مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية
ISSN: 2477-9881 EISSN: 2676-2153
العدد التسلسلي:23 / المجلد12 / العـدد: 01 (2026)، ص 116- 144

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر2 أبو القاسم سعد الله 2025-2026

The Use of Social Media among University Students: A Field Study on a Sample students of Information and Communication Sciences at Abu Al-kasim Saadallah University - Algiers2. 2025–2026

د.فلة بوعلي[1*]
[1] جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله (الجزائر)، fella.bouali@univ-alger2.dz

تاريخ الاستلام: 2026/01/25	تاريخ القبول: 10 /2026/06	تاريخ النشر: 2026/06/12

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان كأداة، على عينة عشوائية قوامها 70 مفردة بقسم الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر 2، مع اعتماد المقاربة النظرية للاستخدامات الاشباعات. وقد أظهرت النتائج الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة القسم، حيث يتضح أن هذه المواقع لم تعد مجرد أدوات تواصل عادية، بل أصبحت جزءا أساسيا من حياتهم اليومية لما تقدمه من خدمات وتحققه من اشباعات لهم.

كلمات مفتاحية: الاستخدام؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الطلبة الجامعيين؛ العادات؛ الدوافع.

Abstract: This study aims to identify the habits and motivations of university students' use of social networking sites, using a descriptive analytical approach and a questionnaire as a tool, on random sample of70 individuals in the department of Information and Communication Sciences at the University of Algiers 2, adopting a theoretical approach to uses and gratifications. The results showed the increasing use of social media among students in the department, as it became clear that these sites are no longer just ordinary communication tools, but have become an essential part of their daily lives due to the services they provide and the satisfaction they achieve.

Keywords: Use; Social Media; students; Habits; Motivations.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

عرفت تكنولوجيات الإعلام والاتصال تطورات متسارعة، مما أحدث تحولات جذرية في طرق التواصل بين الأفراد، حيث انتقل الإنسان من الطرق التقليدية إلى الفضاء الرقمي الذي سمح له بالتفاعل بشكل أكثر سهولة وسرعة. بالإضافة إلى ذلك ساهمت هذه الوسائل في تسهيل الوصول إلى المعلومات وتبادل الأفكار بين الأفراد.

ومع هذه التطورات التكنولوجية ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة اكتسبت انتشارا واسعا على الصعيد العالمي، وكسرت القيود والحدود الجغرافية، كما ساهمت في تعزيز العلاقات بين الأفراد عل اختلاف لغاتهم وثقافتهم وبيئاتهم، بفضلها أصبح الاتصال محركا أساسيا وقويا للتفاعل بين المستخدمين.

إشكالية الدراسة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز معالم الإعلام الجديد التي تحظى بشهرة واسعة على الصعيد العالمي وذلك لم تقدمه من خدمات لمستخدميها جاعلة العالم قرية صغيرة ومكنت الشعوب من التعارف والتقارب. وقد فرضت نفسها في معالجة مختلف الأحداث العالمية بسرعة فائقة، أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى، ووجدت إقبالا كبيرا من جميع فئات المجتمع، حيث تتيح لهم تبادل الأفكار والآراء والمعلومات والصور مع الأخرين بأسرع وقت وأقل تكلفة. ويأتي استخدامها لأغراض ودوافع متنوعة، حتى أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية ولا يمكن الاستغناء عنها.

ومن أكثر ا لفئات في المجتمع اعتمادا على هذه المواقع نجد فئة الطلبة الجامعيين، حيث نادرا أن نجد طالبا جامعيا لا يملك حسابا على الفيسبوك أو الانستغرام أو غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المختلفة التي تحققها هذه المواقع. فهي لا تتيح فقط الفرصة للمشاركة الأكاديمية وتبادل المعرفة بين الطلاب، بل كذلك تساهم في بناء شبكات اجتماعية مهنية تفتح أمامهم آفاقا مستقبلية.

ومنه نطرح التساؤل التالي: ماهي عادات ودوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر2 لمواقع التواصل الاجتماعي، وما هي الإشباعات المحققة منها؟

تساؤلات الدراسة: وتتفرع عن هذه الإشكالية، التساؤلات التالية:

- ماهي أسباب ودوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2 المواقع التواصل الاجتماعي؟

- ماهي الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر2؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في المكانة التي أصبحت تحتلها مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية، وذلك لما تقدمه من خدمات. وهذا ما نحاول الوقوف عنده من خلال الدراسة، والتي تتناول عادات ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين لهذه المواقع.

أهداف الدراسة: هناك مجموعة من الأهداف التي نسعى للوصول إليها من خلال هذه الدراسة، ومنها نجد:

-التعرف على أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

-الوقوف على أهم أسباب ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

-تحديد أهم مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر2.

2. **المفاهيم الدراسة:** يعد تحديد المفاهيم في كل دراسة من الخطوات المنهجية المهمة التي لا يمكن تخطيها، وقد حددت مفاهيم الدراسة فيما يأتي:

1.2الاستخدام: لغة: من الفعل استخدم استخداما أي اتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدّام.

اصطلاحا: عرفه يافيس فرونسوا لوكو ياديك بأنه: نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام. (نعيم، 2017، صفحة 63)

2.2مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها مجموعة من الواقع التي تتيح للأفراد التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي، يكونون فيه علاقات جديدة ويتقاسمون فيه هوايات واهتمامات مشتركة، وينشرون ويتبادلون فيه عددا من المواضيع والصور والفيديوهات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويمتلكون روابط مشتركة. (جميلة، 2018، صفحة 161)

3.2الطالب الجامعي: لغة: من الفعل طلب، أي السعي وراء الشيء للحصول عليه.

اصطلاحا: هو أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية. (مرسي، 1977، صفحة 33)

3. الإجراءات المنهجية للدراسة

1.3منهج الدراسة: منهج البحث هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تمهين على السير العقل وتحدد عملياته حتى يصل نتيجة معلومة (شرياف، 2025، صفحة 344). نظرا لطبيعة الموضوع وخصوصية الدراسة، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة ما، للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها، يتم من خلال خطة بحثية، وتجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها. (مبارك، 1992، صفحة 30)

2.3مجتمع البحث وعينة الدراسة: يقصد بمجتمع الدراسة: "كل مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها". وفي دراستنا يتمثل المجتمع الأصلي في طلبة قسم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله. وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية وذلك لتوافقها مع الدراسة، وبلغ عدد مفردات العينة 70 مفردة.

3.3حدود الدراسة:

الحدود المكانية: ويقصد به نطاق الدراسة الميدانية وقد اختيرت جامعة الجزائر2 أبو القاسم سعد الله قسم الإعلام والاتصال ليمثل المجتمع الطلابي بها عينة دراستنا.

الحدود الزمانية: امتدت فترة إنجاز هذه الدراسة من شهر نوفمبر 2025 إلى جانفي 2026.

4. **أدوات الدراسة:** يعتمد نجاح البحث العلمي على تحقيق أهدافه على حسن اختيار الأداة والأدوات الملائمة للحصول عل البيانات والمعلومات المطلوبة عن الظاهرة محل الدراسة.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداتي الملاحظة والاستبيان بشكل أساسي.

1.4الملاحظة: الملاحظة هي عملية جمع المعلومات عن طريق ملاحظة الناس أو الأماكن، يمكن للباحث من خلالها أن يسجل المعلومات كما تحصل في الواقع دراسة السلوك الحقيقي للمبحوثين. (الضامن، 2007، صفحة 94)

وقد قمنا باستخدامها في دراستنا من خلال مشاهدة ومراقبة استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وفقا لأهداف وخطة الدراسة التي وضعت مسبقا عند بداية الدراسة، وقمنا بتسجيل بعض الملاحظات، ومن ثم استنتجنا بعض الأسئلة التي مهدت لصياغة محاور الاستبيان في شكله النهائي بغية التوصل لإجابات مقنعة عن المشكلة العلمية.

2.4الاستبيان: الاستبيان هي أسلوب لجمع البينات يستهدف استشارة أفراد العينة بطريقة منهجية ومتقنة حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة في موضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي لأفراد العينة في هذه البيانات. (الحميد، 1993، صفحة 133).

حيث قمنا بتصميم استبيان من 3 محاور، حيث كان المحور الأول للبيانات الشخصية، المحور الثاني حول عادات (أنماط) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما المحور الثالث والأخير كان حول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

5. الإطار النظري للدراسة

1.5 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية، قائمة على الويب، تتيح التفاعل بين الناس وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية، وتبادلها بسهولة، كما توفر للمستفيدين إمكانية العثور على آخرين، يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، من خلالها يمكن للمستخدمين التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية (اسماعيل، 2020، صفحة 20). وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن الجيل الثاني للويب (ويب2.0)

وقد عرفها الباحث "بويد أليسون": بأنها مواقع على الشبكات الاجتماعية يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد ملمح متاح للعموم (**public profil**) أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين –قائمة الأصدقاء". (الحمامي، 2012)

يرجع العديد من الباحثين ظهور مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى عام 1954، من طرف عالم الاجتماع «جون بارتر" الذي أعطى مفهوما قريب في إطاره النظري من المفهوم الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي.

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: تشترك مواقع التواصل الاجتماعي في مجموع من الخصائص نذكر منها: (البوزيدي، دار أطلس للنشر، صفحة 79)

-تشجع مواقع التواصل الاجتماعي ردود الفعل والمشاركة للأشخاص المهتمين.

-تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك من خلال الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع.

-تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها رفع الصور ومشاركتها مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

-تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بإتاحة المحادثة في اتجاهين، أي التفاعل مع الخبر.

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي: تقدم مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي: (ناريمان، 2021، الصفحات 67-68)

-تتيح الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد العائلة والأصدقاء.

-تقدم مواقع التواصل الاجتماعي التسلية وقضاء والوقت بعيدا عن ضغوطات الحياة اليومية.

-تقدم مواقع التواصل الاجتماعي فضاء للمشاركة السياسية للمستخدم وإبداء أراءه وتوجهاته.

-معظم المؤسسات الاقتصادية والصناعية أصبحت تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها.

2.5 استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقا نظرية الاستخدامات والاشباعات

ظهرت هذه النظرية عام 1959 على يد **أليا هو كاتز** بعد تراجع نظرية الحقنة تحت الجلد، التي افترضت أن التعرض المستمر لرسالة ما في وسيلة اتصالية يكفي أن يغير اتجاهات وسلوكيات عدد كبير من الجمهور. حيث ترى هذه النظرية أن هذا الأخير نشط وغير سلبي، يسعى دائما وراء تحقيق هذا الهدف فيشكل توقعات لما يحصل عليه من مضمون وسائل الاتصال وقدرتها على إشباع حاجياتها. (الحسيني، 2005، الصفحات 71-72).

إن هذه النظرية تحاول أن تكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع التعرض التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو قراءة الصحف؟ وعلى الرغم من أن الإجابة بسيطة عن التساؤلات، وقد تتلخص في معرفة الأخبار أو تفسير الأحداث أو

التسلية أو الاستمتاع أو التعلم أو التعارف والتفاعل الاجتماعي العام إلا أن هذه الاحتياجات شديدة التعقيد عندما يتعلق الأمر بمضمون الإعلام وعندما يتعلق بمكونات الإنسان النفسية والاجتماعية وهذه المكونات النفسية هي أبرز ما يميز تغيرات هذه النظرية فهي تعتمد على الأفراد مدفوعون لمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجين للإعلام.(عكاشة، 2002، صفحة 193) .

إن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلات حول قياس الاستخدام، فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام؟ وهل يشير ذلك وحده إلى الاستغراق في المحتوى والإحساس بالرضا طوال فترة التعرض؟ وهل تشير كثافة التعرض أو الاستخدام إلى قوة الدافع وضغط الحاجات على الفرد المتلقي؟ مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على كثافة التعرض عند البحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجة، والفصل تماما بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دافعة والتعرض للأسباب الأخرى غير تأثير الحاجات. (روكيش، 1993، الصفحات 268-269).

أهداف النظرية: تسعى نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أهمها: (كمال، 2020، صفحة 93)

- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تسبع حاجته وتوقعاته.

-الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دافع الاستخدام وأنماط التعرض، والاشباعات.

-تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

-معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها على الاستخدامات والاشباعات.

6. الإطار التطبيقي للدراسة

1.6 عرض ومناقشة نتائج الدراسة

سعت الدراسة إلى محاولة التعرف على استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها70 طالب من قسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله بالجزائر العاصمة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	17	%24.3
أنثى	53	%75.7
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة الإناث قدرت بـ 75.7% بتكرار 53 مفردة، ثم الذكور بتكرار 17 مفردة وبنسبة قدرت بـ 24.3%من العينة. ويمكن تفسير هذه النتائج أن غالبية الطلبة بقسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2 إناث.

الجدول 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
20 سنة	61	%92.4
20-25 سنة	5	%7.1
أكثر من 25 سنة	4	%6.1
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

الجدول رقم 02 يوضع توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن، حيث تحصلنا على النتائج التالية: فئة 20 سنة قدرت بنسبة 92.4% وبتكرار 61مفردة، أما بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة فقد تكررت 5مرات أي بنسبة 7.1%، أما أدنى نسبة 6.1%. فعادت للفئة أكثر من 25 سنة وبتكرار 4 مفردة.

الجدول 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	60	%85.71
ماستر	10	%14.28
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي حيث تحصلنا على النتائج التالية: مستوى الليسانس تحصل على أعلى نسبة بـ 85.71% ، أما مستوى الماستر تحصل على نسبة 14.28%. وهذا راجع لكون أن عدد الطلبة في مرحلة الليسانس أكبر من مرحلة الماستر.

المحور الثاني: عادات استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول 4: يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	63	%90
لا	2	%2.9
أحيانا	5	%7.1
المجموع	%100	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

من خلال نتائج الجدول نجد أن غالبية مفردات العينة بنسبة 90% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، بينما صرح 2.9% أنهم لا يستخدمونها، في حين 7.1% صرحوا أنهم يستخدمونها أحيانا.

ويمكن تفسير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتنوع الخدمات التي تقدمها لهم، إذ تلبي احتياجاتهم المختلفة الاجتماعية والتعليمية والترفيهية، الأمر الذي يعزز من استمرار استخدامها واعتماد هم عليها في حياتهم اليومية.

الجدول 5: يبين توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تم فيها بدأ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	5	%7.1
من سنة إلى 3سنوات	18	%25.7
أكثر من 3سنوات	47	%67.1
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

من خلال الجدول ي يتضح أن غالبية أفراد العينة بدأوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات بنسبة قدرت بـ 67.1%، في حين نجد 5 مفردة وبنسبة 7.1% منذ أقل من سنة. ويمكن تفسير ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي عرفت انتشارا واسعا منذ أكثر من 10 سنوات وبالتالي معظم فئات المجتمع يستخدمونها منذ زمن طويل.

الجدول 6: يبين عدد ساعات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	6	%8.6
ساعتين	18	%25.7
ثلاث ساعات	23	%32.9
أكثر من 3 ساعات	23	%32.9
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يمثل الجدول أعلاه عدد الساعات التي يستخدم فيها الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث شملت العينة 70 مفردة، وتشير النتائج إلى أن 23 طالب يستخدمون هذه المواقع من ثلاث ساعات أو أكثر من 3 ساعات.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا هاما من الروتين اليومي للطلبة لما تقدمه لهم من خدمات يحتاجونها وكذلك بسبب الوصول إليها.

الجدول 7: يبين الفترات المناسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	8	%11.4
مساءا	36	%51.4
ليلا	46	%65.7
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يبين الجدول أعلاه الأوقات التي تناسب الطلبة لاستخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي خلال اليوم، حيث نسبة 65.7% يستخدمونها ليلا، أما51.4 % من الطلبة يستخدمونها مساءا، في حين أفاد 8 مفردة أنهم يستخدمونها صباحا بنسبة قدرت بـ 11.4%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الطلبة في الفترة الصباحية يكونون مشغولين إما في الدراسة أو العمل، وبالتالي لا يمتلكون لوقت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. أما في الليل، فتكون هذه المواقع كوسيلة للترفيه والتسلية من ضغوطات الأنشطة اليومية من خلال محتويات التي تقدمها.

الجدول 8: يبين أماكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	65	%92.9
الجامعة	13	%18.6
مكان العمل	4	%5.7
مقهى الانترنت	12	%17.1
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

الجدول رقم 8 يوضح الأماكن التي يستخدم فيها الطلاب مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ نسبة 92.9% يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل، وأدنى نسبة بـ 5.7% يستخدمون هذه المواقع في العمل.

ويمكن تفسير ذلك بأن المنزل يوفر لهم بيئة مريحة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة، بالإضافة إلى توفر شبكة الانترنت في المنازل في الجزائر، خصوصا مع دخول الجيل الرابع للإنترنت وامتلاك معظم الطلاب للهواتف الذكية.

الجدول 9: يبين مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الفيسبوك	42	%60
إنستغرام	57	%81.4
تويتر	4	%5.7
تيك توك	21	%30
واتس أب	33	%47.1

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

من خلال الجدول رقم 9 حول أهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما، نجد **الإنستغرام** في المرتبة الأولى بنسبة 81.4%، ويليه **الفيسبوك** بنسبة قدرت بـ 60%، بعدها نجد **واتس أب** بنسبة قدرت بـ 47.1%، أما **تيك توك** فقد سجل نسبة 30%، وفي الأخير نجد **تويتر** بـ4تكرارات وبنسبة 5.7%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالاستناد إلى أحدث الإحصاءات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، حيث أظهرت النتائج أن موقع **فيسبوك** جاء في المرتبة الأولى بـ27.5 مليون مشترك، يليه **تيك توك** بـ 24.8 مليون مشترك ثم **إنستغرام** بنسبة13.5 مليون مشترك (نقطة، 2026) .حيث يفضل الطلبة المواقع التي تعتمد بدرجة كبيرة على الجاذبية البصرية، لما توفره من إمكانات تلبي احتياجاتهم التواصلية والترفيهية.

الجدول 10: يبين الوسائل المعتمدة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف المحمول	70	%100
الحاسوب المحمول	9	%12.9
لوحة إلكترونية	3	%4.3
أخرى	1	%1.4
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يظهر لنا الجدول رقم 10 أن نسبة 100% بتكرار 70 مفردة يعتمدون على الهواتف المحمولة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، يليها 12.9% يستخدمونها بواسطة الحواسيب المحمولة، في حين يستخدم 4.3% مواقع التواصل الاجتماعي بواسطة اللوحات الإلكترونية، ووسائل أخرى بنسبة 1.4% مثل الساعات الذكية.

ويمكن تفسير ذلك لكون الهاتف المحمول الوسيلة الأكثر استخداما فيتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لكونه الأكثر انتشارا في الجزائر، وهو ما تؤكده الإحصاءات التي تشير إلى وجود 54.8 مليون هاتف محمول نشط(ALGERIA, 2025) . وبناء على ذلك، فإن عدد كبير من الطلبة تمتلك هواتف محمولة وتستخدمها بشكل مستمر، مما يتيح لهم تحميل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وتصفحها في أي وقت ومن أي مكان.

الجدول 11: يبين المحتوى المتابع عبر مواقع التوصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
محتوى إخباري	34	%48.6
محتوى إعلامي	37	%52.9
محتوى ترفيهي	51	%72.9
محتوى تعليمي	44	%62.9
محتوى إشهاري	12	%17.1

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

من خلال نتائج الجدول رقم 11 يتبين لنا أن 72.9%من الطلبة يفضلون المحتوى الترفيهي، ونسبة 62.9% يفضلون المحتوى التعليمي، أما المحتوى الإعلامي فقد شكل 52.9%، وفي الأخير المحتوى الإشهاري بنسبة 17.1%. ويمكن تفسير ذلك بأن المحتوى الترفيهي هو الأكثر حضورا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50% (أونيانغو، 2026)، وهو محتوى مسلّ يتيح للطلبة قضاء أوقات كمتعة بعيدا عن ضغوطات الحياة اليومية. أما بالنسبة للمحتوى التعليمي، فيعتبر الطلبة هذه المواقع وسيلة للوصول إلى مصادر وخدمات تعليمية تساعدهم على إنجاز أنشطتهم العلمية.

الجدول 12: يبين طبيعة العلاقات التي يكونها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الأصدقاء	56	%80
الزملاء	30	%42.9
العائلة	52	%74.3
الأساتذة	25	%35.7

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يبين الجدول أن 80 % من الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء، يليها 74.3% يستخدمونها للتواصل مع أفراد العائلة، أما 42.9% فيستخدمونها للتواصل مع الزملاء، كما تفضل نسبة 35.7% استخدامها للتواصل مع الأساتذة.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي تشجع الطلبة على تكوين تكوين صداقات افتراضية تتيح لهم التعبير عن ذواتهم بحرية أكبر، إلى جانب توسيع علاقاتهم الاجتماعية من خلال التواصل مع أصدقاء من مختلف أنحاء العالم.

الجدول 13: يبين الاشتراك في مجموعة معينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	31	%44.3
لا	39	%55.7
المجموع	%100	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول أعلاه أن55.7% من الطلبة أكدوا عدم اشتراكهم في مجموعات، في حين أن 44.3% منهم مشتركين في مجموعات. ويمكن تفسير هذه النتائج بأن التفاعل مع المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب تخصيص وقت كافة لمتابعة محتوياتها والمشاركة فيها، وهذا ما قد لا يتناسب مع الطلبة نظرا لالتزاماتهم الدراسية، ومن أبرز المجموعات التي تحظى بإقبال الطلبة هي كل من المجموعات ذات المحتوى التعليمي، لما توفره من موارد تدعيمية تساعدهم في مسارهم الدراسي، وكذلك المجموعات الترفيهية التي تمنح هم الطلبة فرصا للاسترخاء والتواصل الاجتماعي في أجواء مريحة.

الجدول 14: يبين توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية بفضل مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	61	%87.1
لا	9	%12.9
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يبين الجدول رقم 14 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على توسيع العلاقات الاجتماعية حيث شملت العينة 70 مفردة، حيث كانت النتائج كالاتي: 87.1% ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توسيع علاقاتهم. أما 12.9% لم تؤثر.

ويمكن تفسير ذلك بطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها على تسهيل بناء العلاقات بشكل أسرع ومع أشخاص من مختلف أنحاء العالم، إذ توفر هذه المواقع بيئات تفاعلية وديناميكية تعزز فرص التعرف على ثقافات جديدة وتبادل الأفكار والآراء، مما يسهم في بناء شبكة اجتماعية واسعة تعرف بمفهوم «**رأس المال الاجتماعي الجسري**» (**Bridging Social Capital**)، التي تتيح للأفراد توسيع دوائر معارفهم والتواصل مع أشخاص من خلفيات وثقافات مختلفة.

الجدول 15: يبين الميزات التي أضفتها مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
توسيع دائرة المعارف	43	%61.4
التعبير بكل حرية	23	%32.9
تقوية العلاقات الاجتماعية	35	%50
مناقشة المواضيع مع الأخرين	36	%51.4
ضبط الانفعالات	10	%14.3

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح هذا الجدول المزايا التي تضفيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، حيث جاءت ميزة توسيع دائرة المعارف بنسبة قدرت بـ 61.4%، تليها نسبة 51.4% من الطلبة في كونها ساعدتهم على حرية مناقشة المواضيع مع الأخرين، وفي الأخير نسبة 14.3% من الطلبة يرون أنها ساعدتهم على ضبط انفعالاتهم.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي تسمح للأفراد توسيع دائرة معارفهم وتقوية علاقاتهم الاجتماعية خصوصا للأشخاص الذين قد يواجهون صعوبات في المواقف الاجتماعية، مثل الأشخاص الانطوائيين أو ذوي الإعاقة، للتواصل مع الآخرين والمشاركة في التفاعلات الاجتماعية بطريقة أكثر راحة. (EBSCO, 2022).

الجدول 16: يبين السلوكيات المنخفضة في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الصداقة	16	%22.9
صلة الرحم	13	%18.6
الخروج من المنزل	31	%44.3
المراجعة	36	%51.4

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول أن 36% من الطلبة يرون أن المراجعة من أكثر السلوكيات انخفاضا في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما 44.3% يرون الخروج من المنزل، تليها الصداقة بنسبة 22.9%، وفي الأخير صلة الرحم بنسبة 18.6%.

ويمكن تفسير النتائج بكون الانشغال لساعات طويلة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى العجز في القيام بنشاطات أخرى حيث كشفت دراسة حديثة عن أن مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم يقضون في المتوسط ساعتين و31 دقيقة على وسائل التواصل الاجتماعي يوميا. (أرقام، 2023)

الجدول 17: يبين خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الطلبة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الدردشة	45	%64.3
التعليقات	13	%18.6
الصور	24	%34.3
الفيديوهات	54	%77.1
الألعاب	10	%14.3
الترندات	14	%20

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يستعرض الجدول أعلاه خدمات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة عند الطلبة، حيث نلاحظ ن نسبة 77.1% يفضلون خدمة الفيديوهات، ونسبة 64.3% يفضلون خدمة الدردشة، أما خدمة الصور فقد قدرت بنسبة 34.3%، في حين خدمة الترندات فقد سجلت نسبة 20%، وفي الأخير خدمة الألعاب بنسبة 14.3%.

ويمكن تفسير ذلك بأن الطلبة يفضلون الفيديوهات لكونها تجمع بين الصوت والصورة، مما يجعلها أكثر جاذبية ومتعة، كما أن انتشار مقاطع Reelsبشكل واسع في معظم مواقع التواصل الاجتماعي وما تتميز به من تنوع وسرعة في المحتوى، ساهم في زيادة الإقبال على هذا النوع من الفيديوهات.

المحور الثالث: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة

الجدول 18: يبين دوافع استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التواصل مع الأصدقاء والزملاء	49	%70
متابعة الأخبار والمستجدات	42	%60
الدراسة والبحث العلمي	45	%64.3
الترفيه والتسلية	42	%60
اكتساب مهارات إعلامية واتصالية	35	%50

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يستعرض الجدول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشير البيانات إلى أن نسبة 70% للتواصل مع الأصدقاء والزملاء، تليها الدراسة والبحث العلمي بنسبة 64.3%، ثم 60% لكل من متابعة الأخبار والمستجدات والترفيه والتسلية، وفي الأخير اكتساب مهارات إعلامية واتصالية بنسبة 50%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا هاما من الحياة اليومية الطلبة، حيث تلبي احتياجاتهم متنوعة الاجتماعية والأكاديمية والترفيهية من خلال توفير وسائل التواصل والدراسة والترفيه.

الجدول 19: يبين استخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض تعليمية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	18	%25.7
أحيانا	50	%71.4
أبدا	2	%2.9
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول رقم 19 استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض تعليمية، حيث شملت العينة 70 مفردة، أعلى نسبة قدرت بـ 71.4% يستخدمونها أحيانا، يليه 25.7% يستخدمونها بشكل دائم، وفي الأخير 2.9% لا يستخدمونها نهائيا لأغراض علمية.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي اكتسبت مكانة هامة كأداة تعليمية، لما توفره من خدمات في هذا المجال فهي غنية بالموارد التعليمية مثل المراجع العلمية، الفيديوهات التعليمية وغيرهم.

الجدول 20: يبين نوع الخدمات التعليمية المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
محاضرات علمية	38	%54.3
التواصل مع الأساتذة والزملاء	37	%52.9
المستجدات الجامعية	45	%64.3
المراجع الإلكترونية	24	%34.3
الفيديوهات التعليمية	33	%47.1

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول رقم 20 نوع الخدمات التعليمية المفضلة لدى الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث 64.3% المستجدات الجامعية، نسبة 54.3% المحاضرات العلمية، ثم الفيديوهات التعليمية بنسبة 47.1%، أما التواصل مع الأساتذة والزملاء فقد سجلت نسبة 52.9%، وفي الأخير المراجع الإلكترونية بنسبة 34.3%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بحاجة الطلبة لمعرفة كل المستجدات الجامعية مثل موعد انطلاق الدراسة، مواعيد الامتحانات، أما بالنسبة للمحاضرات حيث أن معظم الطلبة يغيبون عن المحاضرات وبالتالي يحتاجون لهذه المواقع للحصول عليها.

الجدول 21: يبين مساهمة الخدمات التعليمية في تحسين المستوى الدراسي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	%100
لا	00	00
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح لنا الجدول رقم 21 مساهمة الخدمات التعليمية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المستوى الدراسي، حيث وجدنا 100% من مفردات العينة قالوا نعم. هذه النتيجة يمكن تفسيرها لنوعية الخدمات التعليمية القيمة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة من فيديوهات، دروس، امتحانات نموذجية، ساهمت بشكل كبير في تحسين مستواهم الدراسي.

الجدول 22: يبين نوع الموارد التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة لتحسين المستوى الد راسي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
توفر مصادر تعليمية متنوعة	45	%64.3
تنمي مهارات التعلم الذاتي	33	%47.1
تساعد على فهم الدروس	49	%70
تسهل التواصل مع الأساتذة والزملاء	41	%58.6
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يظهر الجدول أعلاه يبين نوع الموارد التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة لتحسين المستوى الد راسي، حيث وجدنا 70% تساعد على فهم الدروس، أما 64.3% توفر مصادر تعليمية متنوعة، في حين 58.6% تسهل التواصل مع الأساتذة والزملاء، وفي الأخير بنسبة 47.1% تنمي مهارات التعلم الذاتي. يمكن تفسير هذه النتائج للدور الفعال

الذي تلعبه هذه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الفهم الأكاديمي وتوضيح المواضيع المعقدة.بالإضافة إلى تقوية التفاعل الاجتماعي.

الجدول 23: يبين الثقة في المعلومات العلمية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	%50
لا	35	%50
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يبين الجدول رقم 23 الثقة في المعلومات العلمية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشار 50% بنعم، و50% بلا. هذه النتائج ترجع إلى أن بعض المحتويات التعليمية قيمة وتستند إلى مصادر موثوقة، في المقابل هناك محتويات تعليمية أخرى من مصادر غير موثوقة، ليست مضمونة، وتتضمن بعض الاشاعات.

الجدول 24: يبين اكتساب مهارات جديدة بفضل مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	51	%72.9
لا	19	%27.1
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول أعلاه مدى اكتساب الأفراد لمهارات جديدة بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح 72.9% بنعم وأنهم اكتسبوا مهارات جديدة بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، أما 27.1% صرحوا بالعكس.

تظهر هذه النتائج بوضوح أن الغالبية العظمى من المشاركين يعترفون بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مهاراتهم، وذلك بفضل المحتويات المقدمة عبر هذه المواقع مثل صفحات لتعلم اللغات، البحث العلمي، صناعة المحتوى، بالإضافة إلى مهارات في

مجالات أخرى مثل الطبخ، الخياطة، صناعة المجوهرات. ولا ننسى مهارات التواصل الفعال وتعزيز الثقة في النفس.

الجدول 25: يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	%50
لا	35	%50
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول أعلاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية، حيث صرح 50% من مفردات عينة الدراسة بنعم، وبشكل متساو 50% صرحوا بلا.

يمكن تفسير هذه النتائج إلى الحاجة إلى تعزيز الوعي بكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعّال في السياقات المهنية، واستكشاف الطرق التي تمكنهم من بناء العلاقات المهنية، في هذا الفضاء الرقمي، بالإضافة إلى تطوير المهارات المطلوبة في سوق العمل.

الجدول 26: يبين نوع الاستخدامات المهنية المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تطوير المهارات المهنية	44	%62.9
توسيع الأفاق المهنية	25	%35.7
تعزيز فرص العمل	32	%45.7
تعلم اللغات	1	%1.4
تطوير مشروع خاص	1	%1.4
صناعة المحتوى	1	%1.4
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول 26 نوع الاستخدامات المهنية المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أفاد 44 طالب أي بنسبة قدرت بـ 62.9% بأنهم استخدموا هذه المنصات لتحسين

مهاراتهم وكفاءاتهم. ثم تأتي تعزيز فرص العمل في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 45.7%، أما المرتبة الثالثة فقد عادت لتوسيع الأفاق المهنية بنسبة قدرت بـ 35.7%، أما المرتبة فقد عادت لكل من تعلم اللغات وتطوير مشروع خاص وصناعة المحتوى.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة هامة لفتح أبواب مهنية جديدة، لما تقدمه من خدمات في هذا المجال تتميز بالسهولة والنجاعة. ففي الوقت الحالي أصبحت هذه المواقع أداة أساسية للباحثين عن عمل والشركات. فهي تفتح آفاقا واسعة للتوظيف، والتسويق الذاتي، وتطوير المهارات. (تاسعديت، 2022، صفحة 19)

الجدول 27: يبين اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للولوج لسوق العمل

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	%61.4
لا	27	%38.6
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول رقم 27 مدى اعتبار الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة للولوج إلى سوق العمل، تشير البيانات إلى أن 61.4% منهم يرون أن هذه المنصات فعالة في مساعدتهم على دخول سوق العمل، أما 38.6% فيرون لا.

ويمكن إرجاع ذلك لزيادة الوعي لدى الطلبة بأهمية التواصل الرقمي في تحقيق الفرص المهنية والتواصل مع مختلف المؤسسات والشركات.

الجدول 28: يبين أسباب عدم اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للولوج لسوق العمل

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الإعلانات الكاذبة	35	%50
تفضيل المؤسسات لوسائل الإعلام التقليدية	15	%21.4
ضعف التوجيه المهني	26	%37.1

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يوضح الجدول رقم 28 أسباب عدم اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة للولوج إلى سوق العمل بالنسبة للطلبة، حيث صرح 50% أنهم وقعوا ضحية الإعلانات الكاذبة، في حين نسبة 37.1% إلى ضعف التوجيه المهني، وفي الأخير تفضيل المؤسسات لوسائل الإعلام التقليدية بنسبة قدرت بـ 21.4%.

تعكس هذه البيانات التحديات التي تواجه الأفراد في الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية، فقد أدت الإعلانات الكاذبة التي انتشرت بكثرة إلى فقدان الثقة لدى الباحثين عن عمل، كما يشعر العديد من الأشخاص بأنهم يفتقرون إلى التوجيه المهني مما يقلل فرصهم المهنية، إضافة إلى ذلك لاتزال بعض المؤسسات والشركات، وفي ظل التطور الرقمي، ترسل إعلانات التوظيف عبر وسائل الإعلام التقليدية.

الجدول 29: يبين طبيعة الإشباعات المحققة من استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
إشباعات إخبارية	35	%50
إشباعات تعليمية	45	%64.3
إشباعات ترفيهية	42	%60
المجموع	70	%100

المصدر: البحث الميداني المنجز من طرف الباحثة

يبين الجدول أعلاه الخاص الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الإشباعات التعليمية في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 64.3%، أما الإشباعات الترفيهية فقد تحصلت على نسبة 60%، وفي الأخير بنسبة قدرت بـ 50% إشباعات إخبارية. ويمكن تفسير هذه النتائج بتنوع المحتوى المتاح على مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصا المحتوى الموجه لفئة الطلبة، مما يجعلها قادرة على تلبية مختلف الاشباعات التي يبحثون عنها.

2.6 النتائج العامة للدراسة

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها تحصلنا على النتائج التالية:

-بينت نتائج الدراسة أن الاناث الأكثر استخدما لمواقع التواصل الاجتماعي بقسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله.

-كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي هي فئة 20 سنة وذلك يعود إلى أن هذه الفئة نشأت في عصر الرقمنة التكنولوجية، وقدرتهم على التحكم فيها.

-بينت نتائج الدراسة أن غالبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لكونها وسيلة فعالة للتواصل والمعلومات.

-أظهرت نتائج الدراسة أن المدة التي بدأت فيها عينة الدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتجاوز 3 سنوات وذلك بسبب انتشار الهواتف الذكية وشبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي منذ مدة طويلة.

-أظهرت نتائج الدراسة أن الليل هو الفترة المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة وذلك بسبب تفرغهم في هذا التوقيت.

-أوضحت النتائج أن المنزل هو المكان المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك راجع للشعور بالراحة خصوصا عند الاستخدام لفترات طويلة.

-بينت نتائج الدراسة أن كل من الانستغرام والفايسبوك وتيك توك هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بفضل الخدمات التي تقدمها هذه المواقع.

-كشفت نتائج الدراسة أن الهاتف المحمول هو الوسيلة المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتوفره عند غالبية الطلبة.

-بينت نتائج الدراسة أن المحتوى الترفيهي هو الأكثر تصفحا من طرف الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتخفيف من ضغوطات الدراسة.

-كشفت نتائج الدراسة أن علاقة الصداقة هي الأكثر انتشارا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسبب تشجيع تلك المواقع على هذا النوع من العلاقات الاجتماعية .

-أظهرت نتائج الدراسة أن الدردشة ومشاهدة الفيديوهات أبرز الأنشطة المفضلة لدى الطلبة بسبب الجاذبية البصرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

-كشفت نتائج الدراسة أن من أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الأصدقاء والزملاء وذلك بسبب طبيعة هذه المواقع والخدمات التي تقدمها.

-أظهرت نتائج الدراسة أن المستجدات الجامعية هي الموارد العلمية الأكثر إقبالا، فهي تقدم رزنامة المواعيد هامة تؤثر على مسيرتهم الدراسية.

-بينت نتائج الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية أصبح يلقى رواجا لدى الطلبة بسبب الأفاق المهنية التي تقدمها لهم ومن منزلهم فقط.

4. خاتمة:

في الختام، خلصت نتائج الدراسة التي تناولت عادات ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2، أن هذه المواقع أصبحت تحتل مكانة هامة في حياتهم اليومية، فقد أصبح من الصعب الاستغناء عليها لما تحققه من إشباعات إخبارية وتعليمية وترفيهية.

لكن يبقى من الضروري تعزيز الوعي بأهمية الاستخدام المتوازن لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، والاستفادة من تلك المنصات بشكل يتماشى مع تحقيق أهدافهم الدراسية والمهنية.

قائمة المصادر والمراجع:

1. الحاج كمال. (2020). *نظريات الإعلام والاتصال* . الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية.
2. الصادق الحمامي. (2012). كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية. *مجلة أكاديميا الشهرية*. جامعة منوبة، تونس.

3. أماني عمر الحسيني. (2005). *الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة، وسائل الإعلام المؤثرة*. مصر: عالم الكتب.
4. ربيعة البوزيدي. (2021). *الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية*. القاهرة:دار أطلس للنشر.
5. رضا عكاشة. (2002). *تأثيرات وسائل الإعلام، من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة*. مصر: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع.
6. زهرة شرياف. (2025). العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وعلاقتها بالتدين لدى طلبة الجامعة (دراسة ميدانية بالقطب الجامعي بشار). *مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، 11(2) ، 335-364.
7. عبد اللّه ياسر نعيم. (2017). *استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية*. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
8. علي سيد اسماعيل. (2020). *مواقع التواصل الاجتماعي بين الترصفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة*. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.
9. محمد الصاوي مبارك. (1992). *البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، الطبعة الأولى*. مصر: مكتبة الأكاديمية.
10. محمد عبد الحميد. (1993). *دراسات الجمهور في بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتب.
11. محمد منير مرسي. (1977). *التعليم المعاصر قضايا واتجاهات، الطبعة الثانية*. القاهرة: دار النهضة العربي.
12. ملال خديجة، بن عامور جميلة. (2018). استحدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتكيف لدى الطلبة الجامعيين. *مجلة روافد*،02(01)، 153-168.
13. ملفين دفلير، ساندرا رابول، روكيش. (1993). *نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف*. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
14. منذر الضامن. (2007). *أساسيات البحث العلمي، الطبعة الأولى*. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
15. نومار مريم ناريمان. (2021). *استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر*. قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر.

16. أرقام. (20 08, 2023). المتوسط العالمي ساعتان ونصف يوميا .. أطول الدول قضاء للأوقات على مواقع التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من أرقام: https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/1664765
الصفحات 335-364.
17. ساولي تاسعديت. (30 06, 2022). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التوظيف الالكتروني دراسة حالة شركة Soummam Computer System (maxipower). مجلة نماء للإقتصاد والتجارة، المجلد 6، العدد 1، الصفحات 15-35.

18. فرانسيس أونيانغو. (22 01, 2026). إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي - المستخدمون والإيرادات (2026). تم الاسترداد من https://tridenstechnology.com/ar/ :

19. نقطة. (04 01, 2026). تقرير رقمي يكشف حجم استخدام المنصات الاجتماعية في الجزائر. تم الاسترداد من نقطة: https://noqta.media

20. EBSCO. (2022). Social Media and Relationships. Récupéré sur EBSCO: https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/social-media-and-relationships