الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف – المسيلة-

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

مذكرة بعنوان

استخـدام تـلاميذ المتـوسط للشبـكات الاجتمـاعية

دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ متوسط عائشة الباعونية - بوسعادة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال و علاقات عامة

من إعداد الطالبين:

- بن شهرة كلثوم
- رحمون أمينة

إشراف الأستاذة:

حيمر سعيدة

السنة الجامعية: 2023 - 2024

شكر وعرفان

أولا قبل كل شيء نشكر الله عز وجل على منه وفضله و توفيقه لانجاز هذا العمل المتواضع فله الحمد وله الشكر.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة الفاضلة المشرفة "حيمر سعيدة" والى كل أساتذة القسم الذين أشرفوا علينا خلال مشوارنا لهذه السنة ، و خاصة إلى رئيس القسم الأستاذ غزال.

إلى زميلاتنا في دفعة 2023 _ 2024

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

" وقالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا انك أنت العليم الحكيم"

البقرة 32

الحمد لله الذي أكرمني بفضله وأنار لي طريقي ودربي...الحمد لله الذي أعانني ووفقني في إكمال هذا العمل.

أهدي هذا اعلم إلى روح أبي عليه رحمة الله ... و إلى والدتي الغالية حفظها الله ورعاها

إلى سندي ورفيق دربي زوجي الغالي

إلى من شاركتهم طفولتي وكل حياتي إلى إخوتي و أخواتي الغاليات وجميع أبنائهم

إلى أساتذتي ... لهم كل الاحترام و التقدير

كلثوم

إهداء

أهدي هذا العمل إلى الوالدين الكريمين ، وإلى زوجي وبناتي سيرين ولينا و اناس و إلى الأخت الكريمة، وأخي و أبناءه بدرو و زينو.

أمينة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	الصفحة
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
مقدمة	**أ-ب**
الفصل الأول : الإطار المنهجي	**الصفحة**
تمهيد	**02**
أولا: إشكالية البحث	**03**
1- تحديد المشكلة	**03**
2- فرضيات الدراسة	**04**
3- أسباب اختيار الموضوع	**05**
4- أهداف الدراسة	**06**
5- الدراسات السابقة و المشابهة	**06**
6- تحديد مفاهيم الدراسة	**10**
ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة	**13**
1- مجالات الدراسة	**13**
2- مجتمع البحث و العينة	**13**
3- تحديد منهج الدراسة	**15**
4- أدوات جمع البيانات	**16**
الفصل الثاني : التأصيل النظري للدراسة	**الصفحة**
تمهيد	**18**
المبحث الأول: نظرية الاستخدامات و الاشباعات	**19**
1-1 مدخل مفاهيمي	**19**
1-2 نشأة وتطور مدخل الاستخدامات و الاشباعات	**21**
1-3 عناصر وفرضيات مدخل الاستخدامات و الاشباعات	**23**
1-4 أهداف مدخل الاستخدامات و الاشباعات	**29**
1-5 انتقادات مدخل الاستخدامات و الاشباعات	**30**
المبحث الثاني: النظريات المشابهة	**32**
2-1 نشأة نظرية التفاعلية الرمزية	**32**
2-2 مفهوم الفاعلية الرمزية	**33**
2-3 فرضيات التفاعلية الرمزية	**33**

فهرس المحتويات

2-4 التفاعلية الرمزية في الدراسات الاتصالية	35
خلاصة الفصل	36
الفصل الثالث : استخدام الشبكات الاجتماعية وآثارها	**الصفحة**
تمهيد	38
المبحث الأول : ماهية الشبكات الاجتماعية	39
1-1 تعريف الشبكات الاجتماعية	39
1-2 نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية	40
1-3 أنماط الشبكات الاجتماعية	42
1-4 خصائص الشبكات الاجتماعية	42
1-5 أنواع الشبكات الاجتماعية	43
3-6 ايجابيات وسلبيات الشبكات الاجتماعية	46
المبحث الثاني : مرحلة التعليم المتوسط	48
2-1 مفهوم التعليم المتوسط	48
2-2 مراحل التعليم المتوسط	49
2-3 خصائص التعليم المتوسط	49
2-4 أهداف التعليم المتوسط	50
2-5 أهمية التعليم المتوسط	51
المبحث الثالث: أثر الشبكات الاجتماعية على السلوك الاجتماعي و التحصيل الدراسي	52
أولاً: ماهية السلوك الاجتماعي	52
3-1-1 مفهوم السلوك الاجتماعي	52
3-1-2 عناصر السلوك الاجتماعي	52
3-1-3مميزات السلوك الاجتماعي	53
ثانيا: ماهية التحصيل الدراسي	53
3-2-1 مفهوم التحصيل الدراسي	53
3-2-2 عوامل تأثير تكنولوجيا الإعلام على التحصيل الدراسي	54
3-2-3 الآثار الايجابية و السلبية للشبكات الاجتماعية على التحصيل الدراسي	55
خلاصة الفصل	58
الفصل الرابع : الدراسة الميدانية	**الصفحة**
أولاً: تفريغ و تحليل البيانات	60

فهرس المحتويات

1- البيانات الشخصية	**60**
2- عادات و أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية	**62**
3- دوافع و حاجات استخدام الشبكات الاجتماعية	**67**
4- الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية	**70**
ثانياً: تحليل نتائج الدراسة	**74**
1- النتائج الجزئية	**74**
2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات	**76**
3- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء نظرية الاستخدامات و الاشباعات	**77**
4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة	**78**
خاتمة	**80**
توصيات و اقتراحات	**81**
قائمة المصادر و المراجع	**83**
الملاحق	**89**
ملخص الدراسة عربي	**93**
ملخص الدراسة انجليزي	**94**

فهرس الجداول

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	60
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	60
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	61
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	61
05	يوضح أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف أفراد العينة	62
06	يوضح عدد سنوات استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية	62
07	يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في عملية التصفح	63
08	يوضح الفترة التي تتم فيها عملية تصفح الشبكات الاجتماعية	64
09	يوضح لجوء المبحوثين لاستخدام للشبكات الاجتماعية	64
10	يوضح المكان المفضل لاستخدام افراد العينة للشبكات الاجتماعية	65
11	يوضح مدى سهولة استخدام الشبكات الاجتماعية	65
12	يوضح مدى أهمية الشبكات الاجتماعية للمبحوثين	66
13	يوضح مدى استخدم المبحوثين لاسمهم الحقيقي عبر الشبكات الاجتماعية	66
14	يوضح شعور المستخدم عن تصفح الشبكات الاجتماعية	67
15	يوضح الدافع لاستخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية	68
16	يوضح مدى مساعدة الشبكات الاجتماعية للمبحوثين	69
17	يوضح مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اليومية للمبحوثين	69
18	يوضح درجة استفادة المبحوثين من الشبكات الاجتماعية	70
19	يوضح درجة تلبية الشبكات الاجتماعية لاحتياجات المبحوثين	71
20	يوضح مدى التأثير الفكري للشبكات الاجتماعية على المبحوثين	71
21	يوضح مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على السلوك داخل محيط للمبحوثين	72
22	يوضح مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على المستوى الدراسي للمبحوثين	73
23	يوضح مدى مساهمة الشبكات الاجتماعية في تطوير شخصية للمبحوثين	73
24	يوضح مدى رغبة المبحوثين وتشجيعهم لاستخدام الشبكات الاجتماعية	74

مقدمـــــة

مقدمة:

كان لثورة التكنولوجيا و انتشارها بروز تحولات متسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، مما جعل العالم يبدو كقرية صغيرة تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، فلقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف تسعينيات القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال تعد الشبكات الاجتماعية من أهم وسائل التواصل الحديثة التي أحدثت ثورة في مجالات الاتصالات بين الأفراد، وقد فتحت هذه التطورات المجال لظهور شبكات اجتماعية مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها من المواقع التي تغلغلت في جميع مجالات الحياة، وصولاً إلى تلاميذ الطور المتوسط.

إن من يتأمل التطورات التي طرأت على الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال، لا بد أن يلاحظ التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعنا، لا شك أن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بشكل ما بالتطورات الهائلة والمتتالية التي شهدتها المجتمعات في ظل العولمة، بدلاً من التواصل وجهاً لوجه، أصبح الاتصال عبر الوسائط جزءاً أساسياً من حياتنا، وتغلغل في كل جانب منها، مما حول الفرد إلى شخصية افتراضية تتفاعل ضمن مجتمع افتراضي، لهذا النوع من الاتصالات دور فعّال في مختلف المجتمعات، حيث سهل التواصل بين أفراد المجتمع، ومع ذلك، طرح هذا التطور العديد من القضايا، مثل إلغاء بعض لغات الاتصال المباشر مثل تعابير الوجه والإيماءات وغيرها من طرق الاتصال التي عرفتها الإنسانية منذ آلاف السنين، وهكذا أصبح الاتصال والتفاعل في المجتمع الافتراضي نقطة تحول هامة في مجال الاتصال.

هذا التغير في طبيعة التواصل بات قد يهدد العلاقات التقليدية وله تأثيرات واسعة على مختلف المستويات، فقد ظهرت العلاقات الافتراضية والهوية الافتراضية التي تسعى إليها الشبكات الاجتماعية، مما أثر بشكل كبير على طبيعة العلاقات السائدة التي كانت دائماً الرابط الذي يجمع أفراد المجتمع، على خلاف ذلك يمكن للشبكات الاجتماعية تحقيق

اشباعات فئة من الناس تريد التواصل افتراضيا و تغطي فراغا في العلاقات الاجتماعية من حيث سرعة التواصل و إيصال المعلومة ، كذلك خلق صداقات مع افراد من مجتمعات أخرى أو من نفس المجتمع .

بناءً على ذلك، يمكن القول إن انتشار استخدام الشبكات الاجتماعية بين التلاميذ أسهم في تحقيقهم لعدة إشباعات، و من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد استخدام تلاميذ الطور المتوسط للشبكات الاجتماعية و الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام، وقد قُسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول على النحو التالي:

الفصل الأول: تم فيه التعريف بموضوع الدراسة من خلال تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها و فرضياتها وأهدافها، وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة، كما تم عرض الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال تحديد مجالات الدراسة والعينة الممثلة لمجتمع الدراسة، والمنهج المناسب وأداة جمع البيانات.

الفصل الثاني: عرض عن التأصيل النظري للدراسة ، بتقديم لمدخل مفاهيمي لمدخل الاستخدامات و الاشباعات مع نشأتها وتطورها ، كذلك عناصر و أهداف المدخل ، بالإضافة إلى الانتقادات الموجهة للمدخل و الرد عليها، كذلك نظرية التفاعلية الرمزية مع نشأتها و مفهومها و فرضياتها و دورها في الدراسات الاتصالية .

الفصل الثالث: تم فيه تقديم عرض موجز عن مفهوم و نشأة الشبكات الاجتماعية، ودور هذه المواقع ومميزاتها، وكذلك الخدمات التي تقدمها ومجالات استخدامها، بالإضافة إلى فوائدها وسلبياتها وأبرز الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى مرحلة التعليم المتوسط من مفهوم ومراحل و خصائص و أهداف هذا الطور وما الآثار المترتبة عليه من حيث السلوك الاجتماعي و التحصيل الدراسي.

الفصل الرابع: تناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات مفردات عينة الدراسة حول محاور الاستمارة، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراسة، ومناقشتها في ضوء نظرية الاستخدامات و الاشباعات وفي ضوء الفرضيات والدراسات السابقة.

الفصل الأول : الإطار المنهجي

تمهيد

أولا: إشكالية البحث

1- تحديد المشكلة

2- فرضيات الدراسة

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهداف الدراسة

5- الدراسات السابقة و المشابهة

6- تحديد مفاهيم الدراسة

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة

2- مجتمع البحث و العينة

3- تحديد منهج الدراسة

4- أدوات جميع البيانات

تمهيد:

إن تحديد المشكلة هو خطوة أساسية في إعداد أي دراسة، حيث يتم من خلالها التعرف على جوانب غير معروفة في موضوع الدراسة لكي نتمكن من إلمامها، حيث يبدأ البحث بتحديد مشكلة لا نعرف كل تفاصيلها، ومن ثم نسعى لجمع البيانات المتعلقة بها لتوضيحها، وبالتالي نتناول في هذا الفصل موضوع الدراسة، وأهميتها وأهدافها، والمصطلحات المتعلقة بمتغيراتها وكيفية تحديدها بشكل عملي، بالإضافة إلى استعراض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة وصياغة فروضها، التي ستساعدنا في استكشاف المجهولات.

أولاً: إشكالية الدراسة

1- تحديد المشكلة

شهدت الإنسانية في هذا العصر ثورة اتصالية ومعرفية غير مسبوقة، حيث أصبح بإمكان كل فرد على وجه هذه الأرض التعبير عن آرائه ومعتقداته وتوجهاته بسهولة من خلال النصوص والصور والأفلام، في أي وقت وفي أي مكان، دون الحاجة إلى معدات ثقيلة أو أجهزة معينة، فقد جعلت الهواتف، خاصة الذكية، هذا الحق متاحاً بشكل سحري، مما أتاح للجميع التدوين والنشر بسهولة في الفضاء الافتراضي، والتفاعل مع متصفحي العالم، سواء في أقصى شرق العالم أو غربه.

بفضل الإنترنت، أصبح العالم كوخاً صغيراً يضم بداخله كافة البشر بتنوعهم وألوانهم ولغاتهم، حيث قامت بتحولات جوهرية في طبيعة الاتصال الإنساني الجماهيري، حيث تطورت العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بشكل لم يسبق له مثيل، وبحيث أصبح التواصل والتعارف والتفاعل أسهل، وتقريب المسافات وإزالة الحدود والتفاعل بين الثقافات أصبحت ممكنة بشكل لم يكن متوقعاً.

ومن بين الخدمات البارزة التي قدمتها شبكة الإنترنت، تأتي شبكات التواصل الاجتماعي كجيل جديد في عالم الاتصال والتواصل، بما تتميز به هذه الشبكات بالعالمية والمرونة و الخدماتية والتفاعلية، مما يتيح للمستخدمين مشاركة المحتوى وتبادل المعلومات بسرعة وسهولة، والتفاعل مع مجتمعات واسعة عبر العالم.

تقدم شبكات التواصل الاجتماعي مجموعة متنوعة من الخصائص والميزات التي جعلتها منصة متعددة الاستخدامات، حيث يمكن توظيفها في مختلف المجالات مثل السياسة والإعلام والاجتماع والتعليم والاقتصاد، وأصبحت أداة أساسية للشركات والمؤسسات و الأفراد وحتى وسائل الإعلام التقليدية لنقل رسائلهم وتوجيهها للجمهور. تختلف هذه الرسائل بحسب الأهداف المرجوة منها، حيث يمكن أن يكون المستخدمون مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية محددة تدفعهم لاستخدام وسائل الشبكات الاجتماعية بهدف تحقيق أهداف خاصة بهم.

بفضل تنوع واسع في الخدمات التي تقدمها، شهدت مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرًا من قبل مختلف شرائح المجتمع، بما في ذلك تلاميذ المرحلة المتوسطة الذين يمثلون الجيل القادم الذي يتمتع بقدرات متقدمة للتكنولوجيا. ورغم أن هذه المواقع قد جذبت الاهتمام والاستخدام الواسع، إلا أن هناك مخاوف من أن استخدامها المفرط قد يؤثر على أداء التلاميذ في المدارس، حيث يمكن أن يصبح الاعتماد المفرط على الشبكات الاجتماعية عائقًا أمام التركيز والتحصيل الدراسي.

ومع ذلك، يجدر بالذكر أن هناك فوائد لاستخدام الشبكات الاجتماعية أيضًا، حيث تسهم في توسيع دائرة معارف التلاميذ وتبادل المعلومات والخبرات بينهم، بالإضافة إلى أنها قد تساهم في ملء بعض الفراغات الاجتماعية والعاطفية لديهم.

وهذا ما يقودنا إل طرح التساؤل الرئيسي التالي:

فيما تكمن استخدامات تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية وما هي الإشباعات المحققة من ذلك؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية هي كالآتي:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام تلاميذ عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية؟

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

3- ما هي الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

2- فرضيات الدراسة:

- تعتبر الفترة الليلية هي الأكثر استخداماً للشبكات الاجتماعية من قبل عينة الدراسة.
- تمثل دوافع استخدام التلاميذ للشبكات الاجتماعية الرغبة في الحصول على المعرفة، و التعرف على أصدقاء جدد لتعزيز التواصل بينهم ، والابتعاد عن العزلة، والتسلية و الترفيه .
- تبرز الاشباعات التي يحققونها من تصفح الشبكات الاجتماعية في تحقيق التعاون بين الأفراد وتعلم أساليب التواصل و الحوار، و التأثير الفكري الذي يطور من شخصية التلاميذ.

3- أسباب اختيار الموضوع:

- **أهمية الموضوع:**

تكمن أهمية هذا الموضوع في ارتباطه بالشبكات الاجتماعية، التي أثرت بشكل كبير على المجتمعات والأفكار والتوجهات السياسية والاجتماعية، وحتى النفسية عالميًا، فقد زاد الاهتمام بها، خاصة من قبل الشباب والتلاميذ، الذين أصبحوا يستخدمونها كنافذة لفهم العالم المحيط بهم، وتقدم هذه الدراسة إضاءة على كيفية استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية، مما يفتح الباب أمام الباحثين والمرشدين التربويين والمديرين والمدرسين والأهل لفهم تأثير هذا الاستخدام على جوانبهم النفسية والاجتماعية.

- **أسباب ذاتية:**

- الميول الشخصي للمتعرف على تأثير الشبكات الاجتماعية على التحصيل الدراسي.
- الرغبة في إثراء البحوث العلمية.
- محاول معرفة أهم الاشباعات المراد تحقيقها خلال عمليات التصفح.

- **أسباب موضوعية:**

بناءاً على مراقبتنا اليومية والاطلاع على بعض المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية، ارتأينا البدء في البحث والتحقيق العميق في استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية وكيفية استفادتهم منها، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج تسهم في تقديم قيمة مضافة للباحثين والمؤسسات التعليمية، حيث سنحلل البيانات والمعلومات لاستخلاص استنتاجات تسهم في توجيه السياسات وتحسين التجارب التعليمية.

سنقدم أيضًا دراسة علمية تفصيلية تسهم في إثراء البحوث السابقة وتقديم منظور جديد يساهم في تطوير المجال العلمي والتعليمي.

4- أهداف الدراسة:

- تحليل عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية لعينة من تلاميذ التعليم المتوسط.
- دراسة استخدامات الشبكات الاجتماعية من قبل تلاميذ المتوسط وتحديد الفوائد المحققة.
- تحليل الشبكات الاجتماعية الأكثر استخدامًا بين قبل تلاميذ المتوسط وتقديم تصور عن أهميتها.
- استكشاف دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية لتلاميذ عينة الدراسة.
- تقديم نقاط القوة والضعف للشبكات الاجتماعية من وجهة نظر تلاميذ المتوسط..
- تقييم مستوى الثقة الذي يمتلكه تلاميذ عينة الدراسة في الشبكات الاجتماعية.
- توجيه الانتباه للأضرار والسلبيات المحتملة للشبكات الاجتماعية بين تلاميذ التعليم المتوسط.

5- الدراسات السابقة و المشابهة:

- **الدراسات الجزائرية:**

دراسة علي حوش ومحمد بوزريرة بعنوان استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة، أنجرت الدراسة بجامعة جيجل في سنة 2016 -2017 بغرض نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قامت الدراسة على تساؤل رئيسي متمثل في: **ما هي استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك و الاشباعات المحققة منه،** أما التساؤلات الفرعية فهي كالآتي:

- ما هي الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي النتائج المترتبة عن استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أما فرضيات الدراسة فتمثلت في:

- دوافع التلاميذ لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل.

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

– أدى استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي إلى نتائج سلبية.

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

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

بالنسبة للبيانات الشخصية فقد تبين أن أغلب أفراد العينة في جميع السنوات كانت من الإناث بنسبة37.61% مقابل 26.38% ، وتبين أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم بنسبة 50% ويفضل 80 % منهم الفترة الليلية لاستخدامه كما أن 80 % يستخدمون الموقع دائما.

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

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

– التعقيب على الدراسة:

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

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

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

- **دراسة مريم نريمان نومار، بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية**

دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، حيث أنجزت الدراسة بجامعة الحاج لخضر– باتنة– في سنة 2011–2012 بغرض نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال.

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

أما التساؤلات الفرعية فهي كالآتي:

– ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك لدى الجزائريين؟

– ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيس بوك؟

– كيف يؤثر استخدام الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أما فرضيات الدراسة فتمثلت في:

– تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك لدى الجزائريين من مستخدم لآخر تبعا لمتغيري الجنس والسن.

– يلجأ مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.

– استخدام الفيس بوك يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه.

– نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، وبالنسبة لعينة الدراسة تم استخراجها باستخدام العينة القصدية حيث بلغت 280 مفردة ، واستخدمت الدراسة في جمع البيانات، كل من: الملاحظة والاستبيان.

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

– تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 52.07 % ويقضي27.16 % منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع.

– وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42.64%

ويفضل 61.50 % منهم الفترة الليلية لاستخدامه.

– يدخل أفراد العينة للفيس بوك من المنزل بنسبة 61.50 % ويميل منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع في

حين يستخدمه 6.41 % مع أصدقائهم.

– أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك بدافع التواصل مع الأصل إلى جانب التثقيف بنفس النسبة14.75%

ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84 %، يليه الترفيه والتسلية بنسبة 12.71%

التعقيب على الدراسة: ·

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

- **الدراسات العربية:**

*** دراسة هبة بهي الدين ربيع 2003:**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ما إذا كان الاستخدام المفرط للإنترنت يؤدي إلى الإدمان المستخدم لها، وما هي الظروف والمتغيرات المسؤولة عن إدمان الشبكة؟ وهل يتباين استعداد المستخدمين لإدمان شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) بتباينهم على متغير الجنس؟ وقد اعتمدت الباحثة على أداتين:استمارة الدوافع لاستخدام الانترنت من إعداد الباحثة، ومقياس إدمان شبكة المعلومات من إعداد الباحثة أيضا، وبلغت عينة الدراسة 150 مستخدما للشبكة،بمتوسط عمري 19.63 وانحراف معياري 2.83 وبلغ عدد مدمني استخدام الشبكة 32 فردا من العينة الكلية بالقاهرة بمصر. وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط شدة الدافع نحو الشبكة وعدد ساعات الاستخدام اليومي لها بين مجموعة المدمنين وغير مدمنين للشبكة، لصالح مجموعة المدمنين.

–وجود فروق في إدمان الشبكة بين الذكور والإناث كانت لصالح الذكور

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

– ما هي المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية أثناء فترة التربية العملية؟

– ما المعوقات التي تحد من استفادة طلاب التربية العملية من مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في حل المشكلات التي تواجههم أثناء فترة التربية العملية ؟

نوع هذه الدراسة هي دراسة وصفية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي، أما مجتمع الدراسة فتمثل في طلاب التربية العملية بكلية التربية بجامعة أم القرى والبالغ عددهم 163 طالب كانوا مسجلين في مقرر التربية العملية، وتم أخذ كامل المجتمع كعينة للدراسة، واستخدمت الدراسة استمارة تحليل المحتوى، الاستبانة.

من بين النتائج التي تخدمنا في الدراسة هي:

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

6– تحديد مفاهيم الدراسة:

- **الاستخدام:**

لغة: يستخدم، استخدم، استخداماً: غيره اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه.

وأيضا استخدام (اسم) مصدر: استخدام: يقال استخدام آلة استعمالها، واستخدم كل الإمكانيات استغلاله (علي بادية، 1991،ص 40).

اصطلاحاً: يوجد عدة تعاريف لمفهوم الاستخدام قدمها العديد من الباحثين من بين التعاريف نذكر:

يشير الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة، إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس الحقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية (عبد الوهاب بوخنوفة،2007، ص73).

ويعرف بأنه عملية استخراج المنفعة من الشيء و الاستفادة من هذه المنفعة، فمن مظاهر تقدم أي مجتمع قدرته على استخلاص أكبر قدر من الفائدة من الشيء أو من الفكرة، ومن مظاهر تخلف أي مجتمع عجزه عن استخدام موارده أفضل استخدام ممكن (عمر، د.س، ص288).

المفهوم الإجرائي: مصطلح الاستخدام في موضوعنا محل الدراسة يشير إلى عملية التصفح التي يقوم تلاميذ الطور المتوسط للشبكات الاجتماعية في الإطلاع على مختلف المستجدات نحو مختلف القضايا.

- **الشبكات الاجتماعية:**

تعريف الشبكة لغة: هي من شبك الشيء شبكا، تداخل بعضه في بعض، والشبك الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع، والشبكة شبكة الصياد التي يصيد بها في البر والبحر والجمع شبك وشباك (ابن منظور، 1990، ص447).

– **أما الاجتماع لغة:** فهو جمع الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضام الشيء يقال جمعنا الشيء جمعا (ابراهيم الزيات، د س، ص471) ، والاجتماعي هي اسم مفرد منسوب إلى اجتماع وهو التقاء أفراد في مكان وزمان معينين لتبادل وجهات النظر (احمد مختار، 2008، ص393-394).

أما اصطلاحا فنعني بالاجتماع أن يطلق هذا الوصف ليعبر عن نسيج مكون من صلات اجتماعية تلك التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين (محمد المصري، د س، ص12).

تعريف الشبكات الاجتماعية اصطلاحاً: تعرف على أنها مجموعة من التطبيقات تساهم في زيادة التفاعلات الاجتماعية وتوفير مساحات مشتركة من التعاون وإتاحة الاتصالات الاجتماعية وتبادل المعلومات بشكل هائل في بيئة الانترنت (عبد العزيز حسن، 2016، ص230).

تعريف الشبكات الاجتماعية إجرائيا:

تتمثل أهمية الشبكات الاجتماعية في تكاملها المستمر و المتسارع، مما يجعلها جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، نحن في دراستنا نستند إلى تعريف يوضح طبيعة هذه الشبكات بشكل عملي ، حيث يشير هذا التعريف إلى أن الشبكات الاجتماعية الإلكترونية هي منصات تواصل شبكية يستخدم فيها المشاركون البيانات الشخصية والمحتوى الذي يقدمونه، بالإضافة إلى العلاقات التي يشاركون فيها مع الأصدقاء والمعارف والمواقع الأخرى.

يمكن للآخرين الاطلاع على هذه المحتويات والعلاقات، ويمكنهم الوصول إلى مجموعة كبيرة ومتنوعة من المحتويات مثل الفيديوهات والنصوص والصور.

بالإضافة إلى ذلك، توفر هذه المنصات صلات على شكل الكتروني بين الأصدقاء، وسنركز في دراستنا على منصة فيسبوك كنموذج، مع التركيز على الجوانب الاجتماعية والتقنية، وهو ما يتماشى مع المقاربة النظرية التي نعتمدها في الدراسة.

- **التلميذ:**

لغة: طالب العلم، وخصه أهل العصر بالطالب الصغير، والجمع: تلاميذ وتلامذة (معجم الغة العربية، 2018).

اصطلاحا: الطفل الذي يلتحق بروضة أطفال أو مدرسة ابتدائية، أو من يدرس تحت إشراف مدرس (محمد حمدان، 2005، ص 102).

المفهوم الإجرائي:

المفهوم التقليدي للتلميذ يشير إلى الطفل الذي يصبح قادرًا على الالتحاق بالمدرسة عند بلوغه سن معينة، وغالبًا ما يكون هذا العمر ست سنوات أو أكبر، حيث يُطلق عليه مصطلح "تلميذ" حتى يتقدم إلى المرحلة المتوسطة، ثم الثانوية، وعندما ينتقل إلى الجامعة يتحول إلى "طالب".

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة

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

* **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة في متوسطة عائشة الباعونية بالولاية المنتدبة بوسعادة و التي تقع في حي الهضبة .

* **المجال الزمني:** تم الشروع في انجاز هذه الدراسة في الموسم الجامعي 2023-2024 وخلال فترة الانجاز انقسمت دراستنا إلى جانبين:

- جانب نظري: بدأ البحث في الفترة الممتدة من شهر فيفري إلى منتصف شهر افريل 2024.

- جانب ميداني: انطلقنا فيه ابتداءاً من شهر ماي إلى غاية منتصف شهر ماي وقد مر انجازنا للجانب الميداني بمرحلتين:

* **مرحلة جمع المعلومات:** انطلقت من منتصف شهر افريل إلى غاية نهاية شهر أفريل. ·

* **مرحلة معالجة المعلومات:** وامتدت من بداية شهر ماي إلى نهاية شهر ماي.

2- مجتمع البحث و العينة:

- **مجتمع البحث:** عادة ما يعرف المجتمع بأنه تجمع لأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة تهم البحث أو بعبارة أخرى هو: " مجموع وحدات البحث التي نريد الحصول على بيانات منها أو عنها" (عبد الله عامر، 2003، ص 236).

- **عينة الدراسة:**

يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل المهمة للبحث ولا شك أن الباحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه يفكر في عينة البحث، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل: العينة، إضافة إلى ذلك فإن الأهداف التي يضعها الباحث لبحثه والإجراءات التي سيستخدمها، ستحدد

طبيعة العينة التي سيختارها، هل سيأخذها عينة واسعة وممثلة أو عينة محددة، هل سيطبق دراسته على كل الأفراد، أم يختار قسما منهم فقط.

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

أولهما، أسلوب الحصر الشامل، وهو الأسلوب الذي يقوم على المسح الشامل لكل أفراد المجتمع، أما عيوب هذا الأسلوب فإنه يحتاج إلى جهد ومال وفير ووقت طويل، وثانيهما أسلوب العينة وهذا الأسلوب أكثر شيوعا واستعمالا في مجال العلوم الاجتماعية، ويعتمد هذا الأسلوب على اختيار عينة عن المجتمع المدروس، ويتم ذلك باستخدام الطرق العلمية التي تمكننا من اختيار عينة ممثلة للمجتمع المدروس(عبد الله عامر، 2003، ص 235).

ومنه تعرف العينة بأنها جزء من الكل يختاره الباحث لأجل الحصول على بيانات تتعلق بموضوع بحثه يتعذر الحصول عليها من المجتمع برمته بمعنى هي الجزء الذي يؤدي إلى معرفة الكل (محمد المختار، 2005، ص47).

وفيما يلي كيفية اختيار العينة:

تم اختيار **العينة القصدية** والتي تأتي تحت أسماء متعددة مثل العينة الفرضية ، العينة العمدية ،العينة النمطية و هي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة ، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عن معلومات و بيانات ، و هذا لإدراكه المسبق و معرفته الجدية بمجتمع البحث و بعناصره الهامة و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة .

و قد تم استخدام العينة القصدية من اختيار عينة الدراسة المتمثلة من عينة تلاميذ الطور المتوسط المتراوحة أعمارهم بين 10 – 13 سنة و كان ذلك في متوسطة عائشة الباعونية – بالولاية المنتدبة بوسعادة ، و كان حجم العينة 72 مفردة ، تم استرجاع كل الاستبيانات الموزعة وقد راعينا في توزيع الاستبانات أن يكون المبحوثين من مستخدمي الشبكات الاجتماعية.

– مجموع تلاميذ متوسطة عائشة الباعونية بالولاية المنتدبة بوسعادة يساوي 360 تلميذ

$$\frac{360 \times 20}{100} = 72$$

ومنه عدد العينة في متوسطة عائشة الباعونية هو 72 مفردة.

3- تحديد منهج لدراسة:

بما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع معلومات حول التلاميذ في مرحلة المتوسط المستخدمين للشبكات الاجتماعية و ما آثار ذلك ، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تتسم بشرح و توضيح الأحداث و المواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور فيه تلك الأحداث و الوقائع.

ويتمثل هدف الدراسات الوصفية في توضيح خصائص أية ظاهرة، أي حدث ، أي وضعية أو جماعة، ونستطيع أن نضيف لهذا الغرض غرض آخر يتمثل في تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة وتركز الدراسات الوصفية على تفسير الأوجه البارزة لأية ظاهرة، كما تفترض الدراسات الوصفية معرفة جيدة مسبقة للمشكل المزمع دراسته، وينبغي على الباحثين أن تكون لديهم القدرة على تحديد ما يريدون قياسه بوضوح وإيجاد المناهج المناسبة للقيام بذلك (أ.لارامي و ب فالي، 2009، ص239).

واعتمدنا في الدراسة على **المنهج الوصفي:** " الذي يعتمد على وصف الظاهرة موضوع البحث وصفا تفصيليا دقيقا، ويدرس كل جوانبها الكيفية والنوعية والكمية ليعبر عن ملامحها، وخصائصها وحجمها وتأثيرها وتأثرها ومدى ارتباطها بالظواهر الأخرى المحيطة بها (محمد جلال، 2015، ص 179).

ويهدف المنهج الوصفي إلى جمع البيانات والحقائق عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيرا كافيا (ناجح رشيد قادري، 2004، ص32).

واستخدمنا المنهج الوصفي لأن دراستنا تهدف في الأساس إلى معرفة الدوافع و الاشباعات المحققة من استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية، بما أن المنهج الوصفي قائم على وصف الظواهر الاجتماعية والطبيعية وجمع المعلومات والبيانات عنها بهدف التعرف على وضعها الحالي وسلبياتها وإيجابياتها.

4- أدوات جمع البيانات:

تعرف مناهج البحوث الاجتماعية عدة طرق في جمع المعلومات كأدوات منهجية للحصول على بيانات المواضيع المدروسة ، ومنه فإن أداة جمع البيانات التي سنستخدمها في هذه الدراسة هي: **استمارة استبيان**، ويعرف بأنه وثيقة يتم بواسطتها تسجيل البيانات والمعلومات وجمعها حول الظاهرة موضوع البحث، ويعد الاستبيان من الوسائل المهمة في جمع البيانات.

ويمر بناء الاستبيان أو تصميمه بالمراحل الآتية:

- تحديد هدف الاستبيان في ضوء أهداف الدراسة وفي ضوء صياغة مشكلة البحث الرئيسية، وقد مر معنا في الفصل الخاص بخطة البحث طريقة تحديد المشكلة وصياغتها بشكل سؤال واضح.

- تحويل السؤال المذكور في الفقرة السابقة إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية إذ يرتبط كل سؤال فرعي بجانب من جوانب مشكلة البحث.

- وضع عدد من الأسئلة المتعلقة بكل موضوع من موضوعات الاستبيان.

وتم تقسيم الاستمارة وفقا للتالي:

- المحور الأول: يحتوي على البيانات الشخصية والسمات العامة لعينة الدراسة.

- المحور الثاني: يحتوي على أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية.

- المحور الثالث: يتضمن دوافع وحاجات استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية.

- المحور الرابع: يتضمن الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية.

الفصل الثاني : التأصيل النظري للدراسة

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات و الاشباعات

1-1 مدخل مفاهيمي

2-1 نشأة وتطور مدخل الاستخدامات و الاشباعات

3-1 عناصر وفرضيات مدخل الاستخدامات و الاشباعات

4-1 أهداف مدخل الاستخدامات و الاشباعات

5-1 انتقادات مدخل الاستخدامات و الاشباعات

المبحث الثاني: النظريات المشابهة

1-2 نشأة نظرية التفاعلية الرمزية

2-2 مفهوم الفاعلية الرمزية

3-2 فرضيات التفاعلية الرمزية

4-2 التفاعلية الرمزية في الدراسات الاتصالية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تفسير الاستخدامات و الاشباعات يعتبر أحد المناهج الرئيسية التي أدخلت تغييرًا في الفهم التقليدي لتأثير وسائل الاتصال على السلوك، حيث يركز هذا النهج على الافتراض بأن الجمهور ليسو مجرد مستهلكين للمحتوى، بل هم نشطون ويسعون لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم وعلى هذا الأساس، يركز الباحثون في هذا النهج على كيفية استخدام الأفراد والجمهور لوسائل الإعلام والاتصال، وكيف يمكن تلبية حاجاتهم وتحقيق رغباتهم، بالإضافة إلى دراسة التأثيرات الناجمة عن ذلك.

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات و الاشباعات

1-1 مدخل مفاهيمي:

1-1-1 الاستخدام:

قد قدم العديد من الباحثين عدة مفاهيم لمفهوم الاستخدام من "بينهم "لوكواديك الذي عرف الاستخدام على أنه" نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم ، وقد أصبح ضروريا من أجل سد حاجة وهي الحاجة إلى المعلومات"، أما "La Croix" هو الآخر اقترح تعريفا لمفهوم الاستخدام، حيث يقول: "أن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا وتعيد إنتاج نفسها وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة به (عبد الله بوخنوفة، 2015، ص 129).

1-1-2 الإشباع:

عرفت الاشباعات على أنها حاجات ملحة تنوب الفرد لسد نقص إما داخلي أو خارجي (ابراهيم قائد،2017، ص07).

ووفقا لنظرية الاستخدامات الاشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات (عبد الرزاق الديلمي، 2014، ص123).

1-1-3 مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

تعددت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد، وظهرت العديد من النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية. من أبرز هذه النماذج هو المدخل الوظيفي، الذي يسعى لفهم ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال. يعتمد هذا المدخل على فكرة أن الجمهور يختار المواد الإعلامية التي تلبي احتياجاته وتخدم أهدافه. في نفس السياق، برز مدخل الاستخدامات و الاشباعات، الذي يركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من خلال دراسة وظيفية منظمة. (محمد عبد الحميد، 2004، ص28)

يعتبر مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن الجمهور لديه القدرة على اختيار الوسائل الإعلامية التي يستخدمها، بالإضافة إلى المحتوى الذي يرغب في استهلاكه عبر هذه الوسائل. يعتمد هذا المدخل على الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام وسائل الاتصال، مع التركيز على الدور الإيجابي الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال. يُعزى هذا الدور الإيجابي للجمهور إلى خصائص مثل الإيجابية، النشاط، الاختيار الواعي، والتفكير الجيد (حسن مكاوي، 1998، ص240).

مع ظهور تكنولوجيات الاتصال والإعلام، شهدنا ارتفاعًا في نسبة تأثير هذه المواد، خاصة على مستوى الاستخدام وعملية الاتصال الجماهيري، تقدم هذه التكنولوجيات فرصًا أوسع للمستخدمين للتحكم في عملية الاتصال، حيث لم تعد مضامين وسائل الإعلام مفروضة بنفس القوة على الجمهور كما كانت في الساب، بل أصبح لدى الأفراد دورًا أكثر فعالية بمساهمتهم في صياغة المضامين الإعلامية. يمكن للأفراد الآن التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم بشكل أكبر، سواء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو منصات الإنترنت الأخرى، ويمكنهم التفاعل مع المحتوى وتقديم ملاحظاتهم ومشاركة تجاربهم (محمد عبد الحميد، 2004، ص273) .

أشار كاتز إلى أن أبحاث الإعلام أصبحت فعلا تبدو وكأنها كذلك ، خاصة الأبحاث المتعلقة بالإقناع والتي استهدفت أغلبها اختيار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالناس ولا بد أن ندرس لماذا يستخدم الناس وسائل الاتصال، وهو الاقتراح الذي يرتبط بوجوب استعمال مدخل الاستخدامات و الاشباعات الذي يدرس الحاجات التي يحققها الناس من استخدامهم لوسائل الاتصال والدوافع التي تجعلهم يقبلون عليها(محمد عبد الحميد، 2004، ص 274) .

وافترض كاتز في نفس العام (1959) أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم ودورهم الاجتماعي تسيطر في عملية التعرض لوسائل الاتصال كما توجههم إلى ما يرونه ويشاهدونه.

وفي تناوله لهذه الدراسات رأى ماكويل Mc quail، أن هناك العديد من أوجه التشابه بين هذه البحوث ، فيما يتعلق بمستويات التعرض والإشباع من جراء استخدام وسائل الاتصال الذي يتجلى في إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد عند تعرضهم لبرامج وسائل الاتصال مثل اكتساب الأخبار المعلومات الجديدة التي تهتم بالمحيط الذي يعيشون فيه ، وبفضل هذا الدراسات أصبح من الممكن تفسير الحاجات التي تلبيها وسائل الاتصال للأفراد (حسن مكاوي، 2000، ص 207) .

1-1- 4 المفاهيم المرتبطة بالاستخدام والإشباع:

- تعرف الحاجة على أنها: افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية (محمد عبد الحميد، 2004، ص 279) .

- أما الدافع فهو: يعرف على أنه : "عامل انفعالي حركي فطري أو مكتسب شعوري أو لا شعوري يسير نشاط الفرد للأداء والانجاز، أو تحقيق غاية، وينشأ داخل الفرد كنتيجة لخبراته السابقة توجهه لتحقيق هدف معين (ريحانة بلوطي، 2015، ص19) .

كما أن الدافع هو حالة أو حادثة وأي عامل داخل الكائن العضوي يفرض السلوك أو يوجهه لتحقيق هدف معين، سواء كان الفرد يدرك هذا الوضع أو لا يدركه (عبد الهادي الجوهري، 1998، ص 93) .

ويمكن اعتبار الدافع هو الحافز والعامل الذي يجعل الأفراد يتجهون مباشرة لبلوغ أهدافهم المتمثلة في تحقيق رغباتهم، بغض النظر عن الطرق المؤدية لذلك.

1-2 نشأة وتطور مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

تعود الجذور التاريخية لنظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى الطرح الذي قدمه إليهو كاتز "1* سنة 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنارد بيرلسون" الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت في حين رد عليه كاتز أن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات 10 وتطور مفهوم الاستخدامات و الاشباعات في دراسة "كاتز وبلومر"

1969 للانتخابات العامة البريطانية عام 1964 ومن خلال الدراسة تم التعرف على أسباب مشاهدة أو مشاهدة الحملات الانتخابية (ريحانة بلوطي، 2015، ص33) .

وقد اهتمت نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين ، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية ، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام(حسن مكاوي، 2000، ص 239) ، كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على عنصر سلبي غير فعال ، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام ، وحسب "كاتز وبلومر" فالمدخل يستند على النقاط الآتية:

- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهدافا مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهّ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست هي التي تستخدمهم.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل (عبد الرحمان سلوم، 2013، ص98).

حيث تستند على إعطاء جمهور فاعل لاستخدامه لوسائل الإعلام و إإشباع رغباته الملبية لتوقعاتهم، ولديه احتياجات محددة سلفا تقوم بتوجيه استخدام الوسائل (ابراهيم بيوني، 2008، ص 127) ، والربط بين رغبتهم في إشباع حاجاتهم واختيار الوسيلة، وأن الجمهور هو المخير لمضمون الوسيلة الإعلامية، وعلى علم بفائدته لكونه يستطيع أن يمد الباحثين صورة فعلية لاستخدامه للوسيلة الإعلامية والاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لهذه الوسيلة (احمد طه، 2010، ص21).

أن الأفراد الجماهير والأفراد مرفوقون بمؤثرات نفسية اجتماعية وثقافية لاستخدام وسائل الإعلام للحصول على نتائج ملبية لحاجاتهم، وفي تفسير الأساليب التي من خلالها يوظف الفرد عملية الاتصال لخدمة حاجاته وتحقيق أهدافه (أحمد السيد، 2008، ص307).

ونستخلص من خلال تطور أن هذا المدخل مر عبر ثلاثة مراحل، فأولها كانت ممتدة من فترة الأربعينيات إلى الخمسينات والتي تركزت معظم الدراسات في هذه المرحلة على وصف اتجاهات الجمهور المختلفة عن مضامين معينة في وسائل الاتصال، أما ثاني مرحلة فبدأت خلال الستينات وركزت على الأنماط المختلفة لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال، بناء على دراسة بعض المتغيرات النفسية والاجتماعية، أما فترة السبعينات فلقد وصلت هذه النظرية إلى مرحلة النضوج حين بدأت تسعى لإعطاء شرح وتفسيرات للدوافع وتوقعات الجمهور من وسائل الاتصال (أماني الحسني، 2005، ص79-80) .

في عام 1981 بتعريف نتائج استخدام الجمهور لوسائل الإعلام "windal ولقد قام "ويندال والمضامين التي تقدمها للجمهور على أنها خلاصة أو حصيلة لاستخدام الأفراد لوسيلة ما من وسائل الاتصال.

1- 3 عناصر وفرضيات مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

يقوم مدخل الاستخدامات و الاشباعات على ربط حاجات الفرد بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معنية ، ولهذا يسعى المدخل إلى تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، ومعرفة الاحتياجات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لهذه الوسائل، أو وسائل أخرى غير وسائل الاتصال حيث يفترض المدخل أن هناك دوافع معينة تجعل الفرد يتعرض لوسائل الاتصال ، ويتوقع أن تحقق له مجموعة من الاشباعات (محمود حسن، 2003، ص 254).

فمدخل الاستخدامات و الاشباعات يقوم على خمسة فروض أساسية وهي:

- الجمهور هو جمهور نشط ومشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم الوسيلة المحققة لحاجاته.

- استخدام وسائل الإعلام يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور لتحقيقها وتتحكم في ذلك الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي(محمد عبد الحميد، 2004، ص65) .

– الجمهور هو المختار للوسيلة والمضمون المشبعان لحاجاته.

– يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعه ومن ثمة اللجوء للوسيلة والمضامين التي تشبع حاجياته.

– يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل الإعلامية فقط.

بعدما اتضحت دراسات مدخل الاستخدامات و الاشباعات عند الباحثين، إلا أنهم اتفقوا على وجود خمسة عناصر لمدخل الاستخدامات و الاشباعات وكون أن المدخل قائم أساسا على الجمهور المتلقي والمتعرض للوسيلة الإعلامية وبما تحتويه من رسالة وباختلاف حاجاته ورغباته ومن هذه العناصر نجد :

1-3-1 الجمهور النشط:

تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تتشبع رغباته فحسب ، أي أن هذا المفهوم يقتصر على الرسالة الإعلامية فقط ، بل يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسالة الإعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققه الاستعدادات النفسية والعلاقات الاجتماعية والمحيط الذي يعيش فيه الفرد ، فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية ومدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور (حسن حمدي، 1991، ص15).

أتاحت مصادر المعلومات الإلكترونية، مثل الإنترنت والبريد الإلكتروني والصحافة الإلكترونية، لملايين الأشخاص الحصول على كم هائل من المعلومات من مصادر متنوعة. وبذلك، يمثل مفهوم الجمهور النشط جوهر هذا النهج، حيث يمكن للجمهور، بفضل الفعالية التي يتمتع بها في العصر الحالي، المساهمة في تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. وتتمثل فعالية الجمهور في استخدام هذه الوسائل عبر ثلاثة مستويات (امين عبد الواحد، 2007، ص 39).

- مستوى الانتقائية: وهي ما يتعرض له الجمهور لوسائل الإعلام و الاتصال.
- مستوى الاستغراق و الاندماج:وهي فترة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال والمضمون الذي تقدمه.
- أما المستوى الثالث: فهو الايجابية، فبعد تعرض الجمهور لوسائل الاتصال يرغب للمزيد من المعلومات والاشتراك في المناقشات حول ما تعرضه الرسالة الإعلامية.

1-3-2 الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

أ- الأصول النفسية:

يعتمد مدخل الاستخدامات و الاشباعات على فرضية أن الأفراد يختارون المحتويات الإعلامية التي تناسبهم بناءً على اختلافاتهم النفسية، حيث تؤكد الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الاشباعات ، أن افتقار الفرد إلى إحدى الحاجات النفسية الأساسية أو الثانوية تدفعه بطريقة حتمية إلى تبني سلوك إيجابي مع وسائل الإعلام التي يتعرض إليها بهدف اكتساب المعلومات والمعارف التي تسهم في إشباع هذه الحاجات ، وهو ما يجعل الفرد يشعر بالراحة والاتزان النفسي(محمد عبد الحميد، 2004، ص286).

ويتباين سلوك التعرض من فرد إلى آخر سواء على مستوى الوقت المخصص لهذا التعرض أو على صعيد المواقف من الرسائل الإعلامية ، حيث يفسر هذا الاختلاف بنوعية التعرض التي ترتبط بنوعية الرسائل التي تقدمها الوسائل ومدى تحقيقها لحاجات الأفراد.

أ- الأصول الاجتماعية:

ويشير مكاوي، والسيد إلى أن العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام لها تأثيرها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام (حسن مكاوي، 1998، ص 244) .

ويرى عيساوي في كتابه مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال أن الدراسات والأبحاث التي قامت في الغرب عموما

توصلت إلى وضع خمس أصول اجتماعية تؤدي بالأفراد إلى الرجوع إلى وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وهي كالتالي:

* حالة اجتماعية تنتج عن توترات تؤدي إلى الإلحاح لتطويقها بواسطة استهلاك مضامين وسائل الإعلام .

* حالة اجتماعية تخلق الإدراك للمشكلات، وتتطلب الانتباه للمعلومات المتاحة لها والتي يتم البحث عنها في وسائل الإعلام .

* حالة اجتماعية تقدم فرص حياة حقيقية مسلوبة لإشباع حاجات معينة، والتي يتم توجيهها إلى وسائل الإعلام لإتمام إشباعها.

* حالة اجتماعية تخلق قيما معينة يمكن التأكيد عليها بواسطة استهلاك مواد إعلامية ملائمة.

* حالة اجتماعية تزود الفرد بمعلومات وآفاق اجتماعية عن طريق تعرضه للمواد الإعلانية وتكسبه موضع التقدير في الجماعات الأولية (أحمد عيساوي، 2014، ص 144)

1-3-3 دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام:

وضح بريسوتا أن الوضع الاجتماعي للفرد يؤثر بشكل مباشر على احتياجاته، حيث يسعى الفرد إلى تلبية مجموعة من الاحتياجات من خلال وسائل الإعلام بناءً على مكانته الاجتماعية والانتماء الذي يعيشه. وتقل هذه الاحتياجات عندما يتعلق الأمر بالأفراد غير المنتمين إلى هذه الهيئات.

الفرد الذي يعتمد بشكل كبير على المعلومات والمعارف التي توفرها وسائل الإعلام لا يمكنه تجاهل هذه الاحتياجات. لذا، يرى مؤيدو هذا الاتجاه أن العلاقة بين الفرد ووسيلة الإعلام ضرورة حتمية في المجتمع المعاصر (محمد عبد الحميد، 2004، ص280)، قد صنف كل من كاتز وجيروفيتش وهاس احتياجات الفرد من وسائل الاتصال على النحو التالي (عبد الرحمان عزي، 2003، ص115):

- الحاجات المعرفية: في اكتساب المعلومات والمعرفة وفهمها.

- الحاجات العاطفية: في إدراك العواطف والاستماع بالإضافة للخبرة الجمالية.
- حاجات التكامل الشخصي: تدعيم المصداقية الثقة والاستقرار.
- الحاجات الاجتماعية: تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.
- الحاجات لتخفيف التوتر: الهروب والترفيه(امين عبد الواحد، 2007، ص 74).

1-3-4 توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

تنتج توقعات الفرد من وسائل الإعلام عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية، وتعد التوقعات سببا رئيسيا في عملية التعرض لوسائل الاتصال(حسن مكاوي، 1998، ص 247).

تعتبر الفروق الفردية عاملاً أساسياً في توقعات الأفراد من وسائل الإعلام. واستناداً إلى هذا المفهوم، جاءت دراسة إدلستاين عام 1989 التي بحثت توقعات طلاب الجامعات من وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا، واليابان، وهونغ كونغ، وتوصلت الدراسة إلى أن توقع الاشباعات من استخدام الصحافة والتلفزيون كان أعلى لدى المجتمعات المبحوثة مقارنة بالإشاعات المتوقعة من متابعة التقارير الرسمية، والأفلام، والنشرات الإخبارية، كما أظهرت نتائج الدراسة أن توقعات الطلاب تختلف من مجتمع إلى آخر.

تفترض نظرية القيمة المتوقعة، عند ربطها بمدخل الاستخدامات و الاشباعات، أن سلوك الأفراد يتحدد بناءً على إدراكهم لمختلف النتائج المحتملة لهذا السلوك. لذلك، لا يمكن تجاهل العناصر الاجتماعية التي تشكل خلفية أفراد الجمهور عند تعرضهم لوسائل الاتصال، حيث تتبع رغبة كل فرد في البحث عن نتائج ذات قيمة معينة من الرسالة الإعلامية(محمد عبد الحميد، 2004، ص289).

1-3-5 اشباعات وسائل الإعلام:

ركزت نظرية الاستخدامات و الاشباعات على كيفية استخدام و إإشباع وسائل الإعلام وأيضا على دوافع واحتياجات

الجمهور (محمد عبد الحميد، 2004، ص270)، حيث تتمثل دوافع تعرض للوسائل الإعلام فيما يلي:

1- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام : ويقصد بها أسباب التي تدعوا الطلبة لاستخدام الصحافة الالكترونية ، وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال سلوك التعرض للوسيلة الاتصالية .

تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدام والإشباع على النحو الآتي(محسن حلوب، 2012، ص 202):

أ- النظر إلى الدافع باعتباره حالة داخلية: يمكن للجمهور إدراكها وفهمها بشكل مباشر. يتمتع المتلقي بالوعي والقدرة على الاختيار والتعبير عن توجهاته، ويسعى إلى تلبية هذه الدوافع بشكل مباشر.

ب- النظر إلى أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، بل يتم التعرف عليها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

ج- النظر إلى أن دوافع التعرض لا يمكن الوصول إليها عبر ما يقرره الجمهور بصورة واضحة: فالحاجات الأساسية، على سبيل المثال، قد تؤثر بشكل مباشر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، لكن الجمهور قد لا يدرك أنها دوافع للتعرض، لأن الدافع هو نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة.

د- النظر إلى أن سلوك تعرض الجمهور ليس له دافع محدد، بل يرتبط بالعادات المتكررة: توجد علاقة بين إشباع الحاجات والدافع وراءها وبين توقع سلوك الفرد الذي يتبعه لإشباع تلك الحاجة. فإشباع الحاجات ينطلق من الدافع الذي يقود إلى سلوك يشبع تلك الحاجة.

ومع فهم الباحثين في مجالات علم النفس والإعلام والاجتماع لتأثير الحاجة وحركة الدوافع وعلاقتها بالسلوك الإنساني، ظهرت اتجاهات عدة لتصنيف الحاجات والدوافع. يصنف الباحثون هذه الحاجات والدوافع في خمسة فئات رئيسية تبدأ بالحاجات الأولية، وتليها حاجات الثانوية مثل الحاجة إلى الأمان والاستقرار والتنمية. ثم تأتي الحاجة إلى الانتماء والتواصل والمشاركة، وبعدها الحاجة إلى التقدير، وأخيرا الحاجة إلى تحقيق الذات (عمر الطنطوني،2001،ص277).

2 – اشباعات وسائل الإعلام : وفقًا لنظرية الاستخدامات والإشباعات، يتم وصف الجمهور بأنه محفوف بمؤثرات نفسية واجتماعية للحصول على نتائج معينة يُطلق عليها الإشباعات. يختلف الباحثون في تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الإشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام. وتقسم كثير من الدراسات الإشباعات إلى نوعين رئيسيين وهما:

أ. الاشباعات المطلوبة: تعني تلك الاشباعات التي يسعى الجمهور جاهدًا للحصول عليها، وتحقيقها من خلال استخدامهم المستمر والمتواصل لوسائل الإعلام الجماهيرية، وتعرضهم لمحتوى رسائلها، ولا يعني بالضرورة أن جميع ما يسعى الأفراد إليه من اشباعات يتحقق، خاصة أن نتائج العديد من الدراسات تظل تؤكد حتى الآن أن مستوى الإشباع المكتسب بشكل عام يقل عن مستوى الإشباع المطلوب.

ب. الاشباعات المتحققة أو المكتسبة هي تلك التي يكتسبها الأفراد ويحصلون عليها فعلًا من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لمحتوى رسائلها. تتمثل هذه الاشباعات في القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية، أو الفائدة التي ينطوي عليها المحتوى، أو الخصائص والسمات التي تتمتع بها الوسيلة. تحقق هذه الاشباعات إشباعًا حقيقيًا لحاجات الأفراد ودوافعهم. يجب أيضًا التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الأفراد من خلال التعرض لوسائل الإعلام و الاشباعات التي تتحقق بالفعل، حيث تكون الاشباعات المحققة هي تلك المرتبطة بمحتوى الرسالة(حسن مكاوي، 1998، ص 248).

1-4 أهداف مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

من خلال العناصر التي يقوم عليها المدخل نخلص إلى أهداف عدة منها:

- إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقي للوسيلة والإشباع حاجات معينة.
- أيضا فهم دوافع المتلقين في التعرض لوسائل الاتصال وأنماط التعرض المختلفة.
- إضافة إلى تنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والإدراك والمستوى الثقافي، الاجتماعي السياسي تؤدي بالتنوع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لإشباع حاجاته.

- الكشف عن العملية التبادلية بين دوافع الاستخدام وبين التعرض لوسائل الاتصال و الاشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل و الاشباعات
- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال(محسن حلوب، 2012، ص 196).

وكما يذكر روبين Rubin أن الهدف الرئيسي لمدخل الاستخدامات و الاشباعات، يتمثل في دراسة الحاجات النفسية التي تؤثر على سلوك الجمهور فيما يتعلق باستخدام وسائل الإعلام.

ويؤكد "روجر" على أن النظرية تستحق التقدير والاحترام مع الزبون لأنها قادرة على التكيف ليس فقط مع وسائل الإعلام التقليدية ولكن أيضا مع وسائل الإعلام الحديثة مثل الانترنت (عزام العنانزة، 2009، ص186).

1-5 انتقادات مدخل الاستخدامات و و الاشباعات:

بعد تقديم دراسات مدخل الاستخدامات و الاشباعات القائم على استخدامات الجمهور و اشباعاته وتفسيرها، زاد اهتمام الباحثين أكثر لأهمية وتفاعل الجمهور النشط، ولكن رغم هذا التطور إلا انه تعرض إلى الانتقادات منها (عزام العنانزة، 2009، ص686) :

- يعتمد مدخل الاستخدامات و الإشباعات على مفاهيم تتسم بالمرونة مثل الدافع، الاشباع، الهدف، والوظيفة. فلا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم، مما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يحصل عليها الباحث أثناء تطبيق النظرية، نتيجة لاختلاف التعاريف المستخدمة.
- تتنوع حاجات الفرد بين الفسيولوجية والاجتماعية والنفسية، وتختلف أهميتها من شخص إلى آخر. ومن أجل تحقيق هذه الحاجات، يتنوع أساليب وأنماط التعرض لوسائل الاتصال واختيار محتوياتها.
- عدم وجود بدائل من الوسائل الاتصالية يمكن أن يؤدي إلى عدم وجود جمهور نشط يسعى لتحقيق أهدافه لإشباع حاجاته، وبالتالي قد يكون هناك قيود على حرية اختيار ما يفضل التعرض له.

- حرية الجمهور في اختيار الوسائل الاتصالية وتحقيق احتياجاته الخاصة قد تكون مقيدة بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية المحددة، حيث قد يكون هناك تفاوت في الموارد المتاحة والظروف الاجتماعية التي تؤثر على قدرة الأفراد على الوصول إلى وسائل الاتصال واختيار ما يرونه مناسبًا.

مع تطور التكنولوجيا، تظهر وسائل اتصال جديدة مثل الإنترنت، التي تسعى إلى ابتكار مفاهيم جديدة لتحقيق فهم واضح بين الجمهور والوسيلة الاتصالية.

ولكن مع كل هذه الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات و الاشباعات، فلا يمكن أبدا غض النظر عن أهميته في الجانب المعرفي والعلمي ومساهمته في بناء الكثير من النماذج والنظريات التي جاءت بعده وغيرها.. وبالفعل فهذا ما سيعرض في العنصر الموالي المتمثل في الرد على الانتقادات.

- **الرد على الانتقادات:**

يؤكد مؤيدو مدخل الاستخدامات و الاشباعات على أهمية دراسته في فهم علاقة الأفراد بوسائل الاتصال، ويشيرون إلى إمكانية حدوث تغيرات في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام، سواء من حيث نوعها أو مضمونها (حسن حمدي، 1991، ص34).

و يرجع البعض هذه التغيرات إلى الفروق في الاشباعات التي يحققها الأفراد من وسائل الاتصال مقارنة بتلك التي يرغبون في تحقيقها، مع مراعاة تطورات وسائل الاتصال وتأثيرها على حياة الأفراد على الصعيدين النفسي والاجتماعي والاقتصادي (أمين عبد الواحد، 2007، ص45).

واجه الأبحاث الاجتماعية عوائق في قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم، نظرًا لتقلب سلوكات الفرد وعدم استقرارها، وهذه المشكلة لا تقتصر فقط على مدخل الاستخدامات و الإشباعات بل تمتد لكافة المجالات الاجتماعية

المبحث الثاني : النظريات المشابهة

2-1 نشأة التفاعلية الرمزية:

قدم أفلاطون تحليلاً عن العلاقة بين اللغة والمعنى والواقع، ورغم أن هذا التحليل لا يرتبط مباشرة بوسائل الاتصال الجماهيرية، إلا أنه يظل مفهوماً يحافظ على أهميته عبر الزمن. فمبدأ عادات اللغة، الذي يربط المعاني بالكلمات، يمثل تأثيراً قوياً على سلوك الناس. وقد برز هذا المبدأ في علم الاجتماع كوسيلة لتحليل كيفية اكتساب الناس لتحديدات مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية. ويعتبر التفاعل الرمزي، أو تبادل التفاعل الرمزي، من خلال اللغة، وسيلة مهمة يستخدمها علماء الاجتماع لفهم كيفية تأثير اللغة وتبادل الرموز على طبيعة الفرد وتفاعلاته مع المجتمع (ميلفين نيفلر، 1993، ص352).

ظهرت التفاعلية الرمزية في بداية الثلاثينات من القرن العشرين، تحت إشراف الفيلسوف جورج هربرت ميد، وذلك بعد نشره لكتابه "العقل والذات والمجتمع" الذي يحمل أهم الأفكار والمبادئ حول التفاعلية الرمزية. قبل ذلك، كان ميد عضوًا في النظرية التفاعلية التي تقودها تشارلز هورتن كولي، ولكنه انفصل عن هذه النظرية وحاول تنظيم الأفكار بها في بدايات القرن العشرين (احسان الحسن، 2005، ص79).

تشارلز هورتن كولي كان يؤمن بأن عملية التفاعل الاجتماعي بين الأفراد تنتهي بتقييم كل فرد للآخرين الذين تفاعل معهم، ويمكن أن يكون هذا التقييم إيجابيًا أو سلبيًا. وعندما يصل التقييم إلى الفرد، يبدأ في تقييم ذاته استنادًا إلى تقييم المجتمع أو الآخرين له. وبالتالي، يمكن للأفراد الانتماء إلى بعضهم البعض، ليس بناءً على صفاتهم الموضوعية كما هي في الواقع، ولكن على أساس الانطباعات التي يخلقونها لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل بينهم.

ووصف " كولي " هذه الانطباعات "باسم الأفكار الشخصية " فنحن نكون فكرة شخصية عن كل شخص نعرفه فتصبح الفكرة الشخصية بناءا للمعنى(ميلفين نيفلر، 1993، ص352).

إن التفاعلية الرمزية تربط بين العالم أو الحياة الداخلية النفسية للفرد و بين طبيعة المجتمع الذي يعيش فيه و ما يحتويه من لغة ، حضارة ، و رموز (إحسان الحسن، 2005، ص79).

2-2 مفهوم التفاعلية الرمزية:

تأسست مدرسة التفاعل الرمزي على أسس فلسفية برغماتية نشأت في أمريكا خلال الثلث الأخير من القرن التاسع عشر، هذه الفلسفة أكدت على أهمية الفعل والعمل بدلاً من التركيز على التفكير المنطقي والعقلاني، وقد كان عالم التربية البارز "جون ديوي" من أبرز رواد هذه الفلسفة، تأثر أنصار مدرسة التفاعل الرمزي، التي قادها هربرت ميد، بفلسفة التفاعل البرغماتي، حيث حاولوا تبني نهجٍ واقعيٍ في دراسة العلاقات الاجتماعية والسلوك البشري، مرتبطًا بالواقع الاجتماعي والبيئة الفعلية التي يشكلها السكان والمجتمعات.

ولقد وصف بعض منظري نظرية التفاعل الرمزي أن كتابات مؤسسي هذه النظرية كانت تتسم بالسلوكية أو الاهتمام بالمدخل السلوكي التفسيري للعلاقات و الأفعال الاجتماعية (عبد الله عبد الرحمان، 2004، ص118).

التفاعلية الرمزية هي إحدى المدارس التي تولي أهمية كبيرة للعوامل البيولوجية وتصر على أهمية اعتبارها عند تفسير السلوك البشري، تركز التفاعلية الرمزية أيضًا على دور اللغة في التفاعل الاجتماعي والتفكير، وتعزز أهمية فهم

الإنسان للحالة الاجتماعية التي يعيش فيها وتفسيرها.

بالإضافة إلى الدور البارز الذي تلعبه المعاني والدلالات في تفسير السلوك، تبرز التفاعلية الرمزية في توضيح كيفية قيام العمليات الرمزية المستندة إلى دراسة الدور وتقويم الذات من قبل الأفراد الذين يسعون للتكيف مع بعضهم البعض. وتشدد هذه النظرية على قدرة الإنسان على إبداع واستخدام الرموز في هذه العمليات(إحسان الحسن، 2005، ص80).

2- 3 فرضيات النظرية:

يعزز منظور التفاعل الرمزي دور اللغة كعامل حاسم، سواء في تطوير المجتمع أو في المحافظة عليه، وكذلك في تشكيل الأنشطة الذهنية للأفراد. يُعَدُّ هذا المفهوم مدخلاً اجتماعيًا نفسيًا يؤكد الارتباط بين الأنشطة الذهنية

للشخص وعملية التواصل الاجتماعي. ويشير أنصار هذا المنظور إلى أن الأفراد يُشكِّلون أو يقدمون جماعيًا آرائهم حول البيئة التي يتفاعلون معها.

بالإضافة، التفاعلية الرمزية تُعَدُّ مدخلاً أساسيًا من المداخل الاجتماعية التي تفسر كيفية اكتساب الأفراد للمعاني التي تُساهم في تشكيل الصور والتوقعات حول الآخرين. يتم ذلك من خلال نظام المعاني الذي يميز الثقافات بعضها عن بعض، والذي يؤثر على بنية الصور في عقول الأفراد ضمن هذه الثقافات. ويمكن التعريف بسياق الافتراضات الأساسية لهذه النظرية كما يلي (جاك كيروزة، 1982، ص20):

– يمكن النظر للمجتمع على أنه نظام من المعاني ، تشكل مساهمة الأفراد في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة نشاطا شخصيا تنشأ منه توقعات مستقرة و مفهومة للمجتمع ، تقود بدورها إلى أنماط متوقعة من السلوك .

– من وجهة النظر السلوكية فإن الحقائق الاجتماعية و المادية ما هي إلا بناء مصنف للمعاني ، و هي حصيلة المساهمة الفردية و الجماعية في التفاعل الرمزي ، و تفسير الحقائق هو حاصل اتفاق جماعي أو ذو صفة ذاتية فردية

– الروابط التي توحد الأفراد و أفكارهم عن غيرهم و ما يعتقدونه عن ذواتهم هي بنى شخصية للمعاني نشأت عن التفاعل الرمزي ، و بذلك فالمعتقدات الذاتية للمواطنين عن الآخرين و عن ذواتهم هي أكثر الحقائق أهمية للحياة الاجتماعية .

– يسترشد السلوك الفردي في موقف ما على المضامين و المعاني التي تربط الناس بهذا الموقف ، و هكذا فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكي أو استجابة آلية لمؤثر خارجي ، و لكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس و الآخرين و المتطلبات الاجتماعية للمواقف .

2- 4 التفاعلية الرمزية في الدراسات الاتصالية:

ويمكن تحديد العناصر الأساسية و الأفكار العامة التي تكشف لنا بوضوح عن هذا التعريف لعملية الاتصال ، كما حددها بالفعل رواد نظرية التفاعل الرمزي للاتصال (سمير عبد الرزاق، د.س، ص90).

* جورج ميد أولى اهتمامًا خاصًا بتحديد العلاقات المتبادلة بين العقل، والنفس، والمجتمع، بالإضافة إلى عناصر أخرى أساسية تشكل طبيعة أنماط الاتصال والتفاعل الشخصي والذاتي، سواء بين الأفراد أو بين الأشخاص، واعتبارها من الآليات الأساسية التي تؤثر في تشكيل هذه الديناميات.

* الاستخدام الضروري للغة يشمل استخدام الرموز والإشارات والمعاني، التي تحدد أنماط الاتصال بين الأفراد والجماعات، وتفسر العلاقات الاجتماعية بشكل عام.

* الفعل يُعتبر المصدر الأساسي لعمليات التفاعل والاتصال، ويُسهم في نقل الأفعال الاجتماعية وردود الفعل والسلوك والاتجاهات والقيم من السياق الفردي إلى السياق الجماعي.

* السلوك يتجدد بفعل الأفراد، ومع ذلك، يتم تشكيل سلوك الأفراد والجماعات عبر أنماط التفاعل والاتصال الرمزي، مثل اللغة، ومن خلال وسائل الاتصال والإعلام المختلفة.

* السلوك الفردي والجماعي يتأثر بطبيعة الموقف، وهذا ما أكد عليه كل من "ميد وبلومر". يسعى هذا السلوك وأنماط التفاعل المتبعة لتحقيق أهداف معينة، ومع ذلك، يتأثر بشكل كبير بطبيعة الموقف الذي يشكل العديد من سلوكيات الأفراد والجماعات.

* تتأثر طبيعة الذات الفردية والجماعية بالسياق الاجتماعي والثقافي الذي بحياه الفرد، حيث تُعتبر الذات أداة للتواصل الفردي والجماعي مع الآخرين، في كل ذات فردية، ينبثق النشاط والإبداع مع فرص التعبير، وتتجلى هذه العمليات من خلال أنماط وأساليب التواصل البشري.

خلاصة:

بعد استعراض الفصل السابق، يمكن التوصل إلى أن الجمهور لوسائل الإعلام يشكل محورًا أساسيًا للمدخل، يتمحور هذا المدخل حول اهتمام الجمهور بالمواضيع التي يتعرض لها، وكذلك الأسباب التي توجه اختياره للمحتوى الإعلامي. يعكس هذا الاختيار الاشباعات التي يسعى المتلقي لتحقيقها من خلال التعرض للمحتوى الإعلامي، بغض النظر عن تنوعها. وينبغي مراعاة الجوانب النفسية والاجتماعية المؤثرة على سلوك الفرد في التواصل مع بيئته.

الفصل الثالث : استخدام الشبكات الاجتماعية وآثارها

المبحث الأول : ماهية الشبكات الاجتماعية

1-1 تعريف الشبكات الاجتماعية

2-1 نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية

3-1 أنماط الشبكات الاجتماعية

4-1 خصائص الشبكات الاجتماعية

5-1 أنواع الشبكات الاجتماعية

6-3 ايجابيات وسلبيات الشبكات الاجتماعية

المبحث الثاني : مرحلة التعليم المتوسط

1-2 مفهوم التعليم المتوسط

2-2 مراحل التعليم المتوسط

3-2 خصائص التعليم المتوسط

4-2 أهداف التعليم المتوسط

5-2 أهمية التعليم المتوسط

المبحث الثالث: أثر الشبكات الاجتماعية على السلوك الاجتماعي و التحصيل الدراسي

أولاً: ماهية السلوك الاجتماعي

1-1-3 مفهوم السلوك الاجتماعي

2-1-3 عناصر السلوك الاجتماعي

3-1-3مميزات السلوك الاجتماعي

ثانيا: ماهية التحصيل الدراسي

1-2-3 مفهوم التحصيل الدراسي

2-2-3 عوامل تأثير تكنولوجيا الإعلام على التحصيل الدراسي

3-2-3 الآثار الايجابية و السلبية للشبكات الاجتماعية على التحصيل الدراسي

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن التواصل ليس مجرد اتصال بين طرفين أحدهما مؤثر والآخر يتأثر، وإ نما هو علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذاتاً نشيطاً، وهذا يعني أن كل طرف في العملية يفترض نشاط الطرف الآخر، كما يتعين على كل من الطرفين أن يحلل الأهداف والمبررات الخاصة به والخاصة بالطرف الآخر، ولا يقتصر الأمر على تبادل المعاني والدلالات فقط، بل يسعى كل طرف إلى صياغة معنى عام في سياق ذلك، وهذا يتطلب فهم المعلومات لا قبولها فحسب، فعملية التواصل عبارة عن وحدة من النشاط والمعرفة.

المبحث الأول : ماهية الشبكات الاجتماعية

1-1 تعريف الشبكات الاجتماعية :

شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت من أبرز التطبيقات على الإنترنت في السنوات الأخيرة، حيث أنشأت مجتمعات افتراضية تجمع بين أشكال متنوعة من التفاعل والسلوك، وجذبت ملايين المستخدمين من مختلف الأماكن والأعمار.

الاتصال عبر هذه الشبكات يعتبر عملية تفاعل اجتماعي، يستخدمها الأفراد لبناء صور ذهنية للعالم في عقولهم، ويتبادلون هذه الصور الذهنية عبر الرسائل. ينظرون إلى هذا التواصل كمشاركة في فكرة أو اتجاه أو موقف، ويترتب على ذلك تفاعل وتواصل وتغيرات تختلف باختلاف النسق الذي تتم فيه العملية،

فالاتصال هو العملية التي ينقل فيها الفرد أو الجماعة رسائل بهدف التأثير في سلوكيات أفراد أو جماعات أخرى، ويتغير هذا الاتصال حسب الرغبة المحددة لنقل وتبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة بهدف التغيير في الموقف أو السلوك أو الاتجاهات أو القيم. (الديلمي، 2012،ص83).

وعليه فإن للاتصال تأثير يمر بمراحل هي:

1- **التوقع:** وهي منبهات تعمل على شد انتباه الجمهور وتهيئة توقعاته؛ فلكل معلومة تنقلها وسائل الاتصال تتكيف عند استقبالها من منطلق أنها تبدأ بحالة شعورية وتوقعية معينة.

2- **الانتباه:** وهو عنصر الإثارة المتزايدة لشد انتباه الجمهور.

3- **المشاركة:** وهي السيطرة على الجمهور و إجباره على الفعل والمشاركة.

4- **تجميع المعلومات:** وهي المرحلة التي يصبح لدى العقل طاقة متزايدة لجمع معلومات جديدة، فالعقل يجد صعوبة في استيعاب معلومات جديدة ما لم تكن متصلاً اتصالاً وثيقاً بحاجاته ورغباته مثل: لو نجح عنوان رئيسي لإعلان عن سلعة ما فسيشتري المتلقي هذه السلعة.

5- **تكوين الآراء:** المعلومات التي تعبد الطريق بين المرسل والمستقبل عبر وسيلة الاتصال ولا يتم إدراكها وتمثلها

إلا إذا كانت تشبع حاجات المستقبل ورغباته، وعندما ينشط العقل هكذا لا يتوقف عند استقبال المعلومات وجمعها بل يأخذ في استنباط الأفكار وتكوين الآراء.

6- **الاستعداد لأداء الفعل أو الاستجابة:** عند تكوين الأفكار يبدأ الاستعداد لأداء الفعل أو الاستجابة وتحقيق الأثر المطلوب (الديلمي، 2012، ص 52-54).

و يرى الشهري أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (الشهري، 2012، ص19).

ويعرفها راضي زاهر بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنيت و تبادل المنافع و المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع (راضي زاهر، 2013، ص23).

1-2 نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995م لربط زملاء الدراسة وموقع Sixdegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجوعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشاهدة لما توجد في الشبكات الاجتماعية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2000.

ظهرت شبكة Geocities كأول شبكة اجتماعية في الولايات المتحدة عام 1994 على الإنترنت، وتبعها بعام Theglobe.com، ثم في عام 1995 ظهر موقع Classmates.com للربط بين زملاء الدراسة، وفي عام 1997

ظهر موقع SixDegrees.com الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وقدم فيه المستخدمون ملفات شخصية وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء (عبد الكريم الدبيسي ، 2013 ، ص70).

في الفترة ما بين عامي 2002 و 2004، شهدت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ذروة شعبيتها عبر العالم، حيث ظهرت ثلاث مواقع رئيسية. بدأت بـ MySpace، ثم جاء موقع Friendster، وأخيرًا ظهر موقع Facebook في عام 2003، أصبح Facebook بسرعة واحدًا من أهم وأكثر المواقع الاجتماعية شعبية (عبد الكريم على الدبيسي، 2013 ، ص 70) .

في منتصف عام 2005، كان موقع MySpace مركز جذب لطلاب المدارس الثانوية في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية، بينما كان المستخدمون من البلدان الأخرى ينتشرون عبر مواقع شبكات اجتماعية أخرى. ظهرت أنواع جديدة من الشبكات الاجتماعية التي تركز على الصور، مثل موقع "فليكر" الذي ظهر في عام 2004، بالإضافة إلى موقع YouTube الذي ظهر في عام 2005 ويهتم بنشر مقاطع الفيديو (نها الأسدودي ، 2012 ، ص 101).

نشأت الشبكات الاجتماعية على الويب لسد فراغ اجتماعي، صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع أنشطته، حيث أثر على جميع مناحي الحياة الاجتماعية، ومع ظهور العولمة أو الكونية أو الكوكبية التي تُعني جعل الشيء على مستوى عالمي، أي نقله من المحدودية إلى اللا محدودية، وتوسيع دائرته كي يشمل العالم بأكمله وفقاً لوجهة نظر أصحاب تلك النظرية، حيث تختلف الشبكات الاجتماعية عن وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، لأنها مفتوحة الاستخدام من مختلف المستويات الاجتماعية والأجناس والدول، وتمكنهم من تبادل الأخبار والمعلومات والآراء بحرية دون أى رقيب (نها الأسدودي ، 2012 ،ص 96).

1-3 أنماط الشبكات الاجتماعية :

- **شبكات أساسية:** تُعرف الشبكات الاجتماعية العامة بأنها الشبكات الأساسية التي تشكل جزءًا أساسيًا من البنية التحتية للإنترنت، تتيح هذه الشبكات للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية وتوفير خدمات متنوعة مثل دراسة الشخصيات ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية، بالإضافة إلى المشاركة في الروابط والنصوص..

- **شبكات عمل:** الشبكات المهنية هي نوع من الشبكات الاجتماعية تركز على التواصل بين المحترفين، حيث تتميز بوجود ملفات شخصية تحتوي على معلومات مثل السيرة الذاتية والإنجازات. يُستخدم هذا النوع من الشبكات للتواصل بين أصحاب الأعمال والشركات والموظفين لأغراض مثل التوظيف أو التعاون على المشاريع وغيرها من الأنشطة المهنية.

- **شبكات المميزات الإضافية:** توفر بعض الشبكات الاجتماعية فرصًا لأعضائها للاستفادة من ميزات إضافية، على سبيل المثال، توفر مواقع مثل تويتر فرصة التدوين المصغر والتواصل بشكل سريع ومباشر (فيصل عبد الغفار، 2015، ص11-12).

1-4 خصائص الشبكات الاجتماعية :

توفر الشبكات الاجتماعية فرصة للمستخدمين لمشاركة الملفات والكتابة حول مواضيع معينة تهم الآخرين في نفس الصفحة، وتخدم مصالحهم المشتركة، في جميع هذه المنصات، يمكن للمستخدمين التعليق على المواضيع المطروحة، مما يشجع الزوار على المشاركة بمزيد من المعلومات عن أنفسهم، مثل المهنة والاهتمامات.

هناك أيضًا مواقع اجتماعية متخصصة في مجالات معينة مثل المجالات الإعلامية أو الثقافية أو التربوية، وتستهدف فئات معينة من الناس، وهناك مواقع أخرى متخصصة في التجارة والتسوق، والتي تهتم بشريحة معينة من الجمهور وتستجيب لاحتياجاتهم.

بالإضافة إلى ذلك، هناك نوع جديد من الشبكات الاجتماعية التي يتم التواصل من خلالها باستخدام الهواتف النقالة، حيث يمكن للمستخدمين تكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشات هواتفهم، وتشير بعض الدراسات إلى أن هناك مستخدمين يصبحون مدمنين على استخدام الهواتف النقالة، حيث يشعرون بالحاجة الملحة لاستخدامها دون وعي، مما قد يؤثر سلباً على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الأشخاص.

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

وفي تفسيرها لما سبق من قولها، ترى " شيري تركل" بأن الناس ينعزلون عن الواقع المعاش، ويتيهون في واقع افتراضي ليس له صلة بالحقيقية مما يقلل من آدميتهم وتقول: "إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا (عفيفي علاء الدين، 2015، ص 157- 159).

بالرغم من الفوائد التي تقدمها الشبكات الاجتماعية في تسهيل التواصل وتبادل المعلومات، فإن هناك بعض الباحثين والكتاب الذين يعبرون عن قلقهم إزاء تأثير هذه الشبكات على آدمية البشرية، حيث يمكن أن تؤدي إلى الانغماس الزائد في العوالم الافتراضية والانعزال عن الواقع.

1-5 أنواع الشبكات الاجتماعية:

أولا: الفيس بوك:

هو ابرز مواقع التواصل الاجتماعي وابرز وسائل الاتصال الحديث التي كان لها تأثير كبير على مستوى العالم ككل وعلى الصعيد العربي منه بشكل خاص.

وهو موقع مجاني على شبكة الانترنت، من اختراع الطالب في جامعة هارفرد الأمريكية "(مارك زوكربيرج" الذي قام بإطلاق موقع على شبكة الانترنت عام 2004 يهدف إلى تسهيل عملية التواصل بين طلبة تلك الجامعة، وفي العام

2007 قرر هذا الشاب أن يوسع ذلك الموقع ليصبح عالمياً مفتوحاً أمام من يرغب في استخدامه، فكانت النتيجة طفرة في عدد المستخدمين له وفي عدد المتواصلين عبره (عامر فتحي، 2011، ص 205).

أعلن مارك زوكربيرج، مؤسس الفيس بوك، عبر صفحته الشخصية على الموقع أن عدد مستخدمي الفيس بوك حول العالم وصل إلى ملياري مستخدم بحلول عام 2017، وبهذا الرقم يمثل مستخدمو الفيس بوك نحو ربع سكان العالم، البالغ عددهم 7.5 مليار نسمة في ذلك العام، وبهذه المناسبة، أعلنت الشركة عن توفير المزيد من التطبيقات لمستخدميها في الفترة القادمة (www.alarabiya.net) .

وفقًا للمعلومات المتاحة، يوجد حوالي 2.13 مليار مستخدم نشط شهريًا حول العالم. كما ارتفعت إيرادات الشركة بنسبة 47٪، لتسجل أكثر من 40 مليار دولار أمريكي في عام 2017 .

وبالنسبة للوطن العربي، بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك 156 مليون مستخدم في عام 2017، بزيادة 41 مليون مستخدم عن العام السابق. وفي مصر، بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك حوالي 33 مليون مستخدم، والذين يمثلون نسبة 37٪ من إجمالي عدد السكان في البلاد في ذلك العام (www.alarabiya.net).

يشير البحث إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تحظى بشعبية كبيرة بين الشباب، وهذا ما أكدته دراسات سابقة منذ عام 2007، حيث تظهر شبكة الفيس بوك بشكل خاص كواحدة من أكثر المواقع انتشارًا بين الشباب، وفقًا لدراسة أحمد يونس عام 2013.

ثانياً: الأنستاجرام:

تأسست شبكة إنستاجرام كوسيلة لتبادل الصور والفيديوهات القصيرة، حيث ظهرت في 10 يونيو 2010 على يد مؤسسيها "كيفن سيستروم" و" مايك كريغر"، اللذين هما خريجان من جامعة ستانفورد الأمريكية، في البداية، كانت إنستاجرام تعمل فقط على هواتف آيفون، وبدأت باستخدام 80 شخص فقط. وبعد 10 أيام من إطلاقها، بلغ عدد مستخدميها 10 آلاف مستخدم.

في ديسمبر 2010، أعلن مؤسسا إنستاجرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة Foursquare، وفي فبراير عام 2011، تم إتاحته للمستخدمين من خلال 25 لغة مختلفة حول العالم، وبلغ عدد مستخدميها في فبراير 2011 مليون وسبعمائة ألف مستخدم يتشاركون أكثر من 300 ألف صورة يوميًا.

حصلت الشركة على تمويل بقيمة 7 مليون دولار أمريكي من مجموعة مستثمرين، بمن فيهم "جاك دورسي" مؤسس تويتر، في يوليو 2011 وصل عدد المستخدمين إلى 6 مليون مستخدم يتشاركون أكثر من مائة مليون صورة يوميًا، وارتفعت قيمة الشركة إلى 500 مليون دولار في أبريل 2012، واستحوذت عليها شركة فيس بوك في صفقة بلغت قيمتها مليار دولار نقدًا (محمد حبيشي، 2012،)

ثالثا: يوتيوب:

يعتبر موقع يوتيوب الأشهر والأهم عالميًا لمشاركة وتحميل الفيديوهات. تأسس الموقع من قبل ثلاثة موظفين في شركة PayPal الأمريكية هم "تشاد هورلي" و "ستيف تشن" و "جاود كريم" ، وتم إطلاق النسخة التجريبية في مايو 2005، ثم النسخة الرسمية بعد ستة أشهر، واستحوذت شركة Google على يوتيوب بقيمة 1.65 مليار دولار. يُقدم يوتيوب الآن خدماته تحت إدارة Google، ومقره الحالي في ولاية كاليفورنيا الأمريكية.

يعتبر يوتيوب طفرة في عالم الإنترنت، حيث أتاح للمستخدمين نشر ومشاركة الفيديوهات بسهولة، مما جعلها متاحة للمشاهدين عبر الإنترنت بشكل كبير، حيث يمكن لأي شخص إنشاء قناة في أي مجال دون قيود، مما أدى إلى تنوع كبير في المحتوى المتاح، ويحتل المشاهدون من الشرق الأوسط المرتبة الثانية بعد الولايات المتحدة في استخدام الموقع.

أعلنت Google أن عدد مستخدمي يوتيوب تجاوز المليار يوميًا، مما يمثل ثلث عدد مستخدمي الإنترنت في العالم، ويستخدم يوتيوب في 88 دولة ويدعم 76 لغة، مما يلبي احتياجات 95% من مستخدمي الإنترنت، ويفوق عدد الأشخاص الذين يتراوح أعمارهم بين 18 و 49 عامًا عدد مشاهدي أي شبكة تلفزيونية خاصة في الولايات المتحدة، كما أن أكثر من نصف المشاهدات تأتي من الهواتف المحمولة (www.youtub.com).

1-6 ايجابيات وسلبيات الشبكات الاجتماعية:

أ- ايجابيات الشبكات الاجتماعية:

1- فتحت وسائل التواصل الاجتماعي آفاقًا جديدة للأفراد للتواصل والتعبير عن أنفسهم بطرق مبتكرة، حيث توفر هذه الوسائل قنوات اتصال جاذبة تسمح للمستخدمين بالتواصل مع الآخرين والتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم بحرية، دون الحاجة إلى الاعتماد على نشر محتوى معين، حيث أصبح الاتصال والتعبير عن الذات ضرورة ملحة للأفراد الذين يهتمون بالتواصل الاجتماعي.

2- شبكات التواصل الاجتماعي مصممة لتكون سهلة الاستخدام، حيث توفر تقنيات متطورة وتصميماً بسيطاً وألوانًا مريحة، تعرض المعلومات عند الطلب، مما يجعل التفاعل سهلا، وتستخدم رموزًا ورسومًا توضيحية لتوجيه الاهتمام وتسهيل الفهم، و تقدم تحديثات مباشرة وتظهر بشكل واضح، مما يجعلها جاذبة للاستخدام.

3- ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المجتمع بأساليب جديدة، حيث فتحت فرصًا جديدة للتواصل والانضمام إلى مجموعات متنوعة، يقوم المستخدمون بالمشاركة في مجتمعات مثل مجتمعات محبي الكتب، حيث يتبادلون الأفكار والتجارب ويشاركون بتبادل الكتب التي يعشقونها..

4- يمكن للأفراد استخدام البيانات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إنشاء شبكتهم الخاصة ومشاركة المعلومات مع الأصدقاء والجمهور، بعض الشبكات توفر تطبيقات تسمح للمستخدمين بتحديد العلاقات بينهم وبين الأعضاء الآخرين.

5- توفر شبكات التواصل الاجتماعي منصات مثالية يستطيع من خلالها المستخدمون ذوو الاهتمام المشترك التعاون بشكل فعّال وبتكاليف أقل، و يمكن أيضًا تنظيم االحملات من خلال استخدام شبكات مثل "Care".

6- فتحت شبكات التواصل الاجتماعي نقاط دخول جديدة على الإنترنت للأفراد، مما أضاف بعدًا جديدًا للهوية الشخصية العالمية للأفراد، ففي السابق، كان الناس يتواصلون مع بعضهم البعض عبر الأنترنت باستخدام المكان

كمرجع (مثل المدن، العناوين، الصفحات الرئيسية)، ولكن تحولت هذه الشبكات إلى منصات شخصية تشمل المدونات، والملف الشخصي، والصور، وغيرها (www.alarabiya.net).

ب-سلبيات الشبكات الاجتماعية:

1- انعدام الخصوصية وضعف الأمان يشكلان تحديات كبيرة في شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث يمكن لهذه الشبكات بيع معلومات المستخدمين الشخصية، مما يهدد الخصوصية ويعرض الملكية الفكرية للخطر، بالإضافة إلى ذلك، يزيد الاستخدام الشائع والبسيط لهذه الشبكات من صعوبة حماية البيانات وتحديد مصير المعلومات المشتركة، تعتبر هذه الثغرات نقاط ضعف تجعل من السهل على المجرمين الإلكترونيين اختراق النظام (www.alarabiya.net).

2- انعدام الهوية الحقيقية يعتبر تحديًا في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن الهوية الحقيقية للفرد لا يمكن أن تظهر إلا عندما يلتقي الأشخاص وجهًا لوجه، تبقى العلاقات الاجتماعية في عالم الإنترنت مجرد أسطورة إذا غابت عنها لغة الجسد ومعرفة السلوك الشخصي المباشر، وبالتالي يصعب الحصول على صورة كاملة عن سلوك المستخدم وخصائصه الشخصية من خلال التفاعل الإلكتروني.

3- بفضل شبكات التواصل الاجتماعي، تمكنت بعض المنظمات غير الرسمية من استغلال وإيهام المستخدمين الأقل حذرًا من خلال أشكال مختلفة من النصب والاحتيال.

4- تزييف المحتوى فتقييم المصداقية في بيئة الإنترنت غالباً يكون أكثر تعقيدًا من تقييم محتويات وسائل الإعلام التقليدية، نظراً لتعدد مصادر المحتوى عبر الشبكة وتدفق المعلومات غير المنظم والمجاني وكثرة مزودي المعلومات. هذا يخلق العديد من المخاطر للأفراد الذين يبحثون عبر الإنترنت (www.alarabiya.net).

المبحث الثاني : مرحلة التعليم المتوسط

2-1 مفهوم التعليم المتوسط:

المرحلة المتوسطة تعتبر مرحلة تعليمية تقع بين مرحلة التعليم الابتدائي ومرحلة التعليم الثانوي، حيث تستغرق مدتها أربع سنوات بعد أن كانت ثلاث سنوات، يلتحق بها جل التلاميذ الذين أكملوا المرحلة الابتدائية، التي أصبحت تدوم خمس سنوات بدلاً من ست سنوات.

في هذه المرحلة يخضع التلاميذ لتكوين متعدد الأبعاد يمتد عبر المراحل التعليمية المختلفة، كل مرحلة تعليمية تأخذ دورها الخاص في هذا التكوين، وتُخصص المرحلة المتوسطة جزءاً منها لتحقيق مجموعة من الأهداف التعليمية والتربوية، وتشكل هذه الأهداف حقلاً متكاملاً يمتد عبر الأربع سنوات المتتالية للمرحلة المتوسطة.

فالمرحلة المتوسطة تعتبر منبرًا يعلن فيه التلاميذ عن نتائجهم التعليمية والتربوية المرتبطة بمرحلة التعليم الابتدائي، بحيث يجب أن يكون التكوين المعرفي والمنهجي الذي يتم في كل سنة من سنوات هذه المرحلة متماشيًا ومكملاً للمعرفة التي تم اكتسابها سابقًا، تُضاف إلى ذلك أهداف متعددة في كل مرحلة تعليمية، مع تحقيق التكامل بين هذه الأهداف والحدود الخاصة بكل مرحلة.

في المرحلة المتوسطة، يتم التركيز على المفاهيم الأخلاقية والقيم والمثل العليا، مع الشروع في تعلم العلوم الأساسية في الدين والتاريخ والعلوم والرياضيات، بالإضافة إلى تعزيز مهارات اللغة الإنجليزية وتطوير مهارات القراءة والكتابة والمحادثة (أحمد العيسي، 2009، ص111).

والمرحلة المتوسطة هي مرحلة تقع ضمن ما يعرف بالتعليم الأساسي وتشترك في ذلك مع المرحلة الابتدائية، فالتعليم الأساسي "يضمن تعليما مشتركا لكل التلاميذ، ويسمح لهم باكتساب المعارف والكفاءات الأساسية الضرورية لمواصلة الدراسة في المستوى الموالي أو الالتحاق بالتعليم والتكوين المهنيين، أو المشاركة في حياة المجتمع (سعد لعمش، 2011، ص57) ، فالمتعلّم في المرحلة المتوسطة يُزوَّد بمجموعة من المعطيات المعرفية والمنهجية التي يبني عليها ممارساته التعليمية داخل المدرسة، وممارساته المهنية خارج المدرسة.

2-2 مراحل التعليم المتوسط:

التعليم المتوسط يمثل المرحلة النهائية من التعليم الإلزامي، حيث يهدف إلى تأمين للتلميذ مجموعة من الكفاءات التربوية والتأهيلية الأساسية، وتنظم مرحلة التعليم المتوسط نفسها إلى ثلاث مراحل مميزة، متمثلة في:

- **الطور الأول:** ويخص السنة الأولى متوسط ،وهو طور ترسيخ المكتسبات و التكيف مع تعليم يتميز بتعدد المواد.
- **الطور الثاني:**ويشمل السنتين الثانية و الثالثة متوسط ، ويخصص لدعم الكفاءات و رفع المستوى الثقافي و العلمي للتلاميذ.
- **الطور الثالث:** ويخص السنة الرابعة متوسط ، وفيه تكمن التعلمات في مختلف المواد.

ومن هذا المنظور لا يمكن لتلميذ أن ينتقل من طور لآخر إلا إذا أظهر التقويم أنه يتحكم بصفة كافية في الكفاءات المستهدفة للأطوار السابقة.

2-3 خصائص التعليم المتوسط:

في مرحلة المتوسط، يواجه التلاميذ العديد من العقبات والتحديات التي تؤثر على قدرتهم على التكيف بشكل صحيح مع التغيرات والتطورات النفسية والجسمية والاجتماعية التي يواجهونها، يتزامن هذا الوقت مع مرحلة المراهقة، وهي فترة من مراحل النمو التي يمر بها الإنسان وتعني التدرج نحو النضج الجسمي والجنسي والعقلي والانفعالي والاجتماعي تتميز المراهقة بتغيرات وتحولات كثيرة، منها:

- رغبتهم في الاستقلالية عن الأسرة وتحمل المسؤولية، مما يُعرف بتوكيد الذات واكتشاف الأدوار.
- التغيرات في النواحي الجسمية والعقلية والوجدانية والاجتماعية.
- النمو الجسمي السريع والاختلافات الفردية في النمو.
- تطور القدرات العقلية والتفكير التجريدي لدى المراهقين.
- التقلبات الانفعالية نتيجة للتغيرات في التوازن الهرموني الداخلي.
- بناء العلاقات الاجتماعية الجديدة.

– استكشاف الجنس الآخر وفهم خصائصه.

– اختيار الهوايات التي تجلب لهم المتعة والرضا.

– التمرد والتوتر الانفعالي لفترات طويلة.

بفضل الخصائص التي يمتلكها تلاميذ مرحلة المتوسط، سواء من الناحية الاجتماعية أو النفسية أو الجسمية، يكونون مستعدين ومؤهلين لمواجهة تحديات الدراسة، التي تعتبر من أهم الخطوات في مسار تعليمهم، خلال هذه التحديات، يتمكنون من اكتساب المعرفة والمهارات التي تساعدهم في التطور الفكري والتقدم الاجتماعي، وتحقيق الأهداف التي يحددونها لأنفسهم في المستقبل.

2-4 أهداف التعليم المتوسط:

تعتبر المرحلة المتوسطة لها أهداف محددة تختلف عن المرحلة السابقة واللاحقة، حيث تقع في وسط مسار التعليم. ومن بين أهدافها العامة الأهم (أحمد منير، 2006، ص237).

– رفع مستوى التطور الجسمي والعقلي والاجتماعي والروحي والوجداني للتلاميذ، مع الاستمرار في متابعة تطورهم من المرحلة السابقة.

– تأهيل التلاميذ للنجاح في الحياة من خلال توفير الفرص المناسبة لتطوير قدراتهم واستعداداتهم المختلفة، مما يمكنهم من متابعة تعليمهم في المراحل اللاحقة بما يتماشى مع رغباتهم واهتماماتهم.

– تعزيز الوعي بدور التلاميذ في خدمة المدرسة والمجتمع، مما يعزز المسؤولية الاجتماعية والاندماج الإيجابي في المجتمع المحلي.

– تعزيز القيم الاجتماعية والروحية ومبادئ الحياة المجتمعية في الطلاب.

– بناء شخصية وطنية متكاملة ومتوازنة، وتطوير أنماط سلوك متنوعة تتوافق مع التغيرات في النظام الاجتماعي والسياسي.

– تغيير وجهة نظر التلاميذ حيال التعليم والمعرفة، وتعزيز القدرات اليدوية والإبداعية والسلوكية كجزء أساسي من عملية التعلم، مع ربط المدرسة بالمجتمع والعصر والمواطن، وإعداد الطلاب وفقًا لمتطلبات المجتمع المعاصر.

– ترسيخ القيم العربية والإسلامية في نفوس التلاميذ، وتعزيز الانتماء للهوية الوطنية والثقافية.

ويمكن أن نلخص الأهداف التي يجمعها التعليم الأساسي في نقطتين مهمتين هما (سعد لعمش، 2011، ص 57):

– تزويد التلاميذ بأدوات التعليم الأساسية المتمثلة في القراءة والكتابة والحساب.

– منح المحتويات التربوية الأساسية من خلال مختلف المواد التعليمية التي تتضمن المعارف والمهارات والقيم والمواقف.

استنادًا إلى الأهداف الرئيسية للنظام التعليمي الأساسي، التي تشملها المرحلة المتوسطة كجزء منه، يعتبر تطوير أداء التعلم للتلاميذ من أهم الأولويات، ويتم ذلك من خلال تزويدهم بأساليب وأدوات تعزز من كفاءتهم التعليمية، مع التركيز على القيم التربوية بهدف صقل شخصية الفرد وتعزيز اندماجه في المجتمع بناءً على القيم الوطنية والروحية، مما يمكّنه من مواجهة التحديات الخارجية بثقة وفعالية.

2-5 أهمية التعليم المتوسط

تعتبر المرحلة المتوسطة نقطة تحول رئيسية في مسار التعليم، حيث تمثل وسيطًا بين المرحلة الابتدائية والمرحلة الثانوية، مما يمنحها أهمية خاصة في السلم التعليمي، وتتمثل أهمية هذه المرحلة في العوامل التالية (أحمد منير، 2006، ص238):

– تعزيز وتوسيع المهارات والمعارف التي تم اكتسابها في المرحلة الابتدائية.

– إعداد جيل وسط يكفل تأهيله وقدراته للقيام بمسؤولياته وشق طريقه في الحياة العملية.

– تحديد مسار حياة التلاميذ، حيث تأتي بعد مرحلة الطفولة وقدوم سن الفتوة، مما يستلزم الاهتمام بتغيراتهم النفسية والجسدية والعقلية.

– الاهتمام بكشف وتوجيه ميول ورغبات الطلاب واستعداداتهم وقدراتهم، وتوجيههم نحو مسار يخدم مصلحتهم ومصلحة مجتمعهم.

– فهي مرحلة تلعب دورًا حيويًا في تحديد وتوجيه مسار التعليم وتطوير الطلاب لمواجهة تحديات الحياة والاندماج في المجتمع بشكل فعّال.

المبحث الثالث : أثر الشبكات الاجتماعية على السلوك الاجتماعي و التحصيل الدراسي

أولاً: ماهية السلوك الاجتماعي

3-1-1 مفهوم السلوك الاجتماعي:

الإنسان بشكل عام يتميز بفضوله وسرعة تأثره بالبيئة المحيطة به، حيث يتفاعل مع المجتمع ويتأثر بتفاعلاته سواء بشكل إيجابي أو سلبي. السموك الاجتماعي يشير إلى هذا التفاعل الذي يحدث في حياة الفرد اليومية بمشاركة شخص أو أكثر.

ويعرف أيضا السلوك الاجتماعي بأنه "السلوك الذي يسلكه المرء بالنسبة للمتطلبات والمستلزمات الاجتماعية وحيال الجماعة التي ينتمي إليها أو إزاء الأفراد الآخرين (مؤمن، 2012، ص12) .

3-1-2 عناصر السلوك الاجتماعي:

تؤثر التفاعلات والتواصلات بين أفراد المجتمع بشكل كبير على الظروف والمواقف الحياتية، وبناءً على هذا، يتكون السلوك الاجتماعي من عدة عناصر مهمة، مثل:

– **الهدف:** إذ أن كل سلوك له هدف يسعى الفرد إلى تحقيقه، ويختلف من حيث أهميته أو قيمته بالنسبة للفرد.

– **الاستعداد:** فالفرد يستجيب بأساليب مختلفة في الوصول إلى هدفه إذ يكن مستعداً أو مهيأً للقيام بالاستجابة للموقف الذي يعيشه.

– **الموقف:** فالمواقف تزود الفرد بالبدائل المختلفة التي تتطلب من الفرد الاختيار من بينها وهذه المواقف تعطي الفرد الفرصة لكي يشبع حاجاته ويواجه مطالبه.

- **التفسير:** يقوم الفرد بتفسير الموقف قبل أن يسلك أو يتصرف بطريقة معينة.

- **الاستجابة:** فالفرد يستجيب و يتصرف بالأسلوب الذي يعتقد انه سيقوده إلى أكبر قدرة على الإشباع.

- **النواتج:** قد تأتي نواتج السلوك وأفعال الفرد محققة للهدف و مشبعة لمطالب الفرد وحاجاته (ذيب ايمان، العدد12)

3-1-3 مميزات السلوك الاجتماعي:

السلوك الاجتماعي له مهارات و توجيهات يعتمد تغيرها بتغير المواقف التي يتعرض إليها الفرد في مجتمعه وهذا ما يميزه عن باقي السلوكات بشكل عام، ومن أهم مميزاته ما يلي:

- السلوك الاجتماعي ينطوي على معانٍ وأهدافٍ أخلاقية تهدف إلى تعزيز التوافق والتآلف والتعاون مع أفراد المجتمع، بهدف الحصول على تقديرهم والمساهمة في تنظيم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد.

- يشير إلى السلوك الذي يكتسبه الفرد من خلال تجاربه السابقة وتفاعله مع الآخرين، مما يمكّنه من التأثير فيهم والتحكم فيه، ويمكن أن يوجهه الجماعة في بعض الأحيان.

- تتنوع أنماط السلوك الاجتماعي بناءً على احتياجات الفرد، وتفاعله مع المواقف التي يواجهها، وأيضًا تفاعل الآخرين معه وتأثيرهم عليه.

- السلوك الاجتماعي يعكس تصرفات الفرد ويوجهه نحو التواصل والتأثير على الآخرين استنادًا إلى تجاربه وخبراته السابقة.

- يمكن رصد السلوك الاجتماعي عندما يكون ظاهرًا مباشرة، ويمكن استنتاجه بناءً على مراقبة موضوعاته وتفاصيله، ويدل ذلك على طبيعته الاجتماعية والغرض الذي يهدف إليه. (ذيب ايمان، العدد22)

ثانيا: ماهية التحصيل الدراسي

3-2-1 مفهوم التحصيل الدراسي

فقد ورد له تعريف في قاموس علم النفس بأنّه: مستوى محدد من الإنجاز أو الكفاءة أو الأداء في العمل المدرسي أو الأكاديمي يجري من قبل المدرسين أو بواسطة الاختبارات المقننة (رشاد صالح، 2006، ص85).

ويرى "ستين بيرج" أنّ مفهوم التحصيل الأكاديمي يعتبر مفهومًا متعدد الأبعاد، حيث يرتبط بشكل مباشر بتطور ونمو الطالب في الجوانب العقلية والوجدانية والاجتماعية، وحتى الجوانب الفيزيائية والجسمانية، يشمل هذا المفهوم الطالب كوحدة كاملة، ويهدف إلى قياس مدى استيعاب الطلاب للمعرفة والمهارات التي تم تعلمها في المناهج الدراسية، كما قد يسعى إلى تحديد قدرات الطلاب وخصائصهم الوجدانية بصورة واضحة (حسين سلامة، 2006، ص146).

و يعرفه **" عبد الرحمان العيسوي "**بأنه مقدار المعرفة و المهارة التي حصلها الفرد نتيجة التدريب والمرور بخبرات سابقة و تستخدم كلمة تحصيل غالبا لتشير إلى التحصيل الدراسي و التعليم ، أو تحصيل العامل من الدراسات التدريبية التي تلحق بها (فتيش سعيد، 2012،ص 56).

3-2-2 عوامل تأثير تكنولوجيا الإعلام على التحصيل الدراسي:

لقد انتشرت شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع، وفي السنوات الأخيرة كان تأثير الويب مهم للغاية، وأثر استخدام تلك الشبكات في العملية التعليمية ودعم مشاركة الطلاب في تلك الأخيرة، من خلال تطوير مهاراتهم الأساسية، مثل الإبداع والقيادة بكفاءة تكنولوجية (ابراهيم علي، 2014، ص429).

وقد لعبت ايضا تكنولوجيا الإعلام دوراً حيوياً في تحسين العملية التعليمية وزيادة تحصيل الطلاب والتلاميذ في مختلف مراحل التعليم، فقد أدت إضافة خصائص وميزات جديدة للتكنولوجيا، مثل الحواسيب المحمولة و اللوحية والهواتف الذكية، وشبكة الإنترنت والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، إلى تحقيق استفادة كبيرة منها، أصبح الكمبيوتر وسيلة للتواصل بين الطلاب والمعلمين وأولياء الأمور.

استخدام التكنولوجيا المعلوماتية الحديثة مثل الحواسيب الشخصية والأجهزة اللوحية والسبورات التفاعلية يساهم في رفع مستوى الطلاب من حيث الاستيعاب والابتكار، تتيح هذه الأدوات للطلاب مراجعة الدروس واستكمال الشرح المقدم من المدرس بشكل متكرر، مما يزيد من فهم المواد الدراسية وتطبيقها بفعالية أكبر(راضي زاهر، 2013، ص19).

بالإضافة إلى ذلك، يمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تساعد في حل المشكلات التعليمية، فعلى سبيل المثال، إذا كان التلميذ غائباً عن المدرسة لأي سبب، فإنه يمكنه الاستمرار في تعلم المواد عبر التعليم الإلكتروني، كما تعزز تكنولوجيا

المعلومات كفاءة المعلمين من خلال توفير التدريبات المناسبة لهم، وتعزيز تفاعل الطلاب وتحفيزهم للتعلم، والحد من ظاهرة الدروس الخصوصية.

من المهم مراجعة فعالية استخدام التكنولوجيا في التعليم، حيث يجب تقييم كيفية تطبيقها في الفصول الدراسية وتحديد الأهداف التي تسعى إليها المدارس والمعلمون، كما ينبغي تقييم أداء الطلاب بشكل شامل بحيث يتضمن قياس قدراتهم التفكيرية والعقلية بجانب قدراتهم الأكاديمية.

ومن بين هذه العوامل نجد:

– مصطلح التكنولوجيا يشمل تنوعًا واسعًا من الأدوات والمواد الإلكترونية، بما في ذلك استخدام الحواسيب في التعليم، بالإضافة إلى الفيديو وتقنيات التعليم المفتوح، كل نوع من هذه التكنولوجيات له استخداماته الخاصة وأهدافه المحددة.

– إن تقويم أثر التكنولوجيا على تحصيل الطلاب هو عملية معقدة (www.facebook.com).

– تظهر الأبحاث أن التغييرات في بيئة الصف ترتبط بتغييرات في عوامل التعليم الأخرى، على سبيل المثال، يقلل النموذج التعليمي الذي يستخدم الفيديو التفاعلي من أو استخدام أشرطة الفيديو من تأثيره على تحصيل الطلاب، طالما أن التكنولوجيا المستخدمة تتناسب مع المحتوى التعليمي وأن جميع المشاركين قادرون على الوصول إليها .

3-2-3 الآثار الايجابية و السلبية للشبكات الاجتماعية على التحصيل الدراسي:

أولاً : الآثار الايجابية :

– وسائط التواصل الاجتماعي تعزز التواصل بين المعلمين والطلاب حتى خارج أوقات الصف، حيث يمكن للمعلمين إرسال الملاحظات بسرعة عبر هذه الوسائط ، هذا التواصل المستمر يساعد في سد الفجوة بين المعلمين والطلاب، مما يؤدي إلى فهم أعمق للمواد الدراسية وتوفير موارد إضافية مجانية (راضي زاهر، 2013، ص23).

– استخدام منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يوفر للطلاب وصولًا غير محدود إلى موارد ونصوص موثوقة، ويمكنهم الاستفادة منها في كتابة المقالات وإعداد المشروعات وإعداد العروض التقديمية. بالإضافة إلى ذلك، تسهل

هذه المنصات عملية التحقق من مصداقية المراجع، خاصة إذا كانت تأتي من دور نشر موثوقة خارج البلاد أو تمت ترجمتها (حميد عقبة، 2021، ص168).

– الألعاب التعليمية يمكن استخدامها لتحسين مهارات القراءة، وخاصة اللغة الإنجليزية كلغة ثانية، حيث ستزيد هذه الألعاب من مفردات الطلاب باللغة الإنجليزية.

– من الممكن للمدرس أن يشجع طلابه على متابعة آخر التطورات في مجال المادة العلمية التي يتعلمونها، وذلك من خلال تكليفهم بالبحث والاطلاع على المعلومات الجديدة، مما يساهم في إبقاء الطلاب على اطلاع دائم على أحدث التطورات في التخصص (ساعي ندى، 2020، ص168).

– مراجعة الكتب والبحوث بشكل تعاوني بين الطلاب والمعلمين عن طريق إرسالها إلى الطلاب في نفس التخصص لمراجعتها وتقديم الملاحظات على الفيسبوك أو الواتساب أو الفايبر وغيرهم من المواقع.

أولاً : الآثار السلبية :

– يعتمد بعض الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للغش في الامتحانات.

– قلة تنظيم منطقي لبعض محتويات المعلومات المتوفرة على الويب.

– يشكل صعوبة معرفة الهوية الحقيقية للطلاب المشاركين عبر المواقع تحديًا، خاصة بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون حسابات بأسماء مستعارة. حيث إن المواقع تكون مفتوحة للجميع، مما يعني أن الأفراد الذين ليس لديهم أي صلة بالتعليم قد ينضمون أيضًا، مما يزيد من التحدي في التعرف على الهوية الحقيقية للمشاركين (بكير قشار، 2020، ص71).

– إضاعة الوقت وقضاء ساعات طويلة عبر هذه المواقع خاصة في الليل حيث تقل الرقابة الأبوية وما ينعكس عنها من اضطرابات صحية .

– النوم أثناء الحصص، وقلة التركيز، وقلة التفاعل مع الأستاذ عند شرح الدروس.

– أظهرت الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في نشر الثقافات التي قد تتعارض مع القيم والمبادئ الدينية، مثل الثقافة الغربية التي قد تتنافى مع القيم الإسلامية، وتزيد من انتشار الفساد الأخلاقي خاصة بين المراهقين، مما يمكن أن يؤثر على مستقبلهم بشكل سلبي (اميطوش موسى، 2020، ص09).

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم ذكره من حصيلة معلومات حول مدى أثر الشبكات الاجتماعية في عملية التعلم و على سلوكات التلاميذ و تأثيراتها النفسية و الاجتماعية من خلال اعادة تشكيل منظومة القيم و الغرس الثقافي الذي تخلقه هاته الشبكات عند الاستعمال المؤدي للإدمان الالكتروني هذا ما قد يؤثر سلبا على الطاقة الإنتاجية للتلاميذ و على المحصلة التعليمية التي تتيح له النجاح عبر مختلف الأطوار الدراسية.

الفصل الرابع : الدراسة الميدانية

أولاً: تفريغ و تحليل البيانات

1- البيانات الشخصية

2- عادات و أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية

3- دوافع و حاجات استخدام الشبكات الاجتماعية

4- الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية

ثانياً: تحليل نتائج الدراسة

1- النتائج الجزئية

2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

3- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء نظرية الاستخدامات و الاشباعات

4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

أولاً: تفريغ و تحليل البيانات

1- البيانات الشخصية:

جدول رقم 01 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	28	% 38.88
أنثى	44	% 61.11
المجموع	72	% 100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01)الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث وجدنا أن فئة الذكور بلغ عددهم 28 فردا تقدر نسبتهم 38.88 %، في حين أن عدد الإناث بلغ 44 فرد بنسبة 61.11 % وهذا يدل على أن الإناث أكثر فئة إقبالا على الشبكات الاجتماعية و ذلك للترفيه و مواكبة الموضة و معرفة كل جديد على مستوى الحياة الاجتماعية، بالإضافة إلى أننا قمنا بتوزيع الاستمارات على التلاميذ بطريقة عشوائية ولم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث و الذكور.

جدول رقم 02 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

العمر	التكرار	النسبة %
10سنوات	06	% 08.33
11 سنة	12	%16.66
12 سنة	14	% 19.44
13سنة فمار فوق	40	%55.55
المجموع	72	% 100

يتضح من الجدول رقم (02) أن أغلب مفردات العينة تنتمي إلى الفئة العمرية (13 سنة فما فوق) بنسبة 55.55% حيث سجلنا 40 تلميذ في هذه الفئة العمرية، تلتها مباشرة 14 تلميذا من العينة البحثية ينتمون إلى سن (12 سنة) مشكلين نسبة 19.44 %، وإجمالا فإن نسبة كلا الفئتين تجاوزت 74.99 % من العينة الممثلة لمجتمع الدراسة وهو

عدد كبير لكنه منطقي، كون هذه الفئة الأكثر حماسة وتجاوب مع مختلف الأنشطة والمستجدات و كونها اكثر اتقانا لاستعمالات الهاتف مقارنة بالفئات الأقل سنا مثل فئة من هم في 11 سنة و الذين يمثلون نسبة 16.66% وكذلك فئة 10 سنوات و الذين يمثلون نسبة 08.33 %.

جدول رقم 03 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
سنة أولى متوسط	**08**	**% 11.11**
سنة ثانية متوسط	**16**	**% 22.22**
سنة ثالثة متوسط	**08**	**% 11.11**
سنة رابعة متوسط	**40**	**%55.55**
المجموع	**72**	**% 100**

يتضح من الجدول رقم (03) أن أغلب مفردات العينة يدرسون في السنة الرابعة متوسط والتي قدرت عدد أفرادها ب 40 فردا وبنسبة 55.55% تليها مباشرة 16 تلميذ في السنة الثانية متوسط بنسبة 22.22 % ، ثم يتساوى عدد افراد السنتين الأولى و الثالثة متوسط و التي تقاسمتها العدد 08 افراد كل منهما وبنسبة 11.11 % لكلا السنتين .

جدول رقم 04 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي

المستوى المعيشي	التكرار	النسبة %
مرتفع	**08**	**% 11.11**
متوسط	**48**	**% 66.66**
منخفض	**16**	**% 22.22**
المجموع	**72**	**% 100**

من خلال الجدول رقم (05) يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة مستواهم المعيشي متوسط بنسبة قدرت ب 66.66 %، تليها مباشرة أفراد العينة الذين مستواهم المعيشي منخفض بنسبة 22.22 %، أما نسبة المستوى المعيشي المرتفع فقدرت ب 11.11 % ، وهذا الترتيب منطقي لأن أغلبية أفراد العينة يقطنون في الشبه الحضري، وبالتالي فإن

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

2- عادات و أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم 05 : يوضح أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف أفراد العينة

الشبكات الاجتماعية	التكرار	النسبة %
الفيس بوك	**22**	**% 30.55**
تويتر	**05**	**% 06.95**
اليوتيوب	**10**	**% 13.89**
انستغرام	**35**	**%48.61**
المجموع	**72**	**% 100**

من خلال قراءتنا للجدول رقم (05) الذي يوضح الشبكات الاجتماعية المفضلة المبحوثين ، نلاحظ أن 48.61 % من المبحوثين يفضلون استخدام أنستغرام وهي أعلى نسبة، ثم يأتي الفيس بوك بمعدل يقدر ب 30.55 % ثم يأتي اليوتيوب الذي استخدموه بمعدل 13.89 %، ثم تويتر الذي تقدر نسبته بنسبة 06.95 % ويمكن التوضيح أن المجيبين فضلوا استخدام انستجرام لأنه يعتبر الموقع الأكثر شعبية بعد فيسبوك خاصة في الجزائر حيث أنه سهل الاستخدام ويسمح بتبادل الصور ومكالمات الفيديو وباعتبار ان غالبية المجيبين من جنس الاناث فهم أكثر استخداما و متبعة للانستغرام لحكم ارتباطه بعالم الموضة و الصور.

جدول رقم 06 : يوضح عدد سنوات استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
سنة	**12**	**% 16.66**
سنتين	**14**	**% 19.45**
أكثر من سنتين	**46**	**% 63.89**
المجموع	**72**	**% 100**

يوضح الجدول رقم (06) عدد سنوات استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية حيث لاحظنا أن نسبة التلاميذ الذين استخدموا فتحوا حسابا في الشبكات الاجتماعية لأكثر من سنتين تعبرت هي الفئة الأكبر و ذلك بنسبة **63.89 %** بينما كان هناك تلاميذ استخدموا الشبكات الاجتماعية لسنتين و هم بنسبة **19.45 %** بينما أجاب 12 مبحوثاً بأنهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية لمدة سنة و قد قدرت نسبتهم بـ **16.66 %** وهي تمثل أقل من مجموع المبحوثين و يمكن تفسير ارتفاع الطلب على استخدام الشبكات الاجتماعية بسبب تطور البنية التحتية للإنترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة، فضلاً عن المنافسة الشديدة بين مشغلي الهاتف وتحسين تقنية الجيل الرابع للعملاء ا و لعمل على خفض التسعير، إضافة إلى التأثيرات الاجتماعية التي أدت إلى استعمال تلاميذ للشبكات الاجتماعية من اجل مجموعات الدراسة أو التواصل بينهم.

جدول رقم 07 : يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في عملية التصفح

الإجابة	التكرار	النسبة %
ساعة	**11**	**% 15.27**
ساعتين	**19**	**% 26.38**
أكثر من ساعتين	**42**	**% 58.35**
المجموع	**72**	**% 100**

يتضح من خلال الجدول رقم (07) الوقت المستغرق في استخدام الأفراد المبحوثين للشبكات الاجتماعية ، ونلاحظ أن أغلبهم يقضون في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعتين بنسبة 58.35 % ، وتليها من يستخدمونها لمدة ساعتين في اليوم و هذا بنسبة 26.38 % ، ثم أخيرا من أربع لمدة ساعة بنسبة 15.27 % ونلاحظ أنه أن أغلب أفراد العينة يتصفحون أكثر من ساعتين، ويمكن تفسير ذلك أن النشوة التي يشعر بها المستخدمون وقت التصفح تجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت، وبالتالي إهمال واجباتهم وأعمالهم.

جدول رقم 08 : يوضح الفترة التي تتم فيها عملية تصفح الشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
صباحاً	06	% 08.33
مساءاً	18	% 25.00
ليلاً	48	% 66.67
المجموع	72	% 100

يبين الجدول رقم (08) أن أغلبية المبحوثين يتصفحون الشبكات الاجتماعية ليلا، وذلك بنسبة قدرت ب66.67 %، تليها مباشرة نسبة 25.00 % يتصفحون الشبكات الاجتماعية مساءاً، ثم نسبة 08.33 % صباحاً ، نلاحظ أن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لتصفح الشبكات الاجتماعية لدى المبحوثين، وهذا منطقي حيث أن الفترة الليلية والمسائية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للانترنت ضف إلى ذلك أن الانترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية.

نجد أن عددا قليلا من المستخدمين يفضلون الإبحار في تلك الشبكات صباحا، وقد يكون ذلك الوقت هو الأنسب بالنسبة للذين يتصفحون الموقع من أماكن الدراسة .

جدول رقم 09 : يوضح لجوء المبحوثين لاستخدام للشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
غالباً	38	% 52.78
أحياناً	26	% 36.11
نادراً	08	% 11.11
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (09) لجوء المبحوثين لاستخدام للشبكات الاجتماعية وهذا لمعرفة الحالات التي يلجأ فيها المبحوث إلى الشبكات الاجتماعية، حيث تمثل أكثر الإجابات في (غالبا) وذلك بنسبة 52.78 % ، أم الإجابة بـ (أحيانا) فكانت هي الثانية بنسبة 36.11 %، أم اقل نسبة فكانت هي الإجابة بـ (نادراً) وذلك بنسبة 11.11 %

من هنا نفسر لجوء اغلب المبحوثين إلى الشبكات الاجتماعية كمتنفس إعلامي و للحصول على معلوماتهم حول الدراسة و الحياة و هو ما يسفر حالة من العزل الاجتماعية لدى فئات من المتمدرسين و التركيز على الصداقات الافتراضية.

جدول رقم 10 : يوضح المكان المفضل لاستخدام افراد العينة للشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
البيت	**42**	**% 58.33**
مقهى الانترنيت	**1**	**% 01.38**
المتوسطة	**7**	**% 09.71**
أخرى: الشارع	**22**	**% 30.56**
المجموع	**72**	**% 100**

يوضح الجدول رقم (10) أن أغلب الأفراد المبحوثين يتصفحون الشبكات الاجتماعية من البيت بنسبة 58.33 %، يليها الشارع بنسبة 30.56 %، ثم المتوسطة بنسبة 09.71 % وأخيرا نسبة 01.38 % الذين يتصفحون الشبكات الاجتماعية من مقهى الانترنت، ويرجع سبب ارتفاع نسبة المستخدمين من البيت للتطور التكنولوجي الكبير الذي عرفته الانترنت في الجزائر خلال الآونة الأخيرة، حيث شهدت اشتراكات الانترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا.

جدول رقم 11 : يوضح مدى سهولة استخدام الشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	**68**	**% 94.45**
لا	**04**	**% 05.55**
المجموع	**72**	**% 100**

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن أغلبية المبحوثين يجدون سهولة في استخدام الشبكات الاجتماعية بنسبة 94.45 % وهذا الأمر منطقي لأن كثرة الولوج لهذه المواقع واستخدامها، يؤدي إلى اعتيادهم عليها ومنه معرفتهم لطريقة استخدامها، ونتيجة لسلاسة الاستخدام التي تقدمها كل مرة في تحديثاتها المختلفة، وأما نسبة 05.55 % فتعود

على الذين لا يجيدون سهولة في تصفح الشبكات الاجتماعية، والذين ربما أنشئوا حساباتهم حديثا حيث لم يتعودوا بعد على طريقة الاستخدام، أو غير مهتمين كثيراً بهاته الشبكات و دخولها من باب الفضول فقط.

جدول رقم 12 : يوضح مدى أهمية الشبكات الاجتماعية للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
غير ضرورية	12	% 16.67
ضرورية	44	% 61.11
ضرورية جداً	16	% 22.22
المجموع	72	% 100

يتضح من خلال الجدول رقم (12) مدى أهمية الشبكات الاجتماعية للمبحوثين حيث يرى المبحوثين أنها ضرورية لهم وهذا بنسبة 61.11 % وبعدد مفردات 44 مفردة وهذا يدل على الاستخدام الدائم والمتواصل لها لسهولة استخدامها و توفرها لدى اغلب مفردات البحث ، أما من يراها ضرورية جداً فقدرت بنسبة 22.22 % بعدد مفردات 16 مفردة و هاته الفئة لها استخدامات دائمة للشبكات الاجتماعية خصوصا في مجموعات الأصدقاء و التواصل معهم، إضافة إلى وجود فئة اقل أجابت بأنها غير ضرورية وهذا بنسبة 16.67 % و بعدد مفردات 12 مفردة بحيث أعطت أهمية اكبر للتواصل المباشر و لتنظيم الوقت بشكل أفضل.

جدول رقم 13 : يوضح مدى استخدم المبحوثين لاسمهم الحقيقي عبر الشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	32	% 44.44
لا	40	% 55.56
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (13) أن أغلبية المبحوثين لا يفضلون استخدام الاسم المستعار وذلك للتقليل من إمكانية تعرف الآخرين على هويتهم الحقيقية بنسبة 55.56 % وهذا راجع إلى الهاجس الأمني العام والخوف من الاختراقات وغيرها من الأمور المتعلقة بالجريمة الإلكترونية الحديثة التي تؤدي بالتلاميذ للتحفظ على كامل معلوماتهم، كما أنهم يفضلون

الاسم المستعار حتى يمنحهم حرية أكثر في التصفح ، وهذا راجع إلى الرغبة في استخدام صورة مبهمة للتكلم دون رقابة أو عقدة تحت اسم ومعلومات مستعارة.

اما من يستخدمون الاسم الحقيقي فكانت بنسبة 44.44 % وهم من قالوا بعدم تحرجهم من ذلك و أنهم يجدون راحة أكثر في التعبير عن أفكارهم

3- دوافع و حاجات استخدام الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم 14 : يوضح شعور المستخدم عن تصفح الشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
الثقة	**12**	**% 16.67**
السعادة	**48**	**% 66.66**
التوتر	**04**	**% 05.57**
القلق	**08**	**% 11.11**
المجموع	**72**	**% 100**

نلاحظ من خلال الجدول رقم(14) أن 48 مفردة بنسبة 66.66 % شعورهم عند تصفح الشبكات الاجتماعية هو"السعادة" وذلك ربما لتنوع برامج الترفيه و التسلية التي تقتل الوقت و ينغمس فيه المبحوث عبر مختلف المواضيع التي يتناولها ذلك الموقع و ايضا لاختلاف المواضيع و الأنشطة و البرامج الموجودة عبر تلك الشبكات الاجتماعية ، أما بالنسبة لإجابة"الثقة" بلغت نسبتها 16.67 % بعدد 12 مفردة ،ثم تليها إجابة "التوتر"بـ 08 مفردة و بنسبة11.11 % ، أما اضعف نسبة فكانت 05.57 % لإجابة "التوتر".

جدول رقم 15 : يوضح الدافع لاستخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
الترفيه و التسلية	**24**	**% 33.33**
الاطلاع على الأخبار	**08**	**% 11.11**
التواصل مع الأصدقاء	**17**	**% 23.61**
التعرف على أشخاص جدد	**08**	**% 11.11**
التثقيف و زيادة المعلومات	**08**	**% 11.11**
توفير فضاء للإبداع و المشاركة	**07**	**% 09.73**
المجموع	**72**	**% 100**

يوضح الجدول رقم (15) دوافع استخدام التلاميذ للشبكات الاجتماعية، وقد تبين لنا من خلاله أن نسبة 33.33 % من المبحوثين يستخدمون هذه المواقع لأجل الترفيه و التسلية ، تليها التوصل مع الأصدقاء بنسبة 23.61 % لتتساوى النسب بين ثلاث إجابات كالتالي الاطلاع على الإخبار بنسبة 11.11 % ، وكذا التعرف على أشخاص جدد بنسبة 11.11 %، ثم التثقيف و زيادة المعلومات بسنبة11.11 % ، لتكون اقل نسبة للإجابة توفير فضاء للإبداع و المشاركة بنسبة 09.73 % ، ونستنتج من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية، بدافع الترفيه و التسلية وذلك من خلال الدور الذي تقوم به الشبكات الاجتماعية من توفير فيديوهات وتبادل الصور والمشاركات المسلية، إلى جانب العديد من الخدمات الترفيهية كما يقدم معلومات لزيادة ثقافة المتصفحين، بالإضافة إلى الإطلاع على الأخبار التي لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، في حين تتناقلها الاجتماعية دون قيد أو رقابة، وتوفير فضاء الإبداع والمشاركة من خلال فتح المجال للمبدعين.

جدول رقم 16 : يوضح مدى مساعدة الشبكات الاجتماعية للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
تكوين صداقات جديدة	17	% 23.61
التخلص من العزلة	13	% 18.06
الشعور بالوحدة	10	% 13.89
معرفة كل ما هو جديد	32	% 44.44
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول (16) أن أغلبية المبحوثين تساعدهم الشبكات الاجتماعية على معرفة ما هو جديد وذلك بنسبة 44.44 % ، وهذا راجع إلى أن أفراد العينة في هذا السن يريدون فيه حب الإطلاع والاكتشاف ويريدون معرفة الجديد والاستفسار عليه، وتليها مباشرة تكوين صداقات جديدة بنسبة23.61 % ، ويرجع ذلك إلى طبيعة هذا العمر، حيث يحبون الاكتشاف والتعرف على أصدقاء جدد، للتعرف على أسلوب حياتهم وبالتالي تحديد الاختلافات والفروقات الموجودة بينهم، ثم تليها التخلص من العزلة بنسبة 18.06 % ، لوجود أفراد يشعرون بالعزلة في حياتهم الواقعية، ولكي يتخلصوا منها يلجئون لتصفح الشبكات الاجتماعية، وفي الأخير تأتي الشعور بالوحدة بنسبة ضعيفة جدا قدرت ب 13.89 % وهذا نتيجة الإدمان المتواصل على استخدامها مما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.

جدول رقم 17 : يوضح مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اليومية للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	42	% 58.33
لا	30	% 41.67
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (17) مدى تأثر السلوكات الاجتماعية اليومية على المبحوثين حيث تمثلت اغلب الإجابات بـ"نعم"58.33 % وهو ما يشير إلى الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في التأثير المباشر على سلوكات المستخدمين سواء بالإيجاب أو السلب وأغلبية هاته الفئة ممن يستهلكون وقتاً أطول في الاستخدام.

في حين أن من أجابوا بـ "لا" كانت 41.67 % وهم أكثر تحكما في استخدام الشبكات الاجتماعية مع وجود معايير حين الاستخدام.

4- الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم 18 : يوضح درجة استفادة المبحوثين من الشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
عالية جداً	**12**	**% 16.66**
عالية	**26**	**% 36.11**
متوسطة	**30**	**% 41.67**
منخفضة	**02**	**% 02.78**
منخفضة جداً	**02**	**% 02.78**
المجموع	**72**	**% 100**

يوضح الجدول رقم (18) أن أغلبية أفراد العينة يستفيدون بدرجة متوسطة من استخدام الشبكات الاجتماعية بنسبة 41.67 % وهذا راجع لتمضية المبحوثين أغلب وقتهم في القيام بتصفح أمور غير مفيدة لا ترجع عليهم بالمنفعة، حيث ينجرون وراء الأمور المسلية ثم تليها درجة استفادة عالية بنسبة 36.11 % وهذا ربما راجع إلى اعتقادهم بأنها وفرت لهم فضاء للتواصل والتثقيف والتسلية والتعارف، ربما لم يجدوه في الواقع ، ثم عالية جدا بنسبة 16.66 %

وهذا راجع لنظرة الانبهار وكل ما تقدمه الشبكات الاجتماعية من خدمات افتراضية، ثم تساوت نسبة المنخفضة فتمثلت لكليهما 02.78 % لم يجدوا في هذه المواقع ما يستفيدون منه وهؤلاء الأشخاص تجدهم واقعيين أكثر.

جدول رقم 19 : يوضح درجة تلبية الشبكات الاجتماعية لاحتياجات المبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
عالية جداً	20	% 27.78
عالية	16	% 22.22
متوسطة	30	% 41.67
منخفضة	04	% 05.55
منخفضة جداً	02	% 02.78
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (19) بأن درجة تلبية مواقع التواصل الاجتماعي لاحتياجات أفراد العينة أغلبيتها متوسطة بنسبة 41.67 %، ثم عالية بنسبة 27.78 % ، تليها عالية جدا بنسبة 22.22 % ، ثم منخفضة بنسبة 05.55 % وأخيرا منخفضة جدا بنسبة 02.78 %، ومنه نستنتج أن الشبكات الاجتماعية حسب المبحوثين لا تلبي احتياجاتهم بدرجة عالية، بحيث يتمثل التصفح في التسلية و الترفيه دون وجود استفادة قصوى من الشبكات الاجتماعية وهو يدل على أن التلاميذ يتعاطون مع القضايا بحذر وفق رؤية وقناعة، وبالتالي فهم لا يشعرون بفوارق جوهرية في تلبية هذه المواقع لاحتياجاتهم.

جدول رقم 20 : يوضح مدى التأثير الفكري للشبكات الاجتماعية على المبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
غالباً ما يكون تأثيرها إيجابي	44	% 61.11
غالباً ما يكون تأثيرها سلبي	20	% 27.78
لا تؤثر	08	% 11.11
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (20) أن الشبكات الاجتماعية أثرت على المستخدم تأثيرا فكريا، إيجابيا بنسبة 61.11 % وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على أفكار الأشخاص تأثيرا إيجابيا سواء بزيادتها أو بتغيرها أو بتعديلها

بنفس النسبة، في حين هناك من اجب بأنها في الغالب قد أثرت عليه بالسلب حيث قدرت ب 27.78 % حيث لم تحقق لديهم أي إضافة في حياتهم الخاصة و الاجتماعية، فيما بلغت نسبة الإجابات التي لا تؤثر فكريا على المستخدم 11.11 % أي أنهم لم يلاحظوا أي تغيير سواء بالإيجاب أو السلب و هم أكثر تحكما في حياتهم.

جدول رقم 21 : يوضح مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على السلوك داخل محيط للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
تعلم أسلوب الحوار	**24**	**% 33.33**
العزلة	**22**	**% 30.56**
زيادة التعاون و التكافل الاجتماعي	**26**	**% 36.11**
المجموع	**72**	**% 100**

يوضح الجدول رقم(21) مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على السلوك داخل محيط للمبحوثين حسب السلوكات الناتجة من استخداماتهم للشبكات الاجتماعية، نلاحظ أعلى نسبة كانت للإجابة "زيادة التعاون و التكافل الاجتماعي "بـ 36.11 % ثم تليها "تعلم أسلوب الحوار " بنسبة 33.33 % ، بعدها "العزلة"بنسبة 30.56 % كأدنى نسبة لفئة.

هذا يشير إلى أن الشبكات الاجتماعية قد ساعدت المبحوثين على زيادة التعاون بينهم بحكم استعمال أسلوب المجموعات الافتراضية قد تبنى من خلالها صلات واقعية فيما بعد و يتم من خلالها تحقيق أهداف المبحوثين في مساعدة بعضهم مثل تبادل الدروس أو إرسالها أو شرحها.

في حين أن تعلم أسلوب الحوار جاء من خلال استعمال اللغة الفصحى و من خلال تعود الكتابة حسب أنماط المستخدمين و انفعالاتهم ومنه تعلم الحوار حسب المواقف.

أما الإجابات التي تمثل في العزلة فلربما ناتجة عن الاستخدام السيئ للشبكات الاجتماعية و الانغماس وأخذ وقت أطول في التصفح.

جدول رقم 22 : يوضح مدى تأثير الشبكات الاجتماعية على المستوى الدراسي للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
ايجابي	10	% 13.88
سلبي	38	% 52.79
لا تؤثر	24	% 33.33
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (22) أن نسبة 52.79 % من المبحوثين يرون بأن للشبكات الاجتماعية تأثير سلبي على تحصيلهم بينما أن نسبة 33.33 % منهم يرون أن الشبكات الاجتماعية لها لا تؤثر إطلاقا على تحصيلهم، كما أن هناك نسبة ذات 13.88% يرون تأثير إيجابي على تحصيلهم الدراسي.

يمكننا تفسير هذا بأن معظم المستخدمين من التلاميذ لا تقدم لهم الشبكات الاجتماعية أي فائدة في تحصيلهم بل يؤثر عليهم سلبيا لأنهم يقضون معظم وقتهم في أمور تؤثر سلبا على اهتماماتهم الدراسية و تركيزهم معظم وقتهم في التسلية اللعب والدردشة خارج نطاق دراستهم ، في حين أن الإجابات التي كانت بـ "لا تؤثر" فنجد أن المردود الدراسي جيد لديهم بحكم إعطائهم وقتا اكبر للمراجعة و الدارسة، أما الإجابات التي كان بـ "ايجابي" فيمكن تفسيرها أن هناك من المستخدمين من يستطيع التحكم في معايير التصفح و التركيز على كل ما هو مهم و مفيد في حيتهم الدراسية.

جدول رقم 23 : يوضح مدى مساهمة الشبكات الاجتماعية في تطوير شخصية للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	60	% 83.33
لا	12	% 16.67
المجموع	72	% 100

يوضح الجدول رقم (23) مدى تأثير الشبكات الاجتماعية في تطوير شخصية الأفراد المستجيبين، حيث نلاحظ أن أغلب افراد العينة بنسبة 83.33%، يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية تسهم في تطوير شخصية الفرد، ويتم ذلك من خلال اكتساب مهارات التواصل ، وتحقيق الإبداع في مجالات الحياة، كما تسهم الشبكات في صقل شخصية الفرد بفضل توسيع ثقافته واندماجه مع البيئة الثقافية الإلكترونية.

من ناحية أخرى، يرى 16.67% من المبحوثين أن هذه المواقع لم تساهم في تطوير شخصية الفرد، حيث أدت إلى زيادة العزلة عن المجتمع القريب مثل الأهل والجيران، وأيضاً ساهمت في نشر بعض الأفكار الهدامة والتخريبية.

جدول رقم 24 : يوضح مدى رغبة المبحوثين وتشجيعهم لاستخدام الشبكات الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	**52**	**% 72.23**
لا	**20**	**% 27.77**
المجموع	**72**	**% 100**

يوضح الجدول رقم(24) أن أغلبية المبحوثين يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 72.23%، بينما 27.77% منهم لا يشجعون على استخدام هذه المواقع، حيث يعود هذا التفاوت إلى اعتقاد أغلبية أفراد العينة بأهمية الولوج إلى هذا العالم الرقمي، حيث تتيح هذه المواقع توفير الجهد والتكلفة في التواصل مع الأصدقاء والأقارب البعيدين جغرافياً. بالإضافة إلى ذلك، تعتبر هذه المواقع منصات سهلة للتعبير عن الأفكار ونشر الثقافة الخاصة بهم.

ثانيا :تحليل نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية.

توصلت الدراسة الميدانية التي قمنا بها على تلاميذ متوسطة عائشة الباعونية بالولاية المنتدبة بوسعادة، بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات و بعد تحليلها توصلنا إلى مجموعة من النتائج و هي:

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

- توصلنا إلى أن عدد أفراد العينة من ذكور و إناث غير متفاوتة ، فبلغت نسبة الإناث 61.11 % أما الذكور فبلغت 38.88 %..
- أغلب مفردات العينة تنتمي إلى الفئة العمرية (13 سنة فما فوق) بنسبة 55.55% ، يليها المنتمون إلى سن

(12 سنة) بنسبة 19.44 % ،أما من يبلغون من العمر (11 سنة) فكانت نسبتهم 16.66% ، وأقل نسبة تمثت فيمن سنهم (10 سنوات) بنسبة 08.33 **%.**

- أغلب المبحوثين يدرسون في السنة الرابعة متوسط بنسبة 55.55% ، السنة الثانية متوسط بنسبة 22.22 %.

  اما السنتين الأولى و الثالثة فأخذتا نفس النسبة وهي 11.11 % كل مستوى منهما.

- أغلبية أفراد العينة مستواهم المعيشي متوسط بنسبة قدرت بـ 66.66 % .

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية

- أن أغلب أفراد العينة يملكون حسابا في انستغرام بنسبة 48.61% ، يليه الفيس بوك بنسبة 30.55 %
- مدة استخدام أغلبية المبحوثين للشبكات الاجتماعية كانت من سنتين فما فوق بنسبة 63.89 %، وتليها نسبة 19.45 % مدة استخدام أقل من سنتين.
- يستخدم المبحوثين الشبكات الاجتماعية لأكثر من ساعتين بنسبة 58.35 %.
- تبين من خلال الدراسة أن اغلب المبحوثين يفضلون التصفح في الفترة الليلية بنسبة 66.67 %، في حين كانت نسبة من يتصفحون في فترة المساء 25.00 **%.**
- يرى المبحوثين انهم "غالبا" ما يلجؤون لاستخدام الشبكات الاجتماعية وذلك بنسبة 52.78 %.
- تبين أن اغلب المبحوثين يفضلون التصفح في البيت بنسبة 58.33 %، تليها نسبة 30.56 % ممن يتصفحون الشبكات الاجتماعية في الشارع بنسبة 30.56 %.
- أغلب المبحوثين يرون سهولة استخدام الشبكات الاجتماعية و ذلك بنسبة 94.45 %.
- تبين من خلال الدراسة أن اغلب المبحوثين يرون أن الشبكات الاجتماعية ضرورية و هذا بنسبة 61.11 %.
- يفضل المبحوثين استخدام الاسم المستعار، حتى يمنحهم حرية في التصفح وهذا بنسبة **55.56 %.**

المحور الثلث: دوافع و حاجات استخدام الشبكات الاجتماعية

- تبين أن اغلب المبحوثين عبرو عن شعورهم بالسعادة عن استعمال الشبكات الاجتماعية و ذلك بنسبة 66.66 % تليها نسبة 16.67 % لشعور الثقة.

- يعتبر الترفيه و التسلية أهم الدوافع للمبحوثين عند تصفحهم للشبكات الاجتماعية و ذلك بنسبة 33.33 % تليها التواصل مع الأصدقاء بنسبة 23.61 %.
- يرى المبحوثين أن الشبكات الاجتماعية ساعدتهم في التعرف على كل ما هو جديد حيث عبروا عن ذلك بنسبة 44.44 %، تليها تكوين صداقات جديدة بنسبة 23.61 %.
- أغلب المبحوثين أجاب بتأثير الشبكات الاجتماعية على ممارساتهم الاجتماعية اليومية وذلك بنسبة 58.33 %.

المحور الرابع: الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية

- درجة استفادة أغلب المبحوثين من الشبكات الاجتماعية كانت متوسطة وذلك بنسبة 41.67 %، تليها الاستفادة العالية بنسبة 36.11 %.
- تلبي الشبكات الاجتماعية لاحتياجات المبحوثين بدرجة متوسطة وهذا بنسبة 41.67 %.
- غالبا ما يكون تأثير الشبكات الاجتماعية ايجابيا وهذا بنسبة **61.11 %** نظرا لاستعمالها في التواصل السريع بين التلاميذ و تبادل المعلومات و المعارف.
- ساعدت الشبكات الاجتماعية اغلب المبحوثين في زيادة التعاون و التكافل الاجتماعي وهذا بنسبة 36.11 %. تليها تعلم أسول الحوار وذلك بنسبة 33.33 %.
- أغلب المبحوثين أجاب بالتأثير السلبي للشبكات الاجتماعية على مستواهم الدراسي وهذا بنسبة 52.79 %.
- ساهمت الشبكات الاجتماعية في تطوير شخصية المبحوثين بنسبة 83.33 %.
- يشجع أغلب المبحوثين على استعمال الشبكات الاجتماعية و هذا بنسبة 72.23 %.

2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

تشير نتائج الدراسة إلى تحقق الفرضية الأولى، التي تفيد بأن فترة الليل هي الوقت الأكثر استخداماً للشبكات الاجتماعية من قبل أفراد العينة، حيث بلغت نسبة التصفح في الفترة الليليةة66.67 % وهو ما يشير إلى الأعراض المصاحبة للتلاميذ خصوصا في الفترة الصباحية من قلة النوم و تشوش التركيز ما يحول دون تحقيق الانتباه الكامل .

أما الفرضية الثانية، من دوافع استخدام التلاميذ للشبكات الاجتماعية الرغبة في الحصول على المعرفة، و التعرف على أصدقاء جدد لتعزيز التواصل بينهم ، والابتعاد عن العزلة، والتسلية و الترفيه ، فقد أظهرت النتائج أن الدافع الرئيسي لاستخدام الشبكات الاجتماعية كان الترفيه و التسلية بنسبة 33.33 % ثم التواصل مع الأصدقاء بنسبة 23.61 % ، ثم التثقيف وزيادة المعلومات، مما يعني أن هذه الفرضية قد تحققت .

وفيما يتعلق بالفرضية الثالثة، التي تشير إلى أن الاشباعات التي يحققونها من تصفح الشبكات الاجتماعية هي تحقيق التعاون بين الأفراد وتعلم أساليب التواصل و الحوار ،و التأثير الفكري الذي يطور من شخصية التلاميذ ، أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة حققوا إشباعات التعاون الاجتماعي بين الأفراد بنسبة 36.11 % ، وإشباعات تعلم أساليب التواصل و الحوار لتحقيق تواصل فعال بينهم بنسبة 33.33 %، كما ساهمت الشبكات الاجتماعية في تطوير شخصية المبحوثين وهذا بنسبة 83.33 %، بناءً على ذلك، يمكن القول إن هذه الفرضية تحققت من خلال حصول أفراد العينة على اشباعات التعاون و التواصل الفعال و تطوير شخصيتهم.

3- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

اعتمدت الدراسة الحالية على مقاربة الاستخدامات والإشباعات، وترتكز هذه النظرية على عدة فرضيات وضعها الباحثون، وسنقارن نتائج الدراسة بناءً على هذه الفرضيات كما يلي:

يعتبر أعضاء الجمهور مشاركين فعّالين في عملية الاتصال الجماهيري، حيث يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم. وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا الحالية التي أوضحت أن تلاميذ طور المتوسط هم جمهور مشارك وفعال، إذ يستخدمون الشبكات الاجتماعية ويتحكمون في ظروف التلقي من حيث وقت التعرض والزمن. أظهرت النتائج أن معظم عينة الدراسة تتصفح الشبكات الاجتماعية ليلاً، كما أن هذا الجمهور يتفاعل بشكل كبير مع مضامين الترفيه و المسلية، و يسعى لتكوين صداقات جديدة، مما يؤكد أنهم مشاركون فعّالون يستخدمون مواقع التواصل لتحقيق أهداف تلبي توقعاتهم الفعلية.

كما يختار أعضاء الجمهور الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاتهم، وهو ما أثبتته نتائج دراستنا حيث تبين أن تلاميذ طور المتوسط يختارون المضامين التي تلبي حاجاتهم ورغباتهم، حيث ان أن أغلب أفراد العينة تستخدم الشبكات الاجتماعية لمتابعة المضامين الترفيه و التسلية، و التعبير عن أفكارهم وآرائهم بكل حرية.

إضافةً إلى ذلك، يتمتع أفراد الجمهور بالقدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، مما يجعلهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات، فقد أصبحوا يفضلون الشبكات الاجتماعية كمصدر هام للأخبار وكل ما هو جديد على المستوى المعرفي، منافسًا الوسائل الإعلامية الأخرى نظرًا لتحررها من الرقابة.

4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

- **نتائج التساؤل الأول:** ما هي عادات وأنماط استخدام تلاميذ عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية؟

توصلت دراستنا إلى أن أغلبية المشاركين يتصفحون الشبكات الاجتماعية ليلاً، وهذا ما أكدته دراسة علي حوش ومحمد بوزريرة سنة 2017 ، التي أظهرت أيضاً أن معظم المشاركين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية.

أغلبية العينة يستخدمون موقع الأنستغرام أكثر من المواقع الأخرى، تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من درارجة جيهان وبن شناف ثانينا سنة 2022، التي تؤكد أن الأنستغرام أكثر استخداما من المواقع الأخرى.
وفي نفس هذه الدراسة الأخيرة توصلت إلى أن أغلب متصفحي شبكة الأنستغرام هي فئة الإناث وهو رغبة الإناث في مواصلة التعليم و المعرفة.وهو نفس ما تم الوصل إليه في دراستنا وهذا بنسبة 61.11 %.

- **نتائج التساؤل الثاني:** ما هي دوافع وحاجات هذا الاستخدام لدى تلاميذ عينة الدراسة؟

توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة بهدف التسلية والترفيه وهذا ما أكدته نتائج دراسة صلاح محمد أبو صلاح سنة 2014 التي توصلت إلى أن أهم الدوافع التي يتبعونها و يريدونها من خلال تصفحهم للشبكات الاجتماعية هو التسلية و الترفيه.

وتؤكد نتائج دراسات علي حوش ومحمد بوزريرة إلى أن اغلب المشاركين يستخدمون الشبكات الاجتماعية للتواصل مع الأهل والأصدقاء. وهو ما كشفت عنه دراستنا حيث أن أغلبية المشاركين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بهدف التواصل مع الأصدقاء الجدد و خلق صلات تفاعلية بينهم .

- **نتائج التساؤل الثالث:** ما هي الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام؟

أظهرت دراستنا للاشباعات التي يحققونها من تصفح الشبكات الاجتماعية فكانت تحقيق التعاون بين الأفراد و التكافل الاجتماعي بيت التلاميذ وهو ما توصلت اليه دراسة بوذراع الطاهر و غشام ماجدة و زرقين قرمية سنة 2020 حيث استنتجوا مساهمة الشبكات الاجتماعية في تعزيز التكافل الاجتماعي و تنظيم فرق عمل لأجل ذلك.

خـــاتمـــــــة

خاتمة:

سعت هذه الدراسة إلى معالجة إحدى الظواهر الاتصالية المتمثلة في تصفح الشبكات الاجتماعية، من خلال بحث استخدام تلاميذ الطور المتوسط لهذه المواقع و الاشباعات التي يحققونها، وقد أجابت الدراسة على مجموعة من التساؤلات، حيث ركز التساؤل الأول على عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية، في حين تناولت التساؤلات الأخرى الدوافع و الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية، التي استقصت عينة من تلاميذ المتوسط ، عن تنوع طرق استخدام الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى طول مدة ومعدل الاستخدام وأظهرت النتائج أن المشاركين يحققون حاجات ودوافع متنوعة من خلال استخدامهم لهذه الشبكات، مثل التواصل مع الأصدقاء، التسلية والترفيه، والتعرف على الأخبار والأحداث الجارية.

بشكل عام، تعتبر هذه الدراسة جزءًا من سلسلة البحوث المستمرة لاستكشاف استخدام الشبكات الاجتماعية و الاشباعات المحققة منها، ولا ندّعي بأننا توصلنا إلى نتائج شاملة تغطي جميع جوانب استخدام هذه المواقع ، ولكننا حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على بعض جوانب الاستخدام، ممهدين الطريق لباحثين آخرين لإجراء دراسات مستقبلية حول هذا الموضوع.

توصيات الدراسة

من خلال ما توصلت إليه دراستنا حول استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية، يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات و النصائح:

1- لا يمكن الاستهانة بالشبكات الاجتماعية، فهي قادرة على تغيير سلوك وقيم الأفراد بشكل عميق.

2- يعتبر تلاميذ الطور المتوسط في فترة حرجة من الناحية النفسية و التربوية، لذا يجب عليهم معرفة كيفية التعامل مع الشبكات الاجتماعية دون الانسياق في مضامين ومواضيع تتعارض مع أخلاقهم و قيمهم.

3- تنظيم نشاطات ومسابقات تشجع التلاميذ على الاندماج مع مجتمعهم الواقعي ، للخروج من العزلة و الانطواء الناتجين عن استخدام الشبكات الاجتماعية

4- يجب وضع قوانين تنظم مضامين ومواضيع الشبكات الاجتماعية لتتماشى مع سلوكيات وقيم المجتمع.

5- ضرورة اهتمام المتوسطات الجزائرية بالشبكات الاجتماعية ودورها في العملية التعليمية

6- إجراء بحوث و دراسات حول استخدام الشبكات الاجتماعية على فئات عمرية أخرى غير التلاميذ لمعرفة مدى تأثيرها على هذه الفئات.

قـــائمـــة
المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

القرآن الكريم

الكتب

1- المختار محمد إبراهيم، **مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الإجرائية**، د .م .ن: دار الفكر العربي، 2005 .

2- إبراهيم حمادة بيوني، **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، ط1، مصر :عالم الكتب، 2008.

3- إحسان محمد الحسن، **النظريات الاجتماعية المتقدمة** ، ط1، دار وائل للنشر، 2005 .

4- أ. لارامي، ب. فالي، **البحث في الاتصال عناصر منهجية**، (ترجمة ميلود سفاري وآخرون)، قسنطينة: مخبر علم اجتماع في اتصال للبحث والترجمة، 2009.

5- أحمد العيسى، **إصلاح التعليم في السعودية_ بين غياب الرؤية السياسية وتوّجس الثقافة الدينية وعجز الإدارة التربوية**، ط1، لبنان: دار الساقي، 2009.

6- أحمد عيساوي، **مدخل إلى علوم الإعلام و الاتصال**، القاهرة: دار الكتاب، 2014.

7- أحمد ليلى جرار، **الفيس بوك و الشباب العربي** ،عمان: مكتبة الفلاح، 2012.

8- أحمد منير، **مصطلح نظر التعليم في المملكة العربية السعودية و الوطن العربي**، السعودية: جامعة الملك سعود الرياض، 2006.

9- أماني عمر الحسيني، **الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة**، ط1، مصر: دار عالم الكتب، 2005.

10- بكير قشار، **واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية في الجامعة الجزائرية**، العدد 02، المجلد 13، الجزائر: الأكاديمية الدراسات الاجتماعية والإنسانية،2021 .

11- جاك كيرزة، ترجمة عواطف عبد الرحمان وآخرون، **تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**، القاهرة: العربي للنشر و التوزيع،1982.

12- حسن حمدي ، **وظائف الاتصال الجماهيري**، القاهرة: الإعلام دار الفكر العربي ، 1991.

13- حسن عماد مكاوي ، الشريف سامي ، **نظريات الإعلام**، مصر :مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ،2000.

14- حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، د.م.ن، دار عربية للنشر و الطباعة،1998 .

15- حسين عبد العظيم سلامة ، الدكتور طه عبد العظيم حسين، **الذكاء الوجداني للقيادة التربوية**، ط 1، الأردن: دار الفكر، 2006 .

16- رشاد صالح و منهوري، **التنشئة الاجتماعية والتأخر الدراسي**، د.م.ن، دار المعرفة الجامعية2006.

17- سعد لعمش و إبراهيم قلاتي، **الجامع في التشريع المدرسي الجزائري** ، ج1، الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.

18- سمير عبد الرزاق و قحطان بدر العبادلي، **الدعاية و الإعلان** ،الأردن: مكتبة بغداد للطباعة والنشر، د.س.ن

19- عامر فتحي حسين، **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك**، القاهرة: العربي للنشر، 2011.

20- عبد الرحمان سلوم الرواشدي، **المقاومة الإعلامية مفهومها مشروعيتها إستراتجيتها صناعتها**، ط 1، الأردن: دار النفائس ، 2013 .

21- عبد الرحمان عزي ، **دراسات في نظريات الاتصال**، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.

22- عبد الرزاق محمد الدليمي ، **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، عمّان: دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، 2012.

23- عبد الله عامر الهمالي، **أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته**، ط 3، بنغازي: دار الكتاب الوطنية، 2003.

24- عبد الله عبد الرحمان : **الإعلام (المبادئ و الأسس النظرية و المنهجية)** ، مصر: دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية ، 2004.

25- علاء الدين محمد عفيفي، **الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية**، د.م.ن: دار التعليم الجامعي، 2015.

26- فيصل محمد عبد الغفار، **شبكات التواصل الاجتماعي**، د.م.ن:الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015.

27- محسن جلوب الكناني، **الإعلام الفضائي و الجنس**، ط1، عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع، ، 2012،

28- محمد المصري :**المجتمع الإسلامي**،د.م.ن، درا الكتاب العربي، د.س.ن.

29- محمد عبد الحميد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** ، ط3، مصر: عالم الكتب، 2004 .

30- محمد جلال الغندور، **البحث العلمي بين النظرية والتطبيق**، القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015 .

31- محمد عمر الطنوبي ، **نظريات الاتصال**، مصر:مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، 2001.

32- محمود حسن إسماعيل ، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، مصر:الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.

33- مؤمن طربية، **السلوك الاجتماعي للفرد**، ط1 ، لبنان: دار النهضة العربية، 2012.

34- ميلفين ديفلر و ساندرا بول روكتيش ، ترجمة كمال عبد الرءوف، **نظريات وسائل الإعلام**، ط1، مصر: الدار الدولية للنشر و التوزيع، 1993 .

35- ناجح رشيد قادري، محمد عبد السلام البواليز، **مناهج البحث الاجتماعي**، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004 .

36- ندى ساعي ، **وسائل الاتصال الإلكترونية**، سوريا: جامعة الافتراضية السورية، 2020 .

القواميس و المعاجم:

37- ابن منظور، **لسان العرب**، مجلد 14، ط 1، بيروت: دار صادر، 1990.

38- أحمد مختار عبد الحميد وآخرون، **معجم اللغة العربية المعاصرة** ، ط 1،القاهرة: عالم الكتب، 2008 .

39- طارق السيد أحمد الخليفي، **معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي عربي**، ط1 ، مصر: دار المعرفة، 2008 .

40- طه أحمد الزيدي، **معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي عربي إنجليزي**، ط1، العراق: دار النفائس، 2010.

41- عبد الهادي الجوهري، **قاموس علم الاجتماع** ، ط2، مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1998 .

42- علي بن هادية وآخرون، **القاموس الجديد لطلاب الجزائر**، ط7، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991.

43- محمد حمدان، **معجم مصطلحات التربية والتعليم**، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2005 .

44- مصطفى إبراهيم الزيات وآخرون، **المعجم الوسيط ،مجمع اللغة العربية** ،د.م.ن، دار الدعوة، دس.

المجلات و المنشورات:

45- إيمان ذيب، **السلوك الاجتماعي للطالب الجامعي**، د.م.ن، مجلة مركز البحوث التربوية و النفسية ، د.س.ن.

46- إبراهيم خديجة عبد العزيز علي، **واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر**، مصر: مجلة دار المنظومة، 2014 .

47- أحمد إبراهيم قائد، **استخدام الطلبة اليمنيين للفيسبوك و الاشباعات المحققة منها (نسخة الكترونية)**، مجلة دراسات وأبحاث ، العدد26، د.م.ن، 2017.

48- راضي زاهر، **استخدام مواقع الاتصال الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية، ع15، عمان: جامعة الأهلية 2013.

49- عبد الرزاق الديلمي، **استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها،(نسخة الكترونية)** ، مجلة علوم الإنسان و المجتمع، ع12، د.م.ن، 2014.

50- عبد العزيز علي حسن، **العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب** مصر: م43، ع1، 2016.

51- عبد الكريم على الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات ، **دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية** ، مجلة دراسات العلوم الإنسانية، ع1.، مجلد 40، د.م.ن ، 2013.

52- عبد الوهاب بوخنوفة، **الأطفال والثورة المعلوماتية التمثيل والاستخدامات**، مجلة اتحاد الإذاعات الدول العربية، ع2 ، د.م.ن، 2007 .

53- عثمان عمر بن عامر، **مفاهيم أساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، بنغازي**، ليبيا: منشورات جامعة قازيونسن، د.س.ن.

54- عزام العنانزة وآخرون، **أنماط ودوافع تعرض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الانترنت**، مجلة أبحاث اليرموك "سلسة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، م 25، ع 4، الأردن: 2009.

55- موسى أميطوش وآخرون، **الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى تلاميذ مرحلة المتوسط**، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية،ع2 ، م6، الجزائر: 2020 .

الرسائل الجامعية:

56- حميد عقبة، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتحصيل الدراسي لدى التلاميذ فيسبوك نموذجا**، قالمة: جامعة 8 ماي 1945، 2021 .

57- ريحانة بلوطي، **دوافع استخدام الشباب الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية و أثرها على الفرد** ، رسالة ماجيستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015.

58- سعيد فتيش ، **الاتصال التربوي و علاقته بمحتويات التحصيل الدراسي**، رسالة ماجستير، 2012.

59- عبد الله بوخنوفة، **التلميذ، المدرسة، المعلم و تكنولوجيا الاعلام و الاتصال، التمثل و الاستحدامات**، أطروحة دكتوراه ،جامعة الجزائر: 2015.

60- نها نبيل محمد الأسدودى، **دور مواقع التواصل الاجتماعي فى إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011** ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، مصر: 2012

الصحف:

فايز بن عبد الله الشهري، **الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين**،ع7، الرياض، د.س.ن.

المواقع الالكترونية:

61- موقع قناة العربية ، مواقع التواصل الاجتماعي، تمت الزيارة في 23 مارس 2024

https://www.alarabiya.net

62- موقع موضوع، تأثير الشبكات الاجتماعية على التحصيل الدراسي، تحت الزيارة في 02 أفريل 2024

https://mawdoo3.com

63- معجم المعاني ، معنى التلميذ تمت الزيارة في 04 أفريل 2024

https://www.almaany.com

الملاحق

جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان:

استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية

دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ المتوسطات - بولاية بوسعادة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:
- كلثوم بن شهرة
- أمينة رحمون

إشراف الأستاذة:
حيمر سعيدة

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

ملاحظة 2: ضع علامة (×) في الخانة المناسبة

ملاحظة 3: يمكنكم اختيار أكثر من إجابة

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: 10 سنة ☐ 11 سنة ☐ 12 سنة ☐ 13 سنة فما فوق ☐

3- المستوى التعليمي: سنة أولى متوسط ☐

سنة ثانية ☐

سنة ثالثة ☐

سنة رابعة ☐

4- المستوى المعيشي: مرتفع ☐ متوسط ☐ منخفض ☐

المحور الثاني :عادات وأنماط استخدام الشبكات الاجتماعية

5- ما هي أكثر الشبكات الاجتماعية التي تستخدمها؟ فايسبوك ☐ تويتر ☐ اليوتيوب ☐ أنستغرام ☐

أخرى تذكر: .....

6- منذ متى وأنت تستخدم الشبكات الاجتماعية؟ منذ سنة ☐ سنتين ☐ أكثر من سنتين ☐

7- كم تقضي في تصفح الشبكات الاجتماعية؟ ساعة ☐ ساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

8- ما هي الفترة التي تتم فيها عملية التصفح؟ صباحا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐

9- تلجأ لاستخدام الشبكات الاجتماعية: غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

10- أين تفضل استخدام الشبكات الاجتماعية بكثرة؟ في البيت ☐ مقهى الأنترنت ☐ المتوسطة ☐

مكان آخر أذكره: .....

11- هل تجد سهولة في استخدام الشبكات الاجتماعية ؟ نعم ☐ لا ☐

12- هل تعتبر الشبكات الاجتماعية؟ غير ضرورية ☐ ضرورية ☐ ضرورية جدا ☐

13- هل تستخدم اسمك الحقيقي؟ نعم ☐ لا ☐

لماذا:.....

المحور الثالث: دوافع وحاجات استخدام الشبكات الاجتماعية

14- ما شعورك عند تصفحك للشبكات الاجتماعية؟ الثقة ☐ السعادة ☐ التوتر ☐ القلق ☐

15- ما الذي يدفعك إلى استخدام الشبكات الاجتماعية ؟

الترفيه و التسلية ☐ الإطلاع على الأخبار ☐ التواصل مع الأصدقاء ☐

التعرف على أشخاص جدد ☐ التثقيف وزيادة المعلومات ☐ وفرت لي فضاء الإبداع والمشاركة ☐

16- هل ساعدك استخدامك للشبكات الاجتماعية على:

تكوين صداقات جديدة ☐ التخلص من العزلة ☐ الشعور بالوحدة ☐ معرفة كل ما هو جديد ☐

17- هل خلقت الشبكات الاجتماعية سلوكات دخيلة على ممارساتك اليومية؟.

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت اجابتك بنعم أذكرها: .....

المحور الرابع: الاشباعات المحققة من استخدام الشبكات الاجتماعية

18- ما درجة استفادتك من استخدام الشبكات الاجتماعية ؟

عالية جدا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدا ☐

19- ما درجة تلبية الشبكات الاجتماعية لاحتياجاتك؟

عالية جدا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدا ☐

20- هل تعتقد أن الشبكات الاجتماعية أثرت عليك فكرياً ؟

غالبا ما يكون تأثيرها إيجابي ☐ غالبا ما يكون تأثيرها سلبي ☐ لا تؤثر ☐

21- كيف أثرت الشبكات الاجتماعية على سلوكك الاجتماعي داخل الوسط الذي تعيش فيه ؟.

تعلم أسلوب الحوار ☐ العزلة ☐ زيادة التعاون و التكافل الاجتماعي ☐

22- هل تعتقد أن استخدامك للشبكات الاجتماعية له تأثير على مستواك الدراسي ؟

إيجابي ☐ سلبي ☐ لا تؤثر ☐

23 - هل تعتقد أن الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصيتك؟

نعم ☐ لا ☐

24 - هل تشجع على استخدام الشبكات الاجتماعية؟

نعم ☐ لا ☐

الملخصات

ملخص الدراسة:

جاءت دراسة استخدام تلاميذ المتوسط للشبكات الاجتماعية خلال الفترة الممتدة من شهر فيفري إلى غاية نهاية شهر ماي، تمت هذه الدراسة على تلاميذ متوسطة عائشة الباعونية بالولاية المنتدبة بوسعادة كمجتمع دراسة بالاعتماد على العينة القصدية لإجراء الدراسة، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات وتم تقسيمها إلى ثلاث محاور:

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

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يتصفح أغلب المبحوثين الشبكات الاجتماعية ليلا، ويفضل أغلبهم الدخول لهذه الشبكات من البيت، ويستخدم الأفراد المبحوثين الشبكات الاجتماعية بدافع الترفيه و التسلية، إلى جانب التواصل مع الأصدقاء ، كما تبين لنا من خلال الدارسة أن استخدام الشبكات الاجتماعية يحقق العديد من الاشباعات للمبحوثين أهمها: تحقيق التعاون و التكافل الاجتماعي و تطوير شخصية التلاميذ من حيث تعلم أساليب الحوار الفعال.

Summary of the study

A study was conducted on the use of social networks by middle school students during the period from February to the end of May. This study was conducted at Aisha Al-Baounia middle school in the delegated province of Bou Saada as a study community based on purposive sampling for the study. This study falls under descriptive studies, where a descriptive approach and a questionnaire form were used as data collection tools and divided into three axes:

The first axis is related to personal data, the second is about habits and patterns of using social networking sites, and the third is about the motives and needs of using social networks. The fourth includes the satisfactions achieved from using social networks.

The study reached a number of important results, including:

- Most of the participants browse social networks at night.
- Most of them prefer to access these networks from home.
- The individuals use social networks for entertainment, communication with friends, and achieving various satisfactions such as social cooperation, social solidarity, and developing students' personalities in terms of learning effective dialogue methods.