

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي-الأغواط-



كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية

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

تحت اشراف الأستاذ الدكتور:
* عطاء الله طريف

من اعداد الطالبين:
- المخطار زغودي
- رملية شداد

السنة الجامعية 2024/2023

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك
الحمد بعد الرضا الحمد لله الذي يسر لنا طريق العلم ووفقنا
إلى إنجاز هذا العمل.

نتوجه بالشكر الجزيل

إلى الأستاذ المشرف الدكتور عطاء الله طريف

والشكر إلى كل أساتذة الكلية

وكل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل

اهداء

بسم الله خالقي ومسير اموري وعصمت امري لك الحمد ولاممتان...
لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها انا تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق
كان محفوبا بالتسهيلات لكنني فعلتها.

اهدي هذا النجاح الى الذي زرع الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم
والنجاح، الى من كلفه الله بالهبة الى من علمني العطاء، بدون مقابل الى من
أجمل اسمه بكل فخر.... الحمد لله الذي مد في عمرك لأكون اخر خريجة لك يا
أبي طاب بك العمر ياسيد الرجال والذي الغالي 'بشير شداد'

إلى ملاكي في حياة قرّة عيني واعز ما املك غاليتي وجنة قلبي التي سهرت
وكانت معي في كل ظروف وحالاتي الى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها
بلسم جراحي قدوتي ومعلمتي امي الغالية 'م'

إلى من شد الله بهم عضدي فكانوا خير معين اخواتي وإخوتي.

" رملية شداد "

إهداء

"وقل أعملوا فيسري الله عملكم ورسوله والمؤمنين"

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك، ولا تطيب الجنة إلا برويتك جل جلالك أهدي ثمرة جهدي إلى الذي زين اسمه بأجمل لالقاب، من دعمني بلا حدود، وأعطاني بلا مقابل إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، داعمي الاول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله فخري واعتزازي والذي الطاهر زغودي

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واحتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها الى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات سر قوتي ونجاحي والدتي إلى تلك النجوم التي تنير طريقي دوما الى ضلعي ثابت الذي يميل وامان ايامي إلى من رزقت بهم سندا وملاذي الى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع ارتوائي منها الى خيرة ايامي وقررة عيني اخواتي وإخواتي ولا انسى رفقاء الروح الذين شاركوني خطوات هذا الطريق الى من شجعوني على مثابرة وإكمال المسيرة

مختار زغودي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
/	إهداء
/	شكر وتقدير
أ	فهرس المحتويات
ج	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
3	تمهيد
4	1- إشكالية الدراسة
5	2- فرضيات الدراسة
6	3- أسباب اختيار الموضوع
7	4- أهداف الدراسة.
7	5- أهمية الدراسة.
9	6- منهج الدراسة.
11	7- عينة الدراسة.
18	8- أدوات الدراسة.
19	9- حدود الدراسة.
19	10- المفاهيم الأساسية
21	11- الدراسات السابقة
26	خلاصة الفصل
الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
27	تمهيد
28	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
30	المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
34	المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
36	المطلب الرابع: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

38	المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
40	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: المواقع الأثرية بالأغواط	
41	تمهيد:
42	المطلب الأول: مفهوم المواقع الأثرية.
44	المطلب الثاني: طبيعة المواقع الأثرية.
46	المطلب الثالث: أنواع وأشكال المواقع الأثرية.
49	المطلب الرابع: عوامل اندثار المباني وتشكل المواقع الأثرية.
51	المطلب الخامس: المواقع الأثرية بولاية الأغواط.
الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية	
52	تمهيد
	المبحث الأول: عرض نتائج محاور الدراسة
53	المطلب الأول: عرض نتائج المحور الأول.
59	المطلب الثاني: عرض نتائج المحور الثاني.
65	المطلب الثالث: عرض نتائج المحور الثالث.
69	المطلب الرابع: عرض نتائج المحور الرابع.
	المبحث الثاني: الاستنتاج العام.
72	خاتمة الدراسة

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	71
2	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.	72
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي.	73
4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي.	74
5	يوضح مدى استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.	79
6	يوضح الأوقات التي يستخدم فيها أفراد العينة حساب الفيسبوك.	81
7	يوضح نوع مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد العينة.	83
8	يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل في إبراز المواقع الأثرية بالولاية.	85
09	يوضح المواقع الأثرية التي يهتم بها رواد مواقع التواصل الاجتماعي.	87
10	يوضح الصفحات المهمة بالمقومات الأثرية التاريخية في المدينة.	89
11	يوضح الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية.	91
12	يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في جذب الانتباه حول المقومات التاريخية والأثرية السياحية.	92
13	يوضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية للمدينة.	94
14	يوضح الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	96
15	يوضح مدى كمية المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حول المقومات الدينية الأثرية.	98
16	يوضح درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمقومات الأثرية الدينية للمدينة.	99
17	يوضح درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة.	99
18	يوضح العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل	

	الاجتماعي.	
98	يوضح القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	19

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	01
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.	02
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي.	03
74	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي.	04

مقدمة

مقدمة:

شهد مجال التكنولوجيا الحديثة خلال الربع الأخير من القرن العشرين تطورات سريعة وتأثيرات وتغيرات مباشرة على نمط الحياة الأساسية، والتي تحول حول هذا العالم الواسع إلى قرية صغيرة، جاءت الانترنت لتكون في قمة هذه التطورات وظهرت مواقع التواصل الاجتماعي بسهولة استخدامه ولتعدد مجالاته لما يتوفر عليه من مميزات ومساهمته في التفاعل والتواصل مع الأفراد ضمن عالم افتراضي.

ولهذا التطور المتزايد والمتسارع لمواقع التواصل الاجتماعي جعل مستخدميه ينشرون في الصفحات نشاطات في مختلف المجالات والبعد الأثري السياحي يعد أحد أهم النقاط التي تركز عليها مواقع التواصل الاجتماعي أو بصورة أدق الفيسبوك الذي يعد أشهر هذه المواقع انتشارا لسهولته ومرونته، فالفيسبوك من خلال صفحاته يساهم في إبراز المواقع والمناطق الأثرية التي تنمي قطاع السياحة باعتبارها نشاط إنساني وبشري قديم يتجسد في انتقال مؤقت للأفراد من منطقة إلى أخرى داخل إقليم الدولة أو خارجه بغية تحقيق أهداف معينة كإكتساب المهارات والمعلومات، الاستجمام، الراحة، الاكتشاف والعلاج... الخ.

فالجزائر كغيرها من الدول تسعى لتحقيق تنمية شاملة لصناعة السياحة والنهوض بها كغيرها من الصناعات الأخرى، حيث تملك مؤهلات سياحية مهمة تركز أساسا على التنوع الكبير في عوامل الجذب الطبيعية، وتملك من المقومات ما يؤهلها لتصبح وجهة ومقصد سياحي بامتياز، لما تملكه من مناطق سياحية، صحراوية، غابية وأخرى تاريخية كالمناطق والآثار وكذلك الثقافية من عادات وتقاليد، وقد صاحب ذلك كله إرادة قوية للنهوض بواقع للسياحة في الجزائر، سعيا وراء تحسين صورتها في الأسواق السياحية الدولية، وبالأخص بعد تحقيق الأمن والاستقرار بها الأمر الذي أدى إلى تزايد عدد السياح خاصة في السنوات الأخيرة، ولا يتأتى ذلك إلا باهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بإبراز المناطق الأثرية.

وتعتبر ولاية الأغواط أحد أهم الولايات التي تزخر بمواقع ومناطق أثرية طبيعية وتاريخية ودينية ولعل هذا التنوع جعلها من بين أكثر الولايات احتفاظا على الموروث المادي حيث يوجد بالولاية كنيسة استعمارية أو ما يسمى بـ "جامع النصارى" وبها سبعة أبواب موجودة بالمدينة كل باب له تسمية، كذلك القصور المختلفة وبعض السجون الفرنسية التي هي حاليا في متحف المجاهد، فهذا الزخم التراثي الموجود جعل الطلبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يبرزون المواقع الأثرية المختلفة ويعرفون بها ولهذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية بولاية الأغواط (دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة بجامعة الأغواط)، ولهذا الغرض قسمنا بحثنا إلى خمس فصول رئيسية كما يلي:

أولاً: البناء المنهجي للدراسة، وهذا من خلال تحديد الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، وأهمية وأهداف الدراسة، ثم منهج وأدوات وعينة الدراسة، وحدود الدراسة، ثم تحديد المفاهيم، وفي الأخير تمت الإشارة إلى الدراسات السابقة.

أما الفصل الأول: فقد خصص لمواقع التواصل الاجتماعي

أما الفصل الثاني: فقد تناول المواقع الأثرية بالأغواط.

الفصل الثالث: تم فيه عرض ومناقشة وتفسير نتائج الدراسة المتوقعة.

وانتهى البحث بخاتمة ومراجع البحث وملاحق البحث

الإطار المنهجي والنظري للدراسة

تمهيد:

إن وصول البحث إلى معرفة حقيقة للظواهر يجب التقصي عن جميع الحقائق المحيطة بها، والتي من خلالها يستطيع الباحث الوصول الى نتائج دقيقة وواضحة، وذلك بالاستعانة بأدوات البحث العلمي والتي تعتبر مفتاح الدخول والتعمق في الظاهرة ومعرفتها جيدا، لذلك سوف نتطرق في هذا الفصل إلى أساسيات البحث العلمي التي تسير وفقها الدراسة، والتي تتمثل في الاشكالية، أسباب اختيار الموضوع أهميته وأهداف الدراسة وتحديد مفاهيمها وبعض الدراسات السابقة.

1. الإشكالية:

يعيش المجتمع المعاصر تحولات هائلة في مجال الاعلام والاتصال، أدت في السنوات الاخيرة الى تغيرات كبيرة في أساليب انتاج وتوزيع وتلقي المعلومات، فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، عملت على سرعة انتشار وتلقي المعلومات المختلفة في شتى المجالات، وأطلق على هذا المكسب بثورة الانترنت، كما ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الاعلام تعددت تصنيفات ومسمياته لدى المهتمين والمختصين، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه واحد والمحتوى المتجانس الى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح الاعلام الجديد أو الاعلام الرقمي للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة باعتباره ثمرة التقدم الناتج عن اندماج الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، حيث أصبحت هذا العصر رمزا لوفرة المعلومات وتدفقها بسرعة هائلة.

وعند ظهور شبكة الأنترنت في منتصف التسعينات من القرن الماضي حدثت ثورة تقنية وتكنولوجية كبيرة في عالم الاتصال حيث انتشرت هذه الشبكة في كافة أرجاء المعمورة وأصبحت أهم وسائله حيث ربطت جميع مناطق العالم معا على الرغم من الحواجز الطبيعية والسياسية والثقافية التي تفصل بينها ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات عن طريق مختلف أشكال مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك- تويتر- يوتيوب-فايبر... إلخ).

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وأشهرها إطلاقا فيس بوك من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، لكن استخداماتها امتدت لتشمل النشاط السياسي والاقتصادي

والاجتماعي من خلال تداول المعلومات خاصة بإحداث في مختلف مجالات الحياة، وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات والملتقيات.

وقطاع السياحة ليس بمنأى عن هذا العالم الجديد المبني على التطور التكنولوجي والتقدم الحديث، فقد أصبح الأفراد على اختلاف فئاتهم العمرية يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة تجاربهم الشخصية وآراءهم حول الأماكن السياحية التي يقومون بزيارتها وإبراز مختلف المناطق الأثرية المتواجدة بالمنطقة للترويج لها من جهة وللتعريف بالمناطق الأثرية التي تعكس ثقافة وهوية المجتمع الذي ينتمون إليه، كما اعتاد رواد مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركة صورهم خلال الرحلات السياحية التي يقومون بها، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة مرونة عملية تبادل المعلومات وتقديم النصائح والإرشادات بين الأفراد حول الأماكن السياحية، الأمر الذي ساهم في تشكيل الآراء الشخصية المتعلقة باختيار الوجهات السياحية لدى الأفراد.

ولكون الجزائر من بين الدول التي تملك مقومات طبيعية وبيئية خلابة على مختلف ربوعها تلية كانت أم صحراوية إلا أنها لا تعتمد بشكل كبير على تنمية قطاع السياحة لاختلاف الأسباب ومع الاستغلال المعلوماتي في ثورة الانترنت وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي شهدت السياحة في الجزائر اهتماما متزايد في إطار البحث عن مصادر جديدة بديلة التمويل بدل من المحروقات وغيرها من الموارد التي يمكنها النفاذ.

والسياحة الصحراوية هي أحد أنواع السياحة التي تزخر بها الجزائر وهي التي تشكل نسبة كبيرة في دولة الجزائر، فهي غنية عن كل تعريف بما تحويه من ثروة سياحية تجعلها فضاء يقبل عليه السياح من كل دول العالم خاصة الأجانب، وتعتبر مدينة الأغواط من بن أهم المدن الصحراوية التي تزخر بمناطق أثرية عديدة على مختلف الحضارات السابقة التي مرت وهي تشكل جزء كبير من مساحتها، سواء كانت مباني وقصور أو متاحف أثرية أو أنهار ووديان ومنابع أو غيرها.

وعلى هذا الأساس أردنا من خلال ما سبق الوقوف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية في الأغواط وبما أن فئة الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لهذه المواقع، تم تحديد فئة الطلبة الجامعيين كمجتمع للدراسة ومن خلال ذلك ستقوم بإجراء دراسة ميدانية على طلبة الماستر اتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة بجامعة الأغواط وبناءً على ما تقدم فإن دراستنا لهذا الموضوع سوف تحاول الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي مفاده كالتالي:

■ ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية بولاية الأغواط؟

2. التساؤلات:

- 1) ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2) إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد التاريخي للمناطق الأثرية بولاية الأغواط.
- 3) ما درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الديني بالمناطق الأثرية بالأغواط؟
- 4) ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد السياحي للمناطق الأثرية بولاية الأغواط؟

3. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

ينطلق الباحث عند قيامه بدراسة أي ظاهرة من جملة من الأسباب منها ما يتعلق بالباحث نفسه فنسمي هذه الأسباب أسباب ذاتية ومنها ما يتعلق بالمحيط الاجتماعي للظاهرة وتسمى بالموضوعية، ومن بين الأسباب التي دفعتنا لهذه الدراسة ما يلي:

أولاً: الذاتية

- الاهتمام الشخصي لهذا النوع من الدراسات.

- يعود اختيارنا للموضوع ودراسته كونه يتناسب مع التخصص المدروس أولاً.
- الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي تلعبه في تلقي ونشر المعلومات.
- الاهتمام بالجانب السياحي وخصوصا المناطق الأثرية بالولاية.

ثانياً: الموضوعية

- حداثة الموضوع من حيث ارتباط مواقع التواصل الاجتماعي بالخدمات السياحية من خلال إبراز المواقع الأثرية بولاية الأغواط.
- معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية بولاية الأغواط لدى طلبة الاعلام والاتصال.
- نقص الدراسات التي تتناول هذا الموضوع نظراً لحداثته فقد تناول الباحثون في دراستهم على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الدور والتأثير والاستخدام في شتى المجالات، إلا أن إبراز المواقع الأثرية وخاصة بولاية الأغواط لم ينل حظه الوافر من الدراسات.
- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في الدراسات العلمية المستقبلية حيث ستكون نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية وفتح الباب أمام الباحثين للتعمق أكثر في الظاهرة ودارستها من زاوية مغايرة.
- إضافة علمية جديدة لمكتبة الجامعة وفتح آفاق مستقبلية لتطوير السياحة واستغلال المواقع الأثرية في الترويج لسياحة المنطقة.

4. أهمية الدراسة:

تتضح لنا أهمية الموضوع الذي تناولنا فيه دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية بالأغواط وذلك عن طريق التعريف بها خاصة لدى السياح سواء من الجزائر أو الأجانب وذلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تلعب دوراً مهماً في تقديم مساهمات في مختلف المجالات والجانب السياحي الذي يتمظهر في

المواقع الاثرية المختلفة التي تزخر بها منطقة الأغواط وبما أن جانب السياحة لا يشكل ذلك الاهتمام البالغ إلا أننا أردنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على النقاط التالية:

- نمو وتطوير مواقع التواصل الاجتماعي وتسخيرها كأدوات لإبراز مختلف المواقع الأثرية بولاية الأغواط.
- تفعيل دور هذه المواقع والاعتماد عليها في المستقبل من أجل النهوض بالقطاع السياحي.
- التأثير على الثقافة السياحية للفرد والمجتمع، والوقوف على مدى اهتمام الطالب الجامعي بالمقومات السياحية.
- تسعى الدراسة لإعطاء دفع للدراسات والتجارب الجديدة خاصة في ظل ندرة الدراسات الجامعية التي تناولت موضوعنا.
- التعريف بمختلف المواقع الأثرية التي تزخر بها ولايتنا والترويج لها وجعلها قبلة سياحية.

5. أهداف الدراسة:

لكل دراسة أهداف تسعى إلى تحصيلها والوقوف عليها للوصول إلى نتائج دقيقة يمكننا الاستفادة منها في مختلف المجالات، ومن بين الأهداف التي تسعى دراستنا لتحقيقها هي كالاتي:

- التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية بولاية الأغواط.
- التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة ماستر اتصال وعلاقات عامة.
- الكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية.

• تسليط الضوء وإبراز مكانة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العملية السياحية.

• إبراز أهم أنواع المواقع الأثرية السياحية الموجودة في الأغواط.

6. منهج الدراسة:

إنّ طبيعة الموضوع هي التي تحدد نوع المنهج المتبع في دراستنا، وذلك لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة.

يعرف المنهج على أنه مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف، أما المنهج العلمي فهو طريقة لاكتساب المعرفة القائمة على الاستدلال وعلى الإجراءات معترف بها للتحقق في الواقع، ويعرف بأن هو عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث، بغية تحقيق بحث¹.

فالمنهج هو ذلك التنظيم الفكري المتداخل في الدراسة العلمية، ومعنى أبطء هو الخطوات الفكرية التي يسلكها الباحث لحل مشكلة معينة².

ونظراً لطبيعة الموضوع فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب والملائم للدراسة، فالمنهج الوصفي هو رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية ونوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المعنى أو المضمون أو الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره³.

¹ رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية قسنطينة، الجزائر ، 2008 ، ص 176

² احمد حافظ نجم ومحمد كمال عمارة: دليل الباحث بدون طبعة، دار المريخ للنشر، السعودية ، 1988، ص 1

³ زكي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم مناهج وأساليب البحث العلمي، بدون طبعة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن ، 2000 ، ص 4

كما يقوم المنهج الوصفي على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات القائمة بينها، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها، كما يقتصر على التعرف على معالم الظاهرة وتحديد أسباب وجودها، وإنما يشمل كذلك تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للظاهرة ونتائجها.

7. عينة ومجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو الذي نجمع منه البيانات، وتعتبر العينة حيزاً من ذلك المجتمع أي نأخذ مجموع من الأفراد تكون ممثلة لذلك المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، وطبيعة الدراسة فرضت على الباحث اختيار عينة لتمثيل المجتمع الأصلي للدراسة.

اقتصرت هذه الدراسة على عينة قصدية مكونة من 100 طالب في كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة حيث تمثل المجتمع الأصلي ونظراً للعدد الهائل للطلبة بالكلية تمّ تحديد 100 طالب، حيث تم توزيع 100 استمارة بنسبة تمثيلية من مجتمع الدراسة الذي يعتبر شامل وواسع، بعد استرجاع الاستمارات الموزعة ثبت صلاحية 100 استمارة كما وزعت أرجعت.

7.1 خصائص العينة:

الجدول رقم 01 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

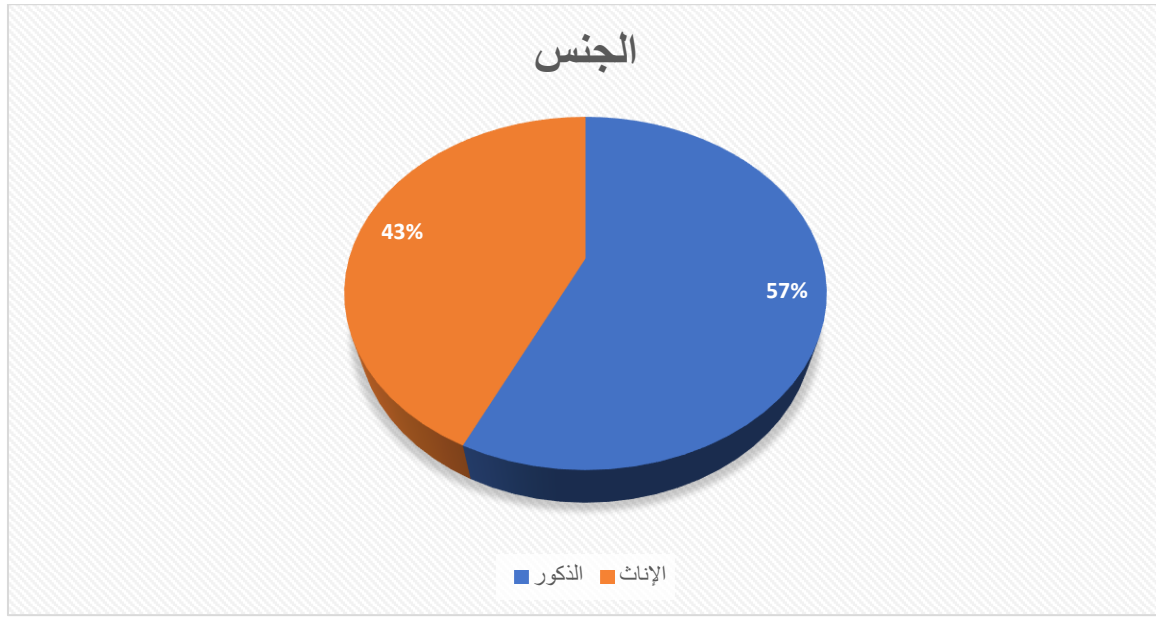
الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	57	57%
أنثى	43	43%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أن نسبة 57% تمثل أفراد العينة الطلبة الذكور من كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة، فيما تشير نسبة 43% إلى الطلبة بالكلية الإناث.

الشكل رقم 01 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الجدول رقم 02 يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

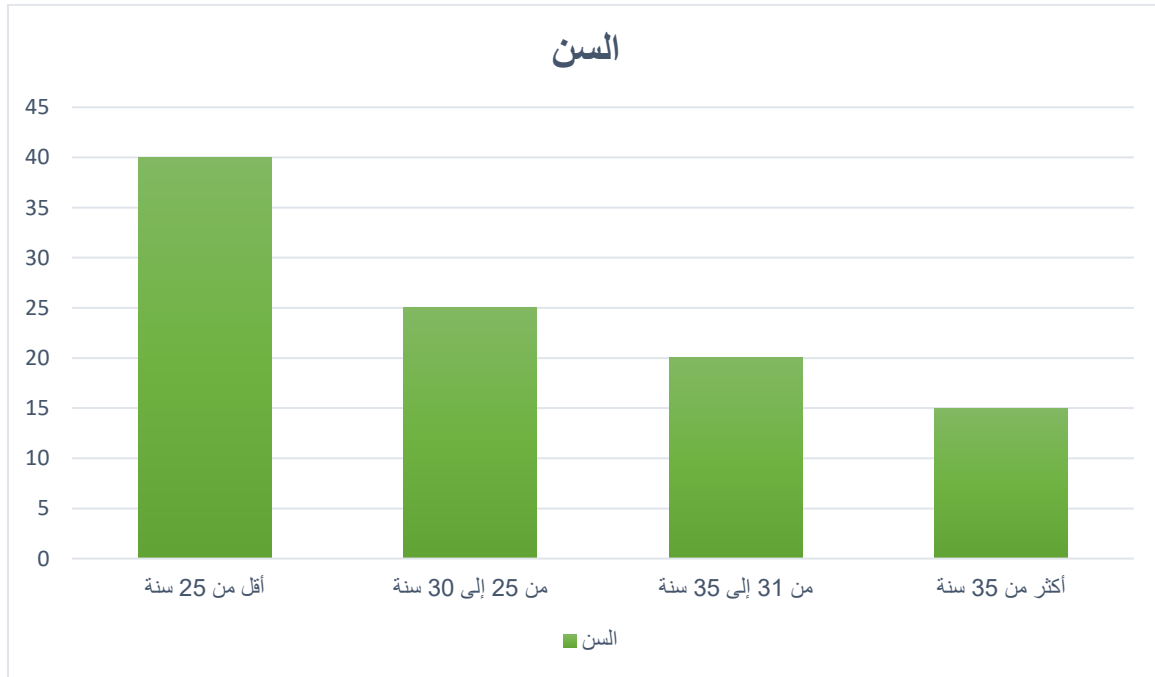
السن	التكرار	النسبة
أقل من 25 سنة	40	40%
من 25 إلى 30 سنة	25	25%
من 31 إلى 35 سنة	20	20%
أكثر من 35 سنة	15	15%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الإحصائي:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 40% تمثل أفراد العينة الذين أعمارهم أقل من 25 سنة، بينما تشير النسبة 25% إلى أفراد العينة الذين أعمارهم من 25 إلى 30 سنة، أما نسبة 20% فهي تشير إلى أفراد العينة الذين أعمارهم من 31 إلى 35 سنة، في حين نجد أنّ نسبة 15% تشير إلى أفراد العينة الذين أعمارهم أكثر من 35 سنة، الملاحظ أنّ جلّ أفراد العينة من فئة الشباب وهذا يعزز نوع الدراسة الذي يهتم بهذه الفئة من حيث استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإبراز المواقع الأثرية، كون أنّ هذه الفئة تشكل طاقة حيوية كم أنّها تجسد مدى استكشافهم لمدينتهم وأهم المناطق الأثرية الموجودة بها ونقلها والتعريف بها، هذا لأنها بدرجة أولى تشجع على الترويج السياحي لهذه المناطق وتفتح آفاق مستقبلية للجهات الرسمية بتبني مشروع سياحي لولاية الأغواط، والشكل التالي يبين توزيع أفراد العينة حسب مؤشر السن.

الشكل رقم 02 يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الجدول رقم 03 يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي

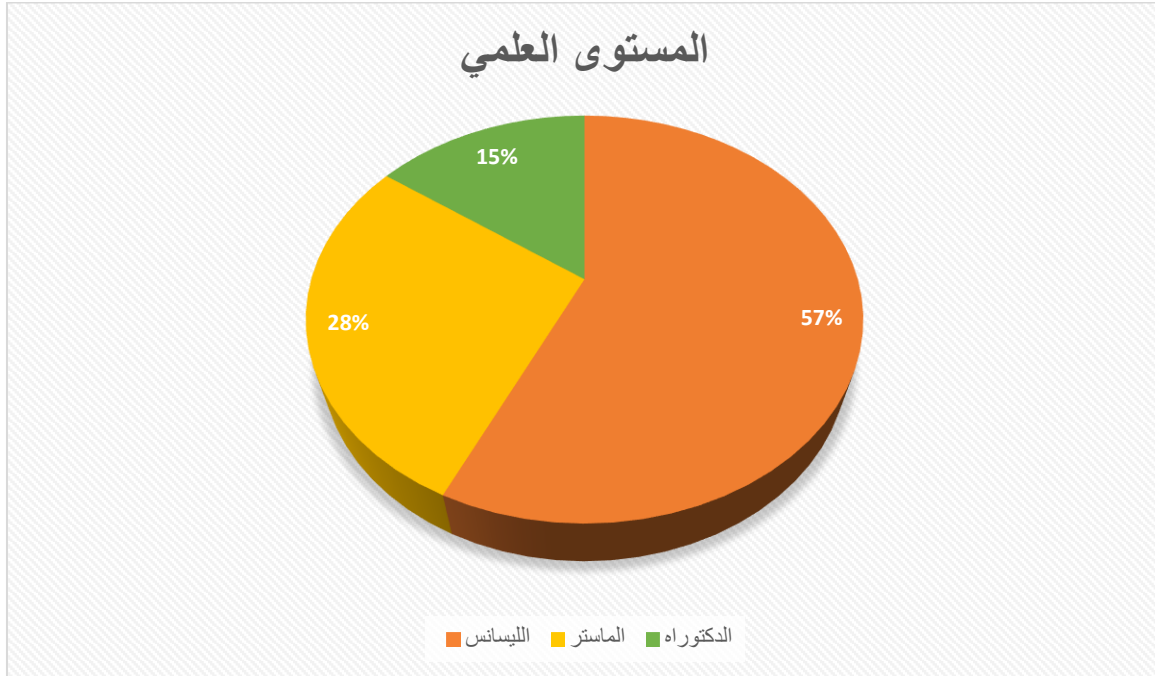
المستوى العلمي	التكرار	النسبة
الليسانس	57	57%
الماستر	28	28%
الدكتوراه	15	15%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

يتضح من خلال الجدول رقم 03 أن نسبة 57% تمثل الطلبة الذين مستواهم العلمي ليسانس، بينما تشير نسبة 28% إلى الطلبة الذين مستواهم العلمي ماستر، في حين نجد أن نسبة 15% تشير إلى الطلبة الذين مستواهم العلمي دكتوراه، ومنه نستوضح عدد طلبة الليسانس الذين يشكلون النسبة الأكثر كونهم مساهمين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في عرض بعض المناطق الأثرية التي تزخر بها المدينة وهذا حسب انتماء كل طالب للمدينة التي يسكن بها، هذا لا يعني أن طلبة الماستر لا يساهمون في إبراز المواقع الأثرية بل لأن اعتبار طلبة الليسانس يساهمون في إبرازها من حيث أنهم يشكلون غالبية أفراد العينة، بينما طلبة الدكتوراه لأن عددهم قليل فقط تمّ التوصل ل 15 طالب دكتوراه وهذا يعزز الدراسة من حيث التناول الميداني ومن حيث كيف يتناول النخبة فكرة إبراز المواقع الأثرية لولاية الأغواط.

الشكل رقم 03 يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

الجدول رقم 04 يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	التكرار	النسبة
إعلام واتصال	61	61%
تاريخ	24	24%
علوم إسلامية	15	15%
المجموع	100	100%

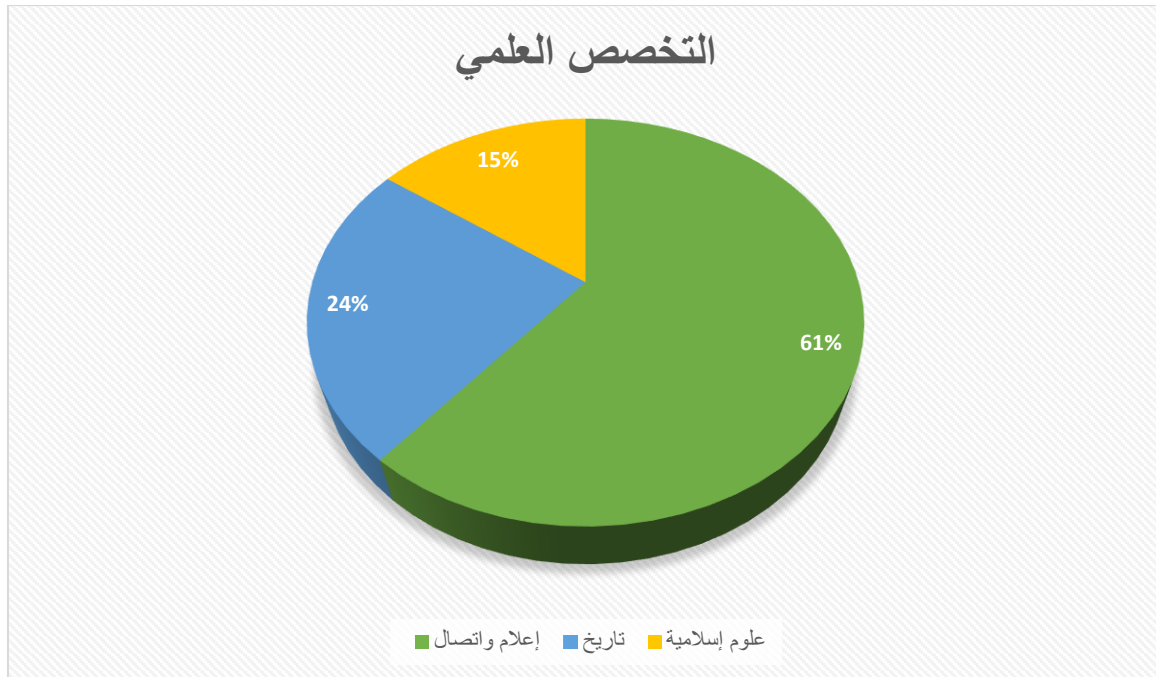
المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 أن نسبة 61% تمثل الطلبة الذين تخصصهم العلمي إعلام واتصال، بينما نجد النسبة 24% تشير إلى الطلبة الذين تخصصهم العلمي تاريخ، فيما نجد أن نسبة 15% تشير إلى الطلبة الذين تخصصهم العلمي علوم إسلامية،

يتضح أنّ غالبية أفراد العينة من الطلبة ذو التخصص العلمي وإعلام واتصال هذا كونهم طلبة ينتمون لتخصص علمي يساعد ويدعم التشجيع السياحي من خلال الجانب الإعلامي والاتصالي الذي يعكس أصالة وتراث ولاية الأغواط من جهة، ومن جهة أخرى النزول للميدان ومعاينة المناطق الأثرية وإبرازها من خلال المواقع المتعددة، فيما طلبة التاريخ والعلوم الإسلامية فأراد الباحثان أن لا يسلبا الضوء على طلبة الاعلام والاتصال فقط بل إنّ التعريف بالمناطق السياحية للولاية وإبرازها يقتصر على طلبة من تخصصات أخرى في الكلية كالتاريخ والعلوم الإسلامية مما يعزز الدراسة من حيث النتائج المتوصل إليها.

الشكل رقم 04 يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

8. أدوات الدراسة:

❖ **الملاحظة:** إنّ ملاحظتنا وقعت على طلبة كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة، وكوننا طلبة ينتمون لنفس الكلية، وحضورنا الدائم بها وملاحظتنا البسيطة للطلبة أردنا توضيح دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية لدى الطلبة،

حيث تم الاعتماد على الملاحظة البسيطة كأداة مساعدة للوصول إلى النتائج والتأويل الذي يسمح لنا بإثبات دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المناطق الأثرية بولاية الأغواط.

❖ **الاستبيان:** تعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا في البحوث الاجتماعية، وهذا ما يدفع الباحث إلى الاجتهاد أكثر من أجل صياغة استمارة البحث بصورة تؤدي إلى تحقيق أهداف الدراسة.¹

وتم وضع استبيان مكون من 32 سؤال بداية البيانات شخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي)، بالإضافة إلى أربع محاور، المحور الأول يتناول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والمحور الثاني: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري التاريخي للمدينة، أما المحور الثالث فيتناول: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري الديني للمدينة، بينما المحور الرابع: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري السياحي للمدينة، (أنظر الملحق رقم 01).

9. حدود الدراسة:

الحدود المكانية: أجريت الدراسة بكلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة.

الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال السنة الجامعية 2024/2023.

10. مفاهيم الدراسة:

لا تخلوا دراسة علمية دون مفاهيم ومصطلحات من أجل الوصول إلى مبتغى البحث وعلى ذلك نتطرق إلى تحديد المفاهيم لغويا واصطلاحيا واجرائيا.

(1) مفهوم الدور:

¹ جازية كيران، محاضرات في المنهجية لطلاب علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016، ص 54.

❖ **لغة:** «من دار يدور دوارنا، أي تحرك باتجاهات متعددة، وهو في مكانه، وهو السلوك

المتوقع من الفرد في الجماعة¹»، ويعرف كذلك بأنه: «الحركة أي الفعل والعمل²»

❖ **اصطلاحاً:** "الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المرادة من

شيء ما أو وسيلة ما، من أجل الحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من

المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص ما أو منظومة ليقوم بمسؤولياته

اتجاه نشاط ما³.

❖ **إجرائياً:** ونقصد بالدور في دراستنا هذه هو تلك الممارسات التي يقوم بها طلبة

الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في

إبراز المواقع الأثرية بولاية الأغواط.

(2) مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

❖ **اصطلاحاً:**

هي عبارة عن صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء

المشاركين في الشبكة الاجتماعية الموجودة وتهدف الى توفير مختلف وسائل الاهتمام

والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض ويمكن أن تشمل

هذه المميزات (المراسلة، الفورية، الدردشة) تبادل المعلومات، تبادل الملفات، مجموعات

النقاش، البريد الإلكتروني⁴.

كما يعرف (عباس صادق) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "تركيبية اجتماعية

إلكترونية تم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني

¹ محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 1995، ص 395.

² فؤاد أفرام البستاني، منجد الطلاب، دار الشروق، بيروت، دت، ص 211.

³ قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008، ص 77.

⁴ ماهر عودة الشمالية وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الأعمار للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2015، ص

الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقد) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات¹.

❖ **إجرائيا:** ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا هذه بأنها تلك المجموعات التي تربط بين الأشخاص والتواصل بينهم المستمر ومشاركة يومياتهم والتعليق عليها ونشرها في مواقع أخرى غرض الاستفادة منها ان كانت خدمة أو الترويج لمنتج أو إبراز مناطق ومواقع أثرية غرض السياحة.

(3) مفهوم المواقع الأثرية:

❖ **لغة:**

المواقع: هو مكان الوقوف جمع مواقع ومواقع القتال: مواضعه أما مواقع القطر: مساقطه²

الأثرية كلمة أثر في اللغة هو: العلامة، وأثر الشيء بقيته. وجاء في أثره أي: في عقبه، والأثر ما خلفه السابقون³.

ويوجد علم قائم بذاته يهتم بالآثار وهو: علم الآثار: مصطلح معناه: معرفة القديم: أو علم الوثائق القديمة⁴. وعلم الآثار هي ترجمة الكلمة اليونانية "أركيولوجيا" التي تنقسم إلى مقطعين: المقطع الأول "أركيو" Archeo معناها قديم، والمقطع الثاني "لوجوس" Logos ومعناها علم أو حديث⁵.

¹ عباس صادق، الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات -، الشروق، عمان، ط 1، 2008، ص 157.

² جبران مسعود، الرائد معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، دار النشر للملايين، بيروت، ط 3، 2005، ص 112.

³ علي حسن، الموجز في علم الآثار، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993 ص 12.

⁴ زيدان عبد الكافي، المدخل إلى علم الآثار، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 20.

⁵ غلين دانيال، موجز تاريخ علم الآثار، ترجمة عباس سيد أحمد محمد علي، الطبعة الأولى، دار الفيصل، الثقافية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1421هـ-2000م، ص 17.

❖ المواقع الأثرية اصطلاحاً:

"هو المكان الذي يتم العثور فيه على بقايا وخلفات تدل على النشاطات التي قام بها الإنسان خلال العصور القديمة وتختلف المواقع الأثرية في مساحتها وتاريخها وأشكالها"¹. ويعرف الموقع الأثري أيضاً على أنه: "ذلك الموقع الذي يتضمن الدلائل الأثرية، والتي تتم دراستها، وفحصها من قبل المختصين في علم الآثار، ليتم الاستفادة منها لاحقاً، وتوظيفها في العديد من المجالات المختلفة، حيث تفيد المواقع الأثرية بشكل رئيسي في التعرف على سلوكيات الأشخاص الذين تواجدوا يوماً ما في الموقع قيد البحث، والدراسة"².

❖ اجرائياً:

نقصد بالمواقع الأثرية في دراستنا بأنها: تلك الأمكنة التي يعثر فيها على مخلفات تدل على نشاطات قام بها الإنسان في الأزمنة القديمة الغابرة ومنها ما هو طبيعي وتاريخي وديني يعكس ثقافة مجتمعات معينة، سكنت وعمرت في هذه المنطقة أو تعاقبت عليها نتيجة الاحتلال والتوسع؛ وبهذا تكون المواقع الأثرية حسب دراستنا هذه مصنفة إلى تاريخية ودينية وطبيعية.

11. الدراسات السابقة:

إن تأسيس موضوع دراسة لغرض تحقيق نتائج يمكن تعميمها والاستفادة منها يقف على معايير أساسية وسابقة منها كيفية ضبط موضوع الدراسة وجعله قابلاً للدراسة من حيث ضبط متغيراته ووجود علاقة بينهما أو أثر، لهذا كان لزاماً علينا كباحثين في مجال الاعلام والاتصال المسارعة في إيجاد دراسات سابقة ومشابهة لدراستنا ولو بمتغير واحد

¹ عاصم محمد رزق، علم الآثار بين النظرية والتطبيق، مكتبة مدبولي، ص 18.

² كامل حيدر، منهج البحث الأثري والتاريخي، الطبعة الأولى، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995، ص 13.

منها، وذلك لغرض الاستفادة منها شكلاً ومضموناً وسنعرض عليكم في هذا الصدد جملة الدراسات السابقة التي تخدم موضوع دراستنا هذه، وهي التالي:

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: "أشرف عبد الرحيم الرفاعي" قدمت في سنة 2019 م، وجاءت بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الصحافة الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

وتمثلت تساؤلات الدراسة في:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج العالمي للسياحة في الأردن؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام السياح (المحليين والعرب) لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- كيف يعتمد السياح (المحليين والعرب) على شبكات التواصل الاجتماعي كدليل سياحي للأردن؟

ولقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي ومن وجهة أخرى قام الباحث بإجراء دراسة مسحية لآراء السائحين المحليين والعرب حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج العالمي للسياحة في الأردن، بحيث تم جمع البيانات اللازمة للدراسة وتصنيفها وتحليلها إحصائياً ومناقشة النتائج ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة.

ومجتمع الدراسة يتكون من جميع السائحين المحليين والعرب في الأردن خلال الربع الأول من سنة 2019م، أما عينة الدراسة فتتكون من 450 سائح من العرب والمحليين لأن الباحث قام بتوزيع 450 استبانة.

أما نتائج الدراسة فقد أظهرت:

- وجود درجة متوسطة في دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج العالمي للسياحة في الأردن.
- أن غالبية أفراد عينة الدراسة سواء كانوا عرب أو محليين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة تفوق 4 ساعات يوميا.
- اعتماد السياح (المحليين والعرب) على شبكات التواصل الاجتماعي كدليل سياحي للأردن كان بدرجة متوسطة، وأظهرت وجود مدى متوسط في نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في تعريف السياح (المحليين والعرب) بالمعالم السياحية في الأردن.
- وجود دور متوسط لشبكات التواصل الاجتماعي على حركة السياحة الأردنية من وجهة نظر السياح المحليين والعرب.
- وجود دور مرتفع لشبكات التواصل الاجتماعي في وصول الإعلانات السياحية إلى السياح (المحليين والعرب).
- كما جاءت وجود دور مرتفع لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإخبار والبيانات المتعلقة بالخدمات السياحية المقدمة للسياح (المحليين والعرب).

الدراسات المحلية:

الدراسة الثانية: من اعداد الطالبة "نادية حيواني" بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين" (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الانسانية جامعة أم البواقي) تحت اشراف زهير بعزيز، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم اعلام واتصال تخصص علاقات عامة، جامعة أم البواقي، سنة 2016، هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة الصحراوية الذي وصلت اليها في دراستها الميدانية على عينة من طلبة جامعة

أم البواقي من أجل اشباع رغباتهم ومن خلال طرح السؤال الرئيسي، ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة الجزائرية. وقسمت الباحثة هذا السؤال الى أسئلة فرعية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على السياحة في الجزائر؟
- هل حققت مواقع التواصل الاجتماعي اشباعا للطلبة الجامعيين في التعرف على السياحة في الجزائر؟

وقد اعتمدت الباحثة في دراسة على المنهج الوصفي التحليلي كما استخدمت الاستبيان كأداة لجميع البيانات من عينة الدراسة التي اشتملت على عينة قصدية حيث تتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين والإعلاميين بلغ عددهم 94 توصلت الباحثة على النتائج التالية:

- تستخدم عينة الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التعرف على أماكن سياحية لم يزوروها من قبل.

كما نستخلص أيضا أن مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك له دور في التعرف بثقافة السياحة في الجزائر وعليه فقد تحققت فرضيات الدراسة من خلال النتائج المتوصل إليها.

الدراسة الثالثة: من إعداد الطالبتين: "واقيني أميرة" و "ورقلي منصور" بعنوان "مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة الصحراوية (دراسة حالة لوكالات سياحية في الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تعرضنا لموضوع الدراسة وقمنا بالإحاطة بجميع جوانبه الممكنة من تحديد الإشكالية المراد دراستها وتسطير الهدف الذي نريد الوصول إليه وبيان أهميتها، وتحديد المفاهيم البارزة والمرتبطة بالظاهرة مع الاستعانة ببعض الدراسات السابقة من أجل اكتساب الخبرة ومواصلة السير على أفكارها وتطويرها.

الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

مع التطورات التكنولوجية المتسارعة ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد ومنه مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت، وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي بل باتت بعض مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع استخدام في العالم لا سيما الفيسبوك وغيرها. فقد كسرت هذه المواقع القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار والأخبار ونمت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافتهم ولغتهم وبيئاتهم ليصبح الاتصال السريع محركا أساسيا وقويا بين الناشطين السياسيين والاجتماعيين والاقتصاديين وغيرهم بعضهم البعض.

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك تعريفات عديدة خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها:

تعرفها هبة محمد خليفة بأنها: " شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد سنوات طوال، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقة الاجتماعية بينهم¹

أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية².

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا بأنها: مقهى اجتماعي يجتمع فيه بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت³.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2014، ص 59.

² بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، جامعة الامارات، 2012، ص 15.

³ علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز الدراسات العربية، بيروت، 2007، ص 75.

ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

تشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الانترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة، ويمكن استخدام هذه المواقع لأهداف اجتماعية، كتحقيق التفاعل بين الأصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم أينما وجدوا، كما يمكن استخدامها لأهداف تجارية، وذلك لأن هذه المواقع أصبحت قواعد تسويقية مهمة للشركات التي تسعى لجلب انتباه المزيد من الزبائن، وتتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية الوصول إلى محتواها الذي يتضمن أنواعا مختلفة من المعلومات، أو الصور ومقاطع الفيديو، أو حتى الوثائق.¹

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

التواصل ظاهرة اجتماعية حديثة تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة، بواسطة وسائل الاتصال الرقمي التفاعلي يتم خلالها إرسال معلوماتي بين الطرفين أو عدة أطراف.

¹ جيهان حداد، المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة اربد: دراسة أنثروبولوجية، جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002م. ص 54.

نشأت شبكات التواصل الاجتماعي عام 1995 حيث ظهرت شبكة class mates Com والتي أسسها وانوي كونرادز، وبلغ عدد مستخدميها خمسون مليوناً في الولايات المتحدة وكندا ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانة وحتى الجامعة وحصلت نقلة كبيرة جداً في شبكات التواصل عام 2005 حيث ظهر موقع سبيس الأمريكي وفي نفس العام ظهر موقع الفيسبوك والذي تفوق على المواقع الأخرى، حيث بلغ عدد مستخدميها 400 مليون شخصاً في العالم¹.

مرت شبكات التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها بمرحلتين، المرحلة الأولى هي (wep 1.0) والمرحلة الثانية هي مرحلة الجيل الثاني من الويب مرحلة الجيل الأول من الويب (wep 2.0) ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عدداً وشهرة في المرحلة الثانية مرحلة الويب 2.0².

ثم بعد ذلك ازدادت الشبكات الاجتماعية ظهوراً، فكان منها بالإضافة إلى ما سبق موقع شبكات أخرى وهي: موقع شبكة لينكد LinkedIn، موقع شبكة هاي لايف، موقع شبكة تويتر twitter، موقع شبكة نتلوج net log، شبكة نينج Ning، ولكن بالرغم من كثرة هذه الشبكات إلا أن أكثرها YouTube شبكة اليوتيوب، والتويتر twitter،

¹ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 58.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، (الطبعة الأولى، 1434 هـ / 2013)، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 20

والأكثرها شهرة هي شبكة الفيسبوك واليوتيوب والتيك توك حيث هم الأكثر شعبية من حيث عدد المستخدمين.

وبسبب المميزات التي تميزت بها هذه الشبكات، من المشاركة والسرعة والاتصال وتبادل الملفات والصور والفيديو، وتبادل المعلومات كل ذلك أدى إلى زيادة شعبيتها بشكل لم يسبق له مثيل في العالم، وأيضاً على مستوى الدول العربية، وساعد ذلك الوصول إلى هذه الشبكات عن طريق استخدام الأجهزة الصغيرة.¹

المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

نتيجة لانتشار العديد من المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط -التواصل الاجتماعي- إلا أنه بالرغم من تعدد تلك المواقع يظل هناك بعض المواقع تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

❖ الفيس بوك:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط وصدقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص21.

كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف بالمجتمع بهويتهم.¹

❖ تويتر:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية، فهو موقع مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة. يصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفاً للرسالة الواحدة.²

❖ اليوتيوب:

على الرغم من اختلاف بعض الآراء حول كون اليوتيوب مواقع للتواصل الاجتماعي أم موقع لرفع ملفات الفيديو، إلا أن هناك رأي يقول بأنه موقع يجمع بين الناشطين وهو ما يميزه عن غيره وذلك نتيجة للضغط الهائل على مشاهدة الفيديوهات التي تنتشر من خلاله وهو ما يدفع بعض المشتركين بإدلاء آرائهم ووضع تعليقات على الفيديو المنشور وهو ما يفتح مجالاً للتواصل الاجتماعي مع غيرهم من متابعي نفس الفيديو.

¹ جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك، 2014، ص 20

² علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2014، ص 59.

الانستغرام: instagram :

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، الإنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية كانت بداية الإنستغرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية¹

التيك توك:

يعتبر التيك توك احدى أشهر مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الحديث، ويعرف بأنه: "تطبيق اجتماعي شهير متخصص بصناعة مقاطع الفيديو القصيرة ومشاركتها مع الأصدقاء وغيرهم من المتابعين على المنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، ويُتيح التطبيق للمبدعون الهواة والمحترفين ميزات إضافة المؤثرات والتسجيلات الصوتية والفلاتر والملصقات إلى مقاطع الفيديو الخاصة بهم، بالإضافة

¹ أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قيم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص 63

إلى قدرة رواده على إنشاء مقاطع فيديو ثنائية مشتركة متناسياً مواقعهم الجغرافية المختلفة¹

حظي موقع التيك توك بشهرة واسعة على نطاق مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح يمارس بشكل يومي واختلفت مضامينه حسب ميولات الأشخاص وقرب المجتمع أكثر وأصبح المشاهير أكثر قرب من مختلف أصناف الناس، لهذا فالتيك توك يعد منصة شهيرة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي²:

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتتباين تلك الدوافع من حيث الأهداف والأسباب سنوضحها كما يلي:

– بعد المسافات بين الأهل والتقارب:

أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث عن طريقة ووسائل للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سبباً هاماً للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1، دار صفاء، عمان، 2015، ص 65. 66.

² خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية-ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط 1، 2014م، ص 35

– المشكلات الأسرية: يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.

– عدم وجود فرص عمل: يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة البطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والانجاز، فيتجه على مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير.¹

– أوقات الفراغ: يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر.

المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أ. الإيجابيات:

بلا أدنى شك أضفت مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغيرات في حياة المجتمعات بأكملها نذكر منها:

– سهولة التواصل والتعارف بين الأفراد من مجتمعات مختلفة رغم بعد المسافة.

¹ باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، ط1، 2009م، ص 121.

- التعبير عن الذات، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تعكس رأي صاحبها وتعبر عن رغباته واهتماماته وأفكاره وطموحاته.
- سرعة تداول المعلومات والأحداث في نفس الوقت عبر جميع أنحاء العالم، حيث تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بنقل وبث فوري وسريع لكل ما يحدث.
- فتح مجال الحرية أكثر في البث أو إرسال محتوى مكتوب مسموع، مرئي، دون قيود قانونية أو أخلاقية.
- توفير التسلية والترفيه نظرا لتنوع وثراء ما تبنته مواقع التواصل الاجتماعي من أفلام وفيديوهات.¹
- وسيلة فعالية للترويج بحيث تستخدم الشركات التجارية الشبكات الاجتماعية كأداة جديدة من أجل الترويج لسلعها، حيث يوجد العديد من التطبيقات المختصة بالترويج لخدمة أو سلعة معينة وبتكلفة أقل مما يؤدي إلى زيادة الأرباح بأقل التكاليف.²

ب. سلبيات:

بالرغم من ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي إلا أننا لا يمكننا التغاضي عن سلبياتها والتي من أبرزها:

¹ عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات، دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، البلدة، العدد، 2016، ص 12.

² باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 130.

- الإدمان: حسب إحصائية تم الإشارة إليها في مجلة **Business Insider** أن كثير من الأفراد وخاصة المراهقين يقضون ما بين 13 و18 سنة حوالي 9 ساعات يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد يصل البعض إلى عدم قضاء ساعة واحدة دون تصفح منصات التواصل الاجتماعي ويؤثر ذلك بشكل كبير على جوانب أخرى، حيث يتم قضاء الوقت في استخدام الانترنت على حساب أوقات العائلة والعمل والدراسة بلا شعور، والإدمان على هاته المواقع يؤثر بشكل كبير على تركيزنا ويسبب تشتت الأفكار.¹
- العزلة: أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بديلا للتفاعل الاجتماعي الحقيقي بين الأفراد والمتمثل بالزيارات العائلية وحضور المناسبات الاجتماعية، بالإضافة إلى ما يقضيه الفرد من ساعات طويلة على هذه المواقع مما أدى إلى إصابتهم بالعزلة والانطواء على الذات.
- ظهور بعض الأعراض النفسية على المدمنين الذين يستغرقون ساعات طويلة في المواقع مثل الاكتئاب.
- تدني التحصيل الدراسي عند بعض الطلاب بشكل كبير.

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2015، ص 34.

- ظهور الجرائم الالكترونية وعولمتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الإعلام
الالكترونية وتعددتها وانتشارها الواسع¹

¹ عبد الكريم نفرقنيت، مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات، مرجع سبق ذكره، ص 16.

خلاصة الفصل:

إنَّ لشبكات التواصل الاجتماعي مكانة مهمة لدى الأفراد والمجتمعات، وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها الأبرز في عالمنا اليوم، والأكثر استخداماً من قبل الأفراد، بحيث دخلت العديد من المجالات المتعددة من بينها مجال الأثري، الذي بدوره أصبح من الأكثر القطاعات اهتماماً.

الفصل الثاني

المواقع الأثرية بالأغواط

تمهيد:

خلفت الحضارات الغابرة خلفها العديد من الآثار؛ التي بقيت شاهدة عليها، ودالة على ما كان يتميز به أبنائها من عمق في التفكير، وإبداع في العمارة، والفنون، وفلسفة حياتية عظيمة، الآثار إجمالاً ليست حكرًا على منطقة دون المناطق الأخرى، فهي موجودة في كافة أصقاع المعمورة، فلا تكاد تخلو دولة ما من معلم أثري هام استطاع أن يُخلد حضارة، وإبداعاً، وعظمة. وفي هذا الفصل سنتطرق إلى المواقع الأثرية في الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم المواقع الأثرية:

لقد تباينت التعاريف حول المواقع الأثرية وسنستخلص أهمها كما يلي:

تعرف المواقع الأثرية بأنها: "الأماكن التي يتم العثور فيها على بقايا ومخلفات تدل على النشاطات التي قام بها الإنسان خلال العصور القديمة، وتتم عملية العثور عن طريق الحفر والتنقيب، ويكون التعرف على المواقع الأثرية إما عن طريق الصدفة أو عن طريق البحث والتحري"¹.

أما المادة 28 من قانون حماية التراث الوطني 98-04 فقد عرفت المواقع الأثرية على أنها مساحات مبنية أو غير مبنية دون وظيفة تؤديها، تشهد بأعمال الإنسان أو بتفاعله مع الطبيعة، بما في ذلك باطن الأرضي المتصلة بها ولها قيمة من الوجهة التاريخية أو الأثرية، أو العلمية أو الأنثروبولوجية؛ مثل موقع أوزيدان الذي يعود إلى فترة ما قبل التاريخ².

وتعرف أيضا المواقع الأثرية بأنها: "مكان أو أي من الأماكن المادية التي تتواجد فيها الآثار القديمة التي تبين أن الموقع هو موقع تاريخي أو قبل تاريخي، ويمكن أن

¹ سعد غراب، كيف نهتم بالتراث، سلسلة تصدر بالتعاون مع وزارة الثقافة والإعلام، الدار التونسية للنشر، 1990 ص 13.

² تعتبر الجزائر من الدول التي أمضت على اتفاقية التراث العالمي وذلك سنة 1972 ثم تلتها خطوة ثانية وهي إصدار قانون التراث الوطني وهو 04/98 المؤرخ في 15 جوان 1998 الذي جاء ليُلغى أحكام الأمر 67-281-المتعلق بالبحث والحفظ على المواقع التاريخية والطبيعية الذي كان ساري المفعول قبل 37 سنة.

تتواجد في هذه الأماكن سجلات أثرية تبين الأحداث التي وقعت في ذلك الزمان والمكان وعادةً ما تتواجد في هذه الأماكن مبان ومنشآت أثرية قديمة كأهرام الجيزة¹.

نستنتج مما سبق أنّ المواقع الأثرية هي المكان الذي يتم العثور فيه على بقايا ومخلفات تدل على النشاطات التي قام بها الإنسان خلال العصور القديمة وتختلف المواقع الأثرية في مساحتها وتاريخها وأشكالها.

المطلب الثاني: طبيعة المواقع الأثرية:

تختلف المواقع الأثرية من حيث مساحتها وتاريخها وأشكالها؛ وقد صنفها الأثريون إلى:

❖ مواقع ضفاف الأنهار.

❖ مواقع حسب الفترة الزمنية كالعصور الحجرية أو البرونزية....

❖ مواقع حسب الأدوات المكتشفة بها وبإمكان الموقع الأثري أن يمثل أكثر من فترة

زمنية وهذا ما يسمى بالتعاقب الحضاري على المنطقة فكثيراً ما يستعمل الموقع

من طرف عدة سلالات أو حضارات مرت به.²

يعتبر البحث والتنقيب عن المواقع الأثرية من أهم الخطوات المؤدية إلى اكتشاف

الكنوز الأثرية التي تتضمنها هذه المواقع. المواقع الأثرية بشكل عام توجد إما على

¹ كامل حيدر، منهج البحث الأثري والتاريخي، الطبعة الأولى، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995، ص 13-14.

² قادوس عزت زكي أحمد، علم الحفائر وفن المتاحف، مطبعة الحضري، الإسكندرية، 2004، ص 32.

اليابسة، أو في أعماق البحار، والمسطحات المائية، ومن هنا فإن بعضها يمتاز بسهولة إيجادها؛ حيث تقع في مواقع بارزة من اليابسة، أو من أماكن التجمعات البشرية. من جهة أخرى، فإن إيجاد بعض المواقع الأثرية يحتاج من العلماء المختصين إلى اتباع الطرق العلمية الدقيقة، وبذل مجهودات كبيرة في سبيل ذلك، ولعلّ أبرز هذه الطرق: مسح المنطقة المتوقع إيجاد موقع ما فيها سيراً على الأقدام، إلى جانب توظيف الوسائل التقنية الحديثة في ذلك؛ كالتصوير الجوي، والكواشف المعدنية، وغيرها. بعد اكتشاف الموقع الأثري، يقوم العلماء بتسجيل ملاحظاتهم حوله، كما ويقومون أيضاً بالتقاط الصور له، ثم رسم الخرائط، ثم يبدؤون بالتعمق أكثر في محتويات هذا الموقع بالطرق العلمية¹.

المطلب الثالث: أنواع وأشكال المواقع الأثرية:

تختلف المواقع الأثرية باختلاف طبيعتها والحضارات التي تعود إليها وأزمنتها ولكل موقع أثري مزاياه الخاصة به تختلف من مواقع إلى آخر ومن بلد إلى آخر وأهم تلك المواقع نجد:

مواقع المناجم والمحاجر: هي المواقع التي يحصل منها الإنسان على المواد الخام لصناعة الأدوات وبناء المباني مثل موقع (فنان) بوادي العربية جنوب الأردن، فأحياناً نجد بقايا عظام إنسان ردم تحت الأنقاض، فالمحاجر والمناجم تعتبر حجر الأساس لبناء

¹ أز هري مصطفى صادق، نظريات في علم الآثار، مطبوعة 21 فيفري 2012. كامل حيدر، المرجع السابق، ص 17.

الحضارات وذات أهمية بالغة لما تحتويه من معلومات وآثار تساهم في دراسة المخلفات البشرية.

مواقع المدافن: من أغنى المواقع الأثرية من حيث اللقى الأثرية خاصة تلك الشعوب التي تؤمن بالحياة بعد الموت مثل الكهوف والأهرامات.... وغيرها. كما أن هذه المواقع تساعد كثيرا على معرفة المراتب الاجتماعية. وقد يستدل على هذه المدافن من خلال كتب التاريخ التي تحدثت عنها أو بدليل أثري وجد على سطح المدفن أو بالقرب منه.¹

مواقع المراكز الدينية: ذات طابع ديني تقوم على ممارسة الشعائر الدينية، وقد تكون داخل أو خارج المستوطنات كالمعابد الموجودة باليونان (جبل أولمبس).

المستقرات البشرية: (مواقع الاستيطان البشري) وهو النموذج الأكثر شيوعا؛ حيث استقر الإنسان فيها وعاش ومارس فيها نشاطات حياته المختلفة (كالكهوف والمدن...)

مواقع النفايات والقمامات: توجد عادة بالقرب من المسطحات المائية (على شواطئ البحار والأنهار والبحيرات) حيث كان الإنسان يرمي فيها مخلفاته كالعظام والأصداف فيما قبل التاريخ، وتعتبر هذه النفايات مصدرا قيما جدا من المادة العلمية لدارس الآثار، حيث وجد بموقع قمامة قرب عين مليلة جمجمة يشتبه فيها على أنها لمقتول دفن هناك.

¹ تقي الدباغ، مقدمة في علم الآثار، الموسوعة الصغيرة، العدد، 88، دار الحرية للطباعة، بغداد، شباط، 1981، ص 75.

مواقع الملتقطات السطحية: هي مجموعة من الأدوات المنتشرة فوق سطح الأرض وليس ضروريا أن تكون هذه المواقع مستوطنة دائما، ولكنها دليل على وجود نشاط بتلك المنطقة¹.

الأسواق: تركزت أماكن متوسطة بين المواقع الأثرية حيث تلقت المجموعات البشرية للتبادل التجاري ومثال على ذلك سوق عكاظ قبل الإسلام في الحجاز.

مراكز الفنون: وهي المواقع التي تعود إلى فترات ما قبل التاريخ ويعثر فيها على أشكال فنية مختلفة مثل الدمى والتماثيل الصغيرة أو الرسومات والنقوش المحفورة على جدران الكهوف ومثال عليها رسومات قبائل "البوشمان" في جنوب أفريقيا.

حطام السفن والمواقع الغارقة تحت الماء: والبحث في هذه المواقع يتطلب اجادة السباحة والغطس حيث يتم العثور على حطام السفن الغارقة بحمولتها مما يزودنا بمعلومات عن التجارة القديمة وحول أشكال وأنواع السفن القديمة ومثال على هذا النوع من المواقع موقع (هلياس) في اليونان والذي يعود إلى القرن الرابع ق. م²

المطلب الرابع: عوامل اندثار المباني وتشكل المواقع الأثرية:

تتعدد وتتنوع الأسباب التي تؤدي إلى اندثار المباني وتشكل المواقع الأثرية والتي تجبر الإنسان على تركها والبحث عن مواقع أخرى غيرها وفي هذا نجد:

¹ عاصم محمد رزق، علم الآثار بين النظرية والتطبيق، مكتبة مدبولي، 1998، ص.19-18

² قادوس عزت زكي أحمد، علم الحفائر وفن المتاحف، مرجع سابق، ص 56.

أ. العوامل الطبيعية: تعتبر العوامل الطبيعية من أخطر العوامل التي تؤدي إلى هلاك واختفاء المدن والمباني القديمة كالزلازل، البراكين؛ فمثلا بركان فيزوف غطى مدينتي بومبي وهركولانيوم بإيطاليا بالكامل، إضافة إلى تغير المناخ كالأعاصير والرياح التي تتسبب في عمليات هدم وتخريب المباني الأثرية خاصة إذا كانت قد حملت معها عند مرورها على سطح الأرض حبيبات من الرمال ذات الصلابة العالية ورذاذ الأمطار. إلى جانب الفيضانات التي تؤدي هي الأخرى إلى اختفاء المدن، فإن كثيرا من المباني القائمة على ضفاف الأنهار والوديان تهدم أثناء فيضان هذه الوديان والأنهار، إضافة إلى انزلاقات التربة التي تغطي المباني بالكامل، وهذا عكس المباني الأثرية والتاريخية الموجودة بالمناطق الجافة قليلة الأمطار التي تكون أكثر بقاء ثم تماسك.¹

ب. العوامل البشرية: لا تقل العوامل البشرية خطورة عن العوامل الطبيعية فقد يؤدي اللاداعي إلى تخريب المدن التاريخية والأثرية واندثار معالمها من طرف الإنسان بحيث يلجأ إلى قلع أحجار وأعمدة المباني ليعيد استعمالها في بناء مدنه الجديدة، أو يشيد مبانيه الجديدة فوق المباني القديمة، مثل مدينة طروادة² التي تقوم على أنقاض تسع مدن متراكبة فوق بعضها البعض، ومدينة تاقدمت في عهد الأمير عبد القادر

¹ فوزي عبد الرحمان الفخراي، الرائد في فن التنقيب على الآثار، جامعة خان يونس، الطبعة الثانية، بنغازي، 1993، ص 6.

² موقع مدينة تاريخية اقترن اسمها في القديم بالشاعر هوميروس الذي جعلها أحد محاور ملحمتها (الإلياذة)، وشاع اسمها في العصر الحديث مقترنا بمكتشفها سليمان. تقع على مقربة من الساحل الغربي لتركيا غير بعيد عن مدينة أزمير بموقع يدعى حصار ليك.

بنيت على جانب من أنقاض مدينة تاهرت الرستمية. كما أن الإنسان يلجأ أحيانا إلى إعادة بناء بعض المعالم الدينية كالمعابد والمساجد وتجديدها لقداسة موقعها كجامع القيروان الذي جدد في عهد الأغالبة كلية ما عدا المحراب الذي احتفظ به والاكتفاء بتكسيته بالألواح الرخامية والبلاطات الخزفية تيمنا ببناء الصحابي الفاتح عقبة بن نافع الفهري¹ تتمثل مظاهر الإتلاف البشري في: الحرائق نتيجة ما تحدثه من تغييرات كيميائية ومعدنية في مواد بناء المباني الأثرية. الحروب وما أحقته من أضرار كبيرة على آثار الحضارات القديمة، أعمال الهدم والتخريب التي تصاحب المشاريع الكبرى لتطور وتنظيم المدن (بناء السدود، مد الطرقات، إنشاء المباني...) أو ما يقوم به اللصوص من تخريب للمباني التاريخية لسرقة عناصرها الزخرفية والمتاجرة بها.²

ج. العوامل الاقتصادية: قد تتغير الظروف ببعض المدن وتنقطع الموارد فيهجرها الإنسان إلى مكان آخر بحثا عن مصادر لرزقه وعيشه؛ ومن جملة الأسباب التي تُجبره على الرحيل انتشار الأوبئة والجفاف والقحط والمجاعة والفقر وبالتالي تترك عرضة للهلاك.³

د. العوامل السياسية: بسبب الحروب والنزاعات؛ فكثيرا ما يتحصن الإنسان داخل أسوار مدنه وقلاعها وحصونها، فيضطر العدو المهاجم إلى ضرب الأسوار ودكها وقد

¹ برخينيا باخه ديل بوثو، علم الآثار وصيانة الأدوات والمواقع الأثرية وترميمها، ترجمة خالد غنيم، بيسان، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2002 ص 05.

² عبد المعز شاهين، طرق صيانة وترميم الآثار، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975 ص 173.

³ نفس المرجع، 175.

يهدمها، ويزداد خطر الحرب كلما تقدمت أدواتها ووسائلها، هجران بعض العواصم السياسية مثل ما حدث بقلعة بني حماد لما بنيت الناصرية ببجاية، هجر الناس قلعة بني حماد وازداد سكان الناصرية¹.

المطلب الخامس: المواقع الأثرية بولاية الأغواط:

تبرز الأغواط في حاضرها أنها حصيلة تطورها عبر العصور، بحيث يتراكم في شخصيتها نسيج الماضي المكون من المؤثرات الثقافية التي توالى عليها فشكلت هويتها المتميزة حاضرا، وتعد الولاية والمدينة من بين المناطق الغنية بالمواقع والمعالم الأثرية، ومنها الآثار التاريخية القديمة والتي تتمثل بداية في الرسومات الحجرية التي تعتبر بطاقة تعريف لعدة عهود تاريخية وهي فترة ما قبل التاريخ، و التي تشهد حضورها في تلك الجداريات حيث تزخر الولاية بأكثر من ثلاثين محطة للرسوم الحجرية موزعة على هضبات سيدي مخلوف، تاجرونة، الغيشة، بريدة، تاويالة.

1) موقع الرمايلية:

من بين التحف الأثرية لعهد ما قبل التاريخ محطة واد الرمايلية التي هي أيضا تعد من أهم محطات الرسوم الحجرية على مستوى الأطلس الصحراوي، وهي بذلك مصنفة عالميا ضمن المعالم الأثرية بها مجموعتان من النقوش، فيها لوحات تمثل: أسود، غزال،

¹ فوزي عبد الرحمان الفخراني، مرجع سبق ذكره، ص 09.

زرافة، فيلة بالصخور الباقية على حالتها كما يوجد على الربوة التي تحتوى الرسومات
حجارة متراكمة تشكل رأس أرانب و سكنات ما قبل التاريخ (الأطلال)

(2) معالم جنائزية:

تعود إلى فجر التاريخ، وهذه المعالم هي طريقة لدفن الميت. " tumulus " يرجع تاريخها
إلى 7000 سنة وربما لـ 10000 سنة قبل الميلاد.. تقع المحطة بواد الرمايلية على بعد
06 كلم شمال غربي بلدية سيدي مخلوف، ولاية الأغواط، اكتشفت لأول مرة من طرف
أستاذ أجنبي، وبلغ بها نقابة المبادرة في الجانب السياحي بالجلفة، وأعيد اكتشافها رسميا
سنة 1974 من طرف الأنسة دامور " damour " مستوطنة بمدينة الجلفة وأخضعتها
لدراسة أثرية تاريخية.

تواجدت هذه المعالم الجنائزية " tumulus " بسيدي مخلوف و تاجموت، تاجرونة
الحويطة ، الميلىق الخ لم تخضع هذه الصروح الجنائزية إلى دراسات إلا بداية من
سنة 2005 ، بحيث عرفت حفريات و دراسات معمقة في الميدان من طرف طلبة في
علم الآثار بجامعة الجزائر.

حظيرة الحصباية: وهي تحفة أثرية للنقوش الصخرية، فهي تعتبر أهم محطة للرسومات
الحجرية على مستوى الأطلس الصحراوي متكونة من أربع لوحات صخرية أبدع فيها
فنانون ما قبل التاريخ، كما تعتبر مدرسة للباحثين والمتخصصين حيث تجد بها رسوم

لحيوانات مختلفة نذكر منها: الفيلة، النعام، الغزال، الأسود، وحيد القرن بها لوحة طولها 40 متر وعرضها 10 أمتار.

قصر الحجاج: يضم القصر ثلاثة احياء وهي "زقاق الحجاج" والحي الأوروبي وحي الغربية، وقد بني على يد حاج عيسى "الأب الروحي للمدينة" والمدعو بن ابراهيم الذي قدم من تلمسان سنة 1698 فجمع الأغواطيين في قصر واحد بعدما كانوا متفرقين في قصور مختلفة. ونجد في القصر بعضا من دور العبادة التي تعد تحفا اثرية ومنها مسجد الدراويش ومسجد الصفاح الذي بني سنة 1874 ويعتبر أول مسجد بالمنطقة بمئذنة إضافة لأضرحة لبعض الشخصيات والأولياء الصالحين مثل قبة سيدي عبد القادر، التي بنيت سنة 1898 وتمثل أيضا فضاء تلتقي فيه النسوة، بحيث كان يوضع قماش أخضر فوقه حتى يعلم الرجال بوجود النساء في الضريح وهناك أيضا ضريح سيدي حاج عيسى وابنه. وخلاصة القول فيما يخص القصور في الاغواط والتي تحدثنا عن قصر زقاق الحجاج نموذجا فهي تضم بالإضافة اربعة وخمسين قصرا امازيغيا غير مصنفة توجد في الجبال وقرب الوديان.

المطلب السادس: آليات المحافظة على المناطق الأثرية:

إن واجب المحافظة على المواقع الأثرية من العبث، والتخريب يعتبر من أولى الواجبات وأكثرها أهمية، وهذا الواجب غير منوط بجهة معينة دون الجهات الأخرى، حيث يقع على عاتق الجميع. لعلّ الدول، والحكومات هي أكثر الجهات تحملاً لمسؤولية

المحافظة على المواقع الأثرية التي تقع ضمن حدودها، وذلك من خلال عملها الدؤوب على تنظيفه، وترتيبه، وتهيئته لاستقبال الزوار، إلى جانب تعريف العالم عليه؛ إحياءً له، وجذباً للسياح. كما أن المواطنين مسؤولون أيضاً عن المواقع الأثرية، وذلك من خلال عدم العبث بها، أو تخريبها؛ خاصة وأن هذه المواقع تعتبر إرثاً وطنياً هاماً، وحساساً، ويجب ألا تكون في أي وقت من الأوقات عرضة لأنواع العبث المختلفة.¹

¹ عبد المعز شاهين، طرق صيانة وترميم الآثار، مرجق سبق ذكره، ص 179.

خلاصة الفصل:

تعتبر المواقع الأثرية موروث حضاري يعكس أصالة المجتمع، وما يجب تحديداً تعزيز البعد السياحي المحلي لاكتشاف المدينة بأكثر عمق ووضوح، ومنه نستخلص أنّ للمواقع الأثرية دور بارز في التعريف بالمقومات الوطنية والهوية الدينية والعرقية واللغوية.

الفصل الثالث:

عرض نتائج الدراسة

الميدانية

تمهيد:

في هذا الفصل سيتم عرض نتائج الدراسة وتحليل البيانات الإحصائية الواردة من خلال نتائج الإجابات التي أدى بها المبحوثين على بنود الاختبار (الاستبيان) ثم تفسير النتائج على ضوء تساؤلات البحث باستخدام القياسات والتحليلات الإحصائية ثم عرض النتائج المتحصل عليها في جداول مرتبة ونختم بمجموعة أو جملة من الاقتراحات.

المبحث الأول: عرض نتائج محاور الدراسة:

المطلب الأول: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 05 يوضح مدى استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك

النسبة	التكرار	استخدام حساب الفيسبوك
73%	73	دائماً
14%	14	أحياناً
13%	13	أبداً
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول رقم 05 نلاحظ أن نسبة 73% تمثل الطلبة الذين دائماً ما يستخدمون حساب الفيسبوك، بينما تشير النسبة 14% إلى الطلبة الذين أحياناً ما يستخدمون حساب الفيسبوك، في حين نجد أن نسبة 13% تشير إلى الطلبة الذين لا يستخدمون حساب الفيسبوك مطلقاً، نستشف من خلال نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد العينة من الطلبة يستخدمون حساب الفيسبوك الذي يعتبر الأشهر من بين مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة استخدامه ولوجود صفحات مختلفة تساعد الطلبة على تلبية حاجياتهم من خلال استخداماتهم المتنوعة، ولعل الفيسبوك يتمتع بخاصية المرونة والسهولة في الاستخدام ومشاركة مختلف اليوميات في شتى المجالات، لذلك من خلال الدراسة الاستطلاعية ومن خلال النتائج الميدانية تحقق اختيار الفيسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي لإبراز المناطق الأثرية التي تزخر بها بولاية الأغواط.

الجدول رقم 06 يوضح الأوقات التي يستخدم فيها أفراد العينة حساب الفيسبوك

النسبة	التكرار	أوقات استخدام الفيسبوك
11%	11	صباحاً
17%	17	مساءً
26%	26	ليلاً
46%	46	كل الأوقات
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أن نسبة 46% إلى أفراد العينة الذين يستخدمون حساب الفيسبوك في كل الأوقات، بينما تشير نسبة 26% إلى أفراد العينة الذين يستخدمون حساب الفيسبوك ليلاً، فيما تشير نسبة 17% إلى أفراد العينة الذين يستخدمون حساب الفيسبوك مساءً، في حين نجد أن نسبة 11% تشير إلى أفراد العينة الذين يستخدمون حساب الفيسبوك صباحاً، يتضح لنا من خلال القراءات الإحصائية لنتائج الدراسة الإمبريقية أن غالبية مستخدمي الفيسبوك يستخدمونه في كل الأوقات باعتباره الموقع الأمثل والأنسب الذي من خلاله يتم الاطلاع على مختلف الموضوعات ويتفاعلون معها، فيما بعض الاستخدامات في أوقات مخصوصة فهذا راجع إلى أن الطلبة منشغلين بالدراسة أو العمل لأن غالبية المستخدمين يمتلكون هواتف ذكية للولوج إلى حساب الفيسبوك في كل وقت، مما يعزز طبيعة استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك الذي يعد الأشهر من بين مواقع التواصل الاجتماعي، واستغلاله من حيث الترويج لبعض المناطق الأثرية الموجودة بولاية الأغواط والتعريف بها كون غالبية المجتمع يمتلكون حساب فيسبوك ويطلعون على كل ما يتضمن من موضوعات وفيديوهات ومشاركات لصفحات مختلفة.

الجدول رقم 07 يوضح نوع مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد العينة

نوع الموقع المفضل	تكرار	نسبة
الفيسبوك	44	44%
الانستغرام	24	24%
تويتر	-	-
تيك توك	32	32%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة 44% تمثل الطلبة الذين يعتبر الفيسبوك المفضل لديهم ضمن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، بينما تشير نسبة 32% إلى الطلبة الذين يفضلون استخدام التيك توك من بين المواقع الأخرى، أما نسبة 24% فهي تشير إلى الطلبة الذين يفضلون الانستغرام من بين المواقع الأخرى، في حين أن الطلبة الجامعيين لا يفضلون استخدام تويتر مطلقاً، يتبين لنا مما سبق أن غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يفضلون استخدام الفيسبوك كونه يتميز بالسهولة والمرونة في الاستخدام وأكثر المواقع شهرة واستخداماً حيث يتم من خلال الصفحات والمجموعات عرض فيديوهات أو منشورات تلبي رغبة وحاجيات مستخدميها، كما أن إمكانية استغلال الفيسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة في أوساط المجتمع لإبراز المناطق والمواقع الأثرية التي تزخر بها ولاية الأغواط، هذا لا ينفي دور بعض مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في التعريف بالمناطق الأثرية، وإنما كون الفيسبوك الأكثر استخداماً تم الاعتماد عليه في الترويج السياحي للمنطقة واستقطاب سياح لإعطائها القيمة المستحقة وللحفاظ على الموروث المادي.

الجدول رقم 08 يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل في إبراز المواقع الأثرية بالولاية

النسبة	التكرار	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية
67%	67	نعم
33%	33	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 أن نسبة 67% تمثل أفراد العينة الطلبة الذين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إبراز المناطق الأثرية بولاية الأغواط، في حين نجد أن نسبة 33% تشير إلى أفراد العينة الطلبة الذين لا يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إبراز المواقع الأثرية بالولاية، نستشف من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن غالبية أفراد العينة من الطلبة يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إبراز المواقع والمناطق الأثرية بالولاية، وهذا مؤشر واضح لمدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المناطق الأثرية والتعريف بها والترويج لها وجعلها قبلة سياحية كمنطقة الغيشة إذا ما افترضنا جدلاً أنها أصبحت قبلة للعديد من السياح المحليين وحتى الأجانب ومن هنا يبرز الدور الأساسي لمواقع التواصل الاجتماعي في استغلال مختلف التطبيقات للتعريف بمختلف المواقع الذي ينمي روح المواطنة من خلال المحافظة على المقومات المادية التي تتمتع بها ولاية الأغواط، والتي شهدت مؤخراً نهضة لا بأس بها، وذلك لقيام بعض الصفحات الخاصة بنشر بعض الفيديوهات والصور مع إضافة بعض التعليقات التي تعزز الرغبة في التعرف على المواقع الأثرية التي تزخر بها ولاية الأغواط بمختلف أنواعها أثرية طبيعية كانت أم أثرية دينية ... الخ.

المطلب الثاني: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني المتعلق ب: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري التاريخي لولاية الأغواط.

الجدول رقم 09 يوضح المواقع الأثرية التي يهتم بها رواد مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	المواقع الأثرية المهمة من طرف رواد مواقع التواصل الاجتماعي
39%	39	العمارات والقصور الأثرية
32%	32	المتاحف
11%	11	الأضرحة والتماثيل
18%	18	المغارات الأثرية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Sps.

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 39% تمثل الطلبة الذين يرون بأن المواقع الأثرية المهمة من طرف رواد مواقع التواصل الاجتماعي العمارات والقصور الأثرية، بينما نجد أن نسبة 32% تشير إلى الطلبة الذين يرون بأن المواقع الأثرية المهمة من طرف رواد مواقع التواصل المتاحف، أما نسبة 18% فهي تشير إلى الطلبة الذين يرون بأن المواقع الأثرية المهمة من طرف رواد مواقع التواصل المغارات الأثرية، في حين نجد نسبة 11% تمثل الطلبة الذين يرون أن المواقع الأثرية المهمة من طرف رواد مواقع التواصل

الأضرحة والتماثيل، ومنه يتضح أنّ غالبية أفراد العينة يرون أن العمارات والقصور هي أكثر المواقع الأثرية اهتماماً لما تعكسه من هوية حضارية وتاريخية للمنطقة.

الجدول رقم 10 يوضح الصفحات المهمة بالمقومات الأثرية التاريخية في المدينة

النسبة	التكرار	الصفحات التي تهتم بالمقومات الأثرية التاريخية في المدينة
78%	78	نعم
22%	22	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول رقم 10 نلاحظ أنّ نسبة 78% تمثل أفراد العينة الطلبة الذين يرون بأنه توجد صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالمقومات الأثرية التاريخية بمدينة الأغواط، على عكس ما جاءت به نسبة 22% التي تشير إلى أفراد العينة الطلبة الذين لا يرون بوجود صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالمقومات الأثرية التاريخية بمدينة الأغواط، وعليه فإنّ الغالبية الكبرى من الطلبة يؤكدون على وجود صفحات تهتم بنشر المقومات الأثرية التاريخية للمدينة مما يعكس مدى اهتمام الطلبة بصفحات تهتم بنشر وتداول كل ما يتعلق بالمدينة من جانب تاريخي كعرض بعض المخطوطات أو صور نادرة، وهذا يرسخ آليات المحافظة على الموروث التاريخي والحضاري للولاية، ويعزز مدى تمسك الطلبة بموروثهم التاريخي ويزيد من مكتسباتهم الثقافية والعلمية حول تاريخ ولايتهم.

الجدول رقم 11 يوضح الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية

النسبة	التكرار	الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية
20%	20	الصور
22%	22	الروبورتاجات
47%	47	فيديوهات
11%	11	مقالات
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 47% تمثل الطلبة الذين يرون أن الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية الفيديوهات، بينما تشير نسبة 22% إلى الطلبة الذين يرون أن الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية الروبورتاجات، أما نسبة 20% فهي تشير إلى الطلبة الذي يرون أن الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية الصور، في حين نجد أن نسبة 11% تشير إلى الطلبة الذين يرون أن الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية المقالات. ومنه يتضح أن غالبية أفراد العينة من الطلبة يرون أن الوسائط الأكثر فعالية لإبراز المواقع الأثرية الفيديوهات والروبورتاجات والصور كونهم ذات تأثير كبير على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا يساعد على توضيح المواقع والمناطق بصورة أكثر دقة.

الجدول رقم 12 يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في جذب الانتباه حول المقومات التاريخية والأثرية السياحية

النسبة	التكرار	دور مواقع التواصل الاجتماعي في جذب الانتباه حول المقومات التاريخية والأثرية السياحية
67%	67	نعم
33%	33	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول رقم 12 نلاحظ أن نسبة 67% تمثل أفراد العينة الطلبة الذين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في جذب انتباههم حول المقومات التاريخية والأثرية السياحية، بينما تشير النسبة 33% إلى أفراد العينة الطلبة الذين لا يرون بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في جذب انتباههم حول المقومات التاريخية والأثرية السياحية بالمدينة. وعليه نستشف أن الغالبية الكبرى من الطلبة يؤكدون على الدور الفاعل والبارز لمواقع التواصل الاجتماعي في جذب انتباههم لوجهات سياحية أثرية تاريخية بالمدينة مما يؤكد النتيجة الإيجابية التي ساهمت من خلالها بعض الصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي على تنوير مختلف المستخدمين بمواقع أثرية سياحية جذبت اهتماماتهم للذهاب أو القيام برحلة سياحية.

الجدول رقم 13 يوضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف
بالمقومات التاريخية والأثرية للمدينة

النسبة	التكرار	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية في المدينة
53%	53	تأثير إيجابي
32%	32	تأثير سلبي
15%	15	لا يوجد تأثير
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول رقم 13 نلاحظ أن نسبة 53% تمثل الطلبة الذين يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية بالمدينة له تأثير إيجابي عليهم، بينما تشير النسبة 32% إلى الطلبة الذين يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية بالمدينة له تأثير سلبي، في حين نجد أن نسبة 15% تشير إلى الطلبة الذين لا يرون بوجود تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية بالمدينة. يتضح لنا من خلال ما سبق الدور الأساسي الذي تساهم به مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية السياحية التاريخية لولاية الأغواط والتأثير الإيجابي على مستخدمي هذه المواقع في تحديد مختلف المواقع والمناطق.

المطلب الثالث: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث المتعلق ب: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري الديني للمدينة.

الجدول رقم 14 يوضح الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي
23%	23	المساجد القديمة
20%	20	الزوايا
34%	34	الكتاتيب
23%	23	الكنيسة الاستعمارية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 34% تمثل الطلبة الذين يرون أنّ الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي الكتاتيب، بينما تشير نسبة 23% إلى الطلبة الذين يرون أنّ الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي المساجد القديمة والكنيسة الاستعمارية (المتحف البلدي حالياً)، أمّا نسبة 20% فهي تشير إلى الطلبة الذين يرون أنّ الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي

الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي الزوايا. ومنه يتضح أن جميع النسب متقاربة مما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بإنعاش السياحة الدينية.

الجدول رقم 15 يوضح مدى كمية المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حول المقومات الدينية الأثرية

النسبة	التكرار	المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي لك حول المقومات الدينية الأثرية
70%	70	كافية
30%	30	غير كافية
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول رقم 15 نلاحظ أن نسبة 70% تمثل الطلبة الذين يرون أن المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حول المقومات الدينية الأثرية كافية، بينما نجد نسبة 30% تشير إلى الطلبة الذين يرون أن المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حول المقومات الدينية الأثرية غير كافية. يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن غالبية أفراد العينة من الطلبة يعتبرون أن المعلومات الدينية الأثرية التي تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بعرضها كافية، ومنه يتضح دور تلك المواقع في تعزيز ونشر مقومات الهوية الدينية للمنطقة وتداولها عبر مستخدميها ونشرها للتعريف بها وللمحافظة على الموروث الديني الذي تزخر به المنطقة، بالتالي فيعتبر أفراد العينة من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في تقديم معلومات كافية حول المعلومات الدينية الأثرية الخاصة بالمنطقة.

الجدول رقم 16 يوضح درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمقومات الأثرية الدينية للمدينة.

النسبة	التكرار	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمقومات الأثرية الدينية للمدينة
61%	61	تأثير إيجابي
20%	20	تأثير سلبي
19%	19	لا يوجد تأثير
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 61% تمثل أفراد العينة الذين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية له تأثير إيجابي، بينما نجد نسبة 20% تشير إلى الطلبة الذين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية له تأثير سلبي، في حين نجد أن نسبة 19% تشير إلى الطلبة الذين يرون بأنه لا يوجد تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية. نستشف مما سبق من قراءات الجدول أن غالبية الطلبة يقرون بالتأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية مما يعني أن مساهمة هذه المواقع في نقل والمحافظة على الهوية الدينية دور كبير.

الجدول رقم 17 يوضح درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة

لا	نعم	درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة
63%	63	كبيرة
23%	23	متوسطة
14%	14	محدودة
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 63% تمثل أفراد العينة الذين يرون أن درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة كبيرة، بينما نجد أن نسبة 23% تشير إلى أفراد العينة الذين يرون أن درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة متوسطة، في حين نجد أن نسبة 14% تشير إلى أفراد العينة الذين يرون أن درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة محدودة. ومنه نستخلص أن مواقع التواصل الاجتماعي لها درجة فعالية كبيرة في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة.

المطلب الرابع: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع المتعلق ب: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد السياحي للمدينة.

الجدول رقم 18 يوضح العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي
30%	30	العادات والتقاليد
24%	24	التظاهرات الثقافية
17%	17	الموسيقى الشعبية
19%	19	الصناعات التقليدية
20%	20	الأدب والشعر
-	-	التراث المادي واللامادي
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 30% تمثل الطلبة الذين يرون أن العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي العادات والتقاليد، بينما تشير النسبة 24% إلى الطلبة الذين يرون أن العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا

عبر مواقع التواصل الاجتماعي التظاهرات الثقافية، أما نسبة 20% فهي تشير إلى الطلبة الذين يرون أن العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأدب والشعر، فيما نجد أن نسبة 19% تشير إلى أن العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الصناعات التقليدية، في حين نجد أن نسبة 17% تشير إلى الطلبة الذين يرون أن العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الموسيقى الشعبية. ومنه نستنتج أن النسب متقاربة في العناصر الثقافية الأكثر جذبا وعليه يمكن الإشادة بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في العناصر الثقافية التي تقوم بنشرها للترويج السياحي.

الجدول رقم 19 يوضح القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
18%	18	الإعلان
20%	20	نشر المعلومات
34%	34	الفيديوهات
28%	28	الصور
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 34% تمثل الطلبة الذين يرون أنّ القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيديوهات، بينما تشير نسبة 28% إلى الطلبة الذين يرون أنّ القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الصور، أمّا نسبة 20% فهي تشير إلى الطلبة الذين يرون أنّ القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي نشر المعلومات، في حين نجد أنّ نسبة 18% تشير إلى الطلبة الذين يرون أنّ القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الإعلانات. ومنه نستخلص أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بكل القوالب للترويج السياحي.

الجدول رقم 20 يوضح النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الأكثر إقناعاً لقيامك برحلة سياحية.

النسبة	التكرار	النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر إقناعاً لقيامك برحلة سياحية
54%	54	نشاط رحلة سياحية تابعة لجمعية
23%	23	نشاط رحلة مع أصدقائك
23%	23	نشاط رحلة مع العائلة
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات برنامج Spss.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 54% تمثل أفراد العينة الذين يرون أن النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الأكثر إقناعاً للقيام برحلة سياحية هو نشاط رحلة سياحية تابعة لجمعية، بينما نجد أن نسبة 23% تشير إلى الطلبة الذين يرون أن النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الأكثر إقناعاً للقيام برحلة سياحية هو نشاط رحلة مع الأصدقاء، وكذلك ذاتها النسبة 23% التي تشير إلى الطلبة الذين يرون أن النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الأكثر إقناعاً للقيام برحلة سياحية هو نشاط رحلة مع العائلة. ومنه نستخلص أن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي كبيرة وفعالة في القيام برحلات سياحية خاصة أو نشاطات تابعة لجمعية من قبل الطلبة.

الاستنتاج العام:

- 1) غالبية أفراد العينة من الطلبة يستخدمون حساب الفيسبوك الذي يعتبر الأشهر من بين مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة استخدامه ولوجود صفحات مختلفة تساعد الطلبة على تلبية حاجياتهم من خلال استخداماتهم المتنوعة
- 2) غالبية مستخدمي الفيسبوك يستخدمونه في كل الأوقات باعتباره الموقع الأمثل والأنسب الذي من خلاله يتم الاطلاع على مختلف الموضوعات ويتفاعلون معها
- 3) غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يفضلون استخدام الفيسبوك كونه يتميز بالسهولة والمرونة في الاستخدام وأكثر المواقع شهرة واستخداما حيث يتم من خلال الصفحات والمجموعات عرض فيديوهات أو منشورات تلبي رغبة وحاجيات مستخدميها
- 4) أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إبراز المواقع والمناطق الأثرية بالولاية، وهذا مؤشر واضح لمدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المناطق الأثرية والتعريف بها والترويج لها وجعلها قبلة سياحية
- 5) غالبية أفراد العينة يرون أن العمارات والقصور هي أكثر المواقع الأثرية اهتماما لما تعكسه من هوية حضارية وتاريخية للمنطقة
- 6) وجود صفحات تهتم بنشر المقومات الأثرية التاريخية للمدينة مما يعكس مدى اهتمام الطلبة بصفحات تهتم بنشر وتداول كل ما يتعلق بالمدينة من جانب تاريخي كعرض بعض المخطوطات أو صور نادرة
- 7) الوسائط الأكثر فعالية لإبراز المواقع الأثرية الفيديوهات والروبورتاجات والصور كونهم ذات تأثير كبير على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
- 8) لمواقع التواصل الاجتماعي في جذب انتباههم لوجهات سياحية أثرية تاريخية بالمدينة مما يؤكد النتيجة الإيجابية التي ساهمت من خلالها بعض الصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي

- (9) مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية السياحية التاريخية لولاية الأغواط والتأثير الإيجابي على مستخدمي هذه المواقع في تحديد مختلف المواقع والمناطق.
- (10) مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بإنعاش السياحة الدينية
- (11) مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا بارزا في تقديم معلومات كافية حول المعلومات الدينية الأثرية الخاصة بالمنطقة
- (12) غالبية الطلبة يقرون بالتأثير الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية مما يعني أنّ مساهمة هذه المواقع في نقل والمحافظة على الهوية الدينية دور كبير
- (13) درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة محدودة
- (14) يمكن الإشادة بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في العناصر الثقافية التي تقوم بنشرها للترويج السياحي
- (15) القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الإعلانات
- (16) النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الأكثر إقناعاً للقيام برحلة سياحية هو نشاط رحلة مع العائلة

الخاتمة:

الخاتمة

سعيًا في هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوع الساعة والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، التي كثر الاهتمام بها من قبل الباحثين والدارسين، عدى عن الرواج والشعبية التي تحظى بها لدى مختلف شرائح المجتمع الجزائري كالطلبة الجامعيين، وقد ركزنا على هذه الفئة نظرًا لما تملكه من طاقات وإمكانيات علمية، فكرية وثقافية، وبما أنه أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دور في إبراز المناطق الأثرية من خلال الفيديوهات، الصور، الريبورتاجات، المقالات... الخ، حاولنا التعرف عليه في دراستنا هذه، أي الكشف

عن طبيعة دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية هل هي إيجابية أم سلبية.

وبعد قيامنا بهذا العمل البحثي توصلنا إلى أن أغلبية الطلبة يؤكدوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إبراز المواقع الأثرية، وتجذب انتباههم حول المقومات التاريخية والأثرية، كما أن هذه المواقع تأثر بشكل إيجابي على التعريف بالمقومات السياحية الدينية في الجزائر، وملمة بكل جوانب العناصر الثقافية فيها. وعموما توحى هذه النتائج إلى أن الطلبة المبحوثين يؤكدون على الدور الإيجابي والفعال الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية، وفي الأخير نحسب دراستنا هذه ما هي إلا محاولة بسيطة تمهد الطريق لإجراء دراسات وبحوث مستقبلية بتوجهات منهجية ونظرية تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة لإعطاء صورة أوضح وأشمل بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- 1) أحمد حافظ نجم ومحمد كمال عمارة: دليل الباحث بدون طبعة، دار المريخ للنشر، السعودية ، 1988، ص 1
- 2) أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قيم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص 63
- 3) أزهرى مصطفى صادق، نظريات في علم الآثار، مطبوعة 21 فيفري 2012. كامل حيدر، المرجع السابق، ص 17.
- 4) باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، ط1، 2009م، ص 121.
- 5) باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 130.
- 6) برخينيا باخه ديل بوثو، علم الآثار وصيانة الأدوات والمواقع الأثرية وترميمها، ترجمة خالد غنيم، بيسان، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2002 ص 05.
- 7) بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، جامعة الامارات، 2012، ص 15.
- 8) تعتبر الجزائر من الدول التي أمضت على اتفاقية التراث العالمي وذلك سنة 1972، ثم تلتها خطوة ثانية وهي إصدار قانون التراث الوطني وهو 98/04 المؤرخ في 15 جوان 1998 الذي جاء ليُلغى أحكام الأمر 67-281-المتعلق بالبحث والحفظ على المواقع التاريخية والطبيعية الذي كان ساري المفعول قبل 37 سنة.
- 9) تقي الدباغ، مقدمة في علم الآثار، الموسوعة الصغيرة، العدد، 88 دار الحرية للطباعة، بغداد، شباط، 1981، ص 75.
- 10) جازية كيران، محاضرات في المنهجية لطلاب علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016، ص 54.

- (11) جبران مسعود، الرائد معجم ألفبائي في اللغة والإعلام، دار النشر للملايين، بيروت، ط 3، 2005، ص 112.
- (12) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2015، ص 34.
- (13) جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك، 2014، ص 20
- (14) جيهان حداد، المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة اربد: دراسة أنثروبولوجية، جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002م. ص 54.
- (15) خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية-ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص 35
- (16) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، (الطبعة الأولى، 1434 هـ / 2013، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن)، ص 20
- (17) رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية قسنطينة، الجزائر ، 2008 ، ص 176
- (18) زكي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم مناهج وأساليب البحث العلمي، بدون طبعة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن ، 2000 ، ص 4
- (19) زيدان عبد الكافي، المدخل إلى علم الآثار، مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 20.
- (20) سعد غراب، كيف نهتم بالتراث، سلسلة تصدر بالتعاون مع وزارة الثقافة والإعلام، الدار التونسية للنشر، 1990، ص 13.
- (21) عاصم محمد رزق، علم الآثار بين النظرية والتطبيق، مكتبة مدبولي، 1998، ص 18-19

- (22) عاصم محمد رزق، علم الآثار بين النظرية والتطبيق، مكتبة مدبولي، ص 18.
- (23) عباس صادق، الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات -، الشروق، عمان، ط 1، 2008، ص 157.
- (24) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1، دار صفاء، عمان، 2015، ص 65. 66.
- (25) عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات، دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، البلدة، العدد، 2016، ص 12.
- (26) عبد المعز شاهين، طرق صيانة وترميم الآثار، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 173.
- (27) علي حسن، الموجز في علم الآثار، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993 ص 12.
- (28) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2014، ص 59.
- (29) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2014، ص 59.
- (30) علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز الدراسات العربية، بيروت، 2007، ص 75.
- (31) غلين دانيال، موجز تاريخ علم الآثار، ترجمة عباس سيد أحمد محمد علي، الطبعة الأولى، دار الفيصل، الثقافية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1421هـ-2000م، ص 17.
- (32) فؤاد أفرام البستاني، منجد الطلاب، دار الشروق، بيروت، دت، ص 211.
- (33) فوزي عبد الرحمان الفخراني، الرائد في فن التنقيب على الآثار، جامعة خان يونس، الطبعة الثانية، بنغازي، 1993، ص 6.

- (34) قادوس عزت زكي أحمد، علم الحفائر وفن المتاحف، مطبعة الحضري، الإسكندرية، 2004، ص 32.
- (35) قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008، ص 77.
- (36) كامل حيدر، منهج البحث الأثري والتاريخي، الطبعة الأولى، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995، ص 13.
- (37) كامل حيدر، منهج البحث الأثري والتاريخي، الطبعة الأولى، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995، ص 13-14.
- (38) ماهر عودة الشمالية وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الأعمار للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2015، ص 200.
- (39) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 1995، ص 395.

اللاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع: استمارة استبيان

تعد الاستمارة التي بين أيديكم جزءاً من بحث يندرج ضمن مشروع مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص: اتصال وعلاقات عامة، بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المواقع الأثرية بمدينة الأغواط (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال"، والمعلومات التي يحتويها هذا الاستبيان تعتبر ضرورية، لهذا نرجو من الطلبة الأعضاء الإجابة عن جميع هذه الأسئلة بكل عناية ووضوح، وذلك بوضع علامة X على الإجابة المناسبة.

ونحيطكم علماً أنّ اجابتم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، شاكرين تعاونكم معنا لخدمة البحث العلمي.

تحت إشراف الدكتور:

إعداد الطالبين:

- طريف عطاء الله

- شداد رملية

- زغودي مختار

السنة الدراسية 2024/2023

البيانات الشخصية للمبحوثين

1. الجنس:

ذكر أنثى

2. السن:

أقل من 25 سنة من 25 سنة إلى 30

من 31 سنة إلى 35 سنة أكثر من 35 سنة

3. المستوى العلمي:

الليسانس الماجستير الدكتوراه

4. التخصص العلمي:

إعلام واتصال تاريخ علوم إسلامية

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

5. هل تستخدم حساب الفيسبوك؟

دائماً أحياناً نادراً

6. منذ متى وأنت تستخدم حساب الفيسبوك؟

منذ سنة منذ سنتين منذ ثلاث سنوات

7. ما هي الأوقات التي تستخدم فيها الفيسبوك؟

صباحاً مساءً ليلاً كل الأوقات

8. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديك؟ رتبها حسب الأولوية:

الفيسبوك انستغرام تويتر تيك توك

9. هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز المناطق الأثرية بولاية الأغواط؟

نعم لا

المحور الثاني: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري التاريخي للمدينة.

10. هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعنى بالترويج الإعلامي والاتصالي لولاية

الأغواط؟

نعم لا

❖ في حال الإجابة بنعم في رأيك لماذا؟

لأنها وسيلة من وسائل العصر لأنها توفر الجهد والسرعة في نقل الصورة

❖ في حال الإجابة ب "لا" في رأيك لماذا؟

- لأنّ جل مستخدميها لا يحسنون الترويج للمناطق الأثرية

- نقص خبرة المستخدمين للمواد الترويجية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- غياب المعلومات التاريخية والإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

11. هل ترى ضرورة تبني الجهات الرسمية جل الوسائط الإعلامية والاتصالية لإبراز

المواقع الأثرية بالأغواط؟

نعم لا

❖ في حال الإجابة ب "نعم" كيف ذلك؟

- تعزيز تكوين الأخصائيين في مواقع التواصل الاجتماعي

- جرد كافة المواقع الأثرية وربطها بدليل معلوماتي شامل

❖ في حال الإجابة ب "لا" كيف ذلك؟

- أرى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي غير كافية لإبراز المواقع الأثرية

- المواقع الأثرية شاهدة للعيان ولا داعي لإبرازها

- المواقع الأثرية بالأغواط لا تشكل زخم أثري على الإطلاق

12. ما هي المواقع الأثرية والمعالم التاريخية التي يهتم بها رواد مواقع التواصل

الاجتماعي؟

العمارات والقصور الأثرية المتاحف

الأضرحة والتماثيل المغارات الأثرية

13. هل توجد صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالمقومات الأثرية التاريخية في

المدينة؟

نعم لا

❖ إذا كانت الإجابة "بنعم" هل أنت متابع لهذه المواقع؟

نعم لا

14. هل تشارك الآخرين هذه المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

دائماً أحياناً أبداً

❖ إذا كانت الإجابة "بداً" مع من تشارك هذه المنشورات؟

مع الأصدقاء مع المجموعات ترسلها لبعض المواقع

15. ما هي في نظرك الوسائط الأكثر فعالية في التعريف بالمقومات التاريخية والأثرية؟

الصور الروبورتاجات فيديوهات مقالات

16. هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في جذب انتباهك حول المقومات التاريخية

والأثرية السياحية في مدينة الاغواط؟

نعم لا

17. كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمقومات التاريخية

والأثرية في المدينة؟

تأثير إيجابي تأثير سلبي لا يوجد تأثير

المحور الثالث: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد الأثري الديني للمدينة.

18. ما هي الأماكن الدينية ذات الطابع السياحي الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل

الاجتماعي بالأغواط؟

المساجد القديمة الزوايا الكتاتيب الكنيسة الإستعمارية

أخرى أذكرها.....

19. هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً موثقاً للتعريف بالمقومات الأثرية

الدينية للمدينة؟

نعم لا

20. في رأيك هل المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي لك حول المقومات

الدينية الأثرية؟

كافية غير كافية

21. ما طبيعة محتوى هذه المعلومات؟

تاريخية ثقافية توعوية تعليمية

22. كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التعريف بالمقومات الأثرية الدينية للمدينة؟

تأثير إيجابي تأثير سلبي لا يوجد تأثير

23. ما درجة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات الأثرية الدينية الموجودة بالمدينة؟

كبيرة متوسطة محدودة

المحور الرابع: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز البعد السياحي للمدينة.

24. ما هي العناصر الثقافية ذات الطابع السياحي الأكثر جذبا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

العادات والتقاليد التظاهرات الثقافية الموسيقى الشعبية
الصناعات التقليدية الأدب والشعر التراث المادي واللامادي

25. في رأيك هل مواقع التواصل الاجتماعي تغطي كل جوانب العناصر السياحية في المدينة؟

نعم لا

26. ما هي القوالب الإعلامية التي من خلالها يتم الترويج للمقومات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الإعلان نشر المعلومات الفيديوهات الصور

27. هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي ساعدك على التعرف على المقومات السياحية في مدينة الاغواط؟

نعم لا

28. هل كان لمواقع التواصل الاجتماعي دور في إقناعك برحلة سياحية؟

نعم لا

29. ما هو النشاط السياحي المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر إقناعاً لقيامك برحلة سياحية؟

– نشاط رحلة سياحية تابعة لجمعية

– نشاط رحلة مع أصدقائك

– نشاط رحلة مع العائلة

30. هل سبق وان نشرت على حسابك مادة تتعلق بالسياحة والمواقع السياحية في المدينة؟
نعم لا

31. ما الذي جذبك إلى هذه الصفحات:

– الميل الشخصي للسياحة والأسفار

– محاولة التعرف على المقومات السياحية للمدينة

– الرغبة في القيام برحلات سياحية إلى المناطق السياحية في المدينة

32. كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السياحة والتسويق السياحي لمدينة

الأغواط:

– تأثير إيجابي

– تأثير سلبي

– لا يوجد أي تأثير