

قسم: العلوم الاجتماعية

ميدان: العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة: العلوم الاجتماعية - علم الاجتماع

اختصاص: علم الاجتماع الاتصال

موضوع البحث:

وسائط التواصل الاجتماعي واستخداماتها في العملية الاتصالية

لدى الطالب الجامعي - الأنستغرام أنموذجا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثالثة ليسانس علم الاجتماع

بجامعة محمد البشير الإبراهيمي بوردج بوعريريج

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:

أ. د/ إسماعيل ميهوبي

إعداد الطالبة:

بلحداد كفية

شكر و عرفان

فَإِذَا مَسَّ الْإِنْسَانَ ضُرٌّ دَعَانَا ثُمَّ إِذَا خَوَّلْنَاهُ
نِعْمَةً مِّنَّا قَالَ إِنَّمَا أُوتِيْتُهُ عَلَىٰ عِلْمٍ بَلْ
هِيَ فِتْنَةٌ وَلَكِنَّا أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ (49)
سورة الزمر.

إن هذا العمل ما هو إلا نعمة من نعم الله
التي منّ بها علي، له الحمد والشكر على
عونه وتوفيقه لنا لإتمام هذا البحث:

ثم أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى
أستاذي الفاضل:

" أ.د. إسماعيل ميهوبي "

لما قدمه لي من توجيه وعلم ونصح
الذي كان له الأثر البالغ في تلمين هذا
البحث،
الشكر موصول لأعضاء لجنة المناقشة
الأفاضل،

وكل الشكر والتقدير للطاقم التدريسي
بالكلية لما قدموه لنا من علم وتوجيه
ممتنة لما بذلوه من أجلنا



الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى

واهله ومن وفى اما بعد:

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من كانا النور في

طريقي، والسند في ضعفي، إلى والديّ الكريمين،

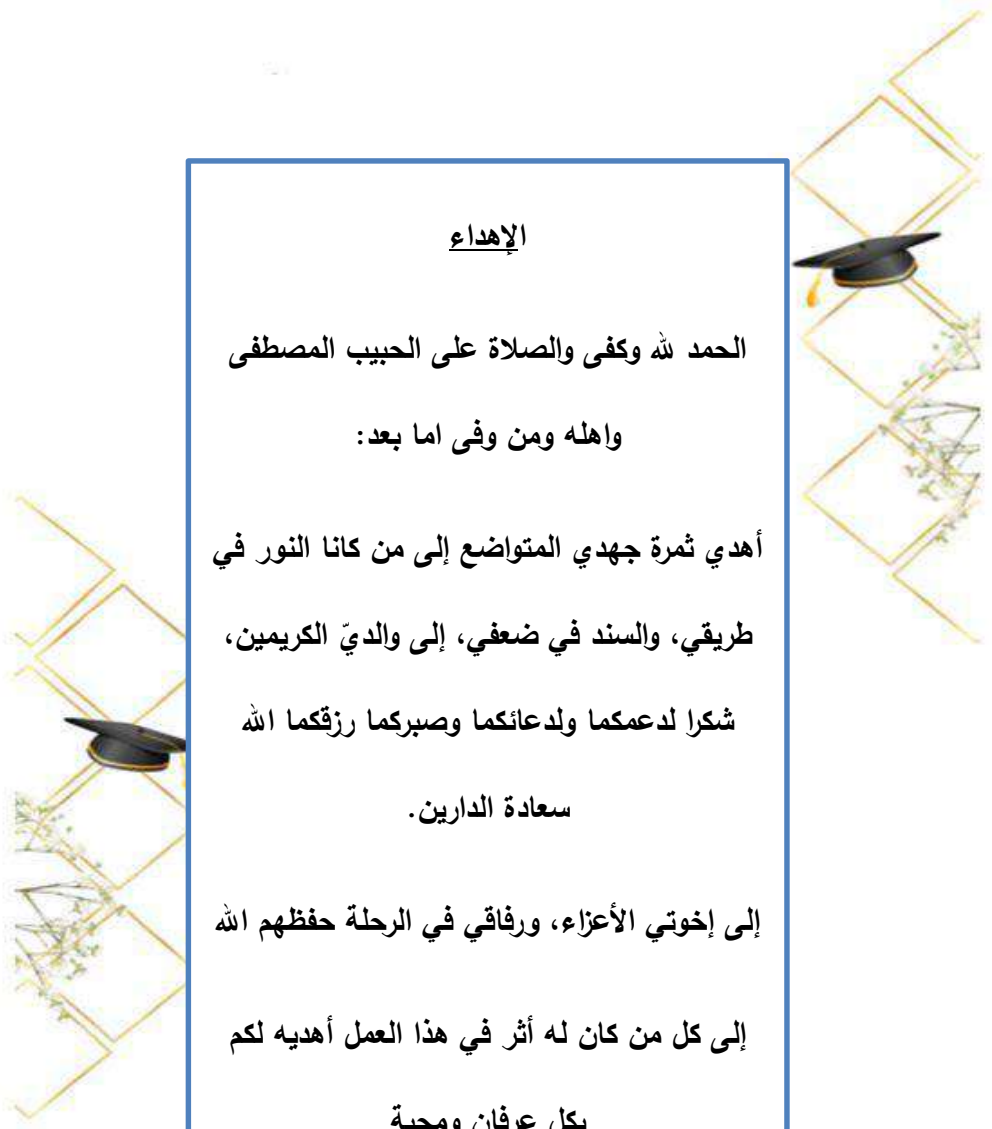
شكرا لدعمكما ولدعائكما وصبركما رزقكما الله

سعادة الدارين.

إلى إخوتي الأعزاء، ورفاقي في الرحلة حفظهم الله

إلى كل من كان له أثر في هذا العمل أهديه لكم

بكل عرفان ومحبة



فهرس المحتويات

الصفحة	العناوين
	شكر و عرفان
	إهداء
2-1	مقدمة
الفصل الأول: عناصر المقاربة المفاهيمية والفكرية النظرية لموضوع الدراسة	
4	1: أسباب اختيار موضوع الدراسة
4	2: أهمية موضوع الدراسة
5	3: أهداف موضوع الدراسة
5	4: الإشكالية
7	5: الفرضيات
8	6: مفاهيم الدراسة
12	7: الأصول الفكرية لموضوع الدراسة
14	8: الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الأنستغرام واستخداماته في العملية الإتصالية لدى الطالب الجامعي	
20	1. سوسيولوجية العملية الإتصالية
20	1.1. مدخل حول الإتصال
21	2.1. محددات نجاح العملية الإتصالية
22	3.1. خصائص العملية الإتصالية
23	المطلب 4: أهداف العملية الإتصالية
24	الوسيط التواصلي الاجتماعي - الأنستغرام
24	1.2. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
25	2.2. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
26	3. الأنستغرام
26	1.3. ماهية الأنستغرام
27	2.3. مميزات الأنستغرام
28	3.3. إيجابيات وسلبيات الأنستغرام
28	4. الطالب في الجامعة الجزائرية

فهرس المحتويات

29	1.4. مدخل حول الجامعة
31	2.4. وظائف وأهداف الجامعة
31	3.4. بعض مشكلات الجامعة والتعليم العالي في الجزائر
32	4.4. الطالب الجامعي
32	4.5. الطالب والحياة الجامعية
	الفصل الثالث: الضوابط المنهجية للدراسة الميدانية
34	1. مجالات الدراسة
34	1. مجتمع الدراسة والعينة
36	2. المنهج المستخدم في الدراسة
36	3. أدوات جمع البيانات
37	5. خصائص عينه الدراسة
45	الفصل الرابع: عرض تحليل، تفسير ومناقشة النتائج
45	1. عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الفرضية الفرعية الأولى
66	2. عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثانية
81	3. عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثالثة
97	النتائج العامة للدراسة.
102	مناقشة نتائج الدراسة في ظل أهداف الدراسة
104	الخاتمة
106	المصادر والمراجع
109	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	رقم وعنوان الجدول
37	جدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس
38	جدول رقم 02: توزيع عينة الدراسة حسب السن
39	جدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب وسط الإقامة
40	جدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب إمتلاك لوسيلة اتصال حديثة.
41	جدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي.
42	جدول رقم 06: توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات إستخدام الأنستغرام في اليوم
45	جدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الانستغرام احد الوسائط التي يستخدمها الطالب في عملياته الاتصالية
46	جدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: المتابعة للحسابات ذات المحتوى التعليمي.
47	جدول رقم 09: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: الإستفادة من منشورات الانستغرام في التعرف على واقع التعليم وخصوصياته في الجامعات الوطنية والعالمية
48	جدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يساعد الطالب الجامعي في التعرف على مختلف شروط التسجيل في مختلف الجامعات الوطنية والعالمية عبر إعلانات التسجيل
50	جدول رقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الانستغرام يفيد في التعرف على التخصصات العلمية المتواجدة بالجامعات الوطنية والعالمية للالتحاق بها
51	جدول رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: الاستفادة من حسابات الأنستغرام التعليمية والتعلمية في الدراسة الجامعية
52	جدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: نوع الحسابات التعليمية التعلمية التي ينشرها الانستغرام وتُتابع عبر صفحاته
53	جدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: التواصل مع الأساتذة وأصحاب محتويات تعليمية عبر الانستغرام
54	جدول رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن المحاضرات العلمية المتخصصة المنشورة تساعد في عملية التعلم
55	جدول رقم 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية يساعد في تطوير المهارات التعليمية
57	جدول رقم 17: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: المهارات التعليمية التي ساهم الأنستغرام في تطويرها من خلال المحتويات التعليمية التي ينشرها
58	جدول رقم 18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن محتويات المصادر والمراجع العلمية تساعد في عمليات البحث العلمي.
59	جدول رقم 19: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يساهم في إضافة عنصر التنوع والجذب في العملية التعليمية.
60	جدول رقم 20: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: يتيح الأنستغرام للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء و مشاركة محتوى تعليمي تفاعلي فعال بينهم
61	جدول رقم 21: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن استخدام الطلبة للأنستغرام يزيد من دافعيتهم نحو التعلم

فهرس الجداول

63	جدول رقم 22: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن منشورات الأنستغرام حول تعليم اللغات الأجنبية تساعد الطالب في عملية اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية
64	جدول رقم 23: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: استخدامات الطالب للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التعليمية والتعلمية
66	جدول رقم 24: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: متابعة بعض الحسابات(الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التثقيفي
67	جدول رقم 25: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يفيد الطالب من خلال منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة المجتمع العام
68	جدول رقم 26: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يفيد الطالب من خلال منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة المجتمعات العالمية
69	جدول رقم 27: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: ان الأنستغرام من خلال منشوراته يسهم في تمسك الطالب بالانتماء إلى خصوصياته الثقافية المجتمعية.
70	جدول رقم 28: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته (المكتوبة والسمعية – البصرية) يذكر الطالب بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي.
72	جدول رقم 29: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: متابعة بعض منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة
73	جدول رقم 30: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: التفاعل مع المنشورات الثقافية عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره.
74	جدول رقم 31: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: تشارك المحتويات الثقافية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحة الأنستغرام.
75	جدول رقم 32: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: ترويج الطلبة عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية.
77	جدول رقم 33: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: التفاعل والتعبير عن آرائك حول القضايا الثقافية لمجتمعك وتحدياتها في ظل العولمة.
78	جدول رقم 34: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يتيح للطلبة فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم
79	جدول رقم 35: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الانستغرام يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب
80	جدول رقم 36: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: من بيناستخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التثقيفية.
81	جدول رقم 37: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: متابعة بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي
83	جدول رقم 38: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: متابعة بعض منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية –الترويحية التي تنظم من طرف الجامعة

فهرس الجداول

84	جدول رقم 39: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: التفاعل مع المنشورات الترفيهية-الترويحية التي تبث عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره
85	جدول رقم 40: يوضح أن الأنستغرام من خلال منشوراته يعز لدى الطالب اكتشاف ميولاته الداخلية حول طبيعة الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها
86	جدول رقم 41: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن المنشورات حول الأنشطة الترفيهية تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها
88	جدول رقم 42: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يتيح للطلبة فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي وترويحي بينهم
89	جدول رقم 43: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام ومن خلال منشوراته يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والترويحي بين الطلبة
90	جدول رقم 44: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: تشارك المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر الصفحة الخاصة بالطالب في الأنستغرام
91	جدول رقم 45: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: استخدام المحتويات الترفيهية التي يتضمنها الأنستغرام للتعبير عن الآراء حول قضايا المجتمع وتحدياتها في ظل العولمة
93	جدول رقم 46: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: أن الأنستغرام يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية لدى الطالب الجامعي داخل الجامعة وخارجها
94	جدول رقم 47: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: إلى ماذا يقبل الطالب على المنشورات الترفيهية والترويحية التي تبث في الأنستغرام
95	جدول رقم 48: يمثل توزيع أفراد العينة حسب: استخدام الأنستغرام في العملية الإتصالية الترفيهية الترويحية

مقدمة

مقدمة:

يزداد التطور التكنولوجي في وقتنا المعاصر وخاصة في مجال الاتصال بوتيرة متسارعة، وقد صاحب هذا التطور تغيرا في نمط الحياة الإنسانية وتفاعلاتها من خلال آليات وطرائق الاتصال الحديثة التي تختلف عن تلك التي عهدتها المجتمعات الإنسانية في الماضي.

والتطور في التقنية الاتصالية الحديثة صاحبه بروز وسائل اتصال حديثة على غرار أجهزة الكمبيوتر، اللوحات الإلكترونية والهاتف الذكي، وهذا الأخير (الهاتف الذكي) الذي يعتبر نقلة نوعية في الوسائل الاتصالية الحديثة، لما يمتاز به من برمجيات ذكية تتضمن في محتوى عملها مجموعة مختلفة من التطبيقات الذكية التي توظف في مجال التواصل الاجتماعي، وأيضا في بعض العمليات المجتمعية على غرار التعليم والتعلم، التجارة الإلكترونية، الأشهار، التسويق، صناعة محتويات ثقافية وترفيهية وترويجية وغيره.

ومن الاستخدامات التي يمارسها الأفراد عبر الوسائل الاتصالية الحديثة وخاصة عبر الهاتف الذكي، استخدامات التواصل الاجتماعي الذي أصبح اليوم واقعا اجتماعيا حتميا لاعتبارات اجتماعية واقتصادية وتعليمية وتجارية وغيره.

وتعددت تطبيقات التواصل الاجتماعي وشهدت تنوعا في برمجياتها نتيجة التطور في الخوارزميات التي يتأسس عليها برنامج كل تطبيق من تطبيقات التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك، الأنستغرام، والتيك توك.

والأنستغرام واحد من تطبيقات التواصل الاجتماعي الذي يشهد إقبالا في ممارساته من مختلف فئات المجتمع، لما يتضمنه هذا التطبيق من مميزات وخصائص مرتبطة خاصة بسهولة ومرونة وجاذبية نمطية العمليات الاتصالية التي تدار ضمنه.

والطالب الجامعي واحد من فئات المجتمع التي تمارس العملية الاتصالية الحديثة من خلال توظيف مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي على غرار الأنستغرام في مجالات

مجتمعية مختلفة.

وقد جاءت دراستنا البحثية الحالية لتحاول الكشف عن أهم استخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي ضمن مجموعة من العمليات الاتصالية المختلفة، على غرار العملية الاتصالية -التعليمية التعليمية، العملية الاتصالية -التثقيفية، العملية الاتصالية الترفيهية والترفيهية.

وتأسيسا عليه فقد اعتمدت الطالبة الباحثة لأجل إنجازها بحث مذكرتها خطة بحثية مؤلفة من الفصول الآتي ذكرها:

الفصل الأول: عناصر المقاربة المفاهيمية والفكرية النظرية لموضوع الدراسة.

الفصل الثاني: الأنستغرام واستخداماته في العملية الاتصالية لدى الطالب الجامعي

الفصل الثالث: الضوابط المنهجية للدراسة الميدانية

الفصل الرابع: عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

الفصل الأول:

عناصر المقاربة المفاهيمية والفكرية
النظرية لموضوع الدراسة

1. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

تم اختيار الموضوع نتيجة لعدة أسباب وهي:

1.1. الأسباب الموضوعية:

- . القابلية للدراسة والتحليل على اعتبار توفر بيانات وإمكانيات الدراسة مما يجعله موضوع قابل للبحث.
- . الملاحظة الاجتماعية لواقع موضوع الدراسة كظاهرة قابلة للقياس اجتماعيا.
- . حداثة الموضوع وقلة الدراسات العلمية المتخصصة التي تناولته.
- . الانتشار الواسع لهذا الوسيط التواصلي وتطبيقاته وتفاعلاته المختلفة بين فئات مجتمعية مختلفة بما فيها فئة الطلبة الجامعيين.
- . علاقة الظاهرة الاتصالية بمتغيرات مجتمعية مختلفة على غرار المتغير التربوي التعليمي، الثقافي، الترفيهي الترويحي.
- . تقديم إضافة علمية أكاديمية وفق منهج علمي سوسيولوجي.

2.1. الأسباب الذاتية:

- . الرغبة في تقديم عمل سوسيولوجي ضمن الاختصاص الذي تنتمي له الطالبة وهو موضوع يتناول ظاهرة سوسيولوجية في علم الاجتماع الاتصال.
- . الرغبة الشخصية في فهم وتفسير الظاهرة الاتصالية.
- . الاهتمام الشخصي بموضوع (الأنستغرام) والرغبة في الحصول على تحليلات وتفسيرات سوسيولوجية اتصالية للظواهر الاتصالية ذات الصلة بهذا الوسيط التواصلي الاجتماعي.

2. أهمية موضوع الدراسة:

يكتسي موضوع دراستنا أهمية بالغة داخل النسق المجتمعي، كونه من أهم المواضيع الحدائثة الجديرة بالبحث والدراسة، وحيث تساعد البحوث السوسيولوجية القارئ المتخصص في معرفة مختلف المشاكل المحيطة به ضمن حياته المجتمعية، كما أن أصالة موضوع هذا

البحث خاصة وأنه يتناول واحدة من الظواهر التي ألزمتها التغيير المجتمعي الحديث فيما يتعلق باستخدامات الاتصال الحديث.

كما تكمن أهمية هذا البحث من حيث أنها تتعامل مع عينة من الطلبة الجامعيين الذين يمثلون شريحة هامة في المجتمع الجزائري تستخدم وسائط التواصل الاجتماعي لاعتبارات مجتمعية مختلفة.

3. أهداف الدراسة البحثية الحالية:

عند دراسة أي موضوع سوسيولوجي أن يكون هذا الموضوع ذا أهداف واضحة ومدروسة ومن خلال هذه الدراسة سنحاول بلوغ عدة أهداف وهي:

- . التعرف على واقع استخدام الوسيط التفاعلي الاجتماعي (الأنستغرام) من طرف الطلبة الجامعيين من عدمه.
- . التعرف على استخدام الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين في المجال التعليمي.
- . التعرف على استخدام الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين في المجال التثقيفي.
- . التعرف على استخدام الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين في المجال الترفيهي.

4. الإشكالية:

يشهد العصر الحالي (عصر الإعلام والاتصال الإلكتروني -الرقمي) تطورا وانفتاحا متسارعا، جعل المجتمعات الإنسانية أكثر تفاعلا واندماجا في مضامينه المتباينة، كما أسست لقواعد حياة اجتماعية تواصلية من خلال استخدام وسائل ووسائط تكنولوجية تفاعلية حديثة، وما مهدته الشبكة العنكبوتية بوسائطها المتعددة اليوم من تواصل وتعارف وتبادل ثقافي ومعلوماتي جعل الأفراد أكثر ارتباطا بمجتمعاتهم الافتراضية، ومؤسسا لنسق ما يعرف بالمجموعات الرقمية الافتراضية، وحيث تقوم بتكوين علاقات اجتماعية ضمن نظام اجتماعي

إلكتروني أصبح واقعا مهيمنا إلى حد ما في حياتنا المعاصرة.

كما أن مختلف الوسائط التفاعلية كالفيس بوك "Facebook" والأنستغرام "Instagram"، تويتر "Twitter" وغيرها من الوسائط التفاعلية الأخرى أصبحت واقعا تفاعليا بين مختلف أفراد ومؤسسات المجتمع، وتستخدم لغايات وأهداف مختلفة.

والأنستغرام "Instagram" كواحد من الوسائط التواصلية التفاعلية المستخدمة في واقع حياتنا الاتصالية، وتستخدمه مختلف فئات المجتمع بما فيها فئة الطلبة الجامعيين، نتيجة لتنوع ومرونة استخدامه، وكثرة تنوع مزاياه الاتصالية، وحيث يمنح المستخدمين إمكانية التقاط الصور وتصوير مقاطع الفيديو ثم مشاركتها من خلال وسائط التواصل الاجتماعي الأخرى وشبكة الأنستغرام "Instagram" نفسها، هذه الخاصية تجعله متميزا ضمن بقية الوسائط التواصلية الأخرى (التفاعل والتجاوب والتشارك مع منصات أخرى)، وما يعكسه كذلك من انفتاح و كفاءة (إنتاج محتوى) وغيرها.

وأمام تنوع المجالات المجتمعية التي يشغل حولها الوسيط التفاعلي الافتراضي الأنستغرام وخاصة من طرف الطلبة الجامعيين، باعتبار هذه الفئة من أكثر الفئات المجتمعية استخداما له نظرا لطبيعة المستوى العمري والفكري الذي تختص به هذه الفئة، ومن بين المجالات التي يتفاعل ضمنها الطلبة الجامعيون اليوم: المجال المجتمعي التعليمي والتعلمي، المجال المجتمعي التثقيفي، المجال المجتمعي الترفيهي والترويحي.

وتأسيسا على هذا جاءت دراستنا البحثية الحالية محاولة الربط بين المجالات المجتمعية التي يتفاعل ضمنها الطالب الجامعي من خلال استخداماته للوسيط التفاعلي الأنستغرام "Instagram" وذلك بالإجابة على التساؤل الرئيس (العام) الآتي:

. ماهي مجالات استخدام الطالب الجامعي الوسيط التواصلية الاجتماعي الأنستغرام

"Instagram" ضمن العملية الاتصالية؟

. التساؤلات الفرعية للإشكالية:

- . كيف يستخدم الطالب الجامعي الأنستغرام "Instagram" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -التعليمية التعليمية؟
- . كيف يستخدم الطالب الجامعي الأنستغرام "Instagram" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -التثقيفية؟
- . كيف يستخدم الطالب الجامعي الأنستغرام "Instagram" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -الترفيهية الترويحية؟

5. الفرضيات:

1.5. الفرضية العامة:

- . يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في مجالات مختلفة ضمن العملية الاتصالية.

2.5. الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية الأولى:

- . يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -التعليمية التعليمية.

الفرضية الفرعية الثانية:

- . يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -التثقيفية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

- . يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -الترفيهية الترويحية.

6. مفاهيم الدراسة:

يعد تحديد المفاهيم خطوة أساسية في بناء أي بحث سوسولوجي، ويساعد في تفسير الظواهر الاجتماعية التي يتم دراستها.

. مفهوم العملية الاتصالية:

تعرف على أنها عملية ديناميكية دائرية يتفاعل من خلالها فرد أو أكثر أو مجموعة أو نظم اجتماعية مع بعضها البعض، بغرض تبادل المعلومات والأفكار المختلفة وتتم في وسط اجتماعي يساعد على المشاركة في المعلومات والانفعالات والصور الذهنية، وهذه العملية لها أهداف معينة و ردود حالية و مستقبلية¹.

وتعرفها الجمعية الأمريكية:

بأنها عملية تبادل الأفكار والمعلومات من أجل إيجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الاتصالية²

إذن العملية الاتصالية هي العملية التي يتفاعل بمقتضاها مرسل ومستقبل والتي يتم بواسطتها نقل المعلومات والقيم والأفكار والحقائق والمشاعر والأحاسيس.

التعريف الإجرائي:

هي عملية تفاعل بين المرسل والمستقبل باستخدام الوسائط المتعددة تتضمن إرسال معلومات، تواصل، تفاعل، تشارك.

. مفهوم الاستخدام:

لغة: كلمة استخدام في اللغة العربية تحمل العديد من المعاني والدلالات، فهي تشير إلى القيام بتوظيف شيء أو الاستفادة منه لتحقيق غرض معين، كما قد تعني التطبيق العملي لشيء ما أو الاعتماد عليه في إنجاز مهام محددة، وفي بعض السياقات قد يأخذ "الاستخدام"

¹ محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظرياته، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص22.

² وليد الشعبي: فن ومهارات الإتصال الفعال، مرجع إلكتروني، ص 4،3، نقل عن كروشي إشراق، عيشوش جوهري: أهمية الصورة في العملية الاتصالية، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تحت إشراف: سليم بن زطة، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص(10).

معنى مجازيا، كاستخدام الأسلوب أو استخدام الخبرة والمهارات.¹

اصطلاحا: إن مفهوم الاستخدام طرحه جاك بريوت jacques perrant في كتابه منطق الاستخدام، يعرف في الواقع معاني متعددة ومختلفة، كلمة استخدام توظف كمرادف لاستعمال أو الممارسة في بعض الأحيان وفي أحيان أخرى كمرادفات للتملك.

فمفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى معين: ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية، وفي نفس السياق ما أشار إليه الباحث عبد الوهاب بوخنوفة على أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا، ثم يأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام.²

التعريف الإجرائي:

هو مقدار وحجم الاعتماد على الوسيط التواصلي الاجتماعي أنستغرام لأغراض متعددة (تعليمية/ تثقيفية/ ترفيهية) لمعرفة الغرض من استخدامهم له.

. مفهوم وسائط التواصل الاجتماعي:

الوسائط:

لغة: كلمة وسائط هي جمع لكلمة "وسيط"، والوسيط هو كل شيء يستطيع إيصال معلومة.³

التواصل الاجتماعي: هو عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء، غرباء) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة وصول المعلومة على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت.⁴

¹ الكاتب العربي: معجم المعاني الجامع، المدونة العربية، 2024/1/6. <https://blog.ajsrp.com>

² تسعديت قدوار، أثر التكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف : عبد الوهاب بوخنوفة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر-3، 2010/2011، ص ص 28,29.

³ محاضرات مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة، السنة أولى ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة أم البواقي، 2022/2023، ص 1.

⁴ طوبال ابراهيم: "مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الهوية"، جامعة الجلفة، ص 70.

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة (الصور، المنشورات، الفيديوهات...) الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي، للتفاعل والتواصل والتشارك المتنوع (شخصي/ أكاديمي/ ترفيهي) .
مفهوم الأنستغرام:

اشتق اسم انستغرام *instat* فوري *tegr* تلغراف وهو تطبيق يعتمد على الهاتف يندمج مع الكاميرا و أستوديو الصور في الجهاز, ويمكن للمرء أن يدخل التعديلات على الصورة بمساعدة نماذج جاهزة وإعدادات ثم ينشرها على منصات تواصل اجتماعي متعددة أخرى، وهو تطبيق مجاني¹

إن الأنستغرام مثله من وسائط التواصل الاجتماعي الافتراضي هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي على الأنترنت، بحيث يكون لكل فرد مسجل على الموقع الاجتماعي يتواصل مع جميع الافراد المشاركين من جميع انحاء العالم، المسجلين بالموقع ليمنح الأفراد المشاركين في الموقع القدرة على تبادل آرائهم ومقترحاتهم، والمناقشة فيها ويمكنهم تنزيل الصور والفيديوهات.
التعريف الإجرائي:

هو تطبيق تواصلي بصري جذاب، يعتمد على الصور، المنشورات، المقاطع القصيرة (ريلز)، يعبر من خلالها الطلبة عن أنفسهم بالمتابعة والمشاركة والتفاعل (باستخدامهم المتنوع له).

مفهوم الطالب الجامعي:

لغة: الطالب الذي يطلب العلم، وهو الباحث عن الحقيقة والشخص الذي يحاول تعلم أشياء جديدة.²

اصطلاحاً: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من مرحلة

¹ الشيماء صفة محمد محمد طه أبو الخير: "تفاعلية الشباب العربي على إنستغرام وإنتاجاتهم نحو ادور الترويجي له" : دراسة تطبيقية, مجلة بحوث كلية الآداب, تحت إشراف: سامي السعيد نجار , نهلة زيدان الحوراني, قسم الإعلام, كلية الآداب, جامعة المنصورة, ص10.

² موقع : first.entazer.com

الثانوية، أو مرحلة التكوين المهني إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي، بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك.

ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية، والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي.¹

. مفهوم التعليم:

هو عملية تنمية معرفية للفرد لا تحتاج إلى هدف وظيفي محدد ومن خلالها يتم تنمية القدرات الفكرية والتطبيقية بشكل عام.²

إن التعليم عملية تشاركية بين فواعل الفعل التربوي التعليمي تسعى لإحداث تغيير مرغوب في قيم واتجاهات وسلوك المتعلمين، وتكون بصفة مدروسة وهادفة.

. مفهوم التثقيف:

هو نقل مدروس لنتائج العلم من المعرفة ومهارات واتجاهات بوسائل وطرق عدة ينقلها أناس لأناس في مجالات عدة.³

. مفهوم الترفيه:

لغة: حسب قاموس وبستر الترفيه هو الفعل الذي يسلي أو يرفه أو يجعل الوقت يمر بطريقة مبهجة.

اصطلاحا: عرفه الباحث الأمريكي فلابر بأنه كل ما يمنح أو يريد أن يمنح نوعا من الارتياح من حقائق الحياة المكدره والترتبية، ويرى البعض بأنه مجرد انقطاع عن نشاط متواصل.⁴

¹ مزرارة نعيمة، د شعباني مليكة، "واقع الطالب الجامعي، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق؟"، العدد 6، ملتقى وطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخبر الوقاية والأعر ونوميا، جامعة الجزائر-2، 2016، ص 64.

² أحمد البديري عبد العزيز: الفرق بين التعليم والتعلم والتدريب، مقدم لمشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي (تدريب المدربين)، ص 6.

³ حسين محمد حسنين (خبير تدريب المدربين): أساليب التوعية والتثقيف في إطار التنمية الاجتماعية، دار مجدلاوي، الطبعة الأولى، عمان، 2004، ص 15.

⁴ حيمر سعيدة: أثر الترفيه الافتراضي على المراهقين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تحت إشراف د إبراهيم بعزيز، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2021/2020، ص 40.

. مفهوم الترويح:

لغة: وتعني السعة والانبساط و إزالة التعب ورجوع النشاط إلى الإنسان و إدخال السرور على النفس بعد العناء.

اصطلاحاً: فهو نشاط هادف وممتع للإنسان ويمارسه اختياريًا وبرغبة ذاتية وبوسائل وأشكال عديدة ويتم غالباً في أوقات الفراغ.¹

.7. الأصول الفكرية لموضوع البحث:

1.7. التفاعلية الرمزية كمقاربة نظرية أساسية:

النظرية	التفاعلية الرمزية
نشأتها	منتصف القرن 20 بجامعة شيكاغو من طرف هربرت بلومر
مفهومها	التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العقول والمعاني والذي يعد سمة مميزة للمجتمع الإنساني
مفكروها	ماكس فيبر-جورج هربرت ميد- تشارلز كولي-جون ديوي-وليام جيمس-هربرت بلومر-روبرت بارك-
مفاهيمها	التفاعل (سلسلة مستمرة من الاتصالات بين فرد/ فرد وجماعة/جماعة) المرونة (القدرة على التصرف حسب الظروف) الرموز (إشارات مصطنعة لتسهيل التواصل) الوعي الذاتي (قدرة الانسان على تمثّل الأدوار)

إسقاط النظرية على الدراسة الحالية:

إن النظرية مساق من المعلومات والأفكار (تراكم معرفي)، فمن خلالها نستطيع الاقتراب

¹ عبد الله بن ناصر بن عبد الله السدحان: الترويح، دوافعه-ضوابطه-تطبيقاته في العصر النبوي، ص7.

من الواقع الاجتماعي المراد دراسته، "فالنظرية التفاعلية الرمزية أبدعت مفاهيم جديدة في السوسيولوجيا المعاصرة، أهمها مفهوم التفاعل، والذي يقصد به سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين فرد وفرد، أو بين فرد وجماعة، أو بين جماعة وجماعة أخرى ثم هناك مصطلح الرموز التي تعني به مجموعة من الاشارات المصطنعة التي يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل"¹، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على النظرية التفاعلية الرمزية على اعتبار أن مفاهيم هذه الدراسة الرئيسية التي تتمثل في الاستخدام المتعدد للوسيط التواصلي الاجتماعي "أنستغرام" من استخدام تعليمي/ تثقيفي/ ترفيهي وترويحي.

في التعليم والتثقيف، تفاعل الطلبة الجامعيين مع المحتوى التعليمي التثقيفي المنشور يساهم في تشكيل رمز يعبر عن معرفة يتلقاها هؤلاء المتابعون عبر هذا الوسيط من خلال تفاعلهم بالمتابعة والتعليق والإعجاب مما يعزز التفاعل ويشكل بيئة تفاعلية مرنة في بناء معارف جديدة، وفي بناء واقع اجتماعي داخل هذه البيئة الرقمية بناءً على معيار اجتماعي تم تحديده من خلال هذه التفاعلات

كذلك هو الأمر بالنسبة للتسلية والترفيه، فتسهم المتابعة والمشاهدة نوعاً من المعنى الاجتماعي الذي يعكس جوانب مختلفة للطلاب الجامعي سواءً في بيئته الأكاديمية أو الاجتماعية عبر تفاعلاتهم الرمزية مع مختلف محتويات هذا الوسيط "أنستغرام".

2.7. منظور (الإستخدامات والإشباعات) كمقاربة نظرية متممة:

النظرية	نموذج/ مدخل/ منظور (الإستخدامات والإشباعات).
نشأتها	ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الإتصال الجماهيري" تأليف كاتز و بلومر 1974
	. التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع

¹ محمد مهدان: نظريات سوسيولوجية، (معاصرة) ص27.

محاورها	<p>حاجاته وأهدافه.</p> <p>. توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الإستخدام.</p> <p>. التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري¹</p>
---------	--

إسقاط النظرية على الدراسة الحالية:

على اعتبار أن نظرية الإستخدامات والإشباعات من النظريات الإعلامية المعترف بها علميا والموجهة لدراسة الاتصال الجماهيري، لكن مع ظهور الإعلام الجديد اليوم من أنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن إنكار على ان هذه الأخيرة تقدم نوع من الإعلام التفاعلي المستقل الذي أصبح ينافس الإعلام التقليدي ند لند.

فنظرية الاستخدامات والإشباعات تقر بأن الجمهور هو من يختار الوسائل الإعلامية التي تلبي مختلف احتياجات ورغبات الجمهور الاتصالية، في نفس الاتجاه يستخدم الطالب الجامعي الإنستغرام لحاجاته المتنوعة (تعليم/ تثقيف/ ترفيه...) لتلبية حاجاته الإتصالية من خلال التفاعل والمتابعة والمشاركة.

8. الدراسات السابقة والتعقيب عليها:

1.8. الدراسات الأجنبية:

دراسة: *Lutfi Zulfikar fouzi/lidya Gici Rahmayanti* بعنوان:

The Use instagram Social Media as an interaction Media in Shaping Adolescent Lifestyles².

¹ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، صص 252، 253.

² *Lutfi Zulfikar fouzi, lidya Gici Rahmayanti: The Use instagram Social Media as an interaction Media in Shaping Adolescent Lifestyles , journal of basic science and technology, 2021, nusantara islamic university, faculty of Communication studies, indonesia.*

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد استخدام موقع التواصل الاجتماعي أنستغرام كوسيلة تفاعلية في تشكيل أنماط حياة المراهقين، باعتباره الموقع السائد الذي تستخدمه هذه الفئة بكثرة وقد بينت نتائج هذه الدراسة أن الأنستغرام يشكل نمط حياة المراهقين بتوفيره إمكانية التعبير عن أنفسهم بحرية في الأماكن العامة، وأن هذا التطبيق يواكب مختلف تغيرات العصر من (أسلوب حياة / زيادة الإبداع / اللباس / الحياة الصحية).

التعقيب على هذه الدراسة:

ما تميز هذه الدراسة عن دراسة البطالبة الباحثة أن هذه الدراسة ركزت على الأنستغرام كوسيلة تواصل عند المراهقين من زاوية سلوكية تأثيرية، عكس دراستي التي تركز على دراسة استخدام وسيط التواصل الاجتماعي أنستغرام في العملية الإتصالية من زاوية وظيفية في بيئة أكاديمية واجتماعية.

2.8. الدراسات العربية:

دراسة " عبد الله بن خميس الكندي" و "هلال بن علي الرشدي" بعنوان:

استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والاشباعات المتحققة: دراسة تحليلية¹، مقال في مجلة اتحاد الجامعات العربية، تم نشره عام 2016، باستخدام منهج المسح الإعلامي لعينة حصصية من 394 مبحوثاً من طلبة جامعة السلطان قابوس لمرحلة البكالوريوس.

تمثل الدراسة في أربعة أسئلة:

- . ما أنماط استخدام طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- . ما مجالات استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- . مادوافع استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- . ما الإشباعات المتحققة لطلبة الجامعة من استخدام هذه الشبكات؟

¹ عبد الله بن خميس الكندي، هلال بن علي الرشدي: استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والاشباعات المتحققة: دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب، المجلد13، العدد1، 2016/09/13، كلية الآداب والعلوم الإجتماعية، عمان.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية تلخصت في:

حب الاستطلاع، والبحث عن الأخبار والمعلومات، ومن أهم الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام، تمثلت في: الحصول على الأخبار والمعلومات، والتواصل مع الأصدقاء والتسلية.

التعقيب على هذه الدراسة:

ما تميز هذه الدراسة عن موضوع دراسة الطالبة الباحثة أن هذه الدراسة موجهة لاستخدامات جميع شبكات التواصل الاجتماعي وإلى الإشباعات المحققة من ذلك وهي دراسة معمقة شملت دراسة الإستخدام لشبكات التواصل الإجتماعي من خلال (الأنماط / المجالات / الدوافع).

3.8. الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى¹:

دراسة "هالة ياحي" "خالد بوشارب بولوداني" بعنوان: استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية -الأنستغرام- (نموذجاً) -دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة الشاذلي بن جديد، مقال تم نشره سنة 2022، جامعة 08 ماي 1945- قالمة (الجزائر)، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لوسائط التواصل الاجتماعي (الأنستغرام) والدور المهم الذي تحته هذه الوسائط في تعزيز القيم الاجتماعية، والتساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

. هل ساهم استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم؟

وعلى فرضيتين:

. استخدام الشباب للأنستغرام عادات وأنماط معينة.

¹هالة ياحي، خالد بوشارب بولوداني: "دراسة هالة ياحي" "خالد بوشارب بولوداني"، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية -الأنستغرام- (نموذجاً)، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد6، العدد2، 2022/04/23، بجامعة محمد الصديق بن يحيى مخبر الفلسفة والدراسات الإنسانية والإجتماعية ومشكلات الاعلام والاتصال، قالمة، الجزائر.

. ساهم استخدام الأنستغرام في تعزيز القيم الاجتماعية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي واستمارة موزعة على عينة قصدية لـ 30 مبحوث، وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي له أثر ملحوظ في تعزيز قيمهم (وعي/الشعور بالانتماء/التعاون/السعي لفعل الخير) وأنه لا بد مزيدا من الاهتمام على مستوى البحوث والدراسات العلمية والأكاديمية وذلك للتطور المتلاحق الذي تشهده وسائط التواصل الاجتماعي ككل والأنستغرام على وجه الخصوص.

التعقيب على الدراسة:

ما يميز دراسة الطالبة الباحثة عن هذه الدراسة أن هذه الدراسة اهتمت بالجانب القيمي (القيم الاجتماعية) وأن هذا الاستخدام أثر على شخصية مستخدميه بدراسة أنماط وعادات هذا الأخير (الأنستغرام)، وكيف ساهم هذا الوسيط في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطلبة، عكس دراستي التي اهتمت بدراسة بعض مجالات استخدام الأنستغرام عند الطلبة.

الدراسة الثانية¹:

دراسة: "كيساس عبد الرشيد" بعنوان: موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الاستخدامات والاشباعات، مقال تم نشره في 2024/02/01، بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل (الجزائر)، انطلقت هذه الدراسة بطرح التساؤل الرئيسي: ماهي استخدامات رواد موقع التواصل الاجتماعي أنستغرام وماهي الإشباعات التي يحققونها منها؟

حيث أن مجتمع هذه الدراسة هم الأفراد المستخدمون لموقع التواصل الاجتماعي أنستغرام في ولاية جيجل (مجتمع غير محدد الطبيعة) مختارة بطريقة قصدية لتشمل كلا الجنسين وجميع الفئات العمرية وكل المستويات التعليمية، كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والاستمارة كأداة لجمع البيانات، تمحورت هذه الاستمارة لـ 3 محاور:

¹ كيساس عبد الرشيد: "موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الاستخدامات والاشباعات"، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، مجاد17، العدد201، 2022/02/2، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر.

المحور الأول للبيانات الديمغرافية.

والمحور الثاني: لاستخدامات الأنستغرام، أما المحور الثالث: الاشباكات المحققة وجاءت نتائج هذه الدراسة ب: ان للأنستغرام استخدام كبيرو مفرط بشكل ملحوظ جدا يصل حد الإدمان، كما انه يقدم اشباكات للفرد من خلال العديد من الاستخدامات (اشباكات الشهرة / الدعاية لنشاطاتهم / المتعة / المعرفة).

التعقيب على الدراسة:

ما يميز دراسة الطالبة الباحثة عن هذه الدراسة أن هذه الدراسة ووجهت لدراسة الإستخدامات المفضلة لرواد موقع التواصل الإجتماعي أنستغرام، التي تحقق بعدها إشباكات نفسية واجتماعية لعينة الدراسة (مجتمع غير محدد الطبيعة) لمعرفة الخصائص الديمغرافية لمستخدميه ودوافع استخدام هذا الوسيط "الأنستغرام" عكس دراسة الطالبة الباحثة التي هدفت لدراسة مجتمع محدد ومعروف ولدراسة استخدام متنوع في عدة مجالات.

الفصل الثاني:

الأنستغرام واستخداماته في العملية
الإتصالية لدى الطالب الجامعي

1. سوسيولوجية العملية الاتصالية:

1.1. مدخل حول الاتصال:

تقول فرجينيا ساتير "إن الاتصال في العلاقات الانسانية يتشابه بالتنفس للإنسان كلاهما يهدف إلى استمرار الحياة" فهو صميم الوجود الانساني الذي يعكس استمرار الفرد في البقاء، ولهذا فإن موضوع الاتصال أحد السمات الانسانية البارزة، سواء كان في شكل أفاظ أو رموز، صور أم موسيقى، ظاهرة أم مستترة، مقصودة أم عشوائية، فردية أم جماعية والقاء الضوء على هذه العملية يعد من الأمور الهامة والضرورية لكل عضو في المجتمع ليس كأداة تقليدية فقط بل كأداة فاعلة في وسط الكتروني معاصر.

إن النظر في مفهوم الاتصال يفتح لنا مجال من التداخل المفاهيمي والمعرفي أمام صعوبة تحديد المعنى نظرا لاختلاف المدارس الفكرية له، واختلاف مجالاته سواء في سياقات ثقافية مختلفة (التعددية الثقافية) أو مع ظهور وسائل اتصال حديثة (التطور التكنولوجي).

وعلى غرار مختلف التداخلات لمفهوم الاتصال يبقى في جوهره انتقال الرسالة من المرسل إلى المستقبل بغية تحقيق هدف ما.

"كلمة اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني *Communis* بمعنى عام أو شائع فنحن عندما نتصل نعمل على إقامة مشاركة من طرف آخر في المعلومات والأفكار ولتبسيط معنى الاتصال سنتناول مجموعة من التعريفات التي وضعها العديد من المختصين والدارسين من أبرزها:

تعريف تشارلز كولي: الذي يرى أن الاتصال هو ذلك الميكانيزم الذي أمكن من خلاله وجود علاقات بشرية تقوم وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان بواسطة وسيلة الإرسال.¹

¹ راضية حميدة: الإعلام والاتصال "المفاهيم الأساسية والإشكاليات الحديثة"، الفا للوثائق ، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2022، ص، ص

يعرف الباحث جورج لندبرج "الاتصال" على أنه يستخدم للإشارة إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وهذه الرموز قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، وأن السلوك الناتج عن هذا التفاعل قد لا يحدث لمجرد تعرض الفرد للرمز، بلا لايد من تهيئة الفرد الذي يقوم بالاستجابة ليتقبل المنبه بشكل معين.

كما يؤكد ستانلي stanley أن الاتصال عبارة عن "عملية تبادل تفاعلي بين أطراف ذات لغة مشتركة، وليس عملاً فردياً منعزلاً، حيث تقاس فعالية الاتصال في ضوء قدرة عملية التبادل على إحداث حالات تفاعل، وتناغم وانسجام، وفهم مشترك للرموز المتبادلة.¹

2.1. محددات نجاح العملية الاتصالية:

يوصف الاتصال أنه فعال حينما يكون المعنى الذي يقصده المرسل هو الذي يصل بالفعل إلى المستقبل، كما أن فعالية الاتصال لا تقتصر عليه بذاته، بل على كل عناصر العملية الاتصالية وذلك في:

يعتمد نجاح عملية الاتصال كثيراً على مصدر الرسالة نفسه في مدى تفهمه واقناعه بالرسالة التي يريد إرسالها، بالإضافة إلى حسن علاقته بالمرسل وحسن اختياره لطريقة نقل الرسالة.	مصدر الرسالة
ونقصد بذلك (المعلومات أو المهارات والاتجاهات) التي يريد مصدر الرسالة نقلها للمستقبل وذلك من خلال: . مدى أهمية موضوع الرسالة بالنسبة للمستقبل . مدى جدية موضوع الرسالة بالنسبة للمستقبل . مدى وضوح الرسالة، أي حسن ترتيب الأفكار والكلمات.	موضوع الرسالة
ونقصد بذلك وسيلة الاتصال سواء كانت محاضرة أو مناقشة أو كتاب أو فيديو أو معرض إلخ ويتوقف نجاح هذه العملية على ما يلي: . حسن اختيار الوسيلة بالنسبة لمستقبل الرسالة . حسن اختيار الوسيلة بالنسبة لمكان الإرسال وزمانه.	الوسيلة المستخدمة في نقل الرسالة

¹ ببشير العلق: نظريات الاتصال مدخل متكامل، دار الباروري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص5.

<p>ونقصد بذلك الفرد أو الفئة المراد توصيل الرسالة إليها، ويتوقف نجاح هذه الحلقة على ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> . مدى استعداد المستقبل لتلقي الرسالة . مدى اهتمام المستقبل بموضوع الرسالة . حسن علاقة المستقبل بمصدر الرسالة . قدرة المستقبل على استيعاب ما في الرسالة من مادة. . خبرة المستقبل بالطريقة المستخدمة في نقل الرسالة. 	<p>مستقبل الرسالة</p>
<p>لا بد من مراجعة رد فعل المستقبل للرسالة (مدى تأثير وانفعاله بها) ولا بد أن تصل رسالة إلى المستقبل فيقتنع بها أولاً ثم يقوم بتنفيذ ما جاء بها ثانية¹</p>	<p>رد الفعل</p>

إن نجاح الاتصال يتطلب مزيجاً من الاستماع الجيد والفهم الجيد أولاً وقبل كل شيء، وما يليها من مرونة في التواصل بالتوضيح والشرح والاهتمام الشخصي لما هو مرسل ومستقبل، وهذا ما يساهم في تقييم فعالية الاتصال التي تظهر في (رد الفعل).

3.1. خصائص العملية الاتصالية:

. الاتصال عملية اجتماعية:

تتم بين الأفراد أو بين الجماعات بغرض تحقيق التماسك الاجتماعي، ودعم علاقات أفراد الجماعة أو المجتمع بعضهم ببعض، فتبادل الآراء حول موضوع معين يهتم أفراد الأسرة، هو نوع من أنواع الاتصال، يهدف إلى الوصول إلى رأي موحد حول هذا الموضوع ووحدة الرأي تؤدي إلى تماسك الأسرة وترابطها وما يقال بنسبة للأسرة يمكن أن يقال عن الجماعات أو المجتمعات المختلفة، وعلى الجانب الآخر فعن انعزال الأفراد بعضهم عن بعض يؤدي إلى تفكك الأسرة، أو انهيار الجماعة أو المجتمع.

¹ فضة عباس بصلي، د محمد الفاتح حمدي : مدخل لعلوم الاتصال والاعلام(الوسائل، النماذج و النظريات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، 2016، ص، ص 34، 35.

. الاتصال عملية تلقائية:

فتمتى التقى الفرد بغيره في أي مجتمع فإنه يحاول أن يتبادل معه الحديث، والأفكار، سعياً لتوثيق الصلة أو الترابط بينهما ولذلك كانت اللغة من أهم أدوات الاتصال بين الأفراد، لسهولة انتقال الأفكار وتبادلها من خلالها.

. الاتصال عملية ضرورية لكل الأفراد والجماعات:

فالجماعة شأنها شأن الفرد، تجد نفسها في حاجة إلى عون الجماعات الأخرى، وكذلك المجتمعات، والتبادل السياسي والاقتصادي بين الدول والمجتمعات هو نتاج لعملية الاتصال بين هذه الدول والمجتمعات، فالإتصال ضروري لتحقيق أمن هذه الدول وتوفير حاجات مواطنيها من الدول والمجتمعات الأخرى.

. الاتصال عملية الزامية:

ففي ظل الضرورات الاجتماعية، أصبح لا يستطيع الإنسان أن يعيش بمفرده، ولا بد له من التفاعل والمشاركة مع الآخرين لإشباع حاجاته الاجتماعية، فالإنسان الفرد ليس له وجود وبالتالي فإن الإتصال إلزامي على الأفراد وكذلك على المجتمعات لتحقيق وجود الفرد أو المجتمعات لتحقيق وجود الفرد أو المجتمعات وسط الجماعة أو المجتمعات.¹

4.1. أهداف العملية الاتصالية:

أي عملية اتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته أو على مهارته، لذلك يمكن تصنيف أهداف الإتصال إلى:

. هدف توجيهي:

ويمكن أن يحقق ذلك من خلال إكساب المستقبل اتجاهات عديدة لتعديل اتجاهات قديمة مرغوب فيها فمن خلال العديد من الدراسات التي أجراها المتخصصين فب الإتصال أن الإتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف.

¹ الإتصال أهميته، أنواعه، وسائله، قسم العلوم الإدارية - بنين - فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، 2008/2007، ص11.

. هدف تثقيفي:

ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المتلقين بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث.

. هدف تعليمي:

حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المتلقي خبرات جديدة أو مهارات ومفاهيم جديدة.

. هدف ترفيهي تروبيحي:

ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال السرور والفرحة إلا نفس المتلقي وذلك بهدف الاستمتاع

. هدف اجتماعي:

حيث يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم البعض وبذلك تقوية الاتصالات والصلات الاجتماعية بين الأفراد.¹

2. الوسيط التواصلي الاجتماعي-الأنستغرام

1.2. مواقع التواصل الاجتماعي:

. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هاته المواقع ما يلي:

المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الامن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

¹ محمد علي أبو العلا: نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، ط1،

الفراغ والبحث عن التسلية:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية.

الفضول:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فهي تقوم على فكرة الجذب، وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

التعارف وتكوين الصداقات:

حيث سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين صداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

التسويق أو البحث عن وظائف:

لم تعد وسيلة للتعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، والتمتع بقابلية التصميم والتطوير.¹

2.2. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك أعداد كبيرة ومتنوعة من المواقع الاجتماعية التي وصلت إلى جميع المنازل على مستوى العالم ولكل موقع من هذه المواقع الاجتماعية خدمات ومحتويات تختلف عن الأخرى، من هذه المواقع ما هو محدود الانتشار ومنها ما هو فائق الانتشار، ويمكن تقسيم المواقع الاجتماعية على الانترنت على حسب محتواها إلى ما يلي:

¹ طوبال ابراهيم: "مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الهوية: نحو سوسيولوجية الهوية الرقمية، جامعة الجلفة، ص83.

. مواقع للمحادثات الغير متزامنة:

وهي تلك التي لا تتيح للمستخدمين امكانية التواصل المتزامن المباشر إنما التواصل بشكل غير متزامن ومنها *Google / group Email / Yahoo*

. المدونات:

من خلال المواقع التي تكون على شكل مدونات يمكن لأشخاص عمل مدونات تحتوي على ملفات خاصة بهم تحتوي على يومياتهم، اهتماماتهم، أفكارهم إلخ (*Twitter/Blogger/ WordPress*)

. مواقع الخدمات الاجتماعية:

وهي تلك المواقع التي تمكن الأفراد المشتركين من اقامة علاقات صداقة وتواصل وتبادل الملفات المكتوبة والمسموعة والمرئية سويًا ومنها:¹ (*Facebook / MySpace*)

3. الأنستغرام:

1.3. ماهية الأنستغرام:

هو أحد أهم وسائل التواصل التي ظهرت حديثًا ولكنه استحوذ على اهتمام كبير من طرف المستخدمين خلال مدة قصيرى كانت بدايته سنة 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فيلتر رقمي إليها و إرسالها عبر خدمت الشبكات الاجتماعية. كذلك مشاركة فيديوهات مباشرة، مع إمكانية مشاركتها في وسائل التواصل الأخرى مثل : فيسبوك، تويتر، وغيرها. وفي سنة 2012 تم شراء موقع إنستغرام من قبل شركة "فيسبوك" وبعدها التزمت شركة "فيسبوك" بتطويره وأصبح موقع مكمل للفيسبوك في عام 2013 حصل هذا الموقع على 150 مليون مستخدم نشط، وتم تحميل 55 مليون صورة من قبل

¹ عمر جمال ابراهيم حسن : مواقع التواصل الاجتماعي : المفهوم و الأهمية، مجلة كلية الآداب بقنا، العدد52، الجزء الثالث، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، 2021،0 ص 779.

المستخدمين بشكل يومي، هذا الموقع في تزايد مستمر وأنه يحصل على المزيد من المستخدمين بشكل مستمر.¹

2.3. مميزات الأنستغرام:

. وضع روابط بفقرة السيرة ذاتية bio:

أن أحد أهم المزايا عمل الأنستغرام هب إمكانية إضافة روابط شخصية ضمن حيز السيرة الذاتية (bio) ضمن الصفحة الشخصية، من خلا هذه العملية يمكن تحفيز المتابعين ليقوموا بزيارة صفحة خارجية بالضغط على الرابط الموجود في الفقرة.

. البحث عن هاشتاقات هامة:

إحدى أفضل الطرق لمعرفة الأذواق والميول في العالم الاجتماعي هي البحث عن الهاشتاقات على انستغرام، وعندما يتم إدخال مفهوم ما يعمل النظام التطبيق على توجيه المستخدم غلى المنشورات ذات الصلة.

. جدولة المنشورات:

وهي ميزة جد رائعة، خاصة في الأعمال التجارية حيث تتيح للمستخدمين أن يختار وبشكل مسبق التوقيت الذي سوف تظهر من خلاله منشوراتهم للمتابعين، إننا نعلم أنه توجد مواعيد محددة خلال اليوم نجد فيها المستخدمين يتفاعلون أكثر على الأنستغرام، وتتيح هذه الوظيفة على الانستغرام بجدولة المنشورات كي تظهر دوما في الوقت المحدد، وهذا ما يضمن تفاعلا أكبر .

. استخدام ميزة البوميرانغ (Boomerang) التصوير المتعاقب:

هذه الميزة تتيح تسجيل الفيديوهات التي تصل مدتها الزمنية إلى حدود ثانيتين ويتم تشغيلها وعرضها بشكل بطيء لمدة 6 ثوان متتالية، والنتيجة تكون جد ممتعة ومسلية، فهي بمثابة تحديث للفيديوهات التقليدية.

¹ خالد بوشارب بولو داني: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية الانستغرام (نموذجا)-دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة الشاذلي بن جديد الطارف-، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد06، العدد02ن جامعة 8ماي1945، قالمة، الجزائر، 2022،ص95.

. استطلاعات الرأي:

إحدى أفضل المستجدات أيضا هي إمكانية إعداد استطلاعات للرأي وعرضها على جمهورهم، يكفي أن تختار ملصق للبحث والاستطلاع الخاص بك وتثبيته في أي مكان في قصتك، إن الحصول على آراء المتابعين و التعرف على وجهة نظرهم تعتبر أمرا مهما لمعرفة أذواقهم ومختلف أفكارهم بخصوص موضوع محدد.

. الإشارة إلى الشركاء في شبكة الأخبار أو ضمن القصص:

رغم شيوع هذه الخاصية إلا أن استخدامها يمكن للوصول إلى نتائج أكبر، وبالتالي توليد منافع وفوائد متبادلة من أجل الشركاء المشتركين في المجال، كل هذا يتم عبر هذا الأسلوب البسيط "الإشارة".

. استخدام وظيفة "أعرف المزيد" ضمن القصص:

هذه الميزة متوفرة فقط من أجل الصفحات التجارية على انستغرام، التي يتم فيها توجيه أو قيادة جمهورك إلى معرفة المزيد من المعلومات حول خدمة ما مثلا.

. استخدام الملصقات *stickers* ضمن القصص:

حيث تجعل المنشورات ضمن القصص أكثر إمتاعا ومخصصة بشكل أكبر حيث تصبح تلك المنشورات تحمل بصمتك، التعابير الوجهية / الرسوم التي تشير إلى المناخ / الموقع الجغرافي / التوقيت/ وغير ذلك¹

3.3. إيجابيات وسلبيات الأنستغرام:

الإيجابيات:

- . سهولة التواصل وسرعته مع من تريد من شخصيات سواء علماء أو شيوخ أو طلاب علم أو سياسيين أو كتاب أو محللين أو صحفيين.
- . سهولة متابعة مجريات الأحداث وآخر الأخبار والمستجدات.

¹إنغار فراديني مرتي نانغينسه : فعالية تقويم تعليم اللغة العربية لترقية مهارات الكلام بوسيلة انستغرام، قسم اللغة العربية، جامعة سونان أمبيل الإسلامية، سورابايا، 2019، ص-ص 21-24.

. سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة ونشر النصائح والتوصيات والكتب والبحوث وغيره.

. تحول العالم إلى شبكة مصغرة يتواصل فيه الناس على اختلاف أجناسهم وأنواعهم بسهولة

السلبيات:

- . النقاش والجدال الذي لا فائدة منه سوى الطعن والسب والتحريش بين المسلمين
- . كشف الخفايا ومعرفة الجميع بما يدور حتى في أمور من الأفضل أن تحفظ
- . إيمان البعض عليه لدرجة تنسيهم الذكر والعبادة
- . استغلاله من بعض شرار الناس في نشر الفتن والكذب والإشاعات والتدليسات
- . نشر ما يسيء لديننا والانتهاكات الخطيرة لعقيدتنا مع انعدام الرقابة الإسلامية.¹

4. الطالب في الجامعة الجزائرية:

1.4. مدخل حول الجامعة:

تختلف التعابير والمفاهيم حول تعريف الجامعة إلا أنها تصب في معنى واحد، حيث يمكن تعريف الجامعة على أنها: مجتمع مصغر يقوم فيه الأساتذة والطلبة معا بمناقشة وتطوير واستكشاف أفكار تتميز بالصعوبة والتعقيد والأصالة، وتعتبر هذه الأفكار والدراسات التي ينتج عنها موروث الانسانية الذي ينبغي على الجامعة المحافظة عليه ونقله إلى الأجيال المقبلة وتحديثه بصفة مستمرة.

الجامعة مصطلح مأخوذ من كلمة *Universitas* وتعني التجمع الذي يضم أقوى الأسر نفوذا في مجال السياسة، من أجل ممارسة السلطة، و استخدمت هذه التسمية لتدل على تجمع الأساتذة و الطلاب من مختلف البلاد والشعوب، هذا و تعد التسمية العربية: جامعة، التجمع و التجميع.²

¹ عبد الرزاق الدليمي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2018، صص353، 354.

² محمد منير مرسي، الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي المعاصر و أساليب تدريسه، القاهرة، عالم الكتب، 2002، ص10.

وهي مؤسسة للتعليم العالي، غالبا ما تتضمن الفنون الحرة و العلوم الخاصة بمختلف الكليات، و كذا التدرج والمدارس المهنية، ولها سلطة منح درجات أكاديمية في شتى المجالات الدراسية¹.

ويعرفها *Frédéric HUSTAN* أنها نظام معقد من السلوك المنظم الذي يهدف إلى تحقيق جملة من الوظائف في إطار النظام الاجتماعي القائم².

إن تمثل المؤسسة الجامعية بنية اجتماعية معقدة، و تشكل نقطة تقاطع لنشاطات اجتماعية واسعة من الأفراد، حيث تتميز بقدرتها الكبيرة على تنظيم نشاطاتهم و دمجهم في خبرات الحياة ومجالاتها، و هي وفقا لهذه الصيغة تشكل نظاما اجتماعيا بالغ التعقيد³.

وللإشارة لمفهوم الجامعة في التشريع الجزائري (وفقا للمرسوم رقم 544.83 المؤرخ في 24 سبتمبر 1983 والمتضمن القانون الأساسي للجامعة، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 98-253 المؤرخ في 17 أوت 1998 المعدل للمرسوم المذكور أعلاه) الذي تم تعديله بالقانون رقم 05.08 المؤرخ في 16 صفر عام 1429 الموافق لـ 23 فبراير سنة 2008، وحسب ما ورد في المادة 2 من القانون ذاته: "تتشأ الجامعة بمرسوم تنفيذي بناء على اقتراح من الوزير المكلف بالتعليم العالي وتتكون الجامعة من كليات"

وإذ من البديهي أن الجامعة البنية العلمية الأساسية في الدولة الجزائرية، إلا أن عملها الأساسي يترك على العملية التعليمية، وتشارك بشكل متواضع وهامشي في عمليات البحث العلمي والتطوير التقني على اعتبار أنها لا تزال حكومية خالصة⁴.

¹ Encyclopaedia Britanica, cd 99, Knowledge for the information age. Multimédia édition. SP.

² Alain BEAUDOT(1981), Sociologie de l'école. Paris : Durand

³ Vivainne ISAMBERT JAMATI. Sociologie de l'école. In Maurice DEBESSE et Gaston MIALARET, Traité des sciences pédagogiques, Aspects soucieux de l'éducation. Paris : p.u.f.

⁴ حمودة حبيبة، حابس ملك، لحرر ياقوت: ترتيب الجامعات في ضوء معايير Webometrics، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تحت إشراف د شابو نية عمر، قسم علوم الأعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالم، الجزائر، 2023، ص20.

2.4. وظائف وأهداف الجامعة:

وظائف الجامعة:

لكل جامعة ثلاثة وظائف أساسية في إطار المجتمع وهي:

. نشر المعارف

. إدماج قسم من الشباب في الإطار العام للمجتمع.

. إنتاج المعرفة من خلال البحث العلمي.

وبهذا تساهم وظيفة الجامعة في خلق حقل ثقافي للمجتمع والمظهر الأكثر أهمية لهذه

الوظيفة هي تكوين نموذج المعرفة، لأنه لا يمكن للجامعة أن تبقى غريبة ومعزولة عن

البحوث والنقاشات العلمية الكفيلة بخلق هذه النماذج المعرفية.

أهداف الجامعة:

تهدف الجامعة كمؤسسة من مؤسسات التعليم العالي إلى ثلاثة أهداف رئيسة هي:

. تحقيق تكوين علمي عالي ومهني للمتخرجين

. إنتاج نخبة عصرية تستجيب للتطلعات الثقافية والعلمية للمجتمع، من خلال ما تقدمه

من إنتاج للمعارف والعلوم.

. تنظيم التغيير الحاصل في المجتمع.¹

3.4. بعض مشكلات الجامعة والتعليم العالي في الجزائر:

رغم عدم نكراننا لإيجابيات التكرور الكمي للجامعة الجزائرية، إلا أنه لا يخفى على أحد

عديد من المشاكل والأزمات التي تعترض سبيلها، من ذلك مشاكل تتعلق بالتضخم المطرد

لعدد الطلبة، مما أثر بدوره على قدرة استيعاب المنشآت القاعدية، وخلق الاكتظاظ و أضعف

نوعية التأطير ونتائجه، وكذا مشاكل التسيير البيداغوجي، إضافة إلى المشاكل أخرى تتعلق

بالأستاذ وكذا الطالب وذهنياته ومواقفه وجهوده الضعيفة في سبيل التعلم وتلقي المعرفة،

بالإضافة إلى بعض مشكلات التسيير الإداري والبيروقراطية المعيقة للبحث والعلاقة الجامعة

¹ مامري جميلة، مساك أمينة: "الجامعة الجزائرية بين رهانات خصوصية المجتمع وعامة المعرفة"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد0، 2008.

بمحيطها، والمشاكل المتعلقة بمخرجاتها ونوعية الشهادات المحصلة الغير مسايرة لحاجات وتحولات المجتمع.¹

4.4. الطالب الجامعي:

أن الطلبة هم نخبة ممتازة من الشباب والشابات الممتازين في ذكائهم ومعارفهم العلمية². هو شخص يتلقى دروسا وحاضرات في الجامعة أو أحد فروعها أو مؤسسة تعليمية مكافئة لها، في الغالب يكون هذا الشخص قد انتهى من طور الدراسة في أطوار سابقة يكون مستواها التعليمي أدنى من المستوى الجامعي، ويسعى الطالب في الحصول على إحدى الشهادات الجامعية مثل: الليسانس، الماستر، الدكتوراه، وهو الشخص الذي يطلب ويسعى للحصول على العلم، ومصطلح جامعي نسبة إلى المكان الذي يحصل فيه على المعرفة.

5.4. الطالب الجامعي والحياة الجامعية:

. مسؤولية الإلتزام بالقوانين الجامعية:

على الطالب الجامعي احترام القوانين والأنظمة والتشريعات الجامعية والإلتزام بها، وعدم القيام بأي فعل يخالف هذه القوانين.

. مسؤولية التفوق الدراسي:

إن أهم مسؤولية تقع على عاتق الطالب الجامعي في هذه المرحلة هي مسؤولية التفوق الدراسي، والحصول على أعلى معدلات النجاح والتسلح الكامل بالعلم والمعرفة.
. مسؤولية بناء الذات:

رسالة الطالب الجامعي لا تقف عند الحصول على العلم في تخصص معين، بل تتعدى إلى أبعد من ذلك، فمن مسؤوليات الطالب الجامعي، الإستفادة مما تقدمه الحياة الجامعية في بناء شخصيته القيادية القوية القادرة على تحمل المسؤولية والإبداع³.

¹ نورة قدور، غراز الطاهر: "الجامعة الجزائرية وتطبيق نظام ل. م. د ومدى نجاعته في تحقيق لأنماء الحضاري في المجتمع".

² تركي رابح، (1990)، أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، ص30.

³ بلال الحديثي: الطالب الجامعي إلى القمة، (كتاب الكتروني) ص ص، 14، 13.

الفصل الثالث:

الضوابط المنهجية للدراسة الميدانية

1. مجالات الدراسة:

لأي دراسة هدف معين ضمن مجالات معينة من خلال الإمكانيات المتاحة للطالب، وهذه الدراسة لا تخرج عن نطاق هذا التقليد وتتمثل في ثلاث مجالات وهي:

. المجال الزمني:

امتدت الدراسة الميدانية من تاريخ: 2025/01/20 إلى غاية 2025/04/30 حيث قامت الباحثة في هذه الفترة بالقيام بالدراسة الاستطلاعية والميدانية في الوسط الجامعي (الطلبة).

. المجال المكاني:

أو (المجال الجغرافي) ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة أجريت هذه الدراسة في كلية العلوم الإجتماعية والانسانية بجامعة محمد البشير الابراهيمي.

. المجال البشري:

وجهت دراستنا لطلبة السنة الثالثة تخصص علم الاجتماع بقسم العلوم الاجتماعية / كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعرييج، لدراسة موضوع بحثي (وسائل التواصل الاجتماعي واستخداماتها في العملة الاتصالية لدى الطالب الجامعي "الأنستغرام نموذجا")

2. مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع الدراسة:

يشير مجتمع البحث إلى جميع مفردات التي يهتم الباحث بدراستها، وقد تكون عبارة عن مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، ويعرف على أنه مجموعة مجموعة من العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى¹.

مجتمع بحث الطالبة الباحثة هم طلبة السنة الثالثة ليسانس (علم الاجتماع) الموزعين على ثلاث أفواج وعددهم 126 طالب(ة)، وتم اختيار هاته الفئة من الطلبة نظرا أن مستوى

¹ موريس أنجرس: منهجية البحث في العلوم الانسانية (تدريبات عامة)، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 298.

الطالب في هذه المرحلة يمتلك خبرة دراسية كافية وقد خضع لتجربة جامعية تقريبا بشكل كامل مما تسمح له بفهم مختلف التحديات والسلوكيات والاهتمامات التي تهتم مجتمع الطلبة.

عينة الدراسة:

تشير العينة إلى نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي للبحث، وتكون ممثلة له، بحيث تشمل صفاته المشتركة وهذا الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات المجتمع ومفرداته.¹

ويتم اختيار العينات بطريقة احتمالية أو غير احتمالية حسب درجة تجانس مجتمع الدراسة، وضرورة تحديده وحصره من ناحية أخرى، مما ألزم على باحث الطلبة الباحثة إلى اختيار عينة من العينات العشوائية، وذلك أن وحدات مجتمع البحث متجانس ومعروف وهم طلبة السنة الثالثة ليسانس لتخصص واحد (علم الاجتماع) في كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، ولهذا تم اختيار العينة العشوائية البسيطة.

"وهي العينة التي تختار وحداتها من الإطار الخاص بها على أساس يهيئ فرص انتقاء متكافئة لجميع وحدات المجتمع المسحوبة منه"² وحيث تم سحب نسبة 40% من حجم العينة الكلي بتوجه قصدي للطلبة الذين يستخدمون الأنستغرام، بسحب عدد متساوي من كل فوج من الطلبة الموزعين على 3 أفواج.

الفوج الأول: 17 طالب

الفوج الثاني: 17 طالب

الفوج الثالث: 16 طالب

وتم حساب العينة وفق الآتي:

$$\begin{array}{l} 126 \leftarrow 100\% \\ \text{س} \leftarrow 40\% \end{array}$$

$$\text{س} = 50 \text{ مفردة}$$

¹ د محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد: التفكير والبحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2015، 232.

² د بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني: منهجية العلوم الاجتماعية، الدار الجزائرية، الكتاب الثاني، ص107.

3. المنهج المستخدم في الدراسة:

يعتبر المنهج العلمي أمر جوهري في القيام بالبحوث والدراسات العلمية، سواء كانت بغرض الوصول إلى نتائج تطبيقية أو نظرية، كما يتيح ويحدد للباحث طبيعة الأدوات والوسائل والاجراءات التي يعتمد عليها في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها ومن ثم تفسيرها متوصلا إلى نتائج تمكنه من فهم تلك الظاهرة او حل تلك المشكلة.¹

ونظرا أن طبيعة موضوع الدراسة يتحكم فيه نوع المنهج المستخدم لفهم وتحليل مختلف الظواهر الإجتماعية، فإن موضوع دراسة الطالبة الباحثة "وسائط التواصل الاجتماعي واستخداماتها في العملية الإتصالية لدى الطالب الجامعي "الأنستغرام نموذجا" المنهج الوصفي هو المنهج المناسب لهذه الدراسة الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث.²

4. أدوات جمع البيانات المستعملة في الدراسة:

اعتمدت الطالبة الباحثة في دراستها البحثية الحالية على الإستبيان لاختبار فروض الدراسة، لاعتبار أن هذه الأداة الأنسب لموضوع البحث، ويعرف الاستبيان على أنه: نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع ما يتم ارساله للمبحوثين بطريقة أو أخرى ليجيبوا على هذ الأسئلة.³

ويتكون استبيان الدراسة الحالية من:

. محور البيانات الشخصية (التعريفية) بالمبحوث: واشتمل على (6) عناصر تمثلت في: "الجنس/ العمر/ وسط الإقامة/ امتلاك وسيلة اتصال حديثة/ مستوى التحصيل الدراسي

¹ عبد الله قلس، "منهجية البحث العلمي" (مطبوعة)، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2016، ص60.

² إسماعيل سيوكور، نجلاء نجاحي: أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، مجلة مقاليد، مخبر اللسانيات النصية وتحليل الخطاب، ورقلة، الجزائر، 2019، ص46.

³ أحمد الحمزة، البار أمين: "الإستبيان كأداة للبحث العلمي وأهم تطبيقاته"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد12، العدد3، جويلية 2022، ص304.

الجامعي/ عدد مرات استخدام الانستغرام في اليوم من طرف عينة الدراسة".

. المحور الأول: هو المحور الأول الخاص بالفرضية الفرعية الأولى: "استخدامات

الوسيط التواصلي الإجتماعي "الأنستغرام" في العملية الإتصالية -التعليمية التعليمية لدى الطالب الجامعي" اشتمل هذا المحور على 17 سؤال.

. المحور الثاني: هو المحور الثاني الخاص بالفرضية الفرعية الثانية: " استخدامات

الوسيط التواصلي الإجتماعي "الأنستغرام" في العملية الإتصالية -التثقيفية لدى الطالب الجامعي" اشتمل هذا المحور على 13 سؤال.

. المحور الثالث: هو المحور الثالث الخاص بالفرضية الفرعية الثالثة: " استخدامات الوسيط

التواصلي الإجتماعي "الأنستغرام" في العملية الإتصالية -الترفيهية والترفيهية لدى الطالب الجامعي" اشتمل هذا المحور على 12 سؤال.

وتم عرض الإستبيان على 4 أساتذة في تخصص علم الإجتماع لتحكيمه وتعديله.

5. خصائص عينة الدراسة:

. الجنس:

الجدول رقم (01): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	6	%12
أنثى	44	%88
المجموع	50	%100

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاتماد على مخرجات برنامج spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (01) الذي يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس، فإن النسبة

الأغلبية وقدرها (%88) هي من فئة الطلبة الإناث، وتقابلها نسبة ضئيلة وقدرها (%12) من

فئة الطلبة الذكور.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (01) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

- . المساواة التقريبية بين عدد الذكور والإناث في المجتمع الجزائري، من خلال ما أكدته الإحصائيات الأخيرة (الديوان الوطني للإحصائيات).
- . نسبة النجاح المرتفعة في البكالوريا والملتحقين بالجامعة من فئة الإناث.
- . الفئة التي تتوجه إلى اختصاص علم الاجتماع هي غالبا من فئة الإناث لأن هذا التخصص يضمن وظائف مستقبلية مقبولة ثقافيا لدى المجتمع (مهنة مشرف تربوي/ معلم/ مستشار توجيه...).

السن:

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب السن

المتغير	التكرار	النسبة %
من 20-24	46	92%
من 24-30	1	2%
أكثر من 30	3	6%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج V22. spss.

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (02) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن، فإن النسبة الأغلبية وتقدير 92% لفئة من 20-24 سنة، تليها نسبة 6% من فئة أكثر من 30، وأخيرا تليها نسبة 2% فقط لفئة من 24-30.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (02) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

فئة الطلبة هي من فئة الشباب فهذه الأخيرة (فئة الشباب) هي الأغلبية في المجتمع الجزائري حسب احصائيات الأخيرة من الديوان الوطني الجزائري للإحصائيات.

هذه الفئة تمثل السن الطبيعي للطالب المتمدرس للسنة الثالثة علم الاجتماع، الذين يتحصلون على شهادة ليسانس للولوج إلى عالم الشغل.

أما بالنسبة إلى فئة الطلبة الأكثر من 30، وفئة من 24-30 فهي فئة الطلبة الذين تحصلوا على شهادة البكالوريا في سن متأخرة (بكالوريا أحرار) ويرغبون في إتمام دراستهم.

بالإضافة إلى وجود هذه الفئة من الذين يكملون دراستهم لأجل الحصول على شهادة جامعية بغرض الترقية الوظيفية.

كما توجد فئة من الطلبة المنقطعين وخاصة فئة الاناث الذين يرغبون في مواصلة دراستهم الجامعية بغرض إكمال آفاقهم المستقبلية.

. وسط الإقامة:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب وسط الإقامة

النسبة %	التكرار	المتغير	
16%	8	ريفي	وسط
26%	13	شبه حضري	الإقامة
58%	29	حضري	
100%	50	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v 22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (03) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب وسط الإقامة، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 58% لفئة الطلبة الذين وسط إقامتهم حضري، تليها نسبة 26% لفئة

الطلبة القاطنين بالمناطق الشبه الحضرية، تليها نسبة 16% فقط لفئة القاطنين بالريف.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (03) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

. التباين والتفاوت الواضح في توزيع السكان بين المدن والريف (نسبة المدن مرتفعة عن الريف).

. بالإضافة لتوافر التعليم العالي ومختلف التسهيلات والخدمات في المناطق الحضرية وبالتالي عدم التنقل لمناطق أخرى، وهذا من أحد الأسباب الكبرى الذي شهدتها الجزائر ضمن حركية النزوح ريفي نحو المدن الكبرى لأجل ضمان للأبناء التمدن خاصة في الجامعات.

. كذلك هو الأمر بالنسبة للمناطق الشبه الحضرية وذلك للتقارب في الكثير من سمات الحياة الحضرية، على عكس المناطق الريفية لوجود صعوبات في الوصول إلى المدن الكبرى بالإضافة إلى التكاليف المالية والفرص التعليمية المحدودة.

امتلاك وسيلة اتصال حديثة:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد لعينة حسب امتلاك وسيلة اتصال حديثة

النسبة	التكرار	
98%	49	هاتف ذكي
2%	1	جهاز كمبيوتر
0%	0	لوحة إلكترونية
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة و بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v 22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (04) الذي يمثل امتلاك وسيلة اتصال لدى المبحوثين، فإن النسبة الأغلبية لفئة الطلبة الذين يمتلكون هاتف ذكي بنسبة 98%، تليها نسبة 2% فقط من فئة

الطلبة الذين يمتلكون جهاز كمبيوتر .

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (04) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

. امتلاك هاتف ذكي لأغلبية الطلبة لسهولة توافره واستعماله، وإلى أسعاره التي هي في المتناول وبالتالي باستطاعة الطالب الحصول عليه.

. التحول الرقمي الذي جعله نقطة اتصال اجتماعية وثقافية ضرورية في الحياة اليومية.

. عكس الكمبيوتر فهو أعلى تكلفة، بالإضافة إلى صعوبة حمله واستخدامه في أي

مكان.

المستوى الدراسي الجامعي:

الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي.

النسبة %	التكرار	
12%	6	متدني
74%	37	متوسط
14%	7	عالي
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة و بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v 22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (05) الذي يمثل المستوى الدراسي الجامعي لعينة الدراسة فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 74% للمستوى التعليمي متوسط، تليها نسبة 14% لفئة الطلبة الذين مستوى تعليمهم عالي، وتليها نسبة 12% لفئة الطلبة الذين مستوى تعليمهم متدني.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (05) جملة من

الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

. أن تخصص العلوم الاجتماعية والانسانية من التخصصات المفتوحة التي تضم أغلبية كبيرة لمعدلات القبول المتوسطة في البكالوريا.

. بالإضافة كذلك إلى الاكتظاظ الذي يؤثر على جودة التعليم تحديات النظام التعليمي المعتمد LMD الذي يفتقر بما هو متعلق بالجوانب التطبيقية والمهارات العلمية مما يؤدي إلى مستويات متوسطة من الأداء الأكاديمي.

. كما أن النظام التقييمي المعتمد في الامتحانات النهائية فهو لا يعكس بالضرورة قدرة الطالب الحقيقية في الفهم والتحليل.

. كما أنه توجد فئة معتبرة من الطلبة الذين يمتلكون القدرة على التحليل والمناقشة، وحب البحث والاهتمام بالقضايا والظواهر الاجتماعية والثقافية والتاريخية وهذا ما يفسر وجود نسبة من الطلبة ذو مستويات جيدة.

. عدد مرات استخدام الانستغرام في اليوم:

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة عدد مرات استخدام الأنستغرام في اليوم

النسبة %	التكرار	
14%	7	مرة واحدة
16%	8	من 2-5 مرات
70%	35	مرات عديدة
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v 22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (06) الذي يمثل عدد مرات استخدام الانستغرام في اليوم لدى عينة الدراسة، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 70% لفئة الطلبة الذين يستخدمون الأنستغرام لمرات عديدة في اليوم، تليها نسبة 16% للذين يستخدمون الأنستغرام من 2-5 مرات في اليوم، تليها نسبة 14% لفئة الطلبة الذين يستخدمونه مرة واحدة فقط في اليوم.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (06) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن الوسيط التواصلي الأنستغرام يمثل منصة تواصل وتفاعل اجتماعي جيد ومصدرا للترفيه مما يقضي معظم الشباب (الطلبة الجامعيين) أغلب أوقاتهم في هذا التطبيق.

على عكس أفراد المبحوثين من الطلبة الذين يستخدمونه بدرجة أقل في أوقات الفراغ وفي وقت الحاجة والأمور الضرورية فقط.

الفصل الرابع:

عرض، تحليل، تفسير

ومناقشة النتائج

1. عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الفرضية الفرعية الأولى:

التذكير بالفرضية الفرعية الأولى: يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية-التعليمية التعليمية.

نستعرض خلال هذا المحور الإجابات المتحصل عليها من طرف المبحوثين (أفراد عينة الدراسة الميدانية) والدالة على استخدامهم الأنستغرام في العملية الاتصالية-التعليمية التعليمية، وذلك من خلال تصنيف إجابات المبحوثين وتحليلها وتفسيرها وفق القيم الكمية الواردة.

الجدول رقم(07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الانستغرام أحد الوسائط التي يستخدمها الطالب في عملياته الاتصالية.

النسبة %	التكرار	
78%	39	نعم
2%	1	لا
20%	10	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (07) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام أحد الوسائط التي يستخدمها الطالب الجامعي في عملياته الاتصالية، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ78%، أجابوا بأنهم يستخدمون الأنستغرام كوسيط في عملياتهم الاتصالية، تليها بنسبة 20% من الطلبة الذين يستخدمونه أحيانا، وأخيرا نسبة 2% فقط من الذين لا يستخدمونه أبدا.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (07) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

. معظم الطلبة يمتلكون هاتف ذكي وهم بالتالي يستخدمون مختلف التطبيقات بما فيها الأنستغرام.

. يستخدم الطالب الأنستغرام ذلك بأنه واحد من أكبر الوسائط الأكثر انتشارا وتفاعلا بين فئة الشباب وخاصة فئة الطلبة لأن الطالب اليوم يدرك أن الأنستغرام يختلف عن الفيسبوك وهو تطبيق أكثر تطورا وتحديثا منه.

وبالنسبة للفئة التي لا تستخدم الأنستغرام ويستخدمونه أحيانا فهم من فئة الطلبة الذين لا يدركون ما يقدمه هذا التطبيق.

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: المتابعة للحسابات ذات المحتوى التعليمي

النسبة%	التكرار	
54%	27	نعم
22%	11	لا
24%	12	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (08) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة الحسابات ذات المحتوى التعليمي في الأنستغرام، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 54% الذين أجابوا أنهم يتابعون الحسابات ذات المحتوى التعليمي، تليها نسبة 24% من فئة الطلبة الذين أجابوا بـ أحيانا ما يتابعون هذه الحسابات، وتليها نسبة 22% من الذين أجابوا بأنهم لا يتابعون الحسابات ذات المحتوى التعليمي.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (08) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) لديهم انطباع بالاهتمام العلمي فهو يعبر عن

شكل من أشكال إعادة بناء المعرفة فبعد ما كانت المعرفة محصورة في المدارس ومصادر العلم كالكتب والملتقيات والندوات العلمية وفي يد الأساتذة والمعلمين، أصبحت اليوم ظاهرة رقمية اجتماعية متكاملة.

مما أدى إعادة في توزيع السلطة المعرفية -العلمية حسب بورديو، فالطالب الجامعي اليوم يستمد معرفته من عدة مصادر، فالحسابات التعليمية عبر الوسيط التواصل الاجتماعي أنستغرام تعد مصدرا سهلا ومتاحا لمختلف الشرائح، ويجمع بين المعلومة والعرض الجذاب. عكس بعض الطلبة الذين لا يتابعون حسابات ذات محتوى تعليمي، فيوجد الكثير من الذهنيات التي لديها تصور راسخ بأن التعليم ذا مصادر علمية معروفة "كتاب، جامعة، مدرسة" بالتالي هي ليست مصدر للثقة بالمعلومات الموجودة عبر هذا التطبيق. بالإضافة أن الرائج عند البعض من الطلبة أنه محتوى موجه نحو الموضة والطبخ والرياضة، وليس موجه لأغراض تعليمية وتعلمية، وفي ظل هذا الكم من المحتوى فقد يواجه صعوبة كبرى في البروز بحجم المحتويات الأخرى.

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: الاستفادة من منشورات الأنستغرام في التعرف على خصوصية التعليم في الجامعات الوطنية والعالمية

النسبة %	التكرار	
32%	16	نعم
24%	12	لا
44%	22	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (09) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: الاستفادة من منشورات الأنستغرام في التعرف على خصوصية التعليم في الجامعات الوطنية والعالمية، فإن أكبر نسبة قدرت بـ44% للذين أجابوا بأحيانا ما يستفيدون من منشورات الأنستغرام في

التعرف على خصوصية التعليم في الجامعات الوطنية والعالمية، تليها نسبة تقدر بـ32% للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستفيدون (نعم) من منشورات الأنستغرام في التعرف على خصوصية التعليم في الجامعات، تليها نسبة 24% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يستفيدون (لا) من هذه المنشورات.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (09) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

. اختلاف التجارب الفردية الجامعية من طالب لآخر في استخدام وسيط التواصل الاجتماعي، فهي جزئية لا تشمل الكل بمعنى أن استخدام الأنستغرام يختلف في استخداماته من طالب لطالب آخر وهذا نتيجة الإهتمامات والمتابعات التي يعتمدها كل طالب حسب ميوله وأهدافه، بالإضافة إلى خصوصية النشر (الأزمنة والشروط) المتباينة حسب مختلف مؤسسات التعليم والتكوين العالي.

أما فئة المبحوثين (الطلبة الجامعيين) الذين أجابوا بأنهم يستفيدون من هاته المنشورات وذلك أن طبيعة محتوى هذا الوسيط يعكس واقع جامعي معاش يعزز القرب والفهم وصدق هذا المحتوى خاصة أن أغلبية هاته المنشورات تكون من الطلبة، بالإضافة إلى أن هذا الوسيط يقدم أسلوب السرد القصصي والمنشورات والأسئلة التفاعلية مما يجعل الطالب في تفاعل ومتابعة دائمة مع الناشر فتحقق نوع من التوجيه الرقمي.

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يساعد في التعرف على مختلف شروط التسجيل في الجامعات الوطنية والعالمية عبر إعلانات التسجيل

النسبة %	التكرار	
32%	16	نعم
22%	11	لا
46%	23	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (10) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: الأستغرام يساعد في التعرف على مختلف شروط التسجيل في الجامعات الوطنية والعالمية عبر إعلانات التسجيل، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ46% للمبحوثين الذين أجابوا بأحيانا ما يساعدهم الأستغرام في التعرف على مختلف شروط التسجيل في الجامعات الوطنية والعالمية، تليها نسبة 32% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأن الأستغرام يساعد في التعرف على مختلف شروط التسجيل في مختلف الجامعات، وتليها نسبة 22% فقط من الذين أجابوا بأنه لا يساعدهم في التعرف على مختلف شروط التسجيل.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (10) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

. إدراك أن الطالب اليوم لا يتابع مصادر الأخبار الرسمية بانتظام، وبالتالي جل الجامعات والمؤسسات اليوم ترجع نقل معلوماتها إلى وسائط التواصل الاجتماعي، فهي تشكل امتداد رقمي تواصل لمختلف المؤسسات الرسمية، وهذا ما استدل عليه مانويل كاستلز في نظرية "المجتمع الشبكي" أن المجتمعات الحديثة أصبحت منظمة حول الشبكات الرقمية أكثر من المؤسسات التقليدية، والذي ألقى بتغيير في مختلف فروع المعرفة ومجالات الحياة.

ومن هذه الفئات (الطلبة الجامعيين) نجد من أحيانا ما يساعدهم ولا يساعده هذا الوسيط في التعرف على واقع التعليم وخصوصياته، وذلك يرجع لأن هذا الوسيط في العديد من الجامعات لا يستخدم كصفحة رسمية للإعلام الأكاديمي لها كما هو رائج عن هذه الحسابات أنها لا تقدم معلومات توجيهه وارشاد بل عبارة عن فعاليات جامعية يومية واعلانات تدريسية للطلبة.

بالإضافة أن خوارزميات هذا الوسيط تقوم بتقليل وتهميش المحتوى الغير تفاعلي وبالتالي قد لا يحظى بنفس الانتشار كباقي المحتويات.

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنتستغرام يفيد في التعرف على التخصصات العلمية المتواجدة بالجامعات الوطنية والعالمية للالتحاق بها.

النسبة %	التكرار	
34%	17	نعم
22%	11	لا
44%	22	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (11) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنتستغرام يفيد في التعرف على التخصصات العلمية المتواجدة بالجامعات الوطنية والعالمية للالتحاق بها فإن النسبة الغالبة قدرت بـ 44% من الذين أجابوا بأحيانا ما يفيد هذا الوسيط في التعرف على التخصصات الموجودة في مختلف الجامعات تليها نسبة 34% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأن الأنتستغرام يفيد في التعرف على التخصصات العلمية المتواجدة بالجامعات الوطنية والعالمية للالتحاق بها، تليها نسبة 22% فقط من الذين أجابوا بأنه لا يفيدهم في التعرف على التخصصات العلمية بمختلف الجامعات الوطنية والعالمية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (11) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن الأنتستغرام عند أغلبية الطلبة يعتبرونه منصة عرض وتعريف وتكرار وجذب وبالتالي سيعكس هذا التنوع تطلعاتهم وتصوراتهم الذاتية في تشكيل هويتهم التعليمية.

بالإضافة إلى الكم الهائل من صناعات المحتوى وهم طلبة في تخصص معين نجحوا في دمج هويتهم الأكاديمية مع هويتهم الرقمية وأصبحوا مرجعية علمية متخصصة في العديد من المجالات لملايين المتابعين خاصة أنهم يعكسون نوع من الثقة العالية نظرا أنهم نموذج واقعي حول تخصص أو جامعة ما.

أما الفئة الأخرى من عينة دراستنا التي أجابت بعدم استفادتها، وذلك يرجع أن طبيعة الأستغرام يعرض أكثر ما هو متفاعل معه أكثر بالتالي فإنه لا يهتم بالمنشورات العلمية والأكاديمية نظرا للانتشار الواسع لمحتويات أخرى.

بالإضافة أنه يوجد العديد من العائلات تلزم أفراد عائلتها بفرض مسارات علمية وعملية، كما أن كثرة تنوع المحتويات المنشورة عبر هذا الوسيط قد تجعل العديد من الطلبة لا يميزون بين مختلف محتويات المصادر الأخرى.

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: الاستفادة من حسابات الأستغرام التعليمية والتعلمية في الدراسة الجامعية

النسبة%	التكرار	
28%	14	نعم
32%	16	لا
40%	20	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (12) يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: الاستفادة من حسابات الأستغرام التعليمية والتعلمية في الدراسة الجامعية، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ40% من الذين أجابوا بأحيانا ما يستفيدون من حسابات الأستغرام التعليمية والتعلمية في دراستهم الجامعية، تليها نسبة 32% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يستفيدون من هذه الحسابات التعليمية والتعلمية، وأخيرا نسبة 28% من الطلبة أجابوا بأنهم يستفيدون من الحسابات التعليمية والتعلمية في الدراسة الجامعية بواسطة الأستغرام.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (12) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن الكثير من الطلبة لا يجدون ربط وتكامل بين البرنامج التعليمي الجامعي المدروس ومع المحتوى الرقمي المنشور عبر الأنستغرام.

بالإضافة أن العديد من الطلبة يعتبرون الأنستغرام موقع يعتمد على الصور (قصر المعلومة) بالتالي فهو غير كافي لفهم مقاييس اكااديمية.

أما الفئة التي أجابت بأنها تستفيد من الحسابات التعليمية، فإن هؤلاء الطلبة يميزون بين مختلف محتويات هذا الوسيط ويستغلون مختلف المصادر في تثمين تعليمهم الذاتي ولو كان بنسبة قليلة، كما يعتبرونه (الطلبة الجامعيين) امتداد للتعليم الأكاديمي، حيث يلزم على الطالب الربط بين ما هو تقليدي ثابت ورقمي حديث.

الجدول رقم(13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجابته: نوع الحسابات التعليمية التعليمية التي ينشرها اللانستغرام وتُتابع عبر صفحاته

النسبة	التكرار	
24%	12	منشورات كتابية تعليمية
52%	26	فيديوهات تعليمية
10%	5	منصات تفاعلية
14%	7	غيره
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (13) يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجابته: نوع الحسابات التعليمية التعليمية التي ينشرها الأنستغرام وتُتابع عبر صفحاته، فإن أكبر نسبة قدرت ب 52% تمثلت في متابعة الفيديوهات التعليمية، تليها نسبة 24% تمثلت في متابعة المنشورات الكتابية التعليمية، تليها نسبة 14% تمثلت في متابعة حسابات أخرى، وأخيرا وبنسبة قدرها 14% من فئة الطلبة الذين يتابعون المنصات التفاعلية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم(13) جملة من

الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية الطلبة يفضلون المحتوى المرئي (الإنستغرام) وذلك في أنه سهل الإدراك والاستهلاك مقارنة بالكتابة والقراءة التي تحتاج إلى وقت وتركيز وجهد، فالإنستغرام بحد ذاته تطبيق مخصص للصورة والفيديو.

كما توجد فئة من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) الذين يتابعون المنشورات الكتابية التعليمية، وذلك أن هؤلاء الأفراد يفضلون التأمل والتأني في فهم ما هو مطروح. كما أن المنشورات المكتوبة تقدم سرد تفصيلي ومعمق أكثر من المنشورات الأخرى فهي تعبر عن نوع من الجدية في المعلومات التعليمية.

أما الفئة من الطلبة الذين يفضلون المنصات التفاعلية فهي تعكس تجربة تفاعلية تشاركية مباشرة حية فالتعليم الأصح يكون عن طريق الإرسال والتلقي أي بوجوه رجوع صدى بين هذين الطرفين لا التلقي فقط، كما أنها تشبع حاجات نفسية واجتماعية (الانتماء/بناء العلاقات/المشاركة...)، ويوجد العديد من أنواع المنشورات في هذا الوسيط (الإنستغرام) منها الرائجة ومنها المستحدثة في تغيير دائم ومستمر وجديد، وهذا ما يفسر وجود فئة من عينة الدراسة يتابعون منشورات أخرى غير المذكورة.

الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التواصل مع الأساتذة وأصحاب محتويات تعليمية عبر الإنستغرام

النسبة %	التكرار	
6%	3	نعم
38%	19	لا
56%	28	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (14) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التواصل مع

الأستاذة وأصحاب محتويات تعليمية عبر الأنستغرام فإن النسبة الأغلبية وقدرها 56% الذين أجابوا بأحيانا ما يتواصلون مع الأساتذة وأصحاب المحتويات التعليمية، تليها نسبة 38% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يتواصلون أصحاب محتويات تعليمية عبر الانستغرام، وأخيرا نسبة 6% فقط من الذين أجابوا بأنهم يتواصلون مع الأساتذة وأصحاب محتويات تعليمية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (14) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

فإن نسبة من المبحوثين من الطلبة لا يتواصلون مع الأساتذة وأصحاب المحتويات التعليمية يرجع ذلك إلى حاجز السلطة الموجودة بين الطالب والأستاذ وبين ما هو أعلى رتبة علمية أو شهرة منه، خاصة عبر وسائط التواصل الاجتماعي وذلك يخلق نوع من التردد والخوف حتى ولو بشكل عفوي من الرفض أو عدم الرد أو التجاهل وهذا الأمر يحقق نوع من الإحراج النفسي الذي يرفضه العديد من التعرض له.

بالإضافة إلى أن العلاقة في هذا الوسيط علاقة أحادية الاتجاه محتوى تم نشره ← متابعين كما توجد بعض الفئات (الطلبة الجامعيين) الذين أجابوا بأنهم يتواصلون مع الأساتذة وأصحاب محتويات تعليمية عبر الأنستغرام فهذا يعكس تجربة سابقة لهاته الفئة اتسمت بالاهتمام والرد من طرف الأستاذ أو صاحب محتوى، بالإضافة أنه يعكس رغبة الطالب في اكتساب معرفة ما أو توجيهات من أستاذة أو قدوة أعلى منه.

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: المحاضرات أن العلمية المتخصصة المنشورة تساعد في عملية التعلم

النسبة %	التكرار	
22%	11	نعم
18%	9	لا
60%	30	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (15) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: المحاضرات أن العلمية المتخصصة المنشورة تساعد في عملية التعلم، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ60% من الذين أجابوا أن المحاضرات العلمية المتخصصة التي ينشرها الانستغرام لأساتذة وباحثين أحيانا ما تساعد في عملية تعليم وتعلم الطالب الجامعي، تليها نسبة 22% للذين أجابوا بـ أن المحاضرات العلمية المتخصصة تساعد في عملية تعليم وتعلم الطالب، وأخيرا بنسبة 18% من عينة الدراسة الذين أجابوا بانها لا تساعدهم في عملية تعليم وتعلم الطالب الجامعي.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (15) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية طلبة دراستنا يجدون أن الأنستغرام يتيح تنوع كبير في عملية التعليم بطريقة مختصرة أقل وتتيح نوع من السهولة في التوضيح والاستيعاب، كما يساهم في كسر القواعد التقليدية والمعتادة في عملية التعليم، مما يساهم في استفادة أكبر للطلبة من مختلف الجامعات على نطاق أكبر مما ينتج مساحة لتبادل الأفكار والمعلومات وثقافات مختلفة.

على عكس فئة المبحوثين الذين أجابوا بأن هاته المحاضرات لا تساعد في عملية تعليم وتعلم الطالب، وذلك أن هذه المحاضرات لا تقدم فهم شامل للمادة فهي جزء من الكل فأبي معرفة تقدم تكون بطريقة تدريجية متراكمة لتحقيق نسبة من الفهم والاستيعاب لدى الطالب الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية يساعد في تطوير المهارات التعليمية

النسبة%	التكرار	
40%	20	نعم
16%	8	لا
44%	22	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (16) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية يساعد في تطوير المهارات التعليمية، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ44% من الذين أجابوا بأحياننا ما يساعد التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية في تطوير مهارات التعلم، تليها نسبة مقاربة لها قدرت بـ40% أجابوا بأن التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية يساعد في تطوير المهارات التعليمية، تليها نسبة 16% فقط من المبحوثين الذين أجابوا بأنه لا يساعدهم في تطوير مهاراتهم التعليمية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (15) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن هذا الوسيط عند الأغلبية من فئة الطلبة يستخدمونه بكثرة يوميا وهذا ما تحصلنا عليه في الجدول رقم (06)، مما يعكس التفاعل الكبير والمستمر للأنستغرام فهو يجمع ويدمج بين الحياة اليومية والمعرفة المتلفات، كما يساعد في ترسيخ المعلومة وفهمها من جوانب مختلفة، فكلما تفاعل الطالب وشارك في نشر أي محتوى فهو يحقق نوع من التعليم اليومي الغير مقصود عبر هذا الوسيط.

أما فئة المبحوثين (الطلبة الجامعيين) الذين أجابوا بأنه لا يساعدهم في تطوير مهارات التعلم فذلك يرجع لكثرة المحتويات التي تشتت من انتباه الطالب وتضعف تركيزه، كما أنه كمرجع واحد يحقق معرفة ضئيلة جدا فهو لا يناسب المواضيع العلمية التي تحتاج إلى شرح وفهم تفصيلي.

الجدول رقم(17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: المهارات التعليمية التي ساهم الأستغرام في تطويرها من خلال المحتويات التعليمية التي ينشرها.

النسبة %	التكرار	
20%	10	مهارة الكتابة
6%	3	مهارة القراءة
22%	11	مهارة التعبير
50%	25	مهارة المحادثة
2%	1	لا يوجد
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات SPSS.v

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (17) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: المهارات التعليمية التي ساهم الأستغرام في تطويرها من خلال المحتويات التعليمية التي ينشرها، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 50% للذين أجابوا بأن مهارة المحادثة هي من المهارات التي يساهم الأستغرام في تطويرها، تليها نسبة قدرت بـ 22% للذين أجابوا بأن مهارة التعبير هي من المهارات التي يساهم الأستغرام في تطويرها، تليها نسبة مقارنة لها قدرت بـ 20% للذين أجابوا بأن مهارة الكتابة هي من المهارات التي يساهم الأستغرام في تطويرها، ثم تليها نسبة 6% للمبحوثين الذين أجابوا بأن الأستغرام ساهم في تطوير مهارة القراءة، وأخيرا بنسبة قدرت بـ 2% فقط من عينة الدراسة أجابوا بأنه لا يساهم في تطوير أي مهارة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (15) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن مهارة المحادثة والتعبير من المهارات التعليمية التي يساهم الأستغرام في تطويرها لدى الطالب الجامعي، فباعتباره فضاء اجتماعي تفاعلي رمزي، فالتفاعل المستمر ينتج بيئة تفاعلية مرئية تعبيرية، من خلال تبادل الرموز والمعاني داخل عملية مستمرة بين الفعل ورد الفعل

بالتالي يطور لدى الفرد مهارات التعبير المحادثة.

كما أن التنوع في الثقافات والمعلومات في شتى المجالات يسهم في تحسين ثقافة ومعرفة الطالب وبالتالي تحسين في مهارة محادثته مع مختلف الشرائح الاجتماعية. كما أن مهارة الكتابة من المهارات التعليمية التي يساهم الأستغرام في تطويرها لدى الطالب الجامعي، باعتباره نشاط تواصلية رمزي دائم ومستمر مع الآخرين في سياقات اجتماعية متعددة فالمحتوى البصري للأستغرام غالبا ما ترفق وتدعم بكتابات أو تعليقات أو شروحات مختلفة تتميز بالدقة والشرح المباشر للمحتوى (كتابة الوصف/ التدوينات الطويلة/ نشر القصص).

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن محتويات المصادر والمراجع العلمية تساعد في عمليات البحث العلمي

النسبة %	التكرار	
14%	7	نعم
46%	23	لا
40%	20	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (18) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن محتويات المصادر والمراجع العلمية تساعد في عمليات البحث العلمي، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 46% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأن المصادر والمراجع العلمية المنشورة عبر الأستغرام لا تساعدهم في عمليات البحث العلمي بالجامعة، تليها نسبة 40% للطلبة الذين أجابوا بأحيانا ما يساعدهم في عمليات البحث العلمي بالجامعة، وأخيرا بنسبة 14% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنه يساعدهم في عمليات البحث العلمي بالجامعة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (18) جملة من الحقائق

السوسيولوجية على النحو التالي:

إن البحث العلمي وخاصة في العلوم الاجتماعية والانسانية تمر بعدة مراحل علمية ودقيقة تحتاج إلى ضبط منهجي واسقاط نظري، ومحتوى الانستغرام مخالف نوعا ما فهو يقدم معلومات بسيطة بدون توثيق أو تهميش، وأغلبية محتوياته تكون بالعامية وجذابة لتحقيق مشاهدة ومتابعة قدر الإمكان ولا تخدم الطالب سواء في مرحله الأولى أو حتى في مراحل أخرى ماستر / دكتوراه.

على عكس ما أجيّب به الفئة الأخرى من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أنه يساعد في عمليات البحث العلمي بالجامعة، كاعتمادها كمصدر ثاني وثانوي باقتباس أفكار أو استلهاهم موضوع أو قضية ما فقط.

كما يمكن استخدامه في دراسة تحليل محتوى (صورة/فيديو/اشهار/صفحة/ظاهرة)

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية

النسبة %	التكرار	
40%	20	نعم
12%	6	لا
48%	24	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (19) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية، فإن بنسبة قدرت ب48% من الذين أجابوا أن الأنستغرام عبر منشوراته التعليمية أحيانا ما يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية، تليها نسبة 40% للذين أجابوا بأنه يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية، و أخيرا نسبة 12% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنه لا يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (19) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أغلبية طلبة عينة دراستنا يرون أن الأنستغرام يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب باعتباره وسيط بصري تفاعلي متنوع من خلفيات اجتماعية وثقافية عالمية متنوعة، مما يولد استخدام أكثر عبر طرق وجوانب متعددة بأسلوب مختلف ومنظور جديد وبالتالي تجعل من التعلم يجمع بين المتعة والواجب دون شعور.

أما الفئة الأخرى من عينة الدراسة التي أجابت بأن أن الأنستغرام عبر منشوراته التعليمية لا يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية، فغالبا ما يكون يوجد تنوع وجدب شكلي فقط إلا أنه لا يقدم معرفة علمية كاملة أو حتى جزئية.

كما أن طابع الجذب يغلب على المحتوى الترفيهي أكثر منه تعليمي، بالإضافة إلى أنه تطبيق عموما ليس خاضع إلى أي نوع من أنواع الرقابة لصاحبية المحتوى المطروح.

الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: يتيح الأنستغرام للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي فعال بينهم.

النسبة %	التكرار	
72%	36	نعم
2%	1	لا
26%	13	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (20) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: يتيح الأنستغرام للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي فعال بينهم، فإن النسبة الكبرى قدرت بـ 72% من الذين أجابوا بأنه يتيح للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء

ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي بينهم، تليها نسبة 26% من عينة الدراسة الذين أجابوا بـ نوعا ما يتيح الأنستغرام للطلبة الجامعين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي بينهم، وأخيرا بنسبة قدرت بـ 2% فقط من الذين أجابوا بأن الأنستغرام لا يتيح أي فرص لإنشاء أو مشاركة محتوى تعليمي تفاعلي بينهم.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (20) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

في أن الأنستغرام يوفر مساحة حرة ذات طابع خاص لنشر ومناقشة أساليبهم في الفهم والتعبير بكل أريحية بطريقة أكثر تلقائية، كما يعزز شعور الإنتماء عند كل أفراد الجماعة (مجموعة الطلبة)، وبالتالي أضحي اليوم منصة تعليمية غير رسمية مكلمة للمؤسسات الرسمية.

في المقابل فإن فئة من عينة الدراسة (الطلبة الجامعين) أجابوا بأن الأنستغرام لا يتيح فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي فعال بينهم، فإن الأنستغرام تطبيق ذا شعبية أكثر لا فائدة أكثر وذلك لنظام خوارزميات التطبيق الذي ينتج تمييز بين كل المحتويات. كما أنه يعزز ثقافة الظهور، والطابع استهلاكي أكثر منه بكثير انتاجي أو تشاركي.

الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن استخدام الطلبة للأنستغرام يزيد من دافعيتهم نحو التعلم

النسبة %	التكرار	
30%	15	نعم
18%	9	لا
52%	26	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (21) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن استخدام

الطلبة للأنستغرام يزيد من دافعيّتهم نحو التعلّم، فإنّ النسبة الأغلبية قدرت بـ 52% من الذين أجابوا بـ نوعاً ما الصفحات التعليمية للأنستغرام تزيد من دافعيّتهم نحو التعلّم، تليها نسبة قدرت بـ 30% من الذين أجابوا بأنّ الأنستغرام يزيد من دافعيّتهم نحو التعلّم وأخيراً بنسبة 18% من الطلبة الذين أجابوا بأنّ الصفحات التعليمية للأنستغرام لا تزيد من دافعيّتهم نحو التعلّم.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (21) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أنّ أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) تزيد دافعيّتهم نحو التعلّم "نوعاً ما" وذلك تبعاً لتداخل طبيعة المحتوى وسياق الإستخدام فتؤدي غالباً إلى إشباع سريع من خلال التكرار وعدم وجود تحديث وتجديد لما منشور بالتالي لا يحقق دافع تعليمي أو تعليمي مستمر.

إضافة أنه فئة من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) تزيد دافعيّتهم نحو التعلّم، وذلك لتغير في نمط الدراسة التقليدي بأسلوب أكثر قابلية وتطور ولا ينظر إليه كجهد تعليمي بل اندماج رقمي معرفي في مختلف استخدامات حياتهم اليومية، وبالتالي أصبح التعلّم عبر هذا الوسيط البصري يحمل صفة الأستهلاك كما تستهلك المحتويات الأخرى من موضة، رياضة، ترفيه... كما أن هذا التطبيق يخدم غاية الطالب في سهولة الوصول ← تحقيق فهم ولو كان جزئي النجاح الأكاديمي.

أما الطلبة الذين أجابوا بأنّ الأنستغرام لا يزيد من دافعيّتهم نحو التعلّم، يرجع أن العديد من الطلبة يحبذون أن التعلّم يحتاج إلى تفاعل حضوري أستاذ/ جماعة رفاق/ نقاش/ حوار، عدة أدوات لإكمال عملية التعلّم والتعلّم، على عكس محتوى الأنستغرام يكون غالباً فردياً غير مباشر بالتالي يصبح التعلّم هنا غير محفز ومهيئ بالشكل الكافي لاكتساب المعلومة.

الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن منشورات الأنستغرام حول تعليم اللغات الأجنبية تساعد الطالب في عملية اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية.

النسبة %	التكرار	
66%	33	نعم
4%	2	لا
30%	15	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (22) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن منشورات الأنستغرام حول تعليم اللغات الأجنبية تساعد الطالب في عملية اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية، حيث أن النسبة الأغلبية قدرت بـ 66% من الذين أجابوا بأن الانستغرام يساعد في عملية اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية، تليها نسبة 30% من عينة الدراسة الذين أجابوا بـ نوعا ما منشورات الأنستغرام حول تعليم اللغات تساعد الطالب في اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية، وأخيرا بنسبة 4% فقط من الذين أجابوا بأنها لا تساعدهم في اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (22) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية طلبة عينة دراستنا يجدون أن الأنستغرام يساعدهم في اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية وذلك أن اكتساب لغات مختلفة وإن كانت بدرجة ضئيلة (مفردات) ليست للنجاح الأكاديمي فقط بل لإهتمامات أخرى كالعمل الحر أو التواصل مع آخرين، السفر مما تجعل الطالب يهتم بهذه المنشورات لا سيما أنه يجد نفسه في سياق اجتماعي وثقافي متنوع.

بالإضافة فإن غالبية المحتويات تقدم اللغة كمارسة في مواقف حقيقية، كما تمكنه من استخدامها بمرونة وبطريقة صحيحة لغويا.

أما فئة المبحوثين (الطلبة الجامعيين) الذين أجابوا بأن منشورات الأنستغرام حول تعليم اللغات لا تساعدهم في اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية، فهذا يرجع إلى أن التعليم وخاصة في اكتساب وتعلم اللغات الأجنبية تحتاج إلى قواعد نحوية ثم إلى محادثات لغوية مما تجد أن العديد من الطلبة لا يستفيدون من هذه المنشورات.

كما أن منشورات الأنستغرام دائما ما تكون مجزأة وغير منظمة عكس المؤسسات التربوية ذات الطابع التنظيمي الذي تفقده هذه الفضاءات الرقمية، كما أن اللغة هيا سلوك يجمع بين الفرد والجماعة والبيئة والاستخدام، فأغلبية الطلبة بهذه الطريقة حتى وإن اكتسبوا بعض المفردات إلا أنه لا يكتسب أين (المكان) ومتى (الزمان) تستخدم هذه العبارة أو حتى تقال.

الجدول رقم (23): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: استخدامات الطالب للأنستغرام في العملية الاتصالية -التعليمية والتعلمية

النسبة%	التكرار	
28%	14	نعم
24%	12	لا
48%	24	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات SPSS.v

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (23) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: استخدامات الطالب للأنستغرام في العملية الاتصالية -التعليمية والتعلمية، فإن النسبة الغالبة قدرت بـ48% من الطلبة الذين أجابوا بـ نوعا ما يستخدمون الأنستغرام في العملية الاتصالية التعليمية التعليمية، تليها نسبة 28% من المبحوثين الذين أجابوا بأن من بين استخدامات الطالب للأنستغرام استخدامه في العملية التعليمية التعليمية، ثم تليها نسبة 24% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأن من بين استخدامات الأنستغرام في العملية الاتصالية ليس استخدامه في العملية التعليمية التعليمية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (23) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن الطلبة يستخدمون الأنستغرام في العملية الاتصالية -التعليمية التعليمية، ذلك أن الطالب الجامعي يستخدم مختلف الآليات والطرائق التي تساعده في العملية التعليمية، وبالتالي فقد وجد أن الانستغرام وما يوفره من خدمات تفيد العملية التعليمية على غرار المحتوى العلمي عبر هذا الوسيط يستخدم لأغراض علمية مثل room Google Class منصة Moodle.

وهذا ما يتطابق مع النتائج السابقة من الجدول (08-22)

كما أن التفاعل الغير متوازن بين المحتويات الأخرى مما يجعل ظهور وانتشار المحتويات التعليمية سطحية فقط، وبالتالي الاستخدام هنا يكون في سياق محدد ومرهون بحاجات معينة.

كما يرجع استخدامه بدرجة كبرى كوسيط بصري جذاب مؤثر بدرجة عالية تحفز نوعا من الفهم النسبي.

2. عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثانية:

التذكير بالفرضية الفرعية الثانية: يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -التثقيفية.

نستعرض خلال هذا المحور الإجابات المتحصل عليها من طرف المبحوثين (أفراد عينة الدراسة الميدانية) والدالة على استخدامهم الأنستغرام في العملية الاتصالية -التثقيفية، وذلك من خلال تصنيف إجابات المبحوثين وتحليلها وتفسيرها وفق القيم الكمية الواردة.

الجدول رقم(24): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التثقيفي

النسبة %	التكرار	
74%	37	نعم
4%	4	لا
22%	11	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (24) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التثقيفي، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 74% من الذين أجابوا بأنهم يتابعون عبر الأنستغرام الحسابات العامة ذات المحتوى التثقيفي، تليها نسبة 22% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يتابعون الحسابات(الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التثقيفي، وأخيرا بنسبة 4% فقط من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يتابعون الحسابات ذات المحتوى التثقيفي.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (24) جملة من

الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية الطلبة كانت إجاباتهم بأنهم يتابعون الصفحات العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التثقيفي وهذا يعكس رغبة الطلبة في بناء رأس مال ثقافي.

بالإضافة إلى التحول في أنماط الحصول على المعلومة والرغبة في تحسين الصورة الذاتية للفرد بإكتساب المعرفة من مصادر عديدة رسمية وغير رسمية، كما أنه يقدم تعويض في نقص معرفي ما بطريقة مبسطة وسريعة عبر محتوى بصري جذاب.

أما بالنسبة للفئة التي أجابت بأنهم لا يتابعون الصفحات العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التثقيفي فهذا يرجع أن الأنستغرام تطبيق استهلاكي سريع يعتمد على أسلوب التمرير من منشور لآخر بسرعة بحثاً عن المتعة والضحك والإبهار، كما أن إيقاع التطبيق لا يتماشى مع الطابع التثقيفي الهادئ.

الجدول رقم(25): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يفيد الطالب من خلال منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة المجتمع العام.

النسبة %	التكرار	
78%	39	نعم
0%	0	لا
22%	11	نوعاً ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (25) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يفيد الطالب من خلال منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة المجتمع العام، فإن النسبة الغالبة قدرت بـ 78% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستفيدون من منشورات الأنستغرام للتعرف على خصوصيات ثقافة المجتمع، تليها نسبة 11% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا بـ نوعاً ما، أي ليس بصفة دائمة يستفيدون من منشورات الأنستغرام

للتعرف على خصوصيات ثقافة المجتمع.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (25) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن الانستغرام يفيد الطلبة من خلال بعض منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة مجتمعه العام، وذلك أن طبيعة هذا الوسيط التواصلية تعكس ثقافة المجتمع عن طريق الصورة بشتى أنواعها الثابتة والمتحركة، فهي اليوم تقدم معاني ظاهرة وكامنة حيث تكون لدينا وعي بصري استهلاكي ثقافي جماعي داخل مجتمع رقمي افتراضي بفعل هيمنته على الثقافة المحلية وطرح مختلف أبعادها بأشكال عدة، فطبيعة هذا الوسيط يوثق الحياة اليومية لمستخدميه بالتالي يعد مساهم كبير في التعريف بثقافات مجتمعه المتنوعة.

على عكس فئة الأخرى من عينة دراستنا الذين يجدون أن الأنستغرام نوعا ما يفيدهم في التعرف على واقع وخصوصية ثقافة مجتمعهم العام، في أنهم يرون أن الثقافة أحد الركائز الأساسية الثابتة اكتسبت عن طريق التنشئة الاجتماعية فهي أمر ثابت ومتعارف عليه.

الجدول رقم(26): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يفيد الطالب من خلال منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة المجتمعات العالمية.

النسبة%	التكرار	
64%	32	نعم
4%	2	لا
32%	16	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (26) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يفيد الطالب من خلال منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة المجتمعات العالمية، فإن النسبة الغالبة قدرت بـ64% من الذين أجابوا أن منشورات الأنستغرام

تفيد في التعرف على خصوصيات ثقافة المجتمع العالمي، تليها نسبة 32% من الذين أجابوا بـ نوعا ما تفيدهم منشورات الانستغرام في التعرف على خصوصيات ثقافة المجتمع العالمي، وأخيرا بنسبة 4% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنها لا تفيدهم.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (26) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

من خلال إجابات الطلبة بأن الأنستغرام يفيدهم في التعرف على خصوصيات ثقافة المجتمع العالمي فيساهم هذا الوسيط في نقل ونشر خصوصيات الواقع الثقافي العالمي بصفة دائمة من مختلف مستخدميها في العالم مما يحقق انتشار واسع النطاق باعتباره منصة عرض لمختلف الهويات الثقافية وهذا ما ولد ما يعرف "بالتراند" الذي عبر عن ثقافة رقمية جديدة.

على عكس الفئة الأخرى من الطلبة التي أجابت بأن الانستغرام لا يفيدهم في الاستفادة من خلال بعض منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات الثقافة في المجتمعات العالمية وهذا يرجع خاصة إلى التضليل بالمحتوى لمنشورات الأنستغرام مدفوعة الأجر لتوجيه المشاهد والمتابع إلى غايات أخرى كالسفر / شراء غرض ما.

الجدول رقم(27): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: ان الأنستغرام من خلال منشوراته يسهم في تمسك الطالب بالانتماء إلى خصوصياته الثقافية المجتمعية.

النسبة%	التكرار	
28%	14	نعم
16%	8	لا
56%	28	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (27) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: ان الأنستغرام من خلال منشوراته يسهم في تمسك الطالب بالانتماء إلى خصوصياته الثقافية

المجتمعية، حيث مثلت أعلى نسبة بـ56% من المبحوثين الذين اجابوا بـ نوعا ما تساهم منشورات الأنستغرام في تمسك الطالب بالانتماء إلى خصوصيات ثقافة مجتمعه تليها نسبة 28% من عينة الدراسة الذين اجابوا بـ نعم، ثم تليها نسبة 16% من الطلبة الذين اجابوا بأن الأنستغرام لا يساهم في تمسك الطالب بخصوصياته الثقافية المجتمعية. التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (27) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن منشورات الانستغرام تساهم في تمسك الطالب بالانتماء إلى خصوصياته الثقافية المجتمعية بصفة ليست دائمة ولذلك لأن التعريف بثقافة مجتمعية خاصة عبر وسائط الاتصال تعزز الشعور بالهوية والانتماء والفخر مما يعكس الاعتراف المحلي والعالمي بالخصوصية الثقافية للمجتمع.

فالانستغرام فضاء رمزي يمكن الفرد الشعور بالانتماء فكل مشاركة أو تفاعل مع أي منشور ثقافي فإنه يؤكد انتمائه وتشكل هوية مجتمعه مع مختلف المستخدمين الآخرين. على عكس الفئة التي أجابت بأن منشورات الانستغرام لا تساهم في تمسك الطالب بالانتماء إلى خصوصياته الثقافية المجتمعية وذلك يرجع للتوزيع الغير عادل لمختلف المحتويات وبالتالي يجد الطالب نفسه يخضع لثقافات لا تخصه "الهيمنة الثقافية" مما يؤدي إلى الشعور بعدم الانتماء.

الجدول رقم(28): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته (المكتوبة والسمعية -البصرية) يذكر الطالب بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي.

النسبة%	التكرار	
60%	30	نعم
14%	7	لا
26%	13	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (28) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته (المكتوبة والسمعية-البصرية) يذكر الطالب بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي، فإن أعلى نسبة قدرت ب60% من عينة الطلبة الذين أجابوا بأن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته يذكرهم بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي، تليها نسبة قدرت ب 26% من عينة الدراسة الذين أجابوا ب نوعا ما منشورات الأنستغرام تذكرهم بمآثر تاريخ مجتمعهم الحضاري والثقافي، تليها نسبة14% فقط من الذين أجابوا أن هذا الوسيط لا يساهم في تذكير الطالب بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (28) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يجدون أن هذا الوسيط يذكرهم بمآثر تاريخ مجتمعهم الحضاري والثقافي فالانستغرام طبيعة نشر محتواه يتم باسترجاع وإعادة مشاركة ذكرى مآثر كل حادثة أو ذكرى معينة خاصة عند وصول تاريخ حدوثها، فيتم إحياء الذاكرة الجماعية وربطها بالحاضر من خلال الترويج لها بالمنشورات والصور والفيديوهات بصفة دائمة وفي أي وقت(أسلوب التكرار).

وعلى عكس المبحوثين الذين أجابو بأنه لا يذكر الطالب بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي، يرجع هذا إلى طبيعة الخوارزميات التطبيق التي تروج للتفاعل الأكثر وغالبا المحتوى الترفيهي والجمالي الإبداعي يحظى بتفاعل أكبر من المحتوى التاريخي الحضاري. كما أن إنتاج المحتوى التاريخي لا يحظى بنفس جاذبية محتويات أخرى.

الجدول رقم (29): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة.

النسبة %	التكرار	
36%	18	نعم
26%	13	لا
38%	19	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (29) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة، حيث مثلت أعلى نسبة بـ 38% للمبحوثين الذين أجابوا بـ أنهم يتابعون منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة، تقابلها نسبة قدرت بـ 36% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأحيانا ما يتابعون بعض منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الثقافية، ثم تليها نسبة 26% الذين صرحوا بأنهم لا يتابعون منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الثقافية غير هذا الوسيط "الأنستغرام".

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (29) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن اغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أحيانا ما يتابعون الأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة، لأن هذه المتابعة تكون ذات اهتمام في فترات معينة فقط، بالإضافة ان هذه المنشورات ذات صدى فعلي وتقدم حافز مهم لمواصلة المتابعة لمرات أخرى.

كما أن فئة من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتابعون الأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة، فالجامعة فضاء اجتماعي وثقافي وهم جزء مكمل لهذا الفضاء، انتمائهم فقط يشكل

مرافقة لما يحدث في الجامعة بمتابعة الأنشطة التي تدار فيها.

بالإضافة أن متابعة العديد من الطلبة تكون غالبا بسبب تأثير متابعة أصدقائه لهذه المنشورات مما يخضع للمتابعة لفهم كل ما يدور في الجامعة من نشاطات وممارسات ترفيهية، أكاديمية.

على عكس فئة من المبحوثين الذين أجابوا أنهم لا يتابعون الأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة، فهذا يرى أنها ليس من ضمن اهتماماتهم الأولى.

الجدول رقم(30): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل مع المنشورات الثقافية عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره.

النسبة %	التكرار	
44%	22	نعم
14%	7	لا
42%	21	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (30) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل مع المنشورات الثقافية عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره، فإن أعلى نسبة قدرت بـ44% للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم يتفاعلون مع المنشورات الثقافية التي تبث عبر الأنستغرام، تليها نسبة 42% من عينة الدراسة التي أجابت بأنه أحيانا ما تتفاعل مع المنشورات الثقافية، وأخيرا بنسبة 14% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا أنهم لا يتفاعلون مع منشورات الثقافة عبر الأنستغرام.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (30) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

إجابات المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أنهم يتفاعلون مع بعض المنشورات الثقافية التي تبث عبر الأنستغرام راجع إلى تنوع المحتوى (المنشورات) وسهولة فهمها، بالإضافة إلى رغبة العديد من الطلبة في بناء ذواتهم وتنقيفها، كما انها تحفز لدى الطلبة اهتماماتهم اتجاه مواضيع معينة.

أما الفئة الأخرى من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يتفاعلون مع بعض المنشورات الثقافية التي تبث عبر الأنستغرام بالتعليق أو الإعجاب، ذلك أن المحتوى التثقيفي يلتزم بالجدية عن بقية المحتويات مما قد ينفرد منه العديد من الطلبة.

بالإضافة إلى اقبال الأغلبية نحو استخدام هذا الوسيط للترفيه والتسلية، وليس للتأمل والتفكير.

الجدول رقم(31): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: تشارك المحتويات الثقافية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحة الأنستغرام.

النسبة%	التكرار	
38%	19	نعم
26%	13	لا
36%	18	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

من خلال الجدول أعلاه رقم (31) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: تشارك المحتويات الثقافية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحة الأنستغرام، فمثلت أعلى نسبة للمبحوثين الذين أجابوا أنهم يشاركون المحتويات التثقيفية مع عائلاتهم وأصدقائهم بنسبة 38% تليها نسبة قدرت بـ36% من عينة الدراسة للذين أجابوا بأحيانا ما يشاركون المحتويات الثقافية مع عائلاتهم وأصدقائهم، وأخيرا بنسبة 13% فقط من الذين أجابوا ب أنهم لا يشاركون المحتويات الثقافية سواء مع عائلاتهم أو أصدقائهم.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (31) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية طلبة عينة دراستنا يشاركون المحتويات الثقافية مع العائلة أو الأصدقاء عبر الصفحة الخاصة في الأنستغرام لتعميم الفائدة وتوسيع دائرة المعرفة والمعلومات مع أقرانهم بالتالي يحفز تبادل واكتساب الآراء.

على عكس الفئة التي أجابت بأنهم لا يشاركون المحتويات الثقافية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحاتهم الخاصة في الأنستغرام، وذلك يرجع لاختلاف الفئات ومرجعياتهم ومستوياتهم التعليمية.

بالإضافة إلى طغيان الفردانية والإنطوائية عند الكثير من الطلبة، كما أن العلاقات بين العائلة والأصدقاء قائمة على المودة والمصالح وبالتالي ليس من المهم والضروري نشر بعض المنشورات خاصة الثقافية منها.

الجدول رقم (32): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: ترويج الطلبة عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية.

النسبة %	التكرار	
52%	26	نعم
14%	1	لا
34%	17	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (32) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: ترويج الطلبة عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية، حيث مثلت أعلى نسبة بـ 52% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يروجون عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم

وثقافته الفرعية، تليها نسبة 34% للذين أجابوا بأحياننا ما يروجون عبر موقع الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم، وأخيرا بنسبة 14% من عينة الدراسة فقط أجابوا بأنهم لا يروجون عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (32) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يروجون عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية، وذلك لإثبات هويتهم وتأكيدا وسط مختلف المستخدمين بالتعريف بها والاعتزاز بانتمائهم لها.

بالإضافة أن أغلبية الطلبة يقبلون على الترويج للتعريف بثقافة مجتمعهم الفرعية كحماية ودفاع حول أي ثقافة أو قضية أو موروث ثقافي يخص منطقتهم.

كما يرغب الكثير في الترويج بثقافتهم رغبة في الظهور خاصة إذا كان يقدم محتوى ابداعى عبر هذا الوسيط.

أما الفئة التي أجابت بأنهم لا يروجون عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية، وذلك يرجع في الغالبية لعدم وجود قبول أو دعم من محيطهم الرقمي.

بالإضافة إلى تنوع الثقافات العالمية وهيمنتها على الساحة الاتصالية بالتالي تغطي على باقي الثقافات خاصة الثقافات الفرعية مما قد يجد الطالب نفسه في عجز أمام الكم الموجود.

كما أن التعبير والترويج الفردي لثقافة ما تبقى تجربة فردية ومجزأة غالبا ما تزول ولا تحدث أي أثر على عكس إذا كان ترويج جماعى بسرد جماعى تمثيل لذوات مختلفة.

الجدول رقم(33): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل والتعبير عن آرائك حول القضايا الثقافية لمجتمعك وتحدياتها في ظل العولمة.

النسبة %	التكرار	
26%	13	نعم
30%	15	لا
44%	22	أحيانا
100%	5	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (33) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل والتعبير عن آرائك حول القضايا الثقافية لمجتمعك وتحدياتها في ظل العولمة، فإن أعلى نسبة قدرت بنسبة 44% من عينة الدراسة الذين أجابوا انهم يتفاعلون و يعبرون أحيانا عن آرائهم حول القضايا الثقافية لمجتمعهم وتحدياتها الواقعة، تليها نسبة 30% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يتفاعلون ويعبرون عن قضاياهم الثقافية لمجتمعهم عبر الأنستغرام، وأخيرا نسبة 26% للذين أجابوا بأنهم يتفاعلون ويعبرون عن القضايا الثقافية لمجتمعهم عبر الوسيط التواصلي الاجتماعي "الأنستغرام".

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (33) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

إن أغلبية عينة الدراسة أجابوا بأحيانا ما يتفاعلون ويعبرون عن قضاياهم الثقافية لمجتمعهم عبر الأنستغرام، لان طبيعة هذا التفاعل عبر هذا الوسيط من تعليق أو مشاركة صور او منشور يجعل غالبيتها ذات تعبير لحظي وانفعالي مبني على حدث في وقت ما أو على "الترند" أكثر من كونها موقف ثقافي أصيل (الوعي بمسؤولية اتجاه ثقافته ومجتمعهم)

كما أن عينة من المبحوثين أجابوا بأنهم لا يتفاعلون ولا يعبرون عن آرائهم حول قضاياهم الثقافية لمجتمعهم وتحدياتها، وذلك لإدراكهم بعدم وجود جدوى من التعبير وإبداء

الرأي عند كل مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الخوف من الرقابة أو من السلطة. كما أن الوسيط التواصلي الإنستغرام أقل شعبية في مناقشة قضايا ما مقارنة مع أخرى كالفيسبوك.

أما المبحوثين الذين اجابوا بأنهم يتفاعلون ويعبرون عن آرائهم حول قضاياهم الثقافية لمجتمعهم وتحدياتها، باعتبارهم أن هذا التفاعل والتعبير فعل اجتماعي يستطيع تحقيقه عبر أدوات الانستغرام كالهاشتاق لدعم قضية أو موقف ما بالإضافة إلى الانتشار السريع و سهولة استخدامه.

الجدول رقم (34): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يتيح للطلبة فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم

النسبة%	التكرار	
64%	32	نعم
2%	1	لا
34%	17	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات SPSS.V

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (34) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأنستغرام يتيح للطلبة فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم، فإن أكبر نسبة قدرت بـ 64% من الذين أجابوا بـ أن هذا الوسيط يتيح لهم فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي بينهم، تليها نسبة 34% من المبحوثين الذين أجابوا بـ نوعا ما يتيح فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم، وأخيرا بنسبة 2% فقط أجاب بأن الانستغرام لا يتيح فرصة لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بين الطلبة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (34) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية الطلبة أجابوا أن الانستغرام يتيح للطلبة فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم بنسبة عالية، وذلك أن طبيعة التطبيق تتناسب مع قدرة الشباب من سرعة وتأثير بصري.

بالإضافة إلى الحرية النسبية التي توفرها وسائل الاتصال مما تساهم في تشكيل وعي بأدوات وأفكار جديدة خاصة إذا كان المحتوى "ترند" يخص الثقافة المجتمعية فيصبح أمر ضروري وحتمي للكثير من الأفراد.

على عكس الفئة التي أجابت بأن الانستغرام لا يتيح للطلبة فرص لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم، وهذا راجع خاصة إلى الإختلاف الثقافي بين الأفراد والفئات الاجتماعية التي في الغالب عند الكثير لا تعطي اهتمام اطلاقاً بالمحتوى الثقافي.

الجدول رقم (35): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الانستغرام يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي

النسبة %	التكرار	
60%	30	نعم
2%	1	لا
38%	19	نوعاً ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (35) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الانستغرام يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي، فإن أكبر نسبة قدرت من عينة الدراسة ب 60% أجابوا بأن الأنستغرام يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي، تليها نسبة 19% أجابوا ب نوعاً ما يساهم الأنستغرام في تعزيز الوعي الثقافي، وأخيراً بنسبة 2% فقط أي بمعدل مبحوث واحد أن الانستغرام لا يساهم في تعزيز الوعي الثقافي.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (35) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى العديد من الطلبة، وذلك من خلال تنوع منشورات الانستغرام من مختلف المصادر والفئات المجتمعية والعالمية بإنتاج ثقافة رقمية بأسلوب جديد يواكب حركة العصر (تنوع واختلاف المصادر والأجناس).

أما المبحوثين (الطلبة الجامعيين) الذين أجابوا بأن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته أحيانا ولا يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي، فبغيا المبادرات الصارمة والتأطير النخبوي لأغلبية المنشورات الثقافية تصبح هذه الاخيرة ذات استهلاك لاوعي بمحتواها وهدفها.

الجدول رقم (36): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: من بين استخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التثقيفية.

النسبة %	التكرار	
60%	30	نعم
0%	0	لا
40%	20	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات SPSS.v

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (36) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: من بين استخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التثقيفية، فأعلى نسبة مثلت من عينة الدراسة بـ 60% من المبحوثين الذين أجابوا بـ نعم، تليها نسبة 40% للذين أجابوا بـ نوعا ما.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (36) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن استخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التثقيفية، لأنه اليوم يجمع بين التقنية الحديثة المتطورة وبين الاستهلاك العالي والانتشار والجودة البصرية والتفاعل الحر في العديد من القضايا المجتمعية خاصة لدى الجيل الجديد.

كما أن الطالب يدرك اليوم أهمية هذه الوسائل الإتصالية في توصيل صوته ومشاركته بخلاف وسائل الإعلام التقليدية المسيرة تحت الرقابة ولعدد محدود ومختص على عكس المجال المفتوح المتمثل في الانترنت والتواصل الإجتماعي.

3. عرض، تحليل، تفسير، ومناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثالثة:

التذكير بالفرضية الفرعية الثالثة: يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -الترفيهية والترويحية.

نستعرض خلال هذا المحور الإجابات المتحصل عليها من طرف المبحوثين (أفراد عينة الدراسة الميدانية) والدالة على استخدامهم الأنستغرام في العملية الاتصالية -الترفيهية والترويحية، وذلك من خلال تصنيف إجابات المبحوثين وتحليلها وتفسيرها وفق القيم الكمية الواردة.

الجدول رقم (37): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي.

النسبة %	التكرار	
76%	38	نعم
6%	3	لا
18%	9	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (37) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي، فإن أكبر نسبة قدرت بـ 76% للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم يتابعون بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي، تليها نسبة 18% من عينة الدراسة أجابوا بأحيانا ما يتابعون الصفحات العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي، وأخيرا بنسبة 6% فقط أجابوا بأنهم لا يتابعون حسابات ذات المحتوى الترفيهي والترويحي.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (37) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن فئة كبيرة من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتابعون الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي، وذلك أن الكثير من الطلبة يعتبرونه تطبيق ترفيهي أكثر منه تعليمي أو تثقيفي، مما يكون توجه الطالب عبر هذا الوسيط للترفيه والتسلية، خاصة في ظل الضغوط التي يعيشها الطالب.

بالإضافة إلى خاصية المميز الموجودة فيه فهي تحقق رواجاً كبيراً حتى في التطبيقات الأخرى، كما أن ميزة المحتويات الترفيهية تكون قصيرة وسهلة الفهم وبالتالي تحقق مشاهدة عالية، على غرار هذا هي محتويات تحاكي الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي مما يعكس تفاعل الأفراد معها.

أما فئة من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا وأحيانا ما يتابعون الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي، فهم يعكسون وعي اجتماعي نقدي عن كل ما يرونه في هذه التطبيقات وانعكاساتها على الفرد والجماعة، كما أن هذه الفئة من الطلبة يستخدمون الأنستغرام ليس بصفة دائمة عند الضرورة فقط.

الجدول رقم (38): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية -الترويحية التي تنظم من طرف الجامعة

النسبة%	التكرار	
48%	24	نعم
22%	11	لا
30%	15	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (38) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: متابعة بعض منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية -الترويحية التي تنظم من طرف الجامعة، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 48% من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يتابعون منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية -الترويحية، تليها نسبة قدرت بـ 30% أجابوا بأحيانا ما يتابعون منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالترفيه والترويح، وأخيرا بنسبة 22% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يتابعون منشورات الجامعة التي تهتم بالأنشطة الترفيهية-الترويحية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (38) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن نسبة كبيرة من المبحوثين (الطالبة الجامعيين) يتابعون منشورات صفحات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية -الترويحية التي تنظم من طرف الجامعة، وذلك أننا اليوم في عصر الصورة وحب الاستطلاع خاصة أن المنشورات الترفيهية تكون ذات طاقة ايجابية ومنتعة تجعلها أكثر جاذبية من المحتويات الأكاديمية.

كما أن الانتماء الأكاديمي يحقق بالضرورة انتماء رقمي يعكس شخصيتهم الأكاديمية.

على عكس فئة الطلبة التي أجابت بأنهم لا يتابعون منشورات صفحات الجامعة عبر

الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية-الترويحية، وذلك يرجع إلى الضغط اليومي للطالب من تعليم، وبوجود التزامات عائلية أو عملية فلا يرون أنه يوجد وقت لمتابعة مثل هذه المنشورات.

الجدول رقم (39): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل مع المنشورات الترفيهية-الترويحية التي تبث عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره

النسبة %	التكرار	
54%	27	نعم
16%	8	لا
30%	15	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

من خلال الجدول رقم (39) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: التفاعل مع المنشورات الترفيهية-الترويحية التي تبث عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 54% للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم يتفاعلون مع المنشورات الترفيهية-الترويحية بالتعليق و الإعجاب وغيره، تليها نسبة 30% من الذين أجابوا بـ نوعا ما أنهم يتفاعلون مع المنشورات الترفيهية-الترويحية بالتعليق و الإعجاب وغيره، و أخيرا بنسبة 16% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يتفاعلون مع المنشورات الترفيهية التي تبث عبر الأنستغرام.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (39) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن الكثير من عينة الدراسة (الطلبة الجامعيين) يتفاعلون المنشورات الترفيهية-الترويحية التي تبث عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب وغيره، وذلك للتأثير الموجود حوله من الأصدقاء والعائلة وبالتالي تكون لديه رغبة في الإطلاع والتفاعل، بالإضافة إلى الكم الهائل من

المنشورات الترفيهية التي يجد الطالب نفسه يتفاعل معها بطريقة لا إرادية.

أما المبحوثين من الطلبة الذين أجابوا بأنهم لا يتفاعلون مع المنشورات الترفيهية – الترويحية وذلك يرجع إلى تشبع التطبيق بالمنشورات الترفيهية التي تهدر الوقت بدون فائدة كما أن هذه الفئة (الطلبة الجامعيين) قد تفضل عدم الانقياد إلى القطيع والانفراد باهتماماتهم الشخصية المفيدة.

الجدول رقم (40): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام من خلال منشوراته يعز لدى الطالب اكتشاف ميولاته الداخلية حول طبيعة الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها.

النسبة%	التكرار	
56%	28	نعم
4%	2	لا
40%	20	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (40) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام من خلال منشوراته يعز لدى الطالب اكتشاف ميولاته الداخلية حول طبيعة الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 56% للمبحوثين الذين أجابوا ان هذا الوسيط يعزز لدى الطالب الجامعي اكتشاف ميولاته الداخلية حول الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها، تليها نسبة 40% من عينة الدراسة الذين كانت إجابتهم بـ (نوعا ما) قد يعزز الأستغرام للطالب الجامعي ميولاته الداخلية التي نشأ عليها منذ الصغر على حب ممارستها، وأخيرا بنسبة 4% فقط من المبحوثين الذين أجابوا بأنه لا يعزز لدى الطالب ميولاتهم الداخلية التي نشأ عليها منذ الصغر.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (40) جملة من

الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية الطلبة أجابوا بأن الأنستغرام من خلال منشوراته يعزز لدى الطالب اكتشاف ميولاته الداخلية حول طبيعة الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها، فإن الأنستغرام من خلال تنوع منشوراته وجاذبيتها اللامتناهية تعكس في الطالب إدراك تعيد تشكيل أو تذكير أو حنين لممارسة نشاط أو عادة ما، فالذوات الإنسانية مشروع متغير ما يعاد دائما تشكيله بواسطة الكثير من التأثيرات الخارجية المتنوعة ولاسيما التعرض لهذه الوسائط الرقمية ذات تغير لخوارزميات التكرار واستخدام دائم له مما تجعل الطالب يعيد استرجاع ذكريات طفولته ومحاولة تجربتها مرة أخرى.

أما الفئة الأخرى من فئة الطلبة أجابوا بأنه لا يعزز لدى الطالب اكتشاف ميولاته الداخلية حول طبيعة الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر، فذلك يرجع أن هذه النشاطات قد تكون ذات طابع غير ترفيهي.

بالإضافة أن هذه الفئة استخدامهم وتفاعلهم عبر هذا التطبيق ضئيلة جدا على غرار أن طبيعة التطبيق قائمة على التقييم المستمر (تفاعل/ تعليق/ مشاركة) مما لم يتوافق أو يتصادف الطالب مع ميولاته الداخلية الشخصية.

الجدول رقم (41): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن المنشورات حول الأنشطة الترفيهية تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها.

النسبة%	التكرار	
44%	22	نعم
16%	8	لا
40%	20	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد طالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

يوضح الجدول رقم (41) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن المنشورات حول الأنشطة الترفيهية تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها، فإن النسبة الأغلبية

قدرت بـ 44% للمبحوثين الذين أجابوا بأن منشورات الأستغرام حول الأنشطة الترفيهية تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها، تليها نسبة 40% من عينة الدراسة الذين أجابوا بـ نوعا ما قد تسهم منشورات الأنشطة الترفيهية في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها، وأخيرا بنسبة قدرت بـ 16% فقط من الطلبة الذين أجابوا ان منشورات الأستغرام حول الأنشطة الترفيهية لا تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم(41) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أن العديد من الطلبة الجامعيين أجابوا بأن المنشورات حول الأنشطة الترفيهية تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها، وذلك أنها تعد مهريا من الضغوط وتقدم نوع من الراحة لطالب فهذا غالبا ما يلمس الحاجات داخلية عند الطالب مما يقبل على ممارستها.

بالإضافة أن وسائل الإعلام والاتصال اليوم قائمة على إعادة توجيه وتشكيل السلوك وحتى آراء الأفراد وميولاتهم بالتالي فهي تسهم في إقبال الطالب على ممارسة العديد من الأنشطة حتى دون وعي ودون قناعة تامة.

أما المبحوثين (الطلبة الجامعيين) الذين أجابوا بأن المنشورات حول الأنشطة الترفيهية (لا) و(نوعاما) قد تسهم في اقبال الطالب الجامعي على ممارستها، وهذا يرجع أن الكثير من المنشورات قد لا تتناسب مع مكانته ومعتقدات الطلبة فيتجنب ممارستها رغم احتمالية وجود اهتمام بهذه المنشورات.

بالإضافة أن هذه الفئة من الطلبة يملكون رأس مال ثقافي يحدد قبولهم وتفاعلهم مع مختلف المنشورات وأنها غير موجهة لهم.

الجدول رقم (42): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام يتيح للطلبة فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي وترويحي بينهم.

النسبة %	التكرار	
70%	35	نعم
2%	1	لا
28%	14	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (42) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام يتيح للطلبة فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي وترويحي بينهم، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 70% للمبحوثين الذين اجابوا بأن الأستغرام يتيح للطلبة فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي وترويحي بينهم، تليها نسبة 28% من عينة الدراسة الذين اجابوا بـ نوعا ما يتيح الأستغرام فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي وترويحي بينهم، وأخيرا بنسبة 2% فقط بمعدل مبحوث واحد أجاب بأنه لا يتيح هذا الوسيط للطلبة فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي بينهم.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (42) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن النسبة الأغلبية لفئة الطلبة اجابوا أن الأستغرام يتيح للطلبة فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي وترويحي بينهم، وهذا يعكس المشاركة الجماعية للطلبة عبر هذا الوسيط لانتمائهم الرقمي والأكاديمي معا.

كما أن الأستغرام يعيد إنتاج الواقع المعاش بأسلوب مرح وممتع وبالتالي يمكن للطلبة من إنشاء وصناعة محتوى ليس كمنصة للاستهلاك فقط.

أما الفئة من الطلبة التي اجابت بأن الأستغرام لا يتيح فرصا لإنشاء محتوى ترفيهي

وتروحي بينهم، وذلك لعدم وجود مساواة بين الطلبة في مهاراتهم الرقمية والاقتصادية مما يؤثر على إنشاء محتوى ما.

بالإضافة إلى عدم وجود روابط وثيقة بين أغلبية الطلبة ما عدا تعليمهم الجامعي.

الجدول رقم (43): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام ومن خلال منشوراته يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والتروحي بين الطلبة.

النسبة %	التكرار	
70%	35	نعم
4%	2	لا
26%	13	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (43) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام ومن خلال منشوراته يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والتروحي بين الطلبة، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ 70% للمبحوثين الذين أجابوا بأن الأستغرام يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والتروحي بين الطلبة، تليها نسبة 26% من عينة الدراسة الذين أجابوا بأن الأستغرام نوعا ما يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والتروحي بين الطلبة، وأخيرا بنسبة بـ 4% فقط من عينة الدراسة أجابوا بأنه لا يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي لدى الطلبة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (43) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن الأستغرام ومن خلال منشوراته يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والتروحي بينهم، وهذا دليل على وجود فهم مشترك وتوافق اجتماعي بين الطلبة. كما ينتج جو ومنتفس للراحة من الضغوط الجامعية مما يعزز روابطهم في واقع

افتراضي يعيد تشكيل علاقاتهم بطريقة اخرى.

أما فئة الطلبة الذين أجابوا بأن الأنستغرام لا يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والترويحي بينهم، وذلك يرجع في الغالب إلى الخوف من الحكم السلبي على مختلف المنشورات مما يلزمون بالمشاهدة السلبية فقط دون التفاعل والمشاركة.

بالإضافة إلى ملاحظة ضعف منشوراتهم من تعليق وإعجاب، وغلبة الطابع الفردي للروابط الجماعية لأغلبية الطلبة.

الجدول رقم(44): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: تشارك المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر الصفحة الخاصة بالطالب في الأنستغرام.

النسبة%	التكرار	
60%	30	نعم
18%	9	لا
22%	11	أحيانا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (44) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: تشارك المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر الصفحة الخاصة بالطالب في الأنستغرام، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ60% للذين أجابوا بأنهم يتشاركون المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحتهم الخاصة، تليها نسبة 22% من عينة الدراسة الذين أجابوا بـ نوعا ما أي ليس بصفة دائمة يتشاركون المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحتهم الخاصة، وأخيرا بنسبة 18% فقط من الذين أجابوا أنهم لا يشاركون المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحتهم الخاصة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (44) جملة من

الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أجابوا بأنهم يتشاركون المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحاتهم الخاصة في الأنستغرام، رغم أنه فعل بسيط لكنه يحمل دلالة نفسية واجتماعية جيدة، لأن فعل المشاركة عبر الوسائط التواصلية تكون في الغالبية لأشخاص مقربين ويحملون صفات مشتركة، بالتالي يحقق ترفيهه وترويج جماعي.

كما ان هذا الوسيط (الانستغرام) أنتج مساحات اجتماعية جديدة ساهمت في إعادة تشكيل طبيعة التفاعل.

أما فئة المبحوثين من الطلبة الذين أجابوا بأنهم لا يشاركون المحتويات الترفيهية مع العائلة أو الأصدقاء عبر صفحاتهم الخاصة في الأنستغرام، فباعتماد الكثير من الطلبة أن المحتوى الترفيهي ليس ذا قيمة يستطيع مشاركتها خاصة إذا كان في بيئة مهنية أكاديمية أو محافظة ويفضلون المتابعة السلبية فقط.

بالإضافة إلى إختلاف الأجيال وبالتالي إختلاف الأذواق ولو كان ذلك في المحتويات الترفيهية.

الجدول رقم(45): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: استخدام المحتويات الترفيهية التي يتضمنها الأنستغرام للتعبير عن الآراء حول قضايا المجتمع وتحدياتها في ظل العولمة

النسبة %	التكرار	
30%	15	نعم
22%	11	لا
48%	24	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (45) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: استخدام المحتويات الترفيهية التي يتضمنها الأنستغرام للتعبير عن الآراء حول قضايا المجتمع وتحدياتها في ظل العولمة، فإن أعلى نسبة قدرت بـ 48% للذين أجابوا بـ نوعا ما قد يستخدم

الطالب الأنستغرام للتعبير عن آرائه حول قضايا مجتمعه وتحدياتها، تليها نسبة 30% للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون المحتويات الترفيهية للتعبير عن آرائهم حول قضايا المجتمع وتحدياتها، وأخيرا بنسبة 22% فقط من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم لا يستخدمون المحتويات الترفيهية للتعبير عن آرائهم حول قضايا المجتمع وتحدياتها.

التحليل السوسيولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من هذا الجدول رقم (45) جملة من الحقائق السوسيولوجية على النحو التالي:

أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أجابوا (نوعا ما) يستخدمون المحتويات الترفيهية التي يتضمنها الأنستغرام للتعبير عن الآراء حول قضايا المجتمع وتحدياتها، فبوجود واقع يشهد تحول رقمي سريع وضرورة اتصالية عالمية، بالتالي عكس تردد بين هذا المجال المفتوح وبين التفاعل الجاد من مختلف القضايا جهة اخرى، ولا سيما لدى الطالب الجامعي.

كما أن فئة المبحوثين الذين اجابوا بأنهم (نعم) يستخدمون المحتويات الترفيهية التي يتضمنها الأنستغرام للتعبير عن الآراء حول قضايا المجتمع وتحدياتها، هذا الاستخدام للمحتوى الترفيهي ليس عشوائيا بل نتيجة تحولات سياسية وثقافية واتصالية كبرى في نقل رسائل ومعان غير مباشرة تترجم وعي وفهم لما واقع في العالم بصفة عامة، فهي تعبر عن نقد اجتماعي ساخر بأسلوب شعبي متداول وهذا الاستخدام خاصة عند الطلبة يرجع للتعبير عن الرغبة في التغيير والبحث عن التضامن عبر مختلف الوسائط، كما أن طبيعة هذه المنشورات تعكس ذكاء اجتماعي عالي للمستخدم (الطالب الجامعي)

أما الفئة المقابلة من عينة دراستنا الذين أجابوا انهم لا يستخدمون المحتويات الترفيهية للتعبير عن الآراء حول قضايا المجتمع وتحدياتها، وهذا راجع إلى الخوف من المتابعة والرقابة.

كما أن أغلبية الطلبة يشعرون ان استخدامهم لها لن يجدي أو يحقق أي فارقا حول قضية ما بالتالي لا يبالون بهذه المنشورات ولا يهتمون لها.

بالإضافة أن العديد من الطلبة يقدرّون الخطابات التقليدية ويفضلون أسلوب التدوين والكتابة والتعبير باعتبارهم قضايا كبرى وذات أهمية عالية.

الجدول رقم (46): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية لدى الطالب الجامعي داخل الجامعة وخارجها.

النسبة %	التكرار	
36%	18	نعم
10%	5	لا
54%	27	نوعا ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (46) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: أن الأستغرام يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية لدى الطالب الجامعي داخل الجامعة وخارجها، فإن أكبر نسبة قدرت بـ 54% من عينة الدراسة الذين أجابوا بـ نوعا ما قد يساهم الأستغرام في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية، تليها نسبة 36% من المبحوثين الذين أجابوا بأن الأستغرام يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية، وأخيرا بنسبة 10% فقط من الذين أجابوا بأن الأستغرام لا يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية داخل وخارج الجامعة.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (46) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أغلبية الطلبة يجدون أن الأستغرام أحيانا ما يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية لدى الطالب الجامعي داخل الجامعة وخارجها، لأن هذا الأخير (الأستغرام) يعرض مختلف أنواع الترفيه في العالم مما يساهم في تبني بعض الأفكار تدريجيا ومحاولة تجربتها.

بالإضافة إلى رغبة الطلبة في إشباع حاجاتهم المختلفة من تأكيد ذات وانتماء للوسط الجامعي وإدراكهم أن الترفيه قيمة وضرورة وليس مضيعة للوقت، مما قد تخضع بعض الأنشطة بالممارسة الفعلية ومنها من لا تمارس حسب قدرة وامكانية الطالب.

أما المبحوثين الذين أجابوا بأن الأستغرام لا يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية فذلك أن طبيعة الأستغرام تفرض الترفيه الافتراضي وليس الواقعي مما يولد فصل بين المتابعة والممارسة.

بالإضافة أنه تطبيق يعزز الفردانية والظهور الشخصي بالتالي يضعف أهمية ممارسة مختلف الأنشطة الترفيهية الجماعية.

الجدول رقم (47): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: إلى ماذا يقبل الطالب على المنشورات الترفيهية والترويحية التي تبث في الأستغرام.

المجموع	لا	نعم	
50	29	21	التخلص من ضغوط الحياة الدراسية بالجامعة والتخفيف منها
50	14	36	كسر روتين الحياة الجامعية اليومية وملاً أوقات الفراغ
50	42	08	تجديد الطاقة والحفاظ على السلامة الفكرية والبدنية للجسم

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (47) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: إلى ماذا يقبل الطالب على المنشورات الترفيهية والترويحية التي تبث في الأستغرام، فإن النسبة الأغلبية اجابوا ان مرد اقبالهم للمنشورات الترفيهية إلى كسر روتين الحياة الجامعية اليومية وملاً أوقات الفراغ لـ 36 مبحوث، تليها 21 مبحوث أجابوا أن مرد إقبالهم للمنشورات الترفيهية إلى التخلص من ضغط الحياة الدراسية بالجامعة والتخفيف منها، وأخيرا 8 مبحوثين فقط أجابوا أن مرد اقبالهم للمنشورات الترفيهية إلى تجديد الطاقة والحفاظ على السلامة الفكرية

والبدنية للجسم.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج المتحصل عليها (الأرقام والنسب) من الجدول رقم (47) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو الآتي:

أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يستخدمون المحتوى الترفيهي عبر الانستغرام لكسر روتين الحياة الجامعية اليومية وملاً أوقات الفراغ، وإلى التخلص من ضغط الحياة الدراسية بالجامعة والتخفيف منها، فمرد اقبال الطلبة غالباً يرجع إلى الضغط الأكاديمي اليومي الجامعي، بالإضافة أن الانستغرام يوفر محتوى خاصة الترفيهي منه سهل وسريع الفهم مما يجعله موقع جذب سواءً في لحظات الراحة القصيرة بين المحاضرات أو الخروج من الدراسة، كما ان الترفيه في حد ذاته يعتبر آلية لضبط التوتر والضغط الجامعي الذي يمكنهم من مواصلة أدائهم الأكاديمي.

أما فئة المبحوثين من الطلبة الذين أجابوا بأن مرد اقبالهم للمنشورات الترفيهية إلى تجديد الطاقة والحفاظ على السلامة الفكرية والبدنية للجسم وذلك ان استخدام الطالب لهذا الوسيط أصبح جزء من ممارسات يومية ضرورية للحفاظ على الذات الإنسانية من خلال التوازن بين الدراسة والمتعة للحفاظ على الصحة الفكرية والبدنية.

الجدول رقم (48): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: استخدام الانستغرام في العملية الاتصالية الترفيهية الترويجية

النسبة %	التكرار	
78%	39	نعم
4%	2	لا
18%	9	نوعاً ما
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة الباحثة وبالاعتماد على مخرجات spss.v22

القراءة الإحصائية:

بالرجوع إلى الجدول رقم (48) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم: استخدام

الأنستغرام في العملية الاتصالية الترفيهية الترويحية، فإن النسبة الأغلبية قدرت بـ78% الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الأنستغرام في العملية الترفيهية والترويحية، تليها نسبة قدرت بـ18% من عينة الدراسة الذين أجابوا بنوعا ما يستخدمون الأنستغرام في العملية الاتصالية الترفيهية الترويحية، وأخيرا بنسبة 4% فقط من للذين أجابوا بأنهم لا يستخدمون الأنستغرام في العملية الترفيهية والترويحية.

التحليل السوسولوجي:

تعكس لنا النتائج (الأرقام والنسب) المحصل عليها من الجدول رقم (48) جملة من الحقائق السوسولوجية على النحو التالي:

أن أغلبية المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يستخدمون الأنستغرام في العملية الاتصالية الترفيهية الترويحية، وذلك أن الانستغرام ليس منصة تواصل فقط بل منصة ترفيهية يومية تحتكم إلى التصفح السريع للتخلص من روتين الحياة الجامعية بصفة خاصة والاجتماعية بصفة عامة مما يجعله جد مناسب للترفيه والترويح.

بالإضافة إلى الضغط الاجتماعي اليومي للطالب الجامعي، فبصورة بصرية ذات تحديث وتجديد مستمر يستجيب (الإنستغرام) لحاجات الأفراد المختلفة مما يحقق استخداما ترفيهيا وترويحيا عالي لفئة الدراسة.

كما أن تعدد التنوع عبر هذا الوسيط من (صور/ مقاطع فيديو قصيرة / منشورات / موسيقى، يلبي رغبات جمهور واسع.

4. النتائج العامة للدراسة:

نتائج الفرضية الفرعية الأولى: توصلت الفرضية الفرعية الأولى إلى النتائج الآتية:

- ✓ أن 78% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يستخدمون الأنستغرام كأحد الوسائط التواصلية في عملياتهم الإتصالية.
- ✓ أن 78% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يتابعون الحسابات ذات المحتوى التعليمي التعليمية.
- ✓ أن 76% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يستفيدون من بعض منشورات الأنستغرام في التعرف على واقع التعليم وخصوصياته في الجامعات الوطنية والعالمية.
- ✓ أن 76% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يساعدهم الأنستغرام في التعرف على مختلف شروط التسجيل في الجامعات عبر إعلانات التسجيل التي تنشر عبر صفحاته.
- ✓ أن 78% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يفيدهم الأنستغرام في التعرف على التخصصات العلمية المتواجدة بالجامعات الوطنية والعالمية لأجل للإلتحاق بها.
- ✓ أن 68% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) الذين يستفيدون من حسابات الأنستغرام التعليمية والتعليمية في دراستهم الجامعية.
- ✓ أن 52% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يفضلون متابعة الفيديوهات التعليمية، و24% و10% يتابعون الحسابات التعليمية المتمثلة في المنشورات الكتابية والمنصات التفاعلية.
- ✓ أن 56% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتواصلون أحيانا مع أساتذة وأصحاب محتويات تعليمية.
- ✓ أن 82% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يرون أن المحاضرات

العلمية المتخصصة المنشورة تساعد في عملية تعليم وتعلم الطالب.

✓ أن 84% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يجدون أن التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية عبر الأنستغرام يساعدهم في تطوير مهارات تعلمهم.

✓ أن 50% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) ساهم الانستغرام في تطوير مهارة القراءة، و 20% و 22% ساهم الأنستغرام في تطوير مهارة الكتابة والمحاثة لدى عينة الدراسة.

✓ أن 40% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) ساعدتهم محتويات المصادر والمراجع العلمية التي ينشرها الأنستغرام أحيانا في عمليات البحث العلمي بالجامعة.

✓ أن 88% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يرون أن الأنستغرام يساهم في إضافة عنصر التنوع والجذب في العملية التعليمية لدى الطالب الجامعي.

✓ أن 72% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يجدون أن الأنستغرام يتيح فرص لإنشاء ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي بينهم.

✓ أن 82% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، نوعا ما) يرون أن الأنستغرام يزيد من دافعيتهم نحو التعلم.

✓ أن 66% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) ساعدهم الأنستغرام من خلال منشورات تعليم اللغات في اكتساب وتعلم اللغات الاجنبية.

✓ أن 76% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، نوعا ما) يجدون أن من بين استخدامات الطالب الجامعي الأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التعليمية التعليمية.

خلاصة مناقشة النتائج في ظل الفرضية الفرعية الأولى:

بناءً على النتائج التي تحصلت عليها من ميدان الدراسة فإن فرضية بحث الطالبة والقائلة: "يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية -التعليمية التعليمية" قد تحققت

نتائج الفرضية الفرعية الثانية: توصلت الفرضية الفرعية الثانية إلى النتائج الآتية:

- ✓ أن 74% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتابعون الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الثقافي.
- ✓ أن 78% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يستفيدون من منشورات الانستغرام في التعرف على واقع وخصوصيات الثقافة في المجتمع العام.
- ✓ أن 64% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يستفيدون من منشورات الأنستغرام في التعرف على واقع وخصوصيات الثقافة في المجتمعات العالمية.
- ✓ أن 84% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، نوعا ما) يرون أن منشورات الأنستغرام تسهم في تمسك الطالب بالإنتماء إلى خصوصياته الثقافية المجتمعية.
- ✓ أن 60% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) تساهم منشورات الانستغرام (المكتوبة والسمعية -البصرية) في تذكيره بمآثر تاريخ مجتمعه الحضاري والثقافي.
- ✓ أن 74% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يتابعون منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الثقافية.
- ✓ أن 86% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يتفاعلون مع المنشورات الثقافية عبر الانستغرام بالتعليق والإعجاب.
- ✓ أن 74% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يتشاركون المحتويات الثقافية مع العائلة والاصدقاء عبر صفحاتهم الخاصة بالأنستغرام.
- ✓ أن 52% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يرون أن الطلبة الجامعيين يروجون عبر الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية.
- ✓ أن 26% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتفاعلون ويعبرون عن آرائهم حول القضايا الثقافية لمجتمعهم وتحدياته في ظل العولمة.
- ✓ أن 64% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يجدون أن الأنستغرام يتيح للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم.

✓ أن 60% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يرون أن الأنستغرام يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي.

✓ أن 60% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يجدون أن من بين استخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية التثقيفية.

خلاصة مناقشة النتائج في ظل الفرضية الفرعية الثانية:

بناءً على النتائج التي تحصلت عليها من ميدان الدراسة فإن فرضية بحث الطالبة والقائلة: "يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية-التثقيفية" قد تحققت

نتائج الفرضية الفرعية الثالثة: توصلت الفرضية الفرعية الثالثة إلى النتائج الآتية:

✓ أن 76% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتابعون الحسابات العامة ذات المحتوى الترفيهي الترويجي.

✓ أن 78% من المبحوثين الدراسة (الطلبة الجامعيين) (نعم، أحيانا) يتابعون منشورات صفحة الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية-الترويجية.

✓ أن 84% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، نوعا ما) يتفاعلون مع المنشورات الترفيهية-الترويجية عبر الأنستغرام بالتعليق والأعجاب.

✓ أن 56% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن الأنستغرام من خلال منشوراته يعزز لدى الطالب اكتشاف ميولاته الداخلية حول الأنشطة الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها.

✓ أن 84% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، نوعا ما) يرون أن المنشورات الترفيهية التي تنشر عبر الأنستغرام تسهم في اقبال الطالب على هذه الممارسات.

✓ أن 70% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن الأنستغرام يتيح للطلبة فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى ترفيهي وترويجي بينهم.

✓ أن 70% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن الأنستغرام من خلال منشوراته يعزز

التفاعل والتبادل الترفيهي والترويحي بين الطلبة.

✓ أن 60% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يتشاركون المحتويات الترفيهية مع عائلاتهم وأصدقائهم عبر صفحاتهم الخاصة بالأنستغرام.

✓ أن 78% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) (نعم، نوعاً ما) يستخدمون المحتويات الترفيهية بالأنستغرام للتعبير عن آرائهم حول قضايا مجتمعهم وتحدياتها.

✓ أن 86% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يرون أن الأنستغرام من خلال منشوراته يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية الترفيهية لدى الطالب الجامعي.

✓ أن 72% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) مرد اقبالهم على المنشورات الترفيهية بالأنستغرام إلى كسر روتين الحياة الجامعية اليومية وملاً أوقات الفراغ.

✓ أن 78% من المبحوثين (الطلبة الجامعيين) يجدون أن من بين استخدامات الطالب الجامعي الانستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه في العملية الترفيهية-الترويحية.

خلاصة مناقشة النتائج في ظل الفرضية الفرعية الثالثة:

بناءً على النتائج التي تحصلت عليها من ميدان الدراسة فإن فرضية بحث الطالبة والقائلة: "يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في العملية الاتصالية-الترفيهية والترويحية" قد تحققت

خلاصة مناقشة النتائج في ظل الفرضية العامة:

بناءً على تحقق فرضيات الدراسة الأولى والثانية والثالثة فإن الفرضية العامة والقائلة: "يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل اجتماعي في مجالات متعددة ضمن العملية الاتصالية" قد تحققت

مناقشة نتائج الدراسة في ظل أهداف الدراسة:

بناءً على تحقق الفرضيات الفرعية للدراسة البحثية الحالية (الأولى، الثانية والثالثة) فإن فرضيتنا البحثية العامة والقائلة: "يستخدم الطالب الجامعي "الأنستغرام" كوسيط تواصل

اجتماعي في مجالات مختلفة ضمن العملية الاتصالية" قد تحققت.

5. مناقشة نتائج الدراسة في ظل أهداف الدراسة

في ظل النتائج الميدانية التي توصلنا إليها ومقارنة مع أهداف الدراسة التي سطرتهـا وانطلقت منها الطالبة الباحثة في بداية مذكرتها البحثية فإننا نصل إلى الآتي:

. الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي يمثل واقعا ممارساتيا من طرف الطلبة الجامعيين.

. الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي يحظى باستمرارية في استخداماته رغم ولوج وتنافسية وسائط تواصلية حديثة على غرار التيك توك.

. الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي يستخدم من طرف الطلبة الجامعيين في المجال الاتصالي التعليمي التعليمي.

. الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي يستخدم من طرف الطلبة الجامعيين في المجال الاتصالي التثقيفي.

. الأنستغرام كوسيط تواصل اجتماعي يستخدم من طرف الطلبة الجامعيين في المجال الاتصالي الترفيهي والترويحي.

الخاتمة

الخاتمة:

يعتبر التواصل الاجتماعي كظاهرة اجتماعية حديثة وحتمية تمر بها المجتمعات المعاصرة، وهي نتيجة طبيعية لعوامل مرتبطة أساسا بالتغير الاجتماعي في مرحلة ما بعد الحداثة.

والأنستغرام واحد من تطبيقات التواصل الاجتماعي الحديثة، ويستخدم من طرف فئات مجتمعية متعددة، وخاصة من فئة الشباب -الطلبة الجامعيون أنموذجا لاعتبارات مرتبطة بتطور برمجيات وخوارزميات هذا التطبيق مقارنة بتطبيقات أخرى، بالإضافة إلى ميزة التفاعل المكتوب والصوتي والمرئي، والجاذبية، التي يمتاز بها مقارنة بغيره.

والطالب الجامعي ولاعتبارات عمرية وفكرية وثقافية فإن استخداماته لهذا الوسيط وحسب دراستنا الحالية تتلخص في: استخداماته في العملية الاتصالية -التعليمية التعلمية، استخداماته في العملية الاتصالية -التثقيفية، استخداماته في العملية الاتصالية - الترفيهية والترفيهية.

ويبقى مجال البحث العلمي في الدراسات السوسيولوجية الاتصالية لأجل الكشف عن واقع العمليات الاتصالية التي تستخدم هذا التطبيق (الأنستغرام) وعلاقتها بعمليات وتفاعلات مع نظم المجتمع الأخرى.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية

الكتب:

1. أنجرس موريس: منهجية البحث في العلون الانسانية (تدريبات عامة)، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
2. الدليمي عبد الرزاق: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
3. الشعبي وليد: فن ومهارات الإتصال الفعال، مرجع إلكتروني، (نقل عن كروشي إشراق، عيشوش جوهر: أهمية الصورة في العملية الاتصالية، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تحت إشراف: سليم بن زطة، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر)
4. تركي رايح، (1990)، أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر.
5. الحديثي بلال: الطالب الجامعي إلى القمة، (كتاب إلكتروني)
6. حسين محمد حسنين (خبير تدريب المدربين): أساليب التوعية والتنقيف في إطار التنمية الاجتماعية، دار مجدلاوي، الطبعة الأولى، عمان، 2004.
7. سلاطنية بلقاسم، حسان الجيلاني: منهجية العلوم الاجتماعية، الدار الجزائرية، الكتاب الثاني.
8. مرسي حمد منير ، الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي المعاصر و أساليب تدريسه، القاهرة، عالم الكتب، 2002.
9. محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد: التفكير والبحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط2، عمان، 2015.
10. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003 ط1.

المذكرات والأطروحات:

11. حيمر سعيدة: أثر الترفيه الافتراضي على المراهقين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تحت إشراف د إبراهيم بعزیز، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2021/2020، ص40.

12. قدوار تسعديت، أثر التكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف: عبد الوهاب بوخنوفة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر-3، 2010/2011.

المجلات والمقالات:

13. أحمد الحمزة، البار أمين: "الإستبيان كأداة للبحث العلمي وأهم تطبيقاته"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 12، العدد 3، جويلية 2022.

14. أحمد البدري عبد العزيز: الفرق بين التعليم والتعلم والتدريب، مقدم لمشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي (تدريب المدربين)

15. ابراهيم حسن عمر جمال: مواقع التواصل الاجتماعي: المفهوم و الأهمية، مجلة كلية الآداب بقنا، العدد 52، الجزء الثالث، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، 0، 2021

16. إنغار فرايني مرتي نانغينسه: فعالية تقوي تعليم اللغة العربية لترقية مهارات الكلام بوسيلة انستغرام، قسم اللغة العربية، جامعة سونان أمبيل الإسلامية، سوربابا، 2019.

17. بوشارب بولو داني خالد: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية الانستغرام (نموذجاً)-دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة الشاذلي بن جديد الطارف-، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 06، العدد 2، 2022، 2، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر.

18. بن ناصر بن السدحان عبد الله: الترويج، دوافعه-ضوابطه-تطبيقاته في العصر النبوي.

19. بن خميس الكندي عبد الله، هلال بن علي الرشيد: "استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والاشباعات المتحققة": دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد 13، العدد 1، 2016/09/13، كلية الآداب والعلوم الإجتماعية، عمان.

20. سيبوكر إسماعيل، نجلاء ناجحي: أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، مجلة مقاليد، مخبر اللسانيات النصية وتحليل الخطاب، 2019، ورقلة، الجزائر.

21. صفة محمد الشيماء، محمد طه أبو الخير: "تفاعلية الشباب العربي على إنستغرام وإتجاهاتهم نحو دور الترويجي له": دراسة تطبيقية، مجلة بحوث كلية الآداب، تحت إشراف: سامي السعيد نجار، نهلة زيدان الحوراني، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

22. طوبال ابراهيم: "مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الهوية"، المجلد 3، العدد 1، جامعة الجلفة، 2015/06/15.

23. قدور نورة ، غراز الطاهر: "الجامعة الجزائرية وتطبيق نظام ل. م. د ومدى نجاعته في تحقيق لأنماء الحضاري في المجتمع"، المجلد8، العدد2، 2025/05/25، نورة قدوة المركز الجامعي، جيجل، الجزائر.
24. كيساس عبد الرشيد: "موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام بين الاستخدامات والاشباكات"، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، مجاد17، العدد01، 2022/02/2، جامعة الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر.
25. مزرارة نعيمة، د شعباني مليكة: "واقع الطالب الجامعي، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق؟"، العدد6، ملتقى وطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخبر الوقاية والأغر ونوميا، جامعة الجزائر-2، 2016.
26. مامري جميلة، مساك أمينة: "الجامعة الجزائرية بين رهانات خصوصية المجتمع وعامة المعرفة"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية، العدد0، 2008.

المواقع الإلكترونية:

27. الكاتب العربي: معجم المعاني الجامع، المدونة العربية 2024/1/6، <https://blog.ajsrp.com>.
28. موقع: first.entazer.com.

المراجع الأجنبية:

29. Lutfi Zulfikar fouzi, lidya Gici Rahmayant: The Use instagram Social Media as an interaction Media in Shaping Adolescent Lifestyles , journal of basic science and technology, 2021, nusantara islamic university, faculty of Communication studies, indonesia.
30. Encyclopaedia Britanica, cd 99, Knowledge for the information age. Multimédia édition.
31. Alain BEAUDOT(1981), Sociologie de l'école. Paris : Durand
32. Vivainne ISAMBERT JAMATI. Sociologie de l'école. In Maurice DEBESSE et Gaston MIALARET, Traité des sciences pédagogiques, Aspects soucieux de l'éducation. Paris : p.u.f.



الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية



استمارة رقم:

ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة العلوم الاجتماعية - علم الاجتماع

اختصاص علم الاجتماع - الاتصال

الطالب (ة) العزيز(ة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يسرنا أن نقدم لكم استمارة استبيان معدة وموجهة لغرض دراسة علمية بحثية متممة في إطار إعداد مذكرة التخرج لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علم الاجتماع والاتصال حول موضوع:

وسائط التواصل الاجتماعي واستخداماتها في العملية الاتصالية لدى الطالب الجامعي - الأستغرام أنموذجاً
دراسة ميدانية على عينة من طلبة علم الاجتماع السنة الثالثة ليسانس بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
بجامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

وحيث نحيطكم علماً أن المعلومات الواردة في استمارة الاستبيان هذه ستستعمل لغرض البحث العلمي فقط، لذا نرجو تعاونكم في إثراء هذه الدراسة وتكرمكم بالإجابة بكل صراحة وموضوعية على أسئلة هذا الاستبيان لأهمية إجاباتكم في نتائج هذه الدراسة وذلك بوضع علامة (X) في خانة الإجابة التي تجدونها مناسبة.

المشرف:

أ. د / إسماعيل ميهوبي

الطالبة:

بلحداد كفية

السنة الجامعية: 2024-2025

محور البيانات الشخصية (التعريفية) بالمبحوث

01. الجنس: ذكر أنثى
02. العمر: [20-124] [24-30] أكثر من 30
03. وسط الإقامة: ريفي شبه حضري حضري
04. امتلاكك لوسيلة اتصال حديثة:
- هاتف ذكي لوحة إلكترونية جهاز كمبيوتر محمول غيره
05. مستوى تحصيلك الدراسي الجامعي: متدني متوسط عالي
06. عدد مرات استخدام الأنستغرام في اليوم: مرة واحدة فقط من 2-5 مرات مرات عديدة وغير محدودة

المحور الأول: استخدامات الوسيط التواصلي الاجتماعي "الأنستغرام" في العملية الاتصالية -التعليمية التعليمية لدى الطالب الجامعي

07. في ظل تنوع استخدامات وسائط الاتصال الحديثة فهل ترى أن الأنستغرام واحد من هذه الوسائط التي يستخدمها الطالب الجامعي في عملياته الاتصالية في وقتنا المعاصر؟ نعم لا أحيانا
08. كطالب جامعي هل تتابع بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى التعليمي -التعلمي؟ نعم لا أحيانا
09. هل أن الأنستغرام يفيدك كطالب جامعي من خلال بعض منشوراته في التعرف على واقع التعليم وخصوصياته في الجامعات الوطنية والعالمية؟ نعم لا نوعا ما
10. هل أن الأنستغرام يساعدك كطالب جامعي في التعرف على طرق وشروط التسجيل في مختلف الجامعات الوطنية والعالمية عبر إعلانات التسجيل التي تنشر في صفحاته؟ نعم لا نوعا ما
11. هل أن الأنستغرام يفيدك كطالب جامعي في التعرف على التخصصات العلمية المتواجدة بالجامعات الوطنية والعالمية لأجل الالتحاق بواحد من هذه التخصصات؟ نعم لا نوعا ما
12. هل تستفيد كطالب جامعي حول ما تتضمنه حسابات الأنستغرام التعليمية التعليمية في دراستك الجامعية؟ نعم لا نوعا ما
13. فيما تتمثل الحسابات التعليمية التعليمية التي ينشرها الأنستغرام وتتابعها عبر صفحاته؟ منشورات كتابية تعليمية فيديوهات تعليمية منصات تفاعلية تعليمية غيره
14. هل ترى أن بعض الطلبة الجامعيين يستخدمون الأنستغرام للتواصل مع أساتذة وباحثين أصحاب محتويات تعليمية؟ نعم لا أحيانا
15. هل ترى أن المحاضرات العلمية المتخصصة التي ينشرها الأنستغرام لأساتذة وباحثين جامعيين تساعد في عملية تعليم وتعلم الطالب الجامعي؟ نعم لا نوعا ما
16. هل التفاعل والتواصل الدائم مع المحتويات التعليمية في الأنستغرام يساعدك كطالب جامعي في تطوير مهارات تعلمك؟ نعم لا نوعا ما

17. ما هي المهارات التعليمية التي ساهم الأنستغرام في تطويرها لديك كطالب جامعي من خلال المحتويات التعليمية التي ينشرها؟ مهارة الكتابة مهارة القراءة مهارة التعبير مهارة المحادثة
18. هل أن محتويات المصادر والمراجع العلمية التي ينشرها الأنستغرام في مجالات علمية متخصصة تساعدك كطالب جامعي في عملية البحث العلمي بالجامعة؟ نعم لا نوعا ما
19. هل ترى أن الأنستغرام عبر منشوراته التعليمية يساهم في إضافة عنصر التنوع والجدب في العملية التعليمية لدى الطالب الجامعي؟ نعم لا نوعا ما
20. هل يتيح الأنستغرام للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى تعليمي تفاعلي وفعال بينهم؟ نعم لا نوعا ما
21. هل ترى أن استخدامات الطلبة الجامعيين للصفحات التعليمية في الأنستغرام يزيد من دافعتهم نحو التعلم؟ نعم لا نوعا ما
22. هل أن منشورات الأنستغرام حول تعليم اللغات الأجنبية تساعدك كطالب جامعي في عملية اكتساب وتعلمك للغات الأجنبية؟ نعم لا نوعا ما
23. بناءً على إجاباتك السابقة، هل تجد أن من بين استخدامات الطالب الجامعي للأنستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه له (الأنستغرام) في العملية التعليمية التعليمية؟ نعم لا نوعا ما

المحور الثاني: استخدامات الوسيط التواصلي الاجتماعي "الأنستغرام" في العملية الاتصالية -التثقيفية لدى الطالب الجامعي

24. كطالب جامعي هل تتابع بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأنستغرام ذات المحتوى الثقافي؟ نعم لا أحيانا
25. هل أن الأنستغرام يفيدك كطالب جامعي من خلال بعض منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات ثقافة مجتمعك العام؟ نعم لا نوعا ما
26. هل أن الأنستغرام يفيدك كطالب جامعي من خلال بعض منشوراته في التعرف على واقع وخصوصيات الثقافة في المجتمعات العالمية اليوم؟ نعم لا نوعا ما
27. هل ترى أن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته يساهم في تمسك الطالب الجامعي بالانتماء إلى خصوصياته الثقافية المجتمعية؟ نعم لا نوعا ما
28. هل أن الأنستغرام من خلال بعض منشوراته (المكتوبة والسمعية -البصرية) يذكرك كطالب جامعي بمآثر تاريخ مجتمعك الحضاري والثقافي؟ نعم لا نوعا ما
29. كطالب جامعي هل تتابع بعض منشورات الجامعة عبر الأنستغرام التي تهتم بالأنشطة الثقافية التي تدار بالجامعة؟ نعم لا أحيانا
30. كطالب جامعي هل تتفاعل مع بعض المنشورات الثقافية التي تبث عبر الأنستغرام بالتعليق والإعجاب أو غيره؟ نعم لا أحيانا
31. كطالب جامعي هل تتشارك المحتويات الثقافية مع عائلتك أو أصدقائك عبر صفحتك الخاصة في الأنستغرام؟ نعم لا أحيانا
32. هل ترى أن بعض الطلبة الجامعيين يروجون عبر موقع الأنستغرام للتعريف بثقافة مجتمعهم وثقافته الفرعية؟ نعم لا أحيانا
33. كطالب جامعي هل تتفاعل وتعبّر عن آراءك حول القضايا الثقافية لمجتمعك وتحدياتها في ظل واقع العولمة اليوم؟ نعم لا أحيانا

34. هل أن الأستغرام يتيح للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى ثقافي تفاعلي بينهم؟

نعم لا نوعا ما

35. هل ترى أن الأستغرام من خلال بعض منشوراته يساهم في تعزيز الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي؟

نعم لا نوعا ما

36. بناءً على إجاباتك السابقة، هل تجد أن من بين استخدامات الطالب الجامعي للأستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه

له (الأستغرام) في العملية التثقيفية؟ نعم لا نوعا ما

المحور الثالث: استخدامات الوسيط التواصل الاجتماعي "الأستغرام" في العملية الاتصالية-الترفيهية والترويحية لدى الطالب الجامعي

37. كطالب جامعي هل تتابع بعض الحسابات (الصفحات) العامة عبر الأستغرام ذات المحتوى الترفيهي والترويحي؟

نعم لا أحيانا

38. كطالب جامعي هل تتابع بعض منشورات صفحات الجامعة عبر الأستغرام التي تهتم بالأنشطة الترفيهية-الترويحية التي

تنظم من طرف الجامعة؟ نعم لا أحيانا

39. كطالب جامعي هل تتفاعل مع بعض المنشورات الترفيهية-الترويحية التي تبث عبر الأستغرام بالتعليق والإعجاب أو

غيره؟ نعم لا نوعا ما

40. هل تجد أن الأستغرام ومن خلال منشوراته يعزز لدى الطالب الجامعي اكتشاف ميولاته الداخلية حول طبيعة الأنشطة

الترفيهية التي نشأ منذ الصغر على حب ممارستها؟ نعم لا نوعا ما

41. هل ترى أن المنشورات حول الأنشطة الترفيهية والترويحية التي تنشر عبر الأستغرام تساهم في إقبال الطالب الجامعي على

ممارسته لهذه الأنشطة؟ نعم لا نوعا ما

42. هل أن الأستغرام يتيح للطلبة الجامعيين فرصا لإنشاء ومشاركة محتوى ترفيهي وترويحي بينهم؟

نعم لا نوعا ما

43. هل ترى أن الأستغرام ومن خلال بعض منشوراته يعزز التفاعل والتبادل الترفيهي والترويحي بين الطلبة الجامعيين؟

نعم لا نوعا ما

44. كطالب جامعي هل تشارك المحتويات الترفيهية مع عائلتك أو أصدقائك عبر صفحتك الخاصة في الأستغرام؟

نعم لا أحيانا

45. كطالب جامعي هل تستخدم المحتويات الترفيهية التي يتضمنها الأستغرام للتعبير عن آراءك حول قضايا مجتمعتك وتحدياتها

في ظل واقع العولمة اليوم؟ نعم لا نوعا ما

46. هل ترى أن الأستغرام من خلال بعض منشوراته يساهم في تعزيز الوعي بأهمية ممارسة الأنشطة الترفيهية والترويحية

لدى الطالب الجامعي داخل الجامعة أو خارجها؟ نعم لا نوعا ما

47. هل ترى أن إقبال الطالب الجامعي على المنشورات الترفيهية والترويحية التي تبث عبر الأستغرام مرده:

التخلص من ضغط الحياة الدراسية بالجامعة والتخفيف منها

كسر روتين الحياة الجامعية اليومية وملاأ أوقات الفراغ

تجديد الطاقة والحفاظ على السلامة الفكرية والبدنية للجسم

48. بناءً على إجاباتك السابقة، هل تجد أن من بين استخدامات الطالب الجامعي للأستغرام في العملية الاتصالية: استخدامه

له (الأستغرام) في العملية الترفيهية-الترويحية؟ نعم لا نوعا ما

شكرا جزيلا على تعاونكم مع خالص تمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح

ملخص الدراسة:

ينتمي موضوع بحث المذكرة إلى حقل الدراسات العلمية في سوسيولوجيا الاتصال، حيث استخدمت خلاله الطالبة الباحثة الأطر الفكرية النظرية والمنهجية الخاصة بهذا الحقل الدراسي العلمي، وحيث هدفت إلى البحث على مجالات استخدام الطالب الجامعي لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة -الأنستغرام- أنموذجاً، طلبة السنة الثالثة ليسانس علم الاجتماع بجامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الملائم للقياس الكمي، ووظفت التفاعلية الرمزية مقارنة نظرية أساسية ونظرية الاستخدامات والشبكات كمقاربة مكتملة، واستخدمت الاستبيان أداة أساسية لجمع البيانات لعينة من الطلبة تقدر بـ 50 طالباً من طلبة السنة الثالثة ليسانس علم الاجتماع والتابعين لقسم العلوم الاجتماعية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريريج)، ووظفت برنامج الحزم الإحصائية spss22 في القياس الكمي للبيانات المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية.

وتوصلت الدراسة إلى أن مجالات استخدام الطالب الجامعي للأنستغرام ضمن العملية الاتصالية تتمثل في: استخداماته في العملية الاتصالية -التعليمية- التعليمية، استخداماته في العملية الاتصالية -التثقيفية، استخداماته في العملية الاتصالية -الترفيهية والترفيهية.

Abstract:

The research topic of this dissertation falls within the field of scientific studies in the sociology of communication. The researcher utilized the theoretical and methodological frameworks specific to this field of study. She aimed to investigate the areas of university students' use of modern social media—Instagram as a model—of third-year undergraduate students in sociology at Mohamed Bachir El Ibrahimi University, Bordj Bou Arreridj. The study relied on a descriptive approach appropriate for quantitative measurement, employing symbolic interactionism as a basic theoretical approach and uses and gratifications theory as a complementary approach. The questionnaire was used as the primary tool for collecting data from a sample of 50 third-year undergraduate students in sociology, affiliated with the Department of Social Sciences at the Faculty of Social and Human Sciences at Mohamed Bachir El Ibrahimi University, Bordj Bou Arreridj. The statistical package SPSS22 was used to quantitatively measure the data obtained through the field study. The study concluded that the areas of university students' use of Instagram within the process Communicativeness is represented in: its uses in the communication process - educational learning, its uses in the communication process - cultural, its uses in the communication process - entertainment and recreation.

Resume:

Le sujet de recherche de cette thèse s'inscrit dans le domaine des études scientifiques en sociologie de la communication. La chercheuse a utilisé les cadres théoriques et méthodologiques spécifiques à ce domaine d'étude. Elle a cherché à étudier les usages des médias sociaux modernes, Instagram en exemple, par les étudiants de troisième année de licence en sociologie de l'Université Mohamed Bachir El Ibrahimi de Bordj Bou Arreridj. L'étude a adopté une approche descriptive adaptée à la mesure quantitative, utilisant l'interactionnisme symbolique comme approche théorique fondamentale et la théorie des usages et des gratifications comme approche complémentaire. Le questionnaire a été utilisé comme principal outil de collecte de données auprès d'un échantillon de 50 étudiants de troisième année de licence en sociologie, affiliés au Département des sciences sociales de la Faculté des sciences sociales et humaines de l'Université Mohamed Bachir El Ibrahimi de Bordj Bou Arreridj. Le logiciel statistique SPSS22 a été utilisé pour quantifier les données obtenues lors de l'étude de terrain. L'étude a conclu que les domaines d'utilisation d'Instagram par les étudiants universitaires dans le processus de communication sont représentés dans : ses utilisations dans le processus de communication - apprentissage éducatif, ses utilisations dans le processus de communication - culturel, ses utilisations dans le processus de communication - divertissement et loisirs.