

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا



## اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

- دراسة ميدانية بقسم علم النفس وعلوم التربية -  
- جامعة محمد الصديق بن يحيى " جيجل " -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية  
تنص إدارة وإشرافه ببيدولوجي

تمه إشرافه:  
الدكتورة فيروز جردير

من إعداد الطالبة:  
نجوى مشيرح

### لجنة المناقشة

رئيسها  
مشرفها ومقرها  
مناقشتها

الدكتورة بكيري نجوية  
الدكتورة جردير فيروز  
الدكتورة علوطي سميلة

2017 - 2018

# شكر و عرفان

الحمد والشكر لله الذي وفقنا على إتمام هذا العمل المتواضع ومنحنا القوة

والصبر وأمدنا بالإرادة والمثابرة ويسر لنا الأمر العسير

أرجو الله أن تتقبل منا هذا العمل وأبني راحتي على

ثم نتوجه بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى من كان لنا بصحة

وأستاذتنا بعلمها ومهنتنا بحممتها، إلى من لم يدخل علينا بنصائحها

وتوجيهاتها إلى خاتمة الصدر الريحه الأستاذة المشرفة:

"جريدة فيروز"

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة الذين قدموا لنا التوجيهات

والنصائح.

إلى كل من ساهم معنا في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد

## ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأجريت هذه الدراسة على (80) طالب جامعي وبالضبط طلبة علم النفس وعلوم التربية بجامعة محمد الصديق بن يحيى ولاية جيجل، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، حيث تم إعداد استبانة تكونت من (23) سؤال، وقد تم الاعتماد على عدة أساليب إحصائية في معالجة البيانات منها: التكرارات، النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- هناك اتجاه إيجابي لدى الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاها إيجابيا نحوها.
- سهولة بناء علاقات اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا نحوها.

الكلمات المفتاحية:

الاتجاهات، الطلبة الجامعيين، شبكات التواصل الاجتماعي.



## **The Study Summary:**

The study aimed to identify the attitudes of university students in psychology and education sciences toward the use of social network, this study conducted on (80) university students of psychology and education science, In the university of Mohemmed–Essadik Ben Yahia jijel.

The researcher used the descriptive approach, a questionnaire consisting of 23 questions was prepared and severd statistical methods were adopted in processing the data, such as: frequency, percentage are themetic (means/ average), variance, standard deviation.

The study found the following results:

- There is a positive trendeng among the university students to use social media.
- The ease of sharing knowledge among university students through social network is a positive trend awards them.
- The ease of making social relationships through social access networks this is a positive trend toward it.

Key words:

Trends, University students, social networks.



## فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
	شكر وعران
أ	ملخص البحث باللغة العربية
ب	ملخص البحث باللغة الأجنبية
ج	فهرس المحتويات
د	فهرس الجداول
هـ	فهرس الأشكال
هـ	فهرس الملاحق
1	مقدمة
	الباب الأول: الجانب النظري
	الفصل الأول: الاطار المفاهيمى للدراسة
4	1. إشكالية الدراسة
6	2. فرضيات الدراسة
6	3. أهمية الدراسة
7	4. أهداف الدراسة
7	5. المفاهيم الأساسية للدراسة.
8	6. الدراسات السابقة
13	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الاتجاهات
15	تمهيد
16	1. مفهوم الاتجاه

17	2. خصائص الاتجاه
18	3. العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاه
19	4. مكونات الاتجاه
20	5. مراحل تكوين الاتجاه
21	6. أنواع الاتجاه
23	7. طرق قياس الاتجاه
25	8. وظائف الاتجاهات.
26	9. بعض النظريات المفسرة للاتجاه
28	خلاصة
	<b>الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي</b>
30	تمهيد
31	1. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
32	2. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
33	3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
34	4. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
35	5. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
38	6. دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
40	7. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي
42	خلاصة
	<b>الباب الثاني: الجانب الميداني</b>
	<b>الفصل الرابع: الاجراءات المنهجية للدراسة</b>
44	تمهيد
45	أولاً: الدراسة الاستطلاعية

45	1. أداة الدراسة الاستطلاعية
45	2. عينة الدراسة الاستطلاعية
46	3. نتائج الدراسة الاستطلاعية
47	ثانيا: الدراسة الأساسية
47	1. منهج الدراسة
47	2. مجالات الدراسة
48	3. عينة الدراسة
51	4. أداة الدراسة وخصائصها السيكمترية
54	5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
55	خلاصة
	<b>الفصل الخامس: تحليل وتفسير ومناقشة النتائج</b>
57	تمهيد
	أولا: عرض نتائج الدراسة
58	1. عرض نتائج الفرضية الجزئية الأولى
61	2. عرض نتائج الفرضية الجزئية الثانية
65	3. عرض نتائج الفرضية العامة
	ثانيا: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة
66	1. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الأولى
68	2. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثانية
69	3. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية العامة
71	خلاصة الفصل
72	خاتمة
73	اقتراحات وتوصيات الدراسة
74	قائمة المراجع
81	الملاحق





## فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	- يوضح نتائج الدراسة الاستطلاعية.	47
02	- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	50
03	- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.	51
04	- توزيع أفراد العينة حسب الموقع الأكثر استخداما.	52
05	- توزيع عدد فقرات الاستبانة حسب المحورين.	53
06	- يمثل البدائل المستخدمة.	54
07	- يوضح قيمة المتوسطات المرجحة وتفسيرها.	54
08	- يوضح إجابات أفراد العينة حول بنود الفرضية الجزئية الأولى.	59
09	- يوضح إجابات أفراد العينة حول بنود الفرضية الجزئية الثانية.	62
10	- عرض نتائج الفرضية العامة.	66

## فهرس الاشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
24	- يوضح مقياس ثريستون.	01

## فهرس الملاحق:

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
81	- قائمة المحكمين للاستبيان في صورته الأولى.	01
82	- الاستبيان بعد التحكيم.	02
85	- مخرجات البرنامج الاحصائي Spss.	04

## مقدمة:

يعتبر الاتصال ظاهرة حيوية، إذ يحتل مكانة محورية مرموقة في حياة البشر، وقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة إمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته، وفي مقدمتها الانترنت التي أحدثت ثورة هائلة وتغيرات كبيرة، ونظرا لتمييزها بخصائص كثيرة وإتاحتها لخدمات عديدة وتطبيقات مختلفة، فقد فتحت المجال لما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها من المواقع الأخرى التي توغلت في جميع مجالات الحياة.

فشبكات التواصل الاجتماعي تعد وسيلة مهمة لتكوين علاقات إنسانية جديدة من خلال التعامل مع فئات مختلفة من البشر في مختلف بقاع العالم وإحداث الالتحام والتنامي بين المجتمعات، وأداة مهمة من أدوات التغيير، فقد عملت على اختزال المسافات الجغرافية والثقافية والطبقية، حيث انتشرت هذه الشبكات لدى الطلبة الجامعيين بكثرة، فقد ساهمت في تقديم خدمة تبادل المعارف والحصول على المعلومات وكذا تنمي في الطلبة حب الاستطلاع وتسعى إلى توسيع علاقاتهم الاجتماعية.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك قمنا بتقسيم الدراسة إلى خمسة فصول كانت كالآتي:

الفصل الأول: تحت عنوان الإطار المفاهيمي للدراسة، وقد تم التطرق فيه إلى إشكالية الدراسة، أهمية الدراسة، فرضيات الدراسة، أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة وأخيرا الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة.

الفصل الثاني: المعنون بالاتجاهات وتطرقنا فيه إلى: مفهوم الاتجاه، خصائص الاتجاهات، العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاه، مكونات الاتجاه، مراحل تكوين الاتجاه، أنواع الاتجاه، طرق قياس الاتجاه، وظائف الاتجاهات، بعض النظريات المفسرة للاتجاهات.

الفصل الثالث: تحت عنوان شبكات التواصل الاجتماعي حيث تطرقنا فيه إلى: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي، تعريف شبكات التواصل الاجتماعي، خصائص شبكات التواصل الاجتماعي، أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي.

أما الإطار الميداني فقد تناولنا فيه فصلين كالآتي:

الفصل الرابع: والمعنون بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، وقد تم التطرق فيه أولاً إلى الدراسة الاستطلاعية التي تناولنا فيها أداة الدراسة الاستطلاعية، عينة الدراسة الاستطلاعية وأخيراً النتائج المتوصل إليها، وثانياً الدراسة الأساسية التي تناولنا فيها منهج الدراسة، مجالاتها، عينتها، أداة الدراسة وخصائصها السيكمترية، وأخيراً الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الفصل الخامس: والمعنون بعرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج، حيث تناولنا فيه تفريغ البيانات وتحليلها، مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة، ثم مناقشتها في ضوء الدراسات السابقة، النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة، ثم خاتمة مع ذكر بعض التوصيات والمقترحات المستخلصة من الدراسة ثم عرض قائمة المصادر والمراجع وقائمة الملاحق.

**الجانب النظري**

**للدراسة**

## 1. إشكالية الدراسة:

شكل ظهور الانترنت حدثا عالميا، أثر في حياة المجتمعات المعاصرة، وأصبح جزءا لا يتجزأ منها مما أسهم في تغيير أوجه الحياة المختلفة في زمن قياسي، وأحدثت نقلة معلوماتية نوعية، إذ شهدت شبكات الانترنت تطورا متلاحقا في سنوات عدة وسرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقاس بالمسافة الفاصلة بين الحاسوب ولوحة المفاتيح، وزمن الوصول لا يتعدى ثوان عدة ولا يحتاج المرء سوى ضغطة مفتاح ليحصل على كم هائل من المعلومات حول أي موضوع يبحث فيه، وقد ظهر هذا التطور المعلوماتي في شكل خدمات متنوعة لعل من أهمها شبكات التواصل الاجتماعي. (حسين محمود هتيمي، 2015، ص78).

هذه الأخيرة التي تعتبر الأكثر انتشارا واستخداما على شبكة الانترنت من قبل عدد من الفئات، لما تتمتع به من سمات وخصائص جذابة تميزها عن المواقع الالكترونية الأخرى، حيث أصبحت الخيار المفضل للجيل الجديد من شباب اليوم، لكونهم يعيشون انفتاحا معرفيا وثورة تكنولوجية هائلة في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم وفسح لهم المجال لإبداء آرائهم، ومن أشهر هذه المواقع فايسبوك وتويتر ويوتيوب.

وللدلالة على أهمية وسائل الإعلام الاجتماعية هذه واستخداماتها الجماهيرية فقد أعلنت شركة الفايس بوك عن إحصائياتها الخاصة ببلد الجزائر لعام 2017 حيث ذكرت أن عدد مستخدمي الفايس بوك يتراوح بين 15 و20 مليون مستخدم نشط شهريا، منهم نسبة 65% رجال و 35% نساء، وأكثرهم من الفئة الشبابية التي تتراوح أعمارها بين 18 و24 سنة بنسبة 91%، أما بالنسبة للفئة الثانية من الشباب التي تتراوح أعمارها بين 25 و34 سنة فيمثلون نسبة 71%. (شعيب سعدين، 2017).

ونظرا لأن الشريحة الأكثر استخداما لهذه التقنية الحديثة في الجزائر هي فئة الشباب التي تمثل طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، تحتاج للعناية والمحافظة عليها علما أن الشباب من الطلبة الجامعيين يتميزون بخصوصية منفردة و متميزة عن غيرهم، ولكونهم الصفوة المثقفة والأكثر وعيا بالواقع الاجتماعي وبالتحولات الاجتماعية والاقتصادية التي تحدث في المجتمع، ومن أجل فهم سلوكيات الطلبة الجامعيين علينا معرفة اتجاهاتهم اليومية المكونة لديهم نحو مختلف المواضيع.

فالاتجاهات تعتبر من أهم نواتج التنشئة الاجتماعية، فهي إما استعداد نفسي أو تهيئ عقلي عصبى للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة. (خليل عبد الرحمان المعايطه، 2010، ص146).

ومن خلال ما تقدم عرضه رأينا أنه من الضروري الالتفاتة إلى توجهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة تفضيلاتهم ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام وجل المواقع الاجتماعية المختلفة على اعتبار أن معرفة اتجاه الطلبة هو الطريقة الأمثل للحصول على الأحكام الصحيحة في القضايا والأحكام التي تطرح إشكاليات عديدة.

إذن وبناء على هذا الطرح فإن إشكالية هذه الدراسة تتحدد في معرفة طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مواقع التواصل الاجتماعي والتساؤل التالي يحدد إشكالية هذه الدراسة بشكل أكثر وضوحا:

- ما اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

وتتدرج تحته أسئلة فرعية:

- هل سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاهها

إيجابيا نحوها؟

- هل سهولة بناء علاقات اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا نحوها؟

## 2. فرضيات الدراسة:

تضم هذه الدراسة فرضية عامة وفرضيتين جزئيتين:

### الفرضية العامة:

- هناك اتجاه إيجابي لدى الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

### الفرضيات الجزئية:

- سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاها إيجابيا نحوها.

- سهولة بناء علاقات اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا نحوها.

## 3. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في توضيح الدور الفعال للطلاب الجامعي وذلك من حيث الكشف عن اتجاهاته نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكذا معرفة مدى تلبية هذه الشبكات لاحتياجات ورغبات الطالب الجامعي.

كما تكتسي هذه الدراسة أهميتها كونها تعالج حلقة من حلقات الإعلام الجديد المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي التي تحظى بإقبال كبير من مختلف فئات المجتمع وخاصة الطلبة الجامعيين.



**4. أهداف الدراسة:**

- معرفة ما إذا كانت سهولة بناء علاقات اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاهًا إيجابيًا نحوها.

- معرفة ما إذا كانت سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاهًا إيجابيًا نحوها.

**5. تحديد مفاهيم الدراسة:**

**1\_5: الاتجاه:** التعريف الإجرائي: نقصد بالاتجاه في هذه الدراسة تحليل محصلة استجابات المستجوبين على أداة الدراسة المعدة لقياس اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

**2\_5: الطلبة الجامعيين:**

التعريف الإجرائي: أولئك الأفراد (ذكورًا، إناثًا) الذين انتقلوا من المرحلة الثانوية إلى الجامعة بعد حصولهم على شهادة البكالوريا بمعدل أكبر أو يساوي 10 تتراوح أعمارهم من 18 سنة فما فوق ونقصد بالضبط طلبة علم النفس وعلوم التربية بجامعة تاسوست ولاية جيجل.

**4\_5: شبكات التواصل الاجتماعي:**

التعريف الإجرائي: مواقع الكترونية تفاعلية تتيح لمستخدميها منهم الطلبة الجامعيين العديد من الخدمات كسهولة تبادل المعارف والتي تتضمن الحصول على المعلومات وإنجاز أبحاث علمية، صف إلى ذلك سهولة بناء علاقات اجتماعية مع مختلف الأشخاص.

## 6. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة الهزاني (2013) بعنوان: فاعلية الشبكات الاجتماعية الالكترونية في تطوير عملية التعليم والتعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود.

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية الشبكات الاجتماعية الالكترونية في تطوير عملية التعليم والتعلم.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من 33 طالبة من طالبات كلية علوم التربية.

منهج الدراسة: بما أن الدراسة تنتمي إلى نمط الدراسات الوصفية فقد استخدم المنهج الوصفي لدراسة الموضوع.

الأداة المستخدمة: استخدم الاستبيان كأداة لتحقيق أهداف الدراسة.

نتائج الدراسة: توصل الباحث من خلال دراسته إلى:

- 73% من الطالبات يستخدمن الشبكات الاجتماعية.

- 75.7% من الطالبات وجدن أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في إثراء الحصيلة المعرفية في التخصص لديهن.

- كما أظهرت نتائج الدراسة أهمية الشبكات الاجتماعية في التواصل وتكوين مجموعات بحثية وعلمية، حيث أجمعت 87% من العينة على ذلك.

وخلصت الدراسة إلى توصيات كان من أهمها تفعيل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني في عملية التعليم والتعلم.

الدراسة الثانية: دراسة حنان بنت شعشوع الشهري (2013) بعنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، دراسة بجامعة الملك عبد العزيز.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الإشتراك في موقعي فيس بوك (Face book) و تويتر (Twitter).

- التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع.

عينة الدراسة: شملت العينة 150 طالبة.

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي.

أداة الدراسة: تم استخدام أداة الاستبيان.

نتائج الدراسة: توصل الباحث من خلال الدراسة إلى:

أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وكذلك تبين أن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها تنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

الدراسة الثالثة: دراسة نوال بوته (2011) الموسومة ب: اتجاهات الأساتذة والطلبة نحو استخدام الانترنت كمصدر للمعلومة التعليمية والبحثية.

هدف الدراسة: هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الطلبة والأساتذة الجامعيين نحو استخدام الانترنت كمصدر معلوماتي ووصفها مصدر للمعلومات التعليمية والبحثية.

عينة الدراسة: اختارت الباحثة عينة من فئة الأساتذة بطريقة طبقية بلغ حجمها 400 أستاذ واختيرت عينة من فئة الطلبة بطريقة طبقية أيضا قدرت ب 1024 طالب.

منهج الدراسة: بما أن الدراسة تنتمي إلى نمط الدراسات الوصفية، فقد استخدم المنهج الوصفي لدراسة الموضوع.

#### نتائج الدراسة:

- تأكيد إيجابية الطلبة والأساتذة نحو استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات التعليمية والبحثية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات اتجاهات الأساتذة نحو استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات التعليمية والبحثية تعزى لمتغيرات الكلية، الجنس، الدرجة العلمية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات اتجاهات الطلبة نحو استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات التعليمية والبحثية تعزى لمتغيرات الكلية والجنس.

الدراسة الرابعة: دراسة مريم ناريمان نومار (2012) بعنوان: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية.

هدف الدراسة: هدفت الباحثة من خلال الدراسة إلى:

- معرفة عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" لدى الجزائريين.

- معرفة الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايس بوك.

- معرفة كيف يؤثر استخدام "الفايس بوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين.

عينة الدراسة: 256 مستخدم للفايس بوك.

**منهج الدراسة:** بما أن الدراسة تنتمي إلى نمط الدراسات الوصفية، فقد استخدم منهج المسح الوصفي لدراسة الموضوع.

**نتائج الدراسة:** توصلت الباحثة من خلال الدراسة إلى:

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام "الفايس بوك" لدى الجزائريين فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه إلى ثلاث سنوات.

- أما بالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفايس بوك" فقد تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والتتقيف.

- أما بالنسبة للمحور الخاص "بالفايس بوك والعلاقات الاجتماعية" فقد تبين أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على أن الوقت المخصص لأسرهم أقل من الوقت الذي يقضونه في "الفايس بوك"، أما بالنسبة للعدد المتعلق باستخدام الفايس بوك والحافظ على العلاقات الاجتماعية وتوسعها فقد توصل إلى أن 38.11% يوافقون على أن الفايس بوك ساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية.

اتفقت هذه الدراسات مع دراستنا في تناولها لنفس المتغير والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، كما في دراسة "الهزاني" (2013) ودراسة "حنان بنت شعشوع الشهري" (2013) ودراسة مريم "ناريمان نومان" (2012). كما اتفقت في إتباع نفس المنهج المستخدم والمتمثل في المنهج الوصفي، كما في دراسة "الهزاني" (2013) ودراسة "مريم ناريمان نومان" (2012) ودراسة "توال بوتة" (2011)، وفي اعتمادها على نفس الأداة، ضف إلى ذلك أنها طبقت دراستها على نفس الفئة التي اخترناها لتطبيق دراستنا عليها كما في دراسة "الهزاني" (2013) و "حنان بنت شعشوع الشهري" (2013) ودراسة "توال بوتة" (2011).

في حين كان الاختلاف في الأهداف فكل دراسة كان لها أهداف خاصة تختلف كلها عن الهدف المحدد في دراستنا وهو معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، واختلفت من حيث المنهج مع دراسة "حنان بنت شعشوع الشهري" (2013) والتي اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي.

كما اختلفت بعض هذه الدراسات مع دراستنا في كونها طبقت دراساتها على فئة مختلفة من الطلبة الجامعيين كما في دراسة "مريم ناريمان نومان" (2012).

ولقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في رسم مسار هذه الدراسة وذلك من خلال مساعدتها في تحديد مشكلة البحث وفي تطوير أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان.

### خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل وضع إطار منهجي، تمثل في إبراز القيمة العلمية والعملية لموضوع الدراسة وتسلط الضوء على أهم الأهداف المسطرة لمعالجة هذا الموضوع، وكذا تبيان أهمية الموضوع، إضافة إلى طرح عدة تساؤلات نسعى للإجابة عنها من خلال الدراسة الميدانية، كما حددنا المفاهيم المرتبطة بمتغيرات الدراسة، وقمنا أيضا بتدعيم هذا الفصل بمجموعة من الدراسات السابقة من أجل إعطاء الموضوع بعدا إمبريقيا.

# الفصل الثاني:

## الاتجاهات

### تمهيد

1. مفهوم الاتجاه.
2. خصائص الاتجاه.
3. العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاه.
4. مكونات الاتجاه.
5. مراحل تكوين الاتجاه.
6. أنواع الاتجاه.
7. طرق قياس الاتجاه.
8. وظائف الاتجاهات.
9. بعض النظريات المفسرة للاتجاه.

### خلاصة الفصل



### • تمهيد:

يشكل موضوع الاتجاهات محور اهتمام العديد من الباحثين في علم النفس وعلم الاجتماع وذلك للصلة الوثيقة بينهما وسلوك الأفراد في مواقف الحياة اليومية، فقد أصبحت الاتجاهات ترتبط بكثير من المجالات التطبيقية كالتربية، التعليم، الخدمة الاجتماعية، العلاقات العامة والإعلام، ومن هنا كانت الاتجاهات محور دراسة العديد من التخصصات وسنتطرق في هذا الفصل إلى تعريف الاتجاه، خصائص الاتجاه، العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات، مكونات الاتجاه، مراحل تكوين الاتجاه، أنواع الاتجاه، طرق قياس الاتجاه، وظائف الاتجاه وأخيرا بعض النظريات المفسرة للاتجاه.

## 1) تعريف الاتجاه:

**1\_1: لغة:** اتجه له رأى أي سنج واقتعل، وصار الواو ياء لكسر ما قبلها وأبدلت منها التاء وأدغمت ثم بني عليه قولك: قعدت تُجاهك وتُجاهك أي: لقائك وأصله وجاه. وجه فلان في حاجة: أرسله ووجهه فلان جعله يتجه اتجاهها معينا بالضم والكسر الجانب والناحية. (محمد معوض و عبد السلام إمام، 2012، ص121)

## 2\_1: اصطلاحا:

- يعرفه "ألبورث" (1954) بأنه: "حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تنظم أو تتكون خلال التجربة والخبرة التي تسبب تأثيرا موجها ديناميا على استجابات الفرد لكل الموضوعات والمواقف التي ترتبط بهذا الاتجاه". (عبد الحفيظ مقدم، 1993، ص243)

- أما "روكيتش" فيعرفه بأنه: "تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدونها الفرد نحو موضوع أو موقف يهيئه للاستجابة باستجابة لها الأفضلية عنده". (علي عبد الرحمان صالح، 2014، ص12)

- كما يعرفه "بوجارديس" بأنه: "ميل يتجه بالسلوك قريبا من بعض عوامل البيئة أو بعيدا عنها، فيضفي عليها معاني موجبة أو سالبة تبعا للانجذاب نحوها أو النفور منها". (عباس محمود عوض، 2002، ص34)

- ويعرفه "ميشيل ارجايل" بأنه: "الميل أو السلوك أو التفكير بطريقة متعددة إزاء أناس آخرين أو منظمات أو موضوعات أو رموز". (محمد شفيق، 2003، ص117)

ومن خلال هذه التعريفات نستخلص أن الاتجاه سلوك مكتسب تنشأ من خلال التجارب والخبرات التي يمر بها الفرد بحيث تؤثر على استجاباته بالموافقة أو عدم الموافقة تجاه موضوعات معينة أو أشخاص أو أشياء أو أفكار أو مواقف.

## (2) خصائص الاتجاهات:

يمكن تحديد خصائص الاتجاهات فيما يلي:

- أنه مكتسب، متعلم، خبري وليس فطريا. (مدحت عبد الحميد أبو زيد، 2011، ص13)

- قابلة للقياس والتقويم من خلال السلوك الملاحظ.

- تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية ويشارك عدد من الأفراد أو الجماعات فيها.

- يمكن التعبير عنها بعبارات تشير إلى نزعات انفعالية.

- نزعة فردية لا تشكل جزءا من ثقافة المجتمع.

- تتفاوت في وضوحها وجلالتها فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض.

- يصعب التعبير عنها باعتبارها نزعات إنسانية وردود الفعل العاطفية للشخص نحو الأشياء والأشخاص.

- قد تكون محدودة أو عامة (معممة).

- تتشكل من بعدين رئيسيين هما: بعد معرفي وآخر انفعالي. (سامي محمد ملحم، 2006، ص319)

- الاتجاه ليس موقفا عابرا، إذ يمثل علاقة مستقرة بين الذات وموضوعات محددة. (عبد الطيم محمود السيد

وآخرون، 2004، ص48)

- الاتجاهات عادة ما تكون تقييمية، بمعنى أنها أدوات نحكم من خلالها على الأشياء بطريقة إيجابية أو

سلبية وبدرجات متفاوتة. (أحمد يحيى الزق، 2006، ص274)

- تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه ومضمونه المعرفي. (العتوم عدنان يوسف، 2009، ص155)

- قابل للتغيير رغم تميزه بالثبات النسبي، نتيجة تعرض الفرد لظروف جديدة أو بيئة أخرى أو أفكار جديدة ومختلفة عن معاهده، فالإتجاه فعل متحرك ديناميكي، مع أنه يستغرق وقتاً طويلاً للتشكل. (عكاشة محمود فتحي و زكي محمد شفيق، 2000، ص111)

### 3) العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات:

وتتمثل أبرز العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات فيما يلي:

**3\_1: أثر الخبرات في تكوين الاتجاهات:** تتكون لدينا الاتجاهات نحو الموضوعات المختلفة إذا كانت لدينا معلومات كافية أو خبرات سابقة عنها، فالإنسان في حالة تفاعل مستمر مع غيره من الأفراد الآخرين، فهو يدخل معهم في علاقات تفاعل متشابكة، وهذه العلاقات والتفاعلات التي يكونها الفرد مع الآخرين يكتسب من خلالها خبرات واسعة قد تكون سارة أو مؤلمة، ولهذا يؤكد "كlinger" أن الأفراد يميلون إلى تكرار الأحداث التي يمرون بها إذا كانت سارة لهم مما يجعلهم يكونون اتجاهات إيجابية نحوها، كما أنهم يكونون لديهم اتجاهات سلبية نحو تلك الأشياء إذا تركت لديهم خبرات ضارة مؤلمة.

**3\_2: تكوين الاتجاهات عن طريق التقليد:** يميل الأفراد في كثير من الأحيان إلى تقليد السلوكيات التي يرون أنها تكافأ من قبل المجتمع، أو يحقق أصحابها النجاح والتفوق وهذا ما يسمى التعلم بالتقليد أو المحاكاة، كما أنهم يعزفون عن تقليد السلوكيات التي يرون أنها تعاقب، وذلك خوفاً من التعرض لعقوبة مشابهة. (خليل عبد الرحمن المعاينة، 2007، ص156)

**3\_3: عضوية الجماعة في تكوين الاتجاهات:** كل فرد هو عضو في جماعة معينة وقد يكون الفرد عضواً في أكثر من جماعة ولهذا فإن اتجاهات أي فرد تعكس معتقدات جماعته ومعاييرها إذا كانت هذه الجماعة متماسكة، ولهذا فإن ضغط الجماعة على الفرد عامل هام في تكوين اتجاهاته.

**3\_4: أثر شخصية الفرد في تكوين الاتجاهات:** تلعب سمات شخصية الفرد دوراً مهماً في تكوين اتجاهاته وتتميتها، فالإنسان يميل إلى تقبل الاتجاهات التي تتفق مع سمات شخصيته ويدعم وجودها باستمرار، ويفرض الاتجاهات التي تتعارض مع هذه السمات.

**3\_5: أثر العوامل الثقافية في تكوين الاتجاهات:** تلعب العوامل الثقافية والحضارية بما تشمله من نظم دينية وسياسية وخلقية واقتصادية دوراً هاماً في تكوين الاتجاهات لدى الأفراد، فالعوامل الثقافية السائدة في مجتمع من المجتمعات تلعب دوراً بارزاً في تنمية الاتجاهات السائدة فيه وتطويرها في مسارها الإيجابي أو السلبي، فالثقافة بما توفره من معلومات كثيرة تشكل التراث المعرفي للإنسان من خلال وسائلها المتعددة الموجودة في المجتمع، سواء كانت عن طريق الأسرة، أم المدرسة، أم جماعة الأقران، أم دور العبادة. (خليل عبد الرحمن المعاينة، 2010، ص ص 157\_158)

#### 4) مكونات الاتجاهات:

يتكون الاتجاه من ثلاثة مكونات تتواجد داخل الإنسان وتشكل وحدة واحدة وهذه المكونات هي:

**4\_1: المكون الوجداني (AFFECTIVE COPONENT):** وهو شعور عام يؤثر في استجابة القبول أو الرفض لموضوع الاتجاه، ويشير إلى ما يتعلق بالشيء أو الموضوع من نواحي عاطفية وجدانية تظهر في سلوك الإنسان، بمعنى هل هذا الموضوع يجعل الإنسان إذا تعامل معه مسروراً أو غير مسرور؟ وهل هذا

الشيء يعتبر مكروها أم محبوبا له بصفة خاصة؟ وعلى ذلك فإن الإنسان يتحرك في سلوكه وتعبيره طبقا لذلك مع هذا الاتجاه. (مجدي عزيز إبراهيم، 2009، ص ص22\_23)

**4\_2: المكون السلوكي (Behavioral Component):** إن الاتجاهات هي موجّهات لسلوك الفرد فهي إما تدفعه إلى التصرف على نحو إيجابي نحو موضوع ما أو إلى التصرف على نحو سلبي. (محمد شحاتة ربيع، 2004، ص198) بمعنى آخر هو مجموعة الأفعال والسلوكيات التي يقوم بها الشخص ليشير إلى اتجاه معين نحو شيء ما ويمكن معرفته وقياسه بالملاحظة. (عبد الحافظ سلامة، 2007، ص63)

**4\_3: المكون المعرفي (Cognitive Component):** ويتضمن كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع الاتجاه، كما تشمل ما لديه من حجج تقف وراء تقبله لموضوع الاتجاه، فقد يتبنى الشخص المتعصب نحو موضوع ما رأيا يفسر به تعصبه أو يستخدمه كحجة ضد من يناهضونه الاتجاه، وقد يأخذ هذا الاتجاه التعصبي صورة التعميم اللفظي الجامد. (محمود السيد أبو النيل، 2009، ص ص354\_355)

## 5) مراحل تكوين الاتجاهات:

تمر عملية تكون الاتجاه وتعلمه بعدة مراحل هي:

**5\_1: المرحلة الإدراكية المعرفية:** وفيها يدرك الفرد مثيرات البيئة ويتصرف بموجبها، فيكتسب خبرات ومعلومات تكون بمثابة إطار معرفي له. (جودة بنى جابر، 2004، ص119)

ولهذا يميل الفرد إلى تكوين اتجاهات نحو أشياء مادية، كالكتاب وغرفة الصف، أو أشخاص معينين كالأخوة والأصدقاء والمدرسين، كذلك نحو بعض القيم الاجتماعية كالتعاون والتضحية والخير والحق... الخ. (كامل علي الزبيدي، 2003، ص114)

**5\_2:** مرحلة الميل نحو الاتجاه: وتتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو أشياء أو أشخاص أو ظواهر معينة كالميل إلى أنواع معينة من الأطعمة أو الأنشطة الاجتماعية أو الأماكن وتكرار زيارتها، وفي هذه المرحلة يبدأ المكون المعرفي من خلال المعرفة والمكون الوجداني من خلال المشاعر في الظهور والتبلور ولكن لا يصل إلى مستوى متقدم من النضج والتطور.

**5\_3:** مرحلة الثبوت والاستقرار: تظهر المكونات الثلاثة للاتجاه في الظهور والبلورة بشكل واضح حيث يصبح للفرد معرفة ومشاعر، وتتبع السلوكيات المحددة من الاتجاه ونستطيع عندها القول أن الاتجاه على درجة جيدة من الاستقرار النسبي والاستمرارية الزمنية لفترات طويلة. (عدنان يوسف العتوم، 2008، ص202)

### (6) أنواع الاتجاهات:

تصنف الاتجاهات النفسية إلى أنواع مختلفة منها:

**6\_1:** على أساس الأفراد: وتتضمن اتجاه فردي واتجاه جماعي.

**6\_1\_1:** الاتجاه الفردي: هو ما يحمله الفرد اتجاه موضوع معين، سواء كان هذا الاتجاه موجبا أو سالبا، قويا أو ضعيفا، معلنا أو سريا.

**6\_1\_2:** الاتجاه الجماعي: وهو ما يشترك فيه عدد كبير من الأفراد اتجاه موضوع معين، بغض النظر عن شدته ودرجته ووضوحه. (حديان صبرينة، 2015/2016، ص37)

6\_2: على أساس القوة: وتتضمن اتجاه قوي واتجاه ضعيف.

6\_2\_1: الاتجاه القوي: ويمكن تمييزه بنوع من السلوك، فإذا كان السلوك حادا شديدا منفعلا كان الاتجاه الذي يختفي وراءه قويا والعكس بالعكس، ولا يتعلق الأمر بالاتجاه الفردي فحسب بل حتى بالاتجاه الجماعي. (خليل عبد الرحمان المعايطه، 2000، ص163)

6\_2\_2: الاتجاه الضعيف: هذا النوع من الاتجاه يتمثل في أن موقف الفرد من هدف الاتجاه موقفا ضعيفا فهو يفعل ذلك لأنه يشعر بشدة الاتجاه.

6\_3: على أساس الوضوح: وتتضمن اتجاه علني واتجاه سري.

6\_3\_1: الاتجاه العلني: هو الاتجاه الذي لا يجد الفرد حرجا من إظهاره والتحدث عنه أمام الآخرين. (محمد عبد السلام يونس، 2008، ص39)

6\_3\_2: الاتجاه السري: وفي هذا النوع من الاتجاهات يرغب الفرد في عدم التحدث عن اتجاهاته ويحتفظ بها في قرارة نفسه. (الدسوقي عبده إبراهيم، د. سنة، ص153)

6\_4: على أساس الموضوع: وتتضمن اتجاه خاص واتجاه عام.

6\_4\_1: الاتجاه الخاص: هذا النوع من الاتجاه يتضمن جزئية واحدة فقط من جزئيات الظاهرة التي تعتبر موضوع الاتجاه، بحيث يركز عليها وحدها فقط دون التعرض للظاهرة ككل، وبصرف النظر عن علاقتها بغيرها من الجزئيات الأخرى التي تتضمنها هذه الظاهرة مثل: الاتجاه نحو الاستعمار العسكري فقط، أو الاتجاه نحو التفرقة العنصرية بين البيض والسود.

6\_4\_2: الاتجاه العام: يتناول هذا النوع الظاهرة التي تعتبر موضوع الاتجاه من جميع جوانبها، حيث يشملها كلية دون التعرض لجزئياتها ولا البحث في تفصيلاتها، وبصرف النظر عن أي خصائص أخرى



تميزها عن غيرها مثل: الاتجاه نحو الاستعمار بكافة أشكاله وصوره والاتجاه نحو التفرة العنصرية بكل مستوياتها وفي كل المجتمعات... الخ (أحمد محمد الزعبي، 2013، ص ص194\_195)

6\_5: على أساس الهدف: ويتضمن اتجاه موجب واتجاه سالب.

6\_5\_1: الاتجاه الموجب: اتجاه ينحو بالفرد نحو شيء ما، مثل الميل نحو فن من الفنون أو الأعمال الراقية والمحبة.

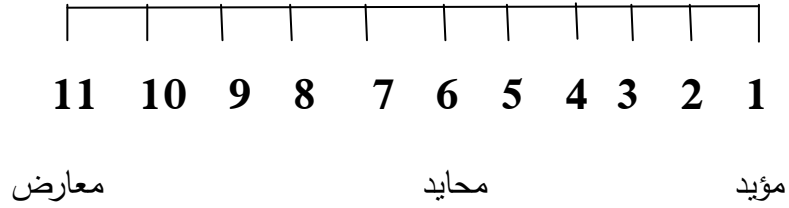
6\_5\_2: الاتجاه السالب: اتجاه ينجح بالفرد بعيدا نحو شيء آخر، مثل ميل شخص معين نحو آفة من الآفات كالإدمان أو السرقة. (مي عبد الله، 2014، ص18)

## 7) طرق قياس الاتجاهات:

7\_1: طريقة بوجاردوس (1925): وهو من أوائل الطرق التي ابتكرت لقياس الاتجاهات، وقد أطلق عليه "بوجاردوس" قياس "البعد الاجتماعي" أو "المسافة الاجتماعية"، وكان "بوجاردوس" مهتما بقياس درجة تقبل الأمريكيين أو نبذهم للجنسيات أو للعناصر أو للقوميات المختلفة، وقد اختار أن يقيس درجات التقبل أو النبذ في صورة التباعد الذي يريد المستجيب أن يحتفظ به بينه وبين أفراد هذه الجنسيات أو العناصر أو القوميات، فكلما زاد التقبل كلما قلت درجة التباعد. (مروان أبو حويج، 2006، ص195)

7\_2: مقياس "ثريستون" (مقياس المسافات متساوية الظهور): وضع "ثريستون" وصديقه "شيف" عددا من العبارات بينها فواصل أو مسافات متساوية عرضها على مجموعة من المحكمين ليسترشد برأيهم على أي العبارات تمثل أقصى درجة الإيجابية وأيها تمثل أقصى درجات السلبية، ولقد استخدموا طريقة المقارنة الزوجية لتحديد مواقع العبارات الأخرى بين هذين الطرفين.

وقد كان الباحث يطلب من المحكمين أن يقسموا العبارات المعطاة لهم إلى 11 فئة بحيث توزع الموافقة الشديدة أو التقبل الشديد في الفئة الأولى، وتوضع العبارة التي تدل على الرفض أو النفور الشديد في الفئة الأخيرة، والعبارة التي لا تدل على تقبل أو نفور توزع في الفئة (6) وهي العبارة المحايدة.



الشكل رقم (1): يوضح مقياس ثريستون

(عباس محمود عوض، 2002، ص ص40\_41)

3\_7: طريقة "ليكرت" (أسلوب التقديرات المجدلة): الأسلوب الثاني لبناء موازين الاتجاهات يسمى أسلوب التقدير الجمعي أو أسلوب "ليكرت"، وهذا الأسلوب يتطلب جهداً أو وقتاً أقل مما يتطلبه أسلوب "ثريستون"، ويؤدي إلى نتائج متماثلة، حيث أنه لا يعتمد على تقييم المحكمين، لذلك يعد من الأساليب الشائعة الاستخدام في القياس والبحوث التربوية والنفسية والاجتماعية، ويعتمد هذا الأسلوب على القياس الرتبى للاتجاهات. (صلاح الدين محمود علام، 2000، ص ص539\_540)

وتقدم في طريقة "ليكرت" جمل محايدة مختارة على أساس قبلي وتقدم للفرد بدائل خمسة للإجابة يفترض تعبيرها عن متصل لشدة الاتجاه هي: أوافق بشدة، أوافق، لم أقرر، لا أوافق، لا أوافق بالمرّة، وتوزع أوزان تقديرية من 1 إلى 5 لهذه البدائل ودرجة الشخص هي مجموع تقديراته على كل البنود.

(صفوت فرج، 2012، ص797)

4\_7: طريقة "جثمان" (الأسلوب التراكمي): حاول "جثمان Guthman" (1947) إنشاء مقياس تجميعي متدرج يحقق فيه شرطا هاما هو أنه إذا وافق على عبارة معينة فيه فلا بد أنه يعني هذا أنه قد وافق على العبارات التي هي أدنى منها ولم يوافق على كل العبارات التي تعلوها (على غرار مقياس قوة الإبصار) حيث إذا رأى الفرد صفا فإن معنى هذا أنه يستطيع أن يرى كل الصفوف الأعلى منه، ودرجة الشخص هي النقطة التي تفصل بين كل العبارات السفلى التي وافق عليها والعليا التي لم يوافق عليها، وهكذا لا يشترك فردان في درجة واحدة في هذا المقياس إلا إذا كانا قد اختارا العبارات نفسها. (محمود جاسم العبيدي و باسم محمود ولي، 2015، ص149)

## 8) وظائف الاتجاهات:

يمكن تحديد وظائف الاتجاهات فيما يلي:

8\_1: الوظيفة المنفعية التكيفية: يعني أن الاتجاهات تساعد الفرد في تحقيق عدد كبير من أهدافه التي يرسمها لنفسه، مما يؤدي إلى زيادة تكيفه مع البيئة التي يعيش فيها وخصوصا إذا كانت هذه الاتجاهات منسجمة مع اتجاهات الجماعة التي يعيش فيها ومتألّفة مع معاييرها. (نبيل عبد الهادي، 2013، ص189)

8\_2: الوظيفة المعرفية التنظيمية: تتكون لدى الفرد عن طريق الاتجاهات نزعة لتحسين الإدراك والمعتقدات، وقد أكدت هذه الفكرة المدرسية الجشطالتيّة "كاتز" على أن تغيير الاتجاهات تتطلب أسلوبا يتجانس مع نوع الوظيفة التي يؤديها الاتجاه. (كامل علوان الزبيدي، 2003، ص119)

8\_3: وظيفة تحقيق الذات: يتبنى الفرد مجموعة من الاتجاهات توجه سلوكه، وتتيح له الفرصة للتعبير عن ذاته وتحديد هويته ومكانته في المجتمع الذي يعيش فيه، كما تدفعه اتجاهاته للاستجابة بقوة ونشاط

وفعالية للمثيرات البيئية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى إنجاز الهدف الرئيسي في الحياة ألا وهو تحقيق الذات. (سميح أبو مغلي و عبد الحافظ سلامة، 2002، ص61)

**8\_4: الوظيفة الدفاعية:** ترتبط العديد من اتجاهات الفرد بحاجاته الشخصية ودوافعه الفردية أكثر من ارتباطه بالخصائص الموضوعية لموضوع الاتجاه، لهذا يقوم الفرد أحيانا بتكوين بعض الاتجاهات لتبرير فشله أو عدم قدرته على تحقيق أهدافه، فقد يكون الطالب اتجاها سلبيا نحو المنهاج أو المدرسة أو النظام التعليمي بمجمله عندما يفشل في إنجاز المستوى التحصيلي الذي يرغب فيه، فيساعد هذا على تبرير فشله وعلى الاحتفاظ بكرامته واعتزازه بنفسه. (صالح محمد علي أبو جادو، 2005، ص193)

### 9) بعض النظريات المفسرة للاتجاه:

هناك عدة نظريات تفسر تكوين الاتجاهات وتتمثل أبرز هذه النظريات فيما يلي:

**9\_1: النظرية السلوكية:** تؤكد نظرية الإشرط الكلاسيكي للعالم الروسي الشهير "إيفان بافلوف" على دور كل من المثير الشرطي والمثير الطبيعي في إمكانية إحداث السلوكيات الإيجابية بدلا من السلوكيات السلبية وذلك عن طريق تعزيز وتدعيم المواقف الإيجابية كلما ظهرت لدى الفرد، أما نظرية الإشرط الإجرائي للعالم الشهير "سكنر" فيقوم تعلم الاتجاهات على أساس اعتمادها على مبدأ التعزيز. (عبد الحافظ سلامة، 2007، ص73)

وهذا يعني إذا تعززت أنماط السلوك المرتبطة بالقيم والاتجاهات المرغوبة يزيد من احتمال استبقائها على عكس القيم والاتجاهات غير المرغوبة التي لا تعزز. (سهيلة محسن كاظم الفتلاوي، 2006، ص361)

**9\_2: نظرية التعلم الاجتماعي:** فسر "ألبرت باندورا" عملية تكوين الاتجاهات وفقا لعملية التعلم بالملاحظة فعندما نلاحظ شخصا بطريقة معينة ويلقى إثابة عن سلوكه، فمن المحتمل جدا أن نقوم بتكرار هذا السلوك، أما إذا اتبع سلوك ما بعقاب، فالاحتمال الأكبر أن لا نقوم بتكراره أو تقليده.

ويركز هذا على دور الأسرة وجماعة اللعب ووسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات من خلال ما تقدمه من مواقف اجتماعية وما ترويه من قصص وحكايات، ويعتبر تعليم الاتجاهات عن طريق القدوة والمحاكاة والتقليد من أهم الاستراتيجيات المستخدمة في تكوين وتغيير وتعديل الاتجاهات. (سميح أبو مغلي و عبد الحافظ سلامة، 2002، ص74)

**9\_3: نظرية التنافر المعرفي:** ومؤداها أن الفرد يتعرض لمثير معين في عدد من المواقف المتباينة، فإذا اختلفت هذه المواقف بصورة جوهرية فإن الفرد قد يتعلم اتجاهات متعارضة إزاء نفس المثير، الأمر الذي يفسر عما أطلق عليه التنافر المعرفي، وكما هو الحال في سائر مواقف الصراع التي قد يتعرض لها الفرد نجده يحاول تقليل هذا التنافر المعرفي بتغيير إحدى الفكرتين اللتين يعتقدها إزاء المثير الواحد حتى يجعلها تسيير في نفس اتجاه الفكرة الأخرى. (أرنوف و بيتيج، دون سنة، ص326)

مثلا عن هذه الحالة دراسة تجريبية عن عدم الأمانة الأكاديمية أي الغش الأكاديمي، تبين منها أن ما يقرب 90% من الطلبة يعتبرون الغش مسألة غير أخلاقية وخاطئة تماما، ولكن الممارسة العملية أظهرت أن 60% من ذات المجموعة من الطلبة ذكروا بأنهم مارسوا الغش في امتحان واحد على الأقل، وهكذا يتضح وجود اتجاهات يعبر عنها ويتم تبنيها لفظيا لكن لا تظهر على هيئة سلوك لدى من يحملونها. (محمد عودة الريموي، 2006، ص582)

### • خلاصة الفصل:

نستخلص مما سبق أن الاتجاهات تنسيق معقد لما ينشأ لدى الفرد من أفكار ومفاهيم، وعواطف وسلوكيات حيال الموضوعات المختلفة المحيطة به. وتتشكل هذه الاتجاهات نتيجة لمجموعة من العوامل المتمثلة في أثر الخبرات والتقليد وكذا عضوية الجماعة، ونظرا إلى أن الاتجاهات غير ملموسة فمن الصعب قياسها وتحديد شدتها واتجاهها ولكن يمكن الاستدلال عليها انطلاقا من سلوكيات الفرد وقياس اتجاهها الذي قد يكون متوافقا مع ما هو مفترض، أو متعارض عليه.

# الفصل الثالث:

## شبكات التواصل الاجتماعي

### تمهيد

1. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.
2. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.
3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
4. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
5. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.
6. دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
7. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي.

### خلاصة الفصل

### • تمهيد:

شهد العالم تقدماً هائلاً في الآونة الأخيرة حيث ظهر نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، انتشر بشكل كبير جداً، ولا زال انتشاره مستمراً، فقد تخطى هذا النوع من التواصل حدود ما هو تكنولوجي إلى ما هو إنساني واجتماعي واقتصادي وسياسي، وأعطى مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، وقد سمي هذا النوع من التواصل شبكات التواصل الاجتماعي، وسنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال عرض نشأتها وأنواعها وخصائصها وأهم تأثيراتها على الفرد والمجتمع.



## 1) نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد بدأت المواقع الاجتماعية في الظهور عام 1997م، وكان موقع (Sixdegrees.com) أول هذه المواقع من خلال إتاحتها الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، ويعتبر هذا الموقع هو رائد مواقع التواصل. (وائل مبارك خضر، 2012، ص75)

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001، في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002، مع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحا دفع "جوجل" إلى محاولة شرائها عام 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحلت بشكل كامل إلى شبكات اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشارا واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين. (ماهر عودة الشمايلة و آخرون، 2015، صص 200\_201)

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "جوجل" في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبيس" من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فايس بوك" والذي كان قد بدأ في الانتشار المتساوي مع "ماي سبيس"، حتى قام "فايس بوك" في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "فايس بوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبيس" عام 2008. (لبلى أحمد جرار، 2012، ص39)

## 2) تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت من باحث إلى آخر ومن بين تعاريفها ما يلي:

- يعرفها محمد المنصور بأنها: "شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والمعلومات وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعية". (خالد سليم، 2013، ص50)

- ويعرفها سعد البطوطي في كتابه "التسويق السياحي" بأنها: "مواقع Web أنشأت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسة) ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات، والمحادثات الفورية، البريد الإلكتروني، مقاطع الفيديو، الصور والتدوين.

- أما مركز الدراسات الإستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز فيعرفها بأنها: "وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، إذ إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين الأشخاص أو المنظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي. (حسين محمود هتيمي، 2015، ص ص83\_84)

ومن خلال هذه التعريفات نستخلص أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية، حيث تقدم مجموعة من الخدمات للأفراد منها المراسلة الفورية، الدردشة، تبادل الملفات... الخ

**3) خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:**

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

**3\_1: المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية خلال

إتاحتها المحادثة في اتجاهين، أي التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

**3\_2: المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين،

حيث إنها تظمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

**3\_3: الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل

والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل

المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

**3\_4: الترابط:** تتميز مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اجتماعية مترابطة بعضها البعض،

وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى

للتواصل الاجتماعي.

**3\_5: الجماعية:** تسهل مواقع التواصل الاجتماعي للجماعات بإنشاء مواقع خاصة بها بطريقة سريعة،

والتواصل فيما بينها بفاعلية، وبناء على هذا يهتم الاشتراك بين هذه المجموعات حول نفس الاهتمامات

والموضوعات، وتقاسم الآراء والأفكار والصور والفيديوهات، وغيرها من المجالات. (الصادق رايح، 2013،

ص17)

**3\_6: التلقائية:** يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

**3\_7: سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

**3\_8: قلة التكلفة:** إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني، فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني". (حسين محمود هثمي، 2015، ص ص85\_87)

### 4) أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

**4\_1: نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل: موقع فيس بوك وماي سبيس وهاي فايف.

**4\_2: نوع مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين وتتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم. (ماهر عودة الشمايلة وآخرون، 2015، ص211)

**4\_3: مميزات إضافية:** هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل: التدوين المصغر (Micro Blogging)، موقع تويتر وبلارك، والشبكات الجغرافية مثل: موقع برايت كايت (Bright Kite)

4\_4: المواقع العربية: من أشهر المواقع الاجتماعية العربية موقع عربيز، حيث تم إنشاؤه في فبراير 2009، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة في الدول العربية، والجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى، لكن عددا كبيرا منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض داخلها، كصور وملفات مخلة بالآداب العامة.

4\_5: المواقع الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند ربط الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، ومن أشهر المواقع موقع "لينكد إن". (بيلي أحمد جرار، 2012، ص41)

### 5 أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

#### 1\_5: فيسبوك Facebook:

أنشأ هذا الموقع عام 2004 على يد "مارك زوكربيرغ" « Mark zuckerberg » الذي كان طالبا في جامعة "هارفارد"، وسمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى ب: "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء، وهذا ما حصل حيث اقتصر فيسبوك على جامعة هارفارد ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغي ما كان يشترط سابقا للمستخدم بأن يكون يمتلك حساب بريد إلكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة... فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويمتلك بريد أن يصبح عضوا في موقع فيسبوك. (علي خليل شقرة، 2014، ص64)

وتحتل شبكة الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال الموقع الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسوفت، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص وذلك لكونه موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة. (علاء الدين محمد عفيفي، 2015، ص ص161\_162)

## 2\_5: شبكة تويتر (Twitter):

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة التدوين المصغر، التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات (Tweets) عن حالتهم بحد أقصى 170 حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة بعد موقع "تويتر"، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (sms) أو برامج المحادثة الفورية، صغر التدوينات جعل الخدمة عملية للغاية للأخبار العاجلة التي تتميز بأنها تنصدر الموقع فور حدوثها مع تسجيل عدد كبير من الإعلاميين في هذا الموقع، أصبح له أهمية إخبارية متزايدة، خاصة للباحثين عن آخر التطورات في تغطية حدث معين. (رضوان بلخري، 2014، ص51)

ويعود تاريخ إنشاء تويتر إلى شهر (مارس 2006) من قبل شخص يدعى "جاك ورسبي"، وما لبث تويتر أن انتشر واكتسب شعبية بسرعة في جميع أنحاء العالم، حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم في عام (2001)، وارتفع رقم الاستخدام ليصل إلى 500 مليون مستخدم في نهاية عام (2013)، وسجل 400.000 دخول في الربع الأخير من عام (2007) بينما ارتفع هذا الرقم إلى 100 مليون دخل في (2008)، وتشير الإحصائيات إلى أنه اعتبارا من شهر يونيو عام (2010) تم نشر حوالي 65 مليون تويت كل يوم، أي ما يعادل نحو 750 تويت كل ثانية. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص325)

### 3\_5: يوتيوب (You tube):

أنشأ يوتيوب في فبراير 2005، على يد "تشاد هيرلي Chad Hurley" و "ستيف تشين Steve Chen" و "جاويد كريم Jawed Karim"، الذين كانوا زملاء في باي بال Bay Pal، وظهر لأول مرة علنا في نوفمبر عام (2005)، وازدهر بالتأكيد على مقاطع من شبكات التلفزيون والكابل، وهي شراكة لافتة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة، ولكن أثرها غير المتوقع والطويل الأمد يأتي من مقاطع الفيديو التي يصنعها غير المحترفين، أو بالأحرى الأشخاص غير منتجي تلفزيون الكابل أو الشبكة، علامة يوتيوب التجارية وشعاره جنبا إلى جنب هو "انشر نفسك". (بول ليفنسون و هبة ربيع، 2015، ص ص85\_86)

من أهم وظائفه الرئيسية استضافة ملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتها عبر الويب، وكذا يقدم خدماته بشكل مجاني وتعتمد على مصادر دخل أخرى تتصل في الإعلانات والرعاية والدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية... كما تقوم حاليا بدور رائد في تقديم إعلانات الفيديو كمجال جديد وعملي لإعلانات الويب. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص ص194\_195)

### 4\_5: ماي سبيس My Space:

عبارة عن موقع يقدم خدمات اجتماعية وإعلامية أخرى على الانترنت وعلى الويب، فهو قدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى مثل:

- خدمة تدوين أو مدونات Blogs.
- نشر الصور والموسيقى ومقاطع من الفيديو.
- خدمات المجموعات البريدية.
- ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين.

ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، بينما يقع الشركة الأم "نيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص329)

ويرى البعض أن موقع "ماي سبيس" هذا هو سادس أكثر مواقع الانترنت والشبكة العنكبوتية الإنجليزية شعبية في العالم، وكذلك سادس أكثر مواقع الويب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية، من جانب آخر فإنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة، حاز على 80% تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالانجليزية. (عامر إبراهيم القنديلجي، 2013، ص369)

### 5\_5: موقع لينكد إن Linked In:

تم إنشاء هذا الموقع من قبل "ريد هوفمان" من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام (2003) للعامة في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين في مجال الأعمال، وقد تطور الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعارف المحترف، ومن أهم مواقع التوظيف على شبكة الانترنت، واليوم أصبح عدد المشتركين ببداية أوت من عام (2011) يقدر بحوالي 120 مليون مشترك عبر 200 دولة حول العالم ليصبح أكبر شبكة تعارف للأعمال عبر التاريخ الحديث. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، ص47)

### 6) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

لشبكات التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات نذكر منها ما يلي:

6\_1: الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على

اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصور



الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا.

**6\_2: إرسال الرسائل:** وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن. (سلمان بكر بن کران، 2015، ص165)

**6\_3: التعرف والصدقة:** وهو من أهم أوجه استخدام الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

**6\_4: الدعاية والإعلان:** يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشبكات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكات الاجتماعية.

**6\_5: البرمجيات المتوفرة داخل الشبكات الاجتماعية:** نشأ داخل الشبكات الاجتماعية مجتمع كبير جدا من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي فيسبوك Face book على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح بيئة (منصة) تطوير البرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي ومنها ما هو بحثي. (ياسين خضر البياتي، 2014، ص 381\_379)

**6\_6: استخدامات تجارية:** وهو ما يطلق عليه اصطلاحا "التجارة الالكترونية" وحتى المنصات الاجتماعية تؤمن لك البقاء على اتصال مع العملاء وتسويق المنتجات، حيث إن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي.

**6\_7: استخدامات ترفيهية:** وقد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي، خاصة وأن الترفيه أصبح مضخة تدر المليارات، مما جعل الناس يتسابقون لمتابعة أحداث المنتجات الترفيهية، وبالطبع هذه الاستخدامات

الترفيهية تعتبر من أبرز استخدامات الإعلام الجديد الذي يعد في جانب منه ترفيهياً بلا منازع. (علي عبد

الفتاح، 2014، ص ص119\_120)

## 7) تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي:

7\_1: تأثيرات إيجابية: شبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات إيجابية نذكر منها:

- إعلاء قيمة اللغة العربية من خلال نشر ثقافة اللغة العربية وتعلية قدرها.

- إيصال مفاهيم الحرية بثتى أفكارها بشكل موضوعي لدى الشباب العربي، وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير.

- البدء في إرسال قواعد الحوار البناء لدى المستخدمين العرب وكيفية القيام بمثل هذه الحوارات، وتوضيح الفكرة الأساسية من الحوارات تكمن في إيصال معلومة شخص لشخص آخر.

- توضيح فكرة الصحف الالكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ووضع الأسس والقوانين لضمان استخدامها بطريقة ملاء بالثقافة.

- إعلاء القيم والمبادئ والأخلاق للشباب العربي والإسلامي، وتعزيز شخصياتهم ورفع معنوياتهم لزيادة الثقة لديهم بأنفسهم.

- الدفاع عن الدين الإسلامي ضد الهجمة الشرسة التي يتعرض لها، وشرح مبادئه وقيمه وتعريفه للعالم بالصورة الحقيقية لهذا الدين الحنيف. (ياسين خضر البياتي، 2014، ص ص122\_125)

7\_2: التأثيرات السلبية: لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية نذكر منها:

- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.

- الإدمان على هذه المواقع حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها. (سلمان بكر بن سلمان، 2015، ص164)

- إضاعة الوقت.

- قد يستغلها البعض في نشر الرذيلة بين الناس.

- التشهير والفضيحة والابتزاز. (علي عبد الفتاح، 2014، ص129)

### • خلاصة الفصل:

من خلال استعراضنا لما جاء في هذا الفصل نستخلص أن شبكات التواصل الاجتماعي من أوسع وأكثر المواقع انتشارا على شبكة الانترنت، وذلك نظرا لما تقدمه من خدمات متعددة لمستخدميها وكذا سرعتها الفائقة في نقل المعلومات مما جعلها تحول العالم إلى قرية صغيرة وتدخل جميع ميادين الحياة، فهي كأداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدميها الفعل الذي سيؤديه فإما أن يكون إيجابيا يستفيد منه الفاعل ومن حوله، وإما سلبيا يضر بالفاعل ومن حوله، وهذا ما ينطبق على شبكات التواصل الاجتماعي التي يكمن سر انتشارها في حيوية وفاعلية مستخدميها بالإضافة إلى الهدف من استخداماتها.

**الجانب الميداني**

**للدراسة**

# الفصل الرابع:

## الإجراءات المنهجية للدراسة

### تمهيد

#### أولاً: الدراسة الاستطلاعية:

1. أداة الدراسة الاستطلاعية.
2. عينة الدراسة الاستطلاعية.
3. نتائج الدراسة الاستطلاعية.

#### ثانياً: الدراسة الأساسية:

1. منهج الدراسة.
2. مجالات الدراسة.
3. عينة الدراسة.
4. أداة الدراسة وخصائصها السيكومترية.
5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

### خلاصة

### تمهيد:

تعد الدراسة الميدانية أهم جزء في البحث العلمي، وهذا لأن البحث الميداني يمكننا من إثبات صحة أو خطأ فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج واقعية وملموسة، وعليه تطرقنا في هذا الفصل إلى الدراسة الاستطلاعية والدراسة الأساسية والتي تتضمن تحديد مجالات الدراسة، المنهج المستخدم، عينة الدراسة، أدوات جمع البيانات، الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة، وأخيرا الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

## أولاً: الدراسة الإستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولى في إعداد البحث العلمي يقوم بها الباحث من أجل الإلمام بجميع جوانب الموضوع، هذا ما يمكنه من اكتشاف الجوانب الخفية التي تخص المشكلة المدروسة، وذلك من خلال احتكاكه بواقع المشكلة، وتهدف دراستنا إلى معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين (طلبة علم النفس وعلوم التربية) نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومن أهم أهداف الدراسة الاستطلاعية هي مساعدة الطالبة في بناء وضبط محاور الاستبيان.

## 1. أداة الدراسة الاستطلاعية:

ما دامت الدراسة تتعلق باتجاهات الطلبة الجامعيين (طلبة علم النفس وعلوم التربية) نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فإننا فضلنا الاعتماد على المقابلة، حيث قمنا بطرح سؤال وجه إلى أفراد عينة الدراسة وكان على النحو التالي:

- ما هي اتجاهاتك نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

## 2. عينة الدراسة الاستطلاعية:

أفراد عينة الدراسة هم الطلبة الجامعيين وبالضبط طلبة علم النفس وعلوم التربية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وقد تكونت العينة من 20 طالب، بحيث تم اختيارها بطريقة عشوائية طبقية.



3. نتائج الدراسة الاستطلاعية:

الجدول رقم (01): يوضح نتائج الدراسة الاستطلاعية.

النسبة المئوية%	التكرارات	العبارات الدالة على كل محور	المحاور
100	20	- إعداد البحوث الجامعية.	تبادل المعارف
70	14	- زيادة الرصيد المعرفي للطلبة.	
40	08	- تحميل الكتب الالكترونية.	
90	18	- التواصل المستمر مع الأقارب.	بناء العلاقات الاجتماعية
100	20	- التواصل المستمر مع الأصدقاء.	
40	08	- التعرف على أصدقاء جدد.	
10	02	- التخلص من العزلة.	

ومن خلال الجدول توصلنا إلى تحديد محورين للاستمارة هما:

- تبادل المعارف.

- بناء العلاقات الاجتماعية.

ثانيا: الدراسة الأساسية:

1. منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة موضوع دراستنا، والذي يعرف على أنه: "طريقة لوصف الظاهرة وتصويرها كميا وكيفيا، وذلك عن طريق جمع المعلومات النظرية والبيانات الميدانية عن المشكلة موضع البحث، ثم تصنيفها وتحليلها والوصول إلى النتيجة". (رشيد زرواتي، 2007، ص86).

2. مجالات الدراسة:

**2\_1: المجال الجغرافي:** ويقصد بالمجال الجغرافي للدراسة الحيز المكاني الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية، وقد تم إجراء دراستنا الميدانية في جامعة محمد الصديق بن يحي ولاية جيجل الواقعة بالمنطقة العمرانية \_تاسوست\_ ببلدية الأمير عبد القادر، فتحت أبواب هذه الجامعة في سنة 2008/2007 والتي تتكون من أربعة أجنحة نذكر منها: جناح كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والتي تعتبر مكان إجراء دراستنا بالضبط.

**2\_2: المجال البشري:** ونقصد به المجتمع الذي طبقت عليه الدراسة، ويشمل المجال البشري للدراسة طلبة علم النفس وعلوم التربية، حيث يبلغ عدد طلاب هذا القسم 487 طالب وهم موزعون كالتالي:

191 طالب في السنة الثانية جامعي (06 من جنس الذكور و185 من جنس الإناث)، أما بالنسبة للسنة الثالثة جامعي فيقدر عددهم ب 168 طالب (05 من جنس الذكور و163 من جنس الإناث)، وبالنسبة للسنة الأولى ماستر فيقدر عددهم ب 61 طالب (03من جنس الذكور و58 من جنس الإناث) والثانية ماستر يقدر عددهم ب 67 طالب (01 من جنس الذكور و 66 من جنس الإناث).

### 2\_3: المجال الزمني:

ويقصد به المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة بهذه الجامعة، حيث تم إجراء هذه الدراسة في الموسم الجامعي 2018/2017، وقد مرت هذه الدراسة بعدة مراحل:

- المرحلة الأولى: وقد انطلقت بالجانب النظري في نهاية شهر ديسمبر وذلك بجمع المعلومات من الكتب.

- المرحلة الثانية: وقد كانت في شهر مارس وفيها قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية بالجامعة كبداية للتربص، حيث أجريت مقابلة مع 20 طالب حول الموضوع الخاص بنا.

- المرحلة الثالثة: بعد إجراء المقابلة قمنا ببناء الاستبيان وقد امتدت فترة إعداده وتصحيحه حوالي 20 يوما خلال شهر أبريل.

- المرحلة الرابعة: بعد تصحيح الاستبيان قمنا بتوزيعه على الطلبة المعنيين بذلك، وقد تطلب ذلك حوالي أربعة أيام (من 27 أبريل إلى 1 ماي 2018).

### 3. عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من 80 طالبا جامعيًا، حيث تم اختيار عينة الدراسة من الطلبة بطريقة عشوائية طبقية تناسبية وفقا للقانون التالي:

$$0.164 = \frac{80}{487} = \frac{\text{عدد أفراد العينة}}{\text{عدد أفراد المجتمع}}$$

0.164: نسبة أفراد العينة المأخوذة من كل مستوى.

- السنة الثانية ليسانس:  $31 = 0.164 \times 191$

- السنة الثالثة ليسانس:  $28 = 0.164 \times 168$

- السنة الأولى ماستر:  $10 = 0.164 \times 61$

- السنة الثانية ماستر:  $11 = 0.164 \times 67$

وعلى هذا الأساس قمنا بتوزيع الاستمارة على 80 طالبا من قسم علم النفس وعلوم التربية.

### 3\_1: خصائص عينة الدراسة:

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

البدايل	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	18	22.5%
أنثى	62	77.50%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة هم من الإناث، أي هناك تفاوت في نسبة الإناث على نسبة الذكور، بما يتوافق في توزيع خاصية الجنس في المجتمع الإحصائي للدراسة، حيث بلغ تكرار الإناث 62 أي بنسبة 77.50% ثم تليها نسبة الذكور ب 22.50%، ويرجع هذا التفاوت إلى عزوف الذكور عن الدراسة من أجل الالتحاق بمناصب الشغل، أما بالنسبة لارتفاع نسبة الإناث فهذا راجع إلى تزايد الاهتمام بتعليم المرأة وزيادة إقبال الإناث على التعليم والنجاح فيه، وخاصة وأن الدراسة تمثل للإناث ضمان للمستقبل، بالإضافة إلى زيادة عدد المواليد إناث مقارنة بالذكور مما يجعل نسبة الذكور تقل في الأوساط المدرسية وفي مختلف المراحل.

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
38.75%	31	السنة الثانية
35%	28	السنة الثالثة
12.50%	10	السنة أولى ماستر
13.75%	11	السنة الثانية ماستر
100%	80	المجموع

يشير الجدول رقم (03) إلى توزيع طلبة علم النفس وعلوم التربية وفقا لمستواهم التعليمي، حيث نجد أعلى نسبة لطلبة السنة ثانية جامعي بنسبة 38.75% ثم تليها نسبة 35% والممثلة لطلبة السنة ثالثة جامعي، وأخيرا تليها نسبة 13.75% و 12.50% لكل من طلبة السنة الثانية ماستر والأولى ماستر على التوالي.

ويرجع هذا التفاوت في النسب الموجودة لدى الطلبة حسب مستواهم التعليمي إلى كثرة الأقسام والطلبة في السنة الثانية جامعي خلافا للسنة الأولى ماستر والثانية ماستر بحيث نلاحظ وجود قسمين لكل منهما كما أن عدد الطلبة قليل داخل هذه الأقسام.

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب الموقع الأكثر استخداما.

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
86.25%	69	الفييس بوك
1.25%	01	تويتر
12.50%	10	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (04) إلى أن أغلبية الطلبة الجامعيين المبحوثين (طلبة علم النفس وعلوم التربية) يستخدمون الفييس بوك، حيث بلغ تكرار هؤلاء الطلبة ب 69 أي بنسبة 86.25%، ثم تليها استخدام المواقع الأخرى حيث بلغ تكراره 10 بنسبة 12.50%، وأخيرا موقع تويتر حيث يبلغ تكراره 01 بنسبة 1.25%، ويرجع ذلك إلى أن الفييس بوك من أكثر المواقع استخداما لدى باقي أفراد المجتمع، ضف إلى ذلك أنه يسمح للطلبة الجامعيين بالحصول على المعلومات في أقل وقت ممكن، وكذا اكتساب المعارف وتبادلها فيما بينهم وسهولة التواصل ما بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس في أمور تخص الدراسة، كما يرجع ذلك إلى كونه من أكثر المواقع التي يلجئون إليها الطلبة الجامعيين في بناء علاقاتهم الاجتماعية وتوطيدها سواء كانت مع بعضهم البعض أو مع باقي أفراد المجتمع.

#### 4. أداة الدراسة:

##### • الاستبانة:

تعتبر الاستبانة من أهم الوسائل المستعملة في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة، والاستبانة تعرف على أنها: "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث". (جودة عزت عطوي، 2011، ص99).

وهناك من يعرفها على أنها: "نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف". (جمال محمد شنب، 2010، ص138)

وقد جاءت محاور هذه الاستبانة مجسدة للتساؤلات التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، وجاءت جميع أسئلتها مغلقة ما عدا السؤال رقم (03) الموجودة في البيانات الشخصية، ولقد جاءت أغلبية الأسئلة مغلقة حتى يستطيع المبحوث الإجابة عنها وذلك بغرض التمكن من ثبوت المعلومات الميدانية وتحويلها إلى أرقام وجدولتها وتحليلها، وقد مر إعداد استبانة البحث بمراحل حتى صارت جاهزة لعملية التوزيع، وقد تضمنت الاستبانة النهائية قسمين:

القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية.

القسم الثاني: تضمن 23 فقرة موزعة على محورين.

جدول رقم (05): يوضح توزيع عدد فقرات الاستبانة حسب المحورين.

عدد البنود	محاور الاستبانة	المحاور
13	تبادل المعارف	الأول
10	بناء العلاقات الاجتماعية	الثاني
23	المجموع	

✓ البدائل المعتمدة:

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي في التقدير الوزني لبنود الاستبيان وهي: (موافق، محايد،

غير موافق)، وتم اعتماد القيم من 01 إلى 03 كدرجات لكل اختيار.

الجدول رقم (06): يمثل البدائل المستخدمة.

الاستجابة	موافق	محايد	غير موافق
الدرجة	3	2	1

وقد تم استخدام المعيار التالي للحكم على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تم حساب طول الخلية بالاعتماد على:

$$\frac{1-3}{3}$$

$$3$$

الجدول رقم (07): يوضح قيمة المتوسطات المرجحة وتفسيرها.

الدرجة	قيمتها	قيمة المتوسطات المرجحة	التفسير
موافق	3	2.34 _ 3	عالية
محايد	2	1.67 _ 2.33	متوسطة
غير موافق	1	1 _ 1.66	ضعيفة

#### 4\_2: الشروط السيكومترية لأداة الدراسة:

للتحقق من مدى صلاحية الاستبانة المستخدمة في الدراسة، وجب علينا التأكد من سلامة وصحة

شروطها السيكومترية (الثبات، الصدق):

4\_2\_1: ثبات الاستبانة: للتأكد من أن الاستبانة سوف تقيس ما أعدت لقياسه تم استخراج معامل ثبات

الأداة باستخدام معامل ثبات ألفا كرونباخ، وقد كان معامل الثبات (0.80)، وهذا يدل على أن الاستبانة

على مستوى عال من الثبات.



4\_2\_2: صدق الاستبانة: قمنا بالتأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

✓ الطريقة الأولى: صدق المحكمين:

حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (05) أعضاء من هيئة التدريس، وقد استجابت الباحثة لآراء المحكمين إذ تم تعديل الاستبانة من حذف كالعبارة رقم(10،11،18،21،26،27) وإعادة صياغة جميع العبارات لتكون في شكلها النهائي متكونة من (23) بندا بعدما كانت (30) بندا موزعة على محورين، وقد قدرت نسبة الاتفاق بين المحكمين ب 80%.

✓ الطريقة الثانية: الصدق الذاتي:

يحسب بإيجاد الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد قدر في هذه الدراسة ب (0.89) وبالتالي فهي قيمة مرتفعة مما يدل على صدق الاستبانة المخصصة للدراسة.

#### 5. أساليب المعالجة الإحصائية:

✓ التكرارات والنسب المئوية: استخدمت في دراستنا لمعرفة خصائص العينة.

✓ المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، كما تفيد في ترتيب العبارات من حيث الموافقة حسب أعلى متوسط حسابي.

✓ الانحراف المعياري: يفيدنا في معرفة طبيعة توزيع أفراد المجتمع أي مدى انحراف استجابات أفراد العينة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة.

خلاصة الفصل:

لقد تناولنا في هذا الفصل مختلف الإجراءات المنهجية للدراسة، حيث تطرقنا إلى الدراسة الاستطلاعية وكذا الدراسة الأساسية التي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي الذي ساعدنا في تجميع البيانات وتحليلها وتفسيرها، كما تم تعيين عينة الدراسة، وقمنا بالتطرق إلى التعريف بأداة البحث التي استعملت في جمع البيانات والمتمثلة في الاستبانة وإلى شروطها السيكمترية، وأخيرا تطرقنا إلى أساليب المعالجة الإحصائية.

# الفصل الخامس:

## عرض وتفسير ومناقشة النتائج

تمهيد

أولاً: عرض نتائج الدراسة

1. عرض نتائج الفرضية الجزئية الأولى.
2. عرض نتائج الفرضية الجزئية الثانية.
3. عرض نتائج الفرضية العامة.

ثانياً: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة

1. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الأولى.
2. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثانية.
3. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية العامة.

خلاصة الفصل.

**تمهيد:**

سنتناول في هذا الفصل عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج، حيث سنتطرق إلى تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها، تليها مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة، ثم مناقشتها في ضوء الدراسات السابقة، وأخيرا التعرض للنتائج العامة للدراسة.

أولاً: عرض نتائج الدراسة:

1. عرض نتائج الفرضية الجزئية الأولى:

القائلة: "سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاهًا إيجابيًا نحوها".

الجدول رقم (08): يوضح إجابات أفراد العينة حول بنود الفرضية الجزئية الأولى.

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	رقم الفقرة
05	عالية	0.77	2.25	شبكات التواصل الاجتماعي وفرت لي الكثير من الوقت في الحصول على المعارف.	1
12	منخفضة	0.66	1.63	شبكات التواصل الاجتماعي مصدر موثوق به في الحصول على المعارف.	2
7	عالية	0.76	2.48	الحصول على معلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يكون مجانيًا.	3
10	متوسطة	0.80	2.30	شبكات التواصل الاجتماعي توفر لي معارف أجد صعوبة في الحصول عليها.	4
3	عالية	0.72	2.61	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من اقتناء كتب إلكترونية	5

4	عالية	0.75	2.58	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في إنجاز أبحاث علمية.	6
2	عالية	0.56	2.70	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في إثراء رصيدي المعلوماتي.	7
19	عالية	0.82	2.40	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من التواصل مع أساتذتي في الجامعة.	8
1	عالية	0.31	2.95	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من التواصل مع زملائي في الدراسة.	9
6	عالية	0.76	2.51	لدي رغبة في الانضمام إلى مجموعات خاصة بالأبحاث العلمية.	10
11	متوسطة	0.83	2.23	شبكات التواصل الاجتماعي تثير لدي تساؤلات خاصة بالبحث العلمي.	11
8	عالية	0.76	2.48	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من تعلم اللغات الأجنبية.	12
عالية		0.31	2.45	المحور الأول: تبادل المعارف	

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (Spss).

يشير الجدول رقم (08) إلى إجابات المبحوثين عن الفقرات المتعلقة بتبادل المعارف في جامعة

جيجل، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المحور بين (1.63 و 2.95)، حيث جاءت في المرتبة

الأولى فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكني من التواصل مع زملائي في الدراسة" بمتوسط حسابي قدره (2.95)، وانحراف معياري (0.31)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تثري رصيدي المعلوماتي" بمتوسط حسابي (2.70)، وانحراف معياري (0.60)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكني من اقتناء كتب الكترونية" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (2.61) وانحراف معياري (0.72)، أما المرتبة الرابعة فكانت للفقرة المتمثلة في "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في إنجاز أبحاث علمية" بمتوسط حسابي قدره (2.58) وانحراف معياري (0.75)، وفي المرتبة الخامسة نجد الفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي وفرت لي الكثير من الوقت في الحصول على المعارف" بمتوسط حسابي قدره (2.55) وانحراف معياري (0.77)، كما نجد في المرتبة السادسة فقرة "الدي رغبة في الانضمام إلى مجموعات خاصة بالأبحاث العلمية" بمتوسط حسابي قدره (2.51) وانحراف معياري (0.76)، تليها فقرة "الحصول على معلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يكون مجانياً" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره (2.48) وانحراف معياري (0.76)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكني من تعلم اللغات الأجنبية" في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قدره (2.48) وانحراف معياري (0.76)، أما في المرتبة التاسعة فنجد الفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكني من التواصل مع أساتذتي في الجامعة" بمتوسط حسابي قدره (2.40) وانحراف معياري (0.82)، تليها في المرتبة العاشرة فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي توفر لي معارف أجد صعوبة في الحصول عليها" بمتوسط حسابي قدره (2.30) وانحراف معياري (0.80)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تثير لدي تساؤلات خاصة بالبحث العلمي" في المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي قدره (2.23) وانحراف معياري (0.83)، أما في المرتبة الأخيرة فنجد فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي مصدر موثوق في الحصول على المعارف" بمتوسط حسابي قدره (1.63) وانحراف معياري (0.66)، وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين (طلبة علم النفس وعلوم التربية) كان عالياً، كما يتضح من نتائج

الجدول أن هناك اتساق عام في رؤية أفراد العينة لهذا المحور حيث قدر المتوسط الحسابي ب(2.45) و الانحراف المعياري ب (0.31) وهو انحراف أقل من 1، وهذا يدل على أن الفرضية الجزئية الأولى القائلة: "سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاها إيجابيا نحوها" قد تحققت.

## 2. عرض نتائج الفرضية الجزئية الثانية:

القائلة: "سهولة بناء العلاقات الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا".

الجدول رقم (09): يوضح أفراد العينة حول بنود الفرضية الجزئية الثانية.

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	رقم الفقرة
6	عالية	0.80	2.42	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على معرفة أشخاص لديهم نفس اهتماماتي.	13
4	عالية	0.77	2.46	شبكات التواصل الاجتماعي تشعرني أنني شخص اجتماعي.	14
01	عالية	0.39	2.91	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على التواصل مع أصدقائي.	15



05	عالية	0.74	2.46	شبكات التواصل الاجتماعي تشجعي على الانخراط في مجموعات اجتماعية مختلفة.	16
08	متوسطة	0.79	2.18	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من تجنب العزلة.	17
03	عالية	0.72	2.60	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في تكوين علاقات مع أصدقاء جدد.	18
02	عالية	0.46	0.83	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على الاتصال باقاربي.	19
10	متوسطة	0.87	1.96	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من بناء علاقات مع الجنس الآخر.	20
07	عالية	0.81	2.37	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على بناء علاقات اجتماعية مع أشخاص من جنسيات مختلفة.	21

09	متوسطة	0.81	2.18	شبكات التواصل الاجتماعي تشعري بأهمية العلاقات الاجتماعية.	22
11	منخفضة	0.78	1.63	الصدقات التي ابنيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي تدوم مدة طويلة.	23
	عالية	0.39	2.36	المحور الثاني: بناء العلاقات الاجتماعية	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (Spss).

يشير الجدول رقم (09) إلى إجابات المبحوثين عن الفقرات المتعلقة ببناء العلاقات الاجتماعية في جامعة جيجل، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المحور بين (2.91 و 1.63)، فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على التواصل مع أصدقائي" بمتوسط حسابي قدر ب (2.91) وانحراف معياري (0.39)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على الاتصال بأقاربي" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.83) وانحراف معياري (0.46)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في تكوين علاقات مع أصدقاء جدد" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (2.60) وانحراف معياري (0.72)، أما المرتبة الرابعة كانت للفقرة المتمثلة في "شبكات التواصل الاجتماعي تشعري أنني اجتماعي" بمتوسط حسابي قدره (2.46) وانحراف معياري (0.77)، وفي المرتبة الخامسة نجد الفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تشجعني على الانخراط في مجموعات

اجتماعية مختلفة" بمتوسط حسابي قدره (2.46) وانحراف معياري (0.74)، وفي المرتبة السادسة نجد الفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على معرفة أشخاص لديهم نفس اهتماماتي" بمتوسط حسابي قدره (2.42) وانحراف معياري (0.80)، تليها فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على بناء علاقات اجتماعية مع أشخاص من جنسيات مختلفة" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره (2.37) وانحراف معياري (0.81)، كما نجد في المرتبة الثامنة فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من تجنب العزلة" بمتوسط حسابي قدره (2.18) وانحراف معياري (0.79)، أما في المرتبة التاسعة فنجد الفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تشعرني بأهمية العلاقات الاجتماعية" بمتوسط حسابي قدره (2.18) وانحراف معياري (0.81)، تليها المرتبة العاشرة المتمثلة في الفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من بناء علاقات مع الجنس الآخر" بمتوسط حسابي قدره (1.96) وانحراف معياري (0.87)، وفي المرتبة الأخيرة نجد الفقرة المتمثلة في "الصدقات التي أبنيتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي تدوم مدة طويلة" بمتوسط حسابي قدره (1.63) وانحراف معياري (0.78)، وبشكل علم يتبين أنه مستوى أهمية محور بناء العلاقات الاجتماعية من وجهة نظر الباحثين المتمثلين في الطلبة الجامعيين (طلبة علم النفس وعلوم التربية) كان عالياً، كما يتضح من نتائج الجدول أن هناك اتساق عام في رؤية أفراد العينة لهذا المحور، حيث قدر المتوسط الحسابي الكلي ب(2.36) وانحراف معياري ب (0.39) وهو انحراف أقل من 1، وهذا يدل على أن الفرضية الجزئية الثانية القائلة: "سهولة بناء العلاقات الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة اتجاهاً إيجابياً" قد تحققت.

### 3. عرض نتائج الفرضية العامة:

القائلة: "هناك اتجاه إيجابي لدى الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي".

الجدول رقم (10): عرض نتائج الفرضية العامة.

الرقم	المرتبة	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
01	01	تبادل المعارف	2.45	0.31	عالية
02	02	بناء العلاقات الاجتماعية	2.36	0.39	عالية
		الدرجة الكلية	2.41	0.35	عالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات Spss.

يوضح الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة استجابة العينة

المدرسة حسب كل محور في الاستبيان.

ويتضح من الجدول أن المحور الأول المتمثل في "تبادل المعارف" كانت في المرتبة الأولى من

حيث استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث كانت درجتها عالية بمتوسط حسابي قدر

ب (2.45) وانحراف معياري (0.31).

أما المحور الثاني والمتمثل في "بناء العلاقات الاجتماعية" جاء في المرتبة الثانية بدرجة عالية

بمتوسط حسابي قدر ب (2.36) وانحراف معياري (0.39).

## ثانيا: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة:

## 1. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الأولى:

من خلال نتائج الفرضية الأولى التي جاءت كما يلي: "سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاها إيجابيا نحوها" قد تحققت بدرجة عالية وبمتوسط حسابي قدر ب(2.45)، وانحراف معياري (0.31). وهذا ما أكدته دراسة "الهزاني" (2013) حيث توصل فيها إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في إثراء الحصيلة المعرفية وتكوين مجموعات بحثية وعلمية، ويتفق معظم أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر تأثيرا إيجابيا على الجانب المعرفي لديهم، حيث جاءت في المرتبة الأولى فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من التواصل مع زملائي في الدراسة" وهذا يرجع لكونها تتيح لهم خدمة التواصل في أمور تخص الدراسة والمتمثلة في تبادل المادة العلمية بينهم حيث يتقاسمون ويستكشفون المعارف معا وخاصة عندما يكونون في شبكة واحدة وتكون لهم أهداف تعليمية مشتركة كإنجاز البحوث والمناقشة حول المذكرات الخاصة بهم. أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تثري رصيدي المعلوماتي"، وهذا يعزى إلى أنها مصدر معلوماتي وأنها ذات فائدة كبيرة حيث تسمح للطلبة الجامعيين بالاطلاع على مواضيع مختلفة في أي وقت يشاءون، مما يجعلهم يكتسبون معارف ومعلومات جد قيمة تعود عليه بالمنفعة في كافة الجوانب وخاصة الجانب اللغوي. أما في المرتبة الثالثة فنجد فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من اقتناء كتب الكترونية" ويعزى ذلك لكون هذه الشبكات تحتوي على كتب الكترونية متنوعة سواء كانت أجنبية أو عربية، فهي تسمح للطلاب الجامعي بالحصول على المعارف التي يبحث عنها، كما أنها تساعد الطالب في جمع المراجع وخاصة وأن العديد من المكتبات تعاني من النقص في هذا الجانب. كما يتفق أفراد العينة حول فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في إنجاز الأبحاث

العلمية"، فالطالب الجامعي هنا يستطيع أن ينجز أي بحث يرغب في إعداده في أي تخصص كان أو في أي مادة علمية، فهي تزوده بمختلف المعارف التي يبحث عنها والمناسبة للبحث العلمي. أما بالنسبة للفقرة التي جاءت في المرتبة الخامسة فمعظم أفراد العينة يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي وفرت لهم الكثير من الوقت في الحصول على المعارف، وهذا يعود إلى كونها تسهل عليهم عملية الحصول على المعلومات وتبادلها ما بين الطلبة، فالطالب الجامعي بحاجة إليها لكونه يحاول تسيير وقته بانتظام واستغلاله بطريقة صحيحة والحل الأمثل والمناسب لذلك هو اعتماده على هذه المواقع التي توفر له خدمة الحصول على المعارف بدرجة كبيرة، أما في المرتبة السادسة فقد تضمنت فقرة "الدي رغبة في الانضمام إلى مجموعات خاصة بالأبحاث العلمية"، ويرجع ذلك أن للطلاب فرصة المشاركة في معالجة مختلف القضايا والإشكاليات العلمية التي يتطرق لها أفراد هذه المجموعات، كما أنها تمكنه من اكتساب الحوار البناء وكذا إبداء رأيه وأفكاره بدون قيود. كما اتفق معظم أفراد العينة على الفقرة القائلة "شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من تعلم اللغات الأجنبية" وهذا لكونها تساعدهم في التخلص من الضعف الموجود لديهم في اللغات الأجنبية كما أنها تقدم لهم خدمة الترجمة، بحيث يترجمون النصوص أو الكلمات من لغة إلى لغة أخرى، ضف على ذلك أنها توفر لهم فرصة التحدث مع أشخاص من مختلف دول العالم مما يؤدي إلى دعم اللغات لدى الطلبة عند إجراء محادثات بلغات أجنبية. كما اتفق أفراد العينة على الفقرة القائلة بأن "شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من التواصل مع أساتذتي"، فالطالب الجامعي لا بد وأن يتواصل مع الأساتذة فيما يخص الدراسة كالحصول على المحاضرات وكذا إرسال البحوث والمذكرات للأساتذة من أجل مراجعتها وتصحيحها ومناقشتها. أما بالنسبة لفقرة "شبكات التواصل الاجتماعي توفر لي معارف أجد صعوبة في الحصول عليها" فقد جاءت في المرتبة العاشرة حسب استجابة أفراد العينة وهذا نظرا للنقص المعلوماتي الموجود في المصادر الأخرى كالكتب والمجلات، فيستلزم على الطالب تصفحها لإيجاد المعارف التي يصعب الحصول عليها.

## 2. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثانية:

من خلال تحليل نتائج الفرضية الجزئية الثانية التي جاءت كما يلي "سهولة بناء علاقات اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا نحوها" تحققت بدرجة عالية وبمتوسط حسابي قدره (2.36)، وانحراف معياري (0.39)، وهذا ما أكدته دراسة "مريم ناريمان نومار" (2012) في دراستها التي توصلت فيها إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية، وكذا دراسة "حنان بنت شعشوع الشهري" (2013) والتي خلصت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي من خلال بناء العلاقات الاجتماعية، ويتفق معظم أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم على معرفة أشخاص لديهم نفس اهتماماتهم، وهذا قد يعزى إلى أن معظم الطلبة الجامعيين يلجئون إليها لأن لديهم غرض أو اهتمام أو مصلحة مشتركة، يتواصلون بها فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي، وكذلك لكون شبكات التواصل الاجتماعي جماعية تسهل للطلبة بإنشاء مواقع خاصة بها بطريقة سريعة والتواصل عبرها بفاعلية، وبناءا على هذا يهتم الاشتراك بين هذه المجموعات حول نفس الاهتمامات والموضوعات، وتقاسم الأداء والأفكار والآراء والصور والفيديوهات، وكذا دعوة الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة. كما يجمع أفراد العينة على فقرة "شبكات التواصل الاجتماعي تشعرني أنني شخص اجتماعي"، وهذا قد يرجع إلى أنها تمكنهم من تجنب العزلة والانخراط والتفاعل مع الأفراد وكذا الانفتاح على عادات وثقافات المجتمعات الأخرى من خلال هذا التفاعل. كما يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم على التواصل مع أصدقائهم، وهذا قد يرجع إلى أن هذه الشبكات تتيح لهم إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ويكون ذلك عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا، بحيث يبقون على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي. كما يتفق معظم أفراد عينة الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تشجعهم على الانخراط في مجموعات

اجتماعية مختلفة وهذا يعزى إلى أن هذه الأخيرة تتيح لهم المجال للتعبير عن همومهم ومشاكلهم الاجتماعية، وفي نفس الوقت يجد في هذا النوع من المجموعات حولا لهذه المشكلات. كما اتفق معظم أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم في تكوين علاقات مع أصدقاء جدد وذلك بهدف توسيع علاقاتهم الاجتماعية وكذا التواصل والتفاعل والتسلية. ويجمعون أيضا على أن شبكات التواصل الاجتماعي تمكنهم من بناء علاقات مع الجنس الآخر، وذلك قد يرجع إلى كونهم يسعون إلى التخلص من القلق والملل أثناء الفراغ وكذا الترفيه والتسلية. كما يجمع أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم على بناء علاقات اجتماعية مع أشخاص من جنسيات مختلفة وذلك قد يعود إلى أنهم يرغبون في التطلع على الثقافات الموجودة لدى الدول الأخرى وكذا معرفة عاداتهم وتقاليدهم ونمط حياتهم، ويرى معظم أفراد العينة في أن شبكات التواصل الاجتماعي تشعرهم بأهمية العلاقات الاجتماعية وذلك نظرا للأهمية التي تعطيها هذه الشبكات لمثل هذه العلاقات، بحيث تمكنهم من التواصل مع أصدقائهم وأقاربهم والتعرف على أشخاص جدد مما تمكنهم من توسيع علاقاتهم الاجتماعية.

### 3. مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضية العامة:

من خلال نتائج الفرضية العامة التي جاءت كما يلي: "هناك اتجاه إيجابي لدى الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي" والتي جاءت بدرجة عالية ومتوسط حسابي قدر ب (2.41) وانحراف معياري (0.35)، توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الطلبة في جميع المستويات، إذ تتميز بكونها تتيح لهم خدمة تبادل المعارف والحصول على المعلومات، وكذا تنمي للطلبة حب الاستطلاع وإشباع فضولهم العلمي من خلال نشر كافة الإنجازات التي يقومون بها، وهذا ما أكدته نتائج المحور الأول والمتمثل في "تبادل المعارف" بمتوسط حسابي قدره (2.45).



كما جاء المحور الثاني بدرجة عالية وبمتوسط حسابي قدره (2.36) والمتمثل في "بناء العلاقات الاجتماعية" لكونها تتيح للطلبة فضاء آخر للتفاعل والتواصل ضمن مجتمع افتراضي يقومون من خلاله ببناء علاقات اجتماعية مع أشخاص قد يجمعهم بهم علاقات قرابة وصدافة في الواقع أو أشخاص يبادلونهم نفس الاهتمام، ومنه نستنتج أن الفرضية العامة قد تحققت.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا التي تضمنت موضوع "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"، وفي محاولة منا للتحقق من الفرضيات التي تم بناء دراستنا عليها توصلنا إلى نتائج، وبعد عرضها وتفسيرها خلصنا إلى تحقق فرضيات الدراسة.

بالنسبة للفرضية الأولى القائلة بأن "سهولة تبادل المعارف بين الطلبة الجامعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لديهم اتجاها إيجابيا نحوها" قد تحققت.

كذلك بالنسبة للفرضية الجزئية الثانية القائلة بأن "سهولة بناء العلاقات الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يشكل لدى الطلبة الجامعيين اتجاها إيجابيا نحوها" تحققت أيضا.

ومن خلال الفرضيات الجزئية يمكن القول أن الفرضية العامة القائلة أنه "هناك اتجاه إيجابي لدى الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي" قد تحققت.

## خاتمة:

من خلال هذه الدراسة بجانبها النظري والميداني، والمتمثلة في "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"، توصلنا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث أشكال تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية لدى الطلبة الجامعيين باعتبارهم الفئة المثقفة والأكثر وعياً بالواقع الاجتماعي والاقتصادي، فهي تسهل عليهم الحصول على المعلومات والمعارف وتبادلها فيما بينهم، وكذلك تساعدهم في تكوين علاقات اجتماعية مع مختلف الأشخاص، فتجعلهم أشخاص متفاعلين مع باقي أفراد المجتمع.

وبالتالي فموضوع شبكات التواصل الاجتماعي يمكننا القول بأنه من المواضيع المهمة التي لاقت اهتماماً من قبل الباحثين والمختصين في ميدان التربية، وهذا لأهميته بالنسبة للطلبة خاصة الجامعيين لما تقدمه من خدمات تجعلهم قادرين على إبداء رأيهم في شتى المجالات والكشف عن ميولاتهم ورغباتهم واتجاهاتهم التي تعتبر عنصر مهم في تكوين شخصية هؤلاء الطلبة وتنميتها وباعتبارها سلوك مكتسب تنشأ من خلال التجارب والخبرات التي يمرون بها بحيث تؤثر على استجاباتهم بالموافقة أو عدم الموافقة اتجاه موضوعات معينة أو أشخاص أو مواقف أو رموز.

وقد دلت النتائج المتوصل إليها من خلال البيانات الإحصائية أن الطلبة الجامعيين يتجهون اتجاهها إيجابياً نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، غلا أن هذه النتائج نسبية إلى حد ما شأنها شأن أي بحث في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية وبذلك يبقى المجال مفتوحاً لمزيد من الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع.

## التوصيات والمقترحات:

بعد مناقشتنا لموضوع "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي نقترح

مجموعة من التوصيات استنتجنا لما توصلنا إليه في دراستنا:

- إنشاء مجموعات طلابية هادفة على هذه الشبكات تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة.

- الدعوة إلى إدخال المناهج الجامعية في الشبكة ومناقشتها مع الطلبة وإطلاعهم على آخر التطورات الخاصة بهذا المجال.

- زيادة اهتمام الطلبة الجامعيين بشبكات التواصل الاجتماعي يساهم في تشكيل اتجاهات لديهم.

- تبيان فضل شبكات التواصل الاجتماعي في توسيع العلاقات الاجتماعية بين الطلبة الجامعيين ومع باقي أفراد المجتمع.

- إقامة دورات تدريبية تساعد الطلبة الجامعيين في اكتساب مهارة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- إجراء بحوث ودراسات أعمق حول موضوع شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الطلبة الجامعيين.

قائمة المصادر

والمراجع

## قائمة المراجع:

### الكتب:

1. أحمد محمد الزعبي (2013): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان.
2. أحمد يحي الزق (2006): علم النفس، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
3. أرنوف ويتيج (دون سنة): مقدمة في علم النفس نظريات ومسائل في سلسلة ملخصات شوم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
4. بول ليفنسون وهبة ربيع (2015): أحدث وسائل الإعلام الجديدة، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
5. جمال محمد أبو شنب (2010): قواعد البحث العلمي والاجتماعي المناهج والطرق والأدوات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
6. جودة بنى جابر (2004): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
7. جودت عزت عطوي (2011): أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته طرقه الإحصائية، الطبعة الرابعة، دار الثقافة، عمان.
8. حسين محمود هتيمي (2015): العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
9. خالد سليم (2013): ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر، قطر.

10. خالد غسان يوسف مقدادي (2013): ثورة الشبكات الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان.
11. خليل عبد الرحمان المعاينة (2000): علم النفس الاجتماعي، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.
12. خليل عبد الرحمان المعاينة (2007): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الثانية، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.
13. خليل عبد الرحمان المعاينة (2010): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الثانية، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.
14. رضوان بلخري (2014): مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر.
15. سامي محمد ملحم (2012): القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، الطبعة السادسة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
16. سلمان بكر بن کران (2015): الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان.
17. سميح أبو مغلي وعبد الحافظ سلامة (2002): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
18. سهيلة محسن كاظم الفتلاوي (2006): المنهاج التعليمي والتدريس الفعال، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
19. صالح محمد علي جادو (2006): سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الطبعة الخامسة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.

20. صلاح الدين محمود علام (2000): القياس والتقويم التربوي والنفسي وأساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة.
21. صفوت فرج (2012): القياس النفسي، الطبعة السابعة، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
22. عامر إبراهيم القندليجي (2013): الاعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
23. عامر إبراهيم قندليجي (2015): الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
24. عباس محمود عوض (2002): في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
25. عبد الحافظ سلامة (2007): الوسائل التعليمية للمكتبات وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان.
26. عبد الحافظ سلامة (2007): علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان.
27. عبد الحفيظ مقدم (1993): الإحصاء والقياس النفسي والتربوي مع نماذج من المقاييس والاختبارات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
28. عبد الحليم محمود السيد وآخران (2004): علم النفس الاجتماعي المعاصر، الطبعة الثانية، إيتراك للنشر والتوزيع، مصر.
29. عبد الرزاق محمد الدليمي (2011): الاعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
30. عبده إبراهيم الدسوقي (دون سنة): وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية.



31. عدنان يوسف العتوم (2008): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الرابعة، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان.
32. عدنان يوسف العتوم (2009): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار إثراء للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
33. علاء الدين محمد عفيفي (2015): الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الطبعة الأولى، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.
34. علي خليل شقرة (2014): الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
35. علي عبد الفتاح (2014): الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان.
36. كامل علي الزبيدي (2003): علم النفس الاجتماعي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
37. ليلى أحمد جرار (2012): الفاييس بوك والشباب العربي، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان.
38. ماهر عودة الشمايلة وآخران (2015): الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الإعمار للنشر والتوزيع، عمان.
39. ماهر عودة الشمايلة وآخران (2015): تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار الأعمار العالمي للنشر والتوزيع، عمان.
40. محمد معوض وعبد السلام (2012): التسويق والاتصال، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
41. محمد شفيق (2003): الإنسان والمجتمع مقدمة في علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

42. مدحت عبد الحميد أبو زيد (2011): الموسوعة المسلسلة في سيكولوجية الإدمان بحوث في الشخصية الإدمانية، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع والطباعة، الإسكندرية.
43. محمود فتحي عكاشة و زكي محمد شفيق (2000): المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحدى، الإسكندرية.
44. محمد شحاتة ربيع (2004): قياس الشخصية، الطبعة الخامسة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
45. محمود السيد أبو النيل (2009): علم النفس الاجتماعي عربيا وعالميا، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر.
46. محمد عبد السلام يونس (2008): القياس النفسي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
47. مروان حويج (2006): المدخل إلى علم النفس العام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
48. محمد جاسم العبيدي و باسم محمود ولي (2015): المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
49. محمد عودة الريماوي (2006): علم النفس العام، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
50. نبيل عبد الهادي (2013): تشكيل السلوك الاجتماعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
51. وائل مبارك خضر فضل الله (2012): أثر الفاييس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، السودان.

52. ياسين خضر بياتي (2014): الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، الطبعة الأولى، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان.

### الرسائل:

1. مريم ناريمان نومار (2012): استخدام مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة على موقع الفايس بوك في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة.

2. نوال بوتة (2011): اتجاهات الأساتذة والطلبة نحو استخدام الانترنث كمصدر للمعلومات التعليمية والبحثية، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة.

### المقالات:

1. الصادق رابح (2013): وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 15.

### المعاجم:

1. علي عبد الرحمان صالح (2014): المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.

2. مجدي عزيز إبراهيم (2009): معجم المصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.

3. مي عبد الله (2014): المعجم في المفاهيم الحديثة والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، لبنان.

## المحاضرات:

1. صبرينة حديدان (2016/2015): محاضرات في قياس الاتجاهات والرأي العام، مطبوعة موجهة

لطلبة السنة الثالثة علم اجتماع الاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل.

## المواقع الإلكترونية:

1. شعيب سعدين (2017/12/13): آخر الأخبار (Original)، إحصائيات الفيس بوك في الجزائر

و 20 مليون مستخدم شهري سنة 2017، الساعة 11:16.

الملاحق

**الملحق رقم (01): قائمة المحكمين للاستبيان في صورته الأولية.**

الدرجة العلمية	التخصص	الأستاذ (ة)	الرقم
ماجستير	إرشاد نفسي وتوجيه تربوي مهني	عبايدية أحلام	01
أستاذة محاضرة "ب"	علم النفس التربوي	علوطني سهيلة	02
أستاذ مساعد "أ"	علوم التربية	قرفي محمد	03
أستاذة محاضرة "ب"	علم النفس الاجتماعي	مشري زوبيدة	04
أستاذ مساعد "أ"	مناهج وأساليب التدريس	هاين ياسين	05

الملحق رقم (02): الاستبيان بعد التحكيم.

جامعة محمد الصديق بن يحي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا

تخصص : إدارة وإشراف بيداغوجي

استبيان دراسة بعنوان

# اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإدارة والإشراف البيداغوجي

إشراف الأستاذ (ة) :

- جردير فيروز

إعداد الطالبة :

- مشيرح نجوى

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة :

في إطار انجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر حول الموضوع المشار إليه أعلاه نضع بين أيديكم هذه الاستمارة نطلب منكم الإجابة على العبارات التالية ، ووضع علامة (x) أمام الجواب الصحيح من وجهة نظركم مع العلم أن ما تدلون به لخدمة البحث العلمي مع السرية التامة ، ولن تستخدم إلا لأغراض علمية فقط .

السنة الدراسية : 2018/2017

## البيانات الشخصية :

- الجنس: ذكر  أنثى
- المستوى الدراسي: الثانية  الثالثة  ماستر 1  ماستر 2
- هل لديك حساب على : الفيس بوك  تويتر

أخرى تذكر : .....

المحور	الرقم	البند	موافق	محايد	غير موافق
المحور الأول: تبادل المعارف	1	شبكات التواصل الاجتماعي وفرت لي الكثير من الوقت في الحصول على المعلومات			
	2	شبكات التواصل الاجتماعي مصدر موثوق به في الحصول على المعارف			
	3	الحصول على معلومات عبر شبكة التواصل الاجتماعي يكون مجانيا			
	4	شبكات التواصل الاجتماعي توفر لي معارف أجد صعوبة في الحصول عليها			
	5	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من اقتناء كتب الكترونية			
	6	شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في انجاز أبحاث علمية			
	7	شبكات التواصل الاجتماعي تثري رصيدي المعلوماتي			
	8	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من التواصل مع أساتذتي في الجامعة			
	9	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من التواصل مع زملائي في الدراسة			
	10	لدي رغبة في الانضمام إلى مجموعات خاصة بالأبحاث العلمية			



			شبكات التواصل الاجتماعي تثير لدي تساؤلات خاصة بالبحث العلمي	11	المحور الثاني : بناء العلاقات الاجتماعية
			شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من تعلم اللغات الأجنبية	12	
			شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على معرفة أشخاص لديهم نفس اهتماماتي	13	
			شبكات التواصل الاجتماعي تشعرني أنني شخص اجتماعي	14	
			شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على التواصل مع أصدقائي	15	
			شبكات التواصل الاجتماعي تشجعني على الانخراط في مجموعات اجتماعية مختلفة	16	
			شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من تجنب العزلة	17	
			شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني في تكوين علاقات مع أصدقاء جدد	18	
			شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على الاتصال بأقاربي	19	
			شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من بناء علاقات مع الجنس الآخر	20	
			شبكات التواصل الاجتماعي تساعدني على بناء علاقات اجتماعية مع أشخاص من جنسيات مختلفة	21	
			شبكات التواصل الاجتماعي تشعرني بأهمية العلاقات الاجتماعية	22	
			الصدقات التي أبنيتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي تدوم مدة طويلة	23	



الملحق رقم (03): مخرجات البرنامج الإحصائي (Spss).

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type	Variance
المقياس	80	2,4136	,31905	,102
المعارف_تبادل	80	2,4552	,31543	,099
العلاقات_بناء	80	2,3682	,39186	,154
VAR00001	80	2,5500	,77786	,605
VAR00002	80	1,6375	,66072	,437
VAR00003	80	2,4875	,76297	,582
VAR00004	80	2,3000	,80190	,643
VAR00005	80	2,6125	,72030	,519
VAR00006	80	2,5875	,75797	,575
VAR00007	80	2,7000	,56029	,314
VAR00008	80	2,4000	,82062	,673
VAR00009	80	2,9500	,31422	,099
VAR00010	80	2,5125	,76297	,582
VAR00011	80	2,2375	,83049	,690
VAR00012	80	2,4875	,76297	,582
VAR00013	80	2,4250	,80779	,653
VAR00014	80	2,4625	,77857	,606
VAR00015	80	2,9125	,39598	,157
VAR00016	80	2,4625	,74534	,556
VAR00017	80	2,1875	,79705	,635
VAR00018	80	2,6000	,72216	,522
VAR00019	80	2,8375	,46235	,214
VAR00020	80	1,9625	,87791	,771
VAR00021	80	2,3750	,81714	,668
VAR00022	80	2,1875	,81277	,661
VAR00023	80	1,6375	,78343	,614
N valide (liste)	80			

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	18	22,5	22,5	22,5
أنثى	62	77,5	77,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

المستوى

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ثانية	32	40,0	40,0	40,0
ثالثة	27	33,8	33,8	73,8
ماستر 1	10	12,5	12,5	86,3
ماستر 2	11	13,8	13,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

الحساب

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide الفيسبوك	69	86,3	86,3	86,3
تويتر	1	1,3	1,3	87,5
معا	10	12,5	12,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00001**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	14	17,5	17,5	17,5
محاييد	8	10,0	10,0	27,5
موافق	58	72,5	72,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00002**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	37	46,3	46,3	46,3
محاييد	35	43,8	43,8	90,0
موافق	8	10,0	10,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00003**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	13	16,3	16,3	16,3
محاييد	15	18,8	18,8	35,0
موافق	52	65,0	65,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00004**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	17	21,3	21,3	21,3
محاييد	22	27,5	27,5	48,8
موافق	41	51,3	51,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00005**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	11	13,8	13,8	13,8
محاييد	9	11,3	11,3	25,0
موافق	60	75,0	75,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00006**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	13	16,3	16,3	16,3
محاييد	7	8,8	8,8	25,0
موافق	60	75,0	75,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00007**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	4	5,0	5,0	5,0
محاييد	16	20,0	20,0	25,0
موافق	60	75,0	75,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00008**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	17	21,3	21,3	21,3
محاييد	14	17,5	17,5	38,8
موافق	49	61,3	61,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00009**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	2	2,5	2,5	2,5
موافق	78	97,5	97,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00010**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	13	16,3	16,3	16,3
محاييد	13	16,3	16,3	32,5
موافق	54	67,5	67,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00011**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	20	25,0	25,0	25,0
محاييد	21	26,3	26,3	51,3
موافق	39	48,8	48,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00012**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	13	16,3	16,3	16,3
محاييد	15	18,8	18,8	35,0
موافق	52	65,0	65,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00013**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	16	20,0	20,0	20,0
	محايد	14	17,5	17,5	37,5
	موافق	50	62,5	62,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

**VAR00014**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	14	17,5	17,5	17,5
	محايد	15	18,8	18,8	36,3
	موافق	51	63,8	63,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

**VAR00015**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	3	3,8	3,8	3,8
	محايد	1	1,3	1,3	5,0
	موافق	76	95,0	95,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

**VAR00016**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	12	15,0	15,0	15,0
	محايد	19	23,8	23,8	38,8
	موافق	49	61,3	61,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

**VAR00017**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	19	23,8	23,8	23,8
	محايد	27	33,8	33,8	57,5
	موافق	34	42,5	42,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

**VAR00018**

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	11	13,8	13,8	13,8
	محايد	10	12,5	12,5	26,3
	موافق	59	73,8	73,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

**VAR00019**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	3	3,8	3,8	3,8
محاييد	7	8,8	8,8	12,5
موافق	70	87,5	87,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00020**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	32	40,0	40,0	40,0
محاييد	19	23,8	23,8	63,8
موافق	29	36,3	36,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00021**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	17	21,3	21,3	21,3
محاييد	16	20,0	20,0	41,3
موافق	47	58,8	58,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00022**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	20	25,0	25,0	25,0
محاييد	25	31,3	31,3	56,3
موافق	35	43,8	43,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**VAR00023**

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	44	55,0	55,0	55,0
محاييد	21	26,3	26,3	81,3
موافق	15	18,8	18,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
,806	,814	23

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
,611	,634	12

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
,742	,749	11

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,671	23