

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

الموضوع:

مواقع التواصل الاجتماعي والبحث العلمي في الجزائر

– دراسة في الاستخدامات والاشباكات المحققة لدى طلبة جامعة البويرة

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الاستاذة:

– د. سميرة بلعربي

من إعداد:

ياسمين نجوعي

جوهر قادوش

هاني مدات

السنة الدراسية: 2022/2021

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات الحمد لله الذي وفقنا على ألهمنا الصحة و العافية على إتمام هذا البحث العلمي .

نتقدم بخالص الشكر إلى الأستاذة الدكتورة "سميرة بلعربي" على كل مجوداتها و ما قدمته لنا من توجيهات و نصائح و إرشادات في موضوع دراستنا .

كما نتقدم بالشكر الى كل أساتذة جامعة أكلي محند اولحاج -البويرة- وخاصة أساتذة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علوم الإعلام و الاتصال فردا فردا لكم منّا كل الحب و الاحترام

شكرا لكم

إهداء

إلى من ربياني صغيرا.....

إلى من أنا اليوم هنا بفضل دعواتهم و تضحياتهم إلى من سهروا على راحتني
أمي الحبيبة و أبي الغالي أدامكم الله لنا سندا لا يميل ولا ينكسر

إلى إخوتي و أخواتي إلى كل عائلتي الكبيرة و الصغيرة

إلى كل كبير و صغير وقف بجانبني خلال مشواري الدراسي

إلى أساتذتي الكرام إلى زملائي الأعزاء

أهدي لكم هذا البحث العلمي المتواضع, راجيا من المولى عز وجل أن يجد القبول
و النجاح.

فهرس المحتويات

صفحة	عنوان
	شكر وعران
	إهداء
	فهرس محتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
	ملخص الدراسة
	مقدمة
	الاطار المنهجي
5	1- الاشكالية
5	2- التساؤلات الفرعية
6	3- أسباب اختيار الموضوع
6	4- أهمية الموضوع
6	5- أهداف الدراسة
7	6- منهج الدراسة وأدواته
9	7-نظرية الدراسة
10	8- مجتمع البحث وعينة الدراسة

13	9- الدراسات السابقة
17	10- تحديد المفاهيم
	الاطار النظري
	الفصل الاول: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه
21	تمهيد
22	المبحث الأول: نشأة وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي
22	المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
24	المطلب الثاني: التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي
25	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
28	المبحث الثاني: انواع ومزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
28	المطلب الاول: انواع مواقع التواصل الاجتماعي
31	المطلب الثاني: مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
34	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: تطور البحث العلمي في الجزائر
37	تمهيد
38	المبحث الأول: نشأة وتطور البحث العلمي

38	المطلب الأول: نشأة البحث العلمي
40	المطلب الثاني: التعريف بالبحث العلمي
41	المطلب الثالث: تطور البحث العلمي في الجزائر
45	المبحث الثاني: أنواع البحث العلمي وخصائصه
45	المطلب الأول: أنواع البحث العلمي
49	المطلب الثاني: خصائص البحث العلمي
51	المطلب الثالث: علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالبحث العلمي
53	خلاصة الفصل:
	الاطار التطبيقي
56	تفريغ البيانات وتحليلها
108	نتائج الدراسة
	الخاتمة
	ملاحق

رقم	عنوان	صفحة
01	شكل يبين تقسيم المبحوثين حسب متغير الجنس	56
02	شكل يبين تقسيم المبحوثين حسب متغير السن	57
03	شكل يبين تقسيم المبحوثين حسب المسنوي التعليمي	58
04	شكل يبين تقسيم المبحوثين حسب متغير التخصص	59
05	شكل يبين تقسيم المبحوثين حسب متغير الإقامة	60
06	شكل يبين تقسيم المبحوثين حسب سنة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	61
07	شكل يبين سنة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	63
08	شكل يبين سنة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	64
09	شكل يبين اماكن استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	65
10	شكل يبين اماكن استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	67
11	شكل يبين اماكن استخدام المبحوثين حسب متغير التخصص	68
12	شكل يبين توزيع المبحوثين حسب ساعات استخدام مواقع التواصل	69

	الاجتماعي	
71	شكل يبين عدد ساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	13
72	شكل يبين عدد ساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	14
73	شكل يبين فترات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	15
75	شكل يبين فترات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	16
76	شكل يبين فترات تصفح المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	17
77	تبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	18
79	شكل تبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	19
80	شكل تبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	20
82	شكل يبين المواقع الأكثر استخداما للمبحوثين	21
83	شكل يبين المواقع الأكثر استخداما للمبحوثين حسب متغير الجنس	22

85	شكل يبين المواقع الأكثر استخداما للمبوحثين حسب متغير التخصص	23
86	شكل يبين مدى تفاعل المبوحثين مع زملائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	24
87	شكل يبين المواضيع الذي يتحدث فيها المبوحثين مع زملائهم	25
88	شكل يبين المواضيع الذي يتحدث فيها المبوحثين مع زملائهم على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	26
90	شكل يبين المواضيع الذي يتحدث فيها المبوحثين مع زملائهم على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	27
91	شكل يبين المواقع التي يستخدمها المبوحثين في المجال الدراسي	28
93	شكل يبين المواقع التي يستخدمها المبوحثين في المجال الدراسي حسب متغير الجنس	29
94	شكل يبين المواقع التي يستخدمها المبوحثين في المجال الدراسي حسب متغير التخصص	30
95	شكل يبين مدى انتماء المبوحثين للبحوث العلمية والبحثية	31
97	شكل يبين المجموعات العلمية والبحثية التي ينتمي إليها المبوحثين	32
98	شكل يبين هل المواضيع العلمية التي تنشر تستهوي المبوحثين	33
99	شكل يبين مدى تحقق اشباع مواقع التواصل الاجتماعي للمبوحثين	34

	في البحث العلمي	
100	شكل يبين مدى تلبية مواقع التواصل الاجتماعي احتياجات المبحوثين في مجال البحث العلمي	35
101	شكل يبين الخدمات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين	36
103	شكل يبين الاشباعات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين	37
104	شكل يبين مدى اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي فعالة	38
105	شكل يبين رأي المبحوثين في أن مواقع التواصل الاجتماعي	39
106	شكل يبين رأي المبحوثين هل المعلومات العلمية في مواقع التواصل الاجتماعي تعرض البحث التقليدي والتعليم الحضوري	40
107	شكل يبين تعليقات المبحوثين عن الجدول أعلاه	41

قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم	عنوان	صفحة
01	جدول يبين النسبة المئوية لكل كلية	11
02	يبين النسبة المئوية في كل سنة	12
03	يبين عدد المفردات في كل سنة	13
04	جدول يبين جنس المبحوثين	56
05	جدول يبين سن المبحوثين	57
06	يبين المستوى التعليمي للمبحوثين	58
07	جدول يبين كلية او معهد المبحوثين	59
08	جدول يبين مكان إقامة المبحوثين	60
09	جدول يبين منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي	61
10	جدول يبين منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	62
11	جدول يبين منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	63
12	جدول يبين الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي	65
13	جدول يبين الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب	66

قائمة الجداول

	متغير الجنس	
67	يبين الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	14
69	جدول يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي	15
70	جدول يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	16
71	جدول يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	17
73	جدول يبين الفترات الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي	18
74	جدول يبين الفترات الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	19
75	يبين الفترات الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	20
77	جدول يبين الوسيلة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي	21
78	يبين الوسيلة الأكثر استخداماً لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	22
79	جدول يبين الوسيلة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	23

قائمة الجداول

81	يبين الجدول المواقع الأكثر إستخداما	24
82	جدول يبين المواقع الأكثر استخداما حسب متغير الجنس	25
84	جدول يبين المواقع الأكثر إستخداما حسب متغير التخصص	26
85	جدول يبين مدى تفاعلك مع زملائك على مواقع التواصل الاجتماعي	27
86	يبين الجدول المواضيع التي تتحدث فيها مع زملائك عبر مواقع التواصل الإجتماعي	28
87	يبين الجدول المواضيع التي تتحدث فيها مع زملائك على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	29
89	يبين الجدول التالي المواضيع التي تتحدث فيها مع زملائك على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص	30
91	جدول يبين الجدول المواقع التي يستخدمها المبحوثين في المجال الدراسي اكثر	31
92	جدول يبين الجدول المواقع التي يستخدمها المبحوثين في المجال الدراسي اكثر حسب متغير الجنس	32
93	يبين الجدول المواقع التي يستخدمها المبحوثين في المجال الدراسي اكثر حسب متغير التخصص	33
95	جدول يبين الجدول هل ينتمي المبحوثين للمجموعات العلمية و البحثية	34

قائمة الجداول

96	جدول يبين الجدول التالي المجموعات العلمية للمجيبين ب "نعم"	35
97	جدول يبين الجدول هل تستهوي المبحوثين المواضيع العلمية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	36
98	جدول يبين الجدول هل مواقع التواصل الاجتماعي تحقق اشباع الطالب في مجال البحث العلمي أكثر من الوسائل الأخرى	37
99	: يبين الجدول ما درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجات المبحوثين في المجال الدراسي	38
100	يبين الجدول الخدمات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في مجال البحث العلمي	39
102	يبين الجدول الاشباعات العلمية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين	40
103	يبين الجدول مدى اعتقاد المبحوثين ان طريقة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فعالة	41
104	يبين التبرير عن مدى اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي فعالة	42
105	يبين الجدول هل المعلومات العلمية المتوفرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ان تعوض التعليم الحضوري و البحث العلمي التقليدي	43
106	يبين الجدول تعليقات المبحوثين عن الجدول السابق	44

ملخص الدراسة :

تتمحور دراستنا حول "مواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي دراسة في الاستخدامات و الاشباكات المحققة لدى طلبة جامعة البويرة " حيث تطرقنا ل طرح التساؤل الرئيسي التالي :

ماهي استخدامات طلبة جامعة اكلي محند اولحاج لمواقع التواصل الاجتماعي و ما هي الاشباكات المحققة لديهم في مجال البحث العلمي ؟

وسعيا للإجابة على التساؤل الرئيسي طرحنا مجموعة من التساؤلات الفرعية التي نراها مساعدة في الاجابة على التساؤل الرئيسي وهي :

- ماهي أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي؟
- ماهي الاستخدامات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي ؟
- ماهي الاشباكات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي ؟

فانتشار ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل العديد من فئات المجتمع خاصة الطلبة في اثناء دراساتهم و بحوثهم العلمية حيث اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لدراسة متمثلة في طلبة جامعة اكلي محند اولحاج البويرة , و ثم اجرائها باستخدام أداتين الملاحظة و الاستبيان , حيث قدرت عينة الدراسة 100 مفردة مبحوثة من طلبة جامعة البويرة 33 مفردة من كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير , 42 مفردة من كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية , 22 مفردة من كلية الاداب و اللغات , 3 مفردات من معهد الرياضة البدنية .

حيث توصلت دراستنا الى مجموعة من النتائج :

- أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 6 سنوات 41%
- أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك في المجال الدراسي بنسبة 34%

مقدمة

مقدمة:

حقق التطور العلمي الذي يعرفه العالم تقدماً في مختلف نواحي الحياة خاصة في مجال الاعلام و الاتصال, مما افرز اساليب و انماط حديثة في العلاقات و المعاملات , و التي كانت من شأنها خلق فضاء لتبادل المعلومات و الاخبار والرسائل , التي تتمثل في مجموعة من التطبيقات و المواقع : اهمها المواقع الالكترونيةومواقع التواصل الاجتماعي.

فبات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية من قبل مختلف الاعمار , فأصبحت من الضروريات للدور الفعال الذي تلعبه في الحياة اليومية حيث احدثت تغييراً جذرياً في نمط التواصل بين افراد المجتمع من خلال توفير خدمات عديدة جعلت من مستخدميها أشد المقبلين عليها تمثلت في خدمات اجتماعية كتكوين صدقات جديدة ,خدمات تجارية كخدمة البيع عبر الانترنت , خدمات علمية كإعداد البحوث العلميةالخ من الخدمات .

تعد مواقع التواصل الاجتماعي احدى اهم مصادر المعلومات في العالم الاكاديمي و عالم البحث, فشبكات التواصل العلمية أثبتت وجودها كمنافس لقواعد البيانات الخاصة بدور النشر رغم الاقبال الضعيف عليها في سنواتها الأولى , اذ اصبحت هذه الشبكات تفرض وجودها كأداة فعالة في مجال البحث العلمي و فتح آفاق جديدة أمام الباحثين نحو تطلعات جديدة .

فأصبح لأي مجتمع ينشد التقدم و يرغب في تحقيق نهضة فكرية و اجتماعية لا بد من الاهتمام بالبحث العلمي و مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارهم يمثلون اهمية كبيرة في تحقيق التقدم و التفوق في كافة المستويات و هذا من خلال الاسس و الوسائلالخ التي تساعد على حل جميع المشاكل التي تعترض اي ميدان من ميادين الحياة , لتأتي دراستنا بعنوان :

مواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي في الجزائر دراسة في الاستخدامات و الاشباع المحققة لدى طلبة جامعة البويرة بإتباع جملة من الخطوات :

الاطار المنهجي : المتكون من تحديد الاشكالية , التساؤلات الفرعية , اسباب اختيار الموضوع , اهمية و اهداف الدراسة , منهج الدراسة و ادواته , نظرية الدراسة , مجتمع البحث و عينة الدراسة , الدراسات السابقة , تحديد المصطلحات و المفاهيم

الاطار النظري : المتكون من فصلين, الفصل الأول: يتكون من مبحثين ,المبحث الاول : نشأة و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي , المطلب الاول تحدثنا عن نشأة مواقع التواصل الاجتماعي المطلب الثاني التعريف , المطلب الثالث الخصائص . بينما المبحث الثاني : انواع و مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي , المطلب الاول انواع مواقع التواصل الاجتماعي و المطلب الثاني مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني : المتكون من مبحثين , المبحث الاول :نشأة و تطور البحث العلمي المطلب الاول نشأة البحث العلمي و المطلب الثاني التعريف , المطلب الثالث تطور البحث العلمي في الجزائر . بينما المبحث الثاني : انواع البحث العلمي و خصائصه , المطلب الاول انواع البحث العلمي , المطلب الثاني خصائص البحث العلمي , المطلب الثالث علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالبحث العلمي

الاطار التطبيقي : المتكون من تفرغ البيانات و تحليلها و نتائج الدراسة

الاطار المنهجي

- 1- الاشكالية
- 2- التساؤلات الفرعية
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الموضوع
- 5- أهداف الدراسة
- 6- منهج الدراسة وأدواته
- 7- نظرية الدراسة
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9- الدراسات السابقة
- 10- تحديد المفاهيم

1/ الاشكالية :

تواجه كل دول العالم في عصرنا الحالي تحدي دخول حضارة التكنولوجيا المتقدمة فأصبحت العامل الحاسم في تقدم الامم و الشعوب شملت تطبيقاتها المتنوعة كل مناحي الحياة حتى اصبحت من الضروريات في جميع مجالاتها لأنها قامت على الجمع بين العلم و التطبيق و توظيف الابداع المعرفي.

و ابرز التنقلات النوعية التي تبلورت من التكنولوجيا الحديثة ظهور شبكة الانترنت التي فتحت افاق جديدة و اساليب اتصال مختلفة عن الاتصالات التقليدية .

تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي وفرت تبادل المعلومات و الافكار دون اي قيود زمنية او مكانية و ذلك عبر فضاء الكتروني افتراضي مسمى جميع الميادين الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و الثقافية حتى انها اصبحت من الضروريات للدور الذي تلعبه في حياة الفرد و المجتمع.

و من ناحية اخرى تعد فضاء ديناميكي يستقطب الكثير من الباحثين فعلى شكلها ظهرت مواقع التواصل المختصة في المجال العلمي التي اثبتت فعاليتها في البحث العلمي لا سيما في مجال الاطلاع الافتراضي و النشر.

و احدثت وسائل الاتصال تغييرا على الصعيد الاكاديمي فالكثير من اعضاء التدريس في الجامعات العالمية و العربية يلجأ للتواصل مع الطلاب خصوصا بظهور المنصات التعليمية .

لدراسة هذا الموضوع علينا بإجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة اكلي محند اولحاج البويرة و عليه يكون التساؤل الرئيسي كالتالي :

ماهي استخدامات طلبة جامعة اكلي محند اولحاج لمواقع التواصل الاجتماعي و ما هي الاشباكات المحققة لديهم في مجال البحث العلمي ؟

2/ التساؤلات الفرعية:

- ما هي انماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي ؟
- ما هي الاستخدامات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي؟
- ما هي الاشباكات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي؟

3/ اسباب اختيار الموضوع :

1-3 الاسباب الذاتية:

- الميول الشخصي في دراسة مثل هذه المواضيع
- رغبة الباحثين للتعمق في مثل هذه الدراسات
- محاولة انجاز دراسة علمية اكااديمية لفائدة الطلبة

2-3 الاسباب الموضوعية :

- التعرف اكثر على مدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي
- حداثة مثل هذه المواضيع و الدور الذي تلعبه في عصر المعلوماتية

4/ اهمية الموضوع :

تتسم هذه الدراسة اهميتها من الدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم خدمات و معلومات تصب في جميع المجالات و خاصة المجال العلمي فلقد اصبح من الضروري معرفة اهمية هذه المواقع و تسليط الضوء على مدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي و تمثل هذه الدراسة اهميتها انها تعالج موضوعا يحض بشعبية و اقبال من قبل متلف فئات المجتمع و خاصة الطلبة الجامعيين .

5/ اهداف الدراسة :

ترمي هذه الدراسة الى تحقيق جملة من الاهداف و هي :

- محاولة التعرف على اهم الاشباكات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي ؟
- التعرف على انماط استخدام طلبة جامعة البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال البحث العلمي ؟
- التعرف على اهم الاستخدامات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي ؟
- التعرف على اهم المنصات التعليمية التي يعتمدها الطلبة لدرس ؟

6/ منهج الدراسة و ادواته :

6-1 منهج الدراسة :

ان اختيار المنهج لا يأتي من قبيل الصدفة او الميل او اعتماد المنهج دون اخر بل ان موضوع الدراسة و اهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب و ها الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية او موضوعية اكثر للنتائج المتوصل اليها .

و يعرف المنهج على انه مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول الى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة او المشكلة العلمية موضوع الدراسة و التحليل¹

و تفرض طبيعة دراستنا التي تهدف الى معرفة استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع الاجتماعي في البحث العلمي و الاشباعات المحققة منه الى الاعتماد على المنهج الوصفي , حيث يعرف بأنه مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها , و المجال العلمي الذي ينتمي اليه و تصورا لعلاقة بينها و بين الظواهر الاخرى المؤثرة و المتأثرة فيها و كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام ادوات البحث العلمي التي تلتزم الاهداف التي يسعى الباحثون لتحقيقها من خلال هذه البحوث².

6-2 ادوات الدراسة :

تعتبر عملية جمع البيانات في الدراسة العلمية ركيزة اساسية يتوقف عليها نجاح هذه الاخيرة او فشلها , و انطلاقا من طبيعة البحث يطلب منا الاعتماد على اداة الاستبيان و الملاحظة

و يعرف الاستبيان على انها كلمة مشتقة من الفعل استبين هو تلك القائمة من الاسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية , لتقدم الى المبحوث من اجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانب مختلفة , و عرف الاستبيان في الاواسط البحثية تحت اسماء عديدة مثل الاستقصاء و الاستفتاء³

احمد بن مرسل , مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال , ديوان المطبوعات الجامعية طبعة 05. الجزائر
1, 2005م , صفحة 282

2 الكنوز منال هلال مزاهره , مناهج البحث الاعلامي , دار المسيرة للنشر و التوزيع , طبعة الاولى , 2014م , صفحة 35

3 محفوظ جودة , اساليب البحث العلمي , طبعة الاولى , دار زاهر للنشر و التوزيع , 2007 , صفحة 11

ولقد اشتملت الاستمارة على 24 سؤالاً, و 4 محاور و جاءت كالتالي:

المحور الأول : البيانات الشخصية شمل 5 أسئلة من 01 الى 05

المحور الثاني : أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي شمل 6 أسئلة من 1 الى 6

المحور الثالث : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي شمل 5 أسئلة من 7 الى 11

المحور الرابع : الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي شملت 6 أسئلة من 12 الى 17

و قام بالتحكيم للاستمارة 3 أساتذة محكمين و هم أساتذة اعلام و اتصال بكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية :

- الاستاذة اوشن جميلة

- الاستاذة نوارى عائشة

- الاستاذة جورديخ مليكة

حيث تبعا للآراء و الملاحظات التي تم جمعها قمنا بإجراء تعديلات و قمنا بتوزيعها على عينة الدراسة المتكونة من 100 مفردة مقسمة على 4 كليات.

و قد اعتمدنا على الملاحظة في دراستنا من خلال ملاحظتنا لمجتمع البحث في العالم الافتراضي الذي توفر لهم مواقع التواصل الاجتماعي, وذلك من خلال ملاحظة كيفية التعامل مع المنشورات و الصفحات التي يستفيدون منها في مجال البحث العلمي, وتفاعلهم معها.

وتعرف الملاحظة على انها, وسيلة من الوسائل التي يتم من خلالها جمع البيانات التي يتطلبها البحث العلمي في مختلف العلوم الانسانية و يعتمدها الباحث لرصد دون ان يتدخل بالتأثير عليها وهي رصد الاسباب و تحديد الخصائص و المكونات للظاهرة المراد دراستها وتعد حصيلة علمية اساسية لتفسير الظواهر الاساسية⁴

⁴ حسين محمد الجبوري, منهجية البحث العلمي دخل لبناء المهارات البحثية , طبعة الاولى , دار صفاء للنشر و التوزيع 2012, صفحة 129

17/ نظرية الدراسة :

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور الاعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة لدوافع الحاجات الفردية⁵

وقد نشأت هذه النظرية في فترة سيادة الاعتقاد في التأثيرات المتوسطة لوسائل الاعلام و تعتمد على مقولة ان وسائل الاعلام لا تؤثر على الفرد دون ان يكون للمستخدم تأثير و دوافع من وراء هذا الاستخدام و قد احدثت ذلك تحولا من الرؤية التقليدية التي تنظر الى التأثير القوي لوسائل الاعلام و سلبية المتلقي⁶

تهتم نظرية الاستخدامات و الاشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة حيث جاء هذا النموذج كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية فمن خلال منظور الاستخدام لا تعد الجماهير مستقبلين سلبيين لرسائل وسائل الاتصال الجماهيرية ليصبح الافراد في ظل هذه النظرية مشاركين فعالين و ايجابيين في عملية الاتصال ,وتحقق نظرية الاستخدامات و الاشباع ثلاث اهداف رئيسية :

- محاولة تحديد كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام و ذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل و المضامين التي تشبع احتياجاته.
 - شرح دوافع التعرض لوسائل الاعلام و الالغاز المتحققة من هذا التعرض
 - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري⁷
- فروض نظرية الاستخدامات و الاشباع :

● اقتراض الجمهور النشط:
يرى بالمغرين (palmogreene) ان الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة ابعاد رئيسية :

- الانتقاء حيث يلتقي جمهور الوسائل الاعلامية و المامين وفقا لما يتفق احتياجاته و اهتماماته.
- الاستغراق يتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- الايجابية : بمعنى الدخول في مناقشات و التعليقات على مضمون الاتصال .

● دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاعلام :ترتبط دوافع التعرض لوسائل الاعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص اساسا في حاجات معرفية ,حاجات اجتماعية و حاجات تحقق الذات اما عن الدوافع فيقسمها رولين الى :

⁵ بسام عبد الرحمن المشاقبة ,نظريات الاتصال ,دار اسامة للنشر و التوزيع ,الاردن ,عمان ,2011م ,صفحة 84

⁶ فتحي حسين عامر ,علم النفس الاعلامية ,العربي للنشر و التوزيع ,مصر ,2012م ,صفحة 70

⁷ مرزوق عبد الحكيم العادلي ,الاعلانات الصحفية ,ط1,دار الفجر ,القاهرة مصر ,2004م ,صفحة 531

- الدوافع الوظيفية النفعية : تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون لوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات و المعرفة
 - الدوافع الطقوسية : تستهدف تفضية الوقت، الاسترخاء الهروب من الروتين اليومي و المشكلات⁸ اشباعات الجمهور من وسائل الاعلام : يفرق لورنس وينز بين نوعين من الاشباعات:
 - اشباعات المحتوى : تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل آلات المحتوى : تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام , وهي نوعين اشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات , و اشباعات اجتماعية يقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.
 - الاشباعات العلمية : تنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة , وهي نوعين اشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلالها تخفيف الاحساس و التوتر و الدفاع عن الذات , وتنعكس في برامج التسلية و الترفيه و الاثارة و اشباعات اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام , و تزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الاجتماعية و الاحساس بالعزلة⁹.
- 8/ مجتمع البحث و عينة الدراسة :**

يقصد بمجتمع البحث بأنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي¹⁰

ويعرفه أحمد مرسلي أنه جمع محدد أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة¹¹

ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في طلبة جامعة أكلي محند أولحاج –ولاية البويرة- والبالغ عددهم 10673.

ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث ارتأينا لاختيار عينة لإجراء الدراسة عليها وتعرف العينة على أنها "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسات التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجه عليه"¹²

⁸ ويليام ريفرز و آخرون ترجمة احمد طلعت الدشيشي،الاتصال الجماهيري و الجماعات المعاصرة ،دار المعرفة الجامعية مصر ،2001،صفحة 31

⁹ فضييل ديليو،اتصال المؤسسة ،طبعة 1 ،دار الفجر للنشر و التوزيع ،2003،صفحة 25

¹⁰ الكنوز هلال مزاهره ، مناهج البحث الإعلامي ، دار الميسر للنشر والتوزيع ،ط1، 2011م،ص55

¹¹ أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال ،دار الورسيم الجزائر 2013م،ص141

¹² محمد السيد علي، موسوعة المصطلحات التربوية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011م، 384

وقد تم الاعتماد على العينة التطبيقية في هذه الدراسة و التي تعرف على انها نوع من العينات تستعمل في الحالات التي تكون معروفا فيها ان في المجتمع اختلافات منظمة وفي هذا النوع من العينات يضع الباحث شروط معينة لاختبار افراد العينة بحيث تمثل العينة جميع فئات المجتمع المدروس¹³

و اخترنا من طلبة جامعة اكلي محند اولحاج مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي حيث تكونت عينة الدراسة 100 طالب. يوضحه الجداول التالية:

1/ هذا الجدول يبين النسبة المئوية لكل كلية:

10673	مجتمع البحث	←	مجموع كل كلية
			3495
%33	100	←	x
	100		

الاحتمالات	معهد الرياضة البدنية	كلية علوم انسانية و اجتماعية	كلية العلوم الاقتصادية	كلية الادب و اللغات
التكرار	311	4514	3495	2353
النسبة المئوية	%3	%42	%33	%22

2/ الجدول الثاني : يبين النسبة المئوية في كل سنة.

مثال:

سنة اولى اقتصاد ← مجموع طلبة كلية الاقتصاد

¹³ رجاء وحيد الدويدري، البحث العلمي اساسيته النظرية و ممارسة العملية، ط1، دار الفكر للنشر و التوزيع، سوريا، 2000، صفحة 96

% ← 100%

3495 ← 711

% ← 20%

الاحتمالات/السنوات	م.الرياضة	ك.ع.ا.اجتماعية	ك.ع.ا.اقتصادية	ك.اداب واللغات
السنة الاولى	30%	25%	20%	23%
السنة الثانية	7%	19%	17%	18%
السنة الثالثة	2%	20%	25%	18%
ماستر 01	21%	20%	22%	25%
ماستر 02	40%	16%	16%	16%
المجموع	100%	100%	100%	100%

3/ الجدول الثالث: يبين عدد المفردات في كل سنة.

20 ← 100

33 ← x

مثال:

الاحتمالات/السنوات	معهد الرياضة البدنية	ك.علوم ا.و.اجتماعية	ك.علوم اقتصادية	ك.اداب و اللغات
السنة اولى	1	10	6	5
السنة الثانية	1	8	5	4
السنة الثالثة	/	8	8	4
ماستر 01	/	8	7	6
ماستر 02	1	8	7	3
المجموع	3	42	33	22

9/الدراسات السابقة:

- الدراسة الاولى¹⁴:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها ، هدفت الدراسة التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) واشباعاتها بالتطبيق من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا.

تمحورت إشكالية الدراسة في تساؤل رئيسي : ماهي دوافع استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها؟

واندرجت ضمن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية :

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

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

- ما علاقة المتغيرات الوسيطة (المرحلة الدراسية ،العمر،التخصص) بالاستخدامات والإشباعات المحققة؟

¹⁴ وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها -دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجا،رسالة ماجستير ،تخصص الصحافة والإعلام، جامعة الأردن 2013/2012م

قصد الإجابة على التساؤلات المطروحة اعتمدت الباحثة على المنهج الوصف التحليلي أما مجتمع الدراسة تمثل في طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا باستخدام العينة العشوائية حيث بلغت 425 طالب وتم الاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات .

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج :

- هناك 87.6% من الطلبة يتابعون موقع الفيسبوك ويتابعون موقع تويتر بنسبة بلغت 5.8% وهذا يدل على توجه كبير من الطلبة في الجامعة الأردنية بجامعة البترا نحو استخدام موقع الفيسبوك كما اتضح أن 44.94% من الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم المحمولة و30.6% منهم يتصفحونها عبر أجهزةهم المحمولة و12.9% من الطلبة يتصفحونها عبر الكمبيوتر المكتبي .
- في المرتبة الأولى كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأهل والأقارب وحاز على نسبة 89.17% .

- الدراسة الثانية¹⁵ :

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منه .

هدفت الدراسة التعرف على عادات وأنماط استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من خلال دراسة ميدانية على عينة الدراسة تلاميذ الثانويات بولاية جيجل .

تمحورت إشكالية الدراسة في تساؤل الرئيسي التالي : فيما تكمن استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي وماهي الإشباع المحققة من ذلك.

واندرج تحت الإشكالية مجموعة من التساؤلا الفرعية :

- ماهي عادات وأنماط استخدام تلاميذ عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي دوافع وحاجات هذا الاستخدام لدى تلاميذ عينة الدراسة ؟

- ماهي الإشباع المحققة من هذا الاستخدام ؟

¹⁵ - ليلي ورقية بورقيس, استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منه , دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات جيجل-،مذكرة ماستر ،علوم إعلام واتصال ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ،جامعة محمد بن يحي الصديق،جيجل،2018/2017

قصد الإجابة على إشكالية الدراسة اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي لوصف وتحليل الظاهرة وأداة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تطبيق الدراسة على عينة من تلاميذ ثانويات جيجل بالاعتماد على المعاينة العنقودية حيث بلغ عددهم 117 مفردة .

أسفرت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

يتصفح أغلب المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي ليلا 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 وملئ أوقات الفراغ وكذلك اكتساب مهارات جديدة .

- الدراسة الثالثة¹⁶ :

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة ، هدفت الدراسة التعرف على استخدامات المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

تمحورت إشكالية الدراسة كالتالي :

- مامدى استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي وماهي الإشباعات المحققة ؟

واندرجت تحت هذه الإشكالية جملة من التساؤلات :

- ماهي عادات وأنماط استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي دوافع استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي الإشباعات المحققة من استخدام طالبات جامعة قاصدي مرباح لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

¹⁶ رقيبي صورية ،زعطوط نجاة:استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة -دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح-،مذكرة ماستر،قسم علوم إعلام واتصال ،تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة،2018/2019.

قصد الإجابة على هذا الإشكال اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي لوصف التحليل والظاهرة استخدمت أداة الملاحظة كأداة ثانوية والاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من المبحوثات حيث تم تطبيق البحث في جامعة قصدي مرباح ورقلة على عينة مكونة من 100 طالبة بشكل عشوائي .

أسفرت الدراسة على مجموعة من النتائج :

-توصلت الدراسة أن مانسبته 66% من المبحوثات لا يستطعن الاستغناء على مواقع التواصل الاجتماعي وأن الدوافع المتمثلة في معرفة الأحداث والتطورات والوصول والتعرف على أنماط جديدة مختلفة، والإطلاع على أخبار الجامعة والتزود بمعلومات حول الدراسة والاستفادة من الآخرين هي التي دفعت المبحوثات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

كما كشفت الدراسة أن الإشباعات المتمثلة في إشباع حب الإستماع لكل ما هو جديد حول حياتي اليومية وجعلتني أشعر بثقة أكبر في ذاتي وجعلتني أعطي رأيي حول القضايا والاحداث التي تدور من حولي، وخلق لدي روح الفضول وجعلتني على اتصال بزملاء الدراسة هي أكثر الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام .

كما ك-التعقيب على الدراسات السابقة :

-أوجه الاستفادة :

اقتصرت أوجه الاستفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في الاطلاع على قائمة المصادر والمراجع وعلى الاجراءات المنهجية مع إدراك بعض الجوانب الغائبة في الدراسات السابقة ومحاولة تداركها في دراستنا. شفت الدراسة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إبقاء الأفراد على اتصال مع بعضهم البعض.

10/ تحديد المفاهيم:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم خطوة أساسية من خطوات البحث العلمي، باعتبارها الخلفية أو الأرضية التي ينطلق منها الباحث لتحديد مسار بحثه وذلك بتناول المفاهيم التي ينطوي عليها موضوع البحث، وسوف نحاول تقديم تعريفات لكل من:

1.9-مواقع التواصل الاجتماعي :

أ- اصطلاحاً: هي مواقع إلكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية ومشاركتها مع الآخرين¹⁷.

تعرف على أنها صفحات الويب التي يمكن أن تسهل عملية التفاعل النشط بين الأعضاء المشاركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء ببعض البعض، ويمكن أن تشمل المراسلة الفورية، الفيديو بالدرشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش الخ¹⁸.

ب- إجرائياً: ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل الحسابات والمساحات على شبكة الانترنت التي تتيح التواصل لمستخدميها مع مختلف الأفراد في أي وقت وفي أي مكان في العالم، وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقعية، مثل (الفايسبوك، تويتر، انستغرام، اليوتيوب).

2.9 الاستخدام :

أ- لغة: استخدم من استخدم بعنى خادما¹⁹

ب- اصطلاحاً: يوظف مصطلح الاستخدام لتجسيد العلاقة بين المستخدم والألة والتقنية وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة ماقد وُدي في المستقبل من اندماج ما بين الألة والإنسان . ويعرف بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد أو لا²⁰

ج- إجرائياً : يشير مصطلح استخدامات في هذه الدراسة إلى عملية التصفح التي يقوم بها طلبة عينة الدراسة بغرض البحث العلمي أي بالنظر إلى عادات وأنماط الاستخدام والإشباع المحققة من ذلك.

3.9-الإشباع:

أ- اصطلاحاً : هو إرضاء رغبة أو البلوغ هدف أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر، ووفق نظرية الاستخدام

¹⁷ عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2004، ص65
ريمة كايلى: مواقع التواصل الاجتماعي والدافع الجديد للعلمة، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد

8، العدد2، ص610

¹⁹ ..دون كاتب: المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق بيروت، 2003م، ص171
بورحلة سليمان: أثر الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، ماجستير علوم إعلام واتصال، جامعة بن يوسف
²⁰ بن خدة، الجزائر، 2007/2008، ص25

والإشباعات فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباعات .²¹

ب-إجراءيا: يقصد بها في هذه الدراسة الإشباعات التي يكتسبها طلبة عينة الدراسة التي يحصلون عليها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف البحث العلمي .

سعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب -دراسة استطلاعية منطقة البلدية-، أطروحة
²¹دكتوراه، قسم علوم إعلام واتصال، جامعة الجزائر، 2006م، ص61

الاطار النظري

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه

تمهيد

المبحث الأول: نشأة وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أنواع ومزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد :

ان التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير ملامح التواصل بين الناس خاصة مع ظهور الانترنت الذي تجلت من خلاله المتابعة الجماهيرية الواسعة و الاهتمام الكبير الذي حضرت به مواقع التواصل الاجتماعي كظاهرة جديدة .

و يهتم هذا الفصل بالتطرق الى مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مبحثين رئيسيين :
تناول الاول النشأة و المفهوم و الخصائص , اما المبحث الثاني فتخصص في الانواع و السلبيات و الايجابيات .

المبحث الأول : نشأة و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الأول : نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي.

في عام 1954 صاغ جون بارتر, و الذي كان باحثا في العلوم الانسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على انماط من العلاقات , تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور التقليدي , و تلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالقبائل و الأسر²²

و كان اول ظهور لهذه الشبكات في بداية التسعينات الميلادية , ففي عام 1995 صمم راندي كونرادز موقع (classmatrees.com) , و كان الهدف من مساعدة الاصدقاء و الزملاء الذي جمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة و فرقهم ظروف الحياة العملية في اماكن متباعدة, و كان يلبي هذا الموقع رغبة الأصدقاء و الزملاء في التواصل بينهم الكترونيا .²³

ثم تلاه موقع (Sixdergree.com) و اعتمد هذا الموقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين و على ارسال رسائل لمجموعة من الاصدقاء لكنه تم اغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح لمالكيها²⁴

و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و 2001 التي لم تحقق نجاحا لعدم جودتها المادية , و في المدة بين 2002 و عام 2004 بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها , فقد ظهر موقع (jonthan Abrams).

و قبل ظهور موقع الفاييبوك , انشأ في العام 2003 موقع ماي سبيس(myspace) الامريكي , و نمى بسرعة حتى اصبح اكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العالم 2006

²² حسين محمود هنيمي , العلاقات العامي و شبكات التواصل الاجتماعي , ط1 , دار أسامة للنشر و التوزيع , الأردن , 2015 , صفحة 78

²³ رائدة عاشور عبد العزيز , دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية , ط1 , المكتب العربي للمعارف , 2015 , ص 22

²⁴ وائل مبارك خضر فضل الله , أثر الفاييبوك على المجتمع , مدونة شمس , النهضة للنشر , السودان , ط1 , 2010 , ص .07

و في شباط 2004 أنشأ موقع فايسبوك facebook على يد مارك زكوربيرغ في جامعة هارفرد في عام 2005 , و تأسس موقع اليوتيوب youtube في مدينة menlopark في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية و كان الاصدار التجريبي له عام 205 و يتيح الموقع مشاهدة و تحميل مقاطع الفيديو.

ثم ظهر موقع تويتر عام 2006 على يد جاك درزي jack doresy و بينز ستون Binz stone , و ايفان ويليامز evanwilliams , و توفير خدمة أطلقتها شركة obvious و التي مقرها فرانسيكو , ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم twitter في عام 2007.²⁵

و مع ظهور الجيل الثالث صاحب ظهور مواقع تواصل اجتماعية جديدة منها الانستغرام , جوجل الخ²⁶

المطلب الثاني : التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي

لقد اصبح مصطلح المجتمع الافتراضي مفهوما متداولاً عن العديد من المستخدمين لشبكة الانترنت و يرجع المفهوم الى "هاوارد رينجول" الذي وضع الكاتب الرائد في هذا السياق

²⁵ حسين محمود هنيمي , العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي , مرجع سابق , ص 80- 81
خيرة محمدي , شبكة التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية , مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية , العدد 11 , الجزائر ,
²⁶ 2017 , ص 164

بعنوان "المجتمع الافتراضي" و الذي عرف المجتمع الافتراضي بانه تجمعات اجتماعية تشكلت من افراد في اماكن متفرقة من انحاء العالم يتقاربون, ويتصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر و البريد الالكتروني يجمع بين هؤلاء الافراد اهتمام مشترك , ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن عن بعد من خلال الية اتصالية هي الانترنت حيث يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية و يشكل فضاء المعلومات (cyber space), الحيز و الاطار الذي يتم في سياقته تجميع خيوطه ²⁷

ويطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب او ما يعرف باسم (web2) تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم على وفق مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلدة او جامعة , او مدرسة او شركة) , ويتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للاخرين و معرفة اخبارهم و المعلومات المتاحة للعرض ²⁸

و عرفها شريف اللبان بانها "خدمات توجه على شبكة الويب تتيح للافراد بناء بيانات شخصية "profil" عامة او شبه عامة خلال نظام محدد , ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال و رؤية الاخرين خلال النظام ²⁹

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الاصدقاء , كما تمكن الاصدقاء الدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات وتمكنهم ايضا من التواصل المرئي و الصوتي وتبادل الصور و غيرها من الامكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم ³⁰

و يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بانشاء موقع خاص به , و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات نفسها ³¹

⁶ رائدة عاشور عبد العزيز , دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية , مرجع سابق , ص 22

²⁸ حسين محمود هنيدي , العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي , مرجع سابق , ص 82

²⁹ درويش شريف اللبان , مداخلات في الاعلام البديل و النشر الالكتروني على الانترنت , دار العالم العربي , القاهرة , 2011 , ص 86

³⁰ محي الدين اسماعيل محمد الديهي , تأثير شبكات التواصل الاجتماعية على جمهور المتلقين , ط 1 , مكتبة الوفاء القانونية , جامعة القاهرة , 2015 , ص 346.

³¹ زاهر راضي , استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي , مجلة التربية , العدد 15 , جامعة عمان الأهلية , ص 23.

كما يمكن تعريفها على انها مجموعة الوسائل الافتراضية الموجودة على شبكة الانترنت و تقدم خدمات نبيلة لمستخدميها , حيث تسمح لهم بالتواصل مع العديد من الأشخاص حول العالم و تقديم لمحة عن حياتهم العامة و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات³²

المطلب الثالث : خصائص مواقع اتواصل الاجتماعي

تمكن اهمية التواصل الاجتماعي في اتاحة المجال واسعا أمام الانسان للتعبير عن نفسه و مشاركة مشاعره و افكاره مع الآخرين و خاصة انّ هناك حقيقة علمية و هي انّ الانسان اجتماعي بطبعه يتواصل مع الاخرين و لا يمكن له أن يعيش في عزلة عن اخيه الانسان و قد اثبتت كثير من الدراسات و البحوث العلمية أنّ الانسان لا يستطيع اشباع جميع حاجاته البيولوجية و النفسية دون التواصل مع الاخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الاخرين لاشباع هذه الحاجات أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن توم أساسا دون تواصل الانسان مع المحيط الاجتماعي , لذا نجد انّ للمواقع خصائص محددة كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها :

- شاملة :

حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية , تلغي من خلالها الحدود الدولية , حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الغرب , من خلال الشبكة بكل سهولة .

- التفاعلية :

يعد الفرد فيها كما انه مستقبل و قارئ , فهو مرسل و كاتب و مشارك . فهي تلغي السلبية المقيّنة في الاعلام القديم التلفاز , الصحافة الورقية , و تعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد و القارئ .

- تعدد الاستعمالات :

³² جيبوز حاج بشير, أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية , اطروحة دكتوراه , كلية الحقوق , جامعة محمد خيضر , بسكرة 2017 ص 23

تعد مواقع التواصل سهلة و مرنة و يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم و العالم لبت علمه و تعليم الناس و الكاتب للتواصل مع القراء و أفراد المجتمع للتواصل و هكذا .

- سهولة الاستخدام:

تستخدم الشبكات الاجتماعية بالاضافة للحروف و بساطة اللغة تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته و التفاعل مع الاخرين

- اقتصادية في الجهد و الوقت و المال :

في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي و ليست حكرا على اصحاب الاموال³³

: التلقائية :

يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي و غير رسمي او متوقع , فليس هناك تخطيط او تنسيق للتواصل بين الاعضاء و كذلك عدم وجود لوائح و قيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال .

- دعم التجمعات :

اي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بانشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني او الاجتماعي مثل الفيسبوك .

- المرونة :

امكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل ان الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات تسمى برامج التواصل الاجتماعية .³⁴

³³ عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر , مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني ط1 , دار صفاء للنشر , عمان , 2015

, ص 67

³⁴ حسن محمود هنيمي , العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي , مرجع سابق , ص 85-86

المبحث الثاني: أنواع و مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الاول : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

- تويتر (twitter):

يعرف تويتر على انه أحد شبكات التواصل و الاعلام الموجود على الأنترنت , و هو من الشبكات الاجتماعية التي تمكن مستخدميها من ارسال و قراءة النص القائم على المشاركات , التي تصل أكثر من مائة و أربعون حرف³⁵

وقد اخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريدة) و اتخذ من العصفورة رمزا له , و هو خدمة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة , ويجوز للمرء ان يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة , يمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر ان يتبادل مع اصدقائه تلك التغريدات (التويتات) , من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية³⁶

و يعود تاريخ انشائه الى مارس 2006 من قبل جاك دوزي , و ما لبث تويتر الى ان انتشر و اكتسب سرعة , في جميع انحاء العالم حيث بلغ عدد مستخدميه (200) مليون مستخدم في عام 2011 , و ارتفع رقم الاستخدام هذا ليصل الى 500 مليون مستخدم في نهاية عام 2013 , و مطلع عام 2014 على شبكة الأنترنت³⁷

- شبكة اليوتيوب (Youtube) :

هو احد المواقع الاجتماعية الشهيرة , و الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي و خصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت و وقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية و التحركات و الانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية³⁸

تأسس موقع اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة باي بال عام 2005 في الولايات المتحدة الأمريكية , فاليوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو من (غوغل) يتيح امكانية التحميل عليه أو منه لعدد من مقاطع الفيديو , و هناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه و يزوره

³⁵ عامر ابراهيم قندلجي , الاعلام الالكتروني , ط1 , دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان , 2015 , ص 325

³⁶ عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر , مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني , مرجع سابق , ص 64

³⁷ عامر ابراهيم قندلجي , الاعلام الالكتروني , مرجع سابق , ص 325

³⁸ اسماعيل عبد الفتاح الكافي , شبكات التواصل و الأنترنت و التأثير على الأمن القومي و الاجتماعي , ط1 , المكتب العربي للمعارف , 2016 , ص 31

الملايين يوميا , و تستخدم منه وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها , فالتيوتوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة ³⁹

- شبكة الواتس اب (Whatsapp)

هو تطبيق تراسل فوري محتكر , و متعدد المنصات للهواتف الذكية , و يمكن بالاضافة الى الرسائل الاساسية للمستخدمين ارسال الصور , الرسائل الصوتية الفيديو و الوسائط , و تأسس موقع في عام 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون و الأكراني جان كوم , و كلاهما من الموظفين السابقين في موقع باهو و يقع مقرها في سانت كلارا كاليفورنيا , و يتنافس الواتس اب مع عدد من خدمات الرسائل الاسوية مثل و قد قامت شركة الفايسبوك بشراء الواتس اب في عام 19 فيفري 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي ⁴⁰.

- موقع ماي سبيس (Myspace) :

شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة , و يقدم خدمات أخرى كالمدونات و نشر الصور و الموسيقى و مقاطع الفيديو على المجموعات البريدية , و ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين , و يقع مقر الشركة في سانت مونيكا بكاليفورنيا ⁴¹

- لينكدان (linked in):

علاء الدين محمد عفيفي المليحي , الاعلام و شبكات تواصل الاجتماعي العالمية , ط1 , دار التعليم الجامعي , الاسكندرية , 2015³⁹ , ص 177

⁴⁰ بلال خلف السكارنة , ادارة الأزمات , ط1 , دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان , 2015 , ص 388

⁴¹ الدليمي عبد الرزاق محمد , الصحافة الالكترونية و الالكترونية الرقمية , دار الثقافة للنشر و التوزيع , ط1 , عمان , 2015 , ص 69.

موقع لينكدان هو أحد المواقع المصنفة ضمن شبكات التواصل الاعلامية الاجتماعية على شبكة الأنترنت مؤسس الموقع هو جيف وسينر , تأسس الموقع في شهر ديسمبر 2002 و بدأ نشاطه في شهر ماي 2003 و يستخدم هذا الموقع أساسا لاقامة الشبكات المهنية , و تركز شبكة لينكدان , على فكرة التواصل بغرض بناء المستقبل المهني , حيث يمكن للاشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة و الذين يعملون في شركات مختلفة أن يلقوا مع غيرهم من المتخصصين و يتبادلون الخبرات , و تضم الشبكة من مئة مليون مشترك⁴²

- موقع فاييسبوك (facebook) :

يعد الفاييسبوك من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي نالت شهرة واسعة من حيث الاستخدام و التأثير على مستوى العالم , فهو اكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات و الاتجاهات حول العالم و ذلك بسبب الخصائص التي ينفرد بها و التي يسرت و شجعت الناس على الاشتراك و التواصل عبره يعد الفاييسبوك موقع من مواقع التواصل الاجتماعي اي انه يتيح عبره للاشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه و أن يعزز مكانته عبر أدوات و مواقع التواصل الاجتماعي مع أشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع اخرى لانشاء روابط و تواصل مع الاخرين⁴³

كما يعرف ايضا بانه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي , و قد عرف موقع ويب اوبيديا الموقع الالكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول مستخدميه انشاء شخصية و نشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع يكون بإمكانهم الدخول الى ملفاتهم الشخصية⁴⁴

المطلب الثاني : مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي

1- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي :

⁴² عامر ابراهيم قنديلجي , الاعلام الالكتروني , مرجع سابق , ص 329-330
⁴³ خالد غسان يوسف , ثورة الشبكات الاجتماعية , ط1 , دار النفائس للنشر و التوزيع , عمان , 2013 , ص 34
⁴⁴ ليلي احمد جرار , الفاييسبوك و الشباب العربي , ط1 , مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع , 2012 , ص 144

اضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من احداثها لتغيرات ثقافية و اجتماعية و سياسية اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها و من اهم مزاياها نذكر ما يلي :⁴⁵

- وسيلة عامة للنشر أدت الى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير و التواصل أكثر من أي وقت مضى .
 - وسيلة للنشر و الدعاية و الترويج للمشروعات و الحملات المختلفة .
 - وسيلة بسيطة و مجانية فيها الكثير من الابداع و التميز و التفرد
 - وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع و الرقابة في نشر المعلومة , و بالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي .
- كما ان لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى نذكر منها :⁴⁶

- اكثر انفتاحا على الآخر :

ان التواصل مع الغير , سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة و الثقافة و العادات و التقاليد , و اللون و المظهر و الميول , فانك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك و قد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الاميال في قارة أخرى .

- فرصة لتعزيز الذات :

فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته , فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات الشخصية , يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي

- منبر للرأي الآخر :

ان اهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها و كذلك حرية اضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك , والتي قد تعارض مع الغير .

⁴⁵ زغود بلقاسم وسعدي وحيدة

⁴⁶ عيسى الشماس , فاتن عجيب , التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي و علاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية , مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية , سلسلة الآداب و العلوم الانسانية , المجلد 37 , العدد 2 , 2015 , ص 1-268.

2- عيوب مواقع التواصل الاجتماعي :

و من ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق الى حد ما , و منه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي ⁴⁷:

- انعدام الخصوصية :

حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع , بما فيها من بياناتهم و صورهم الخاصة , و هذا قد يمهد الطريق الى التجسس و المراقبة لكل تحركات و أقوال و أفعال المستخدمين و هو مل ينعكس سلبا على حياته العامة .

- قتل الوقت :

يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الانسان في الجلوس أمام هذه المواقع , مما يؤثر على علاقة مع أهله و أصدقائه داخل محيط الأسرة .

- ضعف الثقة :

لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء الى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفراده لا يشعر بالامان فيه , من هنا تبقى العلاقات في الشبكات .

- العزلة الاجتماعية على العالم الواقعي :

لهيمنة القيم المادية و انشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من الأفراد المجتمع الى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي لاشباع حاجات التواصل مع الآخرين و نتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي و غياب شبه تام عن العالم الحقيقي و اذا كان من أهداف شبكات التواصل

⁴⁷ بشير نور علي , مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على المجتمع , مؤسسة الصومال الجديد للاعلام و البحوث و التنمية , التقرير الأسبوعي , رقم 13-25 ديسمبر 2017 , ص 10

الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم , فان تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة
عن عالمهم الحقيقي⁴⁸

خلاصة الفصل :

ففي ختام فصلنا يمكننا القول ان مواقع التواصل الاجتماعي شكلت بصمة واضحة في مجال
الاعلام و الاتصال , و غزت حياتنا اليومية أكثر من أي وقت مضى و سهلت الاتصال
بالآخرين الا أنها في المقابل تنزعنا من الحياة الواقعية لترمي بنا في الحياة الافتراضية , و
عليه فعلى الرّغم من أهميتها الا أنها تعد سلاح ذو حدين ايجابي و الآخر سلبي .

⁴⁸ حسين محمود هتيمي , العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي , دار أسامة للنشر , التوزيع , عمان , 2015 , ص
89-88.

الفصل الثاني

تطور البحث العلمي في

الجزائر

فصل الثاني: تطور البحث العلمي في الجزائر

تمهيد:

المبحث الأول: نشأة وتطور البحث العلمي

المطلب الأول: نشأة البحث العلمي

المطلب الثاني: التعريف بالبحث العلمي

المطلب الثالث: تطور البحث العلمي في الجزائر

المبحث الثاني: انواع البحث العلمي وخصائصه

المطلب الاول: أنواع البحث العلمي

المطلب الثاني: خصائص البحث العلمي

المطلب الثالث: علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالبحث العلمي

خلاصة الفصل:

تمهيد:

يعد البحث العلمي عماد الأمة و اساس تقدمها , ووسيلتها الفعالة التي تمكنها من الوصول الى الحقيقة و الكشف عن حقيقة الاشياء و الاطلاع على اسرارها , و عليه تعاظم الاهتمام بالبحث العلمي في العالم حتى اضحى يمثل العمود الفقري لسياسات و استراتيجيات البلدان , و اصبح يمثل المحور الاساسي لتقدمها و تطورها و رصد الميزانيات الكبيرة و المهمة , حتى اصبح مقياسا لنموها و تقدمها و ارتبط البحث العلمي بالجامعة في كل العالم من خلال علمائها و مفكريها , فهي تضطلع بادوار عديدة و مهمة ابرزها التنمية و التطوير في شتى مناحي الحياة , و هذا من خلال تطوير المعرفة الانسانية و تكوين علماء و اطارات لقيادة المجتمع في مختلف المؤسسات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية ... الخ

المبحث الاول :نشأة وتطور البحث العلمي

المطلب الاول : نشأة البحث العلمي

ان نشأة البحث العلمي قديمة قدم الانسان على سطح الارض فمنذ ان خلق الله ادم و نزوله على الارض و الانسان يعمل بعقله و فكره و يبحث عن افضل السبل لممارسة الحياة و عيشها بالطريقة الاحسن , فبدات محاولاته الدائمة للمعرفة و فهم الكون الذي يعيش فيه , و ظلت البشرية على مدار قرون طويلة تكتسب المعرفة بطريقة تلقائية مباشرة عن طريق استخدام الحواس الاساسية للانسان ولم تمارس اي منهج علمي في التوصل الى الحقائق او محاولة فهم بعض الظواهر التي تحدث حول الانسان غير ما تلقته عن طريق الوحي من الله للانبيا و الرسل على مختلف الازمنة و العصور.

و يصعب تتبع تاريخ البحث العلمي بالتفصيل و من الصعوبة بمكان ان نحدد بوضوح النقطة التي كانت بداية البحث العلمي في التاريخ الانساني وما نستطيع ذكره هو بعض معالم التطور و النشاط في هذا المجال و جدير بالاثارة ان اسس التفكير و البحث العلمي لشعر قاعدة قرون , و لا بد للباحث ان يكون على معرفة بالميدان بالنسبة للوضع الراهن وبشيء من الوعي التاريخي بالمسارات التي ادت الى هذا الوضع⁴⁹

البحث العلمي في العصور القديمة يقصد بها الفترات التي عاش فيها المصريون القدماء و البابليون و اليونان و الرومان , فمن ذلك التاريخ كان اتجاه التفكير لدى قدماء المصريين اتجاها علميا تطبيقيا حيث برعوا في التخطيط و الهندسة و الفلك و الطب و الزراعة⁵⁰ كما اسس المصريون القدماء حضارة علمية في الصيدلة و الكيمياء بقول عنها المؤرخ جاين ان المصريين كانوا منجما اغترق منه الاقدمون العقاقير و اوصافها المذكورة في اعمال "ديسقوريدس" و "بلييني" و غيرهما كان من الواضح انها مأخوذة من المصريين القدماء⁵¹

⁴⁹ رجاء وحيد دويردي, البحث العلمي, اساسياته النظرية و ممارسته العلمية, دار الفكر, دمشق, 2000, صفحة 57

⁵⁰ احمد بدر, اصول البحث العلمي و مناهجه, ليبيا, ط2, 1977م, صفحة 74

⁵¹ عبد الحكيم منتصر, تاريخ العلم و دور العلماء العرب في تقدمه, دار المعارف, القاهرة, 1980, صفحة 25

اما بالنسبة للقدماء اليونان فقد كان لهم اهتمام بالبحث العلمي حيث انهم اعتمدوا على التأمل و النظر العقلي المجرد وقد وضع ارسطو قواعد المنهج القياسي و الاستدلالي في التفكير العلمي كما فطن ايضا للاستقرار و كان الطابع التأملي هو الغالب على تفكيره ومن ابرز علمائهم البارزين في هذا المجال فيثاغورس في الجغرافيا و الرياضيات و الفلسفة (600ق.م) و ديمقراطوس الذي اقترح نظرية التناثر الذري لشرح تركيب المادة (400ق.م) و شرابوا عالم الجغرافيا (20ق.م) و بطليموس الذي وضع اول نظرية ملائمة عن حركة الكواكب في القرن الثاني ميلادي , هذا ما جعل برتراند راسل يقول ان فاسفة اليونان كانت تعبر عن روح العصر و طبيعة المجتمع الذين يعيشون فيه ⁵²

اما التفكير العلمي عند الرومان فقد ازدهر ايضا ويعتبر الرومان ورثة المعرفة اليونانية و يركز اسهامهم في الممارسة العلمية اكثر من متابعتهم لها و كانوا صنّاع قوانين و مهندسين اكثر منهم مفكرين متاملين ⁵³

تشمل العصور الوسطى التي ازدهرت فيها الحضارة العربية الاسلامية بين القرنين الثامن و الحادي عشر ميلادي يسمى الاروبيون العصور الوسطى بالعصور المظلمة , لكنها كانت في الشرق هي العصور الذهبية , عصور الانتاج العلمي في الدولة الاسلامية وكذلك في الصين و الهند.

ففي هذه الفترة بلغ الانتاج العلمي في العالم الاسلامي اوجه كما و كيف حيث عزف للعلم مكانة عالية و للباحث و العالم فكرا حضاريا متميزا يجرون عليه من طرف الملوك و يدعمون حتى يتفرغوا للانتاج العلمي , كانت الفترة ما بين اول القرن الرابع عشر و اوائل القرن الرابع عشر و اوائل القرن السابع عشر بالنسبة لاطاليا و اوروبا الغربية فترة انتقال خرجت فيها اوروبا من عالم العصور المظلمة و جمعت قواها علما و وعيا و مواصفات اجتماعية و اقتصادية و سياسية لتدخل بقوة العصر الحديث.

⁵² برتراند راسل , النظرة العلمية , ترجمة عثمان نويه , القاهرة , ب.ن , 1956 صفحة 06
⁵³ احمد بدر , اصول البحث العلمي , مرجع سابق و صفحة 77

يبدأ العصر الحديث من أوائل القرن السابع عشر و حتى وقتنا الحالي ما يميز هذا العصر هو بداية ظهور العلم و البحث العلمي في الحضارة العربية الاسلامية و بزوغه في الجهة الغربية الاوروبية التي مسحت عنها عصور الظلام لتبدأ في ترسيخ دعائم التفكير العلمي و البحث العلمي الجاد و الهادف البعيد عن الشعوذة و الغيبات فنجد بروز مفكرين مثل جون ستيوارت ميل كلود برنارد فرنسيس بيكون و علماء مثل جاليلو و نيوتن.....ما تجدر الاشارة اليه ان اوروبا منذ بداية العصر الحديث سعت لترسيخ المنهجية العلمية في كل سبل الحياة و ليس فقط في البحث العلمي حتى تبني حضارة عامرة و قائمة اساسها العلم و البحث العلمي الدائم⁵⁴

المطلب الثاني : تعريف البحث العلمي

وردت بشأن البحث العلمي تعريفات مختلفة , و يرجع ذلك في غالب الاحيان الى اساليب البحث , و من اهم هذه التعريفات نذكر تعريف هلوي : انه وسيلة للدراسة يمكن بواسطتها الوصول الى حل مشكلة محددة , وذلك عن طريق التقصي الشامل و الدقيق لجميع الشواهد و الادلة التي يمكن التحقق منها و التي تتصل بهذه المشكلة⁵⁵

عرف ايضا التحري عن حقيقة الاشياء و مكوناتها و ابعادها ومساعدة الافراد او المؤسسات على معرفة محتوى او مضمون الظواهر التي تمثل اهمية معينة لديهم او لديها , مما يساعدهم على حل المشكلات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية الاكثر الحاحا و ذلك بواسطة استخدام الاساليب العلمية المنطقية⁵⁶

⁵⁴ رجاء وحيد الدويدري , البحث العلمي , مرجع سبق ذكره , صفحة 60

⁵⁵ جودت عزت عطوي , البحث العلمي , دار الثقافة للنشر و التوزيع , عمان , الاردن , ط1 , 2009 , صفحة 15
محمد عبيدات و اخرون , منهجية البحث العلمي , القواعد و المراحل و التطبيقات , دار وائل للنشر و التوزيع , عمان , الاردن , ط2 , 1999 , صفحة05

و حسب منظمة اليونيسكو فيعرف البحث العلمي بانه النشاط الذي يقوم به الانسان الباحث , من خلال محاولات منظمة لكي يدرس بموضوعية الظواهر القابلة للملاحظة بقصد اكتشافها و فهمها فهما كاملا و فهم اسبابها⁵⁷

عرف الدكتور "رضوان محمد حسين النجار " انه الموضوع ام ذلك العمل ذا علاقة بالادب و اللغة , ام بالتفسير و الفقه , وكذا الحديث الشريف , ام له مساس بكتب التاريخ و مراصد البلدان , ام انه ذو صلة بالعلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية , و ايضا علوم الطب و الهندسة او الفزياء و الكيمياء⁵⁸

ويعرف ايضا بانه الوسيلة التي يسعى من خلالها الباحث لاكتشاف المعرفة و التنقيب عنها و فحصها و تحقيقها و نقدها بعمق , ثم عرضها عرضا متكاملًا بذكاء و ادراك لكي تسير في ركب الحضارة الغربية⁵⁹

المطلب الثالث : تطور البحث العلمي في الجزائر

تميز البحث العلمي في الجزائر بعدة مراحل مختلفة و متنوعة نجعلها في خمسة مراحل و هي :

- البحث العلمي عشية الاستقلال :

حقيقة البحث العلمي في الجزائر المستعمرة عشية الاستقلال انقسمت وحدات البحث العلمي على نصفين اساسيين , النصف الاول يتعلق بالمؤسسات المتخصصة و الصنف الثاني يتعلق بالبحث الجامعي , هيئات البحث التي وجدت و التي تنتمي للصنف الاول تتعلق بالمركز الوطني للبحث العلمي , محافظة الطاقة النووية , المركز الوطني للدراسات الفضائية و اخيرا ديوان البحث العلمي و التقني لما وراء البحر , اما البحث الجامعي فقد كان متمركزا في الجامعة الوحيدة بالجزائر العاصمة و التي كانت تضم مجموعة معاهد

⁵⁷ حسين لوشن , ديناميكية العلاقة بين المشرف و الطالب كمطلب استراتيجي لضمان انجاز علمي ناجح و ضمن اعمال ندوة علاقة المشرف بالطالب الباحث , جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية , 19 نوفمبر , 2008 , صفحة 76.

⁵⁸ رضوان حسين النجار , اللالة المنظومة في امالي البحث العلمي و مناهجه المعلومة , مطبعة بورصالي , تلمسان , الجزائر , ط1 , 2009 , صفحة 24.

⁵⁹ منذر الضامن , اساسيات البحث العلمي , دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان , ط1 , 2007 , صفحة 17

مثل معهد الدراسات الشرقية المنشأ عام 1933 و معهد البحوث الصحراوية عام 1937 , يليه معهد الدراسات الفلسفية عام 1952 و معهد الدراسات العرقية عام 1956 , بالإضافة الى هذه المعاهد المذكورة فقد وجدت هيئات بحثية اخرى تابعة لجامعة الجزائر من بينها معهد المحيطات , هذا الاخير ارتبط "البرنامج النووي الذي كان يهدف الى التحكم النووي , و اجراء التجارب في الصحراء " بالإضافة الى هذه المؤسسات البحثية هناك معاهد اخرى عرفت بالبحث التطبيقي من بينها باستور الجزائر , وهو فرع تابع لمعهد باريس و معهد الارصاد الجوية , و فزياء الكون و اخيرا مركز الابحاث الزراعية .

ما يمكن ملاحظته مما سبق هو ان معظم مؤسسات البحث كانت متمركزة في الجزائر العاصمة و مرتبطة عضويا بالمؤسسات الأم فرنسا , و هي نتيجة للتطور و التقدم البحثي الاساسي , البحث التطبيقي لما افتكت الجزائر استقلالها في 05 جويلية 1962 انكبت في بداية الامر على محاولة تنظيم شؤونها الداخلية ثم بعد ذلك تنظيم نشاط البحث العلمي⁶⁰

- البحث العلمي من 1962 الى 1971 :

تطرفت المعاهدات الجزائرية الفرنسية المتفق عليها غداة الاستقلال الى مسالة البحث العلمي حيث اكدت النصوص المتعلقة بالاتفاقيات و البروتوكولات على ان أنشطة معاهد و مراكز البحث العلمي تخضع دوريا للمراقبة و تعليمات و توجيهات عامة من طرف المجلس الاعلى للبحث العلمي المرسوم رقم 515-62 الصادر في 07 سبتمبر 1962 انشئ هذا المجلس عام 1963 بمساعدات مالية فرنسية لمدة 04 سنوات لكن يجدر التذكير ان كل الباحثين كانوا فرنسيين ان كل المشاريع كانت ادارة فرنسية كما ان كل المشاريع كانت تحت ادارة فرنسية كما ان معهد الدراسات النووية و معهد دراسات المحيطات و مركز محاربة الامراض السرطانية و مركز البحوث الانثروبولوجيا و العرقية و معهد الجغرافيا و المعهد التربوي , جميعا انتقلت تحت وصاية الديوان الثقافي الفرنسي ..

⁶⁰ بن عراب محمد عبد الكريم , مستقبل البحث العلمي في الجزائر , مجلة جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية , قسنطينة , الجزائر , 2003, عدد 13 ص 171 170.

تميز البحث الجامعي في بداية الاستقلال بالرحيل الجماعي للباحثين الفرنسيين اما العدد القليل من الاساتذة الجزائريين فقد اوكلت لهم مهمة التدريس و التسيير الاداري هذا ما جعل نشاط البحث العلمي يتوقف بالرغم من محاولات انعاشه سنة 1964 لكنها كانت مجرد اعمال فردية غالبا ما كانت مبادرات بعض الاساتذة الفرنسيين المتعاونين .

يبدو واضحا ان المسؤولين الجزائريين كانوا منشغلين بالاوضاع الصعبة التي تميز البلدان المستقلة حديثا , و لا يمكن في اي حال من الاحوال ان يحظى البحث العلمي بأولية ما هذا ما يفسر على الاقل استمرار فرنسا في تسيير هياكل البحث العلمي و ادى الى امضاء بروتوكول مشترك ثان في 16 مارس 1968 نتج عنه ميلاد منظمة التعاون العلمي لمدة 04 سنوات بتمويل مشترك بين فرنسا و الجزائر التي بدأت تهتم بالبحث العلمي .

- البحث العلمي عام 1971 الى 1982⁶¹ :

انتظرت الجزائر حتى عام 1970 للتعليم العالي و البحث العلمي مكانته في هيكله و تنظيم الدولة و ذلك بانشاء وزارة التعليم العالي و البحث العلمي , في العام الموالي شرعت الوزارة في سلسلة من الاصلاحات الجذرية قصد هيكله و تنظيم التعليم العالي خاصة .

اما في مجال البحث العلمي فقد انشئ سنة 1972 المجلس المؤقت للبحث العلمي تحت الوزارة المذكورة , و في سنة 1973 عرف البحث العلمي في البلاد ميلاد الديوان الوطني للبحث العلمي (onrs) عوضا عن المجلس المؤقت تبعه عام 1974 بانشاء المركز الجامعي للابحاث و الانجازات (GURER) في مدينة قسنطينة , بالموازاة مع هذه الهيكلية تم انشاء عام 1988 محافظة الطاقات المتجددة التي وضعت تحت رئاسة الجمهورية مباشرة فبعد انشاء هذه المحافظة بعام حول الديوان الوطني للبحث العلمي (onrs) و معه حل ايضا مركز البحوث و الدراسات و الانجازات (GURER) اي سنة 1983 , عرفت هذه الفترة بعض الانجازات , لا سيما من طرف الديوان الوطني للبحث العلمي الذي سجل خلال الفترة 1974-1983 الموافقة على 109 مشروع بحث مساهمة في تأطير 200

⁶¹بن اعراب عبد الكريم , مرجع سابق , صفحة 172

اطروحة ماجستير و دكتوراه (كما نشر 1340 مقالا علميا لكن الجهد المبذول لم يكن من احداث ديناميكية بين الباحثين و مختلف القطاعات الاقتصادية و الاجتماعية

- البحث العلمي من 1983 الى 2002 :

عرفت مرحلة الثمانينات في الجزائر ظروفًا خاصة تميزت على الصعيد السياسي بتغيير في هرم السلطة اما في مجال البحث العلمي فقد شهد عدة تغييرات بعد حل الديوان الوطني للبحث العلمي سنة 1983 تم انشاء محافظة البحث العلمي و التقني عام 1984 و هي المحافظة الثانية بعد التي تاسست في 1982 تحت وصاية الوزير الاول هذه المحافظة الثانية حاولت ترتيب البرامج الوطنية ذات الاولوية لكنها لم تعمر طويلا لانه في عام 1986 استبدلنا كلا المحافظتين بالمحافظة السامية للبحث (URC) التي وضعت تحت وصاية رئاسة الجمهورية , بعد 4 سنوات و عندما توصلت الى وضع المعالم المتعلقة بتنشيط البحث العلمي , استبدلت المحافظة السامية للبحث بالوزارة المنتدبة للبحث و التكنولوجيا و البيئية وذلك عام 1990 هذه الوزارة لم تعمر سوى سنتين لتستبدل بكتابة الدولة للبحث العلمي لدى وزارة التعليم العالي و البحث العلمي عام 1992 وهي الكتابة التي بقيت اقل من عام لتحل سنة 1993 وتسد مهمة البحث العلمي لوزارة التعليم العالي لمدة 6 سنوات خلال هذه الفترة تم انشاء وكالتين و الوكالة الوطنية لتطوير الابحاث الجامعية (ANDRU) و الوكالة الوطنية لتطوير البحث العلمي في الصحة (ANDRS) و في عام 1999 انشأت الوزارة المنتدبة للبحث العلمي لدى وزارة التعليم العالي لتتولى تسيير البحث العلمي.⁶²

⁶² بن اعراب عبد الكريم , مرجع سابق , صفحة 173 174

المبحث الثاني : انواع البحث العلمي و خصائصه

المطلب الاول: انواع البحث العلمي

هناك العديد من الاجتهادات في تصنيف البحوث العلمية , و انه بالرغم من تقسيم البحوث العلمية لدى عدد من الكتابات يمكن ان نذكر منها :

1- حسب معيار الغرض (الهدف) : تصنف البحوث العلمية نظريا الى ثلاثة اصناف

رئيسية :

• البحوث النظرية (الاساسية):

هدف هذا النوع من البحوث التوصل للحقيقة و تطوير المفاهيم النظرية و محاولة تعميم نتائجها بغض النظر عن فوائد البحث و نتائجه , و يجب على الباحث في هذا المجال ان يكون ملما بالمفاهيم و الافتراضات و ما تم اجراءه من قبل الاخرين للوصول الى المعرفة حول مشكلة معينة⁶³

• البحوث التطبيقية :

و هي بحوث علمية تكون اهدافها محددة بشكل ادق من البحوث الاساسية فهي موجهة و تكون عادة موجهة لحل مشكلة من المشاكل العلمية .او لاكتشاف معارف جديدة يمكن الاستفادة منها عمليا و موجهة لحل المشاكل العلمية القائمة لدى المؤسسات و مضاعفة انتاجياتها و تحقيق التطور . فالبحث هنا يقوم بتحديد دقيق للمشكلات و من خلال البحث التطبيقي يتمكن من وضع حلول لهذه المشكلات بتسخير المكتشفات و المبتكرات العلمية الحديثة و هنا لا بد من التاكيد على البحوث الاساسية النظرية نفسها يمكن الاستعانة بنتائجها فيما بعد حيث ان نتائج البحوث التطبيقية يمكن ان تتماشى و تتمازج مع تلك النتائج المستنبطة من البحوث الاساسية النظرية , لتواجه موقفا محدد او مشكلة قائمة , لذلك فمن

⁶³ ربحي مصطفى عليان محمد غنيم و اخرون , مرجع سابق , صفحة 27-28

الصعب احيانا التمييز بين البحوث التطبيقية العلمية و البحوث الاساسية النظرية خاصة في الموضوعات الجديدة التي تحتاج الى بناء حقائق ونظريات حولها⁶⁴

و في حقيقة الامر يصعب الفصل بين هاذين النوعين من البحوث للعلاقة التكاملية بينهما . فالبحث العلمي التطبيقي يعتمد في معظم الاحيان على البحث النظري فيما يتعلق في بناء فرضياته و اسئلته , كما ان البحوث النظرية تستفيد بصورة مباشرة او غير مباشرة بنتائج البحوث التطبيقية من خلال اعادة النظر في متطقاته النظرية و ملائمتها مع الواقع⁶⁵

• بحوث التطوير :

يهدف هذا النوع من البحوث الى نقل التكنولوجيا المعاصرة و تطويرها لصالح البلد في سبيل تحقيق التقدم و التطور التكنولوجي .

ومن خلال هذه الانواع الثلاث يمكن ان نستخلص مايلي :

- ان لكل نوع من البحوث وظائف تميزه على الاخر في علاقة تبادلية و كلاهما يستمد حوافزه من الاخر الا ان العلاقة بينهما ليست خطية بمعنى ان احدهما يؤدي الى الاخر , بل علاقة متعددة الاتجاهات ليست تسلسلية لكنها عضوية
- ان المعلومات التي تولدت عن البحث الاساسي كان لها الاثر الكبير في تعديل نتائج البحوث التطبيقية
- التمييز بين البحث الموجه نحو النتائج و ذلك الموجه نحو القرارات و هو تسيير حقيقي واقعي للاغراض التحليلية⁶⁶

2- تصنيف البحوث حسب المنهج :

و تقسم البحوث حسب مناهج البحث العلمي و الاساليب المستخدمة الى :

• البحوث الوصفية :

⁶⁴ ابتسام مشقوح , العلاقة بين انشاء مخابر البحث العلمي و تطوير الانتاج العلمي في الجزائر , رسالة ماجستير لجامعة منتوري قسنطينة , كلية علوم انسانية و اج , قسم علم النفس و علوم التربية و الارطفونيا , 2012, صفحة 45

⁶⁵ فتيحة ححوف. معوقات البحث الاجتماعي في الجامعة الجزائرية من وجهة نظر الاساتذة الجامعيين , رسالة ماجستير , جامعة فرحات عباس سطيف , كلية الاداب و العلوم الاجتماعية , قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا صفحة 86.

⁶⁶ ابتسام مشقوح , مرجع سابق , صفحة 46

تهدف البحوث الوصفية الى وصف ظواهر او احداث او اشياء معينة و جمع المعلومات و الحقائق و الملاحظات عنها و وصف الظواهر الخاصة بها و تقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع و في كثير من الحالات لا تقف البحوث الوصفية عند حد الوصف او التشخيص الوصفي بل تهتم ايضا بتقريرها ما ينبغي ان تكون عليه الاشياء , الظواهر , التي يتناولها البحث و ذلك في ضوء معايير او قيم معينة , و اقتراح الخطوات او الاساليب التي يمكن الوصول بها الى الصورة التي ينبغي ان تكون عليه في ضوء المعايير و القيم , و يستخدم الاحث لجمع البيانات و المعلومات في البحوث الوصفية وسائل متعددة مثل الاستبيان , المقابلة , الملاحظة و غيرها من الوسائل⁶⁷

• البحوث التاريخية :

يهتم الباحث في مثل هذا النوع بدراسة الماضي و يتعرف على العلاقات السببية بين حوادث الماضي , كما يتطلب من الباحث اجراء مراجعة شاملة للبيانات المتجمعة حول المشكلة و اجراء المقارنة بينها و تفسيرها و استخلاص النتائج منها

• البحوث التجريبية :

يعالج الباحث في هذا البحث متغيرا مستقلا واحد على الاقل و يخضعه للتجربة اي يحدث تغييرا متعمدا مع ضبط المتغيرات المتعلقة بالآخرى , و يلاحظ النتيجة النتيجة على واحد او اكثر من المتغيرات التابعة⁶⁸

3- تصنيف البحوث العلمية الى بحوث كمية و بحوث نوعية :

• البحوث الكمية :

هي نوع من البحوث العلمية التي تفرض وجود حقائق اجتماعية موضوعية , منفردة و منعزلة عن مشاعر و معتقدات الافراد , و تعتمد غالبا الاساليب الاحصائية في جمعها للبيانات و تحليلها .

• البحوث النوعية :

⁶⁷ ربحي مصطفى عليان , عثمان محمد غنيم و اخرون , مرجع سابق , صفحة 28-29
⁶⁸ عبد الله محمد الشريف , مناهج البحث العلمي , الاسكندرية , مكتبة الاشعاع , ط1 , 1996 , صفحة 24

يعتبر البحث النوعي هو نوع من البحوث العلمية , التي تفترض وجود حقائق و ظواهر اجتماعية يتم بناءها من خلال وجهات نظر الافراد و الجماعات المشاركة في البحث و يتوجه الباحث في البحث النوعي عادة نحو عينة عشوائية مقصودة في جمع البيانات لتحقيق الاهداف⁶⁹

4- تصنيف البحوث العلمية من حيث المستوى :

يمكن كذلك تصنيف البحوث الاكاديمية الى ثلاث انواع حسب مستوى البحوث :

- **البحوث الجامعية :** كما هو معروف الان في معظم الجامعات يكلف الطلاب من قبل الاساتذة و المشرفين على دراستهم بعمل بحوث سنوية , او بحوث فصلية , و هذه البحوث في العادة يتم تحديد عناوينها من قبل الاستاذ المشرف و تكون هذه البحوث في الغالب مكملة للمنهج الدراسي الذي يتلقاه الطالب , و في معظم الاحيان ما يحدد الاستاذ طول البحث و عدد صفحاته و كذلك يرشد الطالب لنوعية المراجع التي يستعين بها في كتابة البحث و هناك عدة تسميات للبحث الذي يقدم في مستوى المرحلة الجامعية قد نسميه تقرير او مقالة او بحث⁷⁰

● **بحوث الدراسات العليا :**

تكون هته البحوث اكثر تخصص من البحوث الجامعية و اعلى دقة منها , و يشترط لاعداد بحوث في الدراسات العليا , ان يكون الباحث قد تحصل على شهادة الدراسة الجامعية , و الدكتوراه هي بمثابة قمة البحوث العلمية و اعلى شهادة جامعية تمنحها المؤسسات الجامعية , و يفرق البعض بين الماجستير و الدكتوراه على ان الماجستير هي تجميع النعلومات و , الدكتوراه هي اضافة المعرفة .

● **البحوث الاكاديمية المتخصصة :**

⁶⁹ عامر فندلجي , ايمان السامرائي , البحث العلمي الكمي و النوعي , عمان , دار اليازدي , 2009 , صفحة 57-61
⁷⁰ عبد الله محمد الشريف , مناهج البحث العلمي , مرجع سابق , صفحة 23

كثير ما تقوم معظم الجامعات بابحاث مع مختلف المؤسسات المهمة بالبحث العلمي , و يقوم الاساتذة و الباحثون بجانب بجانب القيام بدراساتهم و القيام بعملية التدريس , بالمساهمة في الابحاث التي تقوم بها الجامعة , كما ان كل الترقيات العلمية لاجراء هيئة التدريس تشترط ان يقوم الاستاذ الجامعي بعمل ابحاث في مجال تخصصه , و تتولى الجامعة نشر هذه الابحاث في المجالات المتخصصة و الدوريات ⁷¹

المطلب الثاني : خصائص البحث العلمي

يتميز البحث العلمي بمجموعة من الخصائص و التي يجب ان يكون الباحثون و المهتمون على دراية بها , حتى تتحقق الاهداف المرجوة منه و يمكن ايجاز هذه الخصائص في :

- 1- الموضوعية : تعد هذه الخاصية من اهم الخصائص التي يتميز بها اي بحث علمي , و يقصد بها ان يكون الباحث بعيد كل البعد عن التحيز الشخصي , و ان يتجرد من كل ما من شأنه ان يشوه الحقيقة العلمية المتحصل عليها كالميول الشخصية او الرغبات المادية في جميع خطوات البحث خاصة عند عرض النتائج و ما تم التوصل اليه , بمعنى عدم اللجوء الى تعريف النتائج لخدمة اغراضه الشخصية او الجهة التي تموله ⁷²
- 2- البحث العلمي حزكي تجديدي , لانه باستمرار يحاول مقارنة الحقيقة
- 3- البحث العلمي منظم و مطبوع , لانه ينفذ تبعا لمناهج محددة دقيقة و منظمة و مخططة و بجهد هادف ⁷³
- 4- ان يكون البحث محدد النعالم (القوة) : ان وضع الاطار الجيد و اتباع المنهجية الصحيحة سوف تضيف الدقة العلمية الى البحث الهادف , و الدقة العلمية ترتبط بالحذر و درجة الثقة في بحث مختلف الجوانب
- 5- الدقة و الثقة : يهتم الباحث في معظم البحوث بتعميم ما يستنتجه من عينة موضوع الدراسة على ما هو ابعد و اشمل من هذه العينة (مجتمع الدراسة) اي اننا نحاول

⁷¹ فتيحة حفوف , مرجع سابق , صفحة 88-98

⁷² فتيحة حفوف , مرجع سابق , صفحة 83

⁷³ صلاح الدين شروخ , منهجية البحث العلمي , عنابة , دار العلوم , 2003 , صفحة 20

التعرف على المجتمع الاصيلي و خصائصه من خلال جزء منه و ذلك لتعذر معرفة خصائصمجتمع معين عن طريق دراسة جميع افراده ⁷⁴

- 6- تراكم المعرفة : و نقصد بذلك ان يستفيدالباحث ممن سبقه من الباحثيم , فمن المفروض اثناء قيام الباحث ببحثه ان يكون ملما بادبيات البحث , و ما سبق و ان كشفت عنه البحوث السابقة فيما يخص بحثه , و بذلك خطوات غيره و يبدا من حيث انتهى اليه غيره او يوسع النطاق و بذلك فان العلم يتطور و لا يتوقف عند حد معين , فالبحث العلمي هو عملية موجهة لزيادة و تحديث المعرفة الانسانية . ⁷⁵
- 7- التنظيم : نقصد بذلك ان البحث العلمي يستند الى طريقة علمية نظامية في معالجة مشكلة البحث , و هي ما يسمى بالمنهج العلمي , هذا الاخير الذي يضمن الوصول الى نتائج سليمة و موضوعية بدءا من الملاحظة الدقيقة و الوصف الموضوعي و الدقة في صياغة الفروض و اختبارها وصولا الى النتائج ⁷⁶
- 8- الاختصار و التبسيط : التبسيط في وصف الظاهرة او المشكلة التي تحدث , ووضع الحلول لها يفضل دائما ان تكون في اطار البحوث التي تتعامل مع عدد كبير من المتغيرات التي يصعب السيطرة عليها , على سبيل المثال اذا قام باحث بتحديد متغيرين او ثلاثة متغيرات مثل المشاركة في اتخاذ القرار و المستوى التعليمي و التي اذا ما تغيرت فانها سوف تزيد في انتاجية العمل بنسبة 45% فانها تكون افضل و اكثر فائدة من ان يقوم الباحث باختيار المدير بان الانجاز سوف يزداد ب 48% من خلال تغير عشرة متغيرات في المنظمة , لكون العدد من المتغيرات يصعب التعامل معه و قد يكون خارج سيطرة المدير .
- 9- البحث العلمي عام : يعتمد التقدم العلمي على توفر المعلومات بحرية للباحث خاصة في المجال الاكاديمي ⁷⁷

المطلب الثالث : علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالبحث العلمي

⁷⁴ ربحي مصطفى عليان , مرجع سابق , صفحة 23-24

⁷⁵ فتيحة حفوف , مرجع سابق , صفحة 84

⁷⁶ ربحي مصطفى عليان , مرجع سابق , صفحة 84

⁷⁷ صلاح الدين شروخ , مرجع سابق , صفحة 21

يسعى التوجه العالي في الميدان العلمي نحو الاتاحة العلمية بحيث اصبح المجتمع العلمي الحالي منصبا على استخدام قنوات الويب الاجتماعي و غيرها من منصات الانترنت نظرا لتنامي استخدام هذه الوسائط في شتى المجالات و ثبوت فعاليتها , بحيث يزداد تبني الباحثين بشكل كبير لهذه الادوات في عملهم اليومي لتصبح هذه الوسائط ادوات فعالة لتسجيل الاثار الرقمية لباحثهم و انفتاح المجال العلمي الى الجماهير الواسعة .

فالباحث في الاوساط العلمية يسعون دائما الى استخدام وسائل الاتصال بما يتناسب مع احتياجاتهم كاعضاء في مجتمعات البحث العلمي و لذلك هم دوما باحثين عن الاتصال الفعال الذي يلبي تلك الاحتياجات , فلقد ساهمت مواقع الويب الاجتماعي في تجميع الباحثين ما يجعلهم قادرين على التواصل عبر مسافات مترامية الاطراف ⁷⁸

و لشبكات التواصل الاجتماعي الكثير من الفوائد و الاستخدامات في مجال البحث العلمي نذكر منها ⁷⁹

- ايجاد الباحثين و تحقيق الحضور و الاعتراف بالباحثين .
- البحث عن المقالات .
- تثمين البحث العلمي .
- تسيير و تقاسم المعطيات البيبليوغرافية .
- التشارك في الاعمال من خلال عقد علاقات مع باحثين اجانب ينتمون الى نفس الميدان .
- تقاسم المعلومات العلمية .
- فتح باب المنافسة و تنمية الانتاج العلمي .
- التعريف بمعطيات البحث .
- الوصول الى قواعد المنشورات المتحصل عليها من المصادر المفتوحة .

⁷⁸ جهاد صحراوي ,وليد شايب الدراع , دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم التواصل العلمي لمواجهة تبعات جائحة كورونا على البحث العلمي , دراسة ميدانية على عينة من طلبة و ايتاذة الجامعة الجزائرية , بيبليوغرافيا للدراسات و المكتبات و المعلومات , المجلة 2 , العدد7 , سبتمبر 2020, صفحة40.

⁷⁹ هجيرة بن بوزيد , مواقع التواصل الاجتماعي العلمية و دورها في تثمين البحث العلمي , جامعة الجزائر 2 .

- الحصول على احصائيات تقييم الباحث لموضوع بحثه , الاقتباس من اعماله وكذلك مساهماته و تفاعلاته .
- الرفع من فرص الباحث في الحصول على الوظائف اذ ان اغلبية المؤسسات تستخدم مواقع التواصل للحصول على السيرة الذاتية .

خلاصة الفصل :

ختاما يمكننا القول أن البحث العلمي هو وسيلة للاستعلام و الاستصقاء المنظم و الدقيق , الذي يقوم به الباحث بغرض اكتشاف معلومات أو علاقات جديدة بالاضافة الى تطوير أو تصحيح أو تحقيق المعلومات الموجودة فعلا. و أن البحث العلمي أكسب التعليم العالي , البحث العلمي أهميته كبيرة في الحياة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية حتى أصبحت الجامعات أبرز سمات تقدم المجتمعات و تطورها , و خاصة مع ربط البحث العلمي بمواقع

التواصل الاجتماعي التي تعد فضاء ديناميكيا و جذابا يستقطب الكثير من الباحثين
لإستخدامها لنشر الأفكار و المعلومات

الاطار التطبيقي

1- تفريغ البيانات وتحليلها

2- نتائج الدراسة

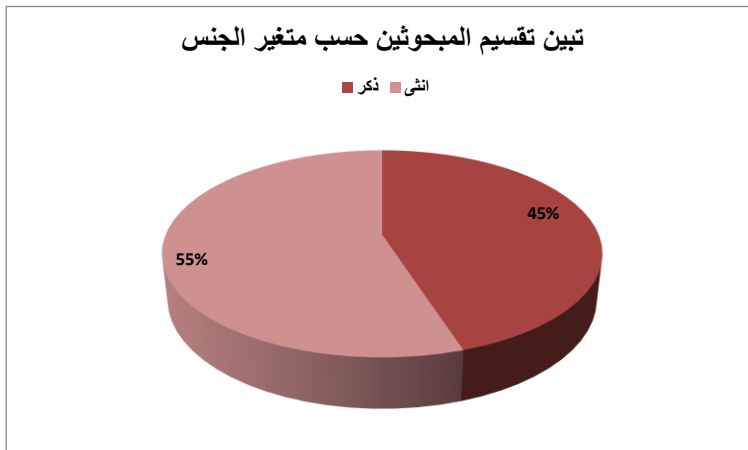
1- تفرغ البيانات وتحليلها:

المحور الاول : البيانات الشخصية

جدول رقم 04 : يبين جنس المبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
45%	45	ذكر
55%	55	انثى
100%	100	المجموع

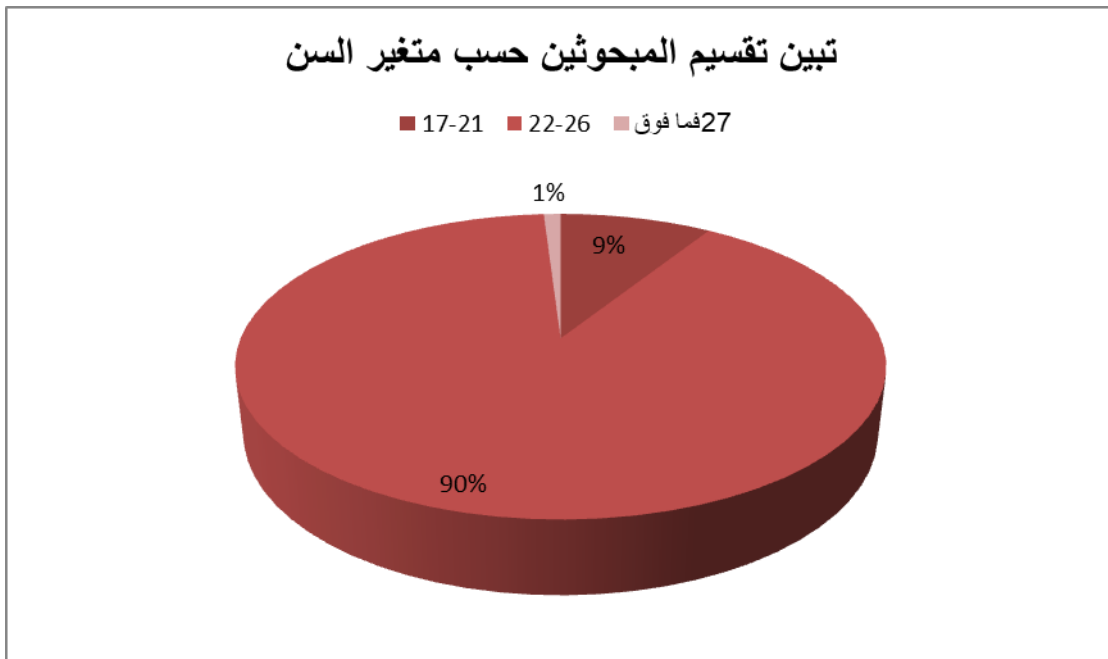
نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الإناث كانت أكثر من الذكور أي ما يعادل 55 مفردة من مجتمع البحث, بمراجعة النسبة للذكور الذين تمثل عددهم في 45 مفردة وهذا من باب الحصول على نتائج أكثر دقة و مصداقية.



جدول رقم 05 : يبين سن المبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
9%	9	21-17
90%	90	26-22
1%	1	27 فما فوق

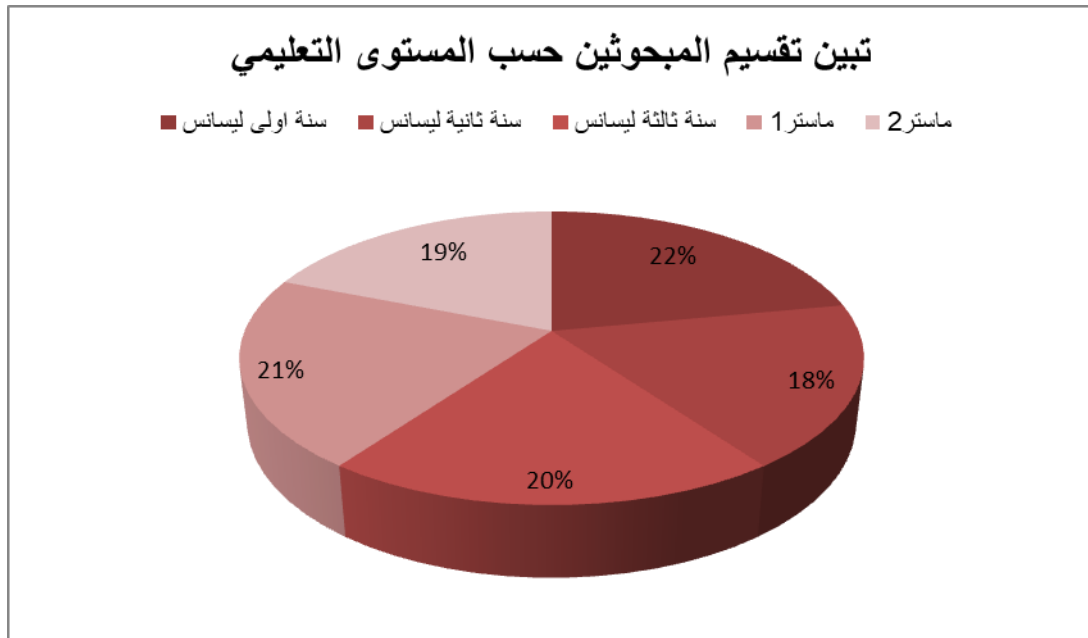
نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان تبين لنا ان الطلبة المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 22 و 26 سنة هم أعلى نسبة حيث قدرت ب 90% , و من 17 و 21 سنة قدرت ب 9% و من 27 فما فوق قدرت ب 1% كأدنى نسبة.



جدول رقم 06 : يبين المستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
22%	22	أولى ليسانس
18%	18	ثانية ليسانس
20%	20	ثالثة ليسانس
21%	21	أولى ماستر
19%	19	ثانية ماستر
100%	100	المجموع

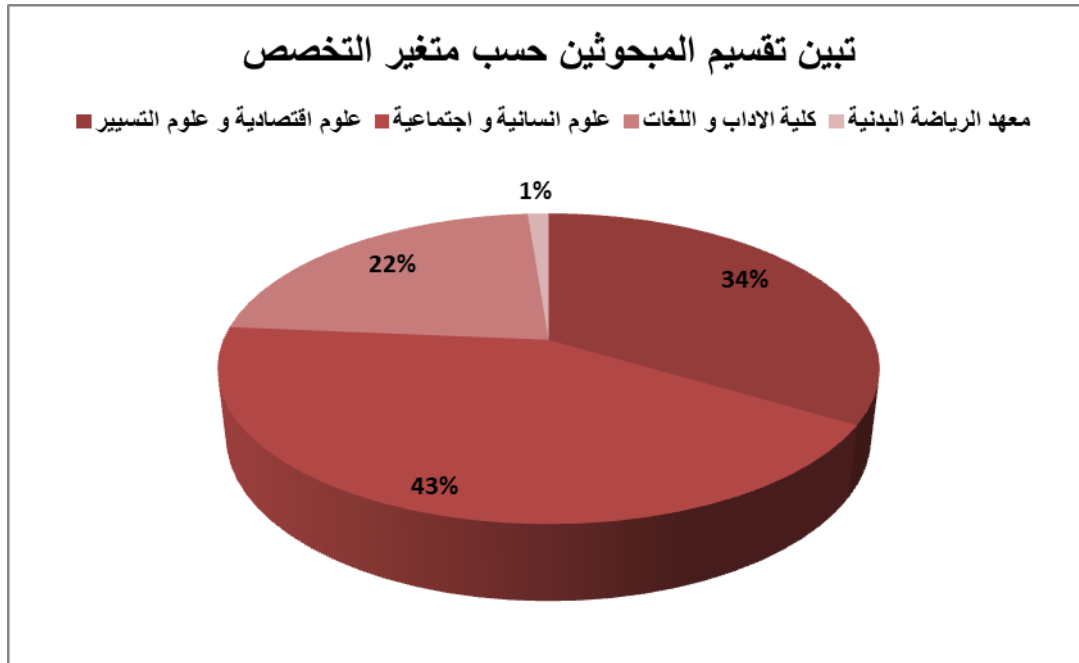
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة سنة أولى ليسانس قدرت بأعلى نسبة ب 22% تليها سنة أولى ماستر 21% و سنة ثالثة ليسانس ب 20% و ثانية ماستر ب 19% و أخرا كأدنى نسبة ب 18%



جدول رقم 07: يبين كلية او معهد المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة
علوم اقتصادية و علوم التسيير	33	33%
علوم انسانية و اجتماعية	42	42%
معهد الرياضة البدنية	3	3%
كلية الآداب و اللغات	22	22%
المجموع	100	100%

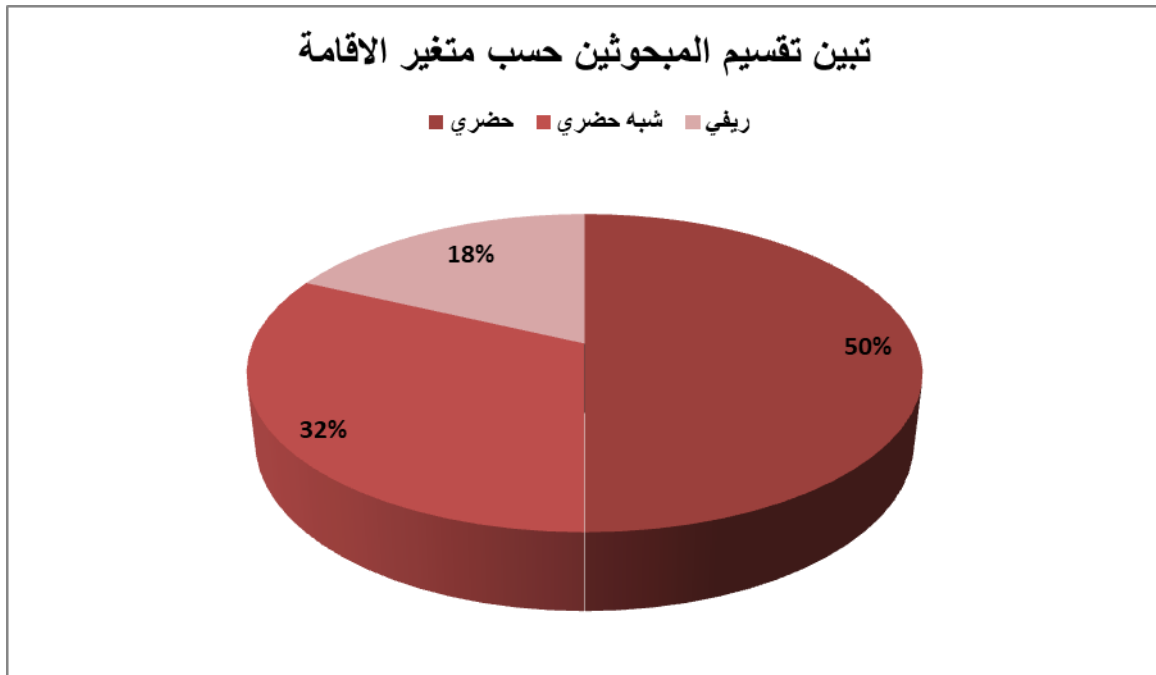
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية تمثلت في أعلى نسبة قدرت ب 42% من مجتمع البحث و كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير بنسبة 33% من مجتمع البحث و كلية الآداب و اللغات بنسبة 22% من مجتمع البحث و أخرا معهد الرياضة كأدنى نسبة ب 3%



جدول رقم 08 : يبين مكان إقامة المبحوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
50%	50	حضري
32%	32	شبه حضري
18%	18	ريفي
100%	100	المجموع

نلاحظ في الجدول أعلاه أن أعلى نسبة قدرت ب 50% عادت للطلبة المقيمين حضاريا تليها بنسبة 32% للمقيمين في الشبه حضري و آخرها كأدنى نسبة عادت للطلبة المقيمين في الريف ب 18%

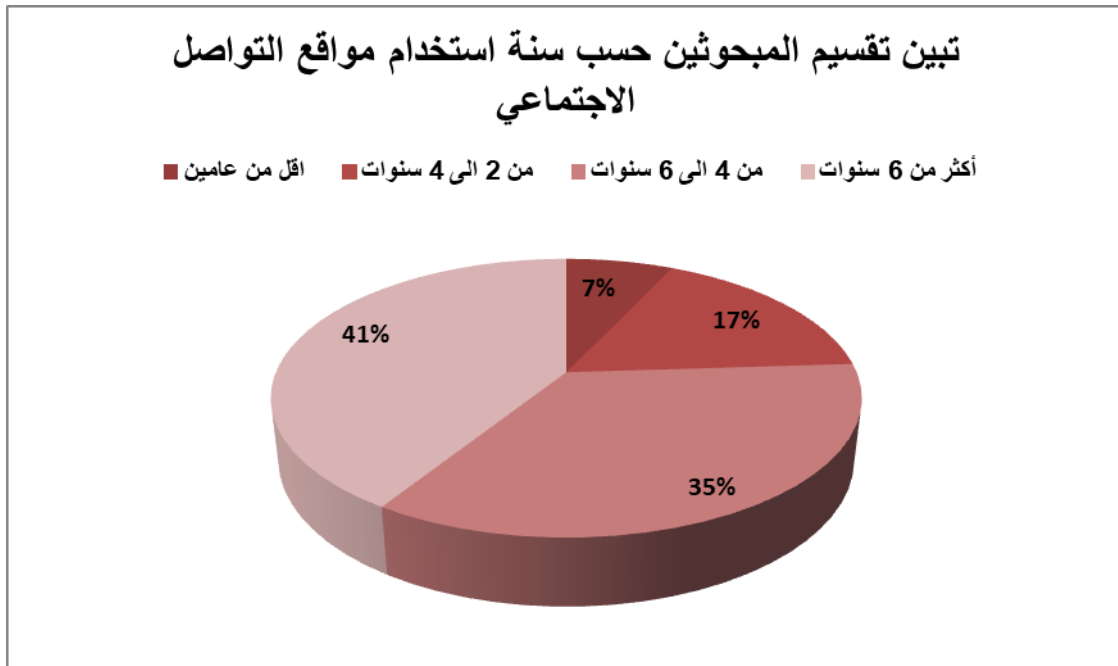


المحور الثاني : أنماط استخدام طلبة جامعة البويرة لشبكات التواصل الاجتماعي .

جدول رقم 09: يبين منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
7%	07	أقل من عامين
17%	17	من 2 الى 4 سنوات
35%	35	من 4 الى 6 سنوات
41%	41	أكثر من 6 سنوات
100%	100	المجموع

نلاحظ في الجدول اعلاه أن أعلى نسبة قدرت ب 41% و التي تمثل المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (أكثر من 6 سنوات) تليها نسبة 35% من (4 الى 6 سنوات) و 17% (من 2 الى 4 سنوات) و أخرا 7% (أقل من عامين).



جدول رقم 10 : يبين منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير الجنس

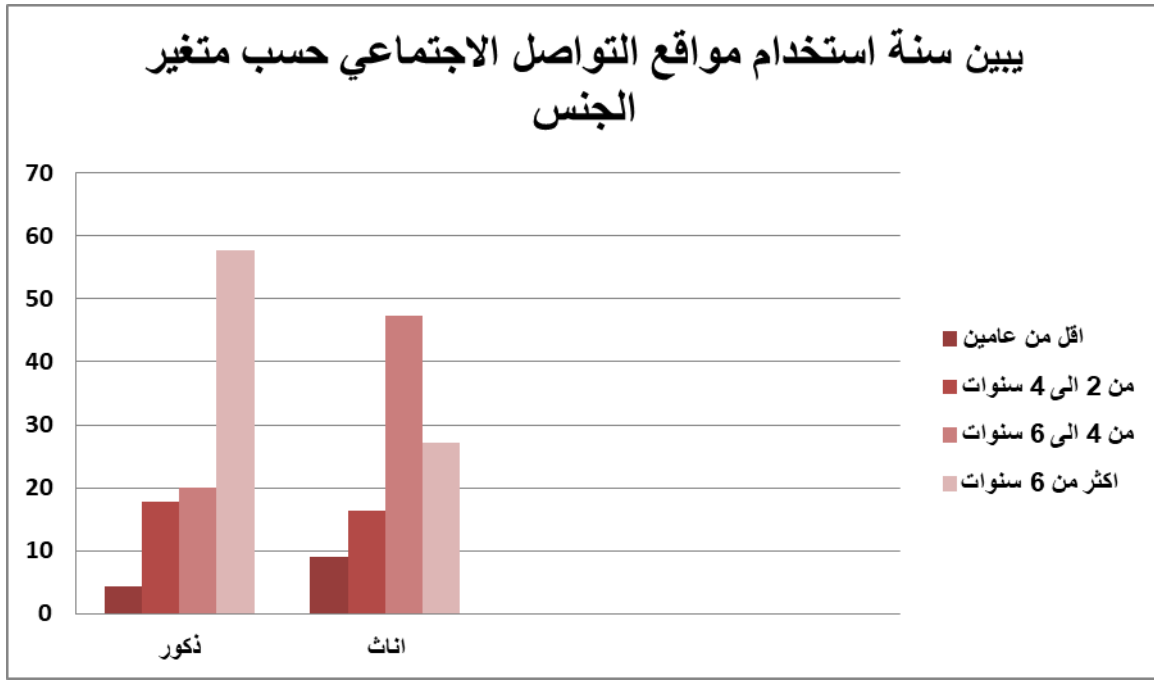
المجموع		اناث		ذكور		الاحتمالات / الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
7%	7	9.1%	5	4.4%	2	أقل من عامين
17%	17	16.4%	9	17.8%	8	من 2 الى 4 سنوات
35%	35	47.3%	26	20%	9	من 4 الى 6 سنوات
41%	41	27.2%	15	57.8%	26	أكثر من 6 سنوات
100%	100	100%	55	100%	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه توزيع المبحوثين حسب سنة الاستخدام, أن اغلبية الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 6 سنوات بنسبة 57.8% يليها الاناث بنسبة 27.2% .

أما من 4 الى 6 سنوات بلغت نسبة الاستخدام عند الاناث ب 47.3% يليها الذكور ب نسبة 20%

و من 2 الى 4 سنوات بلغت نسبة الاستخدام عند الذكور 17.8% تليها الاناث بنسبة 16.4%

و أخرافة أقل من عامين بلغت نسبة الاستخدام عند الاناث ب 9.1% يليها الذكور بنسبة 4.4%



جدول رقم 11: يبين منذ متى و أنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع	كلية الآداب و اللغات		معهد الرياضة البدنية		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية		الاحتمالات / التخصص	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
7%	7	9.1%	2	0%	0	11.9%	5	0%	0	أقل من عامين
17%	17	22.7%	5	0%	0	14.3%	6	18.2%	6	من 2 إلى 4 سنوات
35%	35	36.4%	8	0%	0	28.6%	12	45.4%	15	من 4 إلى 6 سنوات
41%	41	31.8%	7	100%	3	45.2%	19	36.4%	12	أكثر من 6 سنوات
100%	100	100%	22	100%	3	100%	42	100%	33	المجموع

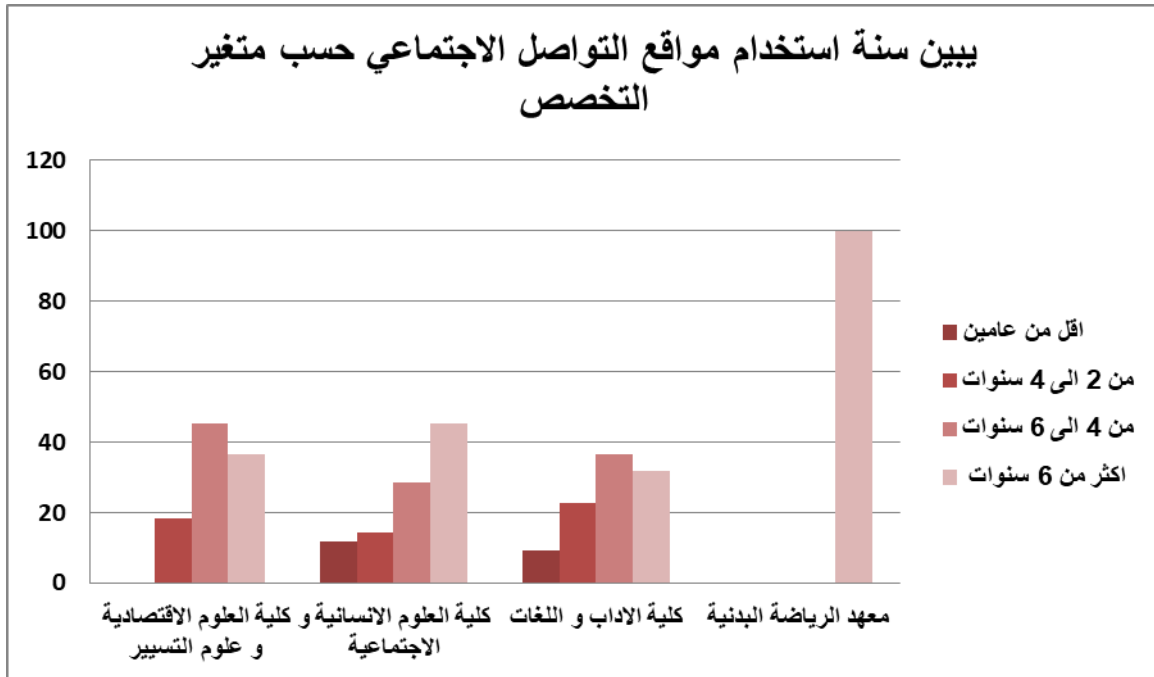
- يتضح لنا من خلال الجدول اعلاه ان اغلب المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 4 إلى 6 سنوات كأعلى نسبة 45.4%

تليها فئة أكثر من 6 سنوات بنسبة 36.4% ثم فئة من 2 إلى 4 سنوات بنسبة 18.2% .و فئة أقل من عامين انعدم فيها الاستخدام.

- اغلب المبحوثين في كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 6 سنوات تليها فئة من 4 إلى 6 سنوات بنسبة 28.6% ثم فئة من 2 إلى 4 سنوات بنسبة 14.3% و آخرها فئة أقل من عامين بنسبة 11.9%.

- اغلب المبحوثين في كلية الاداب و اللغات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ 4 إلى 6 سنوات بنسبة 36.4% تليها فئة أكثر من 6 سنوات ب 31.8% ثم فئة من 2 إلى 4 سنوات بنسبة 22.7% و آخرها فئة أقل من عامين بنسبة 9.1%

- جميع المبحوثين معهد الرياضة يستخدمون مواقع منذ أكثر من 6 سنوات بنسبة 100%

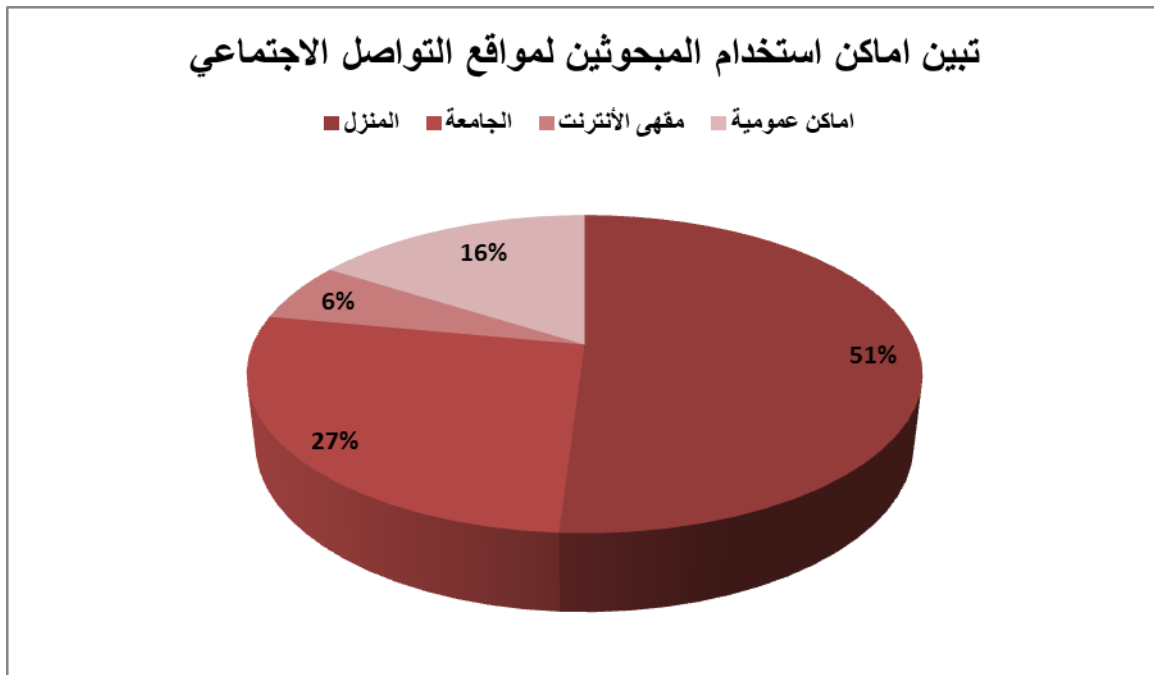


جدول رقم 12 : يبين الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
المنزل	51	51%
الجامعة	27	27%
مقهى الأنترنت	6	6%
اماكن عمومية	16	16%
اخرى	0	0%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل و هو ما يفسره 51% كأكبر نسبة ثم الجامعة بنسبة 27% تليها الأماكن العمومية 16% و اخرها مقهى الأنترنت 6% فمن خلال هذه النتائج الأولية نستنتج ان أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل

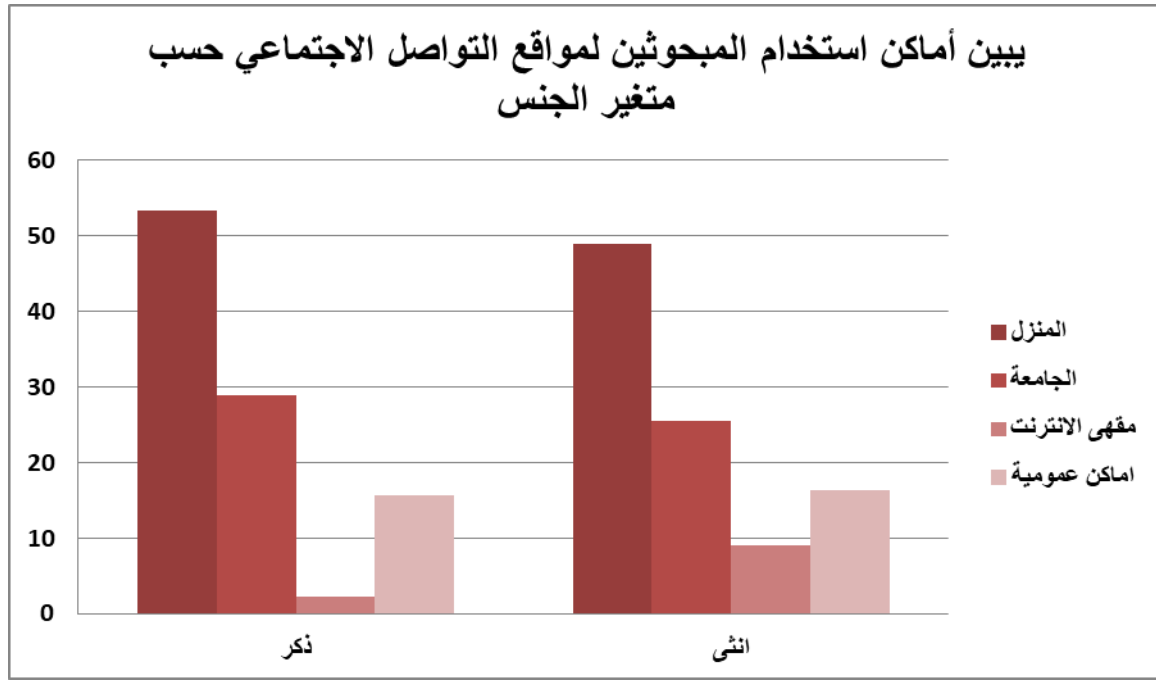
كما يمكن من خلال هذه النتائج ان نقول ان اغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل و هذا ربما راجع الى وجود اريحية اكثر او وجود الوقت الكافي اكثر من باقي الاماكن بينما الجامعة ربما لوجود بعض وقت الفراغ للاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي .



جدول رقم 13: يبين الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

المجموع		اناث		ذكور		الاحتمالات/الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
51%	51	49%	27	53.3%	24	المنزل
27%	27	25.5%	14	28.9%	13	الجامعة
6%	6	9.1%	5	2.2%	1	مقهى الانترنت
16%	16	16.4%	9	15.6%	7	اماكن عمومية
00%	00	00%	00	00%	00	اخرى
100%	100	100%	55	100%	45	المجموع

- نلاحظ من خلال معطيات الجدول اعلاه ان اغلبية الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بالمنزل بنسبة 53.3% و الاناث بنسبة 49% كأعلى نسبة
- اغلب الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بالجامعة بنسبة 28.9% بينما الاناث بنسبة 25.5%
- اغلب الاناث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمقهى الانترنت بنسبة 9.1% بينما الذكور بنسبة 2.2%
- اغلب الاناث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بالاماكن العمومية بنسبة 16.4% بينما الذكور بنسبة 15.6%
- اما اخرى تذكر فقد انعدم الاستخدام من طرف الذكور و الاناث .
-

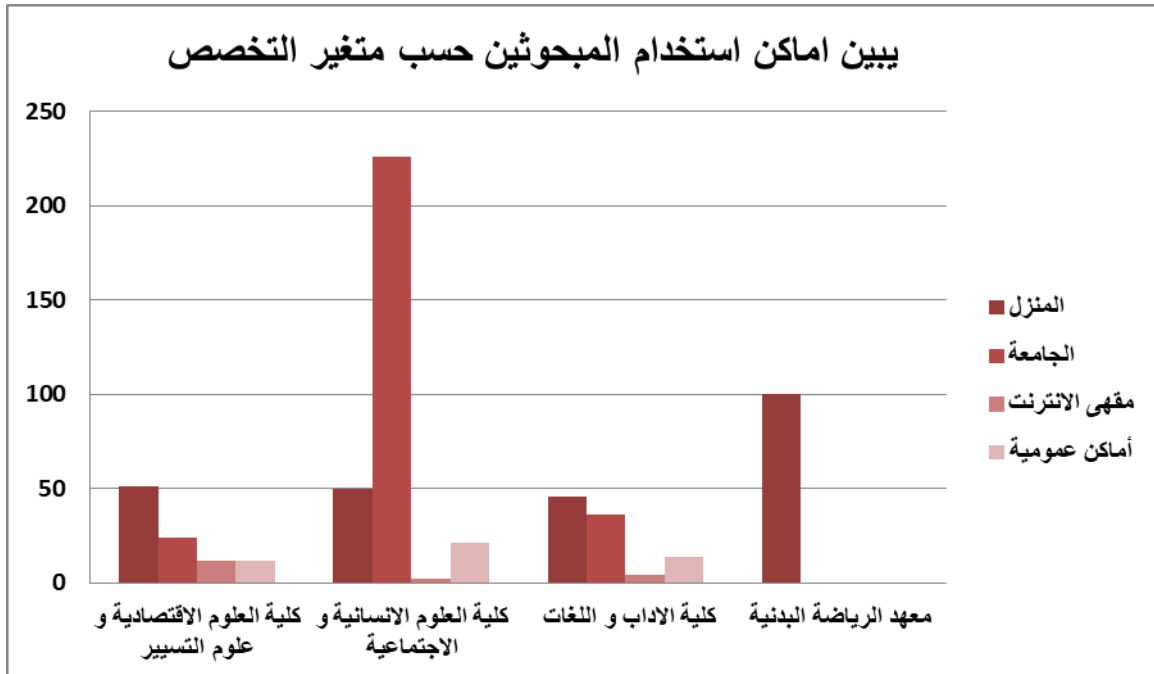


جدول رقم 14: يبين الأماكن التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع	كلية الآداب و اللغات		معهد الرياضة البدنية		كلية علوم انسانية و اج		كلية علوم اقتصادية		الاحتمالات / التخصص
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
51%	51	45.5%	10	100%	3	50%	21	51.5%	المنزل
27%	27	36.4%	08	00%	00	26.2%	12	24.3%	الجامعة
6%	6	4.5%	1	00%	00	2.4%	1	12.1%	مقهى الانترنت
16%	16	13.6%	3	00%	00	21.4%	9	12.1%	اماكن عمومية
00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	اخرى
100%	100	100%	22	100%	3	100%	42	100%	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة استخدام الانترنت من قبل المبحوثين في كل التخصصات كأعلى نسبة كانت في المنزل (كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

- 51.5% / كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية 50% / معهد الرياضة البدنية 100% /
 و آخرا كلية الآداب و اللغات بنسبة 45.5%).
- نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كثاني نسبة كانت في الجامعة
 (كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير 24.3% / كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
 26.2% / معهد الرياضة البدنية 00% / آخرا كلية الآداب و اللغات بنسبة 36.4%
 (
- نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كالثالث نسبة كانت في الأماكن
 العمومية (كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير 12.1% / كلية العلوم الانسانية و
 الاجتماعية 21.4% / معهد الرياضة البدنية 00% / آخرا كلية الآداب و اللغات
 13.6%)
- و في الاخير نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في مقهى
 الانترنت كأدنى نسبة (كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير 12.1% / كلية العلوم
 الانسانية و الاجتماعية 2.4% / معهد الرياضة البدنية 00% / آخرا كلية العلوم
 الانسانية و الاجتماعية 4.5%)

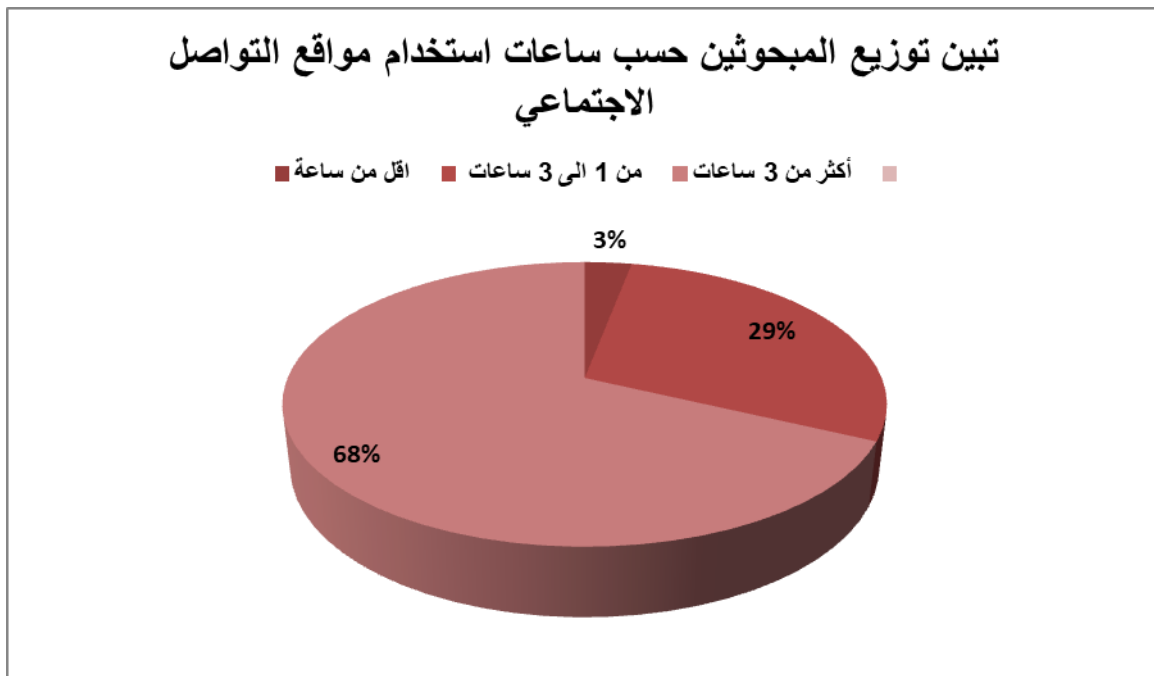


جدول رقم 15: يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	3	3%
من 1 الى 3 ساعات	29	29%
أكثر من 3 ساعات	68	68%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان الوقت الذي يقضيه المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد اكثر من 3 ساعات بنسبة 68% تليها من 1 الى 3 ساعات بنسبة 29% و اخيرا اقل من ساعة بنسبة 3%

حيث نستنتج ان اغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات هذا يمكن راجع لاستخدام المواقع في اغراض متعددة كالتواصل مع الاساتذة و التواصل مع زملاء الدراسة و حتى التعليم عن بعد و المواضيع الشخصية.



الجدول رقم 16 : يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير الجنس

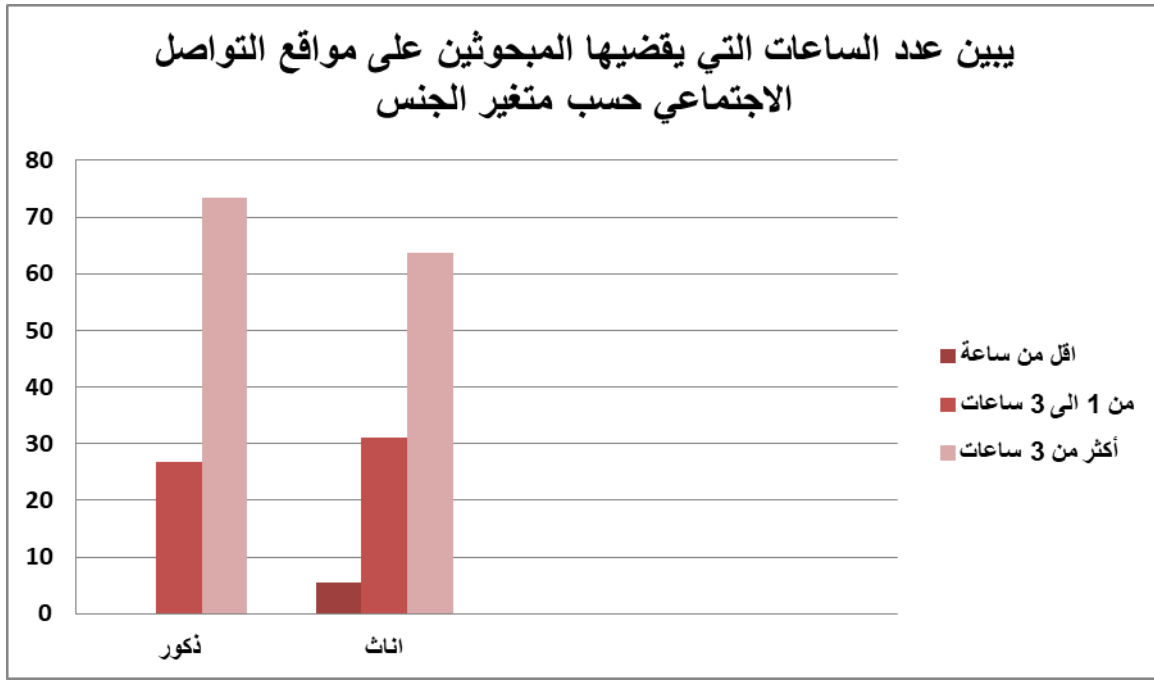
المجموع		اناث		ذكور		الاحتمالات / التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
3%	3	5.4%	3	0%	0	أقل من ساعة
29%	29	31%	17	26.7%	12	من 1 الى 3 ساعات
68%	68	63.6%	35	73.3%	33	أكثر من 3 ساعات
100%	100	100%	55	100%	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان أغلب الذكور يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 73.3% كأكبر نسبة ثم تليها الاناث بنسبة 63.5% لأكثر من 3 ساعات

- أغلب الاناث يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 31% يليها الذكور بنسبة 26.7% في فئة من 1 الى 3 ساعات

- و اخيرا الذكور يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 5.4% اما الاناث فقد انعدم الاستخدام عندهم فئة أقل من ساعة

نستنتج من خلال هذه المعطيات ان الاناث يتصفحون مواقع التواصل اكثر من الذكور هذا ما يمكن ترجيحه الى وقت الفراغ على غرار الذكور و التزاماتهم.

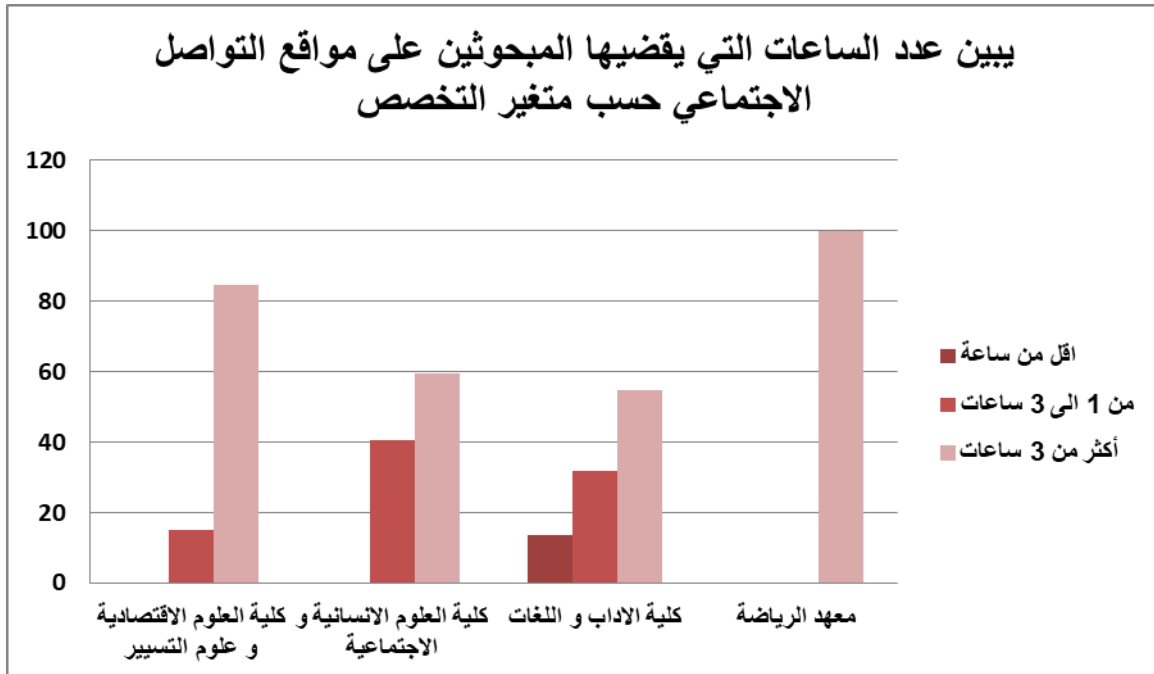


جدول رقم 17: يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع	كلية الآداب و اللغات		معهد الرياضة البدنية		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية		الاحتمالات / التخصص
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	3%	3	13.6%	3	0%	0	0%	0	أقل من ساعة
	29%	29	31.8%	7	0%	0	40.5%	17	من 1 الى 3 ساعات
	68%	68	54.6%	12	100%	3	59.5%	25	أكثر من 3 ساعات
	100%	100	100%	22	100%	3	100%	42	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الوقت الذي يقضيه المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد:

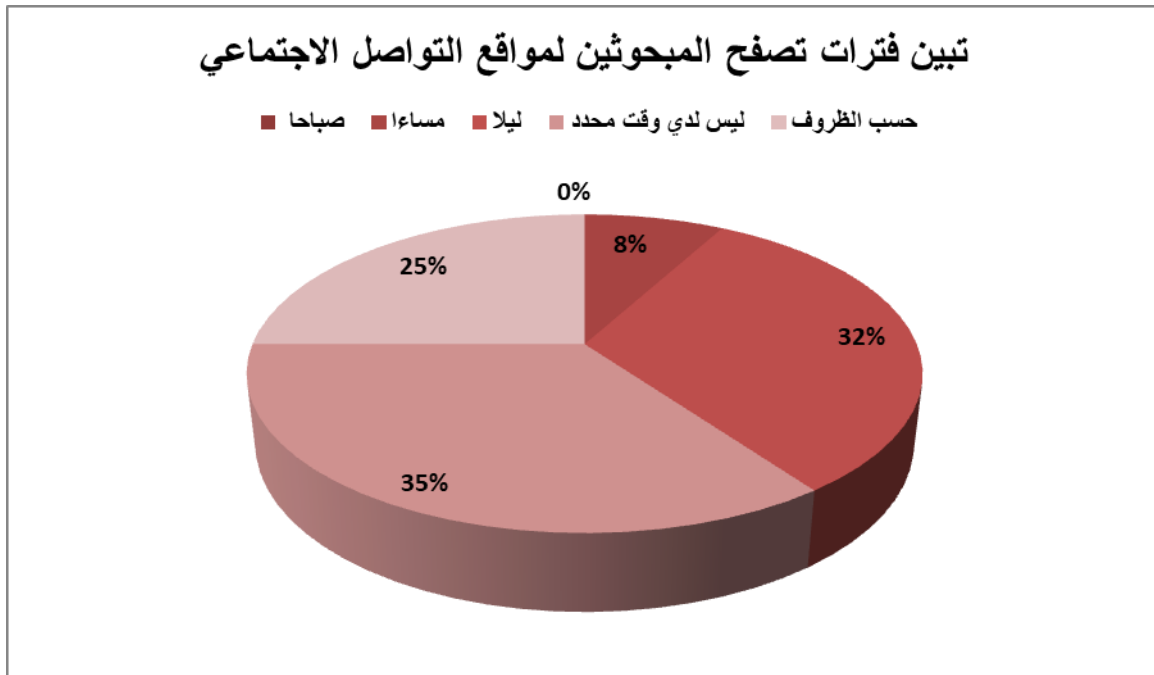
- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يخصصون من وقتهم أكثر من 3 ساعات لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي كأكبر نسبة قدرت ب 84.8% ثم من 1 الى 3 ساعات بنسبة 15.2% بينما أقل من ساعة انعدم فيها الاستخدام.
 - أغلب المبحوثين في العلوم الانسانية و الاجتماعية يخصصون أكثر من 3 ساعات لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي كأكبر نسبة قدرت ب 59.5% ثم من 1 الى 3 ساعات بنسبة 40.5% بينما أقل من ساعة انعدم الاستخدام فيها
 - كل المبحوثين في معهد الرياضة يخصصون أكثر من 3 ساعات لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%
 - و في الأخير أغلب المبحوثين في كلية الاداب و اللغات يخصصون أكثر من 3 ساعات لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي كأكبر نسبة قدرت ب 54.6% ثم من 1 الى 3 ساعات بنسبة 31.8% و اخيرا أقل من ساعة بنسبة 13.6%
- و نستنتج في الأخير بناء على معطيات الجدول أعلاه أن المبحوثين في كل التخصصات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لاكثر من 3 ساعات.



جدول رقم 18 : يبين الفترات الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الإجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
صباحا	0	0%
مساء	8	8%
ليلا	32	32%
ليس لدي وقت محدد	35	35%
حسب الظروف	25	25%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليس لدي وقت محدد بنسبة 35% حيث يمكن ترجيح هذا لانشغالاتهم ثم تليها ليلا بنسبة 32% ثم حسب الظروف ب 25% و آخرها مساء بنسبة 8% بينما انعدام التصفح في الصباح ربما لذيق الوقت صباحا و انشغال الطلبة بحياتهم الدراسية و الشخصية.

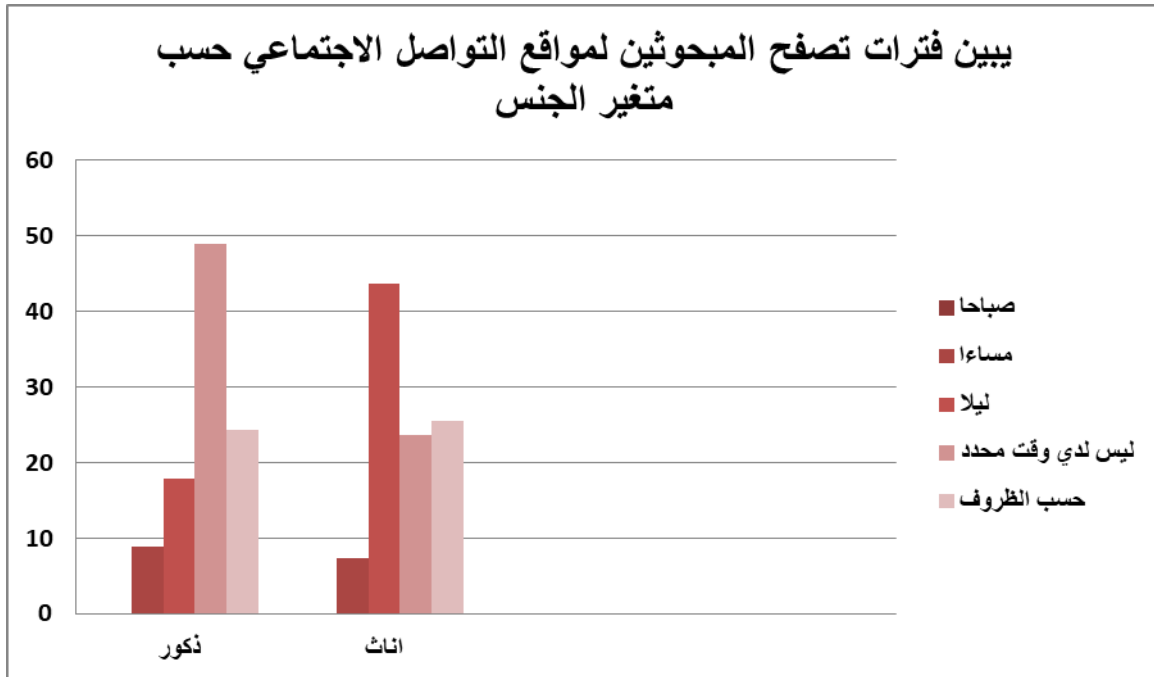


جدول رقم 19 : يبين الفترات الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

المجموع		اناث		ذكور		الاحتمالات / الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	0%	0	0%	0	صباحا
8%	8	7.3%	4	8.9%	4	مساء
32%	32	43.6%	24	17.8%	8	ليلا
35%	35	23.6%	13	48.9%	22	ليس لدي وقت محدد
25%	25	25.5%	14	24.4%	11	حسب الظروف
100%	100	100%	55	100%	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفترات التي يستخدمها المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي :

- أغلب الذكور ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي كأعلى نسبة قدرت ب 48.9% بينما فضلت الاناث التصفح ليلا كأعلى نسبة قدرت ب 43.6%
- أغلب الاناث يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف بنسبة قدرت ب 25.5% يليها الذكور بنسبة 24.4%
- أغلب الاناث ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 23.6% حيث يتصفحوا الذكور ليلا بنسبة 17.8%
- و في الأخير الذكور يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي مساء كأقل نسبة قدرت ب 8.9% بينما الاناث بنسبة 7.3%
- أما التصفح في الصباح منعدم من الجهتين ذكور و اناث.



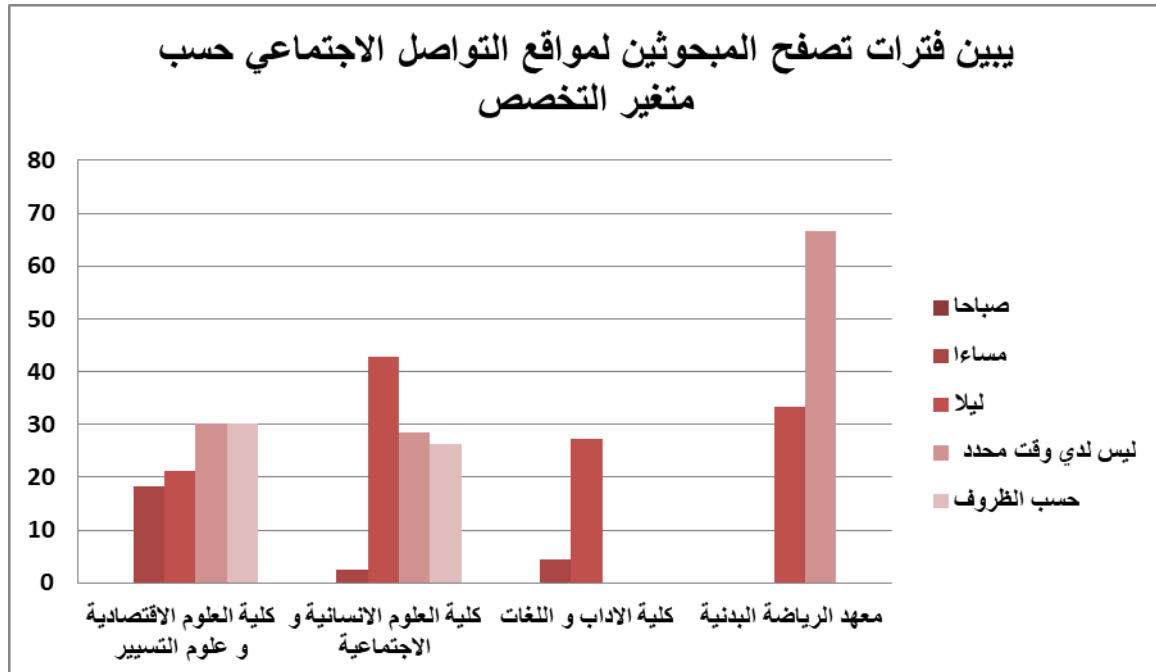
جدول رقم 20 : يبين الفترات الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع	معهد الرياضة البدنية		كلية الاداب و اللغات		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية		الاحتمالات / التخصص	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
صباحا	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	صباحا	
مساء	8%	8	0%	0	4.5%	1	2.4%	1	18.2%	6
ليلا	32%	32	33.3%	1	27.3%	6	42.8%	18	21.2%	7
ليس لدي وقت محدد	35%	35	66.7%	2	50%	11	28.6%	12	30.3%	10
حسب الظروف	25%	25	0%	0	18.2%	4	26.2%	11	30.3%	10
المجموع	100%	100	100%	3	100%	22	100%	42	100%	33

1-

يتضح لنا من خلال الجدول أن :

- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي و حسب الظروف كأعلى نسبتين قدروا ب 30.3% ثم ليلا قدرت بنسبة 21.2% و كأدنى نسبة مساء ب 18.2% و انعدام التصفح صباحا
 - أغلب المبحوثين في كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا بنسبة قدرت ب 42.8% ثم ليس لدي وقت محدد ب 28.6% ثم حسب الظروف ب 26.2% و أخيرا مساء كأدنى نسبة ب 2.4% و انعدام التصفح صباحا.
 - أغلب المبحوثين في كلية الاداب و اللغات ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50% ثم ليلا بنسبة 27.3% ثم حسب الظروف ب 18.2% و في الاخير مساء كأدنى نسبة ب 4.5% مع انعدام التصفح صباحا.
 - أغلب المبحوثين في معهد الرياضة البدنية ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 66.7% يليها ليلا بنسبة 33.3% مع انعدام التصفح في باقي الفترات
- حيث نستنتج أن أغلبية التخصصات ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

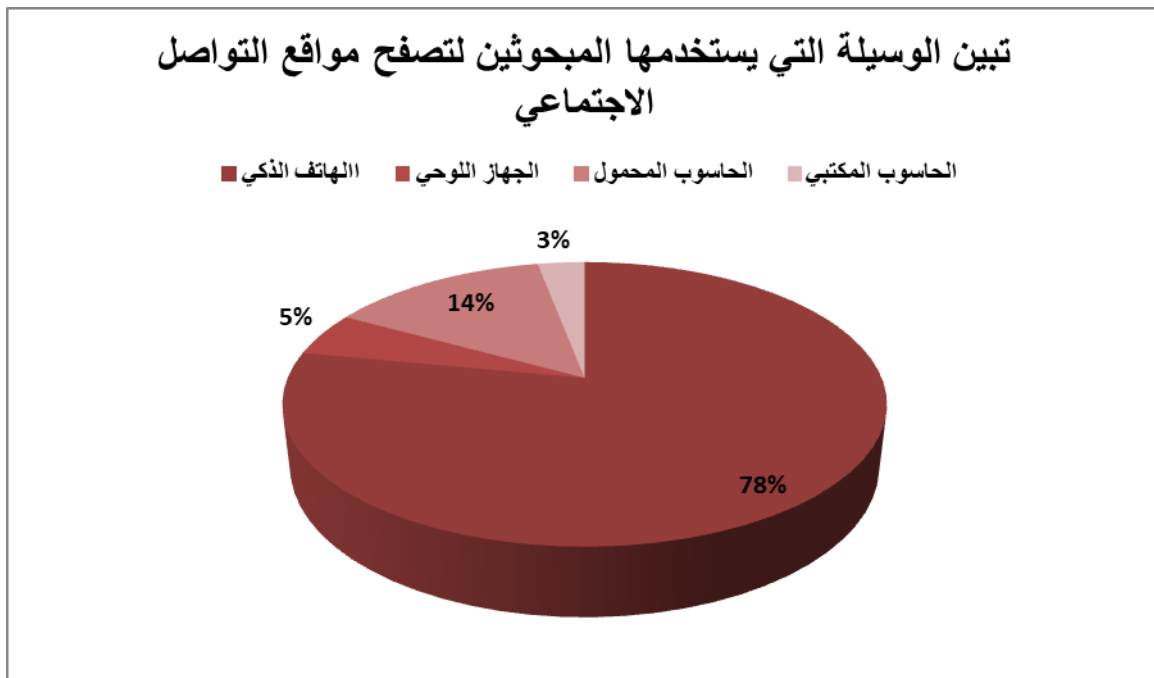


جدول رقم 21 : يبين الوسيلة الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الهاتف الذكي	78	78%
الجهاز اللوحي	5	5%
الحاسوب المحمول	14	14%
الحاسوب المكتبي	3	3%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي كأعلى نسبة قدرت ب 78% ثم الحاسوب المحمول بنسبة 14% ثم الجهاز اللوحي ب 5% و أخيرا كأدنى نسبة الحاسوب المكتبي ب 3%

نستنتج ان اغلبية الطلبة يفضلون الهاتف الذكي على غيره من الوسائل بنسبة 78% و هذا راجع لسهولة استخدامه و حمله في كل الاماكن و ايضا تحميله بشريحة الجيل الرابع لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

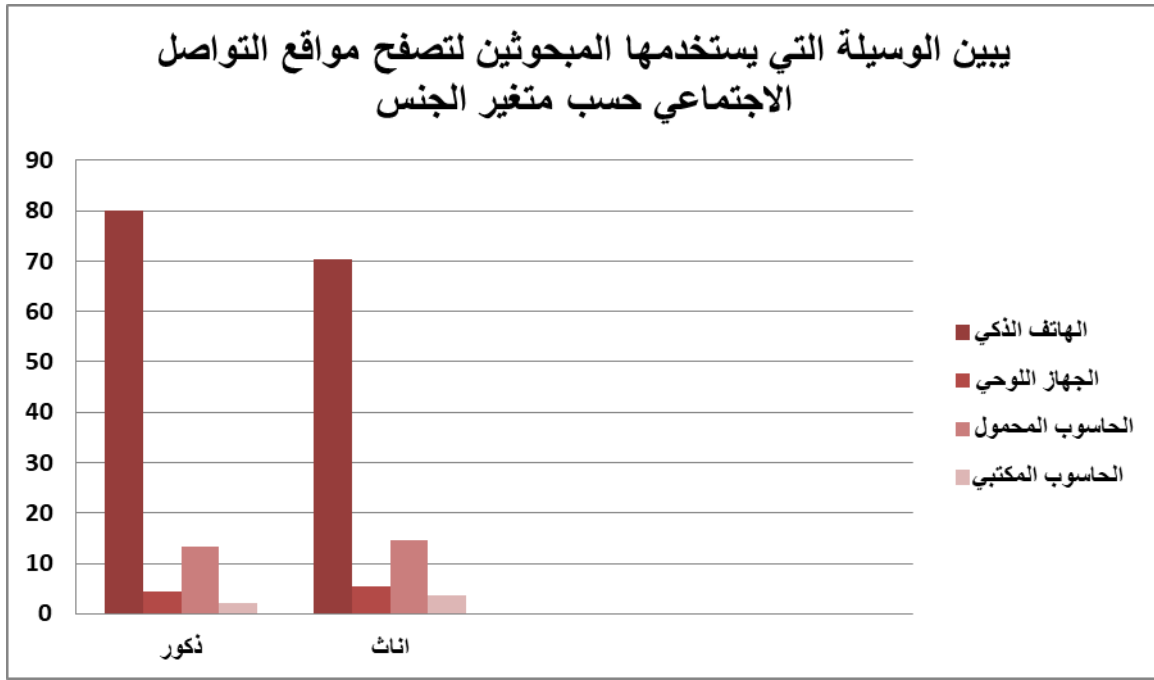


جدول رقم 22 : يبين الوسيلة الأكثر إستخداما لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير الجنس

المجموع		اناث		ذكور		الاحتمالات / الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
78%	78	70.4%	42	80%	36	الهاتف الذكي
5%	5	5.5%	3	4.5%	2	الجهاز اللوحي
14%	14	14.5%	8	13.3%	6	الحاسوب المحمول
3%	3	3.6%	2	2.2%	1	الحاسوب المكتبي
100%	100	100%	55	100%	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة استخدام الهاتف الذكي من الذكور قدرت ب 80% ثم الاناث بنسبة 70.4%

- أكبر نسبة استخدام الحاسوب المكتبي كانت للاناث ب 14.5% ثم الذكور ب 13.3%
- أكبر نسبة استخدام الجهاز اللوحي كانت للاناث ب 5.5% ثم الذكور ب 4.5%
- و كأدنى نسبة كانت استخدام الحاسوب المكتبي للاناث ب 3.6% ثم الذكور ب 2.2%

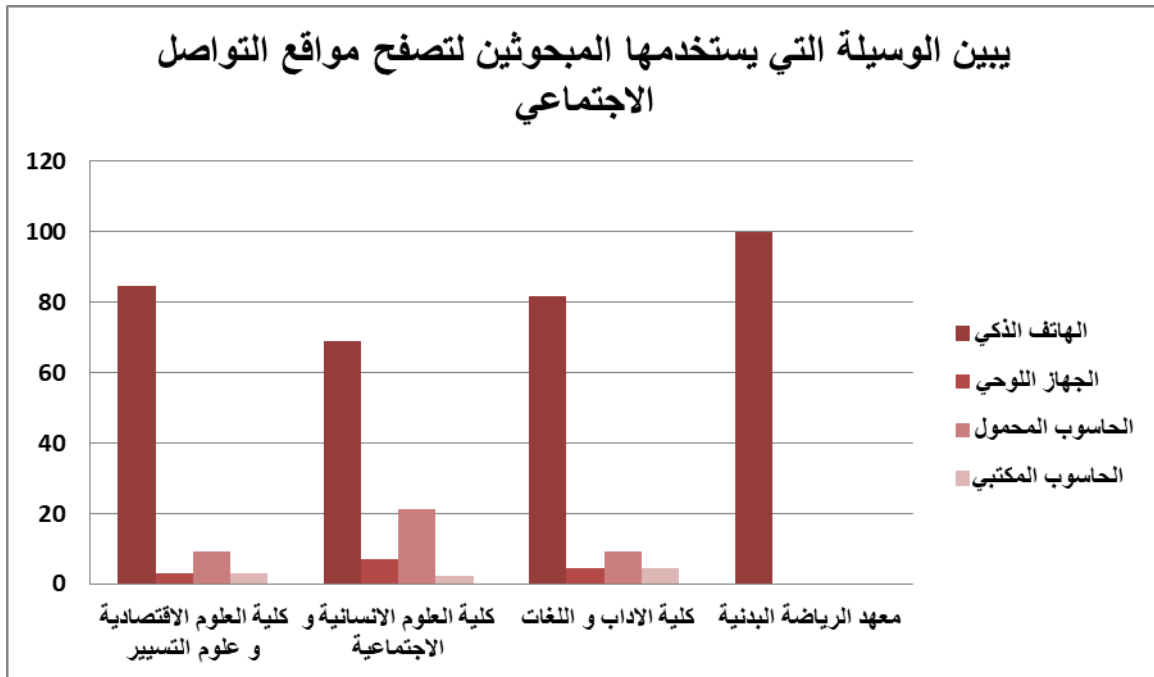


جدول رقم 23 : يبين الوسيلة الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع	معهد الرياضة البدنية		كلية الاداب و اللغات		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية		الاحتمالات / التخصص	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
78%	78	100%	3	81.8%	18	69%	29	84.8%	28	الهاتف الذكي
5%	5	0%	0	4.5%	1	7.2%	3	3%	1	الجهاز اللوحي
14%	14	0%	0	9.2%	2	21.4%	9	9.2%	3	الحاسوب المحمول
3%	3	0%	0	4.5%	1	2.4%	1	3%	1	الحاسوب المكتبي
100%	100	100%	3	100%	22	100%	42	100%	33	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 84.8%

- يليها الحاسوب المحمول بنسبة 9.2% ثم كأدنى نسبة الجهاز اللوحي ب3% و الحاسوب المكتبي 3%
- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 69% ثم الحاسوب المحمول بنسبة 21.4% يليها الجهاز اللوحي ب 7.2% ثم أدنى نسبة للحاسوب المكتبي.
- أغلب المبحوثين في كلية الاداب و اللغات يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 81.8% ثم الحاسوب المحمول بنسبة 9.2% و كأدنى نسبة الجهاز اللوحي ب 4.5% و الحاسوب المكتبي 4.5%
- و أخيرا جميع المبحوثين في معهد الرياضة البدنية يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%
- حيث نستنتج في الاخير انه يفضل المبحوثين و على اختلاف تخصصهم استخدام الهاتف الذكي لتصفح حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي و هذا ما تبين من خلال النسب المذكورة أعلاه.

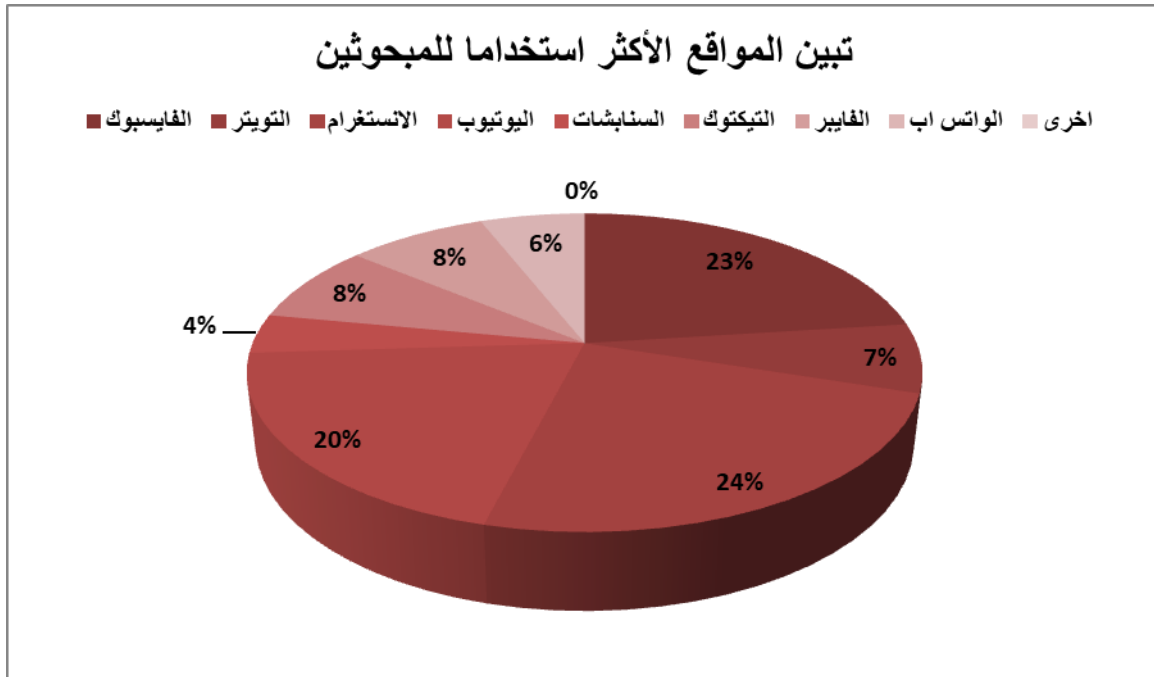


جدول رقم 24 : يبين الجدول المواقع الأكثر إستخداما

النسبة	التكرار	الاحتمالات
23%	23	الفايسبوك
7%	7	التويتر
24%	24	الانستغرام
20	20	اليوتيوب
4%	4	السنايشات
8%	8	التيك توك
8%	8	الفايبر
6%	6	الواتس اب
0%	0	اخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام الانستغرام على غيره من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 24% ثم الفايسبوك بنسبة 23% ثم اليوتيوب بنسبة 20% ثم التيك توك ب 8% و الفاير 8% ثم التويتر 7% و الواتس اب 6% و في الأخير السنايشات 4%

حيث نستنتج أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الانستغرام , ربما هذا راجع لتقنياته المتطورة و أيضا خاصياته الجديدة و جودته العالية في الصور و الفيديوهات.



جدول رقم 25 : يبين المواقع الأكثر استخداما حسب متغير الجنس

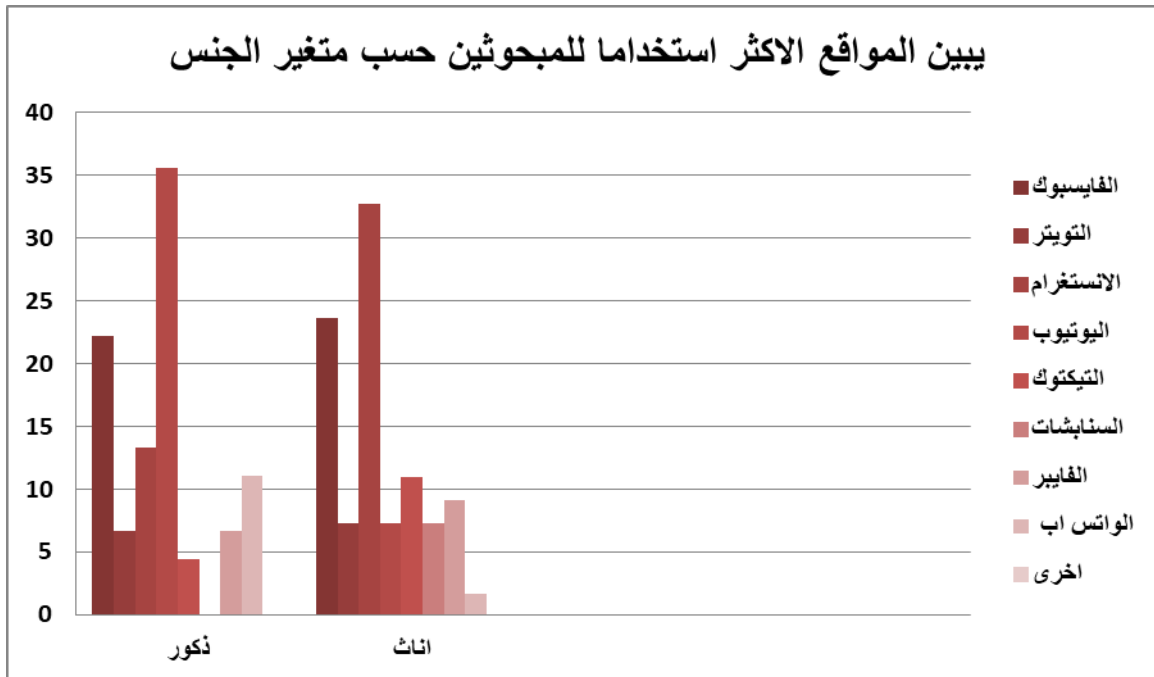
المجموع	اناث		ذكور		الاحتمالات / الجنس
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
23%	23	23.6%	13	22.2%	الفايسبوك
7%	7	7.3%	4	6.7%	التويتر
24%	24	32.7%	18	13.3%	الانستغرام
20%	20	7.3%	4	35.6%	اليوتيوب
8%	8	11%	6	4.4%	التيكتوك
4%	4	7.3%	4	0%	السنابشات
8%	8	9.1%	5	6.7%	الفايبر
6%	6	1.7%	1	11.1%	الواتس اب
0%	0	0%	0	0%	اخرى
100%	100	100%	55	100%	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة كانت للاناث في تصفح موقع الانستغرام ب 32.7% و الذكور بنسبة 13.3%

- أغلب الاناث يستخدمون الفايسبوك بنسبة 23.6% و الذكور بنسبة 22.2%

- اغلب الذكور يتصفحون اليوتيوب بنسبة 35.6% و الاناث بنسبة 7.3%

- أغلب الإناث يستخدمون التيك توك بنسبة 11% و الذكور بنسبة 4.4%
 - أغلب الإناث يستخدمون الفايفر بنسبة 9.1% و الذكور بنسبة 6.7%
 - أغلب الذكور يستخدمون الواتس اب بنسبة 11.1% و الإناث بنسبة 1.7%
 - و في الأخير تفضل الإناث السناپشات بنسبة 7.3% على غير الذكور يندم التصفح فيها.
- حيث نستنتج من النتائج هذه أن الإناث تميل أكثر للانستغرام و الفايسبوك على غير الذكور تميل لليوتيوب و الفايسبوك



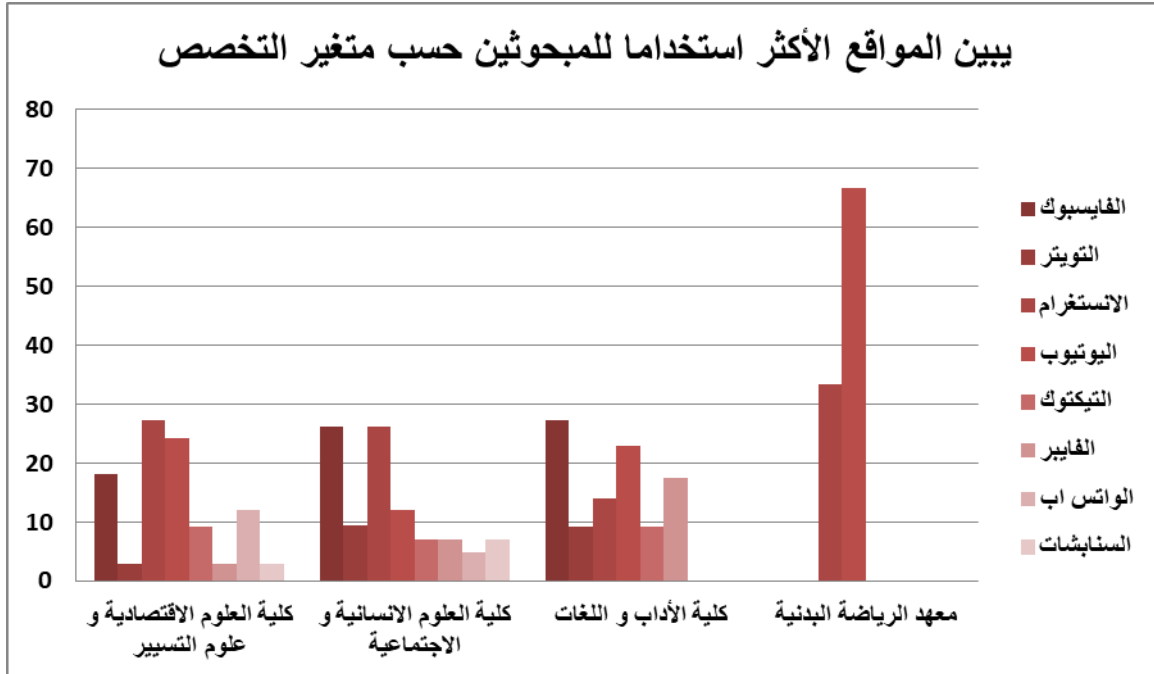
جدول رقم 26: يبين المواقع الأكثر إستخداما حسب متغير التخصص

المجموع	كلية الآداب و اللغات		معهد الرياضة البدنية		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية		الاحتمالات / التخصص	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
23%	23	27.3%	6	0%	0	26.2%	11	18.2%	6	الفايسبوك
7%	7	9.1%	2	0%	0	9.5%	4	3%	1	التويتر
24%	24	14%	3	33.3%	1	26.2%	11	27.3%	9	الانستغرام
20%	20	23%	5	66.7%	2	12%	5	24.2%	8	اليوتيوب
8%	8	9.1%	2	0%	0	7.1%	3	9.1%	3	التيك توك
8%	8	17.5%	4	0%	0	7.1%	3	3%	1	الفايبر
6%	6	0%	0	0%	0	4.8%	2	12.1%	4	الواتس اب
4%	4	0%	0	0%	0	7.1%	3	3%	1	السنابشات
100%	100	100%	22	100%	3	100%	42	100%	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن:

- أغلبية المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يفضلون الانستغرام كأعلى نسبة 27.3% ثم يليه اليوتيوب بنسبة 24.2% ثم الفايسبوك بنسبة 18.2% ثم الواتس اب بنسبة 12.1% ثم التيك توك بنسبة 9.1% و كأدنى نسبة التويتر 3%, الفاير 3% , و السنابشات 3%
- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية يفضلون الانستغرام و الفايسبوك كأعلى نسبتين ب 26.2% ثم اليوتيوب بنسبة 12% ثم التويتر بنسبة 9.5% ثم الفاير 7.1% و التيك توك 7.1% و السنابشات 7.1% و في الأخير كأدنى نسبة الواتس اب قدرت ب 4.8%
- اغلب المبحوثين في كلية الآداب و اللغات يفضلون الفايسبوك كأعلى نسبة 27.3% ثم اليوتيوب بنسبة 23% يليها الفاير بنسبة 17.5% ثم الانستغرام بنسبة 14% ثم التيك توك 9.1% و التويتر 9.1% اما الواتس اب و السنابشات منعدم الاستخدام فيهم

- أغلب المبحوثين في معهد الرياضة يفضلون اليوتيوب بنسبة 66.7% ثم الانستغرام بنسبة 33.3%

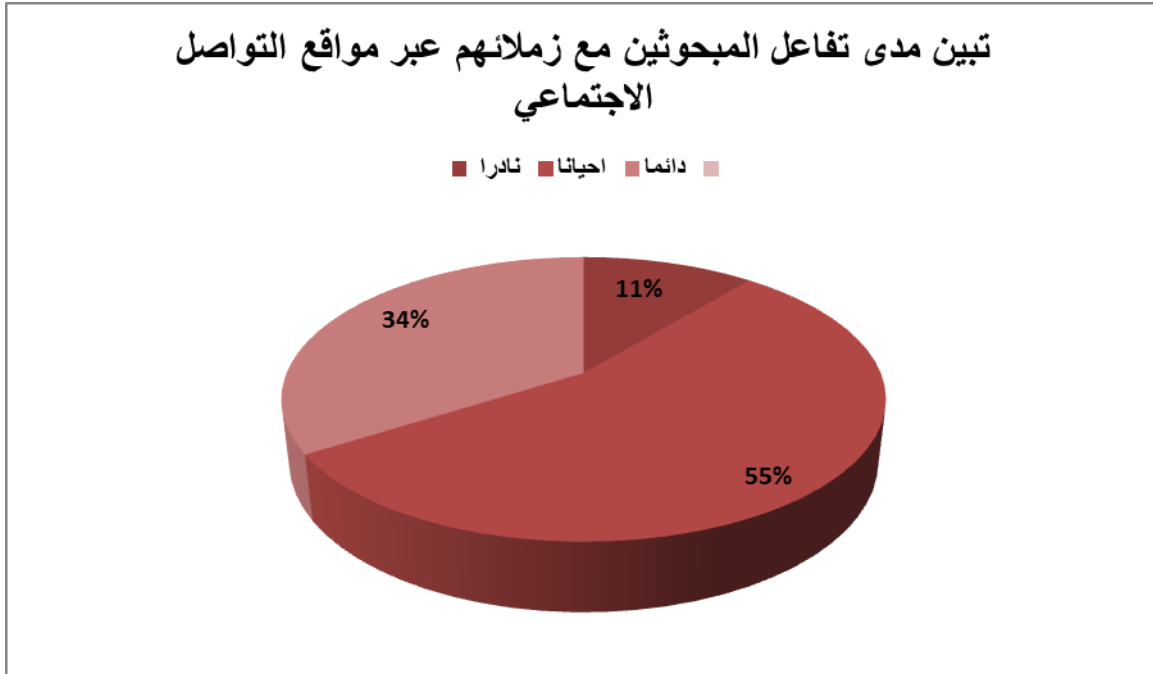


المجور الثالث : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي.

جدول رقم 27 : يبين مدى تفاعلك مع زملائك على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
11%	11	نادرا
55%	55	أحيانا
34%	34	دائما
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه مدى تفاعل المبحوثين مع زملائهم بالجامعة و التواصل معهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي احيانا كأعلى نسبة قدرت ب 55% ثم دائما بنسبة قدرت ب 34% وكأدنى نسبة نادرا بنسبة قدرت ب 11%.

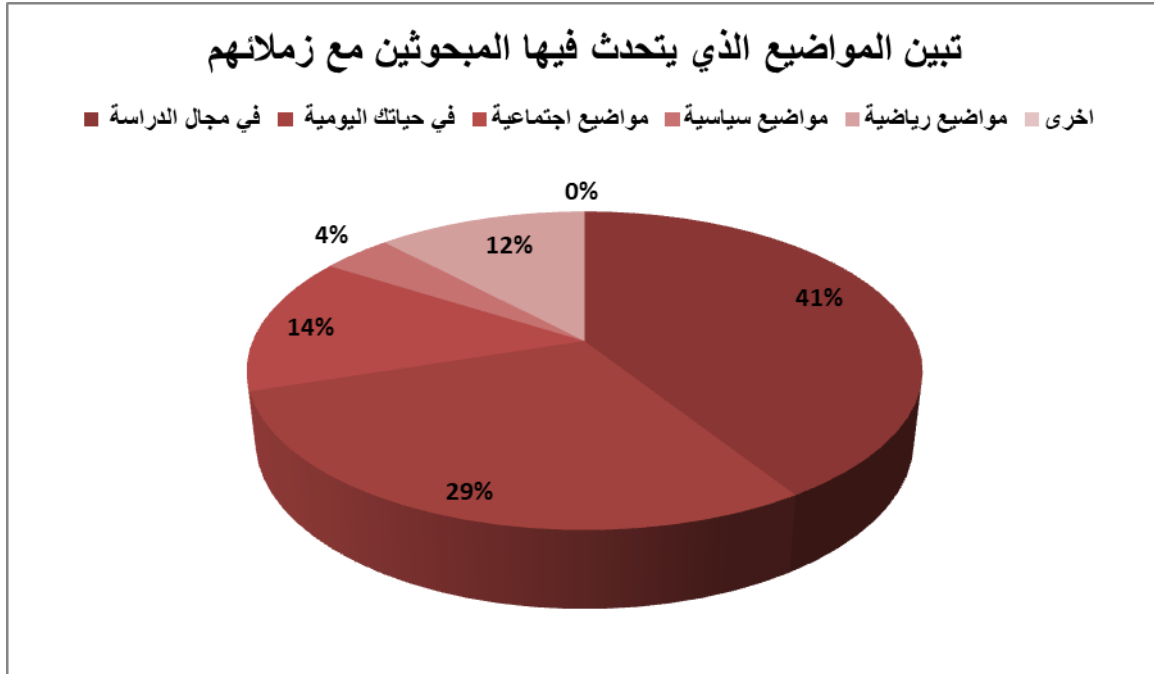


جدول رقم 28 : يبين الجدول المواضيع التي تتحدث فيها مع زملائك عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
في مجال الدراسة	41	41%
في حياتك اليومية	29	29%
مواضيع اجتماعية	14	14%
مواضيع سياسية	4	4%
مواضيع رياضية	12	12%
اخرى	0	0%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يتحدثون مع زملائهم في الدراسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كأعلى نسبة قدرت ب 41% ثم في الحياة اليومية بنسبة

29% تليها مواضيع إجتماعية بنسبة 14% ثم مواضيع رياضية بنسبة 12% و في الأخير مواضيع سياسية بنسبة 4%



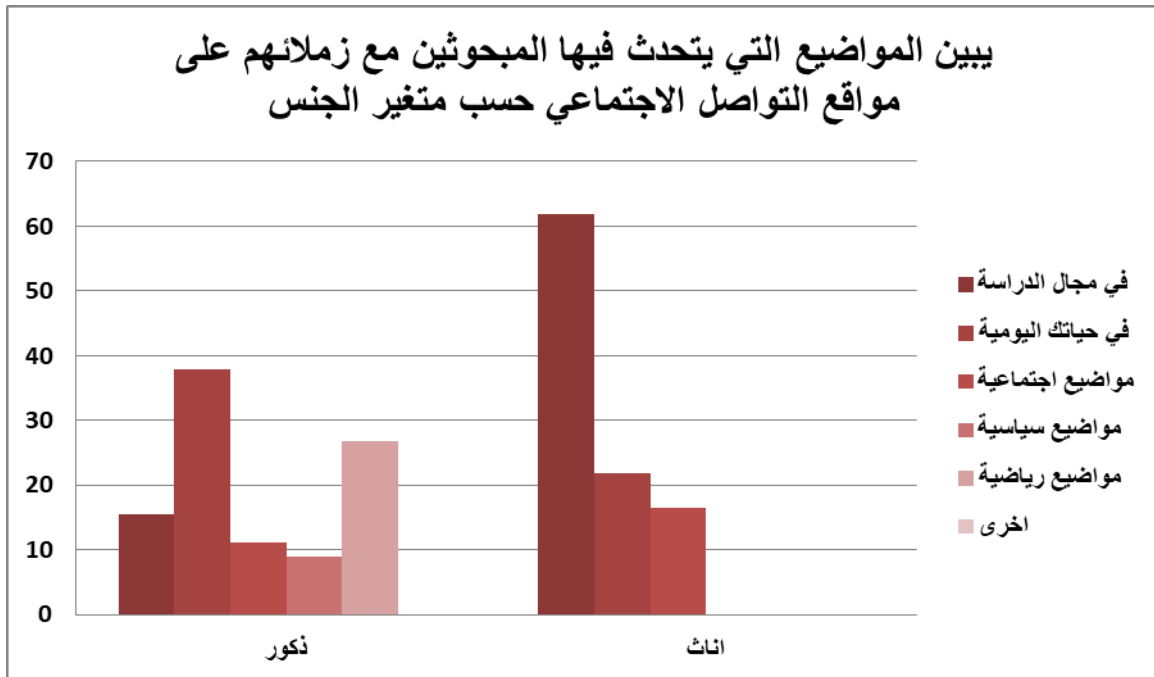
جدول رقم 29 : يبين الجدول المواضيع التي تتحدث فيها مع زملائك على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

المجموع	اناث		ذكور		الاحتمالات / الجنس
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
41%	41	61.8%	34	15.5%	في مجال الدراسة
29%	29	21.8%	12	37.8%	في حياتك اليومية
14%	14	16.4%	9	11.1%	مواضيع إجتماعية
4%	4	0%	0	8.9%	مواضيع سياسية
12%	12	0%	0	26.7%	مواضيع رياضية
0%	0	0%	0	0%	اخرى
100%	100	100%	55	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن :

- أغلب الاناث يتحدثون مع زملائهم في مجال الدراسة كأعلى نسبة قدرت ب 61.8%
- ثم الذكور بنسبة 15.5%

- أغلب الذكور يتحدثون مع زملائهم في مجال الحياة اليومية كأعلى نسبة قدرت ب 37.8% ثم الإناث بنسبة 21.8%
- أغلب الإناث يتحدثون مع زملائهم عن مواضيع إجتماعية بنسبة قدرت ب 16.4% ثم الذكور بنسبة 11.1%
- أغلب الذكور يتحدثون مع زملائهم عن مواضيع رياضية بنسبة 26.7% و 0% عند الإناث هذا راجع لعدم الرغبة و الميل و الاهتمام في مثل هذه المواضيع
- أغلب الذكور يتحدثون مع زملائهم عن مواضيع سياسية بنسبة 8.9% حيث يمكننا القول أن الفرق بين الإناث تهتم بمجال الدراسة أكثر من المجالات الأخرى و الذكور يهتموا بالحياة اليومية أكثر من الدراسة



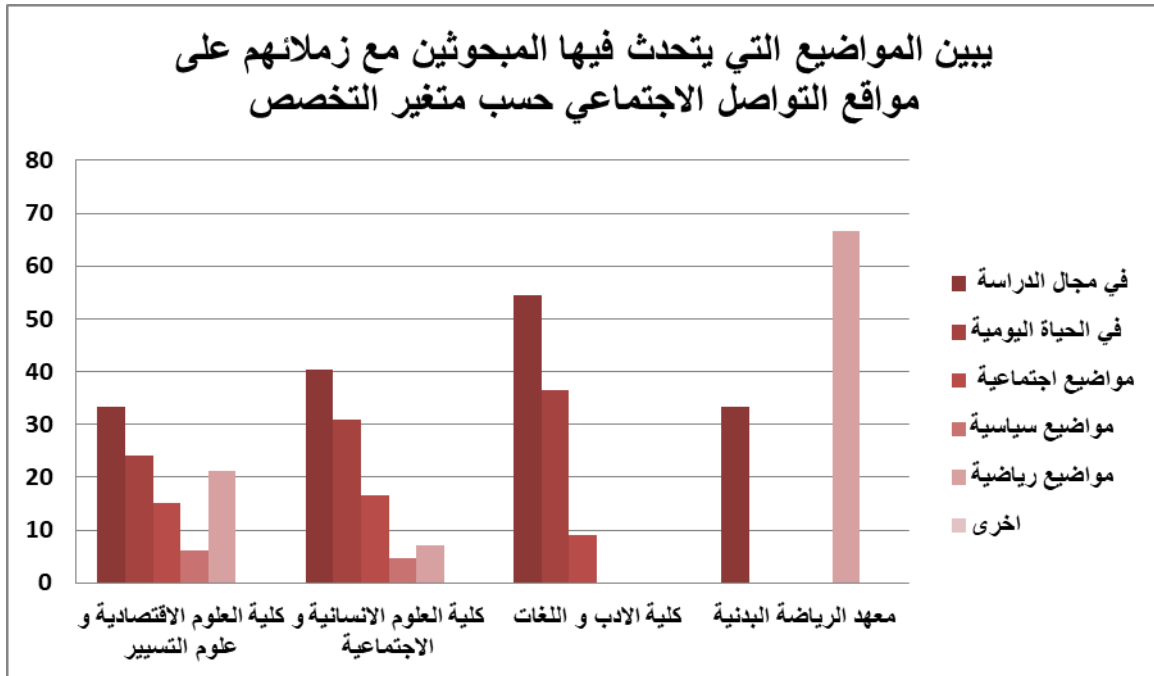
جدول رقم 30 : يبين الجدول التالي المواضيع التي تتحدث فيها مع زملائك على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

المجموع		معهد الرياضة البدنية		كلية الاداب و اللغات		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية		الاحتمالات / التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
41%	41	33.3%	1	54.5%	12	40.5%	17	33.3%	11	في مجال الدراسة
29%	29	0%	0	36.4%	8	30.9%	13	24.2%	8	في الحياة اليومية
14%	14	0%	0	9.1%	2	16.7%	7	15.1%	5	مواضيع اجتماعية
4%	4	0%	0	0%	0	4.8%	2	6.2%	2	مواضيع سياسية
12%	12	66.7%	2	0%	0	7.1%	3	21.2%	7	مواضيع رياضية
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	اخرى
100%	100	100%	3	100%	22	100%	42	100%	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن :

- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يتحدثون مع زملائهم في الدراسة في مجال الدراسة كأعلى نسبة ب 33.3% تليها مواضيع عن الحياة اليومية بنسبة 24.2% ثم المواضيع الرياضية بنسبة 21.2% ثم المواضيع الإجتماعية بنسبة 15.1% و كأدنى نسبة المواضيع السياسية ب 6.2%
- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية يتحدثون مع زملائهم عن مجال الدراسة بنسبة 40.5% ثم عن الحياة اليومية ب 30.9% ثم المواضيع الإجتماعية ب 16.7% تليها المواضيع الرياضية ب 7.1% و أخرا المواضيع السياسية ب 4.8%

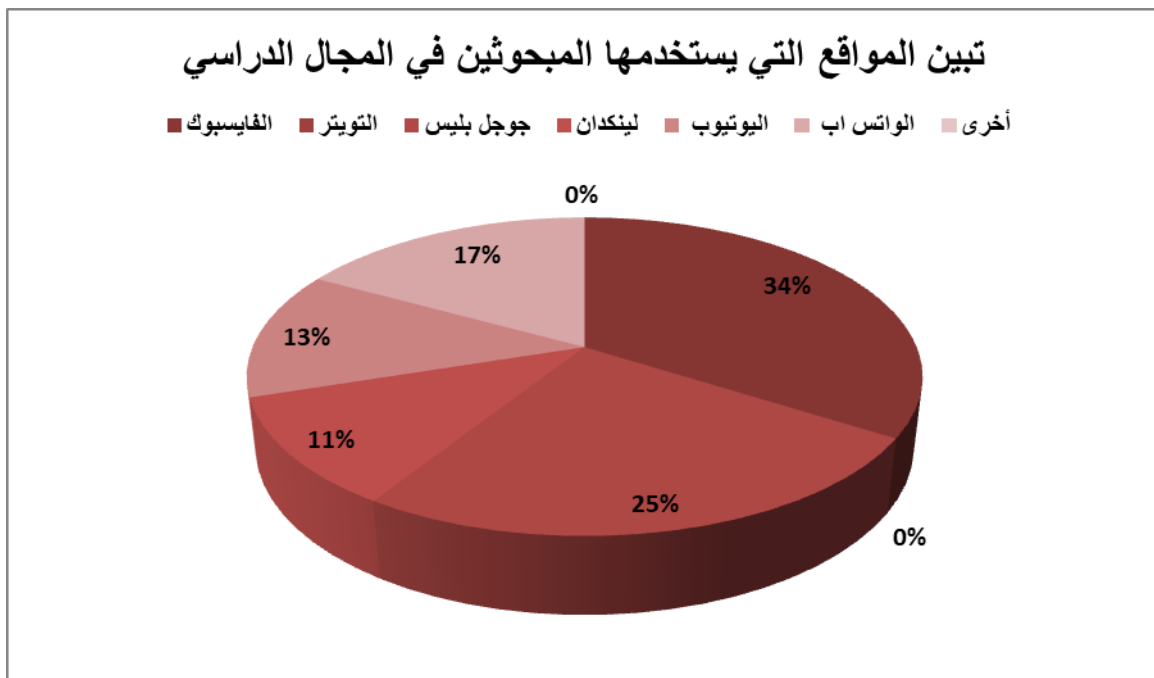
- أغلب المبحوثين في كلية الآداب و اللغات يتحدثون مع زملائهم في المجال الدراسي بنسبة 54.5% ثم مواضيع عن الحياة اليومية ب 36.4% و آخرا كأدنى نسبة المواضيع الإجتماعية بنسبة 9.1%
 - أغلب المبحوثين في معهد الرياضة البدنية يتحدثون عن المواضيع الرياضية بنسبة 66.7% ثم في مجال الدراسة ب 33.3%
- و من خلال هذا نستنتج أن طلبة كل الكليات يتحدثون مع زملائهم في الدراسة بينما يختلف الأمر في معهد الرياضة حيث يفضل الأغلبية الكبيرة التحدث عن مواضيع رياضية أي في ميدان تخصصهم.



جدول رقم 31: يبين الجدول المواقع التي يستخدمها المبحوثين في المجال الدراسي اكثر

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الفايسبوك	34	34%
التويتر	0	0%
جوجل بليس	25	25%
لينكدان	11	11%
اليوتيوب	13	13%
الواتس اب	17	17%
اخرى	0	0%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الموقع الذي يستخدمه المبحوثين أكثر في المجال الدراسي هو الفايسبوك , بنسبة قدرت ب 34% ثم جوجل بليس بنسبة 25% ليها الواتس اب بنسبة 17% ثم اليوتيوب بنسبة 13% و في الأخير لينكدان 11% بينما التويتر 0% و أخرى 0% و نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين يفضلون استخدام الفايسبوك بنسبة 34% كأعلى نسبة حيث يمكن ترجيح هذا للمجموعات العلمية أو للتواصل مع الأساتذة

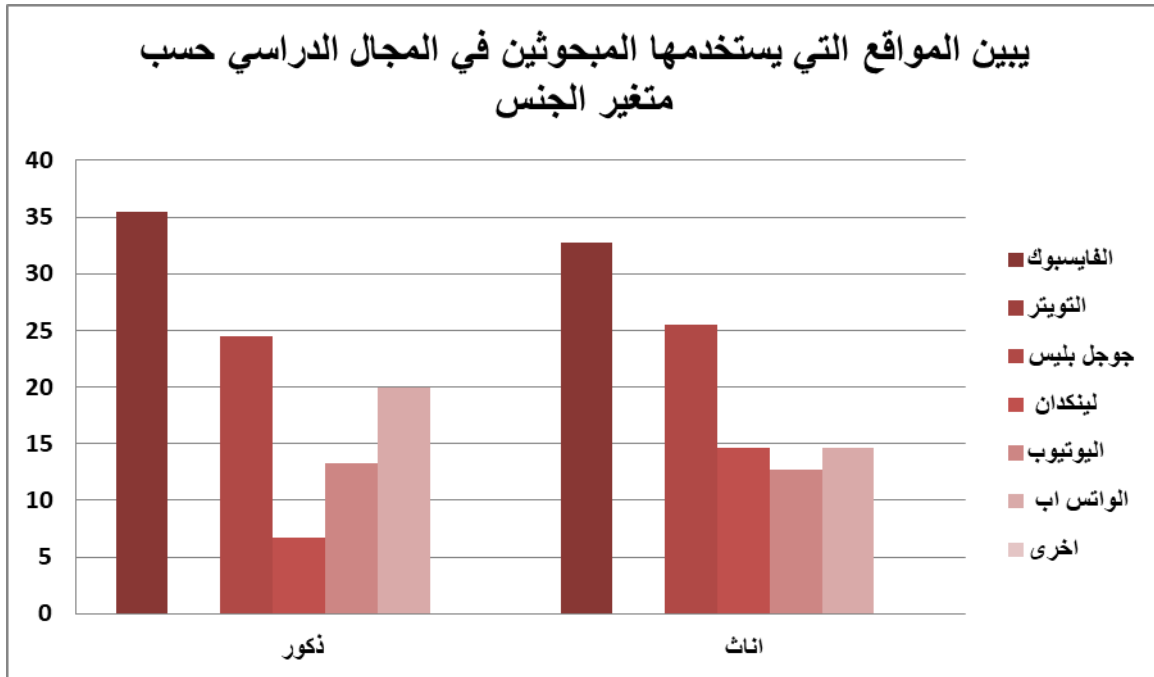


جدول رقم 32: يبين الجدول المواقع التي يستخدمها المبحوثين في المجال الدراسي اكثر حسب متغير الجنس

المجموع		اناث		ذكور		الاحتمالات / الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
34%	34	32.7%	18	35.5%	16	الفايسبوك
0%	0	0%	0	0%	0	التويتر
25%	25	25.5%	14	24.5%	11	جوجل بليس
11%	11	14.6%	8	6.7%	3	لينكدان
13%	13	12.7%	7	13.3%	6	اليوتيوب
17%	17	14.6%	8	20%	9	الواتس اب
0%	0	0%	0	0%	0	اخرى
100%	100	100%	55	100%	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن:

- أغلب الذكور يستخدمون الفايسبوك في المجال الدراسي كأعلى نسبة قدرت ب 35.5% ثم الإناث بنسبة 32.7%
- أغلب الإناث يستخدمون جوجل بليس في المجال الدراسي بنسبة 25.5% ثم الذكور بنسبة 24.5%
- أغلب الذكور يستخدمون الواتس اب في المجال الدراسي بنسبة 20% ثم الإناث بنسبة 14.6%
- أغلب الذكور يستخدمون اليوتيوب في المجال الدراسي بنسبة 13.3% ثم الإناث بنسبة 12.7%
- أغلب الإناث يستخدمون لينكدان في المجال الدراسي بنسبة 14.6% ثم الذكور بنسبة 6.7%
- انعدام استخدام التويتر في المجال الدراسي من قبل الذكور و الإناث المبحوث فيهم .

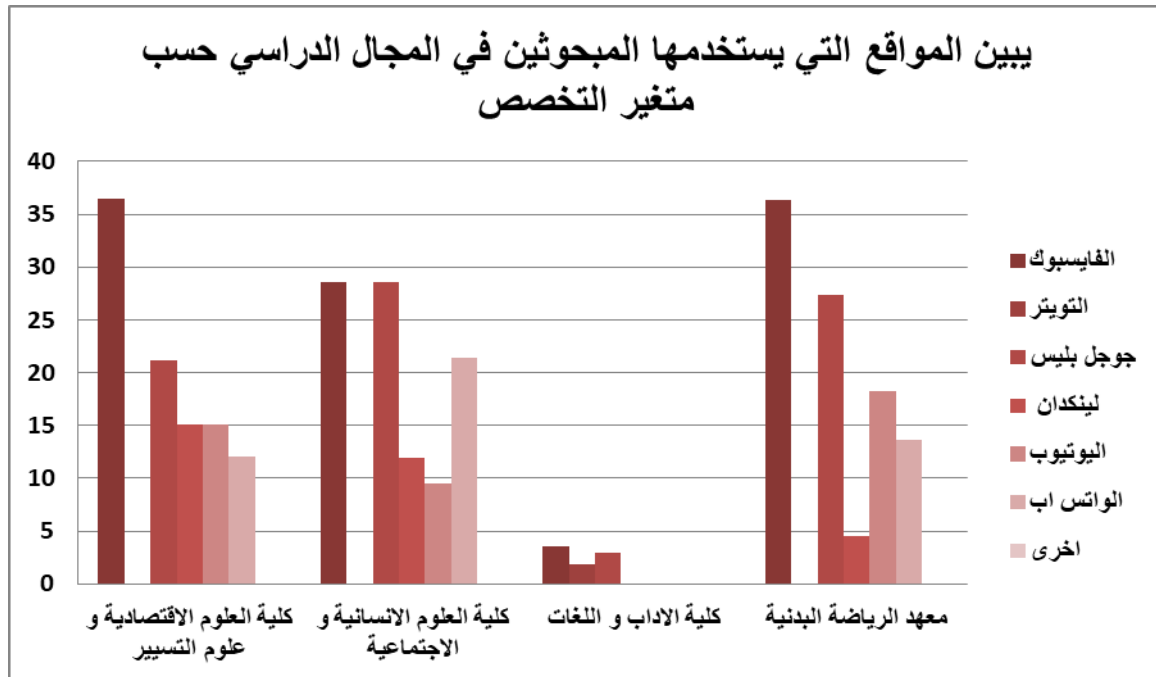


جدول رقم 33 : يبين الجدول المواقع التي يستخدمها المبحوثين في المجال الدراسي اكثر حسب متغير التخصص

المجموع	كلية الآداب و اللغات		معهد الرياضة البدنية		كلية العلوم الانسانية و اج		كلية العلوم الاقتصادية			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
34%	34	36.4%	8	66.7%	2	28.6%	12	36.5%	12	الفيسبوك
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	التويتر
25%	25	27.3%	6	0%	0	28.6%	12	21.2%	7	جوجل بليس
11%	11	4.5%	1	0%	0	11.9%	5	15.1%	5	لينكدان
13%	13	18.2%	4	0%	0	9.5%	4	15.1%	5	اليوتيوب
17%	17	13.6%	3	33.3%	1	21.4%	9	12.1%	4	الواتس اب
0%	0	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	اخرى
100%	100	100%	22	100	3	100%	42	100%	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه :

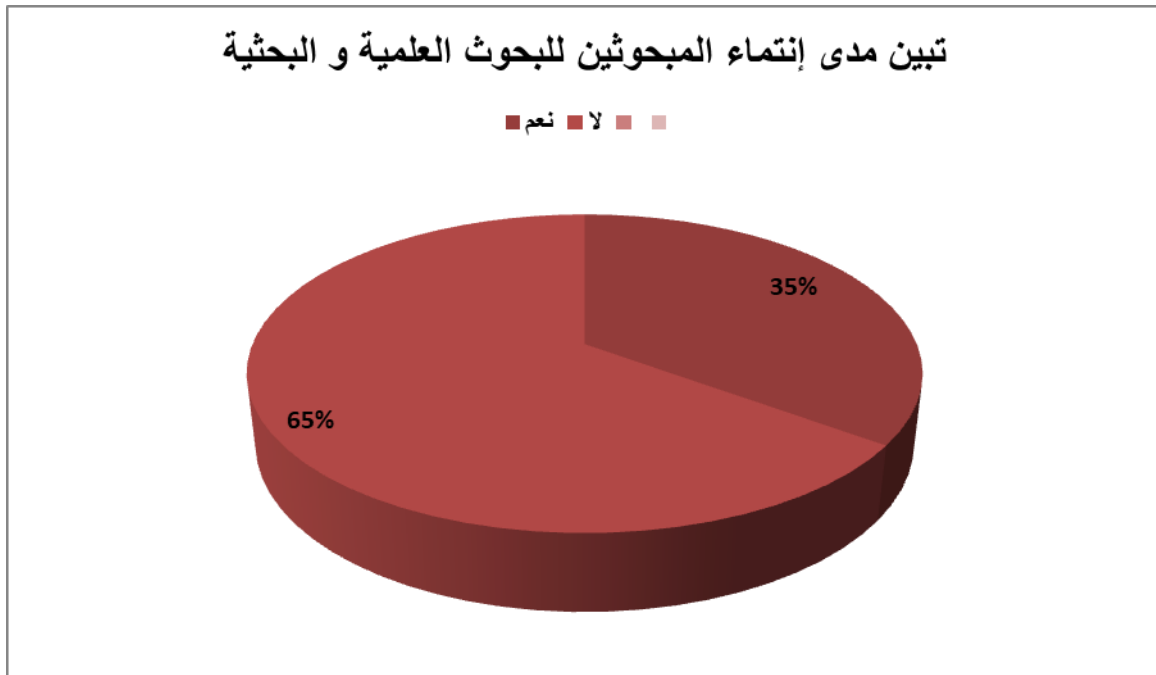
- أغلب المبحوثين في كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يستخدمون الفايسبوك في المجال الدراسي بنسبة 36.5% , ثم جوجل بليس بنسبة 21.2% , ثم اليوتيوب و لينكدان بنسبة 15.1% و في الأخير الواتس اب 12.1%
- أغلب المبحوثين في العلوم الانسانية و علوم التسيير يستخدمون جوجل بليس و الفايسبوك في المجال الدراسي بنسبة 28.6% يليهم الواتس اب بنسبة 21.4% ثم لينكدان بنسبة 11.9% و آخرا اليوتيوب بنسبة 9.5%
- اغلب المبحوثين في كلية الاداب و اللغات يستخدمون الفايسبوك في المجال الدراسي بنسبة 36.4% , يليها جوجل بليس بنسبة 27.3% ثم اليوتيوب بنسبة 18.2% , يليها الواتس اب بنسبة 13.6% و آخرا لينكدان بنسبة 4.5%
- أغلب المبحوثين في معهد الرياضة البدنية يستخدمون الفايسبوك بنسبة 66.7% يليها الواتس اب بنسبة 33.3%



جدول رقم 34: يبين الجدول هل ينتمي المبحوثين للمجموعات العلمية و البحثية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	35	35%
لا	65	65%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه انتماء المبحوثين للمجموعات العلمية حيث قدرت نسبة 65% كأعلى نسبة للمبحوثين الذين لا ينتمون للمجموعات العلمية و نسبة 35% للمبحوثين الذين ينتمون للمجموعات العلمية و البحثية . حيث سنرى في الجدول القادم المجموعات العلمية لفئة 35% .



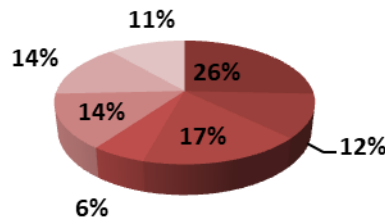
جدول رقم 35: يبين الجدول التالي المجموعات العلمية للمجيبين ب "نعم"

النسبة	التكرار	الاحتمالات
25.7%	9	منتدى علوم الاعلام و الاتصال
14.3%	5	كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير
17.1%	6	جامعة البويرة
5.8%	2	قسم العلوم الاسلامية
11.4%	4	كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
11.4%	4	كلية الادب العربي
14.3%	5	مكتبة المعرفة
100%	35	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المجموعات العلمية و البحثية التي ينتمون إليها المبحوثين المجيبين بنعم فالجدول ما قبله , حيث ينتمي المبحوثين لمجموعة منتدى علوم الإعلام و الاتصال بنسبة 9% من 35% يليها مجموعة جامعة البويرة بنسبة 6% ثم مجموعة مكتبة المعرفة ب 5% و مجموعة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير بنسبة 5% يليها مجموعة كلية الادب العربي ب 4% و كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية 4% و آخرا مجموعة قسم العلوم الاسلامية 2%

تبين المجموعات العلمية و البحثية التي ينتمي إليها المبحوثين

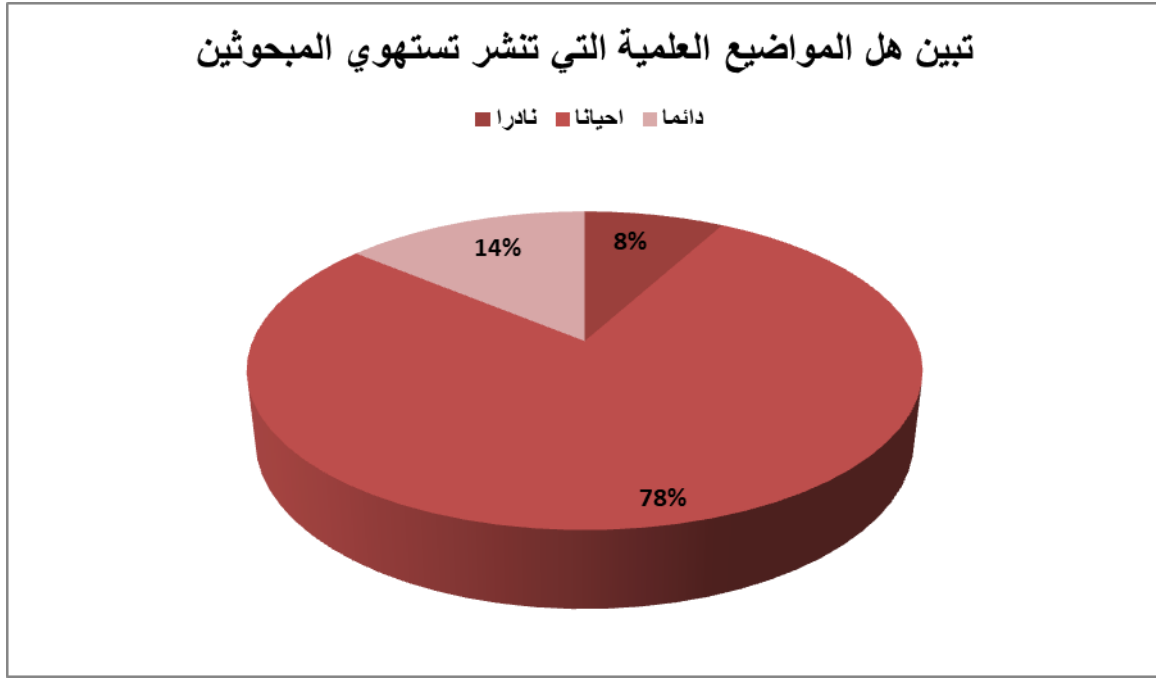
- منتدى علوم الاعلام و الاتصال كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
- كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
- جامعة البويرة
- قسم العلوم الاسلامية
- كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير
- مكتبة المعرفة
- كلية الادب العربي



جدول رقم 36 : يبين الجدول هل تستهوي المبحوثين المواضيع العلمية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
8%	8	نادرا
78%	78	احيانا
14%	14	دائما
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين تستهويهم المواضيع العلمية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة 78% ثم دائما بنسبة 14% و كأدنى نسبة نادرا 8% هذا ما يمكن ترجيحه لقلّة الثقة في المعلومات العلمية التي تنشر أي نقص المصداقية

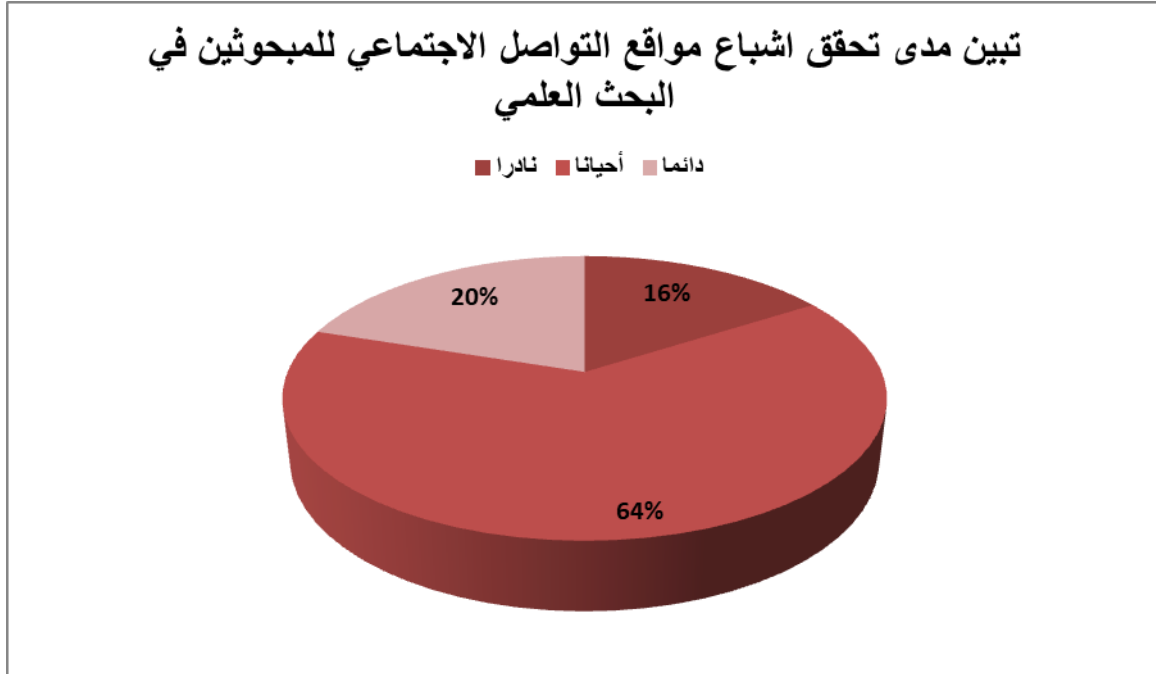


المحور الرابع : الاشباع التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي.

جدول رقم 37 : يبين الجدول هل مواقع التواصل الاجتماعي تحقق اشباع الطالب في مجال البحث العلمي أكثر من الوسائل الأخرى

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نادرا	16	16%
احيانا	64	64%
دائما	20	20%
المجموع	100	100%

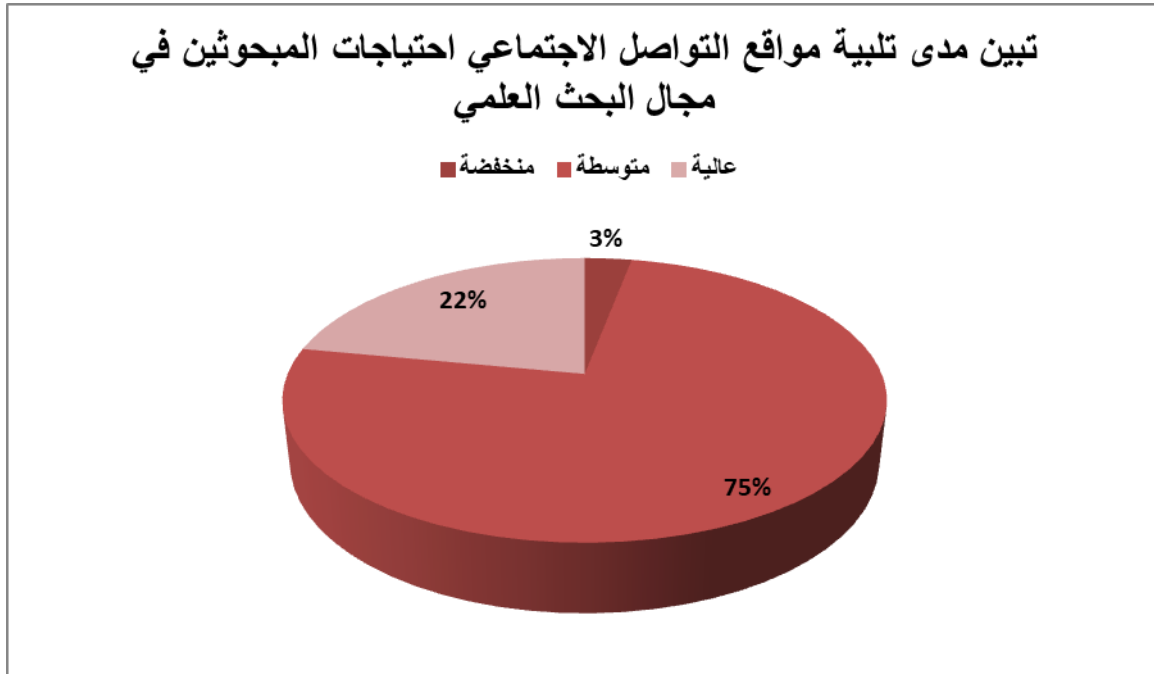
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين الاشباع الذي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في مجال البحث العلمي , حيث أعلى نسبة كانت لأحيانا ب 64% تليها دائما ب 20% ثم نادرا بنسبة 16%



جدول رقم 38 : يبين الجدول ما درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجات المبحوثين في المجال الدراسي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
3%	3	منخفضة
75%	75	متوسطة
22%	22	عالية
100%	100	المجموع

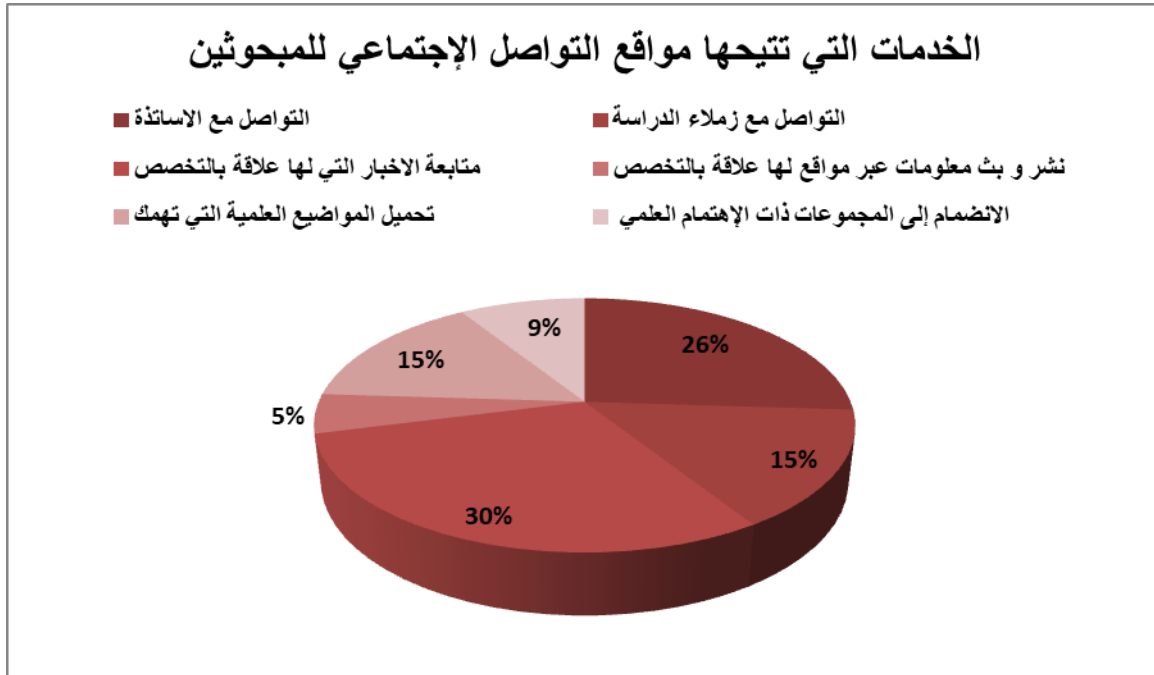
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبية احتياجات المبحوثين في المجال الدراسي متوسطة بنسبة 75% , ثم عالية بنسبة 22% , ثم منخفضة بنسبة 3%



جدول رقم 39 : يبين الجدول الخدمات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في مجال البحث العلمي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
26%	26	التواصل مع الأساتذة
15%	15	التواصل مع زملاء الدراسة
30%	30	متابعة الاخبار التي لها علاقة بالتخصص
5%	5	نشر و بث معلومات عبر مواقع لها علاقة بالتخصص
15%	15	تحميل المواضيع العلمية التي تهتمك
9%	9	الانضمام الى المجموعات ذات الاهتمام العلمي
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الخدمات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبوهونين في مجال البحث العلمي كأعلى نسبة 26% لمتابعة أخبار التي لها علاقة بالتخصص أي مراقبة المستجدات , ثم التواصل مع الأساتذة بنسبة 26% من أجل الإشراف على المذكرات و أيضا التعليم عن بعد يليها تحميل المواضيع العلمية التي تهملك ب 15% و التواصل مع زملاء الدراسة بنسبة 15% ثم الانضمام إلى مجموعات العلمية ذات الاهتمام العلمي بنسبة 9% و في الأخير نشر و بث معلومات عبر مواقع لها علاقة بالتخصص.



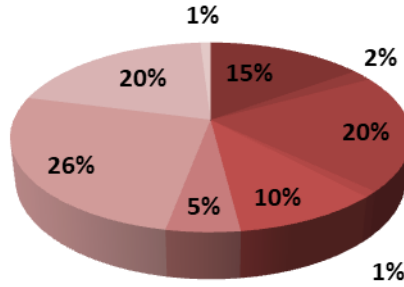
جدول رقم 40 : يبين الجدول الاشباعات العلمية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للمبجوثين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
15%	15	التعليم عن بعد
2%	2	تعلم لغات اخرى
20%	20	اعداد البحوث العلمية
1%	1	المساهمة في معالجة و طرح القضايا العلمية
10%	10	الحصول على اخر الدراسات العلمية
5%	5	ربح الجهد و الوقت و المال
26%	26	التواصل مع الاساتذة
20%	20	اكتساب مراجع و فيرة تخدم التخصص
1%	1	التواصل مع اساتذة التخصص في جامعات اخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الإشباعات العلمية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي كأعلى نسبة التواصل مع الأساتذة ب 26% , ثم إعداد البحوث العلمية 20% و اكتساب مراجع و فيرة 20% يليها التعليم عن بعد ثم الحصول على اخر الدراسات العلمية بنسبة 5% و في الأخير التواصل مع أساتذة التخصص بنسبة 1%

الإشباع التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين

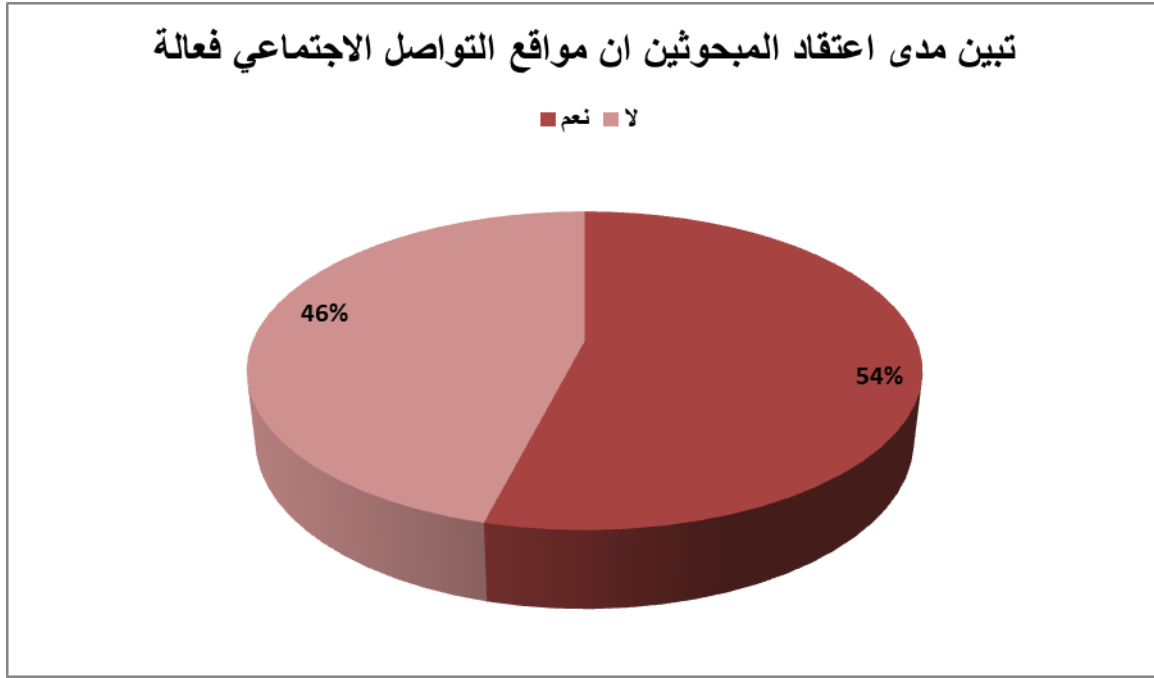
- تعلم لغات اخرى
- المساهمة في معالجة و طرح القضايا العلمية
- التعلیم عن بعد
- ربح الجهد و الوقت و المال
- اعداد البحوث العلمية
- اكتساب مراجع و فيرة تخدم التخصص
- الحصول على آخر الدراسات
- التواصل مع الأساتذة
- التواصل مع اساتذة التخصص من جامعات أخرى



جدول رقم 41: يبين الجدول مدى اعتقاد المبحوثين ان طريقة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فعالة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
54%	54	نعم
46%	46	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه مدى اعتقاد المبحوثين أن طريقة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فعالة حيث يروها فعالة بنسبة 54% و غير فعالة بنسبة 46% حيث سنرى في الجدول التالي تبريراتهم في كلى الحالتين

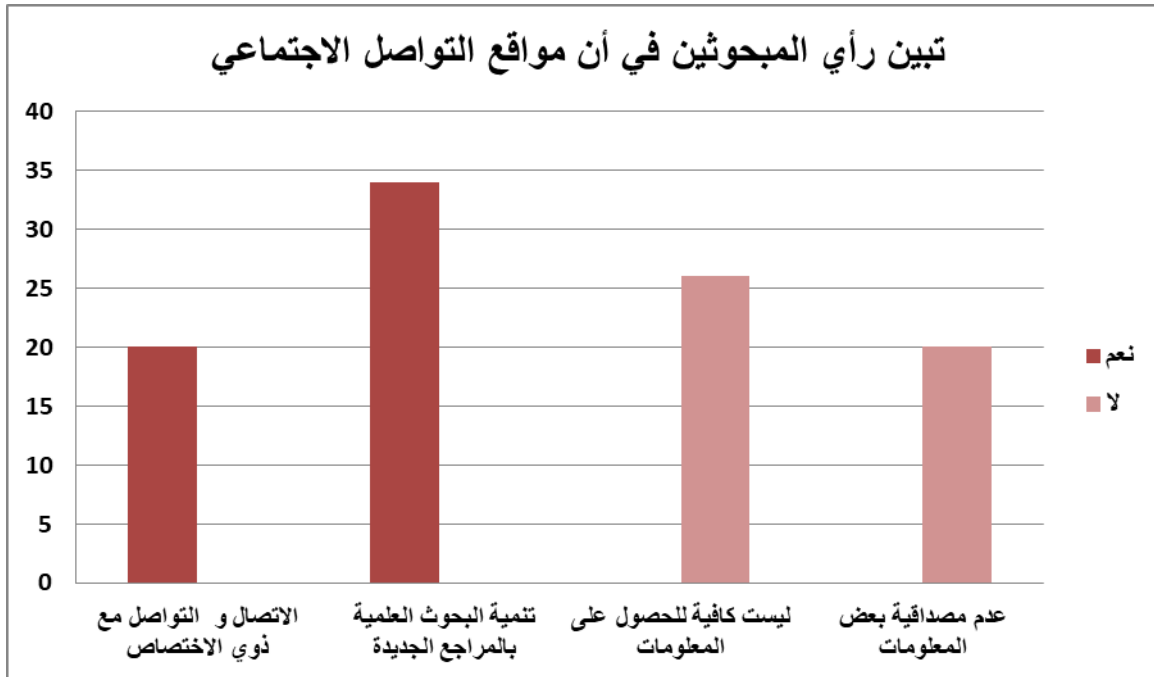


جدول رقم 42: يبين التبرير عن مدى اعتقاد المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي فعالة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الاتصال و التواصل مع ذوي الاختصاص	20	20%
تنمية البحوث العلمية بالمراجع الجديدة	34	34%
ليست كافية للحصول على معلومات وفيرة	26	26%
عدم مصداقية بعض المعلومات	20	20%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن:

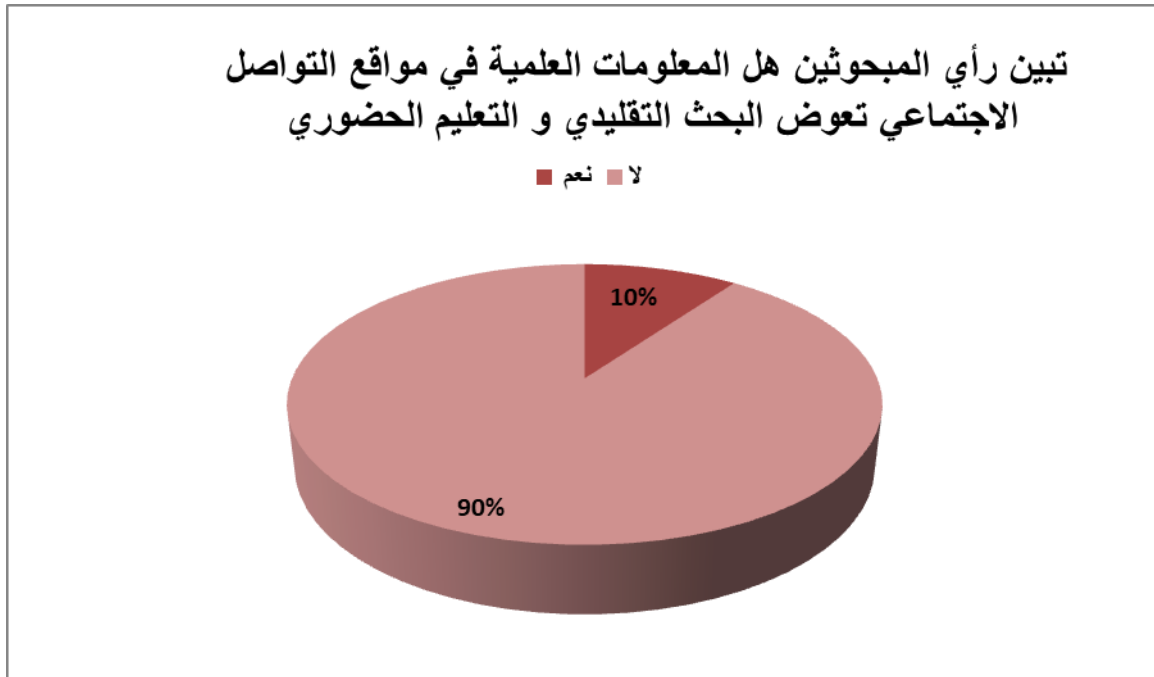
- المبحوثين الذين يرّون أن مواقع التواصل الاجتماعي فعالة بلغت نسبتهم 54, تنمية البحوث العلمية بالمراجع الجديدة كأعلى نسبة قدرت ب 34% ثم الاتصال و التواصل مع ذوي الاختصاص بنسبة قدرت ب 20%
- المبحوثين الذين يرّون أن مواقع التواصل الاجتماعي غير فعالة بلغت نسبتهم الى 46% , ليست كافية للحصول على معلومات وفيرة كأعلى نسبة قدرت ب 26 % و عدم مصداقية بعض المعلومات 20%



جدول رقم 43: يبين الجدول هل المعلومات العلمية المتوفرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ان تعوض التعليم الحضوري و البحث العلمي التقليدي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
10%	10	نعم
90%	90	لا
100%	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه إذ كانت المعلومات العلمية المتوفرة تعوض التعليم الحضوري و البحث العلمي التقليدي لا بنسبة 90% و نعم بنسبة 10% حيث سنرى في الجدول التالي تبرير كلا منهما.

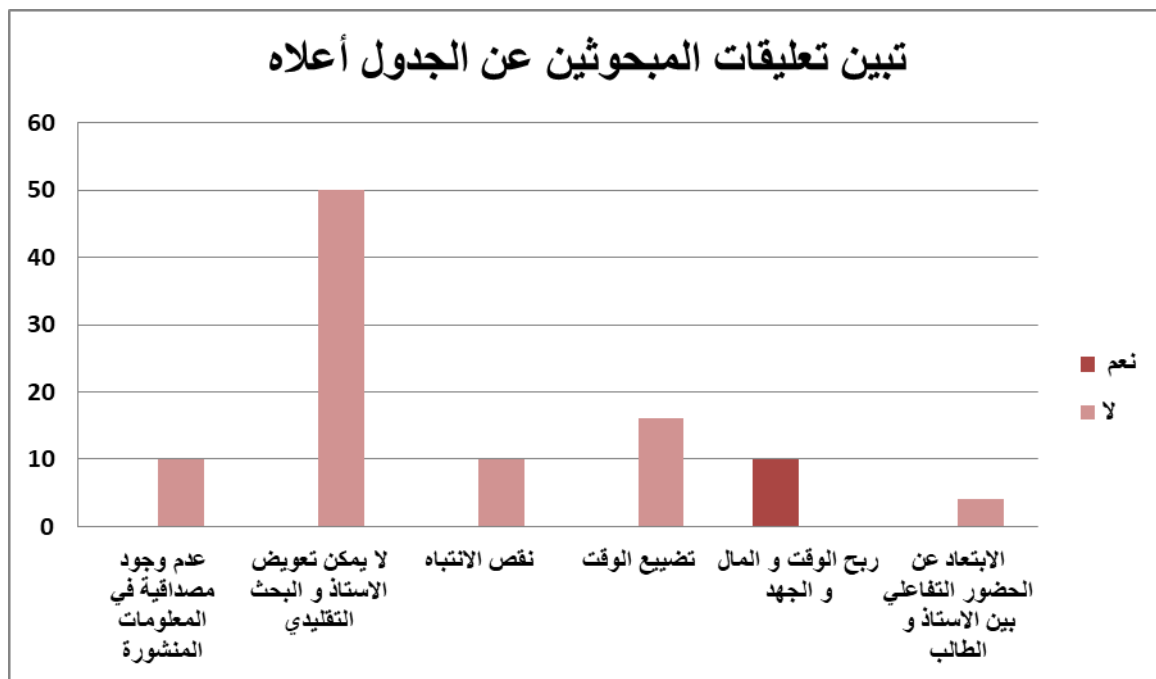


جدول رقم 44 : يبين الجدول تعليقات المبحوثين عن الجدول السابق

النسبة	التكرار	الاحتمالات
10%	10	عدم وجود مصداقية في المعلومات المنشورة
50%	50	لا يمكن تعويض الأستاذ و البحث التقليدي
7%	10	نقص الانتباه
16%	16	تضييع الوقت
5%	10	ربح الوقت و المال و الجهد
2%	4	الابتعاد عن الحضور التفاعلي بين الطالب و الأستاذ
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان كانت المعلومات العلمية المتوفرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ان تعوض البحث التقليدي و التعليم الحضوري حيث يرى 90% من المبحوثين

انه لا يمكن ذلك حيث سجلت أعلى نسبة قدرت ب 50% لا يمكن تعويض الاستاذ و البحث التقليدي يليها تضييع الوقت بنسبة 16% ثم نقص الانتباه 10% و عدم وجود مصداقية في المعلومات المنشورة 10% و آخرها الابتعاد عن الحضور التفاعلي بين الاستاذ و الطالب 4% بينما قدرت نسبة 10% لربح الوقت و المال و الجهد.



2- النتائج العامة للدراسة :

توصلت دراستنا الموسومة ب "مواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي في الجزائر دراسة في الاستخدامات والإشباع المحققة لدى طلبة جامعة البويرة " الى مجموعة من النتائج بعد تفريغ الاستبيان :

1- أنماط استخدام طلبة جامعة البويرة لشبكات التواصل الاجتماعي :

- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات بنسبة 41%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة سيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل بنسبة 51%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة يقضون أكثر من 3 ساعات في اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 68%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة ليس لديهم وقت محدد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 35%
- ان اغلبية طلبة جامعة البويرة يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 78%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة يستخدمون الانستغرام كأكثر المواقع تصفحا بنسبة 24%

2- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث

العلمي :

- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة أحيانا يتفاعلون مع زملائهم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 55%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة يتحدثون مع زملائهم على مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الدراسة بنسبة 41%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة يستخدمون الفايسبوك في المجال الدراسي بنسبة 34%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة لا ينتمون للمجموعات البحثية و العلمية بنسبة 65%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة الذين ينتمون للمجموعات البحثية و العلمية بنسبة 35% يفضلون مجموعة منتدى علوم الإعلام و الاتصال بنسبة 9%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة أحيانا ما تستهويهم المواضيع العلمية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 78%

3- الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في

مجال البحث العلمي:

- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة أحيانا ما تحقق مواقع التواصل الاجتماعي إشباعهم في مجال البحث العلمي أكثر من الوسائل الأخرى بنسبة 64%
- أن أغلبية طلبة جامعة البويرة درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجاتهم في المجال الدراسي متوسطة بنسبة 75%
- أن متابعة أخبار لها علاقة بالتخصص أكثر خدمة تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في مجال البحث العلمي لطلبة جامعة البويرة بنسبة 30%
- أن التواصل مع الأساتذة أكثر إشباع علمي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة جامعة البويرة بنسبة 26%
- أن 54% من طلبة جامعة البويرة يعتقدوا أن طريقة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فعالة
- أن طريقة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فعالة حسب رأي الطلبة , تنمية البحوث العلمية بالمراجع الجديدة بنسبة 34%, و الاتصال و التواصل مع ذوي الاختصاص بنسبة 20%
- أغلبية طلبة جامعة البويرة يرون أن المعلومات العلمية المتوفرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لن تعوض التعليم الحضوري و البحث التقليدي بنسبة 90% , لعدم وجود مصداقية في المعلومات المنشورة ب 10% و لا يمكن تعويض الأستاذ و البحث التقليدي بنسبة 50% , و نقص الانتباه بنسبة 10% , تضييع الوقت بنسبة 16%, و الابتعاد عن الحضور التفاعلي بين الطالب و الأستاذ 4%

الخاتمة

خاتمة :

اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منتشرة بين الأفراد في كافة المجتمعات حول العالم , حيث بات الكثير من طلاب الجامعات يستخدمونها لتلبية مجموعة متنوعة من الحاجات مثل استخدام تلك المواقع كبديل أو مصدر مكمل لوسائل الاعلام التقليدية نظرا لسهولة الوصول اليها باستخدام الأجهزة المحمولة.

فيوجد الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك و جوجل بليس, تويتر , انستغرام و حتى واتس اب و غيرها من المواقع التي تقدم خدمات للطلبة في مجال البحث العلمي كالتواصل مع أساتذة التخصص , التعليم عن بعد , متابعة اخبار لها علاقة بالتخصصالخ.

فقد رصدت هذه الدراسة بشقيها النظري و التطبيقي الذي تطرقنا فيهما الى مواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي من نشأة و مفهوم و خصائص و انواع و تطور و العلاقة بينهما , أما الجانب التطبيقي فقد عالجنا فيه استخدامات طلبة جامعة البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال البحث العلمي و الاشباعات المحققة منه .

ففي الأخير من خلال النتائج المتحصل عليها في الجانب التطبيقي للدراسة يمكننا القول أنا الدراسة تحققت نوعا ما .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولا : قائمة المراجع

1. احمد بدر , اصول البحث العلمي و مناهجه , ط2, ليبيا, 1997,
2. احمد بن مرسللي, مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال, ديوان المطبوعات الجامعية, ط5, الجزائر, 2005,
3. اسماعيل عبد الفتاح الكافي , شبكات التواصل الاجتماعي و الإنترنت و التأثير على الامن القومي و الاجتماعي , المكتب العربي للمعارف , ط1, 2016,
4. بسام عبد الرحمن المشاقبة, نظريات الاتصال, دار اسامة للنشر و التوزيع, الاردن, عمان, 2011,
5. بلال خلف السكارنة , ادارة الازمات , دار المسيرة للنشر و التوزيع و ط1 و عمان , 2015
6. بيتراند راسل , النظرة العلمية , ترجمة عثمان نويه, القاهرة , 1956,
7. جودت عزت عفوي , البحث العلمي , دار الثقافة للنشر و التوزيع , ط1, الاردن 2009,
8. حسين محمد الجبوري, منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية, دار الصفاء للنشر و التوزيع, ط1, 2012,
9. حسين محمود هتيمي, العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي و دار الاسامة للنشر و التوزيع , ط1, الاردن , 2015,
10. خالد غسان يوسف , ثورة الشبكات الاجتماعية , دار النفائس للنشر و التوزيع , ط1, عمان , 2013,
11. درويش شريف اللبان , مداخلات في الاعلام البديل و النشر الالكتروني, دار العالم العربي , القاهرة , 2011,
12. الدليمي عبد الرزاق محمد , الصحافة الالكترونية الرقمية , دار الثقافة للنشر و التوزيع , ط1, عمان , 2015,
13. دون كاتب , المنجد في اللغة و الاعلام , دار المشرق , بيروت , 2003,
14. راندة عاشور عبد العزيز , دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية , المكتب العربي للمعارف , ط1, 2015,

15. رجاء وحيد جويردي, البحث العلمي اساسياته النظرية و ممارسته العلمية
دار الفكر ,دمشق, 2000
16. رضوان حسين النجار, العلاقة المنظومة
17. صلاح الدين شروخ, منهجية البحث العلمي, دار العلوم, عناية, 2003
18. عامر قندلجي, الاعلام الالكتروني, دار المسيرة للنشر والتوزيع, ط1, عمان
2015 ,
19. عامر قندلجي, ايمان السامري, البحث العلمي الكمي و النوعي , دار
اليازدي, عمان, 2009
20. عبد الامير الفيصل, دراسات في الاعلام الالكتروني, دار الفكر للنشر و
التوزيع, 2004
21. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر, مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك
الانساني, دار الصفاء للنشر, ط1, عمان, 2015
22. عبد الكريم منتصر, تاريخ العلم و دور العلماء العرب في تقدمه, دار
المعارف, القاهرة, 1980
23. عبد الله محمد الشريف, مناهج البحث العلمي, الاسكندرية, مكتبة الاشعاع
ط1, 1996
24. علاء الدين محمد عفيفي المليحي, الاعلام و الشبكات التواصل الاجتماعي
العالمية, دار التعليم الجامعي, ط1, الاسكندرية, 2015
25. فتحي حسين عمارة, علم النفس الاعلامية, العربي للنشر و
التوزيع, مصر, 2012
26. فضيل ديليو, اتصال المؤسسة, دار الفجر للنشر, ط1, 2003
27. الكنوز منال هلال مزاهرة, مناهج البحث العلمي, دار المسيرة للنشر
والتوزيع, 2014
28. ليلى احمد جراح, الفاييبوك و الشباب العربي, مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع
, ط1, 2012
29. محفوظ جودة, اساليب البحث العلمي, دار زاهر للنشر و التوزيع, ط1, 2007
30. محمد السيد علي, موسوعة المصطلحات التربوية, دار المسيرة للنشر و
التوزيع, الاردن, 2011
31. محمد عبيدات و اخرون, منهجية البحث العلمي, القواعد و المراحل و
التطبيقات, دار وائل للنشر و التوزيع, عمان, ط2, 1999

32. محي الدين اسماعيل, تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين
مكتبة الوفاء القانونية, ط1, جامعة القاهرة, 2015,
33. مرزوق عبد الكريم العادلي والإعلانات الصحفية, دار الفجر, ط1, مصر
القاهرة, 2004,
34. منذر الضامن, اساسيات البحث العلمي, دار المسيرة للنشر و التوزيع, عمان
ط1, 2007,
35. هجيرة بن بوزيد, مواقع التواصل الاجتماعي العلمية و دورها في تثمين
البحث العلمي, جامعة الجزائر2
36. وائل مبارك خضر فضل الله, اثر الفايسبوك على المجتمع, مدونة الشمس
النهضة للنشر, ط1, السودان, 2011,
37. ويليام ريفرز و اخرون, ترجمة احمد طلعت الدشيشي, الاتصال الجماهيري و
الجماعات المعاصرة, دار المعرفة الجامعية, مصر, 2001,
- ثانيا :المجلات و الرسائل الجامعية :**

1. ابتسام مشحوق, العلاقة بين انشاء مخابر البحث العلمي و تطوير الانتاج العلمي في
الجزائر, رسالة ماجستير لجامعة منتوري قسنطينة, كلية علوم انسانية و اجتماعية
قسم علم النفس و علوم التربية و الارطفونيا, 2012,
2. بن اعراب عبد الكريم, مستقبل البحث العلمي في الجزائر, مجلة الامير عبد القادر
للعلوم الاسلامية, العدد 13, 2003,
3. بورحلة سليمان, اثر الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم, ماجستير
علوم الاعلام و الاتصال, جامعة بن خدة يوسف, 2007-2008
4. حسن لوشن, ديناميكية العلاقة بين المشرف و الطالب كمطلب استراتيجي لضمان
انجاز بحث علمي ناجح و ضمن اعمال الندوة علاقة المشرف بالطالب الباحث
جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية, 19 نوفمبر 2008
5. حيدوز حاج بشير, اثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في
الدول العربية, اطروحة دكتوراه, كلية الحقوق, جامعة محمد خيضر, بسكرة, 2017,
6. خيرة محمدي, شبكة التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية, مجلة الحكمة للدراسات
الاعلامية, العدد 11, الجزائر, 2017,
7. زاهر راضي, استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي, مجلة التربية
العدد 15, جامعة عمان الاهلية,

8. سعيد بومعيزة, اثر وسائل الاعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية على منطقة البلدية , اطروحة دوكتراه علوم الاعلام و الاتصال , جامعة الجزائر, 2006
9. فتيحة حفحوف , معوقات البحث الاجتماعي في الجامعة الجزائرية من وجهة نظر الاساتذة الجامعيين , رسالة ماجستير جامعة فرحات عباس سطيف , كلية العلوم الاجتماعية, قسم علو اجتماع و ديموغرافيا
10. وسام طایل البشاشة, دوافع استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها , دراسة على طلبة الجامعة الاردنية و جامعة البترا نمونجا , رسالة ماجستير تخصص الصحافة و الاعلام , جامعة الاردن , 2012-2013

ملاحق

Nombre de formations :

NB Domaines	NB Filières		NB Spécialités	
	Licence	Master	Licence	Master
11	33	48	75	

Effectifs des étudiants inscrits cycle 01 et 02 2021/2022

Faculté/Institut	FSSA	SNV	ISTA	SEGC	DSP	SHS	STAPS	FLL	Total
L1	1726	701	87	711	815	1159	93	537	5819
L2	510	317	53	574	558	852	21	426	3511
L3	710	355	30	869	482	884	06	421	3757
M1	675	351	/	775	557	916	67	590	3909
M2	487	350	/	568	343	723	124	379	2974
Total	4118	2274	170	3495	2795	4514	311	2353	19970

Effectifs des étudiants étrangers

1er cycle = 11 étudiants

2ème cycle = 03 étudiants

جامعة اكلي محند اولحاج -البويرة-

كلية :العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم :علوم الاعلام و الاتصال

تخصص:اتصال و علاقات عامة

مواقع التواصل الاجتماعي و البحث العلمي في الجزائر
دراسة في الاستخدامات و الاشباعات المحققة لدى طلبة جامعة

استبيان مكمّل لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال
و علاقات عامة .

اشراف الاستاذة :

الدكتورة سميرة

اعداد الطلبة :

ياسمين نجوي
بلعربي

جوهر قادوش

هاني مدات

ملاحظة :

الرجاء منكم القراءة المتأنية للسئلة و الاجابة عنها حسب رايكم الخاص بكل موضوعية
و المعلومات المقدمة من طرفكم لا تستعمل الا لاغراض البحث العلمي

السنة الجامعية:2021/2022

المحور الاول :البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر انثى
- 2- السن 1-21 26- 7 با فوق
- 3- المستوى الجامعي :
اولى ليا ثانية ليس ثالثة ليس اولى ما
ثانية ماسا
- 4- الكلية او المعهد :
علوم اقتصا علوم انسانية و معهد الريام ادب و لغ
- 5- مكان الاقامة :
حضر شبه حضر ريف

المحور الثاني : انماط استخدام طلبة جامعة البويرة لشبكات التواصل الاجتماعي

- 1- منذ متى و انت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟
منذ اقل من عام
من 2 الى 4 سنو
من 4 الى 6 سنو
اكثر من 6 سنو
- 2- في اي الاماكن تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟
المنزل الجامعة مقهى الانترنت اماكن عمسة
اخرى تذكر
- 3- ماهو عدد الساعات التي تقضيها في اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
اقل من ساعة من 1 الى 3 ساعات اكثر من 3 ساعات
- 4- ما هي الفترة الاكثر استخداما لديك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
صباح مساء ليلا ليس لدي وقت محدد حسب الظروف
- 5- ما هي الوسيلة التي تستخدمها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ؟

قائمة ملاحق

- | الهاتف الذكي
المكتبي | الجهاز اللوحي | الحاسوب المحمول | الحاسوب |
|-------------------------|--|--------------------------|--------------------------|
| 6- | ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي خدمها | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7- | الفايسبوك | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | (Facebook) التويتر (Twitter) الانستغرام (Instagram) اليوتيوب (Youtube) فايبر (Viber) الواتس اب (WhatsApp) اخرى تذكر..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

المحور الثالث : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي

- 8- هل تتفاعل مع زملائك بالجامعة و تتواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
نادرا احيانا دائما
- 9- ما هي الموضوعات التي تحدث زملائك حولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ؟
في مجال الدراسات في حياتك اليومية مواضيع اجتماعية مواضيع سياسية مواضيع رياضية اخرى تذكر.....
- 10- ما هي المواقع التي تستخدمها في المجال الدراسي اكثر ؟
الفايسبوك (Facebook) التويتر (Twitter) جوجل بليس (Google+) لينكدان (LinkedIn) اليوتيوب (Youtube) الواتس اب (WhatsApp) اخرى تذكر.....
- 11- هل تنتمي الى المجموعات العلمية و البحثية الناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
نعم لا
اذا كانت الاجابة نعم , ماهي هذه المجموعات العلمية ؟
تذكر.....
- 12- هل تستهويك المواضيع العلمية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
نادرا احيانا دائما

المحور الرابع: الاشباعات الى تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة البويرة في مجال البحث العلمي

13- هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي تحقق اشباعاتك في مجال البحث العلمي اكثر من الوسائل الاخرى؟

نادر احياناً دائماً

14- ما درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجاتك في مجالك الدراسي؟

منخفض متوسط عالي

15- ماهي الخدمات التي تتيحها لك مواقع التواصل الاجتماعي في مجال البحث العلمي؟

- التواصل مع الاساتذة
- التواصل مع زملاء الدراسة
- متابعة الاخبار التي لها علاقة بالتخصص
- نشر و بث معلومات عبر المواقع لها علاقة بالتخصص
- تحميل المواضيع العلمية التي تهتمك
- الانضمام الى المجموعات ذات الاهتمام العلمي

اخرى تذكر.....

16- ماهي الاشباعات العلمية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي؟

- التعليم عن بعد
- تعلم لغات اخرى
- اعداد البحوث العلمية

- المساهمة في معالجة و طرح القضايا العلمية
- الحصول على اخر الدراسات العلمية
- ربح الجهد و الوقت و المال
- التواصل مع الاساتذة
- اكتساب مراجع و فيرة تخدم التخصص
- التواصل مع اساتذة التخصص في جامعات ام

17- هل تعتقد ان طريقة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مجال البحث العلمي فعالة؟

نعم لا

بررّ اجابتك

18- في رأيك هل يمكن للمعلومات العلمية المتوفرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ان تعوض التعليم الحضوري و البحث العلمي التقليدي؟

نعم لا

وكيف ذلك

