



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



الموضوع:

إستخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و
الاشباعات المحققة من ذلك
دراسة ميدانية في ولاية الاغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في شعبة علم الاجتماع

تخصص علم الاجتماع اتصال

إعداد الطلبة

1- عزيزي خيرة

2- بن علي خالد

إشراف الأستاذ:

- د. رشيد بكاي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بشير بلحبيب	دكتور	مناقش
بيران بن شاعة	دكتور	رئيس
بكاي رشيد	دكتور	مشرف و مقرر

السنة الجامعية: 2025/2024

شكر و عرفان

شكر خاص بالاهل والاصدقاء

اشكر كل من ساهم في هذا النجاح من اللاهه والاصدقاء اخص بالذكر

أخي الغالي: زكرياء عزيزي

الزميل والصديق العزيز: قوادري أبو بكر زين العابدين

شكرا جزيلاً لكم حفظكم الله ورعاكم

الهداء

إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه

والذي أستاذ الرياضيات الفاضل محمود بن علي

إلى من ربنتي وأنارت دربي وأعاننتي بالصلوات والدعوات ، إلى أغلى إنسانة

أمي الحبيبة.

إلى سندي ومن ينتظر نجاحي بكل حب وصدق إخوتي حفظهم الله.

والى روح عمتي الغالية رحمها الله

أهدي ثمرة جهدي المتواضع لهم

وأرجو من المولى عز وجل التوفيق

خالد بن علي

الهداء

أهدي هذا النجاح الى أمي الغالية

فطيمة عطلي

اللهم ارحمها و أجعل قبرها

روضة من رياض الجنة

الملخص باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى استكشاف استخدامات الشباب الجامعي للمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من وراء هذا الاستخدام. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية من الشباب الجامعي لدى جامعة عمار ثلجي بالاعواظ.

أظهرت النتائج أن الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض متنوعة، أبرزها: التواصل والتفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء والعائلة الحصول على المعلومات والأخبار، والترفيه وقضاء وقت الفراغ. كما كشفت الدراسة عن دوافع استخدام أخرى مثل التعبير عن الذات، والتسوق الإلكتروني والأغراض التعليمية والمهنية.

وفيما يتعلق بالإشباع المحققة، بينت النتائج أن أهم الإشباع هي: الإشباع المعرفية الحصول على المعرفة والمعلومات الإشباع الوجدانية الشخصية التعبير عن المشاعر، بناء الهوية، والإشباع الاجتماعية الشعور بالانتماء، بناء العلاقات). كما تم تحقيق إشباع ترفيهية ومهنية. خلصت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل نشط وهادف، ويسعون لتحقيق مجموعة واسعة من الإشباع التي تلبي احتياجاتهم النفسية والاجتماعية والمعرفية. وتوصي الدراسة بضرورة توعية الشباب الجامعي باستخدام الأمثل والمسؤول لهذه المنصات لتعظيم الفوائد وتقليل المخاطر المحتملة.

Abstract

This field study aims to explore university students' uses of social media platforms and the gratifications achieved from such engagement. The study employed a descriptive analytical approach, utilizing a questionnaire as the primary data collection tool, administered to a random sample of university students.

The findings revealed that university students use social media for various purposes, primarily: social interaction and communication with friends and family, obtaining information and news, and entertainment and leisure. The study also uncovered other usage motives, including self-expression, online shopping, and educational and professional purposes.

Regarding the gratifications achieved, the results indicated that the most significant gratifications were: cognitive gratifications (gaining knowledge and information), affective/personal gratifications (expressing emotions, identity formation), and social gratifications (sense of belonging, relationship building). Entertainment and professional gratifications were also realized. The study concluded that university students actively and purposefully use social media, seeking to achieve a wide range of gratifications that fulfill their psychological, social, and cognitive needs. The study recommends the necessity of raising awareness among university students about optimal and responsible use of these platforms to maximize benefits and mitigate potential risks.

فهرس المحتويات

i	الاهداء
ii	الشكر و التقدر
iv	ملخص الدراسة
الفصل الأول: بناء الموضوع	
06	أولا: إشكالية
09	ثانا: الفرضيات
09	ثالثا: أسباب إختيار الموضوع
10	رابعا: الأهمية و الأهداف
11	خامسا: المفاهيم
13	سادسا: المقاربة النظرية
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
18	أولا: الدراسة الاولى
20	ثانيا: الدراسة الثانية
22	ثالثا: الدراسة الثالثة
24	رابعا: الدراسة الرابعة
25	خامسا: الدراسة الخامسة
26	سادسا: الدراسة السادسة
الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات	
45	أولا: مجالات الدراسة
47	ثانيا: المنهج المستخدم
47	ثالثا: أدوات جمع البيانات
48	رابعا: المعاينة
49	خامسا: خصائص عينة الدراسة
الفصل الرابع: النتائج و المناقشة	
56	أولا: تحليل بيانات الفرضية الاولى
66	ثانيا: تحليل بيانات الفرضية الثانية

فهرس المحتويات

77	ثالثا: مناقشة نتائج الفرضية الاولى
78	رابعا: مناقشة نتائج الفرضية الثانية
80	خامسا: الاستنتاج العام
83	خاتمة
86	قائمة المصادر و المراجع
90	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
49	جدول خاص بالجنس	01
50	جدول خاص بالحالة العمر	02
51	جدول خاص بالمستوى الجامعي	03
52	جدول خاص بالمستوى التعليمي للوالدين	04
53	جدول رقم 05 خاص بالحالة الاجتماعية	05
56	العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة بانتظام وأبرز التحديات التي تواجه الشباب الجامعي في استخدامها لأغراض البحث العلمي	06
58	العلاقة بين المنصات الأكاديمية المستخدمة ومدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأغراض الأكاديمية لدى الشباب الجامعي	07
60	العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن المصادر ومشاركة الأبحاث، ومدى مساهمتها في تحسين جودة البحث الأكاديمي	08
61	العلاقة بين نمط المحتوى الترفيهي الأكثر استخدامًا على مواقع التواصل الاجتماعي والفوائد العلمية المحققة منها لدى الطلبة الجامعيين	09
63	العلاقة بين تفضيل استخدام المنصات الاجتماعية للترفيه ونسبة استخدامها الترفيهي مقارنة بالأهداف الأخرى لدى الطلبة الجامعيين	10
64	العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي ومدى شعور الطلبة بقدرة هذه المنصات على تقديم محتوى ترفيهي مناسب لاهتماماتهم	11
66	العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة بانتظام وتأثير ساعات الترفيه على التزامات الطلبة الجامعية	12
68	العلاقة بين عدد ساعات الاستخدام الأكاديمي لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسات الاستخدام الترفيهي على التحصيل الدراسي	13
70	العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي ورؤية الطلبة لدورها في تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية	14
72	العلاقة بين استخدام الاسم الحقيقي والمنصات الاجتماعية الأكثر استخدامًا لدى الطلبة الجامعيين	15

فهرس الجداول

73	العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض علمية ورؤية الطلبة لقوة العلاقات الاجتماعية الرقمية مقارنة بالواقعية	16
76	العلاقة بين نوع المحتوى الترفيهي المتابع وأبرز الفوائد العلمية المستخلصة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين	17

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
49	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
50	توزيع أفراد العينة حسب العمر	02
51	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	03
52	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي للوالدين	04
53	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	05

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة التي برزت في القرن الماضي ثورة حقيقية وقفزة نوعية في عالم الاتصال حيث ادى انتشار شبكة الانترنت في ارجاء العالم وربطها لجميع اجزائه المترامية والتي جعلت منه قرية صغيرة فمن خلالها تمكنت الشعوب والمجتمعات من التقارب والتعارف وتبادل الخبرات والافكار ووجهات النظر كما انها سمحت ايضا لكل مستخدم من الاستفادة من الوسائط المتعددة الجديده ومن الخدمات التي توفرها هذه الاخيرة.

فالانترنت ادت الى ظهور مواقع لاتعد ولاتحصى والتي لها تأثيرات في المجتمعات في مسار تاريخ الاتصال الرقمي فلكل مرحلة زمنية معينة مواقع يكون لها استخدامات خاصة مؤثرة على مستخدميها والتي قد سخرت لأهداف لم يقصد مبتكرها ان تكون وهذه المواقع سرقت الاضواء ولازلت الى يومنا هذا ومن ماكان له وجود في المجتمع في فترةما ثم تلاشى وجودها ومن هذه المواقع التي لايزال بريقها مستمر الى يومنا هذا هي شبكات التواصل الاجتماعي والتي هي اهم مظهر من مظاهر الاعلام الجديد حيث فرضت هذه الاخيرةنفسها في حياتنا اليومية وحتمية ضرورية شئنا ام لم نشأ ذلك.

وهنا الفئات الاكثر استخداما لها والاعتماد عليها هم الشباب الجامعي اذ من النادر ان نجد شابا جامعي لايملك حسابا سواء كان فيسبوك او انستغرام او غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي.

اولا: الاشكالية

ثانيا: الفرضية

ثالثا: اسباب اختيار الموضوع

رابعا: الاهمية والاهداف

خامسا: تحديد المفاهيم

سادسا: المقاربة النظرية

الفصل الثاني: دراسات سابقة

اولا: الدراسة الاولى

الدراسة الثانية

الدراسة الثالثة

الدراسة الرابعة

الدراسة الخامسة

الدراسة السادسة

ثانيا: اوجه الشبه والاختلاف مع دراستنا

الفصل الثالث: الطريقة والادوات

اولا: مجالات الدراسة

ثانيا: المنهج المستخدم

ثالثا: ادوات جمع البيانات

رابعا: المعاينة

خامسا: خصائص العينة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

اولا: تحليل بيانات الفرضية الاولى

ثانيا: تحليل بيانات الفرضية الثانية

ثالثا: مناقشة نتائج الفرضية الاولى

رابعا: مناقشة نتائج الفرضية الثانية

خامسا: الاستنتاج العام

خاتمة

قائمة مراجع

ملاحق

الفصل الاول
بناء الموضوع

أولاً: إشكالية

تشهد الألفية الثالثة تحولاً جذرياً في المشهد الإعلامي والاجتماعي، مدفوعاً بالانتشار الواسع لشبكة الإنترنت وظهور ما يُعرف بـ "مواقع التواصل الاجتماعي". لم تعد هذه المواقع مجرد أدوات للتسلية، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من النسيج اليومي لحياة الأفراد، خاصةً فئة الشباب. ويُعد الشباب الجامعي على وجه الخصوص من الشرائح الأكثر تفاعلاً ونشاطاً على هذه المنصات، نظراً لما يتمتعون به من خصائص ديموغرافية ونفسية تجعلهم أكثر قابلية للتكيف مع التطورات التكنولوجية واستثمارها في شتى مناحي حياتهم. تتعدد وتتوسع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، لتشمل منصات مثل فيسبوك، تويتر (إكس حالياً)، إنستغرام، يوتيوب، سناب شات، تيك توك، ولينكد إن، وغيرها الكثير. كل منصة من هذه المنصات تقدم مجموعة فريدة من الميزات والخدمات التي تجذب المستخدمين لأغراض مختلفة. وقد أدت هذه التعددية إلى نشأة ما يمكن وصفه بـ "ثقافة رقمية" جديدة، حيث يتفاعل الشباب الجامعي مع المحتوى، ويتبادلون المعلومات، ويبنون العلاقات، ويعبرون عن هوياتهم بطرق لم تكن متاحة من قبل.

إن فهم دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي لا يقتصر على مجرد رصد الأنشطة التي يقومون بها، بل يتعداه إلى تحليل الإشباعات النفسية والاجتماعية التي يحققونها من وراء هذا الاستخدام. تعتمد نظرية "الاستخدامات والإشباعات" (Uses and Gratifications Theory) كإطار نظري أساسي لفهم هذه الظاهرة. تفترض هذه النظرية أن الجمهور ليس سلبياً يتلقى الرسائل الإعلامية، بل هو نشط يبحث عن وسائل الإعلام التي تلبي احتياجاته ورغباته. وعليه، فإن الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل هادف، لاختيار المحتوى والمنصات التي تخدم مصالحهم وتحقق لهم إشباعات معينة.

الفصل الاول: بناء الموضوع

من أبرز استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل والتفاعل الاجتماعي. ففي عالم يتزايد فيه الاعتماد على التقنيات الرقمية، توفر هذه المنصات جسراً للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، وإنشاء علاقات جديدة، والحفاظ على الروابط الاجتماعية القائمة. كما تُستخدم للتعبير عن الذات ومشاركة الأفكار والآراء، حيث يجد الشباب الجامعي مساحة للتعبير عن هويتهم وتكوين صورتهم الذاتية في الفضاء الرقمي. بالإضافة إلى ذلك، تُعد هذه المواقع مصدراً هاماً للمعلومات والأخبار، فمع تدفق المعلومات الهائل، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة للحصول على آخر المستجدات في شتى المجالات، سواء الأكاديمية أو العامة.

تتجاوز استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي مجرد التواصل والمعلومات لتشمل جوانب أخرى مهمة. فمثلاً، تُستخدم هذه المنصات لأغراض ترفيهية، حيث توفر محتوى متنوعاً من الفيديوهات والصور والألعاب، مما يساعد الشباب على قضاء وقت ممتع وتخفيف التوتر. كما تُعد أداة فعالة للتعليم والتطوير الذاتي، حيث يمكن للطلاب متابعة الصفحات التعليمية، والمشاركة في المنتديات النقاشية المتخصصة، والوصول إلى مصادر معرفية قيمة تُثري تحصيلهم الأكاديمي وتوسع مداركهم. وفي سياق أكثر عملية، تُستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متزايد لأغراض مهنية ووظيفية، فمن خلال منصات مثل لينكد إن، يمكن للطلاب بناء شبكة علاقات مهنية، والبحث عن فرص عمل أو تدريب، وعرض مهاراتهم وخبراتهم للمجتمع المهني.

أما فيما يتعلق بالإشباع المحققة، فهي تتنوع بتنوع استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي. فمن الإشباع الأساسية هي الإشباع المعرفية، والتي تتجسد في الحصول على المعلومات، ومتابعة الأخبار، والتعرف على وجهات نظر مختلفة. أما الإشباع الوجدانية والشخصية فتتمثل في التعبير عن الذات، ومشاركة المشاعر، وتكوين صورة إيجابية عن الذات، والشعور بالانتماء إلى

الفصل الاول: بناء الموضوع

مجموعات أو مجتمعات افتراضية. كما تُحقق هذه المواقع إشباعات اجتماعية، من خلال التواصل مع الأصدقاء، وبناء علاقات جديدة، والشعور بالدعم الاجتماعي. ولا يمكن إغفال الإشباعات الترفيهية التي تُقدمها هذه المنصات، من خلال الاستمتاع بالمحتوى المتنوع، وتخفيف الضغط النفسي، وقضاء وقت ممتع.

على الرغم من الفوائد والإشباعات العديدة التي تُقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للشباب الجامعي، إلا أنه لا يمكن إغفال التحديات والمخاطر المحتملة المرتبطة بالاستخدام المفرط أو غير الواعي. فمن التحديات، إمكانية الإدمان على هذه المنصات، والتعرض للمعلومات المضللة، والتنمر الإلكتروني، وانتهاك الخصوصية، بالإضافة إلى التأثير على الصحة النفسية والعلاقات الاجتماعية في العالم الحقيقي. لذلك، يصبح من الضروري فهم طبيعة استخدامات الشباب الجامعي لهذه المواقع والإشباعات التي يسعون لتحقيقها، وذلك لتطوير استراتيجيات توعوية وتثقيفية تُعزز الاستخدام المسؤول والأمن، وتُمكنهم من الاستفادة القصوى من هذه الأدوات بفاعلية وإيجابية.

إن دراسة هذه الظاهرة أصبحت ضرورة ملحة للباحثين والأكاديميين، وكذلك لصناع السياسات ومقدمي الخدمات التعليمية، بهدف فهم الأبعاد المتشابكة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على حياة الشباب الجامعي، وتوجيههم نحو الاستخدام الأمثل الذي يدعم تطورهم الأكاديمي والشخصي والمهني. هذه المقدمة تسعى إلى تسليط الضوء على أبرز استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة، تمهيداً لتعميق الفهم حول هذه الظاهرة المعاصرة

التساؤل العام :

مالغرض من استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

وماهي الاشباعات المحققة من ذلك؟

التساؤلات الجزئية :

ماهي مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما من طرف الشباب الجامعي؟

ماهي الاشباعات المحققة من استخدام الشباب جامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ثانيا: فرضيات الدراسة :

- يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي من اجل البحث العلمي
- يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي من اجل انشاء علاقات اجتماعية والترفيه

اجابات التساؤلات الجزئية:

المواقع الاكثر استخداما من طرف الشباب الجامعي هي الفيسبوك الانستغرام التيك توك والتليجرام يحقق الشباب الجامعي اشباعات متعددة ومتنوعة من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي منها واهمها اشباعات في مجال البحث العلمي... اجتماعية نفسية ثقافية علمية اقتصادية.

ثالثا: اسباب اختيار الموضوع

إن عملية اختيار الموضوع في البحوث العلمية خاصة في ميدان علم الاجتماع جد مهمة والنقطة التي ينطلق منها الباحث للوصول الى غاياته فكل باحث له اسبابه ودوافعه التي جعلته يختار موضوعا دون غيره وبخصوص موضوع دراستنا فالحافر الذي دفعنا للبحث في هذا الموضوع هو جملة من الاسباب الذاتية والموضوعية نذكر منها مايلي:

الاسباب الذاتية

الفصل الاول: بناء الموضوع

- 1- ارتباط الموضوع ارتباطا وثيقا بالتخصص مما جعله السبب الرئيسي لاختيارنا له
- 2- الرغبة في التعمق في هذا الموضوع ومعرفة المستجدات التي طرأت عليه
- 3- التعرف على مدى اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في يوميات الشباب الجامعي
- 4- التعرف على نسبة استخدامهم لها وماهي الاشباعات المحققة من خلالها

الاسباب الموضوعية:

- 1- يعتبر موضوعنا من بين الموضوعات القابلة للبحث والدراسة الميدانية
- 2- الرغبة في معرفة ما مدى تفاعل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- معرفة نسبة الاستخدام والحاجيات والاشباعات المحققة من ذلك
- 4- يعتبر من بين الموضوعات البحثية الحديثة التي تتطلب دراسة عبر الزمن والتي تندرج ضمن اهتماماتها بدراسة مدى مواكبة الشباب الجامعي للتطور التكنولوجي

رابعاً: الاهمية والاهداف

أهمية الموضوع

ان لهذا الموضوع البحثي اهمية في ان كوننا نطرح ونعالج قضية مهمة لاسيما مع الإنتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي والاستخدام المفرط لها من قبل الشباب الجامعي لان ماينشر ويذاع هو الشغل الشاغل لديهم لدرجة انه من لايمك او ليس لديه صفحة في هاته المواقع يعد من المتخلفين عن مواكبة التطور التكنولوجي.

الهدف من الداسة:

من خلال دراستنا هاته نسعى للوصول الى جملة من الاهداف منها

الفصل الاول: بناء الموضوع

- 1- التعرف على كيفية استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي
- 2- الغرض من الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والدوافع من وراء ذلك
- 3- التعرف على اهتمامات استخدام الشباب الجامعي
- 4- الاشباعات المحققة من استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي
- 5- توعية وتحسيس الشباب الجامعي من مخاطر الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي
- 6- التعرف على مدى الاستخدام السلبي والايجابي لدى الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

خامسا: تحديد المفاهيم

تعريف الاستخدام

لغة: من استخدم استخداما اتخذ الشخص خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام

اصطلاحا: يعرفه يافيس فرونسوا لوكو ياديك بأنه نشاط اجتماعي يتحول الى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام¹.

تعريف الاجرائي للاستخدام

من خلال اطلعنا على بعض التعريفات يمكننا القول بأن الاستخدام هو عملية تصفح مواقع التواصل الاجتماعي التي يقوم بها الافراد وخاصة الشباب الجامعي للاطلاع على مستجدات والاحداث التي تشمل عادات وانماط هذا التصفح

¹ ياسر نعيم . عبد الله. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية. دار الراجية للنشر والتوزيع. عمان. 2017، ص63

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

اصطلاحاً: مواقع التواصل الاجتماعي اطلق عليها العديد من المسميات ابرزها

✓ شبكات التواصل الاجتماعي

✓ الشبكات الاجتماعية

✓ مواقع الاعلام الاجتماعي

✓ مواقع التفاعل الاجتماعي

✓ مواقع التواصل الافتراضي

كل هذه المسميات توصلنا لمعنى واحد هو التواصل الذي يكون بين الافراد ببعضهم وبين الفرد والجماعات افتراضياً وبين مجموعات ومجموعات افتراضية اخرى من خلال هذه المواقع نشأت عبر شبكة الانترنت وهي منصة يعمل بها العضو ويطورها ويسعى لمشاركة الاصدقاء في هذا التطوير تقوم على التفاعل والتشارك بين الاعضاء¹.

تتميز بالعديد من التطبيقات التي تدفع العضو الى اكتساب مهارات عالية ومعرفة بلغة البرمجة لاستخدامها بالحاسوب والانترنت كي يستفيد من خدماتها².

التعريف اللغوي

في اللغة يشق لفظ التواصل من وصل وهي تدل على التواصل والاتصال والوصل بين الشئيين بعد الانقطاع

¹ شيايب احمد علي محمد، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمنسقي الاحزاب الاردنية خلال فعاليات الاحتجاجية في الاردن، ط1- زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2017 ص 63

² مرجع سبق ذكره ص 61

الفصل الاول: بناء الموضوع

يقال تواصل القوم اي اتصل بعضهم ببعض وتواصلت الانساب اي ترابطت

الاجتماعي. فهو من الاجتماع وهو ضد التفرق ويعني الالتئام والاتحاد ويطلق على العلاقات التي تربط الافراد ببعضهم¹.

التعريف الاجرائي: لمواقع التواصل الاجتماعي

هو كل موقع او وسيلة مرتبطة بشبكة الانترنت والتي تستخدم في عملية التواصل مع الاخرين والتي تحتوي على انواع مختلفة من البرامج والتطبيقات التي تشبع حاجات الافراد وخاصة الشباب الجامعي كونها مصدر للتعليم والتثقيف والترفيه وانشاء روابط اجتماعية

تعريف الشباب الجامعي

لغة: هو جمع شاب وهم الافراد الذين يتراوح اعمارهم بين المراهقة والرشد ويتميزون بالنشاط والحيوية

تعريف الجامعي: تشير الى الشخص الذي التحق ويدرس في الجامعه او المؤسسات التعليمية العليا

تعريف الشباب الجامعي: هم الافراد الشباب الذين يزاولون دراستهم في الجامعات والمؤسسات التعليمية العليا².

اصطلاحا: الشباب الجامعي او الشاب الجامعي هو ذلك الشاب الذي التحق بالجامعة واثر التحاقه هذا في شخصيته سواء من الناحية العقلية حيث تتعمق خبرته العلمية او من الناحية الوجدانية حيث تنترن انفعالاته او من الناحية الاجتماعية حيث تتسع دائرة علاقاته وخبراته في انشاء علاقات سليمة وتقييمه للامور خاصة

¹ مراجع لغوية. ابن منصور ،لسان العرب

² المعجم الوسيط مجمع اللغة العربية بالقاهرة

قاموس اللغة العربية المعاصرة تأليف احمد مختار عمر

معجم اللغة العربية تأليف محمد مرعشي

الفصل الاول: بناء الموضوع

من خلال احتكاكه بجماعة الاصدقاء والزملاء وايضا تأثير الاساتذة فيه وتتفاعل هاته النواحي فيه مع بعضها البعض مما يساعد على تبني قيم واتجاهات وافكار معينة¹.

التعريف الاجرائي للشباب الجامعي: هم فئة محددة من المجتمع الكلي الافراد يتميزون بخاصئص معينة عن باقي الافراد وذلك بسبب اعمارهم التي لا تتجاوز 25 عاما وايضا يتميزون عن باقي الافراد كونهم التحقوا بالجامعات والمدارس العليا

تعريف الاشباعات: هي مؤخوذة من الشبع وتدل على امتلاء في اكل وغيره وامرأة شبعى الذراع من النساء اي ضخمة وثوب شبيع الغزل اي كثير، شبيع العقل اي وافر والشبع من يرى انه شبعان ويعني التوفية وبلوغ حد الكمال².

التعريف الاصطلاحي: الاشباعات هي الحاجات التي يتم اشباعها او تحقيقها من خلال استخدام تقنيات الاتصال والوسائط المتعددة يمكن ان تشمل

-الحاجات النفسية: هي الحاجه الى التواصل الاجتماعي والحاجة بالشعور بالانتماء

-الحاجات الاعلامية: مثل الحاجة الى المعلومات والحاجة الى الترفيه

-الحاجات الاجتماعية: الحاجة الى التواصل مع الاخرين والى المشاركة في الأنشطة الاجتماعية³.

التعريف الاجرائي: الاشباعات هي الفوائد والنتائج التي يحصل عليها الافراد من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من اشاعات تعليمية تثقيفية ترفيهية وانشاء روابط وعلاقات اجتماعية.

¹ نجوى عميروش، الطلبة الجامعيون بين القيم السائدة والقيم المتحفية، دراسة نظرية ميدانية، رسالة بحث مكملة لنيل درجة الماجستير لعلم اجتماع التنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005 ص 77

² نظرية الاستخدامات والاشباعات، مجلة الاتصال، 24(2)، 17، 25، كارتز، بلام، ج، (1974)

³ نظرية انتشار الابتكارات، دار النشر الحرة (روجرز، إ، م 1986)

الفصل الاول: بناء الموضوع

تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

نظرية الاستخدامات والاشباعات في الاصطلاح الاعلامي هو مآثار اختلاف الباحثين وتعني النظرية

باختصار تعرض الجمهور لمواد اعلامية لاشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية

تعريف اخر: هي ماتحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة اما ان تكون استجابة جزئية او كلية لمتطلبات

وحاجات او دوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة.

المفاهيم الاساسية المرتبطة بنظرية الاستخدامات والاشباعات:

✓ الجمهور النشط

✓ -الاصول النفسية والاجتماعية

✓ -الدوافع القوية لاستخدام وسائل الاعلام -التوقع

✓ -التوقع(الاشباعات المحتملة)

✓ -الاشباع

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

1- ان اعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال

لتحقيق اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها اعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل

الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الافراد

3- التأكيد على الجمهور على انه هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالافراد هم الذين

يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس

الفصل الاول: بناء الموضوع

4- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط¹.

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تقدم نظرية الاستخدامات والاشباع اطارا نظريا لفهم دوافع الشباب الجامعي والغرض من استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي وما الاشباع التي حققها او يريد تحقيقها وبما ان هذه النظرية تعتمد على فكرة ان الجمهور ليس سلبيا بل نشطا في اختيار الوسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاته الاجتماعية فيما يلي:

العلاقة بين النظرية والموضوع

1- دوافع الاستخدامات والاشباع المحققة

✓ -التواصل الاجتماعي

✓ -التعبير عن الذات

✓ -الترفيه والمعرفة

✓ -الهروب من الواقع

2- الخصائص الفردية للشباب الجامعي

✓ -الفروق الفردية

✓ -السياق الاجتماعي (تأثير المحيط الجامعي في اختيار المنصات)

¹ مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1،الدار اللبنانية المصرية، القاهرة،

الفصل الثاني
الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

الدراسة الأولى

عنوان الدراسة: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها

المجال المكاني: الجامعة الاسلامية غزة

المجال الزمني: الموسم الجامعي 2014

تساؤلات الدراسة: ما الدوافع الاساسية وراء استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ماهي الاشباعات التي يود طلبة الجامعات الفلسطينية تحقيقها من خلال تصفحهم لهاته المواقع؟

فرضيات الدراسة:

استخدام الطلبة الفلسطينيين مواقع التواصل الاجتماعي من اجل:

- البحث العلمي
- التفاعل الاجتماعي
- التفاعل الاجتماعي
- مراقبة البيئة
- المشاركة بالرأي
- التسليه

منهج الدراسة: المنهج المسحي

اداة وعينة الدراسة: استخدم في هذه الدراسة اداة صحيفة الاستقصاء المقابلة المقننة

نتائج الدراسة: كشفت الدراسة عن اقبال الكثير من المبحوثين عن استخدام الطلبة الفلسطينيين لشبكات

التواصل الاجتماعي حيث ان مانسبته 89,7% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

مانسبته 10,3% من العينة لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

بينت الدراسة ان -70,86% من المبحوثين تخدمهم شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الدراسي

29,71 يعتبرون شبكة جوجل بلاس تخدمهم اكثر في المجال الدراسي

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

28% يعتبرون شبكة اليوتيوب تخدمهم اكثر في المجال الدراسي

4,86% يعتبرون شبكة تويتر تخدمهم اكثر في المجال الدراسي

1,71% يعتبرون شبكات اخرى تخدمهم اكثر في المجال الدراسي

الاشباكات:

كشفت الدراسة ان ابرز الاشباكات المحققة لدى المبحوثين هي كالاتي

- اشباكات التفاعل الاجتماعي بنسبة 35,7%

- اشباكات مراقبة البيئة بنسبه 27,3%

- اشباكات المشاركة بالرأي بنسبه 23,8%

- اشباكات التسلية بنسبه 13,7%

كشفت الدراسة ان 14,9% من المبحوثين يعتبرون ان استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر الى حد كبير على تحصيلهم الدراسي

و 35,7% من المبحوثين يعتبرون ان استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لم يؤثر على تحصيلهم الدراسي¹.

¹ ابو صلاح، صلاح محمد، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة

ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2014

الدراسة الثانية

عنوان الدراسة: استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر والاشباعات المحققة لدى طلبة

الجامعات الاردنية

المجال الزمني: 2013

المجال المكاني: جامعة الاردن

تساؤلات الدراسة: هل حقق الفيسبوك وتويتر اشباعات الطلبة.؟

هل هناك خصائص اتصالية وفنية لهذين الموقعين من وجهة نظر الشباب الجامعي التي جعلت منه يتجه

لاستخدامهما؟

فرضيات الدراسة:

يحقق الفيسبوك وتويتر اشباعات الطلبة في البحث العلمي

خصائص ومميزات الفيسبوك وتويتر التي جعلت الشباب الجامعي يتجهون لاستخدامهما

المنهج: استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي

الاداة: استخدم في هذه الدراسة الاستبيان

العينة: عينة طبقية 280 مفردة

نتائج الدراسة: نالت شبكة الفيسبوك اعلى نسبة قدرت ب 99,6 الاعلى استخداما من طرف افراد العينة

وتويتر بنسبة 57,31

يوتيوب 49,1

جوجل 43،87

انستغرام 15،02

نسبة استخدام الهواتف الذكية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي 69،69

الوقت الذي يستغرقه الطلبة في تصفح فيسبوك وتويتر هو من 9 الى 12 مساء¹

¹ قرساس اميرة، براهيم ايمان، علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالاعوحي لطلبة علوم الاعلام والاتصال (فيسبوك نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اكايمي، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جوان 2020، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر، ص ص 17، 18

الدراسات الاجنبية

الدراسة الاولى: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاداء الاكاديمي بين طلاب جامعات الأوروبية (سميث واخرون / 2021)

المؤلفون: الدكتورة ايميلي سميث الدكتور جيمس ويلسون

المجال الزمني: 2021

المجال المكاني: جامعة اكسفورد المملكة المتحدة

تساؤلات الدراسة: كيف يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالاداء الاكاديمي في الجامعات الأوروبية؟

ماهي أهم أشكال الاشباع التي يبحث عنها الطلاب من وسائل التواصل الاجتماعي؟

فرضيات الدراسة:

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الاوروبيين يساهم في تحسين ادائهم الاكاديمي

تحقق وسائل التواصل الاجتماعي اشباعا لدى الطلبة الاوروبيين خاصة في مجال البحث العلمي

المنهج: الوصفي التحليلي

الاداة: الاستمارة

العينة: عينة عشوائية بسيطة 250 مفردة

نتائج الدراسة:

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

78% من الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات يوميا

ارتباط ايجابي بين الاستخدام التعليمي للفيسبوك والاداء الاكاديمي

ارتباط سلبي بين التصفح السلبي للفيسبوك والاداء الاكاديمي

أهم اشكال الاشباع

البحث عن المعلومات

65% التواصل الاجتماعي

58% ترفيهه

72% التطبيقات العلمية

التوصيات ينبغي للجامعات دمج المحتوى التعليمي على اليوتيوب

ورش عمل حول ادارة الوقت التقليل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي¹

smith, E, WILSON, J, s, muller, t,(2021), journal of EDUCATIONAL TECHNOLOGY, ¹

45(3), 234–251,dol10,, 10,16/j, jedet2021,03,07

فيما يلي عرضٌ لثلاث دراساتٍ أجنبية تناولت استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة منها، مع التركيز على العناصر المطلوبة:

1. عنوان الدراسة: "استخدامات وإشباعات وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي: دراسة على

تصورات الطلاب الدوليين في تركيا"

المجال المكاني والزمني: تركيا، مدينة إسطنبول؛ نُشرت الدراسة في عام 2017.

تساؤلات الدراسة: ما مدى استخدام الطلاب الدوليين لوسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي؟

ما الإشباعات التي يحققها الطلاب من استخدام هذه الوسائل؟

المنهج والأداة والعينة:

المنهج: كمي.

الأداة: استبيان منظم.

العينة: طلاب دوليون في إسطنبول.

الفرضيات: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر إيجابياً على حياة الطلاب الأكاديمية والاجتماعية.¹

1 Muyingo, R. I. (2017). Usage and Gratification of Social Media in Higher Education: A Survey on the Perceptions of International Students in Turkey. Online Journal of Communication and Media Technologies, 7(3), 159-181

2. عنوان الدراسة: "استكشاف استخدامات وإشباعات وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب المرحلة

الجامعية: أدلة من نيجيريا"

المجال المكاني والزمني: نيجيريا، جنوب غرب البلاد؛ نُشرت الدراسة في عام 2019.

تساؤلات الدراسة: ما أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلاب الجامعيون؟

ما الدوافع والإشباعات التي يسعون إليها من خلال هذه المواقع؟

المنهج والأداة والعينة:

المنهج: نوعي.

الأداة: مناقشات مجموعات تركيز.

العينة: طلاب جامعيون في جامعة مختارة بجنوب غرب نيجيريا.

الفرضيات: التأثير الاجتماعي يلعب دوراً رئيسياً في اختيار الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي¹.

1 Adebisi, R. A., & Olayiwola, M. O. (2019). Exploring the Uses and Gratifications of Social Media among Undergraduates: Evidence

from Nigeria. Journal of Management and Social Sciences, 8(1), 519-535

3. عنوان الدراسة: "تأثير استخدامات وإشباعات وسائل التواصل الاجتماعي على استخدامها: حالة فيسبوك مع تحليل متعدد الوسائط"

المجال المكاني والزمني: لم يُحدد مكان الدراسة بدقة؛ نُشرت الدراسة في عام 2019.

تساؤلات الدراسة: كيف تؤثر إشباعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الاستخدام؟

ما دور العادة والمعيار الذاتي في هذا التأثير؟

المنهج والأداة والعينة:

المنهج: كمي.

الأداة: استبيان.

العينة: مستخدمو فيسبوك.

الفرضيات: إشباعات الاستخدام تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، وتلعب العادة والمعيار الذاتي دوراً

وسيطاً في هذا التأثير¹.

¹ Hossain, M. A. (2019). Effects of uses and gratifications on social media use: The Facebook case with multiple mediator analysis. PSU Research Review, 3(1), 16–28 .

الدراسات السابقة

الدراسات المحلية

الدراسة الاولى

عنوان الدراسة: استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي

المجال المكاني: تمت هذه الدراسة في جامعه البويرة آكلي امحد اولحاج

تساؤلات الدراسة:

التساؤل العام: كيف يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي وماهي الاشباعات

المحققة؟

التساؤلات الفرعية: 1- ماهي عادات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

2- ماهي دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

3- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لدى

الطلبة؟

فرضيات الدراسة: التحصيل الدراسي واهميته لدى الطلبة الجامعيين

التحصيل الدراسي وعلاقته باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المنهج: لقد تم استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة

الاداة: الاستمارة

العينة: تم استخدام العينة القصدية مكونة من 474 مفردة

نتائج الدراسة: اقبال الاناث على مواقع التواصل الاجتماعي في جامعه البويرة اكثر من الذكور

الاناث بنسبة،63,3% اما الذكور بنسبة 36,7

الشبكات الاجتماعية الاكثر استخداما هو موقع اليوتيوب بنسبة 60,1% بتكرار 285 مفردة

الفيسبوك 51,3% بتكرار 243 مفردة

تويتر 34,2% بتكرار 162 مفردة¹

¹ صانع رابح، (2024) استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة آكلي محند اولحاج، الموسم الجامعي 2022-2023، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال

عنوان الدراسة: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة الموضة لدى الشباب الجامعي: دراسة على

عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الأغواط

المجال المكاني والزمني للدراسة:

المجال المكاني: جامعة الأغواط، كلية العلوم الاجتماعية.

المجال الزمني: الدراسة نُشرت في يونيو 2024، مما يشير إلى أن جمع البيانات والتحليل تم في الفترة

التي سبقت هذا التاريخ.

تساؤلات الدراسة:

هدفت الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما هي دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في مواكبة الموضة؟
2. ما الإشباعات المتحققة من استخدام هذه المواقع في هذا السياق؟
3. كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب الشباب الجامعي لأنماط ثقافية جديدة مرتبطة بالموضة؟

المنهج والأداة والعينة:

المنهج: المنهج الوصفي.

الأداة: استبيان إلكتروني.

العينة: 124 طالبًا من طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الأغواط.

فرضيات الدراسة:

استندت الدراسة إلى الفرضيات التالية:

1. يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز اهتمام الشباب الجامعي بالموضة.
2. تؤدي هذه الاستخدامات إلى اكتساب أنماط ثقافية جديدة مرتبطة بعالم الموضة.
3. يلعب موقع "إنستغرام" دورًا بارزًا في تسويق الموضة بين الشباب الجامعي.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة "إنستغرام"، مصدرًا رئيسيًا لاكتساب الشباب الجامعي لأنماط ثقافية جديدة في مجال الموضة.

يساهم التفاعل الافتراضي عبر هذه الوسائط في تعزيز الوعي بالموضة واكتساب قيم جديدة مرتبطة بها.

يُستخدم "إنستغرام" كأداة فعّالة للتسويق الإلكتروني للموضة بين الشباب الجامعي¹.

¹ شاهد، عبد القادر، ومليكة، روان. "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة الموضة لدى الشباب الجامعي: دراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الأغواط". مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 1، 2024، الصفحات 235-253.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراستين الدراسة العربية الاولى تحت عنوان استخدامات طلبة الجامعات

ال فلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها:

أوجه التشابه

- الموضوع العام كلتا الدراستين تبحث في "استخدامات الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي و الإشباع المحققة" من هذه الاستخدامات.
- المجتمع المستهدف كلتا الدراستين تستهدف "الشباب الجامعي" أو "طلبة الجامعات".
- المنهجية كلتا الدراستين تستخدم المنهج الوصفي". الدراسة أتذكر 3.. منهج وصفي تحليلي والدراسة ب تذكر المنهج المسحي" وهو نوع من المنهج الوصفي.
- أدوات جمع البيانات تستخدم كلتا الدراستين "الاستبيان" (صحيفة 4.. الاستقصاء / الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات.
- محاور البحث الرئيسية كلتا الدراستين تهتم بفهم دوافع الاستخدام وأنماط الاستخدام، والإشباع التي يحققها المستخدمون.
- أحد الفرضيات المشتركة كلتا الدراستين تفترض أو تناقش استخدام 6. الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي من أجل "البحث العلمي".

أوجه الاختلاف

1- المجال المكاني (الجغرافي)

- الدراسة أ: الجزائر (جامعة عمار ثليجي، الأغواط).
- الدراسة ب فلسطين الجامعة الإسلامية غزة).

2- المجال الزمني

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

- الدراسة أ: حديثة جداً (مارس) / جوان (2025) ، مما يشير إلى دراسة جارية أو حديثة الاكتمال.

- الدراسة ب أقدم الموسم الجامعي (2014).

3- الأدوات الإضافية لجمع البيانات.

- الدراسة أ: استخدمت الملاحظة البسيطة" بالإضافة إلى الاستبيان

- الدراسة ب استخدمت المقابلة "المقننة" بالإضافة إلى الاستبيان.

4- حجم ونوع العينة .

- الدراسة أن عينة صغيرة نسبياً (50 مفردة) وهي "عينة قصدية" (حسب التخصص).

- الدراسة ب لم يذكر حجم العينة صراحة، ولكنها توجي بأنها أكبر من 50 مفردة، وهي عينة طلاب فلسطينيين".

5- صياغة تساؤلات البحث.

- الدراسة أن لديها تساؤل عام وتساؤلات جزئية.

- الدراسة ب لديها تساؤلان رئيسيان ومباشران

6- تفاصيل النتائج المعروضة

- الدراسة أن تقدم نتائج نوعية أكثر حول "تأثيرات" الاستخدام والحاجة إلى تأطير، وتذكر منصات

مثل ChatGPT

- الدراسة ب تقدم نتائج كمية مفصلة بنسب مئوية دقيقة حول استخدام المنصات المختلفة جوجل

بلس يوتيوب تويتر ونسب الإشباع المحققة وتأثيرها على التحصيل الدراسي.

7- التركيز على منصات محددة في النتائج

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

- الدراسة أن تذكر جوجل، شات جي بي تي، يوتيوب، وفيسبوك في سياق النتائج المتعلقة بالبحث العلمي وتبادل المعرفة.
- الدراسة ب تقدم نسب استخدام محددة لجوجل بلس يوتيوب وتويتر في المجال الدراسي، وتذكر إشباعات التفاعل والمراقبة والمشاركة والتسلية.
- 8- نوع الدراسة الدراسة ب هي رسالة ماجستير
- الدراسة أن لا يذكر نوعها قد تكون بحثاً أكاديمياً أو جزءاً من مشروع بحث).
- الدراسة ب محددة بوضوح على أنها "رسالة ماجستير".

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين الدراسة العربية الثانية الاردنية بعنوان استخدام شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر والإشباع المحققة لدى طلبة جامعه الاردنية

أوجه التشابه

- موضوع الدراسة: كلتا الدراستين تتناولان استخدام الشباب الجامعي المواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من ذلك.
- المنهج المستخدم كلتا الدراستين تستخدمان المنهج الوصفي.
- نوع البيانات تعتمد كلتا الدراستين على بيانات استبائية أو وصفية لتحليل الظاهرة.
- الإشارة إلى الإشباع كلا العنوانين للدراستين يشيران إلى "الإشباع المحققة".
- أهمية استخدام مواقع التواصل: تظهر كلتا الدراستين أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للبحث العلمي وبناء العلاقات الاجتماعية.

أوجه الاختلاف

- عنوان الدراسة: استخدامات الشباب الجامعي المواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من ذلك
- المجال الزمني: المجال الزمني: مارس / جوان 2025
- المجال المكاني: جامعة عمار ثليجي الأغواط، كلية العلوم الاجتماعية (الجزائر)
- التساؤل العام: ما الغرض من استخدام الشباب الجامعي المواقع التواصل الاجتماعي؟ وما الإشباع المحققة من ذلك؟
- التساؤلات الجزئية: ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من طرف الشباب الجامعي؟ وما هي أنماط الإشباع المحققة؟

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

- فرضيات الدراسة: استخدام الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي من أجل البحث العلمي.
- استخدام الشباب الجامعي المواقع التواصل الاجتماعي من أجل إنشاء علاقات اجتماعية والترفيه.
- الأداة المستخدمة: الاستمارة والملاحظة البسيطة
- العينة: 50 مفردة تحمل نفس الخصائص من حيث التخصص (عينة قصدية)
- نتائج الدراسة: أظهرت نتائج الدراسة أن عدداً مهماً من الطلبة يوظفون هذه المنصات في البحث العلمي وتبادل المعرفة عبر منصة جوجل شات جي بي تي يوتيوب فيسبوك - أيضاً لا يخلو ذلك من الاستخدام الترفيهي لها وبناء علاقات اجتماعية ولكن كل هذا يتطلب تأطير بيداغوجي للاستفادة من هذه الأخيرة ويتطلب أيضاً وعي كافي بمدى خطورتها على المجتمع من حيث تأثيرها على الروابط الاجتماعية.
- مواقع التواصل المذكورة في النتائج: جوجل شات جي بي تي يوتيوب فيسبوك (أكثر شمولاً)
- التركيز في النتائج: أعم وأشمل، يتناول الاستخدام العلمي والترفيهي وبناء العلاقات الاجتماعية والآثار المجتمعية، ويشير إلى الحاجة للتأطير والتوعية.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين الدراسة الأجنبية الأولى تحت عنوان استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي والاداء الاكاديمي بين طلاب جامعات أوروبية

إليك أوجه الشبه والاختلاف بين الدراستين:

أولاً: أوجه الشبه:

- * الموضوع العام: كلاهما يتناولان استخدام الشباب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي.
- * المنهج المستخدم: كلاهما يستخدمان المنهج الوصفي التحليلي.
- * أداة الدراسة: كلاهما يعتمدان على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات.
- * أهداف متشابهة: تسعى كلتا الدراستين إلى فهم العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والجانب الأكاديمي أو البحث العلمي، بالإضافة إلى استكشاف الإشباع التي يحصل عليها الطلاب.
- * تساؤلات حول الإشباع: تطرح كلتا الدراستين تساؤلات حول أهم أشكال الإشباع التي يبحث عنها الطلاب من وسائل التواصل الاجتماعي.
- * توصيات مماثلة (غير مباشرة): على الرغم من اختلاف الصياغة، إلا أن كلتا الدراستين تشيران إلى أهمية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في الجانب التعليمي وتوجيه الاستخدام نحو الأهداف الأكاديمية والبحثية، مع التحذير من سلبيات الاستخدام المفرط أو غير الموجه.
- * التركيز على الجانب الأكاديمي البحثي: تشير فرضيات ونتائج كلتا الدراستين إلى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في دعم البحث العلمي والتحصيل الأكاديمي.

ثانياً: أوجه الاختلاف:

وجه الاختلاف: الدراسة الأولى (الجزائرية) | الدراسة الثانية (الأوروبية)

المجال الزمني: مارس/جوان 2025 | 2021

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

المجال المكاني: جامعة عمار تليجي الأغواط، الجزائر | جامعة أكسفورد، المملكة المتحدة

المؤلفون: غير مذكورين بالاسم (دراسة محلية) | د. إيميلي سميث، د. جيمس ويلسون

عنوان الدراسة: استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من ذلك |

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الأكاديمي بين طلاب جامعات الأوروبية |

التركيز الأساسي: الاستخدامات المتعلقة بالبحث العلمي وبناء العلاقات الاجتماعية | العلاقة

بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الأكاديمي

التساؤل العام: الغرض من استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة |

كيف يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالأداء الأكاديمي؟

التساؤلات الجزئية: ماهي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا؟ وأنماط الإشباع المحققة؟ | ماهي

أهم أشكال الإشباع التي يبحث عنها الطلاب؟

فرضية الدراسة (الجزئية) | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل البحث العلمي، وبناء علاقات

اجتماعية وترفيهية | استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين الأداء الأكاديمي، وتحقق

إشباع في البحث العلمي

العينة: 50 مفردة تحمل نفس الخصائص (عينة قصدية) | 250 مفردة (عينة عشوائية بسيطة)

نتائج الاستخدام اليومي | لا تذكر تفاصيل عن عدد ساعات الاستخدام اليومي | 78% من الطلاب

يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من 3 ساعات يوميًا

نتائج العلاقة بالأداء | تشير إلى أن المنصات التي يوظفونها في البحث العلمي وتبادل المعرفة مهمة، وأن

بناء العلاقات الاجتماعية يتطلب تأطير بيداغوجي | ارتباط إيجابي بين الاستخدام التعليمي للفيديوك

والأداء الأكاديمي، وارتباط سلبي بين التصفح السلبي والأداء الأكاديمي

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

تفصيل الإشباعات: تذكر أهمية البحث العلمي وبناء العلاقات الاجتماعية والترفيه، لكن بدون نسب مئوية |
البحث عن المعلومات (نسبة مئوية)، التواصل الاجتماعي (65%)، الترفيه (58%)، التطبيقات العلمية
(72%)

التوصيات: ضرورة تأطير بيداغوجي للاستفادة من الخبرة والتوعية بمخاطرها على المجتمع دمج المحتوى
التعليمي على اليوتيوب، ورش عمل حول إدارة الوقت وتقليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المرجع: غير مذكور مرجع علمي محدد | مرجع علمي تفصيلي: Smith, E, WILSON, J, S,

Muller, T, (2021), Journal of Educational Technology, 45(3), 234–251,

doi:10.16/j.jedet2021.03.07

باختصار، تتناول الدراسات موضوعًا مشابهًا بمنهجية وأدوات متقاربة، ولكن تختلفان في السياق
الجغرافي والزمني، وحجم العينة، وبعض التفاصيل المتعلقة بالنتائج والتوصيات، مما يعكس الاختلافات
الثقافية والأكاديمية بين البيئات التي أجريت فيها الدراسات.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين الدراسة الأجنبية الثانية تحت عنوان استكشاف استخدامات وإشباع وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب المرحلة الجامعية ادلة من نيجيريا. أوجه التشابه:

الموضوع الأساسي: تركز كلتا الدراستين على استخدامات وإشباع وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب / شباب الجامعة.

الجمهور المستهدف تستهدف كلتا الدراستين طلاب / شباب الجامعة.

الكلمات المفتاحية / المفاهيم تستخدم كلتا الدراستين مصطلحات مثل وسائل التواصل الاجتماعي، "استخدامات"، "إشباع"، "طلاب/شباب".

الهدف تهدف كلتا الدراستين إلى فهم سبب استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي وما يحصلون عليه منها.

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي تقرر كلتا الدراستين ضمناً أو صراحة بالدور الهام لوسائل التواصل الاجتماعي في حياة الشباب.

أوجه الاختلاف:

النطاق الجغرافي:

الدراسة 1: غرب نيجيريا تركيز إقليمي أوسع.

الدراسة 2: جامعة عمار تليجي، الأغواط الجزائر تركيز على جامعة محددة).

الفترة الزمنية:

الدراسة 1: نشرت عام 2019 (دراسة مكتملة).

الدراسة 2: مارس / يونيو 2025 يفترض أنها دراسة جارية أو قادمة، مما يشير إلى سياق أحدث.

المنهجية :

الدراسة 1: نوعية مناقشات مجموعات تركيز). يشير هذا إلى استكشاف أعمق للآراء والخبرات، ولكن بحجم عينة أصغر.

الدراسة 2: وصفية تحليلية استمارة وملاحظة). يشير هذا إلى منهج كمي أكثر مما يسمح بجمع بيانات أوسع وتحليل إحصائي.

حجم / نوع العينة :

الدراسة 1: "طلاب جامعيون مختارون" (لم يذكر عدد محدد، ولكن نموذجي للدراسات النوعية).

الدراسة 2: 50 مفردة، عينة قصدية عدد محدد، ولكن احتمال وجود تحيز).

تساؤلات البحث / الفرضيات المحددة:

الدراسة 1: أكثر انفتاحًا حول أنواع المواقع والدوافع العامة. الفرضية تتعلق ب دور وسائل التواصل الاجتماعي في الاختيار.

الدراسة 2: أكثر تحديدًا حول أكثر المواقع استخدامًا وأنماط الإشباع الفرضيات أكثر تفصيلاً، وتركز على استخدامات محددة مثل البحث العلمي والعلاقات الاجتماعية والترفيه.

النتائج: متاحة فقط للدراسة (2) تقدم الدراسة الثانية نتائج ملموسة فيما يتعلق باستخدام منصات مثل جوجل شات جي بي تي يوتيوب وفيسبوك لأغراض أكاديمية واجتماعية ترفيهية، وتسلط الضوء على الحاجة إلى تأطير بيداغوجي والوعي بالمخاطر. الدراسة الأولى تذكر فقط فرضية دون نتائج مذكورة في الصورة.

المساهمة: يشير ذكر الدراسة الثانية لمنصات حديثة مثل "شات جي بي تي 7. تي" إلى تركيز أكثر معاصرة على الاستخدامات الناشئة لوسائل التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

باختصار، بينما تتناول كلتا الدراستين موضوعًا شاملاً متشابهًا، فإنهما تختلفان بشكل كبير في منهجهما ومنطقهما الجغرافي وخصوصية استفساراتهما، مما يعكس تصاميم بحثية وأهدافًا مختلفة. الدراسة الثانية، كونها أحدث وكمية، تقدم رؤى أكثر تفصيلاً وحدثة حول أنماط الاستخدام ومناقشة أوسع للتداعيات.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين المحلية الأولى تحت عنوان استخدام الطلبة الجامعيين مواقع

التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي

أوجه التشابه:

الموضوع العام: كلتا الدراستين تتناولان استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين في الجزائر.

المنهج: كلتا الدراستين تستخدمان المنهج الوصفي الدراسة الأولى: المنهج الوصفي الدراسة الثانية: المنهج الوصفي التحليلي).

الأداة الرئيسية: كلتا الدراستين تعتمدان على الاستمارة الاستبيان) كأداة رئيسية لجمع البيانات.

الفئة المستهدفة: كلتا الدراستين تستهدفان الطلبة الجامعيين.

الإشباعات كلتا الدراستين تتطرقان إلى الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الموقع الجغرافي: كلتا الدراستين أجريتا في الجزائر

أوجه الاختلاف

التركيز الأساسي / الهدف:

الدراسة الأولى: تركز بشكل أساسي على التحصيل الدراسي وعلاقته باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى دوافع وعادات الاستخدام.

الدراسة الثانية تركز على استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي الأغراض البحث العلمي والترفيه وبناء العلاقات الاجتماعية بالإضافة إلى الإشباعات.

حجم العينة :

الدراسة الأولى عينة أكبر حجمًا (474 مفردة).

الدراسة الثانية: عينة أصغر حجمًا (50 مفردة).

أدوات البحث الإضافية :

الدراسة الأولى: الاستمارة فقط.

الدراسة الثانية: الاستمارة بالإضافة إلى الملاحظة البسيطة.

تحديد الزمن :

الدراسة الأولى: لم يذكر زمن محدد بشكل واضح.

الدراسة الثانية: حددت زمنًا لإجرائها (مارس) / جوان (2025)، مما يشير إلى أنها قد تكون في مراحل

التخطيط أو التنفيذ (مستقبلية جزئيًا).

تفصيل النتائج :

الدراسة الأولى: قدمت نسبة محددة لاستخدام الذكور والإناث والشبكات الأكثر استخدامًا يوتيوب فيسبوك،
تويتر.

الدراسة الثانية: قدمت نتائج أكثر نوعية تتحدث عن توظيف المنصات للبحث العلمي والترفيه، وتوصيات
حول الحاجة إلى التأطير والتوعية.

الفرضيات :

الدراسة الأولى: ركزت على فرضية التحصيل الدراسي وأهميته.

الدراسة الثانية: فصلت الفرضيات لتشمل البحث العلمي وإنشاء العلاقات الاجتماعية والترفيه.

باختصار، بينما تشترك الدراستان في الاهتمام العام باستخدام طلاب الجامعات لوسائل التواصل

الاجتماعي في الجزائر، تختلفان في التركيز المحدد التحصيل الدراسي مقابل البحث العلمي والترفيه،

وحجم العينات، وبعض التفاصيل المنهجية والنتائج.

الفصل الثالث
الطريقة و الأدوات

أولاً: مجالات الدراسة

أ. المجال المكاني للدراسة: جامعة عمار ثليجي ولاية الاغواط

المقر الرئيسي للجامعة تقع جامعة عمار ثليجي في ولاية الاغواط. الجزائر على الطريق المؤدي الى
غرداية(طريق وطني رقم 1)

العنوان التفصيلي الموقع ص، ب376، الاغواط، الجزائر

الاحداثيات الجغرافية تقع على خط عرض 33د، 5947شمالا وخط طول 2د50-56شرقاً

نبذة تاريخية

تأسست عام 1986 كمدرسة عليا للاساتذة التعليم التقني تحولت الى مركز جامعي عام 1997 اصبحت

جامعة كاملة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-270 المؤرخ في سبتمبر 2001

الكليات والهياكل تضم الجامعة عدة كليات منها

-كلية العلوم التكنولوجية

-كلية الطب مركز المحاكاة الطبية

-كلية الهندسة المدنية والمعمارية

-كلية الحقوق والعلوم الاجتماعية

-كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

المرافق الحديثة:

مخبر الذكاء الاصطناعي

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

-حاضنة الاعمال لدعم المشاريع الريادية

-منصة التعليم عن بعد (جامعة افتراضية)

التصنيفات:

-محليا ضمن افضل 20 جامعة جزائرية

-عربيا ضمن افضل 150 جامعة عربية¹

ب. الاطار الزمني للدراسة:

استغرقت الدراسة الميدانية لهذا الموضوع بداية من شهر مارس لقد قمنا بدراسة استكشافية لمجال هاته الدراسة بحيث كانت في هذه الفترة ملاحظات وقرارات حول الموضوع بالاستعانة بمراجع متنوعة ودراسات سابقة

اما المرحلة الثانية كانت بداية من اواخر افريل اين تم جمع المادة العلمية وبناء اشكالية الدراسة واهدافها ثم بناء الاستبيان

اما المرحلة الثالثة استيفاء للاستبيان وتوزيعه واعادة جمعه في الفترة الممتدة بين بداية شهر ماي وتفرغ وتحليل وتفسير البيانات ثم الخروج بالنتائج غي اواخر شهر ماي 2025

المجال البشري:

هو عبارة عن عدد من مفردات العينة (الشباب الجامعي)

¹ الموقع الرسمي بجامعة الاغواط DZ, WWW, LAGH, UNIV, المرسوم التنفيذي رقم 01-270(2001)المنشور في الجريدة الرسمية تصنيفات الجامعة العربية والعالمية مثل WEBOMETRICS تقارير اعلامية محلية عن افتتاح المرافق الجديد مثل (وكالة الأنباء الجزائرية)

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

التي اخترناها لموضوع الدراسة والتي تمثل مجتمع البحث من حيث الخصائص والسمات التي يصف من خلالها الباحث استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة لدى افراد العينة بصفة دائمة ومستمرة والتي كانت من المستويات التالية :

مستوى ثلاثة ليسانس علم الاجتماع ومستوى اولى ماستر وثانية ماستر علم الاجتماع بجميع فروع

ثانيا: المنهج المستخدم

مفهوم المنهج: ان المنهج العلمي بشكل عام هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الافكار العديدة اما من اجل الكشف حقيقة حين نكون بها جاهلين واما من اجل البرهنة عليها للأخرين حيث نكون بها عارفين¹ ومن اجل دراسة اكثر دقة لابد من تقديم المنهج الذي يتم استخدامه بغاية الوصول الى نتائج تجيب عن الاشكالية المطروحة والتي تدور حول استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة من ذلك بجامعة الاغواط

والمنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي

تعريف المنهج الوصفي هو طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل اليها على اشكال رقمية معبرة

ثالثا: ادوات جمع البيانات

اداة الدراسة: استبيان (استمارة)

الملاحظة البسيطة

استعنا بالاستبيان كأداة لجمع المعلومات

¹ بوحوش عمار، الذنبيات، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية،

الجزائر 2007، ص ص 99، 100

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

تعريف الاستبيان هو مجموعة من الاسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للمبحوثين اما الكترونيا او ورقيا توزع للحصول على اجوبة من خلالها يمكن التوصل الى حقائق حول الموضوع

لقد كان اختيارنا لهذه الاداة لانها الاداة الاكثر دقة في اعطائنا اجابات لان الملاحظة لا تكفي للامام بالموضوع مثلا ماهي المواقع الاكثر استخداما والوقت الذي يستغرقه الشباب الجامعي في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي من اجل البحث العلمي او غيرها من الاستخدامات والاشباعات المحققة من ذلك¹

اما الاداة الثانية هي الملاحظة البسيطة بحيث لاحظنا ان جل الشباب الجامعي يستخدم هواتف ذكية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي فأردنا معرفة الغرض من استخدامهم لها وما هي الاشباعات التي حققها وانماطها

رابعا: المعاينة

نوع العينة لقد تم اختيار العينة القصدية ذلك لان مجتمع البحث معروف وهم الشباب الجامعي لجامعة عمار ثلجي في ولاية الاغواط من مستوى ثلاثة ليسانس علم الاجتماع العدد الاجمالي 336 عدد الاناث 139 عدد الذكور 197 ومستوى اولى ماستر العدد الاجمالي للطلبة 262 الاناث 83 طالبه والذكور 115 طالب وثانية ماستر العدد الاجمالي 154 عدد الاناث 75 عدد الذكور 79 تخصص علم الاجتماع جميع الفروع الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي وتكون العينة القصدية مفيدة في الحالات التي ترغب الوصول إلى العينة المرغوبة بسرعة²

تساعد العينة القصدية في معرفة اراء المجتمع المستهدف وايضا كامن من بين الاسباب التي جعلتنا نختار هذا النوع من العينة والمجتمع هو ان افراد العينة لديهم نفس الخصائص من حيث التخصص (علم الاجتماع) الذي يعنى بدراسة الظواهر الاجتماعية لان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر ظاهرة اجتماعية متزايدة ومتطورة عبر الزمن

¹ صالح، احمد محمود، (2010)، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، ص ص: 152-155

² عبيدات، ذوقان، واخرون (2004) البحث العلمي مفهومه، ادواته اساليبه، ط3، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص ص 174-176

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

خامساً: خصائص عينة الدراسة

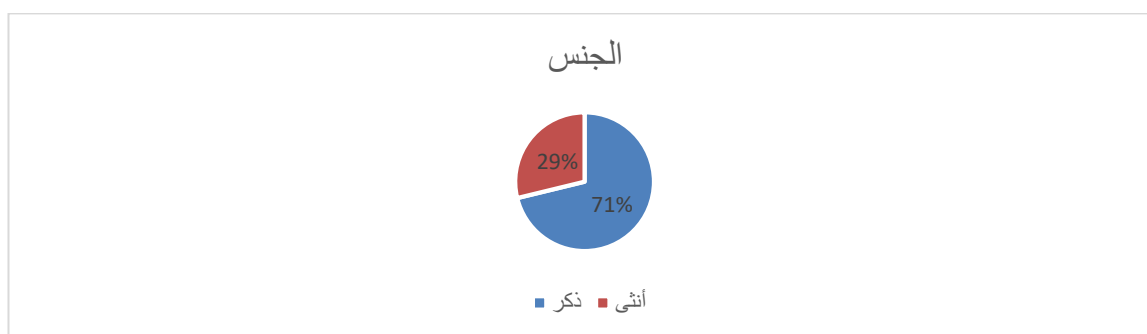
أولاً: الجنس

جدول رقم 01 خاص بجنس المبحوثين:

النسبة %	التكرار	الجنس
71.2	37	ذكر
28.8	15	انثى
100	52	المجموع

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

الشكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يشير الجدول رقم (01) إلى التوزيع العددي والنسبي لأفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث تبين أن نسبة الذكور بلغت 71.2% بعدد إجمالي قدره 37 فردًا، مقابل 28.8% من الإناث وعددهم 15 فقط. هذا التفاوت يُظهر أن الذكور يمثلون الأغلبية داخل عينة الدراسة، وهو ما قد يؤثر على طبيعة النتائج، خاصة إذا كان للجنس علاقة بمتغيرات الدراسة مثل نوع الاستخدامات أو طبيعة الإشباع المتحققة من مواقع التواصل الاجتماعي.

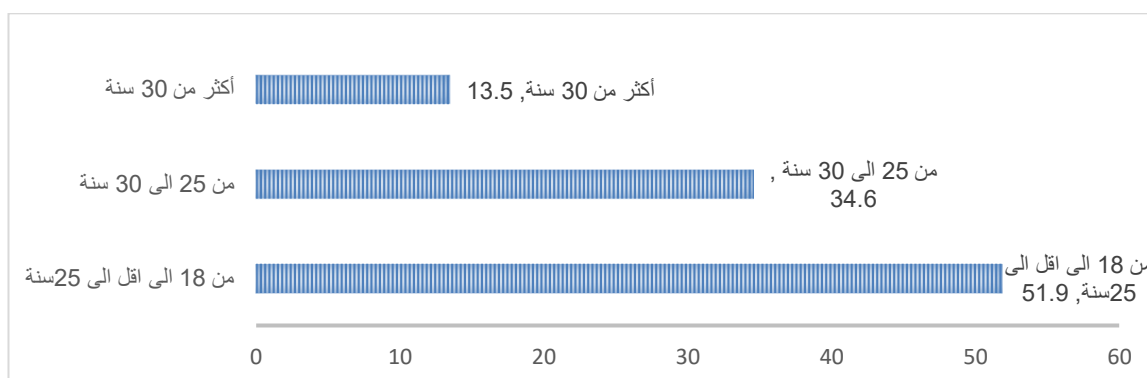
ثانيا: العمر

جدول رقم 02 يوضح أعمار الطلبة:

النسبة %	التكرار	العمر
51.9	27	من 18 الى اقل الى 25 سنة
34.6	18	من 25 الى 30 سنة
13.5	7	أكثر من 30 سنة
100	52	المجموع

المصدر: بناء على مخرجات 22 spss

الشكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: بناء على مخرجات 22 spss

يوضح الجدول رقم (02) التوزيع العمري لأفراد العينة، حيث تمثل الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 25 سنة النسبة الأكبر بواقع 51.9%، أي ما يعادل 27 مبحوثاً. تليها الفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة بنسبة 34.6% (18 مبحوثاً)، في حين شكّلت الفئة التي تتجاوز 30 سنة النسبة الأقل بـ 13.5% فقط (7 مبحوثين). يُفهم من ذلك أن أغلب أفراد العينة من فئة الشباب الجامعيين في بداية العشرينات، وهو ما يتناسب مع طبيعة الدراسة التي تركز على استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة الشباب.

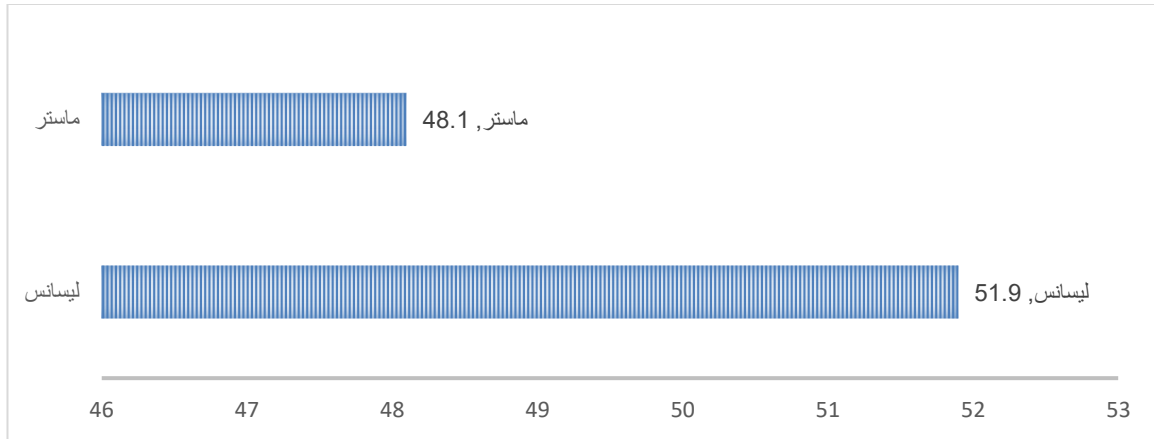
ثالثاً: المستوى الجامعي

جدول رقم 03 خاص بالمستوى الجامعي للطلبة :

النسبة %	التكرار	المستوى الجامعي
51.9	27	ليسانس
48.1	25	ماستر
100	52	المجموع

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

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



المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يعرض الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي، حيث يُلاحظ تقارب في النسب بين الطورين، إذ شكّل طلبة الليسانس نسبة 51.9% من العينة، أي ما يعادل 27 مبحوثاً، في حين مثّل طلبة الماستر نسبة 48.1% بعدد إجمالي قدره 25 مبحوثاً. هذا التوازن في التمثيل بين الطورين يعزّز من موضوعية النتائج، ويُمكن من مقارنة توجهات واستخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بناءً على مستوى التكوين الجامعي.

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

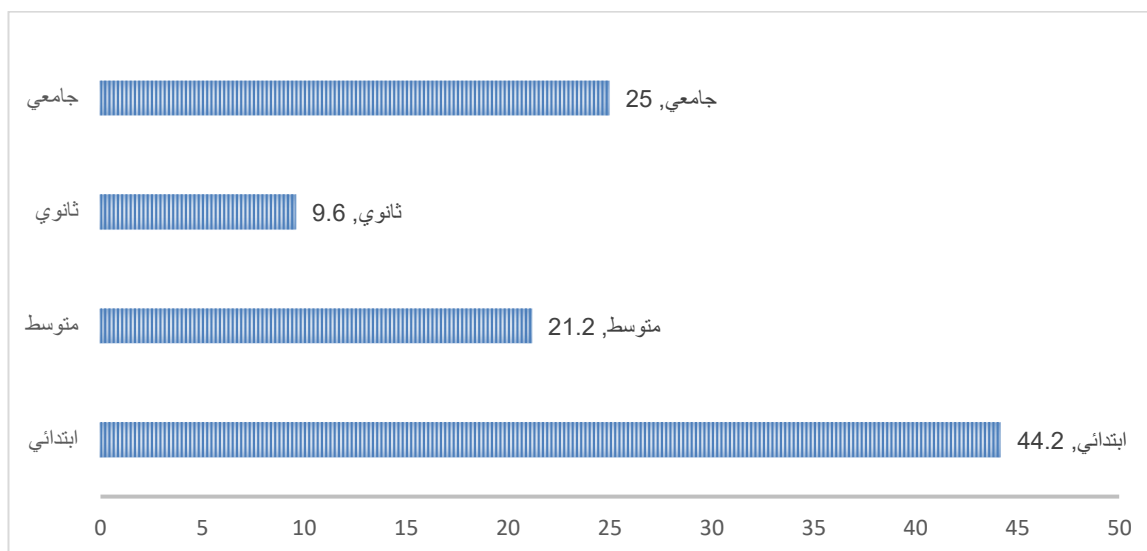
رابعاً: المستوى التعليمي للوالدين

جدول رقم 04 خاص بالمستوى التعليمي للوالدين:

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي للوالدين
44.2	23	ابتدائي
21.2	11	متوسط
9.6	5	ثانوي
25	13	جامعي
100	52	المجموع

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

الشكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي للوالدين



المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يوضح الجدول رقم (04) التوزيع الخاص بالمستوى التعليمي للوالدين، حيث يُلاحظ أن أغلب أفراد العينة ينحدرون من أسر ذات مستوى تعليمي منخفض، إذ أن 44.2% من الآباء مستواهم لا يتعدى المرحلة الابتدائية (23 مبحوثاً)، يليهم ذوو المستوى المتوسط بنسبة 21.2% (11 مبحوثاً). أما الآباء الحاصلون على تعليم جامعي فقد مثّلوا نسبة 25% فقط (13 مبحوثاً)، في حين أن النسبة الأقل تعود إلى التعليم الثانوي بـ 9.6% (5 مبحوثين). ويُشير هذا التوزيع إلى أن البيئة

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

الأسرية لعدد معتبر من الطلبة تتسم بمستوى تعليمي متواضع، ما قد يكون له تأثير غير مباشر على طبيعة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المستهدفة منها.

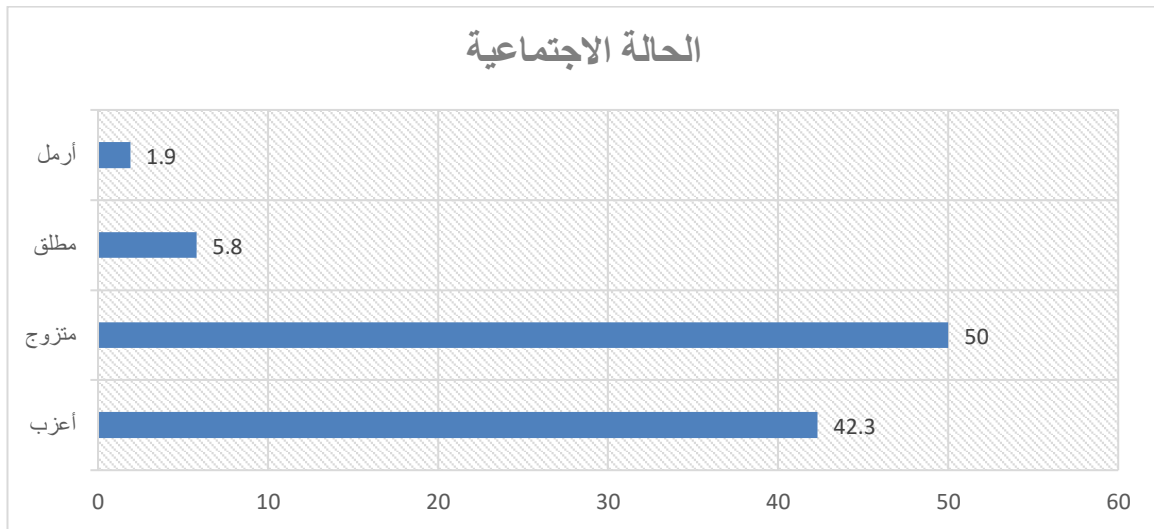
خامسا: الحالة الاجتماعية

جدول رقم 05 خاص الحالة الاجتماعية للطلبة:

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
42.3	22	أعزب
50	26	متزوج
5.8	3	مطلق
1.9	1	أرمل
100	52	المجموع

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يبين الجدول رقم (05) التوزيع العددي والنسبي لأفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية، حيث يتضح أن فئة المتزوجين تمثل النسبة الأكبر بـ50%، أي ما يعادل 26 مبحوثاً، تليها فئة العزّاب بنسبة 42.3% (22 مبحوثاً). أما فئة المطلّقين فقد شكّلت نسبة ضئيلة قدرها 5.8% (3 مبحوثين)،

الفصل الثالث: الطريقة و الأدوات

في حين أن فئة الأرامل سجلت نسبة هامشية لا تتجاوز 1.9% (مبحوث واحد). ويعكس هذا التوزيع هيمنة فئتي المتزوجين والعزّاب على العينة، ما يوفّر أساسًا مقبولًا لفهم استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بناءً على اختلاف الوضع الاجتماعي.

الفصل الرابع

النتائج و المناقشة

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

الفضل الرابع: النتائج

أولاً: تحليل بيانات الفرضية الأولى

جدول مركب رقم 01: العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة بانتظام وأبرز التحديات التي تواجه الشباب الجامعي في استخدامها لأغراض البحث العلمي

المجموع	ماهي أبرز التحديات التي تواجهها عند استخدام مواقع تواصل الاجتماعي في البحث العلمي							المصدقية	تشتت الانتباه	مشاكل الاعلانات المتكررة	
	تكرار		نسبة		تكرار		نسبة				
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار				نسبة
46.2	24	37.5	3	46.2	18	60	3	فيسبوك	ماهي		
9.6	5	25	2	7.7	3	/	/	تيك توك	منصات		
19.2	10	12.5	1	17.9	7	40	2	انستغرام	التواصل		
9.6	5	12.5	1	10.9	4	/	/	تويتر	الاجتماعي		
5.8	3	/	/	7.7	3	/	/	سناب شات	التي		
100	52	100	8	100	39	100	5	المجموع	تستخدمها		
									بانتظام		

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يوضح الجدول المركب رقم (01) العلاقة بين نوع منصة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة الجامعيون بانتظام، وأبرز التحديات التي تواجههم عند استخدامها في البحث العلمي.

يتبين من خلاله أن منصة "فيسبوك" تمثل النسبة الأكبر من حيث الاستخدام بـ24 مبحوثاً (أي 46.2% من إجمالي العينة)، وكانت أبرز التحديات المرتبطة بها هي تشتت الانتباه بنسبة 46.2%، ثم المصدقية بنسبة 60%، تليها مشاكل الإعلانات المتكررة بنسبة 37.5%.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

أما "إنستغرام" فقد استخدمه 10 مبحوثين (19.2%)، وكانت التحديات المرتبطة به أقل نسبيًا، حيث تمثلت بشكل أكبر في تشتت الانتباه بنسبة 17.9%، ثم المصادقية بـ40%، ما يشير إلى إدراك محدود لدوره الأكاديمي مقارنةً بالمنصات الأخرى.

فيما يتعلق بـ"تيك توك"، و"شات جي بي تي"، و"تويتر"، فقد تراوحت نسبة الاستخدام بينها بين 9.6% و9.6% لكل منها، وواجه المستخدمون تحديات متفاوتة، تمثلت أساسًا في تشتت الانتباه ومشاكل الإعلانات، في حين لم تُذكر المصادقية كمشكل في بعض منها مثل تيك توك وشات جي بي تي.

أما "سناب شات"، فهو المنصة الأقل استخدامًا بنسبة 5.8% فقط (3 مبحوثين)، وكانت التحديات محصورة في تشتت الانتباه فقط.

بناءً على هذه المعطيات، يتضح أن أكثر التحديات حضورًا لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض البحث العلمي هو تشتت الانتباه (39 تكرارًا بنسبة 100%)، يليه تحدي الإعلانات المتكررة (8 تكرارات)، ثم مشكلة المصادقية (5 تكرارات فقط)، مما يدل على أن البعد المعرفي والمصادقي لم يعد يشكل عائقًا كبيرًا لدى الطلبة مقارنةً بالعوائق المرتبطة بالتركيز والانتباه، وهو ما يستدعي توجيه الاستخدام وتثقيف الطلبة حول الاستخدام الأكاديمي المنضبط لهذه الوسائل.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

جدول مركب رقم 02: العلاقة بين المنصات الأكاديمية المستخدمة ومدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأغراض الأكاديمية لدى الشباب الجامعي

المجموع		هل سبق لك ان استفدت من مجموعات او صفحات أكاديمية على هذه المنصات في بحثك							
		شات جيبي		يوتيوب		جوجل			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
17.3	9	12.5	2	16.7	4	25	3	2	كم ساعة تفضيها على مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض أكاديمية
38.5	20	43.8	7	33.3	8	41.7	5	4	
42.3	22	43.8	7	45.8	11	33.3	4	6	
1.9	1	/	/	4.2	1	/	/	أكثر	
100	52	100	16	24	24	100	12	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يكشف الجدول المركب رقم (02) عن العلاقة بين المنصات الرقمية (جوجل، يوتيوب، شات جي بي تي) التي يستفيد منها الشباب الجامعي عبر المجموعات أو الصفحات الأكاديمية، وبين عدد الساعات التي يقضونها يوميًا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض أكاديمية.

يتضح أن فئة الطلبة الذين يستخدمون هذه المنصات لمدة 4 ساعات يوميًا تمثل النسبة الأكبر بـ 38.5% من إجمالي العينة، ويتوزعون أساسًا على منصة "جوجل" بنسبة 41.7%، و"يوتيوب" بـ 33.3%، و"شات جي بي تي" بـ 43.8%، ما يدل على أن الاستخدام الأكاديمي المكثف مرتبط أكثر بهذه المنصات الثلاث.

أما الطلبة الذين يقضون 6 ساعات في الأغراض الأكاديمية، فقد شكلوا نسبة 42.3%، وهي الأعلى ضمن الجدول، حيث توزعت استخداماتهم بين "جوجل" بنسبة 33.3%، و"يوتيوب"

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

بنسبة 45.8%، و"شات جي بي تي" بنسبة 43.8%، مما يشير إلى أن الطلبة الذين يقضون وقتًا أطول في الأغراض الأكاديمية يعتمدون بشكل ملحوظ على "يوتيوب" و"شات جي بي تي"، ما يعكس طبيعة المحتوى السمعي البصري والذكاء الاصطناعي كوسائل داعمة في البحث والتعلم.

بالمقابل، الفئة التي تستخدم هذه المنصات لمدة ساعتين فقط شكّلت أقل نسبة (17.3%)، وكان اعتمادها الأكبر على "يوتيوب" بنسبة 16.7%، في حين كانت استفادتهم من "جوجل" و"شات جي بي تي" أقل بكثير.

أما فئة من يستخدم المنصات لأكثر من 6 ساعات يوميًا فقد كانت شبه منعدمة، بنسبة لا تتجاوز 1.9% من العينة، واقتصرت على استخدام "يوتيوب" فقط، مما يُظهر أن الاستخدام المفرط لأغراض أكاديمية يظل محدودًا.

بناء على ما سبق، يُمكن القول إن هناك توجهًا ملحوظًا نحو الاستفادة من المنصات الرقمية، خاصة "شات جي بي تي" و"يوتيوب"، لدى الفئات التي تقضي وقتًا أطول في التصفح الأكاديمي، مما يعكس تحولًا في نمط استهلاك المعرفة الرقمية من النصوص التقليدية إلى المحتوى التفاعلي والآلي.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

جدول مركب رقم 03: العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن المصادر ومشاركة الأبحاث، ومدى مساهمتها في تحسين جودة البحث الأكاديمي

المجموع		هل تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين جودة بحثك					
		لا		نعم			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
59.6	31	50	13	69.2	18	نعم	هل تستخدم مواقع تواصل الاجتماعي للبحث عن مصادر علمية او مشاركة ابحاثك
40.6	21	50	13	30.8	8	لا	
100	52	100	26	100	26	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يُظهر الجدول المركب رقم (03) العلاقة بين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن مصادر علمية أو مشاركة أبحاثهم، وبين مدى إدراكهم لدور هذه المواقع في تحسين جودة بحوثهم الأكاديمية.

من خلال المعطيات، يتبين أن غالبية الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل لأغراض بحثية (سواء في البحث عن مصادر أو مشاركة أعمالهم) يرون أنها تُحسن من جودة بحوثهم، بنسبة 69.2% (18 مبحوثًا). بينما 30.8% من هذه الفئة لا يعتقدون أن لهذه المواقع تأثيرًا إيجابيًا على جودة بحوثهم.

بالمقابل، فإن نصف الطلبة الذين لا يستخدمون مواقع التواصل في البحث العلمي (13 من أصل 26) يعتقدون أنها لا تحسن جودة البحث، وهو ما يعكس انسجامًا منطقيًا مع نمط استخدامهم، بينما النصف الآخر من غير المستخدمين (13 أيضًا) يرون رغم ذلك أن لها دورًا في تحسين الجودة، مما يشير إلى وجود تصور إيجابي عام حول فاعلية هذه المنصات حتى بين من لا يوظفونها مباشرة.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي يرتبط إيجابياً بإدراك الطلبة لأهميتها في تحسين جودة بحوثهم، غير أن هذا التصور الإيجابي لا يرتبط دائماً بالاستخدام الفعلي، مما قد يُشير إلى وجود وعي نظري غير متبوع بالممارسة الفعلية لدى بعض الطلبة.

جدول مركب رقم 04: العلاقة بين نمط المحتوى الترفيهي الأكثر استخداماً على مواقع التواصل الاجتماعي والفوائد العلمية المحققة منها لدى الطلبة الجامعيين

المجموع		ماهي المنصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً للترفيه				سهولة الوصول	ماهي أبرز الفوائد التي تجدها في استخدام هذه المواقع لأغراض البحث العلمي
		مقاطع قصيرة		منشورات			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	تحديثات سريعة	
17.3	9	11.1	3	24	6	سهولة الوصول	ماهي أبرز الفوائد التي تجدها في استخدام هذه المواقع لأغراض البحث العلمي
69.2	36	63	17	76	19	تحديثات سريعة	
13.5	7	25.9	7	00	/	تفاعل مع الباحثين	
100	52	100	27	100	25	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يعرض الجدول المركب رقم (04) العلاقة بين نوع المحتوى الترفيهي الأكثر استخداماً من قبل الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي (سواء المنشورات أو المقاطع القصيرة)، وبين أبرز الفوائد التي يجنيها هؤلاء الطلبة عند استخدام هذه المنصات لأغراض البحث العلمي.

تشير النتائج إلى أن فئة كبيرة من الطلبة الذين يفضلون المنشورات كمحتوى ترفيهي، ترى أن أبرز فائدة علمية متحققة هي "الحصول على تحديثات سريعة" بنسبة 76% (19 مبحوثاً)، يليها سهولة الوصول إلى المعلومات بنسبة 24%، بينما لم يُسجل أي تفاعل علمي مباشر مع باحثين ضمن هذه الفئة.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

أما من يفضلون المقاطع القصيرة في الترفيه، فكان رأيهم أكثر تنوعًا، حيث رأى 63% منهم (17 مبحوثًا) أن التحديثات السريعة هي أبرز فائدة، في حين عبّر 25.9% منهم عن استغادتهم من التفاعل مع الباحثين، وهي فائدة غائبة تمامًا لدى مستخدمي المنشورات، بينما اعتبر 11.1% فقط أن سهولة الوصول هي الفائدة الأساسية.

يتضح من هذه المعطيات أن المحتوى السمعي البصري القصير (مثل الريلز والتيك توك والقصص المصوّرة) لا يقتصر على الجانب الترفيهي فقط، بل يحمل أيضًا بُعدًا أكاديميًا مهمًا يتجلى في التفاعل مع الباحثين، وهي ميزة غائبة في المحتوى المكتوب التقليدي (المنشورات).

بالتالي، يُمكن القول إن نمط التفاعل مع المحتوى الترفيهي له انعكاسات مباشرة على نوعية الفوائد العلمية التي يدركها الطالب من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يرتبط التفاعل والمشاركة أكثر بالمحتوى القصير، بينما تميل المنشورات إلى لعب دور في نقل التحديثات والمعلومات فقط دون خلق تواصل مباشر مع الفاعلين الأكاديميين.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

جدول مركب رقم 05: العلاقة بين تفضيل استخدام المنصات الاجتماعية للترفيه ونسبة استخدامها الترفيهي مقارنة بالأهداف الأخرى لدى الطلبة الجامعيين

المجموع		هل تفضل استخدام المنصات الاجتماعية للترفيه بدلا من الأنشطة الترفيه التعليمية							
		احيانا		لا		نعم			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
17.3	9	16.7	3	12.5	3	30	3	50%	ما نسبة استخدامك لمواقع التواصل بهدف الترفيه مقارنة بالأهداف الأخرى
44.2	23	44.4	8	45.8	11	40	4	80%	
38.5	20	38.9	7	41.7	10	30	3	اقل من 60%	
100	52	100	18	100	24	100	10	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يستعرض الجدول المركب رقم (05) العلاقة بين موقف الطلبة من تفضيل استخدام المنصات الاجتماعية للترفيه على حساب الأنشطة الترفيهية التعليمية، وبين نسبة استخدامهم لهذه المنصات لأغراض الترفيه مقارنة بالأهداف الأخرى.

يتبين أن النسبة الأكبر من أفراد العينة (44.2%) يقدرون استخدامهم الترفيهي لهذه المنصات بنسبة 80% من وقتهم، وهي موزعة بوضوح على مختلف الاتجاهات، حيث تمثل 40% من الذين يفضلون الترفيه عبر المنصات، و45.8% من غير المفضلين لذلك، و44.4% من الذين يستخدمونها أحياناً للترفيه.

أما الفئة التي تستخدم المنصات بنسبة ترفيه تقل عن 60% من وقتها، فتمثل 38.5% من العينة، وكان تمثيلها أكبر لدى الطلبة الذين لا يفضلون استخدام المنصات للترفيه (41.7%)، ما يشير إلى ميلهم النسبي للأنشطة التعليمية أو الاستخدامات المتنوعة.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

في المقابل، فإن نسبة من يقدرون استخدامهم الترفيهي بـ50% فقط من الاستخدام العام بلغت 17.3%، وهي موزعة بالتساوي تقريبًا على الفئات الثلاث: "نعم"، "لا"، و"أحيانًا"، مما يعكس توازنًا نسبيًا لدى هذه الفئة في توزيع استخداماتهم بين الترفيه والأغراض الأخرى.

بوجه عام، تكشف البيانات أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل بهدف الترفيه بنسبة مرتفعة (80%)، سواء أقرّوا بتفضيلهم لها أم لا، مما يعكس قوة الجذب الترفيهي لهذه المنصات مقارنة بالوظائف التعليمية، وهو ما يتطلب جهودًا توعوية لإعادة توجيه هذا الاستخدام نحو ترفيه هادف وتعليمي في الوقت نفسه.

جدول مركب رقم 06: العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي ومدى شعور الطلبة بقدرة هذه المنصات على تقديم محتوى ترفيهي مناسب لاهتماماتهم

المجموع		هل تشعر ان هذه المنصات تعرف على اهتمامات الترفيه تقدم محتوى مناسب لك							
		نادرا		أحيانا		دائما			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
59.6	31	75	3	62.8	27	20	1	نعم	هل تستخدم مواقع تواصل الاجتماعي
40.4	21	25	1	37.2	16	80	4	لا	للبحث عن مصادر علمية او مشاركة ابحاثك
100	52	100	4	100	43	100	5		المجموع

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يعرض الجدول المركب رقم (06) العلاقة بين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن مصادر علمية أو مشاركة أبحاثهم، وبين مدى شعورهم بأن هذه المنصات تقدم محتوى ترفيهيًا يتوافق مع اهتماماتهم.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

يتضح من البيانات أن غالبية أفراد العينة (43 مبحوثًا، بنسبة 82.6%) أفادوا بأن المنصات "أحيانًا" تُقدّم محتوى ترفيهيًا مناسبًا لاهتماماتهم. ومن بين هؤلاء، كانت النسبة الأكبر ممن يستخدمون المنصات لأغراض علمية (27 مبحوثًا بنسبة 62.8%)، مقابل 16 مبحوثًا فقط من غير المستخدمين لهذه الأغراض (37.2%).

أما الذين شعروا بأن هذه المنصات "دائمًا" تقدم محتوى مناسبًا، فكانوا 5 فقط، غالبيتهم من غير المستخدمين لها في البحث العلمي (4 من أصل 5، بنسبة 80%)، في حين لم يتجاوز عدد المستخدمين لهذا الغرض مبحوثًا واحدًا فقط. ويُفهم من ذلك أن من يقتصر استخدامه على الجانب الترفيهي يميل أكثر إلى الشعور بأن المنصات تتطابق مع اهتماماته.

في المقابل، الذين نادرًا ما يجدون محتوى ترفيهيًا مناسبًا لاهتماماتهم كانوا 4 فقط، 3 منهم يستخدمون المنصات لأغراض علمية، وهو ما يُشير إلى أن الطلبة الذين يوظفون هذه المنصات في سياقات أكاديمية يبدون نوعًا من الحذر أو عدم التوافق مع المحتوى الترفيهي الذي تقترحه الخوارزميات.

بناء على ما سبق، يُمكن القول إن الشعور بمدى توافق المحتوى الترفيهي مع الاهتمامات الشخصية يتفاوت باختلاف نمط الاستخدام، إذ أن الاستخدام الأكاديمي قد يجعل الطالب أكثر وعيًا وانتقائية، مما يقلل من رضاه التام عن المحتوى الترفيهي المقترح، بعكس من يستخدم المنصات أساسًا لأغراض ترفيهية.

ثانياً: تحليل بيانات الفرضية الثانية

جدول مركب 01: العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة بانتظام

وتأثير ساعات الترفيه على التزامات الطلبة الجامعية

المجموع		كيف تؤثر ساعات الترفيه الطويلة على التزاماتك الجامعية							
		تشثيت تركيزي		اضطر لتأجيل المهام أحيانا		تحكم في وقتي			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
46.2	24	/	/	44.7	17	63.3	7	فيسبوك	ماهي منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بانتظام
9.6	5	33.3	1	10.5	4	/	/	تيك توك	
19.2	10	66.7	2	18.4	7	9.1	1	انستغرام	
9.6	5	/	/	10.5	4	9.1	1	شات جيبي	
9.6	5	/	/	7.9	3	18.2	2	تويتر	
5.8	3	/	/	7.9	3	/	/	سناب شات	
100	52	100	3	100	38	100	11	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يُبرز الجدول المركب رقم (01) العلاقة بين نوع منصة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة بانتظام، وكيف تؤثر ساعات الترفيه الطويلة على التزاماتهم الجامعية. وقد كشفت المعطيات أن فئة كبيرة من الطلبة (38 مبحوثاً من أصل 52، بنسبة 73.1%) صرّحوا بأنهم يضطرون إلى تأجيل المهام أحياناً بسبب فترات الترفيه الطويلة، وهو ما يعكس تأثيراً مباشراً لمواقع التواصل على الأداء الأكاديمي، دون أن يصل إلى حد الانقطاع أو الإهمال التام.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

وتُظهر البيانات أن منصة فيسبوك تُعد الأكثر ارتباطاً بهذه الظاهرة، حيث استخدمها 17 مبحثاً ضمن فئة "تأجيل المهام"، بنسبة 44.7% من الإجمالي، بينما لم يسجل أي مستخدم لفيسبوك ضمن فئة "تشيت التركيز"، ما قد يشير إلى أن مستخدمي فيسبوك يتمكنون نسبياً من الموازنة، رغم تعرضهم أحياناً لتأخير في المهام.

في المقابل، برز إنستغرام بوضوح لدى فئة "تشيت التركيز"، حيث تمثل هذه الفئة 66.7% من مجموع من يعانون من هذا الأثر، ما يشير إلى أن المحتوى البصري المتتابع يفرض ضغطاً إدراكياً أكبر ويؤثر مباشرة على تركيز الطالب. كما أن فئة من مستخدمي تيك توك سجلوا أيضاً تشتيتاً في التركيز بنسبة 33.3%، ما يُبرز نفس الأثر السلبي لمنصات تعتمد على المحتوى السريع والتصوير.

أما من صرّحوا بأنهم يتمتعون بـ"تحكم في وقتهم" فقد بلغت نسبتهم 21.2% فقط (11 مبحثاً)، وظهر من بينهم مستخدمو تويتر وفيسبوك بالدرجة الأولى، ما قد يوحي بأن بعض المنصات ذات الطابع الإخباري أو النصي أقل استهلاكاً للانتباه، وتسمح بدرجة من التنظيم الزمني.

وعليه، تُشير هذه النتائج إلى أن المنصة المستخدمة تؤثر بشكل غير مباشر على درجة انضباط الطلبة في التزاماتهم الجامعية، حيث ترتبط المنصات ذات الطابع السريع والتفاعلي (مثل إنستغرام وتيك توك) بزيادة في تشيت التركيز، في حين أن المنصات ذات الطابع النصي أو الأكاديمي (مثل تويتر وشات جي بي تي) تميل إلى آثار أقل حدة، وربما توفر للطلبة قدرة أفضل على إدارة الوقت، حتى وإن اضطروا أحياناً لتأجيل المهام.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

جدول مركب رقم 02: العلاقة بين عدد ساعات الاستخدام الأكاديمي لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسات الاستخدام الترفيهي على التحصيل الدراسي

المجموع		هل تعتقد ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترفيه يؤثر على تحصيلك الدراسي					
		نعم ايجابا		نعم سلبا			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
17.3	9	15.4	4	19.2	5	2	كم ساعة تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض أكاديمية
38.5	20	38.5	10	38.5	10	4	
42.3	22	46.2	12	38.5	10	6	
1.9	1	/	/	3.8	1	أكثر	
100	52	100	26	100	26	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يعرض الجدول المركب رقم (02) العلاقة بين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض أكاديمية، وتصورهم لمدى تأثير الاستخدام الترفيهي لهذه المنصات على تحصيلهم الدراسي، سواء سلبيًا أو إيجابيًا.

تشير المعطيات إلى أن أغلب الطلبة الذين يقضون وقتًا طويلًا على هذه المواقع لأغراض أكاديمية (خاصة فئة 6 ساعات يوميًا) يقرّون بأن الاستخدام الترفيهي يؤثر إيجابيًا على تحصيلهم الدراسي بنسبة 46.2% (12 مبحوثًا من أصل 22)، بينما نفس الفئة (6 ساعات) أيضًا تضم 10 مبحوثين يرون أن التأثير سلبي، ما يعكس انقسامًا في الموقف، ويرتبط على الأرجح بطبيعة المحتوى الترفيهي الذي يتعرض له كل طالب ومدى قدرته على الموازنة.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

أما فئة من يقضون 4 ساعات يوميًا على مواقع التواصل لأغراض أكاديمية، فقد تساوت فيها النسب بين من يرون التأثير سلبيًا (10 مبحوثين) ومن يرونه إيجابيًا (10 مبحوثين)، وهو ما يُشير إلى أن هذه الفئة تمثل نقطة توازن بين الترفيه والتعلم، وقد تعكس وعيًا جزئيًا في التحكم في الاستعمالات.

أما من يقضون ساعتين فقط لأغراض أكاديمية، فقد ساد الاعتقاد بالتأثير السلبي بنسبة 19.2% (5 مبحوثين)، مقابل 15.4% فقط ممن رأوا تأثيرًا إيجابيًا، مما يدل على أن الاستخدام المحدود أكاديميًا يُقابله وعي أقل بجدوى مواقع التواصل، وانجراف أكبر نحو الاستخدامات الترفيهية التي يُنظر إليها كعامل مضعف للتحصيل.

ومن الملفت أيضًا أن مبحثًا واحدًا فقط صرّح باستخدام هذه المواقع لأغراض أكاديمية لأكثر من 6 ساعات يوميًا، ورأى أن التأثير الترفيهي سلبي، وهو ما قد يشير إلى أثر الإجهاد الرقمي أو التداخل الزمني الكبير بين الجانبين.

بناءً على هذه المعطيات، يُمكن القول إن تصور الطلبة لتأثير مواقع التواصل الترفيهية على تحصيلهم الدراسي يرتبط بدرجة كبيرة بعدد الساعات التي يقضونها في الاستخدام الأكاديمي؛ فكلما ارتفعت الساعات، زاد احتمال إدراكهم لفوائد المنصات، وارتفعت نسبة من يرون أن الترفيه قد يساهم في تخفيف الضغوط وتحفيز التعلم، بشرط أن يكون الاستخدام منضبطًا ومتوازنًا.

جدول مركب رقم 03: العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي ورؤية الطلبة لدورها في تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية

المجموع		هل تعتقد ان مواقع التواصل تسهل عملية تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية							
		احيانا		لا		نعم			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
59.6	31	63.6	7	58.8	20	57.1	4	نعم	هل تستخدم مواقع تواصل الاجتماعي للبحث عن مصادر علمية او مشاركة ابحاثك
40.4	21	36.4	4	41.2	14	42.9	3	لا	
100	52	100	11	100	32	100	7	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يعكس الجدول المركب رقم (03) العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض علمية (البحث عن مصادر أو مشاركة الأبحاث) وبين تصورهم لدور هذه المواقع في تسهيل تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية.

تُظهر النتائج أن غالبية من يرون أن هذه المنصات "أحياناً" تُسهل في تكوين العلاقات هم من المستخدمين لها لأغراض أكاديمية بنسبة 63.6% (7 مبحوثين من أصل 11)، يليهم من يرون أن هذه المواقع "تُسهل فعلاً" في تكوين العلاقات الاجتماعية بنسبة 57.1% (4 من أصل 7)، ثم من يرون أنها لا تسهل بذلك بنسبة 58.8% (20 من أصل 32). هذا التوزيع يُظهر أن تصور الطلبة حول الوظيفة الاجتماعية لهذه المنصات لا يتناقض مع استخدامها الأكاديمي، بل بالعكس، فإن غالبية المستخدمين للمنصات في سياق علمي يقرّون بوجود بعد اجتماعي في الاستخدام، حتى وإن بدرجات متفاوتة.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

أما من لا يستخدمون هذه المواقع لأغراض أكاديمية، فتمثل نسبتهم في جميع الفئات أقل من 50%، ما يعني أن الفئة النشطة أكاديمياً على هذه المنصات أكثر وعياً أو تجربة بقدراتها على مستوى التواصل الاجتماعي، سواء بشكل دائم أو منقطع.

وعليه، توضح هذه البيانات أن هناك تداخلاً وظيفياً في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، حيث يجمع الكثير منهم بين البعد الأكاديمي والاجتماعي، ما يعكس مرونة في التوظيف الرقمي لهذه الوسائل. كما أن من يستخدم هذه المنصات لأغراض أكاديمية لا ينفي إمكانية الاستفادة منها في بناء علاقات اجتماعية، بل يرى أنها تتيح ذلك بدرجات متفاوتة، وهو ما يؤكد أن الاستخدام العلمي لا يقصي الوظيفة الاجتماعية بل قد يتقاطع معها.

جدول مركب رقم 04: العلاقة بين استخدام الاسم الحقيقي والمنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً لدى الطلبة الجامعيين

المجموع		هل تستخدم اسمك الحقيقي					
		لا		نعم			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
46.2	24	48.1	13	44	11	فيسوك	ماهي منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بانتظام
9.6	5	14.8	4	4	1	تيك توك	
19.2	10	18.5	5	20	5	انستغرام	
9.6	5	7.4	2	12	3	شات جيبي	
9.6	5	7.4	2	12	3	تويتر	
5.8	3	3.7	1	8	2	سناب شات	
100	52	100	27	100	25	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يعرض الجدول المركب رقم (04) العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين لأسمائهم الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي، والمنصات التي يستخدمونها بانتظام. تشير البيانات إلى أن منصة فيسوك هي الأكثر استخداماً لدى كلا الفئتين (مستخدمي الأسماء الحقيقية وغير الحقيقية)، إذ شكّلت 44% من مستخدمي الأسماء الحقيقية (11 من أصل 25)، و48.1% من مستخدمي أسماء مستعارة (13 من أصل 27)، ما يدل على أن فيسوك يُستخدم على نطاق واسع بغض النظر عن الهوية الرقمية المعلنة.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

أما تيك توك، فتبرز كمجال يستخدم فيه الطلبة الهوية غير الحقيقية أكثر من الحقيقة، إذ أن 14.8% من مستخدمي الأسماء المستعارة ينشطون عليه، مقابل 4% فقط من مستخدمي الأسماء الحقيقية، مما يعكس توجُّهًا نحو الخصوصية أو إخفاء الهوية في المحتوى الترفيهي السريع.

أما منصات مثل إنستغرام، فقد حافظت على توازن نسبي بين الفئتين (20% مقابل 18.5%)، ما يشير إلى استخدام متقارب سواء بأسماء حقيقية أو مستعارة. بالمقابل، يظهر أن منصات مثل شات جي بي تي وتويتر تُستخدم أيضًا من الطرفين بنسب متقاربة، مما يدل على أن المحتوى النصي أو الموجه أكاديميًا لا يشترط دائمًا إظهار الهوية، أو لا يمثل بيئة تدفع لإخفائها.

فيما يخص سناب شات، فتُظهر البيانات أن استخدامه يرتبط أكثر بالأسماء الحقيقية (8% مقابل 3.7%)، ما قد يرتبط بطبيعة التطبيق القائمة على التفاعل اللحظي والمباشر مع المعارف والأصدقاء المقربين.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن اختيار الطلبة الجامعيين لإظهار أسمائهم الحقيقية أو عدمه يتأثر بنوع المنصة ومحتواها ووظيفتها. فبينما تُستخدم المنصات العامة والتقليدية مثل فيسبوك بأسماء حقيقية ومستعارة على حدّ سواء، تميل بعض المنصات ذات الطابع الترفيهي (مثل تيك توك) إلى جذب المستخدمين الذين يفضلون إخفاء هويتهم، في حين تبقى بعض المنصات ذات الاستخدام العلمي أو الأكاديمي، مثل شات جي بي تي، أكثر مرونة في هذا الجانب، مما يعكس تعدد أنماط الهوية الرقمية وتكيف الطلبة معها حسب طبيعة المنصة والغرض منها.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

جدول مركب رقم 05: العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض علمية ورؤية الطلبة لقوة العلاقات الاجتماعية الرقمية مقارنة بالواقعية

المجموع		هل تعتقد ان العلاقات التي تنشأ عبر المواقع تكون قوية مثل الواقع									
		لا أستطيع الحكم		قد تكون		لا		نعم			
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
59.6	31	50	4	56	14	72.2	13	/	/	نعم	هل تستخدم مواقع تواصل الاجتماعي
40.4	21	50	4	44	11	27.8	5	100	1	لا	للبحث عن مصادر علمية او مشاركة اجاثك
100	52	100	8	100	25	100	18	100	1	المجموع	

المصدر: بناء على مخرجات spss 22

يبين الجدول المركب رقم (05) العلاقة بين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن مصادر علمية أو مشاركة أبحاثهم، وتصورهم حول مدى قوة العلاقات الاجتماعية التي يتم إنشاؤها عبر هذه المواقع مقارنة بالعلاقات الواقعية.

تشير البيانات إلى أن فئة كبيرة من الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل لأغراض علمية يميلون إلى موقف "قد تكون العلاقات قوية" بنسبة 56% (14 مبحوثاً من أصل 25)، يليهم من يرون أنها ليست قوية مثل الواقع بنسبة 72.2% (13 مبحوثاً من أصل 18)، في حين لم يُصرح أيّ منهم بأن العلاقات عبر المواقع "نعم" قوية مثل الواقع. هذه النتائج تُظهر أن

مستخدمي هذه المنصات في السياقات الأكاديمية يتبنون موقفاً واقعياً أو حذراً تجاه طبيعة العلاقات الرقمية، ويُفرون بإمكانية نشوء روابط قوية، ولكنهم لا يعممون ذلك بشكل مطلق.

أما من لا يستخدمون المنصات لأغراض علمية، فقد سجلوا نسبة أقل في تبني موقف "قد تكون العلاقات قوية" (44%)، وارتفعت لديهم نسبة القائلين إن العلاقات عبر المواقع قوية مثل الواقع

(100%، ولكن لم يُسجل سوى مبحوث واحد فقط)، كما تساوى عدد الذين صرّحوا بـ"لا أستطيع الحكم" بين الفئتين (4 لكل منهما).

هذا التوزيع يُبرز فارقاً في نمط التفكير والتقييم بين مستخدمي المنصات أكاديمياً وغير الأكاديميين، حيث يتسم الأولون بقدر أكبر من الحذر والتمحيص، ربما نتيجة احتكاكهم المتكرر ببيئات معرفية رقمية، مقارنةً بمن يتفاعلون مع المنصات في أطر ترفيهية أو اجتماعية فقط، ما قد يجعلهم أكثر ميلاً لتعميم الأحكام أو إطلاق تصورات غير مدروسة حول العلاقات الافتراضية.

بناءً على ما سبق، يُمكن القول إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أغراض علمية يُساهم في تشكيل وعي أكثر توازناً تجاه العلاقات الرقمية، ويُقلّل من التصورات المطلقة بشأنها، إذ يميل الطلبة المستخدمون أكاديمياً إلى الاعتراف بإمكانية وجود علاقات قوية، لكنهم يضعون ذلك ضمن حدود ظرفية وغير معممة، مما يدل على وعي رقمي ناضج إلى حدّ ما.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

جدول مركب رقم 06: العلاقة بين نوع المحتوى الترفيهي المتابع وأبرز الفوائد العلمية المستخلصة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين

المجموع	ما نوع المحتوى الذي تتابعه أكثر للترفيه								نسبة	تكرار	سهولة الوصول	ماهي أبرز الفوائد التي تجدها في استخدام هذه المواقع لأغراض البحث العلمي
	أفلام قصيرة		مسلسلات قصيرة		العاب وتحديات		منشورات وتغريدات ساخرة					
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار			
17.3	9	66.7	2	23.1	3	11.5	3	10	1	سهولة الوصول	ماهي أبرز الفوائد التي تجدها في استخدام هذه المواقع لأغراض البحث العلمي	
69.2	36	/	/	61.5	8	73.1	19	90	9	تحديثات سريعة	ماهي أبرز الفوائد التي تجدها في استخدام هذه المواقع لأغراض البحث العلمي	
13.5	7	33.3	1	15.4	2	15.4	4	/	/	تفاعل مع الباحثين	ماهي أبرز الفوائد التي تجدها في استخدام هذه المواقع لأغراض البحث العلمي	
100	52	100	3	100	13	100	26	100	10	المجموع		

المصدر: بناء على مخرجات 22 spss

يعرض الجدول المركب رقم (06) العلاقة بين نوع المحتوى الترفيهي الذي يتابعه الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي، وأبرز الفوائد التي يجدهونها من استخدام هذه المنصات في أغراض البحث العلمي. ويتضح من خلال المعطيات أن الطلبة الذين يتابعون المسلسلات القصيرة والأفلام القصيرة يميلون بشكل واضح إلى إدراك فائدة "التحديثات السريعة"، بنسبة 73.1% و90% على التوالي، ما يعكس توجهاً نحو استغلال الجانب الزمني والتفاعلي في هذه المنصات للحصول على مستجدات معرفية بصورة مرنة وسريعة.

أما الذين يفضلون ألعاب التحديات، فقد توزعت اختياراتهم بشكل أكثر توازناً، حيث سجلوا نسبة 61.5% في فائدة التحديثات السريعة، و23.1% في سهولة الوصول، و15.4% في التفاعل مع الباحثين، ما يعكس وجود توظيف علمي جزئي لهذه المنصات، رغم أن محتواها الأصلي ترفيهي بامتياز.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

في المقابل، الطلبة الذين يتابعون المنشورات والتغريدات الساخرة، ورغم قلتهم العددية (3 فقط)، فقد اعتبر 66.7% منهم أن "سهولة الوصول" هي الفائدة الأساسية، بينما رأى 33.3% أن هذه المنصات تساعدهم على التفاعل مع الباحثين. ومن اللافت أن هذه الفئة لم تذكر "التحديثات السريعة" كفائدة إطلاقاً، ما قد يشير إلى أن هذا النوع من المحتوى – رغم طابعه الترفيهي – يُستغل من طرف بعض الطلبة كمدخل غير مباشر لاستهلاك معرفي سريع وسهل الوصول، لكن دون متابعة دورية للمستجدات.

وعليه، تُظهر هذه البيانات أن نوع المحتوى الترفيهي الذي يتابعه الطالب يؤثر على شكل الفائدة العلمية التي يتصورها من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. فكلما كان المحتوى أكثر تنظيمًا وتتابعًا – كما هو الحال في المسلسلات والأفلام القصيرة – ارتفعت الاستفادة في جانب التحديثات السريعة، بينما المحتوى التفاعلي أو غير المنتظم مثل المنشورات الساخرة أو التحديات يُرتبط أكثر بالوصول السهل أو التفاعل، وإن بشكل محدود.

وبالتالي، يُمكن الاستنتاج بأن الطلبة يميلون إلى إسقاط تجاربهم الترفيهية على تجربتهم الأكاديمية داخل نفس البيئة الرقمية، ويُطوعون الاستخدام الترفيهي بما يخدم حاجاتهم البحثية أحيانًا، ما يعكس تداخل الوظائف الرقمية ومرونة الاستعمالات.

ثالثاً: مناقشة نتائج الفرضية الأولى: يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي من أجل البحث العلمي

تُشير نتائج الجداول المركبة من (01) إلى (06) إلى وجود علاقة واضحة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفهم لها في خدمة البحث العلمي، بما يدعم الفرضية الأولى التي تنص على أن "الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من أجل البحث العلمي". فقد أظهرت البيانات أن الطلبة يستعملون هذه المنصات بشكل فعلي ومتنوع لأغراض أكاديمية، رغم ما يصاحب ذلك من تحديات. ففي الجدول الأول، تمثلت أبرز التحديات في تشتت الانتباه ومشاكل المصادقية والإعلانات، إلا أن هذا لم يمنع من استخدام منصات مثل فيسبوك، وإنستغرام، وحتى تيك توك وشات جي بي تي، في التفاعل مع المحتوى العلمي أو محاولة الوصول إلى مصادر معرفية، ما يعكس تنوعاً في الاستخدام ومرونة في التكيف مع بيئة رقمية غير تقليدية.

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

كما أظهر الجدول الثاني أن الطلبة الذين يقضون وقتًا أطول (بين 4 إلى 6 ساعات) على هذه المنصات يحققون استعادة أوضح من منصات مثل يوتيوب وشات جي بي تي، في الوصول إلى محتوى علمي أو تطوير أعمالهم البحثية، وهو ما يؤكد أن الاستخدام المكثف لا يقتصر فقط على الترفيه، بل يمتد إلى توظيف هادف وأكاديمي. وفي ذات السياق، أبان الجدول الثالث أن ما يقارب 70% من الطلبة الذين يستخدمون هذه المنصات للبحث ومشاركة الأبحاث يقرّون بأن استخدامها ساعدهم فعليًا في تحسين جودة بحوثهم، كما أن نصف الذين لا يستخدمونها في هذا السياق يعتقدون مع ذلك أن لها دورًا في تحسين المستوى الأكاديمي، مما يدل على وجود وعي معرفي بأهميتها، حتى لدى غير المستخدمين فعليًا. من جهة أخرى، أوضح الجدول الرابع أن حتى المنصات الترفيهية تُستغل بشكل غير مباشر لأغراض معرفية، حيث سجل الطلبة فوائد مثل سرعة الوصول إلى المعلومات وسهولة المتابعة والتفاعل مع محتوى علمي، خاصة عبر المقاطع القصيرة والمنشورات، وهو ما يعكس طابع الاستخدام المزوج لهذه الوسائط. أما الجدول الخامس، فرغم إظهاره هيمنة الاستخدام الترفيهي، إلا أن العديد من الطلبة يزاوجون بين الترفيه والاستخدام الأكاديمي، ما يدل على تعدد الوظائف داخل نفس المنصة، في حين بيّن الجدول السادس أن الطلبة الذين يستخدمون المنصات في سياقات بحثية يميلون إلى التعامل معها بانتقائية أكبر ولا يرون أن المحتوى الترفيهي المقدم دائمًا يتوافق مع اهتماماتهم، مما يؤكد وجود وعي نقدي وتمييز في الاستخدام. بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الفرضية قد تعززت ميدانيًا من خلال النتائج، إذ أن الشباب الجامعي لا يكتفي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أبعاد ترفيهية أو اجتماعية فقط، بل يوظفها، بدرجات متفاوتة، كوسائل بديلة أو مكملات للأدوات الأكاديمية التقليدية، وهو ما يستدعي من المؤسسات التعليمية مواكبة هذا التوجّه وتوجيهه بما يخدم تطوير مهارات البحث والاستخدام المسؤول والفعال للفضاء الرقمي.

رابعاً: مناقشة نتائج الفرضية الثانية: يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إنشاء علاقات اجتماعية والترفيه

تُظهر نتائج الجداول المركبة من (07) إلى (12) دعماً واضحاً للفرضية الثانية، والتي تنص على أن الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض الترفيه وإنشاء العلاقات الاجتماعية، إذ توضح البيانات أن هذه المنصات تمثل مساحة رقمية تجمع بين التسلية والتفاعل

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

الاجتماعي وتلعب دورًا رئيسيًا في حياة الطالب الجامعي اليومية. فقد أظهر الجدول رقم (07) أن معظم الطلبة يقضون وقتًا معتبرًا على مواقع التواصل في إطار ترفيهي، مما يؤثر على التزاماتهم الجامعية بدرجات متفاوتة، حيث صرح 73.1% بأنهم يضطرون إلى تأجيل المهام بسبب الاستخدام الترفيهي، وهو ما يعكس كثافة التفاعل مع هذه المنصات في أوقات الفراغ، لا سيما على فيسبوك وإنستغرام، ويؤكد اعتمادًا كبيرًا على هذه المنصات كمصدر أساسي للترفيه. أما الجدول رقم (08)، فقد بين أن نسبة كبيرة من الطلبة يرون أن الاستخدام الترفيهي لمواقع التواصل قد يؤثر على تحصيلهم الدراسي، سواء بشكل سلبي أو إيجابي، وهو ما يعكس حضورًا فعليًا لهذا النوع من الاستخدام، بغض النظر عن تقييم نتائجه.

أما فيما يتعلق بالبعد الاجتماعي، فقد أبرز الجدول رقم (09) أن معظم الطلبة، سواء من مستخدمي المنصات أكاديميًا أو لا، يقرّون بأن هذه المنصات تُسهّل تكوين العلاقات والصدقات، إذ أجاب 59.6% من أفراد العينة بأنهم يستخدمون المنصات لأغراض علمية، ومع ذلك أقرّ معظمهم بأن الجانب الاجتماعي حاضر بقوة، مما يدل على تداخل الأبعاد الوظيفية لهذه الوسائط الرقمية. كما أن الجدول رقم (10) أوضح أن الطلبة لا يترددون في استخدام أسماءهم الحقيقية أو المستعارة حسب نوع المنصة، وهو ما يُشير إلى استراتيجيات متعددة في التعامل مع الهويات الرقمية تبعًا لطبيعة الاستخدام، خاصة عندما يتعلق الأمر بالتفاعل الاجتماعي. من جهته، أكد الجدول رقم (11) أن الشباب الجامعي لا يتبنى تصورات مثالية عن العلاقات الرقمية، بل يدركون حدودها مقارنة بالعلاقات الواقعية، حيث يرى معظمهم أن هذه العلاقات "قد تكون قوية" أو "ليست بنفس قوة الواقع"، وهو ما يعكس وعيًا نقديًا تجاه هذه العلاقات، لكنه لا يُنكر وجودها وأهميتها. أما الجدول رقم (12)، فقد أوضح بجلاء أن الترفيه هو أحد الاستخدامات الأساسية لهذه المنصات، من خلال تنوع المحتوى المتابع مثل الأفلام القصيرة، والمسلسلات، والتحديات، والمحتوى الساخر، حيث ترتبط هذه الأنواع من المحتوى بفوائد جانبية تمتد أحيانًا إلى المجال الأكاديمي، ما يدل على أن الاستخدام الترفيهي لا ينفصل كليًا عن الجوانب الأخرى في حياة الطالب.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الفرضية الثانية قد تعززت ميدانيًا، إذ تؤكد نتائج الجداول أن الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بصفة مكثفة من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي، ويُعدّ هذان الغرضان من أكثر الاستخدامات حضورًا وتأثيرًا، سواء من حيث الوقت

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

المستغرق، أو التفاعل الهوياتي، أو طبيعة المحتوى المتابع، مما يجعل هذه المنصات أداة مركزية في بناء أنماط التسلية والعلاقات الحديثة لدى هذه الفئة.

خامساً: الاستنتاج العام:

من خلال تحليل المعطيات الإحصائية المستخلصة من الجداول المركبة (01 إلى 12)، وتفسير نتائج الفرضيتين، يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعدّ أداة رقمية متعددة الوظائف في حياة الشباب الجامعي، إذ تجمع بين الاستخدامات العلمية والترفيهية والاجتماعية على حدّ سواء، وإن بنسب متفاوتة وبأنماط استخدام مختلفة.

ففيما يخص الاستخدام العلمي، كشفت النتائج أن عددًا مهمًا من الطلبة يوظفون هذه المنصات في البحث عن المصادر العلمية، ومتابعة المستجدات المعرفية، ومشاركة أبحاثهم أو النقاش حولها، خاصة عبر منصات مثل "فيسبوك"، "يوتيوب"، و"شات جي بي تي". وقد أقرت فئة كبيرة من هؤلاء بأن لهذا الاستخدام أثرًا إيجابيًا في تحسين جودة بحوثهم، ما يعكس انتقالًا تدريجيًا نحو دمج الفضاء الرقمي في الممارسات الأكاديمية. غير أن هذا الاستخدام لا يخلو من التحديات، أبرزها تشتت الانتباه وضعف المصادقية أحيانًا، وهو ما يستدعي التأطير البيداغوجي للاستفادة من هذه المنصات دون الانزلاق في استخدامات مشتتة أو غير موثوقة.

أما من جهة الاستخدام الترفيهي والاجتماعي، فقد أظهرت النتائج أن الطلبة يمضون وقتًا معتبرًا على هذه المنصات في متابعة محتويات ترفيهية مثل المقاطع القصيرة، المسلسلات، الألعاب، والمحتوى الساخر، وأن هذا الاستخدام قد يؤثر - سلبًا أو إيجابيًا - على التحصيل الدراسي حسب نوع المحتوى ومدى الانضباط في استهلاكه. كما بينت النتائج أن معظم الطلبة يقرّون بقدرة مواقع التواصل على تسهيل بناء العلاقات الاجتماعية، سواء بشكل دائم أو متقطع، ما يعكس أهميتها في دعم البعد التفاعلي والاتصالي لديهم. ومع ذلك، فإن نظرتهم إلى طبيعة هذه العلاقات تتسم بالواقعية، إذ لا يعتبرونها دائمًا معادلة للعلاقات الواقعية، بل يرونها ممكنة ولكن مشروطة، مما يدل على وعي نسبي لدى هذه الفئة.

وعليه، يُمكن القول إن الشباب الجامعي لا يتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة ترفيه فقط، بل يدمجها تدريجيًا في حياته الأكاديمية والاجتماعية، في ظل تداخل متزايد بين الحاجات

الفصل الرابع: النتائج و المناقشة

المعرفية والوجدانية والترفيهية. ومع أن هذا الاستخدام يبدو في ظاهره طبيعيًا ومتوازنًا، إلا أنه يتطلب توجيهًا تربويًا وأكاديميًا لضمان استفادة مثمرة، وتنمية التفكير النقدي في التعامل مع المنصات الرقمية، سواء كمصدر للمعلومة أو كوسيلة للتفاعل.

الخاتمة

الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة الميدانية التي تناولت "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة من ذلك"، سعينا إلى الغوص في تفاصيل العلاقة المتشابكة بين جيل المستقبل والمنصات الرقمية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية. لقد كشفت هذه الدراسة عن أبعاد متعددة لاستخدامات الشباب الجامعي لهذه المواقع، بدءاً من البحث العلمي وتبادل المعرفة، وصولاً إلى بناء العلاقات الاجتماعية والترفيه، وحتى مواكبة أحدث صيحات الموضة وتشكيل الهوية الثقافية.

لقد أكدت النتائج التي تم التوصل إليها صحة العديد من الفرضيات المطروحة، حيث تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تعد مجرد أدوات للتواصل، بل هي فضاءات حيوية لتحقيق إشباعات متنوعة تتجاوز حدود الترفيه البسيط. فالشباب الجامعي يستفيد من هذه المنصات في تعزيز تحصيله العلمي، توسيع مداركه المعرفية، وبناء شبكات اجتماعية داعمة. كما برز دور هذه المواقع، ولا سيما "إنستغرام" و"فيسبوك" و"يوتيوب"، كعوامل مؤثرة في تشكيل الوعي بالموضة واكتساب أنماط ثقافية جديدة.

وعلى الرغم من الإيجابيات الكبيرة التي توفرها هذه المنصات، فقد نبهت الدراسة إلى ضرورة التعامل الواعي والمسؤول معها. إن التفاعل الافتراضي، وإن كان يثري الجانب الاجتماعي والمعرفي، يتطلب تأطيراً بيداغوجياً مدروساً لضمان استغلال أمثل لميزاته وتجنب المخاطر المحتملة التي قد تؤثر على الروابط الاجتماعية الحقيقية أو تفرض أنماطاً استهلاكية غير ملائمة.

الخاتمة

وفي ضوء هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الرقمي لدى الشباب الجامعي، وتضمين برامج تعليمية تهدف إلى تنمية مهارات التفكير النقدي والاستخدام الآمن والفعال لمواقع التواصل الاجتماعي. كما تدعو المؤسسات الأكاديمية والمجتمعية إلى استثمار هذه المنصات في دعم العملية التعليمية، وتشجيع البحث العلمي، وتعزيز القيم الإيجابية، مع الأخذ في الاعتبار أهمية الحفاظ على التوازن بين العالم الافتراضي والواقعي.

إن فهمنا العميق لاستخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع التي يحققونها منها، يمثل حجر الزاوية لبناء استراتيجيات تعليمية واجتماعية تضمن تنشئة جيل واع وقادر على الاستفادة القصوى من ثورة المعلومات، مع الحفاظ على هويته الثقافية وقيمه الاجتماعية الأصيلة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- ✓ صلاح الدين، أسامة عبد الحميد. (2018). الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي الاستخدامات والإشباع، القاهرة: دار الكتب العلمية.
- ✓ الشريف، محمد عبد السلام. (2020). نظرية الاستخدامات والإشباع في بحوث الإعلام. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
- ✓ ياسر نعيم . عبد الله. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية. دار الراهة للنشر والتوزيع. عمان. 2017
- ✓ شياب - احمد علي محمد- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمنسقي الاحزاب الاردنية خلال فعاليات الاحتجاجية في الاردن - ط1- زمزم ناشرون وموزعون - عمان - 2017
- ✓ نجوى عميروش - الطلبة الجامعيون بين القيم السائدة والقيم المتحيزة - دراسة نظرية ميدانية رسالة بحث مكملة لنيل درجة الماجستير لعلم اجتماع التنمية - جامعة منتوري - قسنطينة 2005
- ✓ نظرية الاستخدامات والاشباعات مجلة الاتصال 24(2)، ٢٥، ١٧، كارتز، بلام، ج، (1974)
- ✓ نظرية انتشار الابتكارات، دار النشر الحرة (روجرز، إ، م ١٩٨٦)
- ✓ مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 1998.
- ✓ ابو صلاح، صلاح محمد، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2014

قائمة المراجع

- ✓ قرساس اميرة، برباج ايمان، علاقة اسخدام مواقع التواصل الاجتماعي باللاعوعي لطلبة علوم الاعلام والاتصال (فيسبوك نموذجا)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اكايمي، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جوان 2020، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر.
- ✓ صانع رابح،(2024) استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة آكلي محند اولحاج، الموسم الجامعي 2022-2023، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال
- ✓ شاهد، عبد القادر، ومليكة، روان. "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة الموضة لدى الشباب الجامعي: دراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الأغواط". مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 1، 2024.
- ✓ الموقع الرسمي بجامعة الاغواط WWW, LAGH, UNIV, DZ
- ✓ المرسوم التنفيذي رقم 01-270(2001)المنشور في الجريدة الرسمية
- ✓ تصنيفات الجامعة العربية والعالمية مثل WEBOMETRICS
- ✓ تقارير اعلامية محلية عن افتتاح المرافق الجديد مثل (وكالة الأنباء الجزائرية)
- ✓ بوحوش عمار، الذنبيات، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2007.
- ✓ صالح، احمد محمود،(2010)، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، ص ص: 152-155
- ✓ كتاب "مقدمة في الإحصاء" للمؤلفين رونالد وينوني وريمmond H. Wonnacott (ترجمة أو نسخ عربية متاحة).

- ✓ smith, E, WILSON, J, s, muller, t,(2021), journal of EDUCATIONAL TECHNOLOGY, 45(3), 234–251,dol10,, 10,16/j, jedet2021,03,07
- ✓ 1 Muyingo, R. I. (2017). Usage and Gratification of Social Media in Higher Education: A Survey on the Perceptions of International Students in Turkey. Online Journal of Communication and Media Technologies, 7(3), 159-181
- ✓ Adebiyi, R. A., & Olayiwola, M. O. (2019). Exploring the Uses and Gratifications of Social Media among Undergraduates: Evidence from Nigeria. Journal of Management and Social Sciences, 8(1), 519-535 .
- ✓ Hossain, M. A. (2019). Effects of uses and gratifications on social media use: The Facebook case with multiple mediator analysis. PSU Research Review,

الملاحق

الملاحق

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide من 18 الى اقل من 25 سنة	27	51,9	51,9	51,9
من 25 سنة الى 30 سنة	18	34,6	34,6	86,5
اكثر من 30 سنة	7	13,5	13,5	100,0
Total	52	100,0	100,0	

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	37	71,2	71,2	71,2
انثى	15	28,8	28,8	100,0
Total	52	100,0	100,0	

المستوى الجامعي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ليسانس	27	51,9	51,9	51,9
ماستر	25	48,1	48,1	96,2
Total	52	100,0	100,0	

المستوى تعليمي للوالدين

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ابتدائي	23	44,2	44,2	44,2
متوسط	11	21,2	21,2	65,4
ثانوي	5	9,6	9,6	75,0
جامعي	13	25,0	25,0	100,0

الملاحق

Total	52	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

الحالة الاجتماعية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valides اعزب	22	42,3	42,3	42,3
متزوج	26	50,0	50,0	92,3
مطلق	3	5,8	5,8	98,1
ارمل	1	1,9	1,9	100,0
Total	52	100,0	100,0	

الملاحق

Tableau croisé Q1 * Q7

			Q7			Total
			المصداقية	نشئت الانتباه	مشاكل الاعلانات المتكررة	
Q1	فيسبوك	Effectif	3	18	3	24
		% dans Q7	60,0%	46,2%	37,5%	46,2%
	تيك توك	Effectif	0	3	2	5
		% dans Q7	0,0%	7,7%	25,0%	9,6%
	انستغرام	Effectif	2	7	1	10
		% dans Q7	40,0%	17,9%	12,5%	19,2%
	chat gpt	Effectif	0	4	1	5
		% dans Q7	0,0%	10,3%	12,5%	9,6%
	تويتر	Effectif	0	4	1	5
		% dans Q7	0,0%	10,3%	12,5%	9,6%
	سناب شات	Effectif	0	3	0	3
		% dans Q7	0,0%	7,7%	0,0%	5,8%
Total		Effectif	5	39	8	52
		% dans Q7	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q2 * Q6

			Q6			Total
			جوجل	يوتيوب	chat gpt	
Q2	2	Effectif	3	4	2	9
		% dans Q6	25,0%	16,7%	12,5%	17,3%
	4	Effectif	5	8	7	20
		% dans Q6	41,7%	33,3%	43,8%	38,5%
	6	Effectif	4	11	7	22
		% dans Q6	33,3%	45,8%	43,8%	42,3%

الملاحق

	اكثر	Effectif	0	1	0	1
			% dans Q6	0,0%	4,2%	0,0%
Total		Effectif	12	24	16	52
		% dans Q6	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q3 * Q8

		Effectif	Q8		Total
			نعم	لا	
Q3	نعم	Effectif	18	13	31
		% dans Q8	69,2%	50,0%	59,6%
	لا	Effectif	8	13	21
		% dans Q8	30,8%	50,0%	40,4%
Total		Effectif	26	26	52
		% dans Q8	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q5 * Q9

		Effectif	Q9		Total
			مقاطع قصيرة	منشورات	
Q5	سهولة الوصول	Effectif	6	3	9
		% dans Q9	24,0%	11,1%	17,3%
	تحديثات سريعة	Effectif	19	17	36
		% dans Q9	76,0%	63,0%	69,2%
	تفاعل مع الباحثين	Effectif	0	7	7
		% dans Q9	0,0%	25,9%	13,5%
Total		Effectif	25	27	52
		% dans Q9	100,0%	100,0%	100,0%

الملاحق

Tableau croisé Q10 * Q11

			Q11			Total
			نعم	لا	احيانا	
Q10	50%	Effectif	3	3	3	9
		% dans Q11	30,0%	12,5%	16,7%	17,3%
	80%	Effectif	4	11	8	23
		% dans Q11	40,0%	45,8%	44,4%	44,2%
	60 % اقل من	Effectif	3	10	7	20
		% dans Q11	30,0%	41,7%	38,9%	38,5%
Total		Effectif	10	24	18	52
		% dans Q11	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q3 * Q13

			Q13			Total
			دائما	احيانا	نادرا	
Q3	نعم	Effectif	1	27	3	31
		% dans Q13	20,0%	62,8%	75,0%	59,6%
	لا	Effectif	4	16	1	21
		% dans Q13	80,0%	37,2%	25,0%	40,4%
Total		Effectif	5	43	4	52
		% dans Q13	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

الملاحق

Tableau croisé Q1 * Q14

			Q14			Total
			تحكم في وقتي	اضطر لتأجيل المهام احيانا	تشتيت تركيزي	
Q1	فيسبوك	Effectif	7	17	0	24
		% dans Q14	63,6%	44,7%	0,0%	46,2%
	تيك توك	Effectif	0	4	1	5
		% dans Q14	0,0%	10,5%	33,3%	9,6%
	انستغرام	Effectif	1	7	2	10
		% dans Q14	9,1%	18,4%	66,7%	19,2%
	chat gpt	Effectif	1	4	0	5
		% dans Q14	9,1%	10,5%	0,0%	9,6%
	تويتر	Effectif	2	3	0	5
		% dans Q14	18,2%	7,9%	0,0%	9,6%
	سناب شات	Effectif	0	3	0	3
		% dans Q14	0,0%	7,9%	0,0%	5,8%
Total		Effectif	11	38	3	52
		% dans Q14	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q2 * Q16

			Q16		Total
			نعم سلبيًا	نعم ايجابيًا	
Q2	2	Effectif	5	4	9
		% dans Q16	19,2%	15,4%	17,3%
	4	Effectif	10	10	20
		% dans Q16	38,5%	38,5%	38,5%

الملاحق

6	Effectif	10	12	22
	% dans Q16	38,5%	46,2%	42,3%
اكثر	Effectif	1	0	1
	% dans Q16	3,8%	0,0%	1,9%
Total	Effectif	26	26	52
	% dans Q16	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q3 * Q18

			Q18			Total
			نعم	لا	احيانا	
Q3	نعم	Effectif	4	20	7	31
		% dans Q18	57,1%	58,8%	63,6%	59,6%
	لا	Effectif	3	14	4	21
		% dans Q18	42,9%	41,2%	36,4%	40,4%
Total		Effectif	7	34	11	52
		% dans Q18	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q1 * Q24

			Q24		Total
			نعم	لا	
Q1	فيسبوك	Effectif	11	13	24
		% dans Q24	44,0%	48,1%	46,2%
	تيك توك	Effectif	1	4	5
		% dans Q24	4,0%	14,8%	9,6%

الملاحق

انستغرام	Effectif	5	5	10
	% dans Q24	20,0%	18,5%	19,2%
chat gpt	Effectif	3	2	5
	% dans Q24	12,0%	7,4%	9,6%
تويتر	Effectif	3	2	5
	% dans Q24	12,0%	7,4%	9,6%
سناب شات	Effectif	2	1	3
	% dans Q24	8,0%	3,7%	5,8%
Total	Effectif	25	27	52
	% dans Q24	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q3 * Q19

			Q19				Total
			نعم	لا	قد تكون	لا يستطيع تحكم	
Q3	نعم	Effectif	0	13	14	4	31
		% dans Q19	0,0%	72,2%	56,0%	50,0%	59,6%
	لا	Effectif	1	5	11	4	21
		% dans Q19	100,0%	27,8%	44,0%	50,0%	40,4%
Total		Effectif	1	18	25	8	52
		% dans Q19	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tableau croisé Q5 * Q15

					Q15				Total
					افلام قصيرة	مسلسلات قصيرة	العاب وتحديات	منوشرات وتغريدات ساخرة	

الملاحق

Q5	سهولة الوصول	Effectif	1	3	3	2	9
		% dans Q15	10,0%	11,5%	23,1%	66,7%	17,3%
	تحديثات سريعة	Effectif	9	19	8	0	36
		% dans Q15	90,0%	73,1%	61,5%	0,0%	69,2%
	تفاعل مع الباحثين	Effectif	0	4	2	1	7
		% dans Q15	0,0%	15,4%	15,4%	33,3%	13,5%
Total		Effectif	10	26	13	3	52
		% dans Q15	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثلجي، الأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا

اللجنة العلمية



شهادة الإستيفاء

بعد اطلاع أعضاء اللجنة العلمية المصغرة على مدى التقيد من عدمه بنموذج اعداد مذكرة التخرج

يعنون:

إستخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة من ذلك

من اعداد:

- عزيزي خيرة

- بن علي خالد

تحت اشراف الأستاذ/:

• أ.د/ بكاي رشيد

تبين بأن المذكرة تستوفي كل الشروط العلمية والمنهجية

وتم التقيد بنموذج اعداد مذكرة التخرج في علم الاجتماع المتفق عليه



ملاحظة:

يتم إيداع شهادة الاستيفاء مع النسخ الورقية في مكتب اللجنة العلمية