

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام و اتصال

التخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

التواصل عبر المنصات الاجتماعية و أثره على الاتصال المواجه لدى طلبة الثانوي  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة ثانوية الشهيد عبد المجيد بمادة ولاية ورقلة

تاريخ المناقشة 2021/06/24

بإشراف الأستاذ:

بوكرموش عيسى

من إعداد:

محدادي حبيبة

قادير دالية

مقدمة أمام لجنة المناقشة السادة: من السادة:

الاسم و اللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
د. قندوز عبد القادر	جامعة ورقلة	رئيسا
د. عيسى بوكرموش	جامعة ورقلة	مشرفا و مقرا
د. زياني الغوتي	جامعة ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2020-2021



بسم الله الرحمن الرحيم

يرفع الله الذين آمنوا منكم  
والذين أوتوا العلم درجات والله  
بما تعملون خبير

صدق الله العظيم

سورة المجادلة . آية 11

## شكر و تقدير

قال الله تعالى: " و لئن شكرتم لأزيدنكم ... " {سورة إبراهيم / الآية 7}

الشكر و الحمد لله أولا و آخرا على توفيقى في إنجاز هذا العمل...

و أتقدم بأسمى معاني الشكر و الامتنان و التقدير للأستاذ الفاضل "بوكرموش عيسى" الذي تكرم بالإشراف على مذكرتي، و على كل التوجيهات و المساعدات التي قدمها لي.

و أخص بالشكر للأستاذ "زاوي محمد الطيب" الذي هو الآخر كان خير دليل و مرشد طول مدة إنجاز هذا البحث، فكل الشكر على مجهوداتك و نصائحك و توجيهاتك و وقتك الذي تكرمت به عليّ.

كما أتقدم بخالص التقدير و الاحترام و التقدير لكل أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة فكنتم كالعائلة بالنسبة لي ...

ألف شكر لمن وهبت نفسها لخدمة مصلحتي، و كانت كل الدعم و السند لي "أمي" حفظها الله و رعاها...

و إلى كل قريب أو بعيد أمدني بيد العون و لو بالكلمة الطيبة فكل الشكر لهؤلاء

## إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

أهدي خلاصة مشواري الدراسي و ثمرة جهدي و نجاحي إلى من علماني  
مبادئ الحياة، و ربباني على الصدق و الإخلاص، إلى اللذان وهبا لي الأمل  
الذي أعيش له، إلى اللذان لو هديتهما حياتي لا تكفي لتوفيهما حقهما  
حفظهما الله و رعاهم.

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء، إلى من كانت تصنع سعادتي بخيوط  
منسوجة من قلبها إلى " أمي الغالية "

إلى الذي علمني حياة الكفاح و أن العلم سلاح و أن العمل شرف و نجاح  
إلى " أبي العزيز "

إلى من تقاسمت معهم الحياة " إخوتي " و " أخواتي " حفظهم الله و رعاهم  
و أنار دريهم بكل خير

إلى كل من يحمل اسم عائلة " محداي "

الطالبة محداي حبيبة

## إهداء

أهدى هذا العمل المتواضع

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله و رعاهم...

و إلى كل أفراد أسرتي...

إلى كل أصدقائي و زملائي...

و إلى كل من ساهم في تعليمي و لو بحرف في حياتي الدراسية..

و لكل طلبة علوم الاعلام و الاتصال...

الطالبة فادبر دالبه

## ملخص الدراسة:

تضمنت دراستنا المتعلقة بمنصات التواصل الاجتماعي باعتبارها متغير مستقل والإشباع المحققة للطلبة باعتباره متغير تابع ، وقد هدفت دراستنا إلى محاولة معرفة الاشباع المحققة لمنصات التواصل بينها و بين الاتصال المواجه ، وقد كان التساؤل الرئيسي والذي مفاده: ما هو أثر استخدام منصات التواصل الاجتماعية على الاتصال المواجه لدى طلبة الثانوي؟، كما اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي لدراسة الظاهرة ووصفها وتفسيرها بشكل كمي وكيفي متعمق ، معتمدين في ذلك على الاستمارة الالكترونية بعينة قصدية بلغت 62 مفردة متباينة ، وقسمنا استمارة الاستبيان إلى ثلاث محاور أساسية : الأول يتحدث عن عادات و أنماط الاستخدام ، و الثاني مخصص لدوافع الاستخدام ، و الثالث عن اتجاهات الطلبة، وعلاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، و الإشباع المحققة منها .

وتوصلنا إلى أهم النتائج أن عامل الاستخدامات يتحكم في عامل الإشباع ويرتبط ذلك بأفراد العينة وطبيعة جنسهم و ميولتهم و رغباتهم و فروقاتهم، ليكون هناك اختلاف في نوعية الاستخدام لهذه المواقع

**الكلمات المفتاحية : الأثر، منصات التواصل ، الاتصال المواجه.**

## **Study Summary:**

Our study on social media platforms as an independent variable and the satisfaction achieved for students as a dependent variable, and our study aimed to try to know the satisfaction achieved for communication platforms between them and face-to-face communication, and the main question was: what is the impact of the use of social media platforms on face-to-face communication among secondary students? In this study, we also relied on the descriptive survey method to study the phenomenon and describe and interpret it in quantitative and qualitative depth, relying on the electronic form with a sample of 62 individual disparate, and we divided the questionnaire form into three basic axes : The first is about the habits and patterns of use, the second is about the motives of Use, and the third about the attitudes of students, their relationship to social networking sites, and the satisfaction achieved from them .

We reached the most important findings that the use factor controls the satisfaction factor and it is related to the individuals of the sample and the nature of their sex, tendencies, desires and differences, so that there is a difference in the quality of use of these sites

**Keywords: impact, communication platforms, face-to-face communication.**

## فهرس المحتويات

3	شكر و تقدير
5/4	إهداء
6	الملخص بالعربية
7	الملخص بالانجليزية
9/8	فهرس المحتويات
11/10	فهرس الجداول
13/12	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة

### الفصل الأول : الجانب المنهجي

14	تحديد الإشكالية
15	تساؤلات الدراسة
15	فرضيات الدراسة
15	أهمية الدراسة
16	أهداف الدراسة
16-17	أسباب اختيار الموضوع
( 17 - 19 )	مصطلحات ومفاهيم الدراسة



(19-21) الدراسات السابقة

(22 -24) منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات

25 - 26 مجتمع وعينة الدراسة

26 حدود الدراسة أو مجالات الدراسة

( 27 -29 ) المقاربة النظرية

### الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

30 عرض محاور الاستبيان

31 تحليل الجداول الإحصائية البسيطة

63 - 64 الاستنتاجات العامة

65 خاتمة

(66 - 68) قائمة المراجع

(69-74) الملاحق

## فهرس الجدائل :

الصفحة	العنوان	الرقم
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .	01
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .	02
33	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .	03
34	توزيع أفراد العينة حسب متغير الشعبة.	04
المحور الأول: عادات وأنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي		
35	يوضح استخدام إحدى مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية	01
36	يوضح المواقع الاجتماعية التي يرتادوها	02
37	يوضح عدد سنوات الاستخدام المنصات	03
38	يوضح الأوقات المفضلة للاتصال بالمنصات الاجتماعية	04
40	يوضح متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه أثناء تصفحك لمنصات	05
41	يوضح تصفح للمنصات الاجتماعية	06
42	يوضح الإجابة ب أخصص وقتا معينا من أوقات الفراغ	07

43	يوضح أماكن تصفح المنصات الاجتماعية	08
44	يوضح الوسائل المستخدمة لتصفح و استخدام منصات التواصل الاجتماعي	09
45	يوضح المشاركة عند استخدام المنصات الاجتماعية	10
46	يوضح الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل عبر المنصات الاجتماعية	11
48	يوضح استخدام المنصات الاجتماعية يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المنصات	12
<b>المحور الثاني: دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي</b>		
49	يوضح دوافع استخدام المنصات الاجتماعية	13
49	يوضح اعتماد المواقع الاجتماعية على العلاقات الاتصالية بسبب:	14
51	يوضح الدوافع الشخصية التي تدفع لاستخدام المنصات الاجتماعية	15
54	يوضح المشاركة في المناقشات عبر المنصات الاجتماعية تكون ب:	16
55	يوضح الشعور بالوحدة و رؤية الأصدقاء ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي تشعر ب:	17
<b>المحور الثالث: اتجاهات طلبة الثانوية نحو أثر استخدام المنصات الاجتماعية على الاتصال المواجه لديهم</b>		
56	يوضح عند عدم المشاركة في الدردشات تشعر بأنك منسي أو غير موجود	18
57	يوضح سهولة في التحدث مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وجها لوجه	19

58	يوضح ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في تقليل تفاعلك مع أسرتك	20
59	يوضحت شعر أن منصات التواصل الاجتماعي أكسبتك جرأة و صراحة في حديثك مع الآخرين أكثر من اتصالك بهم وجها لوجه	21
60	يوضح أصبحت منصات التواصل ضرورة حتمية للتواصل مع الآخرين	22
61	يوضح الوقت الذي تقضيه في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي تقضيه في الاتصال المواجه	23
62	يوضح تعتقد أن التواصل في حياتك أفضل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مما هو في الواقع	24

### فهرس الأشكال :

الصفحة	العنوان	الرقم
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .	01
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .	02
33	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .	03
34	توزيع أفراد العينة حسب متغير الشعبة .	04
<b>المحور الأول: عادات وأنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي</b>		
35	يوضح استخدام إحدى مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية	01

36	يوضح المواقع الاجتماعية التي يرتادوها	02
38	يوضح عدد سنوات الاستخدام المنصات	03
39	يوضح الأوقات المفضلة للاتصال بالمنصات الاجتماعية	05
40	يوضح متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه أثناء تصفحك لمنصات	06
41	يوضح تصفح للمنصات الاجتماعية	07
42	يوضح الإجابة ب أخصص وقتا معيننا من أوقات الفراغ	08
42	يوضح أماكن تصفح المنصات الاجتماعية	09
44	يوضح الوسائل المستخدمة لتصفح و استخدام منصات التواصل الاجتماعي	10
45	يوضح المشاركة عند استخدام المنصات الاجتماعية	11
46	يوضح الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل عبر المنصات الاجتماعية	12
48	يوضح استخدام المنصات الاجتماعية يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المنصات	
50	يوضح دوافع استخدام المنصات الاجتماعية	13
51	يوضح اعتماد المواقع الاجتماعية على العلاقات الاتصالية بسبب:	14
52	يوضح الدوافع الشخصية التي تدفع لاستخدام المنصات الاجتماعية	15
54	يوضح المشاركة في المناقشات عبر المنصات الاجتماعية تكون ب:	16

المحور الثالث: اتجاهات طلبية الثانوية نحو أثر استخدام المنصات الاجتماعية على  
الاتصال المواجه لديهم

- 18 يوضح عند عدم المشاركة في الدردشات تشعر بأنك منسي أو غير موجود 56
- 19 يوضح سهولة في التحدث مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من  
وجها لوجه 57
- 20 يوضح ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في تقليل تفاعلك مع أسرته 58
- 21 يوضحت شعر أن منصات التواصل الاجتماعي أكسبتك جرأة و صراحة في حديثك  
مع الآخرين أكثر من اتصالك بهم وجها لوجه 59
- 22 يوضح أصبحت منصات التواصل ضرورة حتمية للتواصل مع الآخرين 60
- 23 يوضح الوقت الذي تقضيه في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من  
الوقت الذي تقضيه في الاتصال المواجه 61
- 24 يوضح تعتقد أن التواصل في حياتك أفضل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر  
مما هو في الواقع 62

# مقدمة

---

## مقدمة

الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم و التي شكلت تطورا ملحوظا خاصة في تقنيات الاتصال، و هذا الأخير فتح آفاق كبيرة لمستخدميها، مما ينعكس ذلك عليهم سواء بالإيجابية أم بالسلبية، خاصة التأثير على الاتصال المواجه، وبهذه التأثيرات أصبح استخدامها حقل خصبا للعديد من الدراسات، حيث يرجع اهتمام كبير بمنصات تواصل الاجتماعي إلى عدة عوامل مهمة والتي لا نجدتها في غيرها من الخدمات، حيث أن معظم الأفراد يرتادون هذه المواقع لأسباب اتصالية تواصلية مع الآخرين، إضافة إلى ذلك الدور الذي تنتجه منصات التواصل الاجتماعي للأفراد حيث يتخذونها وسيلة لإشباع حاجياتهم و رغباتهم و هي الأخرى تقوم برجع الصدى ، فيتأثر بها و يؤثر فيها سواء كان تأثيرا سلبيا أو إيجابيا.

إن موضوع منصات التواصل الاجتماعي أخذت حيزا كبيرا من الاهتمام لدى الباحثين و هذا للإقبال المستمر و الكثيف عليها لاحتوائها على العديد من الخدمات و الوظائف التي يحتاجها الأفراد، و خاصة الطلبة إذ تخلق لهم جوا من التبادل الفكري و المعرفي و كذا تحقيق الاتصال السريع فيما بينهم، و لأجل هذا حاولنا في دراستنا على توضيح أهمية التواصل في وقتنا هذا عبر منصات التواصل ، و كيف أثرت هذه المواقع على الاتصال المواجه للأفراد، و للإجابة على كل هذه التساؤلات، و للوصول إلى جملة من الفرضيات التي توضح العلاقة بين هذين المتغيرين قمنا بإنشاء استمارة إلكترونية من موقع " نماذج قوئل " قسمناها لثلاث محاور ، خصصنا فضاء للبيانات الشخصية للمبحوثين و اعتمدنا في المحور الأول: عادات و أنماط استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

المحور الثاني: دوافع استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي



المحور الثالث: اتجاهات طلبة الثانوية نحو أثر استخدام منصات التواصل الاجتماعية على الاتصال المواجه لديهم.

و قد قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين: الفصل الأول هو الإطار المنهجي الذي من خلاله يتم عرض التساؤل الرئيسي و ما يتفرع منه من تساؤلات، و يتم فيه عرض أهمية الدراسة، و أسبابها، و أهدافها، و كذا تحديد مجتمع و عينة البحث ، إضافة إلى أدوات الدراسة، و خاصة تحديد مفاهيم الدراسة، كذلك عرض الدراسات السابقة و النظرية المؤطرة لهذه الدراسة.

و الفصل الثاني هو الإطار التطبيقي الذي يتم فيه عرض محاور الاستبيان و تحليل الجداول الإحصائية، ثم نستخلص الاستنتاجات العامة المتوصل إليها بعد تحليلنا لبيانات الدراسة ، ثم في الأخير نرفق في دراستنا الملاحق المعتمدة في هذه الدراسة ليتم في الأخير فهم العلاقة بين الطلبة و منصات التواصل الاجتماعي و كيف كان أثر منصات التواصل الاجتماعي على الاتصال المواجه لدى هؤلاء الطلبة.

## تحديد الإشكالية

أدى تنوع تطبيقات الانترنت واختلاف مهامها ووسائل التعامل معها خلال السنوات القليلة الماضية، إلى تحولها لوسيلة جذب لفئات متنوعة من البشر على اختلاف أعمارهم واهتماماتهم و ميولاتهم ، فبعد أن كان استخدامه في السابق مقصوراً على الكبار وخاصة فئة الباحثين، فقد انتشر في الوقت الراهن ليشمل شريحة كبيرة من الأطفال والمراهقين والشباب الذين وجدوا فيه وسيلة ممتعة لتحقيق الكثير من رغباتهم وإبراز شخصياتهم، ولعل من أبرز تلك التطبيقات التي جذبت فئة الأطفال والمراهقين والشباب هي الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت، بأشهر وسائلها و اختلاف منصاتها منها : الفيس بوك ، التويتر ، اليوتيوب، و الانستغرام و غيرها.

و مع هذا التطور الذي تشهده التكنولوجيا تطورت و ظهرت عدة منصات اجتماعية للتواصل ما بين الأفراد و خلق أفراد افتراضيين تغيرت معهم لغة و مفاهيم التواصل برموز جديدة و بشكل أحدث تغييرات على مستوى التفاعل ما بين الأفراد داخل النسق الاجتماعي ، و هذا ما قد يحدث اختلافا في طبيعة التواصل ما بين الأفراد على المواقع الافتراضية و على المحيط الواقعي، و يحدث فرق بين التواصل عبر الانترنت و الاتصال المواجه و على إثر هذا سنحاول في بحثنا أن نتعرف على الأثر الذي يخلفه التواصل عبر العالم الافتراضي على الاتصال المواجه بين الأفراد و العلاقات الاجتماعية و التماسك الاجتماعي ككل، و عليه فالباحث من الضروري أن يعرف نوع و حجم هذا الأثر من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة الثانوية ، وذلك بطرح التساؤل الآتي:

ما هو أثر استخدام منصات التواصل الاجتماعية على الاتصال المواجه لدى طلبة الثانوي؟

و قد انبثق من التساؤل الرئيسي على التساؤلات الفرعية الآتية:

### التساؤلات الفرعية:

1. ما هي عادات و أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة

الثانوية؟

2. ما دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوية؟

3. ماهي اتجاهات طلبة الثانوية نحو أثر استخدام المنصات الاجتماعية على

الاتصال المواجه لديهم؟

### فرضيات الدراسة:

1. عادات و أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي.

2. دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي.

3. اتجاهات طلبة الثانوية نحو أثر استخدام المنصات الاجتماعية على

الاتصال المواجه لديهم.

### أهمية الدراسة:

يحتل موضوع الدراسة أهمية كبيرة، يرجع هذا أولاً إلى مدى انتشار التكنولوجيا على نطاق واسع ، بمختلف وسائلها و مواقعها الاجتماعية خاصة أن هذه الأخيرة شغلت مكانا كبيرا في حياة الفرد داخل النظم الاجتماعية و مدى اعتماده عليها في مختلف حاجياته الاتصالية، و أكثر ما يتم وقف هذه التقنيات هو التواصل و التفاعل الذي يحدثه الفرد عبر هذه المواقع ، و كذا اختلافها عن الاتصال المواجه الذي يعتمده الفرد في حياته الواقعية بعيدا عن الافتراضية ، و من الأهم دراسة هذا الشكل من

الأشكال كونه الوسيلة الفعالة و الوحيدة لتحقيق الترابط الاجتماعي و الإنساني ما بين الأفراد.

كما تكمن أهمية هذه الدراسة في النتائج المتوصل إليها و هي تجعل الفرد ينتبه للظاهرة المدروسة و مدى أهميتها بالنسبة له و هي كمنبر لعدد من الباحثين لمعرفة مدى أهمية هذه الدراسة و وجوب التعمق أكثر فيها في الآجال المقبلة.

#### أهداف الدراسة:

- التعرف على أنواع المنصات الاجتماعية و الخصائص التي تمتاز بها.
- التعرف على أنماط استخدام المنصات الاجتماعية.
- إبراز مدى استخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعية.
- إبراز دوافع استخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعي في ظل الانتشار المتعدد لمواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية وإبراز حالة الاتصال المواجه داخل الأنساق الاجتماعية.
- التمرن على إجراءات الدراسة العلمية و التحكم أكثر في أدوات جمع البيانات.
- تدعيم الدراسات الأكاديمية و البحث العلمي في ميدان علوم الإعلام و الاتصال.
- التذكير بأهمية الاتصال المواجه في وقت انتشار الوسائل التكنولوجية بمختلف تقنياتها و وسائطها.

#### أسباب اختيار الدراسة

#### الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة الاتصال المواجه كشكل من أشكال الاتصال.
- الاهتمام بالبحث في التأثير الحاصل بين الوسائل التكنولوجية و مستخدميها.

- الصلة التي تربط موضوع الدراسة بمجال تخصص الباحث، و تعد هذه الدراسة من ضمن اهتماماته.

#### الأسباب الموضوعية:

- التطور المتزايد لوسائل الإعلام والاتصال و الاستخدام المكثف لوسائلها داخل المجتمع.
- العلاقة التي تربط موضوع الدراسة مع الواقع.
- قابلية دراسة الظاهرة المختارة و قياسها على أرض الواقع.

#### تحديد مفاهيم الدراسة:

##### • التواصل:

عرف التواصل باعتباره " فعلا للإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة.<sup>1</sup> هو حالة من الفهم المتبادل بين نظامين أو كيانين. يكون أحد هذه الأنظمة مرسلًا وقتا ما ومن ثم يكون الآخر مستقبلاً وفي وقت آخر يتبادل كلا الطرفين المواقع من حيث الإرسال والاستقبال.<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** هو عملية متبادلة بين الطرفين لغرض تبادل الأفكار و المعلومات، و هو وسيلة للتعبير عن ميولاتهم و رغباتهم.

##### • المنصات الاجتماعية: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح

للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.<sup>3</sup>

1- Janine Beudichon, Armand colin, La communication presseuse, Formes et application, Tr : Merini Abdeali, paris, 1999, p232.

2- <https://ar.wikipedia.org/wiki/تواصل>/2021.04.13/20:45

3- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، الأردن، 2003، ص23.

**التعريف الإجرائي:** هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت و مكان من العالم، و كونها اجتماعية هذا لأنها تعزز العلاقات بين الأفراد و تجاوزت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية فأصبحت وسيلة تعبيرية، تواصلية يستخدمها الأفراد في اتصالاته اليومية.

#### • الأثر

**الأثر لغبة:** جمع آثار و أثور، و هو ما بقي من رسم الشيء تأثر و ائثر منه و به، أي حصل فيه أثر فهو تأثر و فلان تتبع أثره.<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** الأثر هو حدوث الاستجابة للمستخدم، و عادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال و يتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي، فالأثر مرتبط بالقصدية و الرغبة في البث.<sup>2</sup>

و يرى الباحث عبد الباسط محمد عبد الوهاب أن الأثر: هو ما أحدثته تلك التكنولوجيا الإعلامية سواء كان أثراً سلبياً أو إيجابياً.<sup>3</sup>

**التعريف الإجرائي:** الأثر هو ما يخلفه الاستعمال المكثف و المستمر لمنصات التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين، و قد تكون الآثار إيجابية أو سلبية. الاتصال المواجه: و هو شكل الاتصال الذي يتم بين الأفراد مواجهة (وجها لوجه)، سواء كان بين فردين، أو بين فرد وآخرين.<sup>4</sup>

و على قول جيهان أحمد رشتي: هو الاتصال بين فردين و الاتصال الشخصي هو العملية التي تحدث يومياً حين نعطي و نتلقى أوامر، أو ندخل في مناقشة ... و الاتصال المواجه يحدث حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر.

1- المنجد في اللغة و الإعلام، دار المشرق بيروت، لبنان، ط3، 1948م، ص27.

2- عبد الفتاح أبو المحال، أثر وسائل الإعلام على الطفل، الأزنة، دط، 1990، ص120.

3- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا، صالاتصال في الانتاج الإذاعي و التلفزيوني، د . ط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 2005 ص331.

4- خليل صالح أبو أصيب، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، بيروت ، لبنان، 1999، ص 33.

5- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، قسم حرية الصحافة ، دار الفكر العربي للطباعة و النشر، د.ب.ب، 1978، ص 28.

**التعريف الإجرائي:** هو عملية نقل و تبادل للمعلومات بين الأشخاص وجها لوجه، بواسطة رموز لفظية، قصد التأثير في بعضهم البعض.

## الدراسات السابقة

**الدراسة الأولى:** للباحث " رضوان رباح " تحت عنوان : **أثر استخدام الفاسبوك على الاتصال المواجه لدى الطلبة الجامعيين**، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة و إعلام الكتروني، نوقشت سنة 2016/2015.

و انطلقت الدراسة من إشكالية : **ما هو أثر استخدام الفاسبوك على الاتصال المواجه لدى الطلبة الجامعيين؟**

و قد هدفت دراستنا هذه إلى:

- التعرف على الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص.

- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

- التعرف على الأسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية على حساب نظيرتها الواقعية.

حيث تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسة الوصفية و اعتمدت على منهج المسح الوصفي ، و قد اعتمد الباحث على أسلوب العينة القصدية المقدر ب 280 مفردة ، مستخدما أداة استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات و المعلومات من المبحوثين، و كذلك أسلوب الملاحظة كأداة مكملة.

و كانت من النتائج الدراسة كالتالي:

- تحسيس الطلبة بأهمية التواصل وجها لوجه.
  - ترشيد الطلبة باستخدام الفاسبوك كمصدر من مصادر المعرفة.
  - الاهتمام بعقد دورات تدريبية لتوعية الطلبة بمضار الفيس بوك و شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل المواجه.
- الدراسة الثانية:** " بن كحيل شهرزاد " تحت عنوان: **الممارسات اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك** ، دراسة إثنوغرافية على عينة من الشباب مستخدمي الفاسبوك في الجزائر، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الثقافي، نوقشت سنة 2015/2014.

و انطلقت الدراسة من إشكالية: **ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الفرد و المجتمع ؟**

و قد هدفت دراستنا هذه إلى :

- التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي عامة ، والفاسبوك خاصة .
- الدافع الذي يلجأ له الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- معرفة الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للاتصال.
- تقصي اللغات الممارسة من طرف مستخدمي الفاسبوك و التعرف عليهم من حيث بياناتهم ومميزاتهم .
- التطرق لبعض ممارسي اللغة الالكترونية نحو استخدامها بصفة مطلقة أم معنية

حيث تدرج هذه الدراسة : ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى الوصف الدقيق للظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، و اعتمدت الدراسة على "المنهج الوصفي التحليلي" باختلاف أساليبه الذي يقوم على أساس الوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالظاهرة بشكل علمي ودقيق، وأيضا استعانت الدراسة على "المنهج الاثنوجرافي" لكونه أداة بحث فعالة ، وعادة ما ينتج بيانات متعمقة مقارنة بالمناهج الأخرى.



و كانت نتائج الدراسة كالآتي:

- تبين أن أغلب الأفراد يقضون وقتهم في مواقع التواصل من أربع إلى خمس ساعات.
- الدردشة هي من أكثر الطلبات التي يريدها مستخدمي المواقع التواصلية.
- أكثر الأشخاص يستخدمون مواقع التواصل بهوياتهم الحقيقية و الواقعية.

**الدراسة الثالثة:** للباحثين " مفيدة بوسلحة و نبيل طهوري" تحت عنوان : **الشبكات الاجتماعية و أثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة- الفيس بوك+التويتر نموذجاً-**، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة تبسة ، دراسة مكمله لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع و الديمغرافيا، نوقشت سنة 2013/2014.

و انطلقت الدراسة من إشكالية : **ما هو واقع مستخدمي الفاسبوك و التويتر لدى طلبة الماستر ؟ و ما هي مختلف تأثيراتهم على العلاقات الاجتماعية؟**  
و قد هدفت دراستنا هذه إلى:

- التعرف على الأسباب التي تدفع بطلبة الماستر لاستخدام الفاسبوك و التويتر.
- التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية بينهما.
- الكشف عن الآثار السلبية و الإيجابية من استخدامها.
- حيث تدرج هذه الدراسة : ضمن الدراسات الوصفية ، و اعتمدت الدراسة على "المنهج الوصفي " باختلاف أساليبه الذي يقوم على أساس الوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالظاهرة بشكل علمي ودقيق، وأيضاً استعانت الدراسة على "استمارة لاستبانة" لكونها أداة بحث فعالة في جمع البيانات.
- و كانت نتائج الدراسة كالآتي:
- أغلب المستخدمين يبحثون عن صداقات جديدة و تعزيز العلاقات القديمة.

- أن المواقع أثرت في علاقاتهم مع أسرهم.

## منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات

للمنهج أهمية كبيرة في البحث العلمي، فقيمة النتائج تتوقف على المنهج المستعمل، ويعرّف المنهج Méthode لغة بأنه: " الطريق أو المسلك"<sup>1</sup>، أما اصطلاحاً فيعرّفه محمد بدوي بأنه: مجموعة القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية، أو أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.<sup>2</sup>

### أ/ منهج الدراسة

إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج المراد إتباعه قصد الإلمام و الإحاطة بأهم جوانبه، وعلى ذلك فإن دراستنا تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، و قد تم الاعتماد في هذه الدراسة على **المنهج الوصفي المسحي** كون أن هذا المنهج الأكثر استخداماً في بحوث الإعلام والاتصال و المنهج المناسب للدراسة، و**المنهج الوصفي** يستخدم في وصف مضامين المنصات الاجتماعية للدراسة وأثرها على الاتصال المواجه . ويعرّف **المنهج الوصفي** بأنه: مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها، و المجال العلمي الذي تنتمي إليه، و تصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها. و كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث.<sup>3</sup>

- و إضافة إلى المنهج الوصفي اعتمدنا على **منهج المسح**، الذي يعرفه محمد عبد الحميد بأنه

1- عمار بوحوش، **منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية للنشر ، برلين، ألمانيا، ط1، 2000 م ، ص 13.

2- محمد البدوي، **المنهجية في البحوث و الدراسات الأدبية**، دار المعارف للطباعة و النشر، سوسة، تونس، 2008، ص 19.

3- مثال هلال مزاهرة، **بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011م، ص 105.

أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد و سلوكهم و إدراكهم و مشاعرهم  
- و اتجاهاتهم، و يعتبر الشكل المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة  
المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة و منتشرة بالشكل الذي يصعب فيه الاتصال  
بمفرداته.<sup>1</sup> **والمنهج الوصفي المسحي** هو: نوع من أنواع المنهج الوصفي يهتم ببيان  
الحالة الحاضرة لظاهرة أو مشكلة مجتمعية معينة من خلال المسح الشامل لفئة معينة  
من المجتمع أو ناحية من النواحي الاجتماعية أو الصحية من أجل تبرير هذه الظاهرة  
أو وضع حلول مستقبلية للمشكلة محل الدراسة.<sup>2</sup>

**ب/ أدوات جمع البيانات** و تعد من أهم الخطوات الأساسية في إجراء أي بحث ،  
و مرحلة حساسة فيه كونها تحتاج إلى عينة كبيرة من طرف الباحث، وأن الاختيار  
الصائب و الأمثل للأداة في جمع البيانات سيساعد على تسهيل جمع البيانات بقدر  
معرفة الحقائق المرتبطة بموضوع الدراسة ثم معالجة هذه الحقائق والمعلومات  
بأسلوب علمي للخروج بنتائج منطقية ومحددة للمشكلة التي ينوي الباحث دراستها،  
وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الأدوات التالية :

### أداة الاستبيان

وهم من أهم أدوات البحث العلمي حيث يستخدم ولجمع البيانات ذات الصلة  
بموضوع البحث، ويعرّف الاستبيان على أنه: مجموعة من التساؤلات الاستفهامية،  
رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة توجه إلى أشخاص معينين يعدون مصدر  
لجمع المعلومات ، يتولون ملاً معلومات المطلوبة بأنفسهم ليعيدوها عقب ذلك إلى  
مصدر الاستفهام.<sup>3</sup>

1- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، ط1، 2000 م، ص158.

2- [https://www.search-academy.com/article.php?p\\_id=423935/2021.06.03/14.20](https://www.search-academy.com/article.php?p_id=423935/2021.06.03/14.20).

3- مصطفى حميد الطائي و خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء لدنيا للطباعة و النشر الإسكندرية، مصر، 2007م، ص 242.

وتعرّف استمارة الاستبيان بأنها: تلك الفاتحة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها من الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة<sup>1</sup>. وقد تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور:

**المحور الأول:** عادات و أنماط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي.

**المحور الثاني:** دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الثانوي.

**المحور الثالث:** اتجاهات طلبة الثانوية نحو أثر استخدام المنصات الاجتماعية على الاتصال المواجه لديهم.

عن طريق إجراء الصدق الظاهري وهو الصدق المحكمين فقد تم توزيع عبارات الاستبيان على مجموعة من المحكمين من أساتذة قسم علوم و الإعلام و الاتصال لجامعة قاصدي مرباح ورقلة، ومن بينهم :

**الأستاذ: زاوي محمد الطيب**

**الأستاذ: قندوز عبد القادر**

**الأستاذة: بايوسف مسعودة**

وبناء على آراء السادة المحكمين، تم إجراء التعديلات المناسبة المقترحة لفقرات الاستبيان، ودمج بعض الفقرات وحذف بعضها الآخر، والتي أجمع على تغييرها واعتبرنا موافقة المحكمين على صورة الاستبيان في وضعها النهائي بمثابة تحقيق الصدق للأداة .

-1 سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي، جامعة القدس لمفتوحة، غزة، فلسطين، 2003م، ص 52.

و اعتمدنا أداة **الملاحظة الميدانية** كونها أداة مساعدة فهي تتيح لنا ملاحظة المواقف

و السلوكيات في ظروفها الطبيعية، و تعرّف **الملاحظة** بأنها: المشاهدة و المراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، و تسجيل الملاحظات أولاً بأول، كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج و الحصول على أدق المعلومات.<sup>1</sup>

### مجتمع وعينة الدراسة

لمجتمع البحث أهمية كبيرة في البحث العلمي كون أن الدراسات تنطلق من مجتمع مستهدف تُجرى عليه الدراسة .

و **مجتمع البحث** يشمل جميع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيها الخصائص لدراستها.<sup>2</sup>

ويعرفه محمد عبد العزيز الحيزان بأنه: جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها.<sup>3</sup>

و عليه فإن مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستنا يتمثل في جمهور طلبة الثانوية، الذي اختيرت منه العينة التي بلغ عددها **62 مفردة**، تم اختيارها في شهر مارس من المجتمع الكلي لطلبة الثانوية، و قد أخذنا نسبة **38 %** من مجموع الطلبة المقدر عددهم حوالي **1300 طالب**.

و قد تم اختيار عينة من مجتمع البحث، و **العينة** هي: التي تتكون من وحدات معينة اعتقاداً أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل في هذه الحالة قد يختار الباحث مفردات محددة تتميز بخصائص و مزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع الأصلي، و هذه تعطي نتائج تكون أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث **بمسح المجتمع كله**.<sup>4</sup>

1- محمد سرحان محمودي، **مناهج البحث العلمي**، دار الكتب، صنعاء، الجمهورية اليمنية، 2015، ص 149.

2- رحيم يونس كرو الغزاوي، **مقدمة في مناهج البحث العلمي**، دار دجلة، عمان، الأردن، 2008م، ص 182.

3- محمد عبد العزيز الحيزان، **البحوث الإعلامية (أسسها، أساليبها، مجالاتها)**، مكتبة الملك الوطنية، الرياض، السعودية، 2004م، ص 71.

4- فاطمة عوض صابرو ميرفت علي خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 200.

و هي جزء من مجتمع الدراسة، و تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً و لهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله.<sup>1</sup>

و قد تم الاعتماد في دراستنا على **العينة القصدية أو العمدية** و هي من ضمن أنواع العينات غير الاحتمالية و تعتمد على نوع من الاختيار المقصود حيث يعتمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً.<sup>2</sup>

و العينة القصدية هي التي يختار فيها الباحث أفراد هذه العينة إذا أدرك أنهم يحققون أغراض دراسته.<sup>3</sup>

و القصدية أو العمدية نعني بها أن يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث و حسب طبيعة بحثه يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة.<sup>4</sup>

اعتمادنا على العينة القصدية جاء لأنه قصدنا فيها مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من طلبة الثانوية بولاية ورقلة، و لأن مجتمع البحث الذي ستُجرى عليه الدراسة كبير فاخترنا عينة من طلبة ثانوية الشهيد عبد المجيد بومادة.

- 
- 1- شيماء ذو الفقار زغيب، **مناهج البحث و الاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 2002م، ص 239.
  - 2- محسن لطفي أحمد، **مقدمة في الإحصاء الاجتماعي**، جامعة الملك سعود، النشر العلمي و المطابع، 2011م، ص 27.
  - 3- عامر إبراهيم قنديلجي، **البحث العلمي في الصحافة و الإعلام**، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015م، ص 155-156.
  - 4- لحسن عبد الله باشوية و آخرون، **البحث العلمي ( مفاهيم ، أساليب ، تطبيقات )**، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، 262.

## حدود و مجالات الدراسة

تتمثل حدود الدراسة في ثلاثة أبعاد: البعد المكاني، الزماني، و البشري، و سنتطرق إليها كآتي:

**الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة الميدانية على المعلومات المتحصل عليها من قوائم الاستبيان على عينة من طلبة ثانوية الشهيد عبد المجيد بومادة بورقلة.

**الحدود الزمانية:** كانت فترة بداية اهتمامنا بهذه الدراسة منذ شهر مارس 2020، و تم الشروع في هذه الدراسة بداية من شهر جانفي 2021 إلى غاية 10 جوان 2021.

**الحدود البشرية:** و تمثلت الحدود البشرية لهذه الدراسة في عينة من طلبة ثانوية عبد المجيد بومادة، المتكوّن عددهم من 62 مفردة من مجموع حوالي 1300 من العدد الكلي.

## المقاربة النظرية: نظرية الاستخدامات و الاشباعات

نظرية الاستخدامات و الاشباعات واحد من النظريات التي تم إدراجها ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في القرن الماضي في نهاية فترة الستينات، وكانت تنصب على دراسة العلاقة بين رغبات واحتياجات الجمهور واستخدام وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

و النظرية: هي مجموعة مترابطة من المفاهيم و التعريفات و الحقائق التي تُكوّن رؤية منظمة للظواهر عن طريق تحديدها للعلاقات بين المتغيرات بهدف تفسير الظواهر و التنبؤ بها.<sup>2</sup>

1- <https://mqaall.com/uses-gratification-theory/2021.04.17/22:13>.

2- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي سياسته النظرية و ممارساته العلمية، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2000 م ، ص 18.

تُعد نظرية الاستخدامات و الاشباعات من النظريات الإعلامية التي توضح حاجة الفرد إلى استخدام المواد الإعلامية لما يلبي حاجياته و يشبع رغباته ، و تعتبر هذه النظرية من أهم نظريات الاتصال التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

ظهرت هذه النظرية في بداية السبعينات من القرن العشرين على يد " إياهو كاتز " لتشكل منحى جديد في نظرة منظري الإعلام للعملية الإعلامية برمتها ، حيث حولت الانتباه من التركيز على الرسالة الإعلامية إلى التركيز على الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة.<sup>2</sup>

و تعتبر النظرية من نظريات التأثير الانتقائي، التي تقدم شكلا جديدا لفهم علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في ضوء علاقة هذا الجمهور ببيئته الاجتماعية و الظروف المحيطة.<sup>3</sup>

و غيرها من النظريات، يرى كارتز و زملاؤه أن منظور نظرية الاستخدامات و الإشباعات تعتمد على خمسة فروض تقوم عليها لتحقيق أهداف رئيسية و هي كمايلي:

1. أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبية توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الإجتماعي ، و تتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

1- منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص169.

2- مي العبد الله، الاتصال و الديمقراطية، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان، 2005، ص18.

3- حسن عماد مكاوي و ليلى حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998، ص227.



3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد الذين يستخدمون وسائل الاتصال، و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4. يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم و دوافعهم، و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال.<sup>1</sup>

و تسعى لتحقيق ثلاث أهداف هي:

1. التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
  2. توضيح دوافع استخدام وسيلة من وسائل الإعلام و التفاعل معها.
  3. التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>2</sup>
- و تحتوي نظرية الاستخدامات و الإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل الهيكل النظري لها، و تتمثل فيما يلي:

- الجمهور النشط.
- الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
- حاجات و دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.
- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.<sup>3</sup>

1- حسن عماد مكاي و ليلي حسن السيد، نفس المرجع السابق، 1998، ص241.

2- محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، الأهرام، مصر، 2003، ص255.

3- أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية " جامعة أم القرى نموذجاً "، مجلة الآداب و العلوم

الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، السعودية، 2015، ص 399.

### 4- عرض محاور الاستبيان

سنحاول في هذا الفصل معرفة اتجاهات طلبة ثانوية عبد المجيد بومادة ورقلة من خلال الاستعانة باستبيان يحوي مجموعة من المعلومات والمؤشرات التي تساعدنا في الدراسة الميدانية والتي يتم من خلالها طرح أسئلة على الطلبة محل الدراسة للإحاطة بأبعاد هذه الدراسة واستكمال وتفسير ما نحصل عليه من خلاله، كما سنستعرض في هذا الفصل، النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية بعد توزيع الاستمارة على أفراد عينة الدراسة .

و الاستبيان له محاورا لخصت فيه دراستنا و هذه المحاور كالآتي:

أولا خصصنا مجالا للبيانات الأولية و الشخصية للمبحوثين.

**المحور الأول:** عبارة عن عادات وأنماط استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

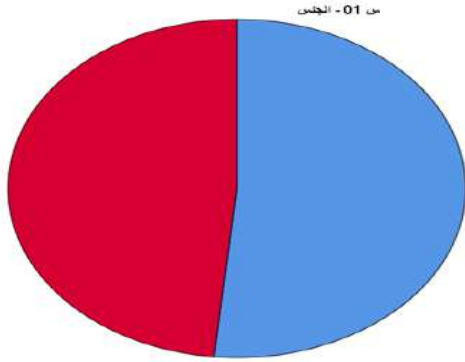
**المحور الثاني:** دوافع استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

**المحور الثالث:** اتجاهات طلبة الثانوية نحو أثر استخدام المنصات الاجتماعية على الاتصال المواجه لديهم.

## 2- تحليل الجداول الإحصائية البسيطة:

البيانات الشخصية :

### 1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



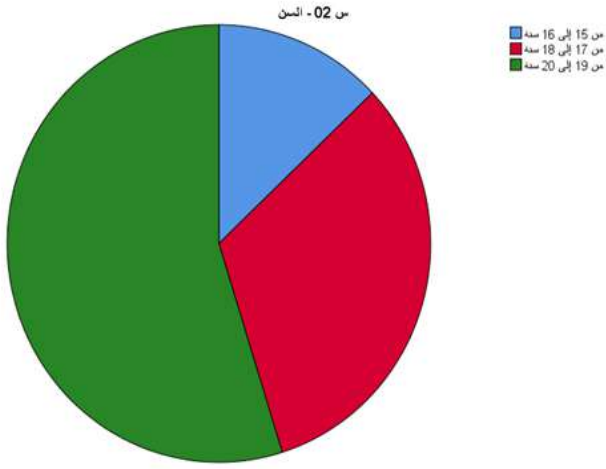
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
51.6%	32	ذكر
48.4%	30	أنثى
<b>%100</b>	<b>62</b>	<b>المجموع</b>

الشكل رقم (01) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

الجدول رقم (01) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذكور قدرت بـ 51,6% من مجموع النسبة الكلية بتكرار 32 مفردة، في حين نجد أن نسبة المبحوثين إناث قدرت بـ 48,4% من مجموع النسبة الإجمالية بتكرار 30 مفردة ، وهذا راجع لطبيعة العينة المختارة.

## 2 - توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .



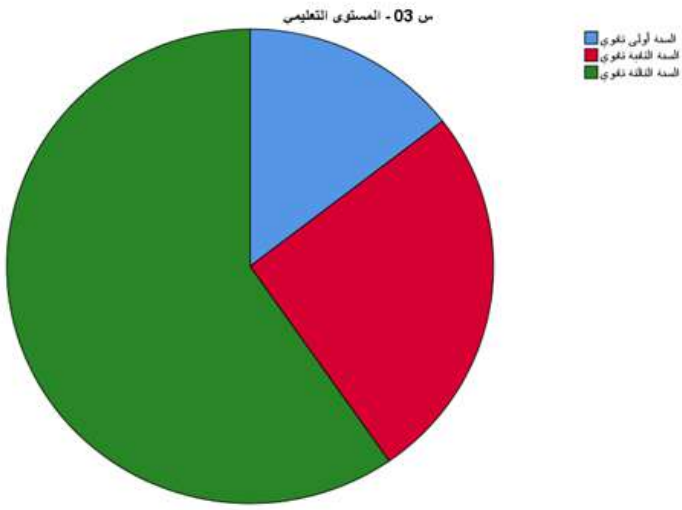
النسبة	التكرار	العينة
		الإجابة
12.9%	08	من 15 إلى 16 سنة
32.3%	20	من 17 إلى 18 سنة
54.8%	34	من 19 إلى 20 سنة
100%	62	المجموع

الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن .

الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن .

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن معظم أفراد العينة الطلبة الذي تتراوح أعمارهم من 19 إلى 20 سنة ، وذلك بنسبة 54.8% من مجموع النسبة الكلية بتكرار 34 مفردة، تليها الفئة العمرية من 17 إلى 18 سنة بنسبة تقدر بـ 32.3% بتكرار 20 مفردة، في حين أن الفئة العمرية أكثر من 15 إلى 16 سنة هي الأقل نسبة حيث قدرت بـ 12.6% من مجموع النسبة الكلية بتكرار 08 مفردات.

### 3 - توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



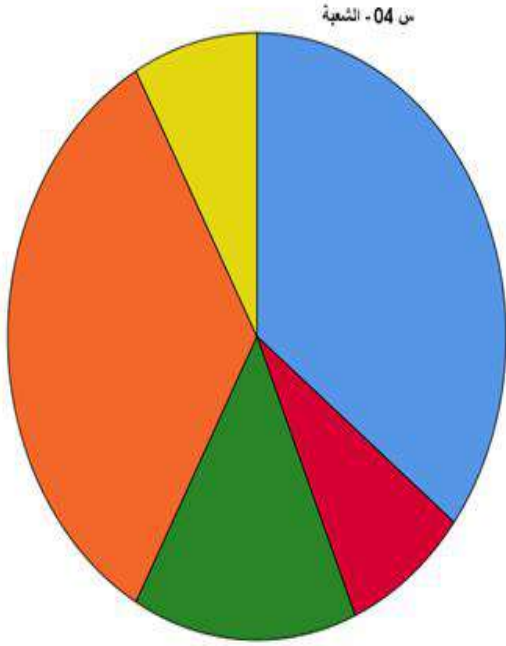
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
14.5%	09	السنة الأولى ثانوي
25.4%	16	السنة الثانية ثانوي
59.7%	37	السنة الثالثة ثانوي
100%	62	المجموع

الشكل رقم (03) :يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي .

الشكل رقم (03) :يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي .

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن نسبة 14.5% أخذها من أفراد العينة طلاب السنة الأولى ثانوي بتكرار 09 مفردات و هي نسبة ضئيلة مقارنة بطلبة السنة الثانية ثانوي و التي كانت نسبتها 25.4% نسبة متوسطة بتكرار 16 مفردة، إلا أن نسبة 59.7% من أفراد العينة أخذها طلبة السنة الثالثة ثانوي و هي أكثر النسب في المستويات الثلاث بتكرار 37 مفردة.

#### 4 - توزيع أفراد العينة حسب متغير الشعبة.



علوم تجريبية  
الرياضي  
تسيير و اقتصاد  
آداب و فلسفة  
لغات أجنبية

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
14.5%	22	علوم تجريبية
8.1%	05	تقني رياضي
14.5%	09	تسيير و اقتصاد
33.9%	21	آداب و فلسفة
8.1%	05	لغات أجنبية
%100	62	المجموع

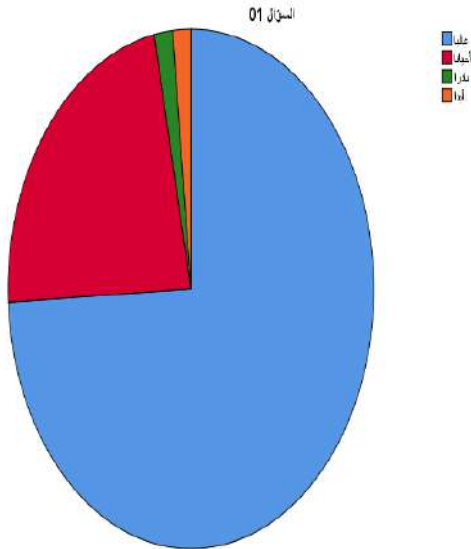
الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعبة .

الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الشعبة .

من خلال الجدول رقم (04) نلاحظ أن شعبة آداب و فلسفة هي التي شهدت أكثر تكرارا ب 21 مفردة بنسبة 33.9 ، فيما تليها شعبي العلوم التجريبية بتكرار 22 مفردة، و التسيير و الاقتصاد بتكرار 09 مفردات أي ما يعادل نسبتيهما ب 14.5%، و نجد كل من شعبي تقني رياضي و اللغات الأجنبية بنفس تكرار 05 مفردات أي نسبة 8.1% من النسبة الكلية.

## المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

### 1- استخدام إحدى مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية



النسبة	التكرار	العينة
		الإجابة
74.2%	46	غالباً
22.6%	14	أحياناً
1.6%	1	نادراً
1.6%	1	أبداً
100%	62	المجموع

الشكل رقم (05): يوضح استخدام إحدى مواقع  
التواصل الاجتماعي، في الحياة اليومية

الجدول رقم (05): يوضح استخدام إحدى مواقع  
التواصل الاجتماعي، في الحياة اليومية

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ معظم الطلبة قالوا أنهم يستخدمون إحدى مواقع التواصل فكان اختيار المتغير "غالباً" تكرر بـ 46 مفردة ما يعادل 74.2% من النسبة الإجمالية، و اختيار المتغير "أحياناً" كان بتكرار 14 مفردة أي بنسبة 22.6%، في حين أن كل من المتغيرين "نادراً" و "أبداً" أخذوا بتكرار مفردة واحدة أي بنسبة 1.6% من النسبة الكلية، ونستنتج من خلال هذا الجدول ان اغلب الطلبة يرتادون المنصات الاجتماعية بشكل دائم فيما يرتاد ربعهم هذه المنصات أحياناً.

## 2- المواقع الاجتماعية التي يرتادوها من بين المواقع التالية

الانستغرام		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
35.5%	22	يستخدمونه
64.5%	40	لا يستخدمونه
%100	62	المجموع

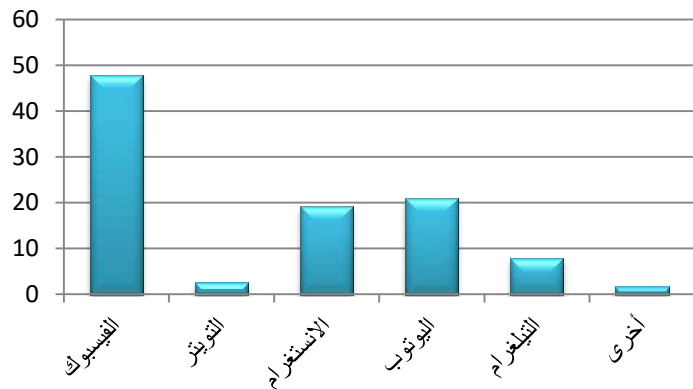
التويتز		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
4.8%	3	يستخدمونه
95.2%	59	لا يستخدمونه
%100	62	المجموع

الفيس بوك		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
88.7%	55	يستخدمونه
11.3%	07	لا يستخدمونه
%100	62	المجموع

الجدول رقم (06) : توضح المواقع الاجتماعية التي يرتادوها

أخرى ( قوئل )			التيلغرام		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
3.2%	2	يستخدمونه	14.5%	9	يستخدمونه
96.8%	60	لا يستخدمونه	85.5%	53	لا يستخدمونه
%100	62	المجموع	%100	62	المجموع

اليوتيوب		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
38.7%	24	يستخدمونه
61.3%	38	لا يستخدمونه
%100	62	المجموع

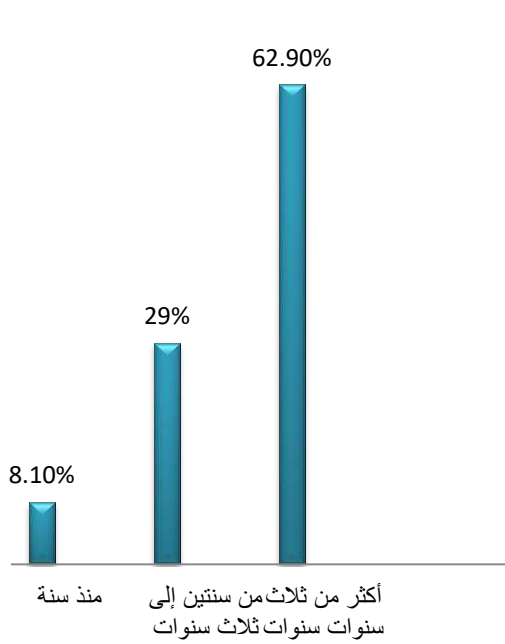


الشكل رقم (06) : يوضح المواقع الاجتماعية التي يرتادوها



من خلال الجداول رقم (06) نلاحظ أن عدد مستخدمي موقع "الفاسبوك" بلغ 55 مفردة أي بنسبة 88.7%، بينما بلغ تكرار من لا يستخدمونه 7 مفردات أي بنسبة قدرت ب 11.3%، في حين يليه من حيث الاستخدام موقع "اليوتيوب" الذي بلغ تكراره 24 مفردة أي بنسبة 38.7%، و من لا يستخدمه 38 مفردة أي نسبة 61.3%، لنجد موقع "الانستغرام" هو الآخر يستخدمه 22 مفردة أي بنسبة 35.5%، و بلغ تكرار من لا يستخدمه 40 مفردة أي نسبة 64.5%، ليليه موقع "التويتر" بتكرار 3 مفردات من حيث الاستخدام بنسبة قدرت ب 4.3% بينما من لا يستخدمه فتكرر ب 59 مفردة بنسبة 95.2%، ليأتي استخدام موقع "التيلغرام" بتكرار 9 مفردات بنسبة 14.5% بينما تكرار من لا يستخدمه كان 53 مفردة أي بنسبة 85.5%، و نلاحظ أن من اختاروا مواقع أخرى كموقع "قوقل" بلغ تكرار من يستخدمه مفردتين فقط أي بنسبة 3.2%، و من لا يستخدمه تكرر ب 60 مفردة أي بنسبة 96.8%، و عليه نستنتج أن أكثر المواقع استخداما من العينة المختارة هما موقعي " الفيسبوك " و "اليوتيوب" ، ليليهما في المرتبة الثالثة موقع "الانستغرام" ، ليأتي في المراتب الأخيرة من حيث الاستخدام كل من موقع "التويتر" ، "التيلغرام" ، و المواقع الأخرى.

### 3- عدد سنوات استخدام المنصات الاجتماعية



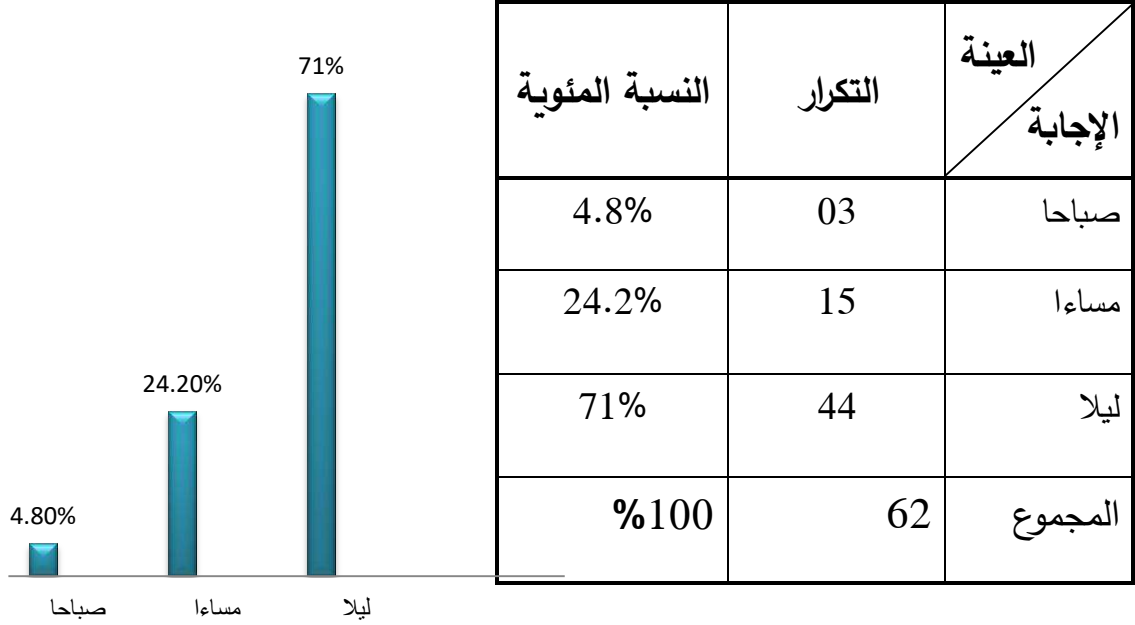
النسبة المئوية	التكرار	العينات الإيجابية
8.1%	05	منذ سنة
29 %	18	من سنتين إلى ثلاث سنوات
62.9%	39	أكثر من ثلاث سنوات
%100	62	المجموع

الشكل رقم (07) : يوضح عدد سنوات استخدام المنصات الاجتماعية

الجدول رقم (07) : يوضح عدد سنوات استخدام المنصات الاجتماعية

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن معظم الطلبة استخدموا مواقع التواصل لأكثر من ثلاث سنوات هذا بتكرار 39 مفردة أي بنسبة 62.9%، و تليها مستخدمي المواقع من سنتين إلى 3 سنوات بتكرار 18 مفردة أي ما يعادل 29%، لتأتي أخير نسبة مستخدميها منذ سنة بـ 8.1% وهي أقل نسبة بتكرار 05 مفردات.

#### 4- الأوقات المفضلة للاتصال بالمنصات الاجتماعية

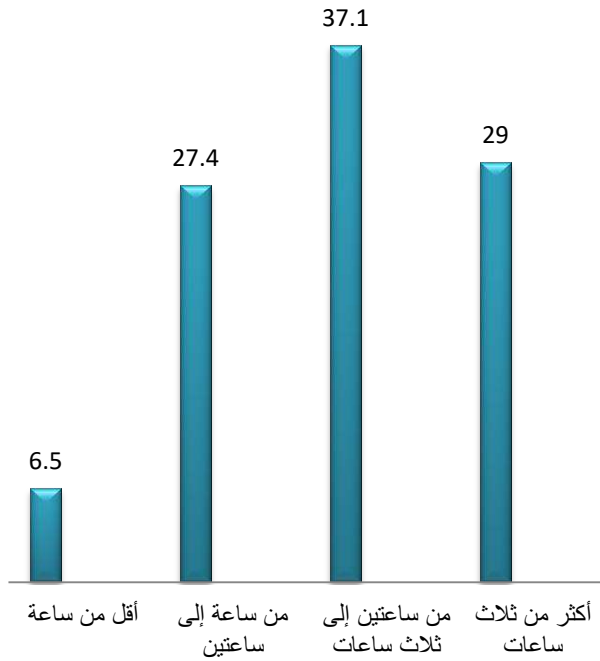


2- الشكل رقم (08): يوضح الأوقات المفضلة للاتصال بالمنصات الاجتماعية

1- الجدول رقم (08): يوضح الأوقات المفضلة للاتصال بالمنصات الاجتماعية

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن معظم مستخدمي مواقع التواصل من الطلبة هو في الفترة الليلية بتكرار 44 مفردة أي ما يقابلها بـ 71%، تليها الفترة المسائية بتكرار 15 مفردة أي نسبة 24,2%، في حين أن الفترة الصباحية أقل استخداما بتكرار 3 مفردات أي نسبة 4.8% من النسبة الكلية .

5- متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه أثناء تصفحك لمنصات التواصل الاجتماعي



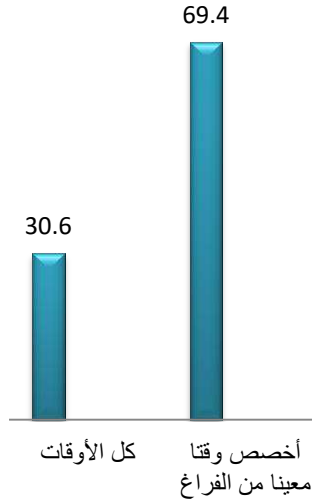
النسبة المئوية	التكرار	العينة الإيجابية
6.5%	4	أقل من ساعة
27.4%	17	من ساعة إلى ساعتين
37.1%	23	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
29%	18	أكثر من ثلاث ساعات
%100	62	المجموع

الشكل رقم (09): يوضح متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه أثناء تصفحك لمنصات التواصل الاجتماعي

3- الجدول رقم (09): يوضح متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه أثناء تصفحك لمنصات

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن الطلبة يقضون فترات زمنية معتبرة حيث أن نسبة 37.1% من أفراد العينة من ساعتين إلى 3 ساعات وتعتبر فترة معقولة وهذا راجع كون الطلبة لديهم التزامات وأشياء أخرى يقومون بها خاصة بالالتزامات الدراسية، كذلك تصفح موقع التواصل الاجتماعي هي الأخرى تليها بنسبة 29% بأكثر من 3 ساعات وهذا يدل على أن هؤلاء يجدون ما يبحثون عنه في تعرضهم لهذه المواقع، وأخذوا نسبة 27.4% من هم يأخذون من ساعة إلى ساعتين، و كانت فترة أقل من ساعة أقل فترة استخدمها مقارنة بالحجم الساعي الآخر ب نسبة ضعيفة بلغت 6.5%.

6- تصفح للمنصات الاجتماعية يكون في:



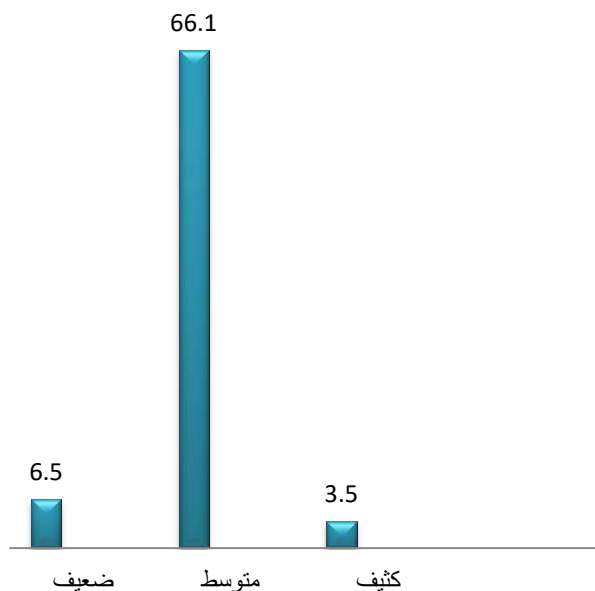
النسبة المئوية	التكرار	العينة الإجابة
30.6%	19	كل الأوقات
69.4%	43	أخصص وقتا معينا من الفراغ
%100	62	المجموع

الشكل رقم (10): يوضح تصفح للمنصات الاجتماعية

الجدول رقم (10): يوضح تصفح للمنصات الاجتماعية

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن مستخدمي المنصات الاجتماعية في كل الأوقات أخذت نسبة متوسطة نوعا ما بتكرار 19 مفردة أي بنسبة 30.6% و هذا يوضح أن الطلبة مشغولون أكثر فكانت فترة استخدامهم للمواقع بشكل قليل، لكن من خصصوا وقتا معينا من أوقات الفراغ بلغت نسبتهم 69.4% و هي نسبة مرتفعة بتكرار 43 مفردة من عدد المفردات الكلي.

7- إذا كانت الإجابة ب " أخصص وقتا معيناً من أوقات الفراغ " في استخدامها يكون  
بشكل:



النسبة المئوية	التكرار	العينة الإيجابية
6.5%	4	ضعيف
66.1%	41	متوسط
27.4%	17	كثيف
%100	62	المجموع

الشكل رقم (11) يوضح الإجابة ب أخصص وقتا معيناً  
من أوقات الفراغ

الجدول رقم (11) يوضح الإجابة ب أخصص وقتا  
معيناً من أوقات الفراغ

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن من يتخذون وقتا معيناً من أوقات فراغهم في استخدام هذه المنصات يستخدمونها بشكل متوسط أي بنسبة 66.1% بتكرار 41 مفردة، و يستخدمونها بشكل كثيف بنسبة 27.4% أي بتكرار 17 مفردة ، و عليه فإن استخدامها بكل ضعيف كان قليلا حيث أخذ نسبة 6.5% أي بتكرار 4 مفردات من العدد الكلي.

## 8- أماكن تصفح المنصات الاجتماعية

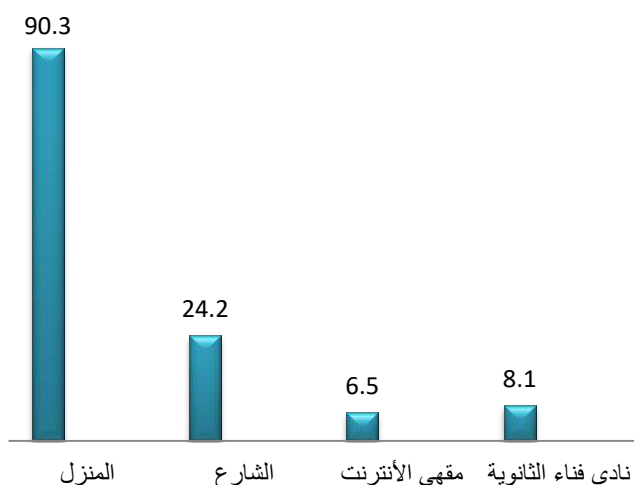
الشارع		
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
24.2%	15	يتصفحون منه
75.8%	47	لا يتصفحون
%100	62	المجموع

المنزل		
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
90.3%	56	يتصفحون منه
9.7%	6	لا يتصفحون
%100	62	المجموع

نادي فناء الثانوية		
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
8.1%	5	يتصفحون منه
91.9%	57	لا يتصفحون
%100	62	المجموع

مقهى الأنترنت		
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
6.5%	4	يتصفحون منه
93.5%	58	لا يتصفحون
%100	62	المجموع

4- الجداول رقم (12): توضح أماكن تصفح المنصات الاجتماعية

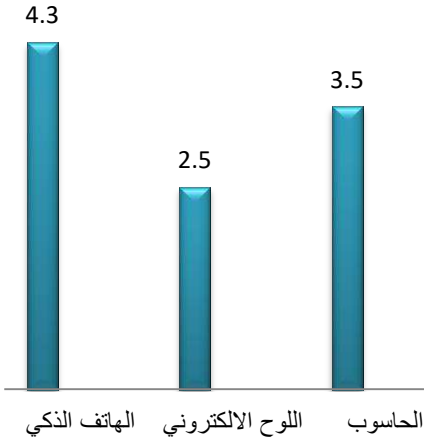


الشكل رقم (12): يوضح أماكن تصفح المنصات الاجتماعية

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن المكان المفضل لطلبة لاستخدام المواقع للتواصل يكون في المنزل وذلك بنسبة قدرت ب 90.3% ويمكن تفسير هذا على أن الطلبة يكون لديهم الوقت الكافي ولا يتفرغون للمتابعة إلا في المنزل حيث يرتاح الطالب ويكون في وضع يسمح له بالارتداد لهذه المواقع، تلتها نسبة 24.2 % من الذين يستخدمونها في الشارع، ثم نجد أن الطلبة يتصفحون الانترنت في النوادي الثانوية فقد كانت نسبتهم قليلة قدرت ب 8.1%، وقد كانت بعض الإجابات نسبة 6.5% من الذين يتصفحونها في مقهى الانترنت وهذا مرده إلى أن هؤلاء لا يمتلكون أنترنت على هواتفهم أو يفضلون استخدام الحاسوب وسرعة انترنت قوية .



## 9- الوسائل المستخدمة في تصفح و استخدام منصات التواصل الاجتماعي



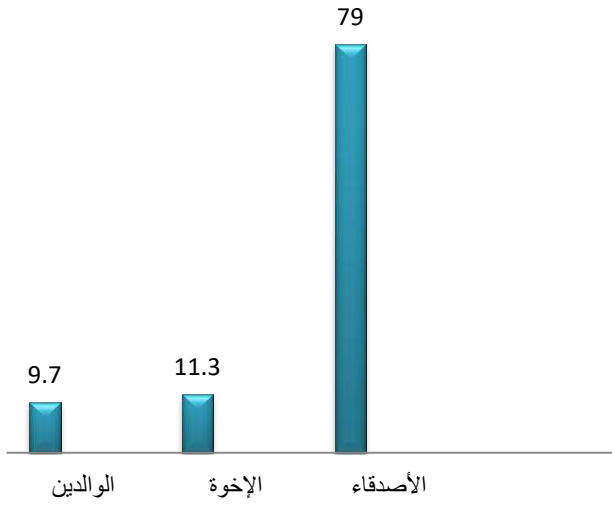
النسبة	التكرار	العينة
79%	49	الهاتف الذكي
6.5%	4	اللوحة الإلكترونية
14.5%	9	الحاسوب
100%	58	المجموع

6- الشكل رقم (13) :يوضح الوسائل المستخدمة في تصفح و استخدام منصات التواصل الاجتماعي

5- الجدول رقم (13) :يوضح الوسائل المستخدمة في تصفح و استخدام منصات التواصل

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن معظم الطلبة يتصفحون المواقع عبر الهاتف الذكي وذلك بنسبة 79% من المجموع الكلي لأفراد العينة، تليها نسبة 14.5% من الذين يتصفحونها عبر الحاسوب، ثم نسبة 6.5% من الذين يتصفحونها عبر اللوحة الإلكترونية وعليه نستنتج أن هذه النتائج طبيعية لأفراد العينة وذلك حسب الفروقات الشخصية في الإمكانيات المادية، وكما نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة يتصفحونها بواسطة الهاتف الذكي وهذا ما يفسر على أنه أحد وسائل تكنولوجيا الاتصال الأكثر انتشارا بين أفراد العينة كما أنه يوفر قسط كبير من الخصوصية و هذا ما يفضله الطلبة في هذه المرحلة العمرية، كما أنه وسيلة تصفح سهلة ومباشرة مع تقنية الجيل الثالث والرابع على شرائح بطاقات المكالمات .

10- عند استخدام المنصات الاجتماعية تفضل مشاركة



النسبة	التكرار	العينة الإجابة
9.7%	6	الوالدين
11.3%	7	الإخوة
79%	49	الأصدقاء
%100	62	المجموع

الشكل رقم (14): يوضح المشاركة عند استخدام المنصات الاجتماعية

الجدول رقم (14): يوضح المشاركة عند استخدام المنصات الاجتماعية

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن متصفح مواقع التواصل من طرف الطلبة يشاركونها مع الإخوة كانت بنسبة 11.3% ، ثم نسبة 9.7% من الذين يتابعون مع والديهم، لكن معظم الطلبة يشاركون مع الأصدقاء قدرت نسبتهم 79% الذين بدورهم يحبون مشاركتهم في المضامين التي يتابعونها.

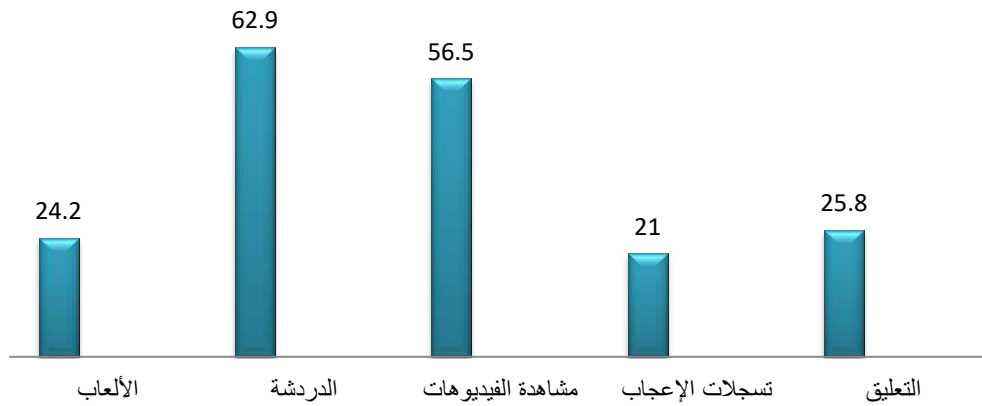
الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل عبر المنصات الاجتماعية -11

الدرشة			مشاهدة الفيديوهات			الألعاب		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
62.9%	39	خدمتهم المفضلة	56.5%	35	خدمتهم المفضلة	24.2%	15	خدمتهم المفضلة
37.1%	23	ليست المفضلة	43.5%	27	ليست المفضلة	75.8%	47	ليست المفضلة
%100	62	المجموع	%100	62	المجموع	%100	62	المجموع

التعليق		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
25.8%	16	خدمتهم المفضلة
74.2%	46	ليست المفضلة
%100	62	المجموع

تسجيلات الإعجاب		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
21%	13	خدمتهم المفضلة
79%	49	ليست المفضلة
%100	62	المجموع

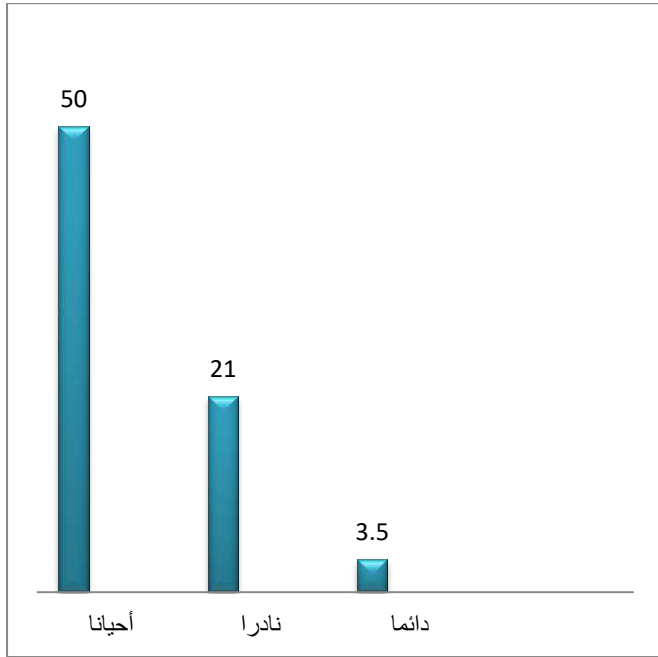
الجدول رقم (15): يوضح الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل عبر المنصات الاجتماعية



الشكل رقم (15): يوضح الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل عبر المنصات الاجتماعية

نلاحظ من خلال الجداول رقم (15) أن أكثر الخدمات المفضلة لديهم هي الدردشة بنسبة 62.9%، و تليها خدمة مشاهدة الفيديوهات بنسبة 56.5%، و تأتي بعدها خدمة التعليق بنسبة 25.8%، ليأتي في الاختيارات الأخير كل من خدمة الألعاب بنسبة 24.2%، و تسجيلات الإعجاب بنسبة 21% من النسبة الكلية.

12- استخدام المنصات الاجتماعية يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المنصات



النسبة	التكرار	العينة الإجابة
50%	31	أحيانا
21%	13	نادرا
29%	18	دائما
%100	62	المجموع

**الشكل رقم (16):** يوضح استخدام المنصات الاجتماعية

يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه

**الجدول رقم (16):** يوضح استخدام المنصات الاجتماعية

يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المنصات

نلاحظ من خلال الجدول أن استخدام منصات التواصل و المشاركة في مواقعها يكون على الأغلب بصفة متوسطة ، فقد اختاروا المتغير أحيانا بنسبة 50% مما يوضح قلة نشر المعلومات على المنصات التواصلية مما يوضح أنها ليس المطالب الأهم لديهم، و نجد ممن اختاروا المتغير دائما بنسبة 29%، و توسطهما المتغير نادرا بنسبة قدرت ب 21%.

## المحور الثاني: دوافع استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

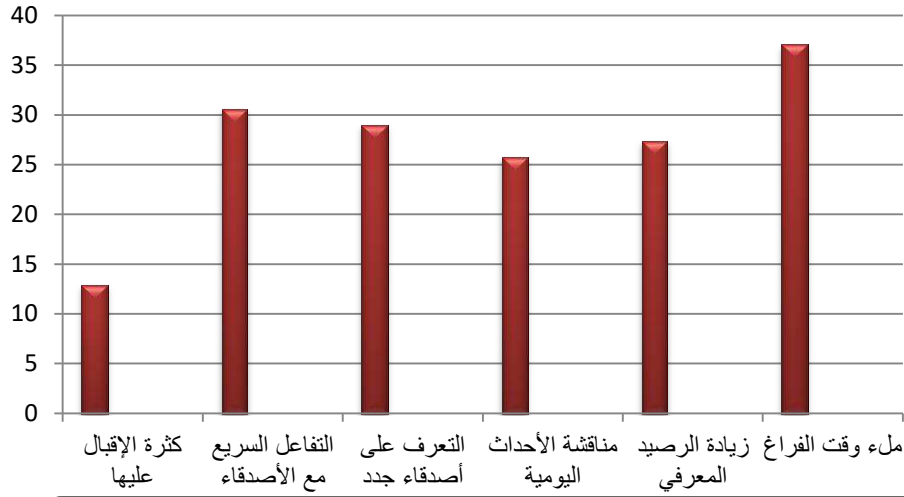
### 13- دوافع استخدام المنصات الاجتماعية

التفاعل السريع مع الأصدقاء			كثرة الإقبال عليها			لأنها مجانية		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
30.6%	19	للتفاعل مع الأصدقاء	12.9%	8	لكثرة الإقبال عليها	35.5%	22	لأنها مجانية
69.4%	43	ليس للتفاعل	87.1%	54	ليست لكثرة الإقبال عليها	64.5%	40	ليست مجانية
%100	62	المجموع	%100	62	المجموع	%100	62	المجموع

زيادة الرصيد المعرفي			مناقشة الأحداث اليومية			التعرف على أصدقاء جدد		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية	النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
27.4%	17	زيادة الرصيد المعرفي	25.8%	16	لمناقشة الأحداث	29%	18	للتعرف على الأصدقاء
72.6%	45	ليست زيادة الرصيد المعرفي	74.2%	46	ليست لمناقشة الأحداث	71%	44	ليس للتعرف على الأصدقاء
%100	62	المجموع	%100	62	المجموع	%100	62	المجموع

**الجدول رقم (17) : توضح دوافع استخدام المنصات الاجتماعية**

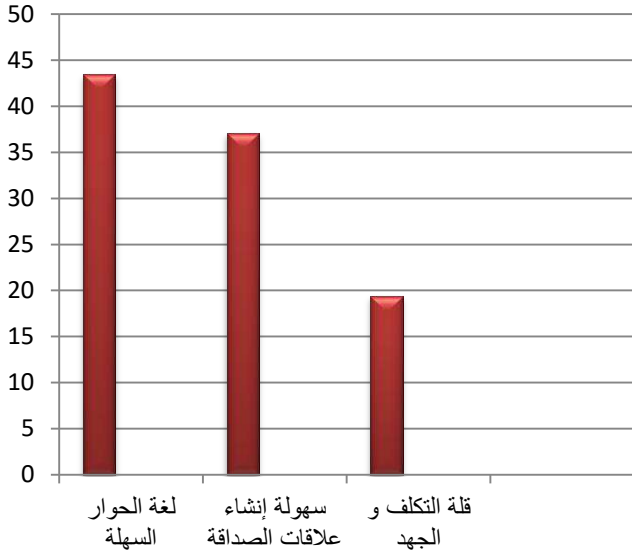
ملء وقت الفراغ		
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
37.1%	23	لملء وقت الفراغ
61.3%	38	ليس لملء وقت الفراغ
%100	62	المجموع



الشكل رقم (17): يوضح دوافع استخدام المنصات الاجتماعية

نلاحظ من خلال الجداول رقم (17) أن أكثر الدوافع لتصفح المنصات الاجتماعية هو لملاء وقت الفراغ فقدرت نسبة ذلك بـ 37.1%، تليها كونها مجانية بنسبة 35.5%، ثم تليها في الترتيب أنه بدافع التفاعل السريع مع الأصدقاء بنسبة 30.6%، و بدافع التعرف على أصدقاء جدد قدرت نسبة ذلك بـ 29%، في حين تتبقى النسب القليلة الأخرى لكل من دافع زيادة الرصيد المعرفي بـ 27.4%، و مناقشة الأحداث بـ 25.8%، ليأتي في الأخير دافع كثرة الإقبال عليها بنسبة قدرت بـ 12.9%، و هي الأقل نسبة من النسب الأخرى.

14- اعتماد المواقع الاجتماعية على العلاقات الاتصالية بسبب:



النسبة	التكرار	العينة
43.5%	27	لغة الحوار السهلة
37.1%	23	سهولة إنشاء علاقات الصداقة
19.4%	12	قلة التكلفة و الجهد
%100	62	المجموع

الشكل رقم (18): يوضح اعتماد المواقع الاجتماعية على العلاقات الاتصالية بسبب:

13- الجدول رقم (18): يوضح اعتماد المواقع الاجتماعية على العلاقات الاتصالية بسبب:

نلاحظ من خلال الجدول أن الطلبة يعتمدون على المنصات الاجتماعية لسبب لغة الحوار السهلة و قد بلغت نسبة ذلك بـ 43.5%، مما يوضح سهولة الاستخدام لهذه المنصات، و السبب الآخر كونها تسهل إنشاء علاقات الصداقة و قد قدرت نسبتها بـ 37.1%، ليأتي في الأخير سببها قلة جهد و تكلفة بنسبة بلغت 19.4% من النسبة الإجمالية.



## 15- الدوافع الشخصية التي تدفع لاستخدام المنصات الاجتماعية

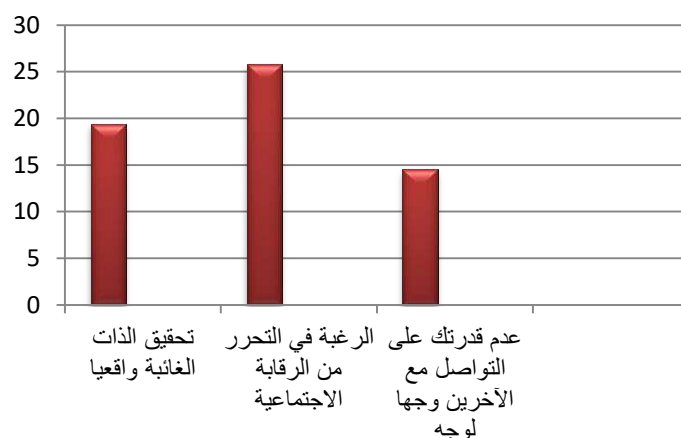
تحقيق الذات الاجتماعية الغائبة واقعيًا		
النسبة	التكرار	الإجابة
19.4%	12	تحقيق الذات
80.6%	50	ليس تحقيقها
%100	62	المجموع

تجسيد الميولات الشخصية		
النسبة	التكرار	الإجابة
69.4%	43	تجسيد الميولات
30.6%	19	ليس تجسيدها
%100	62	المجموع

عدم القدرة على التواصل مع الآخرين وجها لوجه		
النسبة	التكرار	الإجابة
85.5%	53	عدم القدرة على التواصل
14.5%	9	ليست عدم القدرة على التواصل
%100	62	المجموع

الرغبة في التحرر من الرقابة الاجتماعية		
النسبة	التكرار	الإجابة
25.8%	16	الرغبة في التحرر
74.2%	46	ليس الرغبة في التحرر
%100	62	المجموع

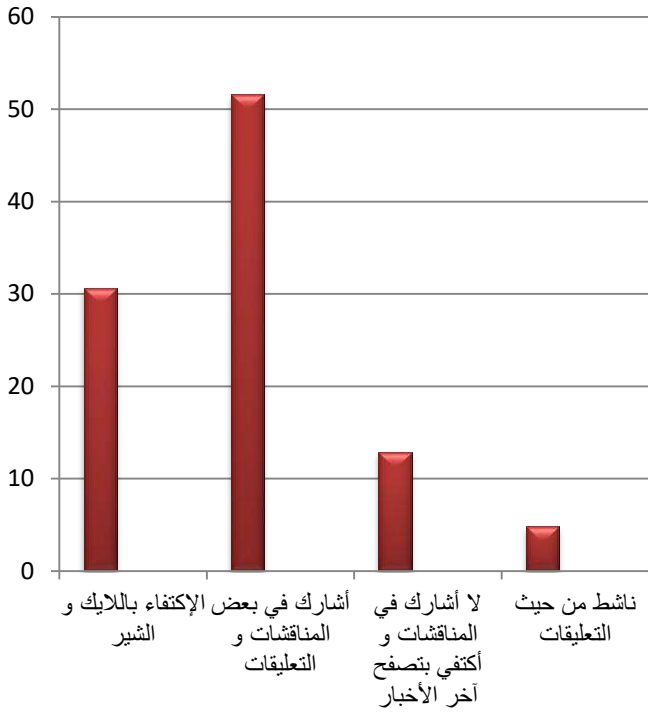
الجدول رقم (19): يوضح الدوافع الشخصية التي تدفع لاستخدام المنصات الاجتماعية



الشكل رقم (19): يوضح الدوافع الشخصية التي تدفع لاستخدام المنصات الاجتماعية

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر الدوافع الشخصية التي تؤدي بالطلبة إلى استخدام هذه المنصات هو لتجسيد الميولات الشخصية بنسبة قدرت ب69.4%، و هذا يظهر مدى حاجة الفرد للتعبير عن الميولات و رغباته عبر هذه المنصات، و بدافع الرغبة في التحرر من الرقابة الاجتماعية بنسبة 25.8%، و من ثم لدينا سبب أنها تحقق الذات بلغت نسبتها 19.4%، و بسبب عدم القدرة على التواصل مع الآخرين وجها لوجه بلغت نسبتها 14.5%، و هي نسبة قليلة جدا مقارنة مع الدوافع النفسية.

16- تكون المشاركة في المناقشات عبر المنصات الاجتماعية ب:



النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
30.6%	19	الإكتفاء باللايك و الشير
51.6%	32	أشارك في بعض المناقشات و التعليقات
12.9%	08	لا أشرك في المناقشات و أكتفي بتصفح آخر الأخبار
4.8%	03	ناشط من حيث التعليقات
%100	62	المجموع

الشكل رقم (20) : يوضح المشاركة في المناقشات عبر

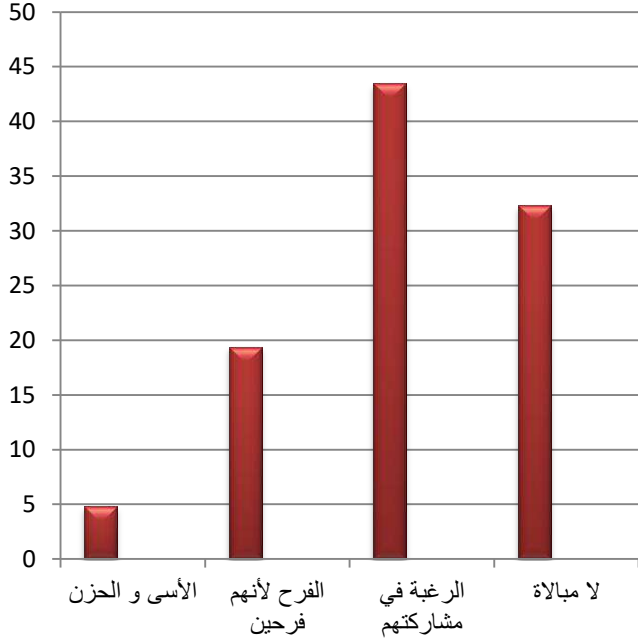
المنصات الاجتماعية تكون ب:

الجدول رقم (20) : يوضح المشاركة في المناقشات عبر

المنصات الاجتماعية تكون ب:

نلاحظ من خلال الجدول أن مشاركة الطلبة تكون بالمشاركة في المناقشات و التعليقات بنسبة 51.6%، و المشاركة عن طريق اللايك و الشير بلغت نسبتها 30.6%، لياتيا بعدها من يقول أنه لا يشارك في المناقشات و إنما يكتفي بمتابعة آخر الأحداث بنسبة قليلة قدرت ب12.9%، و أنهم ناشطون فقط من خلال التعليقات بنسبة قدرت ب4.8 و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة ببقية النسب.

17- عند الشعور بالوحدة و رؤية الأصدقاء ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي تشعر ب



النسبة	التكرار	العينة
4.8%	03	الإجابة الأسى و الحزن
19.4%	12	الفرح لأنهم فرحين
43.5%	27	الرغبة في مشاركتهم
32.3%	20	لا مبالاة
%100	62	المجموع

الشكل رقم (21): يوضح الشعور بالوحدة و رؤية الأصدقاء ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي تشعر ب:

الجدول رقم (21): يوضح الشعور بالوحدة و رؤية الأصدقاء ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي تشعر ب:

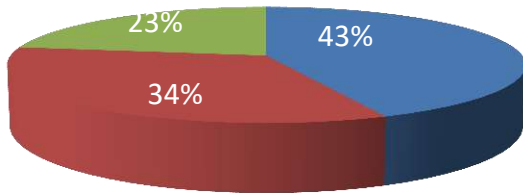
نلاحظ من خلال الجدول أنه عند الشعور بالوحدة و رؤية الأصدقاء ناشطين عبر المنصات الاجتماعية فإنه يشعر بالرغبة في مشاركتهم و هذا ظاهر من خلال نسبتهم المقدرة ب43.5%، و منهم من عبر أنهم غير مباليين لذلك بنسبة 32.3%، و نجد نسبة من يفرحون لفرحهم قدرت ب 19.4%، لتأتي أخيرا من يشعرون بالأسى و الحزن بنسبة قدرت ب4.8% من إجمالي النسب.

### المحور الثالث: اتجاهات طلبة الثانوية نحو استخدام المنصات

### الاجتماعية على الاتصال المواجه لديهم

18- إذا مضت عدة أيام و لم تشارك في الدردشات تشعر بأنك منسي أو غير موجود

■ نوعا ما ■ غير صحيح ■ صحيح



النسبة	التكرار	العينة
43.5%	27	صحيح
33.9%	21	غير صحيح
22.6%	14	نوعا ما
%100	62	المجموع

الشكل رقم (22): يوضح عند عدم المشاركة في

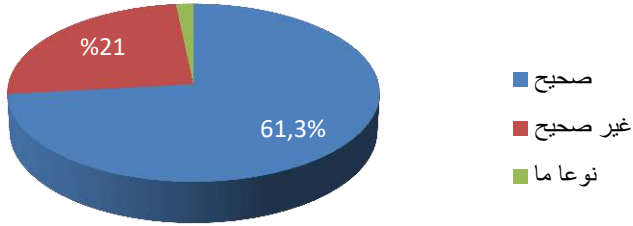
الدردشات تشعر بأنك منسي أو غير موجود

الجدول رقم (22): يوضح عند عدم المشاركة في

الدردشات تشعر بأنك منسي أو غير موجود

نلاحظ من خلال الجدول أنه عند الغياب يشعر الطالب بأنه منسي و غير موجود، فقد بلغت من يقول أن هذا صحيح بنسبة 43.5% و هذا ما يوضح تعلقهم الشديد بهذه المنصات، و من يقول أن هذا غير صحيح بنسبة 33.9% و هي نسبة متوسطة مقارنة بالمتغير السابق، و من يقول أن ذلك موجود نوعا ما بنسبة 22.6% من إجمالي النسب.

19- تجد سهولة في التحدث مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وجها لوجه



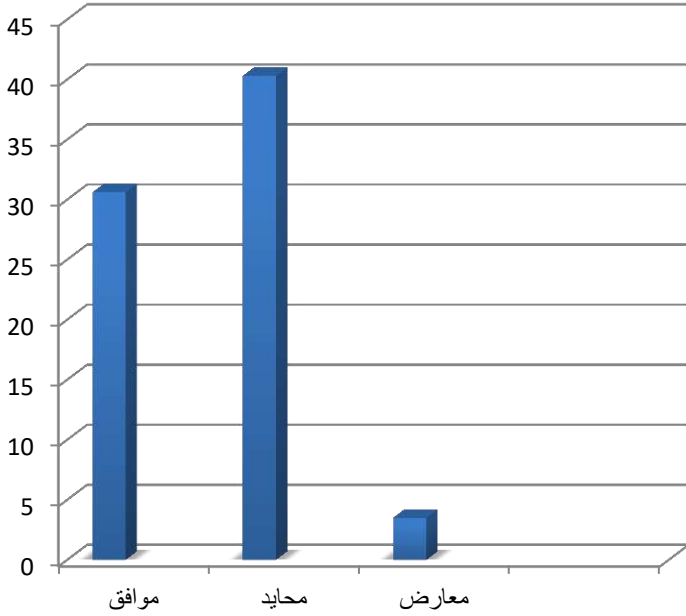
النسبة	التكرار	العينة
61.3%	38	صحيح
21%	13	غير صحيح
17.7%	11	نوعا ما
100%	62	المجموع

الشكل رقم (23): يوضح سهولة في التحدث مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وجها لوجه

الجدول رقم (23): يوضح سهولة في التحدث مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وجها لوجه

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك من قال بأنه صحيح التحدث مع الأصدقاء أفضل من الاتصال وجها لوجه، و قد بلغت نسبة ذلك ب 61.3% و هو يوضح أن أغلبيتهم موافقون على ذلك و من قال بأن ذلك غير صحيح قدرت نسبتهم ب 21%، و تبقى من قال بأن ذلك نوعا ما فقد بلغت النسبة ب 17.7% من النسبة الإجمالية.

20- ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في تقليل تفاعلك مع أسرتك



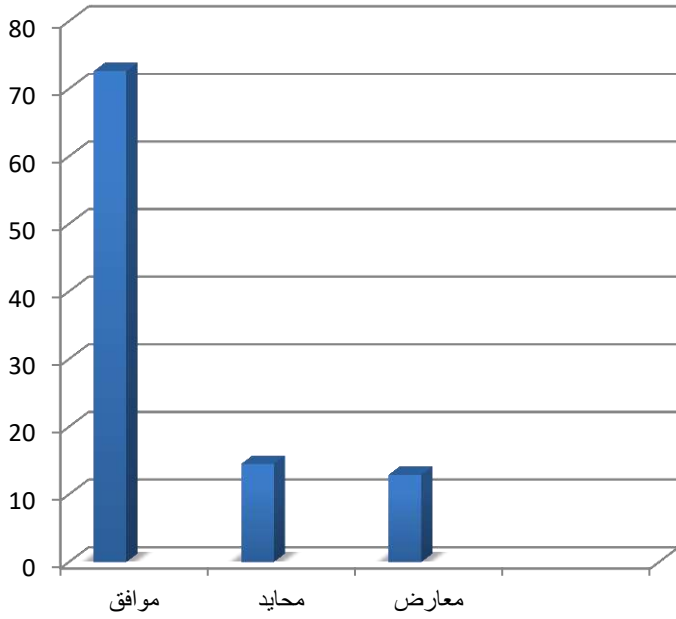
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
30.6%	19	موافق
40.3%	25	محايد
29%	18	معارض
100%	62	المجموع

**الشكل رقم (24):** يوضح ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في تقليل تفاعلك مع أسرتك

**الجدول رقم (24):** يوضح ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في تقليل تفاعلك مع أسرتك

نلاحظ من خلال الجدول أنه هناك من وافق بأن منصات التواصل تساهم في البعد الأسري و تقليل التفاعل معهم بنسبة قدرت ب 30.6%، و من عارض ذلك بلغوا نسبتهم ب 29% أي نسبة قليلة مقارنة بالمتغير الأول، في حين أن من اتخذ موقف الحياد كانت نسبتهم كبيرة و هذا يوضح أنه عندما يختلف نوع الاستخدام تختلف نوعية التفاعل و قدرت نسبة المحايد ب 40.3

21- تشعر أن منصات التواصل الاجتماعي أكسبتك جرأة و صراحة في حديثك مع الآخرين أكثر من اتصالك بهم وجها لوجه



النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
72.6%	45	موافق
14.5%	09	محايد
12.9%	08	معارض
%100	62	المجموع

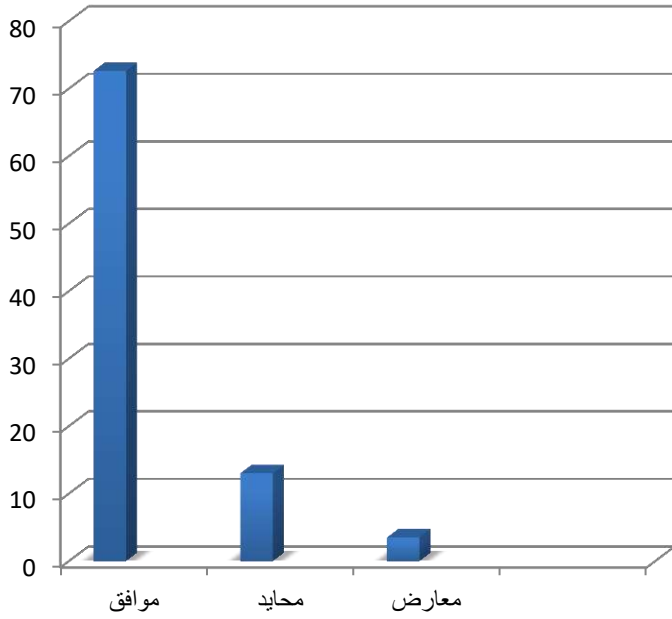
**الشكل رقم (25):** يوضح تشعر أن منصات التواصل الاجتماعي أكسبتك جرأة و صراحة في حديثك مع الآخرين أكثر من اتصالك بهم وجها لوجه

**الجدول رقم (25):** يوضح تشعر أن منصات التواصل الاجتماعي أكسبتك جرأة و صراحة في حديثك مع الآخرين أكثر من اتصالك بهم وجها لوجه

نلاحظ من خلال الجدول أن من يقول بأنه موافق على أن المنصات أكسبتهم جرأة و صراحة في الحديث بلغت نسبتهم ب 72.6% و هي نسبة كبيرة جدا ، و يليها موقف الحياد بنسبة 14.5%، ثم تأتي بعدها من يقول بأنه معارض لهذه المسألة و قدرت نسبتهم ب 12.9% من النسبة الإجمالية.



22- أصبحت منصات التواصل ضرورة حتمية للتواصل مع الآخرين



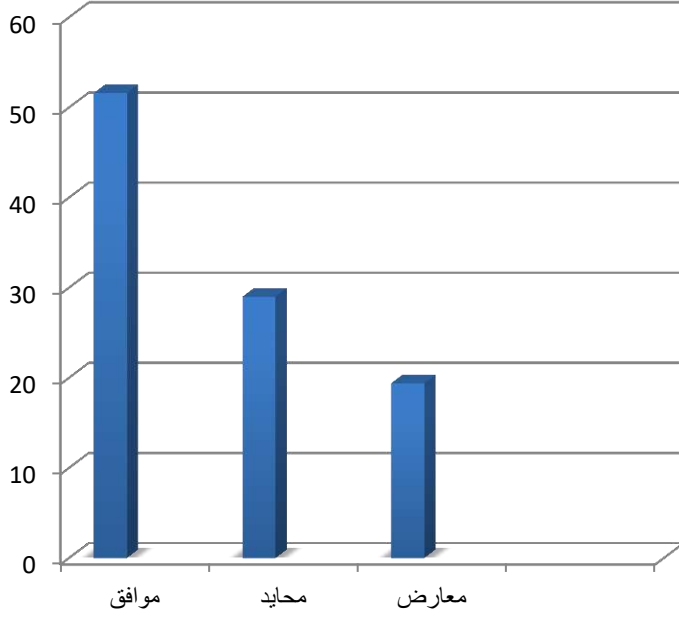
النسبة	التكرار	العينة الإيجابية
72.6%	45	موافق
21%	13	محايد
6.5%	04	معارض
100%	62	المجموع

الشكل رقم (26) :يوضح أصبحت منصات التواصل ضرورة حتمية للتواصل مع الآخرين

الجدول رقم (26) :يوضح أصبحت منصات التواصل ضرورة حتمية للتواصل مع الآخرين

من خلال هذا الجدول نلاحظ أنه من يوافقون على أ، منصات التواصل أصبحت ضرورة حتمية بلغت نسبتهم ب27.6% وهم يؤيدون بشدة هذا الموقف، إلا أنهم من اتخذو موقف الحياد بلغت نسبتهم ب21%، ليظهر أن نسبة المعارضين بلغت 6.5%.

**23- الوقت الذي تقضيه في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي تقضيه في الاتصال المواجه**



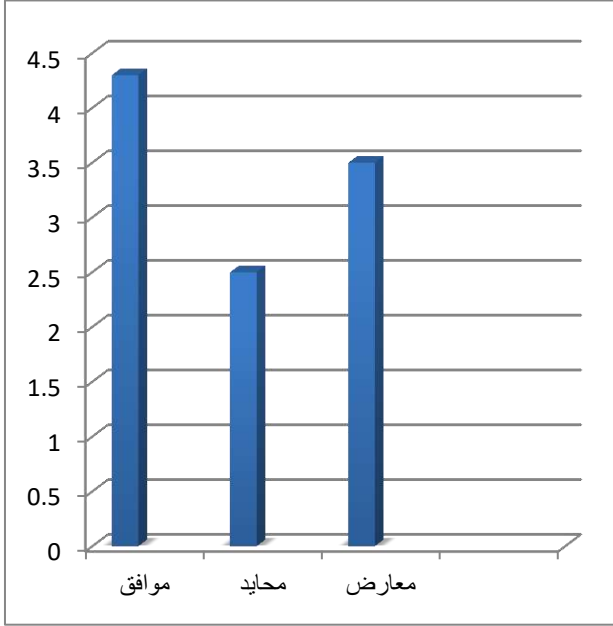
النسبة	التكرار	العينة الإجابة
51.6%	32	موافق
29%	18	محايد
19.4%	12	معارض
100%	62	المجموع

**الشكل رقم (27):** يوضح الوقت الذي تقضيه في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي تقضيه في الاتصال المواجهي

**الجدول رقم (27):** يوضح الوقت الذي تقضيه في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي تقضيه في الاتصال المواجهي

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أكثر نسبة من وافقوا على أن الدردشة عبر المنصات تأخذ أكبر وقت من الدردشة الواقعية و قدرت هذه النسبة بـ 51.6%، و تليها من اتخذوا موقف الحياد حول هذه الفكرة أقرروا بأن ذلك ليس دائما وإنما أحيانا و قد قدرت نسبتهم بـ 29%، لتأتي أخير من عارضوا هذا الأمر بنسبة قدرت بـ 19.4%.

24- تعتقد أن التواصل في حياتك أفضل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مما هو في الواقع



النسبة	التكرار	العينة / الإجابة
46.8%	29	موافق
22.6%	14	محايد
30.6%	19	معارض
%100	62	المجموع

الشكل رقم (27) :يوضح تعتقد أن التواصل في حياتك أفضل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مما هو في الواقع

الجدول رقم (27) :يوضح تعتقد أن التواصل في حياتك أفضل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مما هو في الواقع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الموافقون على أن حياتهم في المنصات الاجتماعية أفضل من الواقعية بلغت نسبتهم بـ 46.8% و هذا يوضح تعرضهم المستمر للمنصات الاجتماعية ، و من كان معارضا لهذا بلغت نسبته بـ 30.6% فهم ليس متعلقين بشدة بالتواصل عبر المواقع الاتصالية ، ليأتي المحايدون الذين بلغت نسبتهم بـ 22.6% من إجمالي النسبة، من هنا يتضح بأنهم يقولون أن التواصل ليس بالضرورة الحتمية.

## الاستنتاجات العامة للدراسة

من خلال الدراسة التي قمنا بها وبعد تحليلنا للجداول توصلنا إلى جملة من النتائج وتمثلت في ما يلي :

- نستنتج فيما سبق أن نسبة الطلبة الذكور %51.6، بينما الطلبة الإناث بلغت نسبتهم %48.4، و هذا راجع لطبيعة العينة المختارة.
- نستنتج فيما سبق أن الفئة العمرية من 19 إلى 20 سنة هي العينة الأكثر للمبحوثين المختارة من مجتمع البحث .
- نستنتج أن طلاب السنة الثالثة ثانوي هم الشعبة الأكثر المختارة من مجتمع البحث الكلي.
- كل من شعبي الآداب و الفلسفة و العلوم التجريبية هم أكثر الشعب دراسة، تليهما فيما بعد شعبي التسيير و الاقتصاد و التقني الرياضي، في حين أن الأقل دراسة هي شعبة اللغات الأجنبية.
- اتخذ رأي الأغلبية في استخدام إحدى منصات التواصل أي أنه شهد استخدامها بشكل كبير .
- إن من أكثر المواقع استخداما هما موقعي الفيسبوك و اليوتوب، كل منهما ارتفعت نسبة استخدامها كونهما الأكثر شعبية، بينما المواقع الأخرى فبالأحرى هم الأقل استخداما مقارنة بالمتغيرين السابقين.
- معظم مستخدمي الأنترنت و مواقع التواصل كانوا منذ فترة أكثر من 3 سنوات و هذا دليل على التطور السريع في مواقع التواصل الاجتماعي لما لهم فيها من أهمية في حياتهم.
- أكثر الطلبة يستخدمون منصات التواصل في الفترة الليلة و هي تعد الأكثر راحة و فراغا ، حيث أن الفترة الصباحية كثير منهم لديه ارتباطات عمل و دراسة و بالتالي تقل فترتها الصباحية و المسائية بينما تشهد ارتفاعا في الفترة الليلة.
- أغلب الطلبة يخصصون وقتا معيناً من الفراغ للولوج لمنصات التواصل و يستخدموها بشكل كثيف ، كونهم يجدون فيها وقتا مناسباً يقضون فيها وقت فراغهم.
- إن أكثر الأماكن التي نتصفح فيها مواقع التواصل الاجتماعي هو المنزل كون أن الفرد لا يرتاح إلا في المنزل، و الوقت الكافي الذي لديهم، و الذين يتخذون من مقهى

الانترنت مكانا للتصفح فهذا راجع إلى الحاجة السريعة لسرعة الانترنت أو راجع للحالة المادية .

- معظم الطلبة يستخدمون و يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهاتف الذكي خاصة في الآونة الأخيرة حيث ظهرت تقنيات ال4 جي و غيرها.
- يتشارك المستخدمون أغلب الوقت مع الأصدقاء نظرا للتقارب القوي و تشابه الميولات و الاشباعات.
- أكثر الخدمات التي يحتاجها المستخدمين من مواقع التواصل هو خدمة الدردشة حيث أن أغلبهم يستعملوها للدردشة و مشاهدة الفيديوهات و كذلك التعاليق التي يتم وفقها تبادل مختلف الآراء و الأفكار حول موضوع ما، حيث يتشاركون في المناقشات و تبادل الأحداث الجديدة المحيطة بهم.
- في العديد من الأحيان يلجئون لمنصات التواصل للتسلية و الترفيه و لملء الفراغ.
- سهولة الاستخدام و لغة الحوار السهلة و لقلّة التكلفة و الجهد هم من بين العوامل التي تؤدي إلى كثرة الإقبال عليها.
- معظم الطلبة يتخذون من منصات التواصل ملجأ ليطرحوا فيه مشاكلهم و مشاركة حياتهم الشخصية ، و منهم من يجدها فضاء لتجسيد هواياتهم و تحقيق رغباتهم ، وصولا للاشباعات المحققة منها.
- إن أغلب المرتادين لمواقع التواصل هم من أكثر الناس الذين لم يجدوا تقبلا لهم في الواقع مما يدفعهم إلى تحقيق ذاتهم التي لم يتمكنوا من تحقيقها في أرض الواقع.
- صعوبة الاتصال وجها لوجه، أو صعوبة فهم رغبات الشخص من الأسباب التي تؤدي إلى أخذ مواقع التواصل طريقا للتواصل الصريح بين الأفراد.
- أغلب الأفراد يجدون أن التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي أفضل من الاتصال وجها لوجه و هذا ما شاهدناه و توصلنا إليه من خلال تحليل بيانات المبحوثين.

## خاتمة

من خلال ما سبق من دراستنا هذه نضفي القول بأن منصات التواصل الاجتماعي هي طريق و فضاء لمختلف الأفراد الذين يواجهون مشاكل الاتصال الواقعي أو الاتصال وجه لوجه، و عليه فإن اتجاهات أكثر الطلبة كانت نحو آثار إيجابية أكثر من السلبية ، فقد حققت لهم رغباتهم و وجدوا إشباعاتهم في ما يخص العمليات الاتصالية فأصبح التعرض لها يحقق أهدافا و أهمية لهم في مختلف المجالات، و في هذا الخصوص تمحورت دراستنا حول توضيح العلاقة بين الأفراد و المنصات الاجتماعية و بين ما تتركه هذه الأخيرة من فوائد و إشباعات محققة لهم، و هذا واضح من خلال التفاعل السريع و المتبادل ما بين الأفراد .

و يمكننا القول أن التواصل أصبح ضرورة حتمية لكثير من الأفراد فيها قد حققوا فضاء يجمع ميولاتهم، و أنهم وجدوا أنفسهم أكثر جرأة و صراحة عبر هذه المنصات على غير الواقع الذي له ما له من قيود و تنظيمات داخل النسق الاجتماعي التي تجعل من الفرد حبيس هذه القوانين فلا يجد سوى مواقع التواصل التي يرتادونها و يتبادلون فيها مختلف الأفكار و طرح القضايا التي شكلت أهمية لدى الأفراد، و هذه العلاقة تخلص إلى أن الاتصال أصبح عملية بحثة، و خاصة مع التطور السريع لوسائل الإعلام، و بالتالي لا يمكن الاستغناء عنها، فمن أحسن استخدامها فسيجد ما له من إيجابيات، و عند سوء استخدامها يجد ما عليه من سلبيات ، و لكن مهما كان في كل الأحوال يمكننا القول بأن التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعية حتمية لا يمكن الاستغناء عنها فهي تحقق ما لا يمكن تحقيقه من الاتصال المواجه لدى الأفراد.

## قائمة المراجع

### القواميس و الموسوعات

1. المنجد في اللغة و الإعلام، دار المشرق بيروت، لبنان، ط3، 1948م.

### الكتب العربية

- 2- أبو أصبع خليل صالح ، الاتصال الجماهيري، دار الشروق، بيروت ، لبنان، 1999.
- 3- أبو المحال عبد الفتاح، أثر وسائل الإعلام على الطفل، الأردن، د.ط، 1990.
- 4- أحمد محسن لطفي، مقدمة في الإحصاء الاجتماعي، جامعة الملك سعود، النشر العلمي و المطابع، 2011.
- 5- اسماعيل محمود حسن ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، الأهرام، مصر، 2003.
- 6- باشوية لحسن عبد الله، نزار عبد المجيد البرواري، و عدنان هاشم السامرائي، البحث العلمي ( مفاهيم ، أساليب ، تطبيقات )، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 7- بوحوش عمار ، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية للنشر ، برلين، ألمانيا، ط 1، 2000 م.
- 8- بوحوش عمار ، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية للنشر ، برلين، ألمانيا، ط 1، 2000 م.
- 9- محمد البدوي، المنهجية في البحوث و الدراسات الأدبية، دار المعارف للطباعة و النشر، سوسة، تونس، 2008.
- 10- الحيزان محمد عبد العزيز، البحوث الإعلامية ( أسسها، أساليبها، مجالاتها )، مكتبة الملك الوطنية، الرياض، السعودية، 2004م.
- 11- رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي سياسته النظرية و ممارساته العلمية، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2000 م.

- 12- دياب سهيل رزق ، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي، جامعة القدس لمفتوحة، غزة، فلسطين، 2003م.
- 13- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان، الأردن، 2003.
- 14- رشتي جيهان أحمد ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، قسم حرية الصحافة، دار الفكر العربي للطباعة و النشر، ب. ط ، 1978.
- 15- زغيب شيماء ذو الفقار ، مناهج البحث و الاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 2002م.
- 16- الطائي حميد مصطفى و خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر الإسكندرية، مصر، 2007م.
- 17- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، ط1، 2000 م.
- 18- العبد الله مي ، الاتصال و الديمقراطية، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان، 2005.
- 19- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار دجلة ، عمان، الأردن، ط1، 2008.
- 20- عوض صابر فاطمة و ميرفت علي خفاجة، أسس و مبادئ البحث العلمي، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2015.
- 21- قنديلجي عامر إبراهيم ، البحث العلمي في الصحافة و الإعلام، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015م.
- 22- محمد عبد الوهاب عبد الباسط ، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، د. ط ، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 2005.
- 23- محمودي محمد سرحان ، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، صنعاء، الجمهورية اليمنية، 2015.
- 24- مزاهرة منال هلال ، بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، ط1، 2011م.
- 25- مكايي حسن عماد و ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.



## الكتب الأجنبية

- 26- Janine Beudichon , Armand colin, La communication presseuse, Formes et application, Translate : Merini Abdeali , paris ,1999.

## المذكرات و الدوريات

- 27- أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية " جامعة أم القرى نموذجاً »، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، جامعة السلطان قابوس، السعودية، 2015.
- 28- بن كحيل شهرزاد، الممارسات اللغوية في موقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك ، دراسة اثنوجرافية على عينة من الشباب مستخدمي الفاسبوك في الجزائر، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الثقافي، 2015/2014.
- 29- بوسلحة مفيدة ، نبيل طهوري، الشبكات الاجتماعية و أثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة- الفيس بوك و التويتر نموذجاً-، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة تبسة ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع و الديمغرافيا، 2014/2013.
- 30- رضوان رياح، أثر استخدام الفاسبوك على الاتصال المواجه لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أم البواقي ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة و إعلام الكتروني، 2016/2015.

## المواقع الالكترونية

- 31- <https://ar.wikipedia.org/wiki/تواصل/2021.04.13/20:45>
- 32- [https://www.searchacademy.com/article.php?p\\_id=423935/2021.06.03/14:20](https://www.searchacademy.com/article.php?p_id=423935/2021.06.03/14:20).
- 33- <https://mqaall.com/uses-gratification-theory/2021.04.17/22:13>.

## الملاحق

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام و اتصال

التخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

التواصل عبر المنصات الاجتماعية و أثره على الاتصال المواجه لدى طلبة الثانوي  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة ثانوية الشهيد عبد المجيد بومادة ولاية ورقلة

تاريخ المناقشة: 2021/06/24

بإشراف الأستاذ:

بوكرموش عيسى

من إعداد:

محدادي حبيبة

قادير دالية

مقدمة أمام لجنة المناقشة السادة: من السادة :

الاسم و اللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
	جامعة ورقلة	رئيسا
أ.د عيسى بوكرموش	جامعة ورقلة	مشرفا و مقرا
	جامعة ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2020-2021



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح بورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

استمارة استبيان للتحكيم حول



## التواصل عبر المنصات الاجتماعية و أثره على الاتصال المواجهي لدى طلبة الثانوي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ثانوية عبد المجيد بومادة ورقلة

إلى الأستاذ (ة) الفاضل (ة):

في إطار التحضير لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة، و تحت إطار عنوان مذكرتنا التواصل عبر المنصات الاجتماعية و على الاتصال المواجهي لدى طلبة الثانوي، لذا نرجو من سيادتكم مساعدتنا في إتمام هذا العمل بوضع ملاحظاتكم لنا و أهم الانتقادات عليه و هذا لأخذ بعين الاعتبار كل توجيهاتكم و ملاحظاتكم، علما أن انتقاداتكم و ملاحظاتكم تمثل خطوة هامة في إثراء الموضوع شاكرين لكم بهذا على حسن تعاونكم معنا مسبقا .

بإشراف الأستاذ:

بوكرموش عيسى

من إعداد :

محدادي حبيبة

قادير دالية

السنة الجامعية: 2020-2021

المحور الأول : البيانات الأولية لطلبة الثانوية

الجنس:

ذكر  أنثى

السن:

من 15 إلى 16   
من 17 إلى 18   
من 19 إلى 20

المستوى التعليمي:

السنة الأولى ثانوي  السنة الثانية ثانوي  السنة الثالثة ثانوي

الشعبة:

علوم تجريبية  تسيير و اقتصاد   
آداب و فلسفة  تقني رياضي   
لغات أجنبية

المحور الأول : عادات و أنماط استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

1. هل تستخدم إحدى مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية؟

غالبا أحيانا نادرا أبدا

إذا كانت إجابتك ب " أبدا " فلا تواصل الإجابة على بقية الاستبيان، و نحن نشكرك على مساهمتك.

2. ما هي المواقع الاجتماعية التي ترتادها من بين المواقع التالية:

Youtube Instagram Twitter Facebook

Telegram

أخرى أذكرها .....

3. منذ متى و أنت تستخدم المنصات الاجتماعية؟

منذ سنة منذ سنتين إلى ثلاث سنوات أكثر من

ثلاث سنوات

4. ما هو الوقت المفضل لديك للاتصال بالمنصات الاجتماعية؟

صباحا مساءا ليلا

5. ما هو متوسط الحجم الساعي الذي تقضيه أثناء تصفحك لمنصات التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ساعتين إلى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

6. تصفحك للمنصات الاجتماعية يكون في :

كل الأوقات أخصص وقتا معيننا من أوقات الفراغ

7. إذا كانت إجابتك ب " أخصص وقتا معيننا من أوقات الفراغ " فأنت تستخدمها أثناء ذلك

بشكل:

ضعيف متوسط كثيف

8. ما هي أماكن تصفحك للمنصات الاجتماعية؟

المنزل الشارع مقهى الأترنت نادي فناء الثانوية

9. ما هي الوسائل التي تستخدمها في تصفح و استخدام منصات التواصل الاجتماعي؟

الهاتف الذكي اللوح الإلكتروني الحاسوب أخرى أذكرها .....

10. هل تفضل عند استخدامك للمنصات الاجتماعية مشاركة :

الوالدين الإخوة الأصدقاء

11. ما هي الخدمات المفضلة لديك أثناء عملية التواصل عبر المنصات

الاجتماعية؟

الألعاب مشاهدة الفيديوهات

الدرشة تسجيلات الإعجاب

التعليق

12. هل استخدامك للمنصات الاجتماعية يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر

هذه المنصات؟

أحيانا نادرا دائما

المحور الثاني: دوافع استخدام المنصات الاجتماعية لدى طلبة الثانوي

**13. ما هي دوافع استخدامك للمنصات الاجتماعية؟**

لأنها مجانية  
كثرة الإقبال عليها  
التفاعل السريع مع  
الأصدقاء  
التعرف على أصدقاء جدد  
مناقشة الأحداث اليومية  
زيادة  
الرصيد المعرفي  
ملء وقت الفراغ  
أخرى  
أذكرها.....

**14. هل تعتمد في المواقع الاجتماعية على العلاقات الاتصالية بسبب:**

لغة الحوار السهلة  
سهولة إنشاء علاقات الصداقة  
قلة التكلفة و الجهد  
أخرى أذكرها .....

**15. حدد من الدوافع الشخصية التالية ما يدفعك لاستخدام المنصات الاجتماعية:**

تجسيد الميولات الشخصية  
تحقيق الذات الاجتماعية الغائبة واقعيا  
الرغبة في التحرر من الرقابة الاجتماعية  
عدم قدرتك على التواصل مع  
الآخرين وجها لوجه  
أخرى أذكرها .....

**16. كيف تكون مشاركتك في المناقشات عبر المنصات الاجتماعية؟**

الإكتفاء ب like و share

أشارك أحيانا في بعض المناقشات و التعليقات

لا أشارك في المناقشات و أكتفي بتصفح آخر الأخبار

ناشط من حيث التعليقات

**17. إذا كنت وحيد و رأيت أصدقاءك ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي هل**

**تشعر ب:**

الفرح لأنهم فرحين

الأسى و الحزن

لا مبالاة

الرغبة في مشاركتهم

المحور الثالث: اتجاهات طلبة الثانوية نحو استخدام المنصات الاجتماعية على

الاتصال المواجهي لديهم

18. إذا مضت عدة أيام و لم تشارك في الدردشات هل تشعر بأنك منسي أو غير موجود؟

صحيح غير صحيح نوعا ما

19. أجد سهولة في التحدث مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وجها لوجه:

صحيح غير صحيح نوعا ما

20. ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في تقليل تفاعلك مع أسرتك

موافق محايد معارض

21. تشعر أن منصات التواصل الاجتماعي أكسبتك جرأة و صراحة في حديثك مع الآخرين أكثر من اتصالك بهم وجها لوجه:

موافق محايد معارض

22. أصبحت منصات التواصل ضرورة حتمية للتواصل مع الآخرين

موافق محايد معارض

23. الوقت الذي تقضيه في الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت

الذي تقضيه في الاتصال المواجهي

موافق محايد معارض

24. هل تعتقد أن التواصل في حياتك أفضل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر

مما هو في الواقع؟

موافق محايد معارض