعة البحث

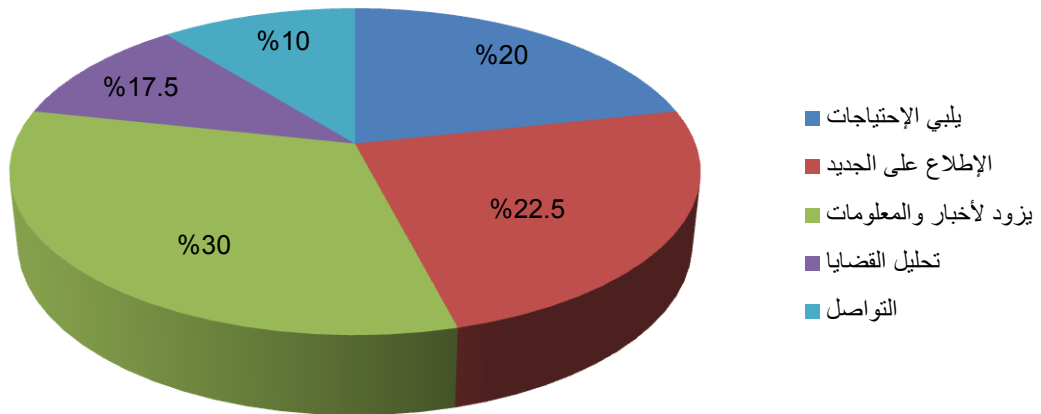
من خلال الجدول المبين أعلاه نجد أن: طبيعة الإشباع المحققة من استخدام الفيديو هي إشباع مهني بنسبة تقدر 40% بعدد (16)، تليها نسبة 37.5% من إشباع معرفي أي بعدد (15)، ثم إشباع إجتماعي بنسبة 17.5% بمجموع (07)، أما النسبة المتبقية تمثل إشباع نفسي تقدر نسبتها 05% بمجموع (02).

يتضح لنا مما سبق أن طبيعة الإشباع المحققة من استخدام الأساتذة الجامعيين للفيديو هي إشباع مهني ذلك أن مهنة الأستاذ الجامعي تتطلب استخدام الفيديو بما يحقق له هذه الإشباع من خلال الإطلاع على كل ما هو جديد عبر الصفحات الخاصة بالكلية و القسم أو مجموعات الطلبة الخاصة بالتخصص والمستوى. بالإضافة إلى إشباع معرفي وهو ما يتزود به المستخدم من معارف قد تكون على شكل أخبار أو صور، فيديوهات.... إلخ .

جدول رقم "31" يوضح الحاجات التي يلبيها الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
%20	08	يلبي جميع إحتياجاتي المهنية
%22.5	09	يطلعني عما هو جديد
%30	12	يزودني بالمعلومات والأخبار
%17.5	07	يكسبني مهارة تحليل القضايا
%10	04	تحقق لي التواصل مع الاخرين
%100	40	المجموع

شكل رقم "31" يوضح الإحتياجات التي يلبيها الفيسبوك

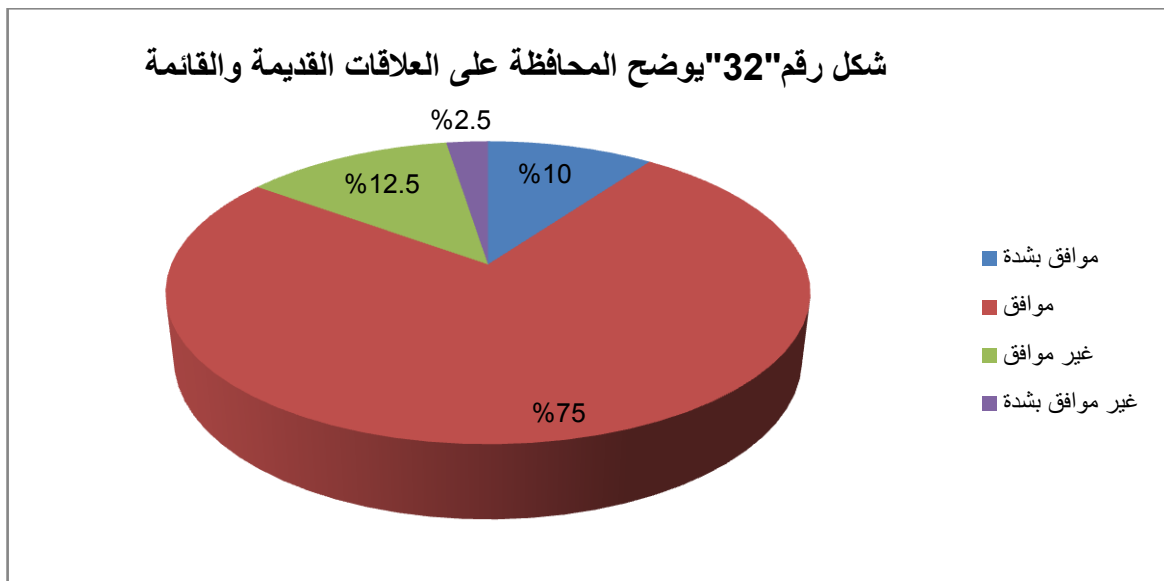


المصدر : مجموعة البحث

تبين لنا المعطيات من خلال الجدول: أن الحاجات التي يلبيها الفيسبوك في غالبها أخبار والإعلام بآخر المعلومات والأخبار تليها الاطلاع على المستجدات ثم بنسبة 20 تلبية الحاجات المهنية ومهارات التحليل وأخيرا تحقيق التواصل بنسبة 10 فالفائدة الكبرى هي متابعة المستجدات على اعتبار خاصية هذه الوسائل في سرعة نقل الاخبار والمعلومات بالصور والفيديوهات والمعطيات المكتوبة مقارنة بوسائل الاعلام الثقيلة كم تساعد على تلبية الإحتياجات المهنية من تواصل اداري وكذا مع الطلبة والتعرف على كل التظاهرات والفعاليات العلمية و التي تنظمها مختلف الجامعات وتبادل الدراسات والمقالات العلمية ومتابعة كل المستجدات الأكاديمية.

جدول رقم "32" يوضح إستخدام الفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة

النسبة	التكرار	البدائل
%10	04	موافق بشدة
%75	30	موافق
%12.5	05	لا أوافق
%2.5	01	لا أوافق بشدة
%100	40	المجموع



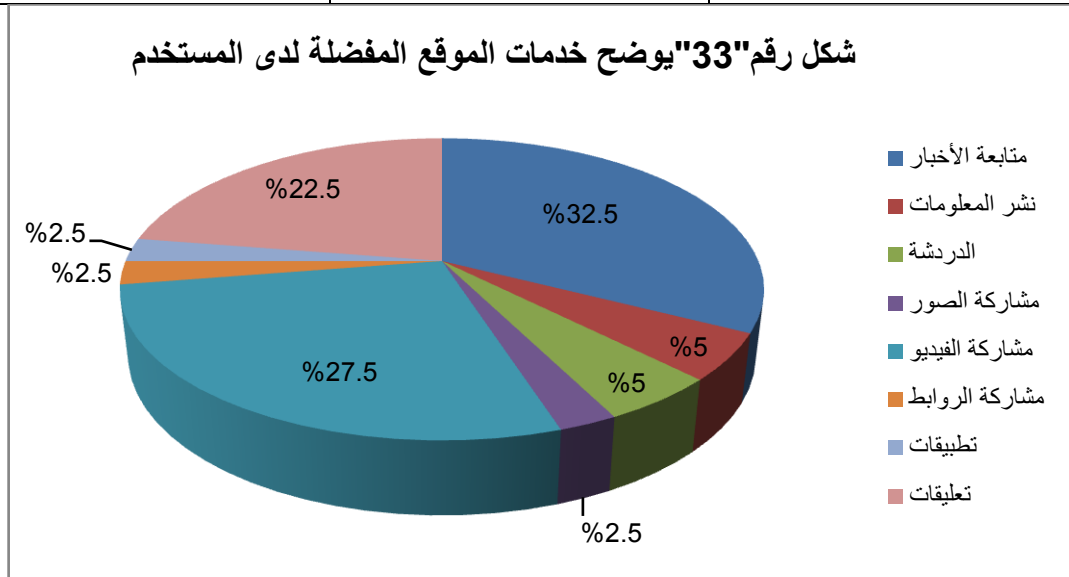
المصدر : مجموعة البحث

يتضح لنا من خلال الجدول أن شدة إستخدام الفيسبوك التي تجعل الأستاذ يحافظ على علاقاته القديمة والقائمة وكانت أعلى نسبة %75 بدرجة وموافق أي بعدد (30)، تليها درجة لا أوافق بنسبة %12.5 أي بعدد (04)، تليها نسبة %10 بعدد (04) بدرج موافق بشدة، والنسبة المتبقية لدرجة لا أوافق بشدة بنسبة %2.5 أي بعدد (01).

مما سبق يتضح لنا أن الفيسبوك جعل الأستاذ الجامعي يحافظ على علاقاته القديمة والقائمة بدرجة كبيرة هذا ما تؤكد الموافقة من خلال إجاباتهم المبينة، ذلك أي نجدهم يتواصلون مع الأهل و الأصدقاء.

جدول رقم "33" يوضح خدمات الموقع الأكثر تفضيلاً من طرفك

النسبة	التكرار	البدايل
32.5%	13	متابعة أخبار الصفحة
5%	02	نشر المعلومات
5%	02	الدرشة
2.5%	01	المشاركة بالصور
27.5%	11	مشاركة الفيديو
2.5%	01	مشاركة الروابط
2.5%	01	تطبيقات
22.5%	09	تعليقات
100%	40	المجموع



المصدر : مجموعة البحث

تبين لنا المعطيات من خلال الجدول أعلاه: أن خدمات الموقع الأكثر تفضيلاً من طرف الأستاذ الجامعي، وهذا من خلال متابعة أخبار الصفحة التي تقدر بنسبة 32.5% بمجموع (13)، بينما النسبة المئوية 27.5% وهذا بمجموع (11) المتمثلة في المشاركة بالصور، على خلاف تعليقات التي تمثل بنسبة 22.5% بمجموع (09)، أما نسبة كلا من نشر المعلومات و الدرشة تقدر ب 5% وهذا بمجموع (4)، بينما البدايل المتبقية فتمثل في المشاركة بالصور و مشاركة الروابط و تطبيقات المقدر نسبتهم ب 2.5% وهذا بمجموع (3).

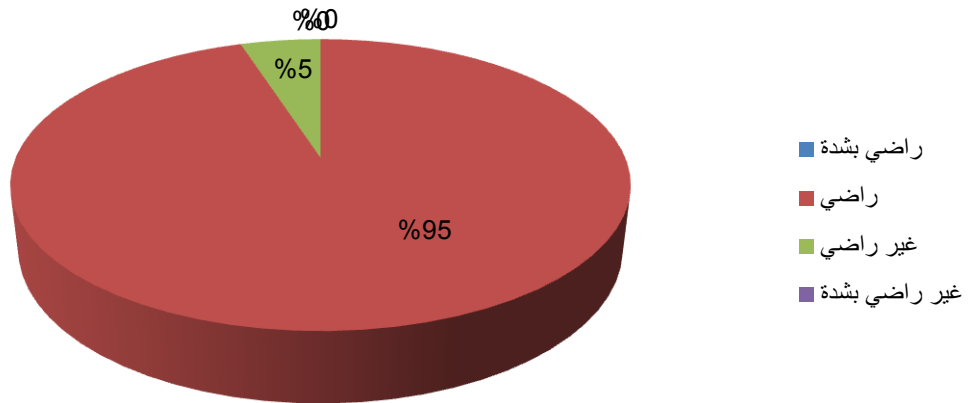


ومما سبق يتضح لنا أن خدمات الموقع الأكثر تفضيلاً من طرف الأساتذة هي متابعة أخبار الصفحة من أجل التزود بالمعلومات والأحداث الجارية، ومشاركة الفيديو وتعليقات ونشر المعلومات والردشة على خلاف البدائل الأخرى المتمثلة في المشاركة بالصور والروابط والتطبيقات وهذا راجع إلى كون الأهمية بالنسبة لهم في متابعة أخبار الصفحة .

جدول رقم "34" يوضح هل أنت راضي على الخدمات المقدمة في الفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
%0	0	راضي بشدة
%95	38	راضي
%05	02	غير راضي
%0	0	غير راضي بشدة
%100	40	المجموع

شكل رقم "34" يوضح درجة الرضى على الخدمات المقدمة في الفيسبوك



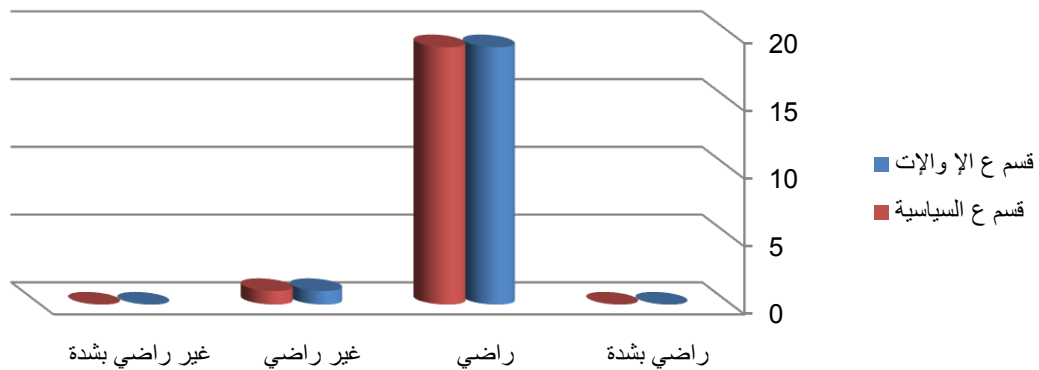
المصدر : مجموعة البحث

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن الخدمات المقدمة في الفيسبوك تلقي رضا نسبة 95% من الأساتذة نظراً لحجم الإشباع المحققة من قبل هذه الوسائل وتنوعها، تليها نسبة 05% وهذا برودة غير راضي. ويعود إلى عدم أهمية بعض المواضيع المقدمة أو رداؤها أو تحيزها وقد يعود هذا إلى المنتسبين إلى هذا الموقع والذين لا يلقون ترحيباً من قبل الأساتذة إما لمواقفهم ولآرائهم.

جدول رقم "35" يوضح توزيع أفراد العينة وفق إستجابتهم حول درجة الرضا على الخدمات المقدمة في الفيسبوك حسب متغير القسم:

المجموع	قسم العلوم السياسية		قسم علوم الإعلام والإتصال		البدائل
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	0%	0	0%	0	راضي بشدة
	95%	38	95%	19	راضي
	05%	02	05%	1	غير راضي
	0%	0	0%	0	غير راضي بشدة
المجموع	100%	40	100%	20	

شكل رقم " 35 " يوضح توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول درجة الرضا على الخدمات المقدمة في الفيسبوك حسب متغير القسم



#### المصدر : مجموعة البحث

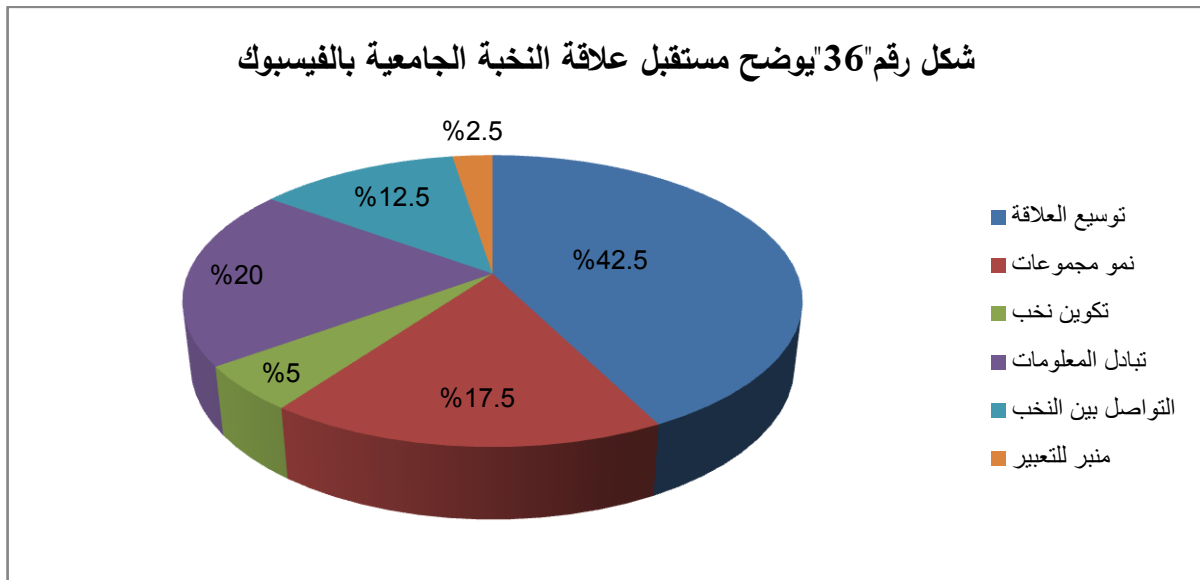
من نتائج الجدول المعطاة الذي يمثل توزيع أفراد العينة وفق إقتراحاتهم حول درجة الرضا على الخدمات التي يقدمها الفيسبوك حسب متغير القسم يتبين لنا أن نسبة 95% لكل من قسم علوم الإعلام والإتصال وقسم العلوم السياسية راضين على الخدمات المقدمة من طرف الفيسبوك .

في حين تقابلها نسبة 05% لكلا القسمين بأنهم غير راضين على الخدمات التي يقدمها الفيسبوك .فسر درجة الرضى هذه إلى أن الفيسبوك له خدمات عديدة يقدمها بصورة مستمرة وجديدة تتيح للمستخدم الإطلاع على كل ما هو جديد ومهم بالنسبة له من أفكار ومعارف ،مقالات .... ذات الصلة بالتخصص والإنتماء الثقافي والإجتماعي .

على خلاف النسب الأخرى الذي تمثل 0% بالنسبة لدرجتي راضي بشدة ،وغير راضي بشدة. هذا ما يدل أن درجة القبول على حسب إجابات المبحوثين متوسطة نوعا ما.

جدول "36" يوضح مستقبل علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك

النسبة	التكرار	البدائل
42.5%	17	توسيع العلاقة
17.5%	07	نمو مجموعات أكاديمية عبر فضاء الفيسبوك
5%	02	تكوين نخب جديدة
20%	08	تبادل المعلومات والمعارف
12.5%	05	التواصل بين النخب وفئات المجتمع
2.5%	01	منبر للحرية والتعبير
100%	40	المجموع



المصدر : مجموعة البحث

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن مستقبل علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك هي علاقة موسعة وهذا ما تؤكده نسبة 42.5% بمجموع إجابات (17)، تليها نسبة 17.5 % الذين يؤكدون أن علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك هي العمل على نمو مجموعات أكاديمية عبر فضاء الفيسبوك وعددهم (07). وهناك نسبة 5 %

بعدد (02) الذين يرون بأن الفيسبوك يعمل على تكوين نخب جديدة. ثم هناك من يدلون أن علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك هي علاقة لتبادل المعلومات والمعارف بنسبة 20% بمجموع (08). بعدها نسبة 12.5% التي يرون أن العلاقة تكون للتواصل بين النخب وفئات المجتمع بعدد (05)، وأخيرا نسبة 2.5% الذين يرون أن الفيسبوك قد يكون منبر للحرية والتعبير بين النخب بمجموع (01).

من النتائج المتحصل عليها نستنتج أن علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك هي أنه إذا تم بتوحيد الجهود والرؤى والأفكار خاصة بالنسبة للقضايا المشتركة بين فئات المجتمع من المتوقع أن تكون هناك نهضة وانتقال جذريين في مختلف المجالات خاصة العلمية والسياسية والثقافية. ربما سوف تنتقح أكثر فأكثر في إطار التبادلات الخارجية حيث تكون أكثر فعالية لتبادل المعلومات والخبرات ضرورة لأن تتخبط النخبة الجامعية بسيرورة التواصل مع الفئات الفاعلة فيه عن طريق الفيسبوك وما إرتفاع مستخدمي هذا الموقع يوما بعد الآخر إلا دليل على الفسحة التي يأخذها هذا الموقع في أوساط مختلف الفئات الإجتماعية على مستوى العالم، مما يفرض حتمية التعامل معه وبه لدى النخبة الجامعية. هذا الأخير يقدم خدمات جلية للنخبة الجامعية خاصة الصفحات التي تنشر مواضيع خاصة المتعلقة بالدراسة والتدريس. يبقى ذلك مرهون بمستقبل ما يقدمه الفيسبوك من مرونة وكذا إحترام خصوصية مستعمليه.

3. النتائج العامة للدراسة

- بعد تحليلنا و تفسيرنا لمعطيات ونسب الجداول ، نتوصل إلى نتائج المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة :
- ✓ إن الأساتذة الذكور يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من الأستاذات الإناث كلا من قسم علوم الإعلام و الإتصال ، و قسم علوم السياسية ، بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ، و هذا حسب طبيعة التخصص.
  - ✓ إن معظم أفراد العينة من أساتذة و أستاذات الجامعة ، الذين يستخدمون الفايسبوك أكثر حسب خبرتهم المهنية .
  - ✓ إن جل الأساتذة الذين يستخدمون الفايسبوك بصفة أحيانا .
  - ✓ إن جل أفراد العينة من الأساتذة تفوق مدة إستخدامهم للفايسبوك ثلاثة سنوات .
  - ✓ إن جل الأساتذة يتواصلون مع أفراد من الجنسين معا ،
  - ✓ إن غالبية الأساتذة الذين يتواصلون مع الطلبة عبر الفايسبوك ، ثم الزملاء (الأساتذة) ، وأخيرا إداريي الجامعة .
  - ✓ إن جل الأساتذة يفضلون إستخدام الفايسبوك في الأوقات الليلية بالدرجة الأولى ، ثم يليها أوقات المسائية ، وفي الأخير الأوقات الصباحية .
  - ✓ يستغرق استخدام معظم الأساتذة للفايسبوك مدة تتراوح من ساعة إلى ساعتين.
  - ✓ إن غالبية الأساتذة يفضلون استخدام للفايسبوك عبر الكمبيوتر المحمول ، وتليها الهاتف الذكي ، ثم اللوح الإلكتروني ، وتليها الكمبيوتر المكتبي .
  - ✓ إن جل الأساتذة يفضلون تصفح حساب الفايسبوك في المنزل بالدرجة الأولى ثم عبر النوادي بدرجة ثانية.
  - ✓ اللغة الأكثر إستخداما لدى الأساتذة أثناء إستخدامهم للفايسبوك هي اللغة العربية . تليها اللغة الفرنسية ، و أخيرا اللغة الإنجليزية .
  - ✓ إن جل أفراد العينة من الأساتذة الذين يفضلون الإطلاع على الفايسبوك بشكل فردي ، ثم تليها مع العائلة ، ثم الأخرى مع الزملاء.
  - ✓ تتنوع دوافع استخدام الأساتذة للفايسبوك بين الدوافع علمية ، و الإجتماعية ، والترفيهية .
  - ✓ يتيح الفايسبوك لجل الأساتذة التعبير عن آرائهم بكل حرية أكثر من الوسائط الأخرى.
  - ✓ إن غالبية الأساتذة الذين يتصفحون الفايسبوك في الغالب يكتفون بقراءة مشاركة الأصدقاء ، أو الدردشة مع الأصدقاء و التعليق على مشاركاتهم.
  - ✓ إن معظم الأساتذة غالبا ما يكتفون بقراءة المواضيع المهمة في الفايسبوك ، وأحيانا يجعلون لها رابطا للمشاركة مع الأصدقاء .
  - ✓ المواضيع التي يفضلها الأساتذة تتمثل في الأخبار ثم تليها مقالات ، وأخيرا الكتب .

- ✓ إن جل الأساتذة يوافقون على طلبات الصداقة من أشخاص أجنب. ويعود سبب قبولهم لهذه الطلبات يرجع بالأساس الأول الى التواصل الثقافي ،ثم تليها تبادل المعرفة ،وأخيرا التعرف على أشخاص و الدردشة معهم .
- ✓ يساعد الفيسبوك الأساتذة على توسيع العلاقات الإجتماعية .
- ✓ إن معظم الأساتذة يختارون أصدقائهم على أساس المستوى المعرفي و الثقافي ، ثم على أساس التخصص ، وأخيرا على اساس الإهتمام المشترك .
- ✓ إن جل الأساتذة هم أعضاء في مجموعات إجتماعية ،أو إعلامية أو سياسية و ثقافية .
- ✓ الاشباع التي يحققها الفيسبوك للأساتذة هي في غالبيتها إشباع مهنية ،ثم تليها إشباع معرفية ،ثم إجتماعية ، وأخيرا إشباع نفسية .
- ✓ إن الحاجات التي يلبها الفيسبوك للنخبة الجامعية تتمثل في التزويد بالمعلومات و الاخبار ،والاطلاع عما هو جديد في المحيط المهني واكتساب مهارة تحليل القضايا ، بالاضافة الى تحقيق التواصل و التفاعل .
- ✓ إن جل الأساتذة الذين يستخدمون الفيسبوك جعلهم يحافظون على علاقاتهم القديمة و القائمة وذلك بدرجة موافق .
- ✓ إن معظم النخب الجامعية يفضلون متابعة أخبار الصفحات ،ثم مشاركة الفيديوهات و تعليقات بالاضافة إلى نشر المعلومات و الدردشة .
- ✓ إن جل الأساتذة راضون على الخدمات المقدمة في الفيسبوك.

يرى معظم النخب الجامعية أن مستقبل علاقة النخب الجامعية بالفيسبوك ستتوسع بانشاء مجموعات أكاديمية عبر هذا الفضاء الافتراضي ، يطغى عليها التواصل بينها وبين و فئات المجتمع ، وبالتالي سيلعب الفيسبوك دورا في تكوين نخب جديدة .

#### 4. نتائج الدراسة بناء على تساؤلات الدراسة:

##### نتائج التساؤل الأول :

بينت المعطيات عدم انتظام استخدام الأساتذة للفيسبوك أما دوافعهم لإستخدامه في غالبيتها دوافع علمية .

##### نتائج التساؤل الثاني

تتنوع الفئات التي يتواصل معها الأساتذة في الفيسبوك منها الأشخاص الأجانب من أجل التواصل الثقافي والمعرفي إضافة إلى الطلبة وكل مكونات المحيط الجامعي والاجتماعي.

### نتائج التساؤل الثالث

إن طبيعة الإشباع التي يحققها الفيسبوك للأستاذ الجامعي هي في غالبها إشباع مهنية ومعرفية.

### 5. نتائج الدراسة بناء على فرضيات الدراسة:

#### نتائج الفرض الأول :

تم نفي الفرضية الأولى (هناك انتظام في تصفح الأساتذة الجامعيين للفيسبوك ) ومؤشرات ذلك

- معظم أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك في غالب الأحيان بنسبة 50%.
- أما نسبة العينة الذين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة 35%.

#### نتائج الفرض الثاني :

تم اثبات صحة الفرضية الثانية والتي مفادها (تعد المواضيع العلمية والمعرفية من أخبار في مقدمة الدوافع التي تؤدي بالأساتذة إلى إستخدام الفيسبوك) ومؤشرات ذلك:

- المواضيع التي تهتم الأستاذ الجامعي هي الأخبار بنسبة 57.5%.

#### نتائج الفرض الثالث :

تم اثبات الفرضية الثالثة (أتاح الفيسبوك للأساتذة الجامعيين فرصة لتوسيع العلاقات الإجتماعية والتفاعل مع فئات المجتمع)، ومؤشرات ذلك:

- أن الفيسبوك يساعد على توسيع العلاقات الإجتماعية لدى الأساتذة بنسبة 72.5%.

#### نتائج الفرض الرابع :

تم اثبات صحة الفرضية الرابعة (تعد الحاجات المهنية من مهارات والتعرف على التفاعلات المهنية مقدمة للإشباع التي تسعى النخبة الجامعية لتحقيقها)، ومؤشرات ذلك:

- طبيعة الإشباع المحققة من استخدام الفيسبوك هي إشباع مهنية بنسبة 40%.

### خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى مجالات الدراسة والنتائج المتوصل إليها من خلال البيانات الميدانية على ضوء تساؤلات وفرضيات الدراسة.

أبرز التطور التكنولوجي الحاصل في ميادين الاتصال ميلاد موقع إتصالي جديد سمي بالفيسبوك لخص كل وسائل الإتصال التقليدية ، وفرض مكانته بين الوسائط المختلفة ، حيث كان للفيسبوك نصيبه من خلال إيجاد المعلومة مع شبكة الأنترنت التي جمعت العوامل كلها في عالم واحد وهو عالم الاتصالات . والنخبة الجامعية جزء من هذا العالم الذي تأثر بوجود هذا الموقع الجديد في ظل الدور الريادي الذي لعبه في تقريب العالم ، لذا حاولنا البحث في العلاقة بين علاقة هذه النخب بالفايسبوك من خلال البحث في الاستخدامات والاشباعات المحققة . وقد توصلنا بعد القيام بالدراسة الميدانية إلى الإقبال الكبير للنخبة الجامعية على استخدام الفاييسبوك وأما أسباب الاستخدام ودوافعه تنوعت بين الدوافع العلمية ، و الإجتماعية ، والترفيهية ، من خلال المشاركة ببحوث أكاديمية وكذا في عملية التنقيف والتعلم، ولكونها فوري في سهولة الإطلاع على كل ما هو جديد. كما أفرزت نتائج الدراسة أن الاشباعات التي يحققها الفاييسبوك للأساتذة هي في غالبها إشباعات مهنية و معرفية بالدرجة الأولى يرغب كل مستخدم إلى تحقيقها ،كل على حسب درجته العلمية وخبرته المهنية ، إذ تختلف ظروف وإحتياجات النخب من استخدام الفيسبوك على حسب مجال التخصص وتاريخ إستخدامهم للفيسبوك والمدة وكذا توقيت ومكان الإستخدام.

وكخلاصة عامة أن النخب الجامعية بجامعة قاصدي مراح- ورقلة- يختلفون في استخدام الفيسبوك لكن القاسم المشترك بينهم هو استخدام هذا الموقع في تفعيل التواصل بينهم كنخب وبين أفراد المجتمع .



# قائمة المراجع

### 1 - المراجع باللغة العربية :

#### أولاً : القواميس و المعاجم و الموسوعات :

- 01 . الجوهرى عبد الهادى: قاموس علم الاجتماع، ط3، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998 .
  - 02 . ابن منظور : لسان العرب ، ج/4 ج 6 ، دار المعارف، القاهرة .
  - 03 . بودون ريمون - بوريكو فرانسوا : المعجم النقدي في علم الاجتماع، ط2، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر(مجد) بيروت .لبنان . 2007.
  - 04 . نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الإجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975 .
  - 05 . المنجد في اللغة العربية المعاصرة: دار الشروق، بيروت، سنة2000.
  - 06 . حجاب محمد منير : الموسوعة الإعلانية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 .
- ثانياً : الكتب :**
- 07 . التل وائل عبد الرحمن ، قحل عيسى محمد : البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية ،جازان ،حقوق الطبع محفوظة لكلية المعلمين في جازان ، 2005 .
  - 08 . الحضيف محمد: كيف تؤثر وسائل الاعلام ،دار وهج الحياة للنشر و التوزيع ،الرياض، 2010 .
  - 09 . الحسيني أماني عمر : الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، عالم الكتب، مصر، 2005 .
  - 10 . الطنوبي محمد عمر : نظريات الإتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001 .
  - 11 . الطرابيشي مرفت ، السيد عبد العزيز : نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006 .
  - 12 . العادلي مرزوق عبد الحكم: الإعلانات الصحفية، دار الفجر، مصر، 2004 .
  - 13 . الهيثي هيثم هادي : الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008.

- 14 . أنجريس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون ، ط2، دار القصب للنشر ،الجزائر ،2006.
- 15 . بن مرسلّي أحمد : مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية ،جامعة الجزائر ، 2010 .
- 16 . بوتومور توماس : الصفوة و المجتمع (دراسة في علم الإجتماع السياسي) ، تر :محمد الجوهري و آخرون، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر ، 1988 .
- 17 . بوحوش عمار و الذنبيات محمود: مناهج البحث العلمي ، مكتبة المنار،الأردن،1989.
- 18 . حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991 .
- 19 . ديفليير ملفين ، و روكيتش ساندرابول: نظريات وسائل الإعلام، ت:كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993 .
- 20 . سعيد عبد الغني أمين : وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية ، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر الجديدة، 2008 .
- 21 . سفاري ميلود و آخرون : أساسيات في منهجية وتقنيات البحث في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006 .
- 22 . شفيق محمد: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1985 .
- 23 . شفيق محمد : الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، 1999.
- 24 . صابر فاطمة عوض ، خفاجة علي مرفت : أسس و مبادئ البحث العلمي ، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية الاسكندرية،مصر، 2002.
- 25 . عبد الحميد محمد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987 .
- 26 . عبد الحميد محمد : دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ،عالم الكتب، القاهرة، 1993.

- 27 . عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير ، عالم الكتب، جامعة حلوان 1997.
- 28 . عبيدات محمد و آخرون : منهجية البحث العلمي -القواعد و المراحل و التطبيقات- ،دار للطباعة و النشر ، عمان ، 1999 .
- 29 . عطوي جودت عزت: أساليب البحث العلمي-مفاهيمه-أدواته-جداول إحصائية- ،دارالثقافة العلمية للنشر والتوزيع.عمان-الأردن، 2000 .
- 30 . غربي علي : أجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، دار الفائز، قسنطينة \_الجزائر ، 2009.
- 31 . أ. لارامي و ب. فالي : البحث في الإتصال- عناصر منهجية- ، ترجمة ميلود سفاري و آخرون، مخبر علم اجتماع الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر. 2004 .
- 32 . محمد جابر سامية : منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي ، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن.
- 33 . مكايي حسن عماد ، حسين السيد ليلي: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط 2،الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2001 .
- ثالثا : الدراسات الأكاديمية :**
- 34 . الحميري محمد لطف علي: التقنيات المعاصرة في الإتصال (المستحدثات والاستخدامات)، نموذج مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني cerist .دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، (2001- 2002) .
- 35 . عبد الواجد أمين رضا: إستخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الأزهر ، 2005.
- 36 . بنان كريمة : الصحافة الداخلية للمؤسسة دراسة إستطلاعية لقرء مجلة البدر - ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال،كلية العلوم السياسية والإعلام ،جامعة الجزائر،(2004-2005).
- 37 . عبدلي أحمد: مستخدمو الأنترنت،(مذكرة ماجستير غير منشورة ،جامعة عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام)، قسنطينة،(2002-2003).
- 38 . تومي فضيلة: التفاعلية و وسائلها في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجا،(مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم علوم لإعلام والاتصال)،سنة (2007- 2008) .

- 39 . لونيس باديس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت "دراسة في استخدامات وا شباعات طلبة جامعة" منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، مذكرة غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة،(2007-2008).
- 40 . حمدي محمد الفاتح : استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية و انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة جامعة باتنة نموذجا ، شهادة ماجستير ، الجزائر ، جامعة باتنة ، كلية الحقوق ، قسم علوم الإعلام و الاتصال،(2009-2010).
- 41 . بومعيزة السعيد: محاضرات التلقي، سنة أولى ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة الجزائر، السنة الدر اسية،2006-2007.
- رابعا : الدوريات و المجلات :
- 42 . عبد الحميد محمد: قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية في الإستخدام والإشباع، مجلة العلوم الإجتماعية، جامعة الكويت، العدد الثاني، صيف 1989 .
- 43 . مكايي حسن عماد: استخدامات التلفزيون واشباعاته في تلفزيون سلطنة عمان، مجلة بحوث الإتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ديسمبر، 1992 .
- 44 . عامر عبد الله : الفيس بوك و عالم التكنولوجيا ،مجلة العلوم التكنولوجية ، عدد 14، جامعة البتراء ،عمان،2007.

2 - المراجع باللغة الأجنبية :

1) **Dictionaries' ;**

45. Danesi Marcel :**Dictionary of media and communications**, M.E. Sharpe, New York, 2009.

2) **le livre ;**

46 . b.rubin rebecca:**media use andmeaning of music**، video،  
ournalismquarterly، vol.64no،2،new jersey،summer،1986.

3 - مواقع الأنترنت :

47 .www.algabriabed.net/n81\_01zenaddine.(01).htm 25\12\2015

العلماء



كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي



ميدان: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الإتصال الجديدة

إستمارة إستبيان

عنوان المذكرة:

إتجاه النخبة الجزائرية نحو إستخدام الفيسبوك - دراسة في الإستخدامات والإشباعات -

دراسة ميدانية على أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلوم السياسة بجامعة ورقلة

تحية طيبة وبعد:

أستاذي(ة) الكريم (ة) في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر نرجو منكم التفضل

بالإجابة عن أسئلة هذا الإستبيان. مع العلم أن هذا البحث يستخدم لأغراض البحث العلمي.

ونشكركم على تعاونكم .

ملاحظة: وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

تحت إشراف الأستاذة :

من أنجاز الطلبة

أمينة طرابلسي

فتيحة قريشي

لامية زغتي

السنة الجامعية : 2015 - 2016



المحور الأول:البيانات الشخصية:

- 01)الجنس: ذكر ( ) أنثى ( )
- 02)الدرجة العلمية: أستاذ مساعد ( ) أستاذ محاضر ( ) أستاذ التعليم العالي ( )
- 03)القسم: علوم الإعلام والاتصال ( ) قسم العلوم السياسية ( )
- 04)الخبرة المهنية: أقل من 05سنوات ( ) من 05سنوات إلى10سنوات ( ) من11إلى15 سنوات ( ) أكثر من 15سنة ( )

المحور الثاني:عادات استخدام الفيسبوك

- 05)هل تستخدم الفيسبوك بشكل: دائما ( ) أحيانا ( ) نادرا ( )
- 06)منذ متى و انت تستخدمه: أقل من سنة ( ) سنتان ( ) 03سنوات ( ) اكثر من 03سنوات ( )
- 07) يرجع إهتمامك بالفيسبوك بحكم التخصص: نعم ( ) لا ( )
- 08)مع من تتواصل في الفيسبوك: أشخاص من جنسك ( ) مع الجنسين معا ( )
- 09)هل تتواصل في الفيسبوك مع: زملاءك (الأساتذة) ( ) إداري الجامعة ( ) الطلبة ( )
- 10)ما هي الأوقات التي تستخدم فيها الفيسبوك: صباحا ( ) مساء ( ) ليلا ( )
- 11)عادة ما هي المدة التي تستغرقها أثناء إستخدامك للفيسبوك: أقل من ساعة ( ) من 01سا -02سا ( ) أكثر من ساعتين ( )
- 12) ما هي الوسيلة المفضلة لديك لإستخدام الفيسبوك (رتبها حسب الأفضلية):

الكمبيوتر المكتبي ( ) الكمبيوتر المحمول ( ) الهاتف الذكي ( ) اللوح الإلكتروني ( )

- 13) أين تتصفح حسابك الفيسبوك: في الجامعة ( ) في البيت ( ) في نوادي الإنترنت ( )
- 14)ما هي اللغة المستخدمة أثناء إستخدامك للفيسبوك: العربية ( ) الفرنسية ( ) الإنجليزية ( )
- 15) هل تفضل الإطلاع على الفيسبوك : بشكل: فردي ( ) مع الزملاء ( ) مع العائلة ( )

المحور الثالث:دوافع استخدام الأساتذة للفيسبوك:

- 16)ماهي دوافعك للإستعانة بالفيسبوك : دوافع علمية ( ) دوافع إجتماعية ( ) دوافع ترفيهية ( )
- 17)هل يتيح لك الفيسبوك التعبير عن أراك بكل حرية أكثر من الوسائط الأخرى : نعم ( ) لا ( )

18) عندما تتصفح الفيسبوك فأنت غالبا ما : تكتفي بقراءة مشاركة الأصدقاء ( ) تدرش مع أصدقاءك ( )

تشارك على حائطك ( ) تعلق على مشاركات الأصدقاء ( ) تدعو الأصدقاء للإنضمام الى مجموعات ( )

19) عندما تجد موضوعا مهما في الفيسبوك هل : نقرأه فقط ( ) تحمله ( ) تجعل له رابطا للمشاركة مع الأصدقاء ( )

20) ماهي طبيعة هذه المواضيع المهمة : مقالات ( ) كتب ( ) أخبار ( ) أخرى أذكرها.....

#### المحور الرابع : الفئات التي يتواصل معها الأساتذة عبر الفيسبوك

21) هل توافق على طلبات الصداقة من أشخاص أجانب : نعم ( ) لا ( )

22) إذا كانت الإجابة "بنعم" هل بغرض : التواصل الثقافي ( ) التعرف على أشخاص جدد ( )

تبادل المعرفة ( ) الدردشة ( ) أخرى أذكرها.....

23) هل يساعدك الفيسبوك على توسيع علاقاتك الاجتماعية : نعم ( ) لا ( )

24) على أي أساس تختار أصدقاءك في الفيسبوك:

المستوى المعرفي والثقافي ( ) مجموعات معينة ( ) الإهتمام المشترك ( ) التخصص ( ) علاقات القرابة والصداقة ( )

25) هل أنت عضو في مجموعات معينة: نعم ( ) لا ( )

26) إذا كانت إجابة ب"نعم" فهل هذه المجموعات:

سياسية ( ) إجتماعية ( ) ثقافية ( ) ترفيهية ( ) إعلامية ( ) أخرى أذكرها.....

#### المحور الخامس: الإشباع المحققة من استخدام الأساتذة الجامعيين للفيسبوك

27) ما هي طبيعة الإشباع المحققة من استخدامك للفيسبوك:

إشباع نفسي ( ) إشباع إجتماعية ( ) إشباع معرفية ( ) إشباع مهنية ( )

28) ما هي الحاجات التي يلبها لك الفيس يلبى جميع إحتياجاتي المهنية ( ) يطلعني عما هو جديد ( )

يزودني بالمعلومات والأخبار ( ) تكسبني مهارة تحليل القضايا ( ) تحقق لي التواصل والتفاعل مع الآخرين ( )

29) استخدامك للفيسبوك جعلك تحافظ على علاقاتك القديمة والقائمة:

موافق بشدة ( ) موافق ( ) لا أوافق ( ) لا أوافق بشدة ( )

30) ما هي خدمات الموقع الأكثر تفضيلا من طرفك:

متابعة أخبار الصفحة ( ) نشر معلومات ( ) الدردشة ( ) المشاركة  
بصور ( ) مشاركة الفيديو ( ) مشاركة الروابط ( ) تطبيقات ( )  
تعليقات ( )

31) هل أنت راضي على الخدمات المقدمة في الفيسبوك:

راضي بشدة ( ) راضي ( ) غير راضي ( ) غير راضي  
بشدة ( )

32) كيف ترى مستقبلا علاقة النخبة الجامعية بالفيسبوك

.....  
.....  
.....