



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون تيارت.
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة
مذكرة لنيل متطلبات شهادة ماستر الموسومة بـ:

الصفحات الفيسبوكية ودورها في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين الجزائريين

دراسة مسحية لعينة من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بجامعة تيارت، متبعي مضامين صفحة Article عبر الفيسبوك".

إشراف الأستاذة:

د. بلبلدية فتيحة نور الهدى.

من إعداد الطالبين:

قداري واضح.

زيات أمال

أعضاء لجنة المناقشة

الأعضاء	الرتبة	الصفة
د. سحاري عائشة	أستاذة مساعدة ب	رئيسا
د. بلبلدية فتيحة نور الهدى	أستاذة محاضرة ب	مشرفا ومقررا
د. جناد إبراهيم	أستاذ محاضر أ	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2023



شكر وتقدير

الحمد لله الذي نور بكتابه القلوب وأنزله في أوجز لفظ وأعجز أسلوب، فأعيت بلاغته البلغاء أبكمت فصاحته الخطباء وأعجزت حكمته الحكماء، فهو الحجة البالغة، والدلالة الدامغة والنعمة الباقية، والعصمة الواقية، وه والشفاء لما في الصدور والحكم العدل عند مشتبهات الأمور، ونشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له ونشهد أن محمدا عبده ورسوله.

أما بعد :

أتوجه بالشكر والحمد والثناء أولا وأخيرا إلى الجلي العظيم خالق السماوات والأرض الذي أهدانا نعمة البصر والبصيرة ووقفنا في دروب دراستنا وأنار لنا طريق العلم.

ثم نتقدم بالشكر إلى الدكتورة " بلبليدية فتيحة نور الهدى " التي أمدتنا بيد العون ومنحتنا الثقة لإتمام هذا العمل.

كما نتقدم بالشكر إلى الأساتذة الكرام الذين رافقونا في مشوارنا الدراسي.

كما نتقدم بجزيل الشكر الى كل من ساهم في هذا البحث العلمي من قريب أو من بعيد

إهداء

اهدي بحشي المتواضع إلى الوالدين الكريمين، أطال الله في عمرهما، اللذان أدين لهما بكل الامتنان، الشكر والعرفان.

إلى صاحبة الوجه الطيب والقلب الحنون: **جدتي الغالية.**

إلى من ساندي وعلمني أن العلم والمعرفة سلاح ولم يبخل علي بشيء: **خالي العزيز احمد،**
والى رفيقة دربه صاحبة القلب الطيب، التي كانت الأم والأخت: **زوجته العزيزة** والى جميع أفراد عائلته.

إلى إخوتي الأعزاء: **بشير، مصطفى، فتحى.**

إلى أخواتي العزيزات وجميع أفراد عائلتهن.

إلى نبض قلبي.. **زوجتي الحبيبة.**

إلى براعم العائلة: **محمد، أسيل، نور الهدى والكتكوتة فاطمة فردوس.**

إلى إخواني في العمل: **قادة، محمد، الناصر** وجميع أفراد عائلتهم.

إلى كافة موظفي وعمال مدرسة ابن سينا- تاخرزة-

إلى كافة زملاء وزميلات الدراسة.

إلى كل من كان لي عوناً.

اهدي ثمرة عملي المتواضع.

(واضح)

اهداء

الى من افضلها على نفسي امي الحبيبة.

الى الوجه الطيب والافعال الحسنة والدي العزيز.

الى حبيب قلبي وفلذة كبدي ابني رسيم

الى اخوتي الأعزاء.

(امال)

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا هذه إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين وإبراز مدى تفاعل هذه الفئة وحجم التواصل بينها، كما تسعى هذه الدراسة أيضا للكشف عن مختلف الاشباع التي تحققها العينة المبحوثة من خلال استخدامها لهذه الصفحات، معززة اتصالها الأكاديمي، وسعيا منها لتحسين تحصيل وتبادل للمعارف الأفكار، المعلومات والآراء ذات الطابع العلمي، وكذا دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لهذه الصفحات الفيسبوكية ولمعالجة هذا الموضوع قمنا بصياغة اشكالتنا انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين طلبة الماجستير الجزائريين؟

ولالإمام بدراستنا هذه وتحقيق أهدافها اعتمدنا منهج المسح الاجتماعي واستخدمنا أداتي الملاحظة في دراستنا الأولية بالإضافة إلى الاستبيان كأداة أساسية للحصول على المعلومات من عينة الدراسة. وزعت هذه الأخيرة على عينة بلغ حجمها 61 مبحوث وللتوضيح قمنا بانتقاء طلبة جامعة ابن خلدون تيارت وتحديدًا متتبعي الصفحة الفيسبوكية Article، فعينتنا قصديه، وتمت معالجة البيانات الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS وخلصت دراستنا هذه إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- 59% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة ومستمرة

- غالبية الطلبة يستخدمون الفيسبوك للحصول على أخبار جديدة وملء لأوقات الفراغ

- أغلب الطلبة الذين يتابعون مضامين الصفحة الأكاديمية ARTICLE يحققون اشباعا علمية ومعرفية .

الكلمات المفتاحية:الاتصال الأكاديمي،مواقع التواصل الاجتماعي،الفيسبوك،الطلبة الجامعيين.

Summary of the study:

Our study aims to identify the role that Facebook pages play in enhancing academic communication between Algerian university students and highlight the extent of interaction and communication between this category. This study also seeks to reveal the various rumors achieved by the sample through the use of these Facebook pages, thereby enhancing their academic communication, and in an effort to improve Collecting and exchanging knowledge, ideas, information and opinions of a scientific nature, as well as the motives of university students use these Facebook pages and to address this issue we have formulated our problem based on the following main question:

What is the role of Facebook pages in promoting academic communication among Algerian university students?

To learn about this study and achieve its objectives, we adopted the Social Survey approach and used the observation tools in our initial study as well as the questionnaire as a basic tool to obtain information from the sample of the study. The latter was distributed to a sample size of 70 research and for clarification we selected the students of Ibn Khaldun Tiaret University, specifically the followers of the Facebook page article, our sample was intended, and the data was processed based on the statistical analysis program SPSS :

- 59% of respondents use Facebook permanently.
- The majority of students use Facebook to get serious news and fill their free time

•The majority of students who follow the academic page find socialization and choose topics related to academic discussions.

Keywords:

Academic communication, Social networkingsites, Facebook, University students

فهرس المحتويات

الشكر	
الإهداء	
ملخص الدراسة	
مقدمة	
الإطار المنهجي	
5	إشكالية الدراسة
6	فرضيات الدراسة
6	أهمية الدراسة
7	أهداف الدراسة
7	أسباب اختيار الموضوع
8	المنهج المعتمد
10	مجتمع البحث والدراسة
11	أدوات الدراسة ، الملاحظة ، الاستبيان
14	الدراسة السيكمترية للدراسة، الحدود الزمنية والمكانية
15	مصطلحات الدراسة
19	الدراسات السابقة
27	الخلفية النظرية للدراسة
الإطار النظري	
الفصل الأول الانترنت والشبكات الاجتماعية	
43	تمهيد

43	المبحث الأول: الانترنت ،المفهوم والنشأة
43	المطلب الأول: مفهوم الإنترنت
44	المطلب الثاني: نشأة الإنترنت وتطورها التاريخي
44	اولا الإنترنت بشكل عام
45	ثانيا: خصائص الانترنت
49	ثالثا: أهمية الانترنت
50	رابعا: وظائف الانترنت
53	المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي
53	المطلب الأول: الشبكات الاجتماعي ، إيجابياتها وسلبياتها ومميزاتها التعليمية
53	مفهوم الشبكات الاجتماعية
54	اهم ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي
55	سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
56	مميزات مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التعليم
58	المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، خصائصه ودوافع استخدامه
58	أولا: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
60	ثانيا: الفيسبوك ،خصائصه ودوافع استخدامه
61	خصائص الفيسبوك
62	دوافع استخدام الفيسبوك
66	خلاصة الفصل
الفصل الثاني الاتصال الأكاديمي	

68	تمهيد
68	المبحث الأول : الاتصال من التعريف إلى الأهداف
68	المطلب الأول:نشأة الاتصال ،مفهومه ،وعناصره
68	أولا :نشأة الاتصال
70	ثانيا : مفهوم الاتصال
73	ثالثا : عناصر الاتصال
76	المطلب الثالث: خصائص الاتصال ومعيقاته
76	خصائص الاتصال
78	المطلب الثاني:وظائف الاتصال وأهدافه
78	أولا :وظائف الاتصال
79	ثانيا :أهداف الاتصال
80	المطلب الثالث: خصائص الاتصال ومعيقاته
80	أولا: خصائص الاتصال
82	ثانيا:معوقات الاتصال
84	المبحث الثاني: الاتصال الأكاديمي
84	المطلب الأول:مفهم الاتصال الأكاديمي،أهميته، مهاراته، وأنواعه
84	أولا:تعريف الاتصال الأكاديمي
85	ثانيا:أهمية الاتصال الأكاديمي
86	ثالثا :مهارات الاتصال الأكاديمي
87	رابعا :أنواع الاتصال الأكاديمي

88	المطلب الثاني : أشكال الاتصال الأكاديمي و دوافع الاتصال في البيئة الأكاديمية
88	أولا : أشكال الأكاديمي
90	ثانيا : دوافع الاتصال في البيئة الأكاديمية
92	المطلب الثالث:الاتصال الأكاديمي في البيئة الالكترونية ،استخدام التكنولوجيا في التعليم الأكاديمي ومعيقات الاتصال الأكاديمي.
92	أولا :الاتصال الأكاديمي في البيئة التكنولوجية
93	ثانيا :استخدام تكنولوجيا الاتصال في التعليم والبحث الأكاديمي
94	ثالثا :معيقات الاتصال الأكاديمي
95	خلاصة الفصل
الإطار التطبيقي	
97	تمهيد
97	المحور الأول: خصائص العينة
109	المحور الثاني :دوافع استخدام الفيسبوك
117	المحور الثالث : الاشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك
138	نتائج الدراسة
140	نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
خاتمة	
الملاحق	
المراجع والمصادر	

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول

97	ييين توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	الجدول رقم 01
98	ييين توزيع افراد العينة حسب متغير السن	الجدول رقم 02
99	ييين توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص	الجدول رقم 03
99	ييين توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	الجدول رقم 04
100	ييين توزيع افراد العينة حسب متغير هل انت	الجدول رقم 05
101	ييين توزيع افراد العينة حسب متغير السكن	الجدول رقم 06
101	ييين توزيع افراد العينة حسب امتلاك حساب فيسبوك	الجدول رقم 07
102	ييين توزيع افراد العينة حسب المدة التي تقضى في تصفح الفيسبوك	الجدول رقم 08
103	ييين توزيع افراد العينة حسب الاماكن التي يستخدم فيها الفيسبوك	الجدول رقم 09
104	ييين توزيع افراد العينة حسب اكثر الفترات التي يستخدم فيها الفيسبوك	الجدول رقم 10
105	ييين توزيع افراد العينة حسب نوع الاسم الذي يستخدم به الفيسبوك	الجدول رقم 11
106	ييين توزيع افراد العينة حسب صفة استخدام الفيسبوك	الجدول رقم 12
107	ييين توزيع افراد العينة حسب تقييم استخدام الفيسبوك كعامل مساعد في تحسين المستوى العلمي	الجدول رقم 13
108	ييين توزيع افراد العينة حسب امكانية الاستغناء عن الفيسبوك في الوسط الجامعي.	الجدول رقم 14
109	ييين توزيع افراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك	الجدول رقم 15
110	ييين توزيع افراد العينة حسب التفاعل مع المنشورات العلمية عبر الفيسبوك	الجدول رقم 16
111	ييين توزيع افراد العينة حسب ما يوفره الفيسبوك من بحث في المجال العلمي	الجدول رقم 17

112	يبين توزيع افراد العينة حسب استخدامات الصفحات الفيسبوكية وتسهيلا تما لمعرفة الجديد العلمي	الجدول رقم 18
113	يبين توزيع افراد العينة حسب نوع الجديد العلمي, الذي تسهله الصفحات الفيسبوكية	الجدول رقم 19
114	يبين توزيع افراد العينة حسب تقييم التفاعل مع المواضيع ذات الطابع العلمي على الفيسبوك	الجدول رقم 20
115	يبين توزيع افراد العينة حسب متابعة الصفحات الفيسبوكية ذات الطابع العلمي ودورها في تنمية القدرات البحثي	الجدول رقم 21
116	يبين توزيع افراد العينة حسب نوع المواضيع التي يتم تناولها في صفحة Article	الجدول رقم 22
117	يبين توزيع افراد العينة حسب طبيعة الصفحات الفيسبوكية التي تفضل تصفحها	الجدول رقم 23
118	يبين توزيع افراد العينة حسب قدرة تمكين الصفحات الفيسبوكية الاكاديمية من التعبير عن الآراء البحثية	الجدول رقم 24
119	يبين توزيع افراد العينة حسب العوائق التي يواجهها المتصفح للصفحات الفيسبوكية الاكاديمية والتي تعرقل التعبير عن الاراء البحثية	الجدول رقم 25
120	يبين توزيع افراد العينة حسب المواضيع التي تثير الاهتمام في صفحة Article	الجدول رقم 26
121	يبين توزيع افراد العينة حسب ما تحققه محتويات الصفحة الفيسوكية Article من اشباعات معرفية.	الجدول رقم 27
122	يبين توزيع افراد العينة حسب الإشباعات التي تحققها متابعة صفحة Article	الجدول رقم 28
123	يبين توزيع افراد العينة حسب درجة الوثوق بصحة المضامين العلمية التي تقدمها صفحة Article في المجال الاكاديمي	الجدول رقم 29
124	يبين علاقة الجنس و تمكين الصفحات الفيسبوكية من التعبير عن الآراء البحثية	الجدول رقم 30

126	يبين العلاقة بين التخصص و العوائق التي يواجهها المتصفح للصفحات الفيسبوكية الاكاديمية عند التعبير عن الآراء البحثية	الجدول رقم 31
128	يبين العلاقة بين المدة التي يتم قضاؤها في تصفح الفيسبوك وما تحققه محتويات الصفحة الفيسبوكية Article من اشباعات معرفية.	الجدول رقم 32
130	يبين العلاقة بين الفترات الاكثر استخداما للفيسبوك و الاشباعات العلمية التي تحققها متابعة صفحة Article	الجدول رقم 33
132	يبين العلاقة صفة تصفح الفيسبوك و المواضيع التي تثير الاهتمام على صفحة Article	جدول رقم 34
134	يبين العلاقة بين التخصص العلمي و ما يوفره الفيسبوك من جديد علمي	الجدول رقم 35
135	يبين العلاقة بين الجنس و استخداماته للصفحات الفيسبوكية و تسهيلاتا لمعرفة الجديد العلمي .	الجدول رقم 36
137	يبين العلاقة بين المستوى الجامعي ونوع الجديد العلمي الذي توفره الصفحات الفيسبوكية	الجدول رقم 37

فهرس الأشكال

34	نموذج كاتز بلومر للاستخدامات والاشباعات.	الشكل رقم (01)
36	نموذج روز نجرين Rosengre 1974 للاستخدامات والإشباعات.	الشكل رقم (02)

مقدمة

مقدمة:

عرف الربع الأخير من القرن العشرين تطورات كبيرة خاصة في المجال الرقمي مستفيدة من التقدم والانتشار الواسع لشبكة المعلومات، الأمر الذي ألقى بظلاله على النمط المعيشي الأساسي اجتماعيا، ثقافيا واقتصاديا، حيث وفرت شبكة الانترنت خدمات لا تحصى للإنسانية فسمحت للأفراد داخل مجتمعاتهم وخارجها بالتواصل والتفاعل فيما بينهم عبر أنحاء المعمورة، فألغت بذلك الحدود المكانية والزمانية وأصبح العالم قرية كونية واحدة ما أسماه مارشال ماكلوهان بالقرية الكونية.

وأحدثت ثورة التكنولوجيا والمعلومات تحولا كبيرا في العالم، وانتقلت المجتمعات من الطابع الصناعي إلى الطابع المعلوماتي خاصة في مجال الاتصال. ويظهر الوسائط الجديدة وخصائصها الاتصالية المذهلة خاصة خدمات الجيل الرابع للإنترنت والتطبيقات الحديثة المرافقة له تغيرت المعاملات اليومية من النمط التقليدي إلى النمط الرقمي، وهو ما سمح بتكوين مجتمعات افتراضية تسهل عملية التواصل بين الأطراف الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر، انستغرام... فيسبوك على اختلاف جنسهم سنهم ومستواهم التعليمي. هذا ويبقى الفيسبوك الأهم والأكثر استخداما وانتشارا لما له من مميزات وخصائص، إضافة إلى مساهمته الفعالة في تكوين العلاقات بين مستخدميها وإتاحة فرصة التواصل والتفاعل مع بعضهم.

ولا تتوقف أهمية الفيسبوك إلى هذا الحد، بل امتدت إلى الجانب العلمي من خلال المجموعات ذات الطابع الأكاديمي عبر هذا الموقع الذي أصبح بذلك شريكا فعالا غير رسميا للمؤسسات الجامعية باعتبارها أهم مؤسسات المجتمع والعصب المحرك له، من خلال ما تقدمه من فكر وصقل للمعارف التي تتخرج منها سنويا وأضحى القلب النابض لها ومصدر القوة الذي يضمن تطورها وبقائها.



والحديث عن الجامعة يفرض علينا التطرق إلى مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيسبوك خاصة في الاتصال الأكاديمي بين الأكاديميين والطلبة الجامعيين، من خلال عملية نقل وتبادل للمعارف، الأفكار والآراء وكذا التفاعل بينهم، وبذلك تنمية مهاراتهم وقدراتهم.

انطلاقاً من هذا جاءت دراستنا لمعرفة دور الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين الجزائريين، ومعرفة عادات وأنماط ودوافع استخدام هذه الفئة لهذه الصفحات، إضافة إلى مدى تحقيق الطلبة لاشباعاتهم ورغباتهم، ومحاولين التعمق في هذا المجال (الاتصال الأكاديمي) المعروف بنقصه الفادح في الدراسات. وهي دراسة وصفية تحليلية لعين من الطلبة الجامعيين مستخدمي موقع الفيسبوك.

ولدراسة هذا الموضوع اعتمدنا على ثلاثة اطر أساسية: أولها الإطار المنهجي واحتوى على:

إشكالية الدراسة متضمنة التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، بالإضافة إلى صياغة الفرضيات، وإبراز أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المنهج المتبع وأدوات الدراسة، هذا وعرجنا على بعض الدراسات السابقة مع التعريف بمصطلحات الدراسة وكذا الخلفية النظرية للدراسة، أما عن الجانب النظري فجاء بفصلين: الفصل الأول مبحثين، والمبحث إلى مطلبين، فقد تناولنا في الفصل الأول الانترنت والشبكات الاجتماعية، أما الفصل الثاني فخصصناه للاتصال الأكاديمي. أما الإطار التطبيقي فقد احتوى على إجراءات ميدانية بداية من اختيار المنهج فالأداة البحثية المناسبة (الاستبيان) فقد تطرقنا فيه إلى ثلاثة محاور حيث يتضمن المحور الأول عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع فيسبوك، والمحور الثاني دوافع استخدامهم للفيسبوك، أما المحور الثالث فتناولنا فيه الاشباعات المحققة من متابعة الطلبة الجامعيين للصفحة الأكاديمية **Article**، وكل هذه المحاور تضمنت تحليلاً كمياً وكيفياً لمعطيات الدراسة، وبعدها قمنا بتحليل البيانات المحصل عليها باعتماد على المعاملات الإحصائية التي تتماشى وطبيعة الدراسة من أجل تفسير النتائج وإسقاطها على الخلفية النظرية المتبناة في هذه

الدراسة، وتوصلنا إلى جملة من النتائج التي أجابت لنا عن التساؤل الرئيسي الذي انطلقت منه الدراسة وكذا الفرضيات.

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة:

مما لاشك فيه أن الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم مع نهاية القرن العشرين، وبداية القرن الواحد العشرين، جعلت منه قرية صغيرة، وهو الطرح الذي جاء به العالم الكندي مارشال ماكلوهان عام 1967 القرية الكونية في نظرية الحتمية التكنولوجية، وبما أن الفرد اجتماعي بطبعه فإنه يسعى دوما للتواصل لإشباع حاجياته وتلبية رغباته خاصة مع التطور التكنولوجي الحاصل الذي شهده ميدان الإعلام والاتصال، إذسمح هذا الأخير لجمهوره بمتابعة كل المستجدات وعلى مختلف الأصعدة ومن مكائهم دون الحاجة إلى التنقل أو بذل جهد، ودون الأخذ بعين الاعتبار الظروف الصحية أو الاجتماعية أو غيرها، كما وفرت الشبكة العنكبوتية منذ ظهورها خدمات لا تحصى للإنسانية ولعل الجانب الاتصال أبرزها، حيث سمح للأفراد داخل مجتمعاتهم وخارجها بتبادل الآراء الأفكار، والخبرات والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها فيسبوك تويتر وانستغرام والتي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية لدى الفرد حول مواضيع كانت في وقت ليس بالبعيد ضربا من الخيال، بعيدة كل البعد عن الواقع المعاش والمتفق عليه لدى العام والخاص أن الوسط الجامعي هو ميدان للمعارف والآراء والمواقف وتشكل نخب المجتمع وقادة الرأي، وبذلك كان للصفحات الفيسبوكية الدور الفعال تقارب جموع الأكاديميين بالرغم من اتساع الرقعة الجغرافية وعلى امتداد المسافات، فهي ألغت الحدود والزمانية والمكانية، وأعطت أيضا دفعا قويا بين مختلف أوساط الطلبة الجامعيين وسهلت عملية تواصلهم في جو علمي معرفي أكاديمي بحت، ليس هذا فحسب، بل ان الحديث عن الاتصال الأكاديمي يحتم علينا الحديث عن الفضاء الجامعي ومؤسسات التعليم العالي المنتشرة في كافة أنحاء الوطن، ودورها في التحصيل العلمي للطلبة الجامعيين وإطارات قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، الذين استثمروا معارفهم ومكتسباتهم المحصلة من خلال مشاركته عبر الصفحات الفيسبوكية لزيادة حجم تفاعل مشتركها، إضافة إلى ماسبق ذكره، سنحاول من خلال مذكرتنا التطرق الى الدور الذي تلعبه الصفحة

الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هو دور الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

وتمخض عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الفيسبوكية؟

2- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الفيسبوكية؟

3- ما هي الاشباعات المتحققة لطلبة جامعة ابن خلدون من استخدامهم لصفحة Article الأكاديمية؟

فرضيات الدراسة:

تعد صياغة الفرضية خطوة أساسية وهامة في تنفيذ الدراسات والبحوث العلمية، سواء من الناحية المنهجية أو النظرية ، كونها تساعد الباحث في تحديد تخصص ومجال الدراسة ، والكشف عن الأسباب وراء حدوث الظواهر بالاعتماد على الاختبار والفحص وفق تفكير الباحث المتعمق بعيدا عن العشوائية في تفسير العلاقة بين المتغيرات وجاءت فرضيات دراستنا كالتالي:

1- يستخدم جمهور الطلبة الفيسبوك بشكل دائم ومستمر.

2- الدافع وراء استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الفيسبوكية هو الحصول على المعلومات.

3- يحقق الطلبة مستخدمو الفيسبوك متصفحو صفحة Article اشباعات وعلمية ومعرفية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع محل الدراسة والبحث والمتمثل في الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين الجزائريين، وإقبالهم على الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي، مستغلين خدمات الجيل الرابع وما توفره من سرعة في الاتصال وتبادل المعلومات والمعارف بين مشتركين هذه الصفحات في ظل الانتشار الرهيب

للهواتف الذكية واللوحات الرقمية، الأمر الذي زاد من رغبتنا في معرفة مدى مساهمة الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين.

أهداف الدراسة :

تهدف دراستنا البحثية هذه إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نذكرها على النحو التالي :

- 1-الوقوف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك .
- 2-التعرف على الاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من استخدام الصفحات الفيسبوكية.
- 3-معرفة الدوافع الحقيقية من وراء استخدام الطلبة للصفحات الفيسبوكية.
- 4-تحديد المواضيع الرئيسية التي تجلب اهتمام الطلبة من خلال تصفحهم للصفحات الفيسبوكية.
- 5-تقديم معلومات علمية حول الاتصال الأكاديمي بين الطلبة عبر الصفحات الفيسبوكية.

أسباب اختيار الموضوع:

لعل من أصعب المحطات التي تعترض طريق أي باحث هي اختياره لموضوع جدير بالدراسة، ويقدم من خلاله إضافة نوعية في و معارف علمية جديدة في مجال البحث العلمي عامة و الاتصال على وجه الخصوص.

الأسباب الموضوعية:

- ما تحمله الصفحات الفيسبوكية من أنماط تعزز التحصيل الأكاديمي للطلاب الجامعي احد اهم أسباب اختيارنا لهذا الموضوع.

- حداثة موضوع الدراسة كونه موضوع الساعة وقليل التناول. - الانتشار الهائل للصفحات الفيسبوكية والإقبال الواسع للطلبة الجامعيين على استخدامها لتعزيز اتصاهاهم الأكاديمي.

- ثراء المضامين التي تقدمها الصفحات الفيسبوكية ومدى إشباعها لرغبات الطلبة الجامعيين.

- ما تحمله الصفحات الفيسبوكية من أنماط تعزز التحصيل الأكاديمي للطلاب الجامعي احد أهم أسباب اختيارنا لهذا الموضوع.

الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة المواضيع المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال الجديدة.
- السعي إلى الكشف عن الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك بين الطلبة الجامعيين.

منهج الدراسة :

يحتاج الباحث للقيام بدراسة علمية أكاديمية الاعتماد على منهج علمي، والذي يعتبر خطوة مهمة من خطوات البحث العلمي، وهو مجموعة من الوسائل والطرائق المنظمة والمرتبطة بغية الوصول إلى حقائق واكتشافات ودراسات جديدة.

مفهوم المنهج:

لغة: المنهج في اللغة العربية هو الطريق المستقيم بصحيح السير فيه إلى غاية مقصودة بسهولة ويسر، وبهذا الأصل

جرى استعمال لفظ المنهج لتعني بوجه عام "وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة" نهج نهمجا اتخذ منهجا أو طريقا

للوصول إلى غاية وخير مفتتح لورود اللفظ في تراثنا قوله تعالى: "لكل جعلنا لكم شرعة ومنهاجا"¹

أما ديكارت فعرف المنهج على انه قواعد وثيقة سهلة تمنع مراعاتها الدقيقة من أن يؤخذ الباطل على

انه حق، وتبلغ النفس إلى المعرفة الصحيحة بكل الأشياء التي تستطيع إدراكها دون أن نضيع في جهود غير

نافعة، بل وهي تزيد فيما للنفس من علم بالتدرج.²

وقد عرفت جماعة "بور-روايال" المنهج بأنه فن الترتيب والتنظيم الصحيح لمجموعة من الأفكار للكشف

¹ القرآن الكريم، سورة المائدة الاية 38

² ريني ديكارت، مقال عن المنهج، ط1، ترجمة محمود محمد الحضري، راجعها وقدم لها الدكتور محمد مصطفى حلمي، دار الكتاب والنشر، القاهرة، 1968، ص48.

عن الحقيقة أو البرهنة عليها.¹

وقد عرف الدكتور ماهر أبو المعاطي علي المنهج: بالطريقة أو الكيفية أو الأسلوب الرئيسي الذي يتبعه الباحث لدراسة أي ظاهرة أو مشكلة بحثية للكشف عن الحقائق العلمية من خلال عمليات قلية للوصول إلى نتيجة معلومة تتمثل في الإجابة عن تساؤلات البحث أو التحقق من الفرض الذي بدا به.²

ونظرا لطبيعة الدراسة المتمثلة في التعرف على دور الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين فان المنهج الأكثر تناسبا مع هكذا نوع من الدراسات، هو منهج المسح الاجتماعي.

مفهوم منهج المسح الاجتماعي:

كلمة مسح مستعارة من العلوم الطبيعية، فكما تمسح الأرض للتعرف على مساحتها وخصائصها تمسح الظاهرة الاجتماعية للتعرف على طبيعتها وخصائصها، ويعتبر ويليز Wells من أوائل من عرفوا المسح الاجتماعي، حيث يقول " المسح هو دراسة تستهدف اكتشاف الحقائق التي تتصل أساسا بحالة الفقر التي تعيشها الطبقة العاملة وبطبيعة المجتمع والمشكلات التي يعاني منها."³

ويرى هويتي ان المسح الاجتماعي هو محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي او جماعة او بيئة معينة، وهو ينصب على الموقف الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما انه يهدف للوصول الى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميقها وذلك للاستفادة منها في المستقبل، خاصة في الأغراض العملية.⁴

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

¹ حنان فضي، محمد لاهلي، في المنهج، ط1، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، المغرب، 2015، ص06.

² ماهر أبو المعاطي علي، الاتجاهات الحديثة في البحوث الكمية والبحاث الكيفية ودراسات الخدمة الاجتماعية، ط1، جامعة حلوان سابقا، يناير 2014، ص179.

³ فارس رشيد البياني، الحاوي في مناهج البحث العلمي، ط1، دار السواقي العلمية، المملكة الاردنية، 1439هـ-2018م، ص93.

⁴ فارس رشيد البياني، الحاوي في مناهج البحث العلمي مرجع سبق ذكره. ص93.

إن الوصول إلى أي بحث علمي لدرجة القبول وقابلية الدراسة يحتم على الباحث تحديد مجتمع البحث المراد فحصه. وإجراء الدراسة عليه مع مراعاة الحدود المكانية والزمنية.

ويشير مصطلح **مجتمع البحث** بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو هو جميع الأفراد

أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.¹

كما يعرف مجتمع البحث في الكثير من أدبيات البحث العلمي، إلى مجموعة الوحدات التي يمكن أن يتعامل معها الباحث في سبيل جمع البيانات البحثية، وهو بذلك تعبيراً عن كتلة ليست محصورة ومحددة بالضرورة من حيث عدد أو أسماء وحداتها، لكنها محددة من حيث توفرها على سمات ومعايير عامة ومشاركة يركز عليها الباحث في بناء المقاييس الأولية لإطار المعاينة.²

ومجتمع البحث الذي حددناه في دراستنا، يتمثل في طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون - تيارت - الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيسبوك ،

عينة البحث:

و اختيار العينات في البحوث العلمية من أهم مراحل البحث العلمي، لأنها خطوة لا يمكن تجاهلها وإغفالها وهذا نظراً لأهميتها، فهي معيار لموضوعية ومصداقية الدراسة ويتم اختيارها بطريقة علمية حتى يتمكن الباحث من إجراء الدراسة عليها والخروج بنتائج تجيب على أهداف لدراسة، تساؤلاتها وحتى فرضياتها.

ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس، كايد عبد الحق، **البحث العلمي**، مفهومه وأدواته وأساليبه، 1984، ص109
² سعد الحاج بن جنخل، **العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة**، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان 1440-2019، ص17.

فالعينة هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات، وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى انه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على ان تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسة. فالعينة اذن هي جزء معين او نسبة معينة من افراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم النتائج الدراسة على المجتمع كله.¹

ويعرف **موريس أنجوس** العينة بأنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث، كما أنها ذلك النوع من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.²

والعينة التي اخترناها في دراستنا هي العينة القصدية لأن هذه العينة تحقق أغراض الدراسة، ولأننا نختار الأفراد المبحوثين عمدا وقصدا بعيدا عن العشوائية، مراعين في ذلك عامل الوقت، واشتملت العينة جميع طلبة الماجستير المزاولين لدراساتهم بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص ع وعلم المكتبات. وقد قدر عدد افراد العينة ب70 مفردة وزعت عليهم استمارة الدراسة في حدود الإمكانيات المتاحة، وتم استرجاع 61 استمارة قابلة للدراسة.

أدوات الدراسة:

إن اختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات والمعلومات أمر ضروري يجب توظيفه في البحوث والدراسات العلمية، والتي تسمح بالإجابة عن تساؤلات الدراسة التي سطرها الباحث قصد حصوله على بيانات المبحوثين وإثراء بحثه.

الملاحظة:

إن الملاحظة العلمية تسمح لما لها من جاذبية، باكتشاف وفهم بعض جوانب الظواهر التي مازالت إلى حد الآن مبهمة والتي كانت في البداية خالية من أية فائدة.

¹ رشيد زرواتي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 1425هـ/2004م، ص181.

² درة محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية مؤسسة كنوزا للحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، المجلد/العدد ع9، ص313.

فالملاحظة هي فعل فحص الظاهرة بكل اهتمام وعناية.¹

استخدمنا الملاحظة باعتبارها أداة مهمة في الدراسة الاستطلاعية، لمعرفة إمكانية إجراء الدراسة من عدمها.

واستخدمنا استمارة الاستبيان والتي هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة الهادفة الموجهة إلى المبحوثين

قصد الحصول على البيانات المطلوبة في الدراسة.

الاستبيان :

تعد استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا في البحوث الاجتماعية، هذا ما يدفع

الباحث إلى بذل الجهد من أجل صياغة استمارة البحث بصورة تؤدي إلى تقنية أهداف الدراسة.

فمصطلح الاستبيان يشير إلى أداة لجمع البيانات، وهي عبارة عن استمارة بحث ويعرفه فاخر عاقل أنها

"أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي وهي مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل إلى

الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء وتضم عددا من الأسئلة يطلب من

المبحوث أن يجيب عنها بنفسه، وفي بعض الأحيان ترسل هذه القائمة من الأسئلة عن طريق البريد وتسمى في

هذه الحالة بالاستبانة البريدية.²

وتعرف أيضا بأنها سلسلة من الأسئلة يصبغها الباحث بعناية فائقة، وتختلف الاستبيانات من حيث

الحجم، الشكل، المضمون والهدف والتنظيم فيما توجد استبيانات من عدة صفحات يصمم بعض الباحثين

استبيانات تزيد عن عشر صفحات، بعضها مطبوع والبعض الآخر مكتوب باليد على ورق ابيض وملون، وتوزع

بالبريد العادي والالكتروني أو شخصيا أو تنشر في الصحف أو تمكن هاتفيا، أو تذاع في الإذاعة أو تعرض على

¹موريس انجس، تر بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة للنشر الجزائر 2004-

2005، ص.28

²محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة النور 2020، ص.56.

التلفزيون وتستخدم لأغراض تحديد رغبات المستهلكين أو قياس انطباعات الطلاب وأولياء الأمور ومختلف فئات المجتمع.¹

وهذه الأداة تمر بمراحل بدءا بتحديد إطار البيانات ونوعها ثم نحدد نوع الاستمارة ونوع الأسئلة المطلوبة، ثم اعداد الاستمارة في صورتها الأولية ليتم عرضها على أساتذة مختصين قصد تحكيمها، وفي الأخير يتم تقديمها في صورتها النهائية لتشمل:

-البيانات الشخصية

-المحور الأول:الذي يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تهدف الى الكشف عن عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعين لموقع فيسبوك.

-المحور الثاني:يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تهدف الى الكشف عن دوافع استخدام الطلبة الجامعين للفيسبوك.

المحور الثالث: الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة التي تكشف الاشباع المحققة لدى الطلبة الجامعين من متابعة الصفحة الاكاديمية Article.

الشروط السيكومترية للأداة:

أولا :حساب الصدق:

بالاعتماد على معاملات إحصائية وتحديد معادلة لوشي لحساب الصدق الظاهري(صدق المحكمين):تم عرض استمارة استبيان على الأستاذة المشرفة وبعدها تم توزيعها على مجموعة من الأساتذة في تخصصات مختلفة، لكن في ميدان علوم الإعلام والاتصال لإبداء آراءهم حول مضمون الاستبيان في نسخته النهائية لتوزيعه على العينة المبحوثة .

¹.عبد الرشيد بن عبد العزيز،البحث العلمي ResearchFundamental ص66،67.

الأستاذ: جناد ابراهيم أستاذ محاضر أ بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بجامعة ابن خلدون تيارت.

الأستاذ: موسى بن عودة محاضر أ بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بجامعة ابن خلدون تيارت.

الأستاذ: بلحميتي مهدي أستاذ بقسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات بجامعة ابن خلدون تيارت.

وتحصلنا على قيمة 0.70 وهي قيمة أكبر من 0.05، وعليه بنود الاستبيان صادقة وصالحة لقياس ما أعدت لأجله.

ثانيا: الثبات:

تم حساب معامل الثبات من خلال معادلة ألفا كورن باخ وتوصلنا على قيمة 0.67 وهي نسبة كافية لأغراض الدراسة.

الحدود الزمنية للدراسة:

الحدود الزمنية لدراستنا هذه يمكن تحديدها من تاريخ اختيارنا للموضوع وقيامنا بالدراسة الاستطلاعية للتأكد من إمكانية إجراء الدراسة ميدانيا، وهذا من شهر نوفمبر 2022، ام عن مدة جمع المادة العلمية فكان طيلة اجرائنا لهذه الدراسة، اما عن الجانب التطبيقي فقد تم خلال شهر يمارس 2023 الى غاية شهر ماي من نفس السنة، وتخللت هذه الفترة مرحلة اعداد استمارة الاستبيان والقيام بالإجراءات المنهجية الخاصة بها وصولا الى مرحلة التوزيع النهائي.

الحدود المكانية للدراسة: جامعة ابن خلدون تيارت.

الحدود البشرية للدراسة: طلبة جامعة ابن خلدون تيارت، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

مصطلحات الدراسة:

الاتصال الأكاديمي:

هو إحدى قنوات الاتصال التي تساعد في عمليات تفاعل الطلبة والأساتذة مع مدخلات التعلم وتحسن من مخرجاته، وهذا سر قوته كعنصر أساسي مطلوب لتمتين روابط العلاقات البيداغوجية الناجحة، التي تقوم على أساس التواصل المفتوح والصادق.¹

التعريف الإجرائي:

هي عملية الاتصال التي تتم بين بين طلبة الماستر بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ابن حلدون- تيارت- المسجلين بالجامعة، عبر قنوات الاتصال المتاحة سواء محاضرة انترنت أو غيرها في بيئة اتصالية علمية.

مواقع التواصل الاجتماعي:

عرفها زاهر الراضي بأنها منظومة الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.²

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن وسائل تسمح للمستخدمين باستعمال مواقع وتشكيل مجتمعات افتراضية عبر الشبكة العنكبوتية وتبادل آرائهم وأفكارهم.

الفيسبوك:

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي ينظمها الأصدقاء والأقارب أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

¹قطاف محمد، بوراس محمد، بعبط عيسى، متطلبات جودة الاتصال الأكاديمي من وجهة نظر الطلبة، المجلة العلمية والتكنولوجية، المجلد 17، العدد 1، جوان 2020، ص 258.

²مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في احتساب تويتز نموذجاً، ط 1 ص 16

كما يعرف بأنه شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبيرين من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب مارك زوكربيرج.¹

تعريف إجرائي:

هو الأكثر الموقع استخداما على الانترنت جعل العالم أكثر انفتاحا واتصالا مع بعضه من خلال ربط الناس وتسهيل التواصل بين طلبة جامعة ابن خلدون -تبارت-

تعريف الطلبة:

يعرف الطلبة الجامعيين بأنهم الأشخاص الذين غالبا ما يمثلون فئة الشباب ويفوق عمرهم 18 سنة، والذين اتموا مرحلة الدراسة الثانوية بنجاح وكفاءة تسمح لهم بالانتقال الى نمط اخر من التعليم وهو التعليم الاكاديمي، ويزاولون دراستهم في احدى المؤسسات الجامعية على اختلاف انواعها وتخصصاتها ويمثلون احد المرتكزات العلمي التعليمية الاساسية التي يبنى عليها التعليم الجامعي.²

و تعرفه موسوعة وكيبيديا: هو شخص يتابع دروسه في الجامعة أو احد فروعها أو مؤسسة تعليمية مكافئة لها، في الغالب يكون هذا الشخص قد انتهى من الدراسة في أطوار سابقة يكون مستواها التعليمي أدنى من المستوى الجامعية، و يسعى الطالب في الحصول على إحدى الشهادات الجامعية مثل ليسانس و الماجستير الدكتوراه ... الخ.³

تعريف إجرائي:

¹ماطر عبد الله، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، رسالة ماجستير، الصحافة والإعلام، كلية الإعلام بجامعة تبوك، السعودية، 2018، ص 22.

² يوسف ديبج، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى جمهور الطلبة الجامعيين، جامعة سكيكدة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري 2022، ص 28

³<http://ar.m.wikipedia.org>، تاريخ الزيارة 23 ماي 2023، الساعة 08:11.

هي تلك الفئة من المجتمع التي تحصلت على شهادة البكالوريا و التي تمتلك مؤهلات علمية مسجلين بجامعة تيارت ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،قسم علوم الإعلام والاتصال ، بغرض الحصول على شهادات عليا واكتساب معارف جديدة.

المدونات الالكترونية:

المدونة الالكترونية هي منشورات على شبكة الويب وتتألف في الدرجة الأولى من مقالات دورية وتكون في معظم الأحيان مرتبطة زمنيا بشكل معكوس. وتعتبر المدونات الالكترونية blogs احد التطبيقات التي تعمل بواسطة نظام الكتروني لإدارة محتوى والية الأرشفة المداخلات القديمة وتحتوي على نصوص وصور وروابط بالمواقع ذات العلاقة. وتعرف على انه مواقع على الشبكة العنكبوتية لأشخاص، مؤسسات تتضمن خواطر وتعليقات.¹

التعريف الإجرائي:

هي إحدى الوسائل التعليمية الجديدة والتي يشترك فيها الطلبة والأساتذة عبر روابط تنشر على شبكات الانترنت بمحتويات علمية تحت إشراف صاحب المدونة.

التفاعلية:

ويذكر **نيو هاجين** أن التفاعلية هي أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدم لتتميز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى ،لذا فان التفاعلية ليست مفهوما متناغما وبعبارة أخرى قد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين بين الإنسان والآلة، أو بين الرسالة وقراءتها.²

وتعرف أيضا على أن مستخدم هذه الوسيلة الإعلامية يستطيع الحصول على معلومات فورية من الموقع كما يتمكن من التفاعل مع مصدر هذه المعلومات ومع المستخدمين الآخرين لها، والذين يزورون هذا الموقع.¹

¹وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك، تويتر)،رسالة ماجستير في الصحافة والإعلام،كلية الآداب والعلوم،الجامعة الأردنية.2012-2013ص40.

²حسين شفيق،الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية،دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع.ص30

التعريف الإجرائي:

هي عملية اتصالية تبادلية للأفكار بين طلبة الماستر و مشاركتها والتي تعبر عن مدى نشاط، تقبل، رفض وتأثير بعضها على بعض، سواء بطريق مباشرة أو باستعمال التكنولوجيا.

قادة الرأي:

يعرف افريت روجز قادة الرأي بأنهم الأشخاص ذوي النفوذ في مجال استحسان الأفكار أو استهجانها ويعرفون أنفسهم بذوي التأثير الكبير في المعلومات والآراء ومواقف وسلوك الأشخاص الآخرين في مجتمع ما ولهم دورهم في تشكيل الرأي العام في الجماعة التي ينتمون إليها، إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر في اتجاهات الأفراد، وتشكيل الرأي العام للجماعة.²

التعريف الإجرائي:

هي فئة من المجتمع تنفرد عن غيرهم بمواصفات شخصية علمية ومهارات تمكنهم من التأثير على مواقف وسلوكيات الآخرين وإقناعهم بتبني أفكارهم.

تعريف الدور :

قضية أو أمر يقتضي عناية وجهدا خاصا، فيتوقف وجود وظهور القضية على ظهور من قام بها وعنايته، وبذل جهدا من اجلها.³

التعريف الإجرائي :

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص147
² طارق ثابت، قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الإعلام الجديدة، جامعة ام البواقي ص7

³ سلامة إبراهيم، محمد درباله النمر، مجلة اللوكة الاجتماعية، تاريخ الزيارة 27-02-2023 على الساعة 21:06.

هو سلوك أو وظيفة أكاديمية تؤديها الصفحات الفيسبوكية للرفع من مستوى التحصيل المعرفي سواء بالسلب أو بالإيجاب. هو ذلك السلوك الذي يثير الدافعية لدى المتعلمين سواء بالسلب أو بالإيجاب، ويسمح بزيادة مشاركتهم.

الدراسات السابقة: تعتبر الأدبيات السابقة خطوة مهمة يرجع إليها الباحث من اجل تدارك المواضيع النقص في الدراسات ذات الصلة بدراستنا الحالية، وهذا من اجل التطرق إلى زاوية جديدة في الموضوع وعن الدراسات السابقة المذكورة في هذه الدراسة نذكر :

الدراسات الوطنية :

- دراسة غليان غضبان عنوان الدراسة: اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة باتنة1، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة. 2017-2018.

هدفت الدراسة إلى البحث عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من خلال طرح الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض عناصر الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين الجزائريين؟ ومن أهم التساؤلات الفرعية التي توضح هذه الدراسة: ماهي عادات وأنماط مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ ماهي دوافع وأنماط تعرض أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ ومن أهم الفرضيات التي صيغت لهذه الدراسة: يستخدم جمهور الطلبة الفيسبوك بشكل دائم، باعتبار أن الطالبة جمهور نشط وفعال. يستخدم جمهور الطلبة الفيسبوك للبحث عن معلومات والحصول على آخر الاخبار. واستخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي بالعينة لأنه من انطب المناهج للدراسة الوصفية، والتي تتطلب وصف وبناء جمهور وسائل الإعلام

وأتماط سلوكياته بصفة خاصة. أما أداة الدراسة المستعملة في جمع البيانات فكانت الاستبيان التي تلاءم في استجواب المبحوثين.

ومن النتائج المهمة التي خلصت إليها الدراسة: التعرض والتعرف على الفيسبوك لدى أفراد العينة ، حيث توصلت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يدخلون إل الفيسبوك باسم مستعار ودلت النتائج على أن الجنس له علاقة بالاسم الذي يخل به أفراد العينة الفيسبوك، هذا وقد أوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة للفيسبوك، هي الاطلاع على آخر الأخبار ومواكبة الأحداث المحلية والوطنية والعلمية.

وقد أوضحت النتائج الخاصة بشق آثار الفيسبوك في مقومات الهوية الثقافية لدى أفراد العينة المدروسة وتحديد اثر الفيسبوك في اللغة العربية فقد تبين أن اغلب المبحوثين موافقون بنسبة 40% على أن الفيسبوك يعمل على زيادة المعلومات وتعزيز اللغة العربية.¹

أوجه التشابه:

تشابهت الدراستين من حيث المتغيرات: المتغير المستقل شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك مجتمع وعينة البحث والمتمثل في الطلبة الجامعيين وأداة الدراسة وهي الاستبيان.

أوجه الاختلاف:

تختلف دراسة الباحثة مع دراستنا من حيث المتغيرات: المتغير التابع.

أداة الدراسة: الملاحظة:

الهدف: تهدف هذه الدراسة إلى البحث عن اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.

¹غليان غضبان، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 2017، 1-2018.

المنهج المتبع: حيث استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي، في حين استخدمنا في دراستنا منهج المسح الاجتماعي.

الدراسات العربية:

دراسة وسام طایل البشاشة، استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) وإشباعاتها بالتطبيق على عينة من طلبة الجامعة الأردنية البترا، 2012-2013 .

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر وإشباعاتها بالتطبيق على عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا، وتم طرح الإشكالية التالية: ماهي دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنية بجامعة البترا لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) وإشباعها لرغباتهم؟ ومن أجل تحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي حيث صمم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها، وتكونت عينة الدراسة من (412) مفردة من الطلبة، أما الخلفية النظرية فقد كانت نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها ملائمة لدراسة استخدام طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها. توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- كان دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل هو الأكبر بنسبة (98.147%)، تلاه دافع الترفيه والتسلية بنسبة (87.038%) . ومن بعد ذلك دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (78.89%).

2- أما أهم الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية لتبليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي فيرى (86.21%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً اجتماعياً، ويرى (81.06%) منهم أنه تحقق إشباعاً معرفياً من خلال طرح أفكاراً جديدة بين الطلبة.

3- بينما يرى (80.72%) تشبعهم معرفيا أيضا من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم ، كما يعتقد

(80.84%) منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، بينما يرى (77.81%) أنها تشبع حاجتهم

المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم.

4- كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا نفسيا ، وذلك من خلال تجاوز الخجل عند المنطوين نفسيا

من الطلبة، وتحقق إشباعا روحيا لدى (77.81%) من الطلبة في عينة الدراسة، كما بينت النتائج أن مواقع

التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا عاطفيا لدى (65.3%) من أفراد العينة¹

أوجه تشابه الدراستين:

تشابهت دراسة الباحث مع دراستنا في :

الهدف: معرفة دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة لديهم.

أداة الدراسة :الاستبيان

مجتمع البحث: الطلبة الجامعيين.

المقاربة النظرية للدراسة: نظرية الاستخدامات والاشباعات.

أوجه الاختلاف: اختلفت الدراستين من حيث :

أداة الدراسة والمتمثلة في الملاحظة التي استخدمناها إضافة الى الاستبيان في دراستنا.

المنهج المتبع : حيث اتبع الباحث المنهج الوصفي ، واعتمدنا منهج المسح الاجتماعي .

دراسة ايمان عبد المطلب باغي المملكة العربية السعودية كلية العلوم والآداب، وصفاء معيلي الحمادي جامعة

الملك عبد العزيز قسم مهارات الاتصال السعودية . الرضاء عن جودة الحياة الجامعية في ضوء الاتصال

الأكاديمي في جامعة الملك عبد العزيز، 2022.

¹وسام طایل البشاشة ،دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك ،تويتر)،رسالة ماجستير في الصحافة والإعلام ،جامعة البترا ،كلية الآداب والعلوم ،2012-2013.

وتهدف الدراسة إلى الكشف عن الرضا في الحياة الجامعية في ضوء الاتصال الأكاديمي لدى طلبة جامعة الملك عبد العزيز والتعرف على العلاقة بينهما، حيث كانت إشكالية الدراسة: ما مستوى الرضا عن جودة الحياة الجامعية في ضوء الاتصال الأكاديمي؟

واهم الأسئلة التي تفرعت عن هذه الإشكالية: ما مستوى الرضا عن جودة الحياة الجامعية لدى طلبة جامعة الملك عبد العزيز؟ وما مستوى الاتصال الأكاديمي لدى طلبة جامعة الملك عبد العزيز؟

ومن أبرز فرضيات هذه الدراسة: يوجد مستوى للرضا عن جودة الحياة الجامعية تقديره متوسط لدى عينة الدراسة. يوجد مستوى للاتصال الأكاديمي تقديره متوسط لدى عينة الدراسة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي هو عبارة عن دراسة الظاهرة أو قضية موجودة حالياً يمكن الحصول منها على معلومات تجيب عن أسئلة البحث. ما الأداة فقد اعتمدت الباحثين على بالاستبانة في جمع المعلومات والبيانات. ومن أهم ما خلصت إليه نتائج هذه الدراسة: تحقيق يؤدي إلى تحقيق الذات، لأنه من خلال تحقيق هذا الهدف يتم بناء المستقبل، وبعد المحرك الأساسي للنجاح هو الواقع. كما ارتفع معدل الطالب الأكاديمي زادت قدرته على التكيف مع الحياة الجامعية فبالتالي يتحسن اتصاله الأكاديمي في الاتجاهات كافة والشعور بجودة الحياة بشكل أفضل الطلبة ذوي التقدير المرتفع يكون لديهم رغبة التواصل الأكاديمي للحصول على معلومات أفضل من الطلبة ذوي التقدير المنخفض.

أوجه التشابه:

تشابهت دراسة الباحثين مع دراستنا في : مجتمع البحث والمتمثل في الطلبة الجامعيين إضافة الى أداة

الدراسة والمتمثلة في الاستبيان.

أوجه الاختلاف:

اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثين في استخدامنا للملاحظة والاستبيان لجمع البيانات، في حين استخدمت الباحثين الاستبيان فقط، إضافة للمنهج المستخدم، حيث استخدمت الباحثين المنهج الوصفي التحليلي في حين استخدمنا في دراستنا منهج المسح الاجتماعي.

دراسة ريم جمال زكي القريب واقع الاتصال الأكاديمي في جامعة النجاح الوطنية وعلاقته بالرضا عن الحياة الجامعية، من وجهة نظر الطلبة، أطروحة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة التربوية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس. فلسطين 2012.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الاتصال الأكاديمي بين طلبة جامعة النجاح الوطنية وأعضاء هيئة التدريس فيها وعلاقته بالرضا عن الحياة الجامعية من وجهة نظر الطلبة، وكذلك التعرف على تأثير المتغيرات المستقلة على الاتصال الأكاديمي بين طلبة جامعة النجاح الوطنية وأعضاء الهيئة التدريسية وعلاقتها بالرضا عن الحياة الجامعية من وجهة نظر الطلبة. وقد لخصت مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما واقع الاتصال الأكاديمي في جامعة النجاح الوطنية وعلاقته بالرضا عن الحياة الجامعية من وجهة نظر الطلبة؟ وتفرع عن إشكالية الدراسة الأسئلة التالية:

- ما واقع الاتصال الأكاديمي في جامعة النجاح الوطنية وأعضاء هيئة التدريس، من وجهات نظر الطلبة؟

- ما مستوى الرضا عن مستوى الحياة الجامعية فيها من وجهات نظر الطلبة؟

وقد تكون مجتمع البحث من جميع طلبة جامعة النجاح الوطنية وقد استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي وتم اختيار عينة الدراسة بصورة العينة الطبقية العشوائية ممثلة في عدد الطلبة في جامعة النجاح الوطنية. هذا واستخدمت الباحثة في دراستها أداة الاستبانة من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتضمنت بالاستبانة محورين المحور الأول خاص بواقع الاتصال الأكاديمي، أما المحور الثاني وهو الرضا عن الحياة الجامعية. وأهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة: جاء واقع الاتصال الأكاديمي ومستوى الرضا عن الحياة الجامعية من وجهات نظر

الطلبة بمستوى متوسط. توجد فروقات في متوسط استجابات الطلبة حول الاتصال الأكاديمي والرضا عن الحياة الجامعية، تبعاً لمتغيرات الجنس لصالح الإناث في مجالات طبيعة الاتصال ومهارات الاتصال والرضا عن أعضاء هيئة التدريس، والرضا عن المسافات والدرجة الكلية لمجالات الرضا عن الحياة الجامعية ولصالح الذكور في الرضا عن البنية

المحيطة، ولا توجد فروق لصالح وسائل الإعلام.¹

أوجه التشابه:

اشتركت دراسة الباحث مع دراستنا في الاستبيان كأداة للدراسة، ومجتمع البحث.

أوجه الاختلاف :

اختلفت الدراستين في: أداة الدراسة : حيث استخدمنا أداة البحث المتمثلة في الملاحظة كإضافة مع

الاستبيان ، كما كان الاختلاف في المنهج المتبع وكذلك الخلفية النظرية للدراسة.

الدراسات الأجنبية :

دراسة باريس أوسلو ، مكونات نظم الاتصال في الجامعات : تأثيرها على الحياة العملية الأكاديمية ، قسم العلو

التربوية-جامعة كانا كالي ، تركيا ، فبراير 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مكونات أنظمة الاتصال في الجامعات واستكشاف تأثيرها على الحياة

الأكاديمية لجمع البيانات، حيث أجريت مقابلات مع أكاديميين من الجامعات الاسترالية، ثم إجراء تحليلات وصفية

ومحتوى موضوعي على مجموعة البيانات. كما أظهرت التحليلات أن وحدة العلاقات الإنسانية، ومكتب العمادة،

والمجلس الأكاديمي والنشرات الإخبارية، والفعاليات الأكاديمية العامة واجتماعات الشاي القهوة والغداء، والأنشطة

الاجتماعية والاحتفالات في قنوات اتصال رسمية وغير رسمية مشتركة في الجامعات. وتوف راليات الدعم الأكاديمي

¹ ريم جمال زكي ، واقع الاتصال الأكاديمي في جامعة النجاح الوطنية ، وعلاقته بالرضا عن الحياة الجامعية من وجهة نظر الطلبة، رسالة ماجستير في الإدارة التربوية ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين، 2011-2012.

أيضا فرص اتصال متنوعة مثل التفاعلات المهنية أثناء تدريب الموظفين، والتقييم الجماعي لمقترحات المنح، والمناقشات الفكرية في الأحداث العامة بعد الوصول إلى الإدارة العليا والتوجيه بين الأكاديميين الكبار والصغار أنواعا مهمة أخرى من التواصل.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أنظمة الاتصال الجيدة هي عنصر أساسي في بيئة عمل تشاركية وتعاونية ومتعددة التخصصات، وبالتالي فإن البيئة الإيجابية تساهم بشكل ملحوظ في إنتاجية الأكاديميين الفردية والجماعية.¹

دراسة نيكولتاديتا ، جيورجيتابانيسوارا ، ابوناوفيدوبانيسوارا، التواصل الفعال في التدريس ، دراسة تشخيصية حول دافعية الاتصال الأكاديمي للطلاب، مجلة بروسيدي-للعلم الاجتماع و السلوكية ، المجلد 186 ، 13 مايو 2015 ص 1007.

هدفت الدراسة إلى تقديم نهج نظري وعملي للتواصل الفعال في التدريس ، بهدف معرفة آراء المعلمين حول مهارات الاتصال وتحفيز طلابهم في الفصل الدراسي ،، وشملت الدراسة مجموعة 245 شخصا من أربع جامعات في رومانيا، وأظهرت النتائج التي تم الحصول عليها من خلال تحليل إجابات الموضوعات المدرجة في عينة الدراسة، وأوضحت النتائج ن مجموعة المعلمين لديهم نفس الآراء فيما يتعلق بالكفاءات الاتصال. وتأتي نتائج البحث وفقا للدراسات الحديث مما يؤكدانه بدون التواصل لن تتم عملية التعليم والتعلم، لذلك سيخلق المعلمون ذو مهارات الاتصال الجيدة أجواء تدريس وتعلم أكثر نجاحا للطلاب، من ناحية أخرى فإن الشخص الذي يتمتع بمهارات اتصال رائعة لديه القدرة على التأثير على الآخرين ، وستؤدي استراتيجيات الاتصال الفعالة إلى النجاح

¹BarisUslu , **The components of communication systems in universities** :their influence on academic work life. February 2018. Tertiary Education and Management.

،لان مهارات الاتصال وتحفيز العمل لها تأثير كبير في جانب التدريس كم يمكن أن يؤثر أسلوب الاتصال المعلم على اهتمام الطلاب وموقفهم في خلق جو ممتع وتعليمي.¹

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

لقد استفدنا من هذه الدراسات في جانب التوثيق وضبط الرصيد المنهجي والمعرفي، كون هذه الدراسات تتقاطع مع دراستنا سواء في الفيسبوك كأشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، أو في الاتصال الأكاديمي كأحد أهم أنواع الاتصال الإنساني، كذلك المقاربة النظرية المتمثلة في نظرية الاستخدامات والاشباع، وهذا كله يصب في مصلحة الطالب.

الخلفية النظرية للدراسة:

لقد لعب البحث العلمي دورا كبيرا وهاما في نقل البشرية من الحياة البدائية إلى الحياة العصرية، وهذا نظير ما يقدمه من بناء وتطوير للمعرفة العلمية وفق جملة من الشروط الصحيحة والمناسبة التي يتقيد بها الباحث في دراسته، ولعل النظريات العلمية إحدى تفسير الظواهر وفق نسق استنباطي، وتحديد العلاقة بين المتغيرات، ووضع إطار تصوري للحقائق العلمية التي خضعت للتجربة.

ويعرف "احمد بدر" النظرية بأنها مجموعة البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عال من التجريد والتي تولد الافتراضات التي يتم اختبارها بالمقاييس العلمية وعلى أساسها يمكن ان توضح التنبؤات عن السلوك².

نظرية الاستخدامات والاشباع:

هي النظرية التي تهتم بإشباع حاجات القراء والمستمعين والمشاهدين للبرامج والأخبار التي تبث وتذاع وتنتشر عبر وسائل الإعلام والأسئلة المهمة والتي يجب الإجابة عنها ولها علاقة بهذه النظرية هي:

¹Nicolta Duta,Georgeta Panisora, Lon –Ovidiu Panisora,The Effective Communication in Tracting.Procedia-Social and BehavioralScienc 186(2015)1007-1012.

² محمد حسين إسماعيل، نظريات الإعلام، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة، 2015، ص56.

- ماهي الحاجات الذاتية والشخصية التي تدفع الباحث لاستخدام وسيلة إعلامية دون أخرى.

- لماذا يختار الجمهور نوع معين من المحتوى الإعلامي دون غيره.

- ماهي درجة نجاح وسائل الإعلام المختلفة في إشباع الحاجيات التي يريدها الجمهور.

كما تعرف انه كل شيء في العلم لان مداها ابعدها من المعارف المجموعة أو المنقولة وهي ضرب من الاقتصاد الذهني، يسهل جمع المعارف والاستغناء أحيانا من بعضها. وتشير المصادر المتخصصة بالبحث العلمي والإعلامي معا بان مصطلح النظرية درج على السنة الناس بأنها البرج العاجي، أو الشيء الحقيقي ذو القيمة العملية الحقيقية. وفي الواقع المقصود بالنظرية في الأبحاث العلمية شيء مخالف للمألوف عن النظرية الاتصالية، فالنظرية العلمية توضح علاقة الأثر بالسبب بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح أو التنبؤ بظواهر معينة.¹

كما تشير مفهوم الاستخدام حسب، برونكس Proulx إلى معنى ماذا يفعل الناس بالأدوات أو الأشياء التقنية، كما أن مفهوم الاستخدام يحيل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا،.. علاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا. ومن جانب آخر، فان الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط من الاستعمالات تبرز بشكل متكرر وفي صيغة عادية اجتماعية مندججة على نحو كاف في يوميات المستخدمين كي تكون قادرة على المقاومة كممارسة خصوصية.

وتعني نظرة الاستخدامات والاشباعات أيضا باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة للدوافع، والحاجات، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والاشباعات بالنشاط والابجابية والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة:

-ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة؟

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار السلام للنشر والتوزيع، الأردن 2015، صص 143، 142.

- لماذا نستخدم وسائل الإعلام؟

- ما الحاجات الذاتية التي تدفعنا لاستخدام وسيلة إعلامية دون أخرى؟

- لماذا نختار نوعا إعلاميا معيناً دون غيره؟

- ما درجة نجاح وسائل الإعلام في إشباع هذه الحاجات؟

- كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟

- ما الاشباع التي تحققها وسائل الإعلام لجمهورها؟¹

تطور النظرية:

تأسست نظرية الاستخدامات والاشباع على أنقاض نظرية التأثير وحولت نظرة الباحثين عن مجرد

البحث فيما لا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور، إلى تحويل السؤال إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام.

طرح أهو كاتز ELIHU KATZ مدخل الاستخدامات والاشباع عام 1956 في مقال رد فيه على رؤية

برنارد بولسون BERNARD BERSON الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت، في حين رد

عليه كاتز بان حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع.

وقد تطور مفهوم الاستخدامات والاشباع في دراسة بلومر وكاتز BLUMER ET KATZ

1969 التي تمت على دراسات الانتخابات العامة البريطانية 1964 من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة

وأسباب عدمها للحملات الانتخابية بعد سنة 1984، تم تحديد من طرف 'كاتز وبلومير و قورفيش' أن مدخل

الاستخدامات والاشباع، يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات

والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى. كما يذهب كاتز إلى التأكيد أنها مهما بلغت قوة التأثير الوسيلة

¹ هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، ص 155.

الإعلامية، إلا أن الجمهور هو المقرر والحاسم في مدى تأثيره بها، إذ يعتبر منطلقا الانتقائية والعلاقات الشخصية بين المتغيرات المهمة التي من خلالها أسس لمدخل لاستخدامات والاشباعات.¹

وحسب كاتز فان هذه النظرية مرت بمراحل ثلاث في تطورها، الأولى في الأربعينيات والخمسينيات، ركزت على مصير الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام والوظائف التي تقدمها، ثم كانت المرحلة الثانية التي بدأت من الستينات وركزت على التحليل الوظيفي، أما المرحلة الثالثة بدأت من سبعينات أين أكدت أن الجمهور ليس سلبي، وإنما هو جمهور نشط له دوافعه.²

الاشباعات المتحققة من استخدام وسائل الإعلام:

يرى سوا شون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباعات المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن إن تحقق إشباع التنفيس (Diversion) الذي يتمثل في خبرات الاستشارة والتخلص من التوتر والقلق، والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة (Surveillance) الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات، ويفرق لورانس وينر بين نوعين من الاشباعات هما:

أ- اشباعات المحتوى: **Content Gratifications** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين:

- النوع الأول: اشباعات توجيهية Orientation al وتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات .
- النوع الثاني: اشباعات اجتماعية Social ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقته الاجتماعية.

¹ ريس علي ابتسام، نظرية لاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجدي، مرجع سبق ذكره، ص 206، 205.
² غليان غضبان، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 27.

ب-الاشباعات العملية: **Procès Gratifications** وتنتج من عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة

ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

-النوع الأول: اشباعات شبه توجيهية **Para – Oriental** وتحقق من خلا تحقيق الإحساس

بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإشارة.

-النوع الثاني: اشباعات شبه اجتماعية **Para- Social** تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل

الإعلام، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة. وفي إطار

ربط المضامين الإعلامية بدوافع التعرض لها، لا بد من تحديد الدور الذي يمارسه مستوى نشاط الجمهور في

أحداث تأثيرات للوسيلة الإعلامية، يفرض أن أبعاد النشاط تساعد على حدوث أو إعاقته التأثير، لان الجمهور

يتأثر بالمضمون الذي يختاره.... في حين لن يتأثر بالمضمون الذي.... يشغل عنه أو لا يثق فيه.¹

فروض النظرية:

1- أعضاء الجمهور مشاركون فعالون وإيجابيون في عملية الاتصال الجماهيري.

2- التأكيد على إن الجمهور هو الذي يستخدم وسائل الإعلام والاتصال ويختارها لرسائل التي تشبع حاجياته

، فالإفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الإعلام والاتصال هي التي تستخدم الأفراد

3- يعتبر استخدام وسائل الإعلام عن حاجيات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل

وفروق فردية.

4- يرتكز منظور الاستخدام والإشباع على العلاقة التنافسية بين وسائل الإعلام والاتصال ومصادر آخر لإشباع

الحاجات.

¹ أحمد طوالية، استخدامات الشباب للإذاعة الفردية في مملكة البحرين والاشباعات المتحققة منها، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر كلية الإعلام، العدد السابع والخمسون 12 أبريل 2021، ص151.

5- يقوم الافتراض الخامس على أساس انه يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

وقال كل من كاتز و بلومرجور فيتش **Katz, Blumleer and Gurvitch** إن الباحثين

في الاستخدامات والاشباعات يتناولون:

الأصول الاجتماعية والنفسية والاحتياجات التي تحقق توقعات الإعلام الجماهيري، أو مصادر أخرى. تقود إلى أشكال مختلفة من التعرض للإعلام، أو الاندماج في أنشطة أخرى تؤدي إلى إشباع الاحتياجات والتبعات الأخرى، التي ربما لا تكون مقصودة. ويفترضون إن الاتصال إجراء تبادلي، تتبادل الأطراف من خلاله العطاء والأخذ من الاتصال بقيم متساوية تقريبا، واقترحوا أيضا دراسة الاحتياجات المتعلقة بالإعلام التي تم تصنيفها في احتياجات

إدراكية (المعلومات) واحتياجات عاطفية (عاطفي، جمالي وشخص تكاملي)، وأيضا احتياجات اجتماعية تكاملية.²

أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يسعى مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي:

1- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، حيث أنهم أعضاء في جمهور نشط يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته.

2- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة من وسائل الإعلام.

3- تساهم النتائج التي يتم الحصول عليها من استخدام وسائل الإعلام، إلى فهم أعمق لعملية الاتصال

¹مهدي حسناوي، عادل جربوع، توظيف نظريات الإعلام والاتصال التقليدية في الفضاءات الافتراضية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، المجلد 06 العدد 04، ديسمبر 2021، ص406.

²مارك بارنا فر، سيتفاني هيمي لرمك، بريان شوسميث، تو عا طف خطيبة ومنال أبو الحسن، نظريات ومناهج الإعلام، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2017، ص100.

دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

يسمى الدافع بالباعث، حيث يبعث الإنسان على الحركة للحصول عليه حتى يشبع الدافع وبشكل عام، فان دوافع التعرض كما قسمها روين إلى فئتين:

1- **الدوافع الوظيفية (النفعية):** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجاته من المعرفة والمعلومات، حيث أن وسائل الإعلام تجمع المعلومات لنا عن أشياء وأماكن لا يمكننا كأفراد جمهور أن نصل إليها بأنفسنا، خاصة مع ظهور القنوات المتخصصة التي تبث معظمها إرسال على مدار أربع وعشرين ساعة.

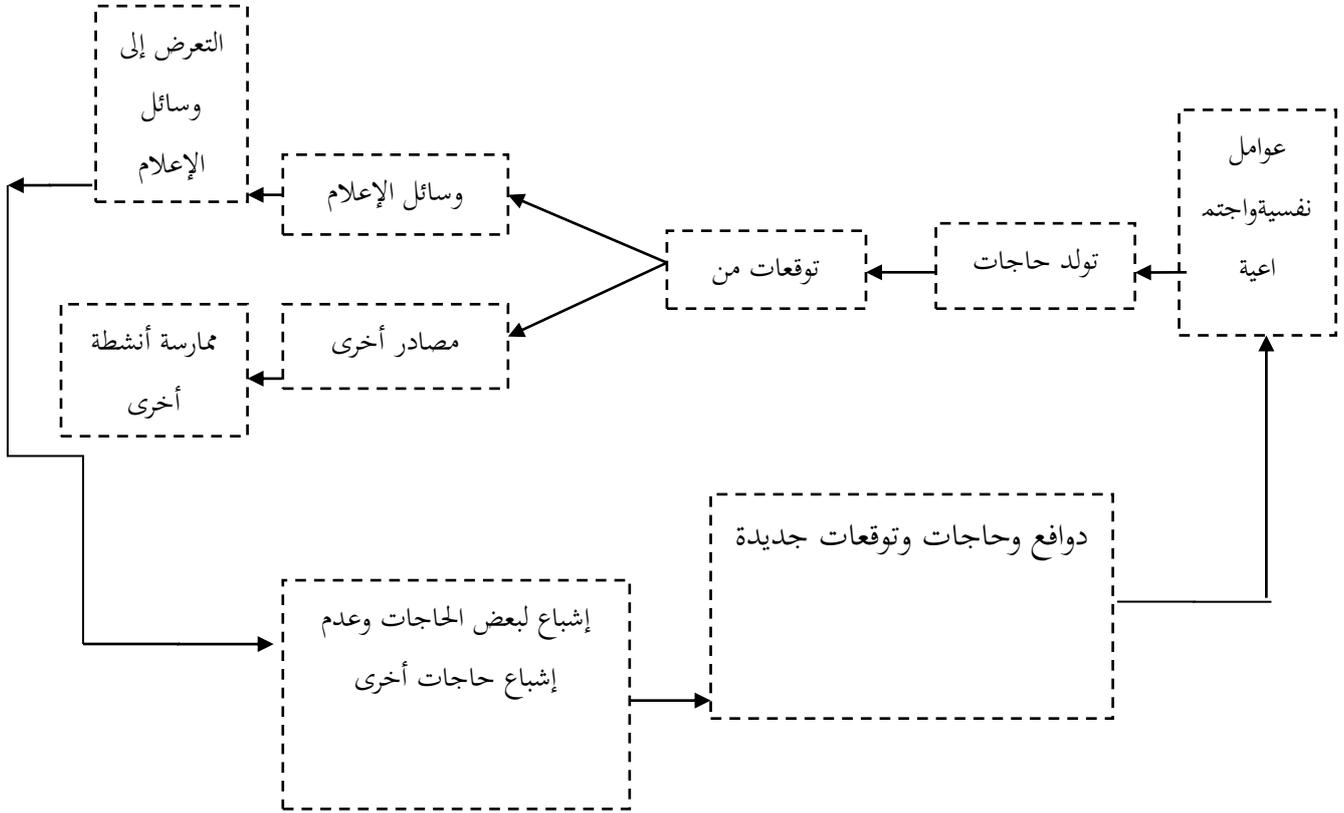
2- **الدوافع الطقوسية:** تستهدف التنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات، هناك علاقة بين مفهوم إشباعا الحاجة وتفسير الدافع إلى تحقيقها واطارالعائد المتوقع من السلوك الذي يقوم به الفرد، فإشباع الحاجة يؤدي إلى الحصول على العائد، الذي يصل إلى أقصاه في الظروف المواتية التي تقلل من العقاب أو التوتر أو الجهد المطلوب لإشباع هذه الحاجة. ²

¹ بوزيان عبد الغني، استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المتحققة منها، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال والتنمية المستدامة، جامعة باجي مختار عنابة، 2009-2010، ص42.

² جبار احمد، نظرية الاستخدامات والإشباع بين الدوافع وقياس العائد، محاولة لفهم الأنماط الاتصالية من خلال التعرض لوسائل الإعلام، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد6، العدد1 2019، ص57.

عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع. العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباع هي ستة عناصر

أساسية يرتبط كل عنصر بالآخر ارتباطاً وثيقاً، كما يوضحها الشكل الآتي:

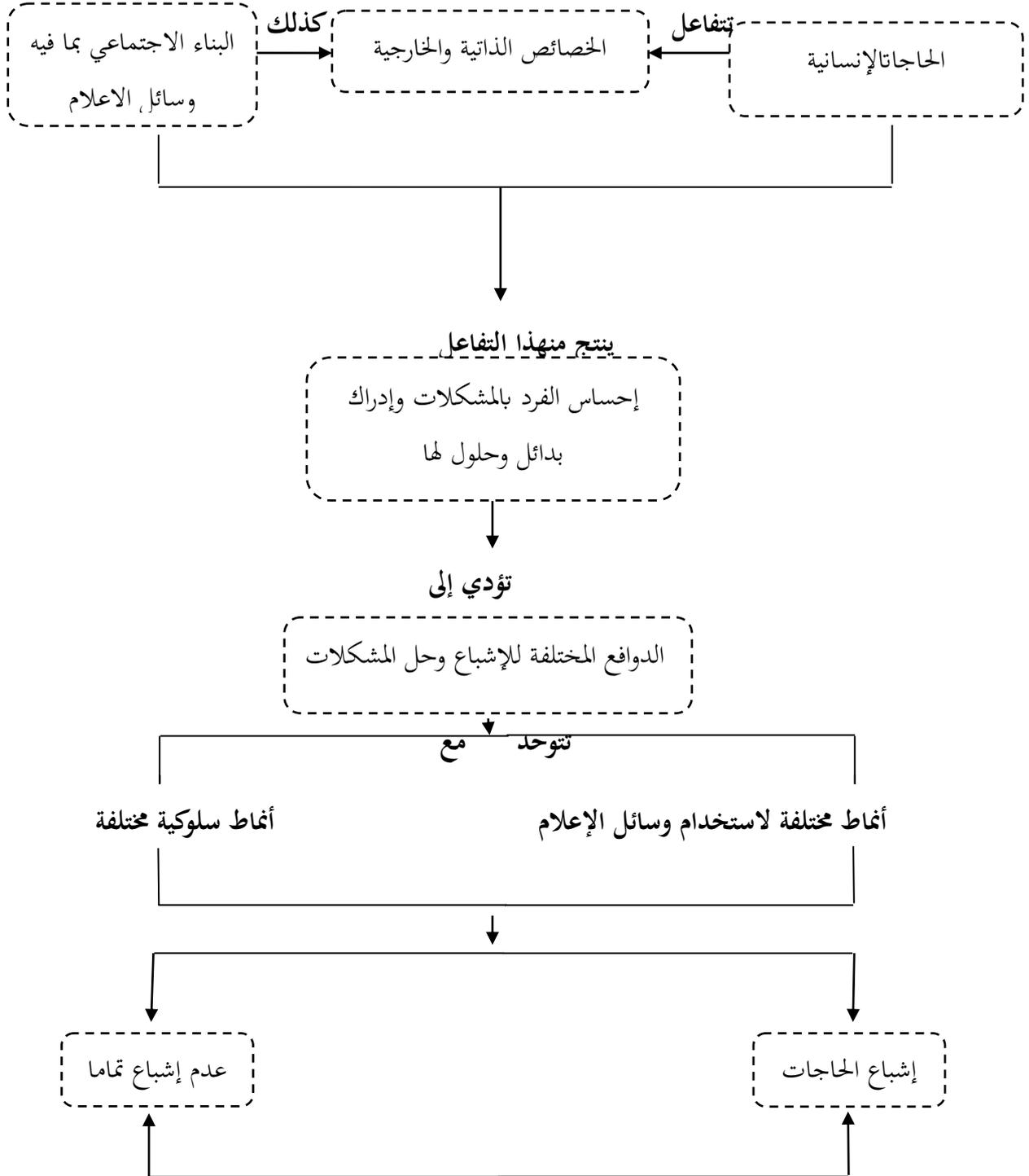


الشكل رقم (01) نموذج كاتر بلومر للاستخدامات والاشباعات.

المصدر: حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص242.

ونموذج روزنجرين **1974Rosemarie** حدد فيه الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو، كالحاجة إلى الصحة والحب والقبول وتحقيق الذات في ارتباطها أكثر بمدخل الاستخدامات والاشباعات مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية، وهي متدرجة في شكل هرمي فالفرد لا يلتفت إلى إشباع مستوى أعلى قبل أن يشبع الاحتياجات الموجودة في المستوى الأدنى. وأكد روزنجرين أن نموذج الاستخدامات والاشباعات يركز على الفرد الذي يبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إضافة على أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته، فقد أصبح الجمهور أكثر نشاطا وتفاعلية في استخداماته.^[1] وسنوضح النموذج في الشكل الموالي:

¹: محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 2008، ص307.



شكل رقم (02): نموذج روز نجرين **1974 Rosengre** للاستخدامات والإشباع.

المصدر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 287

نقد النظرية

من أهم الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباع أساساً بمدى إيجابية الجمهور في اختيارهم للمضامين الإعلامية، إما من جانب المستوى الإدراكي للأفراد، أو من جانب حرية الاختيار التي تعرضها المؤسسات الإعلامية. وقد لخص فرج كامل هذه الانتقادات في أربع نقاط هي :

1- الأفراد لا تتاح لهم حرية الاختيار الى جانب أن هناك عوامل كثيرة تحد من قدرة الفرد على الاختيار مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقدرة على تملك وسائل الاتصال الحديثة؛

2. يفترض هذا المدخل أن الجمهور إيجابي تماماً في اختيار المضمون الذي يتعرض له وذلك في الوقت الذي أشارت فيه الدراسات الأخرى إلى أن كثيراً من السلوك الاتصالي للأفراد هو مجرد سلوك اعتيادي وغير إيجابي ؛

3. لم تشرح النظرية درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي للفرد ولم تفرق بين الدرجات المختلفة له سواء

قبل التعرض أو أثناء التعرض أو بعده؛

4. ادعاء النظرية أن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية وبناء على احتياجهم فقط ربما يكون مبالغاً فيه . ويرجع هذا لأسباب اقتصادية أو اجتماعية أو عدم القدرة على امتلاك وسائل الاستخدام. وقد تعمق

الدكتور عبد الرزق الدليمي في الانتقادات الموجهة لما سماه مدخل الاستخدامات والاشباع، في كتابه

"نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين"، أين ذكر أهم الانتقادات الموجهة لهذا المدخل، وذلك عبر جوانب

عدة منها المفاهيم النظرية ومنهجية توظيفها . حيث ذكر أول الباحثين الذين وجهوا انتقادات لهذه النظرية وهو

(إليوت **Elliot 1975**)، وكانت معظم انتقاداته حول متابعة الوظيفة، وغموض بعض مفاهيم النظرية وصعوبة

تعميم نتائجها وعدم عقلانيتها وصعوبة التأكد من صحة المقياس وقد لخصها دليمي في النقاط التالية:

1. يرى إلبوت وغيره أن مدخل الاستخدامات والاشباعات أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها وإنما هو صياغة معادة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي وبالتالي فإنه ليس منهج متكامل، ولكن في الواقع عبارة عن مجموعة من المناهج والقضايا البحثية؛

2. يرى عدد من الباحثين أن مدخل الاستخدامات والاشباعات لا يزيد عن كونه استراتيجية لجمع التعامل مع Descriptive المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة التي يكون عليها الفرد وقت الاستقصاءات، وبالتالي فإن المدخل ينطلق من إطار وصفي محدود يعتمد على تكرار الألفاظ واختيار مجموعة من الأفراد لوصف أسباب استخدامهم لوسائل الإعلام من خلال مجموعة من الفئات وضعت بطريقة تعسفية وبما أن الناس ليسوا موضوعات سهلة للدراسة، فإن الإجابات التي يعطونها تعبر فقط عن الإجابة المطلوبة أو السلوك المطلوب وليس السلوك الواقعي؛

3. يفترض المدخل أن استخدام وسائل الإعلام يتم بشكل متعمد وهادف وأن عملية تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عملية منظمة ومحسوبة ولم يأخذ المدخل في الاعتبار أن الجمهور في أحيان كثيرة يتعرض لوسائل الإعلام بشكل آلي، فبعض الأفراد يكون تعرضهم لوسائل الإعلام فعال أحياناً وسلبياً في أوقات أخرى كما أن الفرد قد يحصل على اشباعات جديدة لم تكن مقصودة وقت التعرض؛

4- يشير كلا من أرينبرج وبيروس **Ehrenberg & Barwise** إلى أن المدخل يغالي كثيراً في التأكيد على نشاط الجمهور **Active** واختياره الواعي، في حين أن وسائل الإعلام قد تكون مفروضة على بعض الناس أكثر من كونه اختياراً حراً منه كما أن فكرة النشاط لا تتحقق مع المجتمع الجماهيري ومفهوم النشاط مفهوم غامض وغير محدد؛

5. صعوبة قياس استخدام الجمهور لوسائل الإعلام كما أن هناك تساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لمحتوي وسائل الإعلام في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام إلى قوة الدافع وزيادة الحاجات لدى الفرد المتلقي؛

6. عدم صلاحية المدخل للتعميم على جميع أفراد الجمهور أو في أقل التقديرات على مجموعة كبيرة منه وذلك لأن نتائج البحوث تختلف باختلاف الثقافات، كما تختلف باختلاف العوامل الديموغرافية لخصائص الجمهور.

7. فشل بحوث الاستخدامات والاشباعيات في ربط "إشباعيات وسائل الإعلام بأصولها النفسية والاجتماعية بصورة منظمة، وذلك لأن الباحثين ما زالوا يضعون دوافع استخدام وسائل الإعلام والاشباعيات المتحققة منها على أساس معتقداتهم وقيمهم مع إغفال دور العوامل النفسية والاجتماعية التي تقود الفرد إلى الاتصال واستخدام وسائل الإعلام؛

8. وجه مندلسون، **Mendelson** مجموعة انتقادات تركزت حول مفهوم الحاجات حيث يرى أن ذلك المفهوم تلازمه عدة مشكلات تتمثل في:

- رسوخ مفهوم الحاجات في النظم القيمية لهؤلاء الذين يضعون التعريف في حين تتداخل هذه الحاجات في الواقع أثناء ممارسة كل من هؤلاء لمهام عمله وتخصصه.

- هناك حاجات كثيرة للفرد والمجتمع لا ترتبط بوسائل الإعلام وتؤثر بشكل مباشر في دراسات الاستخدامات والاشباعيات.

- صعوبة تصنيف الحاجات بشكل دقيق ومقنع وذلك بسبب تعددها وتعقدتها واختلافها باختلاف المجتمعات الإنسانية، وعدم وضوحها عن مناقشة وسائل الإعلام¹.

¹ رياض زروقي، الاستخدامات الترفيهية لشبكات التواصل الاجتماعي، دكتوراه في الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020-2021، ص 153، 151.

إسقاط نظرية الاستخدامات والشباعات على الدراسة:

ان الدافع وراء استخدامنا لنظرية الاستخدامات والشباعات في دراستنا كونها تساهم في ضبط خطوات دراستنا الموسومة بدور الصفحات الفيسبوكية في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين. كذلك تهتم نظرية الاستخدامات والشباعات بدراسة العلاقة بين جمهور وسائل الإعلام وبين مضامين رسائلها، ذلك ان الطلبة باستخدامهم للفيسبوك يتعرضون لمحتويات متنوعة يطرحها الفيسبوك... كما ان هذه النظرية ترسم واقع استخدام الطلبة للفيسبوك بحجة انه فضاء افتراضي علمي يلاءم ميولهم واهتماماتهم، إضافة انه الأكثر استخداما بين الطلبة، ومدى إشباعه لحاجاتهم المتنوعة.

الإطار

النظري

للدراصة

الفصل الأول

الانترنت والشبكات الاجتماعية

المبحث الأول : مفهوم الانترنت ونشأتها.

-المطلب الأول: مفهوم الانترنت

-المطلب الثاني: نشأة الانترنت وتطورها.

-المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي.

-المطلب الأول: الشبكات الاجتماعية ، إيجابياتها وسلبياتها ومميزاتها التعليمية.

-المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك ، خصائصه ودوافع استخدامه.

تمهيد :

لقد اخذت التطورات الحديثة مجرى جديد في منتصف التسعينات فكانت نقلة نوعية في عالم الاتصال فقط انتشرت شبكة الانترنت وربطت اجزاء العالم المترامية في فضاءها الواسع، واصبحت افضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الافراد والجماعات فباتت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل واقعا متميزا مفروضا على المجتمع، فصار الفيسبوك من اهم المواقع التواصلية التي ذاع صيتها في الآونة الاخيرة، قد اثر على المؤسسات التعليمية من خلال انشاء صفحات تعليمية تقوم بعرض أخبارها وتقديم خدماتها وتساهم في التواصل مع المستفيد ومعرفة اخباره وتقديم ومعرفة احتياجاته التي تسعى الصفحة الى تحقيقها.

المبحث الأول: الانترنت، المفهوم والنشأة.

المطلب الأول: مفهوم الإنترنت.

الانترنت هي مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب المرتبطة حول العالم والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبديل الحزم بإتباع بروتوكول الإنترنت الموحد.

يعرفها تيم بيرنيزر وهو مؤسس الإنترنت في مقال نشره عام 1993 ان وضع تعريف للانترنت يعد عملية

تشبه الفرق بين الدماغ والعقل، في اكتشاف الإنترنت تجد أسلاكها كمبيوترات، أما باستعراض الشبكة نفسها

فستجد شتى المعلومات.¹

كلمة انترنت internet انجليزية الأصل مكونة من كلمتين interconnexions وتعني ربط أكثر

من شيء ببعضه البعض وكلمة network وتعني شبكة، فقد اخذ من الأول inter من الثانية net وبذلك

يصبح المعنى الحركية internet هو من الشبكات المترابطة مع بعضها البعض.²

¹ فيصل أبو عيشة، الإعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص37.

² بأديس لويس، الانترنت من المنظومة التقنية الى المنظومة الثقافية، ط1، الناشر ألفا للوثائق، الأردن، 2020، صص18، 17.

وتعرف الانترنت أيضا على انها تلك الشبكة الالكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية، بحيث تسمح بالاتصال بين شخص واخر، وتسمح باسترجاع هذه المعلومات.¹

المطلب الثاني: نشأة الإنترنت وتطورها التاريخي:

اولا الإنترنت بشكل عام: هي شبكة واسعة world wid network من شبكات الحاسب التي تستخدم بروتوكول يدعى {internet protocole-control transmission Tcp/Ip} هذه البروتوكولات المحلية مثل (Décent-AppleTalk – Netware- Ethernets وغيرها وشبكات فقط بل أيضا الذين يستخدمونها والمعلومات المتراكمة داخلها. ظهور هذه البروتوكول في الثمانينات كان له أكبر الأثر على الانفتاح على شبكة الإنترنت حيث سهل من تزايد الشبكات والحاسبات التي تحتويها، حيث جعل هذا البروتوكول شبكة الإنترنت كأنها شبكة واحدة متكاملة.²

وقد توسع عدد المشاركين في الإنترنت سواء كان ذلك على مستوى عدد الحواسيب أو عدد الشبكات المرتبطة لهذه الحواسيب أو عدد المستخدمين لخدمتها وتسهيلاتها وتطبيقاتها المختلفة عبر العديد من دول العالم التي أقدمت على الارتباط بها بشكل تام، فقد وصل عدد الحواسيب المرتبطة بها إلى 700 الف حاسوب تعمل في إطار 5000 شبكة فرعية محلية أو وطنية أو اقليمية ليستخدمها حوالي أربعة ملايين مستفيد في 26 دولة من دول العالم وتطورت هذه الأعداد بشكل مذهل لتصل إلى 1,6 مليون من الحواسيب المشاركة التي تعمل في إطار 11250 شبكة فرعية يستخدمها 25 مليون مستفيد في 33 دولة من دول العالم وذلك في عام 1994،

¹ حلمي خضر ساري ، ثقافة الأنترنت ، دراسة في التواصل الاجتماعي ، ط1 ، دار المجدراوي للنشر والتوزيع ، الأردن، 2005-1426.
² سامح زينهم عبد الجواد ، وسائل التواصل الاجتماعي والجيل الثالث للمكتبات ، النظريات والتطبيقات ط1، جامعة بنها ، مصر العربية، 2019، ص24.

آخر و تمثله في أغلب البلدان النامية، و أخرى الاتحاد الأوروبي، و يذهب إلى ان شبكة الأترنت تحتاج إلى جهة مركزية ذات تمثيل دولي لإدارة شؤونها¹.

***ديمقراطية الوصول إلى المعلومات :** حيث يرى البعض الأترنت تمثل العالم الجديد، حيث تتحقق الديمقراطية العالمية عبر بوابتها لتصبح برلمانا مفتوحا، يعبر فيه كل من يشاء عن رأيه ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها، فحسب المتحمسين للأترنت أن هذه الاخيرة تمثل أقصى الصور لديمقراطية المعلومات تحت شعار "المعلومات في كل مكان وكل وقت ولكل الناس"².

***غزارة المعلومات :** حيث تعطي الانترنت للمتصفح فرصة إطلاع اكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر، يستطيع ان يطلع على عشرات المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم، بتكلفة قليلة كما ان المتصفح له إمكانية الانتقاء و المقارنة من خلال الإطلاع السريع على المصادر المختلفة.

***عالمية الانترنت :** إذ ألغت الانترنت الحواجز الجغرافية و الحدود السياسية ، واستعصت على الضوابط الأمنية، فبضغطة على زر أو نقرة فأرة ينتقل المستخدم وهو جالس على مقعده من أقصى الأرض إلى أقصاها، ولكن هناك من يرى أنها تساهم في تنشيط العولمة حسب معالم الساحة العالمية الجديدة ذات الطابع الأمريكي والغرض منها ضبط سلوك الدول و الشعوب وقولبتهم في ثقافة عالمية واحدة .

***التفاعلية :** و يترتب على هذه الخاصية انه لم يعد يكفي ان نصف المشاهد بأنه نشط بناء على اختياراته، من بين وسائل الإعلام المتعددة ، او عنيد بناء على رفضه او قبوله للمحتوى ، او القائم بالاتصال، بل أصبح مشاركا و متفاعلا في العملية الاتصالية الكلية، يؤثر فيها وفي عناصرها و نتائجها، و بمعنى آخر تغير الإعلام ليصبح اتصالا...الذي لا يقتصر على إبلاغ الرسائل، بل يشمل أيضا التراسل عبر البريد الإلكتروني و التجاوز

¹ عماد فاروق محمد صالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية، دار الكتاب الجامعي، العين-دولة الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص145

² محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص14.

من خلال حلقات النقاش وعقد المؤتمرات، وأثبتت الدراسات الجديدة بأن هناك تزايد في عمليات التفاعل وزيادة استخدام الانترنت مثل دراسة "تويكسري وألتوس"¹.

***الفورية:** فقد ألغت الانترنت الحواجز الزمنية، كما ألغت الحواجز المكانية إذ ان الإتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل او المستقبل، بحيث لا تلاحظ عند اتصالك بحاسب يقع في الصين انك استغرقت زمنا أطول، مما لو كان الإتصال يقع في نفس المدينة، كما يمكن الحصول على الأخبار وهي لا تزال ساخنة، ومن مصادرها المباشرة، فبمجرد نقرة على شاشة الكمبيوتر، ينتقل المتصفح من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض

***البحث الآلي عن المعلومات:** فقد أصبح في حكم المؤكد استحالة الاعتماد على الرسائل البشرية وحدها لمسح الشبكة دوريا بحثا عن المعلومات المطلوبة وكان لابد من إتمام هذه العملية، وذلك باللجوء إلى ما يسمى بالربوت المعرفي (bot know)، او البرمجي (bot soft) بصفته وكيلا آليا يحال إليه القيام بهذه المهام الروتينية الشاقة.

***التفصيل الشخصي للمعلومات :** حيث بإمكان زوار موقع ما على الانترنت يتيح هذه الخدمة اختيار المواضيع او الحلقات الإخبارية، او الخدمات التي ترغب في الوصول إليها بشكل مسبق دون غيرك، كما هو الحال مثلا على موقع CNN، فالرسالة الاتصالية، إذ يمكن ان تتوجه إلى فرد واحد او جماعة معينة وليس إلى الجماهير الضخمة كما كان في الماضي، وهو ما يعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

¹ محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، مرجع نفسه، ص: 44، 54.

***الإلزامية**: وتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للمستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت.¹

***سرية أفضل في تبادل المعلومات**: فكل جهاز كمبيوتر في شبكة الانترنت له رقم خاص به، وبالتالي يمكن ان نرسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم ويضمن ان تخزن داخل هذا الجهاز فقط و لا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتواها، إلى جانب اعتماد الانترنت على خدمات هاتف افتراضي أي فضائي فهي تقدم أمانا أفضل للمراسلات الفردية

***الانترنت واقع افتراضي**: فداخل أحشاء هذه الظاهرة النصية الإلكترونية يجري يوميا بناء مجتمعات إنسانية كاملة أخرى افتراضية، ولكن حية تتعارض مع المجتمعات الواقعية الميئة، هذا الكائن الإلكتروني الذي ينتشر بلا هوة للشبكة مقدا نفسه للعالم مؤديا إلى تعميق تناقضات بين تأكل المجتمعات التقليدية، وبين واقع التقنيات والمعلوماتية الجديدة.²

في الأخير يمكن أن نلاحظ أن الانترنت عبارة عن وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، بحكم الجمهور الكبير و المنتشر وغير المعروف بالإضافة إلى تنوع المحتوى بتنوع وظائف المواقع الإلكترونية على الانترنت، وخصوصا أن وظائف الإعلام بذاتها أصبحت جزءا هاما من الوظائف المتعددة للانترنت، مثل صحافة الشبكات والتي أصبحت تختلف كثيرا على الصحافة المطبوعة والتلفزيون.³

¹ محمود علم الدين : تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ط1، دار السحاب للنشر، القاهرة، 2005، ص242.

² نبيل علي، الثقافة وعصر المعلومات، سلسلة المعرفة، الكويت، 2001، ص93.

³رامي شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص25.

ثالثا : أهمية الانترنت :

تعد شبكة الانترنت أحدث شبكات الاتصال وتبادل المعلومات في الوقت الراهن، وتتجلى أهميتها فيما تقدمه من فوائد وعلوم لمستخدميها، حيث لا يقتصر استخدامها على المتخصص في مجال الحاسب الآلي، وإنما يتعدى مستخدموها في مجالات مختلفة مثل، الأكاديميين والباحثين، الأطباء، الإداريين، رجال الأعمال، السياسيين والإعلاميين... الخ.

ومن خلال شبكة الانترنت يمكن الوصول إلى شئئين مهمين، هما المعلومات والأشخاص، وكل منهما يمكن، يساعد على التحصيل العلمي والخدمات، حيث عن طريق الانترنت، ويمكن الاتصال بالآخرين الذين يمكن ان يكون لديهم خبرات ومعارف، لا تتوفر لدى المستخدم ويتم الاتصال بهم إما عن طريق المجموعات الإخبارية group news او البريد الإلكتروني.

وذكر إبراهيم البنداوي أن أهمية الانترنت تتمثل فيما يلي :

- سرعة نقل المعلومات لأن كل حاسب مرتبطة بشبكة الانترنت برقم خاص وسري.
سرعة انتشارا للمعلومات .

سرعة تبادل المستندات والملفات، وذلك لأن كل مستند أو ملف مرتبط بشبكة الانترنت يمكن تبادله مع حاسب آخر مرتبط بالشبكة.

الحديث وعقد الندوات كتابيا او صوتيا او بالصورة، كل هذا من خلال شبكة الانترنت .
إتاحة فرصة التعلم عن بعد.

- إمكانية الحصول على العديد من البرامج المجانية وشبه المجانية، وذلك من خلال تحميلها بحيث تصبح متاحة للاستخدام على جهاز الكمبيوتر، والتي يمكن الاستفادة منها في جميع نواحي الحياة¹ .

¹ إبراهيم البنداوي: الانترنت المكونات والخدمات مرجع سابق ، ص 119

الإطار النظري الفصل الأول الانترنت والشبكات الاجتماعية

- تعلم الكثير من اللغات العالمية مثل الإنجليزية و الألمانية وغيرها من اللغات مع إمكانية ممارسة مهارات هذه اللغة كتابيا أو سمعيا او محادثة ¹.

- وجود موسوعة المعلومات الإلكترونية وقاعدة البيانات مثل ERIC وما يحتويه من بيانات و ملحقات أبحاث عن عدة تخصصات.

- الاستفادة منها كأداة تسويقية بين الموردين و الأسواق المحلية، وتعد الانترنت أيضا إحدى أهم التقنيات التي يمكن استخدامها في المؤسسات الخدمائية و العمومية، وذلك بإحداث تطوير جذري وحل المشكلات بالطريقة الرقمية عبر ما تتيحه المعلومات من إمكانية في هذا المجال.

- تحسين صورة المؤسسة الخدمائية عبر شبكة الانترنت.

- تسهيل الخدمات و المعاملات مع الزبائن والمؤسسات الأخرى .

- السرعة والدقة في الخدمات المتنوعة في المؤسسة.

- إمكانية التخزين والاحتفاظ الرقمي للبيانات و الملفات البعيدة عن أخطار التلف و الضياع ².

- إرسال و استقبال المعلومات المتعلقة بما تنشره المؤسسة الخدمائية، من جديد أعمالها وما تستقبله من زبائنها

التخلص من عبئ العمل والجهد و الوقت الكثير كما في السابق ³.

رابعا: وظائف الانترنت: إن الانترنت كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، و الحديثة تقدم

مجموعة من الوظائف لمستخدميها، والتي تحقق بدورها مجموعة من التأثيرات المتنوعة، سواء على مستوى الفرد او

الجماعة أو المجتمع، ويمكن أن نلخص هذه الوظائف فيما يلي:

¹ إبراهيم البنداوي: الانترنت المكونات والخدمات ط1، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، القاهرة 1999، ص 119 .

² وليد بن محمد العوض: دور استخدام الانترنت في التحصيل الدراسي "رسالة ماجستير في العلوم" جامعة نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2005، ص 19 .

³ عوض منصور وجمال سليمان : شبكة الانترنت دليل سريع للاتصال بالعالم، ط1، دار البشير للنشر، 1996، ص116.

الوظيفة الاتصالية: وفيما يتعلق بوظيفتها الاتصالية فإن الشبكة تقدم خدماتها الشهيرة في هذا المجال، فهي تمكن مستخدميها من الاتصال ببعضهم البعض بفضل خدمات الدردشة وخدمات الفيديو، فتمكنهم من تبادل الآراء والتجارب وتمكنهم أيضا من خلق فرق النقاش وتبادل البريد الإلكتروني، وهي في هذا الشأن تعد من أفضل وسائل الاتصال، لأن الشبكة توفر لمستخدميها مستويات اتصالية فريدة، فهناك الاتصال اللحظي في المحادثة التفاعلية، والاتصال المتزامن من فرد لآخر من خلال البريد الإلكتروني بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة، او جماعة بجماعة بشكل غير متزامن مثلما يحدث في جماعات الأخبار أو القوائم البريدية.

الوظيفة الترفيهية: إن الوظيفة الترفيهية أساسية لتحقيق بعض الاشباع النفسية و الاجتماعية، و لإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد و الجماعات في أي مجتمع كان، وكغيرها من وسائل الإعلام التقليدية، فإن الانترنت قد خصصت حيزا كبيرا من مواقعها التي تشهد ازديادا مطردا للترفيه و التسلية، بطرق وأساليب متنوعة، من بين أشكال الترفيه التي توفرها الشبكة ما يعرف "بالواقع الخائلي" او التخيلي أو الافتراضي، وهذا يتحقق بميزة الوسائط 'المستخدم الانترنت ان يزورها بهدف التسلية و الترفيه المتعددة، ففي الشبكة توجد متاحف و معارض افتراضية او الإطلاع على معروضاتها، واستعراض تاريخها، و هناك أيضا مجال كبير لتقدم كبير في المجال الافتراضي، الذي يحاول إعادة خلق عوالم غير موجودة، بما يساعد على التدريب عن طريق المحاكاة، بالإضافة إلى ذلك يوجد ما يعرف " بالسياحة الافتراضية " التي تسمح بزيارة مناطق سياحية عن بعد التي تعرضها المؤسسات وأيضا الألعاب الإلكترونية التي تتوفر على الشبكة فيمكن لعب الشطرنج مع شخص آخر في مكان آخر من العالم عبر شبكة الانترنت.

الوظيفة التثقيفية: ان وسائل الإعلام تقوم ببث الأفكار والمعلومات التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ القومية، التي تسود المجتمع، وتتجلى الوظيفة التثقيفية في الانترنت في تبادل المعلومات عن طريق الحواسيب، أو من خلال الشبكة التي أدت إلى فتح باب الحوار

الاتصال الإنساني بين البشر من مختلف الثقافات، كما يمكن للتقنية أن يتجلى في العدد الهائل من الموسوعات والكتب و المقالات القابلة للتحميل من قبل المستخدم، الذي يستفيد منها على المستوى العلمي والثقافي، ولكن هناك من يرون خاصة أن 80% من محتواها باللغة الانجليزية والتي تتطابق في بعض العلماء و الباحثين يرون أن الانترنت تقوم بالغزو الثقافي .

4-الوظيفة الإخبارية الإعلامية: عموما يمكن وصف الانترنت بأنها فضاء اتصالي تتعايش فيه وسائل إعلامية مختلفة، إذ بإمكان المستمع الإطلاع على صحيفة، أو مجلة عن طريق الشبكة، فالانترنت وسيط إعلامي كسر الحواجز بين المرسل والمستقبل، وتتيح الانترنت الفرصة لمناقشة ونقد ما تقدمه وسائل الإعلام الجديدة، و الرد عليها وتبادل الآراء و أصبح مفتوحا للمناقشة والتوجيه من كل الأفكار حولها، مما يعني أن الإعلام الجديد ليعد أحادي التوجيه، وانما حتى ، حيث أصبح اليوم المتلقي أو المستخدم يتسم بصفة الأطراف المعنية، ن لم تنتسب للصناعة الإعلامية³ الإيجابية في مناقشة القضايا المطروحة في واقع الانترنت.¹

الوظيفة الإعلانية: كان من ابرز نتائج الثورة المعلوماتية الهائلة، دخول الانترنت إلى عالمنا من أوسع أبوابه، حيث تنامي دورها وتعاضمت أهميتها، كوسيلة اتصال تفاعلية مبتكرة ليست فقط بالنسبة للأفراد، ولكن أيضا للشركات و المؤسسات على اختلاف أنواعها و الحكومات وغيرها . وان جوهر الإعلان واحدا وهو التأثير في المتلقين، فالإعلان الانترنت يختلف عن الإعلان التقليدي لان إقناعهم في اتخاذ القرار أو إجراء معين، و الإعلان في الانترنت ذو طبيعة متميزة من حيث ظهوره وكيفية وصوله للمستخدم، فيمكن أن يقابل المستخدم إعلانات في مواقع يقوم بزيارتها على الويب web ، كما يمكن أن يجدها ضمن رسائله البريدية، والميزة الأهم التي توفرها الانترنت للمعلن هي إمكانية تعديل إعلانه يوميا بما يتلاءم مع إنزال منتجات جديدة أو مع تبدل في الأسعار . تتنوع الإعلانات وتتعدد بتعدد الهويات والميول، والرغبات المهنية والدراسية وغيرها من الإصدارات

¹عوض منصور وجمال سليمان، مرجع سابق، صص 52-59.

الجديدة في الميادين الاقتصادية والثقافية والعلمية، هذا كله يوجد في متناول من يستخدم شبكة الانترنت، لكن الشيء المقلق هنا أن هذه الإعلانات مغايرة للثقافة العربية ولقواعد السلوك والأخلاق السائدة في المجتمع.¹

المبحث الثاني: الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: الشبكات الاجتماعية، إيجابياتها وسلبياتها ومميزاتها التعليمية.

في عام 1954 صاغ جون بانر, **Barnes John** والذي كان باحثا في العلوم الانسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر، في سبعينات ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم الآفات المرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية الإنترنت في منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت شبكات تواصل الاجتماعي بظهور بشكل حديث.²

مفهوم الشبكات الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية **Social networking** واستخدام تطبيقات الانترنت للتواصل والاتصال بالغير، او هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها وتتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامّة ضمن موقع او نظام معين، وتوفر وسيلة الاتصال مع معارف منشئي الصفحة او مع غيره من مستخدمي النظام.³

اهم ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

¹ السلمي عبد الرزاق علاء: تكنولوجيا المعلومات ، ط 1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2011 ، ص 119 .

² وليدة حدادي ، شفيقة مهري ، مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز المشاركة السياسية عبر المجتمعات الشبكية ، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع ، الاردن ، 2022 ، ص 26 .

³ خالد غسان ، يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها ، ط 1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الاردن ، 1434 هـ - 2013 م ، ص 28 .

1- وفرة المعلومات: اتضحت الانترنت وفرة المعلومات في مختلف حقول العلم والمعرفة ، وكذلك سرعة الوصول إليها، حيث تنتج العقول البشرية الان من المعارف ة في سنوات قليلة قدرا يفوق ما كانت عليه نتيجة سابقة من العقود زمنية طويلة ، وكل ذلك يتم تداوله بصورة يومية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة الموجودة على الإنترنت.

2 - شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال :

أصبحت الشبكات الاجتماعية بديلا اتصاليا للرسائل الاتصالية الأخرى من هاتف و فاكس و توكس وغيرها واستحدثت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين دون التقيد بالموقع الجغرافي، أو كلفة الانتقال او عدم توافر الوقت اللازم للمقابلة، مما ساعد على تبادل الآراء بحرية على مستوى العالم ، وتغيير تكلفة الاتصال على الشبكات الاجتماعية أقل بكثير من تكلفة وسائل الاتصال الأخرى .

3- سهولة الاستخدام:

طورت الشبكات لتكون سهلة الاستخدام، ويستطيع أي مستخدم أن يتعامل معها ومع تطبيقاتها بكل يسر، مع اختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، حيث أن استخدامها يحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس الحاسب الآلي، كما أنها تمتاز بالتصميم البسيط وسهولة إجراء المحادثات النصية والصوتية والمرتبة، وتوفير صوراً متزامنة مع الوقت للتحديثات، وتقديم إشعارات معينة تشير انتباه المستخدم . ويرى البحث ان شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت بديلا لوسائل الاتصالية التقليدية، حيث زاد الاعتماد عليها السنوات القليلة الماضية كوسيلة اتصال وتواصل مع الآخرين في مختلف أنحاء العالم وذلك لسهولة استخدامها وانخفاض تكاليفها مما دفع بملايين الشباب حول العالم إلى الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات ومشاركة الآراء مع الآخرين.

4- شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلام :

مكنت شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها من مشاهدة كافة القنوات التلفزيونية والاستماع إلى الإذاعات و التعرف على كل القنوات التلفزيونية و الاستماع إلى الإذاعات و التعرف على كل ما يحدث في العالم في وقت الحدث المباشر ومشاهدة الأفلام والأحداث المصورة السياسية و الثقافية و العلمية و الرياضية، كما يمكنهم من إنشاء و مشاركة الأحداث مع الغير .¹

سلبات مواقع التواصل الاجتماعي

الفيسبوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر ، فإلى جانب المضيء للمجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ وتحقيق الكثير من الأهداف ، هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميها نذكر منها:

إضاعة الوقت :

بمجرد دخول المستخدم الموقع يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف لآخر و لا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره ، الفيسبوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى ، فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعات يقضين أكثر من 20 ساعات في تصفح فيسبوك فقط .

2 الإدمان وإضعاف مهارة التواصل :

هي من أهم الآثار التي تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين ، فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري ومشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع ، وبما ان التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي للتطوير للمهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية اتجاه الغير وتؤدي سرعة

¹ميمي محمد عبد المنعم التوفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين الشمس 194، العدد الرابع والعشرون (الجزء الثاني) 2018، ص29.

البديهة لديهم فيستطيعون ، التعامل مع المواقف بجدق وحنكة (وهذا ماتفقداه المواقع الاجتماعية) فإن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي إلى العزلة الاجتماعية وتفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع .

3 انتحال الشخصيات:

مازالت عملية انتحال شخصيات المشاهير تضرب اطنابها بقوة في الشبكات العنكبوتية متخذة منها مكانا خصباً للتسوية والابتزاز وترويج الشائعات وكسب المال و تحريف الحقائق عن مسارها .

4 الإعلانات الدعائية المزعجة :

ظهرت في الآونة الأخيرة منذ منتصف عام 2010 الكثير من البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال وأخرى تدعوكم لزيارة مكان معين و أصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في مجموعات التي بها مايزيد عن ألف عضوا .¹

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التعليم :

مما لاشك فيهان استعمال المواقع الاجتماعية في التعليم له العديد من المميزات :

- 1- إن هدف المواقع الاجتماعية خلق جو التواصل في مجتمع افتراضي بين مجموعة من الأشخاص من دول مختلفة على موقع واحد ، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم و ألوانه، وتتفق لغتهم التقنية
- 2- إن الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل ، اي انه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب و يشارك ، ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السليبي من الاستماع والاطلاع فقط
- 3- إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف او التعاون او التشاور أو مجرد الترفيه وتكوين علاقات جديدة، أو حب الاستطلاع والاكتشاف.

¹ وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيسبوك على المجتمع ، ط1،مدونة شمس النهضة ،السودان ، نوفمبر 2011 ،ص 24.

4- توسيع دائرة المتعلمين بتوفير سهولة التواصل بينهم وبين المعلم .

5- نشر الثقافة التقنية وتوسيع مبارك الطلاب بإطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم .

6- إعطاء الفرصة لبعض الطلاب الذين يعتبرهم الخجل عند مواجهة المعلم للتعبير عن آرائهم كتابيا .

كما يمكن ان نضيف مجموعة من المميزات الأخرى لهذه المواقع في ميدان التعليم وهي :

-**العالمية:** عملت على تحطيم الحدود الدولية وألغت الحواجز الجغرافية والمكانية، إذ أصبح بالمكان تواصل الأفراد

في الشرق مع أفراد الغرب في كل المجالات والأنشطة الحياتية بسهولة كبيرة .

-**التفاعلية:** عملت على إلغاء الدور السلبي للفرد فيها، فلم يقتصر دوره على استقبال وقراءة المعلومات بل

أصبح مرسل وكاتب للمعلومات ومشاركا لها .

-**سهولة الاستعمال:** أنها تستعمل الرموز والصور والأصوات و النصوص في آن واحد ، و التي تسهل

للمستعمل التفاعل معها فضلا عن استعمالها للحروف وبسيطة اللغة .

-**التنوع وتعدد الاستعمالات:** فيستعملها الطالب للتعلم والأستاذ لبث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل

مع القراء... وغيرها من الاستعمالات المتعددة النافعة .

-**التوفير والاقتصادية:** استعمالها ادي إلى الاختزال في الزمان والمكان فضلا عن الاقتصاد الكبير في الجهد

والمال المبذول ، ففي ظل مجانية الاشتراك والتسجيل في تلك المواقع، صار بإمكان أي فرد اختلاط حساب

خاص به على المواقع الاجتماعية¹.

المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، خصائصه ودوافع استخدامه.

أولا : أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

¹ احمد كاظم حنوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في القطاع الجامعي، كلية الطب البيطري، جامعة القاسم الخضراء نموذجاً، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، المجلد 8/ 2017، ص30.

1- الفيسبوك:

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول اليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة له، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او جهة العمل او المدرسة او الاقليم، وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين اضافة أصدقاء الى قائمة أصدقائهم وإرسال رسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم¹.

2- تويتر

يعد التويتروالفيسبوك من البرامج ووسائل نقل الأخبار الأكثر شهرة في العالم ، وكل هذه الوسائل لها تأثير كبير على تشكيل والبناء الادراكي والمعرفي للفرد أو المجتمع ويسهم هذا التبادل في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا مجتمعه والقدرة على تحليلها واستعابها لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا.²

3-يوتيوب

يوتيوب هو الأداة الأكثر استخداماً في الفصول الدراسية من الوسائل الإعلامية الاجتماعية، يمكن للطلاب مشاهدة مقاطع الفيديو والإجابة على الأسئلة ومناقشة المحتوى بالإضافة إلى ذلك ، يمكن لطلاب إنشاء مقاطع الفيديو لمشاركتها مع الآخرين، تدعى كل من شيري وشيا 2011 sherer and shea ان اليوتيوب يحتوي على خاصية المشاركات، ولديه الطابع الشخصي التخصيص والإنتاجية ، وأيضاً حسن اليوتيوب من مهارات الطلاب الرقمية وقدم الفرصة للتعلم من الأقران وحل المشكلات وفي 2012 ووجدت ان مقاطع الفيديو

¹ ياسين قرناي، امين بكار، تطبيقات الاعلام الجديد، المفاهيم-الخصائص-الوظائف-الفرس والتحديات، ط1، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان 2020، ص98.

² سعد سليمان المشهدان، فراس محمود لعبيد، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه الإعلامية الجديدة، ط1، دار امجد للنشر والتوزيع، ص99.

حافظت على انتباه الطلاب وولدت الاهتمام بالموضوع بالإضافة إلى ذلك أفاد الطلاب ان مقاطع الفيديو ساعدتهم على استحضار المعلومات ووضع تصور للتطبيقات في العالم الحقيقي والطبع مفاهيمه¹

4-واتساب whatsapp

هو تطبيق للهواتف الذكية والحواسيب وغيرها ... وتتيح لمستخدميه إنشاء محادثات مع المستخدمين الآخرين... ويمكنهم من إرسال الصور و الصوتيات ... و مقاطع الفيديو و الملفات وقد أصدر عام 2010 ويعتبر واحد من أهم تطبيقات التراسل الفوري حول العالم إذ له أكثر من مليار ونصف مستخدم شهريا حول العالم ... وقد أدى استخدامه إلى تقليل أرباح شركات الاتصالات من خدمة التراسل sms.² يتطلب هذا التطبيق عند تثبيته لأول مرة رقم هاتف الخاص بالمستعمل، والجهاز الذي سيعمل عليه البرنامج، يقوم حينها الاتصال بمزود الخدمة التابع له، ومن ثم إرسال رمز التفعيل ليعمل بعدها البرنامج تلقائيا، وسيعرض البرنامج قائمة الأصدقاء الذين يمتلكون التطبيق نفسه.³

-موقع ماي سبيس Myspace

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب كخدمات التفاعل بين الأصدقاء المسجلين،بالإضافة إلى التدوين والنشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفاتا لصور الشخصية للأعضاء المسجلين يقع مقر الشركة في سانت مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع موقع الشركة الأم في نيوزكوريوريش في نيويورك. تأسس موقع ماي سبيس في يوليو 2003 من طرف توم أندرسون و كريس وأدولف وفريق صغير من المبرمجين يسمح الموقع للأفراد من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني، والتراويح للأعمال، و

¹ عبد الرزاق الدبلي، الاعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، ط1، دار الابتكار للنشر والتوزيع، 2020، ص33.

² عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة الشمال الشرقية بسلطة عان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، 2014-2015، ص29.

³ حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، رحلة من الاعماق، دار القلم، دمشق، 1331هـ-2020م، ص27.

مشاركة الاهتمامات و العثور على الأصدقاء القدامى و الأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية و الاندماج الثقافي و التحوار و التعبير عن القيم الشخصية والثقافية.¹ واختلاط حساب خاص به على المواقع الاجتماعية.²

ثانيا: الفيسبوك ، خصائصه ودوافع استخدامه.

أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكربيرج الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه اقتصر الفيسبوك في البداية على جامعة هارفارد ثم انتشر استخدامه على بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات وفي عام 2006 حصلتطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغى ماكان يشترط سابقا للمستخدم بأن يكون يمتلك حساب بريد إلكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة ، فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن ثلاثة عشر و يمتك بريد أن يصلح عضوا في موقع الفيسبوك.³

يرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج ، أن الفيس هو حركة اجتماعية, social movement, وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل و انه سوف يزيح البريد الإلكتروني و يحل محله وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية وبالتالي فإنه يوصف بكونه دليل سكان العالم وأنه موقع يتيح للأفراد العادين أن يصنعوا من ه أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو العالم مكانا أكثر انفتاحا.

خصائص الفيسبوك:

خاصية Wall لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم ، أو الكتابة على حائط المستخدم. خاصية

¹غاليلان غاضبان ، مرجع سبق ذكره،ص45

²احمد كاظم حنوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في القطاع الجامعي، كلية الطب البيطري ،جامعة القاسم الخضراء نموذجاً، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية ،المجلد 8/ 2017،ص30.

³علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ،دار اسامة للنشر والتوزيع ،عمان ،2017،ص64.

Pokers التي تتيح إرسال نكزه افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض ، وهي عبارة عن إشهار يخطر للمستخدم بآن احد الأصدقاء يقوم بترحيب به. خاصية: Photos الصورة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع ، كما يوفر الفيسبوك إمكانية تحميل كم هائل من الصور، مقارنة بالمواقع الأخرى خدمات استضافة الصور مثل موقع فليكر وفوتوباكيت اللذان يضعان حد للعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحويلها. خاصية Status او الحالة:

-تتيح إمكانية إبلاغ الأصدقاء بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

-خاصية Notes او تعليقات هي سمة متعلقة بالتموين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها ، وتكون المستخدمين من جلب او ربط المدونات هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والدردشة

-خاصية: Gifts او إرسال الهدايا التي تتيح للمشارك إرسال هدايا افتراضية إلى الأصدقاء، حيث تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية. كما أن الفيسبوك يوفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضاء المجموعة فوفقا لما ذكرته شركة كومسكور ، وهي شركة متخصصة التسويق على الإنترنت فإن الفيسبوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضا هي ما يتوفر من البيانات لدى جوجل ومايكروسوفت.¹

دوافع استخدام الفيسبوك:

في الآونة الأخيرة أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورا كبيرا في حياة الشباب خصوصا ، والإفراط في استخدامه ، أصبح الشباب يأمنون بهذا العالم الافتراضي أكثر من عالمهم الواقعي ، ولهذا الإفراط مجموعة من الدوافع جعلت منهم يهيمنون بهذا الموقع وربما من الصدفة ان تجد من يمتلك حساب واحد على الفيسبوك ، فليس غريبا عندما نشاهد الآثار التي أحدثها الفيسبوك في مجرى الحياة الاجتماعية ، فإن الوعي و

¹ وليدة حدايدي ، شفيقة مهري ، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الساسية عبر المجتمعات الشبكية ، مرجع سبق ذكره ، ص 42، 39.

الثقافة و المستوى العلمي تلعب دورا في كمية التأثيرات التي يتعرض لها الشباب من الفيسبوك ، يرى بعض الدارسين ان دوافع استخدام الشباب لصفحات الفيسبوك تختلف من شخص إلى آخر وحسب الظروف التي يعيشها الشباب وهي كالتالي :

1-المتعة والتسلية: إحدى طبائع الجنس البشري انه يميل إلى المتعة والتسلية لما فيها من راحة وسعادة ونشوة توجد في نفسه وردود إيجابية على صحته ، ونسيان الهم والنكد الذي حال له من المشاكل التي يواجهها يوميا ويرغب كثيرا لتكرار المواقف التي وجد المتعة فيها .العولمة بدورها وجدت هذا الأمر من أفضل الأمور التي يمكن من خلالها اختراق عقول الشباب من هذه النافذة، و هذه سياسة معلومة تسعى إليها الدول العظمى لإلغاء الشباب عن القضايا العامة ، فما كان عليها إلا أن أبدعت في بث غرائز التسلية والترفيه في كل وسيلة تفرى الشباب يلهث وراء ماضيعته العولمة من فضائيات وألعاب إلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وهذه الوسائل لا تنفك عن التطور السريع في صناعتها ، لكي يحصل الشباب على السعادة و التلذذ الذي الذي رسمته العولمة في ذمته ومتلهفا لكل ما هو جديد في هذا المجال .

2-الهروب من الالتزام: من المعلوم أن مجتمعاتنا العربية والإسلامية تعد مجتمعات محافظة ملتزمة بأحكام الدين والأخلاق الحميدة و التقاليد الاجتماعية ، مما نضع بعض القيود على تصرفات أبنائها للمحافظة على الجو العام

3-حب الذات: حب الذات هي من الأمور التي زرعتها الله تعالى في فطرة الإنسان ، فإنسان بطبيعته يحب ذاته ويحاول دائما تقديرها و تحسينها أمام الآخرين و هي دائما تزرع فينا روح الإبداع و المثابرة و التنافس ، وبحسب نظر علم النفس ان حب الذات من المقومات الأساسية للتشخيص السوي نفسيا .ومم طبيعة الشباب هو الحب المفرط لذات مع عدم وجود ما يميزه أمام الآخرين، فهو لم يستطيع أن يحظى بالاهتمام و التقدير في الواقع مما يضطره إلى أن يلجأ إلى الشاشة الافتراضية فهو يري فيها نفسه أكثر من يراها الواقع .

الدكتور سعيد صادق أستاذ علم الاجتماع أكد أن : حب الشهرة و الظهور هو الدافع الرئيسي وراء هذا الاستخدام المفرط في أغلب الأحيان ويرى كذلك : انه ولأول مرة تكون أمامك فرصة أنتكون صحفيا ورئيسا للتحريير ، في منصة إعلامية تمتلكها أنت ، و يمكن أن يصل صوتك للعالم كله وربما تصبح مشهورا فجأة بسبب ماتشره ويضيف صادق: البعض يجدها فرصة للتعبير عن رأيه ، أو الظهور وجلب اهتمام الآخرين و الحصول على استحسانهم بينما يستعرض آخرون حياتهم الشخصية لتعزيز إحساسهم بذاتهم، حيث تعزز مواقع التواصل هذا الإحساس .وجدت دراسة جديدة ، إن مايجبه حقا المنتسبون إلى مواقع التواصل الاجتماعي هو في الواقع أنفسهم وذكر موقع ساينس فليسبوك الذي يزورون الموقع يوميا قد يعززون بذلك تقديرها وحبهم للذات .

4-العزلة: العزلة الاجتماعية هي حالة يكون الفرد فيها منفصل عن الآخرين ويفتقر إلى التواصل الاجتماعي، ويقتصر على الأصدقاء قلة ومعدودين و يكون كثير الخوف و التكتم و الارتباك ، وهذا ناشئاً عن فقدان المهارات الاجتماعية ، أو هناك عوامل شخصية خاصة أدت إلى هذا الأمر.

5-المشكلات الأسرية: مرحلة الشباب تتسم بالرهافة و الغرور وعدم انضباط الأفعال فيكون الشباب في هذه المرحلة عرضة للمشاكل الأسرية، ومن الواضح جدا إن طبيعة علاقة الشباب الصحيحة بأسرته تعكس طبيعته وتفاعله مع مجتمعه الحقيقي ، أما إذا كان العكس فتكون العائلة التي ينتمي إليها ويشعر انه جزء منها هي العائلة الافتراضية، مما يلجأ إلى الإفراط في استخدام في مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك للهروب من المشكلات الأسرية وذلك محاولة منه للبحث من أصدقاء جدد للبعد عن ذلك التوتر فيفضفض مع أناس مجهولين لا تربطه بهم اي رابطة .

البطالة: من المؤكد جدا انه لا يوجد ظاهرة من الظواهر المدمرة لحياة الشباب كالانتحار والمخدرات والسرقه الا وتجد البطالة في رأس قائمة الأسباب، وقد أعلن الجهاز المركزي للإحصاء في العراق ان نسبة البطالة بين الشباب في العراق بلغت 22,6% بينما صرح صندوق النقد الدولي في أيار عام 2018 ان معدل نسبة البطالة في العراق

40% وهذه النسبة تكاد تكون كارثة، فالبداية و قلة العمل و الفراغ تنتج الوقت ليكون الشباب مفرطاً في استخدام الفيسبوك ، حيث أن الفرد لا يجد اي وسيلة يفرغ بها طاقته و قدراته على الإنجاز و العطاء سوى الفيسبوك فيتيح له الهروب من الواقع المرير الذي يحيط بالفئة العظمى من الشباب و الذين يعتبرون هم الثورة الحقيقية للمجتمع وان ائخيارهم يعني ائخيار المجتمع وتخلفه.

7- سهولة الاستخدام: من المميزات التي يمتلكها الموقع الأزرق فيسبوك هي سهولة الاستخدام وكذلك سهولة التعبير فهو لا يحتاج إلى لغة فصيحة أو محدودة وإنما مساحة مفتوحة يكمن من خلالها ان تعبر عن آرائهم و اتجاهاتهم السياسية و الفكرية و الدينية التي لا يمكن التعبير عنها بصراحة في المجتمع في القنوات التلفزيونية والإذاعات و الفضائيات و الصحف و غيرها ، هذه الوسائل بعض القيود على برامجها من الناحية العقائدية و الأخلاقية و السياسية، أما الفيسبوك فالباب مفتوح على مصداقية مما جعله مرغوباً لدى عامة وخصوصاً الشباب .

8- الفراغ: لعله من البديهيات أن السعادة مرتبطة بما يقدمه الإنسان من أعمال نافعة ، وان تطور المجتمع وازدهار مرتبط كذلك بنشاط شبابه الموجود فيه ودوره في ذلك المجتمع ، فكلما كان الشباب دور وحركة في المجتمع يكون هناك تطور و مجتمع حضاري ناجح لذا نرى الدول المتقدمة تسعى ان تستغل قوة وطموح الشباب في مكانة ووقته المناسبين فتضع البرامج المكثفة لتثقيف الشباب منذ الصغر على احترام الوقت و أهميته في عملية بناء الفرد ومجتمعه فالالتزام في الوقت لديهم قد أصبح ثقافته تترى عليهم أجيالهم أما مجتمعات الدول النامية مع شديد الأسف فتعيش بعشوائية في كل شيء ومن بينها عدم احترام الوقت وملء الفراغ بالأمر المفيدة وهذا احد أسباب تخلف مجتمعاتنا ، بالرغم من كثرة حث ديننا الإسلامي الحنيف بشدة على احترام الوقت واستغلال الفراغ بالأمر النافعة، يقول الإمام أمير المؤمنين عليه السلام <ان أوقاتك أجزاء عمرك، فلا تنفذ لك وقت إلا فيما ينجيك >

وللدولة ومنظمات المجتمع المدني والأسر دور في نشر ثقافة أهمية الوقت ، فالفراغ من ضمن الأمور التي تحترق من خلالها العولة عقول الشباب، فعندما يجد الشباب نفسه فارغا فيا ترى إلى أين يلتجئ؟ فمن ضمن الأمور التي يلتجئ إليها وسائل التواصل الاجتماعي و التي أهمها الفيسبوك.

9- **متابعة الأخبار** : أصبح الهاتف المحمول يدور مدار الفرد أينما حل ، فهو لا ينفك عنه حتى في غرفة النوم ، ومن طبيعة الإنسان انه يرغب بمعرفة ما يدور حوله من الأخبار السياسية و الاجتماعية و الأمنية و الثقافية... الخ و بالرغم من أن اغلب الأخبار التي يتناولها الفيسبوك غير صحيحة بعد شيوع مصطلح الأخبار الكاذبة في عام 2016 و الذي دعا شركة فيسبوك إلى محاربة الظاهرة التي طالتها بمختلف الوسائل ، بما في ذلك الدخول في شركة مع شركات إعلامية و متخصصين في نشر الأخبار خصوصا مع حلول انتخابات الرئاسة الأمريكية ، ولاحقا على اثر فضيحة كامبريدج انالينيك ، بيد إن العديد من هؤلاء الذين كانت مهمتهم تقتصر على تدقيق محتوى الأخبار التي تظهر في صفحات الموقع و التأكد من صحة هذا المحتوى قالوا أنهم فقدوا ثقتهم بالفيسبوك، حتى إن البعض من الصحفيين الذين وظفتهم الشركة لهذه الغاية اقروا لصحيفة <ذي غارديان > البريطانية بأنهم يرغبون في إنهاء شراكتهم معها ، لأن الفيسبوك تجاهلت مقاومتهم و فشلت في استخدام خبرتهم في مكافحة التضليل الإعلامي.¹

خلاصة الفصل:

حاولنا في هذا الفصل التطرق الى الشبكة العنكبوتية وما تبعها من الشبكات الاجتماعية ومميزاتها وانواعها مع التركيز على الفيسبوك واهم خصائصه ودوافعه.

¹علي لفته العيساوي، الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي، دراسة وصفية تحليلية . مركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف الاشرف ، 2021، صص، 22، 18.

الفصل الثاني

الاتصال الأكاديمي

المبحث الأول:الاتصال من التعريف إلى الأهداف.

المطلب الأول:نشأة الاتصال ،مفهومه ،وعناصره.

المطلب الثاني:وظائف الاتصال وأهدافه.

المطلب الثالث: خصائص الاتصال ومعيقاته.

المبحث الثاني: الاتصال الأكاديمي

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الأكاديمي، أهميته،أنواعه .

المطلب الثاني : أشكال الاتصال الأكاديمي و دوافع الاتصال في البيئة الأكاديمية.

المطلب الثالث:الاتصال الأكاديمي في البيئة الالكترونية ومعوقات الاتصال الأكاديمي.

تمهيد:

يعتبر الاتصال ركيزة أساسية من ركائز العلوم الحديثة، فلا يمكن الاستغناء عنه، الأمر الذي جعله يميز عن جميع النشاطات الأخرى التي يمارسها الفرد في المجتمع، فغياب اتصال يبقى نتائج الدراسات والنظريات التي يتوصل إليها الباحثين حبيسة الإدراج ولاقيمة لها ما لم تبلغ ويتم تداولها في أوساط الباحثين والمختصين وطرحها للنقد.

فعملية نقل المعارف بين الباحثين والمختصين والراغبين في التعلم تطورت بتطور الاتصال الأكاديمي ليصبح الإطار الأساسي لها، والواقع الراهن يبين انه لا يوجد دراسات وبحوث في غياب عملية الاتصال، كما إن ظهور الويب 2.0 أعطى دفعا كبيرا لعملية الاتصالية و ساهم مساهمة فعالة في الربط بين العلم والمجتمع، ذلك ان الاتصال الأكاديمي استفاد خدمات الجيل الثاني والمتمثلة أساسا في المواقع الاجتماعية التي صارت تمثل منصات لإطلاق وتبادل المعارف والمعلومات بين الخبراء والباحثين والطلبة وجميع المستفيدين من الحقل الأكاديمي. ولعل أكبر مثال على ذلك كسرهما للقيود التي فرضتها جائحة كورونا وأبقت على استمرارية التواصل في مجال البحث العلمي. ويجب الإشارة إلى أن الاتصال الأكاديمي لديه عدة

المبحث الأول : الاتصال من التعريف إلى الأهداف.

المطلب الأول: نشأة الاتصال، مفهومه، وعناصره

أولا : نشأة الاتصال

يعود أصل الاتصال إلى القرن الخامس قبل الميلاد في كتاب البابليين والمصريين القدماء، ونجد ذلك أيضا من خلال دراسة الديانات قبل الإسلام، ثم بعد ذلك إلى أوائل عصر الإغريق، وتكونت نشأته المستقلة في بداية القرن التاسع عشر، ويعد كوركس (CORAX) أول من وضع نظرية في علم الاتصال في اليونان، وقد طور هذه

الاطار النظري الفصل الثاني الاتصال الأكاديمي

النظرية من بعده تلميذه تيسياس (Tisias) حيث كانت تناقش النظرية أسلوب المرافعة في المحاكم . باعتباره أسلوبا في الإقناع يمكن أن يدرس بوصفه فنا.

ويعد كل من أرسطو و أفلاطون اللذان عاشا بين القرن الثالث والرابع قبل الميلاد مؤسسي الدراسات القديمة لعلم الاتصال ،وقد توصل كل واحد منهم ان الاتصال فن او صناعة يمكن تعلمها بالتمرين ،وانه علم قائم بذاته كما ذكر أرسطو في افتتاحية علم البلاغة.

وفي القرنين الثامن عشر والتاسع عشر كان الاهتمام بعلم الكلامه والخطابة ،حيث تشكلت رابطة وطني للخطباء عام 1892 ،ومع بداية القرن التاسع عشر تشكلت رابطة الولايات الشرقية للحديث والتي تسمى الآن الرابطة الشرقية للاتصال ،وساعدت الصحافة في نشوء علم الاتصال ،خاصة مع اكتشاف المذياع في العشرينيات والتلفاز في الأربعينيات ،الأمر الذي فتح الطريق لرؤية جديدة في الاتصال الجماهيري.

وفي منتصف القرن العشرين اتسع مجال الاتصال اتساعا كبيرا ،فبدا علماء الاجتماع والسلوكيين في تطوير نظريات جديدة للاتصال ودوره في تطوير السلوك وتغييره ،وشهد التطور في الصحافة والاتصال الجماهيري نموا كبيرا بسبب دخول التلفاز ،ثم اتسعت دائرة مفهوم الاتصال مع دخول وسائل الاتصالات الحديثة والحاسب والانترنت .وانطلاقا مما سبق نستطيع القول أن اليوناني ونهم أول و من تناولوا موضوع الاتصال على أساس انه فن وفلسفة لأنهم اعتبروا أن النشاط الإنساني هو أساس علم الفلسفة ،ثم بعد ذلك تم تناول الموضوع ضمن إطار علوم الحياة والفيزيولوجيا ،وذلك لان عملية الاتصال مهارة اجتماعية تؤثر على سلوك الإنسان والآخرين. ثم بعد ذلك درس المفهوم تحت مظلة العلوم الإنسانية والإدارية ،ولانستطيع إنكار أن السياسيون والاقتصاديون والانثروبولوجيين والتقنيون مهتمون أيضا بهذا العلم لعلاقته المباشرة بردود فعل الآخرين وكيفية التنبؤ به وإدارة توقعاته.¹

¹ حمد بن عبد الله القميري ،تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط1، القاهرة ، 2016-2017 ،ص20

ثانيا : مفهوم الاتصال :

1-التعريف الاتصال لغة :

جاء في لسان العرب لابن منظور :الاتصال والوصلة ما اتصل بالشيء.قال الليث :كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة أي اتصال وذريعة ،ووصل الشيء وصلا وصلة والوصل ضد المهجران والوصل خلاف الفصل، وفي التنزيل،"ولقد وصلنا لهم القول"أي وصلنا ذكر الأنبياء،وأقاصيص من مضى بعضها ببعض لعلهم يعتبرون واتصل الشيء بالشيء ،لم ينقطع ،ووصل الشيء إلى الشيء وصولا،وتوصيل إليه ،انتهى إليه وبلغه ،ووصله إليه وأوصله :أنهأه إليه وابلغه إياه.وفي التنزيل:"إلا الذين يصلون إلى قوم بينكم وبينهم ميثاق" أي يتصلون،وتوصل إليه تطف في الوصول إليه . وجاء في الصحاح وصلت الشيء وصلا وصلة ،ووصل إليه وصولا ،أي بلغ أوصله غيره،وقال:ووصل بمعنى اتصل ،أي دعا دعوى الجاهلية ،وهو أن يقول يافلان ،قال تعالى"إلا الذين يصلون إلى قوم" أي يتصلون وبينهم وصلة أي اتصال وذريعة .وذكر في المصباح المنير : "وصلت إليه(أصل)وصولا.

و(وصل)الخبر بلغ..(وصلت)الشيء بغيره (وصلا)فاتصل به ووصلته(وصلا)وو(صلة)ضد هجرته.

فالاتصال في اللغة العربية يدور حول معان أربعة :

-التوصل والذريعة إلى الشيء .

-الوصل ضد المهجران ،وخلاف الفصل والانقطاع.

-توصل إليه :انتهى إليها وبلغه.وتوصل إليه أي تطف في الوصول إليه.¹

¹.رحيمة الطيب عيساني ،مدخل الإعلام والاتصال ،قسم الإعلام والاتصال ،ط1، كلية الحقوق ،جامعة باتنة ،عالم الكتاب الحديث ،جدار الكتاب العالمي ،الجزائر،2008،ص20.

2-الاتصال اصطلاحا :

ليس هناك تعريف متفق عليه لمصطلح الاتصال بين المشتغلين ببحوث ودراسات الاتصال، والاتصال يعتبر تبادل المعاني بين الأفراد من خلال نظام مشترك من الرموز .symbole.

وكلمة الاتصال Communication مشتقة في لفظها الإنجليزي من الأصل اللاتيني communis او common ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال، فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة commonness مع شخص أو جماعة أخرى، أي أننا نحاول أن نشترك سويا في معلومات وأفكار لو مواقف واحدة.¹

ويرى وينكين **Winkin**: إن كلمتي اتصل communique والاتصال communication

ظهرتا

في المنتصف الثاني من القرن الرابع عشر، وأتمهما كانتا تدلان في ذلك العصر على "الاشترك" وهي عبارة مشتقة من اللاتينية communicate وتعني "اشترك، دخل في علاقة، تواصل" وفيما بعد وتحديدا في القرن السادس عشر ظهرت الدلالة المتفرغة عن معنى "التوزيع Partager أي دلالة توزيع النبأ، وفي هذا العصر بدا مفهوم التواصل يدل على "النقل أو الإبلاغ" ولقد تعمق هذا الاتجاه الدلالي الجديد مع ظهور عبارة وسائل الاتصال التي كانت تتضمن "القطار-الهاتف-الطرق-السينما-الصحافة..الخ"

ومعنى النقل هذا أو النقل بالإبلاغ هو المعنى الغالب اليوم حين نتحدث عن الاتصال، ويبدو أن الاستعمالات التي تدل إجمالا على التوزيع أو الاقتسام تتراجع تدريجيا إلى المقام الثاني مفسحة المجال أمام

¹ أبو السعود إبراهيم، تقنيات الاتصال والمعلومات، شركة إسلام مصر للطباعة، القاهرة، 2005، ص23.

الاطار النظري الفصل الثاني الاتصال الأكاديمي

الاستعمالات المتمحورة حول دلالة النقل أو الإبلاغ ولقد كان لهذا التطور الدلالي للفظ اثر بالغ على التيارات النظرية في علوم الاتصال.¹

وعرفه جون ديوي بأنه عملية مشاركة في الخبرة، وجعلها مألوفة بين اثنين أو أكثر ،ويلاحظ أن هذا التعريف شدد على ماهية الاتصال وطبيعتها التفاهمية .

وعرف عبد الحافظ سلامة بأنه عملية تفاعل مشتركة بين طرفين (شخصين أو جماعتين ،او مجتمعين)،لتبادل فكرة ،أو خبرة معينة عن طريق وسيلة.²

كذلك يعرفه كل من :

-**موريس Morris**:الاتصال هو أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأشياء في أمر معين...ووسيلة الاتصال هي تلك التي تحقق نوعا من المشاركة والتالف حول رمز أو قضية أو فكرة معينة.

-**شيرى C.Cgerry**: الاتصال هو عنصر أساسي في الحياة الاجتماعية ومشاركة الأفراد في الرمز والمعاني والإشارة واللغة ،وكافة أنواع العلاقات الاجتماعية التي تحدث في الحياة اليومية ،والاتصال يجعل الأفراد يفهمون بعضهم...ويجعلهم في وحدة واحدة ،ربما تكون الجماعة أو المجتمع أو الثقافة ككل.

-**الجمعية القومية لدراسة الاتصال**: الاتصال هو تبادل مشترك للحقائق أو الآراء أو الأحاسيس، مما يتطلب عرضا واستقبالا يؤدي إلى التفاهم المشترك بين كافة الأطراف ،بصرف النظر عن وجود انسجام ضمني.

-**هانا كوتورل Hannak and Thorrel**:الاتصال هو العملية التي يتفاعل بواسطتها الأفراد بهدف

التكامل بينهم والتكامل بين الفرد ونفسه.¹

¹ عماد الفاروق محمد صالح ،الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية ،ط1، دار الكتاب الجامعي ،الإمارات العربية المتحدة ،1430هـ/2010م،ص19

² محسن علي عطية ،تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال،ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع ،بغداد ، ، 1428هـ /2008م،ص53

ثالثا :عناصر الاتصال:

1-الهدف:ويقصد به الغرض من عملية الاتصال، إذ لا يعقل أن تقوم علاقة تواصلية بين طرفين بلا هدف، وهنا على الفرد(المرسل) أن يسأل نفسه لماذا يريد أن ينقل هذه المعلومات (الرسالة)؟ ولمن يريد أن ينقلها؟ وما هي النتيجة المتوقعة من نقل الرسالة؟ وهنا يجب أن يكون الهدف محددًا، واضحا لطرفي عملية لاتصال، ومصاغا بأسلوب مناسب للطرفين.

2-المرسل:وهو الفرد مصدر الرسالة والذي يرغب في التأثير على الآخر (فرد أو مجموعة) بإنشاء رسالة ونقلها إليه ليشاركه في أفكاره واتجاهاته. وتختلف قدرات الأفراد على إرسال أفكارهم واستخدام الرموزلايصال رسائلهم باختلاف مهاراتهم الاتصالية ومعرفتهم ومواقفهم وخلفياتهم الاجتماعية والثقافية. ويعد المرسل المحور الرئيس في عملية الاتصال وعليه يقع العبء الأكبر في فاعلية وكفاءة عملية الاتصال واستمرارها.

3-الرسالة:هي الأفكار والمفاهيم والمعلومات والمشاعر والأحاسيس والإيماءات ونبرة الصوت، بالإضافة إلى الانطباع الذي يظهره المرسل عن حالته النفسية والتي تنتقل بين المرسل والمستقبل أثناء عملية الاتصال، وهي تمثل نقطة اللقاء بين المرسل والمستقبل بل والمحور الأساسي في عملية الاتصال، لذا يجب صياغة رموزها واختيار عباراتها وكلماتها بدقة بحيث تحمل نفس المعاني التي يستهدفها المرسل وتأخذ الرسالة صورا عديدة منها الكلمات والرموز والإيماءات وحركات الجسم ونبرة الصوت والمؤثرات الصوتية وشكل اللباس والمقتنيات الشخصية لكل من المرسل والمستقبل .

4-التشويش:وهو كل العوامل التي قد تؤثر على المغزى أو المعنى وراء الرسالة التي يريد المرسل إيصالها للمستقبل، وتنقسم عوامل التشويش إلى نوعين:

¹البلقاسم بن روان، أمير علي فاطمة الزهراء، دور الاتصال والإعلام في صناعة الرأي العام، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1436هـ/2014م، ص28.

1-4 عوامل خارجية: مثل أصوات السيارات والتلفاز، الروائح الكريهة، درجة حرارة الجو، وتشمل العوامل

الخارجية كل ما يلفت النظر في المرسل والذي قد يؤثر على طريقة استقبال الرسالة وفهمها لدى مستقبل مثل تعثر الكلام، الحديث السريع، المظهر الأنيق والشكل الخارجي .

2-4 عوامل داخلية: وهذه تشمل جميع الأفكار التي تدور في رأس المرسل والتي قد تسبب في تشويش الرسالة

وتغيير المعنى الذي يفهمه المستقبل من ورائها وفي بعض الأحيان قد تؤثر نبرة صوت المتحدث على نفسية المستقبل بطريقة قد تغير المعنى المراد من الرسالة .

5- وسيلة الاتصال: هي القناة وحلقة الوصل بين المرسل والمستقبل والتي يتم من خلالها نقل الرسالة، ويعتبر

نجاح المرسل في اختيار قناة الاتصال المناسبة مؤشرا مهما لنجاح عملية الاتصال وتحقيق أهدافها .

6- المستقبل: وهو من يستقبل الرسالة من المرسل وهو المعنى بالرسالة، والذي يقوم بفك رموزها وتحليلها

وتفسيرها، وترجمتها إلى معانيها التي يقصدها المرسل، وقد يكون المستقبل شخصية حقيقية (فردا واحدا أو مجموعة أفراد) أو شخصية اعتبارية (منظمة أو هيئة) وهو أيضا يتحول من مستقبل إلى مرسل في نفس الوقت بمجرد استقباله للرسالة، حيث يتبادل الأدوار مع المرسل .

7- التغذية الراجعة: ويقصد بها رد الفعل الفوري من المستقبل على الرسالة الاتصالية، وهي ما ينتظره المرسل

من المستقبل أثناء الرسالة الاتصالية، وتشير إلى مدى نجاح عملية الاتصال في تحقيق أهدافها. فمن خلال التغذية الراجعة يتضح للمرسل ما إذا كانت الرسالة قد وصلت للمستقبل وفهمها كما يريد أم لا، وهنا على المرسل أن يعيد تصحيح الرسالة غير المناسبة وسوء الفهم لدى المستقبل. ومما هو جدير بالذكر أن التغذية الراجعة عملية آنية لحظية تتم في نفس الوقت الذي ترسل فيه الرسالة إلى المستقبل، حيث يرسل المستقبل إشارات أو كلمات أو عبارات أو إيماءات تعبر عن مدى وصول المعنى المطلوب من الرسالة إليه، مما يهيئ الفرصة الأكبر لاستمرار عملية

الاتصال بين الطرفين ، بل انه كلما زادت التغذية الراجعة في عملية الاتصال كلما كان ذلك ادعى في تعزيز الاتصال.

8-الاستجابة:وهي السلوك الذي يتخذه المستقبل بعد وصول الرسالة إليه، أو هي ما يقرر المستقبل فعله تجاه الرسالة سواء كان إيجابا أم سلبا، وعلى ذلك فإن الحد الأعلى لاستجابة هو أن يقوم المستقبل بفعل ما يهدف إليه المرسل، والحد الأدنى للاستجابة هو تجاهل المستقبل للرسالة.

9-بيئة الاتصال: وهي الوسط الذي تتم في محيطه عملية الاتصال بكل ظروفه وعناصره، وما به من مشوشات تعرقل عملية الاتصال، وتشمل بيئة الاتصال ما يلي:

البيئة المادية: وتشمل الظروف المادية المحيطة بعناصر الاتصال مثل الحرارة والضوء والأثاث وتنظيمه والألوان والروائح والسيارات والتلفاز وغيرها.

البيئة الثقافية: وتشمل كل ما يتعلق بعموميات الثقافة وهي العناصر الثقافية والسلوكيات المتمثلة في العادات والتقاليد السائدة والمستقرة في المجتمع والتي يستطيع من خلالها الشخص تمييز الفرد عن الآخرين من حيث بيئته وجنسيته حيث يشترك فيها مع أفراد بلده.

البيئة الاجتماعية: وتشمل نظم التعامل مع الأفراد والجماعات المختلفة ونسبة التعليم الأمية والنسبة بين الجنسين والنسبة بين المراحل العمرية المختلفة الأفراد المجتمع.

البيئة الجغرافية:وتتمثل في التضاريس والمناخ الذي يتميز به مكانا للاتصال، فالبيئة الجبلية تختلف عن البيئة الساحلية، والبيئة الصحراوية تختلف عن البيئة الممطرة، والبيئة الحارة تختلف عن البيئة الباردة، والبيئة الريفية غير البيئة المدنية، فلكل منها صفاتها وظروفها الخاصة التي تؤثر في عملية الاتصال

البيئة الداخلية: وهي الحالة النفسية التي يتواجد فيها الفرد أثناء عملية الاتصال كالانفعال والهدوء والإجهاد والراحة¹.

المطلب الثالث: خصائص الاتصال ومعيقاته

خصائص الاتصال :

يتميز الاتصال شأنه شأن العمليات الاجتماعية والإنسانية الأخرى بمجموعة من الخصائص :

أ-الاتصال عملية ديناميكية (DynamicProcess) :أي أن كل فرد في المجتمع يؤثر ويتأثر بالرسائل

الاتصالية التي تهدف إلى التأثير على المعلومات أو الاتجاه أو السلوك.

ب-الاتصال عملية مستمرة (Continuous PROCESS):فالالاتصال حقيقة من حقائق الكون

المستمرة إلى الأبد، فليس لها بداية أو نهاية، فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا .

ج-الاتصال عملية دائرية (SercularProcess) :ذلك ان عملية الاتصال لتسير في خط واحد

من شخص إلى آخر، بل تسير في شكل دائري، حيث يشترك الناس جميعا في الاتصال في نسق دائري

فيه إرسال واستقبال، واخذ وعطاء وتأثير ونائر، يعتمد على استجابة المرسل.

د-الاتصال عملية لا تعاد (UnrepeatableProcess):حيث تتغير الرسالة الاتصالية بتغير الأزمان

والأوقات والجمهور المستقبل وكذا معناها، فرسائل الأمس الاتصالية ليست كرسائل اليوم أو الغد، فمن غير

المحتمل أن ينتج الناس رسائل متشابهة في الغالب في الشكل والمعنى عبر الأزمان المختلفة، لان الكلمات والمعاني

والحياة عموما كلها في تغير مستمر.

¹ المملكة العربية السعودية، الجامعة الالكترونية، عمادة السنة التحضيرية، ط2012، 1437، ص1، ص14، 13.

هـ-الاتصال عملية لا يمكن إلغاؤها (**Communication Irréversible**): لأنه ليس من السهل إلغاء التأثير الذي يحصل من الرسالة الاتصالية وان كان غير مقصود كزلة لسان أو الخطأ في تحيز الزمانو المكان أو الموقف الاجتماعي.

و-الاتصال عملية معقدة (**Communication iscomplexprocesse**):الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلفة،فهي عملية معقدة لما تحويه من أشكال وعناصر وأنواع وشروط يجب اختيارها بدقة.

كما يرى خبراء الاتصال كذلك ان عملية الاتصال تتميز بسمات أخرى أبرزها :

- أن عملية قد تدور حول واقعة أو حادثة لا تقيدها حدود إلا تصورات وادراكات الأطراف المشاركة في هذه العملية.

- أن العملية على درجة عالية من المرونة والحركية.

- أن العملية مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة محددة.

ولعل بداهة القول أن الكانسان يتصل ويتفاعل مع الآخرين عن طريق استخدام الرموز اللفظية ،وغير

اللفظية ،ويقدم بلومر(**Blumler**) إطارا تصوريا يلخص فيه اتصال الأفراد عن طريق الرموز هي :

- أن الإنسان يتصرف مع الأشياء من حوله بناء على المعاني المكونة عن تلك الأشياء.

- أن معاني الأشياء تتكون من خلال التفاعل والاتصال بين الأفراد والآخرين من حوله.

- أن الفرد يقوم بعمليات الانتقاء والتأكد وإعادة التكوين والتشكيل للمعني من خلال الموقف الاتصالي

الذي يشترك فيه.¹

¹جمال العيفة، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي ،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر (يوسف بن خدة)2006-2007.ص ص:43،41.

المطلب الثاني: وظائف الاتصال وأهدافه

أولا: وظائف الاتصال:

للاتصال عدة وظائف تختلف باختلاف المجتمعات، وقد تكون مجتمعة في مجتمع ما، وقد يتحقق جلها

أو بعضها حسب ظروف وطبيعة كل مجتمع، وابتز هذه الوظائف :

ا/الوظيفة الاجتماعية: ذلك أن الاتصال هو عملية تفاعل اجتماعي Social Interaction تقوم بنقل

معلومات وتهدف إلى تغيير السلوك الإنساني، والاتصال أداة فعالة في تكوين العلاقات الإنسانية عن طريق

تسهيل تبادل المعلومات بين الناس.

ب/الوظيفة السياسية: حيث يساهم الاتصال على المستوى الدولي في التفاهم والسلم العالمي عن طريق

الدبلوماسية الواعية، كما يسهل محليا عملية الاتصال بين الحاكم والمحكوم، ويوطد العلاقة بين القائد وشعبه، كما

يساهم في تشكيل الرأي العام والرد على الدعاية المغرضة.

ج/الوظيفة التثقيفية: ذلك أن الاتصال بمختلف أشكاله يزود أفراد المجتمع من خلاله بعضهم البعض بأخبار

ومعارف ومعلومات هدفها الزيادة من تضامن المجتمع بشتى مؤسساته.

د/الوظيفة التعليمية: حيث يساهم الاتصال في نقل المعارف والعلوم والتراث من جيل إلى جيل مما يساعد

على تواصل الخبرات في المجتمع.¹

هذا إضافة إلى وظيفة الإعلام ونشر المعرفة حول مل يحدث داخل المجتمع وخارجه. ووظيفة التفسير

والتوجيه للفكر، كذلك للاتصال دور كبير في نشر الوعي الديني والتعاليم، فالإتصال مثلا يساهم في نشر الدين

الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان.¹

¹ أحمد العيفة، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، مرجع سابق، ص51.

ثانيا :أهداف الاتصال :

أن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام ،وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل،وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها أو تغييرها،أو على اتجاهاته ، أو على مهاراته ذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال :

هدف توجيهي :ويمكن أن يتحقق ذلك عندما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة

،أو تعديل اتجاهات قديمة ،مرغوب فيها ،وقد وضع من خلال الدراسات العديدة التي أجريت ،أن الاتصال الشخصي اقدر على تحقيق الهدف من الاتصال الجماهيري.

هدف تثقيفي :ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمور تهمهم ،بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم ،واتساع أفقهم وفهمهم لما يدور من حولهم من احدث.

هدف تعليمي :حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات جديدة ،أو مهارات أو مفاهيم جديدة .

هدف ترفيهي او ترويجي :ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه إلى إدخال البهجة و السرور والإقناع إلى نفس المستقبل.

هدف إداري :ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل ،وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة .

هدف اجتماعي : حيث يتيح الاتصال الفرصة لزيادة الاحتكاك الجماهير بعضها البعض ،وبذلك تقوى الصلاة الاجتماعية بين الأفراد، وفي الواقع الاتصال يجمع أكثر من هدف في وقت واحد ،والواقع أن هذا النوع من الاتصال يتبادل كلمن المرسل والمستقبل أماكنهما ،إذ قد يصبح المستقبل خلال عملية التفاعل هذه مرسلا

¹فاتن عبد الفتاح محمد العبيري ،الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونيسيف ،رسالة ماجستير في الإعلام ،كلية الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط،2010-2011. ص ص49 ،50.

، والمرسل يصبح مستقبلا ،ثم يعود المرسل مرسلا كما كان ويعود المستقبل أيضا مستقبلا،وهكذا يظل تبادل مستمرا خلال عملية الاتصال هذه.¹

المطلب الثالث: خصائص الاتصال ومعيقاته

أولا : خصائص الاتصال :

يتميز الاتصال شانه شان العمليات الاجتماعية والإنسانية الأخرى بمجموعة من الخصائص :

أ-الاتصال عملية ديناميكية (DynamicProcess) :أي أن كل فرد في المجتمع يؤثر ويتأثر بالرسائل الاتصالية التي تهدف إلى التأثير على المعلومات أو الاتجاه أو السلوك.

ب-الاتصال عملية مستمرة (Continuous PROCESS):فالالاتصال حقيقة من حقائق الكون

المستمرة إلى الأبد ،فليس لها بداية او نهاية ،فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا .

ج-الاتصال عملية دائرية (SercularProcess) :ذلك ان عملية الاتصال لتسير في خط واحد

من شخص إلى آخر ،بل تسير في شكل دائري ،حيث يشترك الناس جميعا في الاتصال في نسق دائري

فيه إرسال واستقبال ،واخذ وعطاء وتأثير ونائر ،يعتمد على استجابة المرسل.

د-الاتصال عملية لا تعاد (UnrepeatableProcess):حيث تتغير الرسالة الاتصالية بتغير الأزمان

والأوقات والجمهور المستقبل وكذا معناها ،فرسائل الأمس الاتصالية ليست كرسائل اليوم أو الغد ،فمن غير

المحتمل أن ينتج الناس رسائل متشابهة في الغالب في الشكل والمعنى عبر الأزمان المختلفة ،لان الكلمات والمعاني

والحياة عموما كلها في تغير مستمر.

¹بن قيط الجودي ،استراتيجية الاتصال في الادرة الاستشفائية الجزائرية ،رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم السياسية والإعلام ،معهد علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر (3) ،2011-2012.صص 34،33.

هـ-الاتصال عملية لا يمكن إلغاؤها (**Communication Irréversible**): لأنه ليس من السهل إلغاء التأثير الذي يحصل من الرسالة الاتصالية وان كان غير مقصود كزلة لسان أو الخطأ في تحيز الزمانو المكان أو الموقف الاجتماعي.

و- الاتصال عملية معقدة (**Communication iscomplexprocesse**):الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلفة،فهي عملية معقدة لما تحويه من أشكال وعناصر وأنواع وشروط يجب اختيارها بدقة.

كما يرى خبراء الاتصال كذلك ان عملية الاتصال تتميز بسمات أخرى أبرزها :

- أن عملية قد تدور حول واقعة أو حادثة لا تقيدها حدود إلا تصورات وادراكات الأطراف المشاركة في هذه العملية.

- أن العملية على درجة عالية من المرونة والحركية.

- أن العملية مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة محددة.

ولعل بداهة القول أن الكانسان يتصل ويتفاعل مع الآخرين عن طريق استخدام الرموز اللفظية ،وغير

اللفظية ،ويقدم بلومر(**Blumler**) إطارا تصوريا يلخص فيه اتصال الأفراد عن طريق الرموز هي :

- أن الإنسان يتصرف مع الأشياء من حوله بناء على المعاني المكونة عن تلك الأشياء.

- أن معاني الأشياء تتكون من خلال التفاعل والاتصال بين الأفراد والآخرين من حوله.

- أن الفرد يقوم بعمليات الانتقاء والتأكد وإعادة التكوين والتشكيل للمعني من خلال الموقف الاتصالي

الذي يشترك فيه.¹

¹ جمال العيفة، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي ،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر (يوسف بن خدة) 2006-2007.

ثانيا: معوقات الاتصال:

المعوقات في الاتصال أو التشويش في ابسط أشكاله: هو أي شيء يعوق عملية الاتصال، ويجول دون وصول الرسالة من المصدر إلى المرسل وقد ينشأ التشويش والتداخل من المرسل أو الرسالة أو الوسيلة أو المستقبل، فتفقد عملية الاتصال شيئا من المعلومات المتدفقة من المصدر إلى المرسل المستهدف أو قد يؤدي إلى ظهور اختلاف في الرسالة التي أرسلت، وهذه المعوقات تنقسم إلى قسمين :

أولا :المعوقات الخارجية: هذه المعوقات هي المعوقات الميكانيكية التي تعني فني خارجي يطرأ على إرسال الرسالة إلى المتلقي .

مثال: ذلك أن يقحم الإنسان نفسه ويتدخل في الحديث بين شخصين فيغير مجرى الحديث وقد يكون التشويش على محطة إذاعة معينة أو منع توزيع صحيفة ومصادرة أفلام أو كتاب أو تدخل الرقابة في حذف أجزاء معينة.

1- التشويش في القوائم بالاتصال: مثل ان يكون سريعا في الحديث والإلقاء أو لديه بعض عيوب النطق.

2- التشويش في الوسيلة : كما يحدث في أثناء الإرسال للإذاعة والتلفزيون من قطع للتيار الكهربائي

اوعدم وضوح الإرسال بسبب عوامل جوية.

3- التشويش في المتلقي : كما عند الحديث بصوت منخفض غير واضح إلى إنسان ضعيف السمع أو التعبير

بالإشارة والحركة إلى إنسان كفيف، أو أن يكون المتلقي في حالة مرض شديد أثناء التعرض للرسالة أو لديه إعياء ذهني.

4- التشويش في الرسالة : كان تصاغ بلغة غير مفهومة أو بحروف صغيرة تحول دون قراءتها.

ثانيا: المعوقات الداخلية: وهي التي تكمن في العملية نفسها في عنصر من عناصرها أوكلها، فقد يحدث سوء

الفهم بين المرسل والمستقبل... أو في صياغة الرسالة بلغة لا يفهمها الطرفان لانعدام الخبرات المشتركة بينهما، أو أن

تكون الرسالة متعارضة مع اتجاهات ومعتقدات المستقبل، كما أن الوسيلة ذاتها لا بد و ان تكون قوية ومرنة. ومن

المعوقات الهامة عدم استطاعة المستقبل من ان يحل رموز الرسالة بالطريقة المطلوبة ويفهم مضمونها...ومهما كانت

المعوقات (الداخلية والخارجية) إلا انه يمكن القضاء عليها حينما يقوم القائم بالاتصال بإتباع الأتي:

1- معرفة المرسل لطبيعة المتلقي .

2- دراسة الوسيلة المناسبة وتوفيرها لدى المتلقي .

3- مهارات المرسل في إتباع حاجات المستقبل ونجاحه بإقناعه بأهمية الرسالة .

4- اختيار التوقيت المناسب للمستقبل.¹

المبحث الثاني: الاتصال الأكاديمي

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الأكاديمي، أهميته، مهاراته، وأنواعه.

أولاً: تعريف الاتصال الأكاديمي :

يعرف حتملة الاتصال الأكاديمي على انه كل اتصال فعال يؤثر بشكل أو بآخر في تحقيق أهداف

الاتصال المرجوة، بين طلبة البكالوريوس وأعضاء هيئة التدريس.²

أما الزبيدي فقد عرف الاتصال الأكاديمي بأنه نقل فكرة أو معلومات ومعاني رسالة من (مرسل)

المدرس إلى (المستقبل) الطلبة، عبر قناة الاتصال على شكل رموز مفهومة، ومتفق عليها بين المرسل

والمستقبل، وتختلف قناة الاتصال باختلاف الموقف.³

¹ محمد معوض، عبد السلام إمام، التسويق والاتصال، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012/1433، صص 248، 250.

² حتملة وآخرون، درجة ممارسة الاتصال الأكاديمي بين طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، وأعضاء هيئة التدريس، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد 13، العدد 1 مارس 2012، صص 481.

³ سوسن، سعد الدين بدر خان وآخرون، درجة ممارسة الاتصال الأكاديمي بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس في جامعة عمان الأهلية ومعوقات ذلك من وجهة نظر الطلبة، مجلة المنارة للبحوث و الدراسات، المجلد 25 العدد 1، 1440، 1/هـ/2019م، صص 194.

كم عرفه داود وآخرون بأنه كل ما يحقق اتصال فعال يؤثر بشكل وبآخر على تحقيق الأهداف المرجوة بين الطلبة وأعضاء الهيئة التدريسية في الكليات المختلفة ويشمل ارفع مجالات ،هي مجال الثقة ، مجال الاهتمام ، مجال العدالة ، مجال الاحترام.¹

وعرفته يحيىوي مباركة وآخرون الاتصال الأكاديمي بأنه عملية نقل وتبادل الأفكار والمعلومات العلمية والبحثية وأخبار الجامعة بين الطلبة الجامعيين أنفسهم ،وبينهم وبين الأساتذة ،عبر المجموعات الافتراضية ،بمواقع التواصل الاجتماعي التي تم إنشاؤها لهذا الغرض العلمي.²

وقد عرف فواز نابل وآخرون الاتصال الأكاديمي والتشارك المعرفي طبقا ل (Usoro et al ,2007)

يمكن تحديد مشاركة المعرفة تمثل عملية الاتصال بين اثنين أو أكثر من المشاركين، بحيث يكونوا مشمولين في عملية نقل المعرفة ،هذه العملية تتضمن مخزوننا معرفيا متاحا لدى مصدر المعرفة ومن خلال تفسير الاتصالات أو أكثر من متلقي المعرفة فان مخرجات هذه العملية تمثل خلقا لمعرفة جديدة.³

ويعرف الاتصال الأكاديمي أيضا بذلك الاتصال الذي يحدث في الفصل الدراسي للتعليم والتعلم الخاص بموضوع المادة ويهدف لمناقشة وفهم محتوى الدرس ،يعتمد هذا الاتصال على الغرض الرئيسي من حصة التعليم والتعلم وهو فهم المادة او المعرفة المستفادة.⁴

ثانيا: أهمية الاتصال الأكاديمي:

¹ إيمان عبد المطلب ياغي ،صفاء معيلي الحمادي ،الرضا عن جودة الحياة الجامعية في ضوء الاتصال الأكاديمي في جامعة الملك عبد العزيز ،المجلة العربية للنشر العلمي،العدد أربعون ،2-شباط-2022،ص980.

² يحيىوي مباركة ،غالون نورة ،المجموعات الافتراضية ودورها في الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين ،المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ،جامعة عبد الحميد بن باديس،المجلد9،العدد3(2022)،ص265.

³ فواز نابل عواد السليحات ،مجدلين احمد يوسف العدوان ،درجة الاتصال الأكاديمي بين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية وأعضاء هيئة التدريس فيها ،في نظر طلبة الكلية،مجلة دراسات العلوم التربوية ،المجلد1 ملحق2019، ص178.

⁴ أمير الدين إسحاق وآخرون ،الاتصال الأكاديمي وغير الأكاديمي في تعلم اللغة العربية في المدارس الدينية الماليزية ،مجلة الصراط ،جامعة احمد شاه الإسلامية ببنهاج (2020)،ص48.

الاطار النظري الفصل الثاني الاتصال الأكاديمي

-الاتصال الأكاديمي عماد العلاقات الجامعية، والجسر الذي يصل بين أطراف الاتصال :المرسل (عضو هيئة التدريس) والمستقبل (الطالبة).

-أهمية الاتصال الأكاديمي بين عضو هيئة التدريس والطالبة في قاعات المحاضرات وخارجها، وأثره الفعال في تكوين علاقات إنسانية سليمة تساعد على حل المشكلات .

-تحقيق أهداف العملية التعليمية، وإنجاحها والارتقاء بها .

-تحقيق الرضا النفسي للطالبة عن الحياة الجامعية، وبذلك تؤدي إلى مخرجات تربوية معرفية أكثر تكيفا وتقبلا للأحداث والمواقف الحياتية.

-تبنى أساليب اتصال حديثة غير تلك التقليدية ،واستخدامها أكاديميا،ومن هذه الأساليب التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والاتصال عبر الهاتف، واللقاءات الجوارية التي تعقد عن بعد عبر مجموعات النقاش.¹

ثالثا: مهارات الاتصال الأكاديمي :

يلعب الاتصال الأكاديمي دورا حيويا وفعالا في المؤسسة الجامعية خاصة في مستوى بنائها التنظيمي، حيث تمتلك الجامعة مدخلات أكثر تعقيدا يصعب تقييمها أو التحكم فيها بوضوح مثل الأشخاص والأفكار هذا ما جعل من عملية الاتصال في السياق الجامعي ترتبط بالكثير من الممارسات التي تتضمن تفاعلا اجتماعيا مباشر إلى حد ما ، وهذا ما يبرز أهمية مهارات الاتصال ودورها في تحقيق أهداف الاتصال، فالتواصل الفعال هو مهارة مكتسبة حيث يولد معظم الناس ولديهم القدرات الجسدية لاكتساب أدوات الاتصال الضرورية، ولكن هذه الإمكانيات لا تضمن أنهم سيستعملون التواصل بشكل فعال مما يتطلب منهم التدريب على مهارات الاتصال ويتم ذلك من خلال مشاركتهم الأكاديمي من خلال الندوات واللقاءات العلمية التي تتيح للطالبة مجال الحوار مع أعضاء هيئة التدريس حول مواضيع تساهم في تحقيق أهدافهم المعرفية، فإتقان الطالب لمهارات

¹سوسن، سعد الدين بدر خان وآخرون، مرجع سابق.ص194.

الاتصال يساهم في تحسين أدائه الأكاديمي بمختلف الطرق ، كما أن مهارات الاتصال عنصر مطلوب خاصة في المناقشات والعروض التقديمية التي يقدمها الطلاب في الفصل الدراسي، كم أن قدرة الطالب على التواصل بشكل شفهي ينعكس بشكل إيجابي في تفاعلاته مع الآخرين، ويساهم في تحقيق، ووفق تلك الرؤية يجرى الإشارة لأهمية مهارات الاتصال الأكاديمي بالنسبة لطلبة الدراسات العليا ، خاصة وان هذه الفئة من الطلبة مكلفة بتقديم مشاريع بحثية في مساهمهم الأكاديمي ،ومن خلال هذا المبدأ فان طلبة الدراسات العليا يمارسون اتصالمهم الأكاديمي مع أعضاء هيئة التدريس بشكل مستمر من اجل انجاز أعمالهم البحثية ،مما يستدعي ضرورة امتلاكهم لمهارات التواصل الفعال ،والمتمثل في القدرة على الاستماع والإنصات الجيد والقدرة على الحوار والمناقشة الفعالة التي تطور من أعمالهم العلمية،ويتم ذلك من بتدوين الملاحظات وإتباع توجيهات وإرشادات المشرف ،ومنه فان تحقيق الأداء البحثي الجيد يتطلب توفير مناخ وبيئة اتصالية فعالة تعمل على تفعيل قنوات الاتصال بين الطلبة والأساتذة من خلال فتح منابر الحوار والنقاش هذا ما يساهم تنمية قدراتهم الاتصالية .¹

رابعا :أنواع الاتصال الأكاديمي:

الاتصال الأكاديمي الرسمي: يمثل كل القنوات والوسائل الرسمية لبث نتائج البحوث العلمية وتتمثل أساسا في الدوريات والكتب والاستشهاد المرجعية وغيرها من الوسائل الرسمية.

الاتصال الأكاديمي الغير رسمي: تشير كثير من الدراسات حول سلوك المستفيدين في البحث عن المعلومات بان معظم أنشطة تبادل المعلومات العلمية تبدو في المراحل المبكرة لدورة الاتصال العلمي ويمثل كل القنوات والوسائل الغير رسمية التي تساعد الباحثين للوصول الى ما يحتاجونه من معلومات بسرعة كتبادل المعرفة بين زوار المؤتمرات ،ومجموعات الحوار ومجموعات النقاش والشبكات العامة لمعرفة ما يحدث في فرع محدد من فروع المعرفة.

¹خوله زكروك ،نور الدين مبني ،الاتصال الأكاديمي ودوره في تفعيل الأداء البحثي من وجهة نظر طلبة الدكتوراه بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة سطيف2 ،مجلة الآفاق للعلوم ،المجلد 6 العدد(2021)03، ص384.

الاتصال الأكاديمي الهجين: يضع في الكثير من الأحيان التمييز بين الاتصال الرسمي والغير رسمي فمثلا المحاضرة تدخل في الاتصال الغير الرسمي ،ولكنها إذا طبعت وسجلت على شريط فيديو تصبح اتصالا رسميا لكون القناة المستعملة تعتبر أداة رسمية لبث المعلومات ومعنى هذا أن هناك تكامل وارتباط وثيق بين كل القطاعين في مسار تدفق المعلومات.

المطلب الثاني: أشكال الاتصال العلمي و دوافع الاتصال في البيئة الأكاديمية

أولا: أشكال الاتصال العلمي:

يستخدم الباحث في نقل وتبادل المعلومات مجموعة من القنوات التي قد تكون شفوية كالملتقيات ،أو مكتوبة كمدكرة أو كتاب أو الكترونية.

الاتصال العلمي الشفهي: حيث أن أغلبية الباحثين يتحدثون عن أعمالهم العلمية قبل الكتابة عنها او حتى إنجازها ،ويتم الاتصال الشفوي عادة بين الباحثين الذين ينتمون لنفس التخصص.

أ. **اللقاءات العلمية المحدودة** : و تقتصر على عدد محدود من المشتركين ومنها :

منتديات الدوريات: وتنظم بأحد مراكز البحوث أو الجامعات أو الأقسام ذات الأهمية المشتركة

الحلقات الدراسية: تنظم من طرف الهيئات الأكاديمية تنظم من طرف الهيئات الأكاديمية ومراكز البحوث الصناعية لإحاطة زملائهم بما يقومون به من بحوث .

اللجان العلمية أو الفنية: لها دور بالغ في نظام الاتصال العلمي وتشكل القرار أو رفض أحد البحوث التي تحتاج إلى تمويل ويمكن مقارنتها في سياق البحث العلمي بالجزائر بتلك اللجان المشكلة على المستوى الوزاري المركزي بهدف تقييم عمل مخابر البحث ودراسة جدوى المشاريع المقترحة للبحث قصد تمويل المشاريع العلمية.

ب. **اللقاءات العلمية الموسعة**: وهي تضم اللقاءات والتظاهرات العلمية التالية :

اللقاءات المحلية والوطنية: حيث تجتمع الفروع المحلية والوطنية للجمعيات ❁ أعضاءها معا في لقاءات

لأغراض اجتماعية وعلمية

اللقاءات الإقليمية والجهوية: وهي تجمع عدد أكبر من المشاركين ومن تخصصات قد تكون مجاورة أو مختلفة.

اللقاءات القومية أو الوطنية: وتتم هذه الدورات بصفة دورية ومنتظمة عادة ما تكون سنوية وهي

تتيح للحاضرين التعرف على الجديد في تخصصهم ومعرفة أهم التطورات الحاصلة في السنة الماضية .

المؤتمرات العلمية والدولية: والتي تشكل أولوية لكثير من العلماء والباحثين وقد سمحت للنشاط العلمي

بالمحافظة على طابعه الدولي حيث يتم فيها عرض أهم ما توصل إليه العلماء والباحثين.

الاتصال العلمي المكتوب:

رغم الدور الذي يلعبه الاتصال الشفوي في تداول المعلومات العلمية إلى أن الاتصال المكتوب يفرض

نفسه في المحصلة النهائية وذلك عبر الأساليب التي يعتمد عليها في تداول المعلومات العلمية عبر النظامين الرسمي وغير

رسمي .

أ. القنوات غير الرسمية للاتصال العلمي المكتوب:

التقارير التحريرية: التي يقوم الباحث وهي تعتبر بمثابة مسودة مبدئية لأصل مقال وتساعد في تصحيح

الخطأ قبل النشر و هذا يزيد في درجات الجودة عند النشر النهائي للمقال .

التقارير الفنية: ويطلق عليها بالوثائق قبل النشر وهي تضم في مجملها الوثائق غير الرسمية التي تسبق النشر الرسمي

للمادة العلمية في شكل مقال بدورية علمية.

الرسائل الجامعية الأطروحات: وهي تمثل أحد القنوات غير الرسمية الأساسية لبث المعلومات العلمية على أوسع نطاق .

و تجدر الإشارة إلى أنه هناك بعض الأنواع الأخرى ذات الطابع غير الرسمي تنتمي إلى ما يسمى الآداب الرمادية من براءات الاختراع وأعمال المؤتمرات وأطروحات ورسائل جامعية ووثائق قبل النشر وتقارير البحوث التي تنتجها هيئات خاصة أو عمومية وبناء على هذا النمط الأخير من قنوات الاتصال يمكن القول بأن العناصر الفاعلة في النشاط العلمي في المجتمع والتي يتكون منها نظام الاتصال الأكاديمي هي الباحثون وأوعية المعلومات والمكتبات ودور النشر والجمعيات العلمية وكل عنصر في هذا النظام له دوره المناط به فعلى الباحثين مثال كتابة الرسالة وعلى دور النشر وإنتاجها وتوزيعها بينما على المكتبات والجمعيات العلمية تجميع هذه الدراسات وتحريرها اقتناءها وتخزينها وتيسير سبل الإفادة منها.

ب- القنوات الرسمية للاتصال العلمي المكتوب:

والذي يعتمد في نظامه الرسمي على مقالات الدوريات نظرا لكون المقال العلمي قد مر بمرحلة التحكيم ثم المراجعة لبلوغ أقصى درجات الإجابة حيث يسمح له بعد ذلك بالمرور إلى القطاع الرسمي ويصبح بالإمكان الرجوع إليه والاستشهاد به، ويأخذ الاتصال الأكاديمي المكتوب عدة أشكال حسب الهدف المراد تحقيقه إذ يمكن تقسيمه إلى :

الاتصال العلمي المكتوب للوثائق الأولية: تنشر النتائج الأصلية للبحث ويكون بين الباحثين في نطاق مغلق

الاتصال العلمي المكتوب للوثائق: التي تخدم الأهداف التعليمية البيداغوجية وهو موجه نحو فئة الطلبة والدارسين .

الاتصال العلمي المكتوب الموجه لعامة الناس: وهو يهدف إلى نشر الثقافة العلمية في أوساط المجتمع.¹

ثانيا: دوافع الاتصال في البيئة العلمية:

عادة ما يحرص الباحث المبدع في النشاط العلمي على رسم مسار جهوده الجارية بحيث تكون على الخطوط الأمامية لجهة البحث حتى يكون من الممكن إيصالها لباقي الباحثين على هذه الجهة، وعلى منتج معلومات البحث أن يحرص دائما على التعريف بهذه المعلومات، والبحث عما يتصل بأبحاثه من معلومات وتعديل مسار هذه البحوث وتطوير احتمالات الإفادة منها، ويغذي هذا السلوك دوافع قوية لإحراز الاعتراف الاجتماعي الناتج عن إسهام علمي أصيل ومناسب. كما ويساند هذه القواعد الملزمة مزيجا من الدوافع النفسية والاجتماعية التي تتراوح ما بين المتعة الجمالية الناتجة عن تسجيل اكتشافات جديدة أو إبداع معلومات غير مسبوقة من جهة، والمطالب العلمية كحاجة الباحث لان يحظى عمله بالقبول ونشر مقالاته في الدوريات العلمية لدعم مكانته المهني الاقتصادية من جهة ثانية، ويتصل بالمطلب الأخير ما يتعلق بتباهي المعاهد والهيئات بغزارة إنتاج منتسبيها من الباحثين للمطبوعات ذات المستوى العلمي الرفيع، فعلى الرغم من أن مبرر وجود هذه المعاهد والهيئات هو إنتاج المعلومات العلمية التي ينبغي أن تسهم في تطور المعرفة العلمية فان بقاءها مزدهرة يتوقف على إنتاجها العلمي المعترف به، إذ وبدون مثل هذا الاعتراف لا يمكن للباحثين البارزين أن يجتذبهم العمل بها، ذلك انه من دوافع الباحث العلمي الاتصال ونشر المقالات خصوصا ليس ببساطة مجرد إرضاء لالانا أو الذات وإنما هي أيضا ضرورة الإسهام في النشاط العلمي ودعم مقومات ازدهار الهيئة العلمية التي ينتسب إليها والإطار الذي يحفظ لعملية الاتصال العلمي هذه تماسكها هو التفاعل النفسي بين الاهتمامات الشخصية للأفراد واهتمامات الجماعات حيث تتحكم كل فئة منها في الأخرى، انه الدافع الذي يجعل كل باحث حريصا على أن يحقق لنفسه سمعة طيبة في الوقت الذي تتوقف فيه سمعة كل باحث على ما يبيديه إقرانه اتجاه إنتاجه العلمي

¹وردة مصيبح، استخدامات الشبكات الاجتماعية في تدعيم الاتصال الأكاديمي، بحوث جامعة الجزائر 01، العدد 08، صص 447، 446.

،فالباحث يعتمد على الباحثين الآخرين لتزويده بالمعلومات التي تتيح له القدرة على مواصلة بحثه حتى يتمكن من اكتساب سمعة طيبة، وفي الوقت نفسه يعتمد عليه غيره من الباحثين لينصفهم ويمدهم بالمعلومات.¹

المطلب الثالث:الاتصال الأكاديمي في البيئة الالكترونية ،استخدام التكنولوجيا في التعليم الأكاديمي ومعيقات الاتصال الأكاديمي.

أولا :الاتصال الأكاديمي في البيئة التكنولوجية:

إننا نعيش في عصر التكنولوجيا والمعلومات ،وهما المحركان لآليات التطور في كل جانب من جوانب الحياة لا سيما التعليم،حيث تساهم هذه الوسائط والتقنيات في توسيع أنظمة التربية المستعملة ،وتنشئ إمكانيات ووسائل تعليم جديدة ،وتساعد على زيادة قدرة الاستيعاب لدى مختلف الأجيال والمراحل التربوية ،وتنشئ وسائل إيضاح جديدة في نقل المحاضرات وسماعها.

لقد تزايدت الحاجة في عصر المعلوماتية إلى تطوير التعليم مع التركيز على المعارف والمهارات التكنولوجية والعلمية اللازمة للمشاركة بصورة مجدية في مجتمع المستقبل ،ومع هذا التطور السريع الذي تشهده المعارف بات من الصعب على نظم التعليم التقليدية الوفاء بالمتطلبات التعليمية المنشودة ،وتزايدت الحاجة إلى تكميل التعليم النظامي بتعليم يتوفر عن طريق قنوات غير نظامية.

ومما لاشك فيه أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال يمكن إن تضطلع بادوار فعالة في هذا الصدد،خاصة وأنها أحدثت تغييرات في كثير من المفاهيم، والأفكار التي يتعامل بها الأفراد والجماعات داخل المجتمع وهو ما انعكس مباشرة على نظم التعليم،فمثلا تغير مفهوم الوقت أو الزمن نتيجة للسرعة التي بات من الممكن نقل المعلومة خلالها، وبالتالي تغير مفهوم الوقت في التعامل مع المعلومات ليصبح موردا وليس قيادا ،وأیضا

¹اعتيقة لحواطي ، الاتصال العلمي الالكتروني ودوره في إنتاج البحوث العلمية في البيئة الأكاديمية،مجلة بيلوفيليا لدراسات المكتبات والمعلومات،جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، العدد 02، 2019، ص64.

تغير مفهوم المكان الذي لم يعد عائقا بكل ما يعني ذلك من قدرات وإمكانيات لإنجاز الأعمال دون الأضرار إلى الانتقال من مكان لآخر لإنجازها، لذا كان طبيعيا أن تتغير أشكال التعليم وتتطور مع تصاعد التقدم التقني الذي تحتل منه شبكة الانترنت مكانة الذروة، فمع الانتشار الكبير لأجهزة الحاسوب الشخصية والنمو المتعظم لشبكة الانترنت وتنوع وظائفها واستخداماتها، أفرزت أنماطا حياتية مستحدثة مثل المخاطبة والحوار وعقد المؤتمرات المرئية وتبادل الرسائل والبيانات والمعلومات وسهولة الحصول عليها مهما كان شكلها.

ثانيا : استخدام تكنولوجيا الاتصال في التعليم والبحث العلمي :

يرى برناس سعيدان التكنولوجيا الحديثة أعطت لعلوم الإعلام والاتصال دفعا جديدا مجال التعليم، والبحث العلمي، حيث يعتبر هذا القطاع من أكثر القطاعات تأثرا بفحوى هذه التكنولوجيا، فقد ظهرت لأول مرة مفاهيم حديثة للتعليم منها التعليم الالكتروني او التعليم عن بعد، التعليم مدى الحياة، التعلم الذاتي، وهي كلها مصطلحات تستعين بالتكنولوجيا الحديثة في ترسيخ العملية التعليمية. وبفضل هذه المفاهيم وجدت الجامعة المفتوحة، أو إشراف مؤطرين من جامعة أجنبية على طلاب في دولة أخرى، إضافة إلى ربط الجامعات بعضها البعض بالاستعانة بالوسائل السمعية البصرية والوسائط المتعددة.

ويتوقع أن يزداد تبني التعليم الالكتروني في الجامعات والمدارس والمؤسسات والشركات يوما بعد يوم نتيجة القناعات المتزايدة في الفوائد التي يحققها التعليم الالكتروني لمختلف جوانب العملية التعليمية. يستطيع التعليم الالكتروني بما يملكه من قوة ومرونة أن يحسن العملية التعليمية ويحل الكثير من المشكلات التي يعاني منها التعليم اليوم حيث يوفر المحتوى التعليمي للدارسين في أي وقت وفي أي مكان عبر شبكة الانترنت وبأشكال متعددة تتناسب مع اختلاف الظروف والقدرات ويقلل من تكاليف التعليم والتدريب، ويمكن من متابعة التعلم بصورة دقيقة، كما يساعد الجامعات على استيعاب الأعداد الكبيرة من الدارسين وتقديم التعليم للقائنين في المناطق البعيدة، مع المحافظة على الجودة التعليمية وهناك نوعين من التعليم الالكتروني:

-التعليم الالكتروني المتزامن **Synchronous E-Learning**: وهو التعليم على الهواء الذي يحتاج إلى وجود المتعلمين في نفس الوقت أمام أجهزة الكمبيوتر لإجراء النقاش والمحادثة بين الطلاب أنفسهم وبينهم وبين المعلم عبر غرف المحادثة virtualchatting أو باستخدام أدواته الأخرى ،ومن إيجابيات هذا النوع من التعليم حصول المتعلم على تغذية راجعية فورية وتقليل التكلفة والاستغناء عن الذهاب لمقر الدراسة ،ومن سلبياته حاجته إلى أجهزة حديثة وشبكة اتصالات جيدة.وهو أكثر أنواع التعليم الالكتروني تطورا وتعقيدا حيث يلتقي المعلم والطالب على الانترنت في نفس الوقت بشكل متزامن ،ومن أدوات هذا النوع من التعليم ،اللوح الأبيض (Whit Board) الفصول الافتراضية (virtual classroom) المؤتمرات عبر الفيديو .

-التعليم الالكتروني غير المتزامن **Asyn chronous E-Learning** : وهو التعليم الغير مباشر الذي لا يحتاج إلى وجود المتعلمين في نفس الوقت ،ومن إيجابيات هذا النوع أن المتعلم يحصل على الدراسة حسب الأوقات الملائمة له،وبالجهد الذي يرغب في تقديمه ،كذلك يستطيع الطالب إعادة دراسة المادة والرجوع إليها الكترونيا كلما احتاج لذلك. ومن سلبياته عدم استطاعة المتعلم الحصول على تغذية فورية من المعلم، كما انه قد يؤدي إلى الانطوائية لأنه يتم في عزله .ومن أدوات التعليم الالكتروني غير المتزامن البريد الالكتروني ،الشبكة النسيجية World wid web ،القوائم البريدية Mailing List مجموعات النقاش Discussion Groups والأقراص المدمجة .CD استفاد البحث العلمي بدوره كثيرا من التكنولوجيا الحديثة حيث تجمعت المعلومات التي كانت في وقت سابق شحيحة ومتفرقة ،لتصبح غزيرة وسهلة المنال ،فأصبح البحث أسهل ما يكون عبر شبكة الانترنت ،ومعلومات غير محددة ¹.

ثالثا : معيقات الاتصال الأكاديمي :

- ضعف امتلاك الطلبة لمهارات التواصل اللغوي والاجتماعي .

¹وليم جاري،(تر) حشمت قاسم،ط1،دار العربية للموسوعات ،1973،ص ص،90،91.

الاطار النظري الفصل الثاني الاتصال الأكاديمي

- انخفاض مستوى ثقة الطلبة بأنفسهم بسبب تدني مستوى التحصيل .
- وقلة دافعية الطلبة للدخول بنقاش وحوار مع المدرسين.
- كثرة الأعباء التدريسية لأعضاء هيئة التدريس . .
- شعور هيئة التدريس بان الطلبة يتخلون في شؤونهم .
- التمييز بين الطلبة والتحيز لبعضهم سواء بقصد أو بدون قصد .
- عدم تقبل الهيئة التدريسية لانتقادات الطلبة ،وتكليفهم بأنشطة يتم استغلالها لمصالحهم الشخصية تعديبرز عوائق الاتصال بين أعضاء هيئة التدريس والطلبة.
- كثرة إعداد الطلبة في الشعبة الواحدة .
- غياب وسائل التشويق والترغيب في المحاضرة .
- روتينية طرق التدريس المستخدمة ،والأنشطة والمقررات المنهجية التي لا ترتق إلى مستويات التفكير العليا عند الطلبة.
- الفجوة بين المادة العلمية التي يدرسها الطلبة وواقع الحياة العملية.
- إضافة إلى معيقات مرتبطة بقاعات التدريس الجامعي ،وأخرى ترتبط بالجانب الأدائي والمهاري لأعضاء هيئة التدريس ،ومنها ما هو مرتبط بسلوك الطالب واستعداده في قاعات التعليم الجامعي¹.

خلاصة الفصل:

مايمكن قوله ان للاتصال الأكاديمي دور فعال في تنمية المعارف والقدرات العلمية والفكرية بين الفاعلين في الحقل الأكاديمي ،خاصة وتوفر خدمات الجيل الرابع ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي عامة الفيسبوك على وجه الخصوص.

1 - سوسن سعد الدين وآخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص48.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

بعد تحديدنا في الفصل السابق للإطار المنهجي المتبع في دراستنا سوف نقوم في هذا الفصل بعرض وتحليل البيانات والمعطيات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها، ليتم بعدها عرض نتائج الدراسة ومناقشتها في ضوء الفرضيات التي انطلقنا منها في الجانب النظري وفي ضوء الدراسات السابقة أيضا وهذا بغية التحقق من مدى مصداقيتها. كما أننا سوف نقوم في هذا الفصل أيضا بتقديم اقتراحات وتوجيهات .

المحور الأول : خصائص العينة

الجدول رقم 1 : يبين توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
21,3%	13	ذكر
78,7%	48	انثى
100%	61	المجموع

من خلال الشواهد الإحصائية الواردة في الجدول رقم 01 والموضح لمتغير الجنس نلاحظ أن نسبة الإناث هي النسبة الغالبة في عينة البحث حيث تقدر بـ 78.7% أي ما يعادل 48 مفردة من إجمالي عينة الدراسة في حين تعتبر نسبة الذكور قليلة مقارنة بنسبة الإناث حيث تقدر بـ 21.3% أي ما يعادل 13 مفردة من إجمالي المبحوثين.

وهذا ما يفسر على ان الإناث يواصلون دراستهم الجامعية ،اما الذكور فيختارون التوجه الى الحياة

العملية .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع النتائج غليان غضبان التي بينت أن استخدام الفيسبوك من الطلبة الجامعيين هم إناث بنسبة 59.7 % مقابل 40.30 % ذكور ، وهذا راجع إلى أن الإناث يفضلن إكمال الدراسة مقارنة بالذكور الذين يتوجهون عادة إلى الحياة العملية.^{1*}

الجدول رقم 2 : يبين توزيع افراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
77%	47	24-19
14,8%	9	30-25
8,2%	5	31 فما فوق
100%	61	المجموع

من خلال معطيات الكمية الواردة في الجدول رقم 02 الذي يتناول متغير السن ، يوضح أن اغلبية أفراد العينة سنهم ما بين 19 و 24 سنة بما يمثل 47 فردا أي بنسبة 77 % والفئة العمرية بين 25 و 30 سنة ممثلة ب 09 أفراد بنسبة 14.8 % في حين نجد أن الفئة العمرية من 31 سنة فما فوق ممثلة ب 5 أفراد بنسبة 8.2 % و هي أقل نسبة . من خلال هذا نستنتج أن اغلب المبحوثين شباب وهذا راجع الى العينة المختارة من الوسط الجامعي.

¹ غليان غضبان، مرجع سبق ذكره،ص207

الجدول رقم 3 : يبين توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص

النسبة	التكرار	التخصص
63,9%	39	اعلام واتصال
36,1%	22	علم المكتبات
100%	61	المجموع

من خلال تفريغ اجابات أفراد العينة حول التخصص العلمي والتي وردت في الجدول رقم 03 تبين أن 39 مفردة بنسبة 63.9% من المبحوثين هم من تخصص اعلام واتصال ، في حين نجد أن 22 مفردة أي بنسبة 36.1% من العينة هم من تخصص علم المكتبات ، من خلال ذلك يتضح لنا أن غالبية المبحوثين من تخصص اعلام واتصال وذلك راجع الى قرب التخصص المدروس من افراد العينة قيد الدراسة .

الجدول رقم 4: يبين توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة	التكرار	المستوى الجامعي
39,3%	24	ماستر 1
60,7%	37	ماستر 2
100%	61	المجموع

من خلال النتائج الموضحة أعلاه حول المستوى الجامعي لأفراد العينة والتي وردت في الجدول رقم 04 تبين أن 24 مفردة بنسبة 39.3% ذو مستوى ماستر 1 و 37 مفردة بنسبة 60.7% ذو مستوى ماستر 2 ، هذا ما بين أن أغلبية الطلبة المبحوثين هم من مستوى السنة الثانية ماستر .

الجدول رقم 5 : يبين توزيع افراد العينة حسب متغير هل انت

هل انت	التكرار	النسبة
مقيم	24	39,3%
غير مقيم	37	60,7%
المجموع	61	100%

تشير نتائج الجدول رقم 05 والخاصة بمتغير (هل أنت) والموجهة لمعرفة وضعية الطلبة المبحوثين من حيث الإقامة بالحي الجامعي أم أنهم غير مقيمين ، خلصت النتائج الى وجود 24 مفردة تشير إلى أنهم مقيمين وذلك بنسبة 39.3% ، في حين أن الطلبة الغير مقيمين فقدرت نسبتهم ب 60.7% ما يعادل 37 مفردة من مجموع المبحوثين .

الجدول رقم 6 : يبين توزيع افراد العينة حسب متغير السكن

النسبة	التكرار	السكن
%80,3	49	حضري
%19,7	12	ريفي
%100	61	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (06) والخاصة بمتغير السكن ، نجد أن أغلب المبحوثين يقطنون في الحضر وذلك ما أظهرته نتائج الجدول والمقدرة بنسبة 80.3 % ما يعادل 49 مفردة ، في حين أن المبحوثين الذين يقطنون بالريف بلغت نسبتهم 19.7% ما يعادل 12 مفردة من مجموع المفردات البالغ عددها 61 .

الجدول رقم 7 : يبين توزيع افراد العينة حسب امتلاك حساب فيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 1
%98,4	60	نعم
%1,6	1	لا
%100	61	المجموع

من خلال تفرغ نتائج الجدول رقم 07 والذي يبين توزيع افراد العينة حسب امتلاك حساب فيسبوك

فكانت النتائج على النحو التالي : اغلب المبحوثين يمتلكون حساب فيسبوك ممثلين في 60 مفردة من مجموع مفردات البحث وذلك بنسبة 98.4 % ن في حين نجد مفردة واحدة من مجموع المفردات التي لا تملك حساب فيسبوك بنسبة 1.6 % .

من هنا نستنتج ان جل المبحوثين يمتلكون حساب فيسبوك وهذا ما يتماشى وطبيعة الموضوع المدروس .

الجدول رقم 8 : يبين توزيع افراد العينة حسب المدة التي تقضى في تصفح الفيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 2
23%	14	اقل من ساعة
54,1%	33	من ساعة الى ساعتين
23%	14	اكثر من 4 سا
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 08 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب المدة التي تقضى في تصفح الفيسبوك ن فنجد ان غالبية المبحوثين المتمثلين في 33 مفردة من مجموع مفردات عينة الدراسة يقضون من ساعة الى ساعتين في تصفح الفيسبوك وذلك بنسبة تقدر ب 54.1 % ، في حين نجد أن الذين يقضون من اربع ساعات فاكثر يمثلون 14 مفردة من مجموع مفردات البحث والمقدرين بنسبة 23 % مثلهم مثل الذين يقضون أقل من ساعة كذلك .

هذا ما يؤكد وجود متابعة قوية نوعا ما في تصفح الفيسبوك وهو ما سهل علينا استخلاص نتائج

دراستنا هذه .

وتتطابق هذه النتائج مع نتائج دراسة الغليان غضبان التي تفسر إدمان أفراد العينة على الفيسبوك

واعتباه موقعا افتراضيا يعيش فيه الطلبة .^{1*}

الجدول رقم 9 : يبين توزيع افراد العينة حسب الاماكن التي يستخدم فيها الفيسبوك

السؤال 3	التكرار	النسبة
الجامعة	11	%18
اماكن اخرى	50	%82
المجموع	61	%100

تظهر لنا نتائج الجدول رقم 09 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب الاماكن التي يستخدم فيها

الفيسبوك على أن غالبية المبحوثين والمتمثلين في 50 مفردة من مجموع مفردات مجتمع البحث انهم يستخدمون

الفيسبوك في اماكن اخرى ومتنوعة وذلك بنسبة 82 % ، في حين ظهرت نتائج الذين يتصفحون الفيسبوك في

الجامعة بنسبة %18 والمقدرة ب 11 مفردة من مجموع مفردات المجتمع المدروس .

¹ غليان غضبان، مرجع سابق،ص208

الجدول رقم 10 : يبين توزيع أفراد العينة حسب أكثر الفترات التي يستخدم فيها الفيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 4
9,8%	6	الصباحية
36,1%	22	المسائية
54,1%	33	لا توجد فترة
100%	61	المجموع

من خلال تفريغ نتائج الجدول رقم 10 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب اكثر الفترات التي يستخدم

فيها الفيسبوك وجدنا أن اغلب المبحوثين ليس لديهم فترة معينة في تصفح الفيسبوك والتي قدرت نسبتهم ب

54.1% والممثلين في 33 مفردة من مجموع مفردات البحث ، في حين تمثلت الفترة المسائية للمبحوثين في

التصفح بنسبة 36.1% المقدره ب22 مفردة من مجموع مفردات المبحوثين ، أما الفترة الصباحية فقد جاءت

نسبتها ضعيفة مقارنة بالفترات الاخرى وذلك بنسبة 9.8% ممثلة في 6 مفردات من مجموع مفردات البحث .

الجدول رقم 11 : يبين توزيع افراد العينة حسب نوع الاسم الذي يستخدم به الفيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 5
65,6%	40	حقيقي
34,4%	21	مستعار
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 11 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب نوع الاسم الذي يستخدم به الفيسبوك ، أن اغلب المبحوثين يملكون حسابات فيسبوكية بأسمائهم الحقيقية ممثلين بي 40 مفردة من مجموع مفردات العينة المدروسة وذلك بنسبة 65.6 % ، في حين جاءت نتائج الذين يستخدمون حسابات فيسبوكية بأسماء مستعارة مقدره ب 21 مفردة من مجموع مفردات المجتمع المدروس وذلك بنسبة 34.4 % .

من خلال ذلك نستنتج ان غالبية المبحوثين وحسب مجالهم معرفي ومستواهم العلمي يملكون حسابات فيسبوكية بأسماء حقيقية ما ساهم في سهولة عملية جمع المعلومات .

الجدول رقم 12 : يبين توزيع افراد العينة حسب صفة استخدام الفيسبوك

السؤال 6	التكرار	النسبة
دائما	36	59%
احيانا	22	36,1%
نادرا	3	4,9%
المجموع	61	100%

من خلال تفرغ نتائج الجدول رقم 12 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب صفة استخدام الفيسبوك ، خلصت النتائج على أن الدين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة هم الاكثر حضورا في دراستنا هذه من خلال 36 مفردة من مجموع مفردات العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم ب 59 % ، بينما الذين يستخدمونه احيانا فكانت نسبتهم 36.1% مقدرين ب 22 مفردة من مجموع مفردات مجتمع البحث ، أما نادراوا الاستخدام فكانت نسبتهم ضئيلة مقارنة بالنسب الاخرى اذ تمثلت ب 4.9 % ممثلة ب 3 مفردات من مجموع المجتمع الدروس .

من خلال ذلك يمكن القول ان الاستخدام الدائم للفيسبوك مكثنا من الوصول الى تحديد مجال ونتائج

دراستنا .

الجدول رقم 13 : يبين توزيع افراد العينة حسب تقييم استخدام الفيسبوك كعامل مساعد في تحسين المستوى العلمي .

النسبة	التكرار	السؤال 7
41%	25	نعم
14,8%	9	لا
44,3%	27	احيانا
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 13 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب تقييم استخدام الفيسبوك كعامل مساعد في تحسين المستوى العلمي ، استنتجنا أن اغلب المبحوثين أكدوا بوجود منفعة من استخدام الفيسبوك كعامل مساعد في تحسين المستوى العلمي وقدرت نسبة المجيبين بنعم ب 41% بتكرار 25 مفردة من مجموع مفردات العينة المدروسة ، في حين كانت نتائج الذين اجابوا بعدم وجود منفعة من استخدام الفيسبوك كعامل مساعد في تحسين المستوى العلمي وقدرت اجاباتهم بنسبة 14.8% اي بتكرار قدره 9 مفردات من مجموع مفردات المجتمع المدروس ، بينما كان اجابات الذين يرون ان استخدام الفيسبوك احيانا ما يساعد كعامل في تحسين المستوى العلمي بنسبة 44.3 % ، أي 27 مفردة من مجموع مفردات العينة المدروسة .

الجدول رقم 14 : يبين توزيع افراد العينة حسب امكانية الاستغناء عن الفيسبوك في الوسط الجامعي.

النسبة	التكرار	السؤال 8
45,9%	28	نعم
54,1%	33	لا
100%	61	المجموع

من خلال تفرغ نتائج الجدول رقم 14 والذي يبين توزيع افراد العينة حسب امكانية الاستغناء عن الفيسبوك في الوسط الجامعي ، كانت اغلب اجابات المبحوثين بعدم الامكانية وذلك بنسبة 54.1 % مقدرة ب 33 مفردة من مجموع مفردات المجتمع المدروس ، في حين جاءت نسبة الذين يرون ان هناك امكانية للاستغناء عن الفيسبوك في الوسط الجامعي بنسبة 45.9 % مقدرة ب 28 مفردة من مفردات العينة المدروسة.

من خلال ذلك يمكن القول ان استخدام الفيسبوك كوسيلة في الوسط الجامعي لا يمكن الاستغناء عنها

مقارنة بما تحققه من منفعة للطلاب ومجالهم العلمي والمعرفي .

المحور الثاني: دوافع استخدام الفيسبوك

الجدول رقم 15: يبين توزيع افراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 9
27,9%	17	الحصول على اخبار جديدة
18%	11	ملء اوقات الفراغ
9,8%	6	كسب معلومات و معارف جديدة
9,8%	6	بحكم العادة
6,6%	4	مواكبة الاحداث في المجال الاكاديمي
4,9%	3	تثقيف
4,9%	3	الانفتاح على العالم
9,8%	6	التسلية و الترفيه
3,3%	2	الدراسة
4,9%	3	الاستزادة المعرفية
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 15 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك ، نجد أن هناك عدة دوافع لاستخدام الفيسبوك من قبل الباحثين ، وقد تفاوتت نسب دوافع الاستخدام حسب كل دافع منها الخاصة بالحصول على اخبار جديدة فكانت بنسبة 27.9 % ممثلة ب 17 مفردة تليها دوافع ملئ اوقات الفراغ بنسبة 18 % ممثلة ب 11 مفردة ، ثم التساوي في النسبة الخاصة بكسب معلومات ومعارف جديدة

بنسبة 9.8 % وبحكم العادة والتسلية والترفيه بنفس النسبة يمثل كل دافع منهم ب 6 مفردات ، ونجد دوافع التثقيف والانفتاح على العالم والاستزادة المعرفية بنسبة 4.9 % لكل دافع ممثلين ب 3 مفردات لكل دافع منهم ، وفيما يخص دافع الدراسة فقد عبر الباحثين عن ذلك بنسبة 3.3 % ممثلة ب مفردتين من مجموع مفردات العينة المدروسة المقدرة ب 61 مفردة .

من خلال ذلك يمكن القول أن هناك اختلاف وتباين في دوافع استخدام الفيسبوك من قبل الباحثين وأن اغلب هذه الدوافع تصب في ملء وقت الفراغ والتحصيل العلمي والمعرفي العام . وهذا مايتفق مع دراسة غليان غضبان التي وضحت أن أهم دوافع استخدام الطلبة للفيسبوك هة الإطلاع على آخر الأخبار.

الجدول رقم 16 : يبين توزيع افراد العينة حسب التفاعل مع المنشورات العلمية عبر الفيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 10
21,3%	13	كبيرة
63,3%	39	متوسطة
14,8%	9	ضئيلة
100%	61	المجموع

بعد تفرغ نتائج الجدول رقم 16 والذي يبين توزيع افراد العينة حسب التفاعل مع المنشورات العلمية عبر الفيسبوك ، نجد أن أغلب الباحثين عبروا عن تفاعلهم بدرجة متوسطة مع المنشورات العلمية عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 63.3 % وهذا راجع حسب النتائج السابقة الى تنظيم اوقاتهم عبر هذه الصفحة وان اغلبهم لا يعتمد عليها كثيرا في الحصول على المنشورات العلمية ما يجعل التفاعل قليلا نوع ما ، في حين نجد بعضهم يتفاعل

معها بدرجة كبيرة وذلك بنسبة 21.3 % حسب ما هو مبين في الجدول أعلاه ممثلين ب 13 مفردة ، اما الذين لا يتفاعلون مع هذه المنشورات العلمية عبر الفيسبوك فقد كانت نسبتهم قليلة مقارنة بالنسب الأخرى والتي قدرت ب 14.8 % ممثلين ب 9 مفردات من مجموع مفردات عينة الدراسة .

هذا ما يؤكد اختلاف الاهتمام والتفاعل بين الباحثين فيما يخص استخدام الفيسبوك في المجال العلمي

والأكاديمي .

الجدول رقم 17 : يبين توزيع افراد العينة حسب ما يوفره الفيسبوك من بحث في المجال العلمي

النسبة	التكرار	السؤال 11
8,2%	5	دائما
83,6%	51	احيانا
8,2%	5	نادرا
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 17 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب ما يوفره الفيسبوك من بحث في المجال

العلمي عبر غالبية الباحثين على أن الفيسبوك احيانا ما يوفر ما يحتاجونه في مجال البحث العلمي بنسبة 83.6

% ممثلين ب 51 مفردة ، في حين جاءت النسبة متساوية بين الذين عبروا بنادرا ما يوفر الفيسبوك كل ما

يحتاجونه في مجال البحث العلمي وبين الذين رأوا عكس ذلك وقدرت النسبة ب 8.2 % لكل فئة منهم ممثلين

ب 5 مفردات لكل منهما من مجموع الباحثين .

هذا ما يؤكد اعتماد المجتمع المدرس على الفيسبوك في توفير مجال البحث العلمي بصفة شبه دائمة .

الجدول رقم 18 : يبين توزيع افراد العينة حسب استخدامات الصفحات الفيسبوكية

وتسهيلا تها لمعرفة الجديد العلمي

النسبة	التكرار	السؤال 12
%73,8	45	نعم
%26,2	16	لا
%100	61	المجموع

من خلال تفرغ نتائج الجدول رقم 18 والذي يبين توزيع افراد العينة حسب استخدامات الصفحات الفيسبوكية وتسهيلا تها لمعرفة الجديد العلمي ، وجدنا أن الغالبية الكبيرة من الباحثين اكدوا على وجود سهولة في معرفة الجديد العلمي من خلال استخدام الصفحات الفيسبوكية وذلك بنسبة %73.8 من الذين أجابوا بنعم ممثلين ب 45 مفردة من مجموع المفردات ، أما الذين عبروا بعدم وجود تسهيلات فقد قدرت نسبتهم بحوالي % 26.2 أي بتمثيل 16 مفردة من مجموع المفردات ، وهذا ما يؤكد الدور الكبير الذي تلعبه الصفحات الفيسبوكية من تقديم تسهيلات للمتصفحين في مجال اكتساب والحصول على المعارف الجديدة حسب النتائج الموضحة اعلاه .

الجدول رقم 19 : يبين توزيع افراد العينة حسب نوع الجديد العلمي ,الذي تسهله الصفحات

الفيديو

النسبة	التكرار	السؤال 13
32,8%	20	ملتقيات ومؤتمرات علمية
29,5%	18	دورات تكوينية
9,8%	6	ورشات نقاش
24,6%	15	مسابقات دكتوراه
3,3%	2	اخرى اذكرها
100%	61	المجموع

بعد تفريغ نتائج الجدول رقم 19 والذي يبين توزيع افراد العينة حسب نوع الجديد العلمي ,الذي تسهله الصفحات الفيديو جاءت نتائج المبحوثين متقاربة وذلك حسب طبيعة الجديد العلمي الذي يبحثون عنه فمنهم من رأى أن الصفحات الفيديو تسهل عليه الاطلاع والمشاركة في الملتقيات العلمية وذلك بنسبة 32.8 % مقربين ب20 مفردة ، في حين عبر المهتمين بالدورات التكوينية ان هناك سهولة في الحصول على ما يريدونه عبر الصفحات الفيديو وقدرت نسبتهم ب 29.5 % ، في حين عبر المهتمين بمسابقات الدكتوراه بنسبة 24.6 % ممثلين ب 15 مفردة سهلت عليهم الصفحات الفيديو الحصول على حاجاتهم ، بينما قدرت نسبة المشاركين في ورشات النقاش ب 9.8 % بتمثيل 6 مفردات ، أما أنواع الجديد العلمي المختلفة فقد عبر عنها بنسبة 3.3% ممثلة بمفردتين من مجموع مفردات العينة المدروسة ن وهو ما يجعل الصفحات الفيديو

توفر التنوع المختلف في الحصول على المجال العلمي والمعرفي حسب رغبة وحاجة كل متصفح .

الجدول رقم 20 : يبين توزيع افراد العينة حسب تقييم التفاعل مع المواضيع ذات الطابع العلمي

على الفيسبوك

النسبة	التكرار	السؤال 14
36,1%	22	أتفاعل
62,3%	38	تفاعل نادرا
1,6%	1	لا أتفاعل
100%	61	المجموع

من خلال تفرغ نتائج الجدول رقم 20 الذي يبين توزيع افراد العينة حسب تقييم التفاعل مع المواضيع

ذات الطابع العلمي على الفيسبوك ، عبر المتصفحين للفيسبوك على وجود نسبي فيما يخص المواضيع ذات الطابع

العلمي وذلك بنسبة 62.3% ممثلين ل38 مفردة ، بينما عبر المتفاعلين مع تلك المواضيع العلمية بنسبة 36.1

% ممثلين ب 22 مفردة ، في حين كان المعبرون بعدم التفاعل قليلا نوعا ما حيث سجلت نسبتهم ب 1.6 %

بتمثيل مفردة واحدة من مجموع المفردات . من خلال ذلك يمكن القول ان التفاعل النسبي الموجود مع المواضيع

العلمية عبر الفيسبوك يختلف باختلاف نوع الموضوع ومدة الاستخدام حسب ما عبر عنه المبحوثين .

الجدول رقم 21 : يبين توزيع افراد العينة حسب متابعة الصفحات الفيسبوكية ذات الطابع

العلمي ودورها في تنمية القدرات البحثي

النسبة	التكرار	السؤال 15
69,9%	42	نعم
31,1%	19	لا
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 21 التي تبين توزيع افراد العينة حسب متابعة الصفحات الفيسبوكية ذات الطابع العلمي ودورها في تنمية القدرات البحثية . كانت نتائج المبحوثين متقاربة بين ما وجد أنها فعلا تنمي قدراته البحثية في المجال العلمي والمعرفي ، وذلك بنسبة 69.9% ممثلين ب 42 مفردة ، أما الذين عبروا على ان متابعة تلك الصفحات ذات الطابع العلمي لا تنمي قدراته البحثية فكانت نسبتهم 31.1 % ممثلين ب 19 مفردة من مجموع المبحوثين .

منه يمكن القول أن تنوع المجال المعرفي وطريقة الاستخدام جعل لصفحات الفيسبوك دور في تنمية القدرات المعرفية لدى المبحوثين وحسب مجاهم العلمي .

الجدول رقم 22 : يبين توزيع افراد العينة حسب نوع المواضيع التي يتم تناولها في صفحة

Article

النسبة	التكرار	السؤال 16
34,4%	21	مفيدة
63,9%	39	نوعا ما
1,6%	1	غير مفيدة
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 22 التي تبين توزيع افراد العينة حسب نوع المواضيع التي يتم تناولها في الصفحة

Article عبروا الباحثين على أن تلك المواضيع نوعا ما مفيدة وذلك بنسبة 63.9% أما الذين أكدوا على أنها

مفيدة فكانت نسبتهم 34.4% ممثلين ب 21 مفردة ن في حين جاءت نسبة الذين راوا بأنها غير مفيدة ب

1.6% ممثلة بمفردة واحدة من مجموع المفردات .

هذا ما يؤكد الإمام الجيد بنوعية المواضيع المختارة والتابعة من قبل الباحثين عبر صفحة Article

وهذا راجع الى الانتقاء والتقييم حسب المعرفة العلمية المكتسبة .

المحور الثالث :الاشباعات المحققة من استخدام الفيسبوك

الجدول رقم 23 : يبين توزيع افراد العينة حسب طبيعة الصفحات الفيسبوكية التي تفضل

تصفحها

النسبة	التكرار	السؤال 17
4,9%	3	سياسي
26,2%	16	اجتماعي
23%	14	اكاديمي
45,9%	28	كل الصفحات بدون استثناء
100%	61	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم 23 الذي يبين توزيع افراد العينة حسب طبيعة الصفحات الفيسبوكية التي تفضل تصفحها نجد أن أغلب المبحوثين يتصفحون كل الصفحات بدون استثناء وذلك بنسبة تقدر بـ 45.9% ممثلة بـ 28 مفردة من مجموع المفردات ، في حين نجد أن الذين يتصفحون الجانب الاجتماعي من الصفحات الفيسبوكية يقدر بـ 26.2% ممثلة في 16 مفردة من مجموع المفردات ، لتليها نسبة الذين يتصفحون الجانب الاكاديمي فقدرت نسبتهم بـ 23% ممثلة بـ 14 مفردة من مجموع المفردات ، ليحتل الاهتمام بالجانب السياسي نسبة 4.9% ممثلة في 3 مفردات من مجموع المفردات المقدرة بـ 61 مفردة .

الجدول رقم 24 : يبين توزيع افراد العينة حسب قدرة تمكين الصفحات الفيسبوكية الاكاديمية

من التعبير عن الآراء البحثية

النسبة	التكرار	السؤال 18
8,2%	5	دائما
80,3%	49	احيانا
11,5%	7	لا يحدث اطلاقا
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 24 التي تبين توزيع افراد العينة حسب قدرة تمكين الصفحات الفيسبوكية

الاكاديمية من التعبير عن الآراء البحثية على أن أغلب المبحوثين يرون ان الصفحات الفيسبوكية الاكاديمية أحيانا

ما تمكنهم من التعبير عن الآراء البحثية وذلك بنسبة 80.3 % ممثلين ب 49 مفردة من مجموع مفردات العينة

المدرسة ، في حين قدرت نسبة المعبرين على أن الصفحات الفيسبوكية لا تعبر عن الآراء البحثية ب 11.5 %

ممثلين ب 7 مفردات من عينة الدراسة ، أما الذين رأوا أنها دائما ما تمكنهم من التعبير بنسبة 8.2 % أي 5

مفردات من مجموع مفردات الدراسة .

وهذا ما يفسر اهتمام المبحوثين بالصفحات الفيسبوكية في ما يخص جانب التعبير عن المجال البحثي .

الجدول رقم 25 : يبين توزيع افراد العينة حسب العوائق التي يواجهها المتصفح للصفحات

الفيسبوكية الاكاديمية والتي تعرقل التعبير عن الآراء البحثية

النسبة	التكرار	السؤال 19
27,9%	17	لعدم تقارب الرؤى
27,9%	17	يتم حجب واخفاء التعليقات
44,3%	27	امتلاك ايجديات النقاش العلمي
100%	61	المجموع

من خلال تفريغ نتائج الجدول رقم 25 والذي يبين توزيع افراد العينة حسب العوائق التي يواجهها

المتصفح للصفحات الفيسبوكية الاكاديمية والتي تعرقل التعبير عن الآراء البحثية ، نجد أن معظم الباحثين يرون أن

الصفحات الفيسبوكية لا تمكنهم من التعبير عن آرائهم في الجانب البحثي وذلك لعدم توفر ايجديات النقاش

العلمي ، حيث قدرت نسبتهم بـ 44.3% ممثلين بـ 27 مفردة من مجموع المفردات ، في المقابل نجد تقارب

وتساوي في نسبة الذين يرون أن تلك الصفحات تعيق مجال التعبير عن آرائهم لعدم تقارب الرؤى بنسبة 27.9

% وحجب واخفاء التعليقات بنسبة 27.9% .

من خلال ذلك يمكن القول أن الباحثين يركزون على جانب النقاش العلمي عبر الصفحات الفيسبوكية

للتعبير عن آرائهم البحثية وهو ما وجدوا فيه بعض العوائق .

الجدول رقم 26 : يبين توزيع افراد العينة حسب المواضيع التي تثير الاهتمام في صفحة

Article

النسبة	التكرار	السؤال 20
36,1%	22	نقاشات اكااديمية
24,6%	15	دورات تكوينية
13,1%	8	مسابقات علمية
26,2%	19	محاضرات
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 26 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب المواضيع التي تثير الاهتمام في صفحة

Article أن هناك تقارب نسبي في اجابات الباحثين حول اهمية هذه الصفحة في جذب اهتمام المتصفح لها

وذلك من خلال عدة استخدامات من حيث النقاشات الاكاديمية والتي عبر عنها الباحثين بنسبة 36.1 %

ممثلين ب 22 مفردة لتليها الاهتمام بالصفحة من جانب الدورات التكوينية والتي قدرت بنسبة 24.6 % ممثلة

ب 15 مفردة من مجموع مفردات العينة المدروسة ن ثم التركيز عليها من خلال المحاضرات والتي قدرت بنسبة

26.2 % وفي الاخير جاء الاهتمام بها من ناحية المسابقات العلمية والمقدرة بنسبة 13.1 % ممثلة ب 8

مفردات من مجتمع البحث .

هذا ما يؤكد أن الباحثين وحسب طبيعة المستوى والتخصص العلمي يهتمون بصفحة Article

للتفاعل من خلال النقاشات العلمية والتكوين والمحاضرات العلمية .

الجدول رقم 27 : يبين توزيع افراد العينة حسب ما تحققه محتويات الصفحة الفيسوكية Article من اشباكات معرفية.

النسبة	التكرار	السؤال 21
16,4%	10	دائما
82%	50	احيانا
1,6%	1	ابدا
100%	61	المجموع

من خلال تفريغ نتائج الجدول رقم 27 التي تبين توزيع افراد العينة حسب ما تحققه محتويات الصفحة الفيسوكية Article من اشباكات معرفية ، عبر جل الباحثين أن صفحة Article أحيانا ما تحقق الاشباكات المعفية التي يحتاجونها وذلك بنسبة 82 % ممثلين ب 50 مفردة من مجموع الباحثين ، في مقابل ذلك عبر نسبة 16.4% منهم أن هذه الصفحة دائما ما تحقق لهم الاشباكات المعرفية المرغوبة ممثلين في 10 مفردات من عينة الدراسة ، لتعبر مفردة واحدة بعدم تحقيق صفحة Article لأي إشباع معرفي وذلك بنسبة 1.6 % . لذلك يمكن القول ان صفحة Article تلعب دور مهما في رأي الباحثين للاعتماد عليها في تحقيق الاشباكات المعرفين التي يحتاجونها.

وتتطابق نتائج هذه الدراسة مع دراسة وسام طایل البشابشة التي تناولت دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباكاتهما، حيث أسارت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي

تحقق إشباعا معرفيا بنسبة 81.06%*¹

الجدول رقم 28 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الاشباع التي تحققها متابعة صفحة

Article

النسبة	التكرار	السؤال 22
31,1%	19	زيادة في الرصيد المعرفي
26,2%	16	الاطلاع على اخر المستجدات في المجال العلمي
29,5%	18	انجاز البحوث
11,5%	7	المساهمة في معالجة القضايا العلمية
1,6%	1	اخرى اذكرها
100%	61	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 28 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب الإشباع التي تحققها متابعة صفحة

Article نجد أن من المبحوثين من رأها تزيده في الرصيد المعرفي وذلك بنسبة 31.1 % مقدرة ب 19 مفردة

من مفردات العينة ، في حين الذين ساعدتهم على انجاز البحوث صرحوا بنسبة 29.5 % ممثلين ب 18 مفردة ،

أما الذين مكنتهم من الاطلاع على اخر المستجدات في المجال العلمي فقد قدرت نسبتهم ب 26.2 % ممثلين

ب 16 مفردة ، ومن جانب المساهمة في معالجة القضايا العلمية فقد عبرت 11.5 % منهم حول ذلك مقدرة

ب 7 مفردات ، ليلها التعبير عن اشباعا اخرى بمفردة واحدة بنسبة ضئيلة مقدرة ب 1.6 % .

¹ وسام طایل البشباشة، مرجع سبق ذكره، ص89

ذلك ما يؤكد اهتمام الباحثين بصفحة Article لزيادة الرصيد المعرفي وانجاز البحوث بالدرجة الاولى

حسب المجال العلمي والمستوى الدراسي الخاص بهم .

الجدول رقم 29 : يبين توزيع افراد العينة حسب درجة الوثوق بصحة المضامين العلمية التي

تقدمها صفحة Article في المجال الاكاديمي

النسبة	التكرار	السؤال 23
31,1%	19	دائما
65,6%	40	أحيانا
3,3%	2	نادرا
100%	61	المجموع

بعد تفريغ نتائج الجدول رقم 29 والتي تبين توزيع افراد العينة حسب درجة الوثوق بصحة المضامين

العلمية التي تقدمها صفحة Article في المجال الاكاديمي ، نجد أن الباحثين الذين عبروا على وثوقهم احيانا

بالمضامين التي تقدمها صفحة Article في المجال الاكاديمي هم بنسبة 65.6 % ممثلين ب 40 مفردة ، في

حين الذين يثقون في تلك المضامين المقدمة عبر تلك الصفحة بصفة دائمة هم بنسبة 31.1 % ممثلين ب19

مفردة من مجموع المفردات ، في مقابل ذلك نجد أن عدد قليل من الذين عبروا على عدم وثوقهم بتلم المضامين

والمقدرة نسبتهم ب 3.3 % اي بمفردتين من مجموع عينة البحث المدروسة .

من خلال ذلك نجد ان المضامين المقدمة عبر صفحة Article تقابل بدرجة معينة من الوثوق من قبل

الباحثين في المجال الاكاديمي .

الجدول رقم: 30 يبين علاقة الجنس و تمكين الصفحات الفيسبوكية من التعبير عن الآراء

البحثية

المجموع	الصفحات الفيسبوكية والتعبير عن الآراء البحثية			الجنس
	لا يحدث اطلاقا	احيانا	دائما	
13 %100	4 30.8%	8 61.5%	1 7.7%	ذكر
48 %100	3 6.3%	41 85.4%	4 8.3%	انثى
61 %100	7 11.5%	49 80.3%	5 8.2%	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (30) المتعلقة بعلاقة الجنس وتمكين الصفحات الفيسبوكية من التعبير عن

الآراء البحثية، فقد ظهرت النتائج أن غالبية الذكور الممثلين في 8 مفردات ، يرون أن الصفحات الفيسبوكية

تمكنهم أحيانا من التعبير عن آرائهم البحثية ، وذلك بنسبة 61.5% في حين يرى 30.8% منهم الممثلين في

4 مفردات أن الصفحات الفيسبوكية لا تمكنهم من التعبير ، في المقابل ترى 7.7% منهم والمتمثلة في مفردة

واحدة أن هناك امكانية في التعبير وذلك من مجموع 13 مفردة ممثلة في الذكور ، أما المبحوثين المتمثلين في الإناث والمقدرين ب 48 مفردة من مجموع المفردات فقد خلصت النتائج أن 41 مفردة منهن ترى أن الصفحات الفيسبوكية تمكنهن احيانا من التعبير عن ارائهم البحثية وذلك بنسبة 85.4% في حين ترى 8.3% منهن أن هناك امكانية في التعبير ، في مقابل ذلك ترى 6.3% منهن انه ليس هناك امكانية في التعبير وذلك ب 3 مفردات من مجموع 48 مفردة.

الجدول رقم 31 : يبين العلاقة بين التخصص و العوائق التي يواجهها المتصفح للصفحات

الفيسبوكية الاكاديمية عند التعبير عن الآراء البحثية

المجموع	اذا كانت اجابتك بلا يحدث اطلاقا لماذا؟			التخصص
	امتلاك ابجديات النقاش العلمي	يتم حجب واخفاء التعليقات	لعدم تقارب الرؤى	
39	19	10	10	اعلام واتصال
%100	48.7%	25.6%	25.6%	
22	8	7	7	علم المكتبات
%100	36.4%	31.8%	31.8%	
61	27	17	17	المجموع
%100	44.3%	27.9%	27.9%	

من خلال تفريغ نتائج الجدول رقم 31 والمتعلقة بالعلاقة بين التخصص و العوائق التي يواجهها

المتصفح للصفحات الفيسبوكية الاكاديمية عند التعبير عن الآراء البحثية والخاصة بالذين أجابوا بعدم وجود امكانية

في التعبير ، فقد خلصت النتائج على أن 48.7% من طلبة الاعلام والاتصال يرون أنه لا يحدث ذلك نتيجة

امتلاك ابجديات البحث العلمي ، في حين اتى التقارب في النسبة وفي التعبير عن الرأي حول عدم امكانية حدوث

التعبير بسبب حجب واخفاء التعليقات وبسبب عدم تقارب الرؤى بنسبة 25.6% ، في مقابل ذلك جاءت نسبة التعبير عن عدم امكانية حدوث ذلك بالنسبة لطلبة تخصص علم المكتبات فكانت غالبية نتائج الاجابات حول امتلاك ابجديات النقاش العلمي وذلك بنسبة 36.4 % في حين جاء التقارب في النسبة حول عدم تقارب الرؤى وحجب واخفاء التعليقات وذلك بنسبة 31.8 % .

من خلال ذلك نجد أن أغلب المبحوثين هم من تخصص الاعلام والاتصال واكثرهم تفاعل .

الجدول رقم 32 : يبين العلاقة بين المدة التي يتم قضاؤها في تصفح الفيسبوك وما تحققه

محتويات الصفحة الفيسبوكية Article من اشباعات معرفية.

المدة	ما حققته محتويات الصفحة الفيسبوكية Article من اشباعاتك المعرفية			المجموع
	دائما	احيانا	ابدا	
اقل من ساعة	1 7.1%	13 92.9%	0 0%	14 %100
من ساعة الى ساعتين	7 21.2%	26 78.8%	0 0%	33 %100
اكثر من 4 سا	2 14.3%	11 78.6%	1 7.1%	14 %100
المجموع	10 16.4%	50 82%	1 1.6%	61 %100

تشير نتائج الجدول رقم 32 التي تبين العلاقة بين المدة التي يتم قضاؤها في تصفح الفيسبوك وما

تحققه محتويات الصفحة الفيسبوكية Article من اشباعات معرفية فقد جاءت النتائج بأن غالبية الذين يقضون

أقل من ساعة في التصفح يرون ان صفحة Article احيانا ما تحقق اشباعاتهم المعرفية وذلك بنسبة

92.9% ومنهم من رآها دائما ما تحقق ذلك بنسبة 7.1 % ، أما الذين يقضون من ساعة الى ساعتين فكانت نسبة 78.8% منهم ان صفحة Article احيانا ما تحقق إشباعاتهم في حين رأى 21.2 % منهم ان هذه الصفحة دائما ما تحقق اشباعاتهم المعرفية ، اما الذين يقضون اكثر من 4 ساعات في تصفح الفيسبوك فقد رأى 78.6 % منهم أن صفحة Article احيانا ما تحقق اشباعاتهم المعرفية أما 14.3% منهم يرون أنها دائما ما تحقق اشباعاتهم في حين جاءت نسبة 7.1% منهم تنفي تحقيق هذه الصفحة لإشباعاتهم المعرفية . من خلال ذلك يمكن القول أن غالبية المبحوثين والذين يتصفحون الصفحات الفيسبوكية يرون ان صفحة Article احيانا ما تحقق اشباعاتهم المعرفية وذلك حسب المدة التي يقضونها في التصفح ، فنجد الذين لا يتعدى تصفحهم ساعة هم الاكثر تجاوبا مع هذا العنصر .

الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين الفترات الأكثر استخداماً للفيسبوك و الأشباكات العلمية

التي تحققها متابعة صفحة Article

المجموع	الأشباكات العلمية التي حققتها من متابعتك لصفحة Article					فترات الاستخدام للفيسبوك
	أخرى أذكرها	المساهمة في معالجة القضايا العلمية	إنجاز البحوث	الإطلاع على آخر المستجدات في المجال العلمي	زيادة في الرصيد العلمي	
6	0	1	2	0	3	الصباحية
%100	0%	16.7%	33.3%	0%	50%	
22	0	1	9	8	4	المسائية
%100	0%	4.5%	40.9%	36.4%	18.2%	
33	1	5	7	8	12	لا توجد فترة
%100	3%	15.2%	21.2%	24.4%	36.4%	
61	1	7	18	16	19	المجموع
%100	1.6%	11.5%	29.5%	26.2%	31.1%	

من خلال تفريغ نتائج الجدول رقم 33 والذي يبين العلاقة بين الفترات الأكثر استخداماً للفيسبوك

الاشباع العلمية التي تحققها متابعة صفحة Article فقد جاءت النتائج على الشكل التالي :

ان المتابعين لصفحة Article في الفترة الصباحية منهم من رآها تزيد في رصيده العلمي وذلك بنسبة 50 % ومنهم من رآها أنها تساعده في انجاز البحوث وذلك بنسبة 33.3 % ومنهم من وجدها تساهم في معالجة القضايا العلمية وذلك بنسبة 16.7 % . اما المتابعين لها في الفترة المسائية فكانت نسبة 18.2 % ممن رأوها أنها تزيد من رصيدهم العلمي ، في حين 36.4 % رأوها أنها تساعدهم في الاطلاع على اخر المستجدات في المجال العلمي ، أما 40.9 % منهم وجدوها أنها تساعدهم في انجاز البحوث ، في حين جاءت نسبة 4.5 % من المجيبين انها تساهم في معالجة القضايا العلمية . من جانب آخر كانت اجابات الذين ليس لهم فترة محددة في متابعة صفحة Article فقد كانت اجابات غالبيتهم أنها تزيدهم في الرصيد العلمي وذلك بنسبة 36.4 % أما الذين وجدوها تساعدهم في الاطلاع على اخر المستجدات في المجال العلمي فقد كانت نسبتهم 24.4 % ، ليرى 21.2 % من المجيبين أنها تساعدهم في انجاز البحوث ، أما 15.2 % منهم وجدوها تساهم في معالجة القضايا العلمية ، في حين رأى 3 % منهم أن لها اشباعا اخرى .

من خلال ذلك يمكن القول أن أكثر المجيبين ليس لهم فترة محددة في استخدام الفيسبوك ، وأن غالبيتهم يرون أن صفحة Article تزيدهم في الرصيد العلمي ، في حين جاءت النسب متقاربة في الاستخدامات والاشباع الاخرى .

جدول رقم 34: بين العلاقة صفة تصفح الفيسبوك و المواضيع التي تثير الاهتمام على صفحة

Article

المجموع	المواضيع التي تثير اهتمامك في صفحة Article				36 صفة تصفح الفيسبوك
	محاضرات	مسابقات علمية	دورات تكوينية	نقاشات أكاديمية	
36 %100	7 19.4%	4 11.1%	7 19.4%	18 50%	دائما
22 %100	9 40.9%	4 18.2%	5 22.7%	4 18.2%	أحيانا
3 %100	0 0%	0 0%	3 100%	0 0%	نادرا
61 %100	16 26.2%	8 13.1%	15 24.6%	22 36.1%	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 34 والمتعلقة بعلاقة صفة تصفح الفيسبوك و المواضيع التي تثير الاهتمام على

صفحة Article فقد خلصت النتائج على أن الذين يتصفحون الفيسبوك بصفة دائمة يكمن اهتمامهم بصفحة

(Article) في النقاشات الأكاديمية وذلك بنسبة 50% و 19.4% منهم حول الدورات التكوينية وفي المحاضرات ، أما 11.1% منهم يهتمون بي المسابقات العلمية ، وذلك من خلال 36 مفردة من مجموع المبحوثين .

في حين يرى غالبية الذين احيانا ما يتصفحون الفيسبوك والمقدين ب 22 مفردة من مجموع المبحوثين أن اهتمامهم بصفحة Article يكمن في المحاضرات وذلك بنسبة 40.9% أما 18.2% منهم حول المسابقات العلمية والنقاشات الأكاديمية ، كما رأى 22.7% منهم أن الإهتمام كان حول الدورات التكوينية .

وتتمثل نتائج الذين نادرا ما يتصفحون الفيسبوك ومدى اهتمامهم بصفحة Article في أن جميعهم أجابوا على أن الإهتمام حول الدورات التكوينية وذلك بنسبة 100% .
وتتمثل نتائج الذين نادرا ما يتصفحون الفيسبوك ومدى اهتمامهم بصفحة Article في أن جميعهم أجابوا على أن الإهتمام حول الدورات التكوينية وذلك بنسبة 100% .

من خلال ذلك يمين القول أن هناك تباين في صفة استخدام الفيسبوك ومدى الاهتمام بصفحة Article ، وان النقاشات العلمية والدورات التكوينية هي الذي يجذب الاهتمام لهذه الصفحة خاصة من قبل دائمي التصفح والمقدين ب 36% من مجموع المبحوثين .

الجدول رقم 35 : يبين العلاقة بين التخصص العلمي و ما يوفره الفيسبوك من جديد علمي

المجموع	ما يوفره الفيسبوك في المجال العلمي			التخصص العلمي
	نادرا	احيانا	دائما	
39	1	35	3	اعلام واتصال
%100	%2.6	%89.7	%7.7	
22	4	16	2	علم المكتبات
%100	%18.2	%72.7	%9.1	
61	5	51	5	المجموع
%100	%8.2	%83.6	%8.2	

ش

تشير نتائج الجدول رقم 35 والذي يبين العلاقة بين التخصص العلمي و ما يوفره الفيسبوك من جديد علمي ، كانت النتائج أن غالبية المبحوثين المقدرين ب 39 % والذين هم من تخصص اعلام واتصال ان الفيسبوك احيانا ما يوفر لهم ما يبحثون عنه في المجال العلمي وذلك بنسبة 89.7 % ، في حين رأى 7.7 % منهم انه دائما ما يوفر لهم ما يبحثون عنه في المجال العلمي ، بينما رأت 2.6 % انه نادرا ما يحقق لهم ذلك .

في حين نجد أن المبحوثين من تخصص علم المكتبات والمقدرين ب 22 مفردة من مجموع المفردات فقد تمثلت نسبة 72.7 % منهم أن الفيسبوك احيانا ما يوفر الجديد العلمي بالنسبة لهم ، بينما نجد 18.2 % منهم

رأو أن الفيسبوك نادرا ما يحقق ما يبحثون عنه ، ونجد 9.1 % من المجيبين وجدوا أنه دائما ما يوفر لهم الفيسبوك الجديد في مجال البحث العلمي . من خلال ذلك يتبين لنا ان نسبة كبيرة من المبحوثين يجدون ما يبحثون عنه في الفيسبوك حول المجال العلمي والمعرفي .

الجدول رقم 36 : يبين العلاقة بين الجنس و استخداماته للصفحات الفيسبوكية و تسهيلاتهما لمعرفة الجديد العلمي.

الجنس	مدى استخدام للصفحات الفيسبوكية ومساهمتها في معرفة الجديد العلمي		المجموع
	لا	نعم	
ذكر	4	9	13
	30.8%	69.2%	%100
انثى	12	36	48
	25%	75%	%100
المجموع	16	45	61
	26.2%	73.8%	%100

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 36 والمتعلقة بطبيعة العلاقة بين الجنس و استخداماته

للصفحات الفيسبوكية و تسهيلاتهما لمعرفة الجديد العلمي نستنتج مايلي :

أغلب المبحوثين هم من جنس انثى وذلك بنسبة 48 % من مجموع المجتمع المدروس ، في حين نجد 13 % من جنس ذكر والتي كانت اجاباتهم حول العلاقة بين استخدام الفيسبوك ومدى تسهيل الحصول على الجديد العلمي فكانت نسبة وجود السهولة في ذلك بنسبة 69.2 % ، بينما كنت نسبة 30.8 % عكسه ، بينما ظهرت نتائج سهولة الحصول على معرفة الجديد العلمي بنسبة 73.8 % عند الإناث ، في مقابل ذلك جاءت نسبة 26.2 % بعدم وجود سهولة في الحصول على جديد علمي .

من هنا نستخلص أن أغلب المتصفحين للفيسبوك والذين هم من جنس انثى في مجتمع بحثنا هذا يرون وجود سهولة في الحصول على جديد علمي .

هذا مايتفق مع دراسة وسام طایل البشاشة التي أشارت إلى أن هناك اختلافات في استخدامات مواقع

التواصل الاجتماعي في شؤون الدراسة الجامعية للأغراض الدراسية وكانت الفروقات لصالح الطالبات الإناث.^{1*}

¹ وسام طایل البشاشة، مرجع سابق، ص90

الجدول رقم 37 يبين العلاقة بين المستوى الجامعي ونوع الجديد العلمي الذي توفره الصفحات

الفيسبوكية

المجموع	اذا كانت اجابتك بنعم ما نوع الجديد العلمي؟					المستوى الجامعي
	اخرى اذكرها	مسابقات دكتوراه	ورشات نقاش	دورات تكوينية	ملتقيات ومؤتمرات علمية	
24 %100	1 4.2%	5 20.8%	3 %12.5	7 29.2%	8 33.3%	ماستر 1
37 %100	1 2.7%	10 27%	3 8.1%	11 29.7%	12 34.3%	ماستر 2
61 %100	2 3.3%	15 24.6%	6 9.8%	18 29.5%	20 32.8%	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 37 والذي يبين العلاقة بين المستوى الجامعي ونوع الجديد العلمي الذي

توفره الصفحات الفيسبوكية وجدنا ان غالبية الباحثين هم من مستوى سنة ثانية ماستر والتي اختلفت اجاباتهم

حول مستواهم الجامعي ونوع الجديد المعرفي المتوفر من الصفحات الفيسبوكية فجاءت نسبة 34.3% تشير الى

استفادتهم من الملتقيات والمؤتمرات العلمية ، فيحين نجد 29.7% من الذين استفادوا منه في الدورات التكوينية، أما 27% منهم اهتموا بمسابقات الدكتوراه و 8.1% تمحورت حول النقاشات والحوارات واختلفت الاستفادة منه لغايات اخرى وذلك بنسبة 2.7%. في مقابل ذلك جاءت نتائج المبحوثين ذوي مستوى السنة اولى ماستر أن غالبيتهم اهتموا بالملتقيات والمؤتمرات العلمية بنسبة 33.3% ، والذين اهتموا واستفادوا من الدورات التكوينية فقدرت نسبتهم ب 29.2% في حين أن المهتمين والمستفيدين من مسابقات الدكتوراه فتمثلت نسبتهم ب 20.8% أما فيما يخص ورشات النقاش فكانت نسبتهم 12.5% ، في حين قدرت الاستفادة المختلفة الاخرى بنسبة 4.2% .

من هنا نجد أن الاهتمام بالصفحات الفيسبوكية من قبل مجتمع البحث المدروس من جانب المستوى التعليمي كان حول الملتقيات والمؤتمرات العلمية بنسبة 32.8% وتدرجت النسب حسب الاهتمام من نسبة الى اخرى

نتائج الدراسة:

لقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريناها النتائج التالية:

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة الإناث هي النسبة الغالبة بين أفراد العين المبحوثة ما قدرت نسبته ب 48%.
- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية الطلبة المبحوثين يستخدمون الفيسبوك في أماكن أخرى غير الجامعة وجاءت نسبة ذلك ب 82%.
- أسفرت نتائج الدراسة أن اغلب المبحوثين ليس لهم فترة زمنية محددة في تصفح فيسبوك بأسماء حقيقية بنسبة وهذا جاء بنسبة 56.6%.
- خلصت الدراسة إلى أن 59% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة.

- يتضح من خلال معطيات الدراسة الميدانية أن 41% من الطلبة يرون في استخدام الفيسبوك عنصر مهم لا بل مساعد في تحسين المستوى العلمي.

- غالبية أفراد العينة لا يمكنهم الاستغناء عن استخدام موقع فيسبوك وقدرت نسبتهم بـ 54.1%.

- خلصت نتائج الدراسة الميدانية أن استخدام أفراد العينة لموقع فيسبوك كان في المرتبة الأولى بغرض الحصول على أخبار جديدة وسجل ذلك نسبة 27.9%، يليها غرض ملء أوقات الفراغ بنسبة أقل بلغت 18%.

- كما اتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يتفاعلون بدرجة متوسطة قدرته بـ 63.3%.

- تتبين لنا من خلال الدراسة أن غالبية الطلبة يرون أن الفيسبوك أحيانا ما يوفر لهم ما يحتاجونه في المجال العلمي وجاء ذلك بنسبة 83%.

- كما يتضح من خلال النتائج المتوصل إليها أنجل أفراد العينة من الطلبة يؤكدون أن استخدام الصفحات الفيسبوكية يسهل لهم معرفة الجديد العلمي وقدر ذلك بنسبة 73.8%.

- أغلب الطلبة المبحوثين يرون أن الصفحات الفيسبوكية الأكاديمية تنمي قدراتهم البحثية وسدل ذلك نسبة 69.9%.

- بينت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة يتصفحون كل الصفحات بدون استثناء عبر فيسبوك بنسبة 45.9%، تليها الصفحات الاجتماعية بنسبة 26.2% والأكاديمية 23%.

- كما توصلت النتائج إلى أن المبحوثين يتابعون المواضيع ذات النقاشات الأكاديمية عبر الصفحة الفيسبوكية Article بنسبة 36.1% لتأتي بعدها المحاضرات بنسبة 26.2%.

- غالبية الطلبة من العينة المبحوثة يعتبرون مضمين صفحة Article أنها أحيانا ما تحقق لهم اشباعا معرفية بنسبة 82%، أما 16.4% منهم يعتبرونها دائما ما تحقق ذلك.

-أسفرت النتائج أيضا أن **31.1%** من أفراد العينة المبحوثة يرون أن صفحة **Article** تحقق لهم زيادة في الرصيد المعرفي، في حين **29.5%** منهم يرونها تساعدهم في إنجاز البحوث.

-غالبية المبحوثين أحيانا ما يثقون في مضامين صفحة **Article** بنسبة **65.6%**، أما **31%** منهم يثقون دائما في مضامين هذه الصفحة السالفة الذكر.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

الفرضية القائلة بان الطلبة يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم ومستمر قد تحققت بموجب استقراء الجدول رقم 12، الذي يبين توزيع العينة حسب صفة استخدام الفيسبوك، والتي توحى إلى ان **59%** من أفراد العينة المبحوثة يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة.

الفرضية القائلة بان الدافع وراء استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الفيسبوكية هو الحصول على معلومات وأخبار جديدة قد تحققت بموجب استقراء الجدول رقم 15 والتي توحى بان **27.9%** من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بغرض الحصول على أخبار جديدة.

الفرضية القائلة بان الطلبة مستخدمو الفيسبوك ومتصفحوا الصفحة الفيسبوكية **Article** يحققون اشباعا معرفية قد تحققت بموجب استقراء الجدول رقم 28 الذي يبين توزيع العينة حسب الاشباعا التي تحققها من متابعة صفحة **Article**، والتي توحى بان **31%** افراد العينة المبحوثة يحققون اشباعا معرفية.

خاتمة

خاتمة:

يتمتع مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، بدورها في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة. فهذه الصفحات توفر منصة مرنة ومتاحة للتفاعل وتبادل المعلومات والأفكار بينهم وبين الأعضاء الأكاديميين. فيما يلي بعض الأساليب التي تساهم صفحات فيسبوك في تحقيق ذلك:

1. مشاركة الموارد التعليمية: يمكن للطلبة استخدام صفحات فيسبوك لمشاركة المقالات والدروس والمواد التعليمية المفيدة مع زملائهم. يمكنهم أيضا مناقشة هذه الموارد وتبادل الأفكار والاستفسارات المتعلقة بها.
2. إنشاء مجموعات دراسية: يمكن للطلاب إنشاء مجموعات فيسبوك خاصة بمواضيع دراسية محددة. يمكن أن تكون هذه المجموعات بمثابة منتديات افتراضية حيث يمكن للأعضاء المشاركة في المناقشات وطرح الأسئلة وتبادل الموارد ذات الصلة.

3. توفير منصة للتواصل الفوري: يمكن للطلاب استخدام صفحات فيسبوك للتواصل الفوري مع زملائهم و الأعضاء الأكاديميين، مما يسهل عليهم طرح الأسئلة والحصول على المساعدة بشكل سريع وفعال.
4. تنظيم فعاليات أكاديمية: يمكن استخدام صفحات فيسبوك للإعلان عن فعاليات أكاديمية، مثل محاضرات أو ندوات أو ورشات عمل، ودعوة الطلاب للمشاركة. يعمل ذلك على تعزيز الروابط الاجتماعية بين الطلاب وتعزيز التواصل والتعاون في البيئة الأكاديمية.

مع ذلك، يجب مراعاة بعض التحديات المحتملة، مثلا لتحكم في الخصوصية وإدارة الوقت بشكل فعال، وضمان أن تظل هذه الصفحات بيئة تعليمية محترمة ومهتمة بالنقاشات الأكاديمية. ينبغي أن تكون الصفحات مكملًا للتعليم التقليدي وليست بديلا عنه.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
جامعة ابن خلدون تيارت.
كلية العلوم الإنسانية.
قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات.



تخصص اتصال وعلاقات عامة.

عنوان المذكرة:

الصفحات الفيسبوكية ودورها في تعزيز الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين الجزائريين. "دراسة مسحية لعينة من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات جامعة تيارت ، متتبعي مضامين صفحة Article عبر الفيسبوك".

إشراف الأستاذة:

د. بلبليلية فتيحة نور الهدى.

من إعداد الطلبة:

قداري واضح.

زيات أمال.

هذه استمارة استبيان لمذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات العامة، نرجو من سيادتكم الموافقة الإيجابية على هذه الاستمارة بصدق وشفافية.
كما نخططكم علما أن المعلومات التي تقدمونها لا تستخدم إلا لغرض علمي.
الإجابة تكون بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة .

السنة الجامعية: 2023/2022

- البيانات الشخصية: 1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: 24-19 30-25 31 فما فوق
3. التخصص: إعلام واتصال علم مكتبات
4. المستوى الجامعي: ماستر 1 ماستر 2
5. هل أنت: مقيم غير مقيم
6. السكن: حضري ريفي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الفيسبوكية.

7. هل تملك حساب على فيسبوك؟

نعم لا

8. ما هي المدة التي تقضيها في تصفح فيسبوك؟

اقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من 4 ساعات

9. أين تستخدم الفيسبوك؟

مقهى الانترنت البيت الجامعة أماكن أخرى أذكرها

10. ما هي الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك أكثر؟

الصباحية المسائية لا توجد فترة محددة

12. ما هي الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك أكثر؟

الصباحية المسائية لا توجد فترة محددة

13. هل تستخدم حساب فيسبوك باسم:

حقيقي مستعار

14. تصفحك للفيسبوك هل هو بصفة:

دائما أحيانا نادرا

16. هل ترى ان استخدامك للفيسبوك يعد عاملا مساعدا في تحسين مستواك العلمي؟..

نعم لا أحيانا

17. هل باستطاعتك الاستغناء عن الفيسبوك في الوسط الجامعي؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بلا فلماذا؟.....

.....

المحور الثاني : دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الفيسبوكية الأكاديمية:

18. إليك جملة من الدوافع تكمن وراء استخدامك للفيسبوك رتبها حسب درجة الأهمية (1، 2، 3)

- الحصول على أخبار جديدة
- ملء أوقات الفراغ
- كسب معلومات ومعارف علمية
- بحكم العادة
- مواكبة الأحداث في المجال الأكاديمي
- تثقيف
- الانفتاح على العالم الخارجي
- التسلية والترفيه
- الدراسة
- الاستزادة المعرفية

دوافع أخرى اذكرها.....

.....

19. ما درجة تفاعلك مع المنشورات العلمية عبر الفيسبوك؟

- كبيرة متوسطة ضئيلة

20. هل يوفر لك الفيسبوك ما تبحث عنه في المجال العلمي؟

- دائما أحيانا نادرا

21. هل استخدامك للصفحات الفيسبوكية يسهل لك معرفة الجديد العلمي؟

- نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم ما نوع هذا الجديد العلمي؟

- ملتقيات ومؤتمرات علمية دورات تكوينية ورشات نقاش مسابقات دكتوراه

أخرى أذكرها.....

22. كيف تقيم تفاعلك مع المواضيع ذات الطابع العلمي على فيسبوك؟

- أتفاعل لا أتفاعل نادرا

23. هل متابعتك للصفحات الفيسبوكية ذات الطابع العلمي ساعدك في تنمية قدراتك البحثية؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم كيف؟

.....

إذا كانت إجابتك بلا لماذا لازلت تتابع تلك الصفحات؟

.....

24. برأيك المواضيع التي يتم تناولها في صفحة **Article** هي:

مفيدة نوعا ما غير مفيدة

إذا كانت إجابتك بأنها مفيدة هل لمستم فيها الجدية والتجديد في المعالجة؟

.....

المحور الثالث: الاشباعات المتحققة للطلبة الجامعين من صفحة **Article**.

25. ما هي طبيعة الصفحات الفيسبوكية التي تفضل تصفحها ذات الطابع؟

السياسي الاجتماعي الأكاديمي كل الصفحات بدون استثناء

26. ما هي الفائدة العلمية التي تحصلت عليها من متابعتك لمحتوى صفحة **Article**؟

.....

.....

27. هل تتمكن الصفحات الفيسبوكية الأكاديمية من التعبير عن آرائك البحثية؟

دائما أحيانا لا يحدث إطلاقا

إذا كانت إجابتك بلا يحدث إطلاقا لماذا؟

لعدم تقارب الرؤى يتم حجب وإخفاء التعليقات لعدم امتلاكك أيجديات النقاش العلمي

28. ما هي المواضيع التي تثير اهتمامك في صفحة **Article**؟

نقاشات أكاديمية دورات تكوينية مسابقات علمية محاضرات

29. هل حققت لك محتويات الصفحة الفيسبوكية **Article** اشباعاتك المعرفية؟

دائما أحيانا أبدا

30. ما هي الاشباعات العملية التي حققتها من متابعتك لصفحة **Article**؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل)

زيادة في الرصيد المعرفي

انجاز البحوث

الاطلاع على آخر المستجدات في المجال العلمي

المساهمة في معالجة القضايا العلمية

أخرى اذكرها

.....

31 ما مدى رضاك على محتوى الصفحة الفيسبوكية **Article**

.....؟

.....

32. هل تثق في المضامين العلمية التي تقدمها صفحة **Article** في المجال الأكاديمي؟

نادرا

أحيانا

دائما

انتهى نشكركم على تعاونكم

المراجع والمصادر

قائمة المراجع والمصادر:

القران الكريم

"سورة المائدة" الآية 38".

المعاجم والقواميس:

درويش يحيى حسن /معجم مصطلحات الاجتماعية، ط1، شركة المحرية العالمية للنشر، القاهرة، 1983.

الكتب:

(1) أبو السعود إبراهيم، تقنيات الاتصال والمعلومات، شركة إسلام مصر للطباعة، القاهرة، 2005.

(2) أبو المعاطي علي ماهر، الاتجاهات الحديثة في البحوث الكمية والکیفية والدراسات والخدمات الاجتماعية، جامعة حلوان سابقا، يناير 2014.

(3) البنداوي ابراهيم، الانترنت، المكونات والخدمات، ط1، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.

(4) البياني فارس رشيد، الحاوي في مناهج البحث العلمي، دار السواقي العلمية، المملكة الأردنية، 1439هـ/2018م.

(5) الديلمي عبد الرزاق، الاعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، ط1، دار الابتكار للنشر والتوزيع، 2020.

(6) العيساوي علي لفته، الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي، دراسة وصفية تحليلية . مركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف الاشرف، 2021.

(7) القمیزی احمد بن عبد الله، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، 2016-2017م.

(8) المشاقبة بسام عبد الرحمان، محاضرات في نظريات الإعلام، دار السلام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

- (9) المشهدان سعد سليمان ،فراس محمود العبيدي،مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها في البيئة الإعلامية الجديدة،ط1،دار امجد للنشر والتوزيع.
- (10) المملكة العربية السعودية،الجامعة الالكترونية،عمادة السنة التحضيرية ،ط2012،1437،1.
- (11) المملكة العربية السعودية،الجامعة الالكترونية،عمادة السنة التحضيرية،ط1،1437هـ2012م.
- (12) انجر موريس ،(تر)بوزيد صحراوي ،كمال بوشرف ،سعيد سبعون ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،دار القصة للنشر والتوزيع ،الجزائر ،2005.
- (13) باشا حسان شمسي ، باشا ماجد حسان شمسي ،وسائل التواصل الاجتماعي ،رحلة من الأعماق ،دار القلم ،دمشق،1331هـ2020م.
- (14) بن جنخل سعد الحاج ،العينة والمعاينة ،مقدمة منهجية قصيرة ،ط1،دار البداية ،ناشرون وموزعون ،عمان ،1440هـ/2019م.
- (15) بن روان قاسم ،أمير علي فاطمة الزهراء ،دور الاتصال والإعلام في صناعة الرأي العام ،ط1،دار الكتاب الحديث ،القاهرة ،1436هـ/2014م .
- (16) تينيو فاطمة الزهراء ، تينيو فايذة ،الانترنت والبحثي العلمي ،دراسة لمجتمع المعرفة ،ط1،دار حامد للنشر والتوزيع،1442هـ/2021م.
- (17) ثابت طارق ،قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتعبير والتعريف لا بقيم الرسالة المحمدية،جامعة ام البواقي،الجزائر،العدد الخاص 1434،2هـ2013م.
- (18) جاري وليم ،ترج حشمت قاسم،ط1،دار العربية للموسوعات ،1973..
- (19) جوهر احمد ،الإعلام الالكتروني واقع وأفاق،ط1،دار الفكر للنشر ،مصر،2004.

- (20) حدايدي وليدة ،شفيقة مهري،مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز المشاركة السياسية على المجتمعات الشبكية ،عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع ،الأردن ،2022.
- (21)ديكارت ريني ،مقال في المنهج،ط1، (تر)محمود محمد خضري ،دار الكتاب والنشر 1961.
- (22)ريس علي ابتسام ،نظريات الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد.
- (23)زرزواني رشيد ،منهجية البحث العلمي في البحوث الاجتماعية،دار الكتاب الحديث ،الجزائر ،1425هـ/2004م.
- (24)ساري حلمي خضر،ثقافة الانترنت ،دراسة في التواصل الاجتماعي،ط1،دار المجدراوي للنشر والتوزيع ،الأردن،1426هـ/2005م.
- (25)شريم رامي ،الإعلام الالكتروني العربي،ط1،دار الشروق للنشر والتوزيع ،عمان ،2006.
- (26)شفيق حسين ،الإعلام التفاعلي ،وما بعد التفاعلية ،دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع.....
- (27)شقرة علي خليل ،الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي،دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان ،الأردن.
- (28)شقرة علي خليل ،الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،2017.
- (29)عبد الحميد محمد ،الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ،عالم الكتب ،القاهرة ،مصر ،2008.
- (30)عبد الرشيد عبد العزيز ،Research Fundamental، نسخة مزيدة ومنقحة.
- (31)عبد السلام محمد ،مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية،مكتبة النور ،2020.
- (32)عبيدات ذوقان،عبد الرحمان عدس ،كايد عبد الحق ،البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه،1984.
- (33)عطية علي ،تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال،ط1،دار المناهج للنشر والتوزيع،بغداد،1428هـ/2008م.
- (34)علم الدين محمود ،تكنولوجيا المعلومات،ط1،دار السحاب للنشر ،القاهرة،2005.

- (35) علي نبيل، الثقافة وعصر المعلومات، سلسلة المعرفة، الكويت 2001.
- (36) عماد الفاروق محمد صالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 1430هـ/2010م.
- (37) عوض منصور، جمال سليمان، شبكة الانترنت، دليل سريع للاقتصاد في العالم، ط1، دار البشير للنشر، 1996.
- (38) غساني رحيمة الطيب، مدخل الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، ط1، كلية الحقوق، جامعة باتنة، عالم الكتاب الحديث، جدار الكتاب العالمي، الجزائر، 2008.
- (39) فضل الله وائل مبارك خضر، اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، نوفمبر 2010.
- (40) قضي حنان، محمد الهلالي، في المنهج، ط1، دار توبقال، للنشر، الدر البيضاء، المغرب، 2015.
- (41) مارك بارنا فر، سيتفاني هيمي لرمك، بريان شوسميث، ترعا طف خطيبة ومنال أبو الحسن، نظريات ومناهج الإعلام، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2017.
- (42) محمد حسين إسماعيل، نظريات الإعلام، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة.
- (43) مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، تويتر نموذجاً، ط1، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1473.
- (44) معوض محمد، عبد السلام إمام، التسويق والاتصال، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012/1433.
- (45) ياسينقرناني، امينبكار، تطبيقات اتصالات الإعلام الجديد، المفاهيم - الخصائص - الوظائف - الفرص والتحديات، ط1، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2020، ص98.

المقالات:

- 1) إسحاق أمير الدين وآخرون، الاتصال الأكاديمي وغير الأكاديمي في تعلم اللغة العربية في المدارس الدينية الماليزية، مجلة الصراط، جامعة احمد شاه الإسلامية بينهاج 2020..
- 2) السليحات نايل عواد، مجدلين احمد يوسف العدوان، درجة الاتصال الأكاديمي بين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية وأعضاء هيئة التدريس فيها، في نظر طلبة الكلية، مجلة دراسات العلوم التربوية، المجلد 1 ملحق. 2019.
- 3) ثابت طارق، قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتعبير والتعريف لا ببقية الرسالة المحمدية، جامعة امالبواقي، الجزائر، العدد الخاص 1434، 2هـ 2013م.
- 4) جبار احمد، نظرية الاستخدامات والاشباع بين الدافع وقياس العائد، محاولة لفهم الأنماط الاتصالية من خلال التعرض لوسائل الإعلام، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، المجلد 06، العدد 01.
- 5) حتاملة وآخرون، درجة ممارسة الاتصال الأكاديمي بين طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، وأعضاء هيئة التدريس، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد 13، العدد 1 مارس 2012.
- 6) حسناوي مهدي، عادل جربوع، توظيف نظريات الاعلام والاتصال التقليدية للفضاءات الافتراضية، مجلة الرسالة، للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 04، ديسمبر 2021
- 7) حنوش احمد كاظم، مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في القطاع الجامعي، كلية الطب البيطري، جامعة القاسم الخضراء نموذجاً، مجلة بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 8، 2017.
- 8) درة محمد، اهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، المجلد/العدد ع9.

- (9) زكروك خولة ، ميني نور الدين ،الاتصال الأكاديمي ودوره في تفعيل الأداء البحثي من وجهة نظر طلبة الدكتوراه بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة سطيف 2 ،مجلة الآفاق للعلوم ،المجلد 6 العدد03(2021).
- (10) سعد الدين سوسن، بدر خان وآخرون ،درجة ممارسة الاتصال الأكاديمي بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس في جامعة عمان الأهلية ومعوقات ذلك من وجهة نظر الطلبة ،مجلة المنارة للبحوث و الدراسات ،المجلد 25 العدد 1،1440،1/هـ/2019م.
- (11) سلام إبراهيم ،محمد دريلة النمر ،مجلة الألوكة الاجتماعية،تاريخ الزيارة2023/03/27،الساعة:06:09
- (12) طولية محمد ،استخدامات الشباب للإذاعة الفردية في مملكة البحرين والاشباعات المتحققة منها،مجلة البحوث الإعلامية ،جامعة الازهر، كلية الاعلام،العدد12،57 افريل2021.
- (13) عبد المطلب ياغي ايمان،صفاء معيلي الحمادي ،الرضا عن جودة الحياة الجامعية في ضوء الاتصال الأكاديمي في جامعة الملك عبد العزيز ،المجلة العربية للنشر العلمي،العدد أربعون ،2شباط2022.
- (14) قطاف محمد،بوراس محمد،بعيط ،عيسى،متطلبات جودة الاتصال الاكاديمي من وجهة نظر الطلبة ،المجلة العلمية والتكنولوجية ،المجلد17،العدد1،جوان2020.
- (15) كاظم محمد حنوش،مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في القطاع الجامعي، كلية الطب البيطري،جامعة قاسم الخضراء نموذجاً،مركز بابل للدراسات الإنسانية،المجلد08،2017.
- (16) لحواطي عتيقة، الاتصال العلمي الالكتروني ودوره في إنتاج البحوث العلمية في البيئة الأكاديمية،مجلة بيليفيليا لدراسات المكتبات والمعلومات،جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2،العدد02،2019.
- (17) مصيح وردة،استخدامات الشبكات الاجتماعية في تدعيم الاتصال الأكاديمي ،بحوث جامعة الجزائر 01،العدد08

- 18) ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي، (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين الشمس 194، العدد الرابع والعشرون (الجزء الثاني)، 2018، ص
- 19) يحيوي مباركة، غالون نورة، المجموعات الافتراضية ودورها في الاتصال الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد 9، العدد 3 (2022).

المذكرات:

- 1) الجودي بن قيط، استراتيجية الاتصال في الادرة الاستشفائية الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر (3)، 2012، 2011.
- 2) الصوفي عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة الشمال الشرقية بسلطة عان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، 2014، 2015.
- 3) العبهري فاتن عبد الفتاح محمد، الاتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونيسيف، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011، 2010.
- 4) العيفة احمد، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة 2007، 2006.
- 5) ديبح يوسف، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الراي العام السياسي لدى جمهور الطلبة، أطروحة دكتوراه في الاعلام والاتصال، جامعة سكيكدة، 2022/2023.
- 6) زروقي رياض، الاستخدامات الترفيهية لشبكات التواصل الاجتماعي، دكتوراه في الاعلام والاتصال، جامعة محمد، خيضر، بسكرة، 2020/2021.

- (7) زكي ريم جمال ،واقع الاتصال الاكاديمي بجامعة النجاح الوطنية من وجهة نظر الطلبة ،رسالة ماجستير في الإدارة التربوية ،كلية الدراسات العليا ،جامعة النجاح الوطنية ،نابلس ،فلسطين،2011/2012.
- (8) عبد الغني بوزيان،استخدامات الشباب الجزائري للبرامج التفاعلية للقناة الأرضية والاشباعات المتحققة منها ،رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة باجي مختار ،عنابة،2010/209.
- (9) غضبان غاليان،اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية التفاعلية للطلبة الجزائريين ،أطروحة دكتوراه ،جامعة باتنة2017،2018/1.
- (10) ماطر عبد الله ،اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزويد بالمعلومات،ماجستير في الصحافة ولامعلام ،جامعة تبوك ،السعودية،2018.
- (11) معوض وليد محمد ،دور الانترنت في التحصيل الدراسي ،رسالة ماجستير في العلوم،جامعة نايف للعلوم الأمنية ،السعودية ،2005.
- (12) وسام طایل البشابشة ،دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها(فيسبوك ،تويتر)،رسالة ماجستير،.الجامعة الأردنية،2013،2012.

المواقع الالكترونية:

1) <http://ar.m.wikipedia.org>

المراجع الاجنبية:

- 1) academicworklife.Fabruary 2018.Tertiary Education and Management.
- 2) BarisUslu ,The components of coomunicationsystems in universities :theirinfluecnce on

3) Nicolta Duta,Georgeta Panisora, Lon –Ovidiu Panisora,The Effective Communication in Tracging.ProcediaSocial and BehavioralScienc 186(2015)10071012.