

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



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: العلوم الإنسانية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

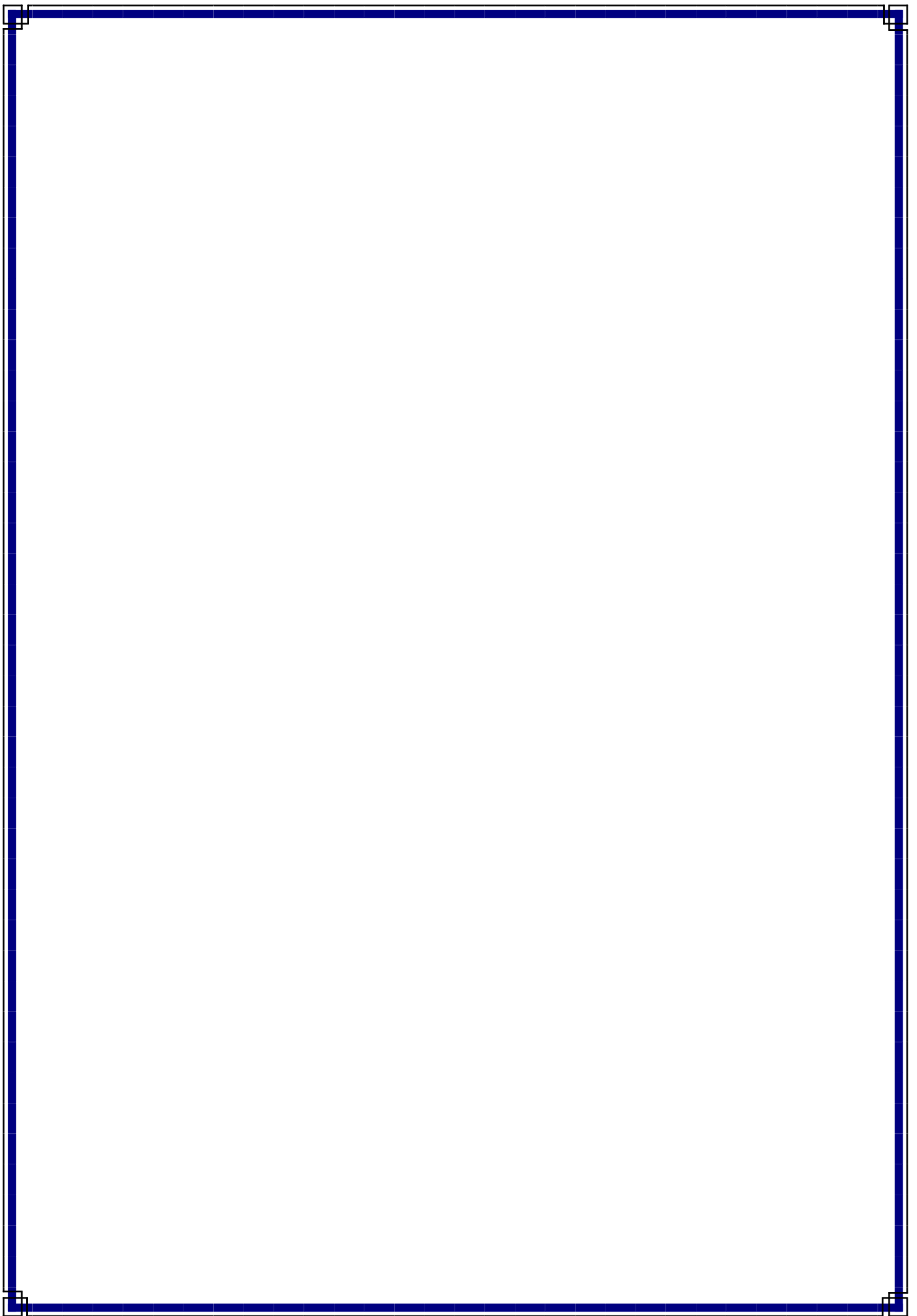
تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

تحت اشراف:
د.بن غنيمة محمد السعيد

من إعداد الطلبة:
برقيقة تقي الدين
- حمداوي الطاهر

السنة الجامعية: 2021-2022



الإهداء

الحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا طيبا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه
الحمد لله الذي وفقنا في انجاز هذا العمل المتواضع فاللهم لك الحمد والشكر،
الى من تعلمت منهم روح الجهد والعمل، الى رمز الحب والوقار اطال الله في
عمرهما اغلى ما املك الوالدين الكريمين امي وابي .

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الشخصي، وذلك من خلال اجراء دراسة ميدانية على عينه من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يعتبر موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال الشخصي من المواضيع الهامة ، التي اهتم بها العديد من الرواد الباحثين في الدراسات الاجتماعية وخاصة تلك المتعلقة بالإعلام والاتصال ، لهذا حاولنا تقديم صورته عن مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال الشخصي الذي يشهد انتشارا كبيرا واسعا بين مختلف افراد المجتمع وتأثيره عليهم ، فهذا الموضوع ذو اهمية كبيرة ومثير للاهتمام وهذا ما اثار انتباهنا للبحث في مثل هذه المواضيع ، وقد انطلقت دراستنا من طرح الاشكال التالي: ما هو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الشخصي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟ وحاولنا الإجابة عليها في الجانب التطبيقي حيث قمنا بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال إجابات المبحوثين المتحصل عليها باستخدام الأسلوب الكمي والكيفي ومناقشه هذه النتائج وتحليلها في ضوء الأسئلة الفرعية والفرضيات وقد توصلنا إلى العديد من النتائج نذكر منها :

_ ان افراد العينة بدؤا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات وذلك راجع الى توسع وانتشار مواقع التواصل الاجتماعية. كما انهم يستخدمون اسماء حقيقية في حساباتهم وانه لا يوجد وقت محدد لاستخدام المواقع الا ان المكان المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو المنزل حين ينتهون من الدراسة والعمل .

_ نرى بأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع فيسبوك من أجل إثراء الرصيد المعرفي والعلمي و التطلع لثقافات جديدة وكذلك مشاهدة الفيديوهات و الدردشة والتعليق والتفاعل السريع مع الاصدقاء وتبادل المعلومات والمعارف بمشاركتها ونشرها فيما بينهم حيث يجدون الحرية في ابداء آرائهم والتعبير وتلبية حاجاتهم .

_ نلاحظ من خلال النتائج ان المبحوثين موافقين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تعزز الصداقة الدافعية بين الاصدقاء والقدرة على تقوية الاتصال الشخصي وتفاعلهم مع المحيط حيث تدفعهم الصداقة الافتراضية الى تجسيدها على أرض الواقع والحد من أزمة الاتصال الشخصي بفعل مواقع التواصل الاجتماعي بتأثيرها الإيجابي في الاتصال الشخصي بين الاصدقاء و الاسرة وانهم غير موافقين او محايدين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تقلل من تواصلهم المباشر مع المحيطين بهم وانها تؤثر على اتصالاتهم الشخصي وانها تسبب لهم العزلة والانطواء والوحدة وضعف الاتصال الشخصي .

Résumé de l'étude :

Cette étude vise à connaître l'impact de l'utilisation des sites de réseaux sociaux sur la communication personnelle, en menant une étude de terrain auprès d'un échantillon d'utilisateurs de sites de réseaux sociaux, notamment ceux liés aux médias et à la communication, c'est pourquoi nous avons essayé de présenter un tableau des sites de réseaux sociaux et de la communication personnelle, qui connaît une large et large diffusion parmi les différents membres de la société et son impact sur eux. Les chiffres suivants : Quel est l'effet de l'utilisation des sites de réseaux sociaux sur la communication personnelle entre les étudiants du Département des médias et des sciences de la communication de l'Université de Ouargla ?

Pour tester ces hypothèses, nous avons étudié deux aspects :

Un volet méthodologique dans lequel nous avons abordé les questions méthodologiques les plus importantes afin de donner au sujet sa valeur scientifique, car ce volet comportait deux chapitres : un chapitre traitant du cadre méthodologique et conceptuel du sujet d'étude et un chapitre sur la modalités méthodologiques de l'étude.

Cet aspect nous a aidés à nous fournir les informations les plus importantes qui nous ont aidés à enrichir l'équilibre scientifique et des connaissances et la connaissance sous tous ses aspects.

_On voit que la majorité des répondants utilisent Facebook pour enrichir les connaissances et l'équilibre scientifique et se tourner vers de nouvelles cultures, ainsi que pour regarder des vidéos, discuter, commenter, interagir rapidement avec des amis, échanger des informations et des connaissances en

les partageant et en les publiant entre eux , où ils trouvent la liberté d'exprimer leurs opinions et leur expression et de répondre à leurs besoins.

Nous notons à travers les résultats que les répondants s'accordent à dire que les sites de réseaux sociaux renforcent l'amitié motivationnelle entre amis et la capacité à renforcer le contact personnel et leur interaction avec l'environnement, alors que l'amitié virtuelle les pousse à l'incarner sur le terrain et à réduire la crise de la communication personnelle. Par les sites de réseaux sociaux avec son impact positif sur la communication personnelle entre amis. Et la famille, et ils ne sont pas d'accord ou sont neutres sur le fait que les sites de réseaux sociaux réduisent leur communication directe avec leur entourage et que cela affecte leur contact personnel et que cela leur cause isolement, introversion, solitude et faible contact personnel.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ، ب، ج	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
16	1_ الإشكالية
17	2_ تساؤلات الدراسة
17	3_ فرضيات الدراسة
17	4_ اسباب اختيار الموضوع
18	5_ اهمية الدراسة
18	6_ اهداف الدراسة
18	7_ مصطلحات الدراسة
21	8_ الدراسات السابقة
23	9_ مناقشة الدراسات السابقة
24	10_ منهج الدراسة
25	11_ اداة الدراسة
26	12_ مجتمع البحث والعينة
26	13_ نظرية الاستخدامات والاشباكات كمنظور للدراسة
27	14_ الاطار الزمني والمكاني للدراسة
	الاطار التطبيقي للدراسة
	الفصل الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة
31	1_ عرض البيانات وتحليل النتائج
46	2_ النتائج العامة للدراسة
47	3_ نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية

50	4_ نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
53	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
56	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع العينة وفقا لمتغير الجنس	33
02	توزيع عينه الدراسة وفقا لمتغير السن	34
03	منذ متى وانت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟	35
04	هل تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي؟	36
05	كم تأخذ من الوقت وانت تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟	36
06	ما هي الاوقات المفضلة لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟	37
07	هل تقوم بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في:	38
08	ما هي شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة لديك وتقوم باستخدامها؟	38
09	ما هو السبب وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟	39
10	ما هي الخدمات المفضلة لديك اثناء عمليه التواصل الاجتماعي؟	40
11	ما هو الدافع وراء استخدام كلمه واقع التواصل الاجتماعي؟	40
12	ما هي نتيجة تفاعلك حول مختلف المواضيع التي تجدها على مواقع التواصل الاجتماعي؟	41
13	هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المواقع؟	42
14	هل صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي تكون:	42
15	ما هي الحاجات التي تلبئها لك مواقع التواصل الاجتماعي؟	43
16	هل غيابك عن مواقع التواصل الاجتماعي يشعرك ب:	44
17	ادت مواقع التواصل الاجتماعي الى تقليل تواصلك المباشر مع	44

	المحيطين بك.	
45	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقاتك الدافعية بالأصدقاء .	18
45	ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي اكثر في القدرة على الاتصال الشخصي .	19
45	ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي اثرت على اتصالك الشخصي.	20
46	ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت الى شعورك بالانطواء والوحدة .	21
46	حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تفاعلك مع محيطك .	22
47	تشعر ان المواقع التواصل الاجتماعي سببت لك العزلة وضعف الاتصال الشخصي .	23
47	الصدقات الافتراضية التي تكونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تدفعك الى تجسدها على ارض الواقع .	24
48	في نظرك ان مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من الحد من ازمه الاتصال الشخصي .	25
48	كان لمواقع التواصل الاجتماعي اثر ايجابي عليك في الاتصال الشخصي بين الاخرين (الأسرة - الاصدقاء) .	26

فهرس الاشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	توزيع العينة وفقا لمتغير الجنس	34
02	توزيع عينه الدراسة وفقا لمتغير السن	35

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثوره تكنولوجيايه كبيره في شتى المجالات سيما في مجال الاتصال وتقنيات المعلومات ، ظهر هذا التطور مع بدايات القرن العشرين ادى الى طفرة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك بظهور شبكة الانترنت وخدماتها المتعددة والمتنوعة حيث اصبح العالم عباره عن قريه صغيره تنتقل فيها المعلومات الى مختلف انحاء الكرة الارضية في اجزاء من الثانية وذلك بفضل التطورات التكنولوجية الراهنة رغم اختلاف الوسائل والتقنيات المستعملة وهذا ما سهل في عملية التواصل والتعارف بين الافراد ، اذ اخذت العلاقات الاجتماعية اشكالا اخرى غير مألوفة اختلفت عما كانت عليه من قبل، حيث اصبح هناك اختصار للوقت والمسافات والغاء للحدود الجغرافية ، فالانتشار الواسع لتكنولوجيا الاعلام والاتصال ساهم في ظهور طرق واشكال جديدة للتواصل، ولا شك ان هذه التغييرات لها تأثيرها المباشر على الافراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات دفع بهذه الاخيرة بقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

كما ساهمت الانترنت في اضافته الكثير من المظاهر للحياة البشرية وتغيير نمطها حيث ظهر ما يعرف بالمواقع الإلكترونية متعددة الخدمات ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي والتي هي عباره عن جيلا جديدا من الاتصالات اصبحت بين مختلف افراد المجتمع ومن بينهم فئه الطلبة الجامعيين حيث يعتبر استخدامها كوسيله لتبادل المعلومات ونشر الاخبار فيما بينهم سواء في الجامعة او خارجها وهذا ما ساهم في ظهور انماط اعلاميه جديده كما برزت هذه المواقع وظهرت بها العديد من الخدمات الاتصالية بين الطلبة في مختلف انحاء المعمورة اضافته الى العلاقات والصدقات التي يكونونها في ما بينهم.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعا من انواع المواقع التي نشأت و ظهرت في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط الجديدة حيث تلعب دورا كبيرا في عمليه جمع المعلومات والاخبار وتبادلها بين مستخدميها فهي من اكبر واهم المواقع التي يلجا اليها الافراد ويستخدمونها في جميع انحاء العالم لأنها تعتبر منصة مفتوحة تهتم بالعديد من المجالات اضافته الى ظهور علاقات جديده بين الافراد، فمواقع التواصل الاجتماعي اصبحت جزء لا يتجزأ من حياه العديد من الاشخاص في المجتمع ونخص بالذكر الطلبة الجامعيين الذين اصبحوا لا يمكنهم الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي اذ يعتبرون الفئه الاكثر تأثرا بهذه المواقع نظرا لتأثيراتها السلبية والإيجابية على حياتهم حيث طالت تلك التأثيرات على اشكال الاتصال فيما بينهم .

ومن الجدير بالذكر أن التحدث عن مواقع التواصل الاجتماعي كمظهر من مظاهر التطور التكنولوجي الذي عرفته وسائل الاعلام والاتصال لكونها احدثت تغييرا على مستوى العلاقات داخل المجتمعات، غير ان فئه الطلبة الجامعيين لم تسلم من تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي لكونها تشهد استخداما واسعا لهذه المواقع،

هاته الاخيرة كان لها دور في احداث تغييرات على اشكال الاتصال خاصة في الاتصال الشخصي ، اي يمكننا القول ان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها في اوساط الطلبة الجامعيين انعكس على طبيعة العلاقات فيما بينهم وكان لها دورا كبيرا في توفير العديد من الخدمات والتي تتمثل الدردشة مع الأصدقاء والاقارب اضافة الى تبادل بعض المحتويات كالصور والفيديوهات او التفاعل معها وكذلك بناء العلاقات الافتراضية والمهنية.

تعتبر الانترنت مظهر من مظاهر الاعلام الجديد التي سمحت بإقامة علاقات اجتماعية بين الأفراد والتفاعل مع محتوياتها و هذا ما كان له تأثيرا على أشكال الاتصال خصوصا في الاتصال الشخصي والذي يعتبر ذو اهمية كبيرة بين الافراد، فالإنترنت ظهرت من خلالها مواقع جديدة مكنت الافراد من التواصل فيما بينهم وتكوين علاقات افتراضية اكثر مما يتفاعلون مع العالم الحقيقي حيث زاد الاهتمام بهذه المواقع من طرف الافراد ويظهر ذلك من خلال استخداماتهم لمختلف تطبيقات التواصل واقبالهم عليها، هذه المواقع ساهمت في عملية التواصل بين الاصدقاء وهذا ما ادى الى تغييرا ملحوظا في اشكال الاتصال خاصة في الاتصال الشخصي.

ومن هذا فقد اردنا دراسة هذا الموضوع وذلك للكشف عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اشكال الاتصال خصوصا في الاتصال الشخصي لعينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع للانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى اقبال الطلبة الجامعيين على استخدامها خصوصا مع التأثيرات الايجابية والسلبية التي تزداد يوما بعد يوم نتيجة الاستخدام المكثف لها ومن اجل توضيح هذه الدراسة ارتأينا القيام بدراسة ميدانية تقوم على اسس منهجية وعلمية واضحة وبناء على هذا تم تقسيم الدراسة الى جانبين:

الجانب الاول: ويتمثل في الاطار المنهجي للدراسة والجانب الثاني: يتمثل في الاطار التطبيقي حيث تناولنا في الجانب المنهجي للدراسة كالاتي:

الفصل الاول: تحت عنوان " الإطار المنهجي للدراسة" وتم التطرق فيه الى:
الاشكالية، التساؤلات الفرعية، فرضيات الدراسة، اسباب اختيار الموضوع، اهمية الدراسة، اهداف الدراسة، مصطلحات الدراسة، الدراسات السابقة ومناقشتها، منهج الدراسة، اداة الدراسة، مجتمع البحث والعينة ، نظرية الاستخدامات والإشباع كمنظور للدراسة.

اما الجانب الثاني للدراسة المتمثل في الإطار التطبيقي تناولنا فيه فصل واحد وهو كآآتي:

الفصل الثاني: تحت عنوان "عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة" وتطرقنا فيه الى :

عرض البيانات وتفرغها في جداول بسيطة ومركبة ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولا الى نتائج الدراسة في الاخير.

الإطار المنهجي

الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1_ الاشكالية
- 2_ تساؤلات الدراسة
- 3_ فرضيات الدراسة
- 4_ اسباب اختيار الموضوع
- 5_ اهمية الدراسة
- 6_ اهداف الدراسة
- 7_ مصطلحات الدراسة
- 8_ الدراسات السابقة
- 9_ مناقشة الدراسات السابقة
- 10_ منهج الدراسة
- 11_ اداة الدراسة
- 12_ مجتمع البحث والعينة
- 13_ نظرية الاستخدامات والاشباع
كمنظور للدراسة

1_ الإشكالية :

يشهد العالم اليوم تطوراً كبيراً في شتى مجالات الحياة لاسيما تكنولوجيا الاعلام والاتصال وما اسفرت عنه ادى الى ظهور العديد من الوسائل الرقمية والتقنية الحديثة التي غيرت نمط حياة الانسان وحولت العالم الى قرية صغيرة محدودة المعالم وذلك كان عن طريق ظهور شبكه الانترنت التي برزت في اوائل القرن العشرين.

تعتبر الانترنت من ابرز واهم مظاهر التطور التكنولوجي الحديث الذي ساهم بشكل كبير في التأثير على عمليات التواصل بين الآخرين وذلك بمساهمتها في توصيل ونقل قضايا وايديولوجيات الآخرين ويتم ذلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي التي اصبحت تستقطب كافة الاشخاص وجل الفئات العمرية.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة للعديد من الشبكات الإلكترونية التي تربط بين الاشخاص ومشاركتها وذلك عن طريق انشاء الحسابات الشخصية تربط هؤلاء المشتركين مع اشخاص اخرين لهم نفس الميول ونفس الاهتمام حيث اصبحت هذه الاخيرة من اشهر مواقع الانترنت واكثرها انتشاراً على سطح المعمورة استقطبت كافة افراد المجتمع في كل بلدان العالم حيث نجحت هذه المواقع في جلب الكثير من الجماهير وشتى الفئات العمرية خاصة فئة الشباب وعلى غرارهم فئة الطلبة الجامعيين وذلك لتبادل الآراء والخبرات والتعرف على الاصدقاء وتبادل المعلومات التي تخص الطالب الجامعي وكذلك تقديم الحلول والمقترحات للمشاكل التي تواجه الطلبة الجامعيين.

ان هذه الوسائط الجديدة لأجهزة التواصل ومواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت من خلالها اصبحت تؤثر بشكل كبير ومباشر في التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين في قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة حيث اصبح الطلبة يقضون جل اوقاتهم بتصفح هذه المواقع واصبحت تشغلهم عن مراجعته دروسهم واداء واجباتهم وصعوبة التركيز فهذه المواقع شكلت تأثيراً كبيراً على الطلبة الجامعيين ما جعلها من الاولويات التي يعتمد عليها اغلب الطلبة في عملية الاتصال فيما بينهم.

ان الاتصال كعملية اخذ عده اشكال فنجد ما هو متعلق بمستواه واخر متعلق بالأداء كما يأخذ عده اصناف وينقسم الاتصال الى اربعة اقسام: الاتصال اللفظي والاتصال وغير اللفظي، الاتصال الشخصي، الاتصال التنظيمي، الاتصال الجماهيري. وقد تطورت هذه الاشكال بتطور المجتمعات واتساع نشاطاتها ما اثر على العملية الاتصالية بشكل كبير حيث ان التكنولوجيا الحديثة احدثت تغييراً شاملاً في عملية التواصل بين الافراد وظهور اساليب وانماط جديدة في العملية الاتصالية.

اذ يعد الاتصال الشخصي جزءاً لا يتجزأ من العملية الاتصالية فهو يعتمد بالدرجة الاولى على المواجهة المباشرة التي تفتح مجالاً واسعاً للتعبير عن الافكار والمشاعر وتقديم المعلومات والقدرة على تبليغها ومعرفة رده فعل المتلقي ما يتيح فرصه المناقشة والتفاعل اكثر اثناء الحديث مما يقوي الروابط الاجتماعية والعلاقات بأنواعها وعامل من العوامل التي تحدث تغييراً في سلوك الافراد واتجاهاتهم .

ان طلبه قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة بصفه خاصه وكطلاب جامعيين بصفه عامه لا يستغنون عن هذه التكنولوجيا الحديثة وعن مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال البحث على التغيير والتجديد في شتى المجالات العلمية والعملية فهذه الفئة تعد اكثر تعرضا لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف انواعها واشكالها فهذه الفئة تعتبر الدعامة الأساسية في تركيبه المجتمع.

ومن خلال ما تم تناوله سابقا حول هذا الموضوع يجدر بنا طرح الاشكال الاتي: ما هو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي لدى طلبه قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟

2_التساؤلات الفرعية:

1_2 ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

2_2 ما هي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟

2_3 ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي بين طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟

3_فرضيات الدراسة:

1_ الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من اجل جمع المعلومات والحصول على اخر الاخبار.

2_ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين العملية الاتصالية وخاصة في الاتصال الشخصي بين الطلبة.

3_ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في الاتصال وخاصة في الاتصال الشخصي بين الطلبة.

4_اسباب اختيار الموضوع:

4_1اسباب ذاتيه:

* شغف شخصي بالموضوع

* اهتمامنا بمستجدات التطور التكنولوجي وتأثيره

* الرغبة في اثراء المكتبة الجامعية وتزويدها بمثل هذه الدراسات التي تهتم بالتطور التكنولوجي وتأثيره

4_2 اسباب موضوعيه:

* انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصوره كبيره بين افراد المجتمع وخاصة بين الطلبة الجامعيين

* مواقع التواصل الاجتماعي احدثت تغييرا كبيرا في نمط حياه الاشخاص وطريقه التواصل في ما بينهم

* ندرة الدراسات التي تهتم بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اشكال الاتصال وخاصة في الاتصال الشخصي بين الطلبة الجامعيين في الجزائر

* ضرورة البحث على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها شبكات اتصاليه في اشكال الاتصال وخاصة في الاتصال الشخصي بين الاشخاص في المجتمع خاصه بين الطلبة الجامعيين باعتبارهم الفئة الاكثر استخداما لهذه المواقع.

5_ اهمية الدراسة:

ان لهذا الموضوع اهمية بالغه حيث انه يتناول تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فهذه المواقع استقطبت الكثير من المستخدمين حيث سهلت لهم الارتباط والتواصل مع الاخرين في اي مكان بالمعمورة فأصبحت هذه المواقع عباره عن صديق دائم يلجؤون اليه في كل حالاتهم حيث وجدوا من خلالها اشكالا جديده للاتصال يجب الوقوف عليها ومحاولة فهم الانساق الجديدة حيث اصبحت تتم من خلالها عمليه الاتصال من قبل هذه المواقع.

بل لا يجب الوقوف امام هذه المواقع التي انتشرت بسرعه داخل مجتمعنا موقف الشاهد عيان او المتفرج لما تخلفه بل يجب الوقوف على هذه الاثار والافرازات والانعكاسات التي تتسبب فيها على مستويات الحياه لكي نستطيع التعامل معها بعقلانية ولما كان الهدف الرئيسي لهذه المواقع هو التواصل والتفاعل بين الاشخاص وتبادل الآراء ونشر للأحداث فانه من المهم دراسة الإضافة التي ادخلتها للعملية الاتصالية واشكال الاتصال وخاصة في الاتصال الشخصي والتغيرات التي طرأت عليها ولهذا السبب فانه من المهم محاوله التعرف على تأثير هذه المواقع في اشكال الاتصال وبصفة خاصة في الاتصال الشخصي بين الطلاب الجامعيين

6_ اهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفه:

1_ التعرف على عادات وانماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي.

2_ التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

3_ معرفه انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي بين طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

7_ مصطلحات الدراسة:

1_ **التأثير:** هو تلك العلاقة التفاعلية بين افراد الجمهور ووسائل الاعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الاعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه اليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي او الوجداني

أو السلوكي ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الاعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والثقافية.¹

التعريف الإجرائي:

نقصد بالتأثير في دراستنا هذه بالتغيير الحاصل في سلوك وأشكال الاتصال خصوصاً في الاتصال الشخصي بين طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة وطرق تواصلهم مع الآخرين نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

2_ الاستخدام:

لغة: من استخدم استخداماً أي اتخذ الشخص خادماً أي خدمه فهو خادم وخادم له.²

اصطلاحاً: هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام وعليه فاستخدام وسيله اعلاميه أو مضمون اعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والثقافية للأفراد في العوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام ذلك ان العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام.³

اجرائياً:

وهو كيفية الاستعمال والتعامل من قبل المستخدمين مع مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاقبال على هذه المواقع واستعمالها والتفاعل مع مضامينها المختلفة .

3_ مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي حيث تشابهت في بعض الجوانب واختلفت في بعضها الآخر فهناك عدة تعاريف نذكر منها:

__ "هي مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك المعلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك اثناء امدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون اسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت".⁴

__ جاء في تعريف شبكات التواصل الاجتماعي في قاموس odlsi هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية كذا تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.

¹ خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بإغتراب الشباب الجامعي، ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة 2011، 2012، ص 14

² منال هلال المزاخرة: نظريات الاتصال. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان الاردن ط1 2012 ص 170

³ حسين شفيق، نظريات الاعلام. دار الفكر وفن الطباعة والنشر و التوزيع، د ط 2014، ص 186

⁴ علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي واثارها الاخلاقية والقيمية _ رسالة ماجستير (غير منشورة) _ الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة _ السعودية ص 2

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب او ما يعرف باسم ويب 0.2 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة ، شركة...الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، كما تتنوع اشكال واهداف الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف الى التواصل العام وتكوسن صداقات حول العالم وبعضها الاخر

يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصممين (المصورين ومصممي الجرافيكس).¹

التعريف الاجرائي:

شبكات التواصل الاجتماعي :

هي مواقع للدردشة والتواصل بين الافراد كما انها تعتبر منبر مهم في توجهات الطلبة الجامعيين حيث اصبح هناك تبادل للآراء والافكار ووجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية بين الطلبة من خلال استخدامهم لهاته المواقع.

4_الاتصال الشخصي:

لغة: يكون بين فرد واخر وبين مجموعه من الافراد او بين مجموعه واخرى.²

اصطلاحا: هو الاتصال المواجهي حيث يمكن فيه ان تستخدم حواسنا الخمس ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين او اكثر في موضوع مشترك.³

اجرائيا:

هو تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر. وهو أيضاً مجال للدراسة. وهناك مهارات متعلقة به يمكن دراستها وتطويرها أيضاً وهناك رسالة يتم إرسالها ورسالة يتم استقبالها أثناء ذلك التواصل. ويمكن إجراء ذلك بطرق مباشرة وغير مباشرة. ويكون الاتصال الشخصي ناجحاً عندما يفهم الرسالة كل من مرسلها والمستقبل لها.

8_الدراسات السابقة:

¹بسمة اللدعة: استخدامات الشبكات الاجتماعية في الاعلان، رسالة مقدمة لنيل البكالوريوس في الصحافة والاعلام (غير منشورة) _ الجامعة الاسلامية_

غزة_ فلسطين_ 2011 ،ص 36

²محمد جمال الفار: المعجم الاعلامي، دار اسامه للنشر والتوزيع،ط1، عمان، 2010،ص 11

³مصطفى يوسف كافي: الراي العام و نظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع،ط1، الاردن، 2015،ص177

الدراسة الأولى: دراسة الطالبتان (عليوان سلمى، شريفي رحمة) مذكوره مكمله لنيل شهاده الماستر في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع الاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل. السنة الجامعية 2020_2019

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن واقع الاتصال الشخصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتم التركيز على تطبيق الانستغرام من خلال اجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الموقع حيث يعتبر موضوع الاتصال الشخصي ومواقع التواصل الاجتماعي من المواضيع الهامة والتي حظيت باهتمام العديد من الباحثين من العلماء في مختلف الدراسات الاجتماعية خاصة الدراسات المتعلقة بالإعلام والاتصال حيث حاولوا تكوين صورته عن واقع المواضيع الهامة والتي حظيت باهتمام العديد من الباحثين من العلماء في مختلف الدراسات الاجتماعية خاصة الدراسات المتعلقة بالإعلام والاتصال حيث حاولوا تكوين صورته عن واقعاالاتصال الشخصي وهذا الموقع الذي شهد انتشارا واسعا ورواجا كبيرا بين مختلف فئه الشباب ومدى تأثيره عليهم حيث يعتبر هذا الموضوع ذو اهمية كبيره ومثير للاهتمام، الامر الذي اثار انتباه الباحثين للبحث في هذا الموضوع، المجتمع الجزائري بصفه عامه والمجتمع الجيجلي بصفه خاصه وقد انطلقت هذه الدراسة من طرح الاشكال التالي: ما هو واقع الاتصال الشخصي في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام واندرجت ضمنه الفرضيات التالية:

_ ضعف الاتصال الشخصي بواسطه الزيادات باستخدام خاصيه القصص.

_ المحادثات المباشرة بين الاشخاص اصبحت تعوض باستخدام خاصيه الدردشة.

_ تقوم الرسائل الصورية في الانستغرام مقام لغة الجسد في الاتصال الشخصي.

وقد تم استخدام المنهج الوصفي باعتباره المنهج الملائم لهذه الدراسة حيث تم الاعتماد على ادوات جمع البيانات باستخدام تقنيه الاستمارة وتم توزيعها على عينه قدرت ب: 75 مفردة وفي الاخير توصلت هذه الدراسة الى النتيجة التالية: ان واقع الاتصال الشخصي رغم انه تعرض لتغيير طفيف في ظل تقدم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التي توفرها هذه المواقع وعلى وجه الخصوص الانستغرام والمزايا التي يتمتع بها الا ان الواقع في المجتمع الجيجلي ان الافراد لا

زالوا متماسكين بأشكال الاتصال التقليدي المباشر والذي يعتبرونه افضل انواع الاتصال من حيث طريقه الاستخدام والوسائل التي يوفرها والتي يعتبرها الافراد اكثر ملائمة لتبليغ الافكار والمعاني.

تعقيب : تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا المتمثلة في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اشكال الاتصال (الاتصال الشخصي نموذجا) في متغير مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك في متغير الاتصال الشخصي وكذلك اعتمادنا على نفس اداه دراسة المتمثلة في الاستمارة. وتختلف من جهة اخرى في المنهج المتبع حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي اما الباحثان اعتمدتا في دراستهما على المنهج الوصفي

وكذلك تختلف في مكان وزمان الدراسة و مجتمع البحث بحيث قامت الباحثتان بدراسة ميدانية على عينه من المستخدمين في ولاية جيجل على عكس دراستنا التي تقوم على عينه من طلبه السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري بجامعة ورقلة.

وقد ساعدتنا هذه الدراسة في الجانب المنهجي خاصة في كيفية بناء الإشكالية وصياغة الاهداف.

الدراسة الثانية:دراسة لمريم ماضي بعنوان تأثيرات الهاتف النقال على انماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي مذكرة تخرج ماجستير قسم علوم الاعلام والاتصال جامعه الحاج الاخضر باتنة 2012_2013.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اهم التطورات التي عرفها الهاتف النقال وكذلك التأثيرات التي حدثت على انماط الاتصال لدى الطالب الجامعي خصوصا في الاتصال الشخصي وذلك من خلال دراسة عينة من طلبه قسم علم الاجتماع وتم الاعتماد على استبانة لجمع المعلومات من المبحوثين.

في الاخير توصلت الدراسة الى جملة من النتائج كان اهمها ان الاستخدام المكثف للهاتف النقال في اطار الاتصال بغير الاصدقاء جعل الطالب الجامعي يحصر اتصالاته مع عدد محدود من الافراد سواء كانوا اصدقاء او الاهل او شخص تربط به علاقه عاطفيه حيث ان كثره التواصلتجعل الفرد على اطلاع دائم بأخبار الطرف الاخر ويكون هناك تفاعل مستمر بينهما الا ان هذا النسق الاتصالي لا يشعر بغياب الطرف الاخر من العملية الاتصالية فهو حاضر بشكل مستمر من خلال الصوت وبالتالي فمستخدم الهاتف النقال لا يشعر بالغياب مما يعني ان عنصر الشوق سيقبل نوعا ما كما ان الحديث من خلال الهاتف النقال يمنع وصول العديد من الرسائل التي يتلقاها الفرد عاده عن طريق ما يسمى بالاتصال غير اللفظي خاصة لغة الجسم كتعبير التفاعل وحركات السلام التي تعتبر نوعا من المودة على العلاقة التي تنشأ بين الشخصين المتقابلين كما ان الالتقاء المباشر مع الاشخاص الذين يتواصلون بشكل كبير عبر الهاتف النقال ومع تناقص عنصر الاشتياق والحنين يجعل اللقاء مفتقد للحميمية التي قد تطبع لقاء الاشخاص الذين ينقطع الاتصال بينهم لمدته من الزمن فالهاتف النقال ساهم في تقليل البعد الانساني لعلاقات الطالب الجامعي.

تعقيب: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا المتمثلة في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اشكال الاتصال (الاتصال الشخصي نمودجا) في متغير انماط الاتصال واعتمادها على المنهج المسح الوصفي لأنها تندرج ضمن البحوث الوصفية وكذلك اعتمادها على نفس أداة الدراسة المتمثلة في الاستمارة.

وتختلف من جهة اخرى في متغير الهاتف النقال ومكان وزمان الدراسة وكذلك في عينه ومجتمع البحث.

الدراسة الثالثة:دراسة ابراهيم احمد ابو عرقوب وحمزه خليل الخدام (دراسة ميدانية) مجله دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد 39 العدد2012،2 هدفت هذه الدراسة الوصفية التحليلية الى معرفه تأثير

الانترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء وقد تم توزيع استبانة على عينة قوامها 300 طالبه في كلية عجلون الجامعية وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

1_ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الانترنت من جهة وعدد ساعات استخدامه من جهة اخرى والاتصال الشخصي بالأسرة وبالآخرين.

2_ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الانترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة والصدقات تعزى لمتغيرات الدخل الشهري والتخصص والمستوى الدراسي عند مستوى الدلالة (0.01)

3_ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الانترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة والصدقات تعزى لمتغير مكان السكن.

4_ ان للانترنت تأثيرا على سلوك الطالبات في كلية عجلون الجامعية لأنه قلل من رغبتهن في الاتصال الشخصي وجها لوجه باسرهن وبصديقاتهن.

تعقيب: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا المتمثلة في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اشكال الاتصال (الاتصال الشخصي نموذجاً) في متغير الاتصال الشخصي وكذلك في اداه الدراسة المتمثلة في الاستثمار.

وتختلف من جهة اخرى في متغير الانترنت وكذلك في المنهج المستخدم الوصفي التحليلي وتختلف ايضا في مكان وزمان الدراسة و مجتمع البحث بحيث قام الباحثان بدراسة ميدانية على عينه من الطالبات اللواتي يستخدمن الانترنت بشكل منتظم في كلية عجلون الجامعية اما دراستنا تقوم بدراسة عينه من طلبه السنه الثانية ماستر اتصال جماهيري بجامعة ورقلة.

9_ مناقشه الدراسات السابقة:

الدراسات التي تم التطرق اليها تناولت في مجملها تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي رغم اختلاف مجتمعات بحثها ومكانها وزمنها الا انها توصلت تقريبا الى نفس النتائج التي تشير الى الحد الذي بلغه تأثير هذه المواقع على علاقات الافراد داخل المجتمع حيث نلاحظ ان مواقع التواصل الاجتماعي اصبح لا يمكن الاستغناء عنها و اشارت النتائج ان استخدام هذه المواقع في تزايد بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة ما يمكن القول انها اصبحت تشكل ظاهره اجتماعيه جديدة بالتتابع والدراسة المستمرة.

كما اشارت النتائج ان هذه المواقع ساهمت بشكل كبير في تحسين العملية الاتصالية والقضاء على عوائق الزمان والمكان وتخطي حواجز الحدود الجغرافية وظهور اشكال جديده للاتصال كما ساهمت في تقليص حجم العلاقات وتراجع فرص التواصل المباشر.

ويمكننا القول ان مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن النظر اليها كشبكات سهلت في عمليه التواصل بين الاشخاص وانما يجب النظر الى تأثيراتها واشكال التواصل الجديدة الناجمة عنها التي فرضت وجودها على

العلاقات الاجتماعية هذه التأثيرات لاحظناها من خلال نتائج الدراسات السابقة ومنه سيكون منطلق دراستنا التي تسعى بدورها الى الوقوف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الشخصي لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

منهج الدراسة:

تفرض طبيعة دراستنا التي تسعى الى معرفة «تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الشخصي لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة» وذلك بالاعتماد على منهج مناسب في كل مراحل البحث العلمي، ويختلف المنهج حسب المشكل المطروح والموضوع المعالج، حيث يعرف بأنه: "مجموعة من الاجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول الى نتيجة"¹.

وقد استندنا في دراستنا الى المنهج الوصفي لوصف مضامين الشبكات الاجتماعية واثارها على اشكال الاتصال الشخصي ويتضح استخدام المنهج الوصفي من خلال وصف عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين وتحليل تأثير هذا الاستخدام.

حيث يعرف المنهج الوصفي "بأنه مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها و المجال العلمي التي تنتمي اليه ، وتصور العلاقة التي بينها وبين الظواهر الاخرى المؤثرة والمتأثرة فيها"².

وكما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام اساليب وادوات البحث العلمي التي تلائم الاهداف التي يسعى الباحثون الى تحقيقها من خلال هذه البحوث.

وهو ايضا على انه دراسة الظواهر كما في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي ، يوضح حجم الظاهرة ، ودرجات ارتباطها مع الظواهر الاخرى او بشكل كيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها فالبحث الوصفي يختلف عن البحث الاستكشافي من حيث انه اكثر تحديد للمشكلة وفرضياتها واكثر تفصيلا للمعلومات التي تحتاجها³.

اضافة الى المنهج الوصفي اعتمدنا على " المنهج المسحي " الذي يعرف بأنه: " التجميع المنظم للمعلومات من المبحوثين بهدف فهم او التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة".

وهو ايضا: " اداة يقوم من خلالها الباحث بدراسة المجتمع ككل للتعرف على خصائصه، او بدراسة عينة منه". ويعرفه ايضا: «محمد عبد الحميد» بأنه: " احد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعتبر الشكل المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي او تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب فيه الاتصال بمفرداته"⁴.

¹ احمد بن مرسل: "مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال" ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2005، ص 282

² منال هلال مزاهرة: "بحوث الاعلام_الاسس والمبادئ". دار الكنوز للمعرفة والنشر والتوزيع. الاردن . ط 1_ 2011_ ص 105

³ محفوظ جوده. اساليب البحث العلمي_ دار زهران للنشر والتوزيع. عمان ط 1_ 2007. ص 119

⁴ محمد عبد الحميد "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية". عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة. القاهرة. ط 1. 2000. ص 158

أداة الدراسة:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث بجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها في إطار الدراسة ، حيث لا بد للباحث اختيار أكثر الأدوات ملائمة للدراسة لتحقيق والوصول الى الاهداف التي يرغب في الوصول اليها من خلال دراسته.

لذلك تعد الاداة الانسب لدراستنا هذه هي: " الاستبيان". حيث يرجع سبب اختيارنا لهذه الاداة هو الظروف التي اجبرتنا عليها جائحة كورونا ونظام التفويج الذي لا يسمح بمقابلة كل المبحوثين ولجوء الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي بدل الاتصال الشخصي.

الاستبيان:

تعتبر على انها احدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من اجل الحصول على بيانات او معلومات تتعلق بأحوال الناس او ميولهم او اتجاهاتهم او دوافعهم او معتقداتهم.¹ وقد اعتمدنا على ثلاث محاور في بناء هذا الاستبيان وهي كالتالي:

المحور الاول: عادات وانماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي، ويضم 05 اسئلة (05_01).

المحور الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة، ويضم 09 اسئلة (06_14).

المحور الثالث: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي بين طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة، ويضم 10 اسئلة (15_24).

وفيما يخص استمارة دراستنا فقد عرضناها على مجموعة من الأساتذة المحكمين لقياس صدق الاداة وموافقة المشرف عليها وقد تم التعديل والتنقيح اضافة الى ادراج بعض ملاحظات المحكمين واقتراحات الاستاذ المشرف ، حيث تم التوصل الى الشكل النهائي لها ثم قمنا بتوزيعها.

الأساتذة المحكمين:

الرقم	الاسم واللقب	الصفة	التخصص
01	فضيلة تومي	استاذ محاضراً	علوم الاعلام والاتصال
02	عبد القادر قندوز	استاذ محاضراً	علوم الاعلام والاتصال
03	رابح صانع	استاذ مساعد	علوم الاعلام والاتصال

¹ جودت عزت عطوي _ اساليب البحث العلمي. مفاهيمه وادواته. دار الثقافة للنشر والتوزيع. الاردن ط4 سنة 2011. ص 99

مجتمع البحث والعينة:

ان ابحاث ودراسات البحث العلمي تتطلب تحديد مجتمع الدراسة وذلك لتطبيق الدراسة عليها وتكون قابله للتحليل.

يعتبر مجتمع الدراسة المفردات التي استهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة وهنا يتمثل في طلبه السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري المتكونة من 330 طالب بجامعة ورقلة الذين تم اختيار العينة منهم بطريقة عشوائية والتي بلغ عددها 66 مفردة تم اختيارها في شهر مارس.

" يصعب الوصول الى هذا المجتمع ككل من الشباب لأنه مجتمع ضخم لذا تم التركيز على المجتمع المتاح والممكن الوصول اليه والاقتراب منه لجمع البيانات **accessible population** والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة واهدافها وتختار منه عينه البحث".¹

ولصعوبة الوصول الى كل افراد العينة لجأنا الى استخدام العينة العشوائية التي تعرف على انها: " هي العينة التي يكون فيها احتمال اختيار جميع المفردات متساوون ومعروف ويمكن حسابه".²

وتعرف العينة العشوائية ايضا بأنها: " هي العينة التي تم اختيار مفرداتها دون تدخل من الباحث بمعنى ان اختيار مفرداتها لا يتم بقصد او تعمد ان تتضمن العينة مفردات معينة وعدم تضمها مفردات اخرى وفي العينة العشوائية تتاح فرصه متساوية لجميع المفردات لان يتم اختيارها ضمن العينة ولذلك تسمى بالعينة غير المتحيزة او العينة الاحتمالية **probability samples**".³

نظرية الاستخدامات والاشباع كمنظور للدراسة:

1_تعريفها:

تعرض الجمهور لمواد اعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.⁴
-ويعرف ايضا على انه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية او كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة.⁵

2_ اصول ونشأة هذه النظرية:

يرجع الاهتمام بالاشباع التي تقدمها وسائل الاعلام الجماهيري الى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من ان هذه البحوث اهتمت في الأصل بدراسات التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الاعلام، ومن المنظور التاريخي نجد ان بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات اخرى من بداية الاربعينيات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري على دراسة مضمون وسائل الاعلام بشكل

¹ محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. عالم الكتب للنشر والتوزيع. القاهرة د ط 2004 ص 130

² متولي النقيب - مهارات البحث عن المعلومات واعداد البحوث في البيئة الرقمية - المنهل 2008 ص 110

³ بركات عبد العزيز - مقدمة في التحليل الاحصائي لبحوث الاعلام - المنهل 2014 ص 403

⁴ صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط 01 ، القاهرة، 2011، ص 61

⁵ صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 61

أكثر وقد اعتبر علماء الاتصال والاعلام من امثال لازرسفيلد وريفير انه شكلت نقلة نوعية في دراسة تأثير وسائل الاعلام، وهي مستهدفة للعلاقة ما بين المتغيرات اجتماعية و استخدام وسائل الاعلام والاتصال.¹

3_ فروض النظرية:

أ_ جمهور المتلقين: هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق اهداف معينة.
ب_ يمتلك اعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين اشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى انها تشبع حاجاته.

ج_ تنافس وسائل الاعلام مع مصادر اخرى لإشباع الحاجات.

د_ الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الاعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

هـ_ الاحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة او محتوى معين يجب ان يحددها الجمهور بنفسه.²

اسقاط نظرية الاستخدامات والاشباع على الدراسة الحالية:

من خلال العرض السابق يمكن القول ان تطبيق نظريه الاستخدامات والاشباع في دراستنا تعد من اهم المداخل النظرية المناسبة من اجل دراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستخدميها ومن اجل الحصول على المعلومات الكافية حول الطلبة الجامعيين وذلك من خلال رصد الإشباع المحققة لهم من هذا الاستخدام كما انها تناقش دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة ازاء الوضع الراهن والذي بدوره انعكس على انماط الاتصال لديهم والتي لم تعد بتلك الصورة المعهودة وفرضت عليهم التأقلم معها واللجوء الى اشكال جديدة للاتصال عن بعد بغية التواصل فيما بينهم وتبادل المعلومات والإرشادات بينهم وبين الأستاذ المشرف أثناء فترة انجاز مذكرة التخرج من جهة ومع عينة الدراسة من جهة أخرى والتي بات الوصول إليها صعب لاسيما الفصل الثاني من الموسم الدراسي الذي يقل فيه عدد الطلبة في الجامعة مما يضطر الباحث إلى التفكير في واسطة غير الاتصال الشخصي لاستقاء المعلومة من المبحوثين وبهذا يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الحل الانسب نظرا للشعبية التي تحظى بها داخل مجتمع الدراسة.

4_ اهداف النظرية: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام وذلك بالنظر الى الجمهور

النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته واهدافه. توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الاعلام، والتفاعل مع نتيجة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري.³

الاطار الزمني والمكاني للدراسة:

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاعلام، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط 01، 2011، عمان، ص 84
² محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع و الطباعة ، ط01 ، 2004 ، القاهرة، ص 248
³ مصطفى يوسف الكافي ، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط 01 ، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص 215

ان كل دراسة ميدانية تنصب على تحليل واقع الحيز او الميدان الذي يكون فيه البحث فالدراسة الميدانية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية تتطلب من الباحث تدقيق لمجالات الدراسة خاصة في وقت اجرائها والمجتمع المبحوث.

وتتمثل مجالات دراستنا كالاتي:

أ_ المجال المكاني: يشير المجال المكاني الى البيئة التي يقوم الباحث بتحديدتها والمجتمع المراد دراسته وبحثه ويكون ذلك في منطقه جغرافية معينة ويشمل المجال المكاني ايضا جميع المناطق الجغرافية حسب القضية التي يقوم الباحث بدراستها وعلى اساس ذلك اخترنا قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة ليكون مكانا للدراسة.

ب_ المجال الزمني: يقصد بالمجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة بمختلف مراحلها وقد انطلقت دراستنا في شهر جانفي 2022 بعدما تم الموافقة على الموضوع وذلك بجمع المعلومات الأولية بما يسمح بتكوين فكره عامه قادتنا لصياغه الإشكالية وتحديد الاجراءات المنهجية بعدها مباشرة تم تصميم استمارة الاستبيان وما احتوته من مراجعه وتصحيح وتعديل وقد وزعت في الفترة الممتدة ما بين 15 افريل 2022 الى غاية 01 ماي 2022 تلتها مرحله التفريغ والتحليل وصولا الى النتائج النهائية في 15 ماي 2022.

ج_ المجال البشري: يتمثل المجتمع البشري للدراسة بأنه المجتمع الاصلي الذي تطبق على افراده جمع البيانات والمعلومات، والمجال البشري في هذه الدراسة هم مجموعه من طلبة السنة ثانياه ماستر اتصال جماهيري بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار التطبيقي

الفصل الثاني: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة

1_ عرض البيانات وتحليل النتائج

2_ النتائج العامة للدراسة

3_ نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية

4_ نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

• تمهيد:

بعد ان قمنا بجمع المعلومات النظرية والمعرفية حول مواقع التواصل الاجتماعي و الاتصال الشخصي والتي سنطبقها في الميدان على مجموعة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة ، وذلك من اجل معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي وذلك من خلال الانطلاق من الاجراءات الميدانية وتحليل و عرض البيانات وصولا الى استخلاص النتائج والإجابة على اسئلة الدراسة.

1_ عرض البيانات وتحليل النتائج:

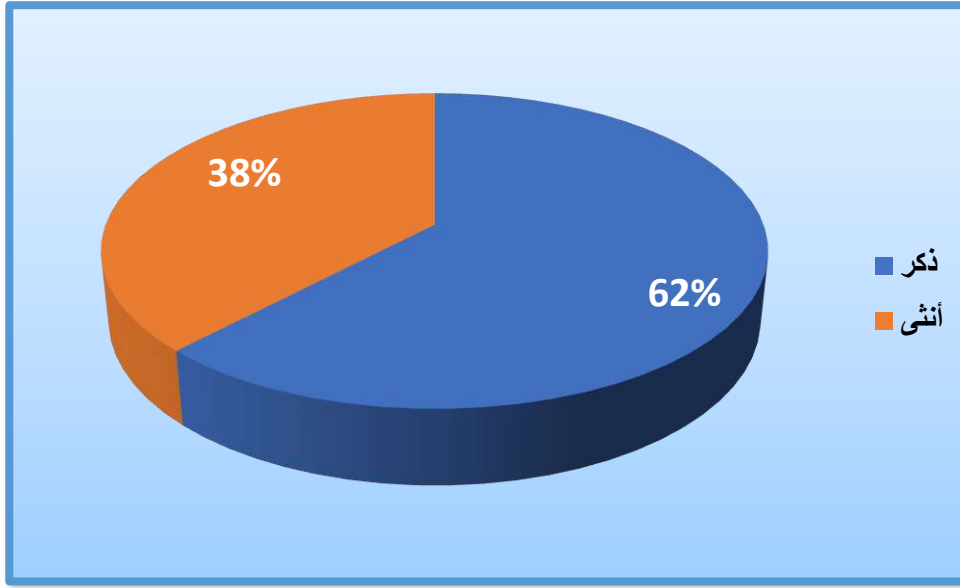
بعد ترميز البيانات الأولية ، وإجراء عمليات التحليل الإحصائي، تمكنا من إيراد أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ويتم إيجازها في الصفحات القادمة.

جدول رقم (01) : توزيع عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس

النسبة المئوية	الجنس
62,1	ذكر
37,9	أنثى
100	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس يتكون من 41 مفردة ذكور، و25 مفردة إناث، وقد كانت نسبة الذكور هي النسبة الأكبر مقارنة بالإناث فمن خلال النتائج المبينة في الجدول يتضح أن الذكور هم الأكثر استعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي وأنهم يستخدمون هذه المواقع بصفة دائمة. ولعل ذلك راجع الى اقبال الذكور بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الترفيه وملا وقت الفراغ ومتابعة الاخبار الرياضية وغيرها إضافة الى ذلك اننا قمنا بتوزيع الاستبانة بشكل عشوائي بحث ولم نراعي التوزيع المتساوي بين الذكور و الاناث.

شكل رقم (01) : توزيع عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس



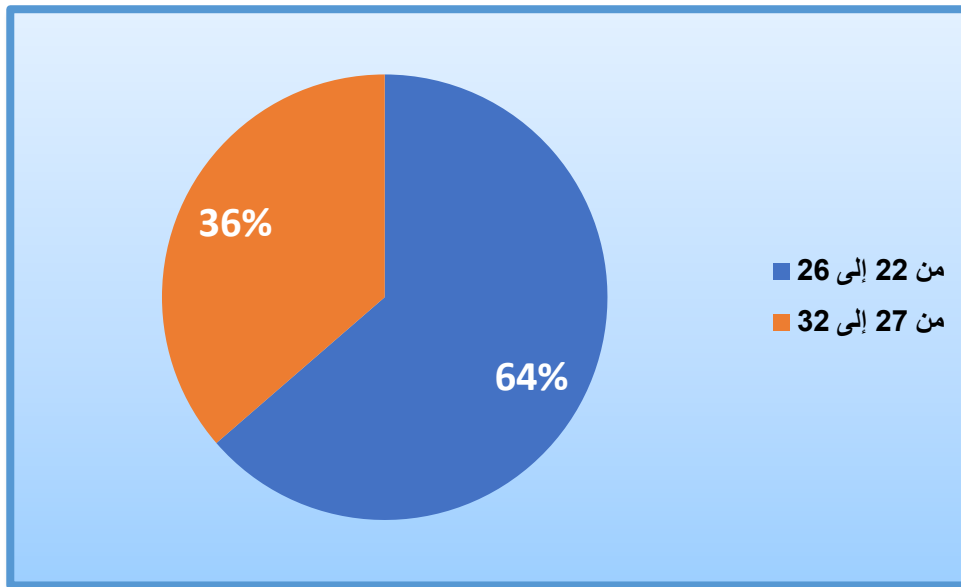
جدول رقم (02) : توزيع عينة الدراسة وفق لمتغير السن

النسبة المئوية	السن
63,6	من 22 الى 26 سنة
36,4	من 27 الى 32 سنة
100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية تتراوح أعمارهم بين 22 - 26 سنة بنسبة 63.6% بينما جاءت

الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 27_32 بنسبة 36.4% وقد يرجع ذلك إلى أن المبحوثين المنتمين إلى فئة 22_26 سنة هي الفئة الغالبة بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة باعتبار أن طلبة الماستر تتراوح أعمارهم بين 22 و 26 سنة إضافة إلى أن هذه الفئة هي الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية ، اما الفئة 27_32 سنة فهم فئة قليلة بالقسم اضافة إلى ان التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيه اختيار الفئات قصديا.

شكل رقم (02) : توزيع عينة الدراسة وفق لمتغير السن



المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الطلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال لمواقع

التواصل الاجتماعي.

جدول رقم(03) : مدة إستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة المئوية	السؤال
1,5	اقل من سنة
7,6	من سنة لثلاثة سنوات
90,9	أكثر من ثلاث سنوات
100	المجموع

يتضح من خلال الجدول التالي أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث سنوات بنسبة 90.9% وتليها مدة من سنة لثلاثة سنوات بنسبة 7.6% وفي الاخير اقل من سنة بنسبة 1.5%.

من خلال الجدول يتضح ان افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات وذلك راجع الى توسع وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (04) : تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

النسبة المئوية	السؤال
3,0	أخرى
62,1	اسمك الحقيقي
27,3	اسم مستعار
7,6	اسم شخصية تحبها
100	المجموع

يبين الجدول اعلاه توزيع أفراد العينة حسب الاسم الذي يستخدمونه في مواقع التواصل الاجتماعي حيث يوضح أن نسبة من يستخدمون اسمائهم الحقيقية 62.1 % بتكرار 41 طالب، وهي النسبة الأكبر مقابل المبحوثين الذين يستخدمون أسماء مستعارة التي قدرت نسبتهم بـ 27.3% وبمجموع تكرار 18 طالب ، ويأتي في الاخير الذين يستخدمون اسم شخصية يحبونها بنسبة 7.6%.

نلاحظ أن اغلبية أفراد العينة يستخدمون اسمائهم الحقيقية وهذا دليل على مصداقية المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وإقامة علاقات حقيقية في هذا العالم الافتراضي، أما الباقي الآخر الذين يدخلون إلى الموقع بأسماء مستعارة واسماء شخصيات يحبونها فكل له ظروف وأسباب .

جدول رقم (05) : مدة تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	السؤال
1,5	اقل من ساعة
18,2	من ساعة الى ثلاث ساعات
80,3	لا يوجد وقت محدد
100	المجموع

يتضح من خلال الجدول الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نالت نسبة مدة اقل من ساعة اقل نسبة قدرت ب 1.5% وتليها بعد ذلك مدة من ساعة الى ثلاث ساعات بنسبة 18.2 % وفي الاخير نجد 80.3 % يستخدمونها دون وقت محدد.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها في الجدول، أن الافراد يقضون وقتا طويلا في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي دون احساسهم بالوقت وذلك يرجع للخصائص التي تتمتع بها هذه المواقع، ومن بينها سرعة الحصول على المعلومات في مختلف المجالات، الاطلاع على مختلف الأخبار في الساحة المحلية والوطنية، ويمكن أن نرجع ذلك أيضا للسمات التي تتمتع بها من حيث سهولة الاستخدام، ومجانية دون وقت محدد.

جدول رقم (06) : الأوقات المفضلة لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	السؤال
24,2	ليلا
1,5	صباح
9,1	مساء
65,2	كل الأوقات
100	المجموع

من خلال الجدول رقم(06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم الاجمالي (66) مفردة انقسمت إلى اربع مجموعات تتمثل المجموعة الاولى في الفئة التي كانت اجابتهم "كل الأوقات" وقد بلغ عددهم (43) مفردة بنسبة 65.2% اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم "ليلا" والبالغ عددهم (16) بنسبة قدرت 24.2% اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت اجاباتهم "مساء" والبالغ عددهم (06) بنسبة قدرت ب 9.1 %، في حين مثلت المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا "صباح" والبالغ عددهم (01) بنسبة قدرت ب 1.5 %.

ويفسر ذلك أنه لا يوجد وقت مفضل لدى المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث يكون استخدامهم للمواقع حسب الظروف الخاصة بهم، فمنهم من لديه ظروف متعلقة بالدراسة ومنهم من لديه ظروف متعلقة بالعمل.... الخ، بينما يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي ليلا ومساء وذلك لكونهم يسهون العمل والدراسة في هذا الوقت بالإضافة إلى أنه وقت الفراغ بينما قل استخدام هذه المواقع في الصباح وذلك للانشغال بالدراسة والعمل والتواجد خارج المنزل والعمل، بينما ينعدم استخدامها صباحا.

جدول رقم (07) : تقوم بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في:

النسبة المئوية	السؤال
93,9	المنزل
3,0	الجامعة
3,0	مقهى الانترنت
100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أن أعلى نسبة كانت في المنزل بـ 93.9% تليها الجامعة ومقهى الإنترنت بـ 3.0% بالتساوي. ويمكن تفسير ذلك بإمكان الطلبة تصفح مواقع التواصل الاجتماعية في المنزل دون مقهى الإنترنت والجامعة اي حين ينتهون من الدراسة والعمل.

المحور الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (08) : شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة لديك وتقوم باستخدامها

النسبة المئوية	السؤال
1,5	أخرى
68,2	الفييس بوك
1,5	التوتير
28,8	الانستغرام
100	المجموع

من خلال قراءة هذا الجدول نرى بان افراد العينة يستخدمون موقع الفييس بوك بشكل مكثف بلغت نسبتهم 68.2% ويليه نسبة مستخدمي الانستغرام بلغت نسبتهم 28.8% أما بالنسبة لمستخدمي التوتير ومواقع اخرى بلغت نسبتهم 1.5% بالتساوي.

هذا دليل على أن افراد العينة يفضلون موقع الفيس بوك بسبب شهرته وعالميته ومجانيته بالإضافة إلى سهولة استخدامه .

ومنه نستنتج أن الفيس بوك هو أكثر موقع استخداما من قبل طلبة الجامعة.

جدول رقم (09) : السبب وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

السؤال	النسبة المئوية
التعرف على ثقافات جديدة	30,3
تكوين صدقات	4,5
التسلية والترفيه	18,2
التواصل مع الاصدقاء	28,8
ملاً وقت الفراغ	18,2
المجموع	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 الذي يمثل توزيع أفراد لعينة حسب اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت أعلى نسبة التعرف على ثقافات جديدة بـ 30.3% تليها بنسبة قريبة جدا التواصل مع الاصدقاء بنسبة 28.8% تليها " التسلية والترفيه " و "ملاً وقت الفراغ" بنسبة 18.2% متساويتين واخيرا تكوين صدقات بنسبة 4.5%

وقد يرجع ذلك إلى أن الطالب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة الرصيد المعرفي وزيادة الثقافة الجديدة ، إضافة إلى التواصل مع الاصدقاء سواء في الجامعة أو كافة الميادين الأخرى .

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست ملجأ للهروب من الواقع فقط وانما هي أداة ايجابية في إثراء الرصيد المعرفي والعلمي و التطلع ثقافات جديدة.

جدول رقم (10) : الخدمات المفضلة لديك اثناء عملية التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	السؤال
4,5	الالعاب
36,4	الردشة
9,1	التعليقات
50,0	مشاهدة الفيديوهات
100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة من خلال التواصل بالمواقع الاجتماعية أن أعلى نسبة كانت 50.0 % مشاهدة الفيديوهات ، تليها الردشة بنسبة وتليها التعليقات والالعاب بنسبة 9.1% و 4.5% بالترتيب.

وقد يرجع ذلك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين من أجل مشاهدة الفيديوهات و الردشة والتعليق.

نستنتج من خلال ذلك أن الطلبة اثناء فترات التواصل بالمواقع يحققون إشاعات معينة منها مشاهدة الفيديوهات والتواصل والردشة الخ....

جدول رقم (11) : الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	السؤال
62,1	التفاعل السريع مع الاصدقاء
21,2	التعرف على اصدقاء جدد
16,7	كثرة الإقبال عليها
100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للتفاعل السريع مع الأصدقاء ب 62.1% تليها التعرف على اصدقاء جدد ب 21.2% ثم تأتي كثرة الإقبال عليها ب 16.7%.

وقد يرجع ذلك إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل السريع مع الأصدقاء، وذلك من خلال الدردشة والتعليق على الصور وتبادل المعارف والمعلومات ومعرفة المستجدات مع الأصدقاء من أجل معرفة اصدقاء إضافة إلى كونها مجانية وكثرة الإقبال عليها.

ومنه نستنتج أن الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التفاعل مع أصدقائهم باعتبارها فضاء خاص لذلك.

جدول رقم (12) : نتيجة تفاعلك حول مختلف المواضيع التي تجدها على مواقع التواصل

الاجتماعي

النسبة المئوية	السؤال
42,4	إيجابية
1,5	سلبية
56,1	معا
100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نتيجة التفاعل مع المواضيع التي نجدها على مواقع التواصل الاجتماعي .

نجد أن أعلى نسبة كانت ايجابية وسلبية معا ب 56.1 % تليها ايجابية بنسبة 42.4 % وأخيرا سلبية ب 1.5%.

ويرجع ذلك إلى أن أغلبية المبحوثين يرون أن المواضيع التي تعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها ايجابياتها وسلبياتها معا كونها تخضع للرقابة ، بالإضافة إلى أنها وسيلة كمختلف الوسائل الأخرى لها ايجابياتها وسلبياتها ، فيما يرى البعض الآخر بنسبة أقل أنه ليس لها سلبيات بل هي ايجابية فقط لتوفيرها المعلومات والتواصل بسهولة مع الغير وتمكن من البحث والتعرف على أصدقاء ومجتمعات جديدة.

فيما ترى فئة قليلة أنها هذه المواضيع سلبية كونها مجهولة المصدر في أغلبية الأحيان .

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي عجيبة في يد الطالب يشكلها كيفما يشاء ايجابيا أو سلبيا.

جدول رقم (13) : استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المواقع

النسبة المئوية	السؤال
77,3	نعم
22,7	لا
100	المجموع

من خلال الجدول رقم 13 ان افراد العينة والبالغ عددهم 66 فردا قد انقسمت الى مجموعتين، تتمثل المجموعة الاولى التي تمحورت اجابتهم بنعم بنسبة 77.3% والمجموعة الثانية بنسبة 22.7%. وقد يرجع ذلك إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات يكون من أجل تبادل الثقافات وتنمية لثقافة لديهم لذا يقومون بنشر المعلومات الثقافية ، إضافة إلى نشر المعلومات الرياضية والادبية والسياسية.

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر المعلومات من خلال مواضيعها لتنقيف الطلبة لذلك فهم يساهمون في الاطلاع على ثقافات غيرهم ونشر ثقافتهم حول مختلف الجوانب.

جدول رقم (14) : صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي تكون:

النسبة المئوية	السؤال
7,19	شخصية
40,9	متاحة للأصدقاء فقط
39,4	متاحة للجميع
100	المجموع

من خلال الجدول رقم(14) نلاحظ أن اجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم اجمالاً(66) فردا انقسمت إلى ثلاثة مجموعات, تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم " متاحة للأصدقاء فقط" وقد بلغ عددهم(27) فردا بنسبة 40.9%, اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم "متاحة للجميع" والبالغ عددهم(26) بنسبة 39.4%, اما المجموعة الثالثة تمثل الافراد الذين كانت اجابتهم "شخصية" والبالغ عددهم13 فردا بنسبة 19.7%.

ويمكن تفسير ذلك إلى أن الطلبة يقوم بالتفاعل مع الأصدقاء حيث نجد التفاعل السريع مع الأصدقاء ويكون ذلك من خلال تبادل المعلومات والملاحظات ونشر الصور ليراها الأصدقاء ويعلق عليها إضافة إلى الحصول على المحاضرات والدروس بكل سهولة.

ومنه نستنتج أن الطلبة يفتحون الصفحات على مواقع التواصل ولكونهم يجدون راحة معهم أكثر من غيرهم.

جدول رقم (15) : الحاجات التي تلبّيها لك مواقع التواصل الاجتماعي

السؤال	النسبة المئوية
أخرى	15,2
الهروب من الواقع	19,7
التعبير بكل حرية	65,2
المجموع	100

من خلال الجدول رقم 15 نلاحظ ان افراد العينة والذين انقسموا الى ثلاث مجموعات تتمثل المجموعة الاولى في الذين تمحورت اجابتهم "التعبير بكل حرية" بنسبة 65.2% والمجموعة الثانية تتمحور اجابتهم "الهروب من الواقع" بنسبة 19.7% والمجموعة الاخيرة تمحورت اجابتهم "اخرى" بنسبة 15.2%.

ويمكن تفسير ذلك ان الطلبة يجدون الحرية في التعبير عن آرائهم في مواقع التواصل الاجتماعي والهروب من الواقع.

نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي تلبّي حاجات الطلبة في التعبير بكل حرية والهروب من الواقع عبر العالم الافتراضي .

جدول رقم (16) : غيابك عن مواقع التواصل الاجتماعي يشعرك ب :

النسبة المئوية	السؤال
7,6	القلق و الاضطراب
36,4	الفراغ
56,1	لا شيء
100	المجموع

من خلال الجدول رقم (16) الذي يبلغ عدد مفردات عينته 66 انقسم الى ثلاثة مجموعات حيث تتكون المجموعة الاولى التي تتمحور اجابته "لا شيء" بنسبة 56.1% وتليها المجموعة الثاني التي تتمحور اجبتها على "الفراغ" بنسبة 36.4% والمجموعة الاخيرة تتمحور اجابتهم "القلق والاضطراب" بنسبة 7.6%.

ويرجع ذلك الى ان غياب الطلبة عن مواقع التواصل الاجتماعي لا يسبب شيء او يحدث تغير كونهم يمارسون بعض الاعمال الاخرى او يدرسون اي لا يوجد لديهم وقت فراغ في حين ان هنالك فئة قليلة تصاب بالقلق والاضطراب في غياب مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي.

جدول رقم (17) : ادت مواقع التواصل الاجتماعي الى تقليل تواصلك المباشر مع المحيطين

بك.

النسبة المئوية	السؤال
47,0	غير موافق
12,1	محايد
40,9	موافق
100	المجموع

يبين الجدول اعلاه ان اغلبية الباحثين غير موافقين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تقلل تواصلهم المباشر مع المحيطين بهم بنسبة 47.0% اما نسبة 40.9% موافق و 12.1% محايد.

جدول رقم (18) : ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقاتك الدافعية مع الاصدقاء.

النسبة المئوية	السؤال
4,5	غير موافق
25,8	محايد
69,7	موافق
100	المجموع

وافق 46 من افراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز صداقتهم الدافعية مع الاصدقاء بنسبة 69.7% في حين كانت نسبة المحايدين 25.8% والغير موافقين 4.5%.

جدول رقم (19) : ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي اكثر في القدرة على الاتصال الشخصي

النسبة المئوية	السؤال
10,6	غير موافق
15,2	محايد
74,2	موافق
100	المجموع

وافق 49 من افراد العينة على ان مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في القدرة على الاتصال الشخصي بنسبة 74.2% وفي حين كانت نسبة المحايدين 15.2% والغير موافقين 10.6%.

جدول رقم (20) : ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي اثرت على اتصالاتك الشخصي.

النسبة المئوية	السؤال
39,4	غير موافق
27,3	محايد
33,3	موافق
100	المجموع

بالنسبة لقيمة ان مواقع تواصل الاجتماعي اثرت على اتصالك الشخصي فان اغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 39.4% في حين كانت نسبة الموافقين 33.3% والمحايدين 27.3%.

جدول رقم (21) : ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت الى شعورك بالانطواء والوحدة.

السؤال	النسبة المئوية
غير موافق	54,5
محايد	22,7
موافق	22,7
المجموع	100

بالنسبة لقيمة ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت الى شعورك بالانطواء والوحدة فان اغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 54.5% في حين كانت نسبة المحيدين والموافقين بنسبة 22.8% بالتساوي.

جدول رقم (22) : حسب رأيك هل ساهمت مواقع تواصل الاجتماعي في تفاعلك مع

محيطك.

السؤال	النسبة المئوية
غير موافق	16,7
محايد	13,6
موافق	69,7
المجموع	100

وافق 46 من افراد العينة على ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تفاعلهم مع محيطهم بنسبة 69.7% في حين ان نسبة الغير موافقين كانت 16.7% والمحايدين 13.6%.

وقد يرجع ذلك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين من أجل مشاهدة الفيديوهات و الدردشة والتعليق.

جدول رقم (23) : تشعر ان مواقع التواصل الاجتماعي سببت لك العزلة وضعف الاتصال الشخصي.

النسبة المئوية	السؤال
54,5	غير موافق
28,8	محايد
16,7	موافق
100	المجموع

بالنسبة لقيمة تشعر ان مواقع التواصل الاجتماعي سببت لك العزلة وضعف الاتصال الشخصي فان اغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 54.5% في حين كانت نسبة المحايدين 28.8% والموافقين 16.7%.

جدول رقم (24) : الصداقات الافتراضية التي تكونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تدفعك الى تجسدها على ارض الواقع.

النسبة المئوية	السؤال
28,8	غير موافق
28,8	محايد
42,4	موافق
100	المجموع

وافق 28 على ان الصداقات الافتراضية التي تكونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تدفعك الى تجسيدها على ارض الواقع بنسبة 42.4% في حين كانت نسبة المحايدين والغير موافقين 28.8% بالتساوي.

جدول رقم (25) : في نظرك ان مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من الحد من ازمة الاتصال الشخصي.

النسبة المئوية	السؤال
16,7	غير موافق
28,8	محايد
54,5	موافق
100	المجموع

وافق 36 فردا على ان مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من الحد من ازمة الاتصال الشخصي بنسبة 54.5% في حين كانت نسبة المحايدين 28.8% والغير موافقين 16.7%.

جدول رقم (26) : كان لمواقع التواصل الاجتماعي اثر ايجابي عليك في الاتصال الشخصي بين الاخرين (الأسرة _ الاصدقاء).

النسبة المئوية	السؤال
12,1	غير موافق
19,7	محايد
68,2	موافق
100	المجموع

وافق 45 من افراد العينة على ان لمواقع التواصل الاجتماعي اثار ايجابية عليهم في الاتصال الشخصي بين الاخرين (الاسرة _ الاصدقاء). بنسبة 68.2% في حين كانت نسبة المحايدين 19.7% والغير.

2_ النتائج العامة للدراسة:

من خلال النتائج التي تحصلنا عليها من الدراسة الميدانية يمكننا القول ان:

* ان افراد العينة بدؤوا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات وذلك راجع الى توسع وانتشار مواقع التواصل الاجتماعية. كما انهم يستخدمون اسماء حقيقية في حساباتهم وانه لا يوجد وقت

محدد لاستخدام المواقع الا ان المكان المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو المنزل حين ينتهون من الدراسة والعمل .

* نرى بأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع فيسبوك من أجل إثراء الرصيد المعرفي والعلمي و التطلع لثقافات جديدة وكذلك مشاهدة الفيديوهات و الدردشة والتعليق والتفاعل السريع مع الاصدقاء وتبادل المعلومات والمعارف بمشاركتها ونشرها فيما بينهم حيث يجدون الحرية في ابداء آرائهم والتعبير وتلبي حاجاتهم .

*نلاحظ من خلال النتائج ان المبحوثين موافقين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تعزز الصداقة الدافعية بين الاصدقاء والقدرة على تقوية الاتصال الشخصي وتفاعلهم مع المحيط حيث تدفعهم الصداقة الافتراضية الى تجسيدها على ارض الواقع والحد من ازمة الاتصال الشخصي بفعل مواقع التواصل الاجتماعي بتأثيرها الإيجابي في الاتصال الشخصي بين الاصدقاء و الاسرة وانهم غير موافقين او محايدين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تقلل من تواصلهم المباشر مع المحيطين بهم وانها تؤثر على اتصالاتهم الشخصي وانها تسبب لهم العزلة والانطواء والوحدة وضعف الاتصال الشخصي .

3_ نتائج الدراسة في ظل الاسئلة الفرعية: اسفرت الدراسات الميدانية عما يلي :

المحور الاول :خصائص وسمات العينة:

*يتضح أن توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس يتكون من 25 مفردة إناث و 41 مفردة ذكور، وقد كانت نسبة الذكور هي النسبة الأكبر مقارنة بالإناث فمن خلال النتائج المبينة يتضح أن الذكور هم الأكثر استعمالاً لمواقع التواصل الاجتماعي.

*يتضح من خلال توزيع أفراد لعينة حسب متغير السن أن الأغلبية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهم بين 22 -26سنة بنسبة % 63.6، أكثر من الفئة التي تتراوح أعمارها بين 27- 32 بنسبة %36.4.

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال لمواقع

التواصل الاجتماعي.

*اوضحت النتائج أن اغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ثلاث سنوات بنسبة %90.9 وتليها مدى اقل من سنة لثلاثة سنوات بنسبة %7.6 وفي الاخير اقل من سنة بنسبة %1.5.

* بينت النتائج ان أفراد العينة حسب الاسم الذي يستخدمه في مواقع التواصل الاجتماعي حيث يوضح أن نسبة من يستخدمون أسمائهم الحقيقية 62.1% بتكرار 41 طالب، وهي النسبة الأكبر مقابل المبحوثين الذين يستخدمون أسماء مستعارة التي قدرت نسبتهم بـ 27.3% وبمجموع تكرار 18 طالب، وفي الأخير الذين يستخدمون اسم شخصية يحبونها بنسبة 7.6%.

* حسب النتائج المتوصل إليها ان الساعات التي يستغرقها أفراد العينة في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نالت نسبة المدة أقل من ساعة أقل نسبة، و قدرت بـ 1.5%، وتليها بعد ذلك من ساعة الى ثلاث ساعات بنسبة 18.2% وفي الأخير نجد 80.3% يستخدمونها دون وقت محدد.

* اوضحت النتائج أن ان افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في كل الأوقات وقد بلغ عددهم (43) فردا بنسبة 65.2%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم "ليلا" والبالغ عددهم (16) بنسبة قدرت 24.2%، اما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت اجاباتهم "مساء" والبالغ عددهم (06) بنسبة قدرت بـ 9.1%، في حين مثلت المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا "صباح" والبالغ عددهم (01) بنسبة قدرت بـ 1.5%.

* حسب النتائج المتوصل إليها ان أفراد العينة يتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل بنسبة 93.9% تليها الجامعة ومقهى الإنترنت بـ 3.0% بالتساوي.

المحور الثالث: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

* اوضحت نتائج الدراسة ان افراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بشكل مكثف بلغت نسبتهم 45% وتليه نسبة مستخدمي الانستغرام بلغت نسبتهم 19% أما بالنسبة لمستخدمي التويتر ومواقع اخرى بلغت نسبتهم 1.5% بالتساوي.

* تبين حسب نتائج أفراد العينة اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت أعلى نسبة التعرف على ثقافات جديدة وزيادة الرصيد المعرفي بنسبة 30.3% وهي أكبر نسبة من افراد العينة الذين اختاروا التواصل مع الاصدقاء بنسبة 28.8% تليها "التسليه والترفيه" و "ملا وقت الفراغ" بنسبة 18.2% متساويتين واخيرا تكوين صدقات بنسبة 4.5%.

* اوضحت نتائج الدراسة ان افراد العينة يفضلون مشاهدة الفيديوهات بنسبة 50.0%، في حين بعض المبحوثين يفضلون الدردشة بنسبة 36.4% وتليها التعليقات والالعاب بنسبة 9.1% و 4.5% بالترتيب.

*تشير الدراسة الى ان افراد العين حسب الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعية، هو التفاعل السريع مع الأصدقاء بنسبة 62.1 % تليها التعرف على اصدقاء جدد ب 21.2% ثم تأتي كثرة الإقبال عليها ب 16.7%.

* بينت الدراسة ان 56.1% من أفراد العينة يتفاعلون بالإيجاب والسلب مع المواضيع التي يجدونها على مواقع التواصل الاجتماعي في حين 42.4% يجدونها إيجابية و 1.5% يجدونها سلبية.

*بينت نتائج للدراسة ان افراد العينة التي تمحورت اجابتهم بنعم بنسبة 77.3% على انهم يشاركون في نشر المعلومات عند استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة الثانية بنسبة 22.7% وتتمثل اجابتهم ب لا وهي نسبة قليلة.

* اوضحت نتائج الدراسة أن اجابات أفراد العينة تمحورت اجاباتهم " متاحة للأصدقاء فقط" وقد بلغ عددهم (27) فردا بنسبة 40.9%، اما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت اجابتهم "متاحة للجمع" والبالغ عددهم (26) بنسبة 39.4%، اما المجموعة الثالثة تمثل الافراد الذين كانت اجابتهم "شخصية" والبالغ عددهم 13 فردا بنسبة 19.7%.

* اوضحت نتائج الدراسة ان افراد العينة والذين انقسموا الى ثلاث مجموعات تتمثل المجموعة الاولى في الذين تمحورت اجابتهم "التعبير بكل حرية" بنسبة 65.2% والمجموعة الثانية تتمحور اجابتهم "الهروب من الواقع" بنسبة 19.7% والمجموعة الاخيرة تمحورت اجابتهم "اخرى" بنسبة 15.2% عند استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.

* اوضحت النتائج الدراسة ان افراد العينة عند غيابهم عن مواقع التواصل الاجتماعي لا يسبب شيء بنسبة 56.1% من افراد العينة وتليها المجموعة الثاني التي تتمحور اجبتها على "الفراغ" بنسبة 36.4% والمجموعة الاخيرة تتمحور اجابتهم "القلق والاضطراب" بنسبة 7.6%.

المحور الرابع: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي.

*كان 47.0% غير موافقين على ان مواقع التواصل الاجتماعي تقلل تواصلهم المباشر مع المحيطين بهم اما 40.9% موافق و 12.1% محايد.

* وافق 46 من افراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز صداقتهم الدافعية مع الاصدقاء بنسبة 69.7% في حين كانت نسبة المحايدين 25.8% والغير موافقين 4.5%.

* وافق 49 من افراد العينة على ان مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في القدرة على الاتصال الشخصي بنسبة 74.2% وفي حين كانت نسبة المحايدين 15.2% والغير موافقين 10.6%.

* اجاب 39.4% غير موافقين على ان مواقع تواصل الاجتماعي اثرت على اتصالك الشخصي في حين كانت نسبة الموافقين 33.3% والمحايدين 27.3%.

* فيما يخص قيمة ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت الى شعورك بالانطواء والوحدة فان اغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 45.5% في حين كانت نسبة المحايدين والموافقين بنسبة 22.7% بالتساوي.

* وافق 46 من افراد العينة على ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تفاعلهم مع محيطهم بنسبة 69.7% في حين ان نسبة الغير موافقين كانت 16.7% والمحايدين 13.6%.

* فيما يخص قيمة تشعر ان مواقع التواصل الاجتماعي سببت لك العزلة وضعف الاتصال الشخصي فان اغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 54.5% في حين كانت نسبة المحايدين 28.8% والموافقين 16.7%.

* وافق 28 على ان الصداقات الافتراضية التي تكونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تدفعك الى تجسيدها على ارض الواقع بنسبة 42.4% في حين كانت نسبة المحايدين والغير موافقين 28.8% بالتساوي.

* وافق 36 فردا على ان مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من الحد من ازمة الاتصال الشخصي بنسبة 45.5% في حين كانت نسبة المحايدين 28.8% والغير موافقين 16.7%.

* وافق 45 من افراد العينة على ان لمواقع التواصل الاجتماعي اثار ايجابية عليهم في الاتصال الشخصي بين الاخرين (الاسرة _ الاصدقاء) بنسبة 68.2% في حين كانت نسبة المحايدين 19.7% والغير.

4_ نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات :

الفرضية الاولى: الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفه مستمرة.

وحسب النتائج المتوصل إليها من المحور الخلاص بعادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تم تأكيد الفرضية، حيث لوحظ بأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون المواقع بشكل دائم وفي كل الاوقات بنسبة 65.2% وأغلبهم يمتلكون حساب أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 90.9% كما اتضح أن 93.9% من المبحوثين يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل، كما أن أغلبية المبحوثين لا يوجد لديهم وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 80.3%.

الفرضية الثانية : الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من اجل جمع المعلومات والحصول على الاخبار.

حسب النتائج المتوصل إليها من محور دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تم تأكيد هذه الفرضية، حيث لوحظ بأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع فيسبوك بنسبة 45% بغرض التعرف على ثقافات جديدة وزيادة الرصيد المعرفي بنسبة 30.3% يليها مشاهدة الفيديوهات بنسبة 50.0%.

الفرضية الثالثة : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين العملية الاتصالية بين الطلبة.

حسب النتائج المتحصل عليها من المحور الثالث والرابع تم تأكيد هذه الفرضية وهو التفاعل السريع بين الاصدقاء بنسبة 62.1% والتواصل مع الاصدقاء بنسبة 28.8% وان صفحاتهم متاحة للأصدقاء بنسبة 40.9% حيث انهم يعبرون بكل حرية بنسبة 65.2% حيث وافق ان مواقع التواصل الاجتماعي تعزز صداقتهم الدافعية مع الاصدقاء بنسبة 69.7%.

الفرضية الرابعة : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في اشكال الاتصال وخاصة في الاتصال الشخصي بين الطلبة.

حسب النتائج المتحصل عليها من محور انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي تم تأكيد هذه الفرضية حيث وافق 49 من افراد العينة على ان مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في القدرة على الاتصال الشخصي بين الطلبة بنسبة 74.2% واجاب 39.4% غير موافقين على ان مواقع تواصل الاجتماعي اثرت على اتصاتهم الشخصي فيما يخص قيمة تشعر ان مواقع التواصل الاجتماعي سببت لك العزلة وضعف الاتصال الشخصي فان اغلبية المبحوثين غير موافقين بنسبة 54.5% ، ووافق 36 فردا على ان مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من الحد من ازمة الاتصال الشخصي بنسبة 54.5% ووافق ايضا 45 من افراد العينة على ان لمواقع التواصل الاجتماعي اثار ايجابية عليهم في الاتصال الشخصي بين الاخرين (الاسرة _ الاصدقاء). بنسبة 68.2%.

خاتمة

خاتمة:

من خلال ما توصلنا اليه نستخلص من دراستنا ان التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الاعلام والاتصال وعلى الرغم من ظهور وسائل حديثة غيرت من طبيعة التواصل بين الاشخاص الا ان هذا التغيير لم يكن عائق على الاتصال الشخصي لدى الطلبة الذي يفضلونه في تواصلهم مع بعضهم البعض وبالرغم من تطور مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التي تمتاز بها لم تستطع الإنقاص من قيمة الاتصال الشخصي الذي يكون مباشرا بين الطلبة وجه لوجه فلماذا حاولنا معرفة تأثير هذه المواقع على الاتصال الشخصي . ومن جهة اخرى فإن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال الشخصي ليست بذلك الانفصال و يظهر ذلك من خلال النتائج التي تحصلنا عليها حيث ان الطلبة يستخدمون مواقع الاجتماعي وساعدتهم في القدرة على الاتصال الشخصي فيما بينهم وان اغليبيتهم يستخدمون موقع الفيس بوك بغرض التعرف على ثقافات جديدة كما انهم يستخدمون هاته المواقع بشكل دائم حيث أن استخدام هذه المواقع يحقق لهم اشباعا و رغبات لا يستطيعون تحقيقها في الاتصال المباشر.

الملاحق

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



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

اخي الطالب اختي الطالبة:

في اطار اعداد مذكره التخرج لنيل شهاده الماستر يرجى تفضلكم بقراءة الاستبيان والإجابة على الأسئلة بوضع اشاره (X) امام الإجابة التي تتوافق مع وجهه نظركم علما ان جميع المعلومات التي تدلون بها شخصية لغرض البحث العلمي فقط ولكم منا فائق الشكر والتقدير على حسن تعاونكم معنا.

تحت اشراف:

د. بن غنيمة سعيد

من إعداد الطالبة:

- برقيقة تقي الدين

- حمداوي الطاهر

السنة الجامعية: 2021-2022

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر . انثى

السن: من 22_26 من 27_32

المحور الاول: عادات وانماط استخدام طالبة قسم علوم الاعلام والاتصال لمواقع التواصل.

1. منذ متى وانت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

اقل من سنة من سنة لثلاث سنوات اكثر من ثلاث سنوات

2. هل تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

اسمك الحقيقي اسمك المستعار اسم شخصيه تحبها اخرى

3. كم تأخذ من الوقت وانت تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

اقل من ساعه من ساعه الى ثلاثة ساعات لا يوجد وقت محدد

4. ما هي الاوقات المفضلة لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

ليلا صباحا مساء كل الاوقات

5. هل تقوم بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في:

المنزل الجامعة مقاهي الانترنت

المحور الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

6. ما هي شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي المفضلة لديك وتقوم باستخدامها؟

الفيسبوك التويتر الانستغرام اخرى

اذكرها:

7. ما هو سبب وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

التعرف على ثقافات جديدة تكوين صداقات التسلية والترفيه التواصل مع الأصدقاء ملاً

وقت الفراغ

الملاحق

8. ما هي الخدمات المفضلة لديك اثناء عملية التواصل الاجتماعي؟

الالعاب الدردشة التعليقات مشاهدة الفيديوهات

9. ما هو الدافع وراء استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

التفاعل السريع مع الاصدقاء كثره الاقبال عليها التعرف على اصدقاء جدد

10. ما هي نتيجة تفاعلك حول مختلف المواضيع التي تجدها على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ايجابية سلبية معا

11. هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يجعلك تشارك في نشر المعلومات عبر هذه المواقع؟

نعم لا

12. هل صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي تكون:

شخصية متاحة للأصدقاء فقط متاحة للجميع

13. ما هي الحاجات التي تلبّيها لك مواقع التواصل الاجتماعي؟

الهروب من الواقع التواصل والتداخل مع الاخرين التعبير بكل حرية

اخرى

اذكرها:

14. هل غيابك عن مواقع التواصل الاجتماعي يشعرك ب :

القلق والاضطراب الفراغ لا شيء

المحور الثالث: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الشخصي.

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
ادت مواقع التواصل الاجتماعي الى تقليل تواصلك المباشر مع المحيطين بك.			
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقاتك الدافعية مع الاصدقاء.			
ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي اكثر في القدرة على الاتصال الشخصي.			
ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي اثرت على اتصالك الشخصي.			
ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي ادت الى شعورك بالانطواء والوحدة.			
حسب رايتك هل ساهمت مواقع تواصل الاجتماعي في تفاعلك مع محيطك.			
تشعر ان مواقع التواصل الاجتماعي سببت لك العزلة وضعف الاتصال الشخصي.			
الصداقات الافتراضية التي تكونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تدفعك الى تجسدها على ارض الواقع.			
في نظرك ان مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من الحد من ازمة الاتصال الشخصي.			
كان لمواقع التواصل الاجتماعي اثر ايجابي عليك في الاتصال الشخصي بين الاخرين (الأسرة _ الاصدقاء).			

قائمة المصادر و المراجع

- 1- احمد بن مرسلي: "مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال" ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2005.
- 2- بركات عبد العزيز_مقدمة في التحليل الاحصائي لبحوث الاعلام _ المنهل 2014 .
- 3- بسام عبد الرحمان المشاقية، نظريات الاعلام، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط 01، 2011، عمان.
- 4- بسمة اللدعة: استخدامات الشبكات الاجتماعية في الاعلان، رسالة مقدمة لنيل البكالوريوس في الصحافة والاعلام (غير منشورة) _ الجامعة الاسلامية _ غزة _ فلسطين _ 2011 .
- 5- جودت عزت عطوي _ اساليب البحث العلمي. مفاهيمه وادواته. دار الثقافة للنشر والتوزيع. الاردن ط4 سنة 2011.
- 6- حسين شفيق، نظريات الاعلام. دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع ،دط 2014، ص 186
- 7- خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي،ماجستير غير منشورة ،جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011_2012.
- 8- صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط 01 ، القاهرة، 2011.
- 9- علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي واثارها الاخلاقية والقيمية _ رسالة ماجستير (غير منشورة)_ الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة _ السعودية .
- 10- متولي النقيب – مهارات البحث عن المعلومات واعداد البحوث في البيئة الرقمية _ المنهل 2008 .
- 11- محفوظ جوده. اساليب البحث العلمي _ دار زهران للنشر والتوزيع. عمان ط1 2007.
- 12- محمد جمال الفار: المعجم الاعلامي، دار اسامه للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.
- 13- محمد عبد الحميد "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية" . عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة. القاهرة. ط1. 2000.
- 14- محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع و الطباعة ، ط01 ، 2004، القاهرة.
- 15- مصطفى يوسف كافي: الراي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2015.
- 16- منال هلال مزاهرة. " بحوث الاعلام_ الاسس والمبادئ " . دار الكنوز للمعرفة والنشر والتوزيع. الاردن . ط1 2011.
- 17- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال .دار المسيرة للنشر والتوزيع .عمان الاردن ط1 2012 .

المذكرات:

- 18- مريم ماضي. "تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الإتصال الإجتماعي لدى الطالب الجامعي" جامعة قسنطينة ، 2013/2012.
- 19- ع.سلمى ، ش.رحمة " واقع الإتصال الشخصي في ضوء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي " جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2020/2019.
- 20- إبراهيم أحمد أبو عرقوب ، حمزة خليل الخدام" تأثير الأنترنات على الإتصال الشخصي بالأسرة و بالأصدقاء" دراسات العلوم الإنسانية و الإجتماعية، كلية عجلون الجامعية الأردن، المجلد 39، العدد 2 ، 2012 .