

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي (LMD)

الميدان : علوم الاعلام والاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

من إعداد الطالبتين :

• باساسي ليلي

• غزال صبرينة

العنوان:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا

دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية -تقوت-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ :

لجنة المناقشة المكونة من السادة:

رئيسا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	مسعودة بايوسف
مشرفا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	محمد طيب الزاوي
مناقشا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	عبد القادر قندوز

الموسم الجامعي : 2021/2020

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي (LMD)

الميدان : علوم الاعلام والاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

من إعداد الطالبتين :

• باساسي ليلي

• غزال صبرينة

العنوان:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا

دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية -تقوت-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ :

لجنة المناقشة المكونة من السادة:

رئيسا	جامعة قاصدي مرياح ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	مسعودة بايوسف
مشرفا ومقرر	جامعة قاصدي مرياح ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	محمد الطيب الزاوي
مناقشا	جامعة قاصدي مرياح ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	عبد القادر قندوز

الموسم الجامعي : 2021/2020

الآية

قال تعالى:

{ وقل رب زدني علما }

صدق الله العظيم

سورة طه - الآية رقم (114)

إهداء

إن العلوم فراديس مخلدة
وكم حلا في ذراها الزهر والثمر
من عاش في ظلها قد عاش في رعد
مهما تبدلت الأيام والغير
يمضي الغني ويفني ما يجمعه
وثمة الباقيان العلم والأثر
والعلم موطنه قلب يؤيده
على المدى الشاهدان السمع والبصر
اهدي ثمرة جهدي إلى لألى هذا الكون إلى من لا يغلي عليهما غال ولا نفيس ومن لا بديل لهما في
هذه الدنيا . إلى من أرضعتني قوة وأطعمتني صبورا وسقنتني من بحر الأخلاق أمي الغالية حفظ الله
ورزقها زيارة بيت الله . إلى من عمي أن الدنيا لقاح وتحدي والحياة مبادئ وأخلاق أبي الغالي حفظ
الله ورزقه زيارة بيت الله.
إلى من أبتسم بهم إلى مصابيح التي اهتدي بنورها في ظلمة الحياة إلى إخوتي. وإلى كل أهلي جدتي.
إلى بدر كان لي سند إلى من ضاقت بي الأيام كان الناصح الأقرب إلى من تحملني حين أغضب إلى
من حرم نفسه من كل شيء ليسعدني إلى الأبد إلى من كان داعم بدعائه وكلامه وعطاءه شريك الحياة
إلى من امتزجت آمالي بآمالهم وأحلامي بأحلامهم إلى رفقاء دربي كل بإسمه .
إلى زملائي بمقاعد الدراسة وأصدقائي خاصة إلى زميلتي ليلى التي تراقفنا معا طوال هذه الدراسة من
جمعنا الله على العلم وفرقنا على العلم.

صبرينة

إهداء

إلى من أنار لي طريق العلم وشجعني على الدراسة وكان سيدي في الحياة أبي الغالي
حفظه الله

إلى من قصرت في حقها... و لو أفنيت عمري خدمة لها... إليك أمي

إلى من أقاسمهم الأيام و الذكريات حلوها و مرّها، و من لا يحلو الحلو إلاّ معهم ...

إلى إخوتي

إلى كل صديقاتي و لا أخصّ بالذكر إحداهن حتى لا أجحف في حقّ أخراهن

إلى كل من علمني حرفا من معلمين وأساتذة من الإبتدائي إلى الجامعي

ليلي

شكر وتقدير

مصداقا لقوله تعالى: " وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم ولئن كفرتم إن عذابي لشديد " سورة إبراهيم (الآية : 07) .

أحمد الله الذي أعاننا على العلم وزيننا به وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية الحمد لله الذي هدانا إلى نور العلم وما وفقنا به لإنجاز هذه المذكرة لم نكن لنحققه لولاه .

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا باليأس إذا أخفقتنا وذكرنا أن الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح ، اللهم إذا أعطيتنا نجاحا فلا تأخذ تواضعنا وإذا أعطتنا تواضعنا فلا تأخذ اعتزازنا ، اللهم اختم بالسعادة أحلامنا وحقق بالزيادة آمالنا وتقبل دعائنا .

نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان بالجميل إلى كل من ساعدنا و ساهم في تكويننا طيلة مشوارنا الدراسي:

من معلم الابتدائي، وصولاً إلى أساتذة جامعة -ورقلة -

وخاصة الأستاذ المشرف ،الزاوي محمد الطيب ،الذي قلما نجد

مثله فقد كان نعم الأستاذ والمرافق ،لم يبخل علينا بنصائحه و

توجيهاته أدامه الله لنا ولأهله ولجميع الطلبة ونفع به الأمة

الإسلامية .

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا التي تمحورت حول التساؤل الرئيسي : كيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني ظل جائحة كورونا ؟ . واندرج ضمن هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية :

- ما هي عادات وأنماط استخدام مفردات عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا ؟
 - ما هي دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا ؟
 - ما هي الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا؟
- واعتمدت هذه الدراسة على عينة عرضية من أسر ولاية تقرت و المقدر عددهم ب 60 مفردة مقسمة على 12 أسرة في كل أسرة 5 أفراد ، أما المنهج المستخدم فهو المنهج المسحي بغرض وصف الظاهرة المدروسة و الوصول إلى نتائج ، وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة بحثية لإنجاز هذه الدراسة ، وخلصت إلى عدة نتائج نذكر منها:
- أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من 6 إلى 10 سنوات ويستخدمونها بصفة دائمة في ظل جائحة كورونا ويفضل أغلبهم خدمة الدردشة أثناء عملية التواصل .
 - معظم أفراد العينة يعتمدون على شبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات و الأخبار في ظل جائحة كورونا.
 - أن شبكات التواصل ساهمت في تعزيز الاتصال الإنساني من خلال التواصل السريع الأفراد وتقريب المسافات بينهم في ظل جائحة كورونا .

الكلمات المفتاحية : شبكات التواصل الاجتماعي ، الاتصال الإنساني ، جائحة كورونا .

Summary of the study:

This study aims to identify the role of social networks in enhancing human communication in the period of the Corona pandemic, which revolved around the main question: How did social networks contribute to enhancing human communication in the period of Corona pandemic ?

Within this question, a number of sub-questions were included:

- What are the habits and patterns of using the vocabulary of the study sample, social networks, in light of the Corona pandemic?
- What are the motives for human communication on social media in light of the Corona pandemic?
- What are the gratifications achieved from the use of social media in human communication during the of Corona pandemic?

This study relied on a transverse sample of families in the Wilaya of Touggourt, whose number is estimated at 60 individuals, divided into 12 families, each family has 5 members.

This study, concluded several results, including:

- Most of the sample members use social networks from 6 to 10 years and use them permanently in light of the Corona pandemic, and most of them prefer the chat service during the communication process.
- Most of the sample members rely on social networks to obtain information and news in light of the Corona pandemic in - that communication networks contributed to strengthening human communication through communication with a quarter of individuals and bridging the distances between them under the Corona pandemic I.

Keywords: social networks, human communication, Janda Kraut.

الصفحة	فهرس المحتويات
	الآية
v	شكر وتقدير
	إهداء
v	فهرس المحتويات
v	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس الملاحق
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
4	المبحث الأول : موضوع الدراسة
4	المطلب الأول : تحديد الإشكالية
6-5	المطلب الثاني : أسباب اختيار الموضوع
6	المطلب الثالث : أهداف الدراسة
7-6	المطلب الرابع : أهمية الدراسة
11-7	المطلب الخامس : مفاهيم و مصطلحات الدراسة
11	المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة
13 12	المطلب الأول : نوع الدراسة منهج الدراسة
15 13	المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات
15	المطلب الثالث : صدق و ثبات أدوات جمع البيانات
16	المطلب الرابع : مجتمع البحث و عينة الدراسة
17	المطلب الخامس : مجالات الدراسة

17 20	المبحث الثالث : المدخل النظري للدراسة
20 -17	المطلب الأول : البناء النظري
34 -21	المطلب الثاني : الدراسات السابقة
الفصل الثاني : الجانب التطبيقي	
38 -36	المطلب الأول: عرض و تحليل و تفسير بيانات الدراسة
87-83	المطلب الثاني : نتائج الدراسة
88 - 87	المطلب الثالث : مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة
89-88	المطلب الرابع: مناقشة النتائج في ضوء النظرية (الاستخدامات و الاشباعات)
90	المطلب الخامس: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
92	خاتمة
96 -95	قائمة المراجع
97	
-101	
102	الملاحق

هرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
36	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	1
37	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	2
38	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الرتبة في الأسرة	3
38	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	4
39	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	5
40	جدول يوضح مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	6
41	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب استخدامهم لأسماء حقيقية أم مستعارة	7
43	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب اللغة التي تم استخدامها عبر شبكات التواصل الاجتماعي	8
44	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	9
45	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	10
47	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب الوسيلة المستخدمة لفتح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	11
48	جدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب الشبكة الأكثر استخداما في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا	12
50	جدول يوضح مناقشة أفراد العينة لموضوعات تتعلق بجائحة كورونا مع أشخاص آخرين على شبكات التواصل الاجتماعي	13
51	جدول يوضح ثقة أفراد العينة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	14
-52 53	جدول يوضح طبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	15

54	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل بالشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	16
55- 56	جدول يوضح توزيع العينة حسب الأنشطة التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	17
57	جدول يوضح توزيع العينة حسب دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	18
58	جدول يوضح اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار .	19
59- 60	جدول يوضح طبيعة المعلومات و الأخبار التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	20
61	جدول يوضح شبكات التواصل الاجتماعي المعتمدة في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا	21
62	جدول يوضح الدافع من وراء استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا	22
64	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت جوا اجتماعيا و تواسلا بين الأفراد في ظل جائحة كورونا	23
65	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت جوا اجتماعيا و تواسلا بين الزملاء و الأصدقاء في ظل جائحة كورونا	24
66	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة في ظل جائحة كورونا	25
67- 68	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية و الثقافية و الدينية	26
69	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فرص التسوق و البيع الإلكتروني .	27
70	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت اشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر	28
71- 72	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت لأفراد العينة بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي	29
73	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تقريب المسافات بين الأفراد في	30

	ظل جائحة كورونا	
74	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في خلق جو من الحوار و تبادل الآراء حول جائحة كورونا	31
-75 76	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة بين الأفراد في ظل جائحة كورونا	32
77	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى في ظل جائحة كورونا	33
78	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت بالتواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا	34
80	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تسهيل التواصل ورؤية أفراد العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولايات أو دول أخرى	35
81	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت باكتشاف العديد من العائلات الفقيرة و المعوزة المتضررة من جائحة كورونا	36
82	جدول يوضح مواقع التواصل الاجتماعي المساهمة في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا	37

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
36	يمثل دائرة نسبية لمتغير الجنس	01
37	يمثل دائرة نسبية لمتغير السن	02
38	يمثل دائرة نسبية للرتبة في الأسرة	03
38	يمثل دائرة نسبية لمتغير للحالة الاجتماعية	04
39	يمثل دائرة نسبية لمتغير للمستوى التعليمي	05
40	يمثل أعمدة بيانية لمدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	06
42	يمثل أعمدة بيانية بحسب استخدامهم لأسماء حقيقية أم مستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي	07
43	يمثل أعمدة بيانية للغة التي تم استخدامها أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي	08
44	يمثل أعمدة بيانية حسب لاستخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	09
46	يمثل أعمدة بيانية للفترات المفضلة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	10
47	يمثل أعمدة بيانية للوسيلة المستخدمة لفتح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	11
49	يمثل أعمدة بيانية للشبكة الأكثر استخداما في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا	12
50	يمثل أعمدة بيانية لمناقشة أفراد العينة لموضوعات تتعلق بجائحة كورونا مع أشخاص آخرين على شبكات التواصل الاجتماعي	13
51	يمثل أعمدة بيانية لثقة أفراد العينة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	14
53	يمثل أعمدة بيانية لطبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	15

54	يمثل أعمدة بيانية للخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل بالشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا	16
56	يمثل أعمدة بيانية للأنشطة التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا	17
57	يمثل أعمدة بيانية لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	18
59	يمثل أعمدة بيانية لاعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار .	19
60	يمثل أعمدة بيانية لطبيعة المعلومات و الأخبار التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة	20
61	يمثل أعمدة بيانية لاعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا	21
62	يمثل أعمدة بيانية للدافع من وراء استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا	22
63	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت جوا اجتماعيا و تواسلا بين الأفراد في ظل جائحة كورونا	23
64	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت جوا اجتماعيا و تواسلا بين الزملاء و الأصدقاء في ظل جائحة كورونا	24
67	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة في ظل جائحة كورونا	25
68	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية و الثقافية و الدينية	26
69	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فرص التسوق و البيع الإلكتروني .	27
71	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت اشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر	28
72	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت لأفراد العينة بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي	29

73	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تقريب المسافات بين الأفراد في ظل جائحة كورونا	30
75	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في خلق جو من الحوار و تبادل الآراء حول جائحة كورونا	31
76	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة بين الأفراد في ظل جائحة كورونا	32
77	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى في ظل جائحة كورونا	33
79	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا	34
80	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تسهيل التواصل ورؤية أفراد العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولايات أو دول أخرى	35
81	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت في اكتشاف العديد من العائلات الفقيرة و المعوزة المتضررة من جائحة كورونا	36
83	يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا	37

فهرس الملاحق

الصفحة	الملاحق	رقم
101	قائمة الأساتذة المحكمين	01
102	استمارة الاستبيان المستخدمة في الدراسة	02

مقدمة

إن ما يميز هذا العصر عن العصور الأخرى الانتشار الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، والتي فتحت آفاقا جديدة وأحدث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة ، كما أثرت على كافة أنماط الاتصال الإنساني حيث فتحت مجالات واسعة لتحقيق مصطلح القرية العالمية .

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة ، التي جعلت أفراد المجتمعات يدخلون عالما افتراضيا يتفاعلون من خلاله ، والفضل في ذلك يعود إلى الميزات والخصائص التي تتمتع بها الشبكات الاجتماعية كالسماح بنقل المعلومات وتبادل المعارف والبيانات ، كما ساهمت في تطوير الفكر وأساليب العيش ورفاهية الإنسان وسهولة البحث عن أشخاص لهم اهتمامات ومصالح مشتركة ، وألغت الحدود المكانية والزمانية فأصبح بإمكان الأشخاص التواصل فيما بينهم مهما بعدت المسافة بينهم ومهما اختلفت ثقافتهم ومبادئهما الاجتماعية ، إضافة إلى أنها تتيح لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية . وتدرجيا فقد احتلت شبكات التواصل الاجتماعي جزءا أساسيا في حياة الناس وفرضت نفسها في جميع مجالات حياتنا .

ومع تطور فيروس كورونا وانتشاره بشكل واسع على مستوى العالم ، اضطرت كل الدول إلى اللجوء إلى استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي لاحتواء هذه الجائحة ، حيث أصبحت الحل البديل والأنسب لتجاوز الأزمة ، وتقوية العلاقات الاجتماعية ، بعد إجراءات الحجر المنزلي الاحتياطي أو حظر التجوال التي اتخذتها العديد من الحكومات ، فأصبحت هي المنتفس الرئيسي لجميع الأفراد كوسيلة للتواصل ووسيلة للحصول على المعلومات والأخبار .

لذا جاءت هذه الدراسة لتحاول معرفة كيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا معتمدين في ذلك على خطة دراسية تضم فصلين ، الفصل الأول " كإطار

منهجي " ، واندرجت تحته الخطوات المنهجية للدراسة من إشكالية الدراسة و تساؤلاتها وأهدافها وأهميتها كمبحث أول ، مع عرض الإجراءات المنهجية من خلال تحديد المنهج المتبع و حدود الدراسة و أدوات جمع المعلومات لتأكيد الدراسة كمبحث ثاني ، وكذا المدخل النظري من نظرية ودراسات سابقة كمبحث ثالث.

أما الفصل الثاني من الدراسة خصص ل " الجانب التطبيقي " حيث تم فيه عرض وتحليل البيانات واستخلاص النتائج ومناقشتها وأخيرا وضع خاتمة الدراسة وقائمة المراجع و الملاحق ،أملين بذلك أن نفتح بعض الآفاق البحثية ،التي تثنى البحث العلمي والأكاديمي على السواء في المستقبل من خلال أبحاث أخرى حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل الأزمات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول : موضوع الدراسة

المطلب الأول : تحديد الإشكالية

المطلب الثاني : أسباب اختيار الموضوع

المطلب الثالث : أهداف الدراسة

المطلب الرابع : أهمية الدراسة

المطلب الخامس : تحديد المفاهيم والمصطلحات

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول : نوع الدراسة ومنهج البحث

المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات

المطلب الثالث : إجراءات الصدق والثبات

المطلب الرابع : مجتمع البحث وعينة الدراسة

المطلب الخامس : مجالات الدراسة

المبحث الثالث : المدخل النظري للدراسة

المطلب الأول : البناء النظري

المطلب الثاني : الدراسات السابقة

المبحث الأول : موضوع الدراسة.

المطلب الأول : تحديد الإشكالية.

يعتبر الإنسان اجتماعيا بطبعه. يولد مدفوعا نحو الاتصال ليفهم البيئة المحيطة به فيؤثر ويتأثر بها، وبهذا يسعى إلى إقامة علاقات مع الأفراد المختلفين قصد تبادل المنافع وإشباع حاجات كل فرد .

يمكننا النظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل المعلومات والخبرات والاتجاهات من شخص إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى، وقد تطورت أساليب الاتصال بتطور المجتمعات البشرية من استخدام الإشارات إلى الكتابة كوسيلة لنقل الحقائق والأفكار وهذا ما أدى إلى التطور التكنولوجي والعلمي وظهور أساليب أخرى متطورة .

وبمرور الأزمنة خلق هذا التطور نوعا جديدا من الإعلام ،سمي الإعلام الجديد أو البديل الذي أحدث نقلة نوعية في مجال الإعلام ،وثورة في مجال الاتصال ،و من أبرز ما جاء به الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي " ك "الفيسبوك والتويتر ولينكدان وانستغرام وبينترست وفي كي ،فليكر، سناب شات، فاين، وات ساب.... " وغيرها من الشبكات،وقد ساهمت وسائل الاتصال الجديدة بأبعادها المتداخلة في تغيير أنماط التفاعل داخل المجتمعات ،واتضح عمق تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة كورونا في العالم بداية 2020.

والجزائر على غرار عدة دول تأثرت بهذا الفيروس المعدي الذي يضرب الجهاز المناعي قصد تدمير نوع معين من الخلايا فهو ينتقل بسرعة كبيرة من شخص إلى آخر مما جعل أفراد المجتمع تحت ضغط

كبير وخوف نتيجة الانتشار ونتيجة الحجر المنزلي التي قامت به الدولة كإجراء وقائي للمحافظة على حياة الأفراد ،ولهذا كانت لنا الحاجة للبحث في هذا المجال وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي :

كيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا ؟

والتي تندرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مفردات عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟

- ما هي دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟

- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا؟

المطلب الثاني : أسباب اختيار الموضوع.

لم يكن اختيار الموضوع بالأمر الاعتيادي، كما أنه لم يخضع لأسباب عارضة، بل كان نتيجة لقناعة شخصية مبنية على أسباب موضوعية و ذاتية.

✓ الأسباب الذاتية :

- الرغبة في دراسة هذا الموضوع الذي نعتبره يساير المستجدات التي تحدث في العالم اليوم.
- الرغبة الذاتية في معرفة مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا.

- السعي لتزويد مكتبتنا الجامعية بهذه الدراسة لتكون بمثابة أرضية خصبة تمهد للدراسات الجديدة في ذات الموضوع مستقبلا.

✓ الأسباب الموضوعية :

- يعتبر موضوع الدراسة حيويًا و حديثًا إلى جانب قلة الدراسات المتعلقة بمجال الاتصال الإنساني.

- انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في ظل جائحة كورونا.

- موضوع الدراسة ذو صلة بتخصص الإعلام والاتصال.

المطلب الثالث: أهداف الدراسة.

يعتبر مجال البحث العلمي مجالًا واسعًا تختلف أهدافه ومعانيه . ولذا تبيننا هذا الموضوع لإزالة

الغموض مما استوجب علينا التقرب أكثر ووضع الأهداف التالية :

● التعرف على عادات و أنماط استخدام مفردات عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

● الكشف عن دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

● التعرف على الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى مفردات العينة في ظل الجائحة.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة.

تتمثل أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته في ظل الظروف التي عاشها العالم

أجمع منذ نهاية سنة 2019 وبداية انتشار فيروس كورونا على نطاق واسع . وتكمن كذلك في أنها محاولة

يمكن الاستفادة منها في الحقل العلمي لقلّة الدراسات المشابهة و السابقة للأدوار الجديدة التي تحتلها شبكات

التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني. و كما أنها تساهم في معرفة مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني وكيفية مساهمتها في ذلك في ظل جائحة كورونا. وأنها تساهم أيضا في الكشف عن دور الاتصال الإنساني في زيادة استخدام مواقع الاجتماعية من خلال التفاعل الذي يحدث بين الأفراد حول موضوع الجائحة أو غير ذلك من الموضوعات الاجتماعية أو الاقتصادية و غيرها.

المطلب الخامس: مفاهيم ومصطلحات الدراسة

1.5. الدور :

1.1.5. لغة : دور جمع أدوار و يقصد به المهمة و الوظيفة " قام بدور رئيسي في المعركة " وهو

النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة.¹

2.1.5. اصطلاحا :

يعرف الدور على أنه رباط اجتماعي يحدد توقعات والتزامات تقترن مع المواقع الاجتماعية فهو نتاج

عن عمليات التفاعل التي يبيلورها الأفراد.²

3.1.5. إجرائيا :

نقصد بالدور في هذه الدراسة المهام والمسؤوليات التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز

الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا.

2.5. شبكات التواصل الاجتماعي:

1.2.5. الشبكات لغة :

¹ - أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2008، ص 784.
² - معن خليل شعبان، اللسان العربي مصطلحات في الإعلام، اللسان العربي، عمان، ط1422، ص93.

من مصدر فعل يشبك شبكا ويشبك الشيء: أي أدخل بعضه في بعض ،وتشبكة الأمور اختلطت

والشبكة هي خيوط متداخلة في بعضها البعض ينصبها الصياد في البحر أو للطيور .¹

2.2.5. التوصل لغة :

" يرجع معنى هذه الكلمة في اللغة إلى مادة وصل : وصل الشيء بالشيء وصلًا، وصلته، وصالة،

ووصل الشيء إلى الشيء، وصولًا :بلغه و انتهى إليه ".²

3.2.5. تعريف الاجتماع لغة :

بالنظر إلى مادة (جمع) نجد أن الجيم و العين أصل واحد يدل على نظام الشيء.³

4.2.5. شبكات التواصل الاجتماعي اصطلاحا :

تعرفها هبة محمد خليفة : "بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة

من المعارف والأصدقاء ،كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض ،وتمكنهم من التواصل

المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم ".⁴

¹ - صالح بلخيري ،الشبكات المحلية : الشبكة المحلية لجامعة المسيلة نموذجا ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات ،جامعة منتوري بفسنطينة ،كلية علوم الإنسانية والاجتماعية،جوان 2005.ص 26.

² - الطاهر أحمد الزاوي،مختار القاموس،الدار العربية للكتاب، ليبيا، تونس، ص 159

³ - أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، معجم مقاييس اللغة، تحقيق، عبد السلام محمد هارون، ج6 كتاب الواو مادة وصل، ص 726

⁴ - محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، - الدنمارك : الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012، ص

5.2.5. إجرائيا شبكات التواصل الاجتماعي :

عبارة عن مواقع إلكترونية عبر شبكة الأنترنت تتيح للأفراد التواصل فيما بينهم، و تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي والكتابي وتبادل الصور مما يعزز العلاقات الاجتماعية والتواصل الإنساني فيما بينهم.

3.5. التعزيز:

1.3.5 لغة:

يعرف مصطلح عزز في اللغة العربية على أنه قوي الشيء و اشتد.¹

2.3.5. التعزيز اصطلاحا:

يعرف التعزيز بأنه " تمكين وتطوير القدرات والارتقاء بواقع الإنسان وتوفير الوسائل الثقافية والمادية والمعنوية والتعليمية لتمكينه من المشاركة في اتخاذ القرار ".²

3.3.5. إجرائيا:

نقصد بالتعزيز في دراستنا : تقوية و تطوير و تدعيم السلوك الإنساني من أجل الوصول إلى المستويات المطلوبة وبصورة خاصة دعم الاتصال الإنساني و تنميته في ظل جائحة كورونا من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

4.5. الاتصال الإنساني:

¹ - علي بن هادية و آخرون : القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي ألف بائي، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، ط1، 1983، ص 669 .

² تيسير عبد الحميد أبو ساكور : دور إدارة القدس المفتوحة في تمكين الشباب وتنمية قدراتهم في المجتمع الفلسطيني، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات التربوية و النفسية، المجلد الثاني، العدد السادس، فلسطين 2014، ص 20

هو عملية اجتماعية تركز على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد و الجماعات من خلال بناء رمزي كاللغة و الإشارات . فأساس الاتصال هو التفاعل الرمزي بين البشر، حيث تمثل اللغة نسقا رمزيا يعد المحور الأساسي للاتصال الإنساني.¹

1.4.5. إجرائيا:

هو عملية اتصالية تتم بين مجموعة من الأشخاص عن طريق التفاعل فيما بينهم من خلال المناقشة و الحديث في مختلف القضايا و المواضيع التي تهمهم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

5.5. جائحة كورونا :

1.5.5. الجائحة لغة :

من الجوح وهو الاستئصال، وجاحتهم السنة جوحا و جياحة وإذا استأصلت أموالهم، وسنة جائحة أي جذب، والجائحة : الشدة والنازلة العظيمة التي تجتاح المال من سنة أو فتنة .²

2.5.5. اصطلاحا :

وهي الانتشار العالمي لمرض جديد يشمل العديد من الدول و يشير البعض إلى أن مصطلح " الجائحة " يعني أيضا أن المرض يتحدى السيطرة، وهذا يفسر انتشاره دوليا و عدم انحصاره في دولة واحدة.³

3.5.5. إجرائيا :

هي وباء عالمي يشمل عددا غير قليل من الدول.

4.5.5. كورونا :

¹ - إبراهيم عبد العظيم حسني، الاتصال الإنساني : مفهومه و عناصره الأساسية، مركز الدراسات و الأبحاث العلمانية في العالم العربي، لم يذكر مكان النشر، 2021، ص 25.

² - جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت، المجلد 02، الإصدار 1993، 03 . ص 431.

³ - أبو الرب، أسامة، مقالة كورونا الجائحة وصف غريب و مرعب فهل حان وقت الهلع ؟ موقع الجزيرة نت ، بتاريخ 2020 /11/3 .

<http://www.aljazeera.net/hews>

فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان و الإنسان . و من المعروف أن عددا من فيروسات كورونا سبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد¹.

5.5.5. جائحة كورونا :

الجائحة هي وباء على الصعيد العالمي، أي الزيادة المفاجئة والسريعة في حالات الإصابة بالمرض فوق المعدل المتوقع عادة . في عدة دول أو مناطق بشكل يؤثر على أعداد كبيرة من الناس . كما هو الحال مع "كوفيد 19"².

6.5.5. إجرائيا :

هي جائحة عالمية جارية لمرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد - 19) . اكتشف المرض في ديسمبر 2019 في مدينة ووهان وسط الصين، وقد صنفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 على أنه جائحة.

¹ - [https // WWW.WHO .int / ar / emergencies / diseases / novel / coronavirus](https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel/coronavirus) مارس 23 . 11.56 2019 . 2021

² - رسام حمدي، دليل التغطية الصحفية الجيدة لفيروس كورونا "كوفيد19"، مركز الدراسات والإعلام الاقتصادي، اليمن، 2020، ص 6

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول : نوع الدراسة ومنهج الدراسة

أ/ نوع الدراسة :

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، و تصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.¹

ب/ منهج البحث :

يعتبر المنهج ضروريا في أي دراسة علمية فهو الطريق الذي يستعين به الباحث في موضوعه.

لغة : "هو الطريق ومنه نهج الطريق بمعنى أبانه وسلكه".²

اصطلاحا : يعرف بأنه الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم عن طريق قواعد عامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة.³ ويعرفه أيضا موريس أنجرس بأنه مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى النتيجة.⁴

وباعتمادنا على المنهج المسحي في دراستنا والذي يهدف إلى معرفة دور شبكات التواصل

الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل الجائحة فإن هذا المنهج ملائم لهذه الدراسة.

ويمكن القول بأن المنهج المسحي من المناهج الأكثر استخداما في البحوث الوصفية فهو يحل

البيانات بهدف الوصف والقياس الدقيق لمتغير أو أكثر. وفي العلوم الانسانية ككل، لأنه يمكننا من جمع

¹ -رجاء وحيد دويدري،البحث العلمي،(أساسيته النظرية وممارسته العملية)،دار الفكر المعاصر، لبنان،2000،1،ص 193.

² -ابن منظور :لسان العرب،مجلد الخامس،لبنان،2000،ص 135.

³ -محمد الغريب عبد الكريم :البحث العلمي التصميم والمنهج والإجراءات،كلية الآداب،جامعة أسبوط،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،ط 2،بدون سنة،ص 78.

⁴ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، ط2010،4،ص 282.

الكثير من المعلومات عن ظواهر مختلفة¹. "فالمسح يدرس المتغيرات في وضعها الطبيعي دون تدخل من الباحث وتكون دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية"².

وحسب الباحث ذوقان عبيدات هو المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها ويمكن القول أيضا، بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي³.

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات.

تعد عملية جمع البيانات الركيزة الأساسية لأي بحث علمي، بحيث أن النتائج التي يتوصل إليها الباحث و مدى صحتها و تطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم لأدوات جمع البيانات التي تعرف بأنها مجموعة من الوسائل و الطرق و الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات و المعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معين⁴.

و تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستمارة أو الاستبيان.

ويعرف الاستبيان بأنه أحد وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم⁵.

¹-سعد سليمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة، الأردن - عمان، ط2019، ص1، ص137.

² -محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، مطبعة خالد حسن الطرابيشي، السعودية، بدون سنة، ص. 117. (21)أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص 286.

⁴-محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، ط2، 1999، ص. 47 48.

⁵ -جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، مفاهيمه و أدواته، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن. ط4، 2011، ص. 99.

وأنة كذلك أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على

عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.¹

كما أنه عبارة عن استمارة تتضمن مجموعة معينة من الأسئلة المترابطة و المتعلقة بموضوع البحث،

يتم من خلالها الحصول على إجابات يجري تحليلها لأغراض البحث.²

و قد ضم الاستبيان مجموعة من المحاور و هي كالتالي :

المحور الأول: يضم بيانات صفات العينة متمثلة في الجنس، السن،الرتبة في الأسرة، الحالة

اجتماعية، المستوى تعليمي، وهي البيانات المرقمة من 1 إلى 5 .

المحور الثاني: يضم بيانات حول عادات و أنماط استخدام مفردات الدراسة لشبكات التواصل

الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا و يشمل 11 سؤالاً مرقمة من 6 إلى 17 .

المحور الثالث: يضم بيانات حول دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل

جائحة كورونا و يشمل 5 أسئلة مرقمة من 18 إلى 22 .

المحور الرابع: يضم بيانات حول الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في

الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا و يشمل 15 عبارة مرقمة من 23 إلى 37 .

وتم توزيع الاستبيان على عينة عرضية تمثلت في 60 فرداً من الأسر القاطنة بولاية تقرت وتمت

الإجابة عليها بكل مصداقية، إلا أن بعض من أفراد الأسر لم يجيبوا على الاستمارة أبداً مما اضطررنا إلى

تقديم الاستمارة لأفراد آخرين وتمت الإجابة عليها .

¹ - رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، ط2، 2008 ، ص206

² - خضير كاظم محمد، موسى سلامة اللوزي، منهجية البحث العلمي في إدارة الأعمال، اثناء للنشر والتوزيع، الأردن - عمان ، ط1، 2008، ص103.

المطلب الثاني: صدق وثبات أدوات جمع البيانات.

أعدنا الاستمارة الخاصة بهذا الموضوع المكونة من مجموعة من الأسئلة، و من أجل فحص صدق الأداة استخدمنا نوعين من الصدق و هما:

أ- **صدق المحكمين:** تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين بلغ عددهم ثلاثة محكمين من ذوي الاختصاص في قسم الإعلام و الاتصال بالكلية، المبينين في الجدول كما في الملحق رقم واحد.

وانطلاقاً من ملاحظاتهم و توجيهاتهم تم إعادة ضبط بعض الأسئلة و إجراء التعديلات المناسبة للوصول للاستمارة النهائية

ب- **الصدق الظاهري:** بتوزيع الاستبيان على المبحوثين الذين أجابوا عليها حيث كانت الأسئلة و الفقرات واضحة بالنسبة لهم.

المطلب الرابع : مجتمع البحث وعينة الدراسة**✓ مجتمع البحث :**

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث الدقة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه. و مجتمع البحث هو جميع عناصر الظاهرة التي يدرسها الباحث. فهو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوعاً في البحث¹ ، وقد شمل مجتمع البحث الأسر القاطنة بولاية تقرت والتي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

21- محمد عبد الحفيظ، مصطفى حسين باهي، طرق البحث العلمي و التحليل الإحصائي، مركز الكتاب، مصر، ب ط، 2000 ، ص

✓ عينة الدراسة:

إن الهدف من اختيار العينة الحصول على معلومات من المجتمع الأصلي للبحث و العينة هي انتقاء عدد الأفراد لدراسة معينة تجعل النتائج منهم ممثلة لمجتمع الدراسة ،فالاختيار الجيد للعينة يجعل النتائج قابلة للتعميم على المجتمع حيث تكون نتائجه صادقة.¹

وقد اعتمدنا على العينة العرضية "التي هي في متناول اليد و تعتمد على اختيار الباحث للعينة التي يسهل الحصول عليها فإذا أراد الباحث التعرف على أسباب تفضيل أفراد المجتمع لممارسة نوع نشاط محدد قد يجد من الأيسر اختيار العينة من تلاميذ المدارس المحيطة بالمنطقة التي يقطن بها أو القريبة من مقر عمله ذلك لأنه يستطيع أن يجمع البيانات منها بسهولة " .²

ولقد أخذنا عينة تتكون من 60 مفردة تم تقسيمها على 12 أسرة في كل أسرة 5 أفراد

لمطلب الرابع: مجالات الدراسة

✓ المجال الموضوعي:

تمثل متغيرات الدراسة في المتغير التابع الذي هو الاتصال الإنساني و المتغير المستقل المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ المجال الزمني:

زمن إجراء الدراسة هو الموسم الجامعي 2020/2021، بداية من جانفي إلى غاية جوان 2021.

² -فاطمة عوض صابر،ميرفت علي خفاجة،أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2002،ص

✓ المجال المكاني :

يتمثل المجال المكاني في البيئة التي يقوم الباحث بتحديدتها، و المجتمع المراد دراسته يكون في منطقة جغرافية معينة وعلى هذا الأساس اخترنا ولاية تڤرت لتكون مكانا للدراسة.

المبحث الثالث: المدخل النظري

المطلب الأول: البناء النظري

إن هذه الدراسة "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا"، لا يمكن الوصول إلى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد إلى مدخل نظري معين من نظريات الإعلام والاتصال من شأنها أن تقدم لنا نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا من خلال تتبع فرضياتها والاستفادة منها وأيضا من خلال ما توصلت إليه ،وعليه ارتأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية (الاستخدامات و الإشباعات) من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولا وخدمة لموضوع دراستنا .

نظرية الاستخدامات والإشباعات :

لنقرب المفهوم أكثر لنظرية الاستخدامات والإشباعات لآبد من شرح مصطلحات النظرية .

✓ الاستخدام : هو تلك الممارسات الاجتماعية التي تصبح عادية في إطار ثقافة معينة من خلال الممارسة وإعادة الممارسة في النشاط نفسه إلى جانب عوامل الأقدمية المتعلقة بالفعل الممارس، إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية لتحقيق أهداف محددة وتتعلق هذه الممارسات بالطابع الخاص الذي

يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل والأدوات والخدمات وهذا ما يعكس مجموعة من الدلالات الثقافية

المركبة التي تتأسس على إطار الحياة اليومية.¹

✓ **الإشباعات:** الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمات أيضا على الحال

التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فالتراكم

والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض

التنبيه كأنه لذة.²

حيث تقوم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة³، فمن منظور

الاستخدامات لم تعد الجماهير مستقبليين سلبيين لوسائل الإعلام الجماهيري، وإنما يختار الأفراد وسائل

الاتصال التي يرغبون بالتعرض لها بوعي من حيث المضمون الذي يتوافق مع حاجاتهم النفسية

والاجتماعية من خلال القنوات والمعلومات الترفيهية المتاحة.⁴

فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي

على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام

⁵. إذ أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تركز على تأثيرات وسائل الاتصال بحياة الناس، في حين أصبح

التركيز الأساسي على ما يفعله الأفراد بوسائل الاتصال، بحيث أن هناك فرقا بين بحوث التأثيرات التي

¹ –André Akoun pierre Ansar, **Dictionnaire de sociologie**, le robert et le seuil, paris, 1999, p 56.

² – محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر، مصر، 2014، ص 4875.

³ – نضال فلاح الضلاعين وآخرون، **نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري**، دار الإعصار للنشر وتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص 245.

⁴ – محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010، ص 297 .

⁵ – حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998، ص 239.

تركز على التأثيرات التي يقصدها القائم بالاتصال وبين بحوث الاستخدامات والإشباع والتي تركز على

التأثيرات التي يقصدها الجمهور الذي يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري.¹

كما أن النظرية اعتمدت على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، هي الكشف عن كيفية استخدام الأفراد

لوسائل الاتصال. والكشف عن دوافع الاستخدام والتأكيد على الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج

التي يتم التوصل إليها. وتقدم شبكات التواصل الاجتماعي عدة إشباعات مثل إشباع المحتوى، الإشباع

الاجتماعي وإشباعات الاتصال.²

ويرى (كاتز وزملاؤه) أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على مجموعة من الفروض

الأساسية وهي :

- أعضاء الجمهور يتفاعلون في العملية الاتصالية عن طريق استخدامهم لوسائل الاعلام بغية تحقيق

أهدافهم.³

- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي

يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي أختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته.⁴

- يقوم الجمهور بالدور الرئيسي في اختار مضمون الرسائل التي تشبع حاجاته . فالأفراد هم من

يستخدمون وسائل الاتصال وليست الوسائل هي من تستخدم الجمهور.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل

الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.¹

¹ - عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي، دمياط، 2005، ص 27.

² - فضيل دليو، الإتصال مفاهيمه ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 177.

³ -مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الإتصال، دار حامد، عمان، ط1، 1436 هـ - 2015، ص 215.

⁴ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004، ص 284.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الوسائل فقط.²

✓ إسقاط النظرية على الدراسة الحالية:

تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات في دراستنا لتفسير استخدام مفردات عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي انطلاقاً من احتياجات وضروريات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي والجمعي لشبكات التواصل الاجتماعي إلى إشباعها في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا حيث ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباعات في هذا البحث على تحديد مجتمع البحث المستخدم لشبكات التواصل وعادات وأنماط هذا الاستخدام وكذلك التعرف على الدوافع والإشباعات المحققة من استخدامهم لهذه الشبكات.

✓ الاستفادة من النظرية :

- وضحت و شرحت لنا خلفية موضوع الدراسة.
- ساعدتنا في تحديد مسار البحث.
- ساعدتنا في تحليل نتائج البحث وفي مناقشة نتائج الدراسة.

المطلب الثالث: الدراسات السابقة

لقد اعتمدنا لإنجاز هذا البحث على مجموعة من الدراسات التي لها ارتباط بشبكات التواصل الاجتماعي وبالذات الذي تلعبه، ولو أنها تقريبا لم تعالج موضوعنا تعزيز الاتصال الإنساني إلا أنها تعرضت بصفة عامة لمتغير العلاقات الاجتماعية ، ولأثر مواقع التواصل الاجتماعي .. وغيرهما من المتغيرات.

¹ -محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، العالمية للنشر والتوزيع، بدون بلد، ط1، 2003، ص 254.

² -كمال الحاج، نظريات الاتصال والإعلام، منشور الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ، 2020، ص 94.

❖ الدراسات الوطنية:

• الدراسة الوطنية الأولى :

مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية : دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة قسم العلوم الإنسانية، الموسم الجامعي: 2011، 2012.

انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها:

- ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الأسرية ؟

تفرعت عنها تساؤلات :

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى الجزائريين ؟

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك ؟

- كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

هدفت الدراسة إلى:

- الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك .

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي و استخدمت أداتي الاستبيان و الملاحظة . أما مجتمع البحث هو مستخدمو موقع الفيسبوك في الجزائر . و اختارت هذه الدراسة العينة القصدية.

- توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج:

المنهجي للدراسة

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام "الفايسبوك" ، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات و الدردشة بالدرجة الأولى .
 - يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفايسبوك" بدافع التواصل مع الأهل و الأصدقاء إلى جانب التنقيف
 - بينت النتائج أن هنالك فروق دلالة إحصائية بين استخدام الذكور و الإناث:
 - أن المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفايسبوك "
 - أسفرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع "الفايسبوك" يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، و في تفاعل المستخدمين مع أسرهم و أقاربهم و أصدقائهم كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي
- تعقيب على الدراسة:**
- تناولت دراستنا متغير الاتصال الإنساني بينما تناولت الباحثة نريمان نومان متغير العلاقات الاجتماعية.
 - وتختلف الدراسات في مجتمع البحث فمجتمع البحث للباحثة نريمان نومان هو عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر و مجتمع بحثنا مجموعة من الأسر بمدينة تفرت و كذلك يكمن الاختلاف في أن دراستنا استخدمت أداة الاستبيان فقط لجمع المعلومات و في العينة اعتمدنا على العينة العرضية بينما هذه الدراسة استخدمت أدواتي الاستبيان و الملاحظة و العينة القصدية.
- وقد استفدنا منها في طريقة صياغة التساؤلات والإجراءات المنهجية للدراسة .

الدراسة الوطنية الثانية :

- قامت بها الباحثة لامية طالة بعنوان : أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير
- عن الرأي في الجزائر : دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي منشورة ، الجامعة الجزائرية (03) ،المجلة 04، العدد 02، 2014، ص ص: 379-414.

حيث تمحورت مشكلة البحث حول معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير

عن الرأي في الجزائر.

وقد تفرعت الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟
 - ما هي آراء الباحثين حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟
 - ما هي درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كإعلام بديل عن الإعلام التقليدي ؟.
 - ما هي آراء الباحثين حول القضايا المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي ؟
 - إلى أي مدى تهتم شبكة التواصل الاجتماعي بنشر الأخبار السياسية ومتابعتها؟
- وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم استخدامها على مجتمع بحث من جمهور المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي " الأنترناتيين " بولاية الجزائر العاصمة، عن طريق العينة القصدية المتكونة من 400 مفردة موزعين على 50 مفردة لكل بلدية . بواسطة استمارة متضمنة 4 محاور تم توزيعها من بداية شهر فيفري 2014 إلى غاية شهر مارس من نفس السنة وبعد الفرز تم استبعاد 42 استمارة لعدم صلاحيتها.

حيث خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- وضعت وسائل الإعلام والاتصال البشرية في مواجهة عصر جديد، يستحق أن يطلق عليه عصر سيادة الإعلام، ما يجعل البشرية تعترف بأهمية الدور الحضاري للإعلام فإن ذلك الاعتراف ينطلق من الفهم الإنساني ودوره الفاعل في تحقيق عملية الحوار الإنساني الخلاق، وليس على أساس تحويله إلى قنوات للاستلاب و الوهم والفوضى والتأثير في عقول الناس ومشاعرهم عن طريق الإثارة تشويه الحقائق وتزييفها.

- يمكننا أن ننتبه إلى نقطة مهمة، وهي أن صناعة الإعلام لها مدخلات يعتمد على تنظيم مؤسسي بينما قنوات التواصل الاجتماعي مثل : اليوتيوب - تويتر - الفيسبوك، فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبات الفردية، رغم أن معظم وسائل الإعلام التقليدية أصبحت تعتمد على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة، الانتشار والتفاعلية مع المجتمع.
- إن الإعلام الجديد لم تتضح معالمه بعد من حيث المفهوم الموحد، فعلى الرغم من أنه حدثت نقلة نوعية مقارنة بالإعلام الرسمي التقليدي، اختلاف أشكاله من مواقع الكترونية ومواقع اجتماعية... وغيرها، كما أنه أضاف تغييرا في مفهوم الإعلام القديم وتطوير وسائله المعتادة من الصحافة المرئية المكتوبة والمسموعة .
- المواقع الاجتماعية نجحت في جعل العديد من المستخدمين يتعلقون بها ويدمنون عليها إلى الحد الذي يجعل البعض بمجرد الخروج من هذه المواقع يفكر في الدخول إليها، وهذا الإدمان من شأنه أن يؤثر على حالة الفرد النفسية وكذا على علاقاته مع أهله وأصدقائه فينغمس المستخدم في ممارسات أنترناتيه افتراضية إلى درجة الإنطوائية والشعور أن الحياة خارج الإنترنت هي حياة ثانوية، ويرجع ظاهرة الإدمان على شبكة الإنترنت لعدة أسباب : الملل، الفراغ، الوحدة، المغريات التي يوفرها الانترنت للفرد وغيرها الكثير حسب ميول الفرد. وتعرف كيميرلي يونغ إدمان الانترنت بأنه استخدام شبكة الإنترنت بشكل مطرد تتجاوز الفترات التي حددها الفرد لنفسه.
- إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال المتمثلة بالفيسبوك وتويتر ويوتيوب، يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، إعلام يزوج بين المهنية والصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضا

- يمكن تلخيص موقع شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في عملية التغيير السياسي في 4 أدوار مركزية :

- نجاحها في حشد جمهور وتحقيق الشعبية .
- ساهمت في بروز المواطنة الفاعلة والإيجابية .
- كانت أدوات مضادة للدعاية والإشاعات، كما ساعدت الناس في تحليل البيانات الصادرة عن الحكومة.
- ساهمت في تشكيل وعي جديد من خلال حركة التسييس السريعة والمكثفة وتنسيق حركة المواطنين الميدانية بخلق بيئة اتصالية تغيرت فيها أنماط التواصل الاجتماعي والسياسي.

التعقيب عن الدراسة :

تناولت هذه الدراسة الآثار الناجمة من شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر، بينما تناولت دراستنا الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا، وهنا يكمن الاختلاف في المتغير التابع .

كما أن دراسة الباحثة لامية طالة استخدمت العينة القصدية أو العمدية من المستخدمين الفعليين لشبكات التواصل الاجتماعي في حين اعتمدنا نحن عن العينة العرضية من الأفراد المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي داخل الأسر القاطنة بولاية تفرقت في ظل الجائحة .

وقد استفدنا من هذه الدراسة من حيث طريقة طرح تساؤلاتها الفرعية، ومن المعلومات حول المتغير الأول شبكات التواصل الاجتماعي، وكذا من طريقة تفسيرها وتحليل نتائجها .

الدراسة الوطنية الثالثة:

قامت بها كل من الباحثتين سارة عباسيني، الزهرة عليم، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) على العلاقات الأسرية، صلة الرحم نموذجا : دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2014-2015.

حيث قادتتهما الدراسة لطرح الإشكالية حول : ما أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) على العلاقات الأسرية ؟ صلة الرحم نموذجا، وقد تفرغت الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات وهي :

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي facebook لدى الأفراد ؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الأفراد لموقع الفاييسبوك ؟
- كيف يؤثر استخدام الفاييسبوك على العلاقات الأسرية ؟

مجتمع البحث هم مستخدمو موقع الفاييسبوك في الجزائر-مستغانم، عن طريق العينة العشوائية المتكونة من 100 مفردة من جنسين مختلفين ذكور وإناث بواسطة استمارة الاستبيان خلال يومين 23/22 جانفي 2015 وإجراء مقابلة مع إمام مسجد الإقامة الجامعية للذكور -سيدي مجدوب -مستغانم .

وتم توصلت الدراسة إلى جملة من نتائج وهي :

- تم توصل إلى أن الموقع الأكثر استخداما من طرف الأفراد هو موقع الفاييسبوك بنسبة 80 بالمئة ثم في المرتبة الثانية التويتر بنسبة 12.5 بالمئة أما المرتبة الثالثة يأتي اليوتيوب 7.5 بالمئة أما المرتبة الأخيرة فيأتي ماي سبايس 00 بالمئة .

- تختلف عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك حسب رغبتهم وميولهم الشخصي .
- يتواصل الطلبة مع الأقارب والأهل عبر موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك وخاصة المقيمين في الخارج أو المسافرين بعيدا مثل الدول الأوروبية فإن الفاييسبوك يمكنهم من الاتصال بأهلهم وأقاربهم مجانا صوتا وصورة .

- توصلت الدراسة إلى أن معظم الطلبة يوافقون على أن موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك كفيلاً بتقوية صلة الرحم فهو يقرب المسافات ويقلل الوقت الخاص بين الأفراد الموجودين بالخارج .

تعقيب على الدراسة:

- اعتمدت هذه الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لمعرفة الآثار التي نتجت داخل الأسرة وكيف أصبحت صلة الرحم . أما عن دراستنا فقد انتهزنا الظروف الحالية المرتبطة بجائحة كورونا وقمنا بدراسة الدور الذي لعبته الشبكات الاجتماعية في تعزيز الاتصال الإنساني داخل الأسر فكلنا ركز على متغير مواقع التواصل .
 - كما أن هناك علاقة وطيدة بين صلة الرحم و الاتصال الإنساني، فالاتصال بالأهل و الأقارب يعتبر في نفس الوقت اتصالاً إنسانياً وصلة رحم.
- وقد استفدنا من هذه الدراسة، كونها تماثلت مع دراستنا كثيراً من ناحية استخدامات أفراد الأسر لمواقع التواصل الاجتماعية واستفدنا من منهجها والنظرية التي طبقت عليها والنتائج المتوصل إليها في الدراسة.

▪ الدراسة الوطنية الرابعة :

دراسة الباحثة بن عبود نسرين، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، دراسة ميدانية على عينة من أسر مدينة عين البيضاء، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الموسم الجامعي 2016_ 2017

- انطلقت الدراسة من الإشكالية التي مفادها:
- ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري ؟

- تفرعت عنها تساؤلات هي :

- ما هي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة ؟
- ما هي الدوافع و الإشباعات المحققة للأسرة من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاتصالية داخل الأسرة ؟
- هدفت الدراسة إلى :

- التعرف على عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة.
- الكشف عن الدوافع والإشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة.
- الكشف عن كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي : الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة

المدروسة واستخدمت الدراسة أداتين وهما الملاحظة والاستمارة.

ويشمل مجتمع البحث الأسر القاطنة بمدينة عين البيضاء بولاية أم البواقي وهي الأسر التي تستخدم

مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة العينة القصدية

وكانت نتائج الدراسة :

- تستخدم أسر مدينة عين البيضاء مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، إلا أن هذا الاستخدام غير مقيد بساعة أو بفترة محددة، بغية الدردشة مع الأقارب و الأصدقاء في المواضيع الاجتماعية .
- تستخدم أسر مدينة عين البيضاء مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار و المعلومات المتعلقة بالمشاكل الأسرية والمواضيع الخاصة بطرق التعامل بين أفراد الأسرة، و يكونون بذلك في حالة تركيز تام نظرا لاحتواء هذه المواقع على عناصر الجذب .

- أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري ، و يظهر ذلك من خلال انزعاج الأسرة من أبنائها بسبب الوقت الذي يقضونه في الدردشة عبر هذه المواقع ،لما تتيحه لهم من حرية لا يجدونها في أسرهم .

تعقيب على الدراسة :

- تكمن أوجه الاختلاف بين دراستنا و هذه الدراسة في أن دراستنا تناولت متغير الاتصال الإنساني بينما تناولت دراسة الباحثة بن عبود نسرين متغير الاتصال الأسري ،كما اختلفت في المجالين المكاني و الزماني ،بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات حيث اعتمدت على أداتي الملاحظة والاستبيان ،في حين تناولت دراستنا الاستبيان فقط.

تتشابه دراستنا مع دراسة بن عبود نسرين في المنهج المتبع ،فكلانا استخدمنا المنهج المسحي ،وكذلك في المقترَب النظري.

❖ الدراسة العربية :

دراسة الباحثة حنان بنت شعشوع الشهري ،أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية ،الفايسبوك و التويتر نموذجا دراسة ميدانية من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، مشروع بحث مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ،جامعة الملك عبد العزيز ، 2013.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول أن الشبكات الإلكترونية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث أنها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وتوفر قدرا مناسب للمواقع التي تدعم التواصل من بينها موقعي الفاييسبوك والتويتر من خلال التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام هذه المواقع على فئة تعتبر من أكثر مستخدميها وهن طالبات الجامعة .

تفرعت عن الإشكالية السابقة مجموعة من التساؤلات :

- ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفايسبوك و التويتر ؟
- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفايسبوك و التويتر ؟
- ما الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام الفايسبوك و التويتر ؟
- ما الآثار السلبية الناتجة عن استخدام الفايسبوك و التويتر ؟

و هدفت الدراسة إلى :

- التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفايسبوك و التويتر و علاقتها بمتغيرات (العمر،السنة الدراسية ،عدد ساعات الاستخدام ،طريقة الاستخدام).
 - التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر المواقع المعنية و علاقتها بمتغيرات (العمر،السنة الدراسية ،عدد ساعات الاستخدام ،طريقة الاستخدام).
 - الكشف عن الآثار الإيجابية و السلبية للشبكات الالكترونية على العلاقات الاجتماعية و علاقتها بمتغيرات (العمر،السنة الدراسية ،عدد ساعات الاستخدام ،طريقة الاستخدام).
- اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي و استخدمت أداة الاستبيان. وتكون مجتمع البحث من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة المنتظمات بالدراسة لمرحلة البكالوريوس من الكليات التالية (الآداب والعلوم الإنسانية العلوم،الاقتصاد والإدارة) وقد اقتصرت الدراسة على الإناث دون الذكور نظرا لقلّة الدراسات التي تركز على الفتيات في مجال استخدام الإنترنت عموما و شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا ،إضافة لصعوبة جمع البيانات من الذكور في المجتمع السعودي المحافظ ولضيق فترة إجراء البحث ،والعينة التي استخدمتها الباحثة هي العينة التطبيقية.

توصلت الدراسة إلى :

- من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفايسبوك والتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها في المجتمع.
- أن الطالبات استقدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة و البحث عن صداقات جديدة ، والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا.
- أن لاستخدام الفايسبوك والتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي
- قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.
- وجود علاقة ارتباطيه عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطيه طرديه بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

تعقيب على الدراسة :

- تختلف دراستنا الحالية عن هذه الدراسة ،بداية من العنوان فدراستنا دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا بينما الدراسة السابقة ركزت على أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية ،تختلف كذلك في مجتمع البحث فدراستنا مجتمع البحث هو أسر مدينة تقرت ومجتمع بحث هذه الدراسة طالبات جامعة الملك عبد العزيز
- واختلفت العينة من دراسة لأخرى ففي دراستنا استخدمنا العينة العرضية بينما هذه الدراسة استخدمت العينة الطبقية.
- تتشابه دراستنا مع دراسة الباحثة حنان في كونها استعملت نفس أداة جمع البيانات و هي الاستبان.
- تناولت هذه الدراسة موضوع مهم وهو التكنولوجيا وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية وركزت في تناولها على شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك والتويتر الذي لم نتناوله في دراستنا ،فهي تشبه دراستنا من

ناحية معالجتها لشبكات التواصل الاجتماعي من بينها الفايسبوك وهذا هو جانب استفادتنا من هذه الدراسة.

❖ الدراسة الأجنبية :

قام بها ، Keith N. Hampton et al : بعنوان مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا ، من جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي **pew Internet & American life Project** حيث انطلقت الدراسة من التأثير الاجتماعي للاستخدام الواسع النطاق لمواقع الشبكات الاجتماعية مثل : Face book ، My spce ، Twitter .

حيث طرحت الإشكالية على النحو التالي :

▪ هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية ؟ أم أنها ساعدت بربطهم بآخرين ؟ وقد قرر مركز أبحاث "الإنترنت" Pew و الشبكات الاجتماعية العامة للأشخاص ،ومن خلال المسح الشامل (SNS) لها ،وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة ،التسامح ،الدعم الاجتماعي بأمريكا،المشاركة المجتمعية والسياسية وتم استخدام أداة الاستبيان تم توزيعها على عينة كبيرة من المجتمع الأمريكي ،وإجراء مقابلات هاتفية بطريقة عشوائية من 20 أكتوبر الى 28 نوفمبر 2010 على عينة من الاشخاص البالغين تقدر بـ 2255 للوصول إلى النتائج المطلوبة ،حيث كان مجتمع البحث مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بأمريكا .

وكانت نتائج الدراسة كما يلي :

- من خلال العينة تبين أن 79 % من البالغين الأمريكيين يستخدمون الإنترنت تقريبا، 59 % من مستخدمي الإنترنت يستخدمون موقع واحد من الشبكات الاجتماعية ،إذ يقارب عدد البالغين على الأقل الضعف بنسبة 26 % منهم 34 % من مستخدمي الإنترنت في عام 2008 فقد تراوح متوسط عمر

المستخدمين من 33 إلى 38 سنة في 2010. ونصف المستخدمين البالغين الآن فوق سن 35 وحوالي 56 % من المستخدمين هم الإناث .

- من خلال المسح تبين أن Face book هو الشبكة الاجتماعية الأوسع في الاستخدام ب 92 % في حين يستخدم 29 % Myspace و 18 % يستخدمون Linkedin و 13 % يستخدمون Twitter .
- هناك تباين كبير في استخدام الأشخاص لمختلف مواقع الشبكات الاجتماعية حيث 52 % من مستخدمي Facebook و 33 % من مستخدمي Twitter يلجؤون إليها بشكل يومي . في حين يستخدم 7 % موقع My space و 6 % من مستخدمي Linkedin يفعلون نفس شيء.

وخلصت الدراسة إلى ما يلي :

* 15 % من مستخدمي الفايسبوك يقومون بتحديث صفحاتهم الشخصية .

* 22% يعلقون على منشوراتهم ومنشورات الأشخاص الآخرين .

* 20 % يعلقون على صور الآخرين .

* 26 % يعجبهم مضمون الأشخاص الآخرين .

* 10 % يرسلون رسائل خاصة إلى أشخاص آخرين.

توصلت الدراسة إلى أن الروابط الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية وثقة مما كانت عليه قبل عامين ،وهم أقل عزلة اجتماعيا .ووجدت الدراسة كذلك أن الاستخدام المتكرر لموقع الفايسبوك مرتبط بوجود علاقة وثيقة بين الأفراد . كما وجدت الدراسة أن جزءا صغير فقط من أصدقاء الفايسبوك لم يقابلوا أصدقائهم ولو مرة واحدة فقط .

التعقيب على الدراسة :

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في مجتمع البحث حيث كان مجتمعهم سكان أمريكا في حين دراستنا كانت على أسر ولاية تقرت بالجزائر .

استفدنا من هذه الدراسة في كثير من الجوانب كونها درست مواقع الشبكات الاجتماعية في حياة المجتمع وساعدتنا في معرفة كيف يتم التوصل إلى نتائج إحصائية أكثر دقة .

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

المطلب الأول : عرض وتحليل وتفسير البيانات

المطلب الثاني : نتائج الدراسة

المطلب الثالث : مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات

المطلب الرابع : مناقشة النتائج في ضوء النظرية (الاستخدامات والإشباع

(

المطلب الخامس : مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

الفصل الثاني : الجانب التطبيقي

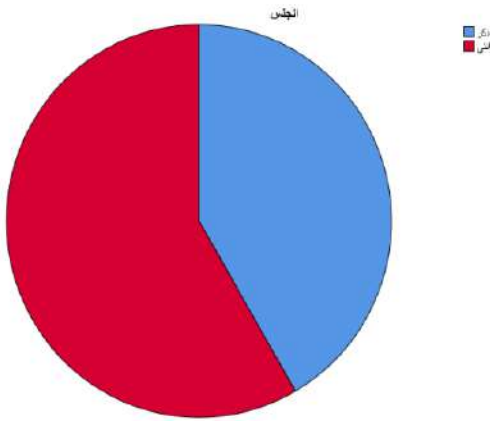
تعتبر عملية تحليل البيانات وتفسير النتائج من المراحل الأساسية التي يعتمد عليها الباحث وهي خطوة تلي عملية جمع البيانات من أفراد العينة ومن خلال هذا الفصل تم الهدف إلى عرض وتحليل ومناقشة البيانات التي جمعت بواسطة استمارة الاستبيان .

المطلب الأول: عرض وتحليل وتفسير البيانات

1-البيانات الشخصية:

جدول رقم (1) : جدول يبين توزيع العينة حسب

متغير الجنس



النسبة	التكرار	الجنس
41.7%	25	ذكر
58.3%	35	أنثى
100%	60	المجموع

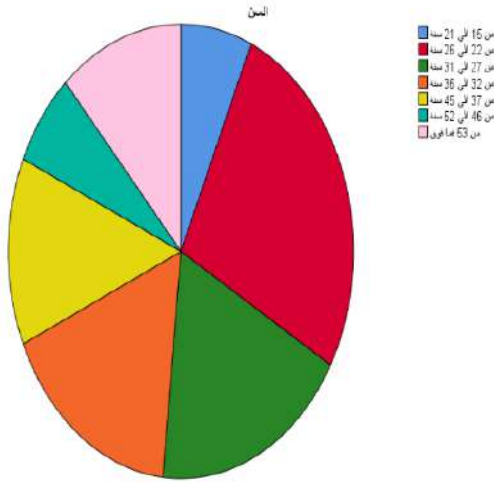
شكل رقم (01) : يمثل دائرة نسبية للجنس

يبين الجدول رقم 1 توزيع العينة حسب متغير الجنس والملاحظ من خلاله تفوق نسبة الإناث على

الذكور حيث بلغت نسبة الإناث 58.3 % وبلغت نسبة الذكور 41.7 %.

وتنسب هذه النتيجة إلى طريقة توزيع الاستبيان الذي اعتمد على الصدفة.

جدول رقم (2): جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن



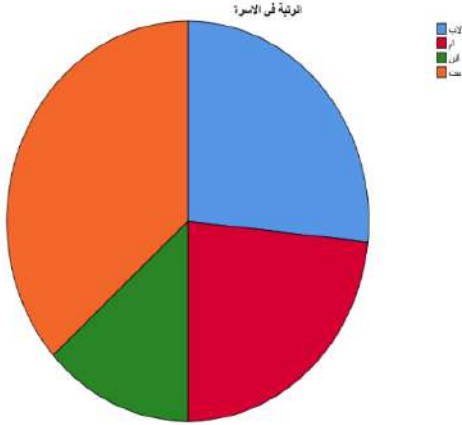
النسبة	التكرار	السن
6.7%	4	من 15 إلى 21
26.7%	16	من 22 إلى 26
18.3%	11	من 27 إلى 31
16.7%	10	من 32 إلى 36
13.3%	8	من 37 إلى 45
6.7%	4	من 46 إلى 52
11.7%	7	من 53 فما فوق
100%	60	المجموع

شكل رقم (02) : يمثل دائرة نسبية للسن

يبين جدول رقم (2) توزيع مفردات العينة حسب متغير السن والملاحظ من خلاله أن الفئة العمرية من (22 إلى 26) سنة هي الفئة الأعلى والتي قدرت ب 26.7 % تليها الفئة العمرية من (27 إلى 31) سنة بنسبة 18.3 %، بعدها الفئة العمرية من (32 إلى 36) سنة بنسبة 16.7 % بينما جاءت الفئة العمرية من (37 إلى 45) بنسبة 13.3 %، يليها الفئة العمرية من 53 فما فوق بنسبة 11.7 % وفي الأخير نجد الفئة العمرية من 46 إلى 52 سنة بنسبة 6.7 % .

جدول رقم (3) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الرتبة في الأسرة

الرتبة في الأسرة	التكرار	النسبة
الأب	16	26.7%
الأم	14	23.3%
ابن	8	13.3%
بنت	22	36.7%
مجموع	60	100%



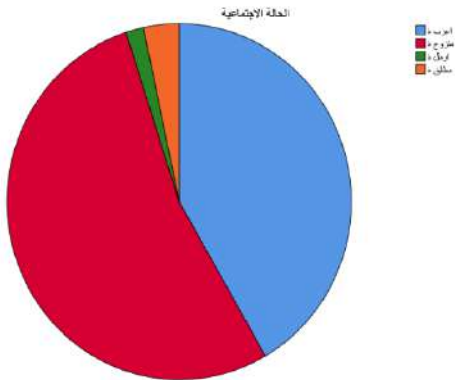
شكل رقم (03) : يمثل دائرة نسبية للرتبة في الأسرة

يبين الجدول رقم (03) توزيع العينة حسب متغير الرتبة في الأسرة وما يلاحظ من خلاله أن النسبة الأكبر قدرت ب 36.7 % للبنات، بعدها الآباء بنسبة 26.7 %، تليها الأمهات بنسبة 23.3 % وفي الأخير نجد نسبة 13.3 % للأبناء.

تنسب هذه النتائج إلى طريقة توزيع الاستبيان الذي اعتمد على الصدفة .

جدول رقم (4): جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

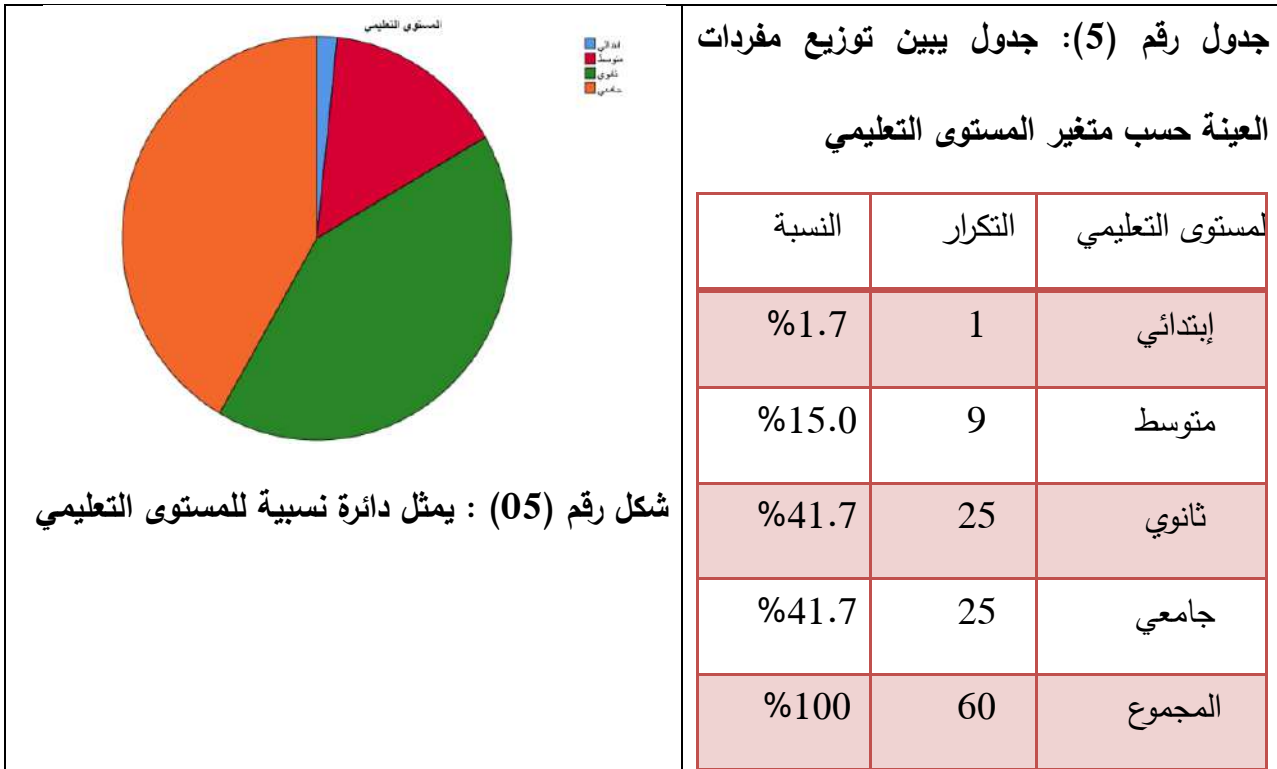
الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب	25	41.7%
متزوج	32	53.3%
أرمل	1	1.7%
مطلق	2	3.3%
المجموع	60	100%



شكل رقم (4) : يمثل دائرة نسبية للحالة الاجتماعية

يبين الجدول رقم 4 توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية والملاحظ من خلاله أن نسبة المتزوجين قدرت ب 53.3 % وبعدها نسبة العازبين بنسبة 41.7 %، تليها نسبة المطلقين قدرت ب 3.3 % و الأخير نجد الأرامل بنسبة قدرت ب 1.7 % .

تنسب هذه النتائج إلى أن توزيع الاستبيان كان بصفة الصدفة .



يبين الجدول رقم (5) توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي حيث نجد أن النسبة الكبيرة تقع في المستوى الجامعي والثانوي وذلك بنسبة 41.7 % ، وبعدها المستوى المتوسط بنسبة 15%، وفي الأخير نجد المستوى الإبتدائي بنسبة تقدر ب 1.7 % .

تنسب هذه النتائج إلى أن توزيع الاستبيان كان بصفة الصدفة .

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام مفردات الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني.

جدول رقم (6) : جدول يبين مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	منذ متى و أنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي
%25.0	15	من سنة إلى 5 سنوات
%26.7	16	من 6 سنوات إلى 10 سنوات
%25.0	15	من 11 سنة إلى 16 سنة
%23.3	14	غير محدد
%100	60	المجموع



شكل رقم (06): يمثل أعمدة بيانية لمدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل

الجدول رقم (6) يبين توزيع العينة حسب مدة استخدام الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي حيث نجد أن أغلبية أفراد العينة استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي من 6 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة 26.7

%، بينما الفئة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي (من سنة إلى 5 سنوات) ومن (11 سنة إلى 16 سنة) بنسبة 2.5 %، و لفترة غير محدد بنسبة 23.3 % .

نفسر هذه النسب أن أفراد العينة بدؤوا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ (6 سنوات إلى 10 سنوات) و ذلك راجع لشهرة المواقع وتطور خدماتها .

و نستنتج أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لم يكن في الوقت الحاضر من قبل المبحوثين وأنه متداول منذ فترات طويلة .

جدول رقم (7) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب استخدامهم لأسماء حقيقية أم مستعارة

النسبة	التكرار	نستخدم في حساباتك على مواقع التواصل الاجتماعي أسماء حقيقية أم مستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي
35.0%	21	حقيقية
41.7%	25	مستعارة
23.3%	14	كلاهما
100%	60	المجموع



شكل رقم (07) : يمثل أعمدة بيانية حسب استخدام أفراد العينة لأسماء حقيقية أم مستعارة على مواقع

التواصل الاجتماعي

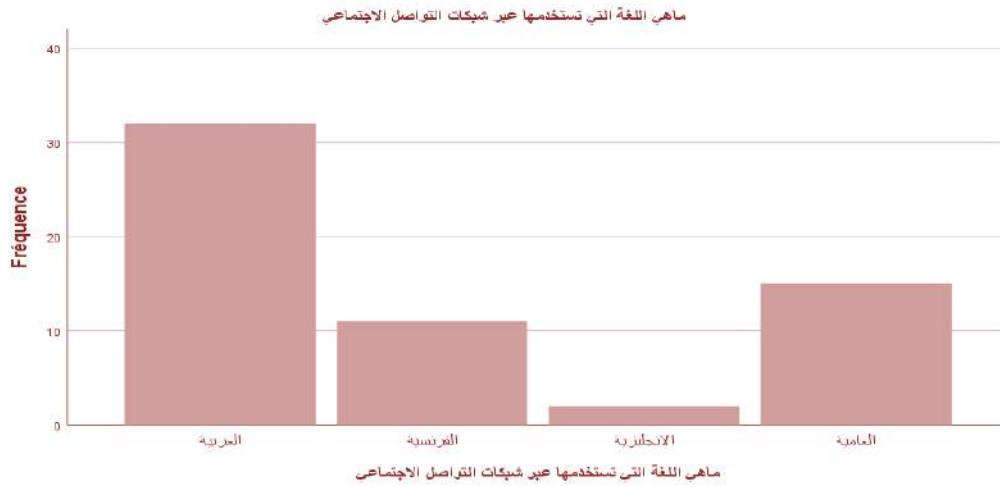
يبين الجدول رقم 7 توزيع مفردات العينة حسب استخدامهم في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي لأسماء حقيقية أم مستعارة . ونجد أن النسبة الأعلى كانت للذين يستخدمون أسماء مستعارة ب 41.7 %، بينما جاءت نسبة الذين يستخدمون أسماء حقيقية 35 % والذين يستخدمون كلاهما بنسبة 23.3 % .

تفسر هذه النتائج أن أغلبية الأفراد يفضلون الاسم المستعار وذلك لكي لا يتعرف عليهم الآخرون، في حين تعود قلة الذين يفضلون الأسماء الحقيقية إلى جديتهم في استخدامهم للموقع .

جدول رقم (8) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب اللغة التي يتم استخدامها عبر شبكات التواصل

الاجتماعي

النسبة	التكرار	اللغة التي تستخدمها عبر شبكات التواصل الاجتماعي
53.3%	32	اللغة العربية
18.3%	11	اللغة الفرنسية
3.3%	2	اللغة الانجليزية
25.0%	15	اللهجة العامية
100%	60	المجموع



شكل رقم (08) : يمثل أعمدة بيانية للغة التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة على شبكات التواصل

الاجتماعي.

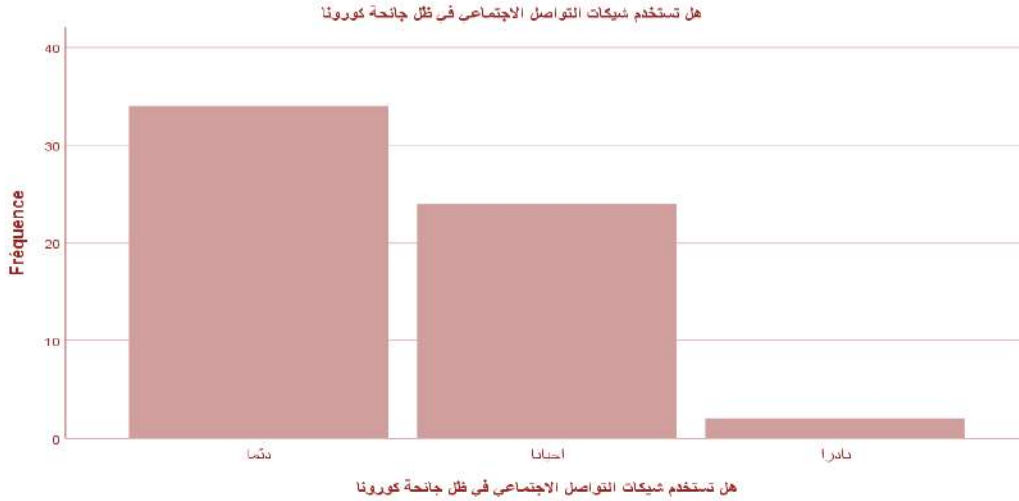
يبين الجدول رقم 8 توزيع مفردات العينة حسب اللغة التي تم استخدامها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمثل الذين يستخدمون اللغة العربية أعلى نسبة وقدرت ب 53.3 %، تليها مباشرة

اللهجة العامية بنسبة 25 % ثم اللغة الفرنسية بنسبة 18.3 % وفي الأخير اللغة الإنجليزية بنسبة 3.3 % .

نفسر هذه النتائج أن معظم أفراد العينة يستخدمون اللغة العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي واللهجة العامية وهذا راجع إلى أن هذه اللغات هي اللغات المسيطرة على شبكات التواصل الاجتماعي نظرا لسهولة فهمها، أما اللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية يعود ذلك لقلة من يفهما وعدم إعطاءها أهمية .

جدول رقم (9): جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا
56.7%	34	دائما
40.0%	24	أحيانا
3.3%	2	نادرا
100%	60	المجموع



شكل رقم (09) : يمثل أعمدة بيانية لاستخدام أفراد العينة الشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا

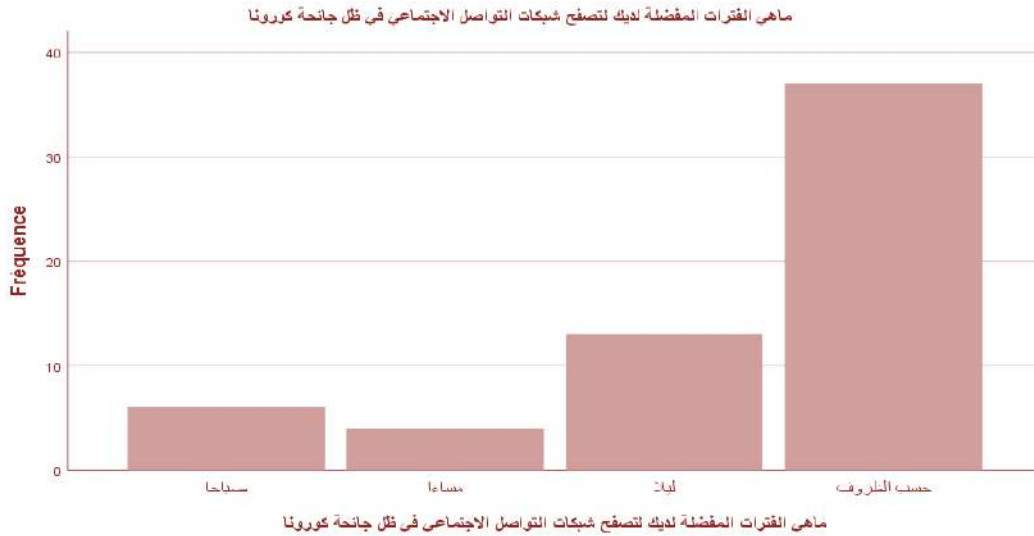
يبين الجدول رقم 9 أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي دائماً بنسبة قدرت 56.7%، تليها نسبة 40% من الأفراد يستخدمون الشبكات الاجتماعية أحياناً و في الأخير نجد أن نسبة 3.3% يستخدمون الشبكات الاجتماعية بصفة نادرة .

وقد يرجع ذلك إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل بصفة كبيرة وسبب ذلك تعودهم عليها وكثرة وقت الفراغ، حيث أصبح الفرد غير قادر على التخلي عنها في حياته اليومية وحاجته لفتح حسابه بصفة دائمة على عكس الأفراد الآخرين الذين يستخدمون هذه الشبكات بين الفترة والأخرى وهذا راجع لعدم اهتمامهم الكبير بها وانشغالهم ببعض الأيتمور الأخرى .

جدول رقم (10) : جدول يبين توزيع مفردات للأفراد حسب الفترات المفضلة لتصفح شبكات التواصل

الاجتماعي في ظل جائحة كورونا

النسبة	التكرار	الفترات المفضلة لديك لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا
10.0%	6	صباحا
6.7%	4	مساء
21.7%	13	ليلا
61.7%	37	حسب الظروف
100%	60	المجموع



شكل رقم (10) : يمثل أعمدة بيانية للفترات المفضلة لتصفح شبكات التواصل في ظل جائحة كورونا

يبين الجدول رقم (10) توزيع مفردات العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح شبكات التواصل

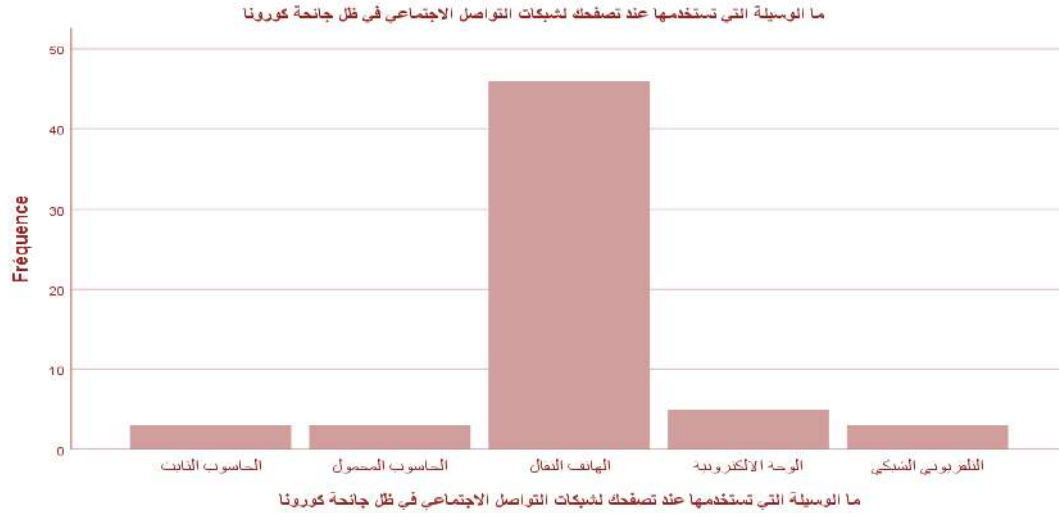
الاجتماعي، حيث أن أغلبية أفراد العينة يفضلون تصفح هذه الشبكات حسب الظروف بنسبة 61.7%،

تليها الفترة الليلية ب 21.7 %، في حين كانت الفترة الصباحية بنسبة 10 %، على خلاف الفترة المسائية التي كانت أقل نسبة ب 6.7 % .

من خلال نتائج الجدول نتبين أن معظم الأفراد يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية نظرا لأن الفرد يتفرغ في هذه الفترة من الكثير من المشاغل مما يسمح له بالإطلاع وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي، في حين البعض الآخر اختار الفترة الصباحية مقارنة بالفترات الأخرى التي قد يكون فيها منشغلا.

جدول رقم (11) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب الوسيلة المستخدمة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا

النسبة	التكرار	الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا
5.0%	3	الحاسوب الثابت
5.0%	3	الحاسوب المحمول
76.7%	46	الهاتف النقال
8.3%	5	اللوحة الالكترونية
5.0%	3	التلفزيوني الشبكي
100%	60	المجموع



شكل رقم (11) : يمثل أعمدة بيانية للوسيلة المستخدمة لتصفح شبكات الاجتماعية في ظل جائحة

كورونا

يبين الجدول رقم 11 توزيع مفردات العينة حسب الوسيلة المستخدمة لتصفح الشبكات الاجتماعية حيث وجدنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال بنسبة 76.7 % لتصفح شبكات التواصل، تليها اللوحة الإلكترونية بنسبة 8.3 % ثم باقي الوسائل (الحاسوب الثابت - الحاسوب المحمول - التلفزيون الشبكي) بنسبة 5 % لكل وسيلة، وقد يرجع هذا إلى امتلاك فئة قليلة من أفراد العينة لها نظرا لارتفاع أسعارها مقارنة بالهواتف الذكية.

وهنا نستنتج أن أغلبية الأفراد يمتلكون هواتف نقالة لأنها ضرورية في حياتهم وسهلت عليهم عملية أخذها إلى أي مكان على عكس الوسائل الأخرى التي من الممكن أن نقول أنها قليلة الامتلاك وبصعب حملها ويمكن الاستغناء عنها .

جدول رقم (12) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب الشبكة الأكثر استخداما في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا

النسبة	التكرار	شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بالنسبة لك في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا
25.0%	15	فيسبوك
8.3%	5	يوتيوب
20.0%	12	انستغرام
16.7%	10	تويتر
25.0%	15	واتساب
5.0%	3	ايمو
100%	60	المجموع



شكل رقم (12) : يمثل أعمدة بيانية لشبكات الأكثر استخداما في الاتصال الإنساني في ظل الجائحة

يبين الجدول رقم 12 توزيع مفردات العينة حسب شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لديهم في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا والملاحظ أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل

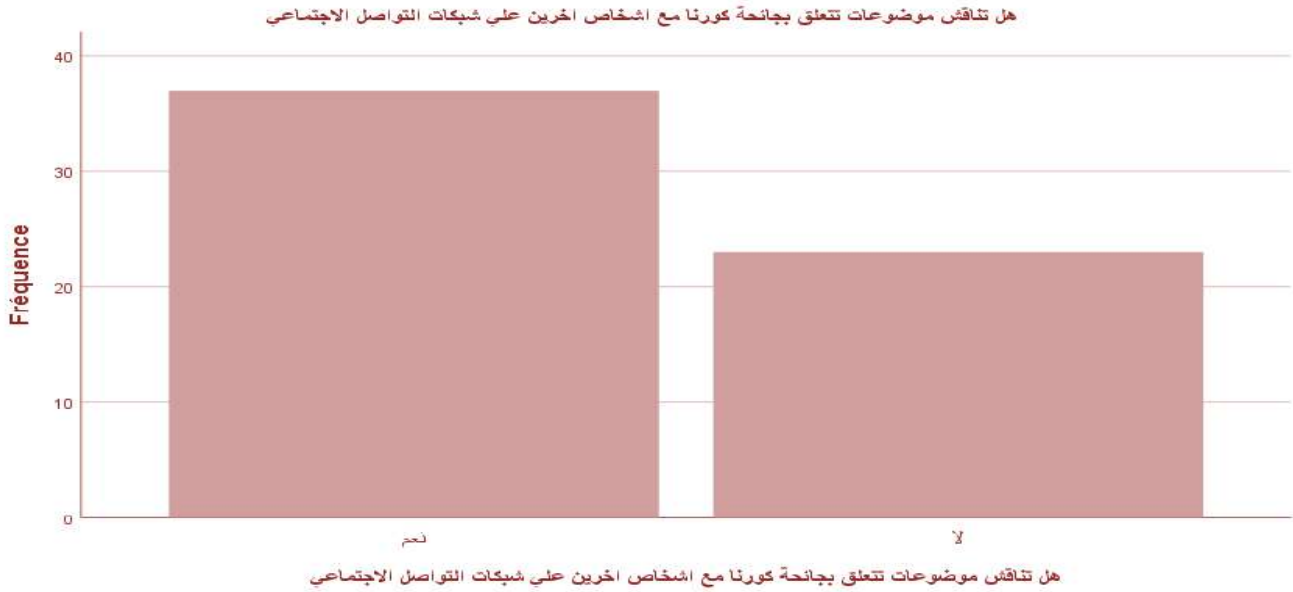
الاجتماعي بنسبة كبيرة لكن الفايسبوك والواتساب يحتلان الصدارة بنسبة 25% لكل واحد منهما ، يليهما الانستغرام بنسبة 20% وبعدها التويتز بنسبة 16.7 %، يليه اليوتيوب بنسبة 8.3 % ثم الإيمو بنسبة 5 .%

تفسر نتائج الجدول رقم 12 أن الأفراد عندما يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي يلجؤون إلى فتح الفايسبوك والواتساب لأنهما موقعين يتوفران على الكثير من الخدمات مثل : الدردشة - التواصل وكذلك لسهولة استخدامهما ،وموقع انستغرام والتويتز وإيمو تستخدمها فئة قليلة نظرا للخصائص التي تتمتع بها هذه المواقع .

جدول رقم (13) : جدول يبين مناقشة أفراد العينة لموضوعات تتعلق بجائحة كورونا مع أشخاص

آخرين على شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	تتعلق بموضوعات تتعلق بجائحة كورونا مع أشخاص آخرين على شبكات التواصل الاجتماعي
61.7%	37	نعم
38.3%	23	لا
100%	60	المجموع



شكل رقم (13) : يمثل أعمدة بيانية لمناقشة أفراد العينة لموضوعات تتعلق بجائحة كورونا على شبكات

الاجتماعية

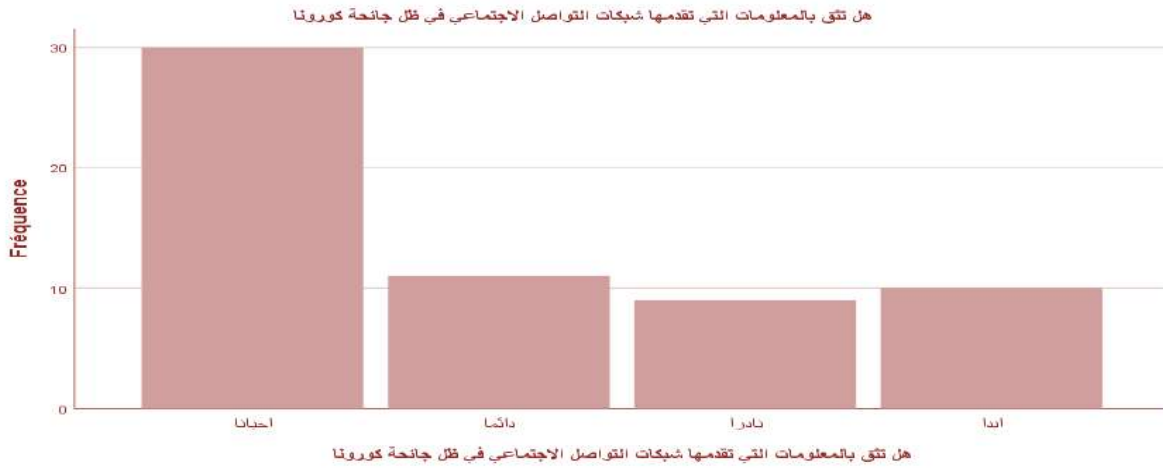
يبين الجدول رقم 13 توزيع العينة حسب مناقشة موضوعات تتعلق بجائحة كورونا و الملاحظ من خلاله أن أفراد العينة في زيارتهم لشبكات التواصل الاجتماعي يناقشون موضوعات تتعلق بالجائحة وذلك بنسبة كبيرة قدرت ب 61.7% وهناك فئة قليلة لا تناقش هذه الموضوعات وتقدر ب 38.3%.

ومن خلال النتائج نلاحظ أن الأفراد المجهلون بنعم يناقشون الموضوعات مع أشخاص آخرين عبر شبكات التواصل بنسبة أكبر حول تطور الجائحة ومعرفة الحلول المقترحة لمختلف المشاكل التي تواجههم حولها، في حين نجد البعض لا يناقشون ذلك لعدم اهتمامهم بها وعدم أخذهم للوباء بمحمل الجد .

جدول رقم (14) : جدول يبين ثقة أفراد العينة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل

جائحة كورونا

النسبة	التكرار	تثق بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا
%50.0	30	أحيانا
%18.3	11	دائما
%15.0	9	نادرا
%16.7	10	أبدا
%100	60	المجموع



شكل رقم (14) : يمثل أعمدة بيانية لثقة أفراد العينة بالمعلومات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية في ظل

الجائحة

يبين الجدول رقم 14 توزيع أفراد العينة حسب الثقة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا ، حيث نجد أن الذين أجابوا أنهم يتقنون بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل

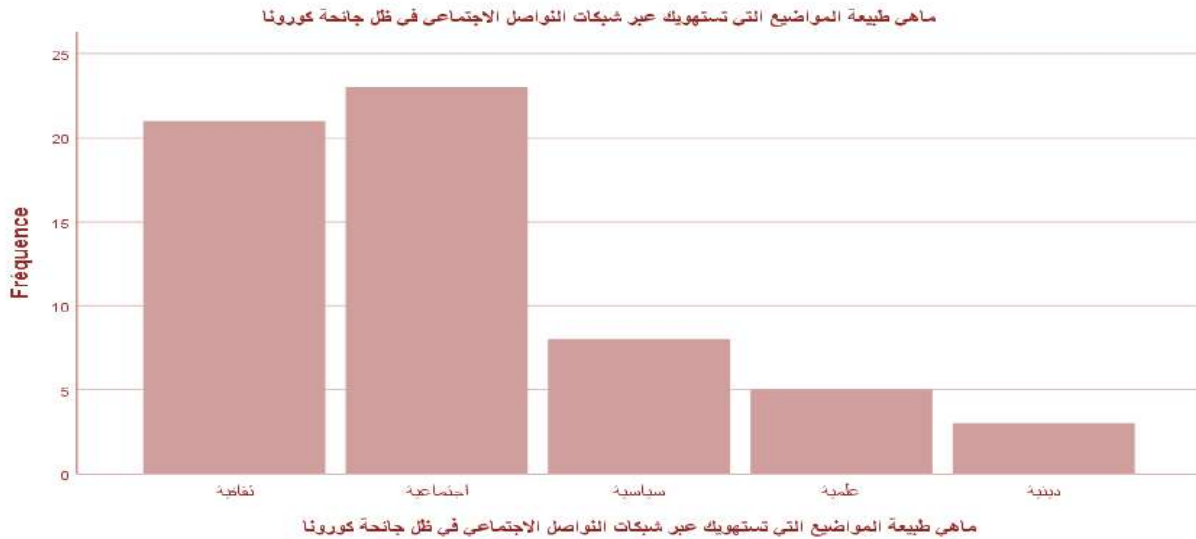
الاجتماعي في ظل جائحة كورونا أحيانا كانت أعلى نسبة حيث قدرت ب 50.0% تليها دائما بنسبة 18.3% ثم أبدا بنسبة 16.7% و في الأخير نادرا بنسبة 15.0%

من خلال نتائج الجدول تبين أن نصف أفراد العينة يتقون أحيانا في المعلومات المقدمة من شبكات التواصل و يرجع هذا إلى أن ليست كل المعلومات التي تقدم صحيحة مهما كان مجالها لأن الإعلام عبر الشبكات دائما يسعى إلى جلب ما هو جديد .

جدول رقم (15) : جدول يبين طبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

في ظل جائحة كورونا

النسبة	التكرار	طبيعة المواضيع التي تستهويك عبر شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا
35.0%	21	ثقافية
38.3%	23	اجتماعية
13.3%	8	سياسية
8.3%	5	علمية
5.0%	3	دينية
100%	60	المجموع



شكل رقم (15) : يمثل أعمدة بيانية لطبيعة المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر شبكات في ظل الجائحة

يبين الجدول رقم 15 أن المواضيع التي تستهوي أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا هي مواضيع اجتماعية حيث حازت على أعلى نسبة و المقدرة ب 38.3%، و تليها مواضيع ثقافية والتي قدرت ب 35.0% بعدها المواضيع الدينية بنسبة 5.0% .

نفس نتائج الجدول بأن أفراد العينة يفضلون المواضيع الاجتماعية التي تهتم بشؤون الحياة للاستفادة من تجارب الآخرين أو الاطلاع على الأوضاع الاجتماعية للجزائريين بصورة عامة، و نجدهم يفضلون المواضيع الثقافية لتقديهم ثقافيا، بالإضافة إلى السياسة لمتابعة الأحداث السياسية على الصعيدين الوطني والعالمي، كما أننا نجدهم يفضلون بنسبة قليلة المواضيع العلمية والدينية حيث يطلعون عليها للاستفادة منها.

جدول رقم (16) : جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل بالشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	الخدمات المفضلة لديك أثناء عملية التواصل بالشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا
10.0%	6	الألعاب
46.7%	28	الدرشة
13.3%	8	التعليق
30.0%	18	مشاهدة الفيديوهات
100%	60	المجموع



شكل رقم (16) : يمثل أعمدة بيانية للخدمات المفضلة أثناء عملية التواصل في ظل جائحة

يبين الجدول رقم 16 توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة من خلال عملية التواصل

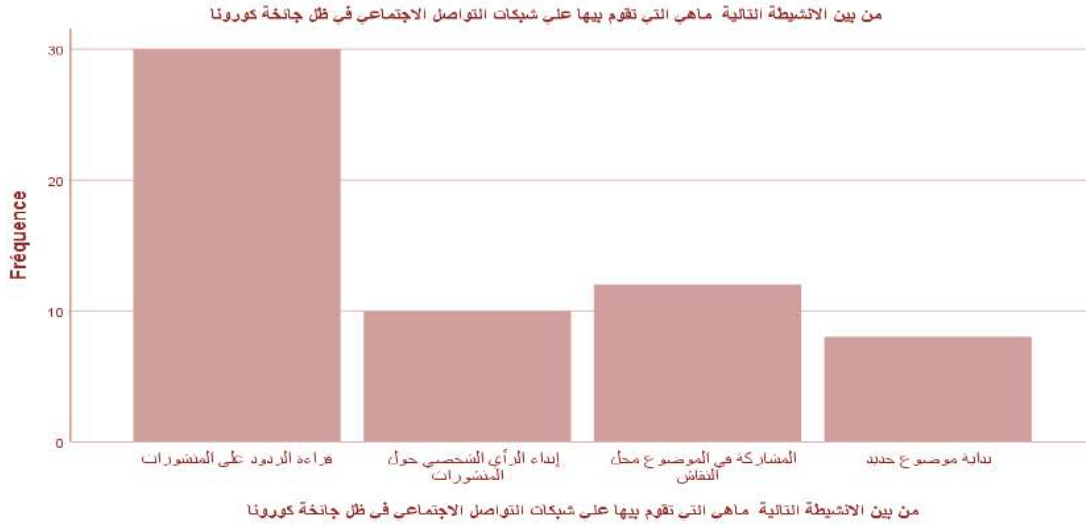
بالشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا، حيث نجد أعلى نسبة كانت 46.7% لخدمة الدردشة، تليها

مشاهدة الفيديوهات بنسبة 30.0% و بعدها خدمة التعليق بنسبة 13.3% و في الأخير خدمة الألعاب بنسبة 10.0%.

نفسر نتائج الجدول من خلال الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي أن الأفراد يفضلون الدردشة بالدرجة الأولى باعتبار هذه الخدمة تسمح لهم بالتواصل مع الأقارب و الأصدقاء و مناقشة الأحداث وأن تكاليف التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقل بكثير من تكاليف المكالمات الهاتفية، كما أنه يمكن الدردشة مع عدد كبير من الأشخاص في نفس الوقت ، إضافة خدمة الدردشة نجد خدمة مشاهدة الفيديوهات باعتبار أن العصر الذي نعيشه هو عصر الصورة، والناس أصبحوا يميل إلى مشاهدة الفيديوهات من ميلهم للقراءة، أما التعليق فقد يكون بإعطاء ملاحظات حول الصور و المنشورات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و الألعاب تأتي بنسبة قليلة و ذلك لتوفرها في الهواتف الذكية أجهزة الألعاب الإلكترونية والحواسيب خارج الخط .

جدول رقم (17) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب الأنشطة التي يقومون بها على شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

النسبة	التكرار	الأنشطة التي تقوم بها على شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا
50.0%	30	قراءة الردود على المنشورات
16.7%	10	إبداء الرأي الشخصي حول المنشورات
20.0%	12	المشاركة في الموضوع محل النقاش
13.3%	8	بداية موضوع جديد
100%	60	المجموع



شكل رقم (17) : يمثل أعمدة بيانية للأنشطة التي تقوم بها أفراد العينة على شبكات التواصل في ظل الجائحة

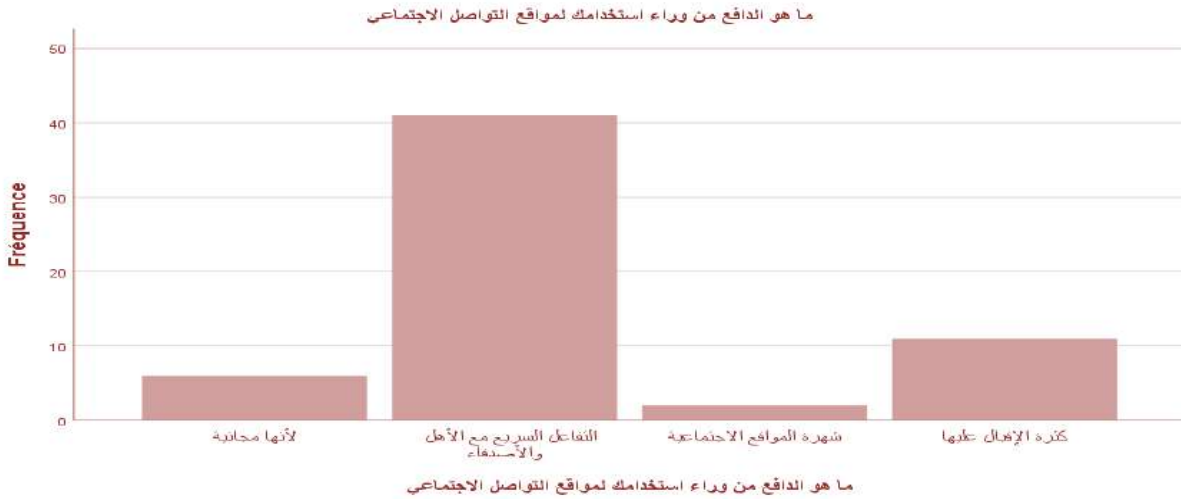
يبين الجدول رقم 17 توزيع مفردات العينة حسب الأنشطة التي يقومون بها على شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، حيث نجد أن قراءة الردود على المنشورات نالت أعلى نسبة و المقدرة ب 50.0%، بعدها المشاركة في الموضوع محل النقاش بنسبة 20.0% تليها إبداء الرأي الشخصي حول المنشورات بنسبة 16.7% ثم بداية موضوع جديد بنسبة 13.3%.

نفس نتائج الجدول أن أفراد العينة يقومون بنشاط قراءة الردود على المنشورات و بدرجة كبيرة و ذلك راجع إلى أنه يجذب انتباههم ربما للاطلاع على وجهات نظر مختلفة حول المنشور الواحد، رغم أن هذا يعتبر نشاطا أكثر سلبية من اتخاذ زمام المبادرة في القيام برد شخصي على المنشور، في حين نجد البعض يقوم بنشاط المشاركة في الموضوع محل النقاش و يرجع هذا إلى كونه يتفاعل مع الموضوع، بعدها إبداء الرأي الشخصي يرجع كذلك للتعبير عن وجهة نظره اتجاه المنشورات، أما بداية موضوع جديد فلكون المستخدم يريد طرح قضايا جديدة تكون محلا للرد أو النقاش.

المحور الثاني : دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا

جدول رقم (18) : جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الدافع من وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي
10.0%	6	لأنها مجانية
68.3%	41	التفاعل السريع مع الأهل و الأصدقاء
3.3%	2	شهرة المواقع الاجتماعية
18.3%	11	كثرة الإقبال عليها
100.0%	60	المجموع



شكل رقم (18) : يمثل أعمدة بيانية لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

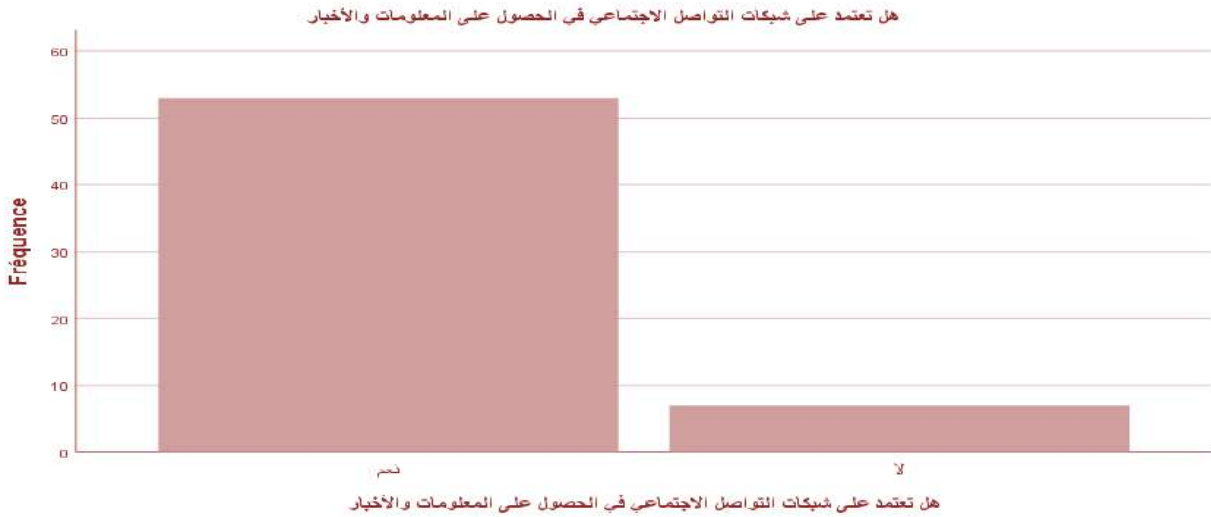
يبين الجدول رقم 18 أن أفراد العينة يدفعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل السريع مع الأهل و الأصدقاء بنسبة 68.3%، و تليها كثرة الإقبال عليها بنسبة 18.3% و بعدها لأنها مجانية بنسبة 10.0% و بعدها شهرة المواقع الاجتماعية بنسبة 3.3%.

و نفس نتائج الجدول أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة هي التفاعل السريع مع الأهل و الأصدقاء بنسبة كبيرة و يرجع ذلك للتحدث و التواصل و الدردشة معهم بسهولة و معرفة أخبارهم

في ظل جائحة كورونا، و بعدها كثرة الإقبال عليها و لأنها مجانية و لشهرة المواقع الاجتماعية و ذلك للتخلص من الروتين ملء وقت الفراغ .

جدول رقم (19) : جدول يبين اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار .

النسبة	التكرار	تمتد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار
88.3%	53	نعم
11.7%	7	لا
100%	60	المجموع



شكل رقم (19) : يمثل أعمدة بيانية لاعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل في الحصول على المعلومات

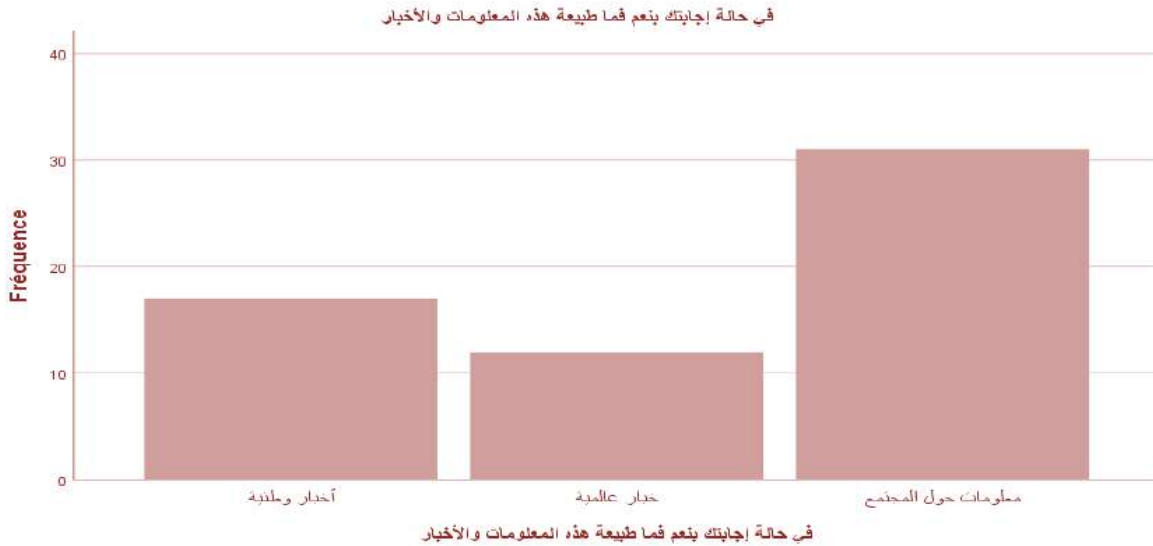
والأخبار

يبين الجدول رقم 19 أن أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار بنسبة أكبر تقدر ب 88.3% و نسبة من لا يعتمدون عليها تقدر ب 11.7% .

و نفس النسبة الأكبر المرصودة في أن الأفراد يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار لسهولة الوصول إلى المواقع و سرعة انتشار الأخبار و المعلومات عبرها و التي تكون عند كل متصفح لها .

جدول رقم (20) : جدول يبين طبيعة المعلومات و الأخبار التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	طبيعة هذه المعلومات و الأخبار
28.3%	17	أخبار وطنية
20%	12	أخبار عالمية
51.7%	31	معلومات حول المجتمع
100%	60	المجموع



شكل رقم (20) : يمثل أعمدة بيانية لطبيعة المعلومات والأخبار التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

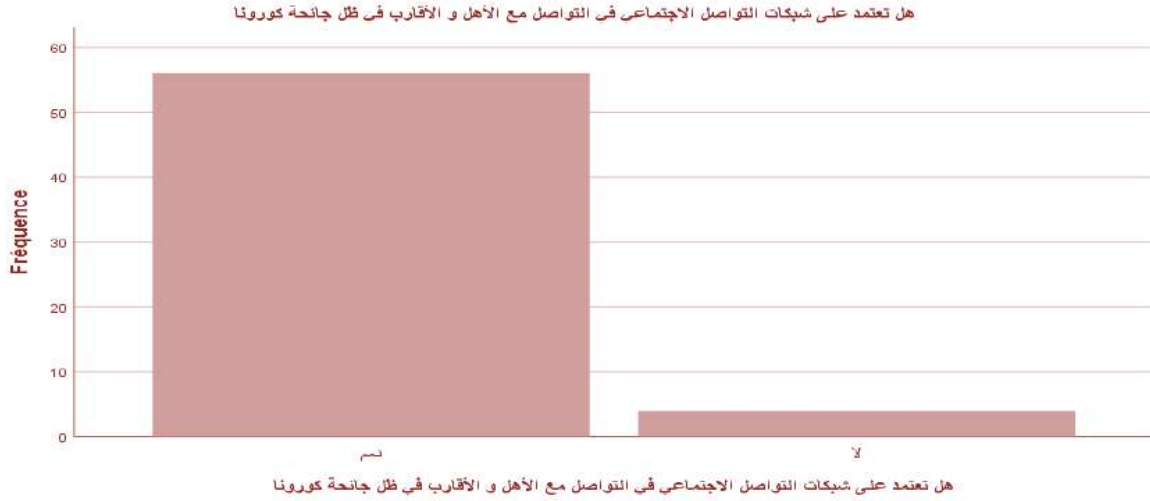
يبين الجدول رقم 20 أن طبيعة المعلومات و الأخبار التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، أن 51.7% من الأفراد يعتمدون عليها للحصول على المعلومات حول المجتمع، بينما نجد 28.3% يعتمدون عليها للحصول على أخبار وطنية، و في الأخير نجد 20% يعتمدون عليها للحصول على أخبار عالمية .

و نفس ذلك أن الأفراد يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول المجتمع بنسبة كبيرة لمعرفة مشاكل و كل ما هو جديد حوله ، بعدها من يعتمدون عليها للحصول على أخبار وطنية و عالمية لمعرفة ماذا يحصل من أحداث على المستوى الوطني و العالمي.

جدول رقم (21) : جدول يبين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب

في ظل جائحة كورونا.

النسبة	التكرار	تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا
93.3%	56	نعم
6.7%	4	لا
100%	60	المجموع



شكل رقم (21) : يمثل أعمدة بيانية لاعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل والأقارب في ظل الجائحة .

يبين الجدول رقم 21 أن أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا بنسبة 93.3% و فئة الذين لا يعتمدون عليها نسبتهم 6.7% .

و نفس النسبة الأكبر أن أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب لمعرفة أحوالهم في ظل الجائحة و يرجع هذا لسرعة التواصل معهم دون عناء

جدول رقم (22) : جدول يبين الدافع من وراء استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا.

النسبة	التكرار	لدافع وراء استخدام أفراد العينة لشبكات الاجتماعية في التواصل مع الأهل والأقارب في ظل الجائحة
53.3%	32	لمعرفة أحوالهم الصحية
46.7%	28	تجنب التجمعات و الاختلاط
100%	60	المجموع



شكل رقم (22): يمثل أعمدة بيانية للدافع وراء استخدام أفراد العينة لشبكات الاجتماعية في التواصل مع

الأهل والأقارب في ظل جائحة

يبين الجدول رقم 22 أن الدافع من وراء استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا بأن الدافع الأول هو لمعرفة أحوالهم الصحية بنسبة % 53.3 و بعدها بدافع تجنب التجمعات و الاختلاط بنسبة 46.7%.

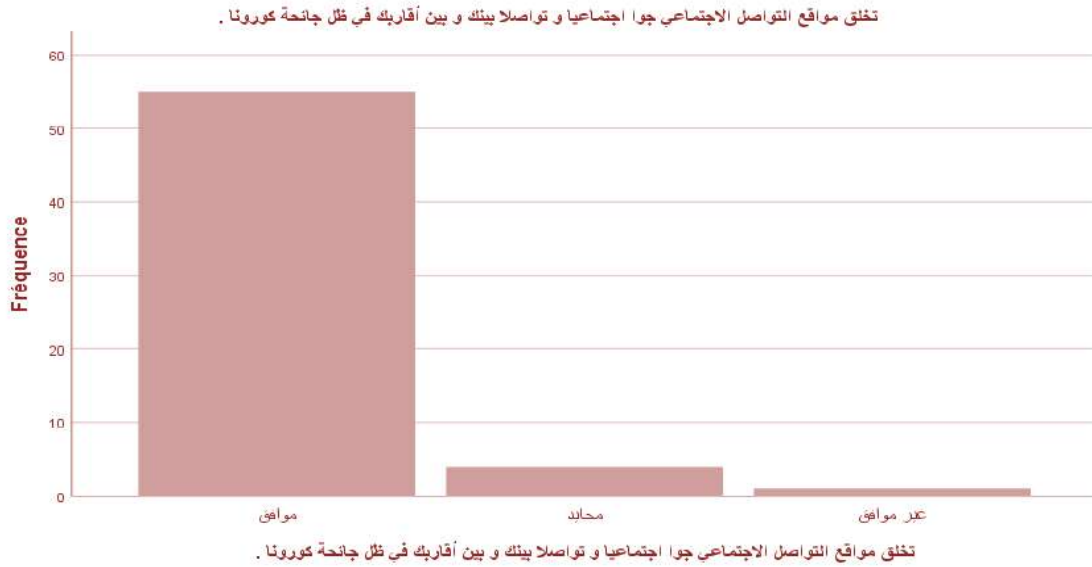
ونفس نتائج الجدول رقم (22) بأن الأفراد يدفعهم للتواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا معرفة أحوالهم الصحية و تجنب التجمعات و الاختلاط بنسبة أقل و هذا راجع لمساعدة هذه الشبكات على الاتصال بالئك الذين وضعوا أنفسهم قيد العزل الشخصي و ساعدتهم كذلك في أنهم يضلون متصلين ببعضهم البعض .

المحور الثالث: الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا .

جدول رقم (23): جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تخلق جوا اجتماعيا و تواملا مع

الأقارب في ظل جائحة كورونا

النسبة	التكرار	تخلق مواقع التواصل الاجتماعي و تواصلنا بينك و بين أقاربك في ظل جائحة كورونا
91.7%	55	موافق
6.7%	4	محايد
1.7%	1	غير موافق
100%	60	المجموع



شكل رقم (23) : يمثل أعمدة بيانية لموقع التواصل الاجتماعي التي حققت جو اجتماعيا وتواصلنا بين

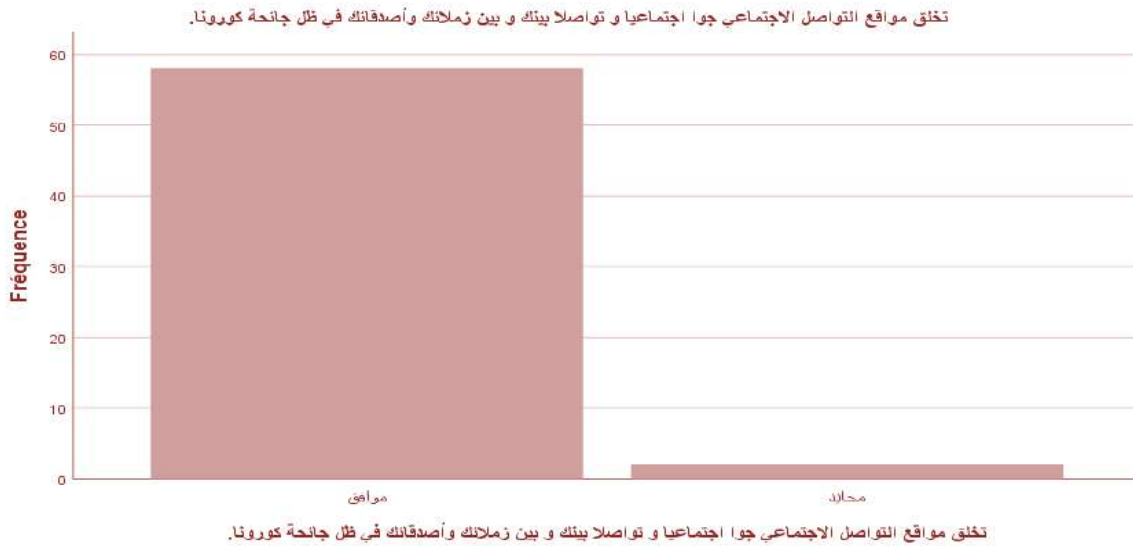
الأقارب في ظل الجائحة

يبين الجدول رقم 23 أن 91.7% موافقون على عبارة " تخلق مواقع التواصل الإجتماعي جو اجتماعيا و تواصلنا بينك و بين أقاربك في ظل جائحة كورونا " و نسبة 6.7 % من المبحوثين عبروا عن حيادهم فيما يخص هذه العبارة و 1.7% عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة السابقة .

و نفسر هذه النتائج أن العبارة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي خلقت جوا اجتماعيا و تواصلًا بين مستخدميها من مفردات العينة و بين أقرابهم في ظل جائحة كورونا أي ساعدتهم في أن يظلوا متصلين ببعضهم البعض وهو ما أكدته نتائج الجداول السابقة كذلك.

جدول رقم (24) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تخلق جوا اجتماعيا و تواصلًا مع الزملاء و الأصدقاء في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	خلق مواقع التواصل الاجتماعي جوا اجتماعيا و تواصلًا بينك وبين زملائك وأصدقائك في ظل جائحة كورونا
96.7%	58	موافق
3.3%	2	محايد
100.0%	60	المجموع



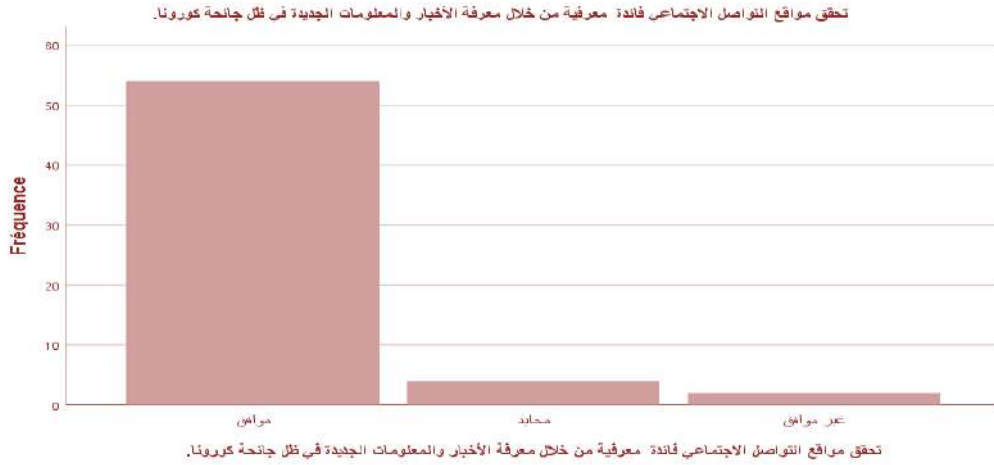
شكل رقم (24) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي حققت جوا اجتماعيا وتواصلًا بين الزملاء والأصدقاء في ظل جائحة

يبين الجدول رقم 24 أن 96.7% موافقون على عبارة " تخلق مواقع التواصل الاجتماعي جوا اجتماعيا و تواصلًا بينك و بين زملائك و أصدقائك في ظل جائحة كورونا " و 3.3% عبروا عن حيادهم نحو العبارة .

ونفسر هذه النسب أن العبارة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي خلقت جوا اجتماعيا بين مستخدميها من مفردات العينة و بين زملائهم و أصدقائهم في ظل جائحة كورونا، أي أن هذه المواقع ساهمت في تخفيف أزمة التواصل المباشر في ظل الجائحة، خاصة في ظل غلق المدارس والجامعات، وإحالة بعض الأشخاص على عطل إجبارية في بداية تفشي الجائحة في الجزائر، وفرض الحجر المنزلي، مما خلق نوعا من العزلة لدى كثير من الأشخاص ، فكانت مواقع التواصل الاجتماعي البديل الأنسب للخروج من هذه العزلة.

جدول رقم (25): جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تحقق فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	تحقق مواقع التواصل الاجتماعي فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة في ظل جائحة كورونا
90.0%	54	موافق
6.7%	4	محايد
3.3%	2	غير موافق
100.0%	60	المجموع



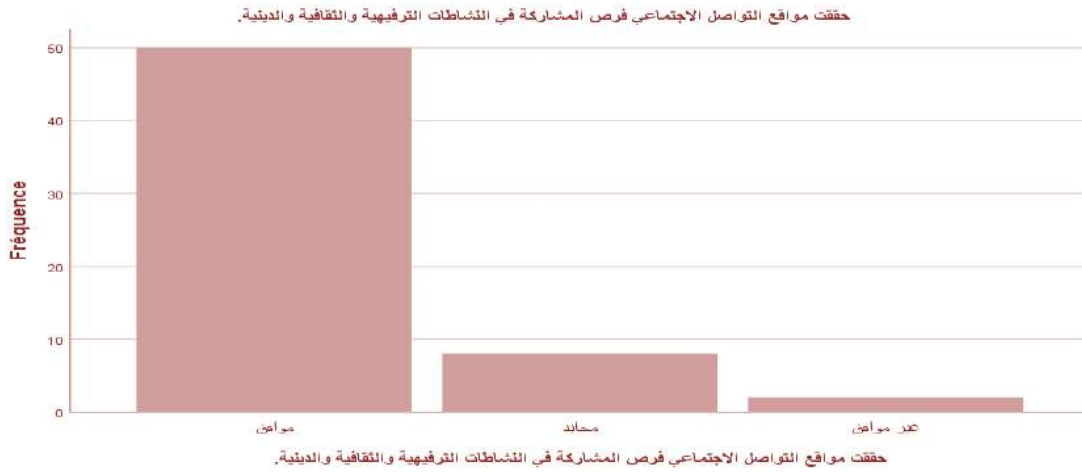
شكل رقم (25) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار والمعلومات الجديدة في ظل جائحة .

يبين الجدول رقم (25) أن 90.0% من المبحوثين موافقون على عبارة " تحقق مواقع التواصل الاجتماعي فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة في ظل جائحة كورونا " و 6.7% عبروا عن حيادهم نحو العبارة و 3.3% عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة السابقة .

و نفس هذه النتائج أن العبارة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت فائدة معرفية للأفراد من خلال معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة في ظل الجائحة، وهو ما يتوافق مع نتائج جداول سابقة.

جدول رقم (26): جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد حققت فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية و الثقافية و الدينية.

النسبة	التكرار	حققت مواقع التواصل الاجتماعي فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية و الثقافية و الدينية
%83.3	50	موافق
%13.3	8	محايد
%3.3	2	غير موافق
%100.0	60	المجموع



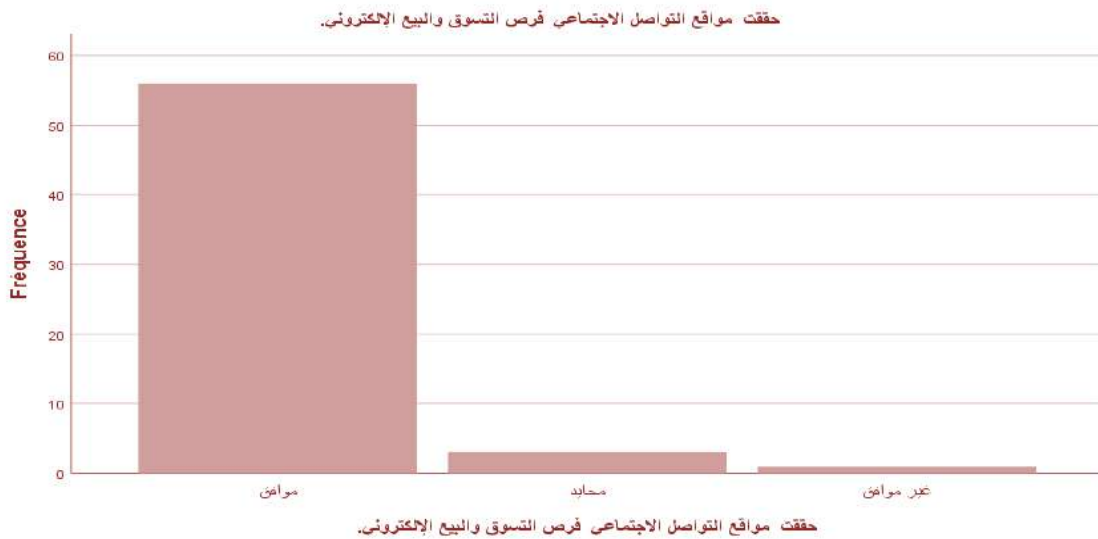
شكل رقم (26) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع التي حققت فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية والثقافية والدينية.

يبين الجدول رقم (26) أن 83.3% من الباحثين عبروا عن موافقتهم على عبارة " حققت مواقع التواصل الاجتماعي فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية و الثقافية و الدينية " و 13.3% عبروا عن حيادهم تجاه العبارة و 3.3% عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة .

و نفس هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت للأفراد فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية و الثقافية و الدينية، و ذلك من خلال القضاء على الروتين و دخولهم في أنشطة يومية حسب هواية كل فرد و ميوله، فبعد غلق كل قاعات الترفيه والرياضة وحتى المساجد، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ملجأ افتراضيا لعرض مختلف الأعمال، والقيام بمختلف النشاطات عن بعد .

جدول رقم (27) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد حققت فرص التسوق و البيع الإلكتروني.

النسبة	التكرار	قت مواقع التواصل الاجتماعي فرص التسوق و البيع الإلكتروني
%93.3	56	موافق
%5.0	3	محايد
%1.7	1	غير موافق
%100.0	60	المجموع



شكل رقم (27): يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي حققت فرص التسوق والبيع

الإلكتروني

يبين الجدول رقم (27) أن 93.3% من المبحوثين موافقون على عبارة " حققت مواقع التواصل الاجتماعي فرص التسوق و البيع الإلكتروني " و أن 5.0% عبروا عن حيادهم تجاه العبارة و 1.7% عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة السابقة .

و تفسر هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت للأفراد فرص التسوق و البيع الإلكتروني في ظل الجائحة، بسبب الحجر المنزلي الذي فرض عليهم، فكانت هذه المواقع ملاذا لكثير من التجار والزبائن لبيع وشراء السلع وقد ظهر هذا جليا في فترة عيد الفطر سنة 2020 ، عندما استخدمت المنصات الإلكترونية كفضاء للترويج للألبسة في ظل الإغلاق الذي كان مفروضا على كثير من النشاطات التجارية ومنها محلات بيع الألبسة .

جدول رقم (28): جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي حققت إشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر.

النسبة	التكرار	حققت مواقع التواصل الاجتماعي إشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر
50.0%	30	موافق
18.3%	11	محايد
31.7%	19	غير موافق
100%	60	المجموع



شكل رقم (28) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي حققت اشباع عاطفيا في ربط علاقات مع

الجنس الآخر.

يبين الجدول رقم (28): أن 50.0% من أفراد العينة موافقون على عبارة " مواقع التواصل

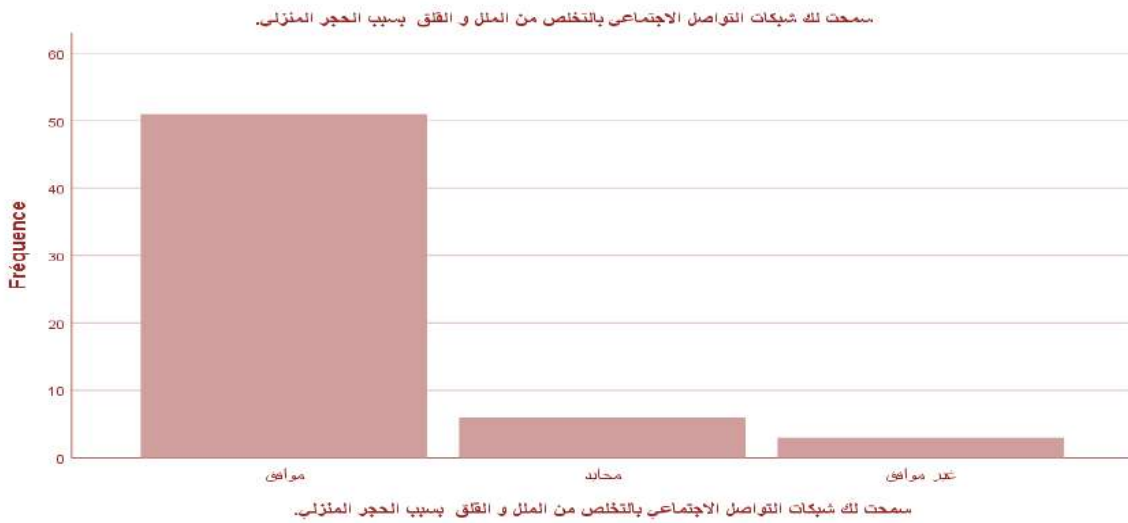
الاجتماعي حققت لهم اشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر "، و 31.3% عبروا عن عدم

موافقتهم على العبارة السابقة، و 18.3% عبروا عن حيادهم تجاه العبارة .

ونفسر هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لكثير من مفردات العينة اشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر، أي أن هذه المواقع ساهمت في تحقيق رغباتهم العاطفية، وقد يكون هذا بارزا لدى من هم في فترة الشباب أو المراهقة.

جدول رقم (29): جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي سمحت لأفراد العينة بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي.

النسبة	التكرار	سمحت لك شبكات التواصل الاجتماعي بالتخلص من الملل والقلق بسبب الحجر المنزلي
%85.0	51	موافق
%10.0	6	محايد
%5.0	3	غير موافق
%100.0	60	المجموع



شكل رقم (29) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي سمحت لأفراد العينة بالتخلص من الملل

والقلق بسبب الحجر المنزلي.

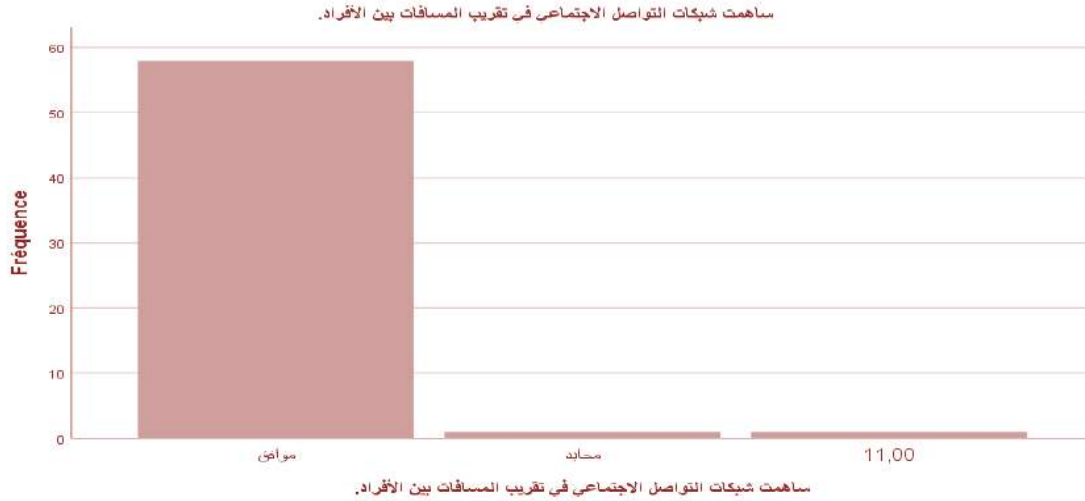
يبين الجدول رقم (29) أن 85.0% من أفراد العينة موافقون على عبارة " شبكات التواصل الاجتماعي سمحت لهم بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي " و 10.0% عبروا عن حيادهم تجاه العبارة، و 5.0% عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة السابقة.

ونفسر هذه النتائج بأن شبكات التواصل الاجتماعي سمحت لأغلب مفردات العينة بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي، ربما عن طريق ما توفره هذه الشبكات من ترفيه و تواصل مع الآخرين واطلاع على الأخبار، فكل هذه نشاطات تملأ الفراغ وتجعل الشخص يعيش في العالم الافتراضي كأنه يعيش في العالم الواقعي مما يخفف عنه شعوره بالوحدة أو القلق اللذين قد يسببهما الحجر المنزلي.

جدول رقم (30) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تقريب المسافات بين

الأفراد في ظل جائحة كورونا و الحجر المنزلي .

النسبة	التكرار	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تقريب المسافات بين الأفراد
96.7%	58	موافق
1.7%	1	محايد
1.7%	1	غير موافق
100.0%	60	المجموع



شكل رقم (30): يمثل أعمدة بيانية لشبكات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في تقريب المسافات بين

الأفراد

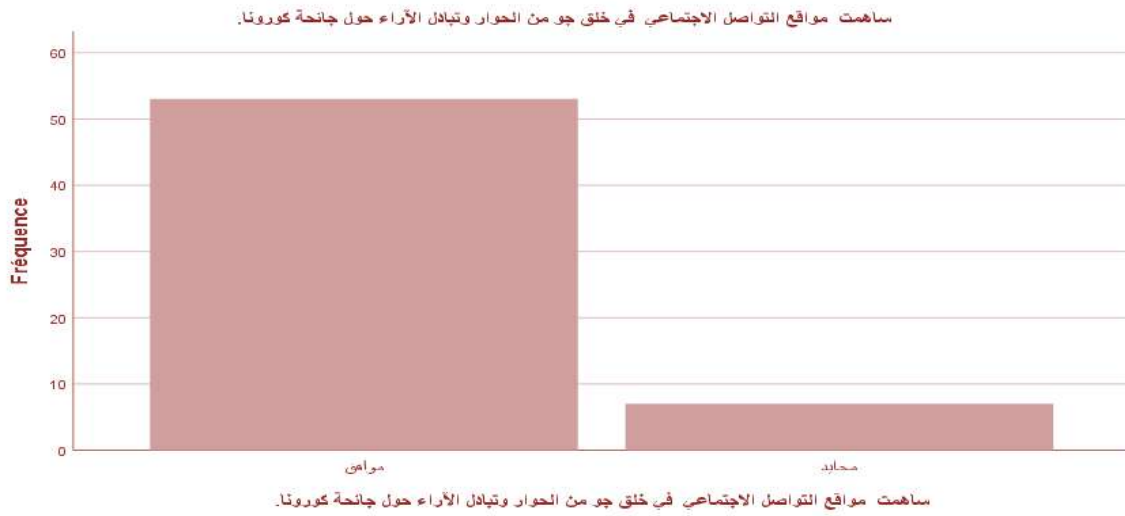
يبين الجدول رقم (30) أن أغلب أفراد العينة موافقون على عبارة " ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تقريب المسافات " بنسبة 98.3 %، يليها الأفراد المحايدون بنسبة 1.7%، في الأخير نسبة 1.7 % عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة .

ونفسر هذه النتائج أن شبكات التواصل ساهمت في تقريب المسافات لأنه في بداية الجائحة ولفترة طويلة لم تكن وسائل النقل تعمل بسبب الوباء المنتشر وهذا ما خلق صعوبة التنقل وتلاقى الأفراد مع بعضهم البعض فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتجاوز هذا التباعد الاجتماعي.

جدول رقم (31): جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق جو من الحوار و

تبادل الآراء حول جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق جو من الحوار و تبادل الآراء حول جائحة كورونا
%88.3	53	موافق
%11.7	7	محايد
%00.0	0	غير موافق
%100.0	60	المجموع



شكل كل رقم (31) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعي التي ساهمت في خلق جو من الحوار و تبادل

الآراء حول جائحة كورونا

يبين الجدول رقم (31) أن أغلب مفردات عينة البحث موافقون على عبارة "مواقع التواصل ساهمت في خلق جو من الحوار وتبادل الآراء حول جائحة كورونا " بنسبة 88.3 %، تليها نسبة 11.7 % من الأفراد عبروا عن حيادهم تجاه العبارة السابقة .

ونفس النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق جو من الحوار وتبادل الآراء حول جائحة كورونا من خلال المضامين التي كانت تبثها والأحداث المجريات حول تطورات الوباء عبر الوطن خاصة والعالم عامة.

جدول رقم (32) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة بين الأفراد في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصداقات القديمة بين الأفراد في ظل جائحة كورونا
%81.7	49	موافق
%16.7	10	محايد
%1.7	1	غير موافق
%100.0	60	المجموع



شكل رقم (32) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة بين

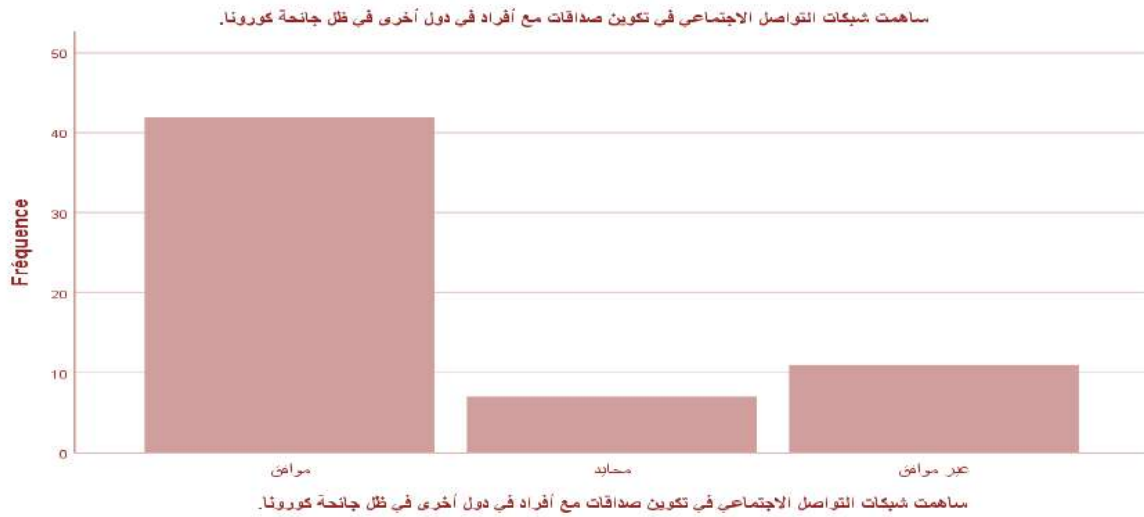
الأفراد في ظل جائحة كورونا

يبين الجدول رقم (32) أن الأفراد موافقون على عبارة " مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة في ظل جائحة كورونا " بنسبة قدرت ب 81.7%، تليها نسبة 16.7 % من الأفراد عبروا عن حيادهم تجاه هذه العبارة ، في الأخير نسبة 1.7% عبروا عن عدم موافقتهم . ونفس النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة ما بين الأفراد وهذا لأن الحجر المنزلي منعهم من زيارة بعضهم البعض.

جدول رقم (33) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد

في دول أخرى في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى في ظل جائحة كورونا
70.0%	42	موافق
11.7%	7	محايد
18.3%	11	غير موافق
100.0%	60	المجموع



شكل رقم (33): يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد العينة

في دول أخرى في ظل الجائحة.

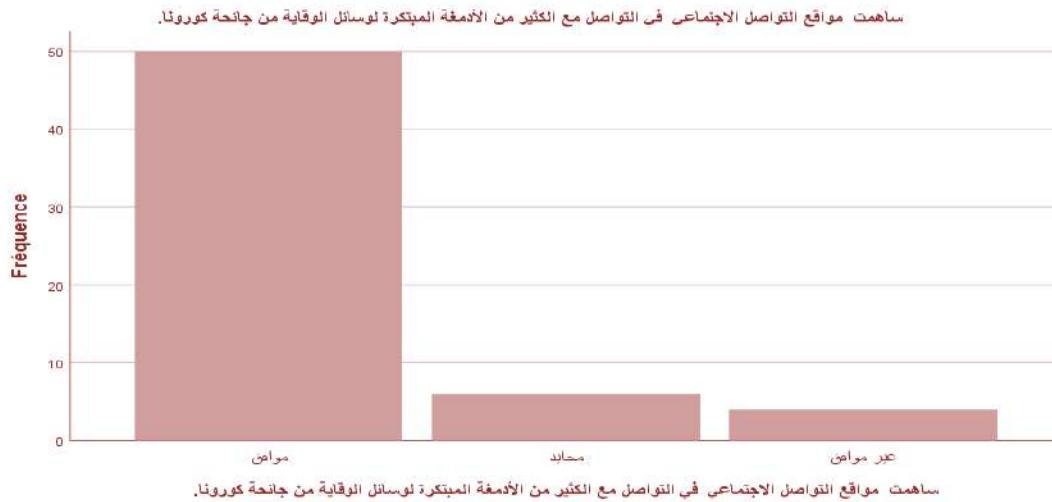
يبين الجدول رقم (33) أن الأفراد موافقون على عبارة " شبكات التواصل ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى " بنسبة 70%، تليها "غير موافق" بنسبة 18.3 % وهم الأفراد الذين عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة السابقة، و نسبة 11.7 % عبروا عن حيادهم تجاه العبارة .

ونفسر النتائج بأن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى والغاية من ذلك القضاء على الملل وتبادل المعلومات، أو التعارف وتكوين صداقات افتراضية بالموازاة مع الصداقات الحقيقية، ولا شك ان مواقع التواصل الاجتماعي فتحت الفضاء واسعا للتواصل مع العالم الخارجي، وتلاقح الثقافات.

جدول رقم (34) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي سمحت بالتواصل مع الكثير من

الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا
%83.3	50	موافق
%10.0	6	محايد
%6.7	4	غير موافق
%100.0	60	المجموع



شكل رقم (34) : يمثل أعمدة بيانية التي سمحت في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل

الوقاية في ظل الجائحة

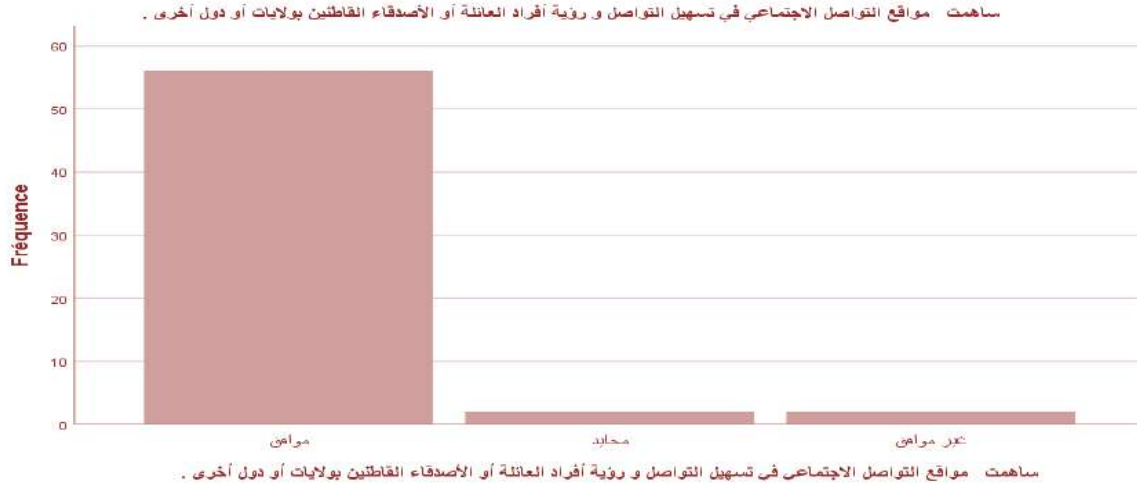
يبين الجدول رقم (34) أن أفراد العينة موافقون على عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا " بنسبة 83.3 %، في حين الأفراد الذين عبروا عن عدم موافقتهم على العبارة فنسبتهم 6.4%، أما الذين عبروا عن حيادهم تجاه العبارة السابقة فقدرت نسبتهم ب 10%.

ونفسر النتائج السابقة بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا. من خلال مشاهدتنا واستعمالنا لهذه الوسائل . (تفسير فيه نقص)

جدول رقم (35) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تسهيل التواصل ورؤية

أفراد العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولايات أو دول أخرى .

النسبة	التكرار	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل و رؤية أفراد العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولايات أو دول أخرى
93.3%	56	موافق
3.3%	2	محايد
3.3%	2	غير موافق
100%	60	المجموع



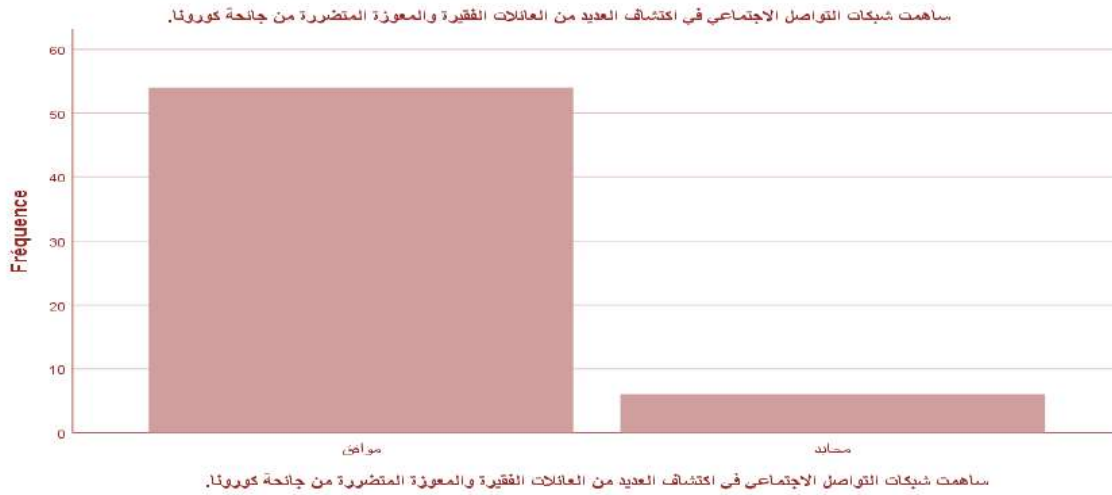
شكل رقم (35) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي ساهمت في التواصل و رؤية أفراد العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولايات أو دول أخرى

يبين الجدول رقم(35) أن أفراد العينة موافقون على عبارة "مواقع التواصل ساهمت في تسهيل الاتصال و رؤية أفراد العائلات والأصدقاء القاطنين بولايات و دول أخرى بنسبة "93.3 % من المبحوثين، في حين قدر الأفراد غير الموافقين والمحايدون بنسبة 3.3% .

ونفسر النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تسهيل التواصل و رؤية العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولاية أو دول أخرى، وهذا لأنها الوسيلة الأسهل في التواصل مقارنة بوسائل تقليدية أخرى أكثر كلفة.

جدول رقم (36) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي سمحت باكتشاف العديد من العائلات الفقيرة و المعوزة المتضررة من جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في اكتشاف العديد من العائلات الفقيرة و المعوزة و المتضررة من جائحة كورونا
90%	54	موافق
10%	6	محايد
0%	0	غير موافق
100%	60	المجموع



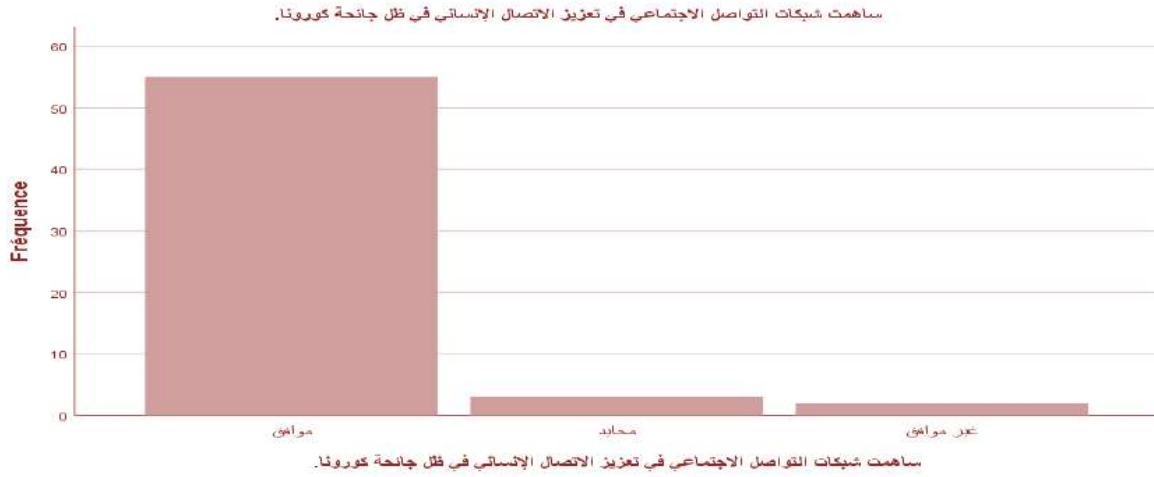
شكل رقم (36) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع التواصل الاجتماعي التي سمحت باكتشاف العديد من العائلات الفقيرة و المعوزة المتضررة من الجائحة.

يبين الجدول رقم (36) أن نسبة 90 % من الأفراد موافقون على عبارة " ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في اكتشاف العديد من العائلات الفقيرة و المعوزة المتضررة من جائحة كورونا "، في حين نسبة 10 % عبروا عن حيادهم نحو العبارة .

ونفسر النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في اكتشاف العديد من العائلات الفقيرة والمعوزة المتضررة من جائحة كورونا بنسبة كبيرة هذا بسبب الظروف التي عاشتها هذه العائلات في هذه الفترة منها قلة الدخل المالي مما تسبب في عجز الكثيرين عن سد حاجيات الحياة اليومية، ويعود هذا خصوصا لتوقف كثير من النشاطات التجارية والإنتاجية خلال فترة الجائحة مما أكثر على الطبقة الفقيرة.

جدول رقم (37) : جدول يبين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا .

النسبة	التكرار	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا
91.7%	55	موافق
5.0%	3	محايد
3.3%	2	غير موافق
100%	60	المجموع



شكل رقم (37) : يمثل أعمدة بيانية لمواقع الاجتماعية التي ساهمت في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل

جائحة كورونا.

يبين الجدول رقم (37) أن 91.7 % من أفراد العينة موافقون على عبارة "ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا" ، تليها نسبة 3.3 % من الأفراد غير موافقين على العبارة ، و5% من الأفراد عبروا عن حيادهم تجاه العبارة السابقة .

ونفس النتائج السابقة بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا من خلال إحداث التفاعل الاجتماعي وتسهيل الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف.

المطلب الثاني : نتائج الدراسة

لقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة الموسومة بدور شبكات التواصل في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا على مجموعة من النتائج أهمها :

المحور الأول : البيانات الشخصية لمفردات العينة.

- تبين لنا أن نسب مفردات العينة من إناث و ذكور متقاربة وتمثلت في 58.3% و 41.7% على التوالي.

- أغلب مفردات العينة من المتزوجين بنسبة 53.3%، ورتبتهم في الأسرة من بنت ،أب ،أم ،متقاربة بنسب 36.7%، 26.7%، 23.3% على التوالي .

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- تبين أن معظم أفراد العينة مدة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي من 6 إلى 10 سنوات وهم يمثلون 26.7% من حجم العينة.

- 41.7% من المبحوثين يستخدمون في حسابتهم على شبكات التواصل الاجتماعي أسماء مستعارة.

- أغلبية المبحوثين الذين يمثلون 53.3% من حجم العينة يستخدمون اللغة العربية في تواصلهم وتصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي .

- 56.7% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا بصفة دائمة.

- أغلبية المبحوثين بنسبة 61.7% يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي في ظل الجائحة حسب الظروف الخاصة بهم ودون الالتزام بفترة محددة من اليوم.

- يستخدم أفراد العينة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي الهاتف النقال وهم يمثلون نسبة 76.7% من حجم العينة.
- المبحوثون يفضلون استخدام الفايسبوك و الواتساب من بين مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بنسبة 25.0% لكل واحد من هذين الموقعين .
- 61.7% من المبحوثين يناقشون موضوعات تتعلق بجائحة كورونا مع أشخاص آخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- 50.0% من أفراد العينة يتقون "أحيانا" بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل الجائحة.
- 38.3% من الأفراد يفضلون المواضيع الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي بينما 35.0% يفضلون المواضيع الثقافية.
- 46.7% من الأفراد يفضلون خدمة الدردشة كأفضل خدمة اثناء عملية التواصل في الشبكات الاجتماعية في ظل الجائحة، ثم تأتي مشاهدة الفيديوهات بنسبة 30.0%.
- 50.0% من الأفراد يقومون بقراءة الردود على المنشورات ، و 20.0% يشاركون في الموضوع محل النقاش.

المحور الثالث : دوافع الاتصال الانساني في مواقع التواصل الاجتماعي

- 68.3% من الأفراد يدفعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل السريع مع الأهل والأصدقاء ، و 18.3% دافعهم الأساسي هو كثرة الإقبال على هذه المواقع.
- 88.3% من الأفراد يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات ، و 51.7% من المبحوثين تعتبر المعلومات حول المجتمع هي المفضلة لديهم.

- 93.3% من الأفراد يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل والأقارب في ظل الجائحة، و الدافع كان لمعرفة أحوال صحتهم وفقا لـ 53.3% من المبحوثين ، ولتجنب التجمعات و الاختلاط حسب رأي 46.7% من مفردات العينة.

المحور الرابع : الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا

- يتفق أغلبية أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي خلقت لهم جوا اجتماعيا وتوصلا بينهم و بين أقاربهم ومع أصدقائهم وزملائهم في ظل الجائحة وذلك بنسبة 91.7% و 96.7% على التوالي من إجابات المبحوثين .
- يتفق أغلبية أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار والمعلومات الجديدة في ظل الجائحة و تلك كانت إجابة 90.0% من مفردات العينة.
- يتفق أغلبية أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية والثقافية والدينية حسب رأي 83.3% من المستجوبين .
- يتفق أغلبية أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم فرص التسوق والبيع الالكتروني حسب 93.3% من مفردات العينة .
- يتفق نصف أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم إشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر.
- يتفق أغلب أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي سمحت لهم بالتخلص بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي وتلك كانت إجابة 85.0% منهم.
- يتفق أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تقريب المسافات بينهم و ذلك رأي 96.7% من المبحوثين.

- يتفق أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق جو من الحوار و تبادل الآراء حول جائحة كورونا وهو رأي 88.3% من المفردات .
- يتفق أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز صداقاتهم القديمة مع الأفراد في ظل جائحة كورونا وذلك ما قال به 81.7% من المستجوبين.
- يتفق أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى في ظل جائحة كورونا و وهو ما أجاب به 70.0% من المبحوثين.
- يتفق أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من الجائحة وقد أشار إلى ذلك 83.3% من مفردات العينة .
- يتفق أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تسهيل التواصل و رؤية الأفراد عائلتهم أو أصدقائهم القاطنين بولايات أو دول أخرى وهي إجابة 93.3% ممن تم استجوابهم .
- يتفق 90.0% من أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في اكتشاف العديد من العائلات الفقيرة والمعوزة والمتضررة من الجائحة.
- يتفق 91.7% من أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا .

المطلب الثاني : مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

- بالنسبة للتساؤل الأول : ما هي عادات وأنماط استخدام مفردات الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا ؟
- تستخدم مفردات الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا بصفة دائمة ،وهذا الاستخدام غير محدد بفترة زمنية من اليوم وإنما يكون حسب ظروف الشخص ،كما أن

الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي كانت الهاتف النقال أما الشبكة الاجتماعية المفضلة لديهم فتمثلت في كل من الفايسبوك والوات ساب ، وذلك بغية الدردشة مع الأصدقاء والأقارب حول المواضيع الاجتماعية خاصة في ظل جائحة كورونا .

بالنسبة للتساؤل الثاني : ما هي دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا ؟

أكدت الدراسة أن الدافع الرئيس وراء استخدام مفردات الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي هو التفاعل السريع مع الأهل و الأصدقاء ، كما تستخدم هذه المواقع للحصول على المعلومات و الأخبار في ظل الجائحة.

بالنسبة للتساؤل الثالث : ما هي الإشباعات المحققة من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا ؟

أكدت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل الجائحة من خلال بقاء مفردات البحث على تواصل مع الأصدقاء والأقارب ، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمي في تقريب المسافات بينهم وخلقت لهم جوا ثقافيا وترفيهيا وحققت لهم رغباتهم في التواصل مع الآخرين .

المطلب الثالث : مناقشة النتائج في ضوء النظرية " الاستخدامات و الإشباعات " :

بما أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تؤكد على أن وسائل الاعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها ، بل إن الجمهور نفسه يقرر ويحدد الوسائل التي يتعرض لها والمضمون المناسب له.

فإن نتائج الدراسة في ضوء النظرية كما يلي :

- تتعدد أنماط استخدام مفردات الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا فمنهم من يستخدمونها دائما ،أحيانا،كما أن استخدامهم لها منذ 6 إلى 10 سنوات ، ويفضلون استخدام شبكة الفاييس بوك و الوات ساب إضافة إلى أنهم يستخدمونها بغية الدردشة .
- كانت أهم دوافع استخدام مفردات الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي التفاعل السريع مع الأهل و الأصدقاء في ظل جائحة كورونا و يرجع ذلك إلى سهولة التواصل معهم بسبب العزل الشخصي الذي فرض عليهم في فترة الجائحة .
- أما بالنسبة للإشباعات المحققة جراء استخدام مفردات الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الانساني في ظل الجائحة فهم يرون بأن هذه المواقع جيدة و ساهمت بشكل جيد في تسهيل عملية التواصل بين الاقارب و الأفراد و في تلبية كامل احتياجاتهم في فترة الجائحة .

المطلب الرابع : مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

- ❖ أنت نتيجة الدراسة الحالية متوافقة مع دراسة بن عبود نسرین عام 2017 م، والتي كانت عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري والتي أثبتت أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي بصفة دائمة بغية الدردشة مع الأقارب و الأصدقاء في مواضيع اجتماعية .
- ❖ أنت نتيجة الدراسة الحالية متوافقة مع دراسة سارة عباسيني و الزهرة عليم عام 2015 في أن الموقع الأكثر استخداما لدى المبحوثين هي موقع الفاييسبوك في تعزيز الاتصال بين الأقارب .
- ❖ أنت الدراسة الحالية متوافقة مع نتائج دراسة مريم نومار عام 2012 في أن وراء استخدام مواقع التواصل الإجتماعي دافع التواصل مع الأهل والأصدقاء .

- ❖ وكما أن الحصول على المعلومات والأخبار من هذه المواقع في الدراسة الحالية متوافقة مع الدراسات السابقة أي سهلت لهم الولوج إليها في أي وقت للحصول على المعلومات ومجريات الأحداث.
- ❖ كشفت الدراسة الحالية أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الصداقات القديمة بين الأفراد والتواصل مع الأقارب البعيدين مكانيا و ساهمت في التبادل الثقافي و أتت هذه النتائج متوافقة مع الدراسة السابقة لحنان بنت شعشوع الشهري عام 2013 .

خاتمة

خاتمة:

وفي الأخير يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دورا كبيرا في تعزيز الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا، من خلال إحداث التفاعل الاجتماعي وتسهيل الطريق لكافة المجتمعات للتقارب و التعارف و تبادل الآراء و الأفكار في ظل انتشار الفيروس وتطوره .

فموضوع شبكات التواصل الاجتماعي و الاتصال الإنساني من المواضيع الحساسة التي تحتاج لمزيد من الدراسات والأبحاث لكونها تعد أحد أهم المؤثرات الفاعلة على المجتمع بصفة عامة و الفرد بصفة خاصة.

في الختام فإن هذه الدراسة عبارة عن جهد بشري لا ينفى عن الخطأ والزلل، وقد سعينا إلى فك كل غموض والكشف عن عادات وأنماط ودوافع أفراد الأسر من استخدام المواقع في ظل الجائحة وكذلك الإشباع المحققة منها في مجال الاتصال الإنساني، و نرجو من كل باحث اطلع عليه تقويم نقائصه و تقديم اقتراحاته.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1- معاجم وقواميس :

1. ابن منظور جمال الدين، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت، المجلد 02، الإصدار 1993،03.
2. ابن منظور: لسان العرب، مجلد الخامس، لبنان، 2000.
3. أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء، معجم مقاييس اللغة، تحقيق، عبد السلام محمد هارون، ج 6، لم يذكر بلد والسنة .
4. بن هادية علي و آخرون: القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي ألف بائي، الشركة الوطنية للتوزيع، الجزائر، ط1، 1983.
5. الزاوي الطاهر أحمد، مختار القاموس، الدار العربية للكتاب، ليبيا، تونس، لم تذكر سنة.
6. شعبان معن خليل، اللسان العربي مصطلحات في الإعلام، اللسان العربي، عمان، ط1، 1422هـ.
7. عمر أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2008.
8. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2014.

2-الكتب :

1. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، العالمية للنشر والتوزيع، بدون بلد، ط1، 2003.
2. بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010 .
3. الحاج كمال، نظريات الاتصال والإعلام، منشور الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، بدون ط، 2020.
4. حجاب محمد منير، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010 .

5. حسني إبراهيم عبد العظيم،الاتصال الإنساني : مفهومه و عناصره الأساسية ،مركز الدراسات والأبحاث العلمانية في العالم العربي ،لم يذكر بلد النشر ، 2021.
6. درويش عبد الرحيم،مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي ،دمياط،2005.
7. دليو فضيل، الإتصال مفاهيمه وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع ،الجزائر، 2003 .
8. دويدري رجاء وحيد، البحث العلمي، (أساسيته النظرية وممارسته العملية)، دار الفكر المعاصر، لبنان، ط1،2000.
9. صابر فاطمة عوض،خفاجة ميرفت علي،أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية ، ط 1، 2002.
10. عبد الحفيظ محمد، باهي مصطفى حسين ،طرق البحث العلمي و التحليل الإحصائي ،مركز الكتاب ،مصر، 2000 .
11. عبد الحميد محمد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، ط3، 2004.
12. عبد الكريم محمد الغريب ،البحث العلمي التصميم والمنهج والإجراءات،كلية الآداب،جامعة أسيوط،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،ط2،بدون سنة.
13. عبيدات محمد و آخرون،منهجية البحث العلمي ، دار وائل للنشر و التوزيع ،عمان ، ط2، 1999
14. عطوي جودت عزت، أساليب البحث العلمي : مفاهيمه وأدواته ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،الأردن.ط4،2011 .
15. عليان رحي مصطفى،غنيم عثمان محمد ،أساليب البحث العلمي ،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان ،ط2 ، 2008.

16. عمر محمد زيان، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، مطبعة خالد حسن الطرابيشي، سعودية، لم تذكر سنة.
17. كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الإتصال، دار حامد، عمان، ط1، 2015.
18. محمد خضير كاظم، اللوزي موسى سلامة، منهجية البحث العلمي في إدارة الأعمال، اثراء للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، ط1، 2008.
19. المشهدان سعد سليمان، منهجية البحث العلمي، دار أسامة، الأردن - عمان، ط1، 2019.
20. مكايي حسن عماد، حسن السيد ليلي، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998.
21. منصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، الدنمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، 2012.
22. نضال فلاح الضلاعين وآخرون، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار للنشر وتوزيع، عمان، ط1، 2016.

3- رسائل جامعية :

1. الشهري حنان بنت شعشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية الفايسبوك والتويتر نموذجا، دراسة ميدانية من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشروع بحث مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، 2013.

2. بلخيري صالح، الشبكات المحلية : الشبكة المحلية لجامعة المسيلة نموذجا ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات،جامعة منتوري،كلية علوم الإنسانية والاجتماعية،2005.
3. عباسيني سارة،عليم الزهرة،أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)على العلاقات الأسرية،صلة الرحم نموذجا : دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام والاتصال،مذكرة لنيل شهادة ماستر،جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم،2014-2015.
4. نومار مريم نريمان،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية : دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ،جامعة الحاج لخضر باتنة قسم العلوم الإنسانية ، 2011-2012.
5. N. Hampton Keigth and al . (2011)، **social networking sites and ourlives**، pew Research Center's . Internet & American Life .Project. [online]
6. <http://pewintenet.org / Reports /2011/ Techology – and –social – netnvorks aspx>
7. André Akoun pierre Ansar. **Dictionnaire de sociologie**، le robert et le seuil، paris، 1999

5-المواقع الإلكترونية:

1. [https // WWW.WHO .int / ar / emergencies / diseases / novel / coronavirus](https://WWW.WHO.int / ar / emergencies / diseases / novel / coronavirus) 23 - 11.56 2019 - مارس 2021

6- قائمة المجالات :

1. أبو الرب أسامة، كورونا الجائحة وصف غريب و مرعب فهل حان وقت الهلع ؟ موقع الجزيرة نت، بتاريخ 2020 /11/3 .

2. أبو ساكور تيسير عبد الحميد: دور إدارة القدس المفتوحة في تمكين الشباب وتنمية قدراتهم في المجتمع الفلسطيني، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، المجلد الثاني، العدد السادس، فلسطين 2014 .
3. حمدي رسام ، مقالة دليل التغطية الصحفية الجيدة لفيروس كورونا "كوفيد19"، مركز الدراسات والإعلام الاقتصادي، اليمن، 2020 .
4. طالة لامية : أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر : دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي منشورة ، المجلة 04، العدد 02، الجزائر (03)، 2014 .

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الملحق رقم (1):

اسم و لقب الأستاذ المحكم	الرتبة العلمية	مؤسسة الإنتماء
عبد الرحمان صالحى	أستاذ محاضر ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
عبد القادر قندوز	أستاذ محاضر ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
مسعود قانة	أستاذ مساعد ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة

الملحق رقم (02):

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة.

إستمارة استبيان

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا .

السلام عليكم و رحمة الله و بركاته .

تحية طيبة...

في إطار القيام بدراسة ميدانية لإنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص الاتصال الجماهيري ،نضع بين أيديكم هذا الاستبيان، و نرجو منكم التكرم بالإجابة على فقراته و ذلك بوضع علامة (x) أمام الاختيار الذي ينطبق عليك فعلا ،كما أن هنالك أسئلة قد تتطلب منك استخدام كلماتك الخاصة في الإجابة عليها ،وتأكد بأن الإجابة التي ستدلي بها لن يطلع عليها أحد و تستخدم فقط من أجل البحث العلمي.

إشراف الأستاذ :

- أ. محمد الطيب الزاوي.

من إعداد :

- صيرينة غزال.

- ليلي بساسي .

قائمة الملاحق

السنة الجامعية : 2020-2021

أ- المحور الاول : بيانات الشخصية :

1- الجنس : ذكر أنثى

2 - السن :

3- الرتبة في الأسرة : أب أم ابن بنت

4- الحالة الاجتماعية : أعزب (عزباء) تزوج (ة) رمل (ة) مطلق (ة)

5 - المستوى التعليمي : مستوى ابتدائي مستوى متوسط مستوى ثانوي مستوى جامعي

ب- المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام مفردات الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا.

6 - منذ متى و أنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟

من سنة إلى 5 سنوات

من 6 سنوات إلى 10 سنوات

من 11 سنة إلى 16 سنة

غير محدد

7- هل تستخدم في حساباتك على مواقع التواصل الاجتماعي أسماء حقيقية أم مستعارة؟

حقيقية مستعارة كلاهما

8- ماهي اللغة التي تستخدمها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

اللغة العربية اللغة الفرنسية اللغة الإنجليزية لهجة العامية

لغة أخرى أذكرها :

9- هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا ؟

دائما أحيانا نادرا

10- ماهي الفترات المفضلة لديك لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا ؟

صباحا مساء ليلا حسب الظروف

قائمة الملاحق

- 11- ما الوسيلة التي تستخدمها عند تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟
- الحاسوب الثابت حاسوب المحمول هاتف النقال لوحة الإلكترونية التلفزيوني الشبكي
- 12- ماهي شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما بالنسبة لك في الاتصال الانساني في ظل جائحة كورونا؟
- الفاييس بوك تيوب إنستغرام واتس أب ويتر يمو
- 13- هل تناقش موضوعات تتعلق بجائحة كورونا مع أشخاص آخرين على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- نعم لا
- 14- هل تتق بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟
- أحيانا دائما نادرا أبدا
- 15- ماهي طبيعة المواضيع التي تستهويك عبر شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟
- ثقافية اجتماعية سياسية علمية دينية
- 16- ماهي الخدمات المفضلة لديك أثناء عملية التواصل بالشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا؟
- الألعاب الدردشة التعليق مشاهدة الفيديوهات
- 17- من بين الأنشطة التالية، ما هي التي تقوم بها على شبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟
- قراءة الردود على المنشورات
- إبداء الرأي الشخصي حول المنشورات
- المشاركة في الموضوع محل النقاش
- بداية موضوع جديد
- ج- المحور الثالث : دوافع الاتصال الإنساني في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.
- 18- ما هو الدافع من وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- لأنها مجانية التفاعل السريع مع الأهل والأصدقاء شهرة المواقع الاجتماعية
- كثرة الإقبال عليها مل وقت الفراغ

قائمة الملاحق

19 - هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار؟

نعم لا

- في حالة إجابتك بنعم فما طبيعة هذه المعلومات والأخبار؟

أخبار وطنية

أخبار عالمية

معلومات حول المجتمع

20- هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأهل و الأقارب في ظل جائحة كورونا؟

نعم لا

ما الدافع من وراء ذلك؟

د- المحور الرابع : الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا؟

غير موافق	محايد	موافق	الإشباع المحقق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
			23-تخلق مواقع التواصل الاجتماعي جوا اجتماعيا و تواملا بينك و بين أقاربك في ظل جائحة كورونا .
			24-تخلق مواقع التواصل الاجتماعي جوا اجتماعيا و تواملا بينك و بين زملائك وأصدقائك في ظل جائحة كورونا.
			25-تحقق مواقع التواصل الاجتماعي فائدة معرفية من خلال معرفة الأخبار والمعلومات الجديدة في ظل جائحة كورونا.
			26-حققت مواقع التواصل الاجتماعي فرص المشاركة في النشاطات الترفيهية والثقافية والدينية.

قائمة الملاحق

			27-حققت مواقع التواصل الاجتماعي فرص التسوق والبيع الإلكتروني.
			28-تحقق مواقع التواصل الاجتماعي اشباعا عاطفيا في ربط علاقات مع الجنس الآخر.
			29-سمحت لك شبكات التواصل الاجتماعي بالتخلص من الملل و القلق بسبب الحجر المنزلي.
			30-ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تقريب المسافات بين الأفراد.
			31-ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق جو من الحوار وتبادل الآراء حول جائحة كورونا.
			32-ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الصداقات القديمة بين الأفراد في ظل جائحة كورونا.
			33-ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات مع أفراد في دول أخرى في ظل جائحة كورونا.
			34-ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الكثير من الأدمغة المبتكرة لوسائل الوقاية من جائحة كورونا.
			35-ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل و رؤية أفراد العائلة أو الأصدقاء القاطنين بولايات أو دول أخرى .
			36-ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في اكتشاف العديد من العائلات الفقيرة والمعوزة المتضررة من جائحة كورونا.
			37-ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا.

قائمة الملاحق
