

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة



مذكرة بعنوان

استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة

- دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

* حورية بولعويدات

إعداد الطالبتين:

❖ ليلي بورويس

❖ رقية بورويس

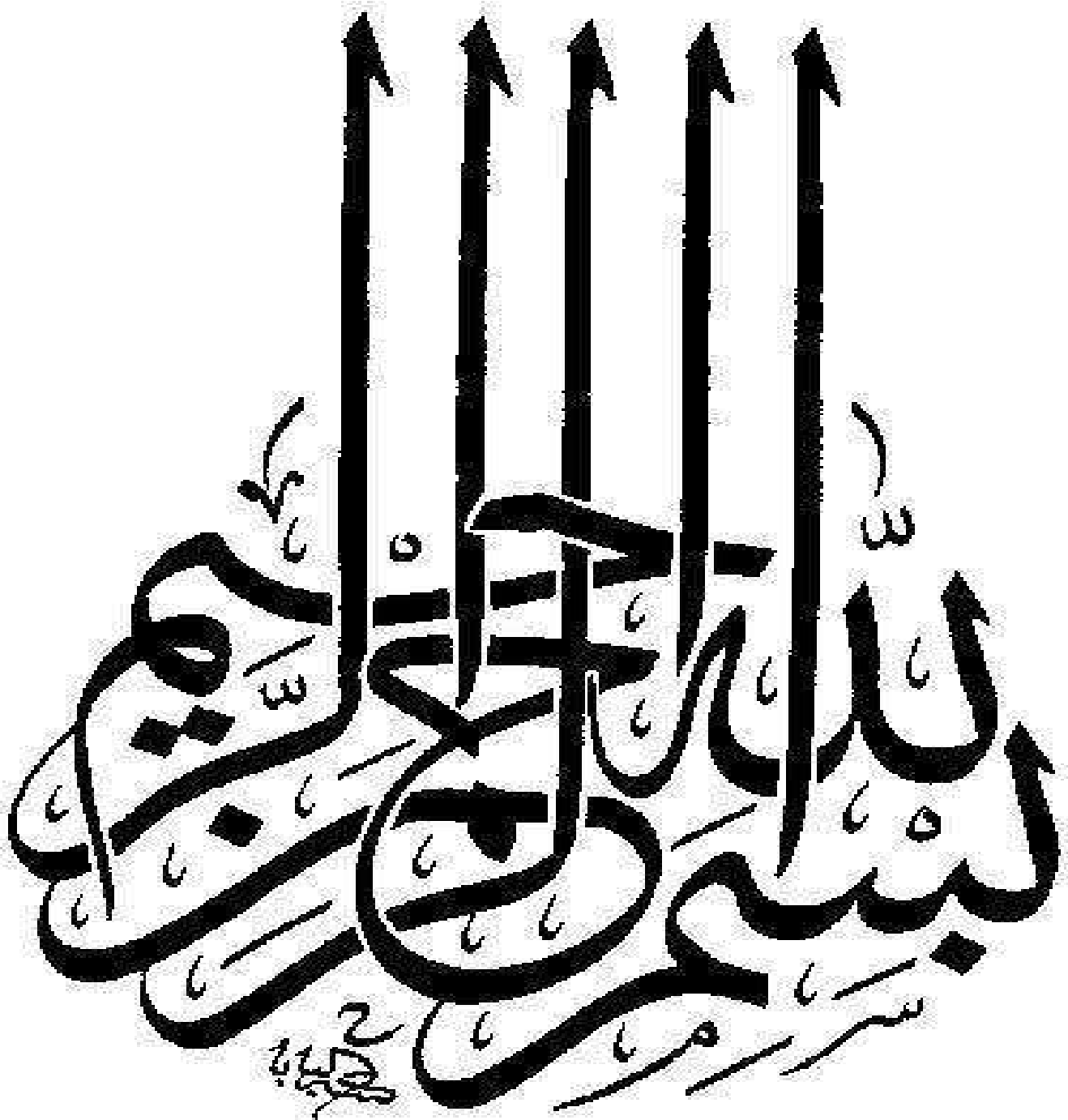
لجنة المناقشة

(1) الأستاذة: نبيل خيري..... رئيسا

(2) الأستاذة: حورية بولعويدات..... مشرفا ومقررا

(3) الأستاذة: فيروز بوزيدة..... مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018م



القول المأثور

إني رأيت أنه ما كتب أحدهم في يومه كتابا إلا قال في غده:
" لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد ذلك لكان يستحسن،
ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك ذاك لكان أجمل، وهذا
من أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء النقص على "جملة
البشر".

" العماد الأصفهاني "

شكر و عرفان

"من عالما.. فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فأحب العلماء،

فإن لم تستطع فلا تبغضهم"

بعد رحلة بحث وجهد واجتهاد تكلفت بإنجاز هذا البحث، نحمد الله عز

وجل على نعمه التي منّ بها علينا فهو العلي القدير، كما لا يسعنا إلا أن

نخص بأسمى عبارات الشكر والتقدير للأستاذة المشرفة "حورية

بولعويديت" لما قدمته لنا من جهد ونصح ومعرفة طيلة إنجاز هذا البحث

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى من زرعو التفاؤل في دربنا وقدموا لنا

المساعدات والتسهيلات والمعلومات

إلى الذين كانوا عوناً في بحثنا هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف

أحيانا في طريقنا

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
02	تمهيد
23-03	أولاً: إشكالية الدراسة
05-03	1- تحديد المشكلة
06-05	2- أسباب اختيار الموضوع
06	3- أهداف الدراسة
20-06	4- الدراسات السابقة والمشاهدة
23-20	5- تحديد مفاهيم الدراسة
23	6- فرضيات الدراسة
30-23	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة
24-23	1- مجالات الدراسة
26-24	2- مجتمع البحث والعينة
27-28	3- تحديد منهج ونوع الدراسة
30-28	4- أدوات جمع البيانات
35-31	ثالثاً: المقاربة النظرية للدراسة
33-31	1- نظرية الاستخدامات والإشباع
33	2- فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع
34	3- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الدراسة
35	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار النظري	

38	تمهيد
68-39	أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي
39	1-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
41-40	2- دور مواقع التواصل الاجتماعي
41	3-أنماط الشبكات الاجتماعية
43-41	4-مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
44-43	5-الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية
45-44	6-مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
48-45	7-فوائد مواقع التواصل الاجتماعي
51-48	8-سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
60-51	9-أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
63-60	10- أنواع الشبكات الاجتماعية
64-63	11- الشبكات الاجتماعية قضايا شائكة
66-64	12- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين
67-66	13- المشاكل الاجتماعية الناجمة عن مواقع التواصل الاجتماعي
67	14- شبكات التواصل الاجتماعي من منظور إعلامي
68-67	15- إحصائيات وأرقام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي
69	تمهيد
79-70	ثانياً: التعليم الثانوي
70	1-تعريف التعليم الثانوي
75-71	2-تطور التعليم الثانوي بالجزائر
75	3-مميزات التعليم في المرحلة الثانوية
76	4-أهمية التعليم في المرحلة الثانوية
77-76	5-وظائف التعليم في المرحلة الثانوية
79-77	6-العملية التعليمية في التعليم الثانوي

80	تمهيد
90-81	ثالثا: المراهقة
81	1- تعريف المراهقة
82-81	2- فترة المراهقة
83-82	3- التغيرات في المراهقة
84	4- خصائص المراهقة
86-84	5- المراهقة فهم أفضل
87-86	6- مشاكل المراهقة
88	7- حاجات مراهقي التعليم الثانوي
89	8- نصائح عامة تخص مرحلة المراهقة
90	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار الميداني	
92	تمهيد
119-93	أولاً: تفرير وتحليل البيانات
95-93	1- البيانات الشخصية
107-96	2- عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
111-107	3- دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
119-112	4- الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
124-119	ثانياً: نتائج الدراسة
122-119	1- النتائج الجزئية
122	2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
123	3- مناقشة النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع
124	4- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
126	خاتمة

فهرس المحتويات

127	التوصيات والاقتراحات
133-129	قائمة المصادر والمراجع
142-135	قائمة الملاحق
145-144	الملخصات

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
93	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
94-93	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
94	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
95-94	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن	04
95	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	05
96	يوضح موقع التواصل الاجتماعي الذي يملكه المبحوثين حساب فيه	06
97	يوضح المواقع الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين	07
98-97	يوضح كيفية تعرف المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي	08
98	يوضح مدة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	09
99-98	يوضح معدل دخول المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	10
99	يوضح فترات دخول أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	11
100	يوضح كيفية دخول المبحوثين إلى حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	12
-100 101	يوضح لماذا يستخدم المبحوثين الإسم الحقيقي	13
101	يوضح لماذا يستخدم المبحوثين الإسم المستعار	14
102	يوضح الأشخاص الذين يقبل أفراد العينة إضافتهم في حساباتهم	15
103	يوضح عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها أفراد العينة	16
-103 104	يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي	17
104	يوضح مدى تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	18
105	يوضح المكان المفضل للمبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	19
-105 106	يوضح ما إذا كان المبحوثين يجدون سهولة في استخدام مواقع التواصل	20

	الاجتماعي أم لا	
106	يوضح نوع الشبكة التي يستخدمها المبحوثين للتولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي	21
107	يوضح نوع الجهاز الذي يستخدمه المبحوثين للتولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي	22
-107 108	يوضح رأي المبحوثين في سبب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي	23
-108 109	يوضح هدف المبحوثين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	24
-109 110	يوضح دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	25
-110 111	يوضح الحاجات التي تلبها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين	26
111	يوضح مدى مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في تحقيق بعض الحاجات	27
-112 113	يوضح الإشباعات التي حققها المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي	28
-113 114	يوضح درجة استفادة أفراد العينة من مواقع التواصل الاجتماعي	29
114	يوضح درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجات أفراد العينة	30
115	يوضح اعتقاد أفراد العينة حول ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي أثرت تأثيراً فكرياً على المستخدم أم لا	31
-115 116	يوضح رؤية أفراد العينة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتهم في الواقع	32
-116 117	يوضح اعتقاد أفراد العينة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستواهم الدراسي أو أدائهم الوظيفي	33
117	يوضح اعتقاد أفراد العينة حول ما إذا كان لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تطوير شخصية الفرد أم لا	34

118	يوضح نية أفراد عينة الدراسة حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلا	35
119	يوضح ما إذا كان أفراد العينة يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أم لا	36

مقدمة

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة كافة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، فقد فتحت المجال لما يسمى مواقع التواصل الاجتماعي من فايسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها من المواقع الأخرى التي توغلت في جميع مجالات الحياة ليصل توغلها إلى تلاميذ الطور الثانوي، ومنه يمكن القول أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار استخدامها بين التلاميذ أدى هذا إلى تحقيقهم عدة إشباكات.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباكات المحققة من هذا الاستخدام، وبذلك قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول كانت كالآتي:

الفصل الأول: وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأهدافها، وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة، ثم قمنا بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة بتحديد مجالات الدراسة والعينة الممثلة لمجتمع الدراسة، والمنهج المناسب وأداة جمع البيانات المعتمدة في الدراسة، كما تم تحديد المقاربة النظرية للدراسة والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباكات وإسقاطها على الدراسة.

الفصل الثاني: وتم فيه تقديم عرض موجز عن نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، ودور هذه المواقع ومميزاتها وكذلك الخدمات التي تقدمها ومجالات استخدامها، بالإضافة إلى فوائدها وسلبياتها وأبرز مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: تناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراسة، ومناقشتها في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع وفي ضوء الفرضيات والدراسات السابقة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة

- 1- تحديد المشكلة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- الدراسات السابقة والمشابهة
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 6- فرضيات الدراسة

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- مجالات الدراسة
- 2- مجتمع البحث والعينة
- 3- تحديد منهج ونوع الدراسة
- 4- أدوات جمع البيانات

ثالثاً: المقاربة النظرية للدراسة

- 1- نظرية الاستخدامات والإشباع
- 2- فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع
- 3- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

سيتم في هذا الفصل التطرق إلى إشكالية الدراسة انطلاقاً من تحديد المشكلة، مروراً بتوضيح أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، ثم عرض الدراسات السابقة والمتشابهة وتحديد المفاهيم المشكلة للموضوع، لنتقل إلى التطرق للإجراءات المنهجية المتبعة بدءاً بتحديد مجالات الدراسة، فمجتمع البحث والعينة، وصولاً إلى منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

أولاً: إشكالية الدراسة

1- تحديد المشكلة:

لم تشهد الإنسانية ثورة اتصالية ومعرفية مثلما شهدته في هذا العصر، حيث يتاح لكل إنسان يحي على هذه الأرض أن يعبر عن آرائه ومعتقداته واتجاهاته نصاً وصورة وأفلاماً، في أي وقت وفي أي مكان ولا يحتاج الفرد وهو يمارس ذلك الحق إلى معدات ثقيلة العتاد أو أجهزة ينوء بحملها، فقد قدمت الهواتف على اختلاف أنواعها ومسمياتها وخاصة الذكية منها الحل السحري لهذه المعادلة (يسر في التدوين وسهولة في النشر في الفضاء الافتراضي الفسيح وإمكانية التشارك لكل من يطوف هذا العالم الافتراضي، سواء في شرق الكرة الأرضية أو غربها شمالها أو جنوبها)، ولعل مقولة العالم الكندي مارشال ماكلوهان "العالم أصبح قرية صغيرة" التي ردها منذ عقود من الزمن حين أصبح التلفزيون وسيلة إعلامية جماهيرية تصل بالصوت والصورة إلى بقاع متعددة من الأرض.

غير أن تحول العالم إلى وحدة متناهية الصغر بات أكثر وضوحاً من ذي قبل فإذا كان التلفزيون قد جعل العالم قرية صغيرة وفقاً لماكلوهان فإن الأنترنت ربما حولت العالم إلى كوخ يعيش فيه كل البشر باختلاف ألوانهم وألسنتهم ومشاربهم، حيث أحدثت تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال الإنساني الجماهيري، وأخذت العلاقات الاجتماعية بين الأفراد شكلاً آخر عما كانت عليه قبل ظهور الأنترنت من حيث سهولة التواصل والتعارف وتقريب المسافات وإلغاء الحدود والمزاوجة بين الثقافات والتغلب على القيود والأنظمة التي تفرضها الدول على وسائل الإعلام التقليدية.⁽¹⁾

ومن أبرز خدمات شبكة الأنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتبر جيل جديد في عالم الاتصال والتواصل، لما يتميز به من العالمية والمرونة والخدماتية والتفاعلية والمشاركة وإتاحة المضامين والتطبيقات المفتوحة المصدر والسرعة الفائقة في تبادل المعلومات بين المتلقي والمرسل.

⁽¹⁾ رضا أمين، الإعلام الجديد، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015، ص 11.

وقدمت شبكات التواصل الاجتماعي بخصائصها ومميزاتها المتنوعة منصة اجتماعية ومعلوماتية واسعة، أمكن توظيفها في شتى المجالات السياسية والإعلامية والاجتماعية والتعليمية والاقتصادية وأصبحت من الأولويات لدى الشركات والمؤسسات والأفراد وحتى وسائل الإعلام التقليدية من أجل إيصال رسالتها للآخرين، وقد تنوعت هذه الرسائل من حيث الإشباع المراد تحقيقها لجمهور المتلقين، فهؤلاء ربما هم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة.

ومن هنا لاقت مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا واسعا من قبل جمهور المتلقين وأصبحت متنفسا لكل فئات المجتمع عامة وتلاميذ المرحلة الثانوية على وجه الخصوص، حيث يعد هؤلاء من الفئات المهمة في المجتمع باعتبارهم الجيل الصاعد الذي يعتبر أداة للتغيير والبناء والتطور مستقبلا، بالإضافة إلى أنهم الأكثر تقبلا للتكنولوجيا، حيث أن هذه المواقع غيرت أنماط حياة التلاميذ وطريقة تواصلهم الاجتماعي مع مجتمعاتهم الافتراضية والحقيقية، مما أدى حسب اعتقادنا إلى تراجع مستويات التحصيل الدراسي، حيث استنفدت مواقع التواصل الاجتماعي طاقات الكثير من التلاميذ الذين يقضون معظم أوقاتهم أمام شاشة الحاسوب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية بشكل وصل إلى حد الإدمان وبت معه من الصعب على التلاميذ التركيز في الدراسة، ورغم كل هذا فهناك من يتخذها وسيلة للفائدة، إذ تحولت هذه المواقع إلى مصدر لتوسيع دائرة معارفهم وصدقاتهم ومصدر للمعلومات والخبرات بين الكثيرين منهم، فضلا عن أن هذه المواقع تساهم بشكل كبير في ملء فراغاتهم.

وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

فيما تكمن استخدامات تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي وما هي الإشباع المحققة من ذلك؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية هي كالاتي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام تلاميذ عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي دوافع وحاجات هذا الاستخدام لدى تلاميذ عينة الدراسة؟

- ما هي الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

● أهمية الموضوع:

تتبع أهمية الموضوع في كونه من المواضيع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي والتي أثرت على المجتمع وأفكاره وتوجهاته بل كان لها تأثير كبير على الساحة السياسية والاجتماعية والنفسية في العالم أجمع، كما ازداد اهتمام المجتمع وخاصة فئة الشباب ومنهم التلاميذ بمواقع التواصل الاجتماعي، حتى أصبح أغلبهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كنافذة لهم على المجتمع الخارجي.

كما تكمن أهمية الموضوع في أنها تضيف بعض المعلومات حول استخدام تلاميذ الثانويات لهذه المواقع، بالإضافة أن هذا الموضوع يفتح الباب والمدخل للباحثين والمرشدين التربويين والمديرين والمدرسين والأهل لمعرفة استخدامات تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي، والتأثير الذي تحدثه على المتغيرات النفسية والاجتماعية لديهم.

● حداثة الموضوع:

استمد الموضوع حداثة من انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال وظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح لها دور مهم في شتى مجالات الحياة، حيث لقت إقبالا كبيرا من طرف التلاميذ وأضحت تؤثر عليهم سواء بالسلب أو بالإيجاب.

● التعمق ومواصلة البحث في الموضوع:

ارتأينا من خلال ملاحظتنا اليومية ومن خلال بعض الإطلاعات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى التفكير في البحث والتقصي والتعمق في استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة من أجل الوصول إلى نتائج تقدم فائدة للباحثين والمؤسسات التعليمية

للإستدلال والإستفادة منها، بالإضافة إلى توفير دراسة علمية إعلامية تعزز ما سبقها من دراسات تسهم في إضافة قضية بحثية جديدة وتجربة جديدة في الدراسة والتحليل.

3- أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل تلاميذ الثانويات والإشباعات المحققة من هذه الاستخدامات.
- التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها تلاميذ الثانويات وما هي الأكثر استخداما لديهم.
- التعرف على دوافع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل تلاميذ الثانويات.
- التعرف على أبرز الإيجابيات والسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر تلاميذ الثانويات.
- التعرف إلى مدى ثقة تلاميذ الثانويات في مواقع التواصل الاجتماعي.
- لفت انتباه تلاميذ الثانويات إلى الأضرار والسلبيات التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي.

4- الدراسات السابقة والمشابهة:

● الدراسات الجزئية:

- ✓ دراسة علي حوش ومحمد بوزريعة بعنوان استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة، أُنجزت الدراسة بجامعة جيجل في سنة 2016-
- 2017 بغرض نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قامت الدراسة على تساؤل رئيسي متمثل في: ما هي استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك والإشباعات المحققة منه، أما التساؤلات الفرعية فهي كالآتي:
- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي النتائج المترتبة عن استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أما فرضيات الدراسة فتمثلت في:

- دوافع الطلبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل.

- الحاجات النفسية هي أهم ما يشبعه الطلبة من تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

- أدى استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي إلى نتائج سلبية.

نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال في جميع السنوات والتخصصات حيث يبلغ 1489 طالب، وبالنسبة لعينة الدراسة تم استخراجها باستخدام العينة الطبقية حيث بلغت 250 طالب واستخدمت الدراسة استمارة الإستبيان في جمع البيانات.

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

بالنسبة للبيانات الشخصية فقد تبين أن أغلب أفراد العينة في جميع السنوات كانت من الإناث بنسبة 37.61% مقابل 26.38%.

وتبين أن أغلب الباحثين يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم بنسبة 50% ويفضل 80% منهم الفترة الليلية لاستخدامه كما أن 80% يستخدمون الموقع دائماً.

بالنسبة للدوافع والإشباع التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك فلقد تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب الباحثين ساعدهم موقع الفايسبوك على تكوين صداقات جديدة.

لقد تبين من نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة لا يشعرون بالقلق والإضطراب في حالة غيابهم عن الفايسبوك.

- التعقيب على الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف إلى المناهج والأدوات المستخدمة والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة.

واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث عينة الدراسة حيث استخدمت الطلبة الجامعيين كذلك اختلفت في المكان الجغرافي حيث أجريت الدراسة بجامعة تاسوست.

ولقد اتفقت الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحوث الوصفية، المنهج الوصفي) وأداة جمع البيانات (استمارة استبيان) وكذلك اتفقت من حيث المقاربة النظرية للدراسة (الاستخدامات والإشباع).
✓ دراسة نصيرة شلحيون ومريم بوعيطة بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري، أنجزت الدراسة بجامعة جيجل في سنة 2016-2017 بغرض نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

قامت الدراسة على تساؤل رئيسي تمثل في:

- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاتصال الأسري؟

أما التساؤلات الفرعية فهي كالآتي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لدى الأسر بولاية جيجل؟

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام أفراد الأسر بولاية جيجل لموقع الفايسبوك؟

- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على التواصل ما بين أفراد الأسرة الواحدة؟

نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة تمثل في الأسر التي يستخدم أفرادها موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" بحي 60 مسكن سيدي مسعود بولاية جيجل والذي يبلغ عدد الأسر فيه 137 أسرة وهو يمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة، وبالنسبة لعينة الدراسة فهي عينة قصدية وقد تم اختيار 102 أسرة يستخدم على الأقل فردا واحدا موقع الفايسبوك.

واستخدمت الدراسة استمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات.

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

بالنسبة للبيانات الشخصية فقد تبين أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، فقد بلغت 51% من الأفراد المستخدمين لموقع الفيسبوك، بينما الذكور بنسبة 49% وتبين أن نصف أفراد المبحوثين بدءوا يستخدمون الموقع منذ سنة إلى ثلاث سنوات وذلك بنسبة 47% يليهم 27.5% يستخدمونه منذ أقل من سنة في حين يستخدمه 25.5% منذ ثلاث سنوات إلى ست سنوات، كما أن الفترة الليلية هي المفضلة لتصفح موقع الفايسبوك لدى كل فئات المبحوثين وذلك بنسبة قدرت بـ 72.5% حين يفضل 14.7% منهم استخدامه مساءً و 10.8% صباحاً.

وبالنسبة للخدمات المفضلة لدى المبحوثين فقد تبين أن أكثر خدمة يفضلها المبحوثين هي الدردشة مع الأصدقاء بنسبة قدرت بـ 74.5% مع جميع الفئات تليها خدمة القراءة والتعليق على مشاركات الأصدقاء بنسبة 41.2% وأن نسبة 30.4% يكتفون بقراءة مشاركات الأصدقاء.

لقد تبين من نتائج الدراسة أن استخدام الفايسبوك قلل من الحوار الشخصي التفاعلي والمواجهي بين أفراد الأسرة.

- التعقيب على الدراسة:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث عينة الدراسة حيث استخدمت أفراد الأسر كذلك اختلفت في المكان الجغرافي حيث أجريت الدراسة بحي 60 مسكن سيدي مسعود بولاية جيجل. ولقد اتفقت الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم وأداة جمع البيانات (استمارة استبيان) وكذلك إتفقت من حيث المقاربة النظرية للدراسة (الإستخدامات والإشباعات).

✓ دراسة حليلة لكحل وربيحة زايدى بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية، أنجزت الدراسة بجامعة زيان عاشور الجلفة سنة 2016/2017 لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي قامت الدراسة على التساؤل الرئيسي المتمثل في:

ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية؟

واندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- هل يؤثر استخدام الزوج لمواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية؟

- هل يساعد استخدام الزوج لمواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري؟

أما فروض الدراسة فكانت من بينها:

- يؤثر الاستخدام المفرط للزوج لمواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية.

- يؤدي استخدام الزوج لمواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري، أما نوع هذه الدراسة فهي تندرج

ضمن الدراسات الوصفية، والمنهج المستخدم فيها هو المنهج الوصفي.

واستخدمت الدراسة استمارة استبيان في جمع البيانات، من بين النتائج التي تخدمنا في دراستنا.

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجداول التي سبق وأن حللنا نتائجها أن الإستخدام المفرط للفيسبوك وتخصيصهم مدة طويلة يجعلهم ينزلون عن أسرهم حتى وإن كان يستخدمونه في البيت، وذلك بنسبة 50%، كون هذا الموقع يفتح لهم المجال للتواصل والتفاعل دون تنقل فيدفعه لإقامة علاقات المعلومات والجنس الآخر، والبحث عن أصدقاء من بلدان مختلفة وتكوين صداقات واكتساب معارف جديدة يجعله غير مهتم بزوجته وهذا بنسبة (35.7%).

● التعقيب على الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في صياغة الإشكالية وتساؤلات الدراسة واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث مجتمع الدراسة، لقد اتفقت الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم والبحوث الوصفية، المنهج الوصفي.

✓ دراسة مريم نريمان نومار، بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر.

أنجزت الدراسة بجامعة الحاج لخضر- باتنة- في سنة 2011-2012، بغرض نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال.

قامت الدراسة على تساؤل رئيسي متمثل في: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

أما التساؤلات الفرعية فهي كالتالي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى الجزائريين؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أما فرضيات الدراسة فتمثلت في:

- تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك لدى الجزائريين من مستخدم لآخر تبعا لمتغيري الجنس والسن.
- يلجأ مستخدم موقع الفايسبوك في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.
- استخدام الفايسبوك يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه.
- نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وبالنسبة لعينة الدراسة تم استخراجها باستخدام العينة القصدية حيث بلغت (280 مفردة)، واستخدمت الدراسة في جمع البيانات، كل من: الملاحظة والاستبيان.

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

- تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 52.07% ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع.
- وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42.64%، ويفضل 61.50% منهم الفترة الليلية لاستخدامه.
- يدخل أفراد العينة للفايسبوك من المنزل بنسبة 61.50% ويميل منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه 6.41% مع أصدقائهم.
- أغلب أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك بدافع التواصل مع الأصل إلى جانب التثقيف بنفس النسبة 14.75 ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84، يليه الترفيه والتسلية بنسبة 12.71%.

- كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفايسبوك بهويتهم الحقيقية بنسبة 66.03 % فيما يدخل 33.33 % بهوية مستعارة ويستخدم هؤلاء الهوية الحقيقية، حتى يجدهم معارفهم بسهولة بنسبة 60.57 % فيما يستخدمها 39.42 % حتى يحظوا بثقة المتفاعلين معهم.
- أما مستخدمو الهوية المستعارة فأغلبهم يستخدموه بدافع التصرف بكل حرية في الموقع.
- يتوقع 48.30 % من المبحوثين أنهم سيتركون استخدامهم للفيسبوك كما هو، في الوقت الذي ينوي فيه 27.92 % أن يقلل من استخدامه للموقع مقابل 15.09 % ينوي أن يزيد من استخدامه و 8.67 % ينوي التوقف عن استخدامه.

● التعقيب على الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في بلورة بعض أسئلة الاستبيان، كما أن هذه الدراسة اختلفت مع دراستنا من حيث عينة الدراسة وكذلك المكان الجغرافي التي أجريت فيه الدراسة، وكذلك أدوات جمع البيانات، حيث استخدمت مع الاستبيان الملاحظة أيضا، كما أنها اتفقت مع دراستنا من حيث: نوع الدراسة والمنهج المستخدم.

● الدراسات العربية:

- ✓ دراسة صلاح محمد أبو صلاح بعنوان استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، أنجزت الدراسة بالجامعة الإسلامية، غزة، سنة 2014م، بغرض نيل شهادة ماجستير في الصحافة، قامت الدراسة على التساؤل الرئيسي المتمثل في:
- طبيعة استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة وانبثق عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية.
- ما مدى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أكثر شبكات التواصل استخداما من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية؟

- ما دوافع استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

أما فروض الدراسة فكانت من بينها:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية

لشبكات التواصل الاجتماعي حسب المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية

لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى الإشباع المتحقق لهم من وراء هذا الإستخدام.

أما نوع هذه الدراسة فهي تدرج ضمن الدراسات الوصفية، والمنهج المستخدم فيها هو المنهج

الوصفي.

أما فيما يخص مجتمع الدراسة فتمثل في جميع الطلبة الجامعيين في الجامعات الفلسطينية النظامية

الرئيسية الثلاث بمحافظات غزة، والبالغ عددهم (52576) طالبا وطالبة، وعينة الدراسة اختيرت وفقا للعينة

الطبقية العشوائية، تقدر ب: 400 مفردة.

واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان في جمع البيانات.

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

كشفت الدراسة أن ما نسبته 23.1% يعتبرون أن الهدف من استخدامهم لتلك الشبكات هو

الإطلاع على الأخبار والمعلومات، وما نسبته 17.7% هدفهم التواصل مع زملائهم وما نسبته 17.7%

هدفهم التسلية، وتمضية الوقت، وما نسبته 20.7% هدفهم المشاركة مع الآخرين أوضحت الدراسة أن ما

نسبته 23.4% يعتبرون أهم المجالات التي يتبعونها في شبكات التواصل الاجتماعي هي المجالات الترفيهية،

وما نسبته 20.7% يعتبرون المجالات الثقافية، وما نسبته 19% يعتبرون المجالات الاجتماعية.

اعتبر 26.5% من العينة أن أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي أنها وسيلة لتبادل المعلومات والخبرات، وما نسبته 25.8% يعتبرون من إيجابياتها الإستفادة منها في مجال الدراسة، وما نسبته 17.9% يعتبرون من إيجابياتها معرفة الأخبار المحيطة.

أشارت الدراسة إلى أن ما نسبته 29.1% يعتبرون أبرز السلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تشغل عن الدراسة، وما نسبته 19% يعتبرون أنها تؤدي إلى الكسل، وما نسبته 14.6% يعتبرون من سلبياتها اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات وتقاليد المجتمع، وما نسبته 13.3% يعتبرون من سلبياتها انتهاك الحريات الشخصية.

– التعقيب على الدراسة:

استفدنا في هذه الدراسة في صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية، كذلك استفدنا منها في إعداد إستمارة استبيان وتقسيمه وإعداد الدوافع والإشباع في الإستمارة.

واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث عينة الدراسة، حيث استخدمت الطلبة الجامعيين، كذلك اختلفت بالمكان الجغرافي حيث أجريت في الجامعة الإسلامية غزة.

ولقد اتفقت الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحوث الوصفية، المنهج الوصفي) وأداة جمع البيانات (إستمارة استبيان) وكذلك اتفقت من حيث المقاربة النظرية للدراسة (الاستخدامات والإشباع).

✓ دراسة محسن بن جابر بن عواض الزهراني بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها، أنجزت الدراسة بجامعة أم القرى في المملكة العربية السعودية سنة 2013م، بغرض نيل متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه في المناهج وطرق التدريس تخصص تقنيات التعليم قامت الدراسة على عدة تساؤلات تتمثل في:

- ما هي المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية أثناء فترة التربية العملية؟
 - ما المعوقات التي تحد من استفادة طلاب التربية العملية من مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في حل المشكلات التي تواجههم أثناء فترة التربية العملية؟
- نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في طلاب التربية العملية بكلية التربية بجامعة أم القرى والبالغ عددهم 163 طالب كانوا مسجلين في مقرر التربية العملية، وتم أخذ كامل المجتمع كعينة للدراسة.
- واستخدمت الدراسة استمارة تحليل المحتوى، الاستبانة.
- من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

أظهرت نتائج الدراسة أن الفيسبوك ساهم بدرجة كبيرة في حل المشكلات التي واجهت طلاب التربية العملية أثناء فترة التربية العملية، وأن هناك اتجاهات ايجابية بدرجة (موافق) لدى مجتمع الدراسة نحو استخدام الفيسبوك في حل المشكلات التي واجهت طلاب التربية العملية، كما أظهرت النتائج وجود معوقات تحد من استخدام الفيسبوك بدرجة (متوسطة).

- التعقيب على الدراسة:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث عينة الدراسة حيث استخدمت الطلبة الجامعيين، كذلك اختلفت في المكان الجغرافي حيث أجريت الدراسة بالمملكة العربية السعودية بجامعة أم القرى، وكذلك اختلف في أداة جمع البيانات (استمارة تحليل المحتوى).

ولقد اتفقت الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحوث الوصفية، المنهج الوصفي).

✓ دراسة أسامة غازي المدني بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، أنجزت الدراسة بجامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية في سنة 2015.

قامت الدراسة على تساؤل رئيسي متمثل في: ما طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية؟ أما التساؤلات الفرعية فكانت كالآتي:

- ما أهم أسباب استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم الموضوعات التي يحرص الباحثين على متابعتها في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أكثر القضايا أهمية بالنسبة للباحثين في المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

أما فرضات الدراسة فتمثلت في:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلاب، تبعاً لاختلاف مستويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة المعلومات تبعاً لاختلاف خبرة الباحثين باستخدام الشبكة.

نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في طلاب جامعة أم القرى، أما عينة الدراسة فقد أخذت بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة أم القرى، وقد تمثلت عينة الدراسة في (200) مفردة من ثلاث كليات، و استخدمت الدراسة استمارة استبيان في جمع المعلومات، من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

- جاءت أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الباحثين على شبكة المعلومات بشكل رئيسي في: الترتيب الأول فيسبوك بنسبة بلغت 63% وجاء في الترتيب الثاني يوتيوب، بنسبة بلغت 50% وجاء في الترتيب الثالث تويتر، بنسبة بلغت 35% وجاء في الترتيب الرابع انستغرام.

- جاء أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول: أتعرف على آراء الآخرين، بنسبة بلغت 22% وجاء في الترتيب الثاني بها آراء عن قضايانا ومشكلاتنا بنسبة 21%.

● التعقيب على الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في التعرف للمناهج والأدوات المستخدمة والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة، وكذلك بلورة بعض أسئلة استمارة الاستبيان.

واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث عينة الدراسة حيث استخدمت الطلبة الجامعيين، كذلك اختلفت في المكان الجغرافي، حيث أجريت بجامعة أم القرى في السعودية.

ولقد اتفقت الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم، وأداة جمع البيانات، بالإضافة إلى استخدام نفس المقاربة النظرية للدراسة (الاستخدامات والإشباعات).

✓ دراسة وسام طایل البشاشة بعنوان دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، أنجزت هذه الدراسة بجامعة البترا بالأردن، في سنة 2012/2013 بغرض نيل شهادة الماجستير في الصحافة والإعلام، قامت الدراسة على تساؤل رئيسي تمثل في:

ما هي دوافع استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها لرغباتهم؟

أما التساؤلات الفرعية فهي كالآتي:

- ما الدوافع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الإشباعات المحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما علاقة المتغيرات الوسيطة والنوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) بالاستخدامات والإشباع المحققة؟

أما نوع الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي التحليلي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا، حيث أن عدد الطلبة في الجامعة الأردنية (40328) طالب، وجامعة البترا (6465) طالب، وبالنسبة لعينة الدراسة تم استخراجها باستخدام العينة العشوائية، حيث يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع في هذا النوع من العينات نفس فرصة الاختيار والظهور في العينة، حيث بلغت 425 طالب، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان في جمع البيانات من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

- هناك (87.6%) من الطلبة يتابعون موقع الفايسبوك ويتابعون موقع تويتر بنسبة بلغت (5.8%) وهذا يدل على توجه كبير من الطلبة في الجامعة الأردنية وجامعة البترا نحو استخدام موقع الفايسبوك.
- كما اتضح أن (44.49%) من الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم المحمولة و(30.6%) منهم يتصفحونها عبر أجهزتهم المحمولة و(12.9%) من الطلبة يتصفحونها عبر الكمبيوتر المكتبي.
- في المرتبة الأولى كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأصل والأقارب وحاز على نسبة (89.17%) تلاها دافع الترفيه والتسلية بنسبة وصلت إلى (87.03%).

● التعقيب على الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في بلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة. واتفقت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم (البحوث الوصفية، المنهج الوصفي) وأداة جمع البيانات (استمارة استبيان)، كذلك اتفقت من حيث المقاربة النظرية للدراسة (الإستخدامات والإشباع).

ولقد اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث عينة الدراسة حيث استخدم الطلبة الجامعيين، كذلك اختلفت في المكان حيث أجريت الدراسة بالجامعة الأردنية وجامعة البترا.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم من أهم مراحل البحث العلمي لتفادي إجراء أي خلط بين الدراسات العلمية حيث يمكن أن يحمل المصطلح العديد من المعاني والدلالات، وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم الآتية:

- الإستخدام
- التلميذ
- مواقع التواصل الاجتماعي
- الإشباع المحققة
- الإستخدام:

لغة: استخدام من استخدم بمعنى اتخذه خادماً. (1)

اصطلاحاً: يعرف بأنه عملية استخراج المنفعة من الشيء والإستفادة من هذه المنفعة، فمن مظاهر تقدم أي مجتمع قدرته على استخلاص أكبر قدر من الفائدة من الشيء أو من الفكرة، ومن مظاهر تخلف أي مجتمع عجزه عن استخدام موارده أفضل استخدام ممكن. (2)

المفهوم الإجرائي:

ومصطلح الإستخدام يشير عموماً إلى عملية التصفح التي يقوم بها تلاميذ الطور الثانوي لمواقع التواصل الاجتماعي في الإطلاع إلى مختلف الأحداث والمستجدات نحو مختلف القضايا.

(1) دون كاتب، المنجد في اللغة والإعلام، ط40، بيروت: دار المشرق، 2003، ص 171.

(2) عثمان عمر بن عامر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، بنغازي: منشورات جامعة قازوينسن، د.س.ن، ص 288.

● التلميذ:

لغة: طالب العلم، وخصه أهل العصر بالطالب الصغير.

والجمع: تلاميذ وتلامذة. (1)

اصطلاحاً: الطفل الذي يلتحق بروضة أطفال أو مدرسة ابتدائية، أو من يدرس تحت إشراف مدرس. (2)

المفهوم الإجرائي:

يشير مفهوم التلميذ إلى الطفل الذي صار بإمكانه الإلتحاق بالمدرسة عند بلوغه سن محدد غالباً ما يكون هذا السن هو ست سنوات فما فوق فيندرج حينها تحت مسمى تلميذ حتى إنهائه المرحلة الثانوية وانتقاله إلى الجامعة هنا يتغير المسمى من التلميذ إلى الطالب.

● مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم.

ويمكن تعريفها بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت إسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر. (3)

(1) معجم اللغة العربية المعاصر، تمت الزيارة يوم: 15-01-2018، متاح على الرابط الإلكتروني:

Ar-ar<dict<<https://www.al/maany.com>

(2) محمد حمدان، معجم مصطلحات التربية والتعليم، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2005، ص 102.

(3) سليمان بكر كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، د.م.ن: الجنادرية للنشر والتوزيع، د.س.ن، ص 161.

- وتعرف أيضا بأنها مواقع للتواصل الاجتماعي بين المستعملين ولإقامة العلاقات الاجتماعية ولإنتاج مضامين قد تكون نصوص مكتوبة أو تسجيلات مصورة أو مسموعة ومن أشهرها فايسبوك، ماي سبيس، وتويتتر. (1)
- ويشير كومار وزملائه (Kumar, Hsia and chiu 2009) إلى أن هذا المفهوم يستخدم لوصف مجموع التكنولوجيات الرقمية التي يتم توظيفها لتقاسم المعلومات ومناقشتها وتبادل التجارب الإنسانية بين الأفراد، وذلك بطريقة أكثر فاعلية قائمة على التفاعل وبناء العلاقات الاجتماعية بصيغ تختلف عن تلك الموجودة في الواقع الفيزيائي. (2)
- ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها". (3)
- **التعريف الإجرائي:**

هي مواقع اجتماعية تفاعلية تقوم بتسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب.

(1) إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012، ص 157.

(2) الصادق رايح، وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، ع 27، الجزائر: كنوز الحكمة، 2014، ص 16.

(3) عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني د.م.ن، الجنادرية للنشر والتوزيع، د.س.ن، ص 161.

● الإشباع المحققة:

اصطلاحاً: هي تلك الإشباع التي يكتسبها الأفراد، ويحصلون عليها وتتحقق لهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لمحتوى رسائلها، والمتمثلة في تلك القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طياتها أو الفائدة التي ينطوي عليها المحتوى. (1)

كما تعرف بأنها: الإشباع التي تحدث بفعل التعرض بشكل عام. (2)

ومصطلح الإشباع المحققة يشير إلى تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.

7- فرضيات الدراسة :

- تعتبر فترة الليل من الأوقات الأكثر تصفحاً لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة .
- من دوافع استخدام تلاميذ عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، للحصول على المعرفة والهروب من المشاكل والتعايش والتواصل مع الآخرين والبعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي وضغط الحياة.
- إن الإشباع المحققة من إستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي هي إشباع المعرفة السريعة والترفيه وتكوين الاتجاهات والآراء.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- مجالات الدراسة:

إن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة، من مجال مكاني وبشري وزماني، وعليه فهي في دراستنا كالآتي:

- المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بكل من ثانوية الجمعة بني حبيبي بالجمعة بني حبيبي ولاية جيجل، والتي تقع في داخل التراب البلدي للبلدية في حي أرسى، يحدها من الجهة الشمالية، حي

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012، ص 244.

(2) علي محمد خير المغربي، الإعلام والاتصال الجماهيري، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، د.س. ن، ص 111.

سكني وطريق بلدي، ومن الجهة الغربية المقبرة ومن الجهة الشرقية محلات الرئيس وحي سكني، ومن الجهة الجنوبية طريق بلدي، يبلغ العدد الإجمالي للتلاميذ المزاولين دراستهم بها حوالي 423 تلميذا.

كذلك أجريت هذه الدراسة بثانوية هوراي بومدين بالميلية ولاية جيجل، والتي تقع في منطقة تسمى المريجة في الميلية، يحدها من الناحية الشمالية تنفدور، ومن الناحية الشرقية حي عجنق، ومن الناحية الغربية المنطقة الحرة بلارة من الجنوب منطقة الكاليتوس، يبلغ العدد الإجمالي للتلاميذ المزاولون دراستهم بها حوالي 736 تلميذا.

● **المجال الزمني:** تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة في الموسع الجامعي 2018/2017، وخلال ذلك -

فترة الإنجاز - انقسمت إلى جانبين:

○ جانب نظري: بدأ البحث في الفترة الممتدة من شهر جانفي 2017 إلى منتصف شهر مارس

2018.

○ جانب ميداني: شرعنا فيه ابتداء من منتصف شهر مارس إلى غاية نهاية شهر ماي، وقد مر

إنجازنا للجانب الميداني بمرحلتين:

● مرحلة جمع المعلومات: انطلقت من منتصف شهر مارس إلى غاية بداية شهر أفريل.

● مرحلة معالجة المعلومات: وامتدت من بداية شهر مارس إلى نهاية شهر أفريل.

1- مجتمع البحث والعينة:

● مجتمع البحث:

عادة ما يعرف المجتمع بأنه تجمع لأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة تهم البحث أو بعبارة أخرى

هو: " مجموع وحدات البحث التي نريد الحصول على بيانات منها أو عنها".⁽¹⁾ وهو أيضا يشمل جميع

عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.⁽²⁾

(1) عبد الله عامر الهماي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، بنغازي: دار الكتاب الوطنية، 2003، ص 236.

(2) رجحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، ط4، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010، ص 138.

ولما كانت دراستنا تهدف إلى البحث في استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، من خلال دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات جيغل، حيث يشمل مجتمع البحث في هذه الدراسة كل تلاميذ ثانويات جيغل المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

● عينة الدراسة:

يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل المهمة للبحث ولا شك أن الباحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه يفكر في عينة البحث، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل: العينة، إضافة إلى ذلك فإن الأهداف التي يضعها الباحث لبحثه والإجراءات التي سيستخدمها، ستحدد طبيعة العينة التي سيختارها، هل سيأخذها عينة واسعة ومثلة أو عينة محددة، هل سيطبق دراسته على كل الأفراد، أم يختار قسما منهم فقط.

إذا أراد الباحث أن يجمع بيانات حول ظاهرة اجتماعية معينة فإنه يلجأ إلى استخدام أحد الأسلوبين.

أولهما، أسلوب الحصر الشامل، وهو الأسلوب الذي يقوم على المسح الشامل لكل أفراد المجتمع، أما عيوب هذا الأسلوب فإنه يحتاج إلى جهد ومال وفير ووقت طويل، وثانيهما أسلوب العينة وهذا الأسلوب أكثر شيوعا واستعمالا في مجال العلوم الاجتماعية، ويعمد هذا الأسلوب إلى اختيار عينة عن المجتمع المدرس، ويتم ذلك باستخدام الطرق العلمية التي تمكننا من اختيار عينة ممثلة للمجتمع المدرس.⁽¹⁾

كذلك استخدام العينة يزودنا بنتائج أسرع من دراستنا للمجتمع بأكمله⁽²⁾

ومنه تعرف العينة بأنها جزء من الكل يختاره الباحث لأجل الحصول على بيانات تتعلق بموضوع بحثه

يتعذر الحصول عليها من المجتمع برمته بمعنى هي الجزء الذي يؤدي إلى معرفة الكل.⁽³⁾

(1) عبد الله عامر الهاملي، مرجع سابق، ص 235.

(2) منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007، ص 162.

(3) المختار محمد إبراهيم، مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الإجرائية، د. م. ن: دار الفكر العربي، 2005، ص 47.

وانطلاقاً من كل هذا اعتمدنا المعاينة العنقودية والتي تسمح بتجاوز هذه الصعوبة والتي تستخدم عندما تكون المعلومات عن بعض الحالات المحددة أو تميز أفراد العينة بالخصائص التي يريد الباحث بحثها.⁽¹⁾ وفيما يلي كيفية اختيار العينة:

في البداية تم اختيار العناقيد الأولى، حيث تشتمل توزيع المؤسسات على مقاطعات ولاية جيجل، المقاطعة 1، المقاطعة 2، المقاطعة 3 والمقاطعة 4، ثم تم اختيار مقاطعتين عشوائياً هما: المقاطعة 3 والمقاطعة 4، بعدها اخترنا بطريقة عشوائية من كل مقاطعة ثانوية بحيث أخذنا من المقاطعة 3 ثانوية هواري بومدين بالميلية، ومن المقاطعة 4 ثانوية الجمعة بني حبيبي الجديدة، بعد ذلك تم سحب نسبة 10% من تلاميذ كل ثانوية وقد راعينا في توزيع الاستبانات أن يكون المبحوثين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

- مجموع تلاميذ ثانوية هواري بومدين يساوي 736 تلميذ

$$\frac{736 \times 10}{100} = 73.6$$

ومنه عدد العينة في ثانوية هواري بومدين هو 74 مفردة.

مجموع تلاميذ ثانوية الجمعة بني حبيبي الجديدة هو: 429 تلميذ

$$\frac{429 \times 10}{100} = 42.9$$

ومنه عدد العينة في ثانوية الجمعة بني حبيبي الجديدة هو 43

وبالتالي العدد الإجمالي للعينة في كلتا الثانويتين هو 117 مفردة

(1) محمد فتحي الكردي، البحث العلمي نظريات وتطبيقات، الإسكندرية: مؤسسة عالم الرياضة للنشر، 2015، ص 212.

2- تحديد المنهج ونوع الدراسة:

• نوع الدراسة:

اعتمد الباحث على الدراسة الوصفية التي تقوم بالعمل على وصف مجموعة من الظواهر أو الأحداث المتعلقة بالبحث والعمل على جمع المعلومات والحقائق المتعلقة بها، ووصف مفصل لجميع الظروف المحيطة بهذه الظاهرة أو عمل تقرير شامل عن حالتها كما هي على أرض الواقع.

ويتمثل هدف الدراسات الوصفية في توضيح خصائص أية ظاهرة، أي حدث، أي وضعية أو جماعة، ونستطيع أن نضيف لهذا الغرض غرض آخر يتمثل في تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة وتركز الدراسات الوصفية على تفسير الأوجه البارزة لأية ظاهرة، كما تفترض الدراسات الوصفية معرفة جيدة مسبقاً للمشكل المزمع دراسته، وينبغي على الباحثين أن تكون لديهم القدرة على تحديد ما يريدون قياسه بوضوح وإيجاد المناهج المناسبة للقيام بذلك.⁽¹⁾

• نوع المنهج:

تعتبر خطوة تحديد المنهج الخطوة الأكثر خطورة في البحث إذ على أساسها يتم الحكم على مصداقية نتائج البحث، فإذا كان المنهج المتبع في الدراسة صحيحاً، كانت النتائج صحيحة والعكس صحيح، ويجب على الباحث أن يتبع في دراسته منهج معين للوصول إلى نتائج دقيقة حول الظواهر المختلفة، حيث يعرف المنهج بأنه: "مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف".⁽²⁾

كما يعرف بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة".⁽³⁾

(1) أ. لارامي، ب. فالي، البحث في الإتصال عناصر منهجية، (ترجمة ميلود سفاري وآخرون)، قسنطينة: مخر علم اجتماع في اتصال للبحث والترجمة، 2009، ص 239.

(2) مورس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (ترجمة بوزيد صحراوي)، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2004، ص 466.

(3) أحمد بن مرسي، منهج البحث العلمي في علوم الاتصال والإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 287.

وعرفه أحمد بدر بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة. (1)

واعتمدنا في الدراسة على المنهج الوصفي: " الذي يعتمد على وصف الظاهرة موضع البحث وصفا تفصيليا دقيقا، ويدرس كل جوانبها الكيفية والنوعية والكمية ليعبر عن ملاحظاتها، وخصائصها وحجمها وتأثيرها وتأثرها ومدى ارتباطها بالظواهر الأخرى المحيطة بها. (2)

وهو أيضا طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية ومشكلة اجتماعية أو سكان معينين. (3)

ويهدف المنهج الوصفي إلى جمع البيانات والحقائق عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً. (4)

واستخدمنا المنهج الوصفي لأن دراستنا تهدف في الأساس إلى معرفة الدوافع والإشباع المحققة من استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي، بما أن المنهج الوصفي قائم على وصف الظواهر الاجتماعية والطبيعية وجمع المعلومات والبيانات عنها بهدف التعرف على وضعها الحالي وسلبياتها وإيجابياتها.

3- أدوات جمع البيانات:

تعتبر هذه المرحلة هامة جدا لأن طريقة اختيار جمع المعطيات هي التي ستحدد ما يمكن تحليله ضمن ما يراد دراسته ولا يمكن جمع أية معلومة بأية طريقة، وهكذا فقبل تحديد نوعية المعلومات التي يراد جمعها، يجب توضيح الأدوات المختارة لجمع هذه المعطيات، يتم اختيار هذه الأدوات حسب ما تقتضيه الإشكالية ومنهجية البحث المحدد.

(1) نسيم ربيعي، الدليل المنهجي للطلاب في إعداد البحث العلمي، د م ن: د د ن، د س ن، ص 86.

(2) محمد جلال الغندور، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015، ص 179.

(3) عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، د س ن، ص 86.

(4) ناجح رشيد قادري، محمد عبد السلام البواليز، مناهج البحث الاجتماعي، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004، ص 32.

ومنه فإن أداة جمع البيانات التي سنستخدمها في هذه الدراسة هي: استمارة استبيان، ويعرف بأنه وثيقة يتم بواسطتها تسجيل البيانات والمعلومات وجمعها حول الظاهرة موضوع البحث، ويعد الاستبيان من الوسائل المهمة في جمع البيانات.⁽¹⁾

ويعد أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين، ويقدم الاستبيان على شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان.⁽²⁾ كما أن الاستبيان يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف.⁽³⁾

ويمر بناء الاستبيان أو تصميمه بالمراحل الآتية:

- تحديد هدف الاستبيان في ضوء أهداف الدراسة وفي ضوء صياغة مشكلة البحث الرئيسية، وقد مر معنا في الفصل الخاص بخطة البحث طريقة تحديد المشكلة وصياغتها بشكل سؤال واضح.
- تحويل السؤال المذكور في الفقرة السابقة إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية إذ يرتبط كل سؤال فرعي بجانب من جوانب مشكلة البحث.
- وضع عدد من الأسئلة المتعلقة بكل موضوع من موضوعات الاستبيان.⁽⁴⁾

وتم تقسيم صحيفة الإستقصاء وفقاً للتالي:

- **المحور الأول:** يحتوي على البيانات الشخصية والسمات العامة لعينة الدراسة.
- **المحور الثاني:** يحتوي على أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثالث:** يتضمن دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(1) محمد أزهر سعيد السماك، طرق البحث العلمي أسس وتطبيقات، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2011، ص 92.

(2) دوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه، د. م. ن: دار الفكر، ص 106.

(3) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، د. م. ن: د. د. ن، 2008، ص 182.

(4) دوقان عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص 106.

- المحور الرابع: يتضمن الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وتم بناء استمارة استبيان بإتباع الخطوات التالية:

بعد اطلاع الباحث على الدراسات السابقة المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي، وبناء على التوجيهات المستمرة من قبل المشرف الأكاديمي، قام الباحث ببناء صحيفة الاستقصاء وفق الخطوات التالية:

- تحديد المحاور التي شملتها استمارة استبيان.

- صياغة الأسئلة الخاصة بكل محور.

- إعداد الاستبانة في صورتها الأولية.

- عرض الاستبانة على المشرف لاعتماد ما يراه مناسب، وتعديل ما يراه غير مناسب.

- عرض الإستبانة على مجموعة المحكمين هم بولبينة جمال: أستاذ علم الاجتماع، وبوعموشة نعيم: أستاذ

علم الاجتماع وكذلك أستاذ علم الاجتماع مصطفى شربال، تم تقديم توجيهات بناء عليها تم إعادة صياغة بعض الأسئلة.

- بعد الإنتهاء من إعداد الاستمارة تم اختبار مدى وضوح ودقة الأسئلة قبل التطبيق النهائي على عينة

الدراسة، لذلك فقد تم إجراء اختبار قبلي للإستمارة على عينة عشوائية من تلاميذ الثانويات.

- عينة الدراسة، تبلغ 12 مفردة بنسبة 10% من إجمالي عينة الدراسة.

وبناء عليه فقد تم توضيح بعض النقاط المبهمة، وإعادة صياغة بعض الأسئلة لتلائم مدى قدرة

المبحوث للإجابة عليها، وقد تم ملئ الاستبانات بتاريخ 2018/03/18 من قبل تلاميذ ثانويات عينة

الدراسة، وتم استرداد 110 استمارة استبيان من أصل 117.

ثالثا: المقاربة النظرية للدراسة:

1- نظرية الاستخدامات والإشباع:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهير لمؤلفيه الياهوكاتز وجي

بلومر (1974) Elihukatz and Jay Blumler، وكانت الفكرة الأساسية للكتاب تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، وتقول هذه النظرية أن جزءا مهما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم.

قدم هذا المدخل لأول مرة في عام 1959 حينما تحدث عالم الاتصال المعروف KATZ عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال، والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأكيد من خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟

وكان الظهور الفعلي لمنظور الاستخدامات والإشباع عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية Harzog بعنوان "دوافع الإستماع للمسلسل اليومي وإشباعاته" وتوصلت من خلال المقابلات التي أجرتها مع مائة من المستمعات للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو إلى وجود إشباعات أساسية للإستماع إلى هذه النوعية من المسلسلات.

وتواصلت الجهود البحثية في هذا الميدان الجديد حتى وصلت إلى حالة من النضج تبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية الجديدة وأهدافها وفروضها ليصبح لها فيما بعد تأثير كبير في أولويات بحوث الإعلام في العالم لسنوات عدة. (1)

(1) كمال خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 144-145.

• أهم القضايا التي تركز عليها النظرية:

- الدوافع والحاجات:

الحاجة تعني NEED: شعور الإنسان بنقص معين من الناحية النفسية والاجتماعية وعند حصوله عليه يشعر بحالة من الرضا والسعادة والإشباع.

الدافع: Motive يعني مثير داخلي أو حالة نفسية أو فسيولوجية داخلية تدفع الإنسان إلى سلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما... يشبع ويلبي حاجته.

تقاس عادة درجة الدافع بعدة صفات منها الطاقة المبذولة والإستمرار والتنوع.

حسب النظرية/ إشباع الحاجات وتلبية الرغبات والدوافع ضرورة نفسية واجتماعية عند الأفراد.

في هذا المجال تعدد حاجات الإنسان بشكل واسع لذا نجدها تدور في سياق: الأمن، السعادة، الانتماء، الارتقاء، الاحترام، المعرفة، الحق، الخير، الجمال، الأسرة، الأصدقاء، الجماعة، الرضا، المتعة، الراحة، الفهم، المشاركة، تأكيد الهوية، الشخصية الاجتماعية.

الإعلام في ظل النظرية يقوم بدور الملبي لحاجات الإنسان النفسية والاجتماعية على أساس أن الحاجات تجعل الجمهور يفسر محتوى الإعلام بطريقة مختلفة

- التوقع والإشباع في وسائل الإعلام:

تنوع الإشباع التي يمكن أن يحصل عليها الجمهور من وراء تعرضه لوسائل الإعلام لذا يرتبط تحقق الإشباع من وسائل الإعلام بتوقعات الجمهور من هذه الوسائل.

فالتوقع هو عبارة عن الجزاء والإحتمال والخاصية المحددة التي يتوقعها الجمهور من الوسيلة، وكما يقول مندلسون وكاتز هي وجهة نظر كاتز وبلوملر فإن مدخل الاستخدام والإشباع يعني ما يلي:

- جمهور نشط. (1)
 - الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.
 - الإحتياجات التي يتولد عنها توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:
 - إشباعات للاحتياجات.
 - ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة. (2)
- 2- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

وضع كاتز وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
 - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
 - إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
 - إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط. (3)

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر، 2010م، ص 147.

(2) مصطفى يوسف كافي، الرأي العام و نظريات الاتصال، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 214-215.

(3) كمال خورشيد مراد، مرجع سابق، ص 146.

3- تطبيق نظرية الإستخدامات والإشباعات على الدراسة:

وقد استخدمنا هذه المقاربة من خلال محاولة معرفة عادات وأنماط استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي وكذا دوافع هذا الاستخدام والإشباعات المحققة.

خلاصة الفصل:

إن هذا التقديم المنهجي يعمل على ضبط الإطار التصوري الذي سنعمل من خلاله على التحقق من ماهية الفرضيات، والبحث عن استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، حيث عملنا على تحديد أهم المرتكزات التي تبني عليها الدراسة، من تحديد دقيق للإشكالية المطروحة وعرضها بدقة وبقدر الإمكان، طرح الأسئلة، وضع الأهداف، عرض الدراسات السابقة، وشرح المفاهيم المختلفة، كما تم عرض أهم الإجراءات المنهجية المتبعة انطلاقاً من تحديد مجالات الدراسة، مروراً بمنهجية البحث والعينة ومنهج الدراسة، وصولاً إلى ضبط أدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

2- دور مواقع التواصل الاجتماعي

3- أنماط الشبكات الاجتماعية

4- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

5- الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية

6- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

7- فوائد مواقع التواصل الاجتماعي

8- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

9- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

10- أنواع الشبكات الاجتماعية

11- الشبكات الاجتماعية قضايا شائكة

12- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين

13- المشاكل الاجتماعية الناجمة عن مواقع التواصل الاجتماعي

14- شبكات التواصل الاجتماعي من منظور إعلامي

15- إحصائيات وأرقام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

ثانيا: التعليم الثانوي

تمهيد

1-تعريف التعليم الثانوي

2-تطور التعليم الثانوي بالجزائر

3- مميزات التعليم في المرحلة الثانوية

4-أهمية التعليم في المرحلة الثانوية

5-وظائف التعليم في المرحلة الثانوية

6-العملية التعليمية في التعليم الثانوي

ثالثا: المراهقة

تمهيد

1-تعريف المراهقة

2-فترة المراهقة

3-التغيرات في المراهقة

4-خصائص المراهقة

5-المراهقة فهم أفضل

6-مشاكل المراهقة

7-حاجات مراهقي التعليم الثانوي

8-خصائص عامة تخص مرحلة المراهقة

خلاصة الفصل

تمهيد

نلاحظ في السنوات الأخيرة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر من أحدث وأسرع الابتكارات التي حققت نجاح شاسع في المجتمع مما ساعد ذلك على جعل الكرة الأرضية أشبه ما يكون كرة صغيرة، يمكن من خلالها التواصل مع جميع الدول والأشخاص وإيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن مختلف الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه المواقع.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995م لربط زملاء الدراسة وموقع Sixdegrees.com عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكثر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم.⁽¹⁾

إذا من خلال ما قمنا بذكره يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت في بداية الأمر خاصة بزملاء الدراسة حيث كان أول موقع للتواصل بين طلاب المدارس الأمريكية، ثم بدأت مواقع أخرى بالظهور، كل موقع يتميز عن سابقه بمزايا مختلفة.

(1) ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014، ص ص 210-211.

2- دور مواقع التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوار عديدة، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة "نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات"، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحا، مشيرا إلى أن الرئيس (أوباما) نجح في انتخابات الرئاسة الأخيرة له، من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

كما يقول المدير الإقليمي لمايكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشره موقع الراية القطرية (97 موقع الكتروني).

لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشئ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والإلتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الإعتبار الاستخدام السيء لبعض الناس في هذه الشبكات.

يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر) فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلا، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.⁽¹⁾

(1) محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، د.م.ن: مكتبة الوفاء القانونية، 2015، ص ص

إذا من خلال ما قمنا بذكره يمكن القول أن دور مواقع التواصل الاجتماعي بات مهما، حيث أن هذه الأخيرة سمحت للشعوب في كافة أنحاء العالم بالتقارب والتواصل فيما بينهم وتبادل الأخبار والمعارف، وكل ما يتعلق بنواحي الحياة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

3- أنماط الشبكات الاجتماعية:

- **شبكات أساسية:** وهي التي يمكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين، وخدمات عامة تتمثل في الدراسات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص.

- **شبكات عمل:** وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب اهتمامه على المحترفين، وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين، وتتضمن على سيرتهم الذاتية وإنجازاتهم.

- **شبكات المميزات الإضافية:** هناك بعض الشبكات تتيح الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل على سبيل المثال في التدوين المصغر Microblogging مثل موقع تويتر وبلارك.⁽¹⁾

4- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتيح هذه الشبكات إمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تمّ المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة، فيها وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والإختصاص والاهتمام.

هناك مواقع اجتماعية متخصصة بمجلات محددة مثل: منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربوية وغيرها تمّ مجموعة محددة من الناس، كما توجد مواقع اجتماعية خاصة بالتجارة والتسوق، وهي أيضا تمّ شريحة معينة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها، يضاف إلى ذلك نوع جديد من الشبكات الاجتماعية، التي يتواصل

⁽¹⁾ فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، د.م.ن:الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 11-12.

فيها مرتاديهما من خلال الهواتف النقالة وتكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشات الهواتف النقالة، ويرى الدكتور شريف درويش اللبان في كتابه (تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية) بالقول: "إن الإفراط في استخدام التليفون المحمول لم يعد شكلا من أشكال الواجهة الاجتماعية بل صار ضربا من ضروب الإدمان"، حيث ذهبت دراسة بريطانية حديثة إلى أن مستخدمي التليفون من الرجال والنساء يصابون بنوع من الإدمان حيث يجدون أنفسهم مدفوعين لاستخدامه دون وعي منهم، ويخلص الباحث إلى أن المواقع الاجتماعية تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية، وإن هذه المواقع هي نتاج للثورة التكنولوجية، وضعت أساسا لخدمة مستخدميها، ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراد دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوالم أخرى، تؤثر سلبا على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدميها الفعل الذي تؤديه فيما أن يكون فعلا حسنا يستفيد منه الفاعل من حوله أو فعلا سيئا يضرب بالفاعل وبمن حوله.

وهناك بعض الكتاب والباحثين الذين ينظرون إلى هذه الشبكات الاجتماعية بتوجس وحذر، ويعتبرونها تقلل من (آدمية البشر) كما تقول عالمة الاجتماع (شيرى تركل) الأستاذة في معهد (ماساستشوستس) للتكنولوجيا إن: "السلوك الذي أصبح نمطيا قد لا يزال يعبر عن المشاكل التي جعلتنا في السابق نراها على أنها مرضية".

وفي تفسيرها لما سبق من قولها، ترى (شيرى تركل) بأن الناس يعزلون عن الواقع المعاش، ويتيهون في واقع افتراضي ليس له صلة بحياتهم الحقيقية مما يقلل من آدميتهم وتقول: "إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا". (1)

إذا من خلال ما قمنا بذكره نجد أن إنشاء المواقع الاجتماعية يرجع إلى الحاجة للتواصل وهذه الحاجة جعلت من هذه المواقع أنها تتميز بخصائص تجذب إليها الملايين من البشر ومن بين خصائص ومميزات مواقع

(1) علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، د.م.ن: دار التعليم الجامعي، 2015، ص ص 157-159.

التواصل الاجتماعي، أنها تقدم خدمات للمشاركين فيها، حيث تسمح بتكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل للمعلومات... الخ.

5- الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:

المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أنها تشترك في خصائص أساسية بينما تتميز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها أبرز تلك الخصائص:

- الملفات الشخصية/ الصفحات الشخصية **profilepage**: ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: نوع الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول للعالم الشخصي، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.
- الأصدقاء/العلاقات **Friends/connections**: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاؤك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" لهذا الشخص المضاف لقائمتك.
- ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق حولها.
- المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ **Events** أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

- **الصفحات:** ابتدعت هذه الفكرة الفيسبوك، واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتها وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين ويقوم الفيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة، يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.⁽¹⁾

تعتبر الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية من بين العوامل التي ساعدت على جذب الملايين من البشر إليها، حيث تسعى هذه الشبكات دائما إلى جذب أكبر عدد ممكن من الناس من خلال التطوير المستمر فيها بما يتناسب ورغبات وتطلعات واحتياجات المستخدمين.

6- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- **التعارف والصدقة:** وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.
- **إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة:** من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0 هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشارك فيها كل العاملين في تلك الجهة.
- **إنشاء مجموعات اهتمام:** وهي متاحة على الأنترنت منذ وقت بعيد وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أن تقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماما، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للإشتراك في تلك المجموعة.

⁽¹⁾ ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سابق، ص ص 211-212.

- إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات: وهي من الإمكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة 2.0، فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات ويقوم محبي الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.
- البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية: نشأ داخل الشبكات الاجتماعية مجتمع كبير جدا من المبرمجين حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي الفايسبوك على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح بيئة تطوير للبرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي ومنها ما هو بحثي.
- استخدامات ترفيهية: تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.
- وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع: توفر الشبكات الاجتماعية وسائل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني من أشهر تلك الوسائل الرسائل الإلكترونية، وهي تدار عبر موقع الشبكة الاجتماعية وليس لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الإلكتروني المتعارف عليه، كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الأعضاء.

الدعاية والإعلان: يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية. (1)

7- فوائد مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم:

لاشك في أن هدف مالك هذه الشبكة هو تجاري بحث، لكن بوسع المستخدم أن يحصل على الكثير من الفوائد من خلال استخدامه لهذه الشبكات ومنها:

(1) ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، د.م.ن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014، ص ص 379-380.

- إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، مثال هذا أن يلتقي شخص يبحث عن عمل بوظيفة، كلقاء "ميرمج" مثلا بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكا لك في عملك أو أفكارك.
- بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمرکز للإعلان التجاري، من خلال استخدام خاصية الصفحات page التي تتوفر في معظم الشبكات، وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة الانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الإنتشار.
- اكتساب المعارف الجديدة والمتنوعة، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع الكترونية مختلفة وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الإطلاع عليها، هذا يجعلك على إطلاع دائم ومنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة.
- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثير من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.⁽¹⁾

كما أن تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الالكترونية أضفت بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر، بل قد يعزي البعض لها فضل تغيير الحياة البشرية للأفضل من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم الآثار الإيجابية الاجتماعية لها:

- نافذة حربية مطلة على العالم: لقد وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص، في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجا للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم وبجنا دون الحاجة للسفر.

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في مجتمعاتنا العربية، حيث الشباب والشابة يقعون في ظل الأهل ويتبعونهم في تصرفاتهم وعادات وثقافتهم،

⁽¹⁾ سليمان بكر كران، مرجع سابق، ص ص 163-164.

فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح كيان مستقل مع تفاعلهم مع الغير وتواصلهم مع مختلف الحضارات والثقافات الأخرى، فتتوسع آفاقهم ومداركهم أكثر مما لو بقوا رهائن محصورة في محيط العائلة والعشيرة.

- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة، والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، ومع انخراطك ضمن ثقافة الانفتاح على الغير والتي تتمتع بها معظم مواقع التواصل، فإنك ستتعرف على أشخاص جدد خاصة كون مواقع التواصل هذه تتوفر على خاصية إضافة الأصدقاء وإرسال الرسائل الودية للدعوة إلى تلك المجموعة أو ذلك الموقع.
- مشير للرأي والرأي الآخر: إن من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعية سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك الخاص، وبالتالي حرية التعبير عن رأيك وفكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.
- التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع، وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، وكذلك إيصال مخاوف الغرب النابعة من جهله بحقيقة الثقافة العربية والإسلامية.
- تزايد من تقارب العائلة الواحدة: فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل، فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة، ولذلك فقد أصبحت العديد من العائلات العربية تطمئن على أحوال أبنائها أو أقربائهم عبر التواصل من خلال الفيسبوك أو بالتحدث المرئي عبر السكايب وغيره. (1)

(1) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 68-71.

المعروف أن لمواقع التواصل الاجتماعي فوائد حمة تقدمها لمستخدميها من بينها أنها أضحت منبر جديد للتعبير عن الذات، كما أنها باتت من أسرع الوسائل للحصول على المعلومات وساعدت في ظهور ما يسمى بصحافة المواطن... وبالتالي هي تعتبر ذات فائدة كبيرة على جميع الأصعدة.

8- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم:

- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
- الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها، اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من 6 ساعات يوميا على هذه المواقع، لذلك يتوجب على المستخدم أن يكون حريصا عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان.
- إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال، حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جوا من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناء على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار.
- فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفيس بوك والمالي سبيس My space بنسب تفوق الـ 20% من حالات الطلاق، ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكته أو العكس مهتما بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلا التواصل في الشبكة أو غير ذلك.⁽¹⁾

بالإضافة إلى السلبيات سالفه الذكر نجد أيضا:

- **إضعاف الذاكرة اللغوية العربية:** إن كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الإلكترونية، تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم التواصل الطبيعي، وقلة النطق باللغة العربية، فالتواصل الاجتماعي الإلكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 164.

عملية الاتصال، كلغة الجسد واللمس والحركة وكما يلاحظ فإن مستخدمي التواصل الاجتماعي لا يتكلمون باللغة العربية لعدم وجود حوار شفهي، وإذا كتبوا النصوص يعتمدون لغة عربية غير صحيحة فيها عبارات أجنبية، فضلا عن انتشار كتابة المفردات العربية بأحرف أجنبية.

● إدمان وسائل التواصل يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية:

يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة، كما قد يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية، يرتبط الإدمان على الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ مشابهة لتلك التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر، والكوكايين والحشيش.

● إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة:

تترك عمليات التصفح والتواصل الإلكتروني الاجتماعي أثر في محو الذاكرة، واستبدالها بذاكرة جديدة بفعل التراكم، حيث يتوقع مع مرور الزمن، أن يتشكل ذاكرة جديدة تخزن الصور والنصوص والأشياء والمفردات اللغوية الجديدة وتشوش على الذاكرة القديمة المخزنة.

بالإضافة إلى أن التركيز الذهني في قراءة نص الكتروني موجود على صفحة موقع الكتروني اجتماعي لا تتعدى 25% بالقياس إلى القراءة الورقية التقليدية من الكتب، وذلك بسبب خاصية التشعب النصي على صفحة فايس بوك مثلا التي تتضمن عشرات الفقرات والأوامر والروابط المشتعبة.⁽¹⁾

● مواقع التواصل الاجتماعي تضعف الذكاء:

أظهرت دراسة أن سرعة انتشار المعلومات وسهولة الحصول عليها في مواقع التواصل الاجتماعي قد تؤثر سلبا على القدرات التحليلية عند الأشخاص الذين يستخدمونها بكثرة.

(1) مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي، د.م.ن: جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016م، ص ص 33-35.

● إضعاف المهارات التحليلية:

تؤدي وسائل التواصل إلى إضعاف المهارات التحليلية بفعل الإعتياد على التلقي وعدم البحث المنهجي، وعدم إنتاج المعرفة والمعلومات واستنساخ أداء ومعطيات الآخرين، فيعتقد المتلقي أنه عثر على معلومات ضخمة وهي في الواقع معلومات سطحية.

● إضعاف المهارات الجسدية والتواصلية:

فالمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، لا يستغل سوى مهارتين أو ثلاث ما يحرمه من تنمية الطاقات الأخرى الكامنة لديه التي تساعد على النجاح في حياته المستقبلية والإندماج في المجتمع.

● بناء جيل جديد على نمط عقل "فايسبوك":

حيث يتم توجيه وبرمجة الدماغ البشري، نتيجة عامل المداومة والإدمان اليومي، باتجاه قالب ذهني موحد، أي توجيه نمطية العقل الجمعي للمستخدمين، حيث تصبح أدمغتهم شبيهة في طرائق تفكيرها ونشاطها العصبي.

● دفع المستخدم نحو التقصير في الواجبات:

خاصة الواجبات الأسرية والزوجية والاجتماعية، والتي تؤدي تدريجياً إلى التفكك الأسري نتيجة الإدمان على الارتباط بوسيط افتراضي لا يفرض نفس الأعباء والمتطلبات التي ترتبها المسؤوليات الاجتماعية العادية.

● الإختلاط الإلكتروني بين الجنسين: إن اختلاط الذكور والإناث بطريقة منافية للضوابط الدينية والشرعية من أهم سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما قد ينجم عنها من انحلال بطيء للقيم الروحية والمعنوية.⁽¹⁾

إذا من خلال ما ذكرناه سابقا تجدر الإشارة إلى أنه من يحدد سلبية أو إيجابية مواقع التواصل الاجتماعي هو المستخدم في حد ذاته، وليست المواقع هي السلبية، لأن المستخدم هو من يجعلها سلبية أو إيجابية.

9- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

● الفيس بوك:

من أهم شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي شبكة الفيس بوك وهو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الإنضمام إلى مجموعة مختلفة على شبكة الويب، ويمكن للمشاركين في الموقع الإشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتسع لمستخدمي الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

والموقع مجاني للمستخدمين ويجني إيرادات من الإعلانات، ويجمع بيانات عن المستخدمين ويستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع واهتماماتهم ونطاق أعمالهم، وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان عن موقع الفيس بوك، وقد أشارت تصنيفات أليكسا لترتيب المواقع عالميا أنه يأتي في المركز الأول يليه جوجل ثم يوتيوب وياهو.

(1) المرجع السابق، ص ص 36-48.

وقد أسس الموقع (مارك زوكربيرج) Markzucherberg وذلك في عام 2004م، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان مشهورا بولعه الشديد بالإنترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات وسرعان ما لقي هذا الموقع راجا بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيس بوك قاصرا على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي سبتمبر 2006 قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع.

وفي أكتوبر 2007م اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفايسبوك نسبتها 1.6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك 15 مليون دولار.

وتبلغ القيمة السوقية للموقع الآن مائة مليار دولار أمريكي، ويستخدم فيسبوك مليار نسمة حول العالم وفقا لما صرح زوكربيرج في أكتوبر 2012م.

وقد أزعج الفايسبوك السياسيين في كثير من دول العالم، وقامت بعض الدول بإغلاق الموقع كنتيجة للهجوم المستمر عليها من قبل أعضاء الشبكة الاجتماعية الذين يكونون مجموعات للدفاع عن قضايا بعينها، كما يمكن توظيفه للدفاع عن القضايا الهامة، وفي مملكة البحرين تنشط المجموعات التي تمارس حقها السياسي في التعبير عن الرأي، آخر هذه المجموعات مجموعة بعنوان (أنا مواطني) التي أطلقها مجموعة من الشباب تعليقا على انتخابات مجلس الطلبة بجامعة البحرين، وهي دعوة لأن يكون المرشح أيا كان موقعه نابعا من كونه جديرا بهذا الموقع، لا نابعا من كونه منتميا لطائفة بعينها، إن هذه المجموعة رغم بساطة

شعارها إلا أنها يمكن أن تكون عاملا من عوامل النضج الفكري والسياسي، ودلالة على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير الإيجابي في المجتمع.⁽¹⁾

تقول سالي دينان في مجلة النجاح Success في أبريل 2011 " إذا كان فيسبوك دولة، فسيكون أكبر ثالث دولة في العالم بعد الصين والهند مباشرة، مئات من الناس الجدد ينضمون كل ساعة"، وهو نجاح بالتأكيد أكثر من 800 مليون مستخدم بحلول يوليو 2011 والثالث في عدد السكان بعد الصين والهند ولكن تحقق ذلك في غضون ثماني سنوات فقط بدلا من آلاف السنين، حقق الفيسبوك ربحا قدره مليار دولار في عام 2011، وفي فبراير 2012 من المتوقع أن يحصل فيسبوك في "الإكتتاب" الذي طال انتظاره الطرح العام الأولي، أو إصداره في سوق الأوراق المالية، على خمسة مليارات دولار على الأقل من المال المستثمر من الجمهور (Szalai 2012) وهو أكثر بكثير مما حصده جوجل عند طرحها للجمهور في عام 2004 وبلغ 1.7 مليار دولار، فيسبوك هو أمر مجتمع كبير، وأحدث أسلوب وسيلة إعلامية جديدة في خريف عام 2011، حث تيفاني شالين المعجبين بفيلمها الوثائقي الجديد (متصل connected) الذهاب ليس لصفحة الويب الخاصة بالفيلم، بل لصفحة الفيلم على الفيسبوك المنشورة حديثا، هذه نصيحة جيدة تسلط الضوء على الفرق بين صفحة الويب، رغم كونها جذابة ومفصلة وصفحة فيسبوك وقدرته على بناء المجتمعات، صفحة ويب المهنية هي الوسيلة الجديدة القديمة، أما فيسبوك فهو أحدث وسيلة جديدة بلا منازع.⁽²⁾

● **توتير:** هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء بعدة وسائل وتقديم خدمة تدوينية مصغرة، وتسمح لمستخدمي الموقع بالتدوين لما لا يزيد عن 140 حرفا تجيب على سؤال هام ماذا تفعل الآن، وتظهر في صفحة المستخدم ويراهما كل من يتابعه على الموقع.

(1) رضا أمين، مرجع سابق، ص ص 113-116 .

(2) هبة ربيع، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، د، س، ن، ص 39.

وظهر الموقع في عام 2006 م كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة أمريكية في فرانسيكو، وبدأ الموقع في الإنتشار كخدمة جديدة في 2007م وفي أبريل 2007 م قامت الشركة المطورة بفصل تويتر وأنشأت شركة خاصة باسمه لإدارة الموقع.

وتشير تقارير صادرة عن تويتر وتقارير أخرى إلى أن مستخدمي موقع تويتر بلغ في بدايات العام 2012 نصف مليار على مستوى العالم، ما بين مدون نشط ومدون خامل، وذلك بحساب عدد الحسابات الموجودة على الموقع.

بحسب تقرير أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية في نوفمبر 2011 م، فإن الوطن العربي به مليون ومائة ألف مفرد عبر تويتر ويحتل موقع تويتر المركز الرابع عشر ضمن قائمة أكثر المواقع الإلكترونية تصفحا عبر العالم وفقا لتصنيف أليكسا.

وقد اكتسب تويتر شهرة واسعة في منطقة الخليج العربي في الفترة الأخيرة، وأصبح أداة من أدوات التأثير على الرأي العام وبالتالي التأثير في اتخاذ القرار السياسي، وقد فطن إلى ذلك العديد من الشخصيات والمؤسسات الرسمية فسارعت بإنشاء حسابات لها على الموقع واكتسبت هذه الحسابات شهرة واسعة، بل وصارت مصدرا مهما من مصادر الحصول على الخبر والمعلومة، ومصدرا مهما من مصادر وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها.⁽¹⁾

كما ينشر في عالم تويتر من يمكن تسميتهم بمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي والنشطاء، والذين ربما يزيد عدد متابعيهم على المليون متابع أو مئات الآلاف من المتابعين، لكن دلالات كثرة المتابعين ليست واحدة، بالتأكيد بعض المغردين يتمتعون بشخصية مؤثرة، أو يضيف إليهم موقعهم الوظيفي أو مهنتهم قدرا

(1) رضا أمين، مرجع سابق، ص 118.

كثيرا من الأهمية، لكن ليس بالضرورة أنها كلما زاد عدد المتابعين زادت أهمية المتوتر في علام التغريد الرقمي.⁽¹⁾

● انستغرام:

هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور وإجراء التعديلات الرقمية والفلاتر عليها حسب الرغبة، ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

بدأ يتطور هذا التطبيق في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة آبل Ipadri phone ipod بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وحين لقي هذا التطبيق رواجاً بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل (أندرويد) ولاقى شعبية كبيرة حتى أن أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال 12 ساعة فقط من طرحه.

ويبلغ عدد المشتركين في موقع (انستغرام) والذين يتبادلون الصور من خلال حساباتهم عليه الآن أكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع، يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصور على حساباتهم الشخصية.

وقد قامت شركة فيسبوك بشراء شركة انستغرام بموظفيها الثلاثة عشر مقابل مليار دولار أمريكي لتسبق شركة جوجل في ضم الشركات الناجحة إلى مجموعتها.

ووفقاً لتصنيف ترتيب المواقع عالمياً فإن موقع انستغرام يأتي في المركز السابع والخمسين.⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 119.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 121-122.

• جوجل بلص Google plus:

جوجل + أو جوجل بلص (بالإنجليزية Google plus) هي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو 2011م، ولكن لم يكن التسجيل مسموح إلا بواسطة الدعوات فقط بسبب وجود الخدمة في طور التدرجي.

وفي 20 سبتمبر 2011 فتح جوجل + لأي شخص من سن ثمانية عشر فما فوق للتسجيل بدون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر.

جوجل + نشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر circles مكالمات الفيديو Hangouts، الإهتمامات sparks، والمحادثات الجماعية Huddles مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدى جوجل Google Buzz الملف الشخصي Google profile، وجوجل +1 (التي تم إطلاقها في مايو 2011) وتعتزم جوجل تطوير شبكتها الاجتماعية الجديدة لكي تكون منافساً شرساً ضد الفيسبوك أكبر شبكة اجتماعية في العالم، حيث سبق لها تقديم بعض الخدمات ولكنها لم تستمر مثل جوجل ويف، وصدى جوجل وأي جوجل.⁽¹⁾

ورغم البداية الحديثة لجوجل بلص إلا أنه استطاع أن يجتذب العديد من المستخدمين، حيث وصل مستخدميه إلى أربعين مليون مشترك في أول ثلاثة شهور وهذا يعود إلى الشعبية التي يتمتع بها موقع جوجل، حيث تأتي خدمة جوجل بلص للتواصل الاجتماعي في نفس الحزمة وفي ظل إطار واحد، وكأن جوجل تنظم عقداً من المجوهرات الثمينة قطعة بعد قطعة (جوجل بلص) تستعمل نفس حساب المستخدم في جوجل (Account Google) وهناك تجانس بين خدمة البريد الإلكتروني (جي ميل) وهذه الشبكة الاجتماعية الوليدة، كما أن أيقونتها تظهر في محرك بحث جوجل العملاق، فقد تم مؤخراً دمج منشورات المستخدمين في جوجل بلص بمحرك البحث جوجل.

⁽¹⁾ صلاح محمد أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، رسالة ماجستير: غزة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014، ص ص 80-81.

ويتوقع الخبراء زيادة مضطردة لمستخدمي جوجل بلص نظرا للشعبية الجارفة لمحرك البحث جوجل المالك لجوجل بلص وإن هذه الشبكة تتنافس بقوة فايسبوك موقع التواصل الأشهر على مستوى العالم. وبلغ عدد مستخدمي شبكة جوجل بلص (+Google) النشطين في آخر إحصائية صادرة في بداية عام 2014 (300) مليون مستخدم حول العالم.⁽¹⁾

● اليوتيوب youtube:

– النشأة:

تأسس يوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر فبراير من العام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم: تشاد هيرلي (أمريكي) تشين (تيواني) وجاود كريم (بنغالي)، الذين يعملون في شركة paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، غير أن جاود كريم ترك زملائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في youtube الذي نراه اليوم للنشائيين الآخرين اللذان نجحا بالمثابرة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، وجدير بالذكر أن مولد youtube قد شهدته مدينة Menlopark في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية.

وقد تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام... وفي نوفمبر من العام 2006 وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على الشبكة العالمية وحصد المركز الخامس كأكثر المواقع زيارة على مستوى العالم اشترته عملاق الويب Google بقيمة 1.6 مليار دولار أمريكي فيما يعد ثاني أكبر صفقة شراء تعقدها Google، ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسيه وملكية Google.⁽²⁾

(1) المرجع السابق، ص 81.

(2) عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2011، ص 194.

● مزايا اليوتيوب:

- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة:

فلا يكاد يحدث حدث في ليل أو نهار إلا ويصور ويسجل في نفس اللحظة ممن شاهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولاً بأول.

ولنقارن بين اطلاع العالم في يومنا هذا على كافة الفضائح وجرائم القتل والدمار التي تحدث في بعض الدول العربية، وفي أنحاء أخرى من العالم، وكيف يستطيع كل إنسان في أي بلد عربي أو غير عربي مشاهدة كل ذلك لحظة وقوعه، ويبين ما عانت منه كثير من الشعوب العربية من مجازر ودمار وتشديد، في حين كان العالم لا يسمع بوقوع الحدث إلا بعد انتشاره الذي قد يستغرق وقتاً طويلاً يذهب بآثره وإذا انتشر فلا يوثق، مما عرض الكثير من الأحداث المهمة إلى تدخل الأهواء والمصالح في نقلها إلى درجة الكذب والتزوير.

- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب:

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير.

فعلى سبيل المثال، مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل، فقد أتيج للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر اليوتيوب، مما ساهم في ترسيخ المقولات والإدعاءات الأمريكية بحربها على الإرهاب، وفي توفير أنصار مؤيدين لها في البداية على الأقل، كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر إمكانية اكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدتين.

- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع، ويوسع مداركه عنه، كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهد المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين، وإثراء الموضوع بالآراء المختلفة.⁽¹⁾

- إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب:

وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكد من اعتماد التعديل فورا.

- سهولة الاستعمال والمشاهدة:

حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

- اليوتيوب عام ومجاني:

حيث أنه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع، وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على اليوتيوب دون تحميل عناء الترويج بالطرق التقليدية، أو تحميل تكاليف خاصة، لأن ذلك لا يتطلب سوى كاميرات رقمية أو حتى كاميرا هاتف جوال.

- توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب:

(1) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م، ص ص 92-95.

من محاضرات وخطابات ومعلومات... إلى عدة لغات ترجمة فورية بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت. (1)

10- أنواع الشبكات الاجتماعية: إن الشبكات الاجتماعية والإعلامية تتنوع أهدافها وأشكالها وتوجهاتها بنوعين واتجاهين أساسيين هما:

- نوع يهدف إلى التواصل والتراسل، وتكوين الصداقات وهو اتجاه هام يشمل على ملفات شخصية للمستخدمين، ويقدم خدمات عامة، مثل المراسلات بين المشاركين، والمشاركة بالأخبار، والصور والملفات الصوتية والنصوص والفيديوهات القصيرة والروابط والمعلومات الأخرى، ويرتبط المشاركون في هذا الاتجاه بموضوعات ونشاطات مثل الدراسة أو العمل أو التواجد في نطاق جغرافي محدد وما شابه ذلك من النشاطات.

- نوع آخر يتمحور اتجاهه بتكوين شبكات اجتماعية، تكون في نطاق محدد، كأن ينحصر في مجال وظيفي، أو تخصصي معين وعلى هذا الأساس فإن النوع الثاني هو مهني مرتبط أساساً بالعمل، حيث أنه قد يصنف من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية حيث أنه:

- يمكن أن يربط أصدقاء العمل بشكل احترافي.
- ومن جانب آخر فإنه يمكن أن يربط أصحاب الأعمال والشركات.
- وكثيراً ما تتضمن ملفات المرتبطين والمستخدمين معلومات شخصية تتضمن سيرتهم الذاتية، وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن هم الذين قاموا بالعمل بمعيتهم. (2)

(1) المرجع السابق، ص 95.

(2) عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015، ص ص 290-291.

وهناك من يصنفها حسب الأنواع التالية:

– المدونات (Blogs):

هذا الموقع مثال لمدونة شخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات بعضها يختص بتناول معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمور شخصية ويومية ومن أهم برامج المدونات:

Blogger, Expression Engine, Live journal , open piarg, typepad, wordpress, xanga.

– المدونات الجزئية (Micro Blogs):

أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية هو صغر حجم وكمية المعلومات (نصية، صور، صوتية ومرئية) المتداولة عليها، مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع ومن أهم برامج المدونات الجزئية twitter, tumbir, posterous, plurk, Location Base (jaiku, identi.ca, Google Buzz, Qaiku dservices) كما تعرف باختصار بـ LBC هذه الخدمة تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي وتعريف شبكته من الأصدقاء بما يفعل في ذلك الموقع بالتحديد.

ومن الفوائد العديدة لهذه الخدمة هي تعرف شبكتك بالأماكن الجديدة في مدينتك، وفي أي مدينة أخرى قد تزورها، كما تتميز هذه الخدمة بتقديم معلومات عن الموقع قد تكون مفيدة مثل أرقام الاتصال، عنوان الموقع الإلكتروني، أي المستخدم الشخصي في الخدمة، أو حتى اقتراح لتجربة شيء مميز في ذلك الموقع وهناك العديد من برامج ومواقع خدمة تحديد المواقع مثل: The places, Four square, Geoloqi, Facebook⁽¹⁾.

(1) رندة عاشور عبد العزيز، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، د.م.ن: المكتب العربي للناشر، 2015، ص ص 23-26.

- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فايسبوك ولينكيد إن وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الإهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة أو البحث عن عمل جديد أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرف من دون الحاجة للسؤال المباشر، فهذه المواقع توفر العديد من الفوائد للمستخدمين ومن أهم مواقع الترابط الاجتماعي:

Asmallworld, bebo, diaspoa, facebook, hi5 linkedin, mg space, ning, orkut, plaxo, tagged, xing, irc, yammer.

- مواقع الفعاليات (Events): هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكن لهذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية (LBS) لتحديد موقع التجمع مما يميز هذه المواقع الإلكترونية، إمكانية التحديث التلقائي، فيمكن الداعي للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعوين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدة ومن أشهر مواقع الفعاليات: Tweetvite, eventful, meetup.

- مواقع تجميع المعلومات: Information Aggregafors

تقوم هذه المواقع والبرامج بتجميع المعلومات التي تمك فقط، فما يميز هذا العصر الذي نعيش فيه هو كمية المعلومات المتداولة بشكل سريع عن طريق الأنترنت، حيث تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلا من البحث عنها وإضاعة الوقت، وهناك العديد من مواقع جمع المعلومات مثل: Net .vibes, evri

- مواقع مشاركة الإهتمامات: social interests: هذه نوعية مختلفة من المواقع تساعدك على نشر ومشاركة شبكتك نوعية الأجهزة التي تستخدمها أو إهتمامات مثل ما تشاهد الآن أو ما تقرأ في الوقت الحالي ومن أهم تلك المواقع: Gdg+ Getolue, Goodreads.

- مواقع جمع التبرعات والقضايا المهمة **online advoca cyand Fundraising** :

فكرة هذه النوعية من المواقع ذكية ومفيدة، لتخيل أنك تود القيام بمشروع لا تملك التمويل اللازم له، كل ما عليك هو تقديم دراسة المشروع لهذه المواقع ومن ثمة يقوم القائمين على الموقع بدراسة المشروع وفكرته ثم عرضه على المستخدمين ومن أشهر تلك المواقع: **causes**.

- مواقع استعراضات السلع **productruviews** :

تخيل أنك تود شراء سيارة جديدة أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمل الزمن والإستخدام اليومي، أما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع، حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال كما أنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته. (1)

11- الشبكات الاجتماعية وقضايا شائكة:

كما هو الحال مع أي تقنية جديدة، صاحبت ظهور الشبكات الاجتماعية العديد من القضايا الشائكة والتي أدخلت ملاك تلك المواقع في دوامة من المشاكل القانونية التي شكلت أو تشكل بعض المعوقات في مسيرة نمو الشبكات الاجتماعية، من تلك القضايا قضية الخصوصية حيث يدور نقاش شديد أن الشبكات الاجتماعية تعدت على خصوصية الفرد وغيرت مفهوم الخصوصية للفرد، فبإمكان أي شخص أن يتعرف على كثير من خصوصيات شخص آخر بمجرد تفضية دقائق في ملفه الشخصي، الحل لهذه المشكلة من قبل أصحاب الشبكات الاجتماعية كان بإتاحة بعض الخصوصية مثل إتاحة خاصية التحكم في عرض بعض محتويات الملف الشخصي لمجموعة معينة من الأشخاص وإضافة بعض القوانين المتعلقة بإمكانية وصول الآخرين لتلك المحتويات.

(1) المرجع السابق، ص 26.

قضية أخرى مهمة كذلك هي المفهوم السائد عند كثير من مستخدمي شبكة الأنترنت أن الشبكات الاجتماعية لا يتم استخدامها وارتياحها إلا من طرف مراهقين، ولا تستخدم إلا لأغراض سيئة أو في أفضل الأحوال لتمضية الوقت بدون أي فائدة مرجوة، هذا المفهوم بدأ يتلاشى تدريجياً بعد أن بدأ كثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية استخدام أسمائهم الحقيقية، وعندما بدأ ضخ كمية محتويات مفيدة في مواقع الشبكات الاجتماعية واستغلال البعض لها للوصول للخبرات والكفاءات من الأشخاص وتقديم عروض عمل لهم في الجملة لكل تقنية جديدة مؤيدون ومعارضين وتبقى الشبكات الاجتماعية تقدم الكثير من الخدمات والمنافع والتي لو استغلت تمام الاستغلال لتحقق منها فائدة كبيرة لكثير من مستخدمي الأنترنت.⁽¹⁾

12- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة وبين المستخدمين من جهة أخرى.

هذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الأنترنت يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين وكذلك مواقع للمحادثة،

⁽¹⁾ صالح محمد العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 137-138.

وهناك المدونات الشخصية التي يجعلها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم ويضعون صورهم ويسجلون حوارهم واهتماماتهم.

ويسجل لهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة كما أنها شكلت عمل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تجمع وتتجاوز بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكار أو رؤى مختلفة متقاربة أو موحدة أحيانا، مما أثرت هذه الحوارات على تلك الشبكات وزادتها غنى، وجعلت من الصعب جدا على الرقابة الوصول إليها أو السيطرة عليها.⁽¹⁾

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الأنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحها الأنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصا موقع الفايسبوك، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده وانهيائه، فإن هناك من يرى فيه وسيلة للتنامي والإلتحام بين المجتمعات وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجحة في الإنتفاضات الجماهيرية.

وقد أفادت أبحاث بأن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على حياة المستخدمين الاجتماعية وعلى مخهم على حد سواء وأثبت مسح أجري لبعض الأدمغة أن هناك صلة بين عدد أصدقاء شخص على الفايسبوك وحجم بعض أجزاء المخ.

⁽¹⁾ المرجع سابق ، ص ص 139-141.

وليس واضحاً إن كان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ينمي المخ أم أن أولئك الذين لديهم تركيب معين للمخ قادرون على خلق الأصدقاء وبسهولة أكثر، والمناطق التي جرى فحصها في المخ لها علاقة بالتواصل الاجتماعي والذاكرة ومرض التوحد.⁽¹⁾

13- المشاكل الاجتماعية الناجمة عن مواقع التواصل الاجتماعي:

قد يرافق استخدام الأنترنت بصورة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصورة خاصة مشاكل اجتماعية ملحوظة بل لعل الكثير من العائلات تشتكي حصول مثل هذه المشاكل، والسبب يعود إلى الإفراط في التعامل مع الأنترنت ومواقع التواصل، فمن الطبيعي أن تنجم مثل هذه المشاكل فيما إذا قضى الفرد معظم وقته معها، ومن بين هذه الأسباب:

- غياب الأب عن أولاده ورعايتهم والإهتمام بهم مما يولد فراغاً لدى الأولاد، يسبب لهم المشاكل الحقيقية في بناء شخصيتهم وفشلهم في تحديات الحياة.
- عدم رعاية الوالدين والإهتمام بهم، لانشغال أولادهم مع الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
- غياب روح الألفة والمحبة والحوار بين الأقارب والأرحام لانشغال الأكثر منهم بجوهر الخاص مع الفايسبوك وغيرها من المواقع الأخرى.⁽²⁾

لقوله تعالى في كتابه الكريم: ﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا﴾⁽³⁾

(1) المرجع نفسه، ص ص 141-151.

(2) الشيخ ميثم الفرجي، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية أخلاقية تربوية، بيروت: دار المحجة البيضاء، 2014، ص ص 84-85.

(3) سورة النساء، الآية: 36.

إذا من خلال ما ذكرناه سابقا، نقول أنه بظهور مواقع التواصل الاجتماعي، ظهرت معها أيضا مشاكل اجتماعية جديدة لم تكن موجودة سابقا قبل ظهور التكنولوجيا عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة، حيث غيرت من العلاقات الاجتماعية بين الناس

14- شبكات التواصل الاجتماعي من منظور إعلامي اتصالي:

من بين السمات الأساسية للشبكات الاجتماعية أنها تمكن الأفراد وبشكل عملي من اكتشاف اهتماماتهم والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين مشاهين لهم، أو مروا بالتجربة فيقدموا خبرتهم وتجاربهم، لهؤلاء الأشخاص وإمكانية إرسال الرسائل الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية، وتقديم معلومات كاملة وفورية عن القضية التي تم الشبكة الاجتماعية، وتسهيل عملية متابعة ما ينشر أو يث في وسائل الإعلام، أو على المواقع الإلكترونية عن القضية أو توفير المعلومات للإعلاميين عن الكثير من القضايا التي تطرحها، ومساعدة القائمين على أ مر هذه الشبكات في تجنيد المتطوعين للمشاركة في القضايا والفعاليات السياسية التي تهتم بها، وجمع التبرعات والحصول على الدعم المالي من المواطنين، وإمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، واكتساب المعارف الجديدة والمتنوعة، كما يمكن اعتبارها منبرا جديدا للتعبير عن الذات، وهو ما يزيد ثقة الفرد في نفسه فضلا عن الرصيد الهائل من حرية التعبير عن الرأي دون الخوف من أي ملاحقة كما تساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم وكذلك تفيد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف، وكذلك تفيد في معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة.⁽¹⁾

15- إحصائيات وأرقام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي:

رغم الإنتهاكات التي تطارد هذه المواقع من انتهاك للخصوصية إلى التجسس على البيانات الشخصية للمستخدمين، إلا أن قوتها تزداد يوما بعد يوم، ويزداد تعلق المستخدمين بها، والدليل على ذلك ارتفاع عدد

(1) إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015، ص 12.

مستخدمي موقع الفيس بوك حيث وصل عددهم في العالم العربي حتى شهر إبريل 2012 إلى 43 مليون مستخدم، مع نمو واضح في استخدام اللغة العربية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي وذلك وفقا لأحدث نتائج تقرير الإعلام الاجتماعي العربي.

وتفيد الإحصائيات أن نسبة مستخدمي فيسبوك من سكان العالم العربي ارتفعت من 4% من عامين إلى حوالي 13% اليوم، 70% منهم شريحة الشباب، الأمر الذي يشير إلى تبني قطاعات متنامية من المجتمع العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي بهدف إحداث تغيير في مجتمعاتهم.⁽¹⁾

أما موقع اليوتيوب فقد أعلنت شركة غوغل -مالكة موقع يوتيوب- أن مستخدمي الموقع يحملون ما مقداره خمسة وثلاثون ساعة فيديو كل دقيقة، وهذا يعني ألفان ومائة وثلاثون ساعة فيديو في كل ساعة وخمسون ألفا وأربعمائة ساعة في اليوم، وهذا يفوق ما تقوم ببثه أكثر ثلاث محطات تلفزيونية أمريكية مجتمعة في ستين عاما لو واصلت الليل والنهار دون انقطاع.⁽²⁾

(1) صالح محمد العلي، مرجع سابق، ص 150.

(2) علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 91.

تمهيد:

يعتبر التعليم الثانوي مرحلة من مراحل السلم التعليمي مدتها ثلاث سنوات على العموم، وهي تلي مرحلة التعليم المتوسط وتسبق التعليم العالي، ولقد شهد التعليم في المرحلة الثانوية بالجزائر تطورا مر بمراحل متعددة عبر إدخال تعديلات وإعداد مشاريع إصلاحية لأنها مرحلة بالغة الأهمية، باعتبارها وسيط رابط بين التعليم المتوسط والجامعي.

ثانيا: التعليم الثانوي

1- تعريف التعليم الثانوي:

يعرفه معجم مصطلحات التربية والتعليم بأنه: "مرحلة التعليم في المدرسة الثانوية التي تسبقها مرحلة التعليم الابتدائي والمتوسط في معظم بلدان العالم، وينقسم التعليم الثانوي إلى ثانوي عام ويؤهل غالبا للإلتحاق بالتعليم العالي والثانوي التقني هو بالدرجة الأولى، يعنى بفئة العمال الماهرة وفئة الفنيين في التجارة والزراعة والصناعة." (1)

يعرفه عبد الرحمان بن سالم بأنه: " مرحلة من مراحل السلم التعليمي مدتها ثلاث سنوات على العموم، ويمكن اختصارها أو تمديدتها تباعا لمقتضيات التربية، أعدت لاستقبال الطلبة المتحصلين على شهادة التعليم الأساسي". (2)

يعرفه Good بأنه: "المرحلة الوسطى من سلم التعليم حيث يسبقه التعليم الابتدائي والمتوسط ويليه التعليم العالي، ويشمل فترة زمنية معينة وتمتاز هذه المرحلة الزمنية بتغيرات جسيمة ونفسية، مما يجعل هذه المرحلة مهمة للغاية". (3)

تعريف آخر: هي " المرحلة التي تلي مرحلة التعليم المتوسط وتسبق التعليم العالي ومدتها ثلاث سنوات يدخلها من أتم الخامسة عشر من عمره على الأقل، وحصل على شهادة المتوسط". (4)

التعريف الإجرائي: هو مرحلة مهمة يجب على المتدرسين اجتياز التعليم الأساسي للوصول إلى التعليم الثانوي، ثم الانتقال منه إلى التعليم العالي، فهو يمثل مكانة وسطى، تكمن أهميته في الدور الذي يؤديه حيث يقوم بتنمية القدرات والاستعدادات وصقل المواهب العقلية للمتمدرسين.

(1) ميشال جرجس، معجم مصطلحات التربية والتعليم، لبنان: دار النهضة، 2005، ص 315.

(2) مركز الوثائق، هيكلية التعليم الثانوي، مجلة العربي، ع7، 2005، ص 7.

(3) رابح تركي، أصول التربية والتعليم، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية للنشر، 1990، ص 126.

2- تطور التعليم في المرحلة الثانوية في الجزائر:

وجدت الجزائر نفسها بعد الاستقلال أمام وضع اقتصادي واجتماعي وثقافي مزري، لهذا بادرت لتعبئة وتجنيد كافة الإمكانيات المتاحة آنذاك، واستعانت بالدول الشقيقة من أجل بناء منظومة تربوية تعليمية جزائرية، وقد قامت بإدخال تعديلات عبر المراحل التعليمية الثلاث بما فيها التعليم الثانوي، ويمكن تقسيم تاريخ تطور التعليم الثانوي بالجزائر إلى المراحل التالية.

● المرحلة الأولى من 1962 إلى 1970:

بقي النظام في هذه المرحلة شديد الصلة من حيث التنظيم والتسيير كالذي كان سائد قبل الاستقلال إلا أنه قد شهد تحولات نوعية تطبيقا لاختبارات التعريب والديمقراطية والتوجه العلمي والتقني، وذلك طبقا للمواثيق الأساسية للأمم، وهذا أدى إلى تنصيب لجنة لإصلاح التعليم سنة 1962، عهد إليها خطة تعليمية واضحة ونشرت اللجنة تقريرها 1964، وبهذا لم تشهد السنوات الأولى من الاستقلال سوى جملة من العمليات الإجرائية منها:

- التوظيف المباشر للمعلمين والمساعدين.

- تأليف الكتب وتوفير الوثائق التربوية.

- بناء المرافق التعليمية في كل نواحي الوطن.

- اللجوء إلى عقود التعاون مع البلدان الشقيقة.

أما تنظيم التعليم الثانوي فقد اشتمل على ثلاث أنماط هي:

- التعليم الثانوي العامل: ويدوم ثلاث سنوات ويحضر لمختلف شعب الرياضيات والعلوم التجريبية والفلسفة ويهتم هنا بشعب البكالوريا.

- التعليم الصناعي والتجاري: ويحضر التلاميذ لاجتياز شهادة الأهلية في الدراسات الصناعية والتجارية وتدوم خمس سنوات.

- التعليم التقني: ويحضر لاجتياز شهادة التحكم خلال ثلاث سنوات من التخصص بعد التحصل على شهادة الكفاءة المهنية بعد المرور باختبار معين.⁽¹⁾

● المرحلة الثانية من 1970 إلى 1980:

عرفت هذه المرحلة إعداد مشاريع إصلاحية كمشروع 1973 ومشروع وثيقة إصلاح التعليم سنة 1974 التي صدرت بعد تعديلها في شكل أمر، وهو الأمر المتعلق بتنظيم التربية والتعليم والتكوين الذي نص على إنشاء المدرسة الأساسية وتوحيد التعليم الأساسي وإجباريته وتنظيم التعليم الثانوي، وظهور فكرة التعليم المتخصص وقد شهدت عدد من القرارات المهمة، والتعليم الثانوي هنا يدوم مدة ثلاث سنوات وينتهي باختبار مختلف شعب البكالوريا التي تؤدي إلى الجماعة وتحضر ثانوية التعليم العام لاجتياز امتحان البكالوريا في الرياضيات والعلوم والآداب، وأهم التغيرات التي طرأت في هذه المرحلة تتعلق بالتعليم التقني، حيث أنشأت متاقن الطور الأول 1970-1971 بهدف تقديم تكوين يدوم سنتين ليصبحوا عمالا مؤهلين مع إمكانية الانتقال إلى الطور الثاني لتلقي تكوين يؤهلهم مدة سنتين إضافيتين ليصبحوا تقنيين وأهملت هذه التجربة ابتداءً من الدخول المدرسي لسنة 1973-1974 وحولت المتاقن إلى ثانويات تقنية.⁽²⁾

● المرحلة الثالثة من 1980 إلى 1990:

شهد التعليم الثانوي في هذه المرحلة تحولات عميقة رغم أن التكفل به تم إسناده إلى جهاز مستقل وقد اقتصررت هذه التحولات على ما يلي:

- بالنسبة للتعليم الثانوي العام: إدراج التربية التكنولوجية سنة 1984 و1985 وتلقينها من طرف أساتذة العلوم الطبيعية والفيزياء إلا أنه تم التخلي عنها في 1990، وإدراج التعليم الإختياري لغات وإعلام آلي وتربية بدنية، ثم تم التخلي عنها إثر إعادة هيكلة التعليم الثانوي في الفترة الموالية وفتح شعب العلوم الإسلامية.

بالنسبة للتعليم التقني اهتم بما يلي:

⁽¹⁾ أبو بكر بن بوزيد، إصلاح التربية في الجزائر رهانات وإنجازات، الجزائر: دار القصة للنشر، 2009، ص 218.

⁽²⁾ وزارة التربية الوطنية، النشرة الرسمية للتربية، الأمر المؤرخ في 16 أفريل 1976، الجزائر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 1976، ص 45.

- تطابق التطبيق الممنوح في المتاقن مع التكوين الممنوح في الثانويات التقنية.
 - إقامة التعليم الثانوي قصير المدى الذي يتوج بشهادة الكفاءة التقنية.
- وفي نهاية هذه المرحلة تم إدراج القسمين الوزاريين المكلفين بالتربية في وزارة واحدة تدعى بوزارة التربية الوطنية.⁽¹⁾

● المرحلة الرابعة من 1990 إلى 2000:

تميزت هذه المرحلة بإعطاء التعليم الثانوي اهتماما كبيرا وذلك بإعادة النظر فيه من حيث التنظيم والمهام أيضا، حيث كلفت لجنة مختصة بمهمة تحقيق أهداف ذات آثار فعالة، وذلك من خلال وضع هيكلية جديدة، وقد شملت هذه الأهداف المسطرة مجموعة من النقاط وهي كالاتي:

- تبسيط هيكل التعليم الثانوي، وذلك بتفادي التخصص المبكر وتقليص عدد الشعب من 22 إلى 16 شعبة.
- إضافة التماسك الداخلي داخل التعليم الثانوي وضمان انسجامه مع عالم الشغل.
- وعلى هذه الأهداف التي سطرت اقترحت هذه اللجنة هيكلية جديدة للتعليم الثانوي تضمنت ما يلي:
- التعليم التكنولوجي ويشمل الهندسة الكهربائية والهندسة الميكانيكية.
- تعليم عام ويشمل الهندسة الكهربائية والهندسة الميكانيكية.
- تعليم عام ويشمل تعويض شعب الرياضيات بشعبة العلوم الدقيقة، أما شعبة العلوم التجريبية فقد استبدلت بشعبة علوم الطبيعة والحياة وعوضت بشعبة الآداب وهي الآداب والعلوم الإنسانية، وكذلك الآداب والعلوم الشرعية بالإضافة إلى شعبة الآداب واللغات الأجنبية.⁽²⁾

⁽¹⁾ نجاح بلهوشات، اتجاهات المتمدرسين في التعليم الثانوي نحو حماية البيئة من مشكلات التلوث، رسالة ماجستير: جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 75.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 77.

● المرحلة الخامسة من 2000 إلى 2007:

- إدراج مادة الإعلام الآلي بدءا من السنة الأولى من التعليم المتوسط، وتدعيمه في التعليم الثانوي بأن يصبح باسم مادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- تم إصلاح التعليم الثانوي ووضع هيكلية جديدة بلغ عدد الثانويات والمتاقن 1423 بمجموع تلاميذ 1123123 تلميذا و60185 أستاذا.⁽¹⁾
- يتم تنصيب السنة الأولى ثانوي بجذعين مشتركين هما "جذع مشترك آداب " و"جذع مشترك علوم وتكنولوجيا".
- يفتح الجذعان المشتركان في جميع مؤسسات التعليم الثانوي مع الحرص على توفير التجهيز العلمي، وذلك باستعمال ما هو متوفر من تجهيز، وما سوف تستفيد منه كل ولاية بصفة عقلانية، ويرافق ذلك تطبيق مناهج ومواقيت وكتب جديدة.
- تتم إعادة السنة لتلاميذ الجذعين المشتركين "جذع مشترك علوم" و"جذع مشترك تكنولوجيا" في الجذع المشترك الجديد "علوم وتكنولوجيا تبقى أشكال الإعادة في السنتين الثانية والثالثة من التعليم الثانوي سارية المفعول.
- يشرع في فتح ثانويات الامتياز لفائدة التلاميذ الممتازين دراسيا.
- يتم القبول في السنة الأولى من التعليم الثانوي العام والتكنولوجي باعتماد نتائج شهادة التعليم الأساسي التي سيتم تميمها وكذا نتائج التقويم المستمر للسنة الدراسية الجارية.
- سيتم توجيه التلاميذ إلى السنة الأولى من التعليم الثانوي العام والتكنولوجي بجذعيه المشتركين، وفق معايير للتوجيه يتضمنها منشور خاص بالموضوع.

⁽¹⁾ منتديات الحضرة ، تطور النظام التربوي الجزائري منذ الاستقلال إلى يومنا، تمت الزيارة يوم، 13-02-2018، متاح على الرابط الإلكتروني:

- يتم القبول والتوجيه في السنة الثانية ثانوي وفق أحكام النصوص المنظمة للعملية السارية المفعول. (1)

3- مميزات التعليم في المرحلة الثانوية:

يختلف التعليم الثانوي عن التعليم الأساسي بكونه بحاجة أكبر إلى الإعداد والتطوير لجعله يتناسب ومتطلبات عالم العمل ويمتاز بعدة مميزات نذكر منها ما يلي:

- يتصف بنسبة مردود أعلى على المستوى الوطني والإقليمي وكذلك الاجتماعي.

- تكلفة أعلى لإعداد التلاميذ وتعليمهم.

- حاجة أكبر لقطاع الإدارة من الوظائف.

- يقدم مجموعة من المقررات الدراسية الكبيرة لكي تواجه الاحتياجات المختلفة للطلاب من ناحية والتنمية الشاملة والاقتصاد الوطني من جهة أخرى. (2)

- ويمثل مجتمعا متكاملا من الناحية العلمية والاجتماعية والثقافية للطلاب التي تساهم في عملية الإعداد المستقبلي.

- يوجد فيه التوجيه المدرسي الذي يتولاه أخصائيون في علم النفس وعلم الاجتماع.

- يختلف التعليم الثانوي عن التعليم الأساسي لكونه يحتاج إلى أكبر عدد من التجهيزات والإعداد والتطوير لجعله يتناسب ومتطلبات عالم العمل.

- نجد في المؤسسات الثانوية عدة تخصصات في كل المواد الأدبية وكذلك العلمية. (3)

إذا من خلال ما يميز التعليم الثانوي يمكن القول أن أهم ميزة له هي أنه يقوم بإعداد التلميذ وتطويره بصورة كبيرة لاتصافه مردود أعلى أكبر من التعليم الأساسي، فهو تعليم مبني على التخصص والتنوع.

(1) وزارة التربية الوطنية، النشرة الرسمية للتربية الوطنية، الجزائر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2005، ص 6-7.

(2) محمد محمود مقيلة، طرائق التدريس العامة، عمان: دار المسيرة للنشر، 2009، ص 61.

(3) عزيز إبراهيم مجدي، رؤية مستقبلية في تحديث منظومة التعليم، مصر: مكتبة أنجلو مصرية، 2001، ص 40.

4- أهمية التعليم في المرحلة الثانوية:

يمكن تحديد أهمية التعليم الثانوي في النقاط التالية:

- إذا كانت المدرسة المتوسطة تحتوي على أعداد كبيرة من التلاميذ، فالمدرسة الثانوية تعد المستقبل الوحيد لهم.
- الربط الوسيط بين التعليم المتوسط والجامعي.
- الحصول على طاقة بشرية معدة ومهيأة علمياً وتقنياً وهي ذات قيمة اقتصادية واجتماعية.
- يسعى إلى تمكين التلميذ من الإستمرار في التعليم مدى الحياة تعلماً ذاتياً نشطاً.⁽¹⁾
- إكساب الطالب المعارف والمهارات العلمية والعملية ومهارات الاتصال وكذلك التفاوض في الحياة العملية.
- تنمية قدرة التلميذ على العمل المنتج في سوق العمل بصورة إيجابية تنعكس عليه وعلى المجتمع بالمنفعة.
- كما تسعى المدرسة الثانوية إلى تهيئة المواطن بصورة إيجابية فهو يغطي مرحلة المراهقة وهي مرحلة بناء الذات وتكوين الشخصية والإتجاهات والقيم، ونظراً لأهمية التعليم الثانوي صار لا بد على أي مجتمع أن يبذل مجهودات كبرى لتحقيق أهداف هذه المرحلة من التعليم الثانوي لتعود بالمنفعة على المتعلم.⁽²⁾
- إذا من خلال ما قمنا بذكره يمكن القول بأن المرحلة الثانوية تهتم بالطالب من كافة النواحي، الدينية والنفسية والوطنية والعملية وتساعد على تكوين المعرفة التي تمكنه في مواصلة تعليمه الجامعي والإنخراط في سوق العمل.

5- وظائف التعليم في المرحلة الثانوية:

حدد علم النفس التربوي مجموعة من الوظائف في التعليم الثانوي وهي:

- تعويد الطلاب على العادات الجسمية السلمية حتى يتيسر لهم البناء الجسمي السليم.

(1) عبد اللطيف حسين فرج، التعليم الثانوي ونظم التربية والتعليم في الوطن العربي ما قبل وما بعد العولمة، عمان: دار حامد للنشر، 2008، ص 46.

(2) فاخر عاقل، علم النفس التربوي، ط.2، بيروت: دار الملايين للنشر، 1984، ص 25.

- أن يتيح للطلاب فهم دورهم جيدا في المجتمع سواء كانوا رجال أم نساء، بحيث يعرف كل من الجنسين حقوقه وواجباته.
- أن يكتسب الطالب معارف ومعلومات بطريقة منظمة تتيح لهم أن يكونوا يأخذوا أفكار صحيحة عن العالم الخارجي.
- تعويد الطالب على طريقة التفكير العلمي والتفكير النقدي الذين يساعده على النظرة الموضوعية لمشاكل الحياة، وتنمية روح المسؤولية لدى الطلاب.
- العمل على تنمية القدرات والإستعدادات عن طريق التنوع في التعليم وأساليب الدراسة.
- أن تعمل المدرسة على تعويد طلابها على تذوق النواحي الفنية المختلفة في الأدب والتصوير والموسيقى.
- أن تعرف المدرسة طلابها بالأخطار المحدقة ببلادهم وأن يفهموا سياسة بلادهم العامة في المجال الدولي.
- أن تساعد المدرسة الثانوية تلاميذها على اجتياز مرحلة المراهقة بأمن وسلام لتحقيق التكيف والتوافق معها. (1)
- العمل على إعداد الطلاب للحياة العامة.
- العمل على غرس حب الإطلاع والميل إلى المعرفة وإجادة اللغة القومية في نفوس التلاميذ.
- الاعتزاز بالشخصية الوطنية لبلادهم. (2)

6- العملية التعليمية في التعليم الثانوي:

تعد العملية التعليمية عملية مستمرة يتعلم فيها الفرد من محيطه ويتفاعل ويتكيف معه، ونجد في هذا العمل التكيف الكثير من الأنماط السلوكية التي تتبلور في شكل إيجابي بالنسبة للفرد المتمدرس، فمن أهم عناصر العملية التعليمية ما يلي:

(1) عبد الرحمان البخاري، علم النفس التربوي، ط4، عمان: دار الفرقان للنشر، 2003، ص 50.

(2) محمد لبيب النحيجي، في الفكر التربوي، ط2، بيروت: دار النهضة العربية للضيافة والنشر، 1981، ص 44.

- الأستاذ: يعبر الأستاذ عن السلطة المعطية للمعرفة والفارضة للنظام والموجه للعملية التربوية والمحرك الأساسي لها، ويجب أن يكون مدرب ومؤهل وقادر على تنظيم الموقف التعليمي لها، بما يتيح النجاح لعملية التعليم، وكذلك هو الشخص المعد إعدادا بيذاغوجيا وأكاديميا لممارسة أدواره ولنجاح العملية التعليمية في التعليم الثانوي يجب أن تتوفر بعض الخصائص في الأستاذ وهي كما يلي:
 - العلاقة الحسنة بينه وبين التلاميذ حيث يجب أن تكون العلاقة بين الأستاذ والتلميذ كالعلاقة بين الأب والابن.
 - أن يشعر الأستاذ بواجبه نحو مجتمعه لأن ما يقوم به يعود بالفائدة على المجتمع من خلال الإطارات التي تتخرج على يده.
 - كما يتصف الأستاذ بالإخلاص لأن الإخلاص أكبر وسيلة لنجاحه في أداء مهمة التدريس.
 - على الأستاذ أن يهتم بالتلاميذ ودراسة جوانب شخصيتهم من خلال مراعاة الفروق الفردية ويراعي التغيرات التي تحدث للمتمدرسين في فترة المراهقة. (1)
- التلميذ: هو من يسلم نفسه للمعلم ليتعلم منه وهو طالب العلم وتلاميذ المرحلة الثانوية من المعروف عنهم أنهم يمرون بمرحلة عمرية ذات أهمية كبيرة لها أبعادها الجسمية والعقلية، ويمكن أن تضر بتحصيله الدراسي وهذا راجع إلى طريقة التدريس التي يتبعها الأستاذ ومرتبطة بمستوى تكوينه التي تؤهله للتعامل مع هذه الشريحة التي تعتبر من أهم الشرائح الموجودة داخل المدارس. (2)
- المنهاج: يعتبر المنهاج من أهم أركان العملية التعليمية والتي يجب أن تحظى باهتمام كبير من متخذي القرار لأنها السبيل الوحيد للوصول إلى الأهداف المنشودة من العملية التعليمية، حيث أن المنهاج ينطلق من مفهوم مرادف لمفهوم المقررات الدراسية والكتاب المدرسي مما يجعل الكتاب المصدر الوحيد للمعرفة ويهتم المنهاج بتبسيط المعارف حتى يتمكن المتعلم من حفظها واستظهارها وفي عملية التعليم تتمركز على المتعلم، وبهذا فإن المنهاج يعتمد على مجموعة نظامية من الدروس الأكاديمية المطلوبة للحصول

(1) حسن شحاتة، المنهاج الدراسي بين النظرية والتطبيق، ط2، د.م.ن: مكتبة الدار العربية، 2001، ص 55.

(2) عبد الوهاب الجماعي، كفايات تكوين المعلمين، عمان: دار الجنادرية للنشر، 2010، ص 139.

على شهادة في حقل من الحقول الدراسية لبلوغ الأهداف التعليمية بقصد مساعدة المتعلمين على النمو الشامل والمتكامل في كل جوانب شخصية المتمدرس.⁽¹⁾

إذا من خلال ما قمنا بذكره نجد بأن العملية التعليمية عملية متواصلة يتعلم فيها الطالب من خلال العلاقة القائمة بين الأستاذ والتلميذ، بواسطة المنهاج التربوي المسطر، ويلعب الأستاذ دور حاسم حيث يقوم بتوجيه التلميذ وفقا للمنهاج الذي يلعب هو الآخر دورا مهما في العملية التعليمية

⁽¹⁾ سهيل محسن، أحمد الهلالي، رؤية مستقبلية في تحديث منظومة التعليم، مصر: مكتبة أنجلو مصرية، 2001، ص 41.

تمهيد:

تعتبر المراهقة من أهم المراحل التي يمر بها الإنسان في حياته لما لها من تأثير على حياته كلها مستقبلاً، فهي من أهم وأخطر المراحل شأنًا في حياة الأبناء بعد مرحلة الطفولة، وقد أطلق عليها العلماء مرحلة "الولادة الثانية" وهذا لما لها من خصائص وتغيرات تنتاب الفرد في هذه المرحلة، ومن جميع النواحي الجسمية والانفعالية والجنسية والعقلية والنفسية والاجتماعية والدينية.

ثالثا: المراهقة

1- تعريف المراهقة لغة واصطلاحا:

يمكن تعريف المراهقة لغة واصطلاحا بغية فهمها فهما دقيقا على النحو التالي:

• المراهقة في اللغة:

قال ابن منظور في (لسان العرب) في مادة رهق: "ومنه قولهم: غلام مراهق أي: مقارب للحلم، وراهق الحلم: قاربه، وفي حديث موسى والخضر: فلو أنه أدرك أبويه لأرهقهما طغيانا وكفرا، أي: أغشاهما وأعجلهما وفي التنزيل: أن يرهقهما طغيانا وكفرا.

ويعني هذا أن المراهقة كلمة مشتقة من فعل رهق، بمعنى قارب فترة الحلم والبلوغ، وقد تدل المراهقة على العظمة والقوة والظلم.

• المراهقة في الاصطلاح:

تعتبر المراهقة فترة مرور وعبور وانتقال من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد والرجولة، وبالتالي، فهي مرحلة الإهتمام بالذات والمرآة والجسد على حد سواء، ومرحلة اكتشاف الذات والعالم، ومن ثم، تتخذ المراهقة أبعاد ثلاثة: بعدا بيولوجيا (البلوغ)، وبعدا إجتماعيا (الشباب)، وبعدا نفسيا (المراهقة)، ومن ثم تبدأ المراهقة بمظاهر البلوغ، وبداية المراهقة ليست دائما واضحة، ونهاية المراهقة تأتي مع تمام النضج الاجتماعي دون تحديد ما قد وصل إليه الفرد من هذا النضج الاجتماعي.⁽¹⁾

2- فترة المراهقة:

متى تبدأ فترة المراهقة ومتى تنتهي:

هل يمكن إطلاق اسم مراهق على فتى بلغ من العمل خمسة عشر عاما بالرغم من عدم ظهور بوادر

لأي تغيرات جسدية؟

فماذا عن الفتاة التي بلغت من العمر أحد عشر عاما، وقد ظهرت عليها بوادر الأنوثة؟ إذا قمنا بزيارة

للصف السادس أو السابع أو الثامن سوف نجد تنوعا كبيرا في النضج العقلي والجسدي والاجتماعي، هناك

(1) جميل حمداوي، المراهقة خصائصها ومشاكلها وحلولها، دم ن: د د ن، د س ن، ص ص 4-5.

القليل منهم من قد ظهر له شعر في جسده أو علامات النضوج الجنسي بينما الآخرين لم تبدو عليهم أية تغيرات، وقد بدأ بعضهم بمقابلة الفتيات بينما الآخرون لم يبدأوا بعد وبدأ البعض في العمل كالبالغين، يتصرف البعض منهم كالبالغين بطريقة أو بأخرى، بينما الآخرون مازالوا يتصرفون كالأطفال.

- المراهقة المتأخرة والمتوسطة وبداية المراهقة:

بالرغم من امتداد المراهقة لعشر سنوات: إلا أن العديد من علماء الاجتماع أعلنوا أن العديد من عمليات النمو النفسي والاجتماعي تحدث أثناء هذه الفترة، فحدوث تغيرات المراهقة تحدث تدريجياً ما يجعلها شيئاً طبيعياً، فعلى سبيل المثال تنصب اهتمامات المراهق في سن 13 عام على بائمان ومباريات البيسبول، بينما المراهق من سن 18 عام فيهتم بالزواج والعمل وبداية الحياة العملية.⁽¹⁾

فعادة ما يفرق علماء الاجتماع الذين درسوا المراهقة بين بداية المراهقة التي تبدأ منذ سن 11 عاماً إلى 14 عاماً ومنتصف المراهقة التي تبدأ من 15 عاماً إلى 18 عاماً، ثم المراهقة المتأخرة أو الشباب وهي من سن 18 عاماً إلى 21 عاماً يتوافق هذا التقسيم مع التقسيم في المؤسسات التعليمية، فعند دراسة المراهقة وتطورها، نحن بحاجة إلى أن تكون في غاية الحساسية ليس فقط بالنسبة للاختلافات بين المراهقة والطفولة أو المراهقة وبالبلوغ، ولكن إلى الاختلافات بين المراحل المتعددة للمراهقة وسن المراهقة نفسه.⁽²⁾

3- التغيرات في المراهقة:

أثناء المراهقة تمر أجساد الأطفال بتغيير هائل، فيحدث البلوغ بشكل كبير في المراهقة المبكرة على الرغم من أنه يمكن أن يبدأ بين الحادية عشر والسادسة عشر، وفي العادة حوالي سنتين بعد بداية البلوغ، يمر الصبيان بتفانم في النمو، أحياناً يكتسبون خمسة بوصات في الطول في عام واحد، وفي نفس الوقت يحدث لهم نمو جنسي سريع، وهو إحدى أكثر العلامات وضوحاً في المراهقة، والذي يصاحبه نشاط هرموني والذي

(1) أحمد عبد الكريم، محمد أحمد خطاب، الإرشاد النفسي والاضطرابات الإنفعالية للأطفال والمراهقين، د م ن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص

29.

(2) المرجع نفسه، ص 30.

يتضح في التغيير الانفعالي، وأثناء البلوغ يتحول الصبيان من الناحية الجنسية إلى شباب والفتيات إلى أنسات.

وفي العادة يبدأ البلوغ عند الفتيات قبل عامين من الصبيان، وفي المراهقة المبكرة، تميل الفتيات إلى أن يكون أكثر ضخامة وأكثر نضجا من الصبيان الذين في عمرهن، الأمر الذي يصعب من علاقات الأقران والتعلم في المدرسة، ومع هذا، فبحلول الرابعة عشرة تقريبا، يكون الدور على الصبيان، فيصبحون أطول وأكثر وزنا من الفتيات اللاتي في عمرهم.

ولأنهم في سن الثالثة عشر، فإن مجموعتنا المكونة من ستة أفراد هي نموذج للنمو البدني الذي يحدث في المراهقة المبكرة، ففي القمة نجد سول، الذي هو طويل وذو بنية قوية، وسيلست، التي تمتلك جسد امرأة، وسيمون الصغيرة وسيليفيا التي تبدو مثل فتاة لم تصل مرحلة البلوغ.⁽¹⁾

فالهوية الجسدية لهؤلاء الطلاب لها تأثير كبير على إدراكهم لأنفسهم في ظل جماعات أقرانهم، فمن جانب نرى سيلست مدركة أنها أكثر نضجا من الناحية الجنسية بالنسبة لأقرانها، وهذا يعني أنها تدخل في علاقات جنسية ليست مؤهلة لها، وعلى الرغم من أنها تبدو واثقة من نفسها إلى حد الغطرسة، إلا أن الحقيقة هي أنها تقع في مواقف صعبة، وتكون غير متأكدة من نفسها، وليس لدى المراهقين سيطرة على نموهم الجسدي، وذلك بسبب التنوع الهائل في بداية ومدى التغيير البيولوجي، والصورة الجسدية في قضية رئيسية، لكنها ليست خريطة يمكنهم قراءتها، بل إنها محيرة وليست لها طريق وليس لها بوصلة.

ونتيجة عملية المراهقة، هي أن الجميع سوف يشعرون بأنهم غير أسوياء عند نقطة ما، بالنسبة لما كانوا عليه من قبل، وما هم عليه الآن وما سيكونون عليه بعد ذلك، والاتجاهات والميول الجسدية العامة لأولئك المسيطرين في جماعة الأقران وما إذا كان هناك أصدقاء ومساندون.⁽²⁾

(1) كيث سوليفان وآخرون، سلوك المشاغبة في المدارس الثانوية، (ترجمة: طه عبد العظيم حسين)، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، 2007، ص

50.

(2) المرجع نفسه، ص 51.

4- خصائص المراهقة:

هناك تغيرات أساسية في النمو الاجتماعي للمراهق وفي علاقاته الاجتماعية بصفة عامة، تجعله يأخذ صورة أخرى جديدة تختلف عن صورته في مرحلة الطفولة المتأخرة... صورة الطفل الصغير المحب للبيت ولزيارات الأهل... المحب لجلسات الأب والأم، والاستماع لمناقشاتهما وكلامهما... المحب لصحبة الأبين والأهل في جميع الأحوال، فتأخذ هذه الصورة صورة أخرى... فالمراهق لا يرغب في البيت بالمرّة... ولا يرغب في صحبة الأهل، وإنما يرغب في علاقات جديدة، يرغب في مجموعة الشباب الذين في مثل سنه... يجب الخروج معهم، ويرغب في صحبتهم... إلى غير ذلك من مظاهر التغير في النمو الاجتماعي التي تخرجه عن صورة الطفل المنصت المحب للبيت وأهل البيت... التي كان عليها.

وهناك تفتح جديد أيضا في قوى المراهق العقلية، فينمو ذكاؤه بشكل حاد ويأخذ تفكيره طابعا غير الطابع الذي كان عليه في المراحل السابقة... أو بمعنى آخر يبدو لنا المراهق بصورة غير التي كان عليها، وتبدو تصرفاته في نظر الكبار تصرفات غريبة لم يألفوها عندما كان طفلا هادئا وديعا.

وتبدأ مرحلة المراهقة في العادة في الثالثة عشر وتنتهي في الثامنة عشر (قد تمتد إلى الواحدة والعشرين)، وإن اختلفت هذه السنوات قليلا تبعا لعدد من العوامل، فهي تختلف بالنسبة لطبيعة الفرد نفسه وتكوينه الجسمي، إذ تبدأ مرحلة المراهقة مبكرة نسبيا عند ذوي الأجسام الصحيحة والبنية القوية بينما يتأخر بلوغ ضعاف... هزال الأجسام، وتختلف أيضا بالنسبة لنوع الجنس، فهي تبدأ مبكرة قليلا عند البنات وتنتهي مبكرة كذلك بالنسبة لهن.⁽¹⁾

5- المراهقة فهم أفضل:

من الواضح لدينا جميعا أن المراهقة مرحلة من مراحل عديدة يمر بها الإنسان ومادامت مرحلة، فهي إذن مؤقتة، وشيء مهم جدا أن ننظر إليها هذه النظرة لأن ذلك يزودنا بطاقة عظيمة على التحمل، كما يزودنا بالأمل والترقب لما هو أفضل.

(1) إبراهيم وجيه محمود، المراهقة خصائصها ومشكلاتها، د م ن: دار المعارف، 1981، ص ص 15-16.

المراهقون يشكون في معظم الأحيان من سوء فهم الكبار لهم، وكثيرا ما يعبرون عن الشعور بالظلم وعدم نيلهم لحقوقهم، والآباء والأمهات يشكون من الرعونات التي تظهر من أبنائهم المراهقين ومن الأذى الذي يسببونه سمعة العائلة... الكبار إذن يشكون والصغار أيضا يشكون، والحل واحد، وهو يكمن في أفضل معرفة ممكنة لمرحلة المراهقة والتغيرات التي تطرأ فيها على شخصية المراهق.

إن الآباء حين يكسبون الخبرة الجيدة بطبيعة هذه المرحلة يصبح تعاملهم مع أولادهم أفضل وأرشد، ويجدون لديهم النصيحة المناسبة التي يمكن أن يقدموها لهم، وحين يملك الفتيان والفتيات الرؤية الجيدة لأنفسهم وللظروف والأوضاع التي يمرون بها، فإنهم يقدمون أنفسهم لأهلهم بشكل أوضح، وإن لدينا حقيقة ثابتة في هذا الشأن، وهي أن فهم المرء لنفسه شرط لفهم الآخرين له، كما أن تحسن خبرة المراهق بنفسه تجعل استجابته لرغبات أهله ونصائحهم أفضل، هذا يعني أن الكبار والصغار في أمس الحاجة إلى التثقف والإطلاع على ما خطته أقلام علماء النفس والتربية حول المراهقة والمراهقين، وسنعرض على نحو موجز وسريع ملامح ما توصلوا إليه على النحو التالي: ⁽¹⁾

● المراهقون: فروق فريدة:

المراهق عضو في أسرة وفي مجتمع، وهو طالب في المدرسة أو يعمل في مؤسسة أو مهنة... ومن هنا فإن تجليات مرحلة المراهقة ومفززاتها ومقتضياتها في سلوكيات المراهقين لن تكون واحدة، فحين يظفر المراهق بأسرة ممتازة وأصدقاء جيدين، فإن لنا أن نتوقع مرورا سلسا بهذه المرحلة، وقد رأينا فعلا مراهقين رائعين في انسجامهم مع أسرهم وفي نجاحهم في مدارسهم وفي تدينهم وصلاحهم، وسيكون الأمر مختلفا جدا لو وجد المراهق نفسه يتعامل مع أب يميل إلى الشك وأم سريعة الغضب أو مثالية جدا، أو وجد نفسه وقد وقع في شباك أصحاب سيئين يزينون له الشغب والانحراف والتمرد... ما الذي يعنيه هذا؟ إنه يعني شيئين أساسيين:

الأول: هو أن في إمكان الأهل دائما مساعدة أبنائهم على عبور هذه المرحلة بسلام وأمان.

⁽¹⁾ عبد الكريم بكار، المراهق، القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2010، ص ص 13-14.

الثاني: هو أن المراهق كثيراً ما يكون ضحية لتقصير أهله أو انحراف بيئته في المدرسة أو الحي أو العمل، وهذا يعني أن الكبار يتحملون بمعنى من المعاني شيئاً من المسؤولية عن مشكلات المراهقين وعن العمل على إصلاح أوضاعهم.

● لماذا كانت مرحلة المراهقة صعبة؟

المراهقة مرحلة إنتقالية، ومن شأن المراحل الانتقالية الاضطراب والغموض، ومن الواضح أن الطفل في أول سنوات المراهقة يكون مشغولاً بالتخلص من قيود الطفولة وتصورات وسلوكيات الأطفال، وحين يبلغ السادسة عشر أو السابعة عشر، فإنه يشرع في التخلص من تقلبات المراهقة، حيث يبدأ بإدراك الوضعية الفضلى التي ينبغي أن يكون عليها.⁽¹⁾

6- مشاكل المراهقة:

يواجه المراهق الكثير من المشاكل قد يكون منشأها داخلي أو خارجي، فهذه المشاكل قد تحول دون الاستقرار النفسي للمراهق، بالإضافة إلى الخلل في عملية التوافق الذاتي والاجتماعي، وقد قسمت هذه المشاكل على الشكل الآتي:

● مشاكل ذاتية:

هي المشاكل التي من الممكن أن تكون ذاتية ونفسية المنشأ، يراقب المراهق مظهره الخارجي باستمرار ويهتم به بشكل كبير، فيترصد جميع أنواع التغيرات والتطورات العضوية والفزيولوجية التي من الممكن ملاحظتها على المظهر العام مع تقدمه في السن خلال فترة المراهقة، في هذه المرحلة بالتحديد يبدأ الصراع النفسي مع الجسم، فيظهر إما بالغرور والتعالي، أو بالانسحاب والتبرير والأساليب الدفاعية لتعويض الشعور بالنقص.

● مشاكل ناتجة عن الشعور بالخوف:

قد يعاني المراهق من مخاوف عديدة تجعل منه فرداً قلقاً وغير مستقر، وقد تكون هذه المخاوف من الوالدين في المنزل والمعلمين في المدرسة، بالإضافة إلى الخوف من الفشل الأكاديمي الخوف من الإخفاق،

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 14-15.

وتظهر لدى المراهق أيضا مقاومة للمخاوف الناتجة عن المشاكل الاقتصادية، والفراغ الديني، وبذلك يصبح المراهق فردا متهورا وانفعاليا، أو قد يصبح شخصا انسحابيا منعزلا وعدوانيا.

● مشكلة عدم التوافق النفسي:

إن مشكلة انعدام التوافق النفسي هي من أهم المشاكل وأخطرها التي من الممكن أن يتعرض لها المراهق فتجعله متخبطا وهائجا، وينتج عنها الكثير من المشاعر السلبية؛ كحالات البكاء والحزن، والقلق، والضيق المستمر، بالإضافة إلى عدم استقرار العلاقات مع الآخرين وتذبذبها.⁽¹⁾

● مشاكل خارجية:

تختلف مرحلة المراهقة من فرد إلى آخر حسب الاختلافات الثقافية والحضارية والبيئة الجغرافية، بالإضافة إلى الأثر الواضح للقيم والأديان والمعتقدات؛ فالمراهق في المجتمع الريفي يختلف عن المراهق في المجتمع الحر، فتظهر هذه الاختلافات في مستوى تلبية الحاجات المختلفة والفرص المتاحة لإشباعها، يمكن شرح مشكلات المراهق البيئية الخارجية من خلال الآتي:

- علاقة الفرد مع الأسرة: تظهر عادة بما يسمى صراع الأجيال والاختلاف المتباين في وجهات النظر، وعادة يكون صراع المراهق مع الأسرة حول الدراسة وكيفية ملئ أوقات الفراغ.
- علاقة الفرد مع المجتمع: من المفروض أن تقوم علاقة الفرد مع مجتمعه على أساس التفاهم والعطاء المتبادل، والانفتاح على الخبرات والتجارب الاجتماعية الجديدة، وأي خلل وظيفي يصيب أحد عناصر العملية التفاعلية بين الفرد والمجتمع ينتج عن وجود اضطراب في عملية توافق الفرد اجتماعيا يدفعه إلى العزلة والانسحاب والإنطواء وتوليد المشاعر السلبية تجاه الآخرين.⁽²⁾

⁽¹⁾ موقع موضوع، مشاكل المراهقة، تمت الزيارة يوم: 20-03-2018، متاح على الرابط الإلكتروني:

7- حاجات مراهقي التعليم الثانوي:

إن الحاجة شيء ضروري للإنسان إما لاستمرار حياته كالحاجة إلى الطعام والنوم والماء أو من أجل العيش بحياة أفضل كالحاجات النفسية مثل المحبة والأمن والحب، وكذلك المراهقة لها نفس الحاجات وبدونها تصبح سيئة التوافق.

والمراهقة كما أسلفنا لا تختلف عن أي فرد كان كبيرا أو صغيرا من حيث الحاجات الأولية الأساسية والبيولوجية، فهي تحتاج إلى كل ما يحتاجه الكائن الحي من طعام وشراب وراحة ونوم أو نشاط أما الحاجات الثانوية، فهي الحاجات التي تكتشفها المراهقة في نفسها بمجرد خروجها من مرحلة الطفولة المتأخرة وهي تحاول جاهدة إشباعها في نفسها، فإذا استطاعت ذلك سوف تكون مستقرة إنفعاليا وإذا لم تستطع فإنه سوف يحدث لديها سوء التوافق انفعاليا وأنها سوف تحتاج في هذه الحالة إلى إرشاد وتوجيه ومن بين الحاجات التي يبحثون عنها:

- الحاجة إلى التقدير والتقبل والمكانة الاجتماعية.

- الحاجة إلى الانتماء.

- الحاجة إلى تهذيب الذات.

- الحاجة إلى الأمن.

- الحاجة إلى الاستقلال.

- الحاجة للنجاح.

- الحاجة إلى الحب والمحبة.

- الحاجة إلى النمو العقلي والمعرفي والابتكاري.⁽¹⁾

(1) عبد اللطيف حسين فرج، التعليم الثانوي رؤية جديدة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008، ص ص 45-50.

8- نصائح عامة تخص مرحلة المراهقة:

هناك العديد من النصائح المهمة التي تفيد الآباء والأمهات في توجيه أبنائهم خلال هذه الفترة

المرحلة:

بالنسبة لمواجهة مظاهر النمو الفسيولوجي يجب على الوالدين مراعاة ما يلي:

- شرح مظاهر البلوغ الجنسي للمراهقين حتى لا يكون هناك شعور بالحرج أو الارتباط أو القلق عندما تطرأ هذه الظاهرة.
- توجيه المراهقين على تقبل التغيرات الجسمية والفسيولوجية المختلفة، وفهم مظاهر النمو الفسيولوجي بصفة عامة على أنها تغيرات عادية لا تحتاج إلى قلق وإهتمام خاص، وأنها ليست مظهراً مرضياً في صحة المراهق.
- توجيه المراهقين إلى الابتعاد عن الإفراط في السهر والابتعاد عن التدخين وحفلات اللهو غير البريء مما يستنفد حيوية الشباب.
- في الناحية التربوية يجب أن يراعى:
- اكتساب المراهق مجموعة من القيم والمعايير السلوكية السليمة.
- مساعدة المراهق في اختيار الأصدقاء الأسوياء.
- تكوين المفاهيم العقلية والمفاهيم الضرورية للحياة.
- توجيه المراهق إلى ضبط النفس والتحكم في الرغبات الجنسية بالصوم.
- توجيه المراهقين إلى شغل أوقات فراغهم بما يفيدهم من خلال بعض الأنشطة الترويحية التي حث عليها الإسلام.
- تجنب المراهقين والمراهقات كل ما يثيرهم جنسياً.⁽¹⁾

(1) ناصر الشافعي، فن التعامل مع المراهقين، د م ن: دار البيان للترجمة والتوزيع، 2009، ص ص 21-22.

خلاصة الفصل:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بالخدمات التي تقدمها للأفراد من بين الابتكارات التي قد تلفت انتباه تلاميذ المرحلة الثانوية لها، بحكم الخصائص التي يتميز بها هؤلاء عن غيرهم كونهم في مرحلة حساسة هي المراهقة، لذلك فإن التلميذ في إطار العملية التعليمية بالمرحلة الثانوية يلقي اهتماما كبيرا من قبل الأستاذ، وذلك بدراسة جوانب شخصيتهم من خلال مراعاة الفروق الفردية، ومراعاة التغيرات التي تحدث للمتمدرسين في فترة المراهقة، حيث تعمل المدرسة الثانوية على مساعدة تلاميذها، على اجتياز مرحلة المراهقة بأمن وسلام لتحقيق التكيف والتوافق معها.

الفصل الثالث: الإطار الميداني

تمهيد

أولاً: تفرغ وتحليل البيانات

- 1- البيانات الشخصية
- 2- عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: نتائج الدراسة

- 1- النتائج الجزئية
- 2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
- 3- مناقشة النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع
- 4- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات

تمهيد:

سنتناول في هذا الفصل الإطار الميداني التحليلي للدراسة، حيث سنقوم بتوزيع كل محور من محاور استمارة الاستبيان في جداول إحصائية، تم تحليلها وتفسيرها وعرض النتائج، كما سنقوم بمناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة وفي ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع وأخيرا في ضوء الدراسات السابقة.

أولاً: تفرغ وتحليل البيانات

1- البيانات الشخصية:

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	48	43.64
أنثى	62	56.36
المجموع	110	%100

يتضح من الجدول رقم (01) أن مفردات العينة متوزعة بشكل متفاوت بين كلا الجنسين، وقد تم تسجيل نسبة مرتفعة في صالح الإناث قدرت بـ 56.36% في مقابل 43.64% بالنسبة للذكور وهي نسبة تتوافق مع المنطق الإحصائي العام للثانويتين الذي يؤشر على أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور.

جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة %
15 سنة	11	10
16 سنة	36	32.73
17 سنة	24	21.82
18 سنة فما فوق	49	35.45
المجموع	110	%100

يتضح من الجدول رقم (02) أن أغلب مفردات العينة تنتمي إلى الفئة العمرية (18 سنة فما فوق) بنسبة 35.45% حيث سجلنا 49 تلميذ في هذه الفئة العمرية، تلتها مباشرة 36 تلميذاً من العينة البحثية ينتمون إلى سن (16 سنة) مشكلين نسبة 32.73%، وإجمالاً فإن نسبة كلا الفئتين تجاوزت 68% من العينة الممثلة لمجتمع الدراسة وهو عدد كبير لكنه منطقي، كون هذه الفئة الأكثر حماسة وتجاوب مع مختلف الأنشطة

والمستجدات وقد وجدت في هذه الاستمارة نوعا من التجديد لفت انتباهها ثم يأتي بها مباشرة المنتمون لسن 17 سنة بنسبة 21.82 %، وأخيرا المنتمون لسن (18 سنة) بنسبة 10%.

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

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
55.45%	61	سنة أولى ثانوي
14.55%	16	سنة ثانية ثانوي
30%	33	سنة ثالثة ثانوي
100%	110	المجموع

يتضح من الجدول رقم (03) أن أغلب مفردات العينة يدرسون في السنة الأولى ثانوي والتي قدرت نسبتها بـ 55.45% تليها مباشرة 33 تلميذ في السنة الثالثة بنسبة 30%، ثم تليها السنة الثانية بنسبة 14.55% ويبدو هذا الترتيب منطقيا لأن السنة الأولى ثانوي هي الأكثر عددا من حيث التلاميذ في كلتا الثانويتين، حيث قدر عدد تلاميذ السنوات الأولى 415 تلميذ مقابل 365 تلميذ في السنوات الثانية و 85 تلميذ في السنوات الثالثة.

جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن

النسبة %	التكرار	مكان السكن
13.64%	15%	حضري
65.45%	72%	شبه حضري
20.91%	23%	ريفي
100%	110%	المجموع

بفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة مكان سكنهم شبه حضري، بنسبة 65.45% ثم تليها مباشرة نسبة 20.91% يقطنون في الريف، أما القاطنون في المدينة فقدت نسبتهم 13.64% ويرجع سبب هذا

الترتيب إلى تواجد الثانويتين في المنطقة الشبه حضرية، وبالتالي فإن التلاميذ الذين يزاولون دراستهم في الثانويتين يسكنون أغليبيتهم في المنطقة الشبه حضرية.

جدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي

النسبة %	التكرار	المستوى المعيشي
13.64	15	مرتفع
80	88	متوسط
6.36	7	منخفض
%100	110	المجموع

من خلال الجدول رقم (05) يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة مستواهم المعيشي متوسط بنسبة قدرت بـ 80%، تليها مباشرة أفراد العينة الذين مستواهم المعيشي مرتفع بنسبة 13.64%، أما نسبة المستوى المعيشي المنخفض فقدرت بـ 6.36%، وهذا الترتيب منطقي لأن أغلبية أفراد العينة يقطنون في الشبه الحضري كما تبين لنا في الجدول رقم (04)، وبالتالي فإن مستواهم المعيشي متوسط.

ولذلك نجد ذوي المستوى المتوسط يفضلون السكن في منطقة شبه حضرية بعيدا عن تكاليف الحياة الباهضة في المدينة.

2- عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (06): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي الذي يملك المبحوثين حساب فيه

المجموع		لا		نعم		الإجابة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
100%	110	4.55	05	95.45	105	فيسبوك
100%	110	83.64	92	16.36	18	تويتر
100%	110	48.18	53	51.82	57	يوتيوب
100%	110	54.55	60	45.45	50	انستغرام
/	/	/	/	/	/	أخرى تذكر

انطلاقاً من الجدول رقم (06) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يملكون حساب في الفيسبوك بنسبة

95.45%، أما من يملكون حساب في اليوتيوب فقدرت نسبتهم بـ 51.82%، ثم جاء مباشرة موقع انستغرام بنسبة 45.45%، وجاء موقع تويتر في المرتبة الأخيرة بنسبة 16.36%.

ويرجع هذا الترتيب إلى المزايا والخدمات التي يقدمها الفيسبوك والتي من بينها أنه يتيح التواصل بين مستخدمي التطبيق أياً كانت أماكنهم ويتم من خلال البرنامج تبادل الرسائل المجانية، والصور ومقاطع الفيديو وكذلك معرفة آخر الأخبار المتعلقة بأعضاء الفيسبوك والذين تم اختيارهم كأصدقاء لهم على هذا التطبيق.

جدول رقم (07): يوضح المواقع الأكثر استخداما من قبل المبحوثين

الإجابة	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
فايسبوك	88	80	22	20	110	100%
تويتر	2	1.82	108	1.82	110	100%
يوتيوب	56	50.91	54	50.91	110	100%
انستغرام	30	27.27	80	27.27	110	100%
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/

يتضح من الجدول رقم (07) أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفاييسبوك بنسبة 80%، ويأتي بعده

موقع اليوتيوب بنسبة 50.91%، ويليه موقع انستغرام بنسبة 27.27%، ثم يأتي أخيرا موقع تويتر بنسبة

1.82%، ويرجع سبب هذا الترتيب إلى أن الفاييسبوك أضحي شكل من اشكال التواصل في العصر الحديث

حيث أصبح موضة متداولة بين أفراد المجتمع.

وجاءت دراسة كل من علي حوش ومحمد بوزريرة ودراسة أسامة غازي المدني لتؤكد على أن الفاييسبوك.

أكثر استخداما من المواقع الأخرى.

جدول رقم (08): يوضح كيفية تعرف المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة %
عن طريق الانترنت	39	35.45
عن طريق الأصدقاء	71	64.55
أخرى تذكر	/	/
المجموع	110	100%

يتضح من الجدول رقم (08) أن أغلبية أفراد العينة تعرفوا على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الأصدقاء والتي قدرت بنسبة 64.55%، وتليه نسبة 35.45% عن طريق الانترنت، ويمكن تفسير هذا بأن الأصدقاء دائمي الاحتكاك ببعضهم البعض حيث أنهم يتناقلون فيما بينهم كل ما هو جديد.

جدول رقم (09): يوضح مدة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
40	44	أقل من سنتين
60	66	من سنتين فما فوق
100%	110	المجموع

يتضح من الجدول رقم (09) أن أغلبية المبحوثين كانت مدة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من سنتين فما فوق بنسبة 60%، وتلتها مباشرة نسبة 40% أقل من سنتين، ويمكن إرجاع تسجيل دخول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي إلى الأسباب التالية:

- توفر خدمة الويفي في السنوات الأخيرة في شريحة موبيليس، أوريدو.
- توسع وانتشار شبكة الجيل الثالث والرابع للإتصالات عبر 48 ولاية.
- توفر وانتشار الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية.
- تطور خدمات الفايبروك مما جعله يجذب العددي من المستخدمين.

جدول رقم (10): يوضح معدل دخول المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
60.91	67	يومي
31.82	35	أسبوعي
7.27	08	شهري
100%	110	المجموع

من خلال الجدول رقم (10) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يدخلون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، وذلك بنسبة 60.91 %، وتليها مباشرة نسبة 31.82% أسبوعي، وفي الأخير نسبة 7.27% شهريا، ويرجع سبب دخول الأفراد يوميا لمواقع التواصل الاجتماعي لإدماثهم على هذه الأخيرة، مما جعلهم لا يستطيعون الاستغناء عنها يوما واحدا.

جدول رقم (11): يوضح فترات دخول أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الإجابة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
100%	67	61.19	41	38.81	26	صباحا
100%	67	55.22	37	44.78	30	ظهرا
100%	67	25.37	17	74.63	50	مساء
100%	67	23.88	16	76.12	51	ليلا

يبين لنا الجدول رقم (11) أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا، وذلك بنسبة قدرت بـ 76.12%، تليها مباشرة نسبة 74.63% يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي مساء، ثم نسبة 44.78% ظهرا وأخيرا نسبة 38.81% صباحا، نلاحظ أن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لتصفح مواقع التواصل لدى المبحوثين، وهذا منطقي حيث أن الفترة الليلية والمسائية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للانترنت ضف إلى ذلك أن الانترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية.

نجد أن عددا قليلا من المستخدمين يفضلون الإبحار في المواقع صباحا، وقد يكون ذلك الوقت هو الأنسب بالنسبة للذين يتصفحون الموقع من أماكن الدراسة، وجاءت كل من دراسة علي حوش ومحمد بوزريعة، ودراسة مريم نريمان نومار، تؤكد بأن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا.

جدول رقم (12): يوضح كيفية دخول المبحوثين إلى حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة
تفضل استخدام اسمك الحقيقي	48	43.64
تفضل استخدام اسم مستعار	62	56.36
المجموع	110	%100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) أن تلاميذ الثانويتين يفضلون استخدام اسم مستعار في الدخول إلى حساباتهم عبر مواقع التواصل بنسبة 56.36، وتليها نسبة 43.64% يفضلون استخدام الاسم الحقيقي. وتعود ارتفاع نسبة استخدام الاسم المستعار إلى التقليل من إمكانية تعرف الآخرين على هوية الشخص الحقيقية بنسبة 64.52%، وبمنحهم حرية أكثر في التصفح بنسبة 46.77%، كما وضحه الجدول رقم (14).

أما من يستخدمون الاسم الحقيقي فيرجع سبب ذلك إلى الرغبة في كسب ثقة المتفاعلين بنسبة 54.17%، وكذلك سهولة العثور عليهم من قبل المتصفحين بنسبة 50%، وكذلك زيادة فرصتهم في قبول الأشخاص لطلب صداقتهم بنسبة 12.5% كما يوضحه الجدول رقم (13).

جدول رقم (13): يوضح لماذا يستخدم المبحوثين الاسم الحقيقي

الإجابة	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
حتى يعثر عليك بسهولة	24	50	24	50	48	%100
حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك	26	54.17	22	45.83	48	%100
يزيد من فرصتك في قبول الأشخاص لطلب صداقتك	06	12.5	42	78.50	48	%100

يوضح لنا الجدول رقم (13) أن أغلبية المبحوثين الذين يفضلون استخدام الإسم الحقيقي حتى يحضون بثقة المتفاعلين معهم والتي قدرت نسبته 54.17% ونسبة 50% حتى يتم العثور عليهم بسهولة، ونسبة 12.5% حتى تزيد فرصهم في قبول الأشخاص لطلب صداقتهم، وذلك راجع إلى أن التلاميذ يصرون على أن استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يأتي في إطار أمور جدية على الأقل في تصوراتهم، وبالتالي لا داعي لإخفاء هويتهم الحقيقية.

جدول رقم (14): يوضح لماذا يستخدم المبحوثين الإسم المستعار

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
يمنحك حرية أكثر في التصفح		29	46.77	33	53.23	62	100%
يقلل من إمكانية تعرف الآخرين على هويتك الحقيقية		40	64.52	22	35.48	62	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (14) أن أغلبية المبحوثين الذين يفضلون استخدام الإسم المستعار وذلك للتقليل من إمكانية تعرف الآخرين على هويتهم الحقيقية بنسبة 64.52%.

وهذا راجع إلى الهاجس الأمني العام والخوف من الإختراقات وغيرها من الأمور المتعلقة بالجريمة الإلكترونية الحديثة التي تؤدي بالتلاميذ للحفاظ على كامل معلوماتهم.

كما أنهم يفضلون الاسم المستعار حتى يمنحهم حرية أكثر في التصفح بنسبة 46.77%، وهذا راجع إلى الرغبة في استخدام صورة مبهمه للتكلم دون رقابة أو عقدة تحت اسم ومعلومات مستعارة.

جدول رقم (15): يوضح الأشخاص الذين يقبل أفراد العينة إضافتهم في حساباتهم

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الأهل		60	54.55	50	45.45	110	100%
الزملاء		57	51.82	53	48.18	110	100%
الأصدقاء		93	84.55	17	15.45	110	100%
عامة الناس		14	12.73	96	87.27	110	100%

يوضح لنا الجدول رقم (15) أن أغلبية المبحوثين يقبلون الأصدقاء في إضافتهم إلى حسابهم بنسبة

84.55%، وتليها الأهل بنسبة 54.55%، ثم الزملاء بنسبة 51.82%، ثم أخيراً عامة الناس بنسبة

12.73%، فهذا الترتيب منطقي لأن الأصدقاء تجدهم.

مقرين أكثر ويثقون في بعضهم البعض ويتشاركون الأفراح والأحزان ويحبون التواصل فيما بينهم والتعرف

على أخبار بعضهم البعض، وكذلك الأمر بالنسبة للأهل، أما الزملاء فيرجع سبب قبول صداقتهم

لاعتبارات تخص الدراسة، كما ويقبل التلاميذ طلب صداقة عامة الناس لرغبة هؤلاء للتعرف على أشخاص

جدد.

جدول رقم (16): يوضح عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها أفراد العينة

الإجابة	التكرار	النسبة
من 1-2	63	57.27
من 3-4	26	23.64
أكثر من 4	21	19.09
المجموع	110	% 100

يوضح لنا الجدول رقم (16) أن أغلبية الباحثين يشتركون في مواقع التواصل الاجتماعي من 1 إلى 2

بنسبة 57.27%، تليها نسبة 23.64% من 3 إلى 4 مواقع، وأخيراً أكثر من 4 بنسبة 19.09%.

ويرجع هذا الترتيب إلى رغبة التلاميذ في خوض تجربة الدخول في أكثر من موقعين، وهذا راجع إلى

تفضيل التركيز على موقع أو موقعين، ليتسنى لهم تصفحهما بصورة دقيقة، حتى لا يتشتت تركيزهم في أكثر

من موقع، إضافة إلى الإعجاب بخدمات موقع واحد أو اثنين دون غيرهما.

أما آخرون فنجد أنهم يتشكرون في مواقع كثيرة وهذا راجع إلى طبيعتهم في حب التنقل من موقع إلى

آخر وتجربة كل المواقع دون استثناء.

جدول رقم (17): يوضح عدد الساعات التي يقضيها الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة
أقل من 2 سا	46	41.82
من 2-4 سا	29	26.36
من 4-6 سا	12	10.91
أكثر من 6 سا	23	20.91
المجموع	110	%100

يتضح من خلال الجدول رقم (17) الوقت المستغرق في استخدام الأفراد المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ونلاحظ أن أغلبهم يقضون في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين بنسبة 41.82%، وتليها من ساعتين إلى أربع ساعات بنسبة 26.36%، ثم نسبة 20.91%، أكثر من ست ساعات، ثم أخيرا من أربع ساعات إلى ست ساعات بنسبة 10.91%.

وهذا الترتيب منطقي لأن أفراد العينة هم تلاميذ ينشغلون بدراساتهم، لذلك ليس لديهم وقت كافي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعتين، إلا أنه نلاحظ أن هناك بعض أفراد العينة يتصفحون أكثر من ساعتين، ويمكن تفسير ذلك أن النشوة التي يشعر بها المستخدمون وقت التصفح تجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت، وبالتالي إهمال واجباتهم وأعمالهم.

جدول رقم (18): يوضح مدى تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة
غالبًا	51	46.36
أحيانا	47	42.73
نادرا	12	10.91
المجموع	110	%100

يبين الجدول رقم (18) أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي غالبًا بنسبة 46.36%، وتليها مباشرة نسبة 42.73% أحيانا، ثم أخيرا نسبة 10.91% نادرا، وهذا الترتيب منطقي لأنه أصبح أغلبية أفراد المجتمع لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب الانتشار الكبير والسريع لتكنولوجيا الاتصال وتوفرها لدى الجميع، كما أصبح التزود بشبكة الانترنت في متناول الجميع، وأما النسبة التي تليها فيرجع سبب تصفحهم أحيانا لمواقع التواصل الاجتماعي إلى أنه ليس لديهم الوقت الكافي للتصفح بحكم الدراسة.

جدول رقم (19): يوضح المكان المفضل للمبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
في البيت		96	87.27	14	12.73	110	100%
مقهى الانترنت		07	6.36	103	93.64	110	100%
الثانوية		08	7.27	102	92.73	110	100%
مكان آخر		/	/	/	/	/	/

يتضح من خلال الجدول رقم (19) أن أغلب الأفراد المبحوثين يدخلون لمواقع التواصل الاجتماعي من

البيت بنسبة 87.27%، تليها الثانوية بنسبة 7.27%، وأخيرا نسبة 6.36% الذين يدخلون لمواقع التواصل الاجتماعي من مقهى الانترنت، ويرجع سبب ارتفاع نسبة المستخدمين من البيت للتطور التكنولوجي الكبير الذي عرفته الانترنت في الجزائر خلال الآونة الأخيرة، حيث شهدت اشتراكات الانترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا.

جدول رقم (20): يوضح ما إذا كان المبحوثين يجدون سهولة في استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي أم لا

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	106	96.36
لا	4	3.64
المجموع	110	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (20) أن أغلبية المبحوثين يجدون سهولة في استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي بنسبة 96.36%، وهذا الأمر منطقي لأن كثرة الولوج لهذه المواقع واستخدامها، يؤدي إلى اعتيادهم عليها ومنه معرفتهم لطريقة استخدامها، وأما نسبة 3.64%.

فتعود على الذين لا يجيدون سهولة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، والذين ربما أنشئوا حساباتهم حديثاً حيث لم يتعودوا بعد على طريقة الإستخدام.

جدول رقم (21): يوضح نوع الشبكة التي يستخدمها المبحوثين للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		الإجابة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%100	110	30.91	34	69.09	76	Wifi
%100	110	/	/	/	/	الجيل الثاني
%100	110	58.18	64	41.82	46	الجيل الثالث
%100	110	90	99	10	11	الجيل الرابع

يتضح من خلال الجدول رقم (21) أن أغلبية الأفراد المبحوثين يستخدمون شبكة الويفي (wifi) بنسبة قدرت بـ 69.09%، وتليها مباشرة شبكة الجيل الثالث بنسبة 41.82%، ثم تليها شبكة الجيل الرابع بنسبة 10%، ويرجع سبب ارتفاع نسبة استخدام شبكة الويفي لأن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في البيت وأغلبية البيوت لديها شبكة الويفي، أما الذين يستخدمون شبكة الجيل الثالث فتكون متوفرة لديهم بحكم أنها خدمة موجودة في جميع شرائح الهواتف النقالة (أوريدو، موبيليس، جازي) وأسعارها في متناول الجميع، أما فيما يخص شبكة الجيل الرابع فيقل استخدامها لعدم توفرها بشكل كبير عند جميع الأفراد.

جدول رقم (22): يوضح نوع الجهاز الذي يستخدمه المبحوثين للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الحاسوب المكتبي		15	13.64	95	86.36	110	100%
الحاسوب المحمول		24	21.82	86	78.18	110	100%
الهاتف الذكي		100	90.91	10	9.09	110	100%
لوحة إلكترونية		15	13.64	95	86.36	110	100%
أخرى تذكر		/	/	/	/	/	/

يتضح من خلال الجدول (22) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 90.91%، وهذا راجع إلى أن المبحوثين لديهم الهواتف الذكية وهي سهلة الاستعمال كما أنها تستعمل في أي مكان وسهلة الحمل، وتليها مباشرة نسبة 21.82%، يستخدمون الحاسوب المحمول، ثم تليها في الأخير نسبة 13.64% يستخدمون الحاسوب المكتبي واللوحة الإلكترونية، ويرجع سبب انخفاض نسبتهم مقارنة بالهاتف الذكي إلى مميزات هذا الأخير الذي أصبح يملك مثل مميزاتهم إضافة إلى سهولة الحمل لذلك نجد الكثيرين يفضلونه.

3- دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (23): يوضح رأي المبحوثين في سبب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة
تغلب المستخدم على شعور العزلة الاجتماعية	26	23.64
العصرية	84	76.36
أخرى تذكر	/	/
المجموع	110	100%

يتضح من خلال الجدول (23) أن أغلبية المبحوثين يرون أن العصرية هي السبب في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة وذلك بنسبة قدرت بـ 76.36%، ثم تليها تغلب المستخدم على شعور العزلة الاجتماعية بنسبة 23.64%.

وهذا الترتيب منطقي حيث أن التطور التكنولوجي ساهم بشكل كبير في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال العديد من الخصائص التي تميزها وتنفرد بها.

وهناك من يرى عكس ذلك، أي أن سبب انتشارها هو الرغبة في التغلب على شعور العزلة الاجتماعية، أي أن الفرد يجد العزلة في العالم الحقيقي ولكي ينصرف عن هذه العزلة يلجأ لهذه المواقع من خلال التواصل مع الأفراد في العالم الافتراضي.

جدول رقم (24): يوضح هدف المبحوثين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
اجتماعي	37	33.64	73	66.36	110	100%
تجاري	03	2.73	107	97.27	110	100%
ثقافي	45	40.91	65	59.09	110	100%
وظيفي	07	6.36	103	93.64	110	100%
التسلية	86	78.18	24	21.82	110	100%
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/

يتضح من خلال الجدول (24) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسلية وذلك بنسبة 78.18%، وتليها نسبة 40.91% لهدف ثقافي، ثم نسبة 33.64% لهدف اجتماعي ثم نسبة 6.36% لهدف وظيفي، وأخيرا نسبة 2.73% لهدف تجاري.

نلاحظ من هذا الترتيب أن أغلبية الباحثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسلية وتمضية الوقت والترفيه عن أنفسهم، وهذا يدل على أن هذا الهدف هو السبب الرئيسي لولوج الباحثين لهذه المواقع، ثم تأتي بعدها أهداف أخرى تعتبر ثانوية لديهم.

وجاءت دراسة صلاح محمد صلاح لتؤكد على أن أهم المجالات التي يتبعونها الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي هي المجالات الترفيهية.

جدول رقم (25): يوضح دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الترفيه والتسلية	78	70.91	32	29.09	110	100%
الإطلاع على الأخبار	63	57.27	47	42.73	110	100%
التواصل مع الأصدقاء	91	82.73	19	17.27	110	100%
التعرف على أشخاص جدد	39	35.45	71	64.55	110	100%
التثقيف وزيادة المعلومات	72	65.45	38	34.55	110	100%
وفرت لي فضاء الإبداع والمشاركة	22	20	88	80	110	100%
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/

وبدراسة دوافع استخدام التلاميذ لمواقع التواصل الاجتماعي، تبين لنا من خلال الجدول رقم (25) أن 82.73% من الباحثين يستخدمون هذه المواقع بدافع التواصل مع الأصدقاء، تليها التسلية والترفيه بنسبة 70.91%، فالتثقيف وزيادة المعلومات بنسبة 65.45%، ثم الإطلاع على الأخبار بنسبة 57.27%، وتليها التعرف على أشخاص جدد بنسبة 35.45%، وأخيرا وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للباحثين فضاء الإبداع والمشاركة بنسبة 20%، ونستنتج من خلال الجدول أن أغلبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الأصدقاء، وذلك من خلال ما يوفره الموقع من تقنية الصوت والصورة، وكذلك دافع التسلية والترفيه من خلال الدور الذي يقوم به الموقع من توفير فيديوهات وتبادل الصور

والمشاركات المسلية، إلى جانب العديد من الخدمات الترفيهية كما يقدم معلومات لزيادة ثقافة المتصفحين، بالإضافة إلى الإطلاع على الأخبار التي لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، في حين تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي دون قيد أو رقابة، وتوفير فضاء الإبداع والمشاركة من خلال فتح المجال للمبدعين لعرض إبداعاتهم، كما فتحت الباب للمشاركة وإبداء الآراء.

وهذا ما أكدته نتائج دراسة علي حوش ومحمد بوزيرة التي تقول بأن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفيسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء.

جدول رقم (26): يوضح الحاجات التي تلبها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
التنفس والتعبير بكل حرية		49	44.55	61	55.45	110	100%
الهروب من الواقع		26	23.64	84	76.36	110	100%
التواصل والتعامل مع الآخرين		71	64.55	39	35.45	110	100%
نسيان المشاكل الشخصية		42	38.18	68	61.82	110	100%
إشباع الفضول والحصول على معلومات		52	47.27	58	52.73	110	100%
أخرى تذكر		/	/	/	/	/	/

يتضح من خلال الجدول (26) أن أغلبية المبحوثين يحبون التواصل والتعامل مع الآخرين وذلك بنسبة

64.55%، وتليها مباشرة إشباع الفضول والحصول على معلومات وذلك بنسبة 47.27%، ثم نسبة

44.55% التنفس والتعبير بكل حرية، ثم تليها نسبة 38.18% نسيان المشاكل الشخصية، وفي الأخير

الهروب من الواقع بنسبة قدرت بـ 23.64%، ويرجع سبب ارتفاع نسبة التواصل والتعامل مع الآخرين لأن

الفرد اجتماعي بطبعه ويجب التعرف على الأشخاص ومعرفة انطباعات الآخرين كما أن تلاميذ الثانويتين في

سن المراهقة لذلك يرغبون في التعامل مع الآخرين، كما ويرجع سبب إشباع الفضول والحصول على

المعلومات إلى أن المبحوثين نشطين وحيويين، أما فيما يخص التنفيس والتعبير بكل حرية، فهو راجع إلى رغبة المبحوثين في البحث عن عالم يسمح لهم بالتعبير دون قيد وبعيدا عن رقابة الوالدين.

جدول رقم (27): يوضح مدى مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
تكوين صداقات جديدة		72	65.45	38	34.55	110	100%
التخلص من العزلة		20	18.18	90	81.82	110	100%
الشعور بالوحدة		7	6.36	103	93.64	110	100%
معرفة كل ما هو جديد		83	75.45	27	24.55	110	100%
أخرى تذكر		/	/	/	/	/	/

يتضح من خلال الجدول (27) أن أغلبية المبحوثين تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي على معرفة ما هو جديد وذلك بنسبة 75.45%، وهذا راجع إلى أن أفراد العينة في سن يريدون فيه حب الإطلاع والاكتشاف ويريدون معرفة الجديد والاستفسار عليه، وتليها مباشرة تكوين صداقات جديدة بنسبة 65.45%، ويرجع ذلك إلى طبيعة المراهقين، حيث يحبون الاكتشاف والتعرف على أصدقاء جدد، للتعرف على أسلوب حياتهم وبالتالي تحديد الاختلافات والفروقات الموجودة بينهم، ثم تليها التخلص من العزلة بنسبة 18.18%، لوجود أفراد يشعرون بالعزلة في حياتهم الواقعية، ولكي يتخلصوا منها يلجئون لمواقع التواصل الاجتماعي.

وفي الأخير تأتي الشعور بالوحدة بنسبة ضعيفة جدا قدرت بـ 6.36%.

4- الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (28): يوضح الإشباع التي حققها المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
54	49.09	56	50.91	110	100%		
23	20.91	87	79.09	110	100%		
66	60	44	40	110	100%		
8	7.27	102	92.73	110	100%		
59	53.64	51	46.36	110	100%		
25	22.73	85	77.27	110	100%		
42	38.18	68	61.82	110	100%		
65	59.09	45	40.91	110	100%		
31	28.18	79	71.82	110	100%		
65	59.09	45	40.91	110	100%		
28	25.45	82	74.55	110	100%		
14	12.73	86	87.27	110	100%		
/	/	/	/	/	/	/	/

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) أن أغلبية أفراد العينة حققوا إشباعا التعرف على مختلف

الأحداث بنسبة 60%، ثم يليها كل من إشباعا الاتصال بالأصدقاء القدامى وملء أوقات الفراغ بنفس

النسبة 59.09%، ليأتي بعدها مباشرة إشباع اكتساب مهارات جديدة تفيدني في الدراسة بنسبة 53.64%، ثم التعبير عن آرائي بحرية بنسبة 49.09%، ثم الاندماج في المجتمع بنسبة 38.18%، ثم إشباع حب التسلية بـ 28.18%، ثم تليها وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي بنسبة 25.45%، وكذلك تعزز آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين بنسبة 24.73%، ثم الشعور بالثقة بالنفس بنسبة 20.91%، ثم أبعدتني عن العالم الواقعي بنسبة 12.73%، وأخيرا بلورة آراء حول القضايا التي تدور من حولي بنسبة 7.27%.

يرجع سبب تحقيق أفراد العينة لإشباعات التعرف على مختلف الأحداث، إلى كون مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات وأخبار قد لا يجدونها في وسائل الإعلام التقليدية، بحكم القيد والرقابة الموجودة بها، عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تتمتع بحرية أكبر دون حسيب أو رقيب.

جدول رقم (29): يوضح درجة استفادة أفراد العينة من مواقع التواصل الاجتماعي

الإجابة	التكرار	النسبة
عالية جدا	24	21.82
عالية	38	34.54
متوسطة	41	37.27
منخفضة	3	2.73
منخفضة جدا	4	3.64
المجموع	110	100%

انطلاقاً من الجدول رقم (29) يتضح أن أغلبية أفراد العينة يستفيدون بدرجة متوسطة من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 37.27%، ثم تليها درجة استفادة عالية بنسبة 34.54%، ثم عالية جدا بنسبة 21.82% لتأتي بعدها منخفضة جدا بنسبة 3.64% وأخيرا منخفضة بنسبة 2.73%.

ونلاحظ أن المبحوثين يستفيدون بدرجة متوسطة من مواقع التواصل وهذا راجع لتمضية المبحوثين أغلب وقتهم في القيام بتصفح أمور غير مفيدة لا ترجع عليهم بالمنفعة، حيث ينجرون وراء الأمور المسلية فيما

يرى البعض أنهم يستفيدون منها بدرجة عالية وهذا ربما راجع إلى اعتقادهم بأنها وفرت لهم فضاء للتواصل والتثقيف والتسلية والتعارف، ربما لم يجدوه في الواقع، أما البعض الآخر فيرى أنها مفيدة بدرجة عالية جدا، وهذا راجع إلى نظرة الانبهار بهذا العالم الافتراضي وبكل ما يقدمه من خدمات، فيما يرى البعض أنها منخفضة لأنهم لم يجدوا في هذه المواقع ما يستفيدون منه وهؤلاء الأشخاص تجدهم واقعيين أكثر.

جدول رقم (30): يوضح درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجات أفراد العينة

الإجابة	التكرار	النسبة
عالية جدا	21	19.09
عالية	41	37.27
متوسطة	44	40
منخفضة	4	3.64
منخفضة جدا	/	/
المجموع	110	%100

نرى من خلال الجدول رقم (30) بأن درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجات أفراد العينة أغلبيتها متوسطة بنسبة 40%، ثم عالية بنسبة 37.27%، تليها عالية جدا بنسبة 19.09% وأخيرا منخفضة بنسبة 3.64%، ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين لا تلبي احتياجاتهم بدرجة عالية، وهو يدل على أن التلاميذ يتعاطون مع القضايا على مواقع التواصل بحذر وفق رؤية وقناعة، وبالتالي فهم لا يشعرون بفوارق جوهرية في تلبية هذه المواقع لاحتياجاتهم.

جدول رقم (31): يوضح اعتقاد أفراد العينة حول ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي أثرت تأثيراً فكرياً على المستخدم أم لا

الإجابة	التكرار	النسبة
غالباً ما يكون تأثيرها إيجابياً	43	39.09
غالباً ما يكون تأثيرها سلبياً	43	39.09
لا تؤثر	24	21.82
المجموع	110	%100

تظهر لنا نتائج الجدول رقم (31) أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على المستخدم تأثيراً فكرياً، إيجابياً وسلبياً بنفس النسبة، حيث قدرت بـ 39.09%، فيما بلغت نسبة مواقع التواصل لا تؤثر فكرياً على المستخدم 21.82% وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على أفكار الأشخاص تأثيراً إيجابياً سواء بزيادتها أو بتغيرها أو بتعديلها، فيما يرى البعض أن تأثيرها سلبياً إذا لم تحقق له أي إضافة بل زادت من عدم استفادته منها، ويرى آخرون بأنها لم تؤثر عليه أبداً لا سلبياً ولا إيجابياً بنسبة 21.82%، أي أفكاره بقيت كما هي.

جدول رقم (32): يوضح رؤية أفراد العينة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتهم في الواقع

الإجابة	التكرار	النسبة
جعلتني أقضي وقتاً طويلاً عليها مما أدى لفقدان بعض الصداقات	10	9.09
صقلت من مهارة التواصل مع الآخرين	16	4.55
جعلتني انطوائياً ولا أحب الاختلاط	11	10
لم تؤثر علي أبداً	73	66.36
المجموع	110	%100

يوضح الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة يرون أنه ليس هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتهم في الواقع بنسبة 66.36%، تليها عبارة جعلتني انطوائي ولا أحب الإختلاط بنسبة 10%، ثم جعلتني أقضي وقتا طويلا عليها مما أدى لفقدان بعض الصداقات بنسبة 9.09%، وأخيرا صقلت من مهارة التواصل مع الآخرين بنسبة 5.55%.

الترتيب جاء ليوضح أن أغلبية أفراد العينة لا تؤثر عليهم مواقع التواصل الاجتماعي من حيث علاقاتهم في الواقع، وهذا راجع إلى وجود نفس العلاقات الواقعية في العالم الافتراضي فإن لم يتواصل معهم على أرض الواقع فهو سيتواصل معهم عبر العالم الافتراضي وبالتالي لا يوجد تأثير في علاقاتهم.

وهناك من يرى من الأفراد أنهم جعلتهم انطوائيين ولا يحبون الإختلاط وهذا راجع إلى الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي والذي يؤدي بدوره إلى العزلة الاجتماعية، حيث أن قضاء وقت كبير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يسبب الإكتئاب على نحو ما، وانخفاض تقدير الذات والشعور بالنقص والدونية، ونجد أن هناك أشخاص يقضون وقتا أطول في الإستخدام أكثر من غيرهم، وهناك من يرى أن قضاء وقت طويل مع هذه المواقع أدى لفقدان بعض الصداقات لذلك فعلاقات الصداقة الحقيقية تحتاج إلى تواصل فعلي للمحافظة عليها.

جدول رقم (33): يوضح اعتقاد أفراد العينة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستواهم

الدراسي أو أدائهم الوظيفي

الإجابة	التكرار	النسبة
تأثيرها إيجابي	18	16.37
تأثيرها سلبي	41	37.27
لا تؤثر	51	46.36
المجموع	110	%100

يبين الجدول رقم (33) أن أغلبية أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على مستواهم الدراسي أو أدائهم الوظيفي بنسبة 46.36%، وتليها تأثيرها سلباً بنسبة 37.27%، ثم تأثيرها إيجابياً بنسبة 16.37%.

ويرجع اعتقاد الأفراد أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على مستواهم الدراسي أو أدائهم الوظيفي للتعليق الكبير بهذه المواقع، حيث أصبح أفراد عينة الدراسة لا يرون فيها عيباً واحداً بحكم أنها تمنح لهم دفعا معنوياً وتحسن من مشاعرهم، في حين يرى آخرون أن تأثيرها سلباً حيث تبقّيهم في حلقة مفرغة نتائجها سلبية.

ويرى آخرون أن تأثيرها إيجابياً فمن خلال هذه المواقع يمكن تعليم الأشخاص وتوسيع مداركهم وزيادة قواعدهم المعرفية والمعلوماتية حول مختلف المجالات.

جدول رقم (34): يوضح اعتقاد أفراد العينة حول ما إذا كان لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تطوير شخصية الفرد أم لا.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	91	82.73
لا	19	17.27
المجموع	110	100%

نلاحظ من الجدول رقم (34) أن أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تطوير شخصية الفرد بنسبة 82.73%، وذلك من خلال إكتساب مهارات التواصل النشط وآلياته، وتحقيق الإبداع في مجالات متعددة في الحياة، من خلال تبادل الخبرات عبر هذه المواقع، وكذا صقل شخصية الفرد من خلال سعة ثقافته واندماجه مع المحيط الثقافي الإلكتروني.

ويرى آخرون بأن هذه المواقع لم تطور من شخصية الفرد بنسبة 17.27%، حيث زادت العزلة عن المجتمع القريب كالأهل والجيران، وكذلك نشر بعض الأفكار الهدامة والتخريبية الضالة.

جدول رقم (35): يوضح نية أفراد عينة الدراسة حول استخدام مواقع التواصل مستقبلا

الإجابة	التكرار	النسبة
أن تزيد من استخدام مواقع التواصل	25	22.73
أن تقلل من استخدام مواقع التواصل	33	30
أن تحافظ على النمط الحالي في مواقع التواصل	46	41.82
التوقف عن استخدام مواقع التواصل	6	5.45
المجموع	110	%100

تبين لنا نتائج الجدول رقم (35) أن أغلبية أفراد العينة راضين عن طريقة تعاملهم مع المواقع، ويتوقعون أن يبقى تعاملهم معها كما هو بنسبة 41.82%، فيما يفكر 30% في التقليل من استخدام الموقع، مقابل 22.73% يريدون أن يزيدوا من استخدامه، ويتوقع 5.45% من أفراد العينة أن يتوقفوا عن استخدام الموقع مستقبلا.

يعيش العديد من المستخدمين حالة الاستقرار في استخدام الموقع فأغلبيتهم يفكرون في ترك الاستخدام كما هو، اعتقادا منهم أنهم يستخدمون الموقع بطريقة مقبولة، باعتبارهم غير مندمجون بطريقة سلبية في العالم الذي يقدمه، كما ليس بإمكانهم التخلي عنه نهائيا، في حين بدا عدد من المستخدمين يحسون بضرورة تقليلهم لاستخدام الموقع ربما إحساسا منهم أن الموقع يأخذ الكثير من وقتهم، في حين نلاحظ بأن 25 مفردة من أفراد العينة يفكرون في زيادة استخدام الموقع وهم من الأغلب من الفئة التي لا تزال تعيش انبهار بالموقع وما زالت تحديثات خدمات الموقع تنجح في جعلهم يتعلقون به أكثر، وجاءت هذه النتائج لتؤكدها نتيجة دراسة نيرمان نومان بأن أغلبية المبحوثين يتركون استخدامهم كما هو.

جدول رقم (36): يوضح ما إذا كان أفراد العينة يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أم لا

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	80	72.73
لا	30	27.27
المجموع	110	%100

يبين الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 72.73%، ثم تليها 27.27% بأنهم لا يشجعون على استخدام هذه المواقع.

وهذا الترتيب راجع إلى اعتقاد أغلبية أفراد العينة بضرورة الولوج إلى هذا العالم، لأن هذه المواقع توفر الجهد والتكلفة للتواصل مع أصدقاء أو أقارب بعيدين جغرافياً، كما يجد أصحابها منابر سهلة لهم للتعبير عن أفكارهم والدعوة لثقافتهم.

ثانياً: نتائج الدراسة

1- النتائج الجزئية

جاءت نتائج دراستنا الميدانية كما يلي:

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين تبين لنا أن:

- نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور وفق المنطق الإحصائي العام للثانويتين بنسبة قدرت 56.36%.
- أغلب مفردات العينة تنتمي إلى الفئة العمرية (18 سنة فما فوق) بنسبة 35.45%، يليها المنتمون إلى سن (16 سنة) بنسبة 32.73%.
- أغلب مفردات العينة يدرسون في السنة الأولى ثانوي والتي قدرت نسبتها 55.45%، تليها تلاميذ السنة الثالثة بنسبة 30%.

- مكان السكن لأغلب أفراد العينة هو الشبه حضري بنسبة 65.45% ثم الريف بنسبة 20.91%.
- أغلبية أفراد العينة مستواهم المعيشي متوسط بنسبة قدرت 80%.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- يملك أغلبية أفراد العينة حساب الفاييسبوك بنسبة 95.45%، يليه اليوتيوب بنسبة 51.82%.
- يستخدم أغلبية أفراد العينة موقع الفاييسبوك بنسبة 80%، ويأتي بعده موقع اليوتيوب بنسبة 50.91%.
- تعرف أغلبية أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الأصدقاء بنسبة 64.55%.
- مدة استخدام أغلبية المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت من سنتين فما فوق بنسبة 60%، وتليها نسبة 40% مدة استخدام أقل من سنتين.
- يدخل أغلبية المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا وذلك بنسبة 60.9%.
- يتصفح أغلب أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ليلا بنسبة 76.12%، تليها نسبة 74.63% يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي مساء.
- يفضل تلاميذ الثانويتين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تحت اسم مستعار بنسبة 56.36%.
- يفضل المبحوثين استخدام الإسم الحقيقي، حتى يحضون بثقة المتفاعلين معهم بنسبة 54.17%، ونسبة 50% حتى يتم العثور عليهم بسهولة.
- يفضل أفراد العينة استخدام الإسم المستعار، وذلك للتقليل من تعرف الآخرين على هويتهم الحقيقية بنسبة 64.52%.
- أغلبية المبحوثين يقبلون الأصدقاء في إضافتهم إلى حاسبهم بنسبة 84.55%، ثم الأهل بنسبة 54.55%، ثم الزملاء بنسبة 51.82%.
- يشترك المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي من موقع إلى موقعين بنسبة 57.27%.
- يقضي التلاميذ في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين بنسبة 41.82%.
- غالبا ما يتصفح المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 46.36%، وأحيانا بنسبة 42.73%.

- يدخل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي من البيت بنسبة 87.27%.
- يجد أفراد العينة سهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 96.36% عن طريق الهاتف النقال بنسبة 90.91%.

المحور الثالث: دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- يرى المبحوثين أن العصرية هي السبب في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، وذلك بنسبة 76.36%، أما الهدف من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي فهو التسلية بنسبة 78.18%، أما عن دوافع الإستخدام فتكمن في: التواصل مع الأصدقاء بنسبة 82.73%، ثم الترفيه بنسبة 70.91%، والتثقيف وزيادة المعلومات بنسبة 65.45%.
- فيما يخص الحاجات التي تلبّيها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين هي التواصل والتعامل مع الآخرين بنسبة 64.55%، ثم إشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة 47.27%، والتنفيس والتعبير بكل حرية بنسبة 44.55%، كما تساعدهم هذه المواقع على معرفة كل ما هو جديد بنسبة 75.45%، ثم تكوين صداقات جديدة بنسبة 65.45%.

المحور الرابع: الإشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- حقق أغلبية أفراد العينة إشباعات التعرف على مختلف الأحداث بنسبة 60%، ثم إشباعات الاتصال بالأصدقاء القدامى وملء أوقات الفراغ بنسبة 59.09%.
- يرى أفراد العينة أنهم يستفيدون بدرجة متوسطة من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 37.27%، ثم تليها درجة استفادة عالية بنسبة 34.54%، كما أن درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة أغليبتها متوسطة بنسبة 40%، ثم عالية بنسبة 37.27%.
- أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدم تأثيراً فكرياً، إيجابياً وسلبياً بنفس النسبة حيث قدرت بـ 39.09%، كما يرون أنه ليس هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي في الواقع بنسبة 66.36%، كما يرون

بأنها لم تؤثر على مستواهم الدراسي أو أدائهم الوظيفي بنسبة 46.36%، كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تطوير شخصية الفرد بنسبة 82.73%.

- يرى أفراد العينة أنهم راضين عن طريقة تعاملهم مع مواقع التواصل، ويتوقعون أن يبقى تعاملهم معها، كما هو بنسبة 41.82%، و30% منهم يفكرون في التقليل من استخدامهم لها.
- أغلبية المبحوثين يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 72.73%.

2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

تبين نتائج الدراسة تحقق الفرضية الأولى التي تقول بأن فترات الليل تعتبر من الأوقات الأكثر تصفحاً لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة، حيث قدرت نسبة تصفحهم ليلاً بـ 76.12%.

أما الفرضية الثانية: من دوافع استخدام تلاميذ عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، الحصول على المعرفة والهروب من المشاكل، والتعايش والتواصل مع الآخرين والبعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي، وضغط الحياة، فنلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن الدافع الأول وراء استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي كان التواصل مع الأصدقاء والترفيه، والتثقيف وزيادة المعلومات، ومنه يمكننا القول بأن هذه الفرضية قد تحققت نسبياً.

أما الفرضية الثالثة: إن الإشباع المحققة من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي هي إشباع المعرفة السريعة والترفيه وتكوين الاتجاهات والآراء، نلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة حققوا إشباع التعرف على مختلف الأحداث بنسبة 60%، ثم إشباع الاتصال بالأصدقاء القدامى وملء أوقات الفراغ بنسبة 59.09%، ومنه يمكننا القول بأن هذه الفرضية تحققت نسبياً من خلال حصول أفراد العينة على إشباع المعرفة السريعة عن طريق معرفة مختلف الأحداث، وكذلك إشباع ملء أوقات الفراغ من خلال الترفيه عن النفس.

3- مناقشة الدراسة في ضوء نظرية الإستخدامات والإشباع:

اعتمدت الدراسة الحالية على مقارنة الإستخدامات والإشباع وجاءت هذه النظرية أو المقاربة جراء الدراسات والبحوث المرتبطة بين وسائل الإعلام والجمهور، وترتكز على عدة فروض بناها الباحثون لذلك سوف نقارن نتائج الدراسة بناء على فروض مقارنة الإستخدامات والإشباع كما يلي:

إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم، وهذا ما أثبتت نتائج دراستنا الحالية التي بنيت أن تلاميذ الثانويات هم جمهور مشارك وفعال حيث أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتحكمون في ظروف التلقي، من حيث وقت التعرض وكذلك الزمن، فلقد أظهرت النتائج أن معظم عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية، كما أن هذا الجمهور يتفاعل بشكل كبير مع المضامين المسلية والتثقيفية ويتواصل مع الآخرين، ويكون صداقات، لذلك فإنه مشارك فعال يستخدم مواقع التواصل لتحقيق أهداف تلي توقعاته.

إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا حيث توصلنا أن تلاميذ الثانويات يختارون الرسائل التي تشبع حاجاتهم ورغباتهم، فمعظم عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة المضامين المسلية.

وكذا تستخدم مواقع التواصل للتنفيس والتعبير بكل حرية عن مختلف القضايا.

إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعى إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات، حيث باتوا يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي.

باعتبارها مصدر مهما وقويا للأخبار والأحداث تنافس فيه الوسائل الإعلامية الأخرى، بحكم تحررها من الرقابة.

4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

- نتائج التساؤل الأول: ماهي عادات وأنماط استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الإجتماعي؟
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن:
- أغلبية العينة يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من المواقع الأخرى، تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من علي حوش ومحمد بوزريرة، ودراسة أسامة غازي المدني، التي تؤكد أن الفايسبوك أكثر استخداما من المواقع الأخرى.
- وتوصلت دراستنا إلى أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا، تتفق هذه النتيجة مع دراسة علي حوش ومحمد بوزريرة وكذا نريمان نومار، اللتان توصلتا إلى أن أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا.
- نتائج التساؤل الثاني:
- ماهي دوافع وحاجات استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي.
- أشارت نتائج الدراسة إلى:
- أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسلية والترفيه وهذا ما أكدته نتائج دراسة صلاح محمد صلاح التي توصلت إلى أن أهم المجالات التي يتبعونها الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي هي المجالات الترفيهية.
- كشفت دراستنا على أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الأصدقاء، وجاءت نتائج الدراسة علي حوش ومحمد بوزريرة، لتؤكد ذلك حيث توصلت إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك للتواصل مع الأهل والأصدقاء.

خاتمة

خاتمة:

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لمعالجة إحدى الظواهر الاتصالية المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال محاولتها البحث في استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، حيث قامت بالإجابة على جملة من التساؤلات، ويستفهم التساؤل الأول عن عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تهتم التساؤلات الأخرى بالدوافع والإشباع المحققة من هذا الاستخدام.

وقد كشفت نتائج الدراسة الميدانية، التي تم من خلالها استقصاء عينة من تلاميذ الثانويات عن تعدد طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكذا طول مدة ومعدل الاستخدام، والذي يحقق منه المبحوثين حاجات ودوافع متنوعة، من بينها التواصل مع الأصدقاء، والتسلية والترفيه، حتى يشبعون من خلاله رغبات متعددة، من بينها التعرف على مختلف الأخبار والأحداث الجارية.

وعلى العموم تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من هذا الاستخدام، لا ندعي بأننا بلغنا نتائج تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أننا حاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء بعض جوانب الاستخدام، ممهدين السبيل لباحثين آخرين لإجراء دراسات عن هذا الموضوع.

التوصيات والاقتراحات:

- ضرورة تنظيم الوقت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقنين عملية الاستخدام بما يلبي الاحتياجات دون الوصول إلى درجة إدمان المتابعة.
- ضرورة اهتمام الثانويات الجزائرية بمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في العملية التعليمية، وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة العملية التعليمية والتواصل بين الهيئة التدريسية والتلاميذ للاستفادة منها في تطوير العملية التعليمية.
- يجب على المتلقي أن يتفحص المعلومات المتوفرة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويعمل على مراجعتها جيدا قبل أن يعتمد عليها كمصدر أو حقيقة ثابتة.
- إجراء دراسات حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي على فئات عمرية أخرى غير التلاميذ لمعرفة استخداماتها وتأثيراتها لدى هذه الفئات العمرية.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

• الكتب:

- 1- أ. لارامي، ب فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، (ترجمة ميلود سفاري وآخرون)، قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2009.
- 2- إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الإتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012.
- 3- إبراهيم وجيه محمود، المراهقة خصائصها ومشكلاتها، د.م.ن: دار المعارف، 1981.
- 4- أبو بكر بن بوزيد، إصلاح التربية في الجزائر رهانات وإنجازات، الجزائر: دار القصة للنشر، 2009.
- 5- أحمد عبد الكريم، محمد أحمد خطاب، الإرشاد النفسي والإضطرابات الإنفعالية للأطفال المراهقين، د.م.ن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010.
- 6- أحمد مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الاتصال والإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1999.
- 7- إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد و التحديات النظرية التطبيقية، الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015.
- 8- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر، 2010.
- 9- جميل حمداوي، المراهقة خصائصها ومشاكلها وحلولها، د.م.ن: د.د.ن، د.س.ن.
- 10- حسين شحاتة، المنهاج الدراسي بين النظرية والتطبيق، ط2، د.م.ن: مكتبة الدار العربية. 2001.
- 11- عبد الوهاب الجماعي، كفايات تكوين المتعلمين، عمان: دار الجنادرية النشر، 2010.
- 12- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
- 13- دوقات عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه أدواته وأساليبه، د.م.ن: دار الفكر، د.س.ن.
- 14- رابح تركي، أصول التربية والتعليم، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية للنشر، 1990.

- 15- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد عنييم، أساليب البحث العلمي، ط4، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2010.
- 16- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، ط3، د.م.ن: د.د.ن، 2008.
- 17- رضا أمين، الإعلام الجديد، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.
- 18- زنده عاشور عبد العزيز، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل الاندلاع الثورات العربية، د.م.ن: المكتب العربي للنشر، 2015.
- 19- سيمان بكر كيران، الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، د.م.ن: الياة للنشر والتوزيع، 2015.
- 20- سهيل محسن، أحمد الهلالي، رؤية مستقبلية في تحديث منظومة التعليم، مصر: مكتبة أنجلو مصرية، 2001.
- 21- الشيخ ميثم الفريجي، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة فقهية أخلاقية تربوية، بيروت: دار المحجة البيضاء، 2014.
- 22- صالح محمد العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2015.
- 23- عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015.
- 24- عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، د.س.ن.
- 25- عبد الرحمن البخاري، علم النفس التربوي، ط4، عمان: دار الفرقان للنشر، 2003.
- 26- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- 27- عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.
- 28- عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، د.م.ن: الجنادرية للنشر والتوزيع، د.س.ن.
- 29- عبد الكريم بكار، المراهق، القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2010.
- 30- عبد اللطيف حسين فرج، التعليم الثانوي رؤية جديدة، عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، 2008.
- 31- عبد اللطيف حسين فرج، التعليم الثانوي ونظام التربية والتعليم في الوطن العربي ما قبل وما بعد العولمة، عمان: دار حامد للنشر، 2008.

- 32- عبد الله عامر الهماي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، بنغازي: دار الكتاب الوطنية، 2003.
- 33- عثمان عمر بن عامر، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، بنغازي: منشورات جامعة قازيونس، د.س.ن.
- 34- عزيز إبراهيم مجدي، رؤية مستقبلية في تحديد منظومة التعليم، مصر: مكتبة أنجلو مصرية، 2001.
- 35- علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، د.م.ن: دار التعليم الجامعي، 2015.
- 36- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- 37- علي محمد خير المغربي، الإعلام والاتصال الجماهيري، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، د.س.ن.
- 38- فاخر عاقل، علم النفس التربوي، ط2، بيروت: دار الملايين للنشر، 1984.
- 39- فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، د.م.ن: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015.
- 40- كمال خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011.
- 41- كيت سوليفان وآخرون، سلوك المشاغبة في المدارس الثانوية، (ترجمة طه عبد العظيم حسين)، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، 2007.
- 42- ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، 2014.
- 43- محمد أزهر سعيد السماك، طرق البحث العلمي أسس وتطبيقات، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2001.
- 44- محمد الفرحان القضاة، محمد عوض الترتوري، أساسيات علم النفس التربوي بين النظرية والتطبيق، عمان: دار حامد للنشر، 2006.
- 45- محمد جلال الغندور، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015.
- 46- محمد فتحي الكرداني، البحث العلمي نظريات وتطبيقات، الإسكندرية: مؤسسة عالم الرياضة للنشر، 2015.
- 47- محمد لبيب النحيجي، في الفكر التربوي، ط2، بيروت: دار النهضة العربية للضيافة والنشر، 1981.
- 48- محمد محمود مفيلة، طرائق التدريس العامة، عمان: دار المسيرة للنشر، 2009.

- 49- محي الدين إسماعيل محمد الديهة، تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، د.م.ن: مكتبة الوفاء القانونية، 2015.
- 50- المختار محمد إبراهيم، مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الاجرائية، د.م.ن: دار الفكر العربي، 2005.
- 51- مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الإجتماعي، د.م.ن: جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016.
- 52- مريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (ترجمة بوزيد صحراوي)، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2004.
- 53- مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الإنصال، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2015.
- 54- مندر الضامن، أساسيات البحث العلمي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2017.
- 55- ناجح رشيد قادري، محمد عبد السلام البوايز، مناهج البحث الإجتماعي، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004.
- 56- ناصر الشافعي، فن التعامل مع المراهقين، د.م.ن: دار البيان للترجمة والتوزيع، 2009.
- 57- نسيمة ربيعي، الدليل المنهجي للطالب في إعداد البحث العلمي، د.م.ن، د.د.ن، د.س.ن.
- 58- هبة ربيع، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، د.س.ن.
- 59- ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد- الدولة الافتراضية الجديدة-، د.م.ن: دار البداية منشورون وموزعون، 2014.
- القواميس والمعاجم:
- 60- دون كتاب، المنجد في اللغة والإعلام، ط40، بيروت: دار المشرق، 2003.
- 61- محمد حمدان، معجم مصطلحات التربية والتعليم، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2005.
- المجالات:
- 62- الصادق رابح، وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الازمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصال، ع 27، الجزائر: كنوز الحكمة 2014.
- 63- مركز الوثائق، هيكلية التعليم الثانوي، مجلة العربي، ع7، 2005.

• منشورات وزارة التربية:

64- وزارة التربية الوطنية، النشرة الرسمية للتربية الوطنية، الجزائر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، 2005.

65- وزارة التربية الوطنية، النشرة الرسمية للتربية الأمر المؤرخ في 16 أفريل 1976، الجزائر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 1976.

• الرسائل الجامعية:

66- نجاح بلهوشات، اتجاهات المتمدرسين في التعليم الثانوي نحو حماية البيئة من مشكلة التلوث، رسالة ماجستير: جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.

67- صلاح محمد أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المحققة، رسالة ماجستير: كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، 2014.

• المواقع الإلكترونية:

68- منتديات الخضرة، تطور النظام التربوي الجزائري منذ الإستقلال إلى يومنا، تمت الزيارة يوم 2018/02/13، متاح على الرابط الإلكتروني:

www.elhkddra.com

69- موقع موضوع، مشاكل المراهقة، تمت الزيارة يوم: 2018/03/20، متاح على الرابط الإلكتروني:

Mawdoo3.com

70- معجم اللغة العربية المعاصر، تمت الزيارة يوم: 2018/01/15، متاح على الرابط الإلكتروني:

[Ar-ar< dict < https:// www.almaany.com](https://www.almaany.com)

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان:

استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة

- دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات ولاية -جيجل-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

حورية بولعويدات

إعداد الطالبين

ليلي بورويس

رقية بورويس

ملاحظة 1: نرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بكل صدق وموضوعية، مع العلم أن المعلومات التي تقدمونها ستبقى سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية.

ملاحظة 2: ضع علامة (x) في الخانة المناسبة

ملاحظة 3: يمكنكم اختيار أكثر من إجابة

ونشكركم على تعاونكم

السنة الجامعية: 2018/2017 م

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: سنة 15 سنة 16 سنة 17 سنة 18 فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: سنة أولى ثانوي
- سنة ثانية
- سنة ثالثة
- 4- مكان السكن: حضري شبه حضري ريفي
- 5- المستوى المعيشي: مرتفع متوسط منخفض

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

6- ما هو موقع التواصل الاجتماعي الذي تملك حساب فيه ؟

- فيسبوك تويتر اليوتيوب انستغرام

أخرى تذكر:

7- ما هي أكثر المواقع الاجتماعية التي تستخدمها؟

- فيسبوك تويتر اليوتيوب أنستغرام

أخرى تذكر:

8- كيف تعرفت على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- عن طريق تصفح الأنترنت

- عن طريق الأصدقاء

أخرى تذكر:

9- منذ متى وأنت تستخدميه؟

أقل من سنتين من سنتين فما فوق

10- ما هو معدل دخولك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

يومي أسبوعي شهري

11- إذا كان يوميا حدد الفترات؟

صباحا ظهرا مساء ليلا

12- عند دخولك إلى مواقع التواصل الاجتماعي كيف تدخل إلى حسابك؟

تفضل استخدام اسمك الحقيقي

تفضل استخدام اسم مستعار

13- إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي هل ذلك:

حتى يعثر عليك بسهولة

حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك

يزيد من فرصتك في قبول الأشخاص لطلب صداقتك

14- إذا كنت تستخدم اسم مستعار هل ذلك راجع إلى:

يمنحك حرية أكثر في التصفح

يقلل من إمكانية تعرف الآخرين على هويتك الحقيقية

15- من هم الأشخاص الذين تقبل إضافتهم في حسابك؟

الأهل الزملاء الأصدقاء عامة الناس

16- عدد مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها:

من 1-2 من 3-4 أكثر من 4

17- كم عدد الساعات التي تقضيها لتصفح هذه المواقع؟

أقل من 2 سا من 2 - 4 سا من 4-6 سا

أكثر من 6 سا

18- تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعي:

غالبا أحيانا نادرا

19- أين تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

في البيت مقهى الأنترنت الثانوية

مكان آخر أذكره:

20- هل تجد سهولة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

21- ما هي نوع الشبكة التي تستخدمها للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي؟

Wifi الجيل الثاني الجيل الثالث الجيل الرابع

22- ما نوع الجهاز الذي تستخدمه للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي؟

الحاسوب المكتبي الحاسوب المحمول الهاتف الذكي

لوحة الكترونية

أخرى تذكر:

المحور الثالث: دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

23- في رأيك هل يرجع سبب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة بشكل رئيسي إلى:

تغلب المستخدم على شعور العزلة الاجتماعية

العصرية

أخرى تذكر:

24- ما الهدف من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

اجتماعي تجاري ثقافي وظيفي التسلية

أخرى تذكر:

25- ما الذي يدفعك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

الترفيه والتسلية الإطلاع على الأخبار

التعرف على أشخاص جدد التواصل مع الأصدقاء

التثقيف وزيادة المعلومات وفرت لي فضاء الإبداع والمشاركة

أخرى تذكر:

26- ما هي الحاجات التي تلبّيها لك مواقع التواصل الاجتماعي؟

الترفيه والتعبير بكل حرية نسيان المشاكل الشخصية

الهروب من الواقع إشباع الفضول والحصول على معلومات

التواصل والتعامل مع الآخرين

أخرى تذكر:

27- هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على:

تكوين صداقات جديدة

التخلص من العزلة

الشعور بالوحدة

معرفة كل ما هو جديد

أخرى تذكر:

المحور الرابع: الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

28- ما الإشباعات المتحققة من استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

التعبير عن آرائي بحرية

الشعور بالثقة في النفس

التعرف على مختلف الأحداث والقضايا

بلورة آراء حول القضايا التي تدور من حولي

اكتساب مهارات جديدة تفيدني في الدراسة

تعزيز آرائي من خلال مناقشاتي مع الآخرين

الاندماج في المجتمع

الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين انقطعت عنهم

أشبعت لدي حب التسلية

ملء أوقات الفراغ

وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي

أبعدتني عن العالم الواقعي

أخرى تذكر:

29- ما درجة استفادتك من شبكات التواصل الاجتماعي؟

عالية جدا عالية متوسطة منخفضة منخفضة جدا

30- ما درجة تلبية شبكات التواصل الاجتماعي لاحتياجاتك؟

عالية جدا عالية متوسطة منخفضة منخفضة جدا

31- هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت تأثيرا فكريا على المستخدم؟

غالبا ما يكون تأثيرها إيجابي

غالبا ما يكون تأثيرها سلبي

لا تؤثر

32- كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتك في الواقع؟

جعلتني أقضي وقتا طويلا عليها مما أدى لفقدان بعض الصداقات

صقلت من مهارة التواصل مع الآخرين

جعلتني انطوائي ولا أحب الاختلاط

لم تؤثر علي أبدا

33- هل تعتقد أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير على مستواك الدراسي أو أدائك الوظيفي؟

تأثيرها إيجابي سلبي لا تؤثر

34- هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تطوير شخصية الفرد؟

نعم لا

35- هل تتوي مستقلا:

أن تزيد من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

أن تقلل من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

أن تحافظ على النمط الحالي في مواقع التواصل الاجتماعي

التوقف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

36- هل تشجع على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

المُلخَصَات

ملخص الدراسة:

جاءت دراسة استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الممتدة من شهر جانفي إلى غاية نهاية شهر ماي، تمت هذه الدراسة على تلاميذ ثانويتي الجمعة بني حبيبي وهواري بومدين بولاية جيجل كمجتمع دراسة بالاعتماد على العينة العنقودية لإجراء الدراسة، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات وتم تقسيمها إلى ثلاث محاور:

المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية والثاني عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والثالث دوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما الرابع فيتضمن الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أما فيما يخص الجانب النظري فأدرج في فصل واحد تم التطرق فيه بداية بمواقع التواصل الاجتماعي، مروراً بالتعليم الثانوي وصولاً إلى المراهقين، حيث تم عرض كل من معايير ومؤشرات كل جانب على حدى.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يتصفح أغلب المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي ليلاً، ويفضل أغلبهم الدخول لهذه المواقع من البيت، ويستخدم الأفراد المبحوثين المواقع بدافع التواصل مع الأصدقاء، إلى جانب التسلية والترفيه وكذلك التثقيف وزيادة المعلومات، كما تبين لنا من خلال الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحقق العديد من الإشباعات للمبحوثين أهمها: التعرف على مختلف الأحداث والاتصال بالأصدقاء القدامى وملء أوقات الفراغ وكذلك اكتساب مهارات جديدة.

Summary of the study

This study came to analyze the secondary schools pupils and their use of social media during the period from January to the end of May. This study took place in both Eljamaa BEN-HBIIBI and HOUARI BOUMEDIEN high schools. We used the cluster sample to do the study, which is a descriptive one due to following the descriptive method. The questionnaire is the main tool to gather data and it was divided into (03) sections:

The first section was devoted to present data, and the second one to habits and patterns of using social media, and the third one was devoted to discuss motives and needs of using social media, and the last one includes the satisfactions achieved from using social media.

Concerning the theoretical background, it was included in one chapter in which social media was discussed, from secondary school to teenagers, all secondary schools and teenagers standards were presented separately.

This study resulted that most of the population use social media at night, and most of them prefer to log in to them at home. They use them in order to keep in touch with their friends as well as for their amusement, entertainment and education. Through this study we found out that the use of social media fulfill many needs to users mainly: keeping up to date to the recent events and connecting with people, also to spend the free time and finally learn new skills.