جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم:الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

إعداد الطالب: لبسيس زياد صبري

بعنـوان:

دور وسائل الاعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة

-دراسة ميدانية على طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

2023/06/15

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

اللقب والإسم	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
عساسي آمال	أستاذ مساعد أ	جامعة ورقلة	رئيسا
بلمولاي بدر الدين	أستاذ مساعد أ	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
بوكرموش عيسى	أستاذ مساعد أ	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي:202/2022

الشكـــر:

إن كان لا بد من توجيه كلمة شكر من خلال هذه الأسطر
فالشكر الله عز وجل الذي أعاننا على إنجاز هذه
المذكرة.

نتقدم بفائق الشكر والتقدير إلى الاستاذ **بلمولاي**
بدر الدين الذي لم يبخل علينا بإرشاداته
وتوجيهاته ونصائحه القيمة لنا
طول فترة إشرافه علينا

كما أتقدم بالامتنان والعرفان للأساتذة الكرام
أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم لمناقشة
هذا العمل وإبداء ملاحظاتهم القيمة فلهم منا جزيل
الشكر.

كما أتوجه بالتحية والشكر إلى كافة أساتذة كلية
العلوم كلية العلوم الإنســانية واجتماعية
جامعة ورقلة وأخص بالذكر أساتذتي المحترمين.

وإلى كل من كان عونا لنا في إتمام هذه الرسالة من
معلومات، توجيها ونصائح...

ملخص الدراسة

تناولت هذه الدراسة إشكالية دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة ,حيث تمت الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة,بإستعمال الإستبيان الإلكتروني والذي وزع بشكل خاص عبر مجموعات دراسية،حول **مادور وسائل الاعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية؟**

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يستخدم الفيسبوك والانستغرام بشكل رئيسي عند الغالبية بهدف الوصول إلى آخر الأخبار وكذا التواصل مع الأصدقاء كما تستخدم من أجل التسلية والترفيه.

يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية بنسبة كبيرة حيث يكمن السبب الرئيسي لهذا في محاولة تدعيم الثقافة الرقمية والحصول اتصال رقمي كما يرى الكثير أنها مصدر موثوق للمعلومات حول الأمن الرقمي .

إن العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والمواطنة الرقمية حتما ترابطية حيث تعتبر هذه الوسائل المدخل الأساسي والداعم الرئيسي للمواطنة الرقمية.

الكلمات المفتاحية:وسائل الإعلام الجديدة ,المواطنة الرقمية, الطالب الجامعي

Summary:

This study dealt with the problem of the role of new media in supporting digital citizenship among university students, where the study was conducted on a sample of students of the Department of Media and Communication at the University of Kasdi Merbah and Ouargla and concluded a set of results, the most important of which are:

Facebook and Instagram are mainly used by the majority to access the latest news, communicate with friends, and are used for entertainment and entertainment.

Social networking sites are used to participate in digital citizenship in a large percentage, as the main reason for this lies in trying to strengthen digital culture and obtain communication, as many see it as a reliable source of information about digital security.

The relationship between new media and digital citizenship is inevitably interrelated, as these media are the main entry point and supporter of digital citizenship.

Keywords: new media, digital citizenship, university student

مقدمـــــة

لنكن متفقين حول أن الدول المتقدمة والنامية تشترك في كونها تستعمل وسائل التواصل الاجتماعي بكثرة والتي بدورها جمعت بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات هذا. ولهذا استأثرت هذه الوسائل بجمهور واسع من المتلقين، ومع ازدياد مستخدمي التكنولوجيا في العالم أصبح هنالك حاجة ملحة للحديث عن الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا، ومن هذا المنطلق ظهر مصطلح جديد أصبح يكتسب زخماً واهتماماً كبيرين في جميع أنحاء العالم وهو مصطلح المواطنة الرقمية[1]

وثمة هناك نقاش واسع في علاقة التقنيات الرقمية بموضوع المواطنة ، فهناك جيل يترعرع مع هذه التقنيات، فهل تصبح جزءاً من تربيته على المواطنة، باعتبار أن التقنية الرقمية جزء من المتغير الثقافي.

ومن جهة الدول العربية ما زال الأمر «ملتبساً» بين ما تصرّح به الحكومات عن الحق في الوصول إلى المعلومات، وبين التنفيذ الفعلي ، بتمكين المواطن عبر إعطائه قوة المعرفة كي يصبح شريكاً متفاعلاً ، وذلك في الوقت الذي تدرس فيه دول متقدمة عديدة لطلابها في المدارس مواضيع خاصة بالمواطنة الرقمية في إطار منهج التربية الرقمية، ونرى في نفس الإطار المشروع الذي وضعته استراليا والذي ينص على تعميم تدريس المواطنة الرقمية للطلاب مع تدريب الآباء والمعلمين عليها وفق خطة وطنية متكاملة، كما تخطط فرنسا لجعل موضوع المواطنة الرقمية قضية وطنية كبرى. بصورة تامة[2] .

فنشر ثقافة المواطنة الرقمية في البيت بين أفراد الأسرة وفي المدرسة والجامعة بين صفوف الطلاب أصبح ضرورة ملحة، يجب أن تتحول إلى برامج ومشاريع في مدارسنا وجامعاتنا موازاة مع مبادرات المجتمع المدني والمؤسسات الإعلامية، حتى نتمكن فعلا من تعزيز حماية مجتمعاتنا من الآثار السلبية المتزايدة للتكنولوجيا مع الاستفادة المثلى منها للمساهمة في تنمية مجتمع المعرفة وبناء الاقتصاد الرقمي الوطني. ومن هنا برزت هذه الدراسة لمعرفة دور وسائل

[1]-خلف إدعيس,**المواطنة الرقمية** ,تاريخ الإطلاع 2023/06/05 الرابط:http://www.qou.edu/viewDetails.do?id=7230
https://arabic.rt.com/news/627943%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%AF_%D9%85

[2]-غسان مراد, **البعد الرقمي حجر الزاوية في مواطنية الغد**,تاريخ الإطلاع 2023/06/05الرابط:
http://www.alhayat.com/Articles/5537307/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8F%25

الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة حيث تمت على مستوى فئة من قسم الإعلام والإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة, وقسمت الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول:والمتمثل في الإطار المنهجي للدراسة,حيث قمنا في هذا الفصل من الدراسة بالتطرق لكل من إشكالية الدراسة,وكذلك أسباب إختيار الموضوع, كما قمنا أيضا بتحديد أهمية الدراسة وأهدافها إضافة إلى بعض المفاهيم عنها,كما عرضنا الإجراءات المنهجية للدراسة (عينة الدراسة والمجتمع وأدوات جمع البيانات وحدود الدراسة),إلى جانب الدراسات السابقة.

الفصل الثاني:خصص للدراسة الميدانية التي تضمنت ثلاث محاور تمثلت في عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين وكذا عرض وتحليل أنماط ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وكذا دور وسائل التواصل الاجتماعي في المواطنة الرقمية ومن ثم النتائج العامة للدراسة، وفي الأخير قدمنا بعض الاقتراحات والتوصيات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1/أولا: إشكالية الدراسة

2/ثانيا: أسباب إختيار موضوع الدراسة

3/ثالثا: أهمية الدراسة

4/رابعا: أهداف الدراسة

5/خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة

6/سادسا: الخلفية النظرية للدراسة

7/سابعا: الدراسات السابقة

8/ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها

9/تاسعا: مجتمع الدراسة وعينته

10/عاشرا: أدوات جمع البيانات.

11:حدود الدراسة.

1-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

أثرت التطورات السريعة لثورة الرقمية على نمط حياة الانسانية ، حيث ظهرت وسائل الاعلام الجديدة التي ساهمت في تحقيق رفاهية الافراد ، وفي زيادة قدرتهم على الاتصال و تداول المعلومات و المعارف كما ساهمت في تسهيل التعارف و التواصل بين البشر وتكريس الاختيار الفردي من دون وصايا ونشر الوعي والتداول السريع للمعلومات و صقل المعارف والثقافات و الترفيه و التعبير عن الذات وكسر الاحتكار لوسائل الإعلام.

و تلعب وسائل الإعلام الجديدة دور جوهريا في تغير القيم وإعادة تشكيلها وخاصة مع تسارع وتيرة الحياة ويظهر التواصل من خلال وسائل الإعلام الجديدة كتطور طبيعي لتكنولوجيا الاتصال أي إتاحة الفرصة أمام كل شرائح المجتمع لنقل أفكارهم والتعبير عن أرائهم من خلال وسائل الإعلام الجديدة لمناقشة مختلف قضايا المجتمع الاقتصادية و الثقافية و السياسية و بذلك أصبحت وسائل الإعلام الجديدة تساهم وبقوة في خلق وتغير الرأي العام وترسيخ و توجيه قيم النظام الاجتماعي وأدت بالفرد إلى تغير نمط طرق تفكيره ومعيشته و سلوكه في العادات و تقاليد .

وأدت هذه الوسائل إلى ظهور ما يعرف بالإنسان الرقمي المتحرر من قيود الجغرافيا والتقاليد،والمطلع على العالم الافتراضي على مستجدات أولا بأول لكنه منفصل على عن الواقع وازدهار العلاقات الافتراضية في الفضاء الالكتروني على حساب العلاقات الاجتماعية و الأسرية .

وتشكلت المواطنة الرقمية بفضل هده الوسائل التي أعطت للمواطن أن يكون شخص مساهم في الحياة المجتمعية بكل تعبيرها وأدخلت المواطنة الرقمية قيما سياسية أساسية منها الانتقال من المنظومة السياسية قائمة على الأقوى إلى منظومة تعتمد على الاختيار الحر والمشاركة في المجتمع المدني و تعبر المواطنة الرقمية أيضا عن الاستعمال المناسب للتكنولوجية وتهدف الى ايجاد الطريق المناسب والصحيح لتوجيه وحماية المستخدمين ودلك بتشجيع التصرفات المرغوبة النهي عن التصرفات المنبوذة في التعاملات الرقمية من اجل مواطن رقمي يحب وطنه و يجتهد من اجل تقدمه.

ومن خلال ذلك نخلص الى ان نشر ثقافة المواطنة الرقمية في المنزل بين أفراد اسرة وفى المدرسة والجامعة بين الطالب والشباب أصبح ضرورة ملحة، يجب ان تتحول إلى برامج ومشاريع في جامعاتنا بالتضامن مع مبادرات المجتمع المدني والمؤسسات العالمية والحكومية، حتى نتمكن فعلا من تعزيز حماية مجتمعاتنا من الاثارة السلبية المتزايدة للتكنولوجيا مع الاستفادة القصوى منها في تنمية مجتمع المعرفة وبناء الاقتصاد الرقمي الوطني.

ولعلى طلبة الجامعة هم اكثر تعرض لوسائل الإعلام الجديدة إذ أصبحت حياتهم كتابا مفتوحا لعامة الناس يعرف كل منهم الكبيرة قبل الصغيرة عن حياة الآخرين واهتماماتهم ميولاتهم وأماكن إقامتهم وقد تسربت بعض الممارسات دخيلة على مجتمعاتهم و قيمهم فظهر ذلك في تصرفات هؤلاء الطلبة وثقافتهم وهدا ما يؤدي الى تدهور المواطنة الرقمية لديهم.

ومن هذا المنطلق فإننا سنحاول من خلال دراستنا تسليط الضوء على طرق ممارسه الطلاب الجامعيين للمواطنة الرقمية عبر وسائل الاعلام الجديد الذي يساهم في نشر الوعي بالمواطنة الرقمية وثقافتها ونشر قيمها في مختلف هذه الوسائل ومدى استجابة وتعامل الطلاب معها وعليه سنحاول من خلال هذه الدراسة الاجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور وسائل الاعلام الجديد في دعم المواطن الرقمية لدى طلاب جامعه ورقلة؟

❖ **الأسئلة الفرعية:**

- ماهي عادات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال بالآخرين؟
- ماهي دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في المواطنة الرقمية؟
- ماهي الإشباعات التي يحققها الطلبة من تعاملاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى وعي الطلبة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة المواطنة الرقمية؟

2- أسباب إختيار موضوع الدراسة:

أسباب ذاتية:

- الرغبة الشديدة في التعمق في هذا الموضوع الجديد.
- الميل إلى دراسة المواضيع التي ترتبط بالإعلام الجديد في ترسيخ وتنمية المواطنة الرقمية للطلبة الجامعيين.
- الرغبة في توسيع المعارف الشخصية وإختبار المكتسبات المنهجية والمعرفية السابقة.

أسباب موضوعية:

- التعمق في الدراسات الإعلامية المتعلقة بتنمية وممارسة المواطنة الرقمية لدى الطالب الجامعي.
- حداثة موضوع الدراسة حيث لا تزال الإشكالية المطروحة حول الإعلام الجديد وأثره على المواطن والمجتمع خاصة الطلبة الجامعيين.

3- أهمية الدراسة:

يحاول هذا البحث إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال المواطنة الرقمية ووسائل الإعلام الاجتماعية, والتي تعدُّ قليلة إلى حد ما- لا سيما في المجتمعات العربية نظراً لحداثة هذه الوسائل وتنوعها والتي أصبحت وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة ذات انتشار واسع ومتزايد ومكملاً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية في أواخر القرن العشرين ، ويسعى الباحث من خلال ذلك إلى الكشف عن وظائف تلك الوسائل ومدى دورها في دعم المواطنة الرقمية في أوساط الشباب الجامعي,كما تنبع أهمية هذا البحث أيضاً في تناوله بالدراسة لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة الشباب والتي لا يمكن التغاضي عن دورها في المجتمع المصري والمجتمعات العربية فعلى مر التاريخ وفي جميع أنحاء العالم كان الشباب في طليعة الثورات والكفاح من أجل الحرية والعدالة والمساواة . وبالتالي يجب إعدادهم لمواجهة الثورة العلمية المعرفية وتنمية المواطنة الرقمية لديهم ,كما يمثل هذا البحث محاولة لفهم طبيعة الشعور بالمواطنة الرقمية لدى الطالب الجامعي بصفة خاصة.

يأمل الباحث أن يكون هذا البحث ذات فائدة على المدى المنظور والمستقبلي لأصحاب القرار في مجال إعداد المناهج والمقررات الدراسية في المدارس والجامعات المصرية من اجل الوصول إلى رؤية متكاملة لغرس روح المواطنة الرقمية لدى الفرد المصري، والإيعاز لأصحاب القرار والجهات المسئولة حول أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه ودعم استمرارية مسيرة التنمية ومشاركة الشباب فيها,بالإضافة إلى أن البحث يسلط الضوء على العلاقة بين المواطنة الرقمية ومهارات طلاب الجامعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

يساعد هذا البحث على إجراء بحوث مشابهة ويمكن الاستفادة من نتائجه وتوصياته لدى المهتمين بموضوعه سواء من الإعلاميين أو الأكاديميين أو المواطنين ندرة البحوث والدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع المواطنة الرقمية .

4- أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى الطالب الجامعي من خلال التعرف على عادات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال بالآخرين.

- السعي لتعرف على الإشباعات التي يحققها الطالب من تعاملاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- التعرف على دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في المواطنة الرقمية.
- التعرف على مدى وعي الطلبة بمخاطر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية .

5- تحديد مفاهيم الدراسة

✓ **مفهوم الدور :**

- **لغويا** : يعرف في معجم الرائد يقال دور الشيء أي جعله مدورا والجمع ادوار وفي المعجم العربي عامة الدور مجموعة من المسؤوليات والانشطة و الصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق[1].
- **اصطلاحا** : يعرف بانه نمط متكرر من الافعال المكتسبة الذي يؤديها شخص معين في موقف تفاعل كما يعرف انه نموذج يرتكز حول الحقوق والواجبات , ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة او موقف اجتماعي معين عن طريق مجموعة من التوقعات يعتنقها الاخرون كما يعتنقها الشخص نفسه[2]
- **اجرائيا** : وهو مجموعة الاعمال والافعال والمهام التي تقوم بها وسائل الاعلام الجديد في دعم المواطنة الرقمية لدى الطلبة الجامعين ونقيس هذا الدور عن طريق الاجابات افراد عينة الدراسة على استمارة الاستبيان الالكتروني التى أعددناها .

✓ **مفهوم وسائل الاعلام الجديدة :**

- **اصطلاحا** : جميع اشكال الاعلام الرقمي وتفاعلي , ويعتمد على اندماج النص و الصورة و الصورة و الفيديو و الصوت فضلا عن استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من اجل عملية الانتاج و العرض وان التفاعلية هي جزء منه وهي ما يميزه من أهم سماته[3] .

وتعرف ايضا :دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الافلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة , مع القدرة على التفاعلية للكومبيوتر و تكنولوجيا الاتصالات وببساطة هي الإعلام الرقمي و التفاعلية[4] .

---

[1]-جبران مسعود،**معجم الرائد**،دار الملايين،ط7،بيروت،1992،ص343
[2]-عاطف غيث،**قاموس علم الإجتماع**،ط1،دار المعرفة الجامعية،2007،ص2582
[3]-مي عبد الله،**المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**،دار النهضة العربية،لبنان،2014،ص31
[4]-محمد منير جاب،**المعجم الإعلامي**،دار الفجر،مصر،2004،484

- **اجرائيا** : وهي شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي التي يتعامل بها الطالب الجامعي في حياتيه اليومية للوصول إلى المعلومات مثل الفيسبوك الانستغرام اليوتيوب التويتر ..... الخ .

✓ **تعريف المواطنة**

- **لغة:**

المواطنة والمواطن مأخوذة في العربية من الوطن الذي تقيم فيه وهو"مواطن الإنسان ومحله" وطن يطن وطنا: أقام به وطن البلد؛: اتخذه وطنا، توطن البلد : إتخده وطنا وجمع الوطن أوطان[1].

الوطن : مكان إقامة الإنسان ومقره، ولد أم لم يولد به[2].

- **المواطنة اصطلاحا:**

تعرف المواطنة في موسوعة الكتاب الدولي : العضوية الكاملة للمواطن في الدولة أو بعض وحدات الحكم فيها، وتؤكد الموسوعة أن المواطنين لديهم بعض الحقوق، مثل حق التصويت، وحق تولي المناصب العامة، وكذلك عليهم بعض الواجبات : مثل واجب دفع الضرائب والدفاع عن بلدهم[3].

وتعرف أيضا شعور الفرد بالانتماء إلى جماعة اجتماعية لها ثقافة وتاريخ ومصير مشترك، وينظم هذا الشعور اجتماعيا وقانونيا وسياسيا، ويساهم الفرد من خلال هذا الانتماء بشكل فاعل في الحياة الاجتماعية[4].

وتعرف كذلك حسب تعريف دائرة المعارف البريطانية هي علاقة بين الفرد والدولة كما يحددها القانون لتلك الدولة

متضمنة مرتبة من الحرية ،وما يصاحبها من مسؤوليات تسبغ عليه حقوقا سياسية مثل حقوق الانتخاب فالمواطنة هي شعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية التي هي مصدر الإشباع للحاجات الأساسية حماية الذات من الأخطار المصيرية[5] .

---

[1]- ابن منظور ،**مادة وطني لسان العرب** ،بيروت،دائرة المعارف،2013 ص 150.

[2] -الرازي محمد بن أبي بكر، **مادة وطني**، مختار الصحاح،بيروت المركز العربي الثقافي ص 102.

[3]- محمد آل عبود **قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي**، ط1،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياضة2011 ، ص74-75.

[4]- محمد آل عبود نفس المرجع السابق ص 78.

[5]- وسام محمد جميل صقر، **الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي** في قطاع غزة 2005-2006 ، أطروحة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية جامعة الأزهر، غزة، كلية الاقتصاد والعلوم التجارية 2010ص 103.

- **إجرائيا** :هي عبارة عن قواعد متبادلة بين الأشخاص والدولة من خلال حقوق تمنحهم الدولة للأفراد، وواجبات يقوم الأفراد نحو الدولة، وبظهور مواقع التواصل الاجتماعي فقد عززت مفهوم روح المواطنة أكثر بين الشباب من خلال غرس القيم الحسنة فيما بينهم[1] . .

✓ **تعريف المواطنة الرقمية:**

ظهر مصطلح المواطنة الرقمية كمفهوم حديث في التربية الرقمية ، يهدف إلى إيجاد الأساليب إلى والطرق والبرامج والأنظمة المثلى لتوجه وحماية جميع مستخدمي التكنولوجيا، وخصوصا الأطفال والمراهقين، وذلك بتحديد الأمور الصحيحة والخاطئة في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة ، لتشكل جدار حماية لجميع الأفراد ، وخاصة أن التحكم فيما يطلع عليه الأطفال والمراهقين على الانترنت وأجهزة الجوال قد أصبح الأمر مستحيلا علميا ، وذلك سوف إلى خلق المواطن الرقمي الذي يحب وطنه ويسعى ويفكر لخدمته ومصلحته وحمايته، فهو يستخدم التكنولوجيا الحديثة بصورة أمثل، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة وحماية مجتمعه ووطنه بعيدا عن الإساءة والتشهير بالآخرين.

وتعرفها الموسوعة الاجتماعية بأنها القواعد والسلوك المعتمدة في استخدامات التكنولوجيا المتعددة، مثل استخدامها من أجل التبادل إلكتروني للمعلومات، والمشاركة إلكترونية الكاملة في المجتمع، وشراء وبيع البضائع عن طريق الانترنت، وغير ذلك. وتعرف أيضا بأنها القدرة على المشاركة في المجتمع عبر شبكة الانترنت، كما تعرف المواطن الرقمي بوصفه المواطن الذي يستخدم الانترنت بشكل منتظم وفعال [2].

والمواطنة الرقمية بحسب المنهج الاستراتيجي تعني تزود الطالب بترسانة من المهارات في مجال استخدامات تويتر والتدوين الكتروني و الفيسبوك، إضافة إلى إكسابه القدرة على استخدام بعض المواقع ومنهج المواطنة الرقمية يعلم الطالب كذلك مهارات محورية مثل مهارات البحث، والتواصل، ومهارة حل المشكلات، إضافة إلى إثراء معرفته بثقافة بلاده وتاريخها، وتعزيز إيمانه بقيم الحرية والعدالة والديمقراطية[3]

- **إجرائيا:**

هي مجموعة القواعد والسلوكيات و الضوابط المعتمدة في استخدام وسائل الاعلام الجديدة و

---

[1]- محمد آل عبود2011 نفس المرجع السابق ص76.

[2]- صفات سلامة ، **دروس وبرامج في التربية الرقمية لسلامة الأسرة لتعليم الأبناء المسؤولية وحمايتهم من سوء استخدام التكنولوجيا** ، صحيفة الشرق الأوسط ، 30 يناير ٢٠١٣ ، العدد ١٢٤٨٢، متوافر علي الرابط التالي :
http://archive.aawsat.com/details.asp?section=54&article=715127&issueno=124

[3]- فارس حسان ، **المواطنة الرقمية** ، متوافر علي الرابط التالي :
http://old.souriatnapress.net/?p=7396

التكنولوجيا استخداما صحيحا , التي يحتاجها المواطنون كبيرا و صغيرا من اجل المساهمة في رقي الوطن والمواطنة الرقمية باختصار هي التعامل الذكي مع التقنيات الحديثة.

✓ **مفهوم الطلبة الجامعيين :**

- **اصطلاحا**:الطلبة الجامعين هم المتمدرسين بالجامعة , فهم فئة او شريحة من الشباب من المثقفين يتمركزون في المؤسسات التعلمية[1] .

كما يعرف الطلبة الجامعين بانهم الحاصلين على ثقافة اكاديمية من الجامعة تؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظيفي المجتمع يستطيعون من خلاله تحمل مسؤولية القيادة و البناء و التنمية حيث يعد اغلب الطلبة من فئة الشباب [2]

- **اجرائيا** :هم افراد جو مستوى تعليمي عالي ومعين تتروح أعمارهم بين 18 الى 30 يزاولون دراستهم في قسم الاعلام و الاتصال بجميع تخصصاته ومستوياته في جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

6- الخلفية النظرية للدراسة

- **نظرية الإستخدامات والإشباعات:**

تعتبر الإستخدامات والإشباعات من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، وتركز هاتهالنظرية على دراسة أسباب إستخدام وسائل الإعلام والإتصال والتعرض لها من مختلف الفئات الإجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والإستخدام وماذا يحقق الفرد من هذا الإستخدام.ويرى أصحاب هذا الإتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والإتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم Uses) (وكذلك حول العائد والإشباع Gratification) (الذي يتحقق منه.وهذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا الفصل من خلال معرفة أهم ما جاءت به هاته النظرية وبدايات ظهورها، كذلك أهم فروضها وعناصرها،الأهداف التي تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات إلى تحقيقها، فمحاولة إسقاط هاته النظرية على البحث موضوع الدراسة

➢ **التعريف بنظرية الإستخدامات والإشباعات**

***التعريف اللغوي:**

[1]-سحر محمد وهبي ,**دور وسائل الإعلام في تقديم القدم للشباب الجامعي** ,دار الفجر,ط1,القاهرة,1996ص238.
[2]-محمد عبد الرزاق ابراهيم وهاني محمد موسى يونس,**القيم لدى سباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي و العشرين**,جامعة بنها, القاهرة1998ص4.

الإستخدام :من استخدم استخداما، واستخدمه أي اتخذه خادما.والرجل استوهبه خادما.

الإشباع :هي مأخوذة من الشبع والشبع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمته، وثوب شبيع الغزل أي كثير، وشبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرىأنه شبعان.ويعني أيضا: التوفية وبلوغ حد الكمال[1]

***التعريف الاصطلاحي:**

إن مفهوم الاستخدام Usageالذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما والاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما.

وفي دراسات الاستخدام فإن موضوع الاستخدام يحيل إلى ممارسة، كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات.

وتشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة أو المكرسة أو طرق ملموسة في الفعل حيث أن السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية[2].

ولذلك فإن الحديث عن الإستخدامات بدل الممارسات أو العادات يعني الإهتمام بإنتظامية قابلة للقياس فيما يتعلق بطريقة استخدام الشيء أو خدمة ما.

ويشير إلى "بوريولت JPerriault "أن الإستخدام ليس أداتي instrumental إلا نادرا، إذ أنه يتزاوج دائما مع دور رمزي يضيفه المستخدم على الأداة أو الجهاز.

ويقدم "لاكروا Lacroix "تعريفا لمفهوم الاستخدام حيث يقول: " أن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا وتعيد إنتاج وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها.[3]

- **إن نظرية الاستخدامات والإشباعات** :هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث

---

[1]- المنجد في اللغة والإعلام ط 29 منشورات دار ،المشرق، بيروت، 1986، ص 171، 372

[2]- نوي إيمان **استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين** دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر(غير منشورة) ، بسكرة، 2012، ص 22،23

[3]-نوي إيمان ,نفس المرجع السابق ,ص23

أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام[1].

- **أصول ونشأة النظرية**

إن البحث حول استعمال "وسائل الاتصال" تحت عنوان (الاستعمالات والرضا أو الاستخدامات والإشباعات) uses and gratification جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على "ماذا يفعل الجمهور بالوسائل ؟" بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟[2]

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال "هيرتا- هيرزج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات هي:(تنافسية، تربوية، التقدير الذاتي، رياضية، إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة،النصح)

ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى الجادة والراديو، و "لازرسفيلد" و "وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة، بينما لاحظ "بيرلسون"استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة،الراحة، الاعتبار، والاتصال الاجتماعي، ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا-هيرزج" عام ،1944والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية.

وفي عام 1945 فقد تمكن "بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالا للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي[3].

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الإتصال الجماهيري" تأليف كاتزو بلوملر ، Elihu Katz and Blumler،1974 ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها

[1]- محمد بن عبد الرحمان الحضيف: **كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب**، ط2، مكتبة العبيكان, الرياض ، 1998،ص 26.
[2]-فضيل دليو : **الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله** ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2003، ص 30.
[3]-بسام عبد الرحمان مشاقبة : **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 85.

تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب،ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.ومن جهة أخرى "كاتزو بلوملر" فإن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يعني ما يلي:

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية
- الاحتياجات التي يتولد عنها
- .توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:

- إشباعات للاحتياجات.
- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.

❖ فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات

وضع الباحثون الأسس العلمية والفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها وذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ولأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض **الجمهور النشط** على العكس من نظريات التأثير السابقة، التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور،فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل، والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية، لذا وضع "اليهوكاتز Elihukatz "وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام[1]:

-إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

-الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهورنفسه وتحدده الفروق الفردية.

-التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل

[1]-منال هلال المزاهرة، **نظريات الإتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان ،2012، ص 181.

الإعلام.

-الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

تعنى نظرية الاستخدامات والإشباعات بجمهور الوسيلة الإعلامية منها الانترنت التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل مايتعرض إليه، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها.

فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم.

ويساعد هذا المدخل على دراسة موضوع البحث، حيث أنه يساهم في التعرف على استخدامات الطلبة الجامعيين بجامعة بسكرة للموقع الرسمي لها، ومعرفة مدى تباين استخدام الموقع، إضافة إلى مدى إشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال استخدام هذا الموقع، لقيامها على افتراض الجمهور النشيط.يتم ذلك من خلال:

- إن طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة فاعلون في عملية الاتصال، ويستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة بقصد للحصول على ما يخدمهم ويلبي توقعاتهم.
- تحدد الفروق الفردية لطلبة جامعة ورقلة (السن، التخصص، المستوى الجامعي،)...العلاقة بين استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والرغبة في إشباع حاجات معينة.
- طلبة جامعة ورقلة هم الذين يختارون الوسائل والمضامين التي تناسبهم من خلال الموقع الرسمي للجامعة، فهم من يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة وبالتالي هم من يتحكمون في المضمون من خلال الرغبات والحاجات التي يودون إشباعها.
- يكون طلبة جامعة ورقلة على علم بالفائدة التي ستعود عليه من خلال استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة، واهتماماته، وبدوافع هذا الاستخدام
- تحكم المعايير الثقافية السائدة استخدام طلبة جامعة ورقلة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة

- **الأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات لتحقيقها**

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى ترسيخ وشرح مفهوم "الجمهور النشط" الذيتقوم عليه في الأساس، إضافة إلى أهداف أخرى نذكر منها:

- ✓ السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- ✓ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض
- ✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري[1].
- ✓ الكشف عن "الإشباعات المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.
- ✓ الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- ✓ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات وسائل اشباعاتها[2]

- **مبررات استخدام النظرية**

- ✓ يمكننا من خلال منظور استخدامات الاشباعات معرفة و أراء الطلبة الجامعيين عن طريق اختيارهم وتعرضهم لوسائل الإعلام الجديدة لدعم المواطنة الرقميه لديهم وهو ما نجده في المقابل ضمن الاستخدامات والاشباعات في الفكرة الخاصة بان المتلقي يقوم باستمرار بالاستمرار بالاختيار الوسائل الإعلامية.
- ✓ بما أن جمهور الطلاب الجامعيين فإنهم سيقومون باختيار ما يناسبهم ويتوافق مع رغباتهم واهتماماتهم أي إنهم ليسوا جماهير سلبيه بل جماهير فعاله وهذه الميزة ركزت عليها نظريه استخدامات الاشباعات في وصفها لهؤلاء الجماهير بالجمهور النشط.
- ✓ ويعد مدخل نظريه الاستخدامات والاشباعات من انسب المداخل للدراسة الحالية حيث يقوم طلاب الجامعة بدور ايجابي في اختيار وسائل الإعلام الجديدة التي تدعم المواطنة الرقمية لديهم في مختلف عناصرها ويعرض عن الوسائل الإعلام الجديدة التي لا تحقق أي إشباع لذا نحاول في الدراسة اختبار دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة.
- ✓ ومن خلال ما سبق فان نظرية الاستخدامات والاشباعات هي الأنسب لدراسة وتعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية وتحقيق أهدافها.

[1]-حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2001،ص37.
[2]- منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 186،187.

7-الدراسات السابقة

الدراسة الأولى :

دراسة بعنوان دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري سنة 2017/2018) من اعداد خالد المنتصر

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري ، وانطلقت الدراسة من سؤال محوري وهو ما هو الدور الذي تلعبه شبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري ؟ والدي تفرع الي اسئلة فرعية وهي :

1. ما أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخدما لدى الشباب الجزائري من وجهة نظرهم ؟ .
2. ما الدوافع من استخدام الشبكات الاجتماعية ؟ .
3. ماهي المشكلات التي تحد من دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري من وجهة نظرهم ؟ .

و للإجابة عل هذه الأسئلة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي وعلى ادوات جمع البيانات التالية استبيان الكتروني كما اعتمد عل عينة الدراسة ومكونة من 377 مفردة ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي :

- ✓ إن موقع فيسبوك هو الاكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخدما من طرف الشباب عينة الدراسة .
- ✓ توصلت الدراسة إلى أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة اضافة الى كونها بديلا لوسائل الاعلام التقليدية اخرى .
- ✓ أظهرت النتائج عدد وجود علاقة دلالة احصائية عند مستوى دلالة بين إجابة المبحوثين حول تقدير دور مواقع شبكات الاجتماعية و تعزيز السمات الشخصية للمبحوثين الجنس و العمر .

الدراسة الثانية :

الدراسة بعنوان ممارسة المواطنة الرقمية عبر منصات الاعلام الجديد في الجزائر 2020/ 2021 من إعداد روميسة بوصهال و رنية بيدة.

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور اليوتيوب في ممارسة المواطنة الرقمية لدى الطالب الجامعي وقد انطلقت الدراسة من سؤال محوري وهو كيف يساهم موقع اليوتيوب في ممارسة المواطنة الرقمية لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر ؟ وتفرع الى اسئلة فرعية وهي:

1) ما هو مفهوم المواطنة الرقمية ؟ .
2) ما هو واقع الوعي بالمواطنة الرقمية لدى الطالب الجامعي ؟ .
3) ما هو دور اليوتيوب في تعزيز المشاركة المجتمعية والسياسية في البيئة الافتراضية الرقمية لدى الطالب الجامعي ؟ .
4) ما فعالية اليوتيوب في ممارسة المواطنة الرقمية في الجزائر؟ .
5) ما هي الصعوبات والعراقيل الي تواجه المواطنة الرقمية على ارض الواقع في الجزائر؟ .

وللإجابة على هذه الأسئلة اعتمدت الباحثان على المنهج المسحي وعلى ادوات جمع البيانات التالية وهي اداة الاستمارة كما اعتمدا على العينة العشوائية الطبقية ومكونة من 986 طالب وطالبة ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي :

1- كل المبحوثين من رواد المواقع الالكترونية واغلبيتهم يستخدمون يوتيوب وجهازهم المفضل هو الهاتف الذكي .

2- يستخدم اكبر نسبة من عينة موقع اليوتيوب لسهولة الدخول اليه

3- اكبر نسبة من المبحوثين هدفهم من استخدام موقع اليوتيوب هو التعلم و التثقيف .

4- أغلبية أفراد العينة اجمعوا على انه طرق تعزيز الوعي الطلبة بمفهوم المواطنة الرقمية وهو التنظيم ملتقيات وندوات علمية ومحاضرات في الجامعة حول مفهوم المواطنة الرقمية.

الدراسة الثالثة :

الدراسة بعنوان المواطنة الرقمية لدى الطلبة الجزائريين في ظل جائحة كرونا سنة 2021 من إعداد بونصلة منتصر وبوشيبة مُحَّد.

تهدف الدراسة الى التعرف على إظهار كيفية تأثير جائحة كوفيد 19 على المواطنة الرقمية لدى الطالب وانطلقت الدراسة من سؤال محوري وهو ما هو دور المواطنة الرقمية لدى الطلبة في ظل جائحة كرونا ؟ .وتفرع الى اسئلة فرعي وهي :

1. كيف تم تطبيق المواطنة الرقمية من طرف الطلبة في الجامعة ؟ والى أي مدى كان التجاوب بين الطلبة و الاساتذة ؟ .
2. هل كانت المواطنة الرقمية لدى الطلبة كفيلة في جائحة كرونا ؟ .
3. ماهي المعوقات التي لازمت المواطنة الرقمية ؟ وماهي الأفاق المستقبلية لتجربة موازاة الطريقة التعليمية ؟

للإجابة على هذه الأسئلة اعتمد الباحثان على المنهج دراسة الحالة وعلى ادوات جمع البيانات التالية المقابلة والملاحظة والاستبيان كما اعتمد على عينة قصدية ومكونة من 30 مفردة و من اهم النتائج الدراسة هي :

1- إجراءات الحجر الصحي التي تم اعتمادها اثرت نفسيا على الطلبة ، وافقدتهم الرغبة في مواصلة الدراسة .

2- عملية التعليم الجامعي عن بعد عبر الانترنيت تجربة شهدتها الجامعات الجزائرية ، كخطوة لانقاد الموسم الدراسي الجامعي في ظروف استثنائية فرضتها الحالة الوبائية نتيجة تفشي فيروس كرونا .

3- سجلنا تراخي في بعض المبحوثين للولوج و التفاعل عبر المنصات لتلقي الدروس ، مما يدل على غياب خلفية قانونية تضبط العملية .

4 العملية التعلمية الجديدة جاءت مبهمة المعالم سواء لطالب و الأساتذة ، مقارنة بأدائهم خلال تقديمهم للدروس على الطريقة التقليدية .

الدراسة الرابعة :

الدراسة بعنوان دور وسائل الاعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة سنة 2017 من إعداد مُحَمَّد بديع السيد.

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاعلام الاجتماعية في نشر ثقافة المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة وانطلقت الدراسة من سؤال محوري وهو ما دور وسائل الاعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة ؟وتفرع الى الاسئلة فرعية وهي :

1- ما كثافة استخدام طلاب الجامعة عينة الدراسة لوسائل العلام الجديدة ؟

2- ما وسائل الإعلام الجديدة المفضلة لدى الطلبة ؟

3- ما مفهوم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة عينة الدراسة ؟

4- ما اثر وسائل الإعلام الجديدة على المواطنة لدى طلاب الجامعة عينة الدراسة ؟

وللإجابة على الأسئلة اعتمد الباحث على المنهج المسح وعلى ادوات جمع البيانات التالية المقابلة و الملاحظة البسيطة كما اعتمد على عينة عمدية مكونة من 151 مفردة وتوصلت الدراسة الى اهم النتائج :

1. ارتفاع نسبة استخدام الانترنيت بين طلاب الجامعات عينة الدراسة وكانت نسبة استخدام الطلبات اعلى حيث بلغت 68.5% والطلبة66% .
2. نسبة 91.4 % من طلبة وطالبات اجمعوا عينة الدراسة اجمعوا على انهم لا يغرفون معنى المواطنة الرقمية سواء ذكور او اناث من مختلف كليات نظرية والعلمية .
3. أكدت نسبة من طلبة انه كلما زاد استخدام وسائل الاعلام الجديدة تعمق لديهم مفهوم المواطنة الرقمية .
4. توجد علاقة ارتباط بين وسائل الاعلام الجديدة و التغيرات الاخلاقية السلبية لدى طلاب الجامعة .

الدراسة الخامسة :

الدراسة بعنوان تنمية المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية سنة 2019 من اعداد اشرف شوقي صديق أبو حجر.

تهدف الدراسة إلى الارتقاء بمستوى المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية وانطلقت الدراسة من سؤال محوري وهو كيف يمكن تنمية محاور المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية في ظل تحديات التكنولوجيا المعاصرة ؟ وتفرع الى اسئلة فرعية وهي :

1) ما مفهوم المواطنة الرقمية ، وما محاورها ، اهميتها ، ومراحل تنميتها ؟ .
2) ما واقع توافر محاور المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية ؟ .
3) هل تختلف درجة توفر المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية باختلاف النوع ذكر/ انثى ، ونوع الدراسة نظرية/ علمية ؟.
4) ما التصور المقترح الذي يمكن من خلاله تنمية المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية ؟

وللإجابة على هذه الأسئلة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي وعلى ادوات جمع البيانات التالية وهي الاستبانة كما اعتمد على عينة عشوائية عنقودية مكونة من وتوصلت الدراسة الى اهم النتائج :

1- إن درجة التقدير الإجمالية لمستوى المواطنة الرقمية لدى افراد العينة في جميع المحاور هو 3.36 ويدل ذلك على ان مستوى المواطنة الرقمية بشكل عام فوق المتوسط .

2- إن أكثر المحاور تحققا من وجهة نظر طلاب هو المحور التاسع الامن الرقمي في الترتيب الاول بمتوسط حسابي 4.12 بتقدير فوق المتوسط ي، يليه المحور الثامن الصحة و السلامة الرقمية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 4.04 بتقدير فوق المتوسط .

3-إن القوانين الرقمية التي تكافح جرائم الانترنيت هي الاقل من حيث درجة التحقق بمتوسط 4.20 ، حيث لا توجد تشريعات و قوانين تتعلق بالمواطنة الرقمية في قانون الجامعات المصرية .

4-عدم وجود فروق ونتائج ذات دلالة احصائية بين درجات متوسطات المجموعتين نظري و العلمي في رؤيتهم حول مهامهم بمحاور بالمواطنة الرقمية بالنسبة للاستبانة ككل.

❖ **التعقيب على الدراسات السابقة :**

يعتبر البحث العلمي حلقات مستمرة ومتواصلة , فكل دراسة علمية تكمل الاخرى ومما لاحظناه خلال اطلاعنا على الدراسات السابقة والمتشابهة لموضوع دراستنا حيث وجدنا تشابه مع الدراسات السابقة من حيث الموضوع وهو المواطنة الرقمية فتمحورت الدراسات حول قيمها وطريقة ممارستها وحتى الدراسة بها.

➢ **أوجه الإختلاف:**

ركزت أغلب الدراسات على مفهوم المواطنة الرقمية بنوعيها الطبيعية والرقمية ومكوناتها ومحاورها ولم تتطرق الى العلاقة بين وسائل التواصل الإجتماعي وبين المواطنة الرقمية أو بالأحرى دورها في دعم هذه الأخيرة, بحيث لم تظهر التأثير الكبير للتكنولوجيا الرقمية على المواطنة, والتالي نحاول في هذه الدراسة التعرف على هذا التأثير وأبعاده وعلاقته باستخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة وخاصة مواقع التواصل الإجتماعي.

➢ **أوجه التشابه:**

تشابهت دراستنا مع الدراسات السابقة في العينة المعتمد عليها وهي الطلبة الجامعين والمنهج المتبع في الدراسة وهو النهج الوصفي .

كما استخدمت الدراسات السابقة اداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات وهدا ما اعتمدنا عليه في دراستنا .

الإستفادة من الدراسات السابقة:

استفدنا من الدراسات السابقة في صياغة الإشكالية وملائمة المنهج للموضوع .

وبالنسبة للدراسات العربية فهي تساعد في التعرف على أهم نتائجها خاصة فيما يتعلق بموضوع المواطنة وأبعادها وعلاقتها بوسائل الإعلام الجديدة مما يسهل على الباحث تحديد تساؤلاته وطرح فرضياته.

كما تمت الاستفادة من المراجع المذكورة في كل دراسة والتي سهلت علينا الوصول الى الاوعية المعلوماتية المطلوبة .

8- مجتمع الدراسة وعينته:

- **مجتمع الدراسة**

وهو جميع مفرادات الظاهرة التي يدرسها الباحث . فهو جميع الافراد او الاشخاص او الاشياء الذين يكونون موضوعا في البحث

وهناك من يطلق عليه مجتمع الدراسة الاصلي و يقصد به كامل الافراد او الاحداث او المشاهدات موضوع البحث او الدراسة

حيث وزعت الاستبيانات بشكل خاص وموجه عن طريق المجموعات الدراسية(مجموعة هدفنا الإرتقاء سنة أولى ماستر إعلام واتصال) وعن طريق المحادثات الخاصة مجموعة مسنجر(ثانية ماستر اتصال جماهيري).

ويتكون مجتمع الدراسة من طلبة وطلبات قسم الاعلام والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة بمختلف التخصصات ومستويات المقدر عددهم الكلي 1223 طالب للسنة الدراسية الحالية 2022/ 2023حسب الوثيقة المقدمة لنا من طرف مصلحة إدارة قسم الإعلام والاتصال[1] .

[1]-إحصائيات متحصل عليها من قسم علوم الاعلام والاتصال,كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة قاصدي مرباح ورقلة,السنة الدراسية 2023/2022

- **عينة الدراسة**

إن الهدف من اختيار العينة الحصول على معلومات من المجتمع الأصلي للبحث ولقد اخترنا العينة القصديةفي انتقاء عدد الأفراد لدراستنا ، فالاختبار الجديد للعينة يجعل النتائج قابلة للتعميم على المجتمع، حيث تكون نتائجه صادقة[1]. كما تعرف العينة على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع.

تم إجراء الاستبيان على أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما (فيسبوك) من طرف الشباب نظرا لأن عدد مستخدميها يعرف نمواً سريعا جدا.

استخدمنا استمارة الاستبيان الإلكتروني و قمنا بنشر هذه الاستمارة في العديد من الصفحات المجموعات بالإضافة إلى نشر الاستمارة على الصفحات الرسمية و تمت الإجابة على الاستمارة من المهتمين و بعد مرور الفترة المحددة تحصلنا على 63 استجابة لكن بعد فرزها و تمحيصها استقر العدد عند 60 استجابة و ألغينا 3 استمارة نظراً لكونها لا تصلح في البحث العلمي للعديد من الأسباب منها تناقض الإجابات، عدم الإجابة على جميع الفقرات.

9- منهج الدراسة:

أ – تعريف المنهج

لغة: يقال : منهج، بفتح الميم، وينهج بكسرها.

ويقال أيضا : مناهج بكسر الميم، والألف بعد الهاء.

وهو في اللغة العربية : بأنه مصدرا بمعنى طريق مسلك وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طريق، أو مسلك المتبع، والمنهج والمناهج تعني الطريق الواضح [2].

[1]-محمد عبد الحفيظ,مصطفلى حسين باهي,**طرق البحث العلمي والتحليل الإحصائي**,مركز الكتاب,مصر2000ص120

[2]- عبد الهادي الفضلي **أصول البحث العلمي** ، ط1، دار المؤرخ العربي ، 1995، ص 55.54

كما يعرفه موريس أنجر بأنه : مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة الى يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة [1].

اصطلاحا وعرف المنهج علميا بأكثر من تعريف منها:

- ما جاء في معجم (الصحاح في اللغة والعلوم)هو خطوات منظمة يتخذها الباحث لمعالجة مسألة أو أكثر ويتبعها للوصول إلى نتيجة[2].
- في اللغة والأدب : وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة.
- وعرفه عناية في كتابه (مناهج البحث) : المنهج طائفة من القواعد العامة الموضوعة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم [3].
- وعرفه عبد الرحمان بدوي في كتابه: (مناهج البحث العلمي) بالتعرفين التاليين:
  - البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة.
  - الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم.
- وفي الكتاب (البحث العلمي) للدكتور مُحَمَّد زيان عمر : وقد حد العلماء المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من اجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون.
- وعرفه الناشر في كتابه (نشأة الفكر الفلسفي في الإسلام) : هو الطريق للبحث عن الحقيقة في أي علم من العلوم أو في أي نطاق من نطاقات المعرفة الإنسانية.
- وهو كذلك : أنه الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية في أي فروع المعرفة أو في أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية.
- ويعرف المنهج أيضا في البحث العلمي هو العمود الفقري لكل دراسة فهو الضابط والموجب الأساسي الضروري والرئيسي لكل باحث يتحدد إستعماله حسب هدف الدراسة والإشكالية العلمية المعالجة ونظر للتعدد الكبير لمعنى هذا المصطلح إلا أنه يمكن أن نورد بعضا منها، فالمنهج في البحوث العلمية هو

---

[1]-موريس أنجلس: **منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات علمية** . ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون. دار القصبة للنشر . 2006، ص 9 .

[2]-غازي عناية، **منهجية إعداد البحث العلمي** . بكاربوس، ماجستير دكتورا، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 17.

[3]- أحمد بن مرسلي **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال** ،ط1، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر ،200، ص282.

الطريق والأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسته مشكلة وصولا إلى المنهج : مجموعة من القواعد العامة يعتمدها الباحث في تنظيم ما لديه من أفكار أو معلومات من أجل أن توصله إلى النتيجة المطلوبة و باختصار بعض النتائج[1].

- وأشهر تعريف للمنهج :بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة ونلخص من هذه التعريفات إلى أن:

المنهج: طريقة البحث.

❖ المنهج الوصفي

هو جمع لبيانات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع اجتماعي وتحليل ما تم جمعه من بيانات بطريقة موضوعية كخطوة ثانية تؤدي إلى التعرف على العوامل المكونة والمؤثرة على الظاهرة كخطوة ثالثة[2].

وهو يقوم بالبحث عن أوصاف دقيقة للظاهرة المراد دراستها عن طريق مجموعة من الأسئلة وهي:

- ✓ ما الوضع الحالي للظاهرة
- ✓ من أين نبدأ الدراسة؟
- ✓ ما العلاقة بين الظاهرة المحددة والظواهر الأخرى؟
- ✓ ما النتائج المتوقعة لدراسة هذه الظاهرة؟

وللإجابة على هذه الأسئلة تتم من خلال جمع الحقائق والبيانات الكمية والكيفية عن الظاهرة المحددة مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيرا كفيا.

- وهو كذلك يقوم بوصف الظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة، والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة، وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها.

[1]- محمد عبيدات وأخرين ،**منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط 1 . دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص 37.

[2]-فاطمة عوض صابر،أمرقت علي خفاجة،**أسس ومبادىء البحث العلمي**،ط1،مكتبة وطبعة الاشعاع الفنية ،2002،ص91

- ويهدف المنهج الوصفي إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتشخيصها وإلقاء الضوء على جوانبها البيانات اللازمة عنها مع فهمها وتحليلها من أجل الوصول إلى المبادئ والقوانين المتصلة لظواهر الحياة والعمليات الإجتماعية الأساسية والتصرفات الإنسانية ويركز على أوضاع عامة وعالمية وكما يهدف إلى تحديد نطاق ومجال وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج وأخيرا الوصول إلى نتائج إستخدامها [1].

وعليه إن دراستنا هذه تحاول وصف وتصوير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تبحث في الحقائق والأسباب المتعلقة بانتشاراستخدام هذه الوسائل للمشاركة في المواطنة الرقمية و إن أية دراسة تسعى إلى الوصف والتصوير تلجأ إلى استعمال المنهج الوصفي والذي يعرف على أنه: " دراسة الواقع أو الظاهرة الموجودة في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كيفيا عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها، أو تعبيرا كما فيعطينا وصفا رقميا مع بيان مقدار هذه الظاهرة أو حجمها و درجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى"

انطلاقا من أهمية المنهج الوصفي، وباعتبار أن أي باحث يلجأ إلى هذا النوع من المناهج الدراسة أسباب تفشي ظاهرة معينة ومعرفة حقائقها الراهنة، فقد لجأنا إلى الاعتماد على هذا المنهج المعرفة سبب تفشي ظاهرة استخدام الألعاب الإلكترونية وسبب إقبال المراهقين عليها من جهة ولمعرفة أثر استخدام الألعاب الإلكترونية على هذه الفئة من جهة أخرى، وعليه فقد اعتمدنا على هذا المنهج باعتباره الأنسب لدراستنا ، بحكم أنها تدخل في نطاق الدراسات الوصفية.

10- أدوات جمع البيانات:

للإجابة عن التساؤلات والحصول على معلومات الدراسة، اعتمدنا على أداة الاستبيان في أحد أشكاله الجديدة والمعروف بالاستبيان الإلكتروني (online-survey) ، فالاستبيان يعد أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة و المعدة سلفاً[2] ، كما يمكن أن نعرفه أيضاً بأنه أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استجواب المبحوثين بطريقة ممنهجة و مقننة، لتقديم حقائق و أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا و استخدامها في منهج المسح ، و ذلك

1

[2]- سمير محمد حسين ،**بحوث الإعلام** ،عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2 ، القاهرة، 1999، ص 146.

لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا[1] يجتمعون في مكان واحد.

أما فيما يتعلق بالاستبيان الإلكتروني والذي يسمى أيضا باستبيان الإنترنت فقد أصبح يستخدم بكثرة و خصوصا في مواضيع الاتجاهات والآراء وهذا نظرا للعديد من الصفات التي تتميز بها هذه الأنواع من الاستبيان منها قلة التكاليف وقدرتها على الانتشار الواسع بالإضافة إلى سهولة تصميمها بحيث تتضمن خصائص تساعد الباحث على جمع بيانات دقيقة، إلى أنها غالبا ما تلاقيها العديد من الصعوبات منها بالخصوص قلة التجاوب من المبحوثين فغالبا ما تكون نسبة الإجابة على هذا النوع من الاستمارات قليلة وهذه النقطة بالذات هي ما تحاول العديد من الدراسات العلمية إيجاد حلول لها ومحاولة رفع نسب استجابات المبحوثين عليها. وفيما يلي نوضح بعض نقاط قوة القدرة على الانتشار الواسع للاستبيان الالكتروني:

- إمكانية استهداف فئات عديدة ومتنوعة
- مرونة الاستخدام
- الاقتصاد في الوقت
- سهولة إدخال البيانات و تحليلها

تم بناء الاستمارة في مجملها على العديد من المحاور، فالمحور الأول خصص للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة ثم تلتها المحاور الأخرى لتجيب على مجمل تساؤلات الدراسة و تم إعداد استمارة الاستبيان من أجل قياس متغيرات الدراسة و العلاقة بينهم وتتكون استمارة الاستبيان من

الجزء الأول: عبارة عن بيانات أساسية عن عينة الدراسة.

الجزء الثاني: والذي يركز على المتغيرات الأساسية للدراسة و يتكون بدوره من ثلاثة محاور، خصص المحور الأول لمعرفة عادات ودوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية، أما المحور الثاني فكان الهدف منه معرفة دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة من خلال مساهمتها في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية والديمقراطية والانتماء الوطني، أما المحور الثالث فهدف إلى محاولة معرفة المشكلات التي تحد من فاعلية مواقع الشبكات الاجتماعية في تدعيم قيم المواطنة واستقصاء عينة الدراسة في الحلول المقترحة.

[1]- محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ،عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 33

11-حدود الدراسة:

- **الحدود المكانية** : وتمثلت في قسم الاعلام والاتصال , كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة .
- **الحدود البشرية** :وتمثلت فب طلبة قسم الاعلام والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة بشتى مستوياتهم وتخصصاتهم من كلا جنسين اناث و ذكور الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة .
- **الحدود الزمانية**: وهي الفترة الزمانية لبداية الدراسة الميدانية بداية من إعداد استمارة الاستبيان الالكتروني , ثم ضبطها وتعديلها وفق توجيهاتهم وانتقاداتهم وتوزيعها على الطلبة وتفريغها بداية من أوائل شهر أفريل إلى أواخر شهر جوان .

حبث كانت بداية الدراسة الميدانية من شهر ماي 2023 الى غاية شهر جوان ،حيث قمنا بصياغة الاستمارة وظبطها وتحكيمها، ومن ثم قمنا بتوزيع الاستبيان وكان ذلك في تاريخ 2023/05/31 بعدها شرعنا في تفريغ البيانات وتحليل النتائج،وصولا الى استخلاص النتائج وتقديم بعض التوصيات.

الفصل الثاني:الجانب الميداني

تمهيد

1/عرض نتائج وتحليل الدراسة

2/نتائج الدراسة

3/مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة

4/النتائج العامة للدراسة

5/الاقراحات والتوصيات

خاتمة

تمهيد :

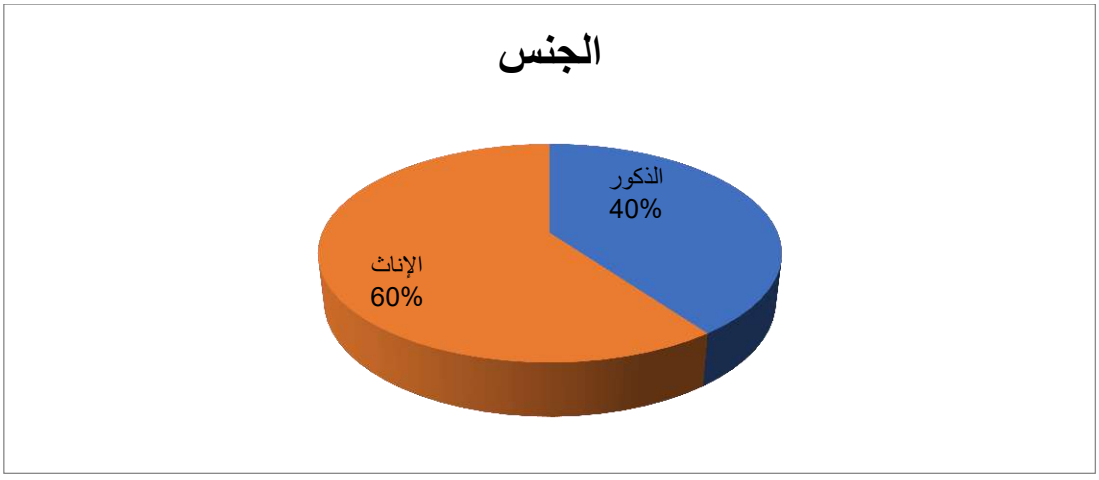
يهتم هذا الجانب من الدراسة بتفريغ بيانات الدراسة الميدانية اعتمادا على المعطيات المتحصل عليها من خلال استمارة الاستبيان الإلكتروني التي تم توزيعها على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة حيث اعتمد على التفريغ اليدوي للبيانات ومن ثم تبويب الإجابات في شكل جداول بسيطة ومركبة تحتوي على فئات وتكرارات و نسب مئوية ورسومات بيانية لإبراز دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية.

1) عرض نتائج و تحليل الدراسة.

1/عرض وتحليل البيانات الشخصية :

الجدول (01) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس :

النوع	التكرارات	النسبة المئوية
ذكور	24	40%
إناث	36	60%
المجموع	60	100%



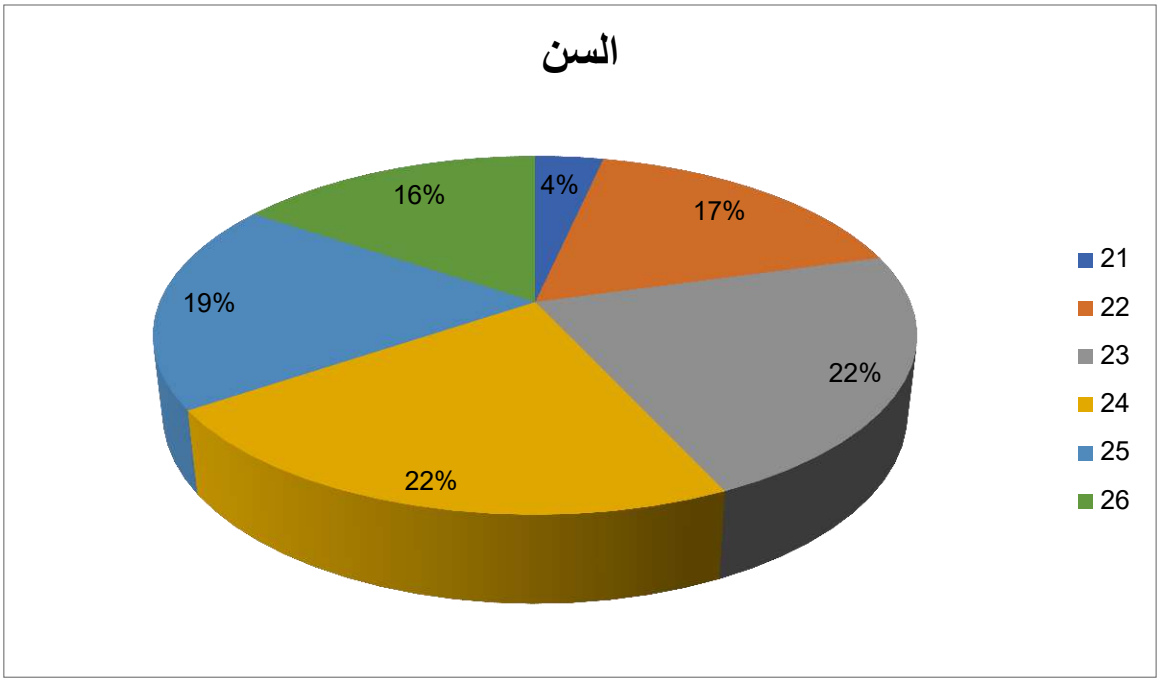
الشكل رقم(01):يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

من خلال البيانات الكمية المبينة في الجدول رقم (1) أعلاه والمتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، نلاحظ أن نسب المبحوثين الإناث أكبر من نسبة الذكور، حيث بلغت نسبة الإناث 60% من أفراد العينة وهو ما يمثل 36 مفردة، في حين تقدر نسبة الذكور ب 40%: أي ما يعادل 24 مفردة

يمكننا إرجاع التباعد النسبي بين الجنسين إلى طبيعة التركيبة السكانية في المجتمع الجزائري لاسيما فئة الإناث التي تتزايد بشكل أكبر من الذكور وخاصة في المجال الدراسي وهذا راجع لعدة أسباب منها عدم إكمال الدراسة من طرف الذكور أو الانخراط المبكر في العمل وترك الدراسة.

الجدول (02) : يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
21	2	%3
22	10	%17
23	13	%22
24	13	%22
25	11	%18
26	9	%15
33	1	%1.5
34	1	%1.5
المجموع	60	%100

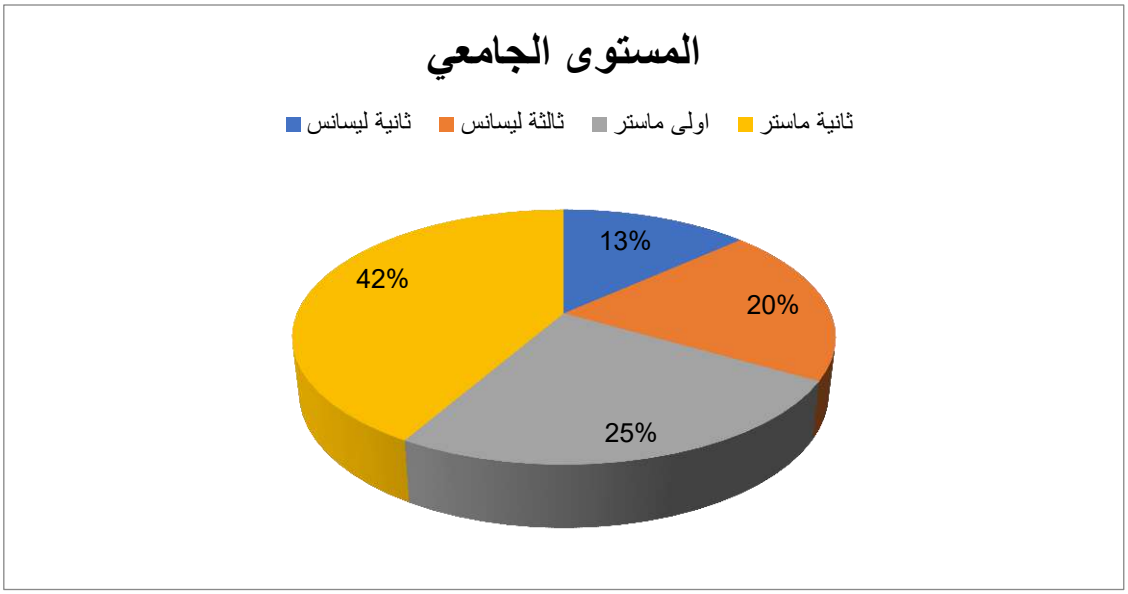


الشكل رقم (02):يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 أن غالبية المبحوثين بين سن 22 إلى 26 بنسبة إجمالية تقدر ب94% وهذا راجع إلى كونه السن الطبيعي والغالب للفترة الجامعية .

الجدول رقم (03) : يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
سنة ثانية ليسانس	08	13%
سنة ثالثة ليسانس	12	20%
اولى ماستر	15	25%
ثانية ماستر	25	42%
المجموع	60	100%



الشكل رقم (03):يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

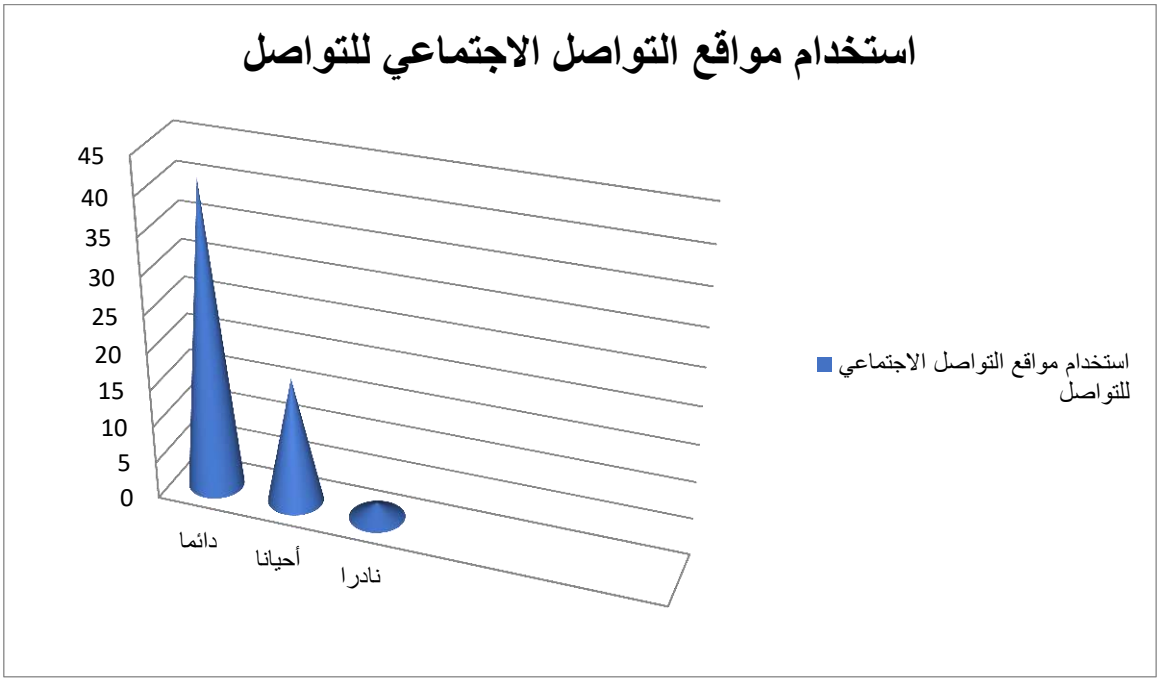
من خلال البيانات الكمية المبينة في الجدول رقم (03) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين يدرسون في السنة الثانية ليسانس تقدر ب13% ممثلة ب 08مفردات، تليها نسبة المبحوثين الذين يدرسون في السنة الثالثة ليسانس والتي تقدر ب20%ممثلة ب 12 مفردة، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين يدرسون في السنة اولى ماستر ب25% وهو ما يمثل 15 مفردات،كما بلغت نسبة المبحوثين الذين يدرسون في الثانية ماستر 42% أي ما يمثل 25 مفردة.

يعود ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يدرسون في السنة الثانية ماستر إلى التقارب الدراسي و تزامن المصالح والفوائد أثناء فترة توزيع الاستبيان بحيث أغلب المبحوثين يحتاجون إلى عينة من الأفراد والتي غالبا تكون من نفس الخصائص حيث وزع الاستبيان في مجموعة دراسية خاصة بالثانية ماستر، في المقابل نجد تقارب نسبي بين المبحوثين في الاولى ماستر والثانية والثالثة ليسانس.

2/المحور الأول:عرض وتحليل بيانات أنماط ودوافع استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديدة :

الجدول رقم (04) :يبين مدى استعمال وسائل التواصل الإجتماعي للتواصل

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	41	68.5%
أحيانا	17	28.5%
نادرا	2	3%
المجموع	60	100%



الشكل رقم (04):يمثل مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل

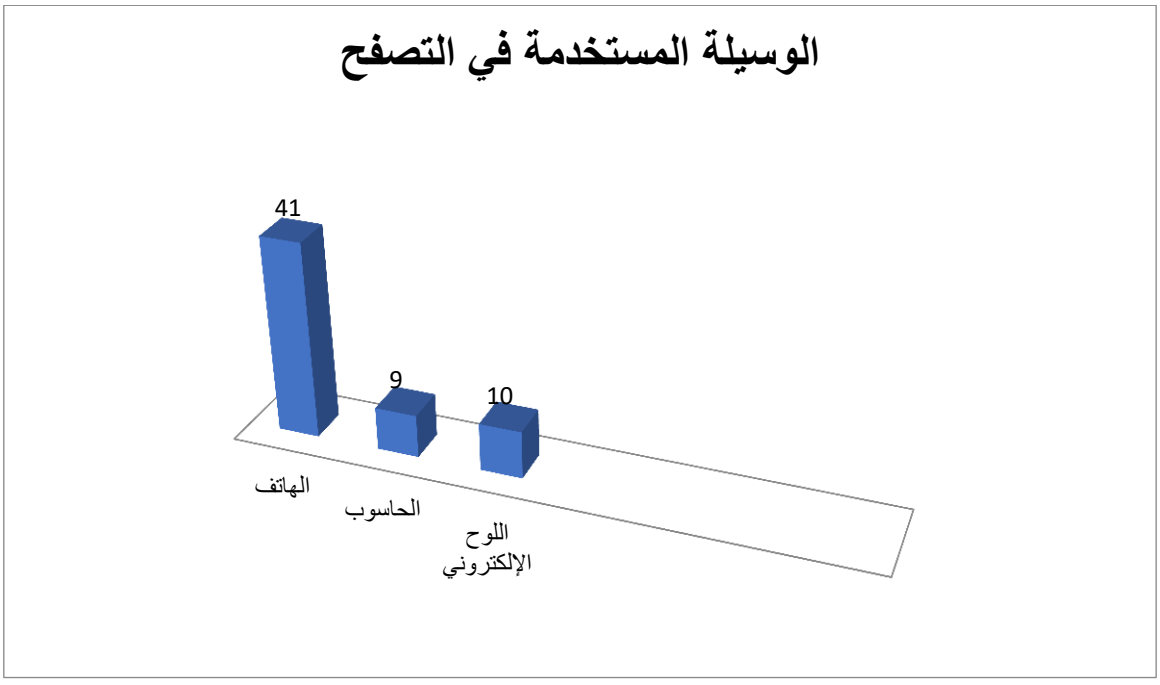
من خلال البيانات في الجدول رقم 04 والذي يبين مدى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي للتواصل فعلا ،حيث نلاحظ أن الغالبية يستخدمونها للتواصل بشكل دائم بنسبة تصل إلى68.5% ،ثم نجد من يستعملونها أحيانا للتواصل بنسبة 28.5%،في حين تصل نسبة من يستعملونها للتواصل نادرا الى3% .

باعتبار أن غالبية المبحوثين يستعملون وسائل التواصل لغرض التواصل بشكل دائم ،فإن ذلك يمكن إرجاعه إلى الخاصية الأساسية لهاته الوسائل حيث توفر عالم افتراضي يقرب بين المسافات ويجعل عملية الوصول إلى الأقارب والأصدقاء شيئا سهلا ومتوفرا في غالب الأوقات وخاصة بالنسبة إلى هاته العينة(طلاب الجامعة) التي تجيد إستعمال وسائل الإعلام الجديدة بنسبة مقبولة.

مما سبق نستنتج أن الغالبية من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي لغرض التواصل بشكل دائم.

الجدول رقم (05) :يبين الوسيلة المستخدمة في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي

الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف	41	%68
الحاسوب	09	%15
اللوح الإلكتروني	10	%17
المجموع	60	%100



الشكل رقم (05):يمثل الوسيلة المستعملة في تصفح وسائل التواصل الإجتماعي

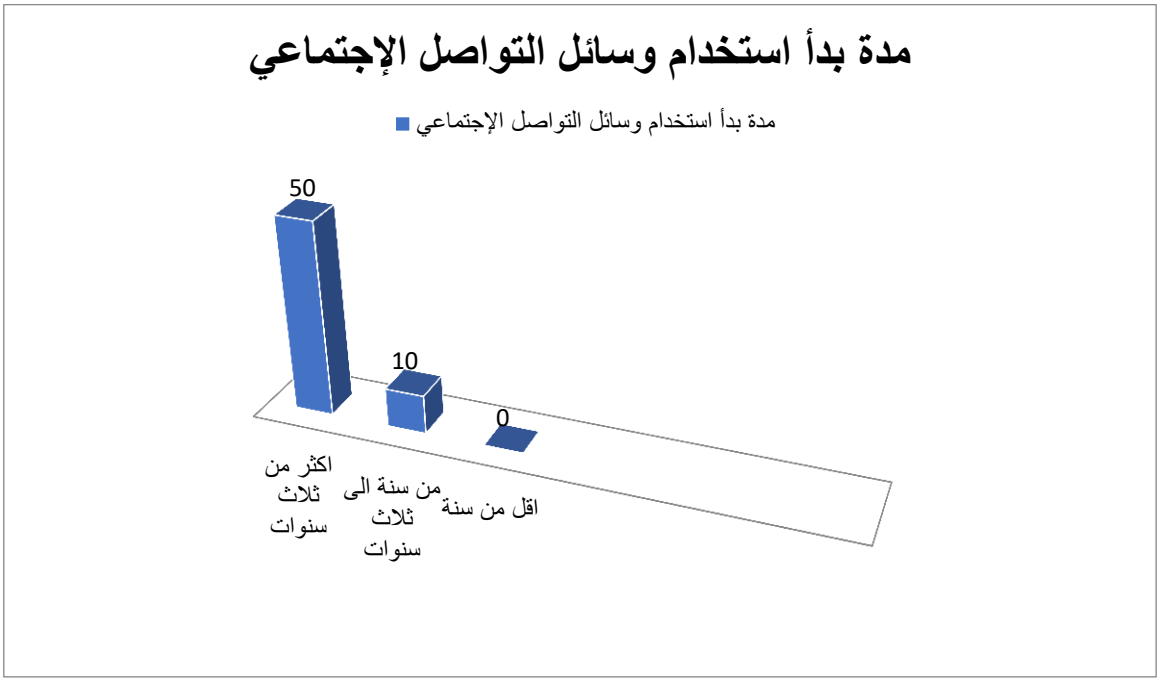
من خلال بيانات الجدول رقم 05 الممثل أعلاه يظهر لنا أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الهاتف في تصفح مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 68%،في أن من يتصفحونها عبر اللوح الإلكتروني تبلغ نسبتهم 17%، بينما تبلغ نسبة من يتصفحونها عبر الحاسوب 17%.

يرجع استعمال الهاتف بشكل أكبر في التصفح إلى الخصائص التي يمتاز بها الهاتف من سهولة إستخدام واستعمال الأنترنت في أي مكان والقابلية للحمل وصغر الحجم.

وعليه نستنتج أن الهاتف هو الأكثر إستعمالا في تصفح مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 68%

الجدول رقم (06) :يبين مدة بدأ استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

المدة	التكرار	النسبة المئوية
أكثر من ثلاث سنوات	50	83%
من سنة إلى ثلاث سنوات	10	17%
أقل من ثلاث سنوات	0	0%
المجموع	60	100%



الشكل رقم (06):يمثل مدة بدأ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

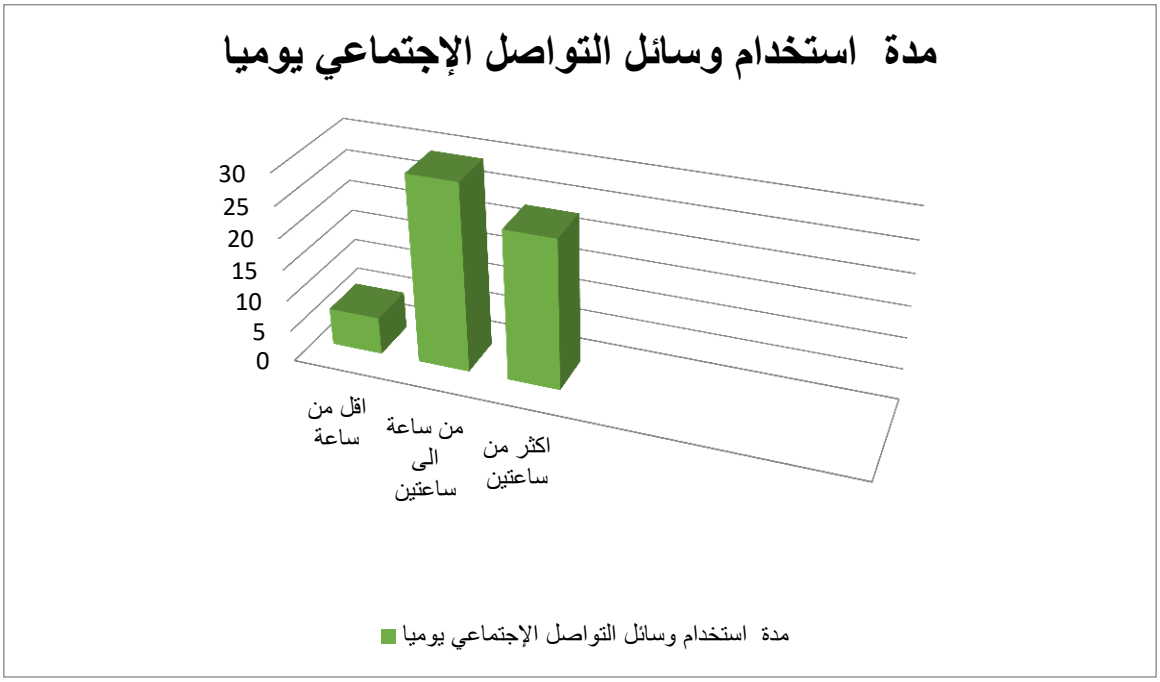
نلاحظ من خلال الجدول رقم06 الممثل أعلاه والذي يبين أن غالبية المبحوثين يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة تصل إلى 83% ، في حين أن من يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات تصل نسبتهم إلى 17%.

ترجع غالبية استعمال أفراد العينة لوسائل التواصل لاكثر من ثلاث سنوات لكون فترة انتشار هذه الوسائل تفوق ثلاث سنوات وخاصة بسبب بلوغ الهواتف الذكية ذروة تصنيعها بحيث أصبحت تلبي أغلب احتياجات الأفراد في العينة.

وعليه نستنتج أن أغلب الأفراد يستعملون مواقع التواصل الإجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات بنسبة 83%

الجدول رقم (07) :يبين مدة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يوميا

المدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	06	%10
من ساعة إلى ساعتين	30	50%
أكثر من ساعتين	24	40%
المجموع	60	100%



الشكل رقم (07):يمثل مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميا

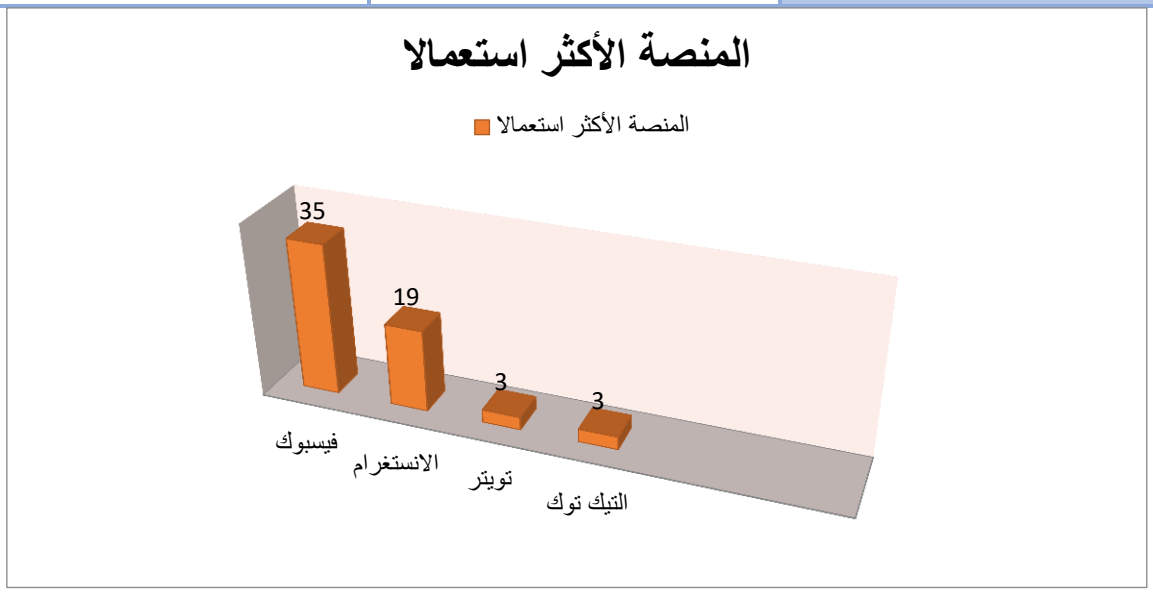
نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 والذي يظهر أن نصف أفراد العينة يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي يوميا من مدة ساعة إلى ساعتين بنسبة 50% ، بينما نسبة 40% يستعملونها لاكثر من ساعتين ، والقلة يستعملونها لاقل من ساعة بنسبة 10%.

يعود استخدام غالبية الافراد في العينة لوسائل التواصل الإجتماعي لمدة ساعة الى ساعتين أو اكثر من ساعتين يوميا إلى التأثير الذي تمنحه للمستخدم بحيث لا يشعر بالوقت لوجود عدة أشياء تجذبه و تحثه على مواصلة التصفح.

نستنتج أن غالبية الافراد في العينة يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي لمدة ساعة الى ساعتين أو اكثر من ساعتين يوميا بنسبة إجمالية تصل إلى 90%.

الجدول رقم (08) :يبين مدة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يوميا

المنصات الأكثر استعمالا	التكرار	النسبة المئوية
الفيسبوك	35	58%
الانستغرام	19	32%
تويتر	3	5%
التيك توك	3	5%
المجموع	60	100%



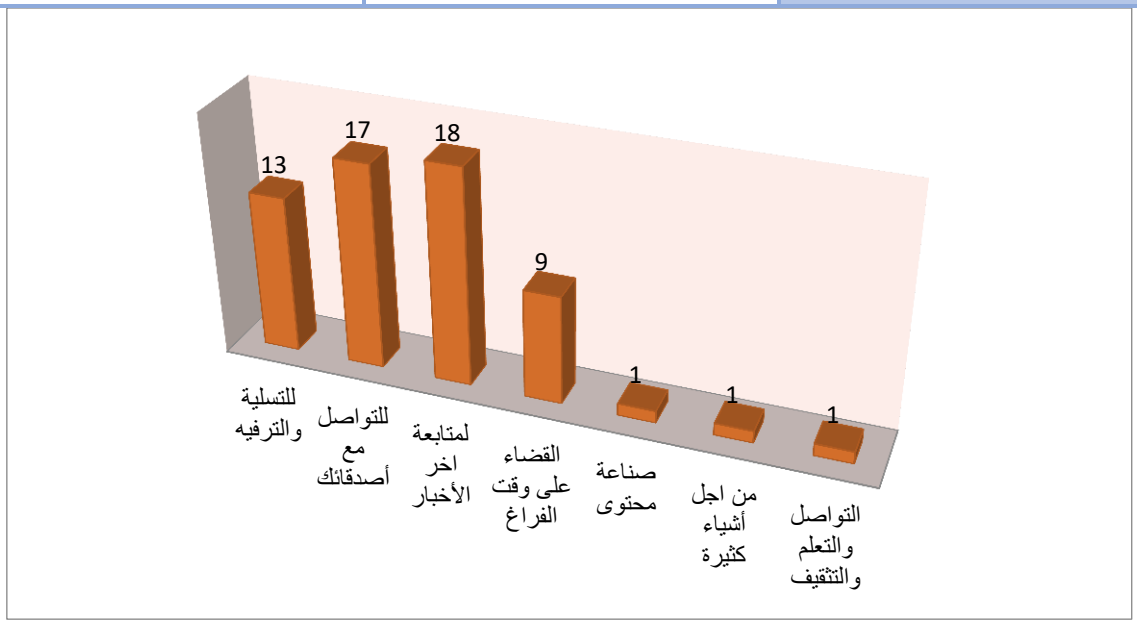
الشكل رقم (08):يمثل أكثر منصة استخداما

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 أن أكبر من نصف الأفراد في العينة يستعملون منصة الفيسبوك بشكل أكبر بنسبة تصل إلى 58%،بينما تليها منصة الانستغرام بنسبة 32% ،بينما تستعمل منصة التويتر و التيك توك بشكل أقل تصل نسبة كل منهما الى 5%.

نستنتج أن غالبية الافراد في العينة يستعملون منصة الفيسبوك والانستغرام بشكل رئيسي تصل نسبته الإجمالية إلى 90%.

الجدول رقم (09) :يبين الغرض من استخدام مواقع التواصل الإجتماعي

غرض الاستعمال	التكرار	النسبة المئوية
للتسلية والترفيه	13	22%
للتواصل مع أصدقائك	17	28%
لمتابعة اخر الأخبار	18	30%
القضاء على وقت الفراغ	09	15%
صناعة محتوى	01	1.7%
من اجل أشياء كثيرة	01	1.7%
التواصل والتعلم والتثقيف	01	1.6%
المجموع	60	100%



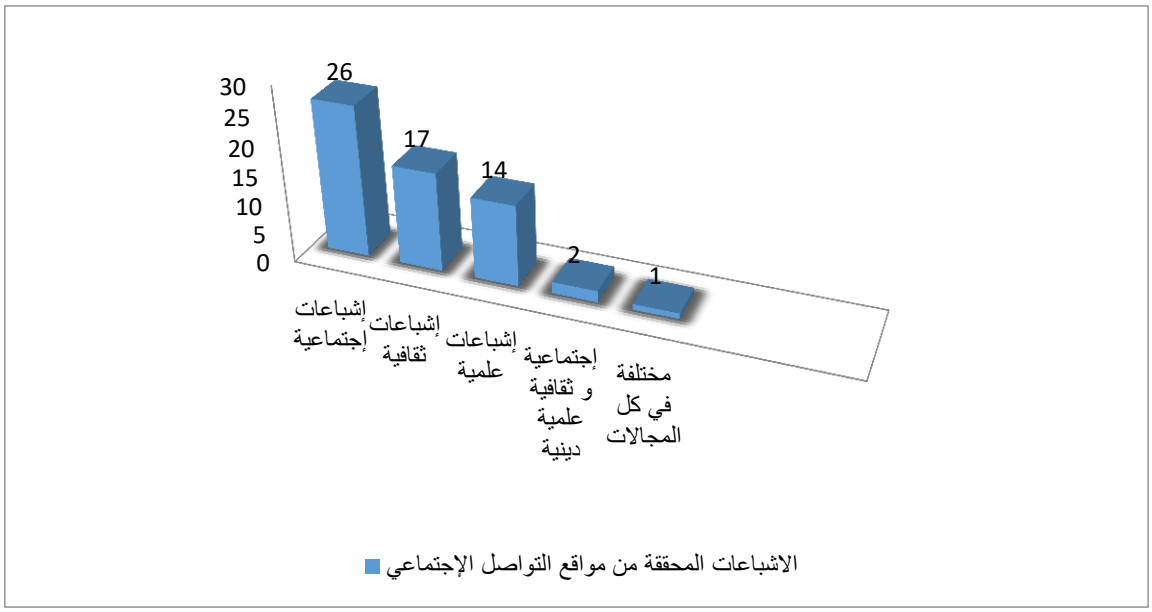
الشكل رقم (09):يمثل الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 الممثل أعلاه أن أفراد العينة يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي لغرض متابعة اخر الأخبار والتواصل مع الاصدقاء بنسب متقاربة تصل إلى 30% و29% لكل منهما على التوالي ،في حين تصل نسبة من يستعملونها لغرض التسلية والترفيه 22%والقضاء على أوقات الفراغ15 % ،وباقي الاحتمالات بنسب متساوية تعادل مفردة واحدة لكل إحتمال.

نستنتج أن أكثر من نصف الافراد في العينة يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي لغرض متابعة اخر الأخبار والتواصل مع الاصدقاء بنسبة إجمالية تصل إلى 59%.

الجدول رقم (10) :الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الإجتماعي

الاشباع	التكرار	النسبة المئوية
إشباعات إجتماعية	26	43.5%
إشباعات ثقافية	17	28.5%
إشباعات علمية	14	23.5%
إجتماعية و ثقافية علمية دينية	02	03%
مختلفة في كل المجالات	01	1.5%
المجموع	60	100%



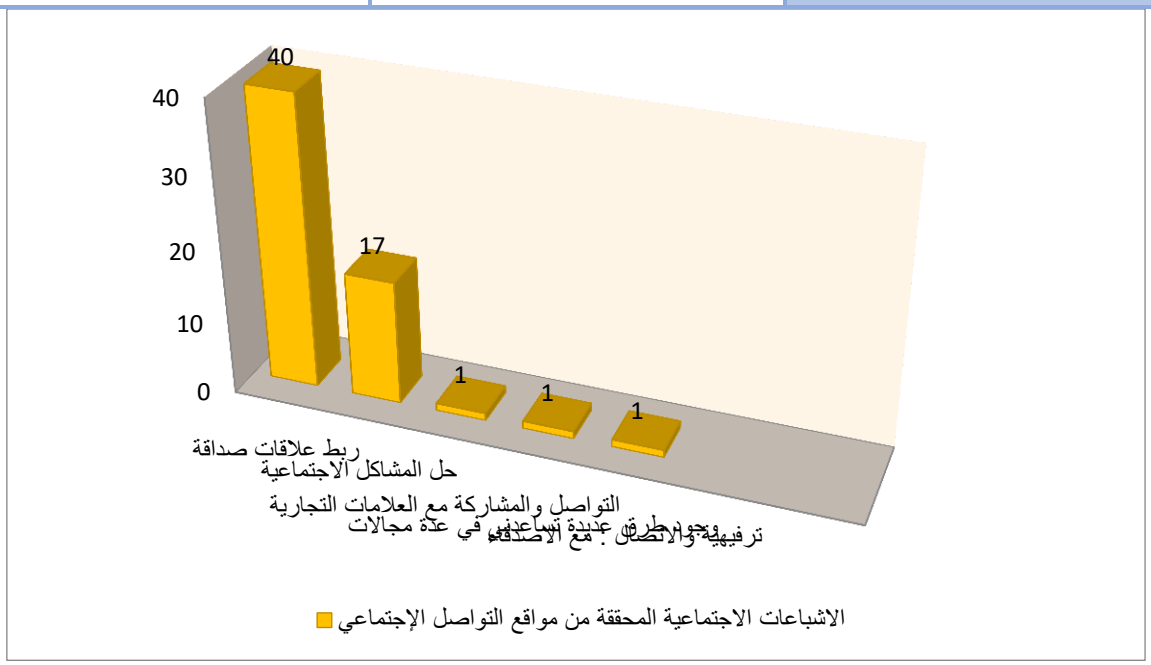
الشكل رقم (10):يمثل الاشباعات المحققة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 أن نصف أفراد العينة تقريبا يحققون اشباعات اجتماعية بنسبة 43.5% ،ثم تليها إشباعات ثقافية وعلمية بنسب 28.5%و23.5% على التوالي ، بينما تصل نسبة الاحتمالين الباقيين إلى 3% و1.5%.

نستنتج أن نصف الافراد تقريبا في العينة يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي لتحقيق اشباعات اجتماعية بنسبة تصل إلى 43.5%.

الجدول رقم (11) :الاشباعات الاجتماعية المحققة من مواقع التواصل الإجتماعي

الاشباع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ربط علاقات صداقة	40	67%
حل المشاكل الاجتماعية	17	28%
التواصل والمشاركة مع العلامات التجارية	01	1.7%
وجود طرق عديدة تساعدني في عدة مجالات	01	1.7%
ترفيهية والاتصال مع الأصدقاء	01	1.6%
المجموع	60	100%



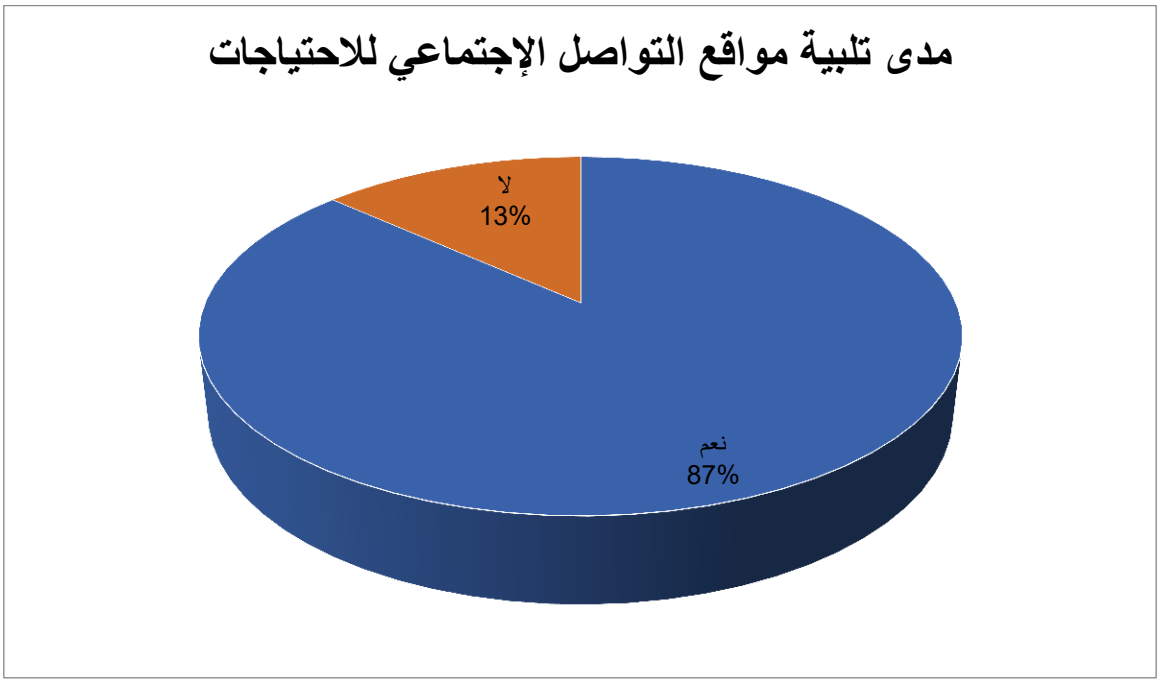
الشكل رقم (11):يمثل الاشباعات الاجتماعية المحققة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الممثل أعلاه. والذي يظهر ان غالبيه أفراد العينة يستعملون وسائل التواصل الاجتماعي من اجل من اجل ربط علاقات صداقه بنسبه تصل الى 67% , ثم بسبب حل المشاكل الاجتماعية بنسبه 28%، في حين تصل باقي الاحتمالات الى 1.7% لكل احتمال وبواقع مفردة واحدة.

نستنتج أن غالبية الأفراد تقريبا في العينة يستعملون وسائل التواصل الإجتماعي لتحقيق اشباعات اجتماعية نوعها ربط علاقات صداقة بنسبة تصل إلى 67%.

الجدول رقم (12) :مدى تلبية مواقع التواصل الإجتماعي للاحتياجات

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	52	87%
لا	08	13%
المجموع	60	100%



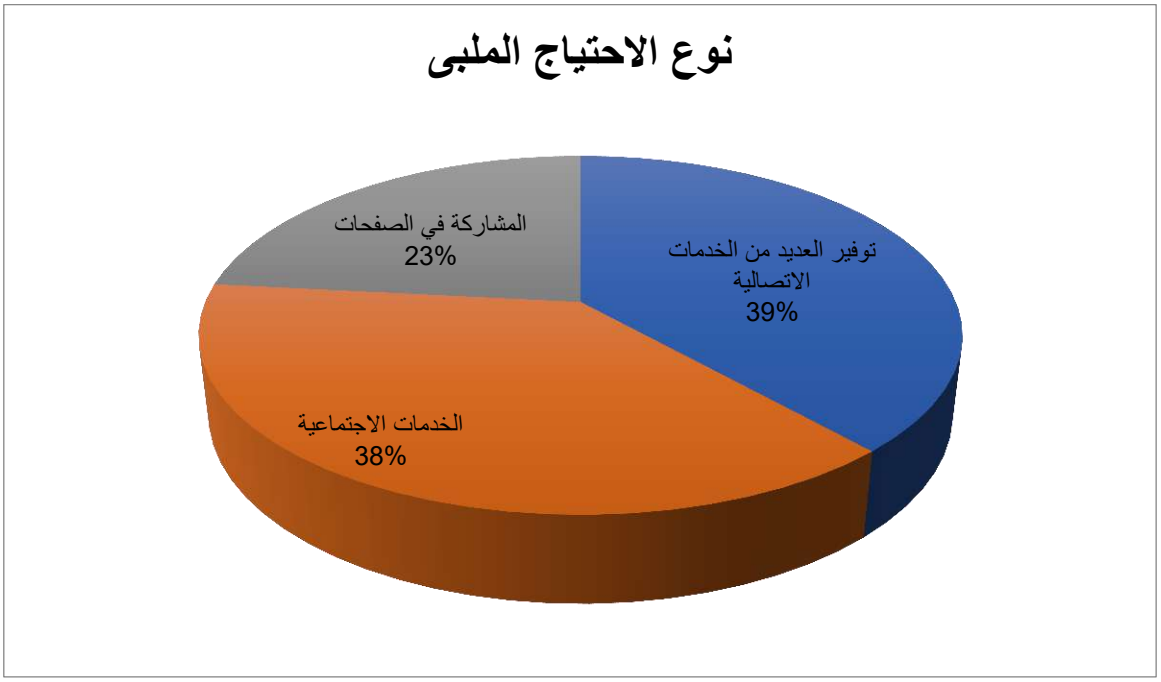
الشكل رقم (12):يمثل مدى تلبية وسائل التواصل الاجتماعي للاحتياجات

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 والذي يبين ان وسائل التواصل الاجتماعي تلبي الاحتياجات عند أغلب المبحوثين بنسبة تصل إلى 87%،في حين تبلغ نسبة عدم تلبيتها للاحتياجات 13%.

نستنتج ان مواقع التواصل الإجتماعي تلبي الاحتياجات عند أغلب المبحوثين بنسبة 87%

الجدول رقم (13) :نوع الاحتياج الملبى

نوع الاحتياج	التكرار	النسبة المئوية
توفير العديد من الخدمات الاتصالية	23	38.5%
الخدمات الاجتماعية	23	38.5%
المشاركة في الصفحات	14	23%
المجموع	60	100%



الشكل رقم (13):يمثل نوع الاحتياج الملبى

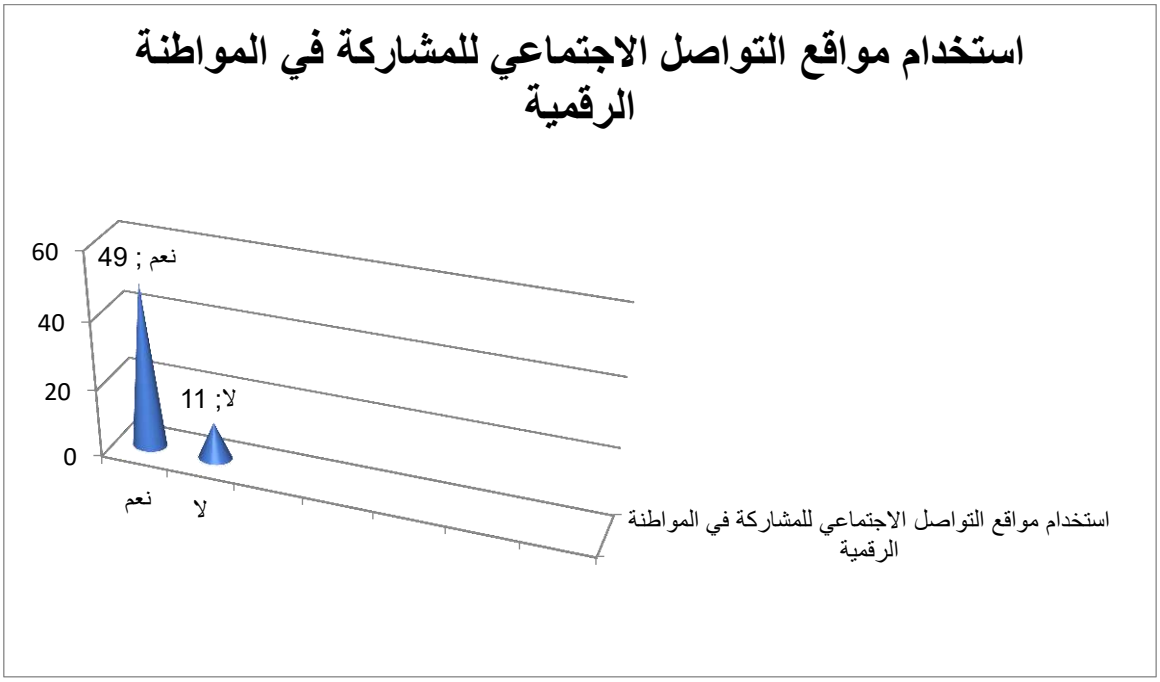
نلاحظ من خلال الجدول رقم 13. والذي يبين أن نوع الاحتياج الملبى عند الأغلبية في أفراد العينة هو توفير العديد من الخدمات الاتصالية وكذلك الخدمات الاجتماعية بنسبه 38.5% لكل منهما ، بينما نسبه المشاركة في الصفحات تصل إلى 23%.

نستنتج أن نوع الاحتياجات الملباة عند أغلب المبحوثين هي توفير العديد من الخدمات الاتصالية وكذلك الخدمات الاجتماعية بنسبة إجمالية تصل الى 77%.

3/المحور الثالث:دور وسائل التواصل الإجتماعي في دعم المواطنة الرقمية

الجدول رقم (14) :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	49	82%
لا	11	18%
المجموع	60	100%



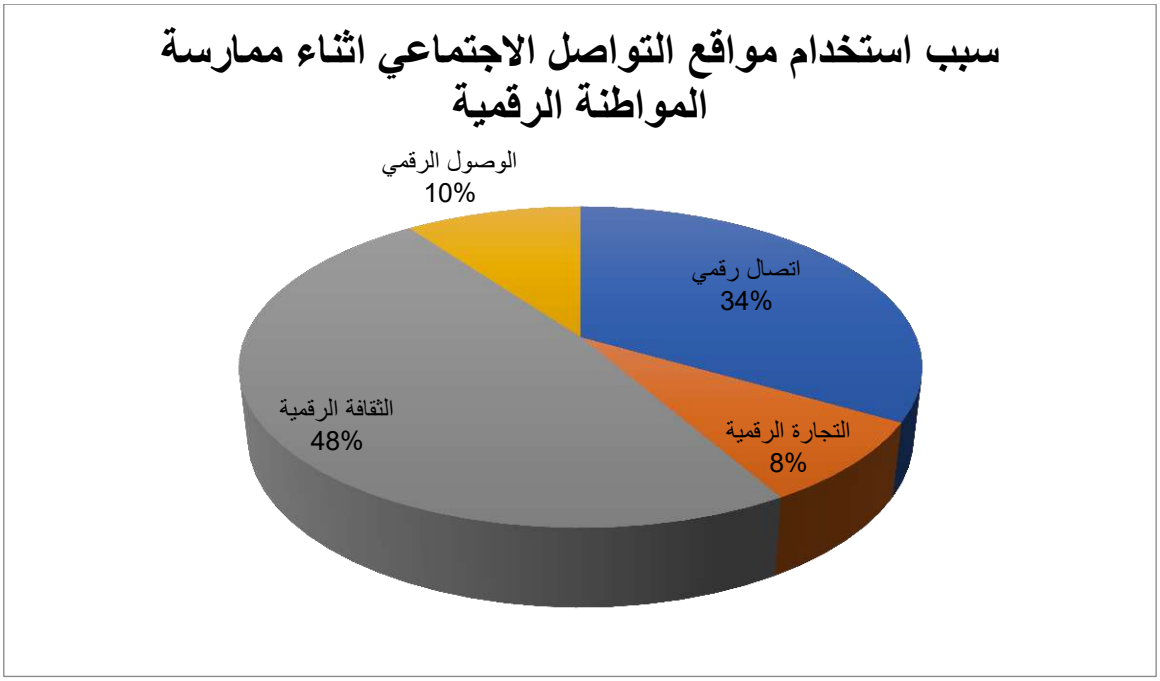
الشكل رقم (14):يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 والذي يبين أن غالبيه المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية بنسبه تصل إلى 82% ، بينما القلة لا يستخدمونها من اجل المشاركة في المواطنة الرقمية بنسبه تصل إلى 18% .

ومن هنا نستنتج أن غالبيه أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية بنسبه تصل إلى 82%.

الجدول رقم (15) :سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية

السبب	التكرار	النسبة المئوية
اتصال رقمي	20	33%
التجارة الرقمية	05	08%
الثقافة الرقمية	29	49%
الوصول الرقمي	06	10%
المجموع	60	100%



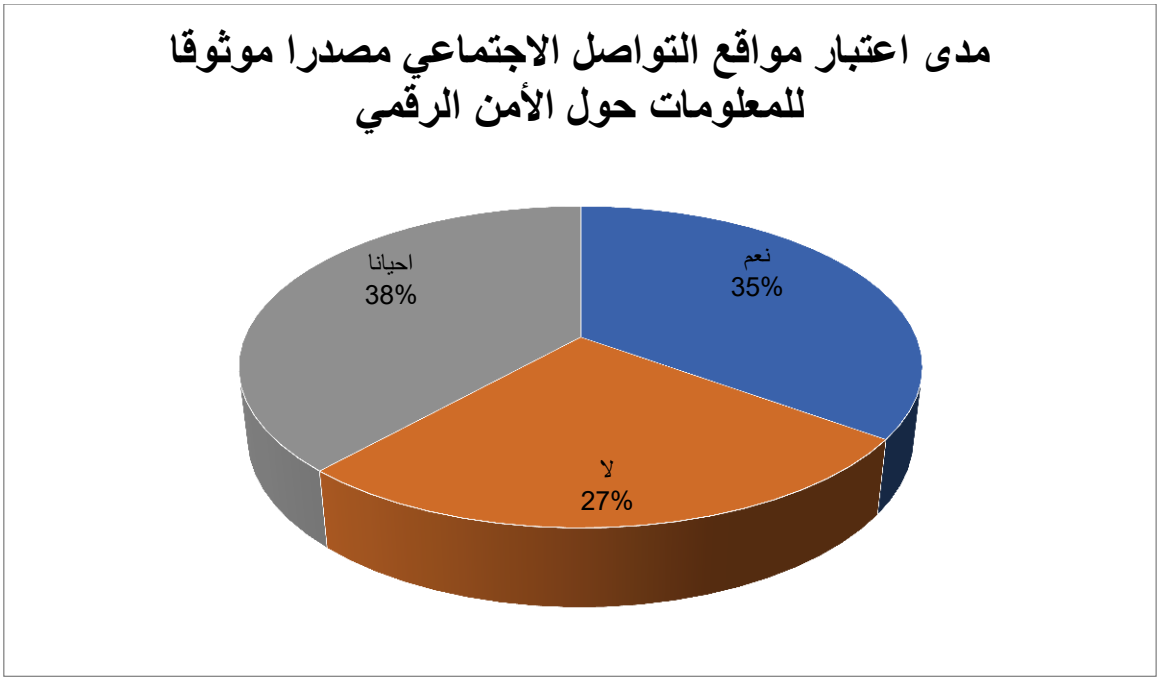
الشكل رقم (15):يمثل سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 والذي يبين أن نصف المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسه المواطنة الرقمية بسبب الثقافة الرقمية بنسبه 49% ،ثم بسبب الاتصال الرقمي بنسبه 33% ،ثم يلي ذلك بسبب والوصول الرقمي بنسبه 10% والتجارة بنسبه 8% .

نستنتج أن نصف أفراد العينة يستخدمون يستخدمون المواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسه المواطنة الرقمية بسبب الحصول على الثقافة الرقمية بنسبه 49%.

الجدول رقم (16) :مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات حول الأمن الرقمي

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	35%
لا	16	27%
احيانا	23	38%
المجموع	60	100%

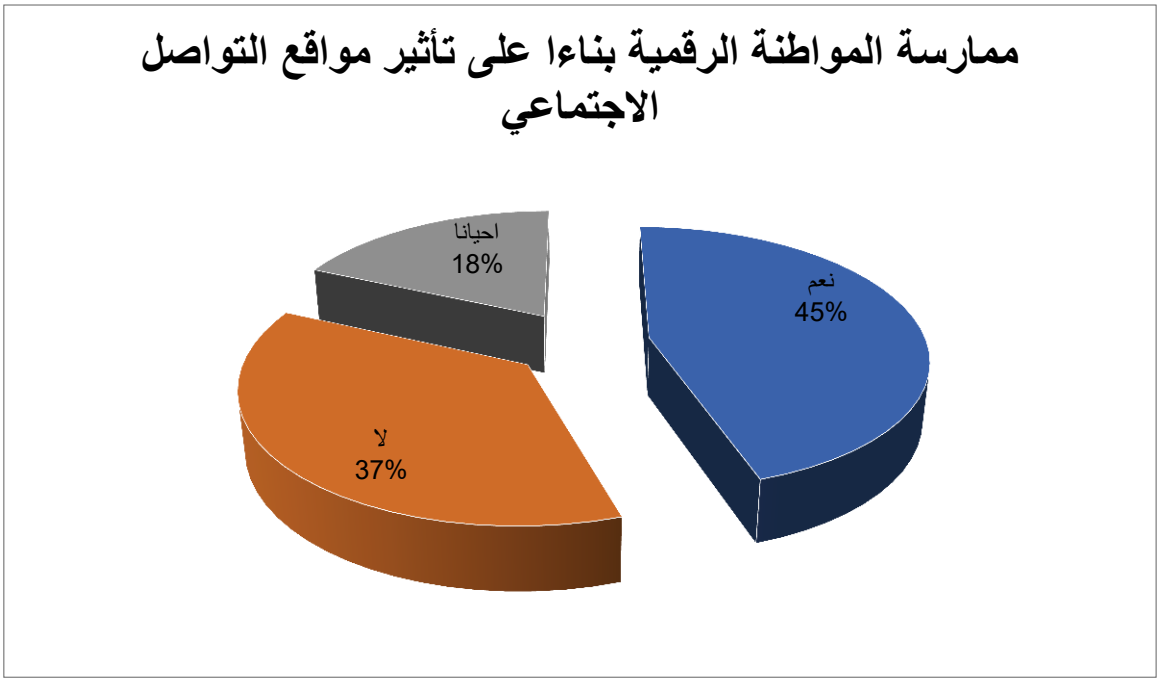


الشكل رقم (16):يمثل مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات حول الأمن الرقمي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 والذي يبين نسب متقاربه في الأجوبة من طرف المبحوثين حول مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدر موثوقا للمعلومات حول الأمن الرقمي والذي كانت الإجابة بأحيانا ونعم بنسب متقاربة بحيث تساوي 38% و 35% على التوالي ،بينما من لا يعتبرونها مصدرا موثوقا للمعلومات حول الأمن الرقمي تصل نسبتهم إلى 27%.

الجدول رقم (17) : ممارسة المواطنة الرقمية بناءا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي.

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	27	45%
لا	22	37%
احيانا	11	18%
المجموع	60	100%



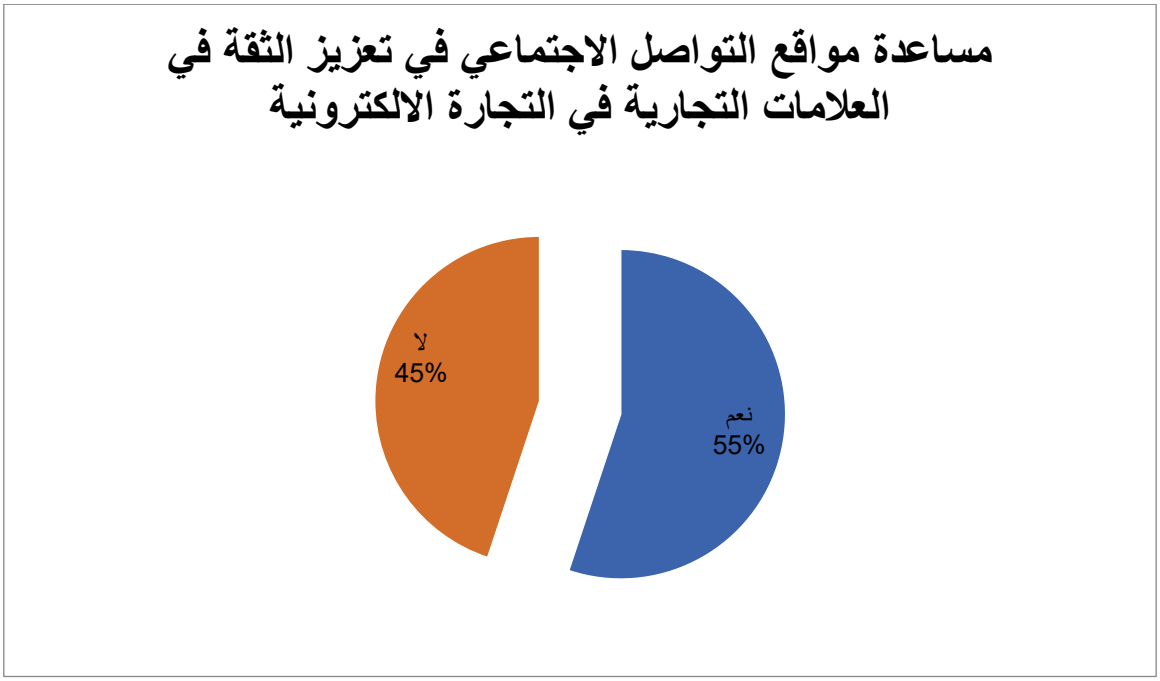
الشكل رقم (17):يمثل مدى ممارسة المواطنة الرقمية بناءا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم 17 الممثل أعلاه والذي يبين أن نصف المبحوثين تقريبا يمارسون المواطنة الرقمية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بنسبه تصل إلى 45% ،بينما من يمارسونها ليس بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تبلغ نسبتهم 37% ،في حين أن من يعتبرون أنهم أحيانا بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تصل نسبتهم إلى 18%.

نستنتج أن نصف المبحوثين تقريبا يمارسون المواطنة الرقمية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بنسبه 45%.

الجدول رقم (18) : مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقة في العلامات التجارية في التجارة الالكترونية

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	62%
لا	23	38%
المجموع	60	100%



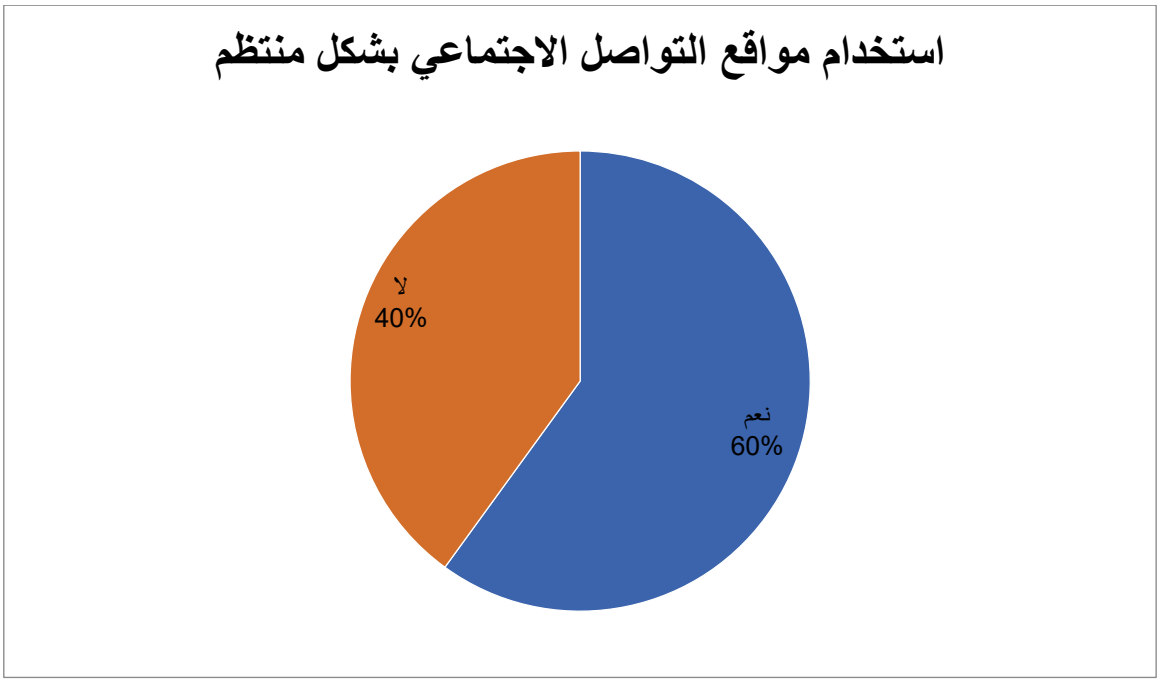
الشكل رقم (18):يمثل مدى مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقة في العلامات التجارية في التجارة الالكترونية

من خلال الجدول رقم 18 والممثل أعلاه والذي يظهر أن اغلبيه المبحوثين يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز الثقة في العلامات التجارية في التجارة الالكترونية بنسبة 62% ،بينما من يرون أنها لا تساعد في تعزيز الثقة في العلامات التجارية في التجارة الالكترونية تبلغ نسبتهم 38% .

نستنتج أن أفراد العينة يتفقون في كون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التجارة الالكترونية تساعد في تعزيز الثقة في العلامات التجارية بنسبة 62%.

الجدول رقم (19) : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	60%
لا	24	40%
المجموع	60	100%



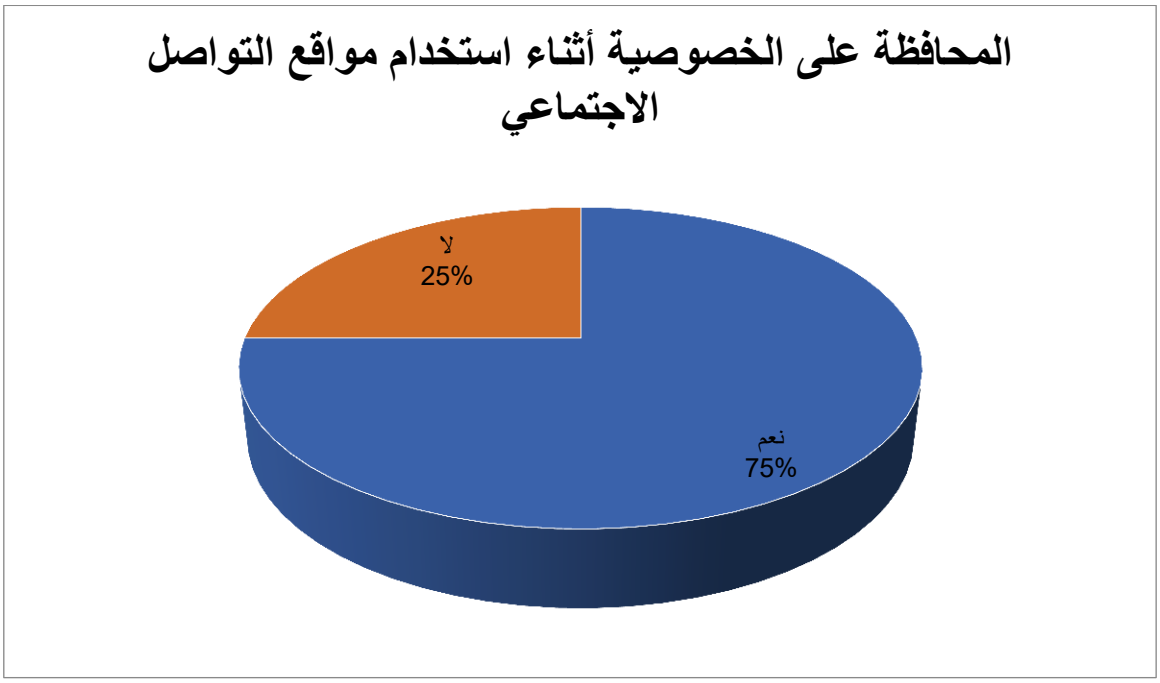
الشكل رقم (19):يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 والذي يبين أن غالبيه المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم بنسبة تصل إلى 60% والتي تقابلها 36 مفردة ،بينما بنسبه 40% لا يستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم

نستنتج من خلال أن أكثر من نصف المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل المنتظم بنسبه تصل الى 60%.

الجدول رقم (20) :إمتلاك معرفة كافية بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	62%
لا	23	38%
المجموع	60	100%



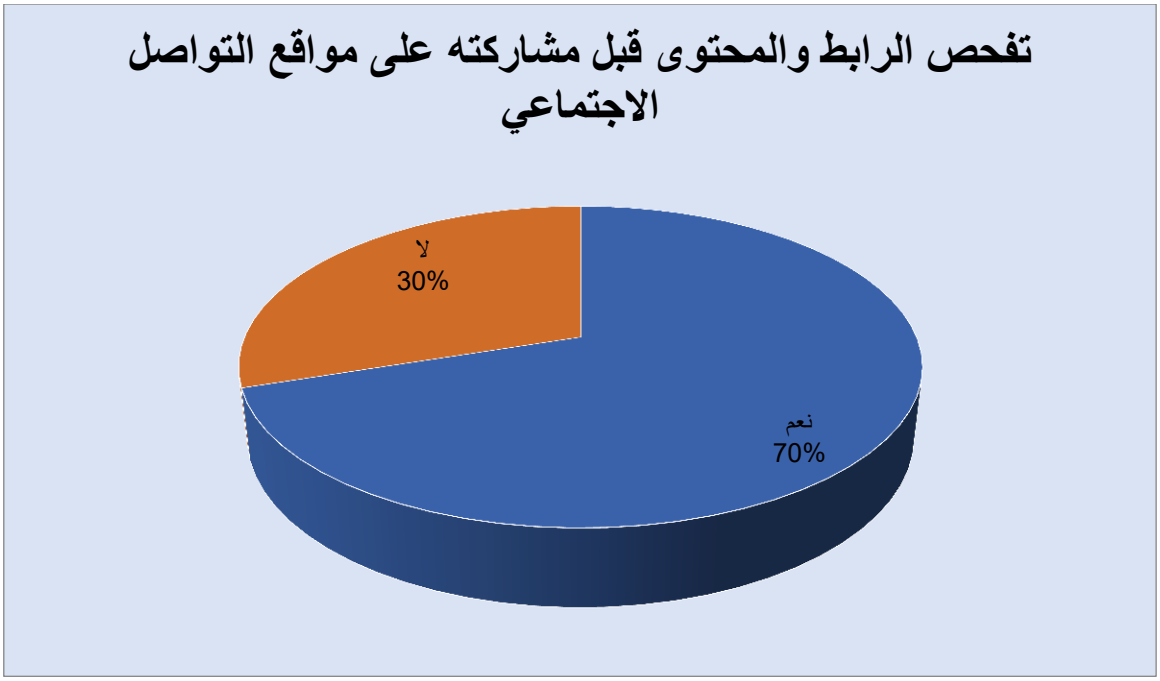
الشكل رقم (20):يمثل مدى إمتلاك معرفة كافية بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة المواطنة الرقمية

من خلال الجدول رقم 20 الممثل أعلاه، والذي يوضح أن أكثر من نصف المبحوثين على دراية كافية بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسه المواطنة الرقمية بنسبه 62% ،بينما من لا يمتلكون معرفه كافيه بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسه المواطنة الرقمية تبلغ نسبتهم 38%.

نستنتج أن أكثر من نصف أفراد العينة على معرفه كافيه بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة المواطنة الرقمية بنسبة تصل الى 62% .

الجدول رقم (21) :تفحص الرابط والمحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%



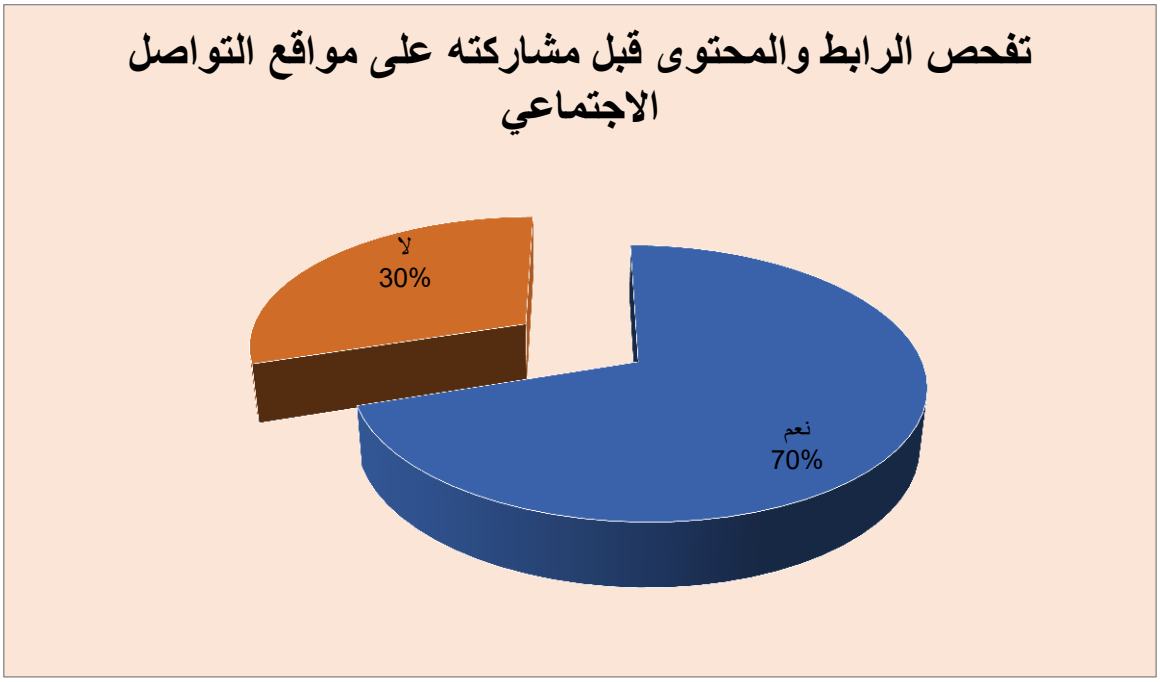
الشكل رقم (21):يمثل القيام بتفحص الرابط والمحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم 21 والذي يبين أن غالبيه الأفراد في العينة يفحصون الرابط والمحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 70%، بينما بنسبه 30% من أفراد العينة لا يقومون بتفحص الرابط والمحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي

نستنتج أن غالبية المبحوثين يقومون بتفحص الرابط والمحتوى ومدى ملائمته للمشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 70%.

الجدول رقم (22) :المحافظة على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	45	75%
لا	15	25%
المجموع	60	100%



الشكل رقم (22):يمثل مدى المحافظة على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم 22 والذي يظهر أن أغلب المبحوثين يحافظون بنسبه تبلغ 75% على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تبلغ نسبه الذين لا يحافظون على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 25%.

نستنتج أن أغلب أفراد العينة يحافظون على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة تصل إلى 75%

2) نتائج الدراسة:

بعد تحليلنا لبيانات الجداول البسيطة واعتمادنا على أداة الاستبيان الالكتروني، فإننا سنحاول في هذه الاستنتاجات الإجابة على مختلف التساؤلات التي طرحت في دراستنا ، والتي تصب كميا في دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية بحيث سنعتمد في ذلك على المحاور التي قسمت عليها الاستمارة أنماط ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند طلاب الجامعة ،العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي و المواطنة الرقمية.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1/نتائج البيانات الشخصية :

1. حسب نتائج الدراسة هناك فرق نسبي بين كلا الجنسين حيث قدرت نسبة الإناث ب 60% والذكور ب40%.
2. تشير نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يدرسون في السنة الأولى والثانية ماستر والتي قدرت بنسبة65.7 %.
3. ينحصر معظم المبحوثين بين سن 22الى26 بنسبة اجمالية 94%.

2/نتائج متعلقة بالمحور الأول:أنماط ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

1. تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم عند أغلب المبحوثين للتواصل مع الآخرين بنسبة67%.
2. الحاسوب هو الأداة الأكثر استخداما عند المبحوثين بنسبة 67% .
3. بنسبة 83% يستعمل المبحوثين وسائل التواصل منذ أكثر من ثلاث سنوات.
4. يقضي معظم المبحوثين اكثر من ساعة في استخدام وسائل التواصل بنسبة 90%.
5. المنصة المستخدمة بشكل رئيسي عند أغلب المبحوثين هي الفيسبوك بنسبة 58%.

6. تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة اخر الأخبار والتواصل مع الأصدقاء بشكل رئيسي وبنسبة58%.
7. يحقق المبحوثين اشباعات اجتماعية ثقافية وعلمية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 95%.
8. يحقق اشباع اجتماعي من نوع ربط علاقات صداقة عند غالبية أفراد العينة بنسبة 67%.
9. تلبي وسائل التواصل الاجتماعي احتياجات أغلب المبحوثين بنسبة 87%.

3/ نتائج متعلقة بالمحور الثالث : دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم المواطنة الرقمية:

1. تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي عند أغلب المبحوثين للمشاركة في المواطنة الرقمية بنسبة82%.
2. يرجع سبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية الى الرغبة في تكوين اتصال رقمي وكذلك الحصول على ثقافة رقمية.
3. يعتبر ما نسبته 38% أن وسائل التواصل الاجتماعي مصدر موثوق للمعلومات من حين الى اخر.
4. بنسبة 45% من المبحوثين يقومون بممارسة المواطنة الرقمية بناءا على تأثير مواقع التواصل الإجتماعي.
5. أغلب أفراد العينة يعتقون بأنهم على دراية كافية بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية حيث بلغت نسبتهم 62%.
6. يفحص غالبية المبحوثين الرابط أو المحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 70%.
7. يحافظ 75% من أفراد عينة البحث على خصوصيتهم اثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

3) مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

كشفت النتائج الميدانية والتي جاء في مقدمتها ان أغلبية طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الآخرين بشكل دائم ، بينما الوسيلة التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي كانت الهاتف بطبيعة الحال لما يقدمه من مميزات وسهوله حمل،كما أن أكثر منصة تستعمل بشكل رئيسي عند هاته العينة هو الفيسبوك وهو ما نتفق فيه مع دراسة (خالد منتصر 2018)،والتي من أبرز نتائجها أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة إضافة الى كونها بديلا لوسائل الاعلام التقليدية الاخرى .

كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (مُحَمَّد بديع 2017) والتي أكدت نسبة من الطلبة انه كلما زاد استخدام وسائل الاعلام الجديدة تعمق لديهم مفهوم المواطنة الرقمية بحيث وجدنا أن نسبة 82% من العينة تستخدم وسائل الإعلام الجديدة للمشاركة في المواطنة الرقمية فهي تعتبر بمثابة البوابة الرئيسية لها.

يعتبر أغلب طلاب الجامعة المدروسين أن وسائل الاعلام تلبي الاحتياجات المطلوبة والتي غالبا تتجسد في توفير العديد من الخدمات الاتصالية والاجتماعية ولكن عدم الإدراك الكافي بالمخاطر المحتملة يشكل خاطرا واقعا كما فصلته دراسة (شوقي صديق أبو حجر 2019).

4)النتائج العامة للدراسة:

يستخدم طلاب قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعه ورقلة وسائل التواصل الاجتماعي لعدة أسباب منها. الوصول الى أخر الأخبار أو التواصل مع الأصدقاء او القضاء على أوقات الفراغ ،كما ان منصة فيسبوك وهي الاكثر استخداما تجذبهم بشكل خاص لقضاء أوقات أطول في التصفح ،كذلك يشعر الفرد بأنه في عالم افتراضي خاص يشغله عن كثير من الأمور،حيث في نظر الكثير من طلاب الجامعة أن وسائل التواصل الاجتماعي تشبع رغباتهم و تلبي احتياجاتهم المطلوبة ، ويدخل في المواطنة الرقمية عن طريق هذه الوسائل خاصة عن طريق استخدام الهاتف الذي يسهل الولوج الى هاته الوسائل لجل الخصائص التي يتمتع بها الهاتف.

يبدو أن السبب الرئيسي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة المواطنة الرقمية عند طلاب قسم علوم الاعلام والاتصال هو الحصول على اتصال رقمي والحصول كذلك الثقافة الرقمية ،كما أن كثير من الطلاب كانت إجابتهم أنهم يقومون بممارسه المواطنة الرقمية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ومن هنا ندرك أن موقع التواصل الاجتماعي تعتبر الداعم الرئيسي للمواطنة الرقمية.

5) الاقتراحات والتوصيات:

بناءا على النتائج المتحصل عليها نقترح جملة من التوصيات منها:

- ✓ العمل على كل ما يعزز من وعي طلاب الجامعة بخطورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ ضرورة إدراك طلاب الجامعة بالاسباب والدوافع التي تجعلهم يمارسون المواطنة الرقمية.
- ✓ أهمية فحص الروابط والمحتويات قبل مشاركتها لتجنب خطر الاختراق والمحافظة قدر الإمكان على الخصوصية.
- ✓ إجراء دراسات مستقبلية بالقدر الكافي حول موضوع البحث لتعزيز وعي طلاب الجامعة بمدى تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في المشاركة في المواطنة الرقمية.
- ✓ من الضروري التحكم في فترة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية من طرف طلاب الجامعة خاصة مع الانتشار المتنوع والمهيب لهاته الوسائل.
- ✓ ضرورة اتباع اجراءات الأمان الموصى بها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل الإطار التطبيقي لدراسة حيث قمنا بتفريغ المعطيات المتحصل عليها من استمارة البحث في جداول إحصائية و رسومات بيانية والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى أهم نتائج الدراسة ثم مناقشتها في ضوء أسئلة وصولا إلى استنتاجات عامة.

حيث خلصنا في الأخير إلى أن الدافع الرئيسي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال هو دافع التواصل ومتابعة اخر الأخبار كما تبين لنا أن وسائل الاعلام الجديدة الباب الرئيسي للمواطنة الرقمية من خلال سهولة استخدامها وكمية الاحتياجات المختلفة التي تقوم بتلبيتها

خـــاتمـــة

تناولت الدراسة موضوع يعد من أهم المواضيع القائمة والحديثة والمتمثل في دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة ،من خلال دراسة ميدانية تمت على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ،حيث يمكن القول أن وسائل التواصل تلبي احتياجات الكثيرين خاصة مع الانتشار المخيف والمستمر لها ،كما تحقق اشباعات اجتماعية وثقافية وعلمية منها ربط علاقات صداقة.

كما قدمت هذه الدراسة إجابات عن أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة المواطنة الرقمية ومدى إدراك المبحوثين بالمخاطر واردة الحدوث خاصة مع كون هاته الوسائل وجهة مستهدفة من طرف المخترقين.

يمارس أغلب أفراد العينة المواطنة الرقمية بناءا على تأثير وسائل الإعلام الجديدة ، كما أنهم وبنسبة معتبرة يعتبرونها مصدرا موثوقا للحصول على معلومات حول الأمن الرقمي.

يعتقد الكثير من المبحوثين أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التجارة الالكترونية يساعد في تعزيز الثقة في العلامات التجارية.

ومن خلال الدراسة الميدانية للعينة المختارة خلص إلى أن الهدف الرئيسي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل مع الآخرين والوصول إلى أخر الأخبار وكذلك للتسلية والترفيه.

وخلاصة القول أن وسائل الإعلام الجديدة تلعب دورا هاما وداعما في المواطنة الرقمية وخاصة لدى طلاب الجامعة لكونها العينة الأكثر استخداما لهاته الوسائل.

قائـــمة المراجـع

المعاجم:

1- جبران مسعود،**معجم الرائد**،دار الملايين،ط7،بيروت،1992،ص343

2-عاطف غيث،**قاموس علم الإجتماع**،ط1،دار المعرفة الجامعية،2007،ص2582

3-مي عبد الله،**المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**،دار النهضة العربية،لبنان،2014،ص31

4-مُحَمَّد منير جاب،**المعجم الإعلامي**،دار الفجر،مصر،2004،484

المذكرات والكتب:

المواقع:

1-خلف إدعيس,**المواطنة الرقمية** ,تاريخ الإطلاع 2023/06/05 الرابط:

http://www.qou.edu/viewDetails.do?id=7230

https://arabic.rt.com/news/627943%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%AF_%D9%85

2 -غسان مراد, **البعد الرقمي حجر الزاوية في مواطنية الغد**,تاريخ الإطلاع 2023/06/05الرابط:

http://www.alhayat.com/Articles/5537307/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8F%25

1- ابن منظور،**مادة وطني لسان العرب** ،بيروت،دائرة المعارف،2013 ص 150.

2-الرازي مُحَمَّد بن أبي بكر، **مادة وطني**، مختار الصحاح،بيروت المركز العربي الثقافي ص 102.

3- مُحَمَّد آل عبود **قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي**، ط1،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياضة2011 ، ص74-75.

4- وسام مُحَمَّد جميل صقر، **الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي** في قطاع غزة 2005-2006 ، أطروحة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية جامعة الأزهر، غزة، كلية الاقتصاد والعلوم التجارية 2010ص 103.

5-سحر مُحَمَّد وهبي ,**دور وسائل الإعلام في تقديم القدم للشباب الجامعي** ,دار الفجر,ط1,القاهرة,1996ص238.

6-مُحَمَّد عبد الرزاق ابراهيم وهاني مُحَمَّد موسى يونس,**القيم لدى سباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي و العشرين**,جامعة بنها, القاهرة1998ص4

7- المنجد في اللغة والإعلام ط 29 منشورات دار ،المشرق، بيروت، 1986، ص 171، 372

8- نوي إيمان **استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين** دراسة ميدانية بجامعة مُحَمَّد خيضر(غير منشورة) ، بسكرة، 2012، ص 22،23

9- مُحَمَّد بن عبد الرحمان الحضيف: **كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب**، ط2، مكتبة العبيكان, الرياض ، 1998،ص 26.

10-فضيل دليو : **الاتصال مفاهيمه – نظرياته – وسائله** ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2003، ص 30.

11-بسام عبد الرحمان مشاقبة : **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 85.

12-منال هلال المزاهرة، **نظريات الإتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان ،2012، ص .181

13-حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2001،ص37.

14-مُحَمَّد عبد الحفيظ,مصطفى حسين باهي,**طرق البحث العلمي والتحليل الإحصائي**,مركز الكتاب,مصر2000ص120

15- سمير مُحَمَّد حسين ،**بحوث الإعلام** ،عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2 ، القاهرة، 1999، ص 146.

16- مُحَمَّد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ،عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 33

[17]- صفات سلامة ، **دروس وبرامج في التربية الرقمية لسلامة الأسرة لتعليم الأبناء المسؤولية وحمايتهم من سوء استخدام التكنولوجيا** ، صحيفة الشرق الأوسط ، 30 يناير 2013 ، العدد ١٢٤٨٢، متوافر علي الرابط التالي :

http://archive.aawsat.com/details.asp?section=54&article=715127&issueno=124

17- فارس حسان ، **المواطنة الرقمية** ، متوافر علي الرابط التالي :
http://old.souriatnapress.net/?p=7396

18-مُحَمَّد عبد الحفيظ,مصطفى حسين باهي,**طرق البحث العلمي والتحليل الإحصائي**,مركز الكتاب,مصر2000ص120

19- عبد الهادي الفضلي **أصول البحث العلمي** ، ط1، دار المؤرخ العربي ، 1995، ص 55.54

20-موريس أنجلس: **منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات علمية** . ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون. دار القصبة للنشر . 2006، ص 9 .

21-غازي عناية، **منهجية إعداد البحث العلمي** . بكاربوس، ماجستير دكتورا، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 17.

22- أحمد بن مرسلي **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال** ،ط1، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر ،200، ص282.

23- مُحَمَّد عبيدات وأخرين ،**منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط 1 . دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص 37.

24-فاطمة عوض صابر،أمرقت علي خفاجة،**أسس ومبادىء البحث العلمي**،ط1،مكتبة وطبعة الاشعاع الفنية ،2002،ص91

الفهارس

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	27
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	28
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	29
04	يبين مدى استعمال وسائل التواصل الإجتماعي للتواصل	31
05	يبين الوسيلة المستخدمة في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي	32
06	يبين مدة بدأ استخدام مواقع التواصل الإجتماعي	33
07	يبين مدة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يوميا	34
08	يبين مدة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يوميا	35
09	يبين الغرض من استخدام مواقع التواصل الإجتماعي	36
10	الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الإجتماعي	37
11	الاشباعات الاجتماعية المحققة من مواقع التواصل الإجتماعي	38
12	مدى تلبية مواقع التواصل الإجتماعي للاحتياجات	39
13	نوع الاحتياج الملبى	40
14	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية	41
15	سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية	42
16	مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات حول الأمن الرقمي	43
17	ممارسة المواطنة الرقمية بناءا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي	44
18	مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقة في العلامات التجارية في التجارة الالكترونية	45
19	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم	46
20	إمتلاك معرفة كافية بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية	47

21	تفحص الرابط والمحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي	48
22	:المحافظة على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	49

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	27
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	28
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	29
04	يمثل مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل	31
05	يمثل الوسيلة المستعملة في تصفح وسائل التواصل الإجتماعي	32
06	يمثل مدة بدأ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	33
07	يمثل مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميا	34
08	يمثل أكثر منصة استخداما	35
09	يمثل الغرض من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	36
10	يمثل الاشباعات المحققة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	37
11	يمثل الاشباعات الاجتماعية المحققة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	38
12	يمثل مدى تلبية وسائل التواصل الاجتماعي للاحتياجات	39
13	يمثل نوع الاحتياج الملبى	40
14	يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في المواطنة الرقمية	41
15	يمثل سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء ممارسة المواطنة الرقمية	42
16	يمثل مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات حول الأمن الرقمي	43
17	يمثل مدى ممارسة المواطنة الرقمية بناءا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي	44
18	يمثل مدى مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقة في العلامات التجارية في التجارة الالكترونية	45
19	يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم	46

20	يمثل مدى إمتلاك معرفة كافية بالمخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة المواطنة الرقمية	47
21	يمثل القيام بتفحص الرابط والمحتوى قبل مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي	48
22	يمثل مدى المحافظة على الخصوصية أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	49

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
الشكر	
ملخص الدراسة	
المقدمة	2-1
الإطار المنهجي	
1-إشكالية الدراسة	6-5
2-أسباب اختيار موضوع الدراسة	6
3-أهمية الدراسة	7
4-أهداف الدراسة	7
5-تحديد مفاهيم الدراسة	8
6-الخلفية النظرية للدراسة	11
7-الدراسات السابقة	16
8-مجتمع الدراسة وعينته	22
9-منهج الدراسة	23
10-أدوات جمع البيانات	25
11-حدود الدراسة	26

الجانب الميداني	
1-عرض نتائج وتحليل الدراسة	28
2-نتائج الدراسة	51
3-مناقشة الدراسة على ضوء الدراسات السابقة	53
4-النتائج العامة للدراسة	55
5-الاقتراحات والتوصيات	57
خلاصة الفصل	56
الخاتمة	58
قائمة المراجع	60
الملاحق	62
فهرس الجداول	63
فهرس الأشكال	64
فهرس المحتويات	66

الملاحق

دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب جامعة

دارسة ميدانية على طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة

* Indicates required question

1. الجنس *

Mark only one oval.

- ذكر
- أنثى

2. السن *

3. **مستوى الجامعي:** *

Mark only one oval.

- سنة ثانية ليسانس
- سنة ثالثة ليسانس
- اولى ماستر
- ثانية ماستر

جدول يمثل الأساتذة المحكمين

الاسم واللقب	درجة العلمية	الجامعة
صانع رابح	دكتور	ورقلة
عبد الحميد غرياني	دكتور	ورقلة
عبد القادر عبان	ذكتور	ورقلة