

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بغداد



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الاتصال الاجتماعي ودوره في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني

دراسة مسحية على عينة من المتريبين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

بمركز التكوين المهني بونجار بن علي ببغداد

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذة :

فريجات نسبية

إعداد الطالب (ة):

فاطمة حمي

أحمد شواش

الموسم الجامعي :

1443-1444هـ/2022-2023م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بغداد



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الاتصال الاجتماعي ودوره في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني

دراسة مسحية على عينة من المتريبين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

بمركز التكوين المهني بونجار بن علي ببغداد

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذة :

فريجات نسبية

إعداد الطالب (ة):

فاطمة حمي

أحمد شواش

الموسم الجامعي:

2023-2022/1444-1443هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





إهداء

إلى من زرع بداخلي الصبر والامل وساندي طيلة مشوار حياتي ومساري
الدراسي «والداي الكريمين» أطال الله في عمرهما وحفظهما
إلى إخوتي: من كان لهما بالغ الاثر وكثير من العقبات والصعاب
إلى كل ما ساهم ولو بحرف في حياتي الدراسية
إلى جميع الاساتذة الذين أشرفوا على تدريسي عبر مختلف الاطوار التعليمية
إلى كل من تربطني بهم مودة
إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل
إلى كل هؤلاء أهديهم هذا العمل المتواضع
سائلة الله عز وجل أن ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه

فاطمة





إهداء

إلى التي تحمل أخف كلمة نطق بها اللسان ينبع منها الحنان لك أمي الحبيبة

إلى صاحب القلب الكبير الذي كان هويتي حيثما أسير

وعلمني الخير على خطى المصطفى لك أبي الغالي

أسأل الله أن يطيل في عمرهما ويمنحهما العافية ويجعل عاقبتهما الجنة

إلى القلوب التي أحاطتني بالرعاية ورافقتني في الحياة إخوتي وأخواتي

إلى طلبة السنة الثانية ماستر قسم الإعلام والاتصال

وإلى كل من مد لنا يد العون في هذا العمل

أحمد



الشكر

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد لإتمام هذا العمل المتواضع
بعد مسيرة علمية مليئة بالجهد المثابرة.
نتوجه بجزيل الشكر والتقدير الى الأستاذة الفاضلة "نسبية فريجات"
على الإشراف ومتابعة هذا العمل من بدايته إلى نهايته
وعلى توجيهاتها القيمة طيلة مراحل البحث بدون كلل وملل، فنسأل الله العلي القدير
أن يوفقها ويسدد خطاها
كما نتوجه بالشكر لكافة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال
وأخص بالذكر منهم أعضاء لجنة المناقشة راجين من الله أن يديمهم
لخدمة العلم وطلبة العلم
وإلى كل من ساهم معنا في إنجاز هذا العمل من قريب وبعيد
إلى هؤلاء جميعا تحية احترام وتقدير



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال الاجتماعي في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، منطلقين من تساؤل مفاده: كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل الاتصال الاجتماعي بمركز التكوين المهني بونجار بن علي بغرداية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني؟ .

واندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح الاجتماعي ومستخدمة كل من الملاحظة والمقابلة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وطبقت على عينة عشوائية من الشباب بمركز التكوين المهني بونجار بن علي والمقدرة ب 100 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

* استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني محل الدراسة كان بشكل غير دائم عن طريق الهاتف النقال، ويعتبر الفيسبوك أكثر تلك المواقع ولوجا، بمعدل ساعي من ساعة واحدة إلى ساعتين في اليوم خصوصا في الفترة المسائية، وكان استخدامهم لها قبل التحاقهم بمركز التكوين المهني.

* يمثل الحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بالتكوين المهني أبرز دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني محل الدراسة، كما أن معالجة المواضيع بالتفصيل والتعمق ومشاهدة الصور تساهم في جذبهم لمتابعة هذه المواقع، وذلك لإشباع رغباتهم التعليمية والإخبارية.

* يرى أفراد العينة أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في توعيتهم بأهمية التكوين المهني كأحد وسائل الاتصال من خلال تأكيدهم أنها مصدرا أساسيا للمعلومات حول دراستهم في التكوين المهني، وأداة لاستمرار اتصال الطلبة بمؤسسات التربص الميداني، إضافة لدورها التوعوي المساهم في تكوين اتجاهاتهم وسلوكياتهم من خلال تغيير نظرهم لعديد الأمور الخاصة بالتكوين المهني.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الاجتماعي، التوعية، الشباب، التكوين المهني، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This study aims to recognize the role of social communication in raising young people's awareness of the importance of vocational training through social networking sites , based on the question : **how social networking sites contribute as one of the social communication means of vocational training center bongar ben ali.ghardaia. raise young people 's awareness of the importance of vocational training ?**

This study is included in descriptive studies , based on the social survey curriculum and using both observation ,interview and questionnaire as data collection tools.

This study was applied to a random sample of young people at the bongar ben ali vocational training centre , capable of 100 individuals .The study reached a number of results , the most important of which were :
*The habits and patterns of use of the sample for the social networking sites of the vocational training center in question are that they sometimes use them and use a mobile phone .The most used of these sites is facebook , so that they use them at a rate of one hour to two hours a day in the evening and at home ,and they used them before joining the vocational training center.

*Access to news and information on vocational training is the most important motivation for the use of the social networking sites of the center for vocational training in question .Addressing the topics in detail , depth and viewing images contributes to attracting them to pursue these websites , in order to satisfy their educational and news desires.

*The members of the sample believe that social networking sites play a role in raising their awareness of the importance of vocational training as a means of communication by asserting that it is an essential source of information about their studies in vocational training , as well as a tool to mantain students contact with field education institutions , as well as its awareness –raising role contributing to the formation of their attitudes and behaviors by changing their perception of many matters related to vocational training.

Keywords : social communication – Awareness – youth – vocational training - social networking sites.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	إهداء
	شكر
	المخلص باللغة العربية
	المخلص باللغة الإنجليزية
I	قائمة المحتويات
II	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال البيانية
VIII	قائمة الملاحق
أ_ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
13	1- إشكالية الدراسة
14	2- أسباب اختيار الموضوع
14	3- الدراسات السابقة
19	4- أهمية الدراسة
19	5- أهداف الدراسة
19	6- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
23	7- الإطار النظري للدراسة (البراديجم)
27	8- الإجراءات المنهجية للدراسة
27	أولاً: منهج الدراسة
28	ثانياً: أدوات جمع البيانات
31	ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة
32	رابعاً: مجالات الدراسة

الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

34	تمهيد
35	1-لمحة تعريفية عن مركز التكوين المهني بونجار بن علي- سيدي اعجاز
38	2-تحليل مقابلات
46	3-عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
46	أولاً: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة
49	ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول
64	ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني
81	رابعاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث
100	4-نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
103	5-النتائج العامة للدراسة
107	الخاتمة
110	قائمة المراجع
117	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	46
02	يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب السن	47
03	يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب نوع الدراسة	48
04	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز	49
05	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الجنس	50
06	يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة	52
07	يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة باختلاف نوع الدراسة	53

55	يوضح وسيلة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	08
56	يوضح متوسط استخدام أفراد العينة اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	09
58	يوضح مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والتحاقهم بمركز التكوين المهني	10
59	يوضح الفترة المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	11
61	يوضح مكان تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	12
62	يوضح بيانات أفراد العينة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي	13
64	يوضح أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	14
65	يوضح خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين	15
66	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني لتميزها بمعالجة محتواها	16
68	يوضح طبيعة المحتوى الذي يدفع أفراد العينة لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	17
70	يوضح المحتوى الذي يفضل أفراد العينة متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	18
72	يوضح تحديث محتويات أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي	19
73	الهدف من استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز	20
74	يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني باختلاف السن	21
76	يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات	22

	الخاصة بالتكوين المهني	
77	يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني باختلاف نوع الدراسة	23
79	الإشباع المحققة من استخدام المواقع الاجتماعية التابعة للمركز	24
81	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية"	25
82	يوضح رأي الأفراد حول "استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين أفضل من الوسائل التقليدية" باختلاف الجنس	26
84	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أشجع على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني"	27
86	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات حول دراستي في التكوين المهني"	28
88	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أفضل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني"	29
89	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني"	30
91	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص الميداني"	31
92	يوضح رأي أفراد العينة حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص" باختلاف نوع الدراسة	32
94	يوضح رأي الأفراد حول "للمواقع الاجتماعية دور في التحاق	33

	بالتكوين"	
96	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاق بالتكوين المهني" باختلاف الجنس	34
97	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعديد الأمور الخاصة بالتكوين المهني"	35
99	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعديد الأمور الخاصة بالتكوين المهني" باختلاف السن	36

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب كاتز وزملاؤه	25
02	يمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب روزنجين	26
03	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	47
04	يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب السن	48
05	يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب نوع الدراسة	49
06	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز	50
07	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الجنس	51
08	يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى أفراد العينة	53
09	يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى أفراد العينة باختلاف نوع الدراسة	54
10	يوضح وسيلة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	56
11	يوضح متوسط استخدام أفراد العينة اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	59

59	يوضح مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والتحاقهم بمركز التكوين المهني	12
60	يوضح الفترة المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	13
62	يوضح مكان تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	14
63	يوضح بيانات أفراد العينة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي	15
65	يوضح أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	16
66	يوضح خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	17
68	يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني لتميزها بمعالجة محتواها	18
70	يوضح طبيعة المحتوى الذي يدفع أفراد العينة لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	19
71	يوضح المحتوى الذي يفضل أفراد العينة متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	20
73	يوضح تحديث محتويات أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي	21
74	يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	22
75	يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني باختلاف السن	23
77	يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني	24

78	يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني باختلاف نوع الدراسة	25
80	يوضح اشباعات أفراد العينة المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني	26
82	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية"	27
83	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية" باختلاف الجنس	28
85	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أشجع على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني"	29
87	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات حول دراستي في التكوين المهني"	30
89	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أفضل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني"	31
90	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني"	32
92	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص الميداني"	33
93	يوضح رأي أفراد العينة حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص" باختلاف نوع الدراسة	34

95	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقى بالتكوين المهني"	35
97	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقى بالتكوين المهني" باختلاف الجنس	36
98	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعديد الأمور الخاصة بالتكوين المهني"	37
100	يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعديد الأمور الخاصة بالتكوين المهني" باختلاف السن	38

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
106	استمارة الاستبيان	01
110	استمارة المقابلة	02
119	الهيكل التنظيمي لمركز التكوين المهني بونجار بن علي _ سيدي اعجاز، غرداية	03

مقدمة

يعتبر الاتصال النشاط الذي يستخدمه الإنسان لتنظيم حياته واستقرارها أو لتغييرها، لذلك فعملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام هو التأثير نحو تغيير أو تعديل الاتجاهات والمواقف والسلوكيات نحو الأفضل لصالح المجتمع ، كونه أداة لتنمية الإنسان وتطوير معارفه ومهاراته المختلفة، كما أصبح هذا الاتصال وسيلة فعالة تستخدمها الحكومات والدول عبر مختلف مؤسساتها في نقل المعلومات، وتوجيه الارشادات لمواطنيها وجمهورها، قصد توعيتهم وتعليمهم وتربيتهم في مختلف مجالات الحياة، من خلال ما يعرف بالاتصال الاجتماعي والذي يستهدف المصلحة العامة .

ونظرا للتطور الحاصل على مستوى متطلبات سوق الشغل، أصبح من الضروري مواكبة هذه التطورات بشكل متلائم ، وتنمية المعارف والانخراط في التكوين، كونه وسيلة للتعلم ، واكتساب المعارف والمهارات المختلفة لمهنة معينة، تؤهل المتكون لاقتحام عالم الشغل ، في إطار السياسة التي تنتهجها الدولة من خلال توفير اليد العاملة المؤهلة لشغل مناصب عمل تكون قادرة على المنافسة في ظل الانفتاح الاقتصادي ، ونتيجة لذلك ظهرت الحاجة إلى خلق وتجسيد فكرة الولوج إلى ميادين التكوين المهني لدى فئات الشباب، الذين لا يمتلكون مستوى علمي، أو أن سوق الشغل يقتضي وجود تخصصات لا يمكن أن نجد ضالتها إلا في مجال التكوين المهني.

لذا أصبح الاتصال الاجتماعي خاصة عبر وسائطه الجديدة ومن خلال مختلف مواقع التواصلية الاجتماعية أداة مهمة وفعالة من أجل نقل الأفكار والآراء التي من شأنها إقناع مختلف شرائح المجتمع من أجل الحصول على شهادات ومؤهلات كخطوة هامة لمواكبة ما يشهده العالم من تطور علمي تكنولوجي سريع، نتيجة فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع وقدرته على الحراك وإمكانيته على التأثير من خلال تشكيل الوعي بصورة غير مباشرة وبوتيرة متسارعة.

ومن خلال هذه الحقائق التي تفرضها مواقع التواصل الاجتماعي اليوم تأتي دراستنا هذه التي تدور حول دور الاتصال الاجتماعي في توعية الشباب حول أهمية التكوين المهني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وحتى نتوصل إلى هدفنا ونتقرب من موضوع البحث قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين:

- الفصل الأول: الجانب المنهجي: قمنا من خلاله بتعريف موضوع الدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة وتليها أسباب اختيار الموضوع ودراسات سابقة وأهميتها وأهدافها مع تحديد مفاهيم ومصطلحات وبعدها بغرض إجراءات المنهجية للدراسة وتناولنا فيها، منهج الدراسة، ومجتمع الدراسة، وأداة الدراسة، ومجالات الدراسة.
- الفصل الثاني: الجانب التطبيقي: أين استعرضنا فيه بطاقة تعريفية حول مؤسسة التكوين المهني والتمهين، وبعد ذلك قمنا بتحليل وتفريغ البيانات في جداول وقراءتها والتعليق عليها للوصول إلى نتائج عامة للدراسة.
- ختمنا دراستنا بخاتمة مع تقديم بعض التوصيات.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد مشكلة الدراسة
 - 2- أسباب اختيار الموضوع
 - 3- الدراسات السابقة
 - 4- أهمية الدراسة
 - 5- أهداف الدراسة
 - 6- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
 - 7- الإطار النظري للدراسة (البراديجم)
 - 8- الإجراءات المنهجية للدراسة
- أولاً: منهج الدراسة
- ثانياً: أدوات جمع البيانات
- ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة
- رابعاً: مجالات الدراسة

1- تحديد مشكلة الدراسة:

يلعب الاتصال الاجتماعي اليوم عبر مختلف مؤسساته دورا مهما لاستهدافه المصلحة العامة للأفراد والجماعات، إذ يتمثل دوره في التعريف بما يحيط بالمجتمع من قضايا ومواضيع والتي من شأنها أن تطوره من خلال تشخيص المشاكل واقتراح حلول لها، ومن ثم مساهمتها في التوعية والتعليم لتبني السلوك الصحيح والإيجابي في مختلف مجالات الحياة (الصحة، التنمية، التربية والتعليم...إلخ).

ويعتبر التكوين المهني من بين مؤسسات الاتصال الاجتماعي في المجتمع، والتي تحتضن الشباب وتزودهم بالمعلومات والخبرات لإعدادهم للعمل مستقبلا ومن ثم المساهمة في التنمية، ويعمل الاتصال الاجتماعي عبر هذه المؤسسات على تطوير هذا القطاع بإبراز أهميته لدى الشباب وتطوير المعارف لديهم والدفع بوعيهم، خاصة في شكله الجديد عبر الوسائط التكنولوجية الحديثة، هذه الأخيرة التي باتت تمارس دورا جوهريا في إثارة اهتمام الشباب وفاعل رئيسي في تشكيل وعيهم، فهي الأكثر قدرة على تحفيزهم والتأثير فيهم نحو مختلف القضايا، نتيجة لخصائصها وميزاتها الكثيرة.

وأمام ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي اليوم، كان لزاما على مركز التكوين المهني بونجار بن علي توظيف أنجع الوسائل لتوعية الشباب بهذه المؤسسات التكوينية، فاعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أبرز الوسائل الاتصالية لنشر المعلومات لمتربصيها حول موضوع التكوين المهني وكل ما يرتبط بذلك من أنشطة وبرامج وغيرها، وذلك بهدف تطوير معارفهم حول الموضوع بشكل يساهم في تكوين صورة عن هذه المؤسسة، وجعلهم قادرين على المشاركة والفاعلية بما يحقق أهدافهم وطموحاتهم ويحقق أهداف المجتمع ككل.

ومن خلال ما سبق نطرح التساؤل التالي:

كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل الاتصال الاجتماعي بمركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي - سيدي اعزاز في توعية الشباب المتربص بأهمية التكوين المهني؟

ويندرج ضمنها مجموعة من التساؤلات التالية:

- 1- ما عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني محل الدراسة؟
- 2- ما دوافع وإشباعات استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني محل الدراسة؟
- 3- ما هو تقييم أفراد العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بأهمية التكوين المهني.

2- أسباب اختيار الموضوع:

أولاً: ذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بموضوع الاتصال الاجتماعي والتكوين المهني.
- الرغبة في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالشباب.
- الرغبة في معالجة الموضوع والتعمق فيه لإثراء الرصيد المعرفي.

ثانياً: موضوعية:

- قابلية موضوع لدراسة والبحث نظريا وتطبيقيا.
- إثراء مكتبة الجامعة بدارسة في مجال الاتصال الاجتماعي والشباب.
- التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي المستخدمة في مؤسسة التكوين المهني.
- التعرف على غايات استخدام الشباب المتربصين لمواقع التواصل الاجتماعي.

3- الدراسات السابقة

في هذا العنصر سنتطرق إلى بعض الدراسات التي تشابه موضوع دراستنا، بحيث سنعرضها وفق متغيرات الدراسة بداية من متغير الاتصال الاجتماعي إلى متغير التكوين المهني.

الدراسة الأولى: دراسة لواتي ربيعة تحت عنوان الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة الفيسبوك وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، سنة 2021/2020.¹

طرحت الإشكالية التالية: كيف يعزز الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة فيسبوك القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري؟، وتتطوي ضمنها مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية: ماهي أبعاد الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة فيسبوك؟، كيف تتجلى أشكال ومظاهر الاتصال الاجتماعي الممارسة في الوسائط الجديدة فيسبوك؟، هل ساهم "الفيسبوك" في تعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية لدى الشباب الجزائري المستخدم له؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي التحليلي وللإجابة على أسئلة الدراسة قامت الباحثة بالاعتماد على أداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان الإلكتروني، تحليل مضمون والمقابلة، وأما في ما يخص العينة فقد اختارت العينة القصدية، حيث توصلت إلى نتائج وهي أن الاتصال الاجتماعي الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي اتخذ مظاهر وأشكال تمثلت أساسا في التوعية والتحسيس في كل مواضيع الصحية والبيئية والاجتماعية، بالإضافة إلى التطوع وخدمة المجتمع والوطن بما يحقق المصلحة العامة، كما توصلت كذلك إلى أن الترويج للقيم الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" ساهمت في معالجة بعض السلوكيات السلبية لدى عينة البحث.²

التعليق على الدراسة: تمحورت هذه الدراسة على كيفية تعزيز الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة للقيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، حيث تتشابه مع دراستنا من حيث دراسة الاتصال الاجتماعي حول الشباب الجزائري، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات من خلال الاستمارة والمقابلة، كما تختلف مع دراستنا من حيث متغير القيم الاجتماعية بينما تركز دراستنا على توعية الشباب نحو التكوين المهني، كما تختلف مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد، بالإضافة إلى أداة تحليل المضمون، وقد استفدنا من هذه الدراسة من حيث

¹ ربيعة لواتي، الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة "الفيسبوك" وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال سياسي واجتماعي، جامعة الجزائر 3، 2021/2020.

² نفس المرجع السابق، ص 23.

كيفية تصميم أدوات جمع البيانات من استمارة ومقابلة، بالإضافة إلى العديد من المصادر العلمية الخاصة بموضوع الاتصال الاجتماعي والشباب.

الدراسة الثانية: وهي دراسة مقدمة من طرف الباحثين وفاء باهي وجهينة عيدي بعنوان الاتصال الاجتماعي في أوساط الطلبة في ظل استخدام "تيك توك" سنة 2022/2021.¹ تتطرق هذه دراسة من الإشكالية التالية: كيف يؤثر استخدام تطبيق تيك توك على الاتصال الاجتماعي لدى طلبة الأولى ماستر؟، وتندرج ضمنها مجموعة التساؤلات الفرعية التالية: ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لتطبيق تيك توك في حياتهم اليومية؟ وماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمضامين تيك تو؟، هل تختلف الإشباعات المحققة من تطبيق تيك توك من طالب لآخر؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يناسب موضوع البحث وأهدافه، وللإجابة على الأسئلة قامت الباحثين بالاعتماد على أداة الاستمارة، أما في ما يخص العينة فقد تكونت من 60 مفردة من طلبة سنة الأولى ماستر تخصص اتصال جماهيري والتي كان قد تم اختيارها عن طريقة قصدية، وقد توصلت الباحثان إلى مجموعة من النتائج وهي: أن مستخدمي تطبيق تيك توك من الذكور والإناث، كما أن غالبية المستخدمين من الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة بمعدل ساعة في الفترة الليلية، وأن الدافع وراء استخدامهم للتطبيق هو تبادل الأفكار ومواكبة للعصر والاطلاع على الثقافات الأخرى.²

التعليق عن الدراسة: طرحت هذه الدراسة موضوع الاتصال الاجتماعي في أوساط الطلبة من خلال استخدام تطبيق تيك توك الذي يعد أحد المواقع الاجتماعية، بحيث تتشابه مع دراستنا من حيث متغير الاتصال الاجتماعي، إضافة إلى المنهج المعتمد وأداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان، وتختلف مع دراستنا من حيث متغير تطبيق تيك توك في أوساط الطلبة، وقد استفدنا من هذه الدراسة من معلومات حول الاتصال الاجتماعي، بالإضافة إلى كيفية تصميم استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع دراستنا.

¹ وفاء باهي، جهينة عيدي، الاتصال الاجتماعي في أوساط الطلبة في ظل استخدام "تيك توك"، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022/2021.

² نفس المرجع السابق، ص7.

الدراسة الثالثة: دراسة صحر حمي: وهي بعنوان عوامل إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني، دراسة ميدانية في مركز التكوين المهني والتمهين بلعيد قاله بطولقة، سنة 2017/2016.¹

ركزت الدراسة في إشكالياتها على عوامل إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني من خلال طرح الإشكالية التالية: ما هي عوامل إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني؟ لتطرح بعدها مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية: ما هي العوامل الإجتماعية المؤدية إلى إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني؟، ما هي العوامل التعليمية المؤدية إلى إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لوصف واقع ظاهرة إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني ومحاولة تفسيرها بجمع البيانات والمعلومات اللازمة والمناسبة للوصول إلى أهم العوامل التي أدت لظهور هذه الأخيرة، باستخدام أدوات جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان والمقابلة والملاحظة البسيطة، حيث كانت هذه الدراسة على عينة من خريجي الجامعات، وقد توصلت الباحثة في دراستها إلى نتائج أهمها أن معظم التخصصات مناسبة لمتطلبات سوق العمل، وأن للعوامل الأسرية دور في إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني، كما أن للتكوين دور في زيادة خلق فرص العمل بالنسبة للحاصلين على شهادات من فئة خريجي الجامعة، بالإضافة أن الدروس والتدريبات المقدمة في مركز التكوين المهني تساعد على تعلم المهنة وأساسياتها، وأن التدريبات على معظم التجهيزات والألات الموجودة في المركز تساعد على تعلم المهنة، كما أن حاجة سوق العمل تتحكم في اختيار التخصص بالنسبة للمكونين.²

التعليق على الدراسة: تمحورت الدراسة على عوامل إقبال خريجي الجامعات على مراكز التكوين المهني، حيث تتشابه مع دراستنا من حيث متغير التكوين المهني، بالإضافة إلى الأدوات الموظفة في جمع البيانات وهي الاستمارة والمقابلة والملاحظة، كما تختلف مع

¹ صحر حمي، عوامل إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني، دراسة ميدانية في مركز التكوين المهني والتمهين بلعيد قاله، بطولقة، مذكرة ماستر في علم اجتماع التربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017/2016.

² نفس المرجع السابق، ص12.

دراستنا من حيث غياب متغير مواقع التواصل الاجتماعي من الدراسة، إضافة إلى المنهج المتبع وهو المنهج الوصفي بخلاف دراستنا التي اعتمدنا فيها على المنهج المسحي، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال التعرف على مراجع التكوين المهني، وكيفية تصميم استمارة الاستبيان والمقابلة.

الدراسة الرابعة: بعنوان دور مواقع الشبكات الاجتماعية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، وهي دراسة للباحثين قاسمية عطرة وقاسمية نور اليقين، سنة 2022/2021.¹ قامت الدراسة على التساؤل الرئيسي وهو: كيف تساهم مواقع الشبكات الاجتماعية في توعية الشباب المتربصين بسيدي عمران بأهمية التكوين المهني؟ وتدرج تحته تساؤلات الفرعية التالية: ماهي عادات وأنماط استخدام المتربصين بالتكوين المهني لواقع الشبكات الاجتماعية؟، ماهي دوافع استخدام المتربصين بالتكوين المهني لمواقع الشبكات الاجتماعية؟، ماهي أهم الإشباعات والحاجات التي تحققها مواقع الشبكات الاجتماعية لمتربصين تكوين المهني؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي لأنه يتناسب مع موضوع البحث وأهدافه وللإجابة على الأسئلة قامت الباحثتين بالاعتماد على أداتي استمارة الاستبيان والمقابلة وكان اختيارهم عن طريق العينة العشوائية تمثلت في 200 مبحوث بمركز التكوين المهني، وقد توصلت الدراسة الميدانية لمجموعة من النتائج أهمها: أن الفيسبوك من أكثر المواقع والشبكات الاجتماعية استخدمها من طرف الشباب، كما بينت النتائج أن أهم دافع لاستخدام أفراد عينة دراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية ساهمت بشكل ملحوظ في التحاق الشباب بمركز التكوين المهني وذلك من خلال مواقع الشهيرة ومفضلة لديهم خاصة موقع الفيسبوك مما ساهم في اكتسابهم إرشادات وتوجيهات وتشكيل وعي اجتماعي وثقافي وعلمي نحو ما يحيط بمركز التكوين المهني.²

التعليق على الدراسة: ركزت الدراسة على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المتربصين بأهمية التكوين المهني، وهي تتشابه مع دراستنا من حيث متغير

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، جامعة ورقلة، الجزائر، 2022/2021.

² نفس المرجع السابق، ص14.

توعية الشباب وأهمية التكوين المهني، كما تنتشابه مع دراستنا من حيث أدوات جمع البيانات وهي الاستمارة والمقابلة، كما تختلف مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال تصميم استمارة الاستبيان والمقابلة، بالإضافة إلى المراجع التي اعتمدت عليها هذه الدراسة.

4- أهمية الدراسة

وتتجلى أهمية هذه الدراسة في أنها تركز على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة هامة من وسائل الاتصال الاجتماعي باعتبار هذه الوسائل الأكثر رواجاً واستعمالاً من قبل فئات المجتمع وبالذات فئة الشباب، وأهمية الدراسة تتجلى أيضاً أنها تعالج موضوعاً متعلقاً بالشباب وهم الفئة الأكثر قدرة على التفاعل وإحداث التغيير في المجتمع، وهذه الدراسة من شأنها أن تساعد القائمين على مركز التكوين المهني على التعرف على أنجح الوسائل لزيادة التوعية لدى الشباب حول أهمية التكوين المهني واستغلالها بالشكل المطلوب.

5- أهداف الدراسة

تتمثل أهداف دراستنا في التالي:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المتربصين بمركز التكوين المهني، بسببي اعزاز.
- معرفة دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المتربصين بمركز التكوين المهني.
- معرفة الإشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المتربصين بمركز التكوين المهني.
- التعرف على رأي الشباب المتربص في مساهمة مواقع التواصل كأحد وسائل الاتصال الاجتماعي في توعيتهم بأهمية التكوين المهني.

6- تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

أولاً: الاتصال الاجتماعي: وهو مصطلح مركب من كلمتين وهما: اتصال "communication"، واجتماع "Social"، وسنقوم بتعريف كل منهما لغويًا واصطلاحياً.

1- الاتصال:

التعريف اللغوي: يرجع أصل كلمة اتصال في اللغة العربية إلى الفعل اتصل أي وصل الشيء بالشيء وصلا والاسم يعني المعلومات المبلغة أو تبادل الأفكار أو الآراء عن طريق الكلام أو الإشارات.¹

وقد وردت لفظة اتصال في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿إِلَّا الَّذِينَ يَصِلُونَ إِلَى قَوْمٍ ۙ﴾. [سورة النساء: الآية 90] أي يتصلون وبينهم وصلة أي اتصال، وقوله تعالى: ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ۝٥١﴾. [سورة القصص، الآية 51]، أي وصلنا لهم ذكر الأنبياء من قبلهم واتصل الشيء بالشيء أي أنهاه إليه وأبلغه إياه²، وكلمة اتصال "communication" مشتقة من أصلها اللاتيني "communis" أي "Common"، ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة، أي أننا نحاول أن نشترك معا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة.³

التعريف الاصطلاحي: تعرفه منال طلعت محمود بأنه "انتقال معلومات وحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضا"، والاتصال هو نشاط إنساني حيوي الحاجة إليه في ازدياد مستمر".⁴ ويعرفه محمد عبد الحميد: هو "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار الدالة بين الأفراد داخل المجتمع لتحديد أهداف معينة".⁵

2- الاتصال الاجتماعي اصطلاحا: يعرف على أنه مجرد تبادل المعلومات بين طرفي الاتصال بل أنه أوسع من ذلك عندما يحاول التأثير على الآخرين بالإقناع من أجل تعديل

¹ العبد الله مي، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص 23.

² رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الاعلام والاتصال في عصر العولمة الإعلامية، دار عالم الكتاب الحديث، باتنة، الجزائر، د.س، ص12.

³ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010، ص7.

⁴ منال طلعت محمود، مدخل إلى علم لاتصال، المكتب الجامعي الحديث، جامعة الإسكندرية، مصر، 2002/2001، ص18.

⁵ بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة، عمان، الأردن، 2015، ص26.

المعارف والمواقف والآراء والسلوكيات سعياً نحو مصلحة المجتمع كهدف أساسي له، وكذلك يحفز ويدعو كل فرد من المجتمع لأخذ نصيبه من المسؤولية لمصلحة المجتمع.¹ كما يعرف الاتصال الاجتماعي بأنه الركيزة الأولى للسلطة التي تستعمله من أجل تطوير المعارف ودفع الوعي الاجتماعي عن طريق المنظمات العمومية أو الجمعيات التي تخدم المجتمع بصفة عامة.²

التعريف الإجرائي: هو عملية تبادل المعلومات ما بين مؤسسة التكوين المهني والشباب المتربص من أجل توعيتهم للدراسة في التكوين المهني من خلال نشر رسائل عبر مختلف وسائل الاتصال الحديثة (مواقع التواصل الاجتماعي).

ثانياً: التوعية:

التعريف اللغوي: حفظ القلب الشيء، ووعي الشيء والحديث يعيه وعياً وأوعاه، حفظه وفهمه وقلبه، فهو واع، وفلان أوعي من فلان أي أحفظ وأفهم.³

التعريف الاصطلاحي: التوعية هي محاولة والإقناع والتأثير في سلوك الأفراد حول موضوع أو فكرة أو قضية... إلخ، وتتضمن توعية آليات الإقناع اللساني والتوضيح والتفهم وتعزيز كل ذلك بالأدلة والبراهين المقنعة والتي تتناسب عقول المستقبلين، ويشترط في التوعية الوضوح في الأفكار المراد إيصالها والبساطة وعدم التناقض مما يساعد على وضوح رسالة الهدف منها.⁴

¹ أمال عميرات، الاتصال الاجتماعي (العمومي) وأبعاده في منهج دعوة المحمدية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص10.

² عبد الكريم قلاتي، لواتي ربيعة، تمظهرات وتجليات الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة، دراسة تحليلية لمضامين صفحة جمعية "شباب الخير" على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، مجلة الاتصال والصحافة، مج6، ع1، الجزائر، 2019، ص149.

³ نسبية حسن هارون علي، فاعلية الوسائط متعددة في توعية بمخاطر الادمان الالكتروني، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، كلية دراسات عليا، جامعة السودان، 2022.

⁴ محمد غزالي، خصوصية التوعية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة تحليلية في محتوى الدعوي للفيسبوك مدعمة بدارسة ميدانية على عينة من الشباب، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، جامعة النجاح الوطني، د. س، ص7.

التعريف الإجرائي: نقصد بمصطلح التوعية في دراستنا بأنها تحفيز وتشجيع الشباب نحو الانضمام لمراكز التكوين المهني من خلال تقديم معلومات وتوجيهات خاصة بالدراسة.
ثالثا: الشباب:

التعريف اللغوي: كلمة شباب في اللغة العربية تعني كما جاء في المعاجم العربية ولسان العرب لابن منظور الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب، وأن الشباب هو الفتاء، والحادثة، الشباب شيء أوله، وتجمع على شباب وشبان.¹

التعريف الاصطلاحي: يعرفه محمد سيد فهمي على أنه "فترة التي تقع بين الخامسة عشر والثلاثين، بحيث أن هذه الفترة تتسم بكثير من الخصائص كالتقابلة للنمو والتعليم والقدرة على الانتاج والابتكار ورغبة في إحداث تغيير والتطوير المجتمع".²

التعريف الإجرائي: نقصد بمصطلح الشباب في دراستنا كل الذين ينتمون للفئة العمرية من 15 إلى 30 سنة، والذين يزالون الدراسة بمركز التكوين المهني بونجار بن علي.
رابعا: التكوين المهني:

التعريف الاصطلاحي: هو عملية شاملة ومعقدة تتناول جميع التدابير اللازمة لإيصال الفرد إلى وضع يخوله بالاطلاع بوظيفة معينة وإنجاز مهام التي تتطلبها وجعله قادرا على متابعة عمله.³

ويعرفه بوفلجة غيات: "على أنه مجموعة من نشاطات تهدف إلى ضمان حصول على معارف ومهارات واتجاهات الضرورية لأداء مهنة أو مجموعة وظائف مع قدرة وفاعلية في فرع أو مجال من نشاطات اقتصادية المهنية".⁴

التعريف الإجرائي: نقصد بالتكوين المهني في دراستنا مؤسسة عمومية تقوم بتكوين الطلبة الذين لم يتمكنوا من مواصلة الدراسة العادية من خلال توفير تخصصات إضافية في مختلف

¹ ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دراسات العربي، د.س، ص257.

² محمد سيد فهمي، محمد سلامة أمل، إدارة الأزمة مع الشباب، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2012، ص130.

³ حسن الطيبي، تدريب الموظف، ط2، منشورات لويدات، لبنان، 1982، ص25.

⁴ غيات بوفلجة، التكوين المهني والتشغيل بالجزائر، ط1، دار غرب، الجزائر، 2006، ص3.

المجالات، وتتمثل مؤسسة التكوين المهني في دراستنا في مركز التكوين بسيدي عباز بغرداية.

خامسا: مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: يعرفها الشهري على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، وثم ربطه من خلال نظام اجتماعي وإلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول أو جمعه مع أصدقائه".¹

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها استخدام تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال مع الغير في المواقع الإلكترونية التي توفر فيها خدمات لمستخدميها وتتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن مواقع أو نظام معين وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت.²

التعريف الإجرائي: نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل التطبيقات الاجتماعية التابعة لمركز سيدي عباز التي تسمح لمستخدميها بالتواصل الفوري مع الآخرين والتفاعل معهم ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو في مختلف المواضيع.

7- الإطار النظري للدراسة (البراديجم): نظرية الاستخدامات والإشباع

تعددت النظريات العلمية المفسرة لظاهرة الاتصال والاتصال الاجتماعي بالخصوص، إلا أننا سننعمد في دراستنا على نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث سنتعرف عليها في العنصر التالي:

أولا: التعريف بالنظرية وأهدافها: هي نظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة،³ فخلال الأربعينيات من القرن 20، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية

¹ مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها / <http://knol.google.com/> تصفح يوم: 2023/03/15، الساعة: 21.00.

² خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر، عمان، الأردن، 2013، ص24.

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998، ص239.

والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، إذ صار الاهتمام منصبا على رضا المستخدمين.¹

وترى النظرية أن الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية.²

من خلال ما سبق يتبين أن أساس العملية الاتصالية بالنسبة للنظرية يتمحور في المثلي لكونه هو العنصر الأساسي لبدء العملية الاتصالية وليس الرسالة أو الوسيلة.

وتعمل نظرية الاستخدامات والإشباع على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف عملية الاتصال الجماهيري.³

ثانياً: نشأة النظرية: لقد ظهرت هذه النظرية 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،⁴ وجاءت نشأة النظرية بعد دراسات وبحوث في مطلع القرن العشرين وكان مؤداها معرفة رغبات الجمهور وأسباب التعرض لوسائل الإعلام ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للجمهور فكانت بداية نشأة النظرية عبر الباحث

¹ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008، ص34.

² نضال فلاح الضلعين، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار، 2016، ص245.

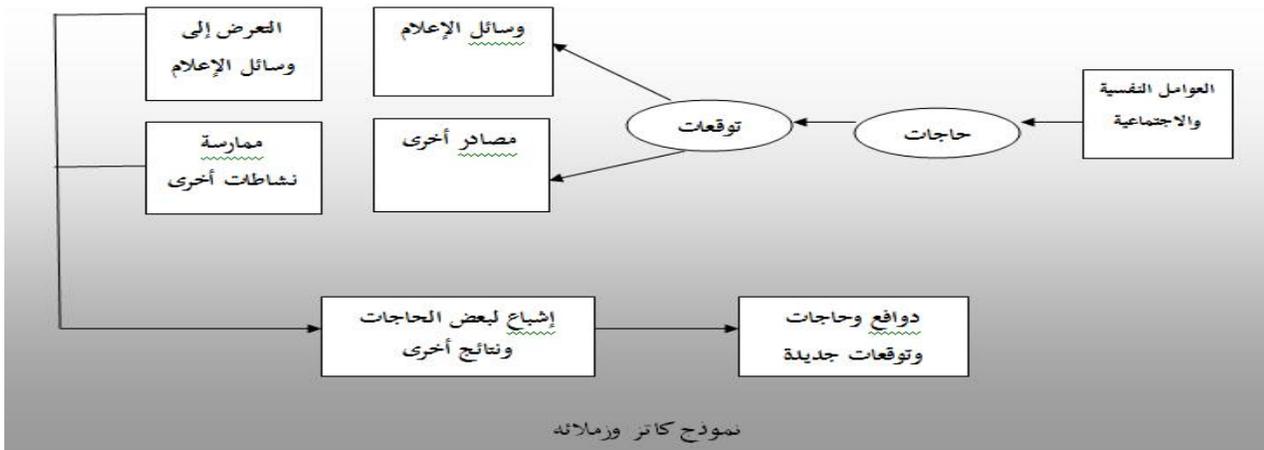
³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص241.

⁴ فتحية عينو، الشباب الجامعي والفضائيات العربية، قناة mbc4 نموذجاً دراسة في الاستخدامات والإشباع على طلبة جامعة مستغانم، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2013، ص16.

الياهو كاتز في عام 1959 ووجد في بحثه أن هناك أسباب منطقية تدفع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام.¹

ثم طرح "كاتز" مدخل النظرية عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنارد برلسون" الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت في حين رد عليه "كاتز" بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع، وبتطور مفهوم النظرية في دراسة "بلومر" و"كاتز" الذي تم في دراسة الانتخابات البريطانية 1964 من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة وعدمها للحملات الانتخابية، بعدها سنة 1984 تم تحديد من طرف "كاتز" و"بلومر" و"قورفيتش" أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى.² (أنظر الشكل 01).

الشكل رقم (01) يمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب كاتز وزملائه



فتحية عينو: مصدر سبق ذكره، ص19.

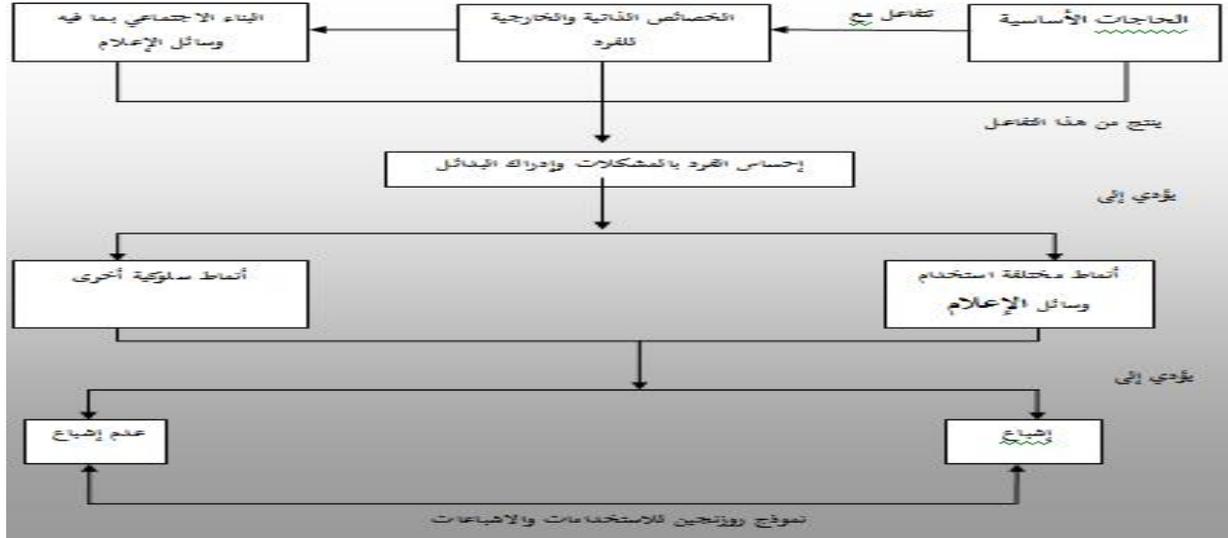
ويعرض روزنجين مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباعات والتي تبدأ بتولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، تتفاعل مع الفرد بخصائصه ومحيطه الاجتماعي فتتولد عنها مشكلات لتتولد بعد ذلك دوافع لحل المشكلات

¹ محمد الفهيدة وآخرون، علاقة الشباب بالصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة قطر، كلية الآداب والعلوم، 2016، ص25.

² ابتسام ريس علي، نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، 2016، ص10.

ولإشباع الحاجات، ويتعرض الفرد لوسائل الإعلام لإشباع بعض من هذه الحاجات فيحدث إشباع يؤدي ذلك إلى خلق حاجات جديدة.¹ (أنظر الشكل 02).

الشكل رقم (02) يمثل نظرية الاستخدامات والإشباع حسب روزنجرين



فتحية عينو: مصدر سبق ذكره، ص 21.

ثالثاً: فرضيات النظرية:

تقوم النظرية على الفرضيات التالية:

- أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط له دوافع وحاجات وأهداف تجعله يتوجه إلى استخدام وسيلة معينة، واختيار مضمون معين، كما أن الجمهور انتقائي في استخدامه لوسائل الإعلام وفقاً لحاجاته المتوقعة منها.
- العوامل النفسية والاجتماعية تسعى لتحديد كيفية ونوعية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة.²
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتويات الرسائل فقط.
- إن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية متعددة والإعلام لا يلبي إلا بعضاً منها.³

¹حاتم سليم علاونة، سهى محمد، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيس بوك والإشباع المتحققة دراسة على عينة من الصحفيين الأردنيين، مجلة المنارة، مج 22، ع 3، 2016، ص 307.

²ابتسام ريس علي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

³نضال فلاح الضالعين، مرجع سبق ذكره، ص 245.

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

ارتبطت هذه النظرية بدراستنا انطلاقا مما قامت عليه نظرية الاستخدامات والإشباع وهو أن الجمهور نشط غير تقليدي ينتقي ويختار المحتويات التي يريد التعرض لها من أجل إشباع حاجاته ورغباته، وكذا أنماط وعادات الشباب المتربص بمركز التكوين في متابعتهم لمحتوى ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدنا على تصور هذه النظرية والتي ترتبط بالجمهور من خلال استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد التي تجسد أو تحقق استخدام الشباب متربصي التكوين المهني والإشباع المحققة من هذا الاستخدام، الأمر الذي له تأثير على توعيتهم بأهمية التكوين المهني من خلال وجود معلومات حول التخصصات والدراسة في التكوين المهني، حيث يشبع الشباب المتربصين رغبتهم في المعرفة والاطلاع على كل ما هو جديد باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أيضا فضاء يشبع حاجتهم في التعبير عن آرائهم وأفكارهم من خلال اتصالهم بأساتذة وإدارة مركز التكوين المهني، وتجدر الإشارة أننا اعتمدنا في صياغة تساؤلات بحثنا على الأهداف الأساسية لهذه النظريتين وأهم فروضها للكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في توعيتهم بأهمية التكوين المهني من خلال التعرف على عادات وأنماط الاستخدام وكذا دوافعه وأسبابه والإشباع المحققة منه.

8- الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: منهج الدراسة: تنتمي دراستنا إلى نوع الدراسات الوصفية والتي تساعد الباحث في التعرف على ظاهرة الدراسة ووصفها كما هي في الواقع وصفا كاملا دقيقا،¹ والهدف من هذه الدراسات هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع المعالج كما هو في الواقع، من خلال استخدام أساليب القياس والتصنيف بهدف استخراج الاستنتاجات ثم الوصول

¹ أحمد مرسلي. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية. ط.4. 2010. الجزائر. ص52.

لتعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة،¹ وبما أن دراستنا تقوم على وصف مدى استخدام الاتصال الاجتماعي في توعية الشباب نحو التكوين المهني وفقا لهذا النوع.

أما المنهج فيعرف لغويا بأنه مصطلح مرادف لكلمتي نهج ومنهاج اللتين تعنيان الطريق الواضح وهي من الكلمة الفرنسية "method" التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة الهادفة لبلوغ نتيجة ما في البحث العلمي.

أما اصطلاحا يعرفه موريس أنجرس "على أنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"،² والمنهج العلمي هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة، تختلف المناهج باختلاف الظواهر، وتمتاز بالمرحلية فتؤدي كل مرحلة إلى المرحلة التالية بتسلسل وترابط،³ وفي دراستنا نجد أن المنهج المناسب هو منهج المسح الاجتماعي والذي يعرف بأنه منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديد أوضاعها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها ومقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك تقييمها تبعا لما تخلص له من نتائج.⁴

ثانيا: أدوات جمع البيانات: وهي من الخطوات الأساسية في البحث العلمي، ويعتمد عليها الباحث للحصول على المعلومات والبيانات التي تخدم بحثه ويكون الاعتماد على هذه الأدوات بناء على طبيعة الموضوع المدروس للوصول إلى الأهداف الموضوعية من قبل الباحث، وأدوات جمع البيانات تتمثل في الاستبيان والمقابلة والملاحظة.

أ- الملاحظة: تعد الملاحظة من أقدم وسائل جمع البيانات، وهي إحدى وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية ومواقفه واتجاهاته ومشاعره، وتعطي الملاحظة

¹ فاطمة عوض صابر، علي ميرفت خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الإشهار الفني، الإسكندرية، مصر، 2002، ص87.

² أحمد مرسل، مرجع سبق ذكره، ص282.

³ مصطفى عليان ربحي، البحث العلمي، أسسه مناهجه، أساليبه وإجراءاته. بيت الأفكار الدولية. عمان. الأردن. 2001. ص 35.

⁴ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص132.

معلومات لا يمكن الحصول عليها في بعض الأحيان باستخدام الطرق الأخرى لجمع المعلومات كالأستبانة أو المقابلة أو الوثائق.¹

وقد استخدمنا في دراستنا الملاحظة البسيطة من خلال مشاهدتنا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب المتربصين بمركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي والإشباع المحققة من استخدام هذه المواقع داخل مركز التكوين.

ب- المقابلة: تعرف المقابلة بأنها مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات المعدة من قبل الباحث ويطلب الإجابة عنها والتعقيب عليها وتكون وجها لوجه بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث أو عينة ممثلة لهم.²

وتعرف المقابلة بأنها محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لعرفه من أجل تحقيق أهداف الدراسة.³

وقد أجرينا مقابلتين الأولى خاصة بالأساتذة وكانت مع السيد قسوم مصطفى أستاذ الإعلام الآلي بمركز التكوين المهني، وقد كانت يوم 28 أبريل 2023 على الساعة 11:00 بمركز التكوين المهني بونجار بن علي، والمقابلة الثانية خاصة بالإداريين وكانت مع السيد محمد الكرشى مكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني، وقد كانت يوم 27 أبريل 2023 على الساعة 10:30 صباحا بمركز التكوين المهني بونجار بن علي.

ت- استمارة الإستبيان: تعتبر الاستبانة من أكثر وسائل جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية استعمالا، ويمكن تعريفه الاستبانة هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمعدة يهدف من خلالها الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.⁴

¹ مصطفى عليان ربحي، مرجع سبق ذكره، ص 115.

² سعد سلمان المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص 157.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، ط2، 1999، ص 63.

⁴ نفس المرجع السابق، ص 55.

ويعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.¹

وقد اعتمدنا على إستمارة الإستبيان بشكلها الإلكتروني من خلال إرسالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي للشباب المتربصين مستخدمين هذه المواقع الاجتماعية بمركز التكوين المهني بونجار بن علي، وتم توزيع الاستمارة على عينة مقدره بمائة متربص واسترجاعها كاملة، وقد تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور هي:

محور البيانات الشخصية

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بونجار بن علي.

المحور الثاني: دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بونجار بن علي والإشباع المحققة منها.

المحور الثالث: تقييم أفراد العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية التكوين.

د- صدق الاستمارة: وهو اختبار قدرة الاستبيان على قياس ما هو مطلوب قياسه بحيث يتضمن عدم تسرب أو التحيز أو الخطأ، في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها، وقد اعتمدنا على الأسئلة المغلقة والمفتوحة، كما تم عرض هذه الاستمارة على عدد من الأساتذة بقسم علوم الإعلام والاتصال، بحيث وضعت مجموعة من الملاحظات والاقتراحات من طرف المحكمين من أجل أخذها بعين الاعتبار، وذلك من خلال إعادة بعض الأسئلة أو تصحيح الغموض فيها، وفي الأخير تم إعداد الاستمارة النهائية التي وزعت على المبحوثين، حيث تم تحكيم الاستمارة من طرف الأساتذة الآتية أسمائهم:

- الأستاذ قشار بكير بجامعة غرداية.
- الأستاذ رفاقدة سعيد بجامعة غرداية.
- الأستاذة قلاعة كريمة بجامعة غرداية.

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019، ص 126.

ذ- ثبات الأداة: للتحقق من ثبات الأداة اعتمدنا طريقة التطبيق وإعادة التطبيق للاستمارة أو ما يعرف بالدراسة الاستطلاعية والتي تعد مسلكا ضروريا للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة إضافة لكونها خطوة لا غنى عنها لتحصيل فهم كاف حول الميدان الذي ستجرى فيه الدراسة والسياقات المحيطة به، وفحص جاهزية وكفاءة المحكمات المعيارية التي يقوم عليها الاستبيان والحصول على تصور واضح وملموس حول طبيعة أفراد العينة الذين سيتم التعامل معهم وكذا مدى تجاوبهم مع استمارة الاستبيان.

ثالثا: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- **مجتمع البحث:** يعتبر تحديد مجتمع الدراسة من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث القيام بها لمساعدته على اختيار العينة وحجمها الممثل لهذا المجتمع. ويعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة عناصر لها ميزة أو عدة مميزات مشتركة تختلف عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث والتقصي.¹ حيث يتمثل مجتمع دراستنا في الشباب المتربصين بمركز التكوين المهني والتمهين مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي. وعدد المتربصين بمركز التكوين هو 690 متربص. وبما أن مجتمع الدراسة كبير وواسع وفي مختلف التخصصات والفروع ويصعب الوصول إلى كل فئاته فقد اخترنا نظام العينة لتمثيل مجتمع الدراسة، ويمكننا من خلاله الحصول على نتائج متوافقة يتم تعميمها على باقي مجتمع البحث.

- **عينة الدراسة:** تعرف العينة بأنها جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره من قبل الباحث وفق شروط مناسبة ويجري عليها الباحث دراسته ومن ثم يمكنه أن يقوم بتعميم النتائج المتحصل عليها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، تر. بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2008، ص 298.

² محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سبق ذكره، ص 160.

وفي دراستنا اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة، والتي تعرف بأنها العينة التي تختار في حالة توفر شرطين أساسيين وهما أن يكون جميع أفراد مجتمع البحث الأصلي معروفين وأن يكون هناك تجانس بينهم.¹

بحيث قمنا بسحب 100 مفردة " متربص " من مجتمع البحث الكلي "جميع المتربصين" بطريقة احتمالية بعد أن حددنا كل المفردات في قائمة واحدة ووزعنا عليهم استمارة الاستبيان.

رابعاً: مجالات الدراسة

يعتبر تحديد مجالات الدراسة من الخطوات الرئيسية في المنهجية حيث تسمح بحصر مجالات دراسته حتى يستطيع ضبط الدراسة وتطبيقها على أكمل وجه للوصول إلى الأهداف التي يطمح إلى تحقيقها وتمثل هذه الحدود في:

- **المجال المكاني:** وهو مكان الذي يتم فيه إجراء الدراسة ميدانياً وفي دراستنا نركز على مركز التكوين المهني -بونجار بن علي-سيدي اعزاز.
- **المجال الزمني:** وهي الفترة الزمنية لإنجاز هذه الدراسة. ودراستنا بدأت منذ شهر ديسمبر 2022 أي بعد الموافقة على العنوان تم الشروع في الدراسات الاستطلاعية حول الموضوع والدراسات السابقة وتمتد هذه الدراسة إلى غاية شهر ماي 2023.
- **المجال البشري:** ويشمل المجال البشري كل الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين المهني -بونجار بن علي - والذين ينتمون إلى مختلف أنواع التعليم الموجودة في المركز ويمارسون تخصصات معينة.

خلاصة الفصل :

من خلال ما تم التطرق له في هذا الفصل تبين أن الخطوات والإجراءات المنهجية تلعب دوراً أساسياً في البحث العلمي من أجل الوصول إلى نتائج موثوقة علمياً تمكننا من تقديم تحليل وتفسير علمي صحيح للنتائج المتوصل إليها .

¹ ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2015، ص100.

الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة

تمهيد

- 1- لمحة تعريفية عن مركز التكوين المهني
بونجار بن علي- سيدي اعجاز.
- 2- تحليل مقابلات
- 3- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:
أولاً: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة.
ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول
ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني.
رابعاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث.
- 4- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
- 5- النتائج العامة للدراسة.

تمهيد:

بعدما تطرقنا لمختلف الإجراءات والخطوات المنهجية لبحثنا هذا، يأتي هذا الفصل لتقديم الجانب الميداني للدراسة والتي قمنا فيها بتطبيق هذه الدراسة المسحية على عينة من المتربصين في مركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي- سيدي اعزاز، لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل الاتصال الاجتماعي في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني حيث قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث أقسام الأول تم فيه التطرق إلى لمحة تعريفية عن مركز التكوين المهني بونجار بن علي- سيدي اعزاز، أما القسم الثاني فتناول عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة، وأخيرا نتائج الدراسة.

1- لمحة تعريفية عن مركز التكوين المهني بونجار بن علي- سيدي اعجاز
أولاً: التعريف بالمركز: مركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي هو إحدى المؤسسات التكوينية المتواجدة عبر ولاية غرداية وبالتحديد ببلدية بنورة. أنشئ بموجب مرسوم رقم: 02/457 المؤرخ في 21 نوفمبر 2002 وتبلغ مساحته الكلية 4633 م²، المساحة المبنية: 3689 م² وتقدر طاقته الاستيعابية ب 200 مقعد بيداغوجي. كان ملحقة سنة 1998 تم تحويله الى مركز سنة 2002. أما فيما يخص مصلحة التمهين بالمركز فقد باشرت عملها في شهر سبتمبر من سنة 2005،¹ ويقع مركز التكوين المهني والتمهين بحي الأمير عبد القادر سيدي اعجاز -بنورة ويبعد عن مقر الولاية بحوالي 03 كيلومترا.

- الكوادر البشرية: عدد العمال: 36 موظف مرسم. 12 عامل مهني متعاقد، و 17 أستاذ.²
- تعداد المتكويين في المركز:

-التكوين الإقليمي الأولي: 131 متربص منهم 8 بنات.

-التمهين: 250 متمهين منهم 81 بنات.

-تكوين النساء الماكثات في البيت: 231 امرأة.

-التكوين التأهيلي الأولي: 20 منهم 15 بنات.

-التكوين في المؤسسة العقابية: 20.

-جهاز تكوين المستفيدين من منحة البطالة: 60 منهم 45 بنات.

-المجموع الكلي: 690 متكون في جميع الأنماط منهم 380 بنات.³

- الهياكل البيداغوجية: عدد الورشات: 6 ورشات، وعدد الأقسام: 7 أقسام وعدد المخابر: 2.

- وسائل الاتصال: *الهاتف. 029.25.85.87. الفاكس: 029.25.86.83.

*الموقع الإلكتروني: WWW.CFPA-BOUNOURA.DZ

* صفحة موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك):¹ www.facebook.com/cfpabounoura

¹ وثيقة رسمية من المؤسسة (مركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي).

² مقابلة مع رئيس مصلحة المقتصد بمركز التكوين المهني بونجار بن علي. بتاريخ 17 أبريل 2023. الساعة 10.00.

³ عادل جليلي، رئيس مصلحة التمهين بمركز التكوين بونجار بن علي، مقابلة بتاريخ 18 أبريل 2023. الساعة 10.30.

ثانيا: أنماط التكوين المهني: ويتضمن الأنماط التكوينية التالية:

(أ) -التكوين الإقامي: ينظم هذا النمط من التكوين على مستوى المؤسسات التكوينية بما فيها (معاهد وطنية متخصصة ومراكز التكوين المهني والتمهين) ويوجه لكل شخص بالغ من العمر 16 سنة فما فوق. ويتم داخل مؤسسات التكوين حيث يكتسب المتربصين المعارف النظرية أما في الجانب التطبيقي فتجرى تربصات داخل الوسط المهني، إضافة الى التكوين عن طريق الدروس المسائية وهذا التكوين موجه بصفة مباشرة لفئة العمال الراغبين في الحصول على شهادة أو تكوين بغية تحسين مستواهم الاجتماعي والمهني.

(ب) -التكوين عن طريق التمهين: ينظم هذا النمط من التكوين بشكل تناوبي حيث يجمع بين التكوين النظري في المؤسسة التكوينية المؤسسة الاقتصادية، والمؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري وتتكفل المؤسسات العمومية بالتكوين التطبيقي مما يسمح للمتمهن على التعرف على المهنة عن قرب، أما المؤسسة التكوينية فنقوم بتدعيمه بدروس نظرية وتقنية. هذا النمط من التكوين موجه لفائدة الشباب ما بين 15 و35 سنة.

(ج) -التكوين عن بعد: ويتم هذا النمط عن طريق المراسلة بواسطة المركز للتعليم المهني عن بعد حيث يتحصل المتربص من خلاله على الدروس النظرية ويتبع بتجمعات دورية من أجل التوفيق بين الجانب النظري والتطبيقي، يهدف هذا التكوين الى اكتساب تأهيل مهني متوج بشهادة دولة وتحسين المستوى.²

ثالثا: التعريف بمكتب الاستقبال -التوجيه-الإعلام: هو مكتب متواجد على مستوى مراكز التكوين المهني وهو مكلف بتسيير النشاطات الإعلامية ومصدر للمعلومات ويستقبل كل من يبحث عن معلومات أو توجيهات، ويوجد في المركز مكتب للاستقبال والاعلام والتوجيه الذي يحتوي على 3 مكاتب وهي مكتب مستشارة التوجيه، مكتب عون الاستقبال ومكتب الطبيب، ومن التجهيزات المتوفرة لوحات للعرض، جهاز اعلام آلي، جهاز التلفزيون، فيديو لعرض الأنشطة السمعية البصرية.

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة المقتصد. مرجع سابق.

² وثيقة رسمية من مركز التكوين المهني بونجار بن علي.

ويسير مكتب الاستقبال والإعلام مستشار التوجيه والتقييم المهني. ومهامه: الإعلام، التوجيه، المتابعة.

كما يؤطر هذا المكتب عون الاستقبال الذي يمارس نشاطه تحت إشراف مستشار التوجيه. ومن بين المهام التي يقوم بها: استقبال المواطنين أو طالبي التكوين، وتسجيل طالبي التكوين في السجلات.

مجالات تنظيم الإعلام الخاصة بمكتب الاستقبال الإعلام والتوجيه: يعتبر الإعلام من الضروريات الأساسية في أي مؤسسة وعلى اختلاف مجالاتها. والإعلام في مراكز التكوين المهني يقوم بالتعريف بإمكانياتها ونشاطاتها وعروض التكوين المبرمجة في الدورة التكوينية من أجل جذب أكبر عدد من المترشحين وطلبي التكوين.

(1) - في مجال الإعلام والاتصال: تطوير الإعلام في مختلف القنوات وتسطير برنامج إعلامي وتحسيبي لضمان عملية إعلام مستمر تجاه الجمهور العريض حول فرص التكوين باستغلال:

*التلفزيون: من خلال المشاركة في الحصص التلفزيونية.

*الإذاعة: إجراء حوارات إذاعية وتنظيم موائد مستديرة مباشرة مع الجمهور المحلي والمشاركة في الحصص الإذاعية.

صحافة مكتوبة: من خلال إدراج مقالات صحفية وحوارات وإجراء مقابلات مع مختلف الإطارات المحلية للقطاع وكذا نشر كل ما يتعلق بالتكوين المهني.

(2) - في مجال استعمال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال:

*إثراء الموقع الإلكتروني للمؤسسة التكوينية بمختلف المستجدات التي تخص التكوين المهني.

*إيواء الدليل الولائي لعروض التكوين المهني في الموقع الإلكتروني للمؤسسة التكوينية.

*السهر على عملية التسجيل عن طريق الإنترنت.

(3) - في مجال تطوير الإعلام الجوّاري:

*تنظيم معارض وتظاهرات إعلامية في المؤسسة التكوينية والساحات العمومية.

*تنظيم أبواب مفتوحة في الأماكن العمومية وداخل المؤسسة التكوينية.

*تنظيم قوافل إعلامية لتحسيس الشباب بأهمية التكوين المهني.

*إنشاء مكاتب إعلام في المناطق النائية واستغلال المراكز الثقافية ودور الشباب.

*استغلال مختلف التظاهرات الوطنية والثقافية لإيصال المعلومات الى الجمهور.¹

2-تحليل مقابلات:

المقابلة رقم (01): خاصة بالأساتذة:

مقابلة مع السيد: قسوم مصطفى
الوظيفة: أستاذ تخصص (الكهرو
تقني)

تاريخ إجراء المقابلة: 25 أبريل 2023. الساعة: 11:00 صباحا

س1: ما مدى اعتماد الأساتذة المكونين على مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين المهني؟

نعم، نعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي داخل المركز، ونعتمد على مجموعات في الماسنجر وهي رئيسية ومنصات للتكوين المهني ومجموعة واتساب وmeet. وبشكل كبير. من خلال إجابة الأستاذ نلاحظ أن أساتذة مركز التكوين المهني يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويعتمدون عليها في عملهم في المركز، فخصائص هذه المواقع وما توفره من ميزات وخدمات عن غيرها من الوسائل التقليدية تفرض عليهم استخدامها بسرعة الأداء وربح الوقت وتوفير الجهد واختصار المسافات تساعد الأساتذة في الاستغناء عن العمل الروتيني، إضافة إلى ما شهده العالم في السنوات الأخيرة من انتشار لجائحة كوفيد 19 والتي فرضت على أغلب المؤسسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل الاتصال العمومي منها الجامعات ومراكز التكوين المهني من خلال فتح منصات تعليمية تسهل عملية التدريس والاتصال بين الطلبة والأساتذة ونشر الأخبار والمعلومات بين الأساتذة والطلبة والإدارة ومؤسسات التربص.

س2: هل تستخدم هذه المواقع للتواصل مع الطلبة؟ وإلى أي مدى ساهمت هذه المواقع في تسهيل التواصل بين الأستاذ المكون والمتربصين؟

نعم، استخدم هذه المواقع وهي جيدة في العموم، حيث أقوم بتكليف المتربصين بأعمال تطبيقية، ويتم طرح الأسئلة والإجابة عليها وفتح النقاش والمشاركة في هذه المواقع أكثر من

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة المقتصد. مرجع سابق.

الواقع، والوقت المناسب للتواصل مع الطلبة هي الفترة الليلية، كما ساهمت هذه المواقع بشكل كبير في التواصل بين المتربصين والأستاذ.

من خلال هذه الإجابة والتي ذكر فيها الأستاذ أن أساتذة مركز التكوين المهني يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مع الطلبة من خلال طرح المواضيع والدروس وتقديم الأعمال والواجبات لهم، يأتي ذلك من خلال ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي للأساتذة والطلبة المتربصين من خدمات سريعة مع سهولة استخدامها لتحقيق الأهداف المرجوة، فمواقع التواصل الاجتماعي تعتبر فضاء متاحا للتفاعل والمشاركة بين الأساتذة والطلبة، خاصة مع انتشار وتوفر شبكة الأنترنت وسهولة اقتنائها بالرغم من الصعوبات التي تواجههم في استخدامها من ضعف في الشبكة وغيرها.

س3: هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لنشر التقييمات والبرامج والأنشطة وكل ما يتعلق بالطلبة والعملية التكوينية؟

نعم، استخدم هذه المواقع لنشر كل ما يتعلق بالمتربصين من أعمال ونشاطات وواجبات. أما بخصوص نتائج الطلبة فالإدارة هي المسؤولة عن النتائج.

نلاحظ من خلال إجابة الأستاذ أن أساتذة مركز التكوين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لنشر التقييمات والبرامج والأنشطة وكل ما يتعلق بالدراسة من أعمال ونشاطات كونها توفر فضاء متاحا لعرض هذه الأعمال، فبواسطة تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسمح بفتح صفحات ومجموعات للحوار والدرشة أصبح تقديم كل هذه الأعمال عبرها بديلا عن الدراسة الحضورية وهو ما يمهد للتعليم عن بعد باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

س4: برأيك. كيف ترى استخدام مواقع التواصل من قبل الشباب داخل مركز التكوين؟

نعم يعتمد المتربصون على مواقع التواصل بشكل كبير داخل المركز.

يرى الأستاذ أن الطلبة المتربصين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي داخل مركز التكوين المهني ويعتمدون عليها بشكل كبير وهذا طبيعي من خلال اعتماد الأساتذة أنفسهم عليها من جانب الاتصال بالطلبة وكذا وضع النشاطات والأعمال والبرامج عبر صفحات ومجموعات مواقع التواصل الاجتماعي، فقد وفرت هذه المواقع مجالا للتفاعل والمشاركة

وتبادل الأفكار والآراء في فضاء افتراضي يدعم الدراسة الحضورية في مركز التكوين المهني وهذه من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

س5: الى أي حد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير العملية التكوينية والتعليمية داخل مركز التكوين؟

نعم، ساهمت في تطوير العملية التكوينية وخاصة في الجانب التطبيقي واستخدام أسلوب المحاكاة، وفي الجانب التطبيقي يتم استعمال برامج مثل: Etap وبروتوس وبرامج أخرى.

من خلال إجابة الأستاذ والتي توضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير عملية تكوين المتربصين داخل المركز، وكما سبق وذكرنا أن ما وفرته مواقع التواصل الاجتماعي من خدمات متنوعة وسهولة استخدام ومدى إتاحتها للجميع فهي بدورها ساهمت في تطوير العملية التكوينية من خلال الاعتماد على برامج وأساليب إلكترونية في الدراسة في مركز التكوين المهني.

س6: هل بإمكاننا القول بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين ساهم في تطوير المستوى التعليمي والتحصيل الدراسي بالنسبة للمتربصين في المركز؟
نعم، ساهمت هذه المواقع في رفع مستوى المتربصين وتحسين مستواهم.

نلاحظ من خلال إجابة الأستاذ أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين المهني ساهم في تطوير ورفع التحصيل الدراسي للطلبة المتربصين في المركز، وهذا يعود لكونها توفر نفس خصائص التعليم الحضوري وهي تعد تكملة له، فما يتم تناوله حضوريا في المركز يعاد فتح النقاش حوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى توفير مواقع التواصل الاجتماعي جوا تفاعليا من خلال تسهيل اتصال الأساتذة بالطلبة وهو ما يخلق نوعا من التقارب فيما بينهم وبالتالي يعود ذلك على التحصيل الدراسي للطلبة المتربصين في مركز التكوين المهني.

س7: هل أصبح توظيف مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة حتمية في مختلف المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات التكوينية بصفة خاصة؟

نعم، أصبحت هذه المواقع ضرورية في المؤسسات التعليمية والتكوينية وهذه المواقع تساهم في زيادة الابتكار لدى الطلبة.

من خلال إجابة الأستاذ نرى أن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة حتمية في مختلف المؤسسات عموما ومؤسسات التكوين المهني خصوصا، ويرجع ذلك إلى ما تم تحقيقه من خلال استخدامها، انطلاقا من تسهيل عمليات الاتصال بين الطلبة والأساتذة مرورا بتقديم الأعمال والنشاطات وفتح مجال النقاش والتفاعل والمشاركة فيما بينهم وانتهاء بضمان التنسيق بين الإدارة والأساتذة والطلبة المتربصين إضافة إلى مؤسسات التربص، فتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي يعد مواكبة للتطورات العالمية خاصة في مجال التعليم والتكوين من خلال الاعتماد على مثل هذه المواقع والتطبيقات والبرامج الإلكترونية التي تساهم في تحقيق أهداف مؤسسات التكوين وبقية المؤسسات في مختلف المجالات.

س8: ماهي اقتراحاتك وتصوراتك لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعي أحسن استغلال في العملية التكوينية داخل مركز التكوين؟

بخصوص الاقتراحات أقترح توفير تجهيزات وتوفير قاعدة بيانات حتى يسمح لكل المنتسبين في المركز الدخول والوصول إليها، وتوفير سيرفر خاص.¹

من خلال إجابة الأستاذ والتي يقترح فيها توفير تجهيزات وقاعدة بيانات وتوفير سيرفر خاص بالتكوين المهني، وهذا لمواصلة الدراسة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فبرغم النقص التي تعاني منها شبكة الأنترنت في الجزائر حقق استخدام هذه المواقع العديد من الأهداف فيما يخص الدراسة في التكوين المهني من حيث توفير مجال التفاعل والاتصال بين كل من الإدارة والأساتذة والطلبة وبقية المتعاملين كمؤسسات التربص الأمر الذي كان له أثر في التحصيل الدراسي للطلبة في مركز التكوين المهني.

المقابلة رقم (02): خاصة بالإداريين:

مقابلة مع السيد: محمد الكرشى. الوظيفة: مكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين

تاريخ إجراء المقابلة: 27 أبريل 2023. الساعة: 10:30 صباحا

¹ قسوم مصطفى، مرجع سبق ذكره.

س1: ما مدى اعتماد الإداريين بمركز التكوين المهني على التكنولوجيا الحديثة؟
اعتماد الإداريين على التكنولوجيا الحديثة وفق المصالح، وكل مصلحة لها درجة استخدام معينة لهذه التكنولوجيا.

من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني والتي أشار فيها إلى اعتماد الإداريين على التكنولوجيا الحديثة، وهذا طبيعي خاصة بعد انتشار هذه التكنولوجيا وانتشار استخدامها والاعتماد عليها في كل المجالات وحتى التكوين المهني لما لها من إيجابيات وفوائد على المؤسسة والإدارة والمتعاملين مع هذه المؤسسة وحتى ما بين مصالحها وفروعها من خلال عمليات الاتصال والتنسيق والتقييم من أجل تحقيق أهدافها.

س2: ما مدى استخدام الإداريين لمواقع التواصل الاجتماعي داخل مركز التكوين المهني؟
درجة الاستخدام تتم حسب ضرورة كل مصلحة وحسب الوظيفة، فمثلا مصلحة الاستقبال والتوجيه تعتمد على وسائل التواصل ونظرا لأهمية الاتصال بالمجتمع المدني، وكذلك مصلحة الإقامة تستعمل هذه المواقع لنشر المراسيم الوزارية والمذكرات.

من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني حول استخدام الإداريين لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ أصبح استخدامها ضرورة كما سبق وذكرنا من خلال مواكبة عصر التكنولوجيا الحديثة الذي يعتمد على شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وكل ما هو إلكتروني، فمؤسسة التكوين وكغيرها من المؤسسات تعتمد إدارتها على مواقع التواصل الاجتماعي ويختلف هذا الاستخدام من مصلحة لأخرى فمثلا مصلحة الاستقبال تعتمد عليها بقوة كونها واجهة المؤسسة، بحيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الخصائص في الاتصال والتنسيق والرد على انشغالات الطلبة المتربصين وغير المتربصين من خلال تقديم شروحات حول الدراسة في مركز التكوين المهني ومعلومات حول مختلف التخصصات الموجودة فيه.

س3: برأيك، ما إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل مركز التكوين المهني؟ وماهي أهم المواقع الموجودة؟

استغلال هذه المواقع يؤدي الى سرعة تنفيذ الأعمال ودقة الأداء والاقتصاد الورقي والاقتصاد في الوقت. واهم المواقع الموجودة: ماسنجر وتويتر والبريد الإلكتروني بين المديرية والوزارة لنشر الرسائل خاصة المستعجلة منها.

من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني حول إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل مركز التكوين المهني، إذ أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإيجابيات منها تسهيل عمليات الاتصال بين مختلف أطراف العملية التكوينية وكذا توفير الجهد وريح الوقت واختصار المسافات، بالإضافة إلى فتح مجال للتفاعل والمشاركة وكل هذه تعد من بين خصائص مواقع التواصل الاجتماعي والتي تساهم في بناء علاقات بين الإدارة والطلبة والأساتذة وضمان التنسيق فيما بينهم.

س4: هل تستغل مواقع التواصل لعرض أنشطة وبرامج مركز التكوين المهني بونجار بن علي؟

نعم، هناك استغلال كلي وإجباري، ومواقع التواصل الاجتماعي ضرورية في المؤسسة.

نلاحظ من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني أن إدارة مركز التكوين تستغل مواقع التواصل الاجتماعي لعرض أنشطة وبرامج التكوين المهني، وهنا تكمن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين بالإضافة إلى الاتصال بين أطراف العملية التكوينية، حيث تعد هذه من أهم خدمات هذه المواقع والتي تساهم في تحقيق الأهداف وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين أصبح ضرورة لضمان مواكبة العصر الرقمي الحالي وضمان تحسين التكوين وزيادة التحصيل الدراسي للطلبة المتربصين وتقديم معلومات لترغيب الشباب بالدراسة في مركز التكوين المهني من خلال تنويع التخصصات وطرح معلوماتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

س5: بالنسبة لصفحة المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هل هناك تحديث للمنشورات وعرض كل جديد متعلق بالمؤسسة وعرض هذه الأنشطة بشكل متواصل ومستمر؟

نعم، هناك تحديث يومي وكل ما يتعلق بالإعلام الداخلي والخارجي وتعرض بشكل دائم ومستمر. وخاصة صفحة المدير الشخصية عبر الفيسبوك التي يستعملها لنشر كل ما يتعلق بالمركز.

من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني حول مدى تحديث منشورات الصفحة الخاصة بالمركز، حيث ذكر أن الإدارة تقوم بتحديث هذه المنشورات بشكل يومي، وهذا يعود إلى إمكانية تصفح واستخدام وتحديث هذه الصفحات من البيت وحتى خارج أوقات العمل في الإدارة وهذا من إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين المهني، بحيث يجد الطلبة والأساتذة المعلومة في بيوتهم مع إمكانية الرد والتفاعل مع الإداريين عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف المركز.

س6: هل هناك استراتيجية موضوعة من قبل مركز التكوين لتشجيع استخدام هذه المواقع داخل مركز التكوين؟

نعم، من بين الاستراتيجيات: مشاركة المتربصين في صفحة المؤسسة من أجل إبداء آرائهم ومقترحاتهم، ونشر منتوجاتهم عبر موقع المركز، وإنشاء مجموعات من أجل التواصل قصد مواكبة ومتابعة الدروس والتواصل مع أستاذ الفرع، واستخدام المحاكاة لشرح بعض الدروس في الأجهزة الإلكترونية وتكون بين الأساتذة والمتربصين، وخاصة الدروس التقنية.

يتبين من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني أن إدارة المركز وضعت استراتيجيات حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فتح صفحة خاصة بالمركز والتي تعد كفضاء لتبادل الآراء والأفكار بين الطلبة المتربصين والأساتذة والإداريين، وكذا مجموعات لمتابعة الدروس مما يساهم في فهم صحيح لها مع تجريب أساليب حديثة في التكوين من خلال أسلوب المحاكاة في شرح بعض الدروس وهو تسهيل في عملية تكوين الطلبة وهذه من بين إيجابيات استخدام وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل الاتصال العمومي بين مؤسسة التكوين المهني والطلبة المتربصين ومؤسسات التربص في ضمان وصول المعلومة لكل الأطراف في الوقت المناسب.

س7: هل هناك صعوبات مالية أو تقنية تعيق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين المهني؟

نعم، هناك صعوبات منها ضعف تدفق الإنترنت في المركز مما يؤدي إلى إبطاء نشر المعلومة في الوقت المناسب، وضعف شبكات الهاتف في المركز ومحدودية استغلال الإنترنت في المركز.

ومن الصعوبات أيضا نقص في الحواسيب وأجهزة الكمبيوتر وتزايد عدد المتربصين في المركز.

نلاحظ من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني أن هناك معوقات تواجه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أولها شبكة الإنترنت بالمركز وهو الأمر الذي تعاني منه أغلب المؤسسات في الجزائر، بالإضافة إلى قلة عدد أجهزة الكمبيوتر وهو الجانب التقني والذي يعيق استخدام هذه المواقع بشكل مناسب، كما أن تزايد عدد المتربصين يحتاج إلى قواعد بيانات لتنظيم المعلومات المتعلقة بهم وهو الأمر الذي يكون له تأثير سلبي على العملية التكوينية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

س8: ما هو تقييمك لاستخدام التكنولوجيا الحديثة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة في مركز التكوين المهني بونجار بن علي؟

تعتبر جيدة على العموم وتحتاج إلى تحسين حسب رأيي والتقييم حسب الكيفية والطريقة وهذه التكنولوجيا ساهمت في إيصال المعلومة الى ابعد نقطة جغرافية وجلب المتربصين الى المركز.¹

من خلال إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني حول تقييمه لاستخدام التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في مركز التكوين المهني بونجار بن علي، حيث وصفها بالجيدة من خلال ما تقدمه من تسهيلات وخدمات في العملية التكوينية، كما أنها تحتاج إلى تدارك النقائص وتجاوز المعوقات سابقة الذكر وهذا للوصول إلى النتائج المرجوة وتحقيق الأهداف المسطرة من طرف إدارة مركز التكوين المهني.

¹ الكرشى محمد، مرجع سبق ذكره.

3- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

أولاً: عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة
الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

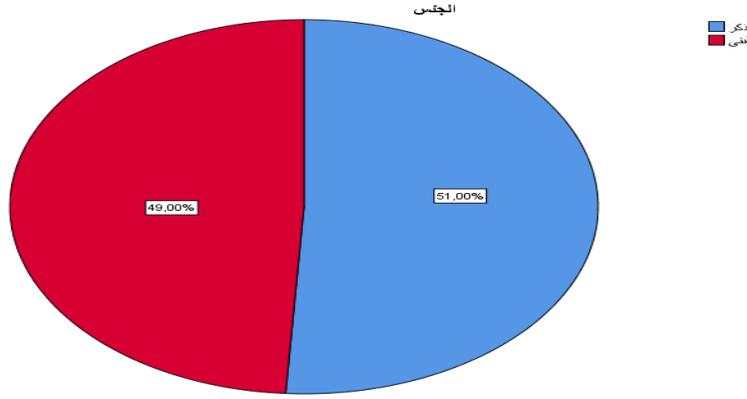
النسبة %	التكرار	الجنس
51%	51	ذكر
49%	49	أنثى
100%	100	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق أن الذكور بنسبة 51% وبتكرار 51، وبالمقابل نجد نسبة الإناث 49% وبتكرار 49 متربص.

أي أن أغلب أفراد العينة من المتربصين الذكور، وهذا ما يتوافق مع الاحصائيات العالمية حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتي أكدت أن الذكور أكثر نشاطاً واستخداماً لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 54% مقارنة بالإناث التي كانت نسبتهم 46%¹. وذات الأمر في الجزائر، حيث أن 41% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الإناث بينما 58.1% ذكور².

¹ <https://www.websiterating.com/ar/research/social-media-statistics-facts>.

² هذا هو عدد مستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر عام 2023، 2023/05/29 على الساعة 13:11، <https://www.echoroukonline.com>



الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب الجنس

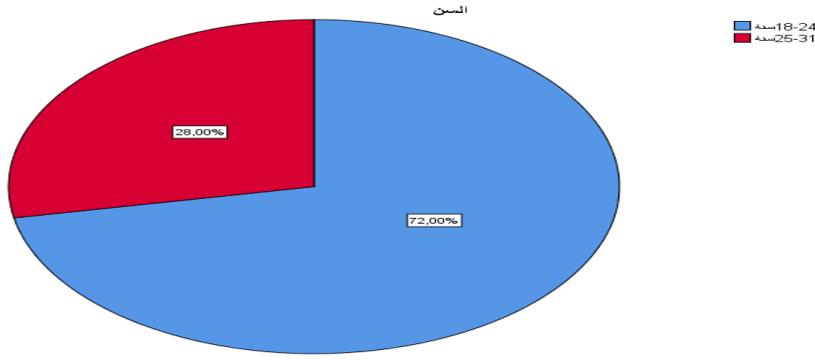
الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
72%	72	18-24 سنة
28%	28	25-31 سنة
00%	00	32 سنة فما فوق
100%	100	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 72 % وتكرار 72 يتراوح سنهم ما بين 18 إلى 24 سنة، بينما نسبة الذين سنهم ما بين 25 إلى 31 سنة 28% بتكرار 28، ونسبة الذين أعمارهم أكبر من 32 سنة فجاءت منعدمة وبتكرار 00.

أي أن أغلب أفراد العينة من المتربصين الشباب الأقل من 18 إلى 24 سنة، وهي الفئة العمرية التي يتوجه فيها غالبا الشباب للتكوين بعد انتهاء المرحلة الثانوية، إضافة لكونها تتميز بالحيوية والنشاط، ولكونها فئة عمرية تتميز بخصائص¹: كالقابلية في النمو والانتاج والقدرة على والرغبة في احداث التطوير في المجتمع.

¹ حسبية لولي، الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه، مجلة العربي، ع2، 2016، ص54.



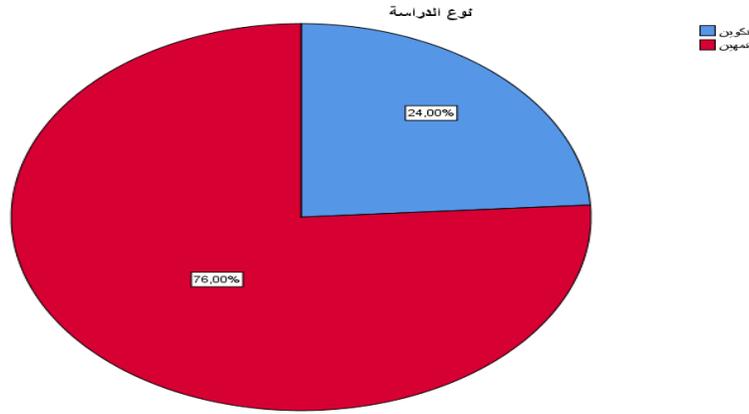
الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب السن

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب نوع الدراسة

النسبة %	التكرار	نوع الدراسة
24%	24	تكوين
76%	76	تمهين
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 76% من أفراد العينة يزاولون دراستهم بنمط التمهين بتكرار 76، ونسبة 24% بنمط التكوين بتكرار 24 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يدرسون في مركز التكوين بنمط التمهين، ويمكن تفسير ذلك بأن غالبية الشباب اليوم تتجه نحو الجانب المهني والميداني للتقرب أكثر من فرص العمل، حيث أن الدراسة في نمط التمهين تعتمد على العمل الميداني في مؤسسات تربص من خلال عقد بينها وبين مراكز التكوين.



الشكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب نوع الدراسة

ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول

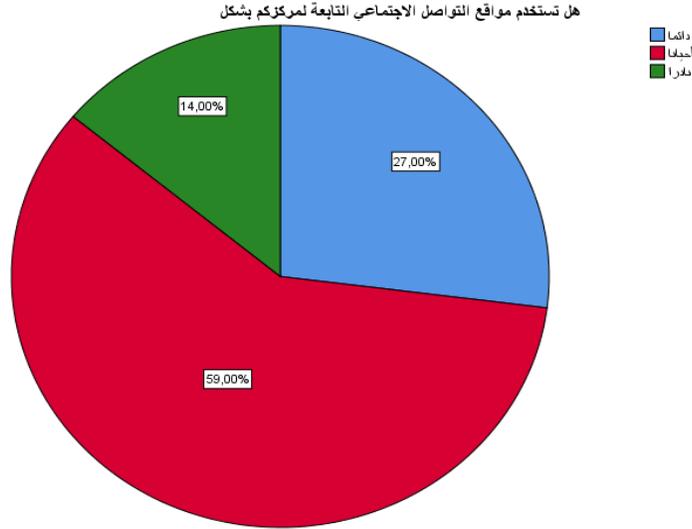
الجدول رقم (04): يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز

النسبة %	التكرار	استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز
27%	27	دائماً
59%	59	أحياناً
14%	14	نادراً
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 59% وتكرار 59 من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز أحياناً، ونسبة 14% ممن يستخدمونها نادراً وتكرار 14 متربص.

أي أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز أحياناً بدرجة أولى وبدرجة أقل دائماً، وهذا راجع لكون الشباب المتربص لديه انشغالات أخرى كالدراسة ومراجعة دروسه اليومية، والأعمال المنزلية والنشاطات المختلفة التي تجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حينما يحتاجونها، إضافة لولوجهم لمواقع تواصلية ذات مواضيع أخرى غير متعلقة بالتكوين المهني كالرياضة والترفيه والثقافة... الخ.¹

¹ مصطفى قسوم، أستاذ بمركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي، مقابلة بتاريخ 25 أبريل 2023 بمركز التكوين، الساعة: 10.30- 11.30 صباحاً.



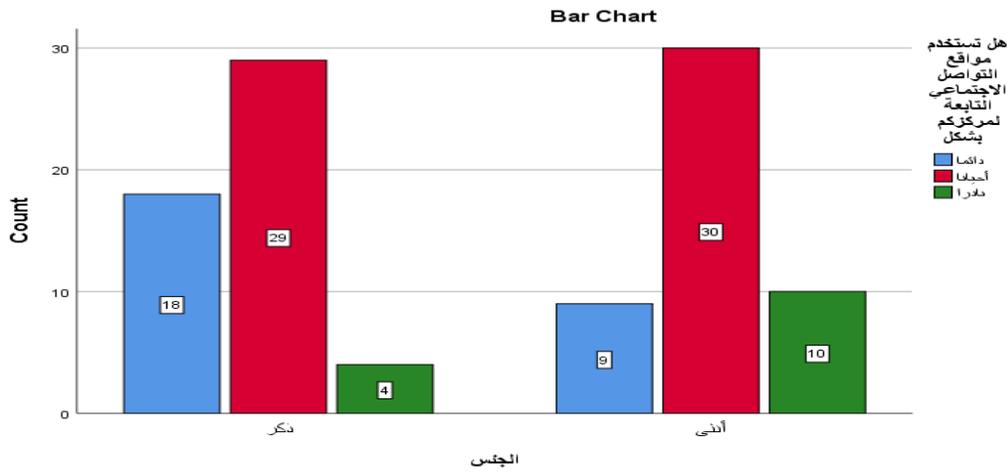
الشكل رقم (06): يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز

الجدول رقم (05): يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الجنس

استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز									
المجموع		نادرا		أحيانا		دائما			
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت		
%100	51	%07.8	04	%56.9	29	%35.3	18	ذكر	الجنس
%100	49	%20.4	10	%61.2	30	%18.4	09	أنثى	
%100	100	%14	14	%59	59	%27	27	المجموع	

يتبين من خلال الجدول السابق أن نسبة 59% وتكرار 59 من أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز أحيانا، منهم نسبة 61.2% وتكرار 30 من الإناث ونسبة 56.9% من الذكور وتكرار 29، كما أن نسبة 14% ممن يستخدمونها نادرا بتكرار 14، منها 20.4% من الإناث وتكرار 10، ونسبة 7.8% من الذكور بتكرار 04 متربصين.

وهذا يعني أن الاستخدام غير دائم (أحياناً) لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كان للإناث وهذا يرجع إلى كونهم أكثر مكوثاً في البيت ومتابعة لدراساتهم عن طريق هذه المواقع والاتصال مع الأساتذة عكس الذكور الذين يتمكنون من الذهاب إلى المركز وعدم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز، كما تؤكد ذلك دراسة زعطوط نجاة ورقبيبي صورية بأن الإناث هن الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي كونها مجانية وهن الأكثر فراغاً من الذكور،¹ بينما أن الذكور كانوا أكثر استخداماً من الإناث بشكل دائم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز وهذا يمكن أن يعود لكثرة انشغال الإناث في المنزل وكثرة مجالات تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي لتعدد اهتماماتهم (الصحة، الجمل، الطبخ... إلخ) على عكس الذكور.



الشكل رقم (07): يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز

باختلاف الجنس

¹ نجاة زعطوط، صورية رقببي، استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2018، ص24.

الجدول رقم (06): يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى أفراد العينة

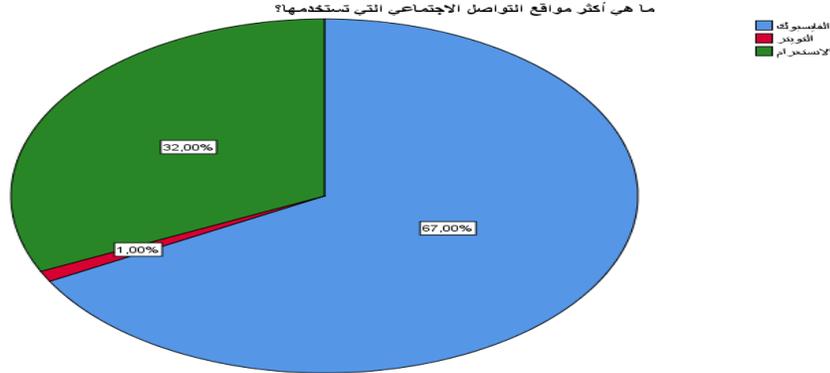
النسبة %	التكرار	أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى أفراد العينة
67%	67	الفايسبوك
01%	01	التويتر
32%	32	الانستغرام
00%	00	تلغرام
00%	00	يوتيوب
00%	00	فايبر
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفاييسبوك بنسبة 67% وبتكرار 67، وموقع الانستغرام بنسبة 32% وبتكرار 32، ليبقى كل من موقع تلغرام ويوتيوب وتطبيق فايبر بنسب منعدمة 00% بتكرار 00 متربص.

ومنه نستنتج أن موقع الفاييسبوك هو الموقع الأكثر استخداما من طرف متربصي مركز التكوين المهني بغرداية، وهذا يرجع إلى كونه سهل الاستخدام مع إمكانية فتح صفحات ومجموعات تضم الطلبة والأساتذة والإدارة مما يساهم في استفادة الجميع في نفس الوقت، وهذا ما أجاب عليه الأستاذ قسوم مصطفى من خلال المقابلة التي تم إجرائها معه، بالإضافة إلى نتائج دراسة قاسمية عطرة وقاسمية نور اليقين من الدراسات السابقة لدراستنا والتي أشارت في نتائجها أن الفاييسبوك هو الموقع الأكثر استخداما مقارنة ببقية المواقع،¹ كما تدل

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره.

أرقام وإحصائيات استخدام الفايسبوك على المستوى العالمي بوصفه الشبكة الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم بأكثر من مليارين من الذين يجيدون القراءة والكتابة.¹



الشكل رقم (08): يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة

الجدول رقم (07): يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة

باختلاف نوع الدراسة

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة									
المجموع		الانستغرام		التويتير		الفايسبوك			
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت		
%100	24	%45.8	11	%04.2	01	%50	12	تكوين	نوع الدراسة
%100	76	%27.6	21	%00	00	%72.4	55	تمهين	
%100	100	%32	32	%01	01	%67	67	المجموع	

يوضح الجدول السابق أن نسبة 67% من أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك بتكرار

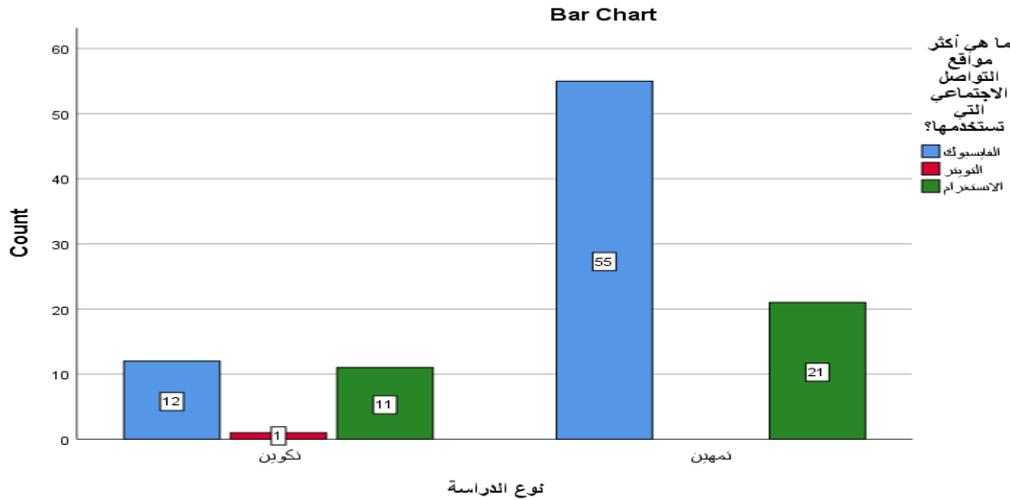
67، منها نسبة 72.4% من نمط الدراسة تمهين بتكرار 55، ونسبة 50% من نمط الدراسة

تكوين بتكرار 12، في حين نلاحظ أن نسبة 32% وبتكرار 32 ممن يستخدمون موقع

¹ إبراهيم بلعباس، صفوان عصام حسيني، الأبعاد التواصلية في ثقافة استخدام الهاتف النقال لدى الشباب الجزائري، قراءات في سوسولوجيا التواصل الوسيلي، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية، مج8، ع02، 2022، ص199.

الانستغرام، منها نسبة 45.8% من نمط التكوين بتكرار 11، ونسبة 27.6% من نمط التمهين بتكرار 21.

أي أن أغلب المتربصين يستخدمون موقع الفايسبوك ونمط التمهين بنسبة أكبر من التكوين، وهذا لتواجد طلبة التكوين في المركز بخلاف طلبة التمهين الذين لهم دروس في المركز مع وجود تربص ميداني في مختلف المؤسسات، وهذا ما يجعلهم أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي عكس طلبة نمط التكوين، وهذا ما يؤكد الأستاذ مصطفى قسوم من خلال قوله أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تطوير العملية التكوينية وخاصة في الجانب التطبيقي واستخدام أسلوب المحاكاة، وفي الجانب التطبيقي كون طلبة التمهين هم المعنيين بالجانب التطبيقي في التكوين المهني.¹



الشكل رقم (09): يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى أفراد العينة

باختلاف نوع الدراسة

¹ مصطفى قسوم، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (08): يوضح وسيلة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة

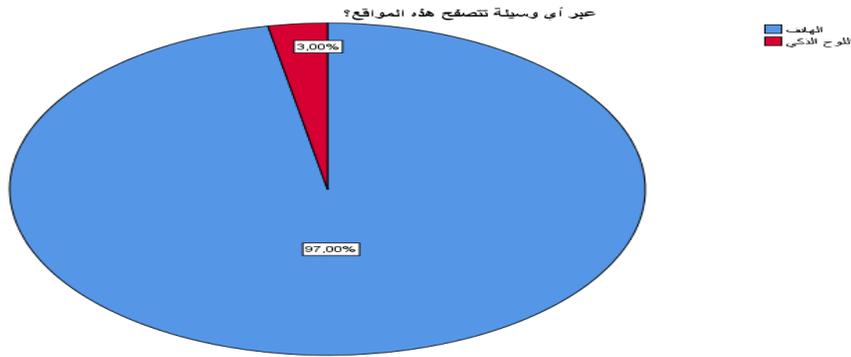
لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	وسيلة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
97%	97	الهاتف
03%	03	اللوحة الذكية
00%	00	الحاسوب الشخصي
00%	00	الحاسوب الثابت
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني باستخدام الهاتف بنسبة 97% وبتكرار 97، ونسبة 03% منهم باستخدام اللوحة الذكية بتكرار 03، لتأتي تصفح المتربصين باستخدام الحاسوب الشخصي والثابت بنسب منعدمة 00% وبتكرار 00.

ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني باستخدام الهاتف، وهذا راجع إلى أن الهاتف أصبح متاحا وبأسعار معقولة بخلاف الحواسيب، كما أصبح الهاتف يتوفر على ميزات وخصائص تساعد الطلبة في استخدامه مع وجود هذه المواقع والتحكم فيها بسهولة في الهاتف، وهذا ما تؤكدته دراسة إبراهيم بلعباس وصفوان عصام حسيني بأن للهواتف دور في عمليات التواصل الاجتماعي ككل حيث أصبح ظاهرة لا يمكن نكرانها أو تجاوزها من خلال الانتشار السريع في استخدامه في الجزائر

سواء تعلق الأمر بعدد مستخدميه أو بالفئات التي تستخدمه، بالإضافة للخدمات التي يوفرها من اتصال فوري وإرسال للرسائل النصية والمصورة وتصفح للشبكة العالمية ومتابعة ملفات الملتيميديا مع الاستفادة من تطبيقات وخيارات كثيرة توفرها الهواتف النقالة من الأجيال الحديثة.¹



الشكل رقم (10): يوضح وسيلة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة

لمركز التكوين المهني

الجدول رقم (09): يوضح متوسط استخدام أفراد العينة اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	متوسط استخدام أفراد العينة اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
06%	06	أقل من 1 سا
49%	49	من 1 سا إلى 2 سا
41%	41	من 3 سا إلى 4 سا
04%	04	من 5 سا فما فوق

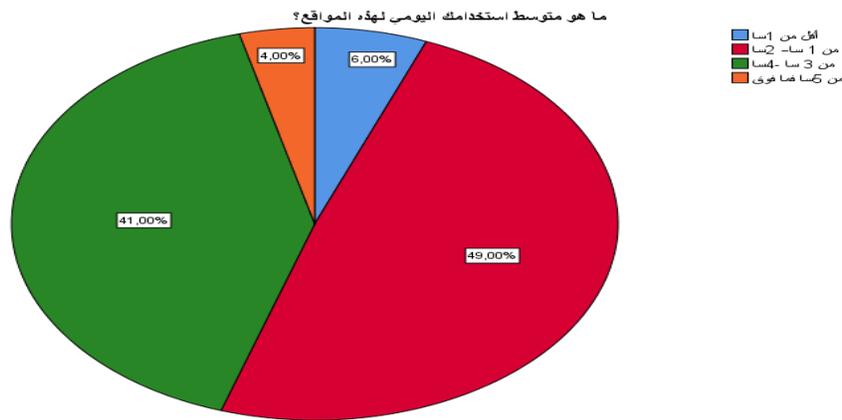
¹ إبراهيم بلعباس، صفوان عصام حسيني، مرجع سبق ذكره، ص 196/195.

المجموع	100	%100
---------	-----	------

يبين الجدول السابق أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة 49% وبتكرار 49، كما أنهم يستخدمونها من خمسة ساعات فما فوق في اليوم بنسبة 04% بتكرار 04.

من هنا نجد أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بمعدل ساعي من ساعة واحدة إلى ساعتين في اليوم، وهذا راجع إلى انشغالهم بالدراسة في التكوين المهني مع بقية يومياتهم، وهذا ما تؤكد دراسة عبد الحكيم بن عبد الله بأن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها دائماً بمعدل من ساعة إلى

ساعتين في اليوم.¹



الشكل رقم (11): يوضح متوسط استخدام أفراد العينة اليومي لمواقع التواصل

الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

¹ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي بمحافظة الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير في التربية، جامعة نزوى، 2015، ص51.

الجدول رقم (10): يوضح مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والتحاقهم

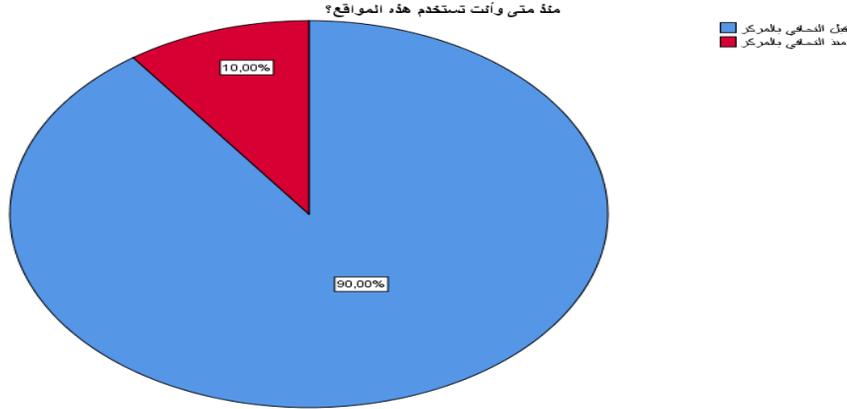
بمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والتحاقهم بمركز التكوين المهني
90%	90	قبل التحاقهم بمركز التكوين
10%	10	منذ التحاقهم بمركز التكوين
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي قبل التحاقهم بمركز التكوين المهني بنسبة 90% وبتكرار 90، ونجد 10% استخدموها منذ التحاقهم بمركز التكوين بتكرار 10 متربصين.

أي أن أغلب أفراد العينة يقرون بأنهم استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي قبل التحاقهم بمركز التكوين المهني، بهدف التعرف على التخصصات الموجودة على مستواه وكذا نمط وكيفية الدراسة فيه من خلال قراءة دليلهم وقانونهم الداخلي... إلخ، إضافة لكيفية التسجيل والانضمام للمركز، وهذا ما يؤكد أهمية هذه المواقع ودورها في التحاقهم بمركز التكوين المهني، وهذا ما تؤكدته دراسة قاسمية عطرة وقاسمية نور اليقين بأن متربصي مراكز التكوين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي قبل التحاقهم بهذه المراكز.¹

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره، ص46.



الشكل رقم (12): يوضح مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والتحاقهم

بمركز التكوين المهني

الجدول رقم (11): يوضح الفترة المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	الفترة المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
40%	40	الفترة الصباحية
13%	13	فترة الظهيرة
47%	47	الفترة المسائية
100%	100	المجموع

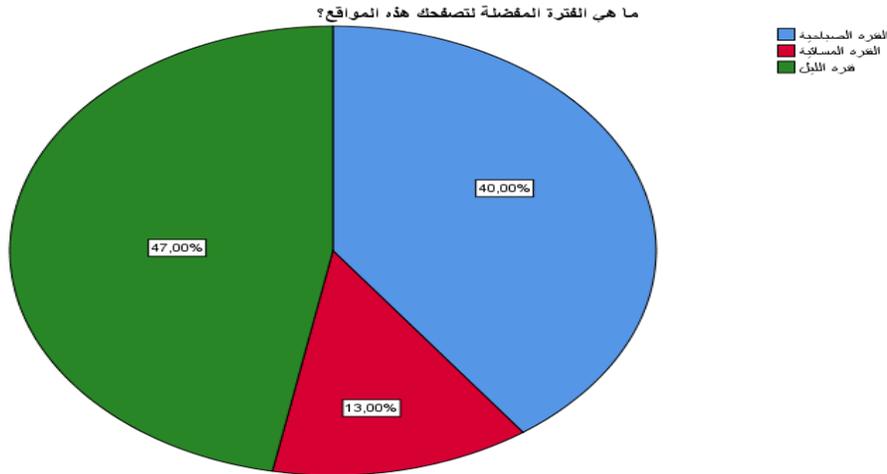
يتضح من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني في الفترة المسائية بنسبة 47% وبتكرار 47، في حين نجد

نسبة 40% يستخدمونها في الفترة الصباحية بتكرار 40، ونسبة 13% ممن يستخدمونها في

فترة الظهيرة بتكرار 13 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني في الفترة المسائية، وهذا يرجع إلى كونها فترة فراغ كما ذكرت ذلك دراسة أسماء بن مريم وعائدة فريطس بأن استخدامها يكون حسب أوقات فراغ الأفراد،¹ نظراً لتواجدهم في الفترة الصباحية والظهرية بمركز التكوين المهني والتمهين لتبقى فترة المساء بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي والاطلاع على كل جديد حول دراستهم في التكوين المهني والاتصال بالأساتذة وإنجاز الأعمال المطلوبة منهم، وهذا ما ذكره الأستاذ قسوم مصطفى في إجاباته في المقابلة بأن الوقت المناسب للتواصل مع الطلبة هي الفترة الليلية.²



الشكل رقم (13): يوضح الفترة المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني

¹ أسماء بن مريم وعائدة فريطس، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين، دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية هلال عبد الله بلغيموز، جيجل، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2018، ص195.

² مصطفى قسوم، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (12): يوضح مكان تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة

لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	مكان تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
93%	93	البيت
06%	06	مقهى الأنترنت
01%	01	مركز التكوين المهني
100%	100	المجموع

يوضح الجدول السابق أن أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز

التكوين المهني في البيت بنسبة 93% بتكرار 93، وفي مقهى الأنترنت بنسبة 06% بتكرار

06، ونسبة 01% ممن يتصفحونها في مركز التكوين المهني بتكرار 01 متربص.

من هنا نجد أن أغلب أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز

التكوين المهني في البيت، وهذا عند عدم تواجدهم في مركز التكوين المهني، حيث يتصفحون

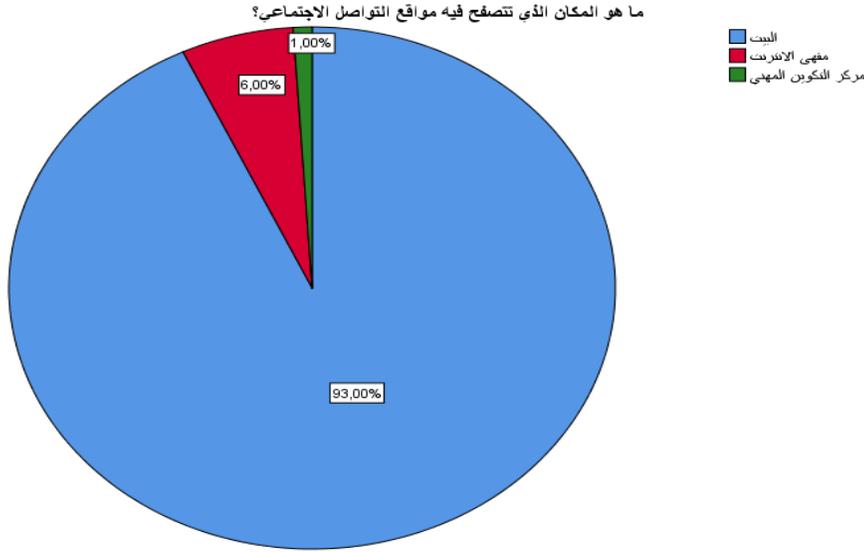
هذه المواقع من أجل الاتصال بالأساتذة وزملائهم المتربصين والاطلاع على مستجدات

دراستهم في التكوين المهني، وكما أشارت إلى ذلك دراسة زعطوط نجاة ورقبيبي سورية بأن

مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يجدون في البيت راحة الاستخدام وتوفر الأنترنت على

غرار أماكن أخرى.¹

¹ نجاة زعطوط، سورية رقببي، مرجع سبق ذكره، ص29.



الشكل رقم (14): يوضح مكان تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة

لمركز التكوين المهني

الجدول رقم (13): يوضح بيانات أفراد العينة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	بيانات أفراد العينة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي
69%	69	بيانات شخصية
07%	07	بيانات وهمية
24%	24	بيانات مختلطة
100%	100	المجموع

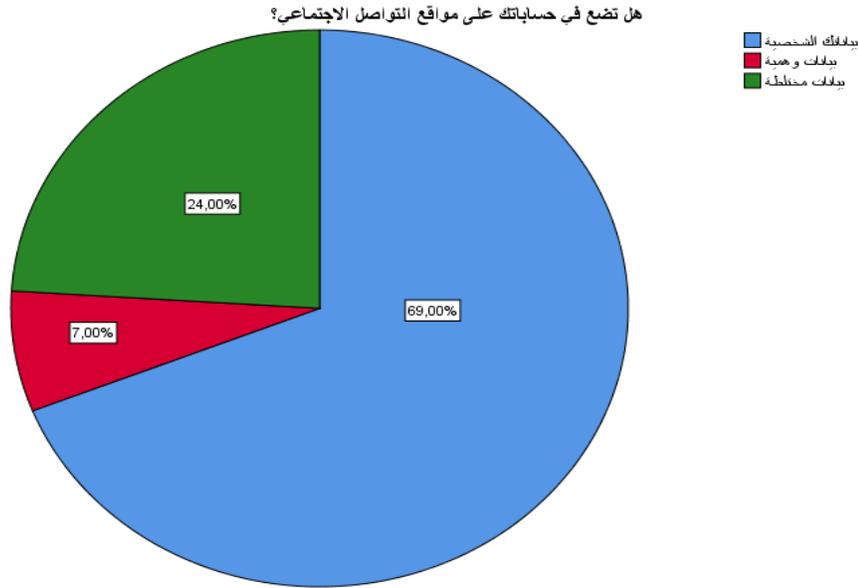
نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يضعون بياناتهم الشخصية الحقيقية في

حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 69% بتكرار 69، في حين نجد نسبة 24%

ممن يضعون بيانات مختلطة في حساباتهم بتكرار 24، ونسبة 07% يضعون بيانات وهمية

في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار 07 متربصين.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يضعون بياناتهم الشخصية في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا راجع لحاجتهم للاتصال بالأساتذة والإدارة وزملائهم من خلالها بحيث يتم معرفتهم من خلال بياناتهم الشخصية التي يضعونها في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بهم، وهذا ما أشارت إليه دراسة مبارك زودة بأن أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يضعون بياناتهم الشخصية الحقيقية في حساباتهم كونها تجعلهم يعبرون على آرائهم كما في الواقع.¹



الشكل رقم (15): يوضح بيانات أفراد العينة في حساباتهم على مواقع التواصل

الاجتماعي

¹ مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام-الثورة التونسية أنموذجا، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص30.

ثالثاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني

الجدول رقم (14): يوضح أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

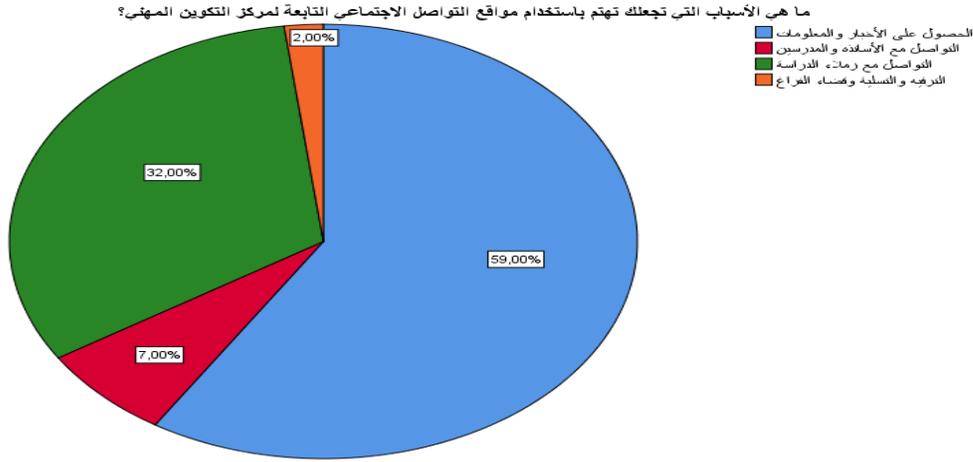
النسبة %	التكرار	أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
59%	59	الحصول على الأخبار والمعلومات
07%	07	التواصل مع الأساتذة والمدرسين
32%	32	التواصل مع زملاء الدراسة
02%	02	الترفيه والتسلية وقضاء الفراغ
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يقرون بأن أسباب اهتمامهم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هو الحصول على الأخبار والمعلومات بنسبة 59% بتكرار 59، في حين نجد منهم نسبة 32% ممن يهتمون باستخدامها من أجل التواصل مع زملاء الدراسة بتكرار 32، في حين نلاحظ نسبة 02% ممن يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الترفيه والتسلية وقضاء الفراغ بتكرار 02 متربص.

أي أن أغلب أفراد العينة يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات، ويرجع ذلك إلى وجود اتصال بين إدارة المركز والطلبة المتربصين، وهذا ما تؤكدته إجابة الأستاذ قسوم مصطفى بأن الإدارة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لنشر كل ما يتعلق بالمتربصين من أعمال ونشاطات وواجبات،¹ ومن خلال نتائج دراسة وفاء باهي وجهيدة عيدي التي توصلت إلى أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو الحصول على المعلومات والأفكار والأخبار.²

¹ مصطفى قسوم، مرجع سبق ذكره.

² وفاء باهي، جهينة عيدي، مرجع سبق ذكره.



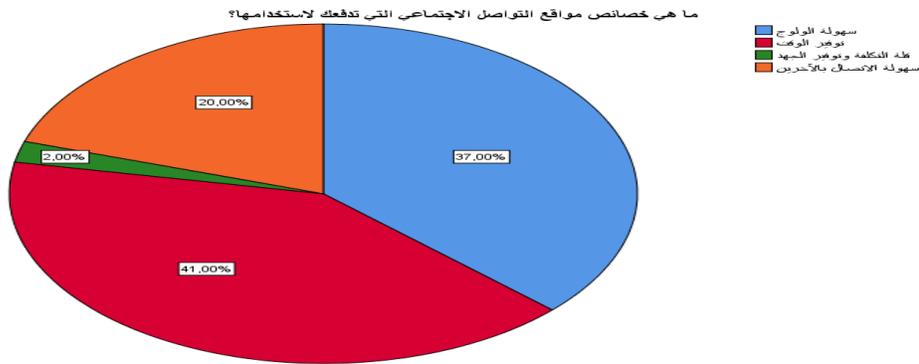
الشكل رقم (16): يوضح أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

الجدول رقم (15): يوضح خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
37%	37	سهولة الولوج
41%	41	توفير الوقت
02%	02	قلة التكلفة وتوفير الجهد
20%	20	سهولة الاتصال بالآخرين
100%	100	المجموع

يوضح الجدول السابق أن أفراد العينة يقررون بأن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هي توفير الوقت بنسبة 41% بتكرار 41، ونسبة 37% من خصائصها سرعة الولوج بتكرار 37، ونسبة 02% قلة التكلفة وتوفير الجهد بتكرار 02 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن خاصية توفير الوقت من الخصائص التي تجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، وهذا من خلال الاتصال مع الأساتذة والزملاء والاطلاع على الأخبار والمعلومات في وقت وجيز دون الحاجة للتنقل إلى مركز التكوين المهني، وهذا ما تؤكدته دراسة وفاء باهي وجهينة عيدي بأن خاصية توفير الوقت من بين أسباب استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي.¹



الشكل رقم (17): يوضح خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين

المهني

الجدول رقم (16): يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز

التكوين المهني لتمييزها بمعالجة محتواها

النسبة %	التكرار	استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني لتمييزها بمعالجة محتواها
63%	63	بالتفصيل والتعمق للمواضيع
26%	26	بالسرعة في النشر
06%	06	بالاتزامية في الرد والتفاعل

¹ وفاء باهي، جهينة عيدي، مرجع سبق ذكره، ص52.

05%	05	باندماج عناصرها (النص، الصورة الثابتة والمتحركة والصوت...)
100%	100	المجموع

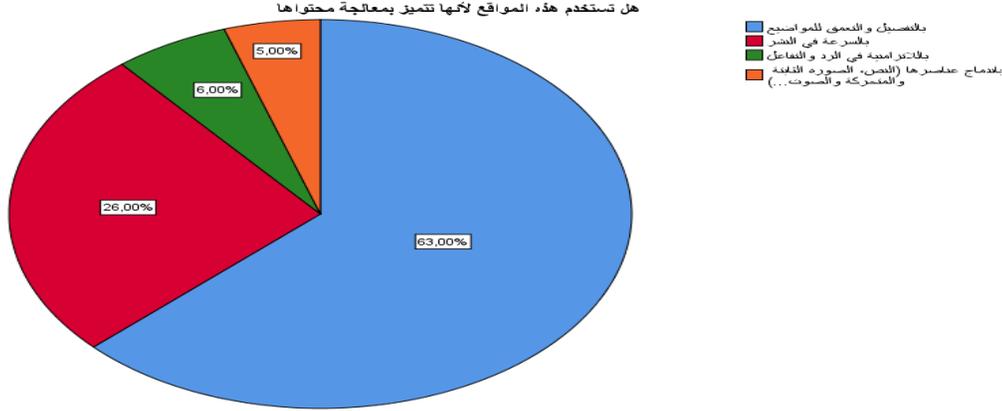
يتضح لنا من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يقرون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني لتمييزها بالتفصيل والتعمق في المواضيع بنسبة 63% بتكرار 63، ونسبة 26% يرون تميزها بالسرعة في النشر بتكرار 26، كما نلاحظ أن نسبة 05% يرون تميزها باندماج عناصرها (النص، الصورة الثابتة والمتحركة والصوت... إلخ) بتكرار 05 متربصين.

أي أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني لتمييزها بالتفصيل والتعمق في المواضيع المعالجة من خلال عرض وطرح الآراء والأفكار وتبادل الثقافات ، وفتحها أبوابا تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع والأهداف¹ وهذا يرجع إلى خصائص مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتيح لمستخدميها معالجة ومناقشة العديد من المواضيع بالتفصيل من خلال الاستعانة بمشاهد الفيديو والصور والمنشورات المكتوبة، فالمتربصون يتابعون ما يتم نشره من طرف إدارة مركز التكوين المهني عبر هذه المواقع، وهذا ما ذكره المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين محمد الكرشى من خلال مقابلتنا معه بأن استغلال هذه المواقع يؤدي الى سرعة تنفيذ الأعمال ودقة

¹ عبد الحكيم الصوافي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان، رسالة ماجستير منشورة، جامعة نزوى، 2014/22015، ص31.

الأداء والاقتصاد الورقي والاقتصاد في الوقت، وهذه من بين أهم خصائص مواقع التواصل

الاجتماعي والتي أشارت إليها دراسة عطرة قاسمية ونور اليقين قاسمية.¹



الشكل رقم (18): يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز

التكوين المهني لتميزها بمعالجة محتواها

الجدول رقم (17): يوضح طبيعة المحتوى الذي يدفع أفراد العينة لاستخدام ومتابعة مواقع

التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

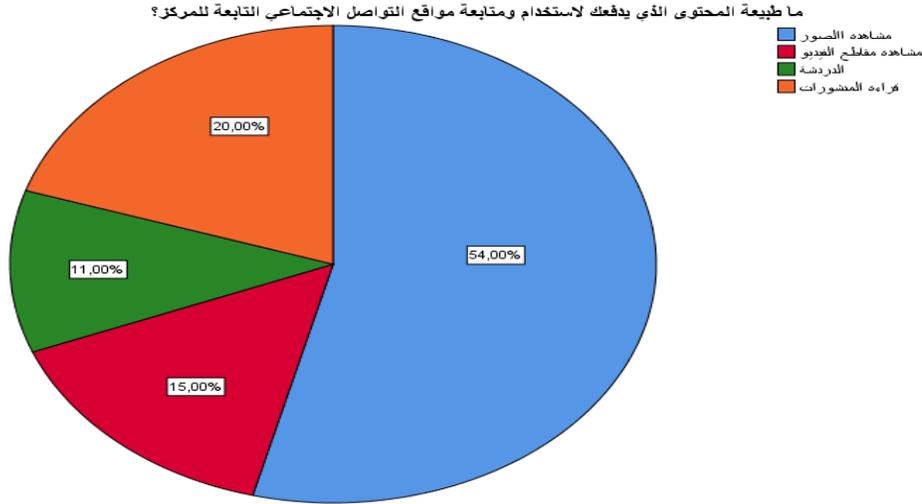
النسبة %	التكرار	طبيعة المحتوى الذي يدفع أفراد العينة لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
54%	54	مشاهدة الصور
15%	15	مشاهدة مقاطع الفيديو
11%	11	الردشة
20%	20	قراءة المنشورات
100%	100	المجموع

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره، ص60.

يوضح الجدول السابق أن أفراد العينة يقرون بأن طبيعة المحتوى الذي يدفعهم لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هي مشاهدة الصور بنسبة 54% بتكرار 54، ونسبة 20% لقراءة المنشورات بتكرار 20، كما نلاحظ أن نسبة 11% لمشاهدة مقاطع الفيديو بتكرار 11 متربص.

أي أن أغلب أفراد العينة يرون أن مشاهدة الصور يدفعهم لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، وهذا يرجع إلى أن إدارة المركز تنشر معلومات وأخبار في شكل صور عبر صفحات ومجموعات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني الذي يدرسون به، وهذا لأهمية الصورة التي تعتبر أكثر إيصالاً للمعنى من الكلمة، كما تؤكد دراسة ربيعة لواتي بأن الصورة عنصر مهم وأساسي في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا لجذب الانتباه للموضوع المنشور وإدراكه بسهولة وتذكره، فهي في حد ذاتها وسيلة لنقل المعلومة ومهما اختلفت الفروقات الفردية بين الأفراد فإنه من السهل فهم الصورة.¹

¹ ربيعة لواتي، مرجع سبق ذكره، ص144.



الشكل رقم (19): يوضح طبيعة المحتوى الذي يدفع أفراد العينة لاستخدام ومتابعة مواقع

التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

الجدول رقم (18): يوضح المحتوى الذي يفضل أفراد العينة متابعته عبر مواقع التواصل

الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	نوع المحتوى الذي يفضل أفراد العينة متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
73%	73	خاص بالمركز فقط
27%	27	خاص بمجال التكوين المهني عموما
100%	100	المجموع

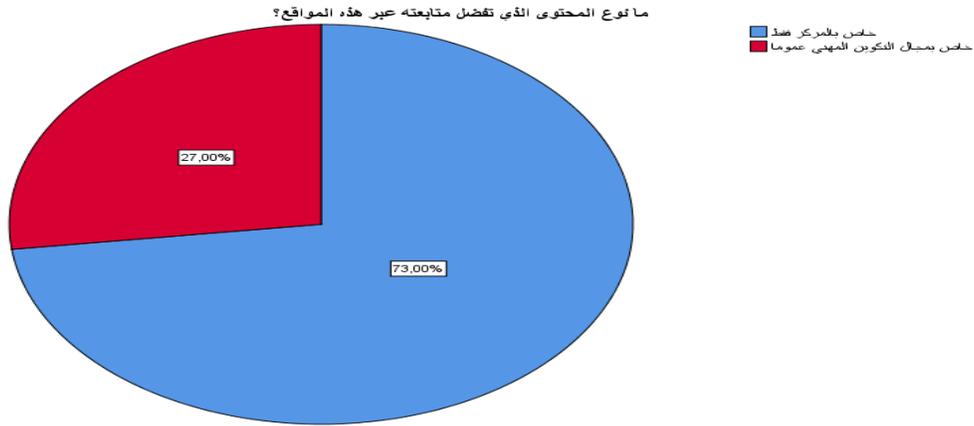
يتبين من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يفضلون متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

الخاصة بالمركز فقط بنسبة 73% بتكرار 73، ونسبة 27% للمواقع الخاصة بمجال التكوين

المهني عموما بتكرار 27 متربص.

من هنا نستنتج أن أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة المحتوى المتعلق بمركز التكوين المهني الذي يدرسون فيه باعتباره المحتوى المخصص لهم والذي يقدم لهم الأخبار والمعلومات المتعلقة بهم مباشرة من دروس وإعلانات وتوجيهات ونشاطات خاصة بهم، في حين أن المحتوى العام لمجال التكوين المهني يأتي في درجة ثانية للتعرف على كل الأخبار الجديدة في هذا المجال، وكما أكدت دراسة حسين ناصر حسين أن هذه من إيجابيات متابعة المحتوى الخاص بالتكوين المهني عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز، وهذا لتوفيرها

لمعلومات حول دراستهم.¹



الشكل رقم (20): يوضح المحتوى المفضل لدى أفراد العينة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

¹ حسين ناصر حسين، ثقة الشباب الجمعي في المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الجامعة العراقية، كلية الإمام الكاظم، ع38، العراق، 2019، ص476.

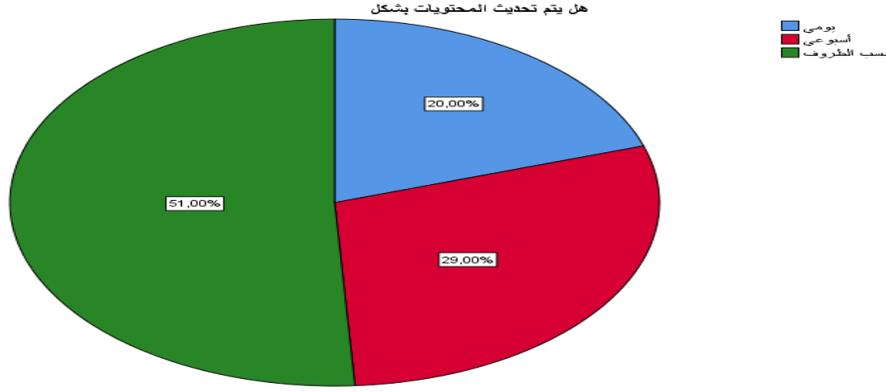
الجدول رقم (19): يوضح تحديث محتويات أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	تحديث المحتويات أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي
20%	20	يومي
29%	29	أسبوعي
51%	51	حسب الظروف
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يقومون بتحديث المحتويات في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف بنسبة 51% بتكرار 51، وبشكل أسبوعي بنسبة 29% لقراءة المنشورات بتكرار 29، كما نلاحظ أنهم يحدثون محتوياتهم في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي بنسبة 20% بتكرار 20.

أي أن أغلب أفراد العينة يقومون بتحديث المحتويات في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف، وهذا حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وما ينشر عبرها من طرف الإدارة أو الأساتذة حول ما يخص دراستهم في مركز التكوين المهني، وهذا ما أكدته المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين محمد الكرشى بأن هناك تحديث دائم ومستمر حول كل ما يتعلق بالإعلام الداخلي والخارجي، وخاصة صفحة المدير الشخصية عبر الفايسبوك التي يستخدمها لنشر كل ما يتعلق بالمركز.¹

¹ محمد الكرشى، مرجع سبق ذكره.



الشكل رقم (21): يوضح تحديث المحتويات أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (20): يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
40%	40	مهني
50%	50	تعليمي
01%	01	ترفيهي
09%	09	تواصل
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يقررون بأن الهدف من استخدامهم لمواقع

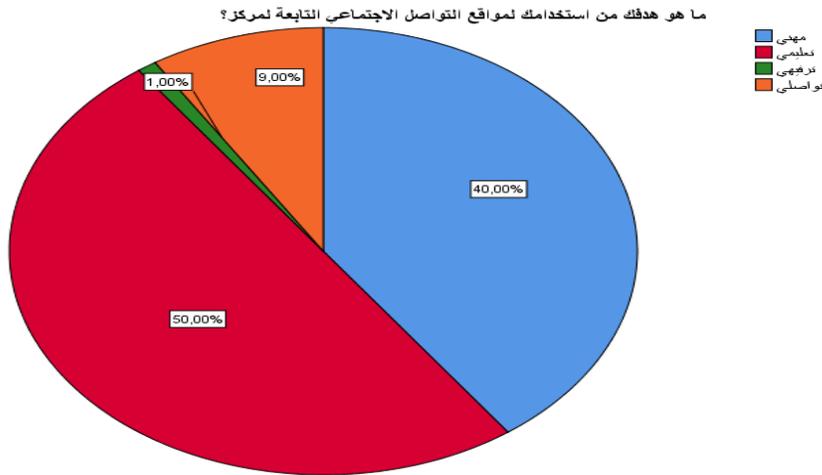
التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هو تعليمي بنسبة 50% بتكرار 50،

ومهني بنسبة 40% بتكرار 40، وترفيهي بنسبة 01% بتكرار 01 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقررون بأن الهدف من استخدامهم لمواقع التواصل

الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني تعليمي من أجل التعلم بشكل مجاني وبدون أي

مقابل، ثم مهني من أجل توسيع المعرفة في التخصص أو المجال المطلوب والتواصل مع المهنيين،¹ وهذا ما أظهرته نتائج الجداول السابقة من خلال انعدام نسبة الهدف الترفيهي، كما أن من أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز هو الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالدراسة في التكوين المهني.



الشكل رقم (22): يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني

الجدول رقم (21): يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

التابعة لمركز التكوين المهني باختلاف السن

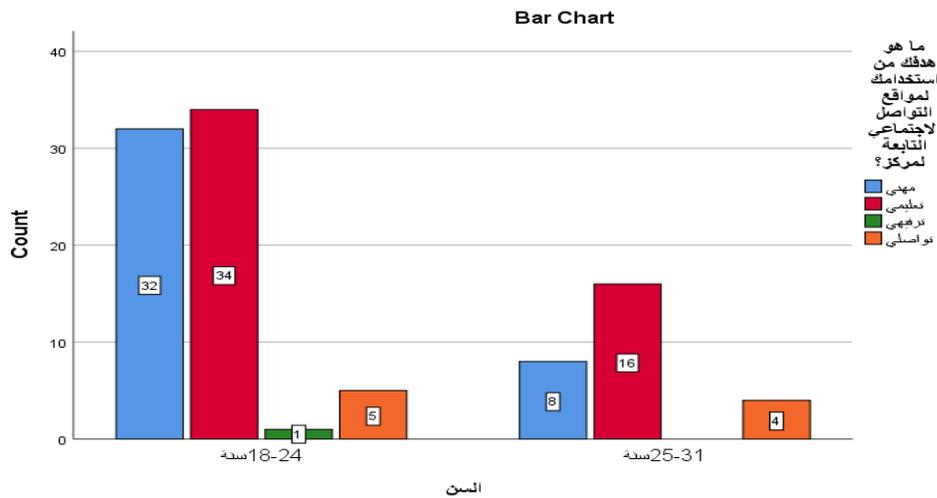
الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني										
المجموع		تواصل		ترفيهي		تعليمي		مهني		السن
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	
100%	72	6.9%	05	1.4%	01	47.2%	34	44.4%	32	24-18 سنة
100%	28	14.3%	04	00%	00	57.1%	16	28.6%	08	31-25 سنة

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره، ص47.

%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	32 سنة فما فوق
%100	100	%09	09	%01	01	%50	50	%40	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يقرون بأن الهدف من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هو تعليمي بنسبة 50% بتكرار 50، منها نسبة 57.1% من الفئة العمرية من 25 إلى 31 سنة بتكرار 16، ونسبة 47.2% من الفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة بتكرار 34، في حين نلاحظ أن نسبة 01% ممن هدفهم ترفيهي بتكرار 01، منها نسبة 01.4% من الفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة بتكرار 01، ونسبة منعدمة لبقية الفئات العمرية 00% بتكرار 00 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن الهدف من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هو تعليمي، حيث أنه كلما زاد السن كلما كان الهدف تعليميا أكثر، وكلما قل السن كلما كان الهدف ترفيهيا.



الشكل رقم (23): يوضح الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل

الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني باختلاف السن

الجدول رقم (22): يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني

النسبة %	التكرار	مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني
93%	93	نعم
7%	07	لا
100%	100	المجموع

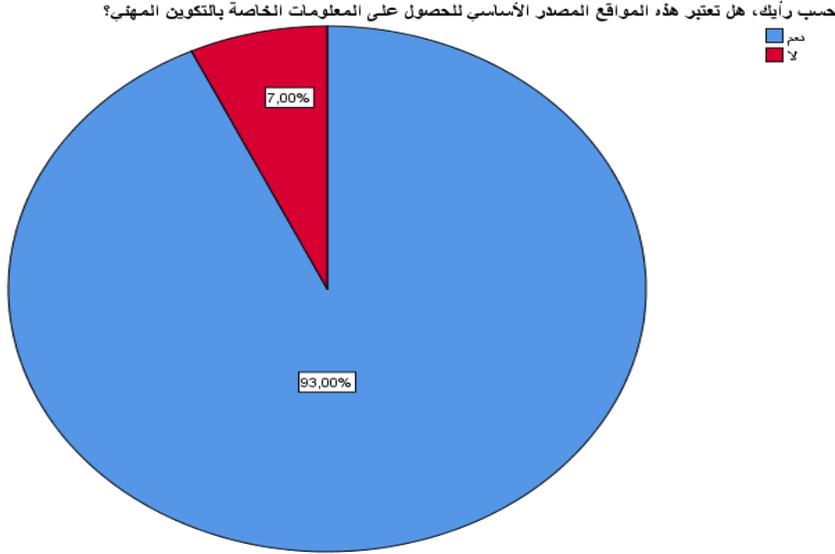
يتضح من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني بنسبة 93% بتكرار 93، ونسبة 7% ممن لا يعتبرونها مصدرا أساسيا للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني بتكرار 07 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني، وهذا لتوفر المعلومات الخاصة بدراساتهم في هذه المواقع، وهذا ما أكدته دراسة عطرة قاسمية ونور اليقين قاسمية¹ بالإضافة إلى اعتماد الإدارة والأساتذة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات وهذا ما أكده المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين محمد الكرشى بأن

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره، ص45.

إدارة المركز تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومة حتى صفحة المدير

الشخصية عبر الفايسبوك.¹



الشكل رقم (24): يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة

لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني

الجدول رقم (23): يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة

لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني

باختلاف نوع الدراسة

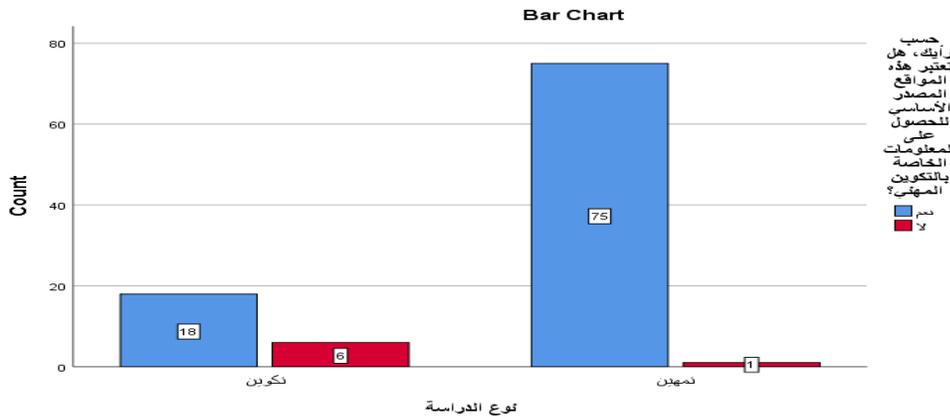
مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني							
المجموع		لا		نعم		تكوين	ت
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت		
100%	24	25%	06	75%	18		

¹ محمد الكرشى، مكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي، مقابلة بتاريخ 27 أبريل 2023 بمركز التكوين، الساعة 10:30.

تمهين	75	%98.7	01	%01.3	76	%100
المجموع	93	%93	07	%07	100	%100

يتضح من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني بنسبة 93% وتكرار 93 منها نسبة 98.7% من طلبة التمهين بتكرار 75، ونسبة 75% من طلبة التكوين بتكرار 18، ونجد نسبة 07% ممن لا يعتبرونها مصدرا أساسيا للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين بتكرار 07، منها نسبة 25% من طلبة التكوين بتكرار 06 ونسبة 01.3% من طلبة التمهين بتكرار 01 متربص.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة سواء متربصين في التكوين أو التمهين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني.



الشكل رقم (25): يوضح مدى اعتبار أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني

باختلاف نوع الدراسة

الجدول رقم (24): يوضح اشباعات أفراد العينة المحققة من استخدام مواقع التواصل

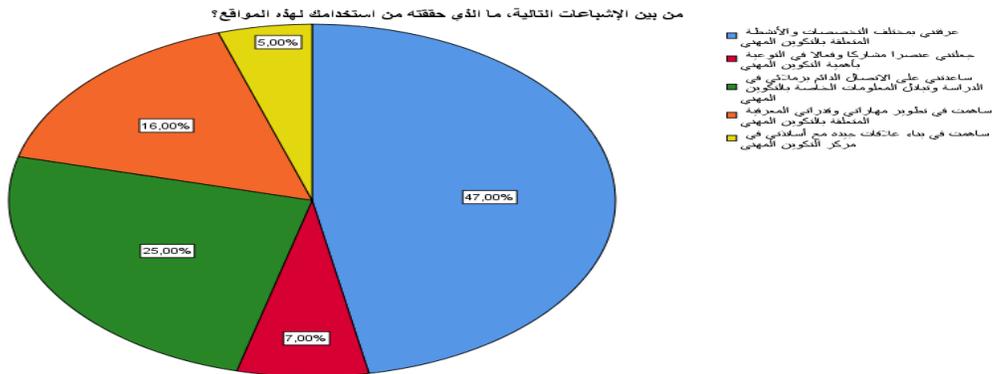
الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

النسبة %	التكرار	اشباعات أفراد العينة المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني
47%	47	عرفتني بمختلف التخصصات والأنشطة المتعلقة بالتكوين المهني
07%	07	جعلتني عنصرا مشاركا وفعالا في التوعية بأهمية التكوين
25%	25	ساعدتني على الاتصال الدائم بزملائي في الدراسة وتبادل المعلومات الخاصة بالتكوين المهني
16%	16	ساهمت في تطوير مهاراتي وقدراتي المعرفية المتعلقة بالتكوين
05%	05	ساهمت في بناء علاقات جيدة مع أساتذتي في مركز التكوين
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يقرون بأن الإشباعات المحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني أنها عرفتهم بمختلف التخصصات والأنشطة المتعلقة بالتكوين المهني بنسبة 47% بتكرار 47، وأنها ساعدتهم على الاتصال الدائم بزملائهم في الدراسة وتبادل المعلومات الخاصة بالتكوين المهني بنسبة 25% وبتكرار 25، كما نجد أنها ساهمت في بناء علاقات جيدة مع أساتذتهم في مركز التكوين المهني بنسبة 05% وبتكرار 05.

من هنا نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن الإشباعات المحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني أنها عرفتهم بمختلف التخصصات

والأنشطة المتعلقة بالتكوين المهني، وهذا راجع لاعتماد إدارة مركز التكوين المهني على نشر كل ما يتعلق بالدراسة في التكوين من تخصصات وشروط وغيرها عبر صفحات ومجموعات مواقع التواصل الاجتماعي مثل نشر التوقيت الزمني للدراسة والإعلانات الخاصة بالأساتذة والإدارة كإعلان مواعيد وتوقيت الامتحانات...إلخ، بالإضافة إلى اعتماد الطلبة على هذه المواقع من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالدراسة في التكوين المهني، كما أكدت ذلك دراسة عطرة قاسمية ونور اليقين قاسمية بأن المتربصين يكتسبون إرشادات وتوجيهات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول ما يتعلق بدراساتهم في التكوين المهني.¹



الشكل رقم (26): يوضح اشباعات أفراد العينة المحققة من استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني

¹ عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره، ص48.

رابعاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث

الجدول رقم (25): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة

يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية"

النسبة %	التكرار	استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية
94%	94	موافق
03%	03	محايد
03%	03	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن استخدام الوسائل الاتصالية

الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية بنسبة 94%

وبتكرار 94، بالمقابل نجد نسبة 03% من غير الموافقين والمحايدين على ذلك وبتكرار 03

لكل منهما.

نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب

الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية، وهذا يرجع إلى ما حققه من

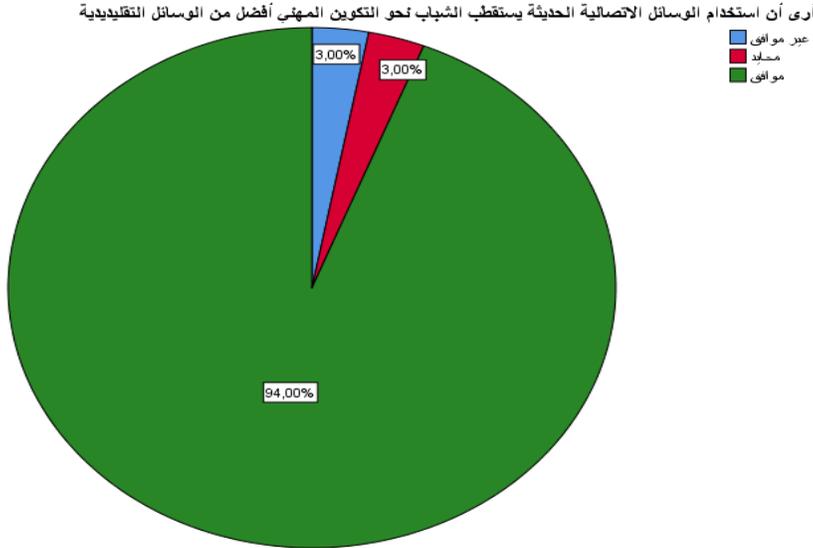
اشباعات من استخدامهم لهذه المواقع، بالإضافة إلى خصائص مواقع التواصل الاجتماعي من

توفير الوقت والسرعة في الأداء وتوفير الاتصال مع الأساتذة والإدارة بشكل دائم ومستمر،

وكذا الاطلاع على كل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالدراسة في مركز التكوين المهني، وقد

أكدت ذلك دراسة كاتب فارس وعقون دنيا بأن الوسائل الحديثة مثل مواقع التواصل

الاجتماعي والهواتف الذكية والحواسيب... إلخ التي سهلت على المستخدمين ووفرت الجهد والوقت، كما ساهمت في التثقيف والتوعية وهي أداة للتغيير نحو الأفضل.¹



الشكل رقم (27): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية

الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية"

الجدول رقم (26): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة

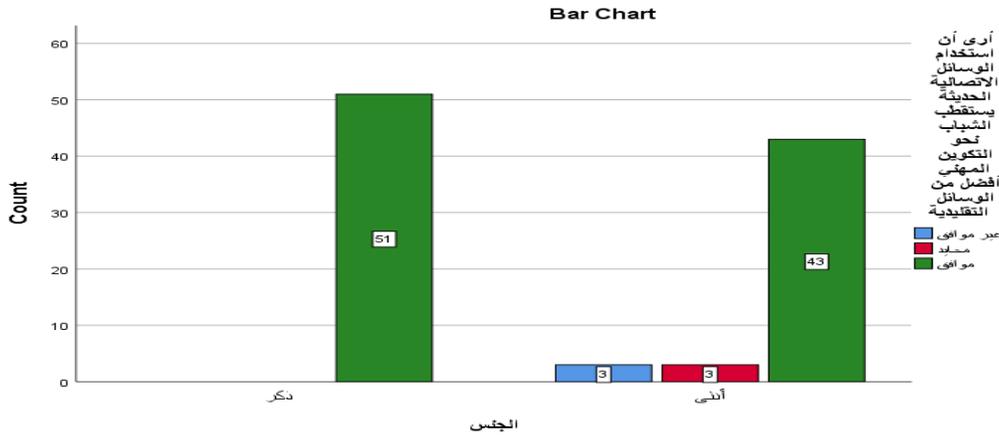
يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية" باختلاف الجنس

استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية								الجنس
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	
%100	51	%00	00	%00	00	%100	51	ذكر
%100	49	%06.1	03	%06.1	03	%87.8	43	أنثى
%100	100	%03	03	%03	03	%94	94	المجموع

¹ فارس كاتب، دنيا عقون، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2016، ص133.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية بنسبة 94% وبتكرار 94، منها نسبة 100% من الذكور بتكرار 51، ونسبة 87.8% من الإناث بتكرار 43، بالمقابل نجد نسبة 03% من غير الموافقين بتكرار 03، منها نسبة 06.1% من الإناث بتكرار 03، ونسبة 00% من الذكور بتكرار 00 متربص.

نستنتج أن كلا الجنسين من ذكور وإناث يوافقون على أن استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية.



الشكل رقم (28): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام الوسائل الاتصالية

الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية" باختلاف الجنس

الجدول رقم (27): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أشجع على الاستعانة بمواقع

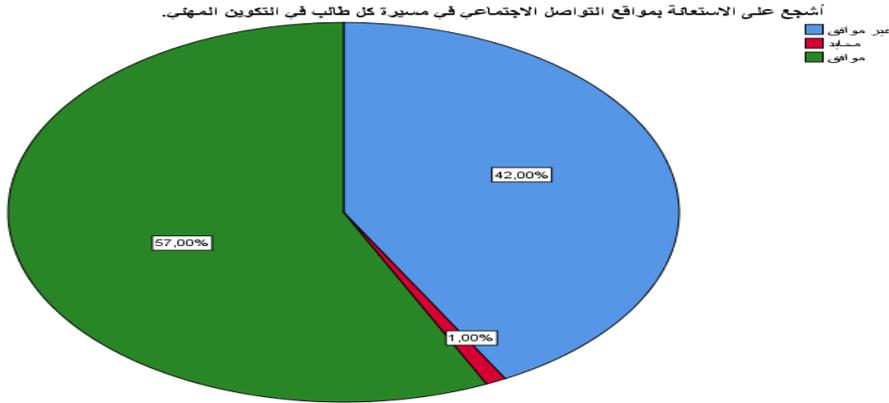
التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني"

النسبة %	التكرار	أشجع على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني
57%	57	موافق
01%	01	محايد
42%	42	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن يشجعوا على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني بنسبة 57% وبتكرار 57، كما نجد نسبة 42% من غير الموافقين بتكرار 42، ونسبة 01% من المحايدين بتكرار 01.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن يشجعوا على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني، وهذا نظرا لما وجدوه من خدمات وفوائد من استخدامها في الدراسة بالتكوين المهني وما حققوه من اشباعات من ذلك، بالإضافة إلى خصائصها المتعددة والتي تساهم في توعية وتشجيع الشباب بالالتحاق بمركز التكوين المهني وهذا ما تؤكدته دراسة ليلي بورويس ورقية بورويس بأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر

الجهد والتكلفة للتواصل مع الأساتذة والإدارة وتسهل عملية التقرب من المؤسسة،¹ كما أن الذين أجابوا بغير موافق فيرجع ذلك إلى اعتمادهم على تشجيع بقية الشباب على الاتصال الشخصي المباشر دون الحاجة لمواقع التواصل الاجتماعي، بحيث أن له أهمية كبيرة في الإقناع والتأثير، كما أنه رسالته واضحة دون تعرضها لمعوقات تقنية وغيرها، بالإضافة إلى أنها أكثر ثقة ومصداقية انطلاقاً من الشخص الذي يشجع بقية الشباب على الاتصال الشخصي.



الشكل رقم (29): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أشجع على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني"

¹ ليلي بورويس، رقية بورويس، استخدام تلاميذ الثانويك لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، دراسة على عينة من تلاميذ ثانويات جيجل، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2018، ص119.

الجدول رقم (28): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات حول دراستي في التكوين المهني"

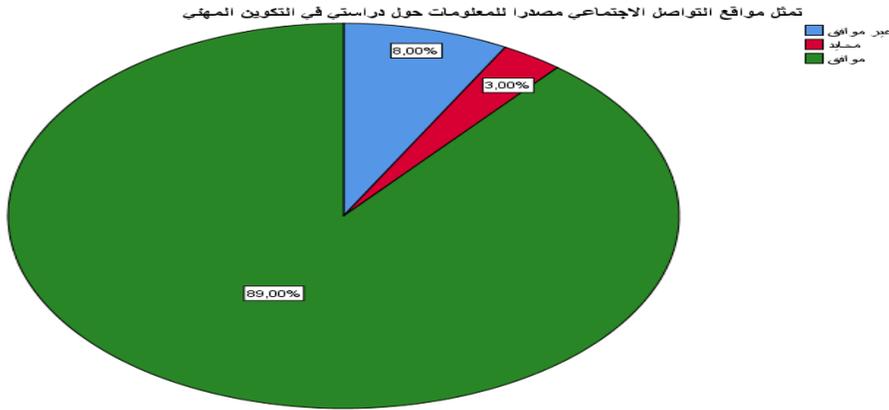
النسبة %	التكرار	تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات حول دراستي في التكوين المهني
89%	89	موافق
03%	03	محايد
08%	08	غير موافق
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا للمعلومات حول دراستهم في التكوين المهني بنسبة 89% وبتكرار 89، بالمقابل نجد نسبة 08% من غير الموافقين بتكرار 08، ونسبة 03% من المحايدين بتكرار 03.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا للمعلومات حول دراستهم في التكوين المهني، وهذا ما تم التوصل إليه من خلال نتائج الجداول السابقة من حيث اهتمام طلبة التكوين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، وكذا ما توفره إدارة المركز من معلومات وأخبار عبر صفحات

هذه المواقع والتي توفر الوقت والجهد على الطلبة، بالإضافة إلى تحقيق الإشباع من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز.

وهو ما أكده لنا الأستاذ مصطفى قسوم بأن المتربصين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في المركز كونها الوسيلة الوحيدة للمعلومات على غرار الحضور الشخصي للمركز.¹



الشكل رقم (30): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "تمثل مواقع التواصل الاجتماعي

مصدرا للمعلومات حول دراستي في التكوين المهني"

¹ مصطفى قسوم، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (29): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أفضل الاعتماد على مواقع

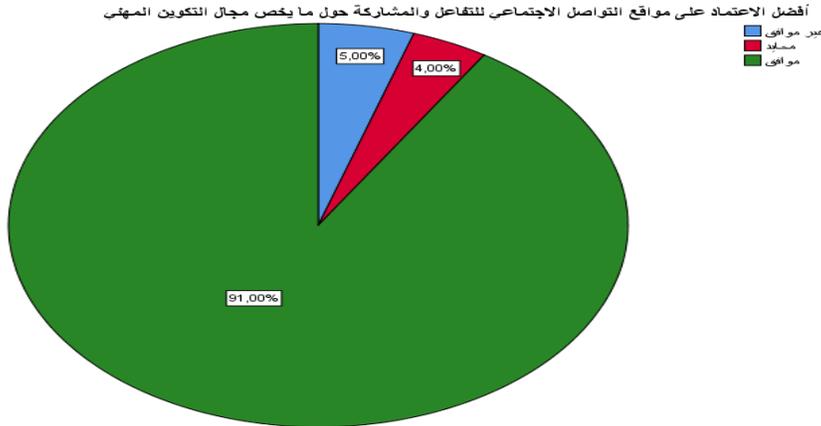
التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني"

النسبة %	التكرار	أفضل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني
91%	91	موافق
04%	04	محايد
05%	05	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أنهم يفضلون الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني بنسبة 91% وبتكرار 91، بالمقابل نجد نسبة 05% من غير الموافقين بتكرار 05، ونسبة 04% من المحايدين بتكرار 04 متربصين.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أنهم يفضلون الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني، وهذا يرجع إلى خاصية هذه المواقع وهي التفاعل، بالإضافة إلى تفاعل إدارة وأساتذة المركز مع الطلبة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال النشر الدائم والمستمر كما أشار إلى ذلك المكلف

بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين محمد الكرشى بأن هناك تحديث دائم ومستمر حول كل ما يتعلق بالإعلام الداخلي والخارجي، وهذا ما يوفر فضاء للتفاعل.¹



الشكل رقم (31): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أفضل الاعتماد على مواقع

التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني"

الجدول رقم (30): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني"

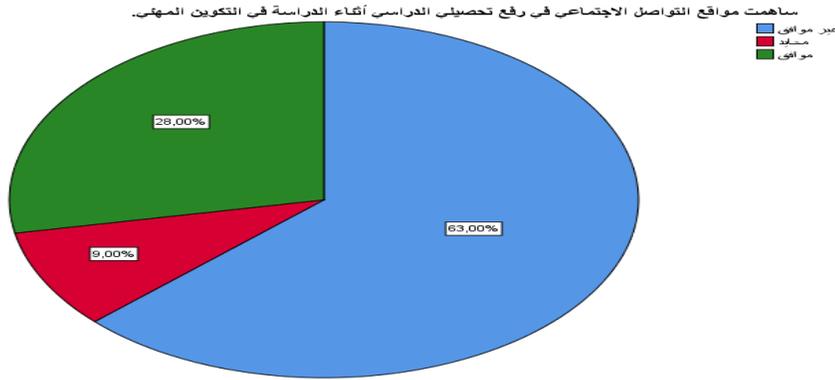
النسبة %	التكرار	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني
28%	28	موافق
09%	09	محايد
63%	63	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة لا يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في رفع تحصيلهم الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني بنسبة 63%

¹ محمد الكرشى. مرجع سبق ذكره.

وبتكرار 63، بالمقابل نجد نسبة 28% من الموافقين بتكرار 28، ونسبة 09% من المحايدين بتكرار 09.

أي أن أغلب أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم في رفع تحصيلهم الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني، وهذا راجع إلى كون الصفحة المخصصة من قبل المركز محتواها بدرجة أولى لا تقدم دروسا للمتربصين بقدر ما تقدم محتوى توجيهي وإرشادي وإعلاني لهم كإعلانات الإدارة وجدول توقيت الدراسة والامتحانات، وهذا عكس ما ذكره لنا الأستاذ مصطفى قسوم بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في رفع التحصيل الدراسي للمتربصين مركزا بذلك على الجانب التطبيقي والأداء في مؤسسات التربص بخلاف نتائج الامتحانات داخل المركز.¹



الشكل رقم (32): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "سأهت مواقع التواصل

الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني"

¹ مصطفى قسوم، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (31): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص الميداني"

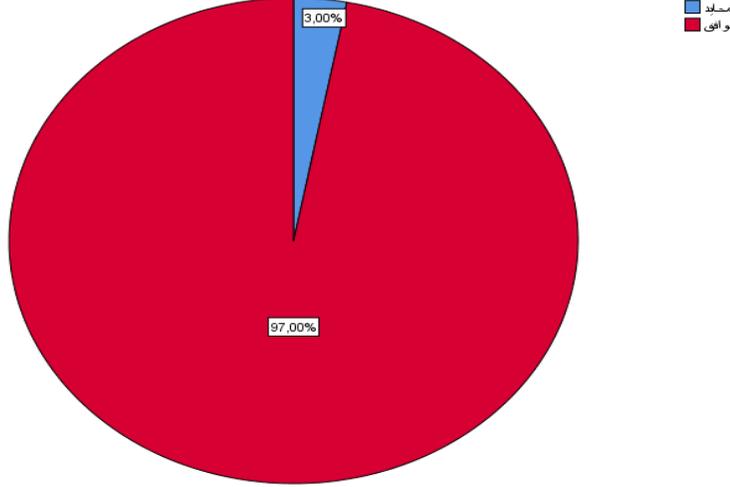
النسبة %	التكرار	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص
97%	97	موافق
03%	03	محايد
00%	00	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني بنسبة 97% وبتكرار 97، بالمقابل نجد نسبة 03% من المحايدين بتكرار 03، ونسبة 00% من غير الموافقين بتكرار 00 متربص.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني، وهذا راجع إلى ميزات وخصائص هذه المواقع وكذا ما توفره إدارة المركز من معلومات وأخبار وتسهيل لعمليات الاتصال بين الطلبة والأساتذة والإدارة ومؤسسات التربص الميداني، وهذا ما أشار إليه المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين الكرشني محمد بأن مواقع

التواصل الاجتماعي ساهمت في إيصال المعلومة إلى أبعد نقطة جغرافية وجلب المتربصين إلى المركز.¹

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني.



الشكل رقم (33): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص الميداني"

الجدول رقم (32): يوضح رأي أفراد العينة حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص" باختلاف نوع الدراسة

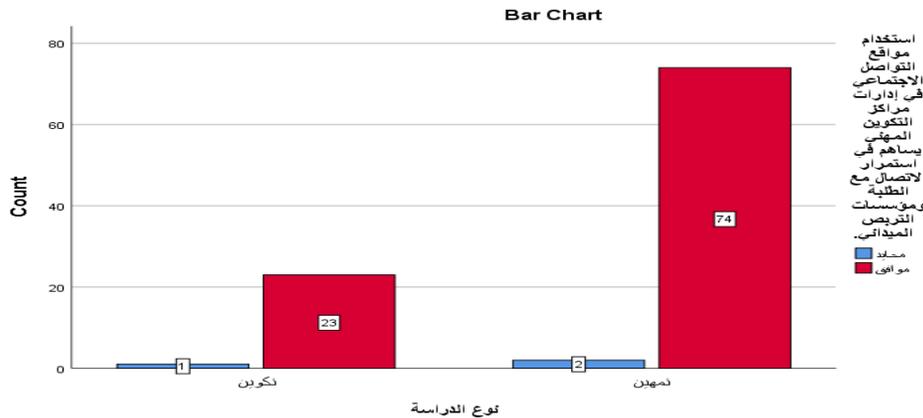
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني							
المجموع		غير موافق		محايد		موافق	
نسبة%	ت	نسبة%	ت	نسبة%	ت	نسبة%	ت

¹ محمد الكرشى، مرجع سبق ذكره.

تكوين	23	38.5%	01	4.2%	00	00%	24	100%
تمهين	74	23%	02	2.6%	00	00%	76	100%
المجموع	97	97%	03	3%	00	00%	100	100%

نوع الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص الميداني بنسبة 97% وبتكرار 97، منها نسبة 38.5% من طلبة نمط التكوين بتكرار 23، ونسبة 23% من طلبة نمط التمهين بتكرار 74، بالمقابل نجد نسبة 3% من المحايدين بتكرار 03، منها نسبة 4.2% من طلبة نمط التكوين بتكرار 01، ونسبة 2.6% من طلبة نمط التمهين بتكرار 02، ونسبة 00% من غير الموافقين بتكرار 00، بنسب منعدمة لدى كل من طلبة نمط التكوين والتمهين بتكرار 00 متربص لكل منهما. أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات التكوين المهني يساهم في استمرار اتصال الطلبة ومؤسسات التربص الميداني، وطلبة التكوين أكبر من طلبة التمهين.



الشكل رقم (34): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني" باختلاف نوع الدراسة

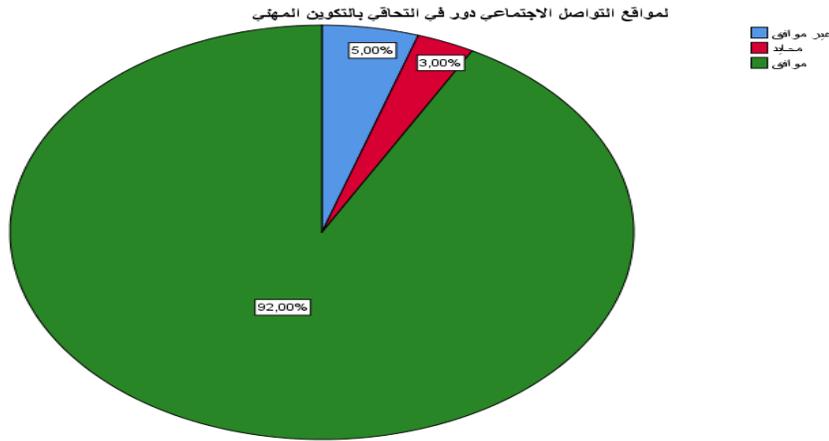
الجدول رقم (33): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاق بالتكوين المهني"

النسبة %	التكرار	لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاق بالتكوين المهني
92%	92	موافق
03%	03	محايد
05%	05	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقهم بالتكوين المهني بنسبة 92% وبتكرار 92، بالمقابل نجد نسبة 05% من غير الموافقين بتكرار 05، ونسبة 03% من المحايدين بتكرار 03 متربصين.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقهم بالتكوين المهني، وهذا راجع إلى استخدامهم لهذه المواقع قبل التحاقهم بمركز التكوين المهني حيث ساهمت بشكل أو آخر في توعيتهم بأهمية التكوين المهني من خلال البحث عن خصوصيات وشروط كل مركز للتكوين المهني للتسجيل في أحدها، مما يجعل لها دور مهم في التحاقهم بمركز التكوين المهني، بالإضافة إلى ما تنشره إدارة المركز من معلومات حول الدراسة بالتكوين المهني، وهذا ما جاء في إجابة المكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين

محمد الكرشى على المقابلة التي أجريت معه بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إيصال المعلومة الى أبعد نقطة جغرافية وجلب المتربصين إلى المركز،¹ وكما تؤكد ذلك دراسة عطرة قاسمية ونور اليقين قاسمية بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في التحاق المتربصين بمراكز التكوين المهني من خلال ما توفره من امتيازات وإمكانية التواصل مع من لديهم خبرة في المجال والتخصص الذين يرغبون في دراسته في مركز التكوين المهني.²



الشكل رقم (35): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "المواقع التواصل الاجتماعي دور

في التحاق بالتكوين المهني"

¹ محمد الكرشى، مرجع سبق ذكره.

² عطرة قاسمية، نور اليقين قاسمية، مرجع سبق ذكره، ص65.

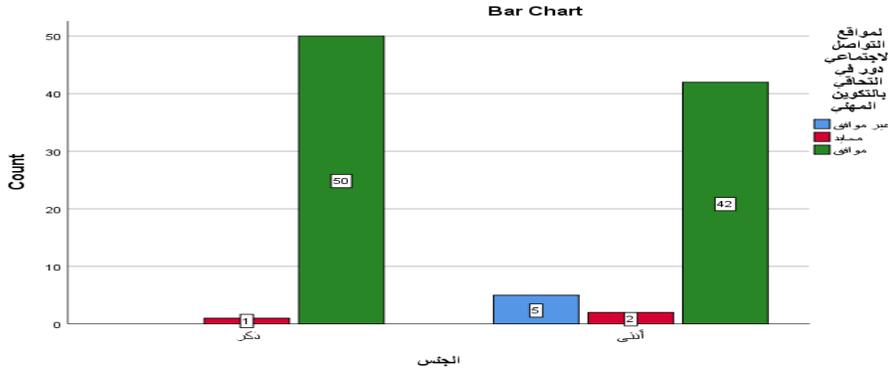
الجدول رقم (34): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "لمواقع التواصل الاجتماعي دور

في التحاقهم بالتكوين المهني" باختلاف الجنس

لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقهم بالتكوين المهني									
المجموع		غير موافق		محايد		موافق			
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت		
%100	51	%00	00	%02	01	%98	50	ذكر	الجنس
%100	49	%10.2	05	%04.1	02	%85.7	42	أنثى	
%100	100	%05	05	%03	03	%92	92	المجموع	

يتضح من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقهم بالتكوين المهني بنسبة %92 وبتكرار 92، منها نسبة %98 من الذكور بتكرار 50، ونسبة %85.7 من الإناث بتكرار 42، كما نجد نسبة %05 من غير الموافقين بتكرار 05، منها نسبة %10.2 من الإناث بتكرار 05، ونسبة %00 من الذكور بتكرار 00، كما نلاحظ نسبة %03 من المحايدين بتكرار 03، منها نسبة %04.1 من الإناث بتكرار 02، ونسبة %02 من الذكور بتكرار 01.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقهم بالتكوين المهني، والذكور أكبر من الإناث.



الشكل رقم (36): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي دور

في التحاق بالتكوين المهني" باختلاف الجنس

الجدول رقم (35): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي

غيرت نظرتي لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني"

النسبة %	التكرار	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني
91%	91	موافق
04%	04	محايد
05%	05	غير موافق
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي

غيرت نظرتهم لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني بنسبة 91% وبتكرار 91، بالمقابل

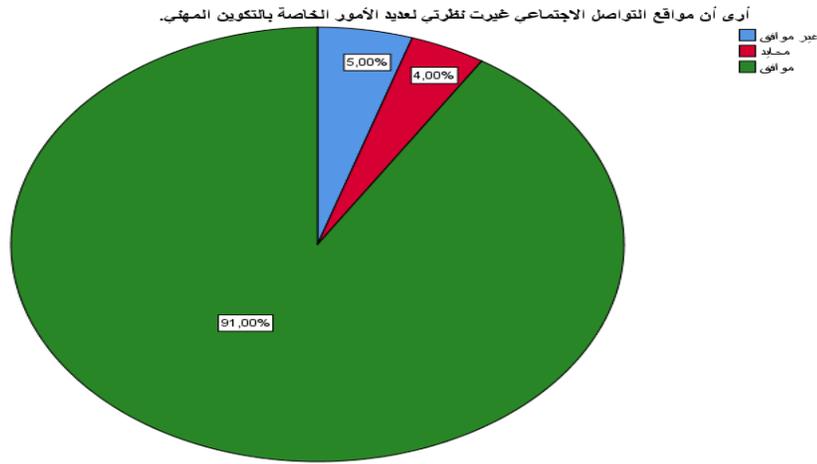
وجد نسبة 05% بتكرار 05 من غير الموافقين ونسبة 04% بتكرار 04 من المحايدين.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت

نظرتهم لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني، وهذا راجع إلى اطلاعهم المتواصل حول

الدراسة في التكوين المهني ومختلف التخصصات وشروطها وغيرها من المعلومات المتعلقة

بالدراسة في التكوين المهني، وكذا من خلال الاحتكاك والاتصال المباشر والتفاعل مع الأساتذة والإداريين ومؤسسات التربص باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من خصائص وما توفره من خدمات وفوائد خاصة في مجال التكوين المهني، بالإضافة إلى هدف الطلبة التعليمي من استخدام هذه المواقع، كل هذا جعل مواقع التواصل الاجتماعي تتغير نظرة المتربصين نحو العديد من الأمور المتعلقة بالتكوين المهني كتحديد واختيار التخصص والتسجيلات ونمط الدراسة في التكوين المهني، وهو ما أكده لنا محمد الكرشى بأن مواقع التواصل الاجتماعي تستغل لمشاركة المتربصين في صفحة المؤسسة من أجل إبداء آرائهم ومقترحاتهم، ونشر منتوجاتهم عبر موقع المركز، وإنشاء مجموعات من أجل التواصل قصد مواكبة ومتابعة الدروس والتواصل مع أستاذ الفرع، واستخدام المحاكاة لشرح بعض الدروس في الأجهزة الإلكترونية وتكون بين الأساتذة والمتربصين، وخاصة الدروس التقنية وهذا ما يغير نظرتهم لعديد الأمور المتعلقة بالتكوين المهني.¹



الشكل رقم (37): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل

الاجتماعي غيرت نظرتي لعديد الأمور الخاصة بالتكوين المهني"

¹ محمد الكرشى، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (36): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي

غيرت نظرتي لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني" باختلاف السن

أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني								
المجموع		غير موافق		محايد		موافق		السن
نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	نسبة %	ت	
%100	72	%02.8	02	%05.6	04	%91.7	66	18-24 سنة
%100	28	%10.7	03	%00	00	%89.3	25	25-31 سنة
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	32 سنة فما فوق
%100	100	%05	05	%04	04	%91	91	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي

غيرت نظرتهم لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني بنسبة 91% وبتكرار 91، منها نسبة

91.7% من الفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة بتكرار 66، ونسبة 89.3% من الفئة

العمرية من 25 إلى 31 سنة بتكرار 25، ونسبة 00% من الفئة العمرية 32 سنة فما فوق

بتكرار 00 متربص، بالمقابل نجد نسبة 05% وبتكرار 05 من غير الموافقين منها نسبة

10.7% من الفئة العمرية من 25 إلى 31 سنة بتكرار 03، ونسبة 02.8% من الفئة

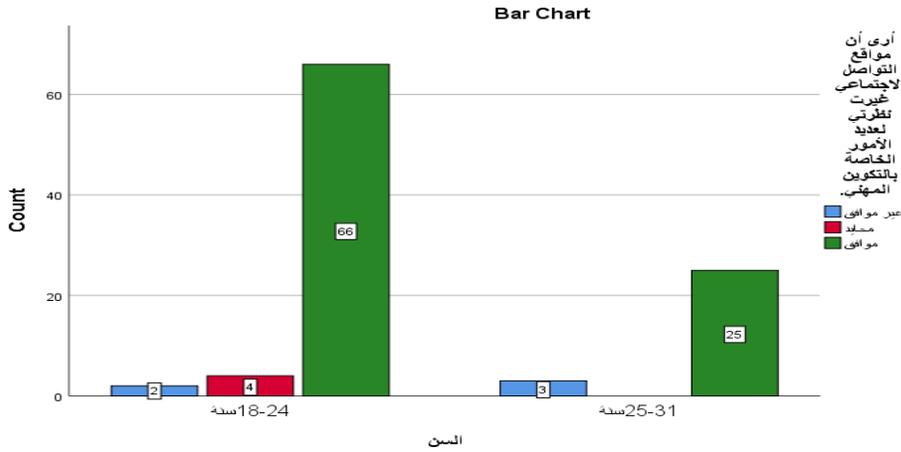
العمرية من 18 إلى 24 سنة بتكرار 02، ونسبة 00% من الفئة العمرية 32 سنة فما فوق

بتكرار 00 متربص، كما نلاحظ نسبة 04% وبتكرار 04 من المحايدين منها نسبة 05.6%

من الفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة بتكرار 04، و00% في الفئة العمرية من 25 إلى

31 سنة و32 سنة فما فوق.

أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتهم لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني، وهذا عند الفئة العمرية الأقل سناً، أي أنه كلما قل السن كلما كان تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للأمور الخاصة بالتكوين المهني أكبر.



الشكل رقم (38): يوضح رأي أفراد العينة حول عبارة "أرى أن مواقع التواصل

الاجتماعي غيرت نظرتي لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني" باختلاف السن

3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

التساؤل الأول: ما عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني محل الدراسة؟

- من خلال الجدول رقم (04) والذي يوضح استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز، نلاحظ أن أغلب المتربصين بمركز التكوين المهني محل الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، وهذا يؤكد أن هؤلاء المتربصين لا يعتمدون بشكل كلي ورئيسي على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة كل ما يخص التكوين، وأن المتربصين الذكور هم الأكثر استخدام بشكل دائم ومستمر من المتربصات الإناث كما وضح ذلك الجدول رقم (05) ويعود ذلك أن الإناث أكثر انشغال من الذكور بالمنزل وأموره اليومية مما يأخذ حيزاً كبيراً من وقتهن لعدم الولوج بشكل دائم لمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمركز.

• ومن خلال الجدول رقم (06) والذي يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة والجدول رقم (07) والذي يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى أفراد العينة باختلاف نوع الدراسة، نلاحظ أن موقع الفيسبوك هو الموقع الأكثر استخداماً بين المتربصين الذين يدرسون نمط التمهين بنسبة أكبر من التكوين وهذا يعود لدوافع استخدامهم لهذه المواقع والتي تختلف من شاب لآخر وحسب الضرورة وحسب الاهتمامات.

• وتبين ومن خلال الجدول رقم (08) والذي يوضح وسيلة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، أن الشباب المتربص يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز باستخدام الهاتف النقال، وهذا ما يؤكد التوجه الجديد للشباب في استخدام الأجهزة المتحركة والمنتقلة بدل الأجهزة الثابتة وذات الميزات والمتعددة التي تواكب التطور الحاصل في هذا العصر، وأنهم يستخدمونها بمعدل ساعي من ساعة واحدة إلى ساعتين في اليوم من خلال الجدول رقم (09)، وهو حجم ساعي يعتبر كاف لمعرفة الجديد وكل ما يتعلق بتخصص المتربصين ومجالات دراستهم.

• وكما تبين من نتائج الجدول رقم (10) والذي يوضح مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني والتحاقهم بمركز التكوين المهني، حيث نلاحظ أن أغلبهم استخدموها قبل التحاقهم بمركز التكوين المهني.

• وتبين من الجدول رقم (11) أن الفترة المسائية هي الفترة المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، ويفضلون استخدامها في البيت من خلال الجدول رقم (12) لوجود عوامل الراحة وتوفر الأنترنت بشكل أكبر.

التساؤل الثاني: ما دوافع وإشباع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني محل الدراسة؟

• من خلال الجدول رقم (14) والذي يوضح أسباب اهتمام أفراد العينة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، نلاحظ أن أغلبهم يهتمون باستخدامها من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات، وهذا ما يشير إلى أن هذه المواقع هدفها توعوي أكثر.

- ومن خلال الجدول رقم (15) ورقم (16) تبين أن أغلب الشباب المتربص يستخدمون هذه المواقع لخاصية توفير الوقت من جهة ولتميزها بالتفصيل والتعمق في المواضيع المعالجة من جهة أخرى، وكما بينت نتائج الجدول رقم (17) أن مشاهدة الصور المنشورة يجذبهم ويدفعهم أكثر لاستخدامها ومتابعتها.
 - وتبين كذلك أن أفراد العينة يميلون بمتابعة المحتوى ذات البعد المحلي والمتعلق بمركز التكوين المهني على متابعة المحتويات الوطنية الأخرى وهذا من خلال الجدول رقم (18).
 - وأكد الجدول رقم (20) أن الهدف من استخدام هذه المواقع تعليمي بدرجة أولى ثم مهني بدرجة ثانية وهذا يعود لطبيعة المؤسسة ونشاطها فهي مؤسسة تركز كثيرا على الجانب العملي والمهني، خاصة للفئات العمرية الأكثر سنا حيث كلما زاد السن كلما كان الهدف تعليميا أكثر، وكلما قل السن كلما كان الهدف ترفيهيا (الجدول 21).
 - وتبين أيضا أن أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني كمصدر أساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني كما يوضح الجدول رقم (22)، بحيث عرفتهم بمختلف التخصصات والأنشطة المتعلقة بالتكوين المهني، وساهمت في تواصلهم مع زملائهم وتبادل الآراء معهم كما جاء في الجدول رقم (24).
- التساؤل الثالث: ما هو تقييم أفراد العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بأهمية التكوين المهني.**
- تبين أن أفراد العينة يرون أن استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية من خلال الجدول رقم (25)، كما يشجعون على الاستعانة بها في مسيرة كل متربص في التكوين (الجدول رقم 27)، ويؤكدون أنها مصدرا للمعلومات حول دراستهم في التكوين من خلال الجدول (28) وذلك للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين كما جاء في الجدول رقم (29).
 - وأكد الجدول رقم (30) والذي يوضح رأي أفراد العينة حول "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني"، نلاحظ أنهم يرون

أنها لم تساهم في رفعه، وهذا ما يشير إلى أن هذه الصفحات لا تحتوي دروس بقدر ما تحوي توجيهات وارشادات توعوية حول أهمية مجال التكوين المهني.

• ويوضح الجدول رقم (31) أكد أفراد العينة أن استخدام هذه المواقع في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني، بحيث كان لها دور في التحاقهم بالتكوين المهني وهذا (الجدول رقم 33)، ومن خلال الجدول رقم (35) تبين أن هذه المواقع غيرت نظرتهم لعدد الأمور الخاصة بالتكوين كاختيار التخصص.

4- النتائج العامة للدراسة

نتائج الدراسة الميدانية: بعد تحليلنا وتفسيرنا لنتائج الدراسة الميدانية، تم التوصل للنتائج التالية:

✚ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بنسبة 59%.

✚ أن موقع الفايسبوك هو الموقع الأكثر استخداما من طرف متربصي مركز التكوين بنسبة 67%.

✚ أن أغلب المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني باستخدام الهاتف بنسبة 97%.

✚ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بمعدل ساعي من ساعة واحدة إلى ساعتين في اليوم، بنسبة 49%.

✚ أن أغلب أفراد العينة يقرون بأنهم استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي قبل التحاقهم بمركز التكوين المهني بنسبة 90%.

✚ أغلب أفراد العينة يضعون بياناتهم الشخصية في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة 69%.

✚ أن أغلب أفراد العينة يهتمون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات، بنسبة 59%.

- ✚ أن أغلب أفراد العينة يقررون بأن خاصية توفير الوقت من الخصائص التي تجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، بنسبة 41%.
- ✚ أن أغلب أفراد العينة يقررون بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني لتمييزها بالتفصيل والتعمق في المواضيع، بنسبة 63%.
- ✚ أغلب أفراد العينة يرون أن مشاهدة الصور يدفعهم لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني، بنسبة 54%.
- ✚ أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمركز فقط، بنسبة 73%.
- ✚ أن أغلب أفراد العينة يقررون بأن الهدف من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني هو تعليمي، بنسبة 50%.
- ✚ أن أغلب أفراد العينة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني، بنسبة 93%.
- ✚ أن أغلب أفراد العينة يقررون بأن الإشباعات المحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني أنها عرفتهم بمختلف التخصصات والأنشطة المتعلقة بالتكوين المهني، بنسبة 47%.
- ✚ أغلب أفراد العينة يرون على أن استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية، بنسبة 94%.
- ✚ أغلب أفراد العينة يشجعون على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني، بنسبة 57%.
- ✚ أن أغلب أفراد العينة يرون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا للمعلومات حول دراستهم في التكوين المهني، بنسبة 89%.
- ✚ أغلب أفراد العينة يفضلون الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني، بنسبة 91%.
- ✚ أن أغلب أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم في رفع تحصيلهم الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني، بنسبة 63%.

✚ أغلب أفراد العينة يرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني، بنسبة 97%.

✚ أغلب أفراد العينة يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقهم بالتكوين، بنسبة 92%.

✚ أغلب أفراد العينة يقرون أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتهم لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني، بنسبة 91%.

الختامة

الخاتمة:

ختاما يمكن القول إن الاتصال الاجتماعي بشكل عام وعبر وسائطه الحديثة بشكل خاص بات يلعب اليوم دورا كبيرا ومهما في مرافقة الشباب وتوجيههم نحو بناء مستقبل واعد لهم، ويتجلى ذلك من خلال أبعاده المتعددة الاتصالية والاجتماعية والابخارية والتوعوية، وهذا ما توصلت له دراستنا التي تمحورت حول مساهمة الاتصال الاجتماعي بمؤسسة التكوين المهني بونجار بن علي بغرداية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لها في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني.

حيث أكدت دراستنا أن هذه المواقع التواصلية خاصة منها الموقع الاجتماعي الفيسبوك يعد أكثر المواقع التواصلية ولوجا من قبل أفراد العينة ويساهم في تقديم التوجيهات والارشادات والابخار المتعلقة بمجال التكوين المهني نتيجة الخصائص والميزات الشكلية والموضوعاتية التي ينفرد بها والتي تساهم في جذب الشباب المتربص لمتابعة هذه المواقع وذلك لإشباع رغباتهم التعليمية والإخبارية.

كما أكدت دراستنا أيضا إلى أن الاتصال الاجتماعي في شكله الحديث (عبر مواقع التواصل الاجتماعي) يعد المصدر الأساسي لأفراد العينة للحصول على المعلومات سواء قبل التحاقهم بالمركز للدراسة أو بعد التحاقهم، لكون وجود هذه المواقع من شأنه أن يساهم في استمرارية الاتصال بين الطلبة ومؤسسات التربص الميداني، ويساهم من جهة أخرى في تشكيل اتجاهاتهم من خلال تغيير نظرتهم لعديد الأمور المتعلقة بالتكوين المهني وهذا هو الهدف الأسمى من الاتصال الاجتماعي الذي يسعى للتوعية والارشاد وتعديل السلوكات وتحقيق المصلحة العامة للفرد والمجتمع.

وعلى ضوء ما سبق نستطيع القول بأن الاتصال الاجتماعي الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أتاح لمتلقيه العديد من المزايا التي لا توفرها بقية الوسائل الأخرى في ظل عالم يتسم بالمعرفة والتطور في مختلف الميادين، وقد حاولنا قدر الإمكان في هذه الدراسة تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها ودورها في زيادة التوعية حول موضوع التكوين المهني.

- وبناء على دراستنا الميدانية فإننا نقدم جملة من التوصيات لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعي أحسن استغلال في مراكز التكوين المهني بونجار بن علي، بغرداية وهي كالتالي:
- ✚ توفير المخصصات المالية لاقتناء المزيد من أجهزة الحاسوب في المركز.
 - ✚ الاهتمام بالجانب الاتصالي بين المؤسسة والطلبة ومؤسسة التربص ومتابعة سير نشاط التربص باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ✚ إنشاء قاعدة بيانات لتنظيم الطلبة من أجل تسهيل الاتصال بهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ✚ توظيف فريق خاص بالإعلام والاتصال من أصحاب التخصص الذين يمتلكون مهارات الاتصال خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ✚ التنوع في مواقع التواصل الاجتماعي وإنشاء صفحات تابعة للمركز في مختلف المواقع: تويتر-انستغرام...إلخ.
 - ✚ تحفيز وتشجيع المتربصين والمكونين على المشاركة وتقديم مقترحاتهم حول مواضيع التكوين المهني التابعة للمركز عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المعاجم والقواميس

1- ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دراسات العربي، د.س.

2- الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010.

ثانياً: الكتب والمؤلفات العربية

1- عميرات أمال، الاتصال الاجتماعي (العمومي) وأبعاده في منهج دعوة المحمدية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2013.

2- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، تر. بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2008.

3- بوفلجة غيات، التكوين المهني والتشغيل بالجزائر، ط1، دار غرب، الجزائر، 2006.

4- الحلبي حسن، تدريب الموظف، ط2، منشورات لويدات، لبنان، 1982.

5- ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي، أسسه مناهجه، أساليبه وإجراءاته. بيت الأفكار الدولية. عمان. الأردن. 2001.

6- سرحان علي المحمودي محمد، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019.

7- الضلاعين نضال فلاح، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار، 2016.

8- طلعت محمود منال، مدخل إلى علم لاتصال، المكتب الجامعي الحديث، جامعة الإسكندرية، مصر، 2002/2001.

9- عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2015.

10- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، ط2، 1999.

11- عوض صابر فاطمة، خفاجة علي ميرفت، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الإشهار الفني، الإسكندرية، مصر، 2002.

- 12- عيساني رحيمة الطيب، مدخل إلى الاعلام والاتصال في عصر العولمة الإعلامية، دار عالم الكتاب الحديث، باتنة، الجزائر، د.س.
- 13- فهمي محمد سيد، أمل محمد سلامة، إدارة الأزمة مع الشباب، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2012.
- 14- الفهيدة محمد وآخرون، علاقة الشباب بالصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة قطر، كلية الآداب والعلوم، 2016.
- 15- مرسلني أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية. ط.4. 2010. الجزائر.
- 16- المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الاتصال، دار أسامة، عمان، الأردن، 2015.
- 17- المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
- 18- المقدادي خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، عمان، الأردن، 2013.
- 19- مكاوي حسن عماد، حسين السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.
- 20- مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
- ثالثا: الرسائل والمذكرات الجامعية
- 1- باهي وفاء، عيدي جهينة، الاتصال الاجتماعي في أوساط الطلبة في ظل استخدام "تيك توك"، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022/2021.
- 2- بن مريم أسماء، فريطس عائدة، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة الأخلاق لدى المراهقين، دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية هلال عبد الله بلغيموز، جيجل، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2018.

- 3- بورويس ليلي، بورويس رقية، استخدام تلاميذ الثانويات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة، دراسة على عينة من تلاميذ ثانويات جيجل، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2018.
- 4- حسن هارون علي نسبية، فاعلية الوسائط متعددة في توعية بمخاطر الادمان الالكتروني، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، كلية دراسات عليا، جامعة السودان، 2022.
- 5- حمي صحر، عوامل إقبال خريجي الجامعة على مراكز التكوين المهني، دراسة ميدانية في مركز التكوين المهني والتمهين بلعيد قاله، بطولقة، مذكرة ماستر في علم اجتماع التربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017/2016.
- 6- زعطوط نجاة، رقيبي صورية، استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2018.
- 7- زودة مبارك، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام-الثورة التونسية أنموذجا، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.
- 8- الصوافي عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي بمحافظة الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير في التربية، جامعة نزوى، 2015.
- 9- الصوافي عبد الحكيم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان، رسالة ماجستير منشورة، جامعة نزوى، 2015/2014.
- 10- عينو فتحية، الشباب الجامعي والفضائيات العربية، قناة mbc4 نموذجا دراسة في الاستخدامات والإشباعات على طلبة جامعة مستغانم، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2013.

- 11- قاسمية عطرة، قاسمية نور اليقين، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة، جامعة ورقلة، الجزائر، 2022/2021.
- 12- كاتب فارس، عقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2016.
- 13- لواتي ربيعة، الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة "الفايسبوك وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال سياسي واجتماعي، جامعة الجزائر 3، 2021/2020.
- 14- لونيس باديس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008.

رابعا: المقالات

- 1- بلعباس إبراهيم، صفوان حسيني عصام، الأبعاد التواصلية في ثقافة استخدام الهاتف النقال لدى الشباب الجزائري، قراءات في سوسيولوجيا التواصل الوسيلي، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية، مج8، ع02، 2022.
- 2- حسين ناصر حسين، ثقة الشباب الجامعي في المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الجامعة العراقية، كلية الإمام الكاظم، ع38، العراق، 2019.
- 3- رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، 2016.
- 4- علاونة حاتم سليم، سهى محمد، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفييس بوك والإشباعات المتحققة، دراسة على عينة من الصحفيين الأردنيين، مجلة المنارة، مج22، ع3، 2016.

5- غزالي محمد، خصوصية التوعية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة تحليلية في محتوى الدعوي للفيسبوك مدعمة بدراسة ميدانية على عينة من الشباب، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، جامعة النجاح الوطني، د. س.

6- قلاتي عبد الكريم، لواتي ربيعة، تمظهرات وتجليات الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة، دراسة تحليلية لمضامين صفحة جمعية "شباب الخير" على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، مجلة الاتصال والصحافة، مج6، ع1، الجزائر، 2019.

7- لولي حسبية، الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه، مجلة العربي، ع2، 2016.
خامسا: المواقع الإلكترونية

1- مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها / <http://knol.google.com/> تصفح يوم: 2023/03/15، الساعة: 21.00.

2- هذا هو عدد مستخدمي الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر عام 2023، 2023/05/29 على الساعة 13:11 <https://www.echoroukonline.com>

سادسا: المقابلات

1- جليلي عادل، رئيس مصلحة التمهين بمركز التكوين بونجار بن علي، مقابلة بتاريخ 18 أفريل 2023. الساعة 10.30.

2- قسوم مصطفى، أستاذ بمركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي، مقابلة بتاريخ 25 أفريل 2023 بمركز التكوين، الساعة: 10.30- 11.30 صباحا.

3- الكرشى محمد، مكلف بالإعلام والتوجيه بمركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي، مقابلة بتاريخ 27 أفريل 2023 بمركز التكوين، الساعة 10:30.

4- مقابلة مع رئيس مصلحة المقتصد بمركز التكوين المهني بونجار بن علي. بتاريخ 17 أفريل 2023. الساعة 10.00.

سابعا: وثائق

1- وثيقة رسمية من المؤسسة (مركز التكوين المهني والتمهين بونجار بن علي).

ثامنا: المواقع الأجنبية

1- <https://www.websiterating.com/ar/research/social-media-statistics-facts>.

الملاحق

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة حول الاتصال الاجتماعي ودوره في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، دراسة مسحية على عينة من المترشحين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمركز التكوين المهني بونجار بن علي – سيدي اعجاز غرداية، وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة في إنجاز هذه الدراسة من خلال الإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تتفق مع رأيكم علما أن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نشكر لكم مقدما لجهودكم وحسن تعاونكم.

إشراف الأستاذة:

د. فريجات نسبية

إعداد الطلبة (ة):

فاطمة حمي

أحمد شواش

الموسم الجامعي:

1443-1444هـ/2022-2023م

البيانات الديمغرافية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: 24-18 سنة 31-25 سنة 32 سنة فما فوق

نوع الدراسة: تكوين تمهيد

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بونجار بن علي

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركزكم بشكل

دائماً أحيانا نادرا

2- ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

الفيسبوك التويتر الانستغرام تلغرام اليوتيوب فاير أخرى أذكرها

3- عبر أي وسيلة تتصفح هذه المواقع؟

الهاتف اللوح الذكي الحاسوب الشخصي الحاسوب الثابت

4- ما هو متوسط استخدامك اليومي لهذه المواقع؟

أقل من 1سا من 1 سا- 2سا من 3 سا - 4سا من 5سا فما فوق

5- منذ متى وأنت تستخدم هذه المواقع؟

قبل التحاقني بالمركز منذ التحاقني بالمركز

6- ما هي الفترة المفضلة لتصفحك هذه المواقع؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية فترة الليل

7- ما هو المكان الذي تتصفح فيه مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز؟

البيت مقهى الانترنت مركز التكوين المهني

أماكن أخرى

8- هل تضع في حساباتك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

بياناتك الشخصية بيانات وهمية بيانات مختلطة

المحور الثاني: دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني بونجار بن علي والإشباعات المحققة منها

1- ما هي الأسباب التي تجعلك تهتم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز التكوين المهني؟

الحصول على الأخبار والمعلومات التواصل مع الأساتذة والمدرسين
التواصل مع زملاء الدراسة الترفيه والتسلية وقضاء الفراغ

2- ما هي خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي تدفعك لاستخدامها؟

سهولة الولوج توفير الوقت قلة التكلفة وتوفير الجهد سهولة الاتصال بالآخرين

3- هل تستخدم هذه المواقع لأنها تتميز بمعالجة محتواها:

بال تفصيل والتعمق للمواضيع بالسرعة في النشر باللاتزامنية في الرد والتفاعل
بانماذج عناصرها (النص، الصورة الثابتة والمتحركة والصوت...)

أخرى.....

4- ما طبيعة المحتوى الذي يدفعك لاستخدام ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمركز؟

مشاهدة الصور مشاهدة مقاطع الفيديو الدردشة قراءة المنشورات

أخرها أنكرها.....

5- ما نوع المحتوى الذي تفضل متابعته عبر هذه المواقع؟

خاص بالمركز فقط خاص بمجال التكوين المهني عموماً

6- هل يتم تحديث المحتويات بشكل:

يومي أسبوعي حسب الظروف

7- ما هو هدفك من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمركز؟

مهني تعليمي ترفيهي تواصل

8- حسب رأيك، هل تعتبر هذه المواقع المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالتكوين المهني؟

نعم لا

9- من بين الإشباعات التالية، ما الذي حققته من استخدامك لهذه المواقع؟

- عرفتني بمختلف التخصصات والأنشطة المتعلقة بالتكوين المهني
- جعلتني عنصرا مشاركا وفعالا في التوعية بأهمية التكوين المهني
- ساعدتني على الاتصال الدائم بزملائي في الدراسة وتبادل المعلومات الخاصة بالتكوين المهني
- ساهمت في تطوير مهاراتي وقدراتي المعرفية المتعلقة بالتكوين المهني
- ساهمت في بناء علاقات جيدة مع أساتذتي في مركز التكوين المهني
- أخرى

المحور الثالث: تقييم أفراد العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بأهمية التكوين المهني

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1- أرى أن استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة يستقطب الشباب نحو التكوين المهني أفضل من الوسائل التقليدية.			
2- أشجع على الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في مسيرة كل طالب في التكوين المهني.			
3- تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات حول دراستي في التكوين المهني.			
4- أفضل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل والمشاركة حول ما يخص مجال التكوين المهني.			
5- ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في رفع تحصيلي الدراسي أثناء الدراسة في التكوين المهني.			
6- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارات مراكز التكوين المهني يساهم في استمرار الاتصال مع الطلبة ومؤسسات التربص الميداني.			
7- لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التحاقني بالتكوين المهني.			
8- أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت نظرتي لعدد الأمور الخاصة بالتكوين المهني.			

الملحق رقم 02: الهيكل التنظيمي لمركز التكوين المهني بونجار بن علي _ سيدي اعجاز ،
غرداية

