



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم الاعلام والاتصال

الموضوع

دور وسائل الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي
الفيسبوك، تويتر والمدونات الرقمية نموذجا

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث تخصص دراسات الاتصال
الاجتماعي

تحت إشراف:

د/عطاء الله طريف

إعداد الطالب:

الحسين شربالي

لجنة المناقشة:			
الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
سعد بلمداني	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا	جامعة الأغواط
عطاء الله طريف	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقررا	جامعة الأغواط
قدوري عبدالقادر	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة الأغواط
ذهبية آيت قاسي	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة الأغواط
الطيب البار	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة تبسة
عمري توفيق	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة

السنة الجامعية 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله سيدنا محمد وعلى اله وصحبه افضل صلاة وأتم التسليم.

نشكر الله عز وجل على ان وفقنا في انجاز هذا العمل المتواضع لما وهبه لنا من نعم الصحة والعافية والوقت.

كما أشكر الاستاذ المشرف على الاطروحة الدكتور عطاء الله طريف على إقتداره وتعاونيه، وتوجيهاته ، وحرصه الدؤوب علينا ، من أجل إتمام هذا العمل وإظهاره في صورة حسنة أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع الى الوالدين العزيزين ، أطال الله في عمرهما ، وما لهما علي من فضل في بلوغ المرام ، كما لا أنسى جميع إخوتي وأخواتي ، الذين كانوا خير سند وعون وقدوة.

ملخص

غدت البيئة الاتصالية عبارة عن كوجيتو وجودي يعبر عنه ب (أنا أتواصل إذن أنا موجود) ، حيث تزامن ظهور هذا البراديغم مع التطور اللافت الذي جاءت به تقنية المعلومات والاتصالات فاكتملت دائرة التحول من فضاء حياتنا التقليدي نحو فضاء المعلومات الافتراضي فوجدنا أنفسنا أمام انتقالين على مستوى التركيبة المجتمعاتية من المجتمع التقليدي نحو مجتمع المعرفة

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على أهم الوسائط الاتصالية الجديدة المستعملة من طرف شريحة مجتمعية مهمة وهي شريحة الشباب الجامعي ، ومدى مساهمة هذه الوسائط الاتصالية المستخدمة ونخص بالذكر هنا بعض منصات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك و تويتر والتدوين الرقمي" في بناء او تشكيل نوع من المعارف المختلفة ، كما تسعى إلى الكشف عن أهم عادات وأنماط التواصل المعرفي التي يستخدمها الشباب من خلال إستعماله لبعض منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. كما ترمي هذه الدراسة إلى محاولة معرفة مكانة هذه الوسائط الاتصالية الجديدة في الواقع اليومي للشباب ومساهمتها في رسم تصورات وبناء نوع من الانتماء و التبادل المعرفي بينهم من خلال محتواها ، وخطابها التواصلي الافتراضي .

الكلمات الدالة :وسائط الاتصال الجديدة ،الفيسبوك ، تويتر ، المدونات الرقمية ، المعارف

Abstract

The communicative environnement has become an existential cogito expressed by (I communicate, therefore I exist), as the appearance of this paradigm coincided with the great développement was brought by information and communication technology, so the transformation cycle from our traditional life space towards the virtual information space was completed, and we found ourselves in front of transitionlists at the level of the structure Societies from the traditional society towards the knowledge society

This study aims to try to identify the most important new communication media used by an important community segment, which is the university youth segment, and the extent of the contribution of these communication media used, and we mention here some social media platforms "Facebook, Twitter and digital blogging" in building or forming a type of different knowledge It also seeks to reveal the most important habits and patterns of cognitive communication that young people use through their use of some different social media platforms. This study also aims to try to know the status of these new communication media in the daily life of young people and their contribution to drawing perceptions and building a kind of affiliation and knowledge exchange between them through their content and virtual communicative discourse.

Keywords: new media of communication, Facebook, Twitter, digital blogs, knowledge

أ	المقدمة
	الإطار العام و المنهجي للدراسة
05	الإشكالية
07	فرضيات الدراسة
07	مفاهيم الدراسة
13	أسباب الدراسة
13	أهمية الدراسة و أهدافها
15	منهج الدراسة
16	أدوات الدراسة
20	مجتمع الدراسة وعينته
23	الدراسات المرجعية
34	المقاربة النظرية للدراسة: "نظرية الاستخدامات والاشباعات"
37	الفصل الأول:مدخل الى تكنولوجيا الاتصال الحديثة
40	أولا:مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة
47	ثانيا:التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة
50	ثالثا:خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة
25	رابعا:وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة
56	خامسا :تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة
	سادسا :مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة
65	الفصل الثاني : وسائط الاتصال الجديدة :قراءة في المفهوم و الدلالة و التطور
72	أولا:مفهوم وسائط الاتصال الجديدة
74	ثانيا :عوامل تطور وسائط الاتصال الجديدة
80	ثالثا:أنواع وسائط الاتصال الجديدة
84	رابعا :خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة"و أهميتها
86	خامسا : نماذج الوسائط الاتصالية الجديدة

95	الفصل الثالث :المنطلقات المفاهيمية و النظرية للمعارف
100	أولا :الأطر المفاهيمية للمعارف
105	ثانيا : أنواع المعارف و خصائصها
106	ثالثا :الأهمية العلمية للمعارف
	رابعا:المداخل الفكرية والنظرية للمعارف
111	الفصل الرابع : الخطاب التواصلي الافتراضي و تشكل المعارف لدى الشباب الجامعي
112	أولا :الدور المعرفي لتكنولوجيا وسائط الاتصال الجديدة
114	ثانيا :مفهوم الخطاب التواصلي الافتراضي لدى الشباب الجامعي
115	ثالثا:الجماعات الافتراضية وفئة الشباب الجامعي
	رابعا :تشكل القيم المعرفية في الخطاب التواصلي لدى الشباب الجامعي
121	الفصل الخامس : الدراسة الميدانية :
117	أولا:عرض ومناقشة صحيفة الاستبيان
175	ثانيا :تفسير ومناقشة محاور نتائج الدراسة
183	ثالثا :الإستنتاج العام للدراسة
187	خاتمة
211	قائمة المراجع
	ملاحق الدراسة

فهرس الجداول

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
123	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	جدول 01
124	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	جدول 02
125	يوضح توزيع العينة حسب التخصص العلمي	جدول 03
127	يوضح استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	جدول 04
128	يوضح بداية المدة الزمنية التي بدأت مفردات العينة في استخدام وسائل الاتصال الجديدة	جدول 05
130	يوضح ساعات استخدام الافراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	جدول 06
132	يوضح مكان استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	جدول 07
133	يوضح أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها أفراد العينة	جدول 08
134	يوضح اللغة التي يستخدم بها أفراد العينة الوسائل الاتصال الجديدة	جدول 09
135	يوضح أوقات المفضلة في تصفح أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	جدول 10
137	يوضح الصفة التي تستخدم فيها افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة، فردية، مع الاصدقاء، مع الافراد العائلة.	جدول 11
139	يبين الوسيلة التي يتصفح من خلالها أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	جدول 12
141	يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	جدول 13
143	يوضح أنماط تفاعل افراد العينة مع وسائل الاتصال الجديدة	جدول 14
144	يظهر مدى اهتمام افراد العينة بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائل الاتصال الجديدة	جدول 15

146	يوضح فترات استخدام افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة لغرض المعرفة	جدول 16
147	يوضح امكانية استغناء افراد العينة عن استخدام وسائل الاتصال الجديدة	جدول 17
149	يوضح أكثر الوسائل الاتصالية المستخدمة من طرف عينة الدراسة لغرض المعرفة	جدول 18
150	يوضح امتلاك الافراد العينة لحساب خاص بتبادل المعارف عبر وسائل الاتصال الجديدة	جدول 19
152	يوضح أهم اشكال التفاعل المعرفي الذي يقوم به افراد العينة عبر وسائل الاتصال الجديدة	جدول 20
154	يوضح انشاء افراد العينة مجموعة افتراضية لتبادل المعارف	جدول 21
155	يوضح استجابة افراد العينة مع التفاعل الافتراضي لدخول عالم المعرفة والمعلومات عبر وسائل الاتصال الجديدة	جدول 22
157	يوضح نقاشات أفراد العينة عبر وسائل الاتصال الجديدة في مسائل المعرفة	جدول 23
159	يوضح الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الجديدة في تشكيل ونقل المعارف لدى أفراد العينة	جدول 24
159	يوضح رأي افراد العينة في اختيار وسائل الاتصال الجديدة باعتبارها أدوات لتشكيل المعارف وتقاسمها	جدول 25
161	يوضح امكانية مساهمة وسائل الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى افراد العينة	جدول 26
162	يوضح أهم الاضافات المعرفية التي تقدمها وسائل الاتصال الجديدة لأفراد العينة	جدول 27
164	يوضح رغبة افراد العينة في اشباع حاجياتهم المعرفية عبر وسائل الاتصال الجديدة	جدول 28

166	يوضح مشاركة أفراد العينة للمحتوى المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة	جدول 29
168	يوضح امكانية تلبية وسائط الاتصال الجديدة للحاجيات المعرفية لأفراد العينة	جدول 30
170	يوضح أهم المعارف المكتسبة لأفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائط الاتصال الجديدة	جدول 31
173	جدول يوضح أهم الاشباعات المحققة من طرف أفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائط الاتصال الجديدة	جدول 32
174	يوضح مدى رضا العينة عن أداء الوسائط الاتصالية الجديدة	جدول 33
176	يوضح تقييم أفراد العينة لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة عموما للشباب الجامعي	جدول 34

فهرس الاشكال

رقم الصفحة	موضوع الشكل	رقم الشكل
123	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	الشكل 01
124	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	الشكل 02
126	يوضح توزيع العينة حسب تخصص العلمي	الشكل 03
127	يوضح استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 04
128	بداية المدة الزمنية التي بدأت مفردات العينة في استخدام وسائل الاتصال الجديدة	الشكل 05
130	يوضح ساعات استخدام الافراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 06
132	يوضح مكان استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 07
133	يوضح أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها أفراد العينة	الشكل 08
134	يوضح اللغة التي يستخدم بها أفراد العينة الوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 09
136	يوضح الأوقات المفضلة في تصفح أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 10
137	يوضح الصفة التي تستخدم فيها افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة، فردية، مع الاصدقاء، مع الافراد العائلة.	الشكل 11
139	يبين الوسيلة التي يتصفح من خلالها أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 12
141	يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	الشكل 13
143	يوضح أنماط تفاعل الافراد العينة مع وسائل الاتصال الجديدة	الشكل 14

الشكل 15	يظهر مدى اهتمام افراد العينة بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائط الاتصال الجديدة	145
الشكل 16	يوضح فترات استخدام افراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة لغرض المعرفة	146
الشكل 17	يوضح امكانية استغناء افراد العينة عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة	148
الشكل 18	يوضح أكثر الوسائط الاتصالية المستخدمة من طرف عينة الدراسة لغرض المعرفة	149
الشكل 19	يوضح امتلاك الافراد العينة لحساب خاص بتبادل المعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة	151
الشكل 20	يوضح أهم اشكال التفاعل المعرفي الذي يقوم به افراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة	153
الشكل 21	الشكل 21 يوضح انشاء افراد العينة مجموعة افتراضية لتبادل المعارف	154
الشكل 22	الشكل 22 يوضح استجابة افراد العينة مع التفاعل الافتراضي لدخول عالم المعرفة والمعلومات عبر وسائط الاتصال الجديدة	155
الشكل 23	يوضح نقاشات أفراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة في مسائل المعرفة	157
الشكل 24	يوضح الدور الذي تلعبه وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل ونقل المعارف لدى أفراد العينة	159
الشكل 25	يوضح رأي افراد العينة في اختيار وسائط الاتصالية الجديدة باعتبارها أدوات لتشكيل المعارف وتقاسمها	161
الشكل 26	يوضح امكانية مساهمة وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى افراد العينة	162
الشكل 27	وضح أهم الاضافات المعرفية التي يقدمها وسائط الاتصال الجديدة لأفراد العينة	164

165	يوضح رغبة افراد العينة في اشباع حاجياتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة	الشكل 28
167	يوضح مشاركة أفراد العينة للمحتوى المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة	الشكل 29
168	يوضح امكانية تلبية وسائط الاتصال الجديدة للحاجيات المعرفية لأفراد العينة	الشكل 30
171	يوضح أهم المعارف المكتسبة لأفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائط الاتصال الجديدة	الشكل 31
173	يوضح أهم الاشباعات المحققة من طرف أفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائط الاتصال الجديدة	الشكل 32
174	يوضح مدى رضا العينة عن أداء الوسائط الاتصالية الجديدة	الشكل 33
176	يوضح تقييم أفراد العينة لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة عموما للشباب الجامعي	الشكل 34

1- مقدمة:

شهد إستخدام مفهوم وسائط الاتصال الجديدة في السنوات الاخيرة استعمالا مكثفا ،الذي ما انفك يأخذ أهمية بالغة لدى الباحثين والدارسين في حقول العلوم الاجتماعية حيث أخذ يترشح استخدام هذا المفهوم بين رؤيتين مختلفتين، منها ما اعتبره براديغم مفسر للظاهرة الاتصالية و دور الشبكات الاجتماعية فيها ،وفي الرؤية المقابلة التي تعتبر وسائط الاتصال الجديدة مفهوما مركزيا بمثابة مدخل علمي جديد يكون موضوعه الوساطة في فهم الظاهرة الاتصالية بالذات من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

يتميز النقاش حول وسائط الاتصال الجديدة بذلك الإحتدام لكونها مقترب علمي يطرح إشكالية بنيوية متزايدة التعقيد ،فإكتسبت هذه الإشكالية موطئ قدم في أجندة إهتمامات الباحثين و الأكاديميين في مختلف الحقول المعرفية الاجتماعية ، فنالت قدر محترم من الإهتمام الإبتنومولوجي من أجل رصد وفهم واستجلاء هذا المفهوم من بعض المفاهيم المتداخلة والمشابهة ذات الصلة ، على غرار مفهوم الاعلام الجديد ،الميديا الجديدة ،مواقع التواصل الاجتماعي ،الشبكات الاجتماعيةالخ ،خاصة منذ ولوج الانترنت مضمار اهتمام الباحثين الاكاديميين و ظهور منصات التواصل الاجتماعي كمعطى أساسي وملمح بارز من ملامح الاعلام الجديد.

إن حالة الاستقطاب الأبتنومولوجي لدى الباحثين المهتمين بدراسة الظاهرة الاتصالية من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة خلقت اتجاهين اساسيين ، اتجاه متفائل ومحتفيا بهذه التكنولوجيا الحديثة والذي يعتبر الوائط الاتصالية الجديدة عبارة عن ميكانيزمات ذات ابعاد تواصلية تحريرية ،لها سمة الديمقراطية الجماهيرية ،فاستدل بذلك عن دورها في زيادة التعاقد الجمعي وفتح لمساحات التعبير الفردية ، وكذلك دورها في تشكيل الفضاءات العمومية الافتراضية لممارسة حق المشاركة الاجتماعية و الرقابة السياسية في احيان كثيرة .

أما الاتجاه الثاني هو ذلك الإتجاه الذي ينظر للوسائط الاتصالية بتلك النظرة التشاؤمية السلبية حيث يرى أنها تتكيف مع الإكراهات الراهنة ،وتتماهى مع جميع ممارساتها التقليدية الواقعية ،بدلا من أن

تخلق مساحات وظروف مساعدة لتحسين المحكات الواقعية، من أجل خلق ممارسات وتمثيلات اجتماعية أفضل، تصبح مجرد امتدادات لممارسات الواقع السائد بكل أعطابه الوظيفية الراهنة¹

إن مشروعية وسائط الاتصال الجديدة تتجسد في إقامة العلاقات بين الاشخاص لأغراض متعددة، منها اقتسام التجارب، وتبادل المعلومات و تقييم الذات، وتوليد المعرفة و تشاركها، فأشكالية وسائط الاتصال الجديدة و علاقتها في تشكيل المعارف و نقلها بين المستخدمين، لم تحظى بذلك القسط الوافر من الإهتمام طرف الباحثين و الأكاديميين، بالرغم لما لها من ملامسة مباشرة مع عمق البنى الثقافية و نسيجها القيمي و الرمزي و رأسمالها المعرفي داخل انساق المجتمع، باعتبار ان هذه المنصات الاجتماعية الافتراضية أضحت مؤسسات مالكة لتصورات شاملة و تامة.

استحضارا لإشكالية وسائط الاتصال الجديدة ودورها في تشكيل المعارف، أصبحنا في حاجة إلى النبش في المحتوى المنقول عبر هذه المنصات الاجتماعية الافتراضية من خلال البحث في خطابها التواصلية، وكذلك في أنماط تفاعل المستخدمين، إضافة الى ما يحمله المحتوى المتبادل من عدة و حمولة معرفية متنوعة، كل هذا يتم ضمن سلسلة من البنى المفاهيمية داخل حدود الجماعات الافتراضية.

سعيًا منا لخلق أفق معرفي جديد و محاولة بناء تصورات نظرية خصبة لفهم أهم التحولات التي أنتجتها وسائط الاتصال الجديدة، جاءت هذه الدراسة للبحث في مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة و تشكل المعارف في زمن التواصل الافتراضي، وكذلك معرفة أنواع هذه المعارف المتشكلة و فحص استخدامات شريحة مجتمعية مهمة جدا "الشباب الجامعي" لوسائط الاتصال الجديدة من أجل الغرض المعرفي، ضمن شروط معيارية محددة.

تضمنت دراستنا ثلاث محاور، محور منهجي و محور نظري و محور ميداني، فاشتمل المحور الاول على الاجراءات المنهجية المتبعة، حيث قمنا بتحديد إشكالية الدراسة و تساؤلاتها المركزية، وفروضها

¹ بن عمرة بلقاسم امين، دور وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز

الافتراضي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، قسم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية

، جامعة مستغانم، الجزائر 2018، ص: 02.

ثم تطرقنا الى أسباب اختيار الدراسة ، وأهميتها ، وأهدافها ، كما قمنا بتحديد أهم المفاهيم الأساسية للدراسة ، ثم عرضنا بعض الدراسات السابقة و المشابهة ، ثم تطرقنا الى المقاربة النظرية للدراسة

تم تقسيم المحور الثاني لدراستنا إلى أربع فصول ، جاء الفصل الأول حول الدور المعرفي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فتطرقنا فيه إلى مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تطورها التاريخي ، وأهم خصائصها ووظائفها و مظاهرها ، وبحث الفصل الثاني في مفهوم وسائط الاتصال الجديدة و دلالاتها وعوامل تطورها ، فتطرقنا الى مفهومها وعوامل ظهورها ، وأنواعها وأهم خصائصها ، وكذلك بعض وسائط الاتصال الجديدة

ثم تناولنا في الفصل الثالث من دراستنا التأصيل المفاهيمي للمعارف وأهم المنطلقات النظرية ، فتطرقنا إلى مفهوم المعرفة ، وتعريف المعارف ، وأنواعها و خصائصها و أهميتها و أهم مداخلها

وفي الفصل الرابع من متن دراستنا فقد خصصناه للبحث في الخطاب التواصلية الافتراضي و تشكل المعارف لدى الشباب ، فتناولنا فيه تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تشكل المعارف ، وكذل عرجنا على مفهوم الخطاب التواصلية ، ومفهوم الجماعات الافتراضية ، ثم إلى القيم المعرفية القاطنة في الخطاب التواصلية ، كما تناولنا دور المدونات الرقمية في تقاسم المعارف، ودور الفيسبوك في تقاسم المعارف ، ودور موقع التغريدات الرقمية " تويتر " في تقاسم المعارف لدى الشباب الجامعي

تضمن الفصل الخامس من البحث والذي هو عبارة عن الجانب الميداني للدراسة ، فتناولنا فيه عرض وتحليل نتائج صحيفة الاستبيان ثم تفسير ومناقشة محاور الدراسة كما اختص هذا الفصل بتحليل و تمحيص و تفسير اجابات المبحوثين ، تفسيراً سياقياً ارتكز واعتمد على التراكمات المعرفية السابقة ، كما استدلينا على مدى استجابة عينة البحث المتمثلة في الشباب الجامعي للمحركات المعيارية المتعلقة بتشكيل المعارف عبر الوسائط الاتصالية الجديدة ، وخلص هذا المحور بالعرض النهائي للنتائج المتحصل عليها .

الإطار العام

والمنهجية

للدراصة

2- الإشكالية :

غدت البيئة الاتصالية التي تولدت عن الحضور القاهر لأدوات تقنية المعلومات , والاتصالات مجالا اتصاليا وتواصليا يحفل بموارد معرفية خصبة نشأت نتيجة تلاقي المحتوى المعرفي للخطاب التواصلية

وقد تلاقت هذه الموارد وتلاقحت عناصرها فأثمرت عن حضور نمط جديد من فضاء التواصل الاجتماعي , وبدا هذا المحيط بالنمو التدريجي حتى بات ينافس الفضاء الاجتماعي التقليدي الذي بسط هيمنته على واقع مجتمعاتنا العربية منذ أمد بعيد

إن هذا التضايف والاندماج والتلاقح الحاصل بين تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات يعطي للمعرفة , والمعلومات قدرات وإمكانات كبيرة على اختراق الحدود والأزمنة وكل ذلك غير , سواء شئنا أم أبينا وسيغير بسرعة غير مسبقة اقتصادنا وسياستنا وتربيتنا وقيمنا وأخلاقنا ومعارفنا على نحو من الأنحاء , فقد اكتملت دائرة التحول من فضاء حياتنا التقليدي نحو فضاء المعلومات المتخيل وعاصرنا إنتقاليين على مستوى التركيبة المجتمعية من المجتمع التقليدي نحو مجتمع المعلومات ثم إلى مجتمع المعرفة خلال بعد زمني لا يكاد يقارن بالحقبة الزمنية التي استغرقتها الإنسانية في التحول من مجتمع الزراعة نحو مجتمع الصناعة

فبدأت موروثاتنا المعرفية تتعرض لأكثر من تعديل وتوجهنا من المادي نحو الافتراضي , وبدأ فضاء المعلومات يتسلل إلى نسيج مجتمعاتنا بسرعة غير مسبقة , ومن دون سابق إنذار فتحول الحاسب من آلة معالجة حسابية سريعة إلى مكنة تملك آلة استدلال محوسب وبدأ باصطناع عوالم افتراضية مشحونة بالمؤثرات المرئية التي جعلتنا نؤثر الإقامة في بيئتها المتخيلة وتبدأ بنقل أدواتنا ونسيج حياتنا اليومية الى فضاءها الذي لا يخلو من قوى الاحتكاك والممانعة الزمانية و المكانية التي اتسم بها واقعنا اليومي

وقد كان الفضل لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة الى ميلاد منصات الشبكات الاجتماعية , التي إلتحق بها موقع التواصل الاجتماعي 'فيسبوك' وموقع التغريدات الرقمية "تويتر" وشيوع استخدام المدونات الرقمية وتكاثر المنتديات الرقمية بأنواعها المختلفة وفئاتها كل هذه الوسائط الجديدة كان لها دور مهم في جذب المستخدمين إلى بيئة اتصالية جديدة حيث أسهم الحضور الغير مسبوق

للجماعات الافتراضية في فضاء التواصل الاجتماعي بإحداث تغيرات حاسمة في الأنماط التقليدية لتشكيل المعرفة وتقاسمها فتحوّلت من فضاء التواصل اليومي المباشر إلى فضاء شبكات التواصل الرقمي وبدا المحتوى الرقمي الذي ينتجه أفراد الجماعات الافتراضية "نتيجة تدفق الأنشطة التواصلية المختلفة" بالنمو تدريجياً فقد تكون قد نشأت عنه حصيلة معرفية اجتماعية أو لم تنشأ، تصلح لأن تكون مورد يستمد منه أفراد المجتمع الرقمي خلاصة مركزة من الأفكار والمبادئ وبعض القيم التي تثري حياتهم اليومية بمفردات متنوعة وترسخ أواصر التواصل مع الآخر الذي يشاركونهم الحضور في الفضاء ذاته بعيداً عن محددات الرقعة الجغرافية، والانتماء الحضاري

دلت العديد من الإحصائيات على أن أغلب مستخدمي فضاءات التواصل الاجتماعي هم من فئة الشباب فقد يثير جنوح هؤلاء الشباب نحو الفضاءات الافتراضية متمثلة أساساً في الفيسبوك، وتويتر وبعض المدونات الرقمية وغيرها من المواقع العديد من التساؤلات والقراءات منها ما يتعلق بطبيعة الوسيلة "فكرة الانبهار" ومنها ما يتعلق بطبيعة البيئة التي يعيش فيها الشباب في مجتمعه الحقيقي، وتلك التي يصبو إليها عبر هذه المواقع، ومنها ما يتعلق بالشباب نفسه من حيث دوافعه وحاجاته المختلفة، ولعل من بين أهم الدوافع والحاجات التي تشد الشباب لاستخدام فضاءات التواصل الاجتماعي خاصة فئة الشباب الجامعي هي محاولة استلهاهم نوع من الأنواع المعرفية المتعددة القاطنة داخل المحتوى الرقمي المتبادل من خلال هذه المواقع التواصلية .

تكمن الغاية الأساسية لهذه الدراسة في محاولة تبيان الدور الذي تمارسه وسائط الاتصال الجديدة المتمثلة في منصات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك، تويتر، المدونات الرقمية" في إنتاج أسماط معرفية نتيجة لتداول الخطاب التواصلية بين المستخدمين المتمثلين في الشباب الجامعي، إذن فالإشكال الرئيسي الذي يمكننا طرحه لمعالجة هذا الموضوع متمثل فيما يلي: كيف تساهم وسائط الاتصال الجديدة "الفيسبوك، تويتر، المدونات الرقمية" في تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي؟

2-1- تساؤلات الدراسة:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لوسائط الاتصال الجديدة "الفيسبوك، تويتر، المدونات الرقمية؟

- ما هي أهم اسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاتصال الجديدة ؟
- هل تعتبر وسائل الاتصال الجديدة حامل اساسي من حوامل المعارف ؟
- ما هي أهم الاشباعات المعرفية التي تقدمها وسائل الاتصال الجديدة " الفيسبوك ،تويتر ،المدونات الرقمية " للشباب الجامعي ؟

2-2-الفرضيات الجزئية :

- هناك عادات وأنماط عديدة تظهر على الشباب الجامعي عند استخدامه لوسائل الاتصال الجديدة "الفيسبوك،تويتر ،المدونات الرقمية"
- توجد أسباب و دوافع اجتماعية ونفسية ومعرفية متداخلة تجعل الشباب الجامعي يقبل على إستخدام وسائل الاتصال الجديدة
- تعتبر وسائل الاتصال الجديدة حامل من حوامل الاشكال المعرفية العديدة التي تشكل وتنشر المعارف.
- يقدم إستخدام وسائل الاتصال الجديدة "الفيسبوك ،تويتر ،المدونات الرقمية ،اشباعات معرفية" متنوعة للشباب الجامعي

3- مفاهيم الدراسة :

المفاهيم إما أن تكون أراء أو أفكار أو مجموعة معتقدات حول شيء معين ،أو أسماء تطلق على الأشياء التي هي من صنف واحد أو الأسماء التي تطلق على الصنف نفسه ,ومن صفة هذه المفاهيم أنها قابلة للتبدل تبعا لتغير العصر وظروفه الموضوعية وهذه صفة بنائية للمفاهيم ،أما الصفة فهي الوظائف والمهام والخدمات التي تؤديها المفاهيم والتي تساعد على فهم النظرية والفرضية كما يعد تحديد المفاهيم و المصطلحات العلمية أمرا ضروريا في البحث العلمي كلما اتسم هذا التحديد بالدقة والوضوح ،سهل المصطلح على القراء الذين يتابعون البحث في إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها دون ان يختلفوا في فهم ما يقول ,وتبرز أهمية تحديد المفاهيم المستخدمة في الدراسة او البحث في توفير جهد الباحث ,فبدلا لشرحه لمعنى المصطلح كلما ذكره في معرض بحثه

فإنه قد حدد المقصود منه منذ البداية ومن خلال هذا التحديد يكون قد بين مايعنيه تماماً ومن ثمة يمكن التمييز بين المعاني الأخرى للمفهوم والمعنى المستخدم في دراسته.¹

3-1-1- الدور : لغوياً: يمكن فهم كلمة (الدور) بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل (دار)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبتدأ منه²، إذ يعرف قاموس (ويستر) مصطلح الدور لغوياً بأنه الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد³، وكذلك هو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد، والذي يحدد واجباته وحقوقه الاجتماعية⁴، وكذلك فإن الدور هو مجموعة طرق الحركة في مجتمع ما التي تسم بطابعها سلوك الأفراد في ممارسة وظيفة خاصة، وهناك من يرى إنه السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، كما إن هناك من يرى إن الدور أنموذج منظم للسلوك ومتعلق بوضع معين للفرد في تركيبة تفاعلية.

3-1-1-1- أما اصطلاحاً: فالدور لا يرتبط بمجال معين إذ يتحدد دون غيره ويدخل في اختصاصات مختلفة اقتصادية وسياسية واجتماعية وطبيعية، وذلك ضمن عملية تحديد النتائج الخاصة بطبيعة العلاقات الارتباطية بين جزئيات ظاهرة ما، أو بين مجموعات محددة من الظواهر، وحتى في نطاق المجال الواحد يمكن إن يظهر التنوع في معنى الدور، وبالتالي في تعريفه، وإذا ما نظرنا في إطار حقل العلوم السياسية نجد أن له أكثر من تعريف، إذ يعرف في المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأنه "موقف أو سلوك أو وظيفة لشخص داخل مجموعة"⁵، إذ يتصل مفهوم الدور غالباً بالدراسات السايكولوجية – الاجتماعية الحديثة، ويستفاد منها في دراسة وتغيير السلوك السياسي الخارجي للدولة، لذلك فإن الدور يمكن التعبير عنه بوظيفة الدولة كأنموذج منظم للسلوك ضمن مجموعة من النشاطات الاجتماعية، وبالتالي فإن سلوك الدولة كوحدة ضمن مجموعة وحدات (دول)

¹ إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1982، ص:43.

³ إبراهيم مصطفى، وآخرون: لمعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972، ص:302.

³ إحسان محمد حسن: موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999، ص:289.

⁴ صادق الأسود: علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده)، مطبعة دار الحكمة، جامعة بغداد، 1990، ص:123.

⁶ أعياد عبد الرضا ال عيادل: دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاق المستقبلية، رسالة ماجستير، كلية التربية (أبن رشد)

، جامعة بغداد، 2006، ص:1.

كل منها تعبر عن سلوك سياسي خارجي يختلف في تكوينه وقدراته المادية والمجتمعية تبعاً لطبيعة المتغيرات المحيطة والمؤثرة بكل دولة، وبالتالي سلوكها الخارجي.

3-1-2- الدور إجرائياً: هو مجموع العادات و الأنماط و الوظائف و الاسهامات و الأهمية التي تضيفها وسائط الاتصال الجديدة لجميع مستخدميها

3-2- وسائط الاتصال الجديدة-اصطلاحاً: لا يوجد تعريف دقيق لوسائط الاتصال الجديدة لكن يمكن تعريفها على إنها وسائط اتصالية إعلامية تسمح للمستخدمين من لعب دور فعال في عملية جمع التقارير , وإعدادها وتحليلها ونشر محتواها ،أي تزيد من تفاعليتها فهي بذلك خدمة إلكترونية توفرها شبكة الانترنت.¹

كما يمكن اعتبارها ذلك الوعاء الذي يحتوي على النص المصحوب بالصورة والصوت واللقطات الحية من فيديو وصور وتأثيرات خاصة مما يزيد من قوة العرض وخبرة المتلقي بأقل تكلفة وأقل وقت.²

ويقصد من هذه الدراسة بوسائط الاتصال الجديدة منصات التواصل الاجتماعي .

3-2-1- وسائط الاتصال الجديدة إجرائياً: هي كل المنصات الافتراضية التي توفر خاصية التفاعل والتبادل و مشاركة المحتوى الرقمي بين أفراد مستخدميها

3-2-2- الفيسبوك:

تعرف الموسوعة العالمية الإلكترونية الويكيبيديا موقع الفيسبوك بأنه "شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شبكة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها , فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إليها وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم , وإرسال الرسائل إليهم , وأيضاً تحديد ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم .

¹ هاجر بن عامر ، هويات مستخدمي الوسائط المتعددة "تويتر نموذجاً" ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017، ص26.

² عبد الحميد بسيني، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة، دار الكتب العلمية، 2005، ص:05.

كما عرف الموقع نفسه في صفحة التسجيل بان الفيسبوك موقع ذونفع اجتماعي لانه يربطك بالناس المحيطين بك

ويعرف (sherrygkinkoph gunter) الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بأنه "واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور واشربة الفيديو , وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الاصدقاء وزملاء العمل و الدراسة وغيرهم ,موقع الفيسبوك يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق و العمل او المنزل او المدرسة او اي مكان اخر ,تبنى هذه العلاقات على صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين

3-2-3- التويتر :

يعرفه غروسك وهولوتسك (holotescu,grossek) انه المدونات الصغيرة أو شكل جديد من المدونات والتي تسمح للمستخدمين بنشر نص مختصر على الانترنت ,وعادة ما يتكون من 140¹ حرفا وكذلك يسمح بنشر الصور والملفات إضافة إلى أنه يمكن من التفاعل بين المستخدمين وذلك باستخدام مختلف الاجهزة والتقنيات .

وعرفه "وقاص الشريف" : هو موقع شبكة اجتماعية يقدم خدمة التدوين المصغر ويمكنك متابعة من تود ويتابعك من تريد بتحديد لعدد معين, ويسمح تويتر لمستخدميه بارسال تحديثات tweets "تغريدات" عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة ,وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية او عبر التطبيقات ,وتطبيقات الهواتف المحمولة التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك و (twitteriffic twit ,bird ,)

3-2-4- المدونات الرقمية في اللغة: المدونة أو weblog تعني سجلات الشبكة ,وتعريفها أيضا دفتر يومي إلكتروني وقد تم الاتفاق عربيا على لفظ "مدونة" كتعريب ل weblog أو

¹ مؤيد نصيف جاسم السعدي :فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ألفا للنشر و التوزيع ،ط01، الجزائر ،2016، ص:162.

blog وكلمة تدوين هي تعريب ل **blogging** كما يطلق عليها كلمة **bloggers** الانجليزية الأصل وتتألف الكلمة من جزأين الأول يمثل حرف **B** وهو اختصار لكلمة **Biographie** والتي تعني سيرة ,اما الثاني فهو مصطلح " لوغ " **Log** وتفيد دلالة سجل او جدولا او مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل وفي صيغة الجمع بالانجليزية تصبح « **Bloggers** »

3-2-5-أما اصطلاحا : يطلق اسم مدونة على موقع ذلك الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من رزنامة من الأحداث والسير الذاتية والرأي , على صفحة إلكترونية فهو شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية والثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية 'منها الجماعية والفردية كمت تحتوي المدون عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والاغاني والشرطة المصورة والتي غالبا تكون من صنع المدون نفسه

وتعرف المدونات أيضا كنوع من مواقع الانترنت التفاعلية تتألف من تسجيلات وكتابات ومداخلات مرتبة عكس الترتيب الزمني أي التدوينة الأحدث توضع في الصفحة الأولى للمدون وهكذا تنشر حسب مؤلفها وتتيح للجماهير إمكانية التعليق عليها وفي المدونة يمكن أن تكون الإضافات والإدراجات عبارة عن نصوص ,صور,فيديوهات ,وروابط لمواقع اخرى

3-2-6-المدونات الرقمية إجرائيا : هي ذلك الحيز الالكتروني الذي تستضيفه مواقع الويب وهي عبارة عن موقع شخصي أو لشخصين أو لفئة أو لجماعة فهي بذلك تكون عبارة عن صحيفة ذاتية أو جماعية تنشط على شبكة الانترنت أساسها المزج بين الخفة والبساطة في التصميم والأسلوب وتعبر عن العديد من الاهتمامات الشخصية والجماعية ,السياسية والثقافية كالأدب والفن والعادات والتقاليد والمعتقدات والفكر وغيرها من الميادين الأخرى

3-3-1-المعارف لغويا:وهي جمع للمعرفة وتعني إدراك الشيء على حقيقته والعرفان في اللغة هو العلم ,ومعارف الأرض هو ما عرف منها الإنسان الذي أشهره الخالق سبحانه وتعالى على ربوبيته

يولد لا يعرف شيئاً عن عالم الشهادة¹ وقد ورد في محكم التنزيل (والله أخرجكم من بطون أمهاتكم لا تعلمون شيئاً وجعل لكم السمع و الأبصار والأفئدة لعلكم تشكرون) النحل الآية (78)

يعرف قاموس "ويستر" المعرفة على إنها الفهم الواضح والمؤكد للأشياء وكل ما يدركه ويستوعبه العقل، خبرة عملية، مهارة، اعتياد أو تعود، اختصاص وإدراك معلومات منظمة تطبق على حل مشكلة ما²

3-3-2- المعارف اصطلاحاً: إن مفهوم المعرفة ليس بالأمر الجديد فالمعرفة رافقت الإنسان منذ أن تفتح وعيه 'وارتقت معه من مستوياته البدائية مرافقة لاتساع مداركه وتعمقها حتى وصلت إلى ذروتها الحالية، حيث ان ابسط تعريفات المعرفة أنها عبارة عن مجموعة من المعاني والمعتقدات والمفاهيم و التصورات الفكرية التي تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولاته المستمرة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به¹

تعرف المعارف أيضاً بأنها إدراك الأشياء وتصورها ويرى الفيلسوف "برتراند رسل" أن هناك نوعين من المعرفة، المعرفة باللقاء أو الاتصال المباشر أي التي تدرك بالحواس مباشرة، والمعرفة بالوصف التي تنطوي على استنتاجات عقلية²

ويقول " روبرت ميرتون " هي كلمة واسعة فضفاضة تضم في محتواها وتشمل في طياتها كل أشكال الفكر وأساليبه، تلك التي تبدأ من المعرفة الأولية الساذجة وتنتهي بأسمائها متمثلة في الصورة الإدراكية، أما التعريف الإجرائي يمكننا القول عنها هي "جمع مفردة معرفة والتي تدل على أي نشاط بشري ذو طابع فكري يهدف إلى فهم الواقع وتصور هذا الواقع في وعي أعضاء مجتمع معين في نتيجة لتراكم الأفكار والخبرات والتجارب الإنسانية

3-4- الشباب الجامعي اصطلاحاً : إن مفهوم الشباب في هذه الدراسة نعني به تلك الفئة من المجتمع الذين يتابعون تحصيلهم العلمي بعد حصولهم على شهادة البكالوريا وتتراوح أعمارهم بين

¹ حلمي محمد فؤاد و عبد الرحمان صالح عبد الله، المرشد في كتابة البحث، ط4 دار الشروق، جدة، ص: 51.

² رابع مصطفى عليان، إقتصاد المعلومات، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص: 17.

(35.18) سنة ويتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الاجتماعية الأخرى

4-أسباب الدراسة :

1-4 الأسباب الذاتية :

- الاهتمام الشخصي بدراسة الظاهرة الاتصالية عبر الفضاءات الافتراضية ومحاولة تقديم قراءات نظرية لعملية تشكل الراسمال المعرفي عبر هذه الوسائط

- محاولة التفاعل مع قضايا الشباب و تسليط الضوء على ظاهرة استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة من طرف هذه الفئة الاجتماعية و الدفع بأدوارها الوظيفية وخلق تصورات ايجابية عن هذا الاستخدام ،عكس أغلب الأدبيات البحثية السابقة التي تناولت بالسلب دراسة هذا الاستخدام

2-4 الأسباب الموضوعية :

-إنعدام مؤشرات الاهتمام بموضوع الوسائط الاتصالية الجديدة و علاقتها بالمعرفة كمفهوم مركب خاصة على الساحة الأكاديمية المحلية

-العمل على ضرورة إعادة مراجعة وفحص مفهوم المعرفة وتقاسمها و تشكيلها في ظل معطيات الوسائط الاتصالية الجديدة و أهم الفواعل و الديناميات الناتجة عنها

__ضرورة الالتزام بالمساهمة في تغطية النقص البحثي حول منصات التواصل الاجتماعي و إعتبارها كمنتج للراسمال المعرفي و مثبت للفعل الثقافي ،إذ أنه لا نزال نفتقر الى اثباتات بحثية إمبريقية قوية تؤكد أو تنفي ما تم ذكره آنفا .

5-أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على بعض الوسائط الاتصالية الجديدة "الفيسبوك,تويتر ,المدونات الرقمية "ودورها في تشكيل أنواع من القيم المعرفية المتعددة لدى الشباب الجامعي ,ومدى

مساهمة هذه الوسائط الجديدة من خلال ما تحمله من تقنيات متعددة في استلهاهم وتقاسم القيم المعرفية الموجودة ضمن الخطاب التواصلى الدائر بين أفراد هذه الفئة "الشباب الجامعى" كما تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم العادات وأنماط التواصل المعرفى التى يستخدمها الشباب الجامعى من خلال استخدامه لوسائط الاتصال الجديدة "الفيسبوك ,تويتر , المدونات الرقمية .

6-أهداف الدراسة :

إن الهدف الأساسى من هذه الدراسة هو التأكد من صحة الفرضيات المطروحة آنفا كأول خطوة للكشف عن الظاهرة المراد دراستها وسبر أغوارها ويمكن إنجازها فيما يلى :

-محاولة رصد أهم العادات و الانماط السلوكية التى يتبناها الشباب الجامعى خلال استخدامهم لوسائط الاتصال الجديدة "الفيسبوك ,تويتر و المدونات الرقمية

-التعرف على أهم دوافع استخدام الشباب الجامعى لوسائط الاتصال الجديدة

-محاولة الكشف عن مدى فعالية استخدام وسائط الاتصال الجديدة من طرف الشباب الجامعى ,و اعتبارها كحامل أساسى من حوامل المعرفة

- البحث فى طبيعة الشباعات المعرفية التى تقدمها وسائط الاتصال الجديدة .

7-نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التى يعرفها "سمير محمد حسن" دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موضوع ,أو موقف , أو مجموعة من الأحداث , أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأوضاع وذلك بالحصول على معلومات كافية دون الدخول فى أسبابها أو التكلم فيها وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقا.¹ تقوم الدراسات الوصفية على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التى تتحكم فيها واستخلاص

¹ إبراهيم عبد الله مسلمي، مناهج البحث فى الدراسات الإعلامية، دار الفكر العربى، القاهرة، 2008، ص:103.

النتائج لتعميمها , ويتم ذلك وفق خطو بحثية معينة وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها

كما تعرف أيضا "تلك البحوث التي تركز على وصف طبيعة وسمات الظواهر المختلفة وتعتمد البحوث الوصفية على الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها وتصل عن طريق ذلك لإصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها

تتناول هذه الدراسة ظاهرة اتصالية اجتماعية وهي "دور وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي" لذلك أدرجناها ضمن الدراسات الوصفية المسحية لأنها انطلقت من خلفية معرفية مسبقة حول كل من دور وسائط الاتصال الجديدة "الفيسبوك , تويتر , المدونات الرقمية" عن ماهيتها , وخصائصها , وتأثيراتها , هذا كمتغير مستقل وكذلك تشكل المعرفة ومكوناتها وأنواعها وما إلى ذلك كمعطى تابع , في محاولة منا لربط العلاقة بين المتغيرين كل هذا من اجل وصف وتحليل استخدام وسائط الاتصال الجديدة ودورها في تشكيل المعارف لدى الشباب الجامعي بصورة خاصة الذي يمثل واحدة من أهم شرائح المجتمع الجزائري المتعلم والمستخدم لهذه الوسائط الاتصالية

8- منهج الدراسة :

يعتبر المنهج العلمي بأنه مجموع العمليات و الأساليب و الخطوات المتسلسلة التي يتبعها الباحث من أجل إنجاز بحثه و الوصول إلى نتائج عملية ملموسة

كما عرف قاموس "أكسفورد البريطاني بأن المنهج هو "مجموعة منتظمة من السيرورات و الاجراءات التي تشمل الملاحظة الدقيقة و الهادفة و صياغة الفرضيات و القياس و التجريب الامبريقي و عملية اختبار الفرضيات ¹

فالمنهج إذن هو الدراسة المنطقية لقواعد و طرق البحث العلمي وصياغتها صياغة اجرائية تيسر استخدامها

¹ Oxford Dictionaries: **British and World English. Scientific Method**.2016. Retrieved 125/04/2021

إن إرتباط اختيار **المنهج المسيحي** يرتبط أساسا بخصوصيات الإشكالية محل الدراسة و روافدها البحثية ، وكذلك مجتمع البحث و الأهداف المتوخاة من الدراسة ، فنحن هنا في هذه الدراسة بصدد جمع العديد من المعلومات و البيانات من طرف الشباب الجامعي المستخدم لوسائل الاتصال الجديدة ، و محاولة إستجوابهم حول حضورهم الافتراضي عبر هذه الوسائط الجديدة ودور هذه الأخيرة في تشكيل المعارف ، وكذلك محاولة استظهار أهم الديناميات التفاعلية و التواصلية ذات الصبغة المعرفية المتاحة لهم عبر هذه الفضاءات التواصلية الافتراضية ، ومحاولة الوقوف على أهم العادات والأنماط التواصلية التي يسلكها هؤلاء الشباب أثناء حضورهم الافتراضي عبر هذه الوسائط الاتصالية الجديدة ، كما أننا حاولنا التعرف على أهم الأسباب و الدوافع التي تجنح بالشباب لاستخدام هذه الوسائط التواصلية الجديدة ، وكيفية توظيفه لها في خلق فضاء عمومي معرفي افتراضي ، وبنية نسيجه الخطابي إضافة إلى محاولة التعرف و إستجلاء أهم المعارف القاطنة عبر هذا الخطاب التواصلية الافتراضي من خلال هذه الوسائط الاتصالية الجديدة

يعتبر **المنهج المسيحي** مسلكا بحثيا منتظما يقوم فيه الباحث بتصميم إستبيان موحد و توزيعه على العينة موضع الدراسة من المجتمع الاصلي الذي المراد دراسته وفق منطق احصائي مضبوط ، فيجيب المبحوثين عن أسئلة الاستبيان ، للتعبير عن تصوراتهم ، ووجهات نظرهم و آرائهم و تفضيلاتهم و مواقفهم كما أنه يمكن للباحث استخدام تقنية المقابلة أو الملاحظة ¹

9- أدوات الدراسة:

9-1- الملاحظة: تعتبر الملاحظة من بين الوسائل المعروفة و الثابت فعاليتها في البحث العلمي

وتختلف أهميتها باختلاف أنواع البحوث العمية لأنها من بين عملياتها الأساسية

تعرف الملاحظة بأنها: عبارة عن عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر و المشكلات و و الأحداث و مكوناتها المادية و البيئية ، ومتابعة سيرها وإتجاهاتها و علاقاتها بأسلوب علمي منظم و

² عامر مصباح ، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط03، ص50.

مخطط و هادف بقصد تسيير وتحديد العلاقة بين المتغيرات ،و التنبؤ بسلوك الظاهرة و توجيهها لخدمة أغراض الإنسان و تلبية حاجاته¹

9-2- الإستبيان:

نجد الإستبيان من أكثر الادوات البحث الكمي شيوعا في الاستخدام في ميادين الدراسات المتعلقة بعلم الاجتماع، والتربية السياسية والاعلام، ومن بين مميزات آداه الاستبيان عن غيره من ادوات القياس أنه اقل جهدا، ونفقة، كما أنه يمكن تطبيقه على اعداد كبيرة من عينات مجتمع البحث، كما أنه يعطي فرصة كافية للتفكير¹

¹نائل حافظ العوامة :أساليب البحث العلمي ،الأسس النظرية و تطبيقاتها في الإدارة ،ط01،ص:65.

تعتبر إستمارة الاستبيان بمثابة تقنية إختبار يحاول الباحث من خلالها أن يطرح مجموعة من الاسئلة على مفردات العينة يحاول من خلالها الحصول على معلومات يتم معالجتها كميا فيما بعد، وتقارن مع ما تم اقتراحه في الفرضيات²

إذن تعد إستمارة الاستبيان أُنموذجا جاهزا يحتوي على مجموعة من الاسئلة المحددة سلفا، بما يتماشى مع الفرضيات التي يقوم عليها البحث، فهي تلعب دورا حاسما في تزويد الباحث بتلك المعلومات الواضحة والواقعية التي يريد الحصول عليها من أجل الوصول إلى مرحلة التحليل واستخلاص النتائج³

نظرا لطبيعة دراستنا، ومقتضياتها النظرية والامبريقية، وكذا ما يتمتع به مجتمع البحث، الذي كان بإمكاننا رصده عن طريق توزيع صحيفة الاستبيان على مفردات العينة المراد دراستها.

إعتمدنا في دراستنا على إستمارة الاستبيان الورقي ، فهو ذلك النوع من الاستبيان، الذي يتضمن على تلك الأسئلة التي تحاول أن تتقضي وتتعرف على الحقائق والسلوكيات المحددة من خلال عدة أسئلة معدة مسبقا، ذات البدائل المحددة، فيتميز هذا النوع من الاستبيان من التقليل من هامش الخطأ المحتمل في تفسير الاسئلة، قمنا في أغلب الاقسام الاستمارة من استخدام الاسئلة المغلقة، وهي تلك الأسئلة التي تتيح للمبحوث إختيار إجابة واحدة، وأحيانا أكثر من بديل.

¹ منال هلال مزاهرة: مناهج البحث العلمي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط 01، عمان، الاردن، 2014، ص: 206.

² سعيد سبعون: الدليل المنهجي في إعداد المذكرات ورسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصة للنشر والتوزيع، ط 2، الجزائر، 2012.

³ حسين الجبوري، محمد جواد: منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات الحديثة، ط 02، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 147.

قبل القيام بتوزيع الاستمارة على عينة المبحوثين قمنا بعرض الاستمارة الأولية على مجموعة من الأساتذة والباحثين، من أصحاب الاختصاص والدراسة من أجل تحكيم الاستمارة وتقويمها واثراء محاورها، ختمت العملية مع الاساتذة التالية اسمائهم.

-الأستاذ المشرف: د. عطاء الله طريف، أستاذ الاعلام والاتصال جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر

-د. جنيح أمين : أستاذ في علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة محمد الصديق بن يحيى ،جيجل ،الجزائر

-أد. يوسف تمار: أستاذ في علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر 03

-د. در محمد: أستاذ علم الاجتماع جامعة عمار ثليجي الاغواط.الجزائر

وإنطلاقا من ملاحظتهم المسجلة وتوجيهاتهم قمنا بكل التعديلات المطلوبة بغية ضبط الاختلالات التي كانت واردة في الاستمارة.

شملت استمارة الاستبيان الخاص بدراستنا خمسة محاور أساسية

المحور الأول: محور البيانات الشخصية ويتضمن الجنس والسن الخاص بفئة المبحوثين، وكذلك الكلية التي ينتمون إليها.

المحور الثاني: سيهدف هذا المحور البحث في عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين بوسائط الاتصال الجديدة.

المحور الثالث: نبحث فيه عن اسباب ودوافع استخدام وسائط الاتصال الجديدة

المحور الرابع: نحاول أن نتعرف من خلاله عن وسائط الاتصال الجديدة باعتبارها حامل لأشكال المعرفية.

المحور الخامس: نبحث فيه عن أهم الاشباكات المعرفية التي نقدمها وسائط الاتصال الجديدة.

إعتمدنا كذلك في دراستنا على أداة الملاحظة بالمشاركة، فهي ذلك النوع من الملاحظة التي يشارك فيها الباحث بانتظام في نشاطات الجماعة التي يتم ملاحظتها، فيتم تحديد هذا البحث بدقة، وكذا المتغيرات، والتصور العام حول الموضوع، ثم ينخرط الباحث مباشرة في حياة الجماعة التي يجري عليها الدراسة.

يعود سبب إستخدامنا لأداة الملاحظة بالمشاركة، كأداة مساعدة في هذه الدراسة إلى اعتبار أنها من الأدوات التي تستخدم في إستيفاء المعلومات مباشرة من ميدان البحث والتجريب، خاصة وأنه محور دراستنا يقوم حول وسائط الاتصال الجديدة، ومعرفة دورها في تشكيل المعارف لدى شريحة اجتماعية مهمة وهي الطلبة الجامعيين، إضافة إلى محاولة تعرفنا عن قرب والاحتكاك المباشر بالعينة المراد دراستها، وإستلهاهم أهم العادات والانماط الاستخدامات لوسائط الاتصال الجديدة من طرف هذه الشريحة الاجتماعية الفاعلة " الطلبة الجامعيين "، ثم قمنا بعد ذلك بوضع مقارنة مع ما سجلناه من خلال ملاحظتنا عن طريق التشارك، وإجابات المبحوثين حول أسئلة إستمارة الاستبيان.

10 مجتمع الدراسة وعينته:

إن مجتمع الدراسة هو مجموعة من العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي تجري عليها البحث والتقصي¹، ويتكون مجتمع البحث، أو عالم البحث، أو المجتمع الأم الذي يحدد أساسا بالظاهرة محل الدراسة من وحدات أو عناصر تجمع بينها صفات أو خصائص معينة ويمكن أن يتم التحقق أو اختبار الفرضيات عليها²، كما يمكننا اعتبار أن مجتمع البحث أنه جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، أو هو جمع محدود، أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة³

¹موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد وآخرون، ط 02، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص: 298-299.

²سعيد سبعون: مرجع سبق ذكره، ص: 133.

³أحمد بن مرسللي: الاسس العلمية لبحوث الاعلام و الاتصال، ط 01، دار الورسم للنشر، الجزائر، 2013، ص: 182.

وقع إختيار مجتمع بحث دراستنا على الشباب الجامعي من مستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة لجامعة الأغواط فجاء إختيارنا لفئة الطلبة الجامعيين دون غيرهم بحكم المؤهل العلمي والمستوى الثقافي الذي يميزهم عن باقي المجتمعات الأخرى، بالإضافة إلى أنه كون موضوع دراستنا يحاول تقصي مفهوم محوري واساسي وهو " المعارف "، ودور وسائط الاتصال الجديدة في تشكيلها لذا وجب علينا أن يكون إختيار مجتمع الدراسة إختيار دقيق يحتكم إلى عدة معايير سبق ذكرها وهي المؤهل العلمي، والمستوى الثقافي.

بالإضافة إلى كون المبحوثين من مستخدمي الوسائط الاتصال الجديدة يمثلون عينة من الشباب العربي، المستخدم لمنصات الوسائط الاتصالية الجديدة، ومدى دور هذه الأخيرة في تشكيل المعارف لديهم.

إن عينة الدراسة هي شريحة " جزء " من مجتمع الدراسة يحمل خصائص وصفات هذا المجتمع، وتمثله تمثيلا دقيقا فيما يخص الظاهرة موضوع الدراسة¹

فالعينة مجموعة من الافراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ اشكالا مختلفة بناء على نوعية وظروف البحث وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي²

كما يرى محمد عبد الحميد: أن العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث، لأن الباحث في كثير من الحالات يتعامل معها الباحث، لأن الباحث في يتعامل مع مجتمع كبير يصعب رصده وحصره بشكل كامل، نظرا لعدم التجانس من جهة، وتشتت مفرداته في اطرار واسعة من جهة ثانية، لذلك فإن دراسة هذا المجتمع، عبر دراسة عدد من مفرداته على اساس أنها تتماثل مع خصائصه، وأن دراسة هذا العدد المحدود بعين في النهاية دراسة المجتمع المستهدف برمته³.

¹ منال هلال مزاهرة: مرجع سبق ذكره، ص:111.

² عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم الساسية و الاتصال، ص:211.

³ يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، دار طاكسيج للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص:ص:24-

إن نوع العينة المستخدمة في دراستنا هذه، هي **العينة الحصصية** والتي تعتبر من العينات الغير احتمالية وهي تتضمن عددا من المفردات تنتمي إلى الفئات التي تشكل مجتمع البحث دون أي اعتبار آخر¹.

وهي كذلك تلك العينة التي تقوم على مبدأ نقل توزيعات أو نسب خصوصيات مجتمع البحث على العينة، وهذه الخصوصيات يكون إختيارها على أساس أهداف البحث، أي على أساس ما يراد التحقق منه في الفرضيات²، وفي هذا الصدد يجب الأخذ بعين الاعتبار من أن تكون هذه الصفات أو الخصوصيات التي تختارها في العينة قابلة للملاحظة، والقياس، كما ان إستعمال هذا النوع من العينة يتطلب من الباحث إمتلاك بعض المعطيات حول مجتمع البحث المدروس، وقد تم توزيع 240 إستمارة موزعة بالتساوي، على طلبة جامعة عمار ثلجي بالأغواط الموزعين على 08 كليات التي تشكل منها الجامعة، ثم وهي كلية التكنولوجيا، العلوم، الطب، الهندسة المدنية والمعمارية، الآداب واللغات، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة، العلوم الاجتماعية، الحقوق والعلوم السياسية، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، فكانت فترة التوزيع من 2021/02/01 إلى غاية 2021/04/14، حيث قمنا باستخدام طرق عديدة في التوزيع، منها التوزيع الميداني، أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الاستبيان الالكتروني، وتمكننا من إسترجاع 210 إستمارة بعد إلغاء 11 إستمارة، وعدم إسترجاع 29 إستمارة أخرى فكان عدد الاستمارات المدروسة هو 210 استمارة .

11- الدراسات المرجعية :

تعد الدراسات المرجعية حول موضوع الدراسة أو جانب من جوانبه من مكونات الهيكل العام للبحوث العلمية الأكاديمية وبناءا على الدراسات السابقة تحدد المشكلة البحث وفروضه ومتغيراته بحيث يتمكن الباحث من تحديد نقطة انطلاق بحثه وما يميزه عن البحوث السابقة على مستوى

¹ منال هلال مزاهرة :مرجع سبق ذكره ،ص :131.

² سعيد سبعون :مرجع سبق ذكره ،ص :145.

الفروض والمنهج والأدوات والعينة وأساليب المعالجة ومستواها ومن بين الدراسات التي كانت قريبة في مضمونها أو مساندة في انجاز هذا العمل نجد

الدراسات العربية :

الدراسة الاولى:

أجرت الباحثة "بنون فاطمة الزهراء دراسة متمثلة في اطروحة دكتوراه سنة (2015) تحت عنوان "القيم الاجتماعية والثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة :الاستخدامات و التأثيرات , حيث انطلقت الدراسة من إشكالية رئيسية مفادها : كيف تخترق تكنولوجيا الاتصال الحديثة بقيمها الوافدة القيم الاجتماعية والثقافية لطلبة الماستر ؟ وتفرعت هذه الإشكالية إلى العديد من التساؤلات وهي :

- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الماستر 1-2 , بالجزائر العاصمة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟
- ما علاقة متغيرات الجنس والتخصص العلمي والإقامة بتأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على القيم الاجتماعية والثقافية لطلبة الماستر 1-2 بالجزائر العاصمة ؟
- ما تأثير انتقاء مضامين تكنولوجيا الاتصال الحديثة على القيم الاجتماعية والثقافية لطلبة الماستر 1-2 بالجزائر العاصمة

ما تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على القيم الاجتماعية والثقافية لطلبة الماستر 1-2 بالعاصمة

-ما تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إحلال قيم سلبية لدى طلبة الماستر 1-2 بالعاصمة

تضمنت الدراسة فصلا منهجيا وفصلين نظريين تطرقت فيهما الباحثة إلى تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطورها وخصائصها وتأثيراتها بالإضافة إلى معرفة آليات اختراق تكنولوجيا الاتصال الحديثة لثقافة المحلية والقيم الاجتماعية والثقافية كما تناول الإطار التطبيقي لتأثيرات تكنولوجيا الاتصال

الحديثة على القيم الثقافية والاجتماعية الجزائرية كفصل أول ثم محاولة الربط والكشف عن علاقة متغير الجنس والتخصص بتأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على القيم الاجتماعية والثقافية الجزائرية وإحلالها لقيم سلبية¹, اتكأت الباحثة على المنهج الوصفي في دراستها و استخدمت صحيفة الاستبيان كأداة للدراسة

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج نوجزها فيما يلي :

1- حافظ المجتمع الجزائري حسب الطلبة على بعض قيمه الأصلية رغم انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة وسعة استخدامها فهي لم تؤدي إلى القضاء عليها مثل قيم حسن الجوار ,ومساعدة الغير وقيم الصداقة

2- بالرغم من إن المجتمع الجزائري حافظ على بعض قيمه الايجابية أمام استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى ان هذه الأخيرة ساهمت في نشر بعض القيم السلبية كالقيم المادية والانتهازية والغش والخداع وغيرها من القيم التي تنشر عبر مضامين هذه التكنولوجيات حسب ما قرره الدراسة العلمية حول هذا الموضوع

3- أشارت الدراسة إلى أن عموم الذكور أكثر تشاؤما من الإناث في ايجابياتهم حينما يتعلق الأمر بالقيم المعرفية السلبية التي تنشرها تكنولوجيا الاتصال الحديثة كما خلصت الدراسة إلى أن المجتمع الجزائري يشهد تغيرا اجتماعيا على مستوى قيمه الايجابية والثقافية مع انتشار بعض القيم الغربية عنه ومع هذا فبعض القيم المأخوذة من الأعراف والدين الإسلامي مازالت موجودة وستبقى رغم كل مظاهر التغير والتحول المجتمعي

الدراسة الثانية :

قام الباحث احمد شريف بدراسة اكااديمية متمثلة في اطروحة دكتوراه معنونة ب: " دور وسائط الاتصال في التغيير السياسي في الوطن العربي(2018) " تمحور الإشكال الرئيسي لهذه الدراسة

¹ بنون فاطمة، القيم الاجتماعية والثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة: الاستخدامات والتأثيرات، اطروحة دكتوراه مقدمة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإتصال كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015.

عن: ماهو دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية ؟ وما هي اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو هذا الدور ؟

ولالإحاطة بالإشكالية من جميع جوانبها طرح الباحث العديد من التساؤلات وهي كالتالي :

1- ماهي الخلفية المفاهيمية والتاريخية لوسائط الاتصال الجديدة

2- ما هي أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ؟

3- ما هي دوافع واشباكات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ؟

4- ما هو الدور الذي لعبته وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية ؟

5- ما هو الدور الذي لعبته وسائط الاتصال الجديدة في الإصلاحات الجديدة في الجزائر سنة 2014 ؟

6- كيف كانت التغطية الإعلامية لإحداث التغيير في الدول العربية بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائط الاتصال الجديدة

تضمنت الدراسة إطار منهجي وخمسة فصول تناولت في الفصل الأول المقاربة النظرية للدراسة "نظرية الاستخدامات والاشباكات " ثم تطرق الباحث في الفصل الثاني إلى ماهية وسائط الاتصال الجديدة , ثم فصل ثالث معنون ب مدخل إلى التغيير السياسي ثم ربط الباحث بين متغيري الدراسة بفصل رابع موسوم ب وسائط الاتصال الجديدة والتغيير السياسي في الدول العربية , ثم جاء الفصل الخامس والأخير في شكل قسم تطبيقي يجيب عن الفرضيات الجوهرية التي بنيت عليها الدراسة

كان مجتمع الدراسة المختار من طرف الباحث الطلبة الجامعيين فاختيار الباحث من هذه الفئة طلبة الدكتوراه المسجلين بجامعة الجزائر 03 وبالضبط كلية علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية , بلغ عدد مفردات عينة الدراسة 195 عينة, واستخدم كذلك المنهج الوصفي التحليلي واداة الاستبيان في دراسته ومن بين أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة هي كالتالي :

1- لعبت وسائط الاتصال الجديدة دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب فاستعملها تنغم مع الوسائل الحديثة والتقرب من شريحة الشباب التي تستخدم هذه الوسائط بشكل أكثر مقارنة بالفئات الاجتماعية الأخرى

2- تستخدم وسائط الاتصال الاجتماعي من طرف الشباب لانخراط أوسع في القضايا الوطنية الملتزمة

3- أظهرت الدراسة النظرية أن عدد مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" في الدول العربية خاصة تلك التي شهدت أحداث التغيير السياسي، زيادة في عدد المستخدمين في سنة 2011 مقارنة بسنة 2010

4- دلت الدراسة في إحدى نتائجها إن موقع facebook أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف أفراد العينة

5- تعتبر المواقع ذات القيم السياسية والتعليمية والاقتصادية والاجتماعية وأهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة المشاركة والتفاعل من خلال استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية¹.

الدراسة الثالثة :

قام الباحثان كمال بوكرازو و عبد الرزاق غزال بدراسة تحت عنوان "الاستخدامات التواصلية والاشباعات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي" دراسة ميدانية لفئة الشباب الجامعي سنة (2013)

طرح الإشكال الرئيسي لهذه الدراسة على النحو التالي:

ماهي دوافع استخدام الطالب الجامعي لأشكال التعبير الجديدة المتاحة على الانترنت؟

ثم ترتب عن هذا الاشكال عدة تساؤلات فرعية جاءت كالتالي :

1- ماهي دوافع استخدام الطالب الجامعي لأشكال التعبير الجديدة المتاحة على الانترنت

¹ أحمد الشريف بسام، دور وسائط الاتصال الحديثة في قضايا التغيير السياسي في الدول العربية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 03.

2- ماهي الإشباعات المتحققة للطالب الجامعي من وراء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي

3- ماهو حجم إهتمام الشباب الجامع بمواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت؟

4- هل يحسن الشباب الجامعي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالطريقة التي تمكنهم من تحقيق المعارف المختلفة ؟

5- هل يستغل الطالب الجامعي هذا الفضاءات الافتراضية لغايات تعليمية ومعرفية؟ وإن كان

كذلك فبأي طريقة تتحقق؟

تناولت الدراسة عدة محاور فالمحور الاول كان عبارة عن الاجراءات المنهجية المتبعة من طرف الباحثان حيث اعتمدا على منهج المسح الوصفي كما اعتمدا على العينة القصدية في انتقاء 103 مفردة من مجتمع الدراسة المتمثل في الشباب الجامعي, استخدم الباحثان المنهج الوصفي بطريقة المسح , فكان نوع عينة الدراسة عينة قصدية 'فاعتمد الباحثان على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، كما جاء المحور الثاني للدراسة عبارة عن محور مفاهيمي تطرق الباحثان فيه الى العديد من المفاهيم على غرار مفهوم الاعلام الجديد ، مفهوم التواصل الاجتماعي ، مفهوم الشبكات الاجتماعية و كمحور اخير تناولوا الباحثان المدخل الوظيفي الاستخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين ، و خلص الباحثان الى العديد من النتائج كانت كما يلي :

1- يلقي استخدام شبكة الانترنت مجالا واسعا منا لاهتمام وهو ما وقفنا عليه من خلال هذه الدراسة إذ بينت الحجم الكبير والاستخدام الدائم لها من قبل عينة الدراسة

2- تعد خدمة التصفح لمختلف مواقع الويب الإلكترونية أهم خدمات الانترنت على الإطلاق التي تلقى الإقبال والاهتمام وهو ما عبرت عنه هذه الدراسة، إذ بينت مدى تموقع هذه الخدمة ضمن صدارة الاهتمامات والإجابات التي عبرت عنها العينة .

3- رغم حداثة مواقع الاتصال الاجتماعي وأهميتها الكبيرة في حياة المجتمعات المعاصرة، إلا أن نتائج الدراسة توصلت إلى أن عينة الدراسة تهتم اهتماما متوسط بهذه المواقع

4- يعتبر دافع إمكانية البقاء على اتصال مع الأصدقاء ومعرفة أخبارهم من أبرز الدوافع التي جعلت عينة الدراسة تقبل على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

5- جاءت الاستخدامات التواصلية في مقدمة الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل مع الآخرين في التواصل المعرفي ، وذلك بان يستغل الطالب الجامعي اوقات فراغه في التواصل المعرفي ضمن فضاءات فضاءات افتراضية لا تنتهي¹

الدراسة الرابعة :

قامت الباحثة فيروز قاسمي بدراسة تحت عنوان "إسهامات تكنولوجيا الاتصال في نقل وتطوير المعارف في الجزائر " سنة (2016) دراسة على الأساتذة الجامعيين الجزائريين , انطلقت هذه الدراسة من إشكال رئيسي فحواه : كيف يستخدم الأستاذ الجامعي الجزائري لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وما هي الاشباعات المحققة من جراء هذا الاستخدام ؟: صاحب هذا السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية جاءت كما يلي

— كيف ينظر الأستاذ الجامعي إلى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نقل وتطوير المعارف في الجزائر ؟

— ما هي عادات استخدام الأساتذة الجامعيين الباحثين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ؟ وهل هذا يحقق هذا الاستخدام الإشباع الكافي

— ما هي العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الاتصال من طرف الأساتذة الجامعيين الجزائريين ؟

— ما هي انعكاسات استخدام الأساتذة الجزائريين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على البحث العلمي والتدريس ؟

¹ كمال بوكرازة ، عبد الرزاق غزال ، الاستخدامات التواصلية و الاشباعات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي، قسم علم

المكتبات ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة قسنطينة 02، الجزائر ، 2013.

شملت الدراسة أربعة فصول و فصل تمهيدي استهل الكاتب به دراسته , جاء الفصل الأول تحت عنوان تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر ثم فصل يليه تكلم فيه الباحث عن استخدامات الأساتذة الجامعيين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والاشباعات المحققة , ثم ذهب الباحث في فصل آخر محاولة معرفة العوامل المؤثرة في استخدام الأساتذة الجامعيين لتكنولوجيا الاتصال , ثم فصل رابع تطبيقي وأخير حاول فيه الباحث الوقوف على انعكاسات استخدام الأساتذة الجزائريين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على البحث العلمي , استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في دراستها واستعانة بصحيفة الاستبيان كأداة للدراسة وخلص الباحث إلى العديد من النتائج الهامة :

- 1- أكدت الأغلبية الساحقة من أفراد العينة على إن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يرفع من مستوى المعارف
- 2- أكدت تحاليل النتائج الإحصائية على أن غالبية الأساتذة يستخدمون محركات البحث وذلك بأعلى النسب.
- 3- أكد معظم الأساتذة على أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال حقق لهم نوع من الاشباعات في حين سجل الباحث على ان هناك اختلاف في نوعية الاشباعات المحققة .
- 4- توصلت النتائج إلى أن غالبية الأساتذة أكدت على أن دخلهم المادي غير كافى لمواكبة تكنولوجيا الاتصال مما يؤكد ان الصعوبات المالية من شأنها الحد من الاستخدام¹

الدراسة الخامسة :

أجرت الباحثة صونيا قاسمي بدراسة تحت عنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين(2017)" انطلقت الباحثة من اشكال رئيسي لدراستها جاء كما يلي : ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين

ثم تفرع هذا الاشكال البحثي الى أسئلة فرعية جاءت كالتالي :

هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين؟

¹ بلال أبو العامر، أثر الانترنت على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03.

2- هل هناك معوقات تحول دون استفادة الطلبة الجامعيين من خدمات شبكات التواصل

الاجتماعي، من شأنها أن تؤثر على مستواهم العلمي

3- هل هناك علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وضعف التحصيل لدى الطلبة الجامعيين؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في دراستها و الاستبيان كأداة لجمع البيانات ,وخلصت الى النتائج التالية :

- 1- يستخدم الطالب الجامعي شبكات التواصل الاجتماعي، كمصدر للوصول إلى المعلومات، والحصول على المعرفة، في ظل ما تمنحه من خدمات تفيد الطالب في تطوير مستواه العلمي.
- 2- تزيد شبكات التواصل الاجتماعي من الدافعية نحو التحصيل، بالنظر لما تقدمه من مادة جاهزة، يوفر فيها الطالب عناء البحث والوقت
- 3- يستخدم الطالب شبكات التواصل الاجتماعي للإطلاع على المؤتمرات والندوات، ذات العلاقة بتخصصه العلمي.

4- يحتك الطالب من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بذوي الخبرة العلمية في مجاله، من أخصائيين ومدرسين بمختلف الجامعات

5- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي الفرصة للطلبة، للإطلاع على المحاضرات والدروس، التي تنشرها هيئة التدريس، على مواقع التواصل الاجتماعي بكل أشكالها.¹

الدراسة السادسة :

قام كل من الباحثين " بن حواء زهور ،شماس امينة ،ثابت حبيب " بدراسة سنة (2018) تحت عنوان

:دراسات تأثير الانترنت على سلوك الطالب الجامعي الجزائري من وجهة نظر الفاعلين

باستخدام منهجية ماکتور ، عاجلت هذه الدراسة اشكالية تأثير الانترنت على سلوك الطالب الجامعي في السياقات الثلاث ، التحصيل العلمي ،التفاعل و التبادل المعرفي ،و الانضباط الاخلاقي

¹صونيا قاسمي :دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم التكوين الاكاديمي لدى الطلبة الجزائريين ,دراسة ميدانية

بجامعة قسنطينة 02,دراسة منشورة بمجلة الباحث الاجتماعي ,جامعة قسنطينة 02,العدد 13 ,2017, ص ص 110-127.

انطلقت هذه الدراسة من سؤال اشكالي مفاده هو :هل استخدام الانترنت يؤثر على سلوك الطالب الجامعي الجزائري من حيث تحصيله العلمي و التعلم و التبادل المعرفي و الانضباط الاخلاقي ؟
اعتمد الباحثون في دراستهم هذه على المنهج الوصفي بأسلوب المسح المكتبي ،فكانت عينة الدراسة تتمثل في اساتذة و طلبة الدكتوراه و الماستر ،فاستخدم الباحثون أداة المقابلة لجمع البيانات ومن النتائج التي خلصت إليها الدراسة هي :

- يوجد طلبة لديهم استجابة لتوجيهات الأساتذة نحو استخدام الانترنت لتحقيق تحصيل علمي جيد
- تعلم المبحوثين لمهارات التفاعل و التبادل المعرفي مع الزملاء و هيئة التدريس
- تنمية الذات و الانضباط الاخلاقي
- تلعب الجامعة دور كبير في توعية الطالب بضرورة الاستجابة لتوجيهات الأساتذة للوصول به الى تحقيق اهداف سامية

-يوجد طلبة اخرين وهم الاكبر عددا من مجموع عينة الدراسة كانت استجاباتهم لتوجيهات الاساتذة لاستخدام الانترنت ضعيفة ، وهذا راجع الى عدة اسباب أهمها الاستخدام السيء لهذه الوسيلة

الدراسة السابعة :

اجرى الباحث هشام علي شطناوي دراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي ف تنمية وتوطين الموارد البشرية "شباب الجامعات الأردنية اقليم الشمال نموذجاً (2020)
إنطلقت الدراسة من سؤال رئيسي مهم وهو : هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تنمية وتوطين الشباب ومنعهم من الهجرة الى الخارج وقدرة هذه المواقع على حث الشباب على الابداع و الابتكار و التواصل المعرفي المفيد , وجاءت التساؤلات الفرعية للدراسة على الشكل التالي :

- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الشباب ومنعهم من الهجرة.
- ما هي نظرة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ما هو واقع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ما هو مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والية عملها.
- هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي في منع هجرة الشباب والعقول المبدعة

إعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وعلى منهج دراسة حالة و التكامل المنهجي لهذه الحالة ,و استخدم صحيفة الاستبيان كأداة لدراسته وخلص الى النتائج التالية:

تعمل هذه المواقع وفقا لرأي اغلبيه عينة الدراسة على تنمية قدرات الشباب الشخصية وتعزز الجوانب الابداعية لديهم

1 كما توفر فضاءات واسعة للتفكير والابداع والتعبير عن الذات

ب على صعيد توطین الشباب وجذب العقول المهاجرة :

2 يرى افراد عينة الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي ونظرا لسرعتها وانتشارها فإنه ا تعمل بلا

شك على نشر ثقافة العمل الي والتعري بخطر الهجرة

3 تساعد في اوصول رسائل واضحة الى الشباب في الخارا لضرورة عودتهم تاي بلادهم ومشاركتهم في بناء نهضتها وتنميتها .

أ _ على صعيد توفير فرص العمل:

4 تتيح للملايين من الشباب عره مهاراتهم على أصحاب المال والاعمال دون كلفة او مشقة السفر

5 استخدام هذه المواقع في التجارة والتسويق والعمل المباشر

د في النظرة العامة للشباب حول هذه المواقع فيما يتعلق بجاياتها- :

6 لها قوة تاثير واعتماد افراد عينة الدراسة على هذه المواقع ودورها المهم في حياتهم

اما فيما يتعلق بنظرتهم الى سلبياتها:

هناك منهم من يرى ان هذه المواقع اذا ما سيء استخدامها فان لها مجموعة من المخاطر اهمها:

انها تتبنى افكارا متطرفة

قد تدمر المجتمعات ا افظة بسبب غزوها الفكري

تعتبر ملهاة ومضيعة للوقت وتسبب انهيار الاسر¹

الدراسات الأجنبية :

الدراسة الثامنة :

¹ هشام علي شطناوي : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الموارد البشرية ,شباب الجامعات الاردنية اقليم

الشمال نموذجا ,دراسة منشورة بمجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة " جامعة الوادي. الجزائر. المجلد 05 . العدد 02 . جوان

2020,ص ص 58-73.

أجرى الباحث (Aren Karbensky) سنة (2010) بجامعة نيويورك دراسة دكتوراه بعنوان "أثر موقع فيسبوك على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات " فانطلقت من إشكال رئيسي هو : ما هو اثر استخدام موقع "فيسبوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات؟ , وقد طبقت الدراسة على 219 طالبا جامعيًا, مستخدما المنهج الوصفي , وصحيفة الاستبيان كأداة للدراسة ومن ابرز ما توصلت اليه هذه الدراسة:

- 1- إن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الانترنت أدنى بكثير من تلك التي يتحصل عليها نظرائهم الذين لا يستخدمون هذه المواقع
- 2- دلت هذه الدراسة إن كلما زاد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع, كلما تدنت درجاته في الامتحان
- 3- إن الطلاب الذين يقضون وقتا أطول على الانترنت يخصصون وقت أقصر للدراسة مشيرا إن لكل جيل اهتمامات تجذبه إليها وان هذا الموقع " الفيسبوك" يتيح للمستخدم خاصية " الدردشة " وإبداء رأيه والبحث عن أصدقاء جدد او قدامى 4- وبينت النتائج إن 79% من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا إن إدمانهم على موقع "الفيسبوك" اثر سلبا على تحصيلهم الدراسي.¹

12- جوانب الاستفادة من الدراسات المرجعية :

*اتفقت الدراسات على هدف مشترك وهو أدور و تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المستخدمين

*إتفقت الدراسات السابقة في عينتها حيث تطبيق الدراسة على عينة الطلبة الجامعيين بإستثناء دراسة تأثير الانترنت على سلوك الطالب الجامعي الجزائري من وجهة نظر الفاعلين باستخدام منهجية مآكتور التي استخدمت عينة من الاساتذة من ضمن المبحوثين

*اتفقت الدراسات السابقة في استخدام نفس الأداة الرئيسية لجمع البيانات بإستثناء الدراسة السابقة الذكر أين إستخدم الباحثون أداة المقابلة

¹Aren karbnisk. **facbook and the technologie révolution.** Université de New York. Spectrum publication.2010.

بعد التفاعل مع الدراسات الثمانية ما لاحظناه هو أنها كانت أغلبها ذات توجه أحادي بحيث ركزت على أدوار و تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة و الشبكات الاجتماعية على جماهير المستخدمين والبحث في ديناميات التواصل الافتراضي عبر البيئة الاتصالية الجديدة .

كما نرى أن الدراسة التي إعتمدنا عليها بشكل ركيزي هي دراسة الباحث: أحمد الشريف بسام، بعنوان **دور وسائط الاتصال الحديثة في قضايا التغيير السياسي في الدول العربية** فكانت متكأ منهجي لدارستنا خصوصا في الجانب النظري .

13- المقاربة النظرية للدراسة: "نظرية الإستخدامات والإشباع"

عادة ما تقسم دراسات وسائل الإعلام وجمهورها إلى نوعين مختلفين من الدراسات :دراسات التأثير ودراسات الاستخدامات والإشباع وغالبا ما تقتزن هذه الأخيرة بمقرب وظيفي

كما انه لا يمكن أن نغض الطرف على أن مقرب الإستخدامات والإشباع في بحوث الإعلام والاتصال يعتبر من المقتربات العريقة حيث يعد تاريخه إلى أزيد من ستون سنة ،فتبينه وتأثيره على الباحثين في مختلف دول العالم جلي وواضح من خلال الأبحاث والدراسات المنجزة

إن بحوث الإستخدامات والإشباع بكل بساطة تحاول ان تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال ،فمن هذا الجانب فهي تختلف عن بحوث التأثيرات التي كانت تنظر إلى العملية الإعلامية من خلال زاوية المنبه والاستجابة ،ولهذا تعتبر تحولا نوعيا في البحوث الإعلامية ولكن هذا المنظور لم يبنى من فراغ وإنما كانت هناك محاولات مهدت له وتمثل الأساس الذي يبنى عليه

من بين هذه المحاولات نذكر البحوث التي قام بها Lazarsfeld وزملاؤه في الأربعينيات من القرن الماضي التي مهدت الطريق وحددت الاتجاهات وطورت أساليب البحث وأدواته في ميدان وسائل الإعلام ،ففي نفس المرحلة ازدهرت البحوث الإعلامية بسبب دوافع سياسية وتجارية وأكاديمية وكانت هذه البحوث تكشف عن نتائج لم تكن متضمنة في فرضيات الباحثين وبالتالي أصبحت هذه

النتائج نفسها موضوع فرضيات أبحاث لاحقة.¹ توصلت كلها إلى تفنيد الاعتقاد السائد آنذاك والذي مفاده أن وسائل الإعلام لها قوة وفاعلية في التأثير على الجماهير

تتعمق نظرية الاستخدامات والاشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إلى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام

وكانت النظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية *subcultures* فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة، ويشير "ويرنر و تانكرد" إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدا منذ وقت مبكر من الثلاثينيات حيث أجريت دراسات عديدة من خلال هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الراديو والصحف اليومية والموسيقى الشعبية وأفلام السينما وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، ومن خلال سنوات الحلاب العالمية الثانية أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدام وسائل الإعلام والاشباع التي تحققها

يذهب "ادلستين" وزملاؤه الى ان تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباع جاء كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية" ويضيف هذا النموذج صفة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام من خلال منظور "الإستخدامات والاشباع" لم تعد الجماهير مجرد مستخدمين مستقبليين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بعناية ووعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض أيها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه

¹ السعيد بومعيرة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص: 57.

ويرى كاتز وزملاؤه إن منظور الاستخدامات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية وتتضمن فروض النموذج ما يلي :

1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالين في عملية الاتصال الجماهيري وسيخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أفراد الجمهور ويتحكم في ذلا عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد

3- التأكيد على إن الجمهور هو الرذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع تلك الحاجات فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد دوافعهم وحاجاتهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات

5- يمكن الاستدلال عن المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الوسائل فقط

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباكات ثلاثة أهداف رئيسية :

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التفاعل

3- التأكيد على أن نتائج استخدام وسائل الاتصال تهدف إلى فهم عملية الاتصال الجماهيري .

إذا كانت فروض النظرية تشير الى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدامات الموجهة لتحقيق أهداف معينة , فان فئات جمهور مستخدمي وسائل الاتصال الجديدة ونخص بالذكر منها منصات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك , تويتر , المدونات الرقمية " أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي وبالتالي فإننا نتوقع بان يتخذ الفرد قراره بالاستخدام

وعن وعي كامل بالحاجات المعرفية ومدى إشباعها من استخدام الاتصال الرقمي مقارنة بوسائل الإعلام أو مصادر أخرى .

ومن بين التقاطعات التي تربط موضوعنا بمقترب الاستخدامات والإشباعات هي مدى مساهمة هذه الوسائط الاتصالية الجديدة "الفيسبوك,تويتر,المدونات الرقمية " في تشكيل أنواع عديدة من المعارف فالفرد في حاجة إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه وتشكيل المعاني ,حتى يتمكن من الفهم والتفسير وتحديد موقفه واتجاهه من المثيرات التي يتعرض إليها في بيئته .

إن في مجال التحول بين المواقع والمنصات الاتصالية المختلفة تتصدر وظيفة المعلومات وتشكيل المعارف الطليعة مقارنة مع الوظائف الأخرى حيث تراوحت نسبتها 85-90/ حسب العديد من الدراسات ,تليها وظيفة التسلية والترفيه أما وظيفة التعليم والتعلم فهي تدخل في اطار المعلومات ما لم يكن التعرض إليها مطلب أساسي بالنسبة للمستخدم كما في حالات التعلم عن بعد وتقاسم المعرفة.

الفصل الأول

مدخل إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة

الفصل الأول : مدخل الى تكنولوجيا الاتصال الحديثة

أولا/ مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة: N.C.T New Communication
:Techanology

يمثل مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة، أهم وأبرز المنطلقات الأساسية للخوض في جوهر الموضوع، ويمكن العرض لهذا المفهوم من خلال دلالة كل من شطريه، تكنولوجيا Technology ، والاتصال Communication.

1- مفهوم التكنولوجيا: إذا تعد كلمة تكنولوجيا *Téchnology* من المصطلحات التي تواجه الكثير من الالتباس والتأويل، إذ يستخدمها البعض كمرادف للتقنية *Téchnique*، و يرى آخرون بأن هناك اختلاف واضح بينهما¹، إذ ميزوا بين *Téchnologie* و *Technique*.

التقنية: هي كيفية التصرف، طريقة، وسيلة، أو فعل مجسد عن طريق تجميع خاص لعناصر (مورد معرفة، حركة يد عاملة، ... الخ)، والتي تسمح بتحويل، وتحويل فقط للمواد الأولية إلى منتج، فالتقنية تعمل مزج عناصر معرفة الخاصة بميدان ما بغية اتخاذ شكلها النهائي².

التكنولوجيا: يقصد بها المعرفة المنهجية للتقنية، فهي مجموع المعارف العلمية والتقنية التي يجب أن نتحكم من أجل تشكيل الأهداف بالتكنولوجيات تتطور وفق العلوم والتقنيات فهما متلازمتين وتنشر بفعل انساق السريان العادي أو التقليد³.

¹ غسان قاسم اللامي: إدارة التكنولوجيا، مفاهيم ومداخل وتطبيقات، دار المناهج، الأردن، 2007م، ص: 22

² باية سفيون: تأثير تكنولوجيا الاتصال على النشر الالكتروني للصحف اليومية الجزائرية المكتوبة، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، ص: 56.

³ رتيبة حديد، ونوفل حديد: البقطة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، ورقة عمل مقدمة إلى

المؤتمر الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، 09/08/2005م، كلية الحقوق والعلوم

الاقتصادية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر

كما أن كلمة التكنولوجيا كلمة يونانية الاصل، لذا لا وجود لها في كتب اللغة والقواميس العربية، وهي تتكون من مقطعين هما (Tcho) تعني التشغيل الصناعي (Logo) والتي تعني العلم أو المنهج، بذلك تتكون عندنا كلمة واحدة وهي علم التشغيل الصناعي¹.

ويعرف المعجم Webster بأنها اللغة التقنية والعلم التطبيقي، فالطريقة الفنية لتحقيق غرض علمي فضلا عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو لمعيشة الناس ورفاهيتهم، أما التقنية كما يوردها المعجم ذاته بأنها اسلوب أو طريقة لمعالجة التفاصيل الفنية، أو طريقة لإنجاز غرض منشود كما تعرف ايضا بأنها التركيبة المناسبة من مخرجات، أو منتوجات التكنولوجيا لتحقيق أهداف انتاجية محددة، أما التكنولوجيا فتعني بتطبيق المعرفة العلمية لتصنيع منتوجات معينة، وقد يمتزج مفهوم التكنولوجيا بمفهوم العلم لتفاعلها في الميادين التطبيقية، فالتكنولوجيا عبارة عن معرفة الكيف، أو الوسيلة (Knew – How) بينما يمثل العلم معرفة الاسباب (Knew – How) إذ يأتي بالنظريات والقوانين، ويعد العلم مصدرا للمعرفة الاساسية ومركز اساسي لتكنولوجيا وبهذا يكون معنى الكلمة كلها "علم الوسيلة"، الذي يستطيع بها الانسان أن يبلغ مراده، كما نستطيع أن نقول عنها بأنها توظيف العلم لخدمة مختلف نواحي الحياة التطبيقية، للإشارة فقد تعددت وتباينت آراء المهتمين لتحديد مفهوم التكنولوجيا تبعا لاختلاف وجهات النظر فهناك من يرى بأنها تطوير العملية الانتاجية والأساليب المستخدمة لتخفيض تكاليف الانتاج وتطوير رأس المال العمل، بينما يعرفها البعض الآخر بأنها الاساليب والعمليات الفنية التي يستخدمها لتغير مدخلات مثل معرفة الطاقة، ورأس المال إلى مخرجات تتمثل في السلع ... الخ².

ظهر استخدام لفظ التكنولوجيا في العصور الحديثة وبالأخص بعد ظهور الثورة الصناعية عندما بدأت الآلة تأخذ أهميتها المتصاعدة ومكانتها البارزة في مجال الانتاج الصناعي، وهي تطلق على مبادئ العلوم فالمخترعات في حقول الصناعية والأجهزة والآلات والانتاج³.

¹ محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن،

2006م، ص: 44.

² غسان قاسم اللامي، مرجع سبق ذكره، ص: 25.

³ فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010م، ص: 20

ومن بين التعريفات العديدة لمفهوم التكنولوجيا من بينها تعريف محمد عاطف غيث الذي جعلها تشمل المعرفة المنظمة التي تتمثل بالمبادئ العلمية، والاكتشافات فضلا عن العمليات الصناعية ومصادر القوة وطرق النقل والاتصال الملائمة لإنتاج السلع والخدمات ويضيف في تحليله لمفهوم التكنولوجيا على أنها لا تعنى فقط بوصف العمليات الصناعية ولكنها تتبع تطورها، معنى ذلك أن التكنولوجيا تكشف عن أسلوب الانسان في التعامل مع الطبيعة والتي من خلالها يدعم إستمرار حياته فنلاحظ تركيز التعريف على المعرفة العلمية المنظمة التي إبتكرها الإنسان لخدمته بتطويع الطبيعة عن طريق العمليات الصناعية وتطورها حفاظا على حياته وبقائه.

وفي نفس الفكرة يطرح إبراهيم مذكور تعريف آخر للتكنولوجيا مفادها أنها فن الانتاج، أي العمليات المادية اللازمة له، وتطلق على المبادئ العملية والمخترعات التي يستفيد منها الانسان في تطوير الجهود الصناعي فتشمل مصادر القوى والعمليات الصناعية، وما يمكن أن يطرأ عليها من تحسين وسائل الانتاج، بإختصار كل ما يفيد الانتاج، ويرفع من شأن السلع والخدمات¹.

يعرف برنت وروبين ("D.Brent et Ruben") " تكنولوجيا الاتصال الحديثة أي آلة أو تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على انتاج أو تخزين أو استرجاع أو توزيع، أو استقبال أو عرض المعلومات².

وتعرف أيضا بأنها مجموعة الأدوات والجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها، ومن ثم إسترجاعها وتوصيلها بعد ذلك إلى أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم، فهي تغطي أي منتج يقوم بتخزين، واسترجاع ومعالجة وإرسال أو تلقي المعلومات إلكترونيا بشكل رقمي³.

¹ بنون فاطمة الزهراء: القيم الاجتماعية والثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الاستخدامات والتأثيرات، أطروحة

مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام

والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015م، ص: 150

²Brent D. Ruben. **Comminication And Human Behavecer**. Macmillen Publiahing .New York. 1984.P213.

³ نورالدين مشاط: المدرسة المغربية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الرباط، 2011م، ص: 34.

ويعرفها معالي فهمي خيضر، "بأنها جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، نقل، تخزين المعلومات، في شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسب الآلي، ووسائل الاتصال وشبكات الرابطة وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.

عطفا مع الذي إستعرضناه من تعاريف متعلقة بمفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة يمكننا تعريفها على أنها تلك الوسائل والأجهزة والتطبيقات والبرامج التقنية التي يستخدمها الفرد سواء لغرض الترفيه والتسلية أو الاستعلام والبحث العلمي، أو التواصل الاجتماعي والتسويق وغيرها من الاستخدامات المتعددة¹.

إذن ليس هناك تعريف محدد لعبارة " تكنولوجيا الاتصال الحديثة "، رغم ذبوع استخدامها، غير أن مدلولها أصبح ينصب على الوسائل الالكترونية المستخدمة في الانتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي " الكاست الصوتي والفيديو "، واسطوانات الليزر والبث الاذاعي والتلفزيوني الذي توج باستخدام الشبكات الفضائية، وشبكات الميكرو ويف المعتمدة على الترددات عالية القدرة VHF وظائفه للقدرة UHF، والشبكات الأرضية التي تستخدم للألياف الصوتية، ذات الكفاءة العالية في حمل العديد من البرامج التلفزيونية والاذاعية، والمعلومات، وهذا بالإضافة إلى إستخدام الحاسوب " الكمبيوتر " وما يتصل به من تقنيات، وعلى كلمة حديثة في تعريف التكنولوجيا الاتصال تحمل قدرا كبيرا من النسبية، فهي تتوقف في الدرجة الأولى على مدى تطور المجتمع وأخذة بالأساليب الحديثة في الانتاج².

ثانيا - التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة:

يمكن تقسيم الحضارة الانسانية أو الرقي البشري من خلال منظور اتصالي أو من خلال قدرة الانسان على الاتصال وكل ذلك من عبر اكتشاف الأدوات والوسائل التي توسع قدرته الحسية على توصيل أفكاره للآخرين ومعرفة ردود افعالهم أو بلغة أكثر تحديدا من خلال تطويره لتكنولوجيا

¹عبد المالك رمضان الدناي: تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص:

²محمد محمد الهادي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1985م، ص: 32.

الاتصال الحديثة، بحيث يمكننا القول أن تطور تكنولوجيا الاتصال يعكس بالفعل تطور الحضارة الانسانية، فالفارق الرئيسي بين الانسان وغيره من الكائنات الحية هو ما فضله الله عز وجل من عقل منظم وفكر منطقي، أعطاه القدرة على الاتصال بالآخرين من خلال حواسه المختلفة، وذلك عن طريق التقنيات والأدوات التي ابتدأ بها ليزيد من قدرته على الاتصال ويوسع من نطاقه، ولذلك يشارك الآخرين في المعنى من خلال توصيل المعلومات إليهم والحصول على المعلومات منهم.

يرى " مارشال ماكلوها "، أن البشرية حتى منتصف السبعينات مرت بأربع مراحل: تدعى المرحلة الأولى بالشفهية، أما الثانية فسميت بمرحلة الكتابة، في حين أطلق على المرحلة الثالثة بمرحلة الطباعة لنصل إلى المرحلة الرابعة المسماة بمرحلة الدوائر الالكترونية¹.

كما يرى دانييل بيل هو أيضا بأن المجتمع الانساني مر بأربع مراحل متميزة تشكل كل واحدة منها ثورات الاتصال وتكنولوجيات الاتصال

المرحلة الأولى: مرحلة اللغة الملفوظة.

المرحلة الثانية: مرحلة الطباعة.

المرحلة الثالثة: مرحلة الاتصالات عن بعد السلوكية واللاسلكية في حين يرى كل من "أنتوني سميث" و "ألفين توفلر" إن الاتصال الانساني تدهور بثلاث مراحل تكنولوجية أو ثورات مسماة كالتالي فيما يتعلق "بأنتوني سميث"

المرحلة الأولى: مرحلة الكتابة.

المرحلة الثانية: مرحلة الطباعة.

المرحلة الثالثة: مرحلة الحاسبات الالكترونية.

أما " ألفين توفلر " فيقلبها كالتالي

¹ حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مؤتمر جامعة القاهرة للتعليم المفتوح،

2000م، ص: 64.

المرحلة الأولى: الزراعية.

المرحلة الثانية: الصناعية

المرحلة الثالثة: الالكترونية والمعلوماتية.

في حين يرى حمدي قنديل إن الاتصال الانساني قد مر بخمس مراحل اساسية.

المرحلة الأولى: هي ابتكار اللغة المنطوقة.

المرحلة الثانية: ظهور اللغة المكتوبة.

المرحلة الثالثة: ظهور الطباعة

المرحلة الرابعة: الاتصالات السلكية واللاسلكية.

المرحلة الخامسة: الأقمار الصناعية¹.

ويمكن تقسيم مراحل التي مر بها تطور التكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة إلى المراحل

التالية:

2-1- المرحلة الأولى: المرحلة الشفهية

ويطلق عليها المرحلة الشفهية الكلية أو مرحلة ما قبل التعلم، حيث ظهرت اللغة لتعبر عن صياغة عبقرية من رغبة الانسان في بناء إطار موحد للتفاهم والمعاني المشتركة، بالتالي كانت الثورة الاتصال هي ثورة اللغة، وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية هي الكلمة المنطوقة، والحاسة الرئيسية هي السمع ونتيجة لأن الافراد كانوا يحصلون على معلوماتهم أساسا عن طريق الاستماع إليها من الآخرين، فقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون بشكل عام لأن تلك هي نوعية المعلومات الوحيدة المتوفرة لهم، فالاستماع كان يعين الايمان والتصديق².

¹ باية سيفون، مرجع سبق ذكره، ص: 67.

² حسن عماد مكاوي ومحمود سليمان علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص: 68.

2-2 المرحلة الثانية: مرحلة الكتابة

بدأت ثورة الاتصال الثانية عندما ظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط لحفظ وتسجيل المعاني البشرية المشتركة، وإنقاذها من النسيان والضياع حيث ظهرت الكتب المنسوخة ومهنة الوراقة ودور حفظ الكتب، وإزدهر الخبر المخطوط كوسيلة إعلامية وتشكلت عملات البيع و إزدهرت التجارة م، وفيما بعد عرف الانسان الطباعة، بتجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا، وبكميات معتبرة، وبشكل مقروء أجود نسبيا من المخطوط، ويعود السبق في معرفة الطباعة إلى الفنيقيين الذين كانوا لهم أيضا فضل إختراع الورق، وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية ثم الفخار حتى اخترع " جونترغ " الحروف الطباعية المتحركة المسبوكة من المعدن عام 1445م، وبعدها الطباعة في أوروبا ومنها إلى العالم كله¹.

وتعززت سيطرة حاسة البصر فحولت المطبوع والأصوات إلى رموز مجردة أي إلى حروف، مما شكل عملية تجريد منظم للحروف أو الرموز البصرية.

كما ساهم تعدد النسخ المتطابقة من المطبوع الواحد إلى الانتشار الجماهيري للكتب والمجلات والجرائد مما حقق ديمقراطية الاعلام ونقلها من إحتكار العلماء لها إلى الجماهير العادية كما ساهم الطبع في تشكل الروح الفردية وتشجيعها من أن تصبح بمثابة وسيلة للاتصال مع الغير المختلف وكأداة شخصية لتعليم المبادرة والاعتماد على الذات وإخراجها من العزلة و الانغلاق الكلي.

ويرى مارشال ماكلوهان أن جميع الاشكال الميكانيكية المستوحاة من فكرة الحروف المتحركة حيث كان الحرف نموذجا لكل آلة مما أدى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري.

2-3 المرحلة الثالثة: مرحلة الاتصالات السلكية واللاسلكية:

لقد بدأت معالم هذه المرحلة التكنولوجية خلال القرن التاسع عشر واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين وتتمثل هذه الثورة بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال إستجابة لعلاج بعض المشاكل الناجمة عن الثورة الصناعية.

¹ باية سيفون، مرجع سبق ذكره، ص: 68.

ففي عام 1824م اكتشف العالم الانجليزي "وليم سترجون" (Sturgeon) الموجات الكهرو مغناطسية واستطاع " صامويل مورس " (Morse) اختراع التلغراف في عام 1937م، وإبتكر طريقة للكتابة تعتمد على النقط والشرط Dots – Dosles وفي عام 1876م استطاع جراهام بل أن يبتكر التليفون لنقل الصوت البشري إلى مسافات بعيدة، وفي عام 1877م

إخترع توماس اديسون جهاز الفونوغراف Phonograph ثم تمكن العالم الألماني " ايميل برلنجر في عام 1887م من ابتكار القرص المسطح Flach Disk الذي يستخدم في تسجيل الصوت وفي عام 1895م شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية، ثم أصبحت السينما الناطقة في عام 1928م.

وتمكن العالم الايطالي جاجيليو ماركوني Marconie من اختراع اللاسلكي في عام 1896م، كانت تلك هي المرحلة الأولى التي تنتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبيا بدون استخدام الأسلاك كما كان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919م.

2-4 المرحلة الرابعة: إختراع البث التلفزيوني فقد بدأت تجاربه بالولايات المتحدة منذ أواخر العشرينات وفي أول يوليو 1914م بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة.

وإكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في القرن العشرين وخاصة الوسائل الالكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والايخبار والترفيه، واصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأساليب معينة، وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الأساسية¹.

2-5 المرحلة الخامسة: وتمثل هذه المرحلة الثورة الخامسة في تكنولوجيا الاتصال بحلول القرن 20 بدأت المرحلة الخامسة إذ شهدت هذه المرحلة ظهورا الحاسب الآلي الذي كان بمثابة آلية لحفظ وتحليل كميات معدلة من المعلومات، وتمثلت المرحلة الثانية في إطلاق الأقمار الصناعية ولقد أدى

¹ ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي، ط1، عمان، 2015م، ص:

الإدماج ما بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الأقمار الصناعية الى بداية اندلاع ما يسمى بظاهرة انفجار المعلومات، والتي تتمثل في المعالجة الآلية للمعلومات وتخزينها وإسترجاعها باستخدام الحاسب الآلي بأقل جهد متاح وبأسرع وقت ممكن، وسريان تلك المعلومات وتدفعها عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية باستخدام الأقمار الصناعية مما أدى إلى النمو الهائل المتضاعف في حجم الإنتاج الفكري وتشتته وتنوع مصادره وأشكاله، واتساع مجالاته ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني، الأمر الذي أدى الى تحول أنشطة إنتاج المعلومات الى صناعة متكاملة وبالتالي كانت ثورة الاتصال الخامسة هي ثورة المعلومات ويمكن القول أن هذه المرحلة قد أحدثت ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم الى قرية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة، كما يحدث فور وقوعه بفضل التزاوج الذي حصل ما بين تكنولوجيا الاتصال، إذ أسفر هذا التزاوج بين كل من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التسعينات عن ظهور ما يعرف حاليا بالاتصال المتعدد الوسائط الذي يركز على تطور الحاسبات وتسند الثورة التكنولوجية الاتصالية على ركائز رئيسية عديدة تشكل الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تظم التلغراف والهاتف والفاكس والطباعة عن بعد والراديو والتلفزيون وأجهزة الاستشعار عن بعد والميكروويف والأقمار الاصطناعية والحاسبات الالكترونية والآليات البصرية وأشعة الليزر وقد أسفر أيضا هذا التداخل عن ظهور ما يسمى بالطريق السريع للمعلومات الذي شهده النصف الثاني من القرن العشرين من تقدم في مجال التكنولوجيا يعادل كل من تحقق في قرون عديدة سابقة، ولعل من أبرز مظاهر التكنولوجيا، ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات، وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في إستخدام الأقمار، ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية.

وقد ظهر في السنوات الأخيرة ابتكارات عديدة طورت صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية من أبرزها:

1: ظهور الحاسب الشخصي: (personal computer (pc والتوسع في استخداماته إذ يتيح في التعامل مع كمية كبيرة من المعلومات غير المحدودة سواء للاستخدام الشخصي، أو إمكانية

الاستفادة من المعلومات التي تقدمها قواعد وبنوك وشبكات المعلومات من خلال الربط بخط تلفوني معها، وهو ما نسميه بخدمة الخط المباشر **onlign** ويمكن استرجاع المعلومات التي يتم تخزينها في الحاسب الشخصي عند الحاجة إليها فوراً. ما يوفر الوقت والجهد كاستخدام الحاسب وسيلة ترفيهية.

2: أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الالكتروني الى خالق عصر جديد للنشر الالكتروني: حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون أو وسيلة العرض المتصل بالحاسب الالكتروني لكي يستلمه المستفيد في منزله أو مكتبه، حيث يقتربوا مستخدمو النصوص الالكترونية من المعلومات بالكمية والتنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم، وقد تطورت نظم الاتصال المباشر بقواعد البيانات، كصناعة تدر ملايين عديدة من الدولارات سنوياً، وتوجد هذه الصناعة في أماكن عديدة من العالم، حيث يوجد حالياً 2800 قاعدة بيانات عامة حول العالم فضلاً عن عدد لا حصر له من قواعد البيانات الخاصة.

3: ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التلفزيونية: مثل خدمات (التلفزيون التفاعلي **intractive television** عن طريق الكابل الذي يتيح الاتصال باتجاهين ويقدم خدمات عديدة مثل التعامل مع البنوك وشراء السلع وتلقي الخدمات وكذلك الحاجة إلى الخدمات الأمنية والرعاية الطبية و يتيح التلفزيون الكابلي نحو مائة قناة تلفزيونية، كذلك يقدم التلفزيون منخفض القوة خدمات الجريدة الإلكترونية الخاصة بالمنطقة المحلية أو الحي السكني و يتيح للجماعات الصغيرة أن تناقش الموضوعات المشتركة على مستوى الحي، أو المنطقة الصغيرة مثل قضايا المدارس والصحة والسلع والخدمات، كذلك حققت الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية، قدراً هائلاً من المعلومات والترفيه لمشاهدي المنازل مباشرة، وحدثت تطورات مباشرة في جودة الصورة التلفزيونية من خلال ما يعرف بالتلفزيون عالي الدقة **high resilition** وهو يزيد عدد الخطوط الأفقية للصورة التلفزيونية من 525 خط في النظام الأمريكي، و 625 خط في النظام الأوروبي الجديد كما أتاحت التكنولوجيا إتساع نسبة الطول الى العرض في شاشة التلفزيون من 3.4 في النظام التقليدي الى 3.5، وكذلك تكبير حجم الشاشة الى نحو خمسة أضعاف حجمها التقليدي مع الحفاظ على الجودة.

رابعاً: ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تيكس (v.t) والتلكس (t.t) والبريد الإلكتروني والأقراص المدججة الصغيرة (c d) التي يمكن أن تخزن محتويات مكتبة عملاقة على قمة

مكتب صغير وكذلك المصغرات الفيلمية، وتطوير وصلات الميكروويف ونظام الليزو الذي ينبض 22 بليون نبضة في الثانية عن طريق الألياف الضوئية مما يسمح لنا بأن نرسل عشرة قوائم كاملة من الموسوعة البريطانية كلمة بكلمة عبر خط زجاجي رقيق في الثانية الواحدة وتتطور إشارات نقل الألياف الضوئية بسرعة كبيرة وسيكون تصنيع هذه الألياف أقل كلفة في المستقبل عند مقارنتها بخطوط النحاس التقليدية ويحمل الخط الضوئي الواحد حوالي 672 محادثة تلفزيونية كما يضم الكابل الواحد إثني عشر خيط من الخيوط الضوئية، ويتوقع أحد الخبراء أن يقلل استخدام الألياف الضوئية الى زيادة معدل سرعة أداء الحاسبات الإلكترونية بواقع عشرة أضعاف الوضع الحالي، ومن المتوقع أن تزيد الألياف الضوئية من قدرة نقل المعلومات من موقع لآخر بسرعة أكبر كثيرا بحلول 2015 بحيث يمكن نقل 30 جزءا من الموسوعة البريطانية في 10/1 من الثانية.

خامسا: هناك إختراعات جديدة يبدو أنها ستغير من شكل التسلية المنزلية بشكل أكبر من الانقلاب الذي حدث نتيجة الانتقال من الفوتوغراف الى الراديو في النصف الأول من القرن العشرين، ومن أقراص الفيديو، مما يزيد من تحكم المشاهد في المحتوى الذي يراه كذلك تطور ألعاب الفيديو بشكل كبير بعد ربطها بالحاسب الإلكتروني ومن المتوقع أيضا التوسع في انتاج الكتب المصغرة التي يتم تسجيلها على رقائق صغيرة، ويمكن أن تتاح بأسعار منخفضة للغاية كما يمكن عرض هذه الكتب المصغرة على الشاشة التلفزيونية، مما يتيح طفرة في معدل قراءة الكتب وتداولها¹.

ثالثا/ خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة: تتميز تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالعديد من الخصائص ومن أهمها:

1- الذكاء الاصطناعي: ويلعب دورا كبيرا في تطوير المعارض وتقوية فرص التواصل وتسهيلها سواء بين الأجهزة أو بين الأجهزة ومستخدميها.

¹ باية سيفون: مرجع سبق ذكره، ص: 77

2- تكوين شبكات الاتصال: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على التكنولوجيا الرقمية من أجل تشكيل شبكات اتصال، وهذا يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين ويسمح بتبادل المعلومات المختلفة¹.

3- التفاعلية: ومن أبرز صفاتها هي تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فيصير المرسل مستقبلاً والمستقبل مرسلًا، ويطلق على هذه العملية الممارسة المتبادلة أو التفاعلية ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، مثال على ذلك بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم والمرسل مثل التلفزيون التفاعلي والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذلك البريد الإلكتروني والفيديوتيكس ومن هنا فقد أدخلت مصطلحات جديدة في عمليات الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم، المشاركين.

4- اللامجاهيرية: بمعنى أن الرسائل الاتصالية ممكن أن تتوجه الى فرد واحد أو الى جماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، أو تعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها الى مستهلكها، وقد نتج عن هذا الأمر انحسار تحكم الدولة في مصادر المعلومات والأخبار وأصبح الفرد مسؤولا مسؤولية كاملة في اختيار معلوماته وبرامجه، وذلك رفق اتجاهاته وإمكانياته وقدراته الإدراكية².

5- اللاتزامنية: تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون أن تكون هناك حاجة الى تواجد المستقبل للرسالة، وفي نفس الوقت أن المستقبل للرسالة يمكن أن يقرأ الرسالة في أي وقت متاح ويرد عليها أو

¹ بلمولاي بدر الدين: استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص: 41.

² عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاعلامي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، الاردن، 2005م، ص: 166.

لا يرد في أي وقت دونما حاجة لوجود مرسل الرسالة، وهذا يعني إمكانية تخزين المعلومات عند إستقبالها في الجهاز، وإستعمالها في وقت الحاجة.¹

6- قابلية التحرك والحركية: هناك وسائل اتصالية يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان الى آخر أثناء حركة منتج ومستقبل الرسالة أو المعلومات، وباستخدام عدد من الأجهزة المختلفة كالهاتف النقال، هاتف السيارة، الهاتف المدمج في ساعة اليد، آلة تصوير المستندات، أجهزة الفيديو، الحاسوب الإلكتروني النقال وغيرها.

7- قابلية التحويل: هي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المشموعة الى رسالة مطبوعة، وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية ظهرت مقدماته في نظام مينيتيل الفرنسي.

فالحدود أو الفروق أو السمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض قد زال وبعضها الآخر في طريقها الى الزوال فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما وعلى شاشة التلفزيون وعلى الأنترنت، وعلى أشرطة الفيديو كاسيت وعلى الأسطوانات المدمجة بالرغم من اختلافها في الشكل.

8- قابلية التوصيل: هذه السمة تتمثل بإمكانية استعمال الأجهزة المصنعة من قبل الشركات المختلفة التي تحكمها معايير معينة في توحيد صناعة الأجزاء المختلفة لهذه الأجهزة مما يتيح إمكانية تناقل المعلومات بين المستخدمين وإمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويع كبيرة من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

9- التوزيع والانتشار: يعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول الى ضرورة لا حكرها

¹ شطاح محمد وآخرون: القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، دار الهدى، عين مليلة، ص: 100

على الأغنياء والأثرياء، وإنما تشمل جميع فئات المجتمع، ومن أسئلة ذلك الهواتف وبعد الفاكسميل، وكلما زاد عدد الأجهزة المستعملة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية.

10- العالمية والكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقد وتعقد المسالك التي تتدفق عليها، خالقة بذلك رأسمال إلكتروني عابر للحدود الدولية بحيثاً وذهاباً من أقصى مكان في الأرض على أدناه في أجزاء على الألف من الثانية الى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم¹.

رابعاً/ وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

لتكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الوظائف يمكن إجمالها فيما يلي:

أ- التحول من الضوئي الى الرقمي: أدى نقل البيانات الى تحسن واضح في مستوى الخدمات والحد من التشويش وتقلص حجم المعدات الاتصالية، وانخفاض وزنها.

ب- التحول نحو الرخيص المتاح: أدى استخدام النظام الرقمي في الأجهزة الإلكترونية الى تصغير المعدات وبالتالي الى فرضها.

ج- التحول من الإلكتروني الى الفوتون: ظلت الإشارة الهاتفية تنقل عبر الاسلاك النحاسية كتيار كهربائي ضعيف الى أن حدثت النقلة النوعية باختراع الألياف الضوئية وهكذا حل تيار الفوتون جسيمات الفرع النقي الواسع محل التيار الإلكتروني "الملخاس" المعروف للتشويش والضوضاء.

د- التحول من العام الى الخاص ومن المتنوع الى المتكامل: إستخدم أسلوب تحويل حزم الرسائل بديلاً عن تحويل الدوائر، في ظل هذا الاسلوب، تخزن الرسائل على هيئة وصفات معلوماتية متتالية يتم توجيهها بواسطة مراكز تحويل الرسائل الى غاياتها، يتم ذلك عبر مسار متاح يربط بين نقط الأصل ونقطة الهدف دون الالتزام بمبدأ النقل عن طريق أقصر مسار بينهما، وهذا النظام المتكامل لا يفرق بين الأشكال التي ينقلها سواء كانت عبارة عن مكالمات هاتفية أو رسائل فاكس

¹ محي الدين محمد مسعد: ظاهرة العولمة الاوهام والحقائق، ط1، مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 1999م، ص ص:

أو بيانات كمبيوتر فكلها بالنسبة له سلسلة من البيانات الرقمية يتم توجيهها عبر مسارات الشبكة في هيئة دفعات الى أن تصل الى غايتها يتم ذلك عبر أي مسار متاح.

هـ - العمل على التحول من السلبية: التحول من النمط "أحادي الاتجاه" الى التجاوبي "ثنائي الاتجاه" فهو نمط معقد من نظم المعلومات تعمل على أساس التطور الأخير لنظام المعلومات فظهرت أشرطة الفيديو تكست ثنائية الاتجاه يمكن للمشارك أن يتبادل مراكز المعلومات.

و - التحول من الثابت الى النقال: صار اليوم بإمكان الانسان أن ينقل ما يريد من ملفات ومعلومات، وبيانات عن طريق كمبيوتر نقال، أو هاتف نقال، الأول يحمل له مكلفاته والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان مختصرا بذلك المسافات والزمان¹.

ز - التنمية: والتي تعتبر القضية الأكثر إلحاحا أما الدول النامية في أعقاب حصولها على الاستقلال السياسي، حيث كان الحل الوحيد أمامها التخلص من حالة التبعية والتخلف والركود بالاعتماد على الذات وحسب استغلال الموارد والإمكانات من أجل البناء والتقدم، ما جعل من أنظار المسؤولين تتجه نحو تكنولوجيا الاتصال الحديثة باعتبارها أداة فعالة يمكن توظيفها لمساعدة خطط التنمية الحكومية وما يساعد من ذلك هو خضوع هذه التكنولوجيا الاتصالية الحديثة للسيطرة والتوجيه الحكومي ما يتيح فرصة أكثر لممارسة إعلامية موحدة، ومنسقة مع الجهود الحكومية المبذولة في مختلف القطاعات.

ح - الضبط الاجتماعي: بمعنى أنها تعمل في المجتمع بوصفها إحدى القوى التي تساهم مع القوانين والأعراف والتقاليد... إلخ، الى امتثال الأفراد لمعايير السلوك التي يفرضها المجتمع وتزداد أهمية دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في هذا المجال خاصة في دور وسائل الإعلام على بقية القوى الأخرى في فرض الضبط الاجتماعي لما لديها من قدرات هامة في مجال نشر الآراء والأفكار على نطاق قومي، ولدى قطاعات عريضة من الأفراد ومخاطبة الجماعات المختلفة، وتحقيق الارتباط بينها خصوصا في المجمعات الحديثة، حيث يصبح الشيء الجديد الذي يتم نشره عبر أجهزة الإعلام بمثابة قوة موجهة

¹ بنون فاطمة الزهراء: مرجع سيق ذكره، ص: 164 - 165.

للأفراد على أنماط من السلوك ذات طابع جمعي أكثر منه فردي، وه ما يطلق عليه مصطلح "المجتمع الجماهيري" حيث تلعب وسائل الإعلام دور صناعة الثقافة وبلورة الرأي العام الذي يصبح القوة الضاغطة في مجال اتخاذ القرارات.

ط - الوحدة الوطنية: في الدول النامية وبالذات التي ما زالت في طور التكوين أو حديثة العهد بالاستقلال، تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة بكفاءة عالية من أجل تعزيز القومية وتأكيد الأسماء ووحدة الأمة، ويتجسد ذلك في استغلال أجهزة الاعلام لهذا الغرض، ومن هذا يركز جانب كبير من التغطيات الاعلامية عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الذات القومية والإنجازات الإيجابية للأمة، والوحدة الوطنية والسياسات الاجتماعية.

وتزداد الحاجة الى تكنولوجيا الاتصال في المجتمعات النامية التي تتعرض باستمرار لعوامل التغيير من أجل تحقيق الاتفاق والقبول، والاستقرار، حيث يبدو هذا الأخير الشغل الشاغل للنخب الحاكمة في العديد من المجتمعات والتي تعمل على ضرورة المحافظة على الأوضاع الراهنة، ومقاومة أي تغيير يهدد نظم الحكم القائمة، وتمارس أجهزة الاعلام هنا دورها أيضا بكفاءة عالية في امتداح وتعظيم أساليب الثقافة السائدة، وتأييد مثاليات الجماعة الحاكمة، ومنع نشر أنباء أو وقائع معينة وإخفائها تجدد فيها تهديدا للبناء الاجتماعي والثقافي القائم.

ي - الترفيه: تلعب وظيفة الترفيه دورا مهما في عملية الإلهاء السياسي، وصرف الانتباه وتزييف وعي الأفراد وصرفهم عن الواقع المعاكس هذا فيما يخص جانب وسائل الاعلام، أما من جانب تكنولوجيا الاتصال كتقنية، تعتبر وظيفة الترفيه أساسية وهامة هدفها التنفيس من ضغوطات الحياة بالنسبة للأفراد، إضافة الى خلق جو من الانشراح وتلبية لبعض الرغبات والاشباكات النفسية، التي تساعد الفرد على تحقيق ذاته¹.

¹ وفاء نصرى، تكنولوجيا الاعلام والاتصال والمستوى النقادم العلمي للطالب الجامعي، دراسة في الاستخدامات

واشباكات، طلبة جامعة العربي بن لمهيدي، أم البواقي، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية،

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن لمهيدي، الجزائر، ص ص: 65-68.

خامسا/ تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أدى التقدم الذي ظهر على مختلف تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة الى ظهور وبروز أنماط جديدة للاتصال ومصحوبة بعدة تأثيرات سواء على وسائل الاتصال الجماهيري، وعلى الجمهور وعلى المستفيد منها، وعلى المضمون وعلى التقنية نفسها وعلى المعلومات وهذه التأثيرات إما سلبية وإما إيجابية وقد تكون بناء على ذلك إما مرغوبة أو غير مرغوبة، وفي بعض الأحيان تصبح التأثيرات الغير مرغوبة مدمرة لدرجة إلغاء فوائدها المنشودة.

أ- التأثيرات على وسائل الاتصال: يمكن حصرها في:

- أن تكون تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة بل تطورها، فعلى مستوى الاتصال الذاتي مثلا كانت الوسائل هي تدوين الملاحظات، المذكرات الشخصية... إلخ، أما المستحدثات التكنولوجية فهي الأشرطة المسموعة، الحاسبات الإلكترونية... إلخ، على مستوى الاتصال الشخصي كانت الوسائل التقليدية، المقابلة، الهاتف، البريد، التلغراف، أما المستحدثات التكنولوجية الراهنة فهي عقد المؤتمرات عن بعد تلفونيا وإلكترونيا وعن طريق الفيديو، البريد الإلكتروني والهاتف المحمول والهاتف المرئي، وعلى مستوى الاتصال الجمعي كانت الوسائل التقليدية الاتصالات المواجهة المتمثلة في الندوات والمؤتمرات، وحلقات النقاش والخطب أما المستحدثات التكنولوجية فهي عقد المؤتمرات عن بعد، اتصالات الحاسب الإلكتروني.

وعلى مستوى الاتصال الجماهيري كانت الوسائل هي الجريدة، الراديو، التلفزيون، الفيلم السينمائي أما الآن فنجد التلفزيون بالاشتراك، التلفزيون الكابلي، الاستقبال التلفزيوني المباشر من الأقمار الصناعية، أنظمة المعلومات الرقمية، الكتاب الإلكتروني، ألعاب الفيديو، المسجلات المحمولة... إلخ.¹

1-2- تطور نموذج عملية الاتصال الآلي بين الأفراد: لقد أدى الانتشار الهائل والمتزايد

لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة الى تعزيز الاتصال الفردي مع الآلات على حساب الاتصال

¹ محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار الرحاب للنشر والتوزيع، القاهرة،

الشخصي بين الأفراد، كما ساهم هذا التطور أيضا في تدني استخدام وسائل الاتصال الجماهيري مثل الصحف والراديو والتلفزيون مما أدى في رأي علماء الاجتماع الى نشوء عزلة نفسية واجتماعية لدى الأفراد المستخدمين وقد ألغي العديد من المهام التقليدية التي كانت تضطلع بها الوسائل مثل: التصنيف والتعليم، ونقل التراث والتنمية الاجتماعية، وفي هذا السياق ظهرت وسائل الاعلام المجزة التي تعكس نمط الأسرة التي تقطعت الرابط بين أفرادها، حتى أنتجت ما يسمى بالأسرة المفتتة، وهي نتاج مجتمع يزخر بالعديد من الخيارات، فكل فرد من الأسرة يمتلك وسائل منفصلة للوصول الى مصادره الاتصالية الخاصة، للإشارة فقد أحدث نموذج الاتصال الآلي بين الأفراد عدة تحولات خطاطة عناصرها ومستوياتها ويتضح هذا من العرض التالي:

أ - على مستوى الرسالة:

- واقعية الرسالة حيث ستميز الرسالة الاتصالية في هذا النموذج المتطور بالمزيد من الواقعية، وذلك لدخول الصورة كعنصر جديد في هذا الاتصال ومن خلال الوسائل الاتصالية الحديثة كالهاتف المرئي، أو البريد الإلكتروني، مما سيؤدي الى ظهور المزيد من التفاصيل المرئية عن حالة طرفي الاتصال وموقعهما مما يضفي مزيدا من الواقعية على الرسالة الاتصالية.

- حتمية وصول الرسالة: أو حتمية تحقيق الاتصال فمن خلال الوسائل الاتصالية المحمولة، كمبيوتر محمول، هاتف محمول، ستصبح حتمية تحقق الاتصال أو الوصول الى الرسالة حقيقة مؤكدة، وذلك لإمكان الوصول الى الطرف الآخر، في عملية الاتصال حال تواجده في أي مكان أو ترك الرسالة له، كما أن الانشغال المتوقع للطرف المرسل لن يؤدي الى تعطيل عملية الاتصال طالما يمكن تسجيل الرسالة وتخزينها آليا للطرف التلقي أثناء غياب وانشغال القائم بالاتصال، وبالتالي لن يعيق هذا النموذج الاتصالي من الأعطال الفنية مهما كان.

ب - على مستوى الوسيلة:

- حركية الوسيلة: وذلك من خلال التقدم التقني في الوسائل الاتصالية المحمولة مما يحرر الوسائل الاتصالية من الثبات ويكسبها الحركة.

- ظهور الوسيلة كبديل عن المتلقي: وذلك لإمكانية التخزين الآلي للرسائل، ثم إرسالها ذاتيا أثناء غياب أو انشغال القائم بالاتصال.

- ظهور الوسيلة كبديل عن المتلقي: وذلك لإمكانية التخزين الآلي للرسائل، ثم إرسالها ذاتيا أثناء غياب أو انشغال المتلقي.

ج- على مستوى القائم بالاتصال:

- إمكانية غياب القائم بالاتصال

د- على مستوى المتلقي: إمكانية غياب المتلقي، حركية المتلقي ولعل النموذج المتطور للاتصال الآلي بين الأفراد ومتلقين متحركين بالإضافة الى حتمية تحقق هذا الاتصال في أي مكان بالعالم من خلال الوسائل الاتصالية المتحركة كما يطرح إمكانية تحقق الاتصال حتى مع غياب القائم بالاتصال والمتلقي معا¹.

2- تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها على الحياة الانسانية:

إن من التأثيرات الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على الانسان إنه يتمتع بإنجازاتها في مجالات عديدة كالتعليم، الطب، الاتصالات، الاعلام، الترفيه ...

كما أنها أدت الى اختزال المسافات، وساعدت في تحرير الانسان من قيود الزمان والمكان هذا بالإضافة الى أنها مفيدة للبيئة، فالأقمار الصناعية وخرائطها مثلا تساعد في التنقيب على الثروات المعدنية، وتحديد حالة الطقس واتجاهاته، مما يفيد في جدولة عمليات الطيران والسياحة كما تفيد في مجال الزراعة، والأمثلة كثيرة².

¹ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد دراسة من تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الاكاديمية العربية المفتوحة،

العدد 02، 2007م، ص: 194

² باية سيفون: مرجع سبق ذكره، ص: 84

ومن أهم التأثيرات الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة التي رصدت على الانسان يمكننا إيجازها كالتالي:

يتوقع في عالم المستقبل أن يصبح بمثابة سوق للمعلومات، يستطيع الأفراد من خلال حواسيبهم الآلية أن يشتروا وأن يبيعوا المعلومات وأن يشاركوا في الوصل إليها وستتعدد الاستخدامات لهذه المعلومات في مجالات التجارة والصحة، والتعليم والإدارة، والأنشطة الحكومية في مجالات الترفيه، مما سيؤثر على الأنشطة والمجتمع والتاريخ.

إن سرعة التطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من شأنها أن تتحدى العقل الانساني لكي يفكر بطريقة أفضل وأسرع، ولكي يصبح أكثر معرفة وفعالية وإنتاجية، وهذا في حد ذاته سيؤدي الى التوزيع العادل في الثورة الكونية في سياق اقتصاد يقوم على الرخاء في القرن القادم، حيث تربط تكنولوجيا الاتصال الحديثة المجتمعات ببعضها البعض، وبذلك ستختفي مشكلة من يملكون ومن لا يملكون في مجال الثروة، والاتصال والمعرفة معا، مثلما أدى تطور الطباعة في القرن الـ15، والى إضفاء الديمقراطية على المعرفة فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ستسرع من سيطرتها على المعرفة، ذلك أن الثروة المعرفية الكونية من خلال هذه التكنولوجيات تحمل في طياتها الوعد بالقضاء على العزلة في العالم بفضل توافر المعلومات وغزارتها.

يمكن أن تصبح فكرة الحرية من خلال الاتصال والحوار عبر شبكة الأنترنت حقيقة في المستقبل، ذلك أن الاتصالات بين الأفراد المتباعدين مكانيا قد تحل محل وسائل الاعلام المسموعة، بالإضافة إلى الإمكانيات الهائلة لممارسة حرية التفكير وحرية التعبير.

تقدم شبكة الأنترنت الإمكانيات لنشوء ثقافة تقوم على التسامح وهي أيضا تساهم في إشاعة الديمقراطية في المجتمعات، وإعادة قيم الإحساس بالمشاركة في المجتمع ففي الوقت الذي تشهد فيه المجتمعات الديمقراطية التقليدية حالة من الجمود، فإن ما يطلق عليها المجتمعات الافتراضية، أو المجتمعات المتصلة ببعضها البعض تعرف حالة من النمو السريع¹.

¹ سيد بخيت: الصحافة والانترنت، دار العرب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000م، ص: 20.

هناك توقع بأن الديمقراطية ستتسع في العقود القادمة وسيمارسها الناس على اختلافاتهم، ولا شك في نظر المتفائلين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لديها الإمكانيات والقدرة على إعادة إحياء القيم الديمقراطية وإضفاءها على المؤسسات السياسية، من شأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تقتضي على حواجز الزمان والمكان ومن شأن ذلك أن يغير من الطريقة التي نعيش بها، مما يرفع مستوى الوعي الاجتماعي في العالم وهناك توقعات بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ستنفذ في كل مجالات الحياة¹.

سادس/ مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورا كبيرا في تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، وهو جعل كل ما تحقق في عدة قرون سابقة من أن يتراجع أمامه، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو إمتزاج ثلاث قطاعات مع بعضها البعض، شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية، وهر ثورة مجتمع المعلومات، عرفت فيها المعارف إشكالا وتخصصات متعددة، ويتجسد ذلك في تطور الاتصالات السلكية مرورا بالتلفزيون، وإشهادا بمرحلة ظهور الأقمار الصناعية وابتكار الأنترنت والألياف الضوئية، أو ما يسمى بثورة الحاسبات الالكترونية التي امتدت الى كافة جوانب الحياة، وامتزجت بكافة وسائل الاتصال وقد أطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلة الاتصال المتعدد الوسائط "Multimedia" ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية "Hyper media" ومركزاتها الأساسية هي الحاسبات الالكترونية، في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف الضوئية والأقمار الصناعية.

لقد سعى الجنس البشري عبر التاريخ إلى تحسين القدرة على التلقي واستيعاب المعلومات عن البيئات المحيطة به، كما سعى في الوقت نفسه الى زيادة سرعة وضوح وتنوع أساليب أفرادها في بث المعلومات غير أن اللغة من أكثر العوائق الاتصالية التي تقف في وجه طرف الاتصال، حيث تنعدم النقاط المشتركة في فك الرموز، ما يقلل من سيرورة الرسالة الاعلامية أو يقضي عليها تماما حتى مع تطور الراديو والتلفزيون.

¹ باية سيفون، مرجع سبق ذكرهن ص: 85.

لقد كانت هناك حاجة ملحة للتقليل من تأثير هذا العائق الى أن حملت التكنولوجيا الحديثة الحل الذي لم يكن متوقعا حتى مع علماء اللغة والاتصال: إنها التقنية الحديثة التي منحت مجتمع المعلومات بدائل لغوية من شأنها تذليل عوائق الاتصال لغير الناطقين بلغة واحدة.

ومن بين المظاهر اللافتة والملامح الأساسية التي انبثقت من تطوير تكنولوجيا الاتصال الحديثة نجد:

6-1 الانترنت:

عندما نصل الى الأنترنت تتضح الصورة أكثر فهذه الوسيلة الجديدة تعود فكرتها الأولى الى فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى، أي الى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، ودخلت حيز التنفيذ الفعلي في عام 1969 بظهور شبكة "الأربانت" بوزارة الدفاع الأمريكية، لم يكن الغرض منها بالطبع أن تتحول الى وسيلة اتصال جماهيرية، والى نوع جديد من الصحافة الالكترونية، وقد مرت الأنترنت خلال سبعينيات وثمانينيات القرن الماضي بتطورات تكنولوجية عديدة، نقلتها من الاستخدام العسكري والبحثي المحدود، الى الاستخدام المدني المحدود، ثم الاستخدام الجماهيري باختراع "تيم بارنزلي" شبكة الويب في مطلع العقد الأخير من القرن العشرين.

والواقع أن الويب حين إختراعه في مطلع تسعينيات القرن الماضي لم يكن لديه كغيره من التكنولوجيات السابقة، ما يقدمه إلى الصحافة وصناعة الأخبار، ولكنه في المقابل كان ذا صلة واضحة بالأخبار والمعلومات ونقل المعارف، وكغيره من المخترعات البشرية، جاء الويب إستجابة لدافعين بشريين هما الإبداع وحل المشكلات، فعلى الصعيد الأول كان هناك عدد من الأشخاص المبدعين يبحثون في نظام اتصالي بشري جديد يتجاوز حدود النظام الاتصالي القائم، وعلى الصعيد الثاني كانت هناك مشكلة حقيقية في المعرفة البشرية تحتاج الى حل وهي زيادة المعارف البشرية بشكل لا يمكن لوسيلة واحدة من الوسائل القائمة إستيعابه وفهرسته بطريقة سهلة وسريعة، فقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين تزايدا سريعا للمعرفة من معلومات وأفكار، وتكنولوجيا وقد سبق "فينيفار بوش" الباحث بعهد ماسيشيوس للتكنولوجيا في أعقاب الحرب العالمية الثانية إلى الإشارة لمشكلة تضخم المعارف البشرية، واقترح حلا لها يتمثل في الاعتماد على تصوير البحوث والوثائق ثم تصغيرها ووضعها على بطاقات صغيرة يمكن قراءتها من خلال بعض الأجهزة "الميكروفيتش" وبالتالي

يمكن وضع عدد كبير من الموسوعات في حجم علبة كبريت، وتكمن رؤية بوتش في أنها كانت بداية ظهور مصطلح النص الفائق hyper text الذي صكه فيما بعد "تيد نيلسون" في ستينيات القرن العشرين للربط بين الوثائق المختلفة فيما أسماه "docuverse xanadu" حيث يتم حفظ تلك الوثائق والمشاركة في قراءتها برسوم قليلة وهو ما يعد تبشيرا بشبكة الويب التي نعرفها اليوم، وتمثلت المشكلة الثانية التي كانت تحتاج الى حل في خشية وزارة الدفاع الأمريكية في فترة ما بعد الحرب الثانية، والعصر النووي من أن تشكل أي ضربة نووية للبلاد قدرتها على الاتصال الداخلي وبالتالي الدفاع عن نفسها، وعلى هذا الأساس بدأت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة "ARPA" بالوزارة تطوير نظام توزيع معلوماتي لا يمكن أن يتأثر بالضربة النووية.

الربط الشبكي: كان أول من فكر في الربط الشبكي في أجهزة الكمبيوتر داخل وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية هو "ليكليدر" "Lichlider" الذي قدم مفهوم الربط الشبكي الذي يتيح لكل فرد على الكرة الرضية الوصول للبرامج والمعلومات على أي موقع على الشبكة، وكان ليكليدر يعني إقامة شبكة للربط بين الباحثين في الولايات المتحدة في المقام الأول، ولقد ساعد ليكليدر على تنفيذ فكرته توليه رئاسة برامج بحوث الكمبيوتر في الوكالة الذي أسماه مكتب تقنيات معالجة المعلومات the information processing/ thechnology office IPTO

وقد ضم ليكليدر الى المكتب عدد من علماء الكمبيوتر للعمل على تنفيذ رؤيته، وقد مهد الطريق لظهور الشبكة فيما بعد عاملان أساسيان هما:

1- وضع الحكومة الأمريكية مواصفات قياسية لتبادل المعلومات عبر أجهزة الكمبيوتر في العام 1963م فقد قامت لجنة مشتركة بين وزارة الصناعة والحكومة بتطوير نظام المواصفات الأمريكي لتبادل المعلومات American stanatant cod for information ASCH

وقد كانت هذه أول مواصفات دولية تسمح لأجهزة الكمبيوتر من أنواع مختلفة بتبادل البيانات.

2- تطور شبكة "IBM" المصنعة لأجهزة الكمبيوتر نظاما لربط أجهزة الكمبيوتر شركة الطيران الأمريكية في نحو ستين مدينة أمريكية عبر خطوط التلفون لتمكينها من ادارة الخبر بطريقة شبكة آلية¹.

- شبكة الأربانت:

خلال عام 1966 بدأ العمل في إنهاء المتطلبات الأساسية لتشغيل الشبكة وأهمها تطوير برنامج للتشغيل ليدار الاتصال بالشبكة بين أجهزة الكمبيوتر حتى وإن كانت غير متوافقة في المواصفات، بالإضافة الى وضع مجموعة من البرامج تمثل البروتوكول الخاص بالاتصال بالشبكة في سبتمبر 1969، ثم أول اتصال مباشر بينها في 25 أكتوبر 1969، ويمثل هذا التاريخ دخول فكرة الربط الشبكي بين أجهزة الكمبيوتر حيز التنفيذ وقيام الشبكة الأولى، وهي شبكة أربانت ARPANET.

وتدريجيا ربطت الشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبرامج المختلفة وزاد عدد مواقعها في عام 1970 الى 13 موقع ثم الى 23 موقع في عام 1971 لتضم عددا كبيرا من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية، وفي عام 1973 خرجت شبكة أربانت الى العالمية، حيث تم في هذا العام أول ربط دولي للشبكة بجامعة لندن بالمملكة المتحدة، Univesity colloge of radar ethernet Royal etaplelement في الترويج، كما ظهر في هذا العام فكرة الايترنت ethernet والتي تعني ربط الشبكات المحلية ببعضها البعض، كما ظهرت فكرة البوابات في الشبكة Goteteways والتي تعني ربط الشبكات الكبيرة مع بعضها البعض، وثم التوصل الى قواعد محددة لنقل الملفات عبر الشبكة File Tranofer Protocol التي تحدد كيفية ارسال واستقبال المعلومات بين أجهزة الكمبيوتر، وفي العام التالي تم وضع هذه القواعد موضوع للتنفيذ من خلال برامج التحكم في النقل، Transmission control program المعروف اختصارا بـ "TCP" والذي يسهل عمليا نقل البيانات داخل الشبكة وكان هذا البرنامج هو الأساس للاتصال بالأنترنت فيما بعد.

¹ محمد نصر حسين: من المطبعة إلى الفيسوك مدخل في الاتصال الجماهيري، ط1، دار الكتاب الجامعي، دار الامارات

العربية، لبنان، 2016م، ص ص: 243-244.

6-1-2- القواعد الأساسية للإنترنت:

تم وضع القواعد الأساسية للإنترنت في عام 1982 عندما ظهرت إدارة البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية قواعد التحكم في نقل المعلومات "TCP" وقواعد الإنترنت "IP" وقد عرفت هذه القواعد باسم TCP/IP وقد قادت هذه القواعد الى وضع أول تعريف للإنترنت internet على أنها: نظام مترابط بين أجهزة الكمبيوتر في شكل شبكة تستخدم قواعد TCP/IP، كما تم وضع أول تعريف للإنترنت التي يكون حرفها الأول كبير Internet وهي: الشبكة التي تربط الشبكات باستخدام نفس القواعد السابق الإشارة إليها.

وفي أوروبا شهد عام 1982 إنشاء شبكة متشابهة اعتمدت على برنامج UNIX لتقدم خدمات البريد الإلكتروني وربطت بين جامعات ومراكز وبحوث في هولندا والدنمارك ثم تطوير أسماء متفردة للشبكات والأجهزة الداخلة الى الشبكة، فبعد أن أصبح عدد الأطراف المشتركة في الشبكة كبيراً أصبح من الصعب على المستخدم تذكر الممر الخاص بكل شبكة مما أدى الى استخدام أسماء أكثر قابلية للتذكر.

وقد حدثت نقلة نوعية في تاريخ الاتصال الانساني عبر الإنترنت في عام 1983 وذلك بانتقال إدارة شبكة أريانت التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية الى المؤسسة القومية للعلوم National science foundation المعنية بالترويج للعلوم، وقد قامت المؤسسة بمنح الباحثين في العلوم المختلفة حق الوصول الى المعلومات الموجودة في أربع أجهزة الكمبيوتر الضخمة في أربع مراكز تغطي الولايات المتحدة الأمريكية، وبذلك تحولت الشبكة من شبكة عسكرية الى شبكة مدنية، وهو ما قادها فيما بعد دخولها العالم التجاري، ومن التطورات المهمة التي شهدتها الإنترنت في بداية التسعينات وجعل استخدامها أكثر سهولة وظهور برنامج واجهات الاستخدام التي تطورت فيما بعد بما يعرف ب: الوارد وايد ويب (Word Wid Web) وينسب الى كل من فينت سيرف (Vint Cerf) وبوب خان Bob Khan، اختراع الإنترنت لقيامها بوضع قواعد الإنترنت أو ما يسمى بروتوكول الإنترنت Internet Protocol الذي جعل ارسال المعلومات من جهاز كمبيوتر IP الى جهاز كمبيوتر آخر ممكناً والى جانب سيرف وخان يرجع الفضل الى ديفيد كلارك "Divid Clark" في وضع قواعد التحكم في نقل المعلومات بين أجهزة الكمبيوتر المعروفة باسم: Transmasion

TCP Control Protocol " وهي القواعد التي قادت الى قيام الأنترنت وظهور الويب فيما بعد¹.

6-2 - الملتيميديا:

يطلق التعبير "ملتيميديا" على نتاج معين أو على خدمة تمزج بفضل الترجمة الى اللغة الإعلامية "نقول أيضا العددية"، فهي تحمل معطيات معينة منفصلة عن بعضها البعض مثل النص والأصوات والفيديو والصور الفوتوغرافية، والرسوم وغيرها، النتاج بحيث يصبح المستخدم "فاعل" ويستطيع أن يطلق على هواه هذه الحركة، أو تلك ويدمج ويحرر ويحول هذا النص أو تلك الصورة كيفما و الوقت الذي يريد ... إلخ.

هذا الكوكيتيل الإتصالي يمكن بلوغه على ركيزه القرص المضغوط CD.Rom.Audio المعروف جيدا، ويمكن قراءته بواسطة قارئ متصل بمنظم آلي صغير الحجم، أيضا بواسطة شبكة معينة "خدمة الخط أو وصلة بالأنترنت" يتصل بها المنظم الصغير بواسطة جهاز تحويل Modem وخط مناسب، يستخدم جهاز التحويل لتحويل الاشارات المحتوية على المعلومة عند كل طرف من خط نقل المعلومات.

إن القواعد الأساسية بسيطة فهي: نص، صوت، صورة متحركة، فيديو، والتطبيقات كثيرة، هذا الانقلاب العددي بالإمكانات المقدمة على شكل خدمات جديدة، يطال جميع مجالات النشاط الاقتصادي أو التي تخدم المصلحة العامة، الطب المتلفز، الخدمات الإدارية عن بعد، الفيديو تحت الطلب، التجارة الالكترونية، تبادل المعطيات الإعلامية، داخليا وخارجيا بين المؤسسات، الزيارات الافتراضية للمتاحف، مراجعة الكتب في المكتبات، الإمكانات المقدمة للعمل المتلفز، العمل التعاوضي حول موضوعات معقدة، أو مشاريع الناشطون فيها كثر وفي مواقع متعددة، التزويد بخدمات إعلامية والمعاملات الإلكترونية.

¹ Dooly Patricia. **The Technology Of Jonnaliseme. Cultura Agents Cultural Icons**. Ilinais. Nor The Nestern University Press. 2007. P: 20.

بإمكان المرتكزات الإلكترونية اليوم أن تخزن، تعالج، وتتبادل المعلومات، تترجم الصوت والمعطيات والصور الثابتة أو المتحركة مع مستويات من الأمان والدقة، تعادل المستويات المتعلقة بالمعطيات وحدها.

إن أصل هذا التطور هو تحول الصوت والصورة إلى أعداد ما يسمح لمعالجتها "الإعلامية" فالمركبات الإلكترونية ونقلها "شبكات عديدة" وتخزينها في "القرص المضغوط مثلاً سيديروم"، يمكن أن تترجم المعلومة إلى تسلسل من الأصفار والعدد "1" إلى أي لغة عديدة يمكن معالجتها بواسطة المنظم الآلي، في دورات ذاكرة الآلة، تجري معاينة الأصفار "0" بواسطة تيار منخفض وهي تقفل أبواباً منفعية تدعى "ترانزستورات"، والأعداد "1" تحت تأثير تيار أعلى تفتح هذه الأبواب نفسها عندما تصبح المعلومة المنقولة عادة فاعلة قابلة للتبدد والتحول، أي سلعة قابلة لإعادة الانتاج والنقل بكلفة زهيدة، هذه التطورات تسمح أيضاً بالتقاء وسائل الاعلام خاصة في ثلاث مجالات، كانت حتى الآن مميزة: المنظم الآلي الصغير، الهاتف والتلفاز، هذا الالتقاء يشكل ظاهرة مع القرص العددي المتغير DVD "Digital Versatil Dix"¹.

¹ فرانسوا لسلي، وسائل الاتصال المتعددة "مليتيميا"، ترجمة، فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، لبنان،

2001م، ص ص: 07-08.

الفصل الثاني

وسائط الاتصال الجديدة: قراءة في المفهوم

والدلالة والتطور

الفصل الثاني : وسائط الاتصال الجديدة :قراءة في المفهوم و الدلالة و التطور

أولاً: مفهوم وسائط الاتصال الجديدة

شهد الخطاب العالمي منذ سنوات إستعمالاً مكثفاً لمصطلح الوساطة الذي ما إنفك يأخذ أهمية متعاظمة وتراوحت إستعمالات هذا المصطلح بين مفهوم لتفسير الظاهرة الاتصالية، ودور الاعلام فيها، أو جعله في أحيان أخرى مفهوماً مركزياً لعلم جديد يكون موضوعه الوساطة بالذات¹.

إن زخم الكتابات حول الموضوع دفع ببعض الباحثين إلى الاعلان عن حالة ضياع لمن يسعى لتحديد مفهوم الوساطة، وبالرغم من هذا فإن مفهوم الوساطة قليل الاستعمال في البحوث العربية، وقد يعود ذلك لعدم الاهتمام بالمسائل الابستمولوجية والنظرية والمنهجية البحثية التي بحثت في هذا المدخل الفلسفي.

يعرف Alex Muccielli الوساطة على أنها: "العملية التي يقوم ضمنها الوسيط بتحقيق التواصل بين طرفين في حالة تباعد أو تضاد تفرز نتيجة ما، فتصبح الوساطة إذن: "عملية تحول الاتصال من خلال وساطة أو وسيط، ويعتبر موكيالي أن دراسة الوساطات في ظواهر الاتصال هامة جداً لأن الاتصال لا يمكن أن يقوم دون تدخل الوسيط، كما يؤكد على ضرورة فهم الوساطة في مدلولها الواسع، وعدم اختزالها في البعد التقني.

يقصد بالميديولوجيا "La Mediologie" أو علم الوسائط الاعلامية تلك النظرية التي تعنى بالوسائط التقنية والآلية والمؤسسية التي يشغلها الفعل الثقافي، أو الأدبي، أو الفني، أو التربوي وقد ظهر المصطلح لأول مرة سنة 1979 مع الفرنسي "ريجيس دوبري" "Regis Debrgy" في كتابه "السلطة الثقافية في فرنسا" ويعد كتاب "محاضرات في الميديولوجيا العامة" لروجيس دوبري الذي ظهر سنة 1991، أول كتاب يعرف بالقراءة الوسائطية²، يبدو أن هذا الكتاب يعتمد على مجموعة من

¹ الصادق الحمامي: مفهوم الوساطة، مقال منشور في مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، مصر، عدد 01، 1999م، ص: 54.

² جميل حمداوي: قراءة جديدة: القراءة الميديولوجية أو القراءة الوسائطية، مجلة دراسات معاصرة، عدد 02، الجزائر،

2018م، ص: 339.

الخلفيات المعرفية، التي تحيل إلى كتابات كل من: فيكتور هيغو "Victor Hugo" ووالتر بنجامين "Wolter Bengamin" وبول فاليري "Poul Valery" ومارشال ماكلوهان "Marchall Macluhan" وغيرهم من الفلاسفة والمنظرين، وقد نشرت أهم كتابات روجيس دوبري حول الميديولوجيا في "دفاتر الميديولوجيا" "Cahiers De Mediologie" ما بين سنة 1996 إلى سنة 2004 ومجلة الوسيط منذ سنة 2005 إلى يومنا هذا.

ومن هنا إن الميديولوجيا عبارة عن نظرية علمية تجمع بين الثقافة والتقنية وتحيل الكلمة على علم الوسائط التي تعنى بنقل الرسائل من ذات إلى ذات أخرى أي: تدرس وسائل الاعلام والاتصال التي تعتمد عليها الثقافة بصفة عامة، والأدب بصفة خاصة، ومن ثمة يحاول هذا العلم أن يقرأ العلامات الرمزية والسيمائية في سياقها الزماني والمكاني والتقني والفني والجمالي والبصري، وليس هذا العلم مستقلا بل يتكئ على الفلسفة، وعلوم الاعلام، ونظريات التواصل وتستند القراءة الميديولوجية الى مفاهيم عدة مثل: مفهوم الأعوان الوسائطية "Les Mediospheres" الذي يهتم بدراسة مجموعة من أنظمة الارسل والتواصل الذي تشتغل عليها الثقافة في فترة زمنية محددة.

تخطى وسائط الاتصال الجديدة بالكثير من الاهتمام من المنشغلين بالاعلام بصفة عامة وأساتذة الاعلام بصفة خاصة كمدخل لتساؤلات عديدة هي: هل نعيش حاليا مرحلة الاعلام الجديد؟ أم أن غيرنا مر بهذه المرحلة مرات عديدة تطبيقا لانتقالات مارشال ماكلوهان في "فكرة الحتمية التكنولوجية" أم أن الاعلام الجديد هو انعكاس لحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلها بعد التقاء الكمبيوتر، وتكنولوجيا الاتصال؟، ويرى البعض أن فكرة البحث عن اعلام جديد ليست وليدة التغير الذي نشهده حاليا في كافة مناحي الحياة، فعند انهيار المعسكر الاشتراكي كثر الحديث عن النظام العالمي والاعلامي الجديد، وقد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد والجذب حول المبادئ الاعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم ومنها فكرة بناء نظام إعلامي جديد لكن التقنية تجاوزت هذه الأسئلة دون عودة¹.

¹ محمود الفطافطة: علاقة الاعلام الجديد، تجربة الرأي والتعبير عن فلسطين فايسبوك انموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية، فلسطين، 2011م، ص: 17.

إن فكرة البحث عن وسائط الاتصال الجديدة ليست وليدة التغير الذي نشهده حاليا في كافة مناحي الحياة، حيث تعد مداخل النظام في مفهوم الاعلام الجديد وتطور وسائله وسياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة وتنطلق الرؤيا الأولى من الصراع التاريخي حول تدفق المعلومات الذي اتخذ من اليونيسكو ساحة رئيسية له حيث تكونت فكرة النظام الاعلامي الجديد، عبر مجموعة من المبادرات والمراحل، بدأت في نهاية القرن التاسع عشر عبر حملة قادها رئيس وكالة "أسوشيد برس" **Associated Press** الأمريكية ضد هيمنة الأوروبيين على الأنباء، وعند انهيار المعسكر الاشتراكي تحدث الناس كثيرا عن النظام العالمي والمبادئ الاعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم ومنها فكرة بناء نظام اعلامي جديد، الهدف الأساسي منه إعادة بناء نظام اعلامي بأولويات جديدة تساعد الدول النامية على تحقيق أثرا كبيرا على أنظمتها الاعلامية ومادام حقل وسائط الاتصال الجديدة، من حيث البنية والتقنيات والتطبيقات والخدمات لا يمكن أن ندرك له حدود لحد الآن على الأقل، بل ومازال يكشف عن المزيد السهل والسريع، في كل يوم فمجال التنظير سيبقى مفتوحا إلى أجل غير محدد، ومن خلال الاطلاع على البحوث والدراسات، والكتب في هذا المجال يمكن رصد العديد من المصطلحات والمفاهيم نذكر منها: الميديا الجديدة، وسائط الاتصال الجديدة، الاعلام البديل، الاعلام الرقمي، الاتصال الرقمي، الاعلام الاجتماعي، الاتصال الالكتروني، اعلام المواطن، الاعلام الشبكي، الأنترنت التشاركي، اعلام المصدر المفتوح، مواقع التواصل الاجتماعي¹.

وقد قدمت كلية شيريدان التكنولوجية **Sheridan** تعريفا إجرائيا لوسائط الاتصال الجديدة فرأت أنها " نوع من الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي تفاعلي، ويعتمد على إندماج النص والصورة والفيديو والصوت فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية في عملية الانتاج والعرض"، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه، وهي أهم سماته وإضافة الى ميزة التفاعلية التي طرأت على المتلقي العديد من التغيرات في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، فأصبح أكثر ميلا الى التفاعل والتفرد بالوسيلة وأصبحت العملية الاتصالية شبه مباشرة بين المتلقي والمرسل وشكلت بذلك حسب تعبير "فيدال" **Vedel**: مجتمع بدون وسيط، يقول "إريك هولينسجر" "ما من عبارة أكثر

¹ أحمد شريف بسام: دور وسائط الاتصال الجديدة في التغير السياسي في الدول العربية، أطروحة نيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، ص ص: 51-52.

جدلا من عبارة الوسائط المتعددة، فهي أحيانا تسمى الوسائط المتعددة أو الوسائط الجديدة، أو الوسائط المتكاملة، وأشك بوجود عبارة تعرضت إلى التشويه والتقييم المفرط أكثر من عبارة الوسائط المتعددة وعندما يتكلم المختصون في الكمبيوتر عن الوسائط المتعددة فإنهم يتطرقون الى حالة تصادم بين قطاعات الاتصال والترفيه والكمبيوتر.

مع تطور التكنولوجيا المستمر إمتد هذا المفهوم سريعا ليشمل تطبيقات ليست في الحسبان، وأصبح يصف عددا من أنماط الاعلام الجديد، كمنصات التواصل الاجتماعي، وغيرها من أجهزة الاعلام الجديد، مثل أجهزة تشغيل وتسجيل الفيديو الرقمي، التلفزيون التفاعلي، الأجهزة اليدوية المحمولة المختلفة التي تشغل الصوت والفيديو والنصوص معا، وغيرها من الأجهزة والتطبيقات.

ومن مدخل التكنولوجيا توصف وسائط الاتصال الجديدة من أنها مجموعة متنوعة من التكنولوجيات التي تسمح بظهور الاعلام المرئي والمسموع معا على منصة واحدة بغرض الاتصال والتطبيقات تشمل الترفيه، التعليم، والاعلان وغيرهم ، كما تعرفها اليونيسكو على أنها اندماج عدة وسائل: نص، صوت، صورة، كما يصفها أندرو أولفر "Andro Oliver" بأنها إمكانية التواصل مع الآخرين بأكثر من طريقة¹.

وتعرف وسائط الاتصال الجديدة بأنها عبارة عن تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن انتاج، ونشر، واستهلاك، وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وفي الشكل الذي نريده من مجموعة من الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت والتفاعل مع المستخدمين في أي وقت وفي أي مكان، فأشار "ريتشارد ديفن وديانا أوين" بتصنيقهما للاعلام الجديد إلى ثلاث أنواع هي:

الاعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، كالمجلات الاخبارية وبرامج الأخبار الحية.

¹ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، الاردن، 2008م، ص ص:

الاعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: ونمثله جميع الوسائل التي ألفنا استخدامها الآن، والتي مكنت من سريان حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات.

الاعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وفيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، حيث أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، بعد أن حدثت حالة التماهي بين الاعلام القديم والجديد وتبادل المنافع¹.

إن مفهوم الميديا الجديدة يترجم الى اللغة العربية بوسائل الاعلام الجديدة الذي يصعب تحديد الواقع الذي يغطيه، فالترجمة تتجاهل الاندماج والفصل في آن واحد الحاصل بين القديم والجديد في وسائل الاعلام الى درجة أن الباحث "Lynch" أدرجا قناتي الجزيرة والحررة التلفزيون ضمن الميديا الجديدة ، فهل تملك هاتين القناتين الخصائص ذاتها التي تميز مواقع الشبكات الاجتماعية الافتراضية، لقد امتدوا بعض الباحثين الى صيغة للتحايل على الاشكالية التي تثيرها صفة القديم والجديد في وسائل الاعلام، فأطلقوا مسمى الجيل الثاني من وسائل الاعلام على الميديا الجديدة

يطرح على مستوى الوساطة "Mediation" التي لا يقرأ نشاطها انطلاقا من مضمون ما يتداوله أو تتوسطه فقط، بل بالنظر لما تقيمه من علاقات وتتيح من معاني إضافية لعملية الاتصال، إن هذه العملية تقوم على تكافؤ بين المتصلين، وعلى الفعل الخطابي المتبادل، ولقد ترتب عن الخلط بين المفهومين: التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية، وكأنها وسيلة اتصال جماهيرية يطلب منها القيام بما تضطلع هذه الأخيرة من أدوار، ويقيم نشاطها بالسلم ذاته الذي يقيم به منتجات وسائل الاتصال الجماهيري.

بينما مشروعية مواقع الشبكات الاجتماعية لا تستند الى هذه المعايير بل تتجسد في إقامة العلاقات مع الاشخاص لأغراض متعددة، اقتسام تجربة، تبادل معلومات، تقييم الذات وإتاحة الفرصة لإقامة صداقات أو تشكيل معارف حقيقية، إن مواقع الشبكات تغذي من الاعلام لكنها تعمل على تغيير حمضه النووي.

¹ هنزان الهز: الاعلام أدوار وامبراطوريات، الهيئة العامة السورية للكتاب، سوريا، 2012م، ص: 18.

يقصد بالميديا الاجتماعية "Social Media" بأنها جيل جديد من التكنولوجيا الرقمية التي شبكت الأفراد اجتماعيا، متخذة العديد من الأشكال ويوحي ضمنا أن وسائل الاعلام الكلاسيكية ليست لها أي صلة بكل ما هو اجتماعي، وينظر في الغالب الى الفرق بين الميديا الاجتماعية ووسائل الاعلام الكلاسيكية من زاوية موقع المتلقي وفاعليته¹، واهتدى بعض الباحثين الى صيغة للتحايل على الاشكالية التي تثيرها صفة القديم والجديد في وسائل الاعلام، فأطلقوا مسمى "الجيل الثاني من وسائل الاعلام" على الميديا الجديدة، والاختلاف الحاصل حول مفهوم الجديد الذي انطلق من خلفية تقنية محضة، في حين اعتبر جزء آخر أنه ذو خلفية اجتماعية ثقافية، وصولا الى رؤية جامعة لخلفية تقنية اجتماعية تواصلية، وعليه تستعرض أهم الرؤى حول خلفية الاعلام الجديد التقنية، الاعلامية والتواصلية.

الرؤية الأولى:

وتتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام هي التي تحدد محتواها، حيث أن الايديولوجيات التقنية ليست واحدة من الايديولوجيات بين سواها أو من الايديولوجيات الموجودة، مع التأكيد بأنه لا وجود لمجتمع من دون ايديولوجيات ومن دون روابط توحد المجموعات الاجتماعية بالنسبة الى السياسية والدين والسياقات وتتطور مع الزمن وبعاد تركيبها، ولا يستغني عنها لقيام حياة اجتماعية، فقد تناول دومينيك وولتون Dominique Wolton في كتابه الاعلام ليس تواصلًا بالنقد المبالغ في التركيز على منح تقنيات الاتصال سلطة معيارية مبالغ فيها بحيث تصبح العامل الأول في تنظيم المجتمع وإعطاءه معناه، يمكن النظر للتغير الاجتماعي برؤية حتمية التحول في ثلاث مسارات: أولها ما يعرف بالحتمية التقنية Technologie Determinis، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره إلا أن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعد الأساس في التحليل

¹ نصر الدين العياض: التفكير في ادوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، مجلة الباحث الاعلامي، عدد 22، العراق، 2013م، ص: 38.

الاجتماعي لتقنية الاتصال مع احتمال حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والايديولوجيات السائدة وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التكنولوجية على أساس أن القوى الاجتماعية بأنواعها، تمتلك زمام تطور التكنولوجيا وتؤثر في تطويرها واشتهر في هذا الاتجاه الأمريكي "ليزلي وايت"، وقدم وايت الطرح التالي: إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافيا بواسطة المادة التكنولوجية، وتبنى اجتماعيا بفعل التطور الاجتماعي¹، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام هي التي تحدد محتواها، وأصبحت هذه الوسائط بالتالي ظاهرة اجتماعية شاملة كما يقول "مارسال موس" Marcel Mouss الباحث الاجتماعي وعالم الأنثروبولوجيا الفرنسي².

الرؤية الثانية:

تنطلق من أن وسائط الاتصال الجديدة مصطلح يعبر عن التطبيقات الاعلامية المستفيدة من التطورات التقنية المعاصرة، وبهذا فوسائط الاتصال الجديدة هي مرحلة تاريخية من تطور وسائل الاعلام التقليدية فهي تعتبر امتدادا طبيعيا لها، أي أن وسائط الاتصال الجديدة هي المرحلة الأكثر تطورا حتى الآن على الصعيد التقني، وكل إضافة من المزايا التي تتوفر عليها عائدة الى استغلال التطور التقني ليس إلا، فلا فاعلية للأفكار إلا عبر الوسائط وتقنياتها بدءا من سعف التخيل، والصحف الأولى، مروراً بالمطبعة والكتاب والصحف الحديثة ووصولاً الى الألواح الالكترونية، فالإنسان هو عارف بقدر ما هو صانع، والأحرى القول إنه عارف لأنه صانع، بمعنى أن المعرفة هي في النهاية صناعة، أي يمكن إن الوسائط هي الشط الذي يتيح للأفكار أن تتحول الى قوة مادية فاعلة، وهو ما بينه "روجيس دوبري" Rogis Debry في علمه الجديد "الميديا" حول علاقة الأفكار بالوسائط

¹ أحمد شريف بسام: مرجع سبق ذكره، ص: 57.

² بشرى جميل الزاوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مقال منشور في مجلة الباحث الاعلامي، عدد 18، العراق،

والأجهزة الفكرية والايديولوجية أيا كانت خصوصيتها وميزتها، لا ينفصل على مرتكزاتها التقنية، إذ لا سلطة ولا فاعلية لها من غير هذه المرتكزات والوسائط إذن هي نتاج الأفكار ذاتها¹.

الرؤية الثالثة:

إن الرؤية التقنية تجعل من وسائط الاتصال الجديدة عاملا محددًا للتحويلات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة الناتجة عن التملكات الاجتماعية للتقنية، وتتكتل هذه التملكات داخل سياقات تاريخية واجتماعية، وثقافية والمقاربة التواصلية استنطاق لصيرورات تشكل هذه التملكات، وتعتمد المقاربة التواصلية في تحليلها للظاهرة مستويات عدة اقتصادية وتقنية وثقافية، كما أن تحرر الباحث من الهوس بالتقنية، وتدفعه الى البحث في الظواهر بالاعتماد على شبكة من المفاهيم النظرية القادرة على تحليل الأشكال الامبريقية للتملكات الاجتماعية للتقنية، وتكفل المقاربة التواصلية للباحث مقارنة الظاهرة بشكل جزئي وكلي في نفس الوقت فينظر الباحث بالتالي الى هذه التملكات الاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات في علاقتها المشتركة بصيرورات التواصل الاجتماعي وأشكالها وفاعليتها داخل المجتمع، فالمقاربة التواصلية لوسائط الاتصال الجديدة تسمح بفهم الظاهرة كحقل تتفاعل فيه التقنية والتواصل كعملية اجتماعية معقدة².

إن ما يمكن أن نستشفه من خلال اطلاعنا على العديد من الأدبيات البحثية التي حاولت ضبط مفهوم محدد لوسائط الاتصال الجديدة، هو أن هذه الأخيرة ليست توجهها تقنويا محضاً، بل هي توجه اجتماعي أيضاً نحو صحافة المواطن ومنصات التشبيك الاجتماعي الافتراضي إضافة الى التدوين الالكتروني.

¹ أحمد شريف بسام: مرجع سبق ذكره، ص: 58.

² الصادق الحمامي: الاعلام الجديد، رؤية تواصلية، مقال منشور في مجلة اذاعات الدول العربية، العدد 04، تونس، 2006م، ص: 03.

ثانيا / عوامل تطور وسائط الاتصال الجديدة :

إن وراء تطور أي ظاهرة اجتماعية أو تكنولوجية تكمن هناك عدة عوامل تساهم في تناميها وتقدمها، وباعتبار أن الاعلام الجديد يعد ظاهرة تكنولوجية واجتماعية هناك عدة عوامل ساهمت في ظهوره وتطوره، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

1- العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات، ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عديدة، الى أن أفرزت شبكة "الأنترنت" التي تشكل حاليا الوسيط الذي يحوي بداخله جميع الوسائط الاتصالية الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد إنعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الاعلام من صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك، وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الاعلامية، وموزعها، ومتلقيها، فقد انكمش العالم زمانا ومكانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب، وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن في فضاء المعلومات¹.

2- العامل الاجتماعي: إن تغير الثقافات والعادات وتطور المجتمع ساهم في تطور احتياجات أفراد المجتمع عن طرق حصولهم على الأخبار والمعلومات، كما أن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة، بالإضافة الى تطور نسبة زيادة التعليم والتثقيف جعلت من وسائل الاعلام التقليدية غير قادرة على تلبية مختلف احتياجات الأفراد، كما أن مجتمع الاعلام والاتصال له مؤشرات أخرى، فبتمظهراته، نشأت شبكة وفاعلين إجتماعيين جدد وبرزت أشكال جديدة من الجماعات والفوضى الاجتماعية، عنف الشباب، اضطراب الحكام، ارتباك الوظائف الاجتماعية المتعددة، كما أن تقارب اليوم، علوم الاعلام والاتصال، مفهوم الاتصال على أنه مصطلح مؤسس لفكر جديد يسمى بالفكر الاتصالي، والذي يتموضع في مفترق طرق اتصال جديدة، وتولى هذه العلوم "علوم الاعلام والاتصال" أهمية خاصة بالسياقات الاجتماعية والثقافية وتعطي مفهوم العلاقة

¹ سميرة شحاني: الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، عدد 01، سوريا، 2010م، ص: 443.

بالذات اهتماما أساسيا، وعليه يمكن أن نحمل بأن مجتمع المعرفة ينجم عن ثقافة جديدة، فكر جديد، مثل وقيم اجتماعية جديدة، وبالتالي فالتطور التقني يقتضي أيضا تطور على مستوى المجتمع.

3- العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع في حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو بدوره يتطلب في تدفق المعلومات وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي "المعلومات" سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوما بعد يوم، بقول آخر: إن عولمة نظم الاعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة السوق وتنمية النزاعات الاستهلاكية وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى، وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

4- العامل السياسي:

تغيرت السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الاعلامي، خاصة مع بروز ظاهرة العولمة، فالسياسة بمفهوم النطاق الجغرافي والمحلي والوطني، أي بمفهوم السيادة من خلال ممارسة صلاحياتها وسلطاتها على شعبها وأرضها وثرواتها، والدولة القومية هي نقيض العولمة لأن الأخيرة تعمل على انتزاع سيطرتها على مجاهاا الوطني والمحلي، وفي ظل الاقتصاد العالمي وتوحد الثقافات أصبح الحديث عن الحكومة العالمية وانتقال القرارات والتشريعات والقناعات والخيارات من المجال المحلي الى المجال العالمي، وخروج النشاط السياسي عن الدولة وحدودها، وأصبحت الدولة كما يوضح "ريتشارد فولك": أن الدولة مجرد وحدة ضمن شبكة من العلاقات والوحدات الكثيرة في عالم يزداد انكماشاً وترابطاً، ولم تعد الدولة مركز السياسة في عالم العولمة بل باتت جزءاً من كل قوة سياسية تمارس سلطتها رسمياً، لكن عملياً فإنها مرتبطة بالسياسة العالمية التي توجه المواطن الافتراضي¹.

ثالثاً /أنواع وسائط الاتصال الجديدة:

إن الحديث عن أنواع الوسائط الاتصالية الجدية يبدو مستهجناً، إذ أنه يبدو لنا أن مبدأ عمل واحد يحكم جميع الوسائط الاتصالية الجديدة هذا إن كان صحيحاً، غير أنه هذا يعتبر مفهوم قاصر فالاستعمالات والتطبيقات تتمايز بشكل كبير بين المواقع وهذا الأمر الذي نحن بصدد توضيحه.

¹ أحمد شريف بسام: مرجع سبق ذكره، ص: 64.

أولاً: مواقع تختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات:

1- المدونات: "Blogs" يوجد العديد من أنواع المدونات بعضها يختص بنقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمور شخصية ويومية، ومن أهم برامج المدونات:

Plogger/Expression Engine/Live Jornal/Open Diary/ TypePad/Word Press

2- المدونات الجزئية: "Micro Blods" المدونات الجزئية ماهي إلا أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية هو صغر حجم وكمية المعلومات "نصية، صورة، صوتية ومرئية" المتداول عليها هو مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع، ومن أهم المدونات الجزئية:

Haiku/Plurk/Posterous/Tumllr/Twitter/Qaiku/Google Buzz/Ident

3- خدمات تحديد المواقع الجغرافية: Location Bosed Services

كما تعرف اختصاراً بـ LBS هذه الخدمة تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي وتعريف شبكته من الأصدقاء بما يفعل في ذلك الموقع بالتحديد، ومن الفوائد العديدة لهذه الخدمة هي أنها تعرف شبكتك بالأماكن الجديدة في مدينتك، أو في أي مدينة أخرى قد تزورها، كما تتميز هذه الخدمة بتقديم معلومات عن الموقع، فقد تكون مفيدة وتوفر أيضاً أرقام الاتصال، عنوان الموقع الإلكتروني، رأي المستخدم الشخصي في الخدمة، أو حتى اقتراح لتجربة شيء مميز في ذلك الموقع وهناك العديد من برامج ومواقع خدمة تحديد المواقع مثل:

Foursquare/Geologie/Gowalla/The hotlit/

4- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:

لعل من أشهر هذه المواقع موقع فيسبوك، ولينكدن، وهي مواقع تمنى المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة، أو البحث عن عمل جديد أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرف، دون الحاجة للسؤال المباشر فهذه المواقع توفر العديد من الفوائد للمستخدمين، ومن أهم

مواقع الترابط الاجتماعي: A small/Word/Bebo/Diaspora/Facepook/His
Mgspace/Ning/Orkut/Plaxo

5- مواقع المعلومات Information Aggreators : تقوم هذه المواقع والبرامج بتجميع المعلومات التي تهمك فقط، مما يميز هذا العصر الذي نعيش فيه هو كمية المعلومات المتداولة بشكل سريع عن طريق الأنترنت، حيث تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلا من البحث عنها وإضاعة الوقت، وهناك العديد من مواقع جمع المعلومات مثل: Netvibes/Evri

6- موقع مشاركة الاهتمامات Social Interests : هذه نوعية مختلفة من المواقع تساعدك على نشر ومشاركتك تفاصيل يومياتك مثل : نوعية الأجهزة التي تستخدمها، واهتماماتك، ماذا تشاهد الآن، أو ما تقرأه في الوقت الحالي ومن أهم تلك المواقع: Get glue/good Reads

7- مواقع جمع التبرعات والقضايا المهمة Onlign Advocacy and Fundrainsiy

فكرة هذه النوعية من المواقع الذكية والمفيدة لتسهيل، أنك تود القيام بمشروع لا تملك التمويل اللازم له، كل ما عليك هو تقديم دراسة المشروع لهذه المواقع، ومن ثمة يقوم القائمين على الموقع بدراسة المشروع وفكرته ثم عرضه على المستخدمين، ومن أشهر تلك المواقع: Causes/Kichstarte¹

ثانيا - مواقع التعاون وبناء فرق العمل:

1- الويكي Wiki: وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا، الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق استخدام هذه المواقع

Pb Works/WetPaint/Wikia/Wikipédia/Wiki média/Wikispace

¹ بدر الدين بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة

انموذجا، رسالة ماجستير في علم اجتماع التربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص ص: 43-44.

2- مواقع المرجعيات Social Bookmarking: يمكن استخدام هذه المواقع لوضع علامات مرجعية لمواقع تهمك أو قد تهم غيرك مثلما هو الحال عند حفظك لموقع في برنامج تصفح الأنترنت الخاص بك لكن مع إضافة إمكانية مشاركة الآخرين لهذه المواقع المرجعية، كما تمكن هذه النوعية من اكتشاف مواقع جديدة عليك، تعد هذه الخدمة من روائع الأنترنت اللانهاية، فهي تحيل إمكانيتك استكشاف بحور الشبكة وتفرعاتها بالاعتماد على جهود الأصدقاء أو حتى مستخدمين آخرين على الشبكة في العديد من مواقع المرجعيات مثل:

Cite Ulike/Delicious/Digo/google reader/ Stumble/Upan/Folkd

3- مواقع الأخبار الاجتماعية Social Nwes : بدلا من الاعتماد على استقاء الأخبار من قنوات الأخبار المتعارف عليها، يمكن الاعتماد على شبكة بواسطة من المستخدمين لإيجاد الأخبار المهمة، حيث يقوم المستخدمون من تقديم الأخبار التي يجدونها مهمة ومن ثم يقوم القراء بترقيتها إن كانت فعلا مهمة، مما يميز هذه المواقع هو التركيز على ما هو حديث في مجال اهتمام العالم، كما تقدم الكثير من مواقع الأخبار الاجتماعية تصنيفات تساعد المستخدم على تحديد مجال اهتمامه مهما كانت، ومن أهم مواقع الأخبار الاجتماعية: Digg/Mixx/Now Public/Reddit/News wine

4- الملاحة الاجتماعية "Social Navigation": برامج الملاحة الاجتماعية عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بتشيتها على جهاز الهاتف الخليوي، ثم الاستعانة ب: GPS لرسم خريطة حركته بالمدينة، فهي تحيل آلاف المستخدمين بأن يقومون بنفس العملية على مدار الساعة، المحصلة هي خريطة دقيقة مرسومة من قبل المستخدمين، كما يمكن هذا البرنامج تقديم توجيه دقيق للمستخدم عند رغبته الوصول لمكان محدد، أو التنبيه بوجود مخاطر على الطريق، أو حتى تغيير المسارات، وكما يمكنك أن تتخيل سرعة ودقة تزامن المعلومات بشكل دائم، والاشتراك عن طريق البرامج التالية: Trapster/Waze

مواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص Document Manegement/Editing

كم يود البعض التعاون في إتمام مذكرة أو نص أو حتى التعاون على تحضيره، فإستخدام هذه المواقع كل ما عليك هو تحديد الأشخاص الذي تود التعاون معهم والباقي ما هو إلا تفاعل سلس

بينكم، فكلما دخل شخص على المذكرة أو النص يمكنه رؤية التحديثات والتعديلات وبالتالي التعاون على اتمام العمل حتى لو فصل بينكم محيطات، بعض هذه المواقع "Drop Box/Box" يساعدك على تبادل الملفات مع الآخرين حيث تمنحك الشركة المقدمة للخدمة سعة تخزين محددة، يمكنك استخدامها لإنشاء ملفات، ومن ثمة مشاركة الملفات مع أصدقاء، أو الزملاء لتبادل البيانات بشكل فوري وسريع، ومن أشهر مواقع إدارة وتحرير النصوص: Google Docs/Syncplicity

ثالثا - مواقع الوسائط المتعددة:

1- مواقع التصوير والفن "Photo Sharing": تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك

مكانا يمكنك فيه حفظ، تخزين، وعرض أعمالك الفنية سواء كانت صور أو رسومات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها، وإبداء الإعجاب أو النقد لها، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها، وبناء على نوعية الفن، هناك العديد من المواقع مثل: Devant

Sharing/Sheaming، في هذه النوعية من المواقع يمكن إيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها المواقع الاجتماعية الأخرى حتى يتمكن أصدقاؤك من التعرف عليها وإعادة نشرها على شبكتهم الخاصة، ويمكنك إضافتها لمدونتك مباشرة، بإمكانك كذلك إنشاء الفيديو الخاص بك عن طريق استخدام كاميرتك الخاصة أو جهازك الخلوي، ورفع المقاطع لهذه المواقع مباشرة دون الحاجة الى استخدام جهاز الكمبيوتر باستخدام مواقع البث المباشر، يمكنك البث من جهازك الخلوي في أي وقت مع إمكانية البث لمدونتك الخاصة، أو قناتك، وبعد الانتهاء يمكنك تحميل المقاطع المرئية لمواقع مشاركة الفيديو، ومن ثم نشرها ومما يميز خدمات البث هو إمكانية التفاعل حيث يمكن للمتفاعلين التواصل معك فورا، وفي نفس لحظة البث، كما يمكن الرد عليهم، والاشتراك في العديد من مواقع تخزين وبث الفيديو: Youtub/Seven Lood/Joutin Tv/Blip Tv/Fiddler

2- مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى Music/Audisharing :

باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع والموسيقى كما يمكن الموسيقيين من نشر ابداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الانتاج الفني كما أن بعض هذه المواقع يقدم خدمة راديو على الأنترنت حيث يمكنك تحديد

نوعية الموسيقى أو البرامج التي تود الاستماع لها، ومن ثمة الحصول على ما يناسب ذوقك يمكنك أيضا اكتشاف الجديد من خلال التعرف على ما هو حديث، وماله شعبية بين المستمعين مثلك، يمكنك اكتشاف المزيد من خلال زيادة هذه المواقع مع العلم أن بعضها يحرص تقديم الخدمة على دول

محددة: Cc Mixer/Shart The Music/Pandora Radio/Reverbnation

رابعاً - مواقع الرأي والاستعراض:

1- استعراض السلع Product Reviews : تخيل أنك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث، يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلكم وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، أما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات السلع ومواصفاتها، حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما أنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج ومميزاته ومن بين أهم وسائل الاتصال الجديدة التي تهتم بالرأي والاستعراض: ¹Opinions/Mouth Shut

2- الأسئلة والأجوبة الاجتماعية Community Q/ A : كما هو الحال مع استخدام المواقع الاجتماعية لاستعراض السلع أو الحصول على آراء المستهلكين، يمكنك الحصول على إجابات محددة لأسئلة قد تدور بذهنك تحدثت عن مواقع الويكي، حيث يقوم العديد من المستخدمين بعملية إضافة وتنضج المعلومة المطروحة، بناء على نفس الفكرة الأساسية، فمواقع الأسئلة والأجوبة الاجتماعية تعمل بنفس المنطلق، حيث تقوم بتقديم سؤال، ويقوم المستخدمون بتقديم إجابات ومن ثمة يقوم كل من له دراية بتعديل الموضوع لإعطائك أدق إجابات ممكنة، كما يمكنك الاشتراك في متابعة سؤال طرح مع الغير لما للموضوع من أهمية لديك، أو حتى متابعة نوعية معينة من المعلومات فبالتالي احتمالات الاستفادة لا نهائي، يمكنك الاشتراك بطرح أسئلتك، أو متابعة موضوع، أو سؤال، لزيارة أحد هذه المواقع:

Ask Ville Ehow/Stach Exchange/Wiki Anawers/Yahoo
Answers/Quora/Ask.com

¹صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية تعريفها، أنواعها، تأثيرها، جمعية المهندسين الكويتية

خامسا - المواقع الترفيهية الاجتماعية:

1- مواقع العلوم الافتراضية Virtual Words : قد يعتقد البعض أن هذا من ضروب الخيال العلمي، لكن الواقع أن مواقع العوالم الافتراضية كانت ولا زالت متوفرة منذ زمن بعيد، كما أنها في تطور دائم، يمكنك في العالم الافتراضي إنشاء ما يسمى بالشخصية الرمزية "Avatar" الخاصة بك وتفاعلها في عالم تقابل فيه العديد من الشخصيات المختلفة التي قد تعكس أو لا تعكس شخصيات منشئها الحقيقيين في عالم افتراضي يمكنك أيضا التواصل والتحدث بالصوت مع أي شخص من الشخصيات المتواجدة في تلك العوالم كما يمكنك شراء وبيع سلع وممتلكات هذه العوالم، بعض ألعاب العوالم الافتراضية تقوم على فكرة إيجاد حياة أو عالم بديل لعالمنا الحقيقي لتجربة العوالم الافتراضية يمكننا زيارة المواقع التالية:

Words/Secend life/Rune Scape/World Of Warcraft Active

2- وسائط مشاركة الألعاب الاجتماعية "Game Sharing":

تعتمد فكرة هذه المواقع على مشاركة الآخرين على شبكتك الاجتماعية وهي ألعاب تتطلب العديد من اللاعبين على الشبكة، كما تمكن بعض هذه المواقع المطورين من عرض ألعابهم على المستخدمين للاستمتاع بها، يمكنك اللعب ومشاركة الآخرين المرح ومن بين هذه الوسائط: Gongreate/Mini Clip/New Grouds/Armor games

رابعا/ خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة و اهميتها :

يشير الباحث "Hongladarom" الى أن وسائط الاتصال الجديدة "وسائل التواصل الاجتماعي" لم تعد تقتصر على كونها حلقات افتراضية خيالية، وإنما أصبحت تشابه وتتماشى الى حد كبير مع الفضاءات الفيزيائية الحقيقية في الواقع الاجتماعي كالمقاهي والاسواق والساحات العامة والمتاحف وغرف الجلوس في المنزل، إذ قام الأفراد بإدماج حياتهم الواقعية ضمن العوالم الرقمية بكيفية ديناميكية معقدة، وأصبحوا كائنات اجتماعية رقمية.

ونلاحظ أن مختلف أنماط ونماذج الوسائط الاتصالية الجديدة "شبكات التواصل الاجتماعي" تجمعها مظلة واحد، إلا أن لكل واحدة منها مميزاتا المخصوصة، وبنائياتها المتنوعة والممارسات الاستخداماتية المختلفة.

ويرى الباحث "Swite" أن وسائط الاتصال الجديدة تعد بمثابة منظومة تواصلية ثورت أساليب التفاعل الاجتماعي، والتواصل والإدارة والتسويق والتعاملات الاقتصادية، وضمن نفس التصور ترى الباحثة "هبة محمد خليفة" بأن الوسائط الاتصالية الجديدة "شبكات التواصل الاجتماعي" أنها مواقع جد فعالة في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم¹، يجمع العديد من الباحثين على العديد من الخصائص التي تميز الوسائط الاتصالية الجديدة، ومن أبرزها:

1-1 التفاعلية: وهي العملية التي يتوافر فيها التحكم في الوسيط الاتصالي من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد، وهناك من يرى أن شبكات التواصل الاجتماعي تخط مرحلة التفاعلية الى ما بعد التفاعلية أي يمكن لكل متصفح في الأنترنت من إرسال الكتابة والصور والفيديو على شبكة النت ودعوة الآخرين للمشاهدة والتعليق عليها.

1-2 سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها، لذا فأني شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية، كما أن التسجيل في هذه الشبكات مجاني ومفتوح أمام الجميع².

¹ بن عمرة بلقاسم أمين: دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر، 2018، ص: 199.

² مريم مراكش: استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علم النفس، قسم علم النفس، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، ص: 115.

1-3 المحتوى من صنع الزوار: هذه الصفة من صفات الوسائط الاتصالية الجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" أن المحتوى هو من صنع الزوار والمتصفّحون صاحب الشبكة الاجتماعية مكلف بخلق بيئة مناسبة سهلة ليستطيع الزوار أن يسكبوا فيها ما يحملوه من معلومات وأفكار، وكل ما يخطر في بالهم ضمن توجه الشبكة العام وسياستها وقوانينها، ربما برامج المنتديات تحقق هذه الصفة بجدارة.

إن هذا المعطى الجديد "الوسائط الاتصالية الجديدة" الذي طرأ على شبكة الأنترنت أحدثت نقلة كبيرة الى الأمام، فلقد كانت مهام إضافة المحتوى إلى أي موقع من الأعمال المكلفة والمتعبة، فأى موقع كبير كان بحاجة الى فريق عمل متخصص في الكتابة والإضافة يعمل بشكل مستمر حتى يظل الموقع متجددا ليكسب الكثير من الزوار المتعطشين للمعلومة والمعرفة أما الآن فيمكن استبدال فريق إضافة المحتوى بأنفسهم وبالتالي زيادة رصيد الموقع من المحتوى المعرفي وكل هذا بشكل مجاني مقابل ما تقدمه لهم من بيئة مناسبة وخدمة جيدة كي يطور حالهم داخل صفحات الموقع¹.

1-4 خاصية الصور:

هذه الخاصية تتيح للمشارك إمكانية إعداد ألبوم الصور ونشرها، كما يمكن استعراض من خلالها صور الأصدقاء المضافين، وصور العائلة والمناسبات، الخاصة والعامة.

1-5 خاصية الفيديو: Video

تتيح للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به، ومشاركتها مع الاصدقاء على هذا الموقع.

1-6 خاصية المجموعات:

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على هذه الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث تتمتع هذه الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها هدف يجمعها، وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة.

¹ جبريل بن حسن العريش، سلمى بنت عبد الرحمان: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع،

ط1، عمان، الاردن، 2015م، ص: 35.

1-7 الانفتاح:

معظم وسائل الاعلام عبر الوسائط الاتصالية الجديدة تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء، أو التعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع على التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى¹.

المحادثة: تتميز الشبكات الاجتماعية عن وسائل الاعلام التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة².

التربط: تتميز الوسائط الاتصالية الجديدة بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي ترتبط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك ترسله الى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعارف والمعلومات³.

1-8 التحكم في المحتوى:

عندما تدخل أي موقع الكتروني عادي فإن أول ما سيظهر لك في صفحات هذه المواقع هو ما يريده أصحاب الموقع أن يظهر للجميع، أصحاب الموقع هم من يتحكمون في المحتوى وأنت ما عليك إلا الإذعان والتسليم، أو مغادرة الموقع إذا كان المحتوى لا يعجبك، هذا في حالة المواقع العادية، فماذا عن الشبكات الاجتماعية في مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت مستخدميها هم من يتحكمون في المحتوى الذي يعرض عليهم، يشكلوه كيفما أرادوا سواء بوعي منهم، أو بدون وعي، فحين تبني قائمة أصدقائك في موقع الفيسبوك، فأنت بذلك تشكل عالم الفيسبوك الخاص بك وتحدد ملامح ما ستقرأ وتشاهد وتناقش ومواقع الشبكات الاجتماعية تنافس في مجال دعم هذه

¹ مريم مراكش: مرجع سبق ذكره، ص: 45.

² جبريل بن حسن العريش، سلمى بنت عبد الرحمان: مرجع سبق ذكره، ص: 62

³ العوضي حمزة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري، رسالة لنيل شهادة

ماجستير في علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2016م، ص: 116.

النقاط الهامة، فهي تتنافس لتقدم حلول وأدوات للتحكم أكثر بالمحتوى الذي يعرض على المستخدم¹.

2- أهمية الوسائط الاتصالية الجديدة:

تشارك معظم الوسائط الاتصالية الجديدة "شبكات التواصل الاجتماعي" والمدونات في جملة من الميزات التقنية ذات الأهمية البالغة، التي تسمح للأفراد بتشييد بروفائلات عامة، أو شبه عامة، وتشكيل قوائم تضم المستخدمين الآخرين، وإتاحة التفاعل معهم بصفة منتظمة ويرى Sunden بأن البروفائلات هي العمود الفقري الذي تستند عليه شبكات التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن صفحات فريدة يخلق فيها الفرد ذاته من خلال عملية التشبيك "Type Oneselfint Being" كما تسمح العديد من الوسائط الاتصالية الجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" بتدوين وكتابة ونشر مدخلات "Inputs" غير محدودة ومشاركتها مع الآخرين، وتتيح كذلك التفاعل مع باقي المستخدمين من ذوي الاهتمامات المماثلة "Similar Intersts" وتجميعهم في قوائم، والتواصل معهم².

خامسا/ بعض النماذج للوسائط الاتصالية الجديدة:

أ- الفيسبوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كثير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لم تتعدى مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط 2004، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرغ" وكانت مدونته "الفيسبوك" محصورة في بدايتها، في نطاق الجامعة وبمحدود أصدقاء الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر ولم يخطر بباله هو وصديقين، إن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي في فترة زمنية قصيرة جدا³.

إذ أصبح من المستقر أن الفيسبوك يعد أهم شبكة تواصل اجتماعي والأكثر استخداما، حيث يتميز من الناحية التقنية بنفس مميزات باقي الشبكة ويعتبر النموذج الأنجح والأكثر انتشارا نظرا

¹ خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعي، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2013م، ص: 27.

² بن عمر بلقاسم أمين: مرجع سبق ذكره، ص: 205

³ مزري تش بن: قصة فايسبوك ، ثورة وثورة ، ترجمة: وائل محمود الهلاي، دار السطور الجديدة، ط1، القاهرة، 2011م، ص:

لسهولة استعماله ولعمليته وبساطة تصميمه ويحوي البروفايل الشخصي صورة المستخدم والتي تكون في الجزء العلوي جنباً الى جنب مع بعض المعلومات الشخصية "الاسم، النوع الاجتماعي، الموطن، التوجه السياسي والحالة الاجتماعية"¹.

وهنا يمكن القول بأن الفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ثماني سنوات من عمره أكثر من 905 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم.

ويتضمن الفيسبوك على العديد من الخصائص التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن أهمها:

- **لوحة الحائط Wall** : وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم.

- **النكر Poks** : التي تتيح للمستخدمين إرسال "وكزة" افتراضية لإشارة الانتباه الى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- **الصور Photos** : التي تمكن المستخدم من تحميل الألبومات والصور في أجهزتهم الى الموقع، ويمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية بحيث بإمكانك إتاحة الى مشاهدة الصور الخاصة به لأصدقائك، أو تشاهدها أنت فقط أو مجموعة معينة من الأصدقاء².

- **خاصية إنشاء مجموعات فيسبوكية "Creating Facebook Groupe"** : حيث تسمح شبكة الفيسبوك للمنضمين إليها إمكانية إنشاء مجموعة بغية استقطاب الأعضاء من ذوي الاهتمامات المشتركة ويتم نشر وتداول وتبادل مختلف المحتويات والمنشورات والتعليق عليها ومشاركتها، داخل حائط المجموعة بشكل علني في حدود فضاء المجموعة عادة واعتماداً على صلاحيات الخصوصية التي

¹ بن عمر بلقاسم أمين: مرجع سبق ذكره، ص: 206.

² جبريل بن حسين العريش: مرجع سبق ذكره، ص: 40.

تمنحها هذه المجموعات للأعضاء، وتدار هذه المجموعات من طرف مسير يسهر على إدارة المجموعة، وذلك ضمن تنظيم نشاطات أعضاء المجموعة التفاعلية، وأحيانا التدخل لتنبيه الأعضاء في حال وقوع سلوكيات مخالفة لقواعد المجموعة¹.

- **خاصية Marketplace:** التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

- **خاصية Events:** أو الأحداث التي توفر للمستخدمين وسيلة الابلاغ عم الاحداث أو الاهتمامات المترقب وقوعها.

- **خاصية الفيديو Video :** الذي يوفر إمكانية تبادل أفلام الفيديو بين المستخدمين.

- **خاصية التغذية الاخبارية NewsFood :** أو التغطية الاخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة، وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، وقد أثارت هذه السمة حالة من الإستياء بين مستخدمي الفيسبوك في بداية الأمر، حيث شكى البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات الغير مرغوب فيها، فتم تعديل الخاصية بحيث صار لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية².

بعض الأرقام والإحصائيات حول جمهورية الفيسبوك وفقا للربع الثالث من عام 2013:

الإحصائيات التي نشرها موقع الفيسبوك في الربع الثالث من العام 2013، كانت كما يلي:

* عدد مستخدمي الفيسبوك حتى الآن بلغ 1.6 مليار مستخدم منهم 728 مليون مستخدم نشط يوميا.

* يبلغ عدد المستخدمين عبر الهواتف 469 مليون مستخدم يوميا أي بواقع 69% من المستخدمين.

¹Algeria . Internet Usage. 2018 . Population States And Face book. Subscribes. Acced 18/08/2019: 11: 34H

At: [http:// www. Internet world states.com/ states.htm](http://www.Internet world states.com/ states.htm)

² جبريل بن حسين العريش: مرجع سبق ذكره، ص: 46.

* يبلغ عدد الأشياء التي تتم مشاركتها عبر الفيسبوك يوميا الى 4.75 مليار يوميا، بينما عدد الاعجابات يوميا الى 6.75 مليار إعجاب.

* بلغ عدد الصور التي تم رفعها على فيسبوك الى 250 مليار صورة "بمتوسط 217 صورة لكل مستخدم" أي بمتوسط 350 مليون صورة يوميا.

* بلغ عدد الرسائل التي يتم إرسالها الى 10 مليار رسالة يوميا.

* يبلغ مجموع الوقت المستغرق على الفيسبوك بالمناسبة لاستخدام الأنترنت في العالم 15.8%.

* يبلغ إجمالي الوقت الذي تتم فيه زيارة موقع الفيسبوك يوميا بـ 22 مليار دقيقة أي بمتوسط 20 دقيقة لكل مستخدم.

* تبلغ نسبة الأمريكيين الذي يستخدمون الفيسبوك أثناء العمل 29.29% بينما 19.4% لا يستطيعون الدخول إليه من عملهم¹.

جدول 01: يوضح نمو موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

الشهر	السنة	عدد المستخدمين
شباط	2004	انطلاق الموقع
كانون الأول	2004	1.000.000 مليون مستخدم فعال
كانون الأول	2005	5.500.000 مليون مستخدم فعال
كانون الأول	2006	12.000.000 مليون مستخدم فعال
نيسان	2007	20.000.000 مليون مستخدم فعال
تشرين الأول	2007	50.000.000 مليون مستخدم فعال

¹ واقع الاعلام الاجتماعي العربي، تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، عامان بعد الحراك ، كلية دبي للإدارة الحكومية، ماي 2013م، ص: 05.

آب	2008	100.000.000 مليون مستخدم فعال
كانون الثاني	2009	150.000.000 مليون مستخدم فعال
شباط	2009	175 مليون مستخدم فعال
نيسان	2009	200 مليون مستخدم فعال
تموز	2009	250 مليون مستخدم فعال
أيلول	2009	300 مليون مستخدم فعال
كانون الثاني	2010	400 مليون مستخدم فعال
تموز	2011	800 مليون مستخدم فعال
نيسان	2013	1.6 مليار مستخدم فعال

جوستين ليفي: التسوق عبر الفيسبوك، ترجمة: أحمد حيدر، الدار العربية للعلوم، ناشرون بيروت، 2011م، ص: 31.

ب/ **تويتر**: هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكة في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية: لعبت دورا مهما جدا في الفترة الأخيرة وهي "فيسبوك، تويتر، يوتوب"، وأخذ "تويتر" مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد، واتخذ من العصور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها أيضا نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

ويمكن لمن لديه حساب في تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات "التويتات" من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغر هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة "RSS" عبر الرسائل النصية.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عناوين ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً كبيراً للذوات الافتراضية¹.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدء الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007، من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر 2009، فإن غوغل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر².

المدونات الرقمية:

أ - المفهوم اللغوي:

المدونة أو "Weblog" تعني اصطلاحاً "سجلات الشبكة" وتعريفها دفتر يوميات الكتروني، وقد تم الاتفاق عربياً على "مدونة" كتعريب لـ Weblog أو "Blog" وكلمة تدوين هي تعريب Blogging، فالمدونات "Weblog" والتي بدأ في تسعينات القرن الماضي كهواية أصبحت تتحول إلى وسيلة جديدة تغير طريقة تواصل الأفراد، وعمل الصحفيين، وسلطة إعلامية تؤثر، وبالعودة إلى المصطلح بالنسبة للغة الفرنسية توجد العديد من الاستعمالات إذ يطلق على المدونة "Carnet web" أي مفكرة الويب أو مفكرة الوسب Jornal web أي صحيفة الويب، كما يطلق عليها مصطلح Blogger وهو اختصار لكلمة Giography التي تعني سيرة، أما الثاني فهو مصطلح "Log"، وتفيد دلالاته سجلاً، أو جدولاً، أو مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل.

¹ جبريل حسين العريش: مرجع سبق ذكره، ص: 66.

² Antenos – Conforti. **Enza Microblogging On Twitter: Social Net Working Interndiate Italian Classes The Next Génération:** Social Networking And Online Collaboration In Foregen Language. Vol 59.2009.P 90

في قراءة تاريخية مختصرة لنشأة المدونات يمكن القول أنها ظاهرة انطلقت في منتصف تسعينيات القرن الماضي في أمريكا وخصوصاً مع موقع "دراج ريبورت" "Drudge Report" الذي يعتبر الأب الروحي للمدونات، ويعتقد بعض الأخصائيين أن التدوين انطلق مع تأسيس Justin Hall سنة 1994 لأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة، وإن كانت التسمية Weblog لم تظهر إلا سنة 1997، عرفت هذه الفترة خدمات تدوين مثل: Xanga سنة 1997، و Open Diary سنة 1998م¹.

يطلق اسم مدونة على موقع ذلك الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من رزنامة الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة إلكترونية، فهي تشكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية، الدينية، والاجتماعية والسياسية، الجماعية منها والفردية، كما تشفع المدون عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة والتي تكون غالباً من صنع المدون نفسه، على المستوى التقني تعتبر المدونات مواقع على شبكة الأنترنت تتميز بسهولة إعدادها وصيانتها وتحسينها حيث توجد قوالب جاهزة لإطلاق المدونة يقدمها موفرو خدمة التدوين، وقد ظهرت في البداية كدفتر يوميات شخصي يكتب فيها المراهقون يومياتهم، واهتماماتهم وتفاصيل حياتهم، ثم تطورت لتصبح وسيلة للتعبير عن الآراء والحوارات حول قضايا مشتركة.

تختلف المدونات عن مواقع الويب، وامتلاكها هيكلًا مستقلاً عن بقية وسائط وتطبيقات الاعلام الجديد الأخرى كالمنتديات Forum، البوابات Web Poratal، الخلاصات RSS، والويكي Wiki ... إلا أنها تشترك مع هذه التطبيقات، باعتبارها²:

أولاً: من عائلة أنظمة إدارة المحتوى، فهي نظام لإدارة المحتوى "Content Mangement Systeme" CMS يسمح للضخ باستعمال متصفح الأنترنت مباشرة لإنشاء والتحكم وإضافة صفحات ويب متاحة للجمهور وبرغم بساطة الأنظمة المستخدمة في إدارة المدونات مقارنة بأنظمة " Word

¹ جمال زرن: المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، عدد 130، جوان، 2007، مصر، ص: 164.

² Hugh Hewit، Blog. Understanding The Information Reformation That schanging Your World، Tomas Nelson. 2005. P 151

Press/Goomla" وتوجهها للاستخدام الشخصي، تبقى المدونات، مساحة مواتية، وكافية، تابعة لمنصة التدوين المستفيضة لتخزين العديد من الملفات "كالنصوص والصور والفيديو ومن ثمة القيام بمهام المراقبة والتعديل وتعديل وتطوير الصفحات الالكترونية لتصبح في متناول المستخدمين، فضلا عن سهولة الاتصال بهم¹.

الغرض من التدوين:

1- حرية الرأي:

أغلب الفاعلين في فضاء التدوين الرقمي فئة اجتماعية ذات مستوى تعليمي محترم، ويتجلى ذلك من خلال حسهم النقدي، وعدم رضاهم عن المادة الإخبارية المعروضة خاصة من طرف الصحافة الرسمية، فهم بذلك يطالبون بسقف أعلى من الحرية في التعبير عن آرائهم، فهم يسهمون في شكل غير واع على الأقل لدى الأغلبية، وبفاعلية غير مسبقة في تحذير مبدأ حرية التعبير عن الرأي، وثقافة النقد السياسي، والاجتماعي عبر الاتصال الالكتروني، مجتازين بذلك سردبة أسطورة ترسانة الدولة الاعلامية، حيث سمحت هيكلية المنظومة الاتصالية الحديثة، وبشكل نهائي بوجود قطيعة بين إعلام الدولة، وشبكة الناس الرقمية².

2/ المدونات الرقمية كنشاط اجتماعي:

استطاعت المدونات الالكترونية بفضل الخصائص التي تميزها عن باقي وسائل الاعلام التقليدية، أن تلج العديد من الميادين والمجالات الحياتية، وأن تؤسس لنفسها فضاء افتراضيا مستقل عن الواقع الاجتماعي الذي يعيشه لأفراد لكنها تحتفظ بالمقابل على الكثير من مظاهر الحياة الجماعية المألوفة من خلال علاقات الصداقة، والتفاعل، والتعاون وتقاسم العديد من الهموم والاهتمامات، وبالتالي اعتبرت مجتمعا قائما بذاته إن الفضاء التدويني هو مجتمع، أين تعدد العلاقات بين الأفراد المدونين

¹ فوزي شريطي مراد: التدوين الالكتروني والاعلام الجديد: ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع الاردن، 2015م، ص: 171.

² جمال زرن: مرجع سبق ذكره، ص: 173

وهذا المجتمع لديه بالطبع قواعده وقوانينه الخاصة فضلا عن القوانين غير الرسمية، لكن مع الوقت تختفي هذه الخصوصية ويصبح استخدام المدونات أكثر اجتماعيا وعمومية من ذي قبل¹.

3/ صحافة بديلة:

يكاد يجمع أغلب الباحثين على أن التدوين الرقمي يعتبر كصحافة بديلة، بل تكاد تتفوق سلطة التدوين على وسائل الاعلام الثقيلة لأنها تقدم وصولا سريعا الى شبكة عالمية من المواقع، وشاهدي العيان والمعلقين، إضافة الى أن عالم التدوين يفيض بالتعليقات والقصص واليوميات والمشاعر في مجالات شتى محدثا تداخلا هائلا مع التغطية الاخبارية لوسائل الاعلام².

4/ المدونات الرقمية كحامل ثقافي:

يتسم الفضاء التدويني الرقمي بعنصر الاجتماعية، وذلك استنادا الى العديد من الطروحات النظرية والميدانية التي أكدت على أن الفضاء التدويني الرقمي قادر على صنع اجتماعية الانسان على نحو خاص، وهي إذ تؤكد ذلك تركز أيضا على أهمية السلوكات الانسانية، ومع تنامي دور الفرد في مجتمعات اليوم، وكذا اتساع قنوات التعبير عن وجهات نظره حول واقعه الثقافي وتنوع أساليب مساهمته في زيادة حجم حضور الثقافة وفعالية وظائفها في المجتمع، فتعتبر ظاهرة التدوين الرقمي أهم تلك الوسائل التي تساعد الأفراد على دفع عمليات الفعل الثقافي، وتشكيلها وبلورتها لتصبح واقعا فعليا، يمكنه أن يخدم الثقافة والمجتمع ككل³.

¹ فوزي شريط مراد: مرجع سبق ذكره، ص: 205

² جمال محمد غيطاس، الحرب وتكنولوجيا المعلومات: مجلة الاهرام، عدد 12، ماي 2003 من مصر، ص: 127.

³ فوزي شريط مراد: مرجع سبق ذكره، ص: 205

الفصل الثالث

المنطلقات المفاهيمية والنظرية للمعارف

الفصل الثالث: المنطلقات المفاهيمية و النظرية للمعارف

اولا/ الأطر المفاهيمية للمعارف :

تؤكد كتب التاريخ على أن تاريخ المعرفة في العصور القديمة، يرجع جذوره إلى تلك الحضارات القديمة، المعروفة في بلاد الرافدين، وواد النيل، والحضارة اليونانية، ويعد حمورابي أول حاكم في التاريخ يهتدي إلى أهمية العلم، حين زرع بذور المعرفة بإنشاء أول مدرسة في بلاد ما بين النهرين بحدود ألفي عام قبل الميلاد ثم جدد الفيلسوف الصيني " كونفوشيوس " 475 ق.م الدعوة إلى نشر المعرفة عند تأكيده على أن المعرفة هي الطريق الوحيد للتقدم والنجاح الدنيوي على الأرض، أما الفيلسوف اليوناني أفلاطون فقد اعطى حرية قوية لأهمية المعرفة من خلال دعوته لإقامة المدينة الفاصلة، فهو القائل بدون معرفة لن يكون الإنسان قادر على معرفة ذاته، وإن حامل المعرفة وحده قادر على فهم عالمه المحيط به، والمتمثل في الوجود¹.

ترجع بدايات الاهتمام بالمعرفة إلى بداية خلق الانسان إذن، فالله سبحانه وتعالى خلق الانسان على فطرة، ثم علمه وهداه السبيل تبين هذا من قوله تعالى: " وعلمنا آدم الاسماء كلها "، البقرة: 31، وقد تمت المعرفة وتطورت مع نمو المجتمعات الانسانية وتقدمها، وعلى الرغم من ذلك لم يكن هناك تصور واضح لآراء الفلاسفة والمفكرين، وذلك لاختلاف خلفياتهم العلمية التي ينظر لها كل مفكر ويرى Peter Druches، بيتر دراتكر، أن العلم أصبح يتعامل مع صناعات معرفية تكون أفكار منتجاتها، والبيانات موادها الأولية والعقل البشري أداتها ووسائلها².

فجاهد الانسان منذ بدء الخليقة في التعامل الطبيعة والظروف المحيطة به عن طريق توظيف خبراته، وقدراته البسيطة وإكتشاف الظواهر وتعقبها، وبالتالي محاولاته في التصدي لمشكلة التي تعترضه لغرض السيطرة على الطبيعة، وتؤكد الدراسات على أن الانسان يتمتع بقدرات وطاقات ادراكية وحسية باستطاعته توظيفه لها لغرض التفاعل والصراع مع البيئة واستعمال ذلك النشاط الغريزي

¹ زطمة، نضال محمد: إدارة المعرفة واثرها على تميز الافراد، اطروحة الدكتوراه، كلية التجارة، عمادة الدراسات العليا، الجامعة الاسلامية، غزة، 2011م، ث: 12.

ليث عبد الله القهيوي: استراتيجيات إدارة المعرفة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2013م، ص: 20.

للبحث والتنقيب لتفسير عن ما يجري من حوله، وتوصل إلى مفاهيم وصناعات بغية فهم طبيعة الكون والأشياء، فقد أدت ملاحظات الانسان الأكثر خبرة، والأكثر مران التي خلق فنون جديدة ومع ازدياد عدد السكان ،و إستخدام طرق التفكير أصبحت وسائل الحصول على العيش أقل صعوبة وأكثر تقدماً¹.

1- المعرفة والاسلام:

لقد شغلت المعرفة مكانة كبيرة في القرآن الكريم، فقد بين الدين الاسلامي طبيعة المعرفة من خلال السماح للأفراد بالتفكير في أنفسهم وجذوره ذلك في آيات عدة تدل على ذلك منها قوله تعالى: " وفي الأرض آيات للموقنين (20) وفي انفسكم أفلا تبصرون (21) وفي السماء رزقكم وما توعدون (22) فرب السماء والارض وأنه لحق مثل ما أنكم تنطقون (23) "(سورة الذاريات الآية 20-23).

كما دل القرآن الكريم على أن الانسان يولد صفحة بيضاء جاهلا وليس لديه أدنى تصور لمحيطة الاجتماعي والطبيعي، ففي هذه الحالة محتم عليه السعي إلى تحصيل المعرفة، يقول عز وجل في محكم تنزيله " والله أخرجكم من بطون امهاتكم لا تعلمون شيئا وجعل لكم السمع والابصار والافئدة لعلكم تشكرون " (سورة النحل الآية 78²)

لقد قدمت الحضارة الاسلامية نموذجا رائعا للوحدة والتنوع في إثمارها الحضاري حيث هضمت فنون الأمم السابقة وأعادت تمثيلها بعد تشييدها وتحديثها، وتصحيح اعوجاجها، واكمال نواقصها ومن ثمة اخراجها، وكل ذلك في عقلية تؤمن بالتكامل المعرفي للبشرية ومبدأ الأخذ والعطاء، ضمن

¹ بدوي السليم محمد: مخطط تاريخي لتقدم العقل البشري، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1995م، ص: 30

² فتيحة زايدي: واقع انتاج المعرفة العلمية في حقل السوسيولوجي بالجامعة الجزائرية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه
الطور الثالث ل. م. د في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر،
الوادي، الجزائر، ص: 67.

نسق فكري ببعض التقليد وبمجد التجديد، عقلية ترفض الإلغاء والاقصاء، والعصبية المقيتة، والاقليمية الضيقة¹.

2- المعرفة والعصر الحديث:

إن المتأمل في كرونولوجيا الانتقال من بدايات تشكل المعرفة الأساسية إلى العصور الحديثة للمعرفة، يلاحظ أن هذا الانتقال لم يحدث فجأة، وإنما جاء تدريجياً على مراحل امتدت قرون، وكانت تلك النهضة لعصر انتقال عبر عدة مجتمعات، بدائية زراعية، إلى مجتمعات صناعية وصولاً إلى المجتمع الرقمي ثم المعرفي وإتفقت الاتجاهات والافكار والمبادئ في العصر الحديث للمعرفة على أهمية احترام ذاتية الفرد وتمجيد قوته والاعتراف في أن يكون حراً في التعبير عن نفسه قولاً وفعلاً في الأدب والفن والعلم، كذلك كان من الاتجاهات الجديدة هي النظرة المتفائلة إلى الكون والطبيعة، والرغبة في إشغال العقل وتفتيت المواهب للتعرف على أسرار الطبيعة وحل مشكلاتها وبعد بداية العصر الحديث بدأت الحقائق العلمية تنكشف الواحدة تلو الأخرى في ميادين الفيزياء والكيمياء والعلوم الرياضية وسائر المجالات الأخرى التي غيرت وجه البشرية.

وفي حقيقة الأمر لقد كان للسياقات والظروف التي واكبت ثورة المعرفة في العصر الحديث الفضل في دفع العالم التي تبني الطريقة العلمية في تفسير الظواهر الطبيعية والتي ترى أن المجتمعات حاملة للفكر والابداع العقلي، حيث تأصلت ثورة العلم والتكنولوجيا على أوثق ما يكون في القرن العشرين فبدأت تحدث تغيرات جذرية في البيئة والاقتصاد والحياة الاجتماعية، وفي وظيفة المجتمع البشري، ودور الفرد فيه من خلال الاستثمار الموارد الطبيعية وسرعة توظيف الطاقة وتداول المعلومات عم طريق الحاسب الآلي، ثم تلاه القرن الحادي والعشرون، فقد كان التقدم على مستوى التقنية والتطور اللافت في عالم المعلوماتية والاتصال معجزة هذا العصر كمرحلة حاسمة في حياة البشرية، من خلال رفع قدرة الحواجز الزمانية والمكانية، إلى حد جعل العالم قرية كونية صغيرة تمتد بشبكة معقدة من الاتصالات

¹ محمد اشرف صالح: حضارتنا المتألفة في العصور الوسطى، مجلة الوعي الاسلامي، مجلة كويتي شهرية، جامعة وزارة الاوقاف الاسلامية، قطاع الشؤون الثقافية، العدد 571، نوفمبر، ديسمبر 2013م، ص: 44.

فوظفت هذه الموجة العارمة لتطور الثقافة في خلق مفاهيم ووسائل عصرية ساعدت على تقارب البشر والأمم والثقافات المختلفة¹.

3 تعريف المعارف:

3-1 المعارف لغة: هي جمع لكلمة معرفة، وجاء في المعجم العربي الاساسي أن المعرفة هي مشتقة من فعل " عرف " معرفة عرفانا فهو عارف، بمعنى علمه، أدركه².

وتعرف أيضا بأنها اسم مشتق من الفعل " عرف " أي القدرة على التمييز أو التلازم، وهي إذا كان ما هو معرف أو ما هو مفهوم.

تعني كلمة المعارف Les connaissance في اللغة الفرنسية على أنها مجموع النشاطات الفكرية التي يقوم بها الانسان من اجل تحقيق كفاءة معينة³.

أما في الانجليزية تعني كلمة Cognition وهي مشتقة بين الكلمة اللاتينية Cognoscer والتي تدل على المعرفة الانسانية بجميع اشكالها المختلفة، ادراك، تعلم، ذاكرة، وعي، انتباه، ذكاء⁴.

3-2 المعارف اصطلاحا:

من العسير جدا، أن نجد تعريفا مجمعا عليه للمعارف، يشير إليها البعض إلى أنها: الخبرة التي تمكن توصيلها وتقاسها، أو هي المعلومات والبيانات التي تم تنظيمها ومعالجتها لنقل الفهم والخبرة والتعلم المتراكم، وتطبيقها في الواقع لحل المشاكل⁵.

¹ عباس عبد المحسن الخفاجي، آفاق ثورة المعرفة ونقل التكنولوجيا وتوطينها في العالم العربي، دار الكتب العلمية للنشر، ط1، القاهرة، 2015م، ص: 28.

² مجموعة من كبار اللغويين، المعجم العربي الاساسي، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، القاهرة، 1998م، ص: 834.

³ Maury Ma les Herbes. Dictionnaire La Rouse DE Français، Edition La Rouse. France، 2016، P:87.

⁴ Dominique Le Fure، Le Robert Dictionnaire De Français Sefer، Paris. 2011. P :87.

⁵ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة - المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2008م، ص: 25.

يرى الباحثان (Harris And Henderson) على أن المعرفة تشكل أحد العناصر الأساسية من سلسلة متكاملة تنطلق من الاشارات (Signals) ثم تنتقل إلى البيانات (Data) ثم تتدرج إلى المعلومات Information ثم إلى معرفة Knowledge، ثم وصولا إلى الحكمة Nindscen، والتي تعد هي جذر الاساسي للابتكار Inovation، ومن هنا يبدو جليا أن المعرفة الفاعلة والسليمة هي جوهر الحكمة والابداع والابتكار¹.

المعرفة هي حصيلة الامتزاج الخطي بين المعلومات والخبرة المتكاملة الحسية، والقدرة على الحكم حيث يتلقى الفرد معلومات ويمثلها في عقله ويبدأ بتبسيط ويستقرئ منها فعن طريق الاستنباط يستخلص معرفة ضمنية كامنة والاستقراء لتوليد معرفة جديدة انطلاقا منها².

من خلال ما أظهرته مراجعتنا للمصطلحات المعاصرة لمفهوم المعرفة، شد انتباهنا أن هناك وجود تيارين في تحديد ماهيتها، يذهب أصحاب التيار الأول إلى التعامل مع المعرفة العلمية المعاصرة، لذا فالمعرفة لديهم كيان مجرد تحضر بمعزل عن ذات العارف، ولكي تحصل على المعرفة يتحتم علينا توظيف مجموعة متنوعة من المعالجات الكمية لغرض التنضيب أو التقطير أو حصاد عناصرها المنبثة في الخطاب العلمي لغرض تقطير خلاصتها، وإدارة مواردها، واستثمار دلالاتها.

أما أصحاب التيار الثاني، فيدعي أن المعرفة منتوجا بنيويا يتعرع داخل حدود المجتمع، أو ينتقل عن طريق التراثية الفكرية لذا ينبغي أن نتعامل معها بوصفها انشاء اجتماعيا بتصنيع بصيغة المجتمع فكانت الخاصة المطلقة عن هذا المفهوم واصبح حسيسا بحدود المجتمع الذي ولد فيه نتيجة لعمليات التواصل والتفاعل المستديم بين افرادهن فارتبطت المعرفة لدى اصحاب هذا التيار خيرة أفراد المجتمع، وحصيلتهم المعرفية التي يمكن لتحول بعد حين إلى رأسمال اجتماعي يمتلك قيمة مضافة تنسج من الحصيلة المعرفية³.

¹Harris And Henderson .**A Battre My Technology For System Design** ،Preceding Of The conférence ، On Humann Factor In Computing System ، New york. ACM Prés 1999. P:92.

²حبش بركات، إدارة المعرفة وتنمية الموارد البشرية تحديا لتنافسية منظمات أعمال في ظل الاقتصاد المعرفي، أطروحة

لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، ص: 27

³ J. Scott Holste ، Dail Field ،**Trust And Tacit Knowledge Sharing And Use**،Journal Of Knowledge Management . Vol 14. No 1. 2010. P :140.

كما تعرف ايضا: معلومات منتظمة قابلة للاستخدام في حل مشكلة معينة أو هي معلومات مفهوم محللة ومطبقة¹.

ثانيا - أنواع المعارف وخصائصها :

توجد تقسيمات عديدة في تصنيف المعارف، ويرجع هذا الاختلاف إلى تعدد المدارس الفكرية حسب كل مجال، وتخصص ويمكن أن نؤجر بعضها فيما يلي:

قسم الاغريق القدماء المعرفة إلى أربعة أقسام رئيسية حسب ما أشار إليه الباحث (Prusak) وهي:

أولا : أنواع المعارف

1- المعرفة الادراكية: تتعلق هذه المعرفة بأهم الاسس والقوانين العامة النظرية، والقواعد والمبادئ الاساسية للعلوم والقوانين والقواعد العلمية.

2- المعرفة الفنية: تختص هذه المعرفة بالمهارات والبراءة التقنية والقدرة على انجاز الاعمال والاشياء وإمتلاك التمرينات والتدريب الكافي على انجاز المهام، وتحقيق التماثل والتطابق في الممارسات الميدانية للعاملين الذين يؤدون نفس المهام.

2- معرفة الحكمة التطبيقية والعملية: والتي تظهر في الممارسات الاجتماعي بصورة أساسية.

3-المعرفة الهجينة: وهي ذلك المزيج الذي يحمل العديد من النزاعات والاتجاهات والقدرات الخاصة والتي تختص في حقل ما وتؤدي إلى النجاح والتفوق في ذلك الحقل².

¹محمد عواد الزيادات، اتجاهات المعاصرة في ادارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2008 من ص:

²Prusak Larry، **Knowledge. Can It Be Managed**، Presen At The IBM Academy Of Technology. Conférence On Knowledge .managment. Fishicill. New York. June 2000. P: 27-28.

4- المعرفة السببية: وهي تلك المعرفة التي تتطلب فيها أعمق للعلاقات السببية عبر مجالات المعرفة، ويتطلب هذا النوع من المعارف منظور النظم وبناء اطار معرفي يمكن الرجوع إليه لخطه اتخاذ القرارات والانشطة في السياقات والمواقف المعقدة.

5- معرفة الاغراض: وهذه المعرفة تتطلب مجموعة سياقية اجتماعية توجه بشكل مباشر أو خفي الخيارات الاستراتيجية¹.

7- المعرفة الصريحة: تعني المعرفة الصريحة جميع النتائج الفكري الذي يدون في جميع اشكال الوثائق، وتقارير، وبراءات الاختراع والصيغ، والنماذج الرياضية والمنطقية التي انتجها الفكر الانساني لوصف تفاصيل الوقائع والحوادث والتجربة المسترشدة بشكل سليم².

8- المعرفة الضمنية: تشمل المعرفة الضمنية كل ما يمتلكه الفرد من المهارات والقدرات والخبرات والإجراءات وحلول تظهر في خطاطته المعرفية ولم تجد لها فرصة بالتوثيق لعدم ميله إلى الافصاح عنها، أو لعدم توافر آلة الاستدلال القادرة على ترجمة مضامينها إلى صيغ أو نماذج يمكن نشر وتوسيع مجالات إستخدامها على مساحة واسعة من الحالات المقاربة.

بصورة عامة تتميز المعرفة الضمنية بانتمائها إلى الفرد الذي يملكها وتنحدر أصولها من حصيلة الخبرات والمهارات التي إستطاع المرء كسبها نتيجة عمليات التوظيف الرشيد لآلة استدلاله المنطقي واقتداره على استثمار خلاصة تجاربه الذاتية، في التعامل مع الاشكالات التي يفرضها الواقع وترجمتها إلى حقائق، وقواعد منطقية حاکمة، يمكن أن يستخدمها دون غيره للتعامل مع حالات مماثلة³.

ويقسمها البعض إلى ثلاث أنواع:

¹ صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2005م، ص: 15

² حسن مظفر الرزوي، مرجع سبق ذكره ص: 190

³ Lociano Floridi. Hyperhistory And The philosophy of Information policies، oxford internet institue ،United kingdom . May 2012. P: 130.

09- المعرفة بالخبرة: وهي كل تلك أنواع المعارف التي تميز بالمعرفة الحسية، حيث لا تتعدى نطاق الإدراك الحسي العادي دون الرجوع إلى محاولة فهم الظواهر التي ساعدت على توليد هذا النوع من المعارف أو محاولة ربطها بغيرها، أو التعمق في بحث اسبابها واستخلاصها¹.

تعتبر المعرفة بالخبرة من أكثر أنواع المعرفة بساطة وسذاجة وبدائية، لأنها لا تعتمد على الملكات العقلية الانسانية المعقدة، كالذكاء والمخيلة بل مرتبطة بنشأة الانسان وخبراته هدفها ليس التوصل إلى حقائق علمية بل من أجل التغلب على مشاكل الحياة العديدة.

يعتمد هذا النوع على البدهية، أو ما يطلق عليه الحس، فهي تتسم بالنسبية والذاتية وتبتعد إطلاقاً على الموضوعية العلمية، حيث يعبر عنها في شكل اعتقادات واتجاهات فردية تدفع في كثير من الأحيان إلى تفسيرات غنية لا تعتمد على أسس علمية خرافية وتنتقل بين الناس بحكم العادة².

10- المعرفة الفلسفية:

تتجاوز المعرفة الفلسفية جميع النواحي المادية، والاجتماعية من الحياة من اجل كشف اسرار الكون وخفايا الوجود ومحاولة فهم الظواهر ما وراء طبيعة، فهذا النوع من المعرفة لا يناله جميع افراد بل هي محصورة على افراد صفوة البشرية، فهي مكتسبة عن طريق التطبيق العقلي والنقلي الدقيق بعيدة عن تأثيرات الغرائز، والعواطف والاهواء تتميز المعرفة الفلسفية عن غيرها من المعارف من حيث الموضوع فهي تعني وتبحث عن مسائل وقضايا تتعدى حدود الواقع المادي، بحيث يتعذر رصدها، أو حسها بالملاحظة أو التجربة، فهي تهتم بالبحث عن المبادئ والاسس الكلية التي يبنى عليها الوجود، وتحاول تفسير الاشياء في ضوء عللها، وغاياتها، ومبادئها الأولى.

ومن مميزات المعرفة الفلسفية إنها تختص بمنهج وأسلوب تفكير الفيلسوف فهو يختلف عن الباحث العلمي، حيث تبدأ منطلقات تفكيره من نقاط بدء جديدة، وليس من حيث انتهى الآخرون، كما

¹ حسن عبد الحميد رشوان: نظرية المعرفة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع المعرفة، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008م، ص: 04.

² السيد العاطي السيد: علم اجتماع المعرفة، (دط)، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2003م، ص: 08.

أنها تتميز بالفردانية ولا تخضع لمقاييس موضوعية، وإنما لكل شخص مطلق الحرية عن يعبر عن كينونته فلسفياً¹.

11- المعرفة العلمية:

يعتمد هذا النوع أساساً من المعارف على الملاحظة المنظمة لدراسة ومعرفة الظواهر المختلفة، وكذلك على الفرضيات العلمية الدقيقة والملائمة، والتي يمكن التحقق منها عن طريق التجربة وجمع البيانات وتحليلها.

فالمعرفة العلمية إذن هي عبارة عن دافع أو موضوع له خصائصه المتميزة وتمتاز أيضاً بأسلوب التفكير الذي يعتمد على قواعد المنهج العلمي من أجل الكشف عن الظواهر وافترض الفروض، وأجراء التجارب، وتحليلها وتفسيرها ضمن نسق علمي مضبوط وصارم، كل هذا من أجل الكشف عن القوانين والنظريات، بغية التنبؤ بالمستقبل².

12- المعارف التكنولوجية:

وهي مثله بهندسة المعرفة فرع الهندسة الجديد، وليد تكنولوجيا المعلومات الذي يتكفل بخمس مهام أساسية هي:

- تمثيل المعرفة بصورة منهجية دقيقة، بحيث يمكن لآلة التعلل المباشر معها.
- التنقيب عن المعرفة بمعنى إستخلاصها من خضم البيانات وجوف النصوص، وشبكة العلاقات الكثيفة التي تربط بين عناصرها.
- توظيف المعارف القائمة في توظيف الظواهر وتفسيرها وحل المشكلات وتصميم المكونات وبناء الأنظمة والتحكم فيها.

¹ السيد العاطي السيد، المرجع نفسه، ص: 10.

² فتحية زايد، مرجع سبق ذكره، ص: 58.

- هلاك المعارف المتقدمة، ولا يعني ذلك تبديدها بل ركنها جانبا وتقطيرها بصورة تسهل الرجوع إليها وإعادة تدويرها¹.

ثالثا - خصائص المعرفة:

- المعرفة يمكن أن تولد: يستطيع الفكر البشري على توليد المعرفة وذلك اعتماد على المدركات العقلية الكبرى من ذكاء وادراك وخيال.

- المعرفة هي تاج العلم، والتعلم والخبرة.

- المعرفة التراكمية أي أنها تتجدد وتزداد وتتراكم بالإضافة إليها.

- تتعرض للتغير المستمر أي أنها غير ثابتة، وتتغير بتغير المعلومات التي تصل بها.

- غير مادية أي غير ملموسة².

كما أن هناك خصائص أخرى منها:

***المعرفة إمبريقية ومعيارية:** سادت المعرفة الامبريقية عصر الصناعة نظرا لكثرة الإشكالات التي لم يتوافر لها حينئذ الأساس النظري، وامتد التوجه الامبريقي إلى عالم تكنولوجيا المعلومات ذاته، من بداية ظهورها وربما إلى الآن، تصميم كثير من نظم المعلومات ما زال في جوهره إمبريقيا ينتظر سنداً معياريا ربما يأتيه من نظرية النظم، أو من نظرية المعلومات أو من نظرية التعقد ... الخ.

وتشير دلائل عدة إلى أن معرفة عصر المعلومات سوف تعمل كعهدنا بها بين الموائمة بين الامبريقي والمعياري.

*المعارف نظرية واجرائية:

¹نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة: مظاهر الازمة باقتراح الحلول، سلسلة كتب عالم المعرفة، العدد 369، الصادرة

عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2009م، ص: 97.

²أحمد الخطيب خالد زيفان: إدارة المعرفة ونظم المعلومات، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، الاردن،

2009م، ص: 08.

أحدثت تكنولوجيا المعلومات نقله نوعية في علاقة المعرفة السطرية بالاجرائية، وذلك على عدة جبهات من أهمها:

- سرعة تحويل المعارف النظرية إلى معارف إجرائية من خلال عملية البرمجة، فكل معرفة نظرية بمجرد توصيفها في هيئة اجراءات محددة، تصبح قابلة للبرمجة، التي يقوم بتنفيذ هذه الاجراءات للحصول على نتائج تطبيق المعارف نظرية

- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والوسائط الاتصالية الجديدة في معظم فروع العلم، لذا فقد عدت بمنزلة رابطة العقد بين فروع العلم المختلفة، التي صار لزاما عليها أن تحقق مستوى معين من التجريد والتأسيس النظري الدقيق بما يؤهلها للتفاعل مع الفروع الاخرى حاسوبيا.

- تركيز تنمية البشر في عصر المعلومات والوسائط الاتصالية الجديدة على تنمية المهارات الذهنية لا اليدوية، وهي بحكم طبيعتها أكثر صلة بالأسس النظرية مما سيقرب كثيرا بين شقي التنظير والتطبيق¹.

ثالثا - الأهمية العلمية للمعارف:

- المعارف سلاحا ضد اللاعلمية، ذلك الداء الذي تفشي في المجتمعات الانسانية خاصة مجتمعات العالم الثالث.

- تعتبر المعارف مدخا تاصيليا لتكريس الخطاب الشفوي وتوسيع الرؤى والاستراتيجيات الاصلاحية، وذلك من منظور إقامة مجتمع معرفة.

- المعارف هي الوسائل تسمح بتسريع حركة التنمية حيث يمكن من خلالها استحداث بدائل مبتكرة لتجاوز التخلف، ومواكبة الانماء والتطور.

- تسمح المعارف بعض ما يجب فضه من مواضيع الخلاف بين النص الديني وبعض نظريات العلم الحديث خصوصا فيما يتعلق بمواضيع نشأة الكون، واصل الانسان والجسم في جدلية الحس والعقل.

¹نبيل علي، مرجع سبق ذكره، ص: 95-97.

رابعاً- المداخل الفكرية و النظرية للمعارف :

إن التطرق إلى مداخل المعرفة لا يمكن رصده إلا بعد التعرف على ثلاث مكونات أساسية للمعرفة وهي :

1- الإدراك : وهو تلك العمليات التي تتم بها معرفة الفرد لبيئته الخارجية التي يعيش فيها ،ولحاجاته الداخلية أي أن يعطي معنى للمحسوسات وتحديد مدلولات الأشياء المدركة بواسطة معرفة ما حولنا من أشياء عن طريق الحواس مثل: الصوت الذي نسمعه أو الأكل الذي نتناوله هذا ما يسمى بالإدراك الحسي فهو تلك العملية العقلية التي يتم إعطاء الفرد معنى للمتغيرات الحسية الصادرة عن الموضوعات التي تحيط به ،أو عن حالته الداخلية التي يتلقاها بواسطة أجهزته الحسية المختلفة ،بالمعنى البسيط : هو وسيلة الفرد للوصول الى المعرفة و التكيف مع تلك المعرفة¹

يعد الإدراك الاجتماعي أحد أهم الموضوعات التي تهتم بكيفية إدراكنا لذواتنا ،و للآخرين ووعينا باتجاهاتنا ودوافعنا ، إتجاه سلوكياتنا وسلوكيات الآخرين ، فالإدراك الاجتماعي هو عملية تكوين أحكام حول أحداث وافراد اخرين، فبذلك هو مجموع الطرق التي يستجيب بها الافراد اتجاه غيرهم سواء بالفكر او بالشعور او بالعقل .

2- التعلم : يعتبر التعلم ذلك النشاط الذي يمارسه الشخص بهدف التأثير على سلوكه مستقبلاً ، فيرى " Jon rayan " ، إن التعلم هو عملية تستمر مدى الحياة سواء ،كان ذلك مقصوداً أو غير مقصود و الغاية منه هو التأقلم مع البيئة وفهمها و السيطرة عليها ، ويرى " Mecandess " : ان التعلم هو إكتساب المهارات الجديدة وإدراك الأشياء والتعرف عليها عن طريق الممارسة بما في ذلك تجنب بعض انماط السلوك التي يتضح للكائن الحي عدم فعاليتها او ضررها²

تاريخ الزيارة: 2020/12/23 ، الساعة: 19:15 www.sottalomma.com/Article/810942 ¹²⁵

² رمضان القذافي، نظريات التعلم و التعليم ، ط 02 ،الدار العربية للكتاب ،ليبيا ،1981،ص:13.

3- التفكير : يعتبر التفكير حسب "جون ديوي" إنه الاجراء الذي تقدم فيه الحقائق لتمثل حقائق أخرى بطريقة تستقرئ معتقدا عن طريق معتقدات سابقة عليه ،او بالأحرى هو الوظيفة الذهنية التي يصنع بها الفرد المعنى مستخلصا إياه من الخبرة¹

فالتفكير إذن هو عملية عقلية معرفية تؤثر بشكل مباشر على طريقة و كيفية تجهيز و معالجة المعلومات ، و التمثلات العقلية والمعرفية داخل عقل الانسان .

يمكن إعتبار تميز المدخل المعرفي ضمن دراسات المدخل الاجتماعي مرجعه إلى عدة خصائص هي :

- 1- إن التغيير في مستوى التكوين المعرفي زيادة أو نقصانا سيؤدي إلى تغيير مستوى الوعي
- 2- يركز على العقل و محدداته النفسية للسلوك الإنساني داخل السياق الاجتماعي المنتمي اليه و يلقي الضوء على اثر العمليات العقلية في تفسير خصائص البيئة المحيطة
- 3- يؤكد على قوة الاستعدادات المعرفية و محدداتها عند الفرد
- 4²- نظرتة للفرد على أنه معالج للمعلومات و يهتم بوعيه
- 5- يبين الاسلوب الذي يستخدمه الأفراد في إستجلاء معارفهم من أجل ضمان السلوك الملائم في المحيط الاجتماعي³

المدخل الاقتصادي :

بدأت ملامح ظهور هذا المدخل في مطلع خمسينيات القرن الماضي من طرف بعض الاقتصاديين باهتمامهم المنصب نحو الموجودات المعرفية و تعاظم قيمتها ،فبدأ الإهتمام البالغ بالصناعات المعرفية و التركيز على المعلومات المعرفية و تطوير مراكز البحث و التعليم ،حيث أصبحت المعرفة في نظر هذا

¹نبيل عبد الهادي ،بن مصطفى نادية ،التفكير عند الطفل، ط 02 ،دار الصفاء للطباعة ،الأردن، 2001، ص:32.

²صلاح الدين الكبيسي ،مرجع سبق ذكره ،ص ص:18-19.

التيار هي الوسيلة الوحيدة لضمان البقاء و الاستقرار وتحقيق السيطرة و الهيمنة ومنافسة الآخرين سواء كانوا أفراد أم جماعات أم دول باعتبارها الأداة الفاعلة لتوليد الثروة وقاعدتها ورمز الانتاج الاقتصادي¹.

المدخل الاجتماعي :

يعتبر هذا المدخل أن مصطلحي (المجتمع والمعرفة) إصطلاحين متكاملين ضمن أنساق التفاعل الاجتماعي مع المعرفة فالمعرفة الكاملة في نظر أصحاب هذا المدخل ما هي إلا مشروعاً اجتماعياً بنوياً ينشأ تدريجياً بمشاركة جميع أطراف المجتمع و مؤسساته فمن بين رواد هذا المنظور نجد (Freeman) الذي يرى ان جميع مظهرات التطور التقني الذي نعيشه اليوم أدت إلى ظهور ما يسمى "الفجوة المعرفية" الداخلية او المحلية حيث يعتبر أن تدفق المعلومات داخل منظومة المجتمع أدى إلى حصول تفاوت صريح بين مكونات التركيبة الاجتماعية فأصحاب المستوى الاقتصادي والاجتماعي الأعلى يكتسبون المعرفة أسرع من الطبقة ذات المستوى الأدنى ،بمعنى أن الهياكل الاجتماعية و المعرفية تخلق وتبنى من أجل الحفاظ على ذلك التوازن المعرفي الاجتماعي و تجسير الفجوة المعرفية الداخلية للوصول إلى مجتمع المعرفة².

المدخل الثقافي :

يتميز هذا المدخل بإعطائه لأهمية متميزة للمعرفة و العلم وذلك بتشجيع القدرات الابداعية للأفراد وزيادة معدلات الإنفاق على المعرفة من بحث وتطوير وإبداع اضافة إلى العمل على توفير مساحات واسعة من حرية التفكير و الابداع و الرفع من الحس العلمي و المعرفي بالنظر الى أن المعرفة هي عملية تنموية حضارية متكاملة تكمن في قدرات الانسان وقدراته في في إختيار و توليد ونقل وتطوير المعارف العلمية مع ضرورة تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية من أجل بعث مشروع "مجتمع المعرفة

¹³⁰Turban etrain ,**introduction to information Technology** ,new york,2001,p: 66

¹³¹عصام الدين سليمان ادم ،مصادر المعرفة واثرها على التنمية و السلام ،اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الفلسفة في

دراسات السلام ،كلية الدراسات العليا ،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ،السودان 2018، ص ص: 27-28.

"فيتحقق من خلال تمويل عمليات اكتساب المعارف و دعم اساليب نشر و توزيع المعلومات بين افراد المجتمع".

الفصل الرابع

الخطاب التواصلي الافتراضي

وتشكل المعارف لدى الشباب

الفصل الرابع: الخطاب التواصلي الافتراضي و تشكل المعارف لدى الشباب

أولا/ الدور المعرفي لتكنولوجيا وسائط الاتصال الجديدة :

إن تأثير تكنولوجيا وسائط الاتصال الحديثة على إبداع وتشكيل المعارف لذو أثر كبير وبارز، فيتجلى ذلك في كل تلك المكاسب الهامة المتعلقة بالنفاذ إلى المعرفة، وسهولة استعمالها وتقاسمها، لكن ذلك شريطة التميز والتفريق بين ما ليس إلا معلومات خام أو تأكيدات خاطئة، وبين ما يمكن أن تشكل القاعدة لمعرفة حقيقة لأن هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة هي بمثابة البوتقة العملاقة التي تحتوي الأفكار، سواء المعلومات أم المعارف إضافة إلى ذلك فإن انتشار الفضاءات الافتراضية المتخيلة عبر هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة، وما صاحبها من قابلية للتعديل والنفاذ للمحتوى المتبادل عبر هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة إلى ما لا نهاية، كل هذا سهل العمل الجماعي، من إكتساب للمعارف وتشكيلها وتبادلها، فالتعلم الذي كان لوقت طويل حبيس أماكن مخصصة، ومنحصر في فضاءات معينة، كالمدرسة والمعهد فالآن هو في طريقه إلى أن يصير فضاء افتراضيا على المستوى العالمي، ينفذ له من أي مكان وزمان ويمكن أن يكون مجالا تجري فيه محاكاة ما لا نهاية لها عن كل التطورات البشرية

إن الطفرة التكنولوجية التي مست خلال العقود الأخيرة وسائل تشكيل وإبداع المعارف ونقلها ومعالجتها، سمحت للعديد من الخبراء بوضع فرضية فحواها أنما على عتبة عصر جديد للمعرفة فإزدهار تكنولوجيا الاتصال الرقمية الذي خلق أنظمة المعرفة المؤسسة على الشفوي والمكتوب والمطبوع فشجع ذلك توسع الشبكات الذي لا سابق له، وذلك استنادا إلى محورين: محور أفقي في التسريع والنقل ومحور عمودي في تكثيف الوصلات، ففي هذا الموقف نجد أنفسنا في معركة وجودية لكي نحافظ على مكانتنا في هذا العالم كي نضمن عدم الخروج من هذا السباق الانطولوجي المبني على الكوجو الوجودي، أنا أتواصل إذن أنا موجود.

ومن الجدير بالذكر فعلا في هذا الموقف أن تميز فعلا بين تكنولوجيايات الاعلام والاتصال ذات

الاتجاه الوحيد، مثل الاذاعة والتلفزيون أو الصحافة التي تؤمن اتصالا مركزيا، وبين وسائل

تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة مثل الهاتف الذكي الذي أتاح للمرة الأولى مواجهة حقيقية

للتبادل الفوري، ومواجهات متعددة الوسائط والإمكانات على وجه الخصوص للأفراد والمؤسسات

فتطورت وازدهرت شبكة الانترنت، تطورت قدرات الاتصال، وتعززت الكفاءات المعرفية معا، مبرزة أن الافراد ليسوا مجرد متلقين سلبيين بل يستطيعون تكوين جماعات إفتراضية بكل استقلالية قادرة على خلق تلك البيئة المعرفية في منتديات النقاشات والحوارات، كل ذلك يوفر مناخ ملائم للتواصل والتفاعل الذي يساعد في تشكيل المعارف ونشرها، وتقاسمها نتيجة وفرة قنوات الاتصال الرقمية دون وجود معوقات قبالة سفرها بين العقد الرقمية المنتجة لمادة المحتوى المعرفي، والعقد الذي يتلقى الفيض التواصلي الذي يحمل نبضاته الرقمية المعبرة.

ثانيا/ مفهوم الخطاب التواصلي الافتراضي المعرفي لدى الشباب :

يعد مفهوم الخطاب من المفاهيم التي كثر الاختلاف في تحديد مفاهيمها ودلالاتها نتيجة لتقارب حضوره الإصطلاحي مع منتجات لغوية أخرى مثل النعت والجملة.

وفي المقابل يعد خطابا ملفوظ أو مكتوب تشكل عناصره وحدة معرفية تواصلية قائمة بذاتها¹.

وإذا كان الخطاب النصي يتشكل من أبنية لغوية تلتزم بسياق محدد يكشف عن دلالاتها، فإن بقية أنماط الخطاب تتألف من كيانات منطوقة، وأخرى مرئية تتمظهر وفق سياقات تتوافق مع متطلبات الإفصاح عن مضامينها لدى الجهة المتلقية².

عندما نتحدث عن الخطاب التواصلي التفاعلي، فإننا نقصد أساسا مجموعة من النصوص، والنص في هذا المقام رسالة تواصل إعتمدها أحد المستخدمين من تطبيقات متصلة بشبكة التواصل الاجتماعي، وأودعها في غير هذه المنظمات الرقمية لتسافر باتجاه مستخدم آخر، أو عدة مستخدمي.

إن الاتصال بين " المرسل والمتلقي " إنما يتم عبر النص سواء كان مدونا أو منطوقا أو مرئيا، كما يتم التواصل بين المتكلم والسامع في حياتنا اليومية، فلا بد أن يسهم المتلقي بدوره إسهاما ضروريا في تحقيق هذا النمط من التواصل الاجتماعي ذو الصيغة التفاعلية الافتراضية، كما أن منتج الخطاب عبر

¹ فضل صلاح: بلاغة الخطاب وعلم النص، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1996م، ص: 154.

² المتوكل أحمد: الخطاب وخصائص اللغة العربية دراسة في وظيفة النبوية، دار الأما، الرباط، 2010م، ص: 159.

هذا الفضاء التواصلي قد عكف على إنشاء نص متجها به نحو الآخر فكذلك المتلقي يمارس عملية إعادة انتاج المعنى " التفاعلية " من مادة الخطاب الذي بلغه عبر قناة التواصل.

فالمرسل الشاب قد يريد أن يطرح فكرة أو يقدم وجهة نظر ينقل خبرا حول حدث ما، فهذا خطاب، فالمتلقي سواء كان فردا أو جماعة سيتلقى هذه المادة المعرفة، كما سيستخلصها من مادة الخطاب ومحتواه، بعد أن تقوم آلة الاستدلال المعرفي لديه بإعادة معالجة المضمون، وتأويله لتنتج خطابا جديدا ينتج تحصيلية معرفية، وربما يعاد توزيعه على متلقين آخرين.

إن التوسع الغير مسبوق في حجم الفضاء الاتصالي الافتراضي وكثرة المهاجرين إلى بيئته التواصلية، خاصة من الفئات الشبانية بات يحتم علينا توجيه المزيد من العناية لسبر جوهره، ولتأمين ترسيخ أقدامنا على طريق تنمية وتوسعه حضوره في بيئتنا¹.

يعد إستحضار ودراسة مفهوم الخطاب التواصلي الافتراضي الشباني سواء بأبعاده المعرفية أو الترفيهية أو الطقوسية غير قابل للتحقيق إلا بتوفر ذلك الجيل الشباني الرقمي و الذي ينصبغ حضوره الافتراضي بجملة من السمات الآتية :

* يتميزون بنشاطهم الافتراضي و حضورهم المميز في فضاء المعلومات و المعرفة

* لديهم من الأدوات الاتصالية من حاسب محمول او هاتف محمول ذكي أو لوح الكتروني ما يستطيعون ان يواكبوا به البيئة الرقمية الجديدة و التماهي مع متغيراتها

* لديهم حرص شديد للولوج إلى الانترنت و تطبيقاتها بصفة يومية

* يمتلكون حسابا أو أكثر على الوسائط الاتصالية الجديدة

* حيازتهم لتلك المكانة المتقدمة و المتينة على صعيد استخدام ادوات المعلومات و الاتصالات و التمكن من مخاطبة الآخرين و التفاعل معهم بلغة علمية ومعرفية رصينة

¹ حسين شربالي، عصام رزاق ليزة: تجليات التداخل الهويات عبر الفيسبوك كفضاء تواصلي، مجلة التنوير للبحوث الانسانية والاجتماعية، المركز الجامعي أفلو، الجزائر، العدد 11، سبتمبر 2019م، ص:05.

* يكتسبون وعي فكري متزن يتجلى بإهتمامهم بالأحداث المهمة المحيطة بهم ومعايشتهم للمستجات العلمية و المعرفية السائدة في سياقات ثقافتهم واهتماماتهم و تخصصاتهم العلمية

ثالثا/ الجماعات الافتراضية و فئة الشباب الجامعي :

ساهم تطور الأنترنت وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، بظهور ذلك النوع من التواصل التفاعلي، الذي يتألف من عقد تواصلية مترابطة فيما بينها إفتراضيا، أو ما يسمى بالجماعات الافتراضية أو الجماعات المتخيلة، الذي ليس لها مكان مادي، ومتشابهة في كثير من الجوانب مع تلك الموجودة تتشكل في العالم الواقعي، ومن ابرز السمات الاساسية لهذه الجماعات على أنها غير ملموسة.

يعتبر العالم (Haward Rhingold) من الاوائل الذين ساهموا بأعمالهم الأكاديمية في دراسة الجماعات الافتراضية، ففي مؤلفه الشهير المعنون بـ " Vurtual Comminity "، أكد من خلاله بأن هذه الجماعات المتخيلة هي تجمعات إجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في انحاء العالم يتقارب فيها الأفراد ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الالكتروني

كل ذلك الغرض منه تبادل المعارف وتكوين الصداقات فيما بينهم كما يجرون مناقشات ثرية خاصة في المواضيع الفكرية والعاطفية أكثر مما هو عليه الحال في الحياة الواقعية يجمع بين هؤلاء الأفراد إهتمام مشترك، أو بحوثا بينهم ما يحدث في العالم الواقعي من تفاعلات، ولكن ليس عن قرب بل عن طريق وسيط اتصالي وهي الانترنت¹.

إستناد على ما سبق ظهر مفهوم الجماعات الافتراضية مع ظهور كتاب (Rheingold) سنة 1993م، بعنوان الجماعات الافتراضية والذي يشرح فيه كيفية تواصل الافراد فيما بينهم ضمن نسيج من العلاقات الشخصية معتمدين على أنظمة التكنولوجيا كالبريد الالكتروني، لوحات نشرات، وغرف الدردشة ليشكلوا صداقات مبنية على إهتمامات مشتركة تجعلهم يشعرون بالإنتماء إلى الجماعة².

¹ زينب بوشلاغم: التفاعل الاجتماعي في الجماعات الافتراضية ودور الحضور الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة

الدكتوراه، الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2018م، ص: 45.46

² حسن مظفر الرزو، مرجع سبق ذكره، ص: 84.

إذن فالجماعات الافتراضية هي عبارة عن كيان مستحدث بتركيبة من تكتلات فردية، يتشارك ويتبادل أفرادها مجموعة من القيم والإهتمامات المشتركة، ينتشر أفراد هذه الجماعات على دفعة جغرافية مفتوحة، يتميز أفراد هذه الجماعات بفكر وأهداف متقاربة كل ذلك من أجل القيام بعملية تقاسم المعرفة والخبرات والتشارك بمضامينها بين جموع الشباب ، أثناء حضورهم في الفضاء الرقمي التفاعلي، تتميز أنطولوجيا الجماعات الافتراضية بتعدد مستوياتها، نتيجة لتنوع مراتب آليات التواصل المتاح بين أفراد هذه الجماعات، حيث يدرك الأفراد أبعاد حضورهم التواصلي من خلال التفاعل الذي تثيره عمليات التواصل الرقمي، وما ينشأ عنه من أحاسيس ومشاعر ترسخ القناعة بوجود قواسم مشتركة وفرص أكيدة لتحقيق منافع ومكتسبات متبادلة، فيتولد عن ذلك وسط يمهّد لإحداث محيط إدراكي مشاع.

تلعب الجماعات الافتراضية دوراً أساسياً في الخطابات الافتراضية التفاعلية فهي تشير إلى أن الشباب الجامعي يختلف عن الفئات الاجتماعية الأخرى و ذلك بسبب تعرضهم وإستخدامهم للوسائط الاتصالية الجديدة و انخراطهم ضمن هذه الجماعات الافتراضية المتخيلة مكنتهم من اكتساب "خبرة رقمية" فحملوا تلك السمة التي جعلتهم يظهرون "كقوة اجتماعية كبيرة قادرة على التغيير" فلم يعد خافياً.

إن تمثل الشباب لذواتهم و لمحيطهم عبر هذه الجماعات الافتراضية مرجعه إلى العديد من المتغيرات السياقية و الدوافع الإجتماعية في محاولة منهم لبناء رأسمال رمزي يستثمرونه في تفاعلاتهم المختلفة سواء على الصعيد الواقعي او الافتراضي ،وكذلك من بين دوافع انهمام الشباب الجامعي لفضاءات الجماعات الافتراضية هو ندرة النفاذ للمشاركة في الفضاء العام هذا ما يدفعهم إلى البحث عن تشكيل ملامح خطاب إجتماعي حول ذواتهم حتى لو كان رقمي عبر جماعات افتراضية

رابعاً/تشكل القيم المعرفية في الخطاب التواصلي لدى الشباب الجامعي :

كان لإستخدام منصات التواصل الاجتماعي زخماً كبيراً سواء على مستوى الأفراد والجماعات، والكيانات الغير مادية، فيتجلى ذلك في توظيفها بأنها إحدى الأدوات الفاعلة في إدارة الموارد المعرفية وبتنوع تطبيقات هذه المنصات الرقمية الاجتماعية وطرحها لطبقا من الخدمات والدعم على صعيد

الإدارة التعاونية لقيم المحتوى الذي يتبادلونه المستخدمون الشباب في مواقعها، وبغض النظر عن الكم الكبير من المعلومات الموجودة في المحتوى الرقمي المسافر عبر تطبيقات منصات شبكات التواصل الاجتماعي، فإن جل هذه الشبكات تنصغ بتلك الصبغة الاجتماعية، فتحدث أرضية من المعلومات أو أنساق لمفردات معرفية، ثم تراجع وتحرر متيحة بذلك نوع من القيم المعرفية المتنوعة المسافرة عبر الحيز السيبراني، فيصار إلى تقاسمها والتفاعل معها سواء بإبداء التعليقات والملاحظات حول مضامينها أو تقاسمها بواسطة أولئك المستخدمين الذين ينتمون إلى هذه البيئة الاتصالية¹.

إن من الميزات الأساسية لهذه التوليفة من التطبيقات التي تحويها منصات التواصل الاجتماعي هي القدرة على دعم المساهمات التفاعلية، وإدارة المحتوى وصناعة المعاني والمفاهيم، وخلق وتبادل القيم المعرفية والتواصل مع الآخرين لغرض تحقيق أهدافهم الشخصية المختلفة.

لقد أجمعت العديد من الأبحاث على القدرة الكبيرة لمنصات التواصل الاجتماعي، وما يحمله خطابها التواصلية خاصة الجانب المدون على إدارة مادة المحتوى المعرفي، وتنظيم مادته وتنمية مفرداته، وتقاسم المعرفة خاصة بين الفئات الشبانية، من خلال الأدوات التي توفرها بيئته الاتصالية والذي يمكن ملاحظته.

إن ممارسات المتفاعلين خاصة الذين يتبنون الجانب التدويني في التفاعل، يمثل نشاطاتهم مثالا حيا على تحويل المعرفة الضمنية التي تستبطن في ذهن المدون إلى معرفة صريحة يقوم المدون أو المتفاعل بإدراجها في مدونته الرقمية أو صفحته الخاصة فتصبح مادة معرفية خالصة جاهزة للتبادل مع من يتشاطرونه نفس البيئة الاتصالية والخطاب التواصلية ذاته².

إستمر تواجد القيم المعرفية التي تطرح في فضاء التواصل الجديد، وبجميع المضامين المختلفة، وتعميم محتوياتها، فقد بلغ نمو المادة المعرفية بنسبة 10.68% سنة 2009م، ثم تراجعت إلى 08.92%

¹ Nicolette Bakhuisem. **Know Ledge Sharing Using Social Media In The Work Place**. achance To exp And The ORganization Memory .Utilize Weak Tress And Share Tacit Information. Master Thesis .Vu University Amsterdam. Department Of Communication Sciene .Amsterdam . Netherlands. 2012.P: 63.

² Nancy Van Heuse' **Weblog s Credibility . And Collaboration In A Online** ،Word Paper Prepared for . CSCWwork shop .South hall of L'Information Management And Systems . University Of California Berkeley. 2004.P 23.

عام 2010م، واستمرت بتراجعها عام 2011م، فبلغت 03.32% وذلك بالتقاسم مع مختلف الفئات للمحتوى المنشور، فبلغت نسبة النصوص 02.47% ومقاطع الفيديو 05.95% بينما لم تتجاوز نسبة مقاطع الصور 04.9%¹.

عالج الباحثون العلاقة بين الشباب الجامعي و المعرفة و الوسائط الاتصالية الجديدة من منظورات مختلفة وسياقات ثقافية متباينة مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم و التصنيفات ، والوصول إلى إستنتاجات تدعمها الكثير من المعطيات الميدانية ومفادها أن محتوى القيم المعرفية المسافر عبر الفضاء الافتراضي، من خلال استخدامات الوسائط الاتصالية الجديدة بات يشكل ثقافات ومعارف الشباب، و الشباب بدوره أصبح يساهم في تشكيل وصناعة محتوى القيم المعرفية هذه، إذ يلاحظ أن الفئة الشبانية في جميع بلدان العالم، تتميز بألفة أكثر بالانترنت و منصات التواصل الاجتماعي خصوصا فهو القوة الاولى و المتبني الاول للوسائط الاتصالية الجديدة فالشباب هو تلك الشريحة التي لها رغبة ملحة في التعبير الحر عن الذات و تطوير مهاراتها وقدراتها المعرفية وبالتالي يتبعون إستراتيجيات استخدام خاصة بهم لتبني هذه الوسائط الاصال الجديدة وما تحتويه من قيم متعددة ونخص بالذكر منها القيم المعرفية و تكييفها و توظيفها من أجل الابداع الثقافي و المعرفي و الاتصال الاجتماعي²

4-1 دور المدونات الرقمية في تقاسم المعارف:

إن أهم مكون لفضاء التدوين هي المادة التي ينتجها المدونون والجماهير بدورها تتابع المادة المخزونة فيه ومدى التفاعل حول هذه المادة وتلتحق بالمدونة مواد رقمية متنوعة تتضمن وثائق أو مؤثرات مرئية أو سمعية، منها من يضيفها المدون ذاته، ومنها من يضيفها المتفاعلون مع المحتوى المدون.

¹ التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي " الواقع والدلالات، التحديات، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2013 م، ص:

تعتبر المدونات فضاء إفتراضيا يزيد من حجم وكثافة الفعل المعرفي والثقافي، ويتجلى ذلك من خلال ما تحتويه، وتنظمه م محتويات معرفية مختلفة والتي تعكس ذلك التنوع الثقافي والمعرفي، إضافة إلى تعدد اشكال التعبير عن الرؤية والفكر.

تعتبر المواد المعرفية التي يضيفها المدونون و المساحات المتاحة لهم على صفحات مدوناتهم الشخصية هي من نتاج الفعل الثقافي الذي يتطابق عن ما هو ماثل في الواقع الحقيقي من خلال جميع الأنشطة المعرفية والعلمية أو شكلا من أشكال الثقافات المتنوعة المعبر عنها.

منحت المدونات الرقمية الفردية للأفراد والجماعات القدرة على المساهمة والمشاركة في صناعة المحتوى المعرفي فهي تتفوق على الوسائط الاتصالية الجديدة في مدى نفاذها، وذلك بقدرتها على إستيعاب العديد من المواد الثقافية والمعرفية إضافة ذلك الطابع النخبوي الذي يميز مستخدميها.

وقد أنتج المدرسون العرب حوالي 90.7% من المحتوى المعرفي المودع في فضاء المدونات، كما أنتج زوار الفضاء المدون حوالي 09.2% من مادته، فكانت مادة الخطاب المدون مزيج بين نصوص، وصور ومقاطع فيديو أو صورية أو صوتية مرفقة، والملاحظ من هذا أن النصوص بحضورها في باب المادة المعرفية المدونة شكلت حوال 20.8% من حجم المحتوى الرقمي، بينما جاءت بعدها المقاطع الصوتية بنسبة 33.3%

يمكننا الاعتقاد أن المدونات الرقمية تعتبر من بين الوسائط الاتصالية الجديدة التي ساهمت بقدر وفير في صناعة وترحيل الفعل الثقافي والمعرفي بين المستخدمين فبهيكلتها وفعاليتها التي تتيح للمدون إدارة المحتوى والمتصفح خاصية التفاعل، وتقاسم المحتوى المعرفي القاطن في النص، أو الصورة مع بقية المتصفحين والمستخدمين، استطاعت ان تعبر عن أحد أهم أشكال التحول الذي شهده النموذج الاتصالي بظهور هذه الحوامل الاتصالية الجديدة، فعلى الرغم من هذا يرى العديد من الباحثين في مجال استخدامات الوسائط الاتصالية الجديدة أن تأثير هذا الفضاء التواصل " المدونات " على صعيد إنتاج المعرفة ونشرها عبر المحيط المعرفي يبقى محدودا بالمقارنة مع موقع الفايسبوك أو حتى تويتر، وذلك يرجع إلى شح الزوار والمتفاعلين مع المادة المطروحة فيه مقارنة مع بقية الوسائط الاتصالية الجديدة الأخرى.

4-2 دور الفيسبوك في تقاسم المعارف:

إن ظاهرة التغير الاجتماعي هي عملية بنيوية تخضع لتيارات متشابكة ومتراطة ضمن نسقية مهيكلية، تسعى هذه الدينامية المتفاعلة إلى العمل لخلق نوع من التوازن في المحيط المجتمعي الخاص بها، وتؤسس للتراكم والتكامل سواء كان هذا التوازن فكرياً أو تفسيرياً أو تحليلياً أو تجارة أو رأياً أو معرفة، فضمن هذا المنطلق يمكننا اعتبار أن الظواهر الاجتماعية دائمة التغير لأن حاجات الأفراد السيسولوجيا تدفعهم للتغيير باختلاف الاشكال تماشياً مع التطور الانساني.

إن محاولة البحث والتنقيب على تركيبة المحتوى المعرفي المنقول عبر الفضاء الافتراضي، والذي يعبر ملمحاً أساسياً من ملامح التغيير الاجتماعي، فهو يعتبر مسألة مهمة في هذا المقام ترتبط بالتعقيد الشديد الذي يغزو بنية فضاء المعلومات نتيجة لكثرة العقد الرقمية التي تستوطن نسيجه الشبكي، فإن حضور المادة المعرفة في هذا الفضاء الافتراضي "الفيسبوك" يلزمنا بأن نتبنى نقله مفاهيمه وعدة معرفية رصينة فهذا الفضاء الافتراضي أي "الفيسبوك" يعتبر فضاء متعدد الأبعاد بمستوى يتجاوز أبعاد الفضاء الاجتماعي التقليدي الذي تعودنا التعامل معه.

يعتبر العديد من الباحثين على أن موقع الفيسبوك يعد منصة مهمة، تشكل مرحلة حاسمة من مراحل تطور الفضاء الافتراضي المفتوح، والذي من بين خصائصه الأساسية أنه لا يفرض أي قيود على تدفق المعلومات مقابل بيئة تواصل رقمي بغرض تنمية حضور صلة الصداقة والعضوية الافتراضية كل هذا يسمح بسرّيات أنشطة التواصل والتفاعل داخل الحدود الافتراضية.

في خضم نشوء صداقات مفتوحة بين أصدقاء متعددين على هذا الفضاء الافتراضي الرقمي الفيسبوك تبرز جماعات متخيلة تتألف من مجاميع لهويات إفتراضية متنوعة المشارب والتوجهات الفكرية، فتروم هذه الأخيرة "الجماعات الافتراضية" إلى الدخول في نقاشات وأنماط من التواصل والتفاعل الذي يعطي معاني جديدة لهذه العلاقات التي تربط هذه الجماعات والتي يمكن تتبع دائرة حضورها الافتراضي بمرور الزمن لتشكل بيئة خصبة وملائمة لنشر المعلومات وتقاسم المعارف المختلفة¹.

¹ حسن مظفر الرزوي، مرجع سبق ذكره، ص: 212.

4-3 موقع التغريدات الرقمية تويتر ودوره في تقاسم المعارف.

- إن من أهم مميزات البيئة المعرفية في موقع تويتر هو إختلافه عن بقية وسائط الاتصال الجديدة إختلاف عميق في الهيكلية التي تتحكم في عملية نشر المعارف وتقاسمها، فالخطاب المعرفي في هذا الوسيط الاتصالي يتميز باقتضاب عباراته وتركيزه بمفردات محددة تصب في المضمون الذي تعالجه، ودور المتابعين قد ينحصر في إعادة التغريد ما قد نشر، فهنا شخصية الفرد، هي التي يمكن أن يكون لها دورا كبيرا في عملية إعادة نشر التغريد بكثافة، ومرجع هذا إلى عدة معايير، هوية الفرد، وثقله المعرفي، والاجتماعي والسياسي، القضية، أو الموضوع الذي كتبت حوله التغريدة ومدى حساسيتها، كل هذه العوامل تؤدي دورا فاعلا في توجيه المعارف، ونشرها، ومقاسمتها.

- تساهم وسائط الاتصال ، ومن بينها "تويتر " بقدر كبير من تمكين المستخدمين من إثراء رصيد معارفهم الذاتية، في كل المراحل المختلفة من عمليات توليد المعارف إلى مرحلة تقاسمها فتعتبر هذه الوسائط الاتصالية الجديدة من بين اللبنة الأساسية في عمليات تشكيل المعارف وتقاسمها، ذلك لما لها دور فعال في عملية بناء المعرفة المشتركة من خلال رعاية وإثراء التفاعل بين العمليات الادراكية الفردية والجماعية التي توفرها التفاعلات الاجتماعية ضمن البيئة الرقمية الافتراضية.

إن ما يمكن أن نعتقد به هو أن موقع تويتر لا يساهم في تشكيل حصيلة معرفية لدى المستخدم فقط، وإنما يدفع بقدر كبير إلى إنشاء وعي جماعي لدى جمهور متابعين، سواء بما يحمله هذا الموقع من خطابات التغريد المدونة أو ما ينشر من طرف بعض المستخدمين من روابط ذات حمولة معرفية تحيلك إلى الكتاب أو المنتدى، أو الموقع، أو المدونة.

الفصل الخامس

الإطار الميداني للدراسة

الفصل الخامس :الإطار العام والمنهجي للدراسة

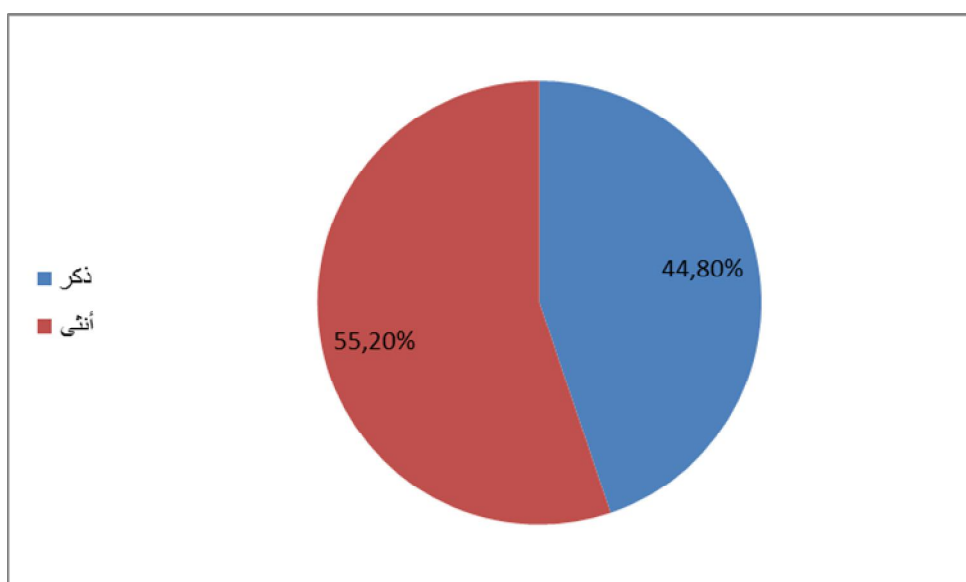
أداة الدراسة:

أولاً/ عرض ومناقشة نتائج صحيفة الاستبيان :

عرض ومناقشة محور البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	94	44.8%
أنثى	116	55.2%
المجموع	210	100%

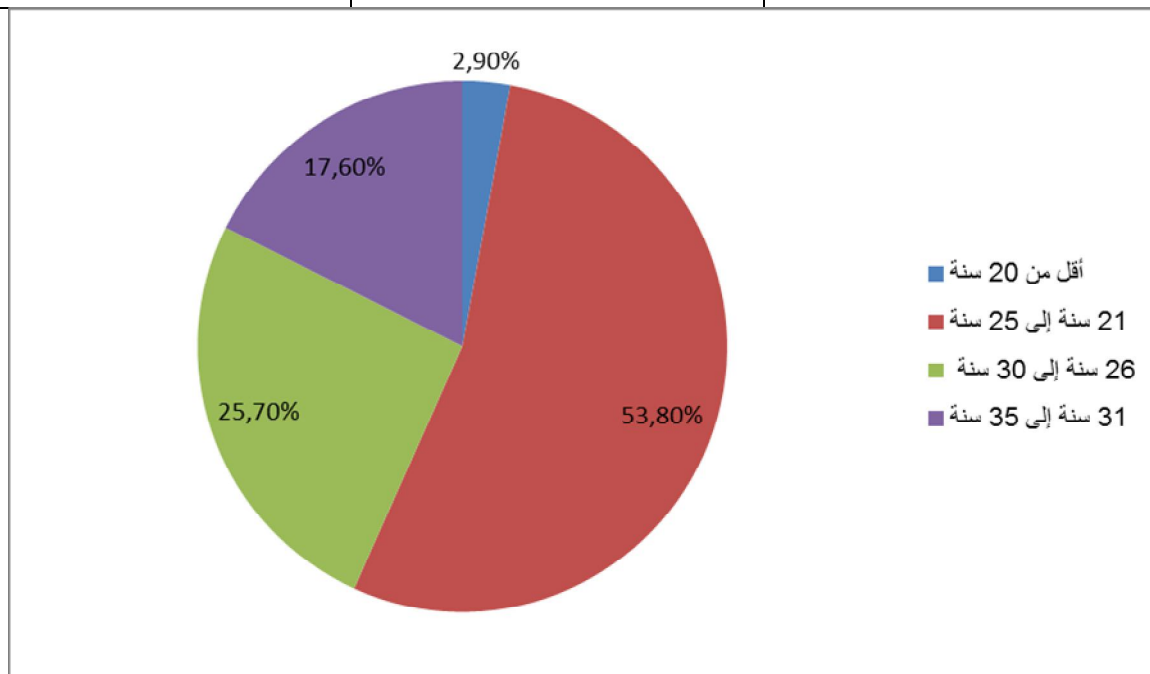


الشكل رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يظهر لنا الجدول أعلاه النسب المتعلقة بإجراء العينة حسب متغير الجنس، فالذي نلاحظه أن نسبة الذكور بلغت 44.8% في حين بلغت نسبة الاناث بـ 55.8%، تبدو لنا هذه النسبتين متقاربتين، غير متباعدتين، فهذا ما يمثل تمثيل نسبي لكلا الجنسين.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	06	02.9%
21 سنة إلى 25 سنة	113	53.8%
26 سنة إلى 30 سنة	54	25.7%
31 سنة إلى 35 سنة	37	17.6%
المجموع	210	100%



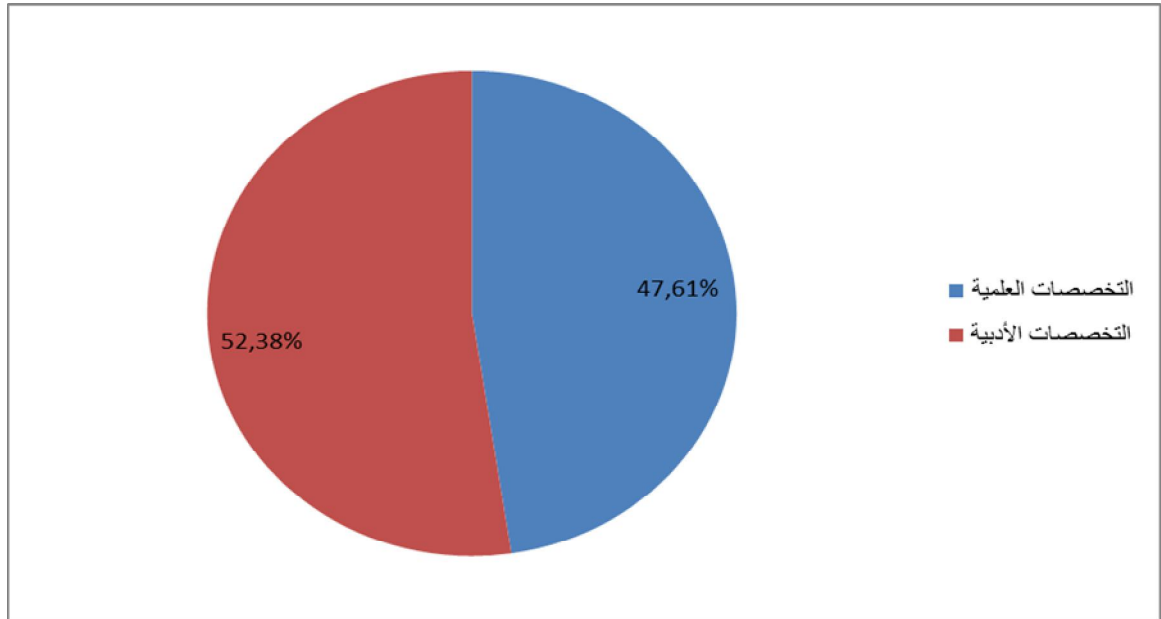
الشكل رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية

نلاحظ من خلال بيانات الجدول، أن الفئات التي ينتمي إليها المبحوثين هي كالتالي: فئة الذين تتراوح أعمارهم أقل من 20 سنة بلغت نسبتها (02.9%)، ثم تليها فئة العمرية من 21 سنة إلى 25 سنة بنسبة (53.8%)، ثم بعدها فئة 26 سنة إلى 30 سنة بنسبة (25.7%)، ثم أخيرا تأتي فئة من 31 سنة إلى 35 سنة بنسبة (17.6%).

إن ما يمكن ملاحظته من خلال هذه المعطيات هو أن العنصر الشبابي هو الغالب في البنية السوسيوغرافية للمجتمع الجزائري عامة، لا سيما في الفضاءات التعليمية الجامعية فقد كان إختيارنا لعينة الطلبة الجامعيين، ضمن معيار اساسي وهو كون هذه الفئات الشبابية هي الفئات الأكثر إستخداما لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، خاصة منصات التواصل الاجتماعي، فقد خلصت العديد من الدراسات الأكاديمية، على أن الشباب قد دمجوا فعليا منصات التواصل الاجتماعي كجزء أصيل من ممارسات حياتهم اليومية، فهي تلك الوسيلة المتعددة المهام، من ترفيه، وتواصل اجتماعي، وتعلم.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب تخصص العلمي

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
التخصصات العلمية	100	47.61%
التخصصات الأدبية	110	52.38%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب تخصص العلمي

تظهر لنا معطيات الجدول أن هناك تقارب في نسب المبحوثين حسب التخصص العلمي، فقد بلغت نسبة عدد المبحوثين المنتمين تحت تخصصات علمية بـ 47.61% في حين بلغت نسبة المبحوثين المنتمين إلى التخصصات الأدبية بـ 52.38%.

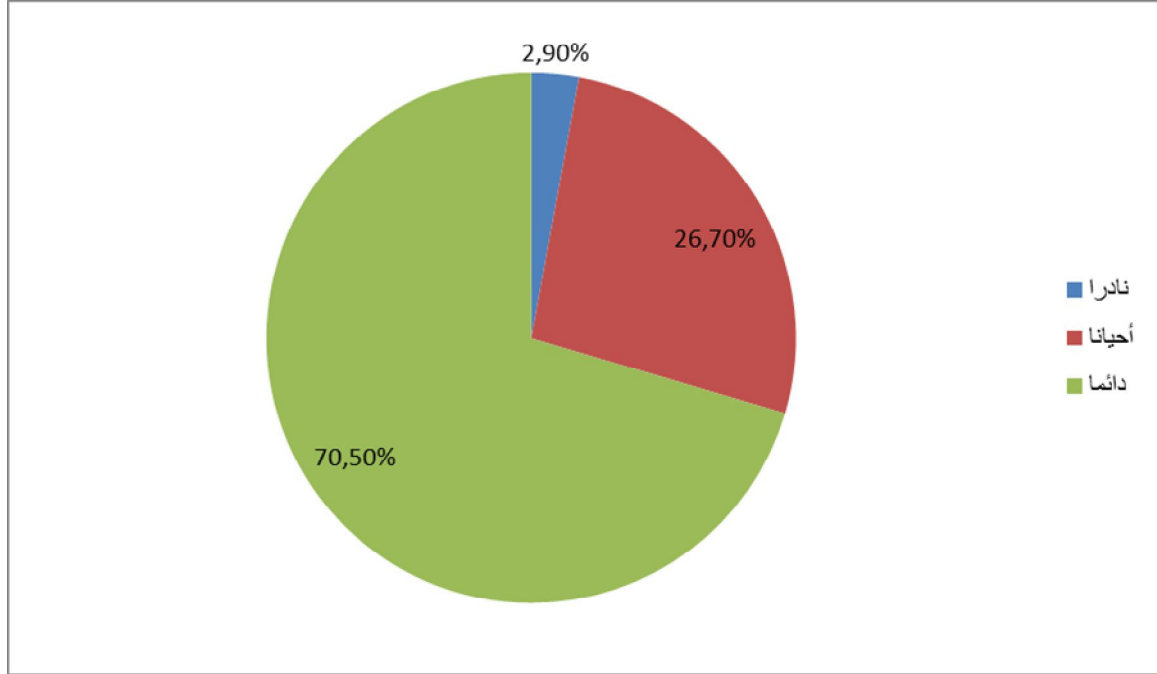
فنستنتج مما سبق، أن هناك تمثيل نسبي لكل التخصصات الجامعية فهذا ما يمنح لنا إجابات متعددة دون اقضاء لتخصص دون غيره.

2- عرض ومناقشة المحور الثاني: عادات وأماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل الاتصال الجديدة.

الجدول رقم 04: استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

استخدام افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
نادرا	06	02.9%
أحيانا	56	26.7%

دائما	148	70.5%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 04: استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

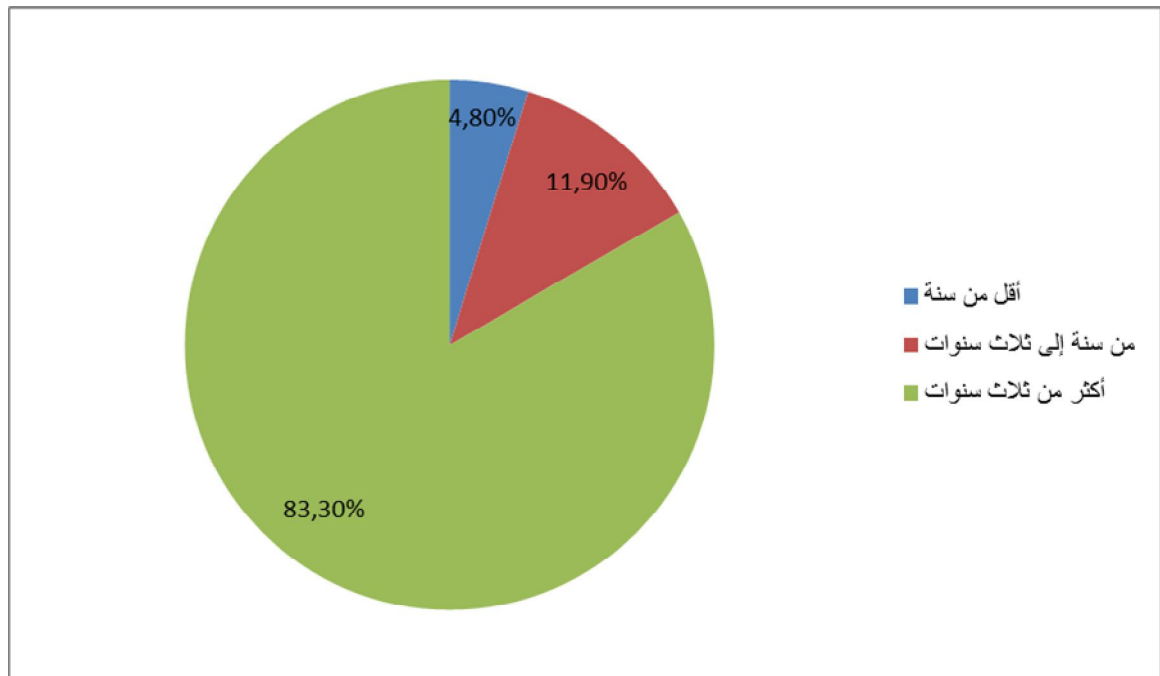
يبين لنا الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين دائما ما تستخدم وسائل الاتصال الجديدة بمقدار 70.5%، في حين تستخدم نسبة 26.7% أحيانا لوسائل الاتصال الجديدة، وكما هو مبين فإن نسبة 2.9% نادرا ما تستخدم وسائل الاتصال الجديدة.

نستنتج من خلال رجوعنا إلى المعطيات المبينة في الجدول أعلاه، والتي تشير إلى أن غالبية العينة المبحوثة، دائما ما تستخدم وسائل الاتصال الجديدة، فهذا يدل على أن الشباب قد دمجوا بصفة فعلية شبكات التواصل الاجتماعي، ضمن عاداتهم اليومية، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات الأكاديمية مثل دراسة Ballono وزملائه (2012) ويمكن أرجاع ذلك إلى العديد من الاعتبارات منها، التطور المذهل واللافت في تكنولوجيا الاتصال الحديثة وكذلك شمولية خدمة النت، وإنخفاض تكلفة الخدمات على المستوى العالمي، فضمن هذين المعطين الأساسيين، يمكننا اعتبار أن الوسائل

الاتصالية الجديدة أضحت ذلك الفضاء الافتراضي الجامع، الذي يحوي على العديد من روافد الترفيه، والتواصل والتفاعل الاجتماعي، والتعلم، ونسج العلاقات الاجتماعية¹.

الجدول رقم 05: بداية المدة الزمنية التي بدأت مفردات العينة في استخدام وسائط الاتصال الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	بداية الاستخدام
04.8%	10	أقل من سنة
11.9%	25	من سنة إلى ثلاث سنوات
83.3%	175	أكثر من ثلاث سنوات
100%	210	المجموع



¹ Pewerse Arch.org/Internet/2013/02/14/ The Demographics-of-social- media –uses-2012.vu
le 05-04-2021- a 23:30h

الشكل رقم 05: بداية المدة الزمنية التي بدأت مفردات العينة في استخدام وسائط الاتصال الجديدة

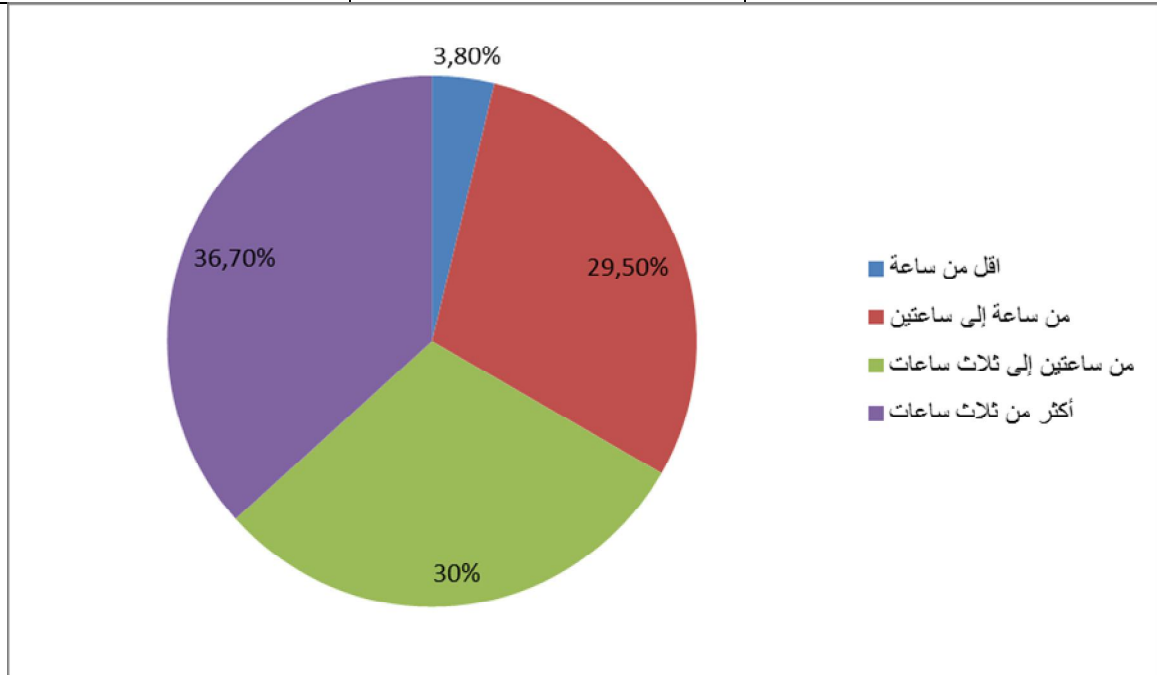
يتجلى لنا من خلال الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين بدأوا في استخدام وسائط الاتصال الجديدة منذ أكثر من ثلاث سنوات، وذلك بنسبة 83.3% في حين اكتفى ما نسبة 11.9% من المبحوثين في أنهم بدأوا استخدام الوسائط الاتصال الجديدة من سنة إلى ثلاث سنوات، كما أقرت نسبة 04.8% من افراد العينة أنهم بدأوا استخدام وسائط الاتصال الجديدة أقل من سنة.

يندرج هذا السؤال ضمن مساق من مساقات عادات وأنماط المبحوثين حول بدايات استخدامهم للوسائط الاتصالية الجديدة فقد أجابت الغالبية العظمى من أفراد العينة، أن بداية استخدامهم لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة يزيد عن ثلاث سنوات، والذي يمكن أن نستخلصه من ذلك، هو أنه يوجد هناك أكثر من منظور حتمي من الناحية الاجتماعية، بشأن الدور الاجتماعي الذي تلعبه التكنولوجيات الاتصال الحديثة عامة، واستخدام الوسائط الاتصالية الجديدة خاصة، والتي تسمى حسب بعض الباحثين بظاهرة التدجين التكنولوجي.

فظاهرة التدجين التكنولوجي هي التأثيرات البالغة لتكنولوجيا المعلومات والوسائط الاتصالية الجديدة على البيوت وأماكن العمل، وتأثيرها على المستخدم وفقا لقيم واهتمامات السياق الاجتماعي الخاص حيث يقوم الناس بتكييف، ودمج وسائل التكنولوجيا الحديثة بروتين حياتهم اليومية، بأسلوب يعزز من ممارستهم الحالية، وتختلف باختلاف الاشخاص والسياقات.

الجدول رقم 06: يوضح ساعات استخدام الافراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة

ساعات الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	08	%03.8
من ساعة إلى ساعتين	62	%29.5
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	63	%30
أكثر من ثلاث ساعات	77	%36.7
المجموع	210	%100



الشكل رقم 06: يوضح ساعات استخدام الافراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة

طبقا لبيانات الجدول، نرى بأن 36.7% من عينة دراستنا تستخدم وسائط الاتصال الجديدة أكثر من ثلاث ساعات يوميا، كما عبرت نسبة 30% من مفردات العينة على إستخدامها لوسائط الاتصال الجديدة من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا في حين أقرت 29.5% من المبحوثين بأنهم

يستخدمون الوسائط الاتصالية الجديدة من ساعة إلى ساعتين يوميا، كما إكتفى 03.8% من المبحوثين على أنهم يستخدمون الوسائط الاتصالية الجديدة أقل من ساعة يوميا.

يتضح لنا من خلال الجدول المبين أعلاه، أن غالبية المبحوثين يستخدمون الوسائط الاتصالية الجديدة لأكثر من ثلاث ساعات يوميا، بنسبة 36.7% فنعتبر هذا الحجم الساعي مرتفع قليلا، نظرا لباقي النشاطات اليومية التي يقوم بها المبحوثين، من دراسة، وممارسة الهوايات الأخرى، أعمال واشغال عائلية، ترفيه ومرافقة للأقارب والاصدقاء ويمكن إرجاع أسباب هذا الارتفاع النسبي في الاستخدام إلى العديد من الاعتبارات، منها المتعلقة بالجانب الثقافي، كتمدد وسائط الاعلام الجديد على حساب وسائل الاعلام التقليدي باعتبار أن وسائط الاتصال الجديدة ملمح أساسي من ملامح البيئة الرقمية الجديدة ومدى نفاذها في تفاصيل الحياة العامة للأفراد

إضافة إلى ذلك التطور اللافت الحاصل على مستوى انتشار تكنولوجيا الاتصال الجديدة و نتائج شموليتها واتساع رقعتها، فقد أتاحت الوسائط الاتصالية الجديدة، وتقنيات التواصل الإجتماعي بقيادة التكنولوجيا الرقمية إلى عوامة الصدمة حسب التعبير الباحثان (June Edmunds) وبراين تيرنر (Brayn Turner)، وذلك بأن وسائط الاتصال الجديدة والتكنولوجيا الرقمية، يمكنها خوض الأحداث في وقت واحد، وعلى نحو يتجاوز حدود الزمان والمساحة¹.

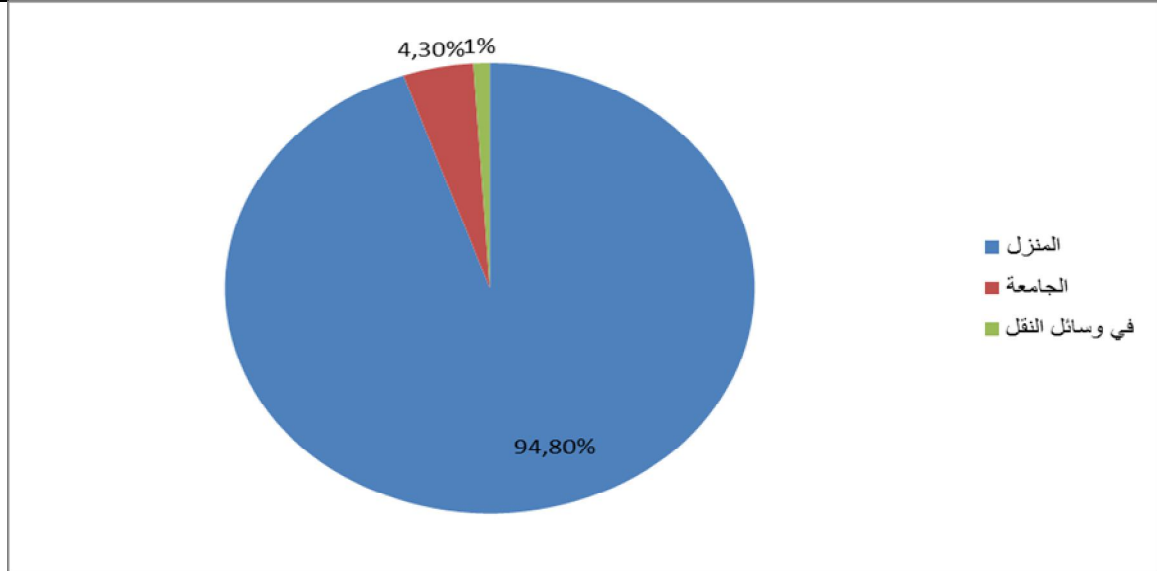
كما يرى الباحث مارك برينسكي (Marc Prensky)، صاحب مصطلح " المواطن الرقمي"، أن فئة الشباب فئة منفصلة عن غيرها من الفئات الاجتماعية الأخرى، من حيث إستخدامهم للوسائط والتقنيات الاتصالية الجديدة، ولديهم القدرة المضمنة للتفاعل و التواصل الرقمي عبر الوسائط التقنية والاتصالية وأكثر فهما لها².

¹ Edmunds. J. and Turner, **global génération: social change in twentieth the centry** british journal of sociology N. 5es 04-2005. P 577.

² Prensky. M. Digital Natives. **Digital immigration** part 01. On the horizon: the stratégie Planning Resource for éducation Professional. 9 (5) 2001. P 05.

الجدول رقم 07: يوضح مكان استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

مكان استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	199	94.8%
الجامعة	09	4.3%
في وسائل النقل	02	1%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 07: يوضح مكان استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

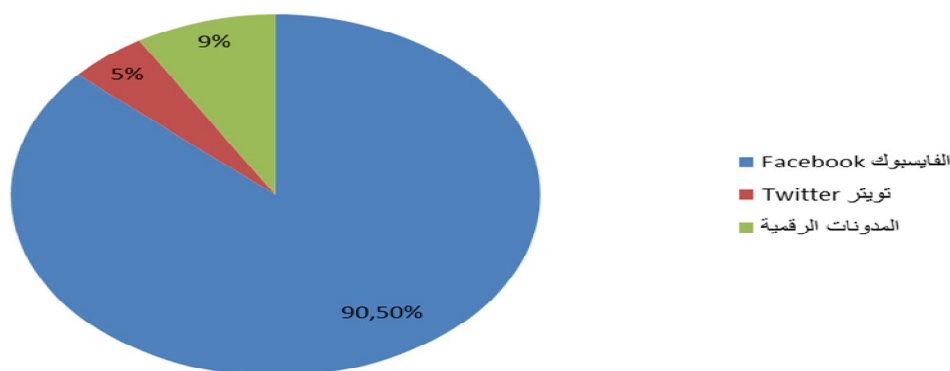
يظهر الجدول أن 94.8% من المبحوثين يستخدمون وسائل الاتصال الجديدة من المنزل، كما عبرت نسبة 4.3% من المبحوثين أنهم يستخدمون الوسائل الاتصالية الجديدة من مكان الدراسة وهي الجامعة، في حين إكتفت نسبة ضئيلة تقدر بـ 1% من أنها تستخدم الوسائل الاتصالية الجديدة في وسائل النقل.

على أساس نتائج الجدول نلاحظ أن الغالبية الساحقة من المبحوثين يستخدمون الوسائل الاتصالية من المنزل بنسبة 94.8% ويمكن إرجاع ذلك إلى اعتبار أن المنزل هو المكان الأكثر راحة

وإستقرار وملاءمة للولوج إلى هذه الوسائط الاتصالية الجديدة بعد جملة من النشاطات اليومية المتنوعة من دراسة، أو إلتزامات شخصية أو ممارسة للهوايات، كل هذا يتم ضمن النسق الزمني والمكاني الذي يفضلهُ المبحوثين أثناء التعرض لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة.

الجدول رقم 08: يوضح أهم الوسائط الاتصالية التي يستخدمها أفراد العينة

أهم الوسائط الاتصالية التي يستخدمها أفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك Facebook	190	90.5%
تويتر Twitter	01	05%
المدونات الرقمية	19	09%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 08: يوضح أهم الوسائط الاتصالية التي يستخدمها أفراد العينة

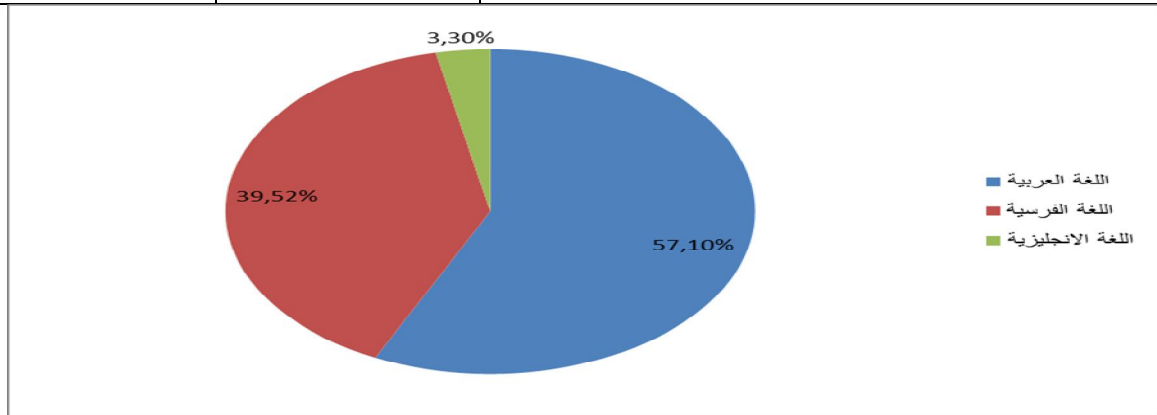
يشير الجدول إلى ما نسبته 90.5% من أفراد عينة الدراسة تستخدم منصة الفيسبوك، في حين عبرت نسبة 05% على أنها تستخدم موقع تويتر، كما تستخدم فئة تقدر بـ 09% للمدونات الرقمية.

نستنتج من الجدول المبين أعلاه، أن أغلب المبحوثين نسبة 90.5% يستخدمون منصة الفيسبوك، ففي هذا السياق يرى الباحث Marc Lunch، في دراسة أجراها حول استخدام

المجتمعات العربية لمواقع التواصل الاجتماعي، أن هذه الشبكات الاجتماعية، خاصة الفيسبوك أدت إلى بزوغ منصات مفتوحة ذات صبغة ديمقراطية، كما أنها أكثر مساهمة وتحفيز لظهور افكار جديدة، وأنماط تعبير متنوعة عن الذات، فساهمت هذه الشبكات الاجتماعية في تجاوز الاكراهات الرمزية والاجتماعية¹.

الجدول رقم 09: يوضح اللغة التي يستخدم بها أفراد العينة الوسائط الاتصال الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	اللغة التي يستخدمها أفراد العينة اثناء التصفح وسائط الاتصال الجديدة
57.1%	120	اللغة العربية
39.52%	83	اللغة الفرنسية
03.3%	07	اللغة الانجليزية
00.0%	00	أخرى تذكر
100%	210	المجموع



الشكل رقم 09: يوضح اللغة التي يستخدم بها أفراد العينة الوسائط الاتصال الجديدة

¹ Lynch. Marc: blogging the new arabe public. Arab media and society 1. 2007 from .
http://: www. Arabe media society.com/article10. Voir. 04/04/2021 a 15:32

تظهر معطيات الجدول أن ما نسبته 51.7% من افراد العينة تستخدم اللغة العربية عند تصفحها لوسائل الاتصال الجديدة، كما عبر 39.52% من أنهم يستخدمون اللغة الفرنسية، في حين أقرت نسبة ضئيلة تقدر بـ 03.3% من أنها تستخدم اللغة الانجليزية عند تصفح وسائل الاتصال الجديدة.

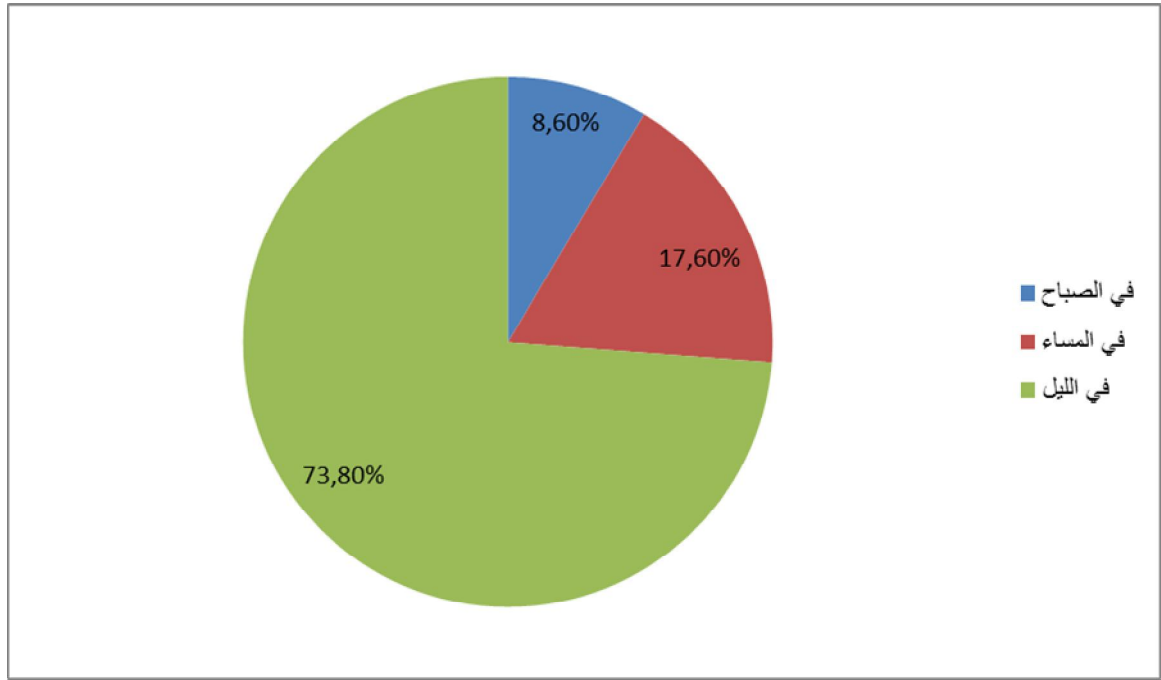
يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن غالبية الباحثين يفضلون إستخدامهم للغة العربية أثناء تصفحهم لمواقع الوسائل الاتصال الجديدة، فمن بين الأسباب المفسرة لذلك هو اعتبار أن اللغة العربية هي اللغة الأم لأفراد عينة الدراسة فطبيعة استخدامهم لهذه اللغة أكثر من غيرها تبدو منطقية إلى حد بعيد، ففي ذات السياق احتلت اللغة العربية المرتبة الثانية من حيث الانتشار وسرعة نموها على الفيسبوك خلال عامي 2010م إلى 2014م، وذلك طبقا لموقع Social Bocher.com¹، كما إنتقل معدل نمو اللغة العربية على شبكة تويتر من المرتبة الثامنة في أكتوبر 2011م، إلى المرتبة الخامسة شهر سبتمبر 2018م، ضمن قائمة اللغات الأكثر تواجدا على تويتر، وهذا حسب دراسة عالمية نشرها موقع ميتاستيتا العالمي².

الجدول رقم 10: يوضح أوقات المفضلة في تصفح أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

أوقات المفضلة لتصفح وسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
في الصباح	18	08.6%
في المساء	37	17.6%
في الليل	155	73.8%
المجموع	210	100%

¹ www.socialbakers.com/blog/1064-top-10-fastest-growing-Facebook-language.
Visite le: 13-04- 2021: 22: 30 h.

² Vicinites.io/ blog/twitter-social-Media-Stratgy. 2018. Research 100. Millions
Twttes. Visite Le 14-04-2021: 21: 35h



الشكل رقم 10: يوضح الأوقات المفضلة في تصفح أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

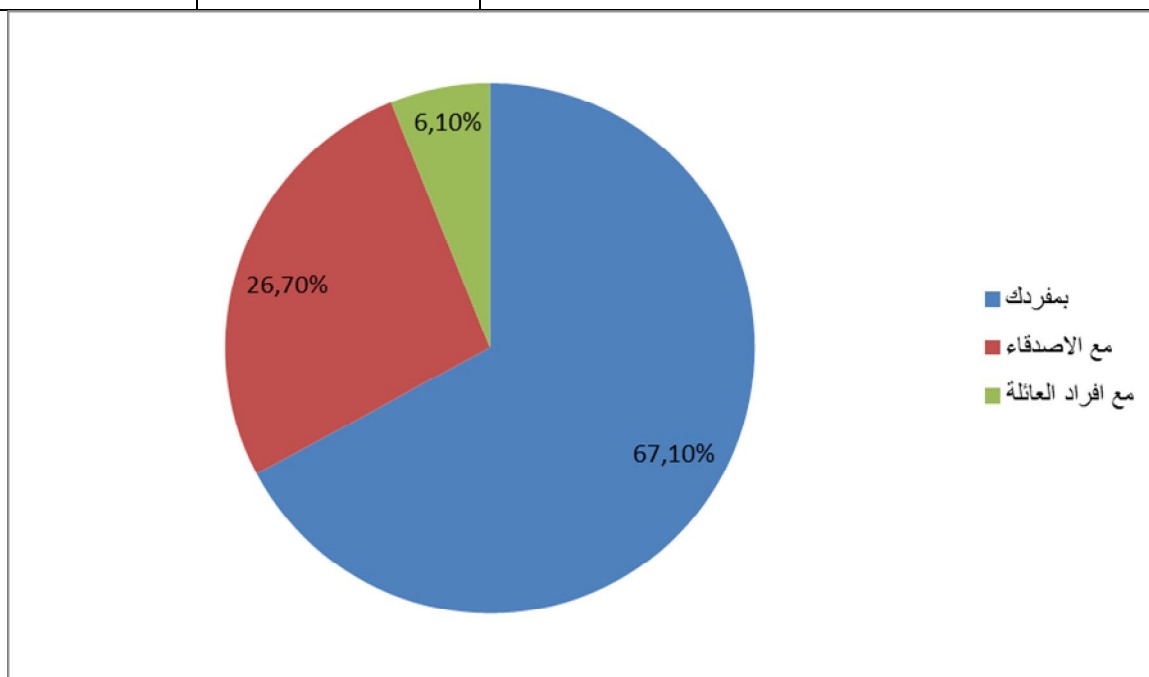
يبين لنا الجدول أن غالبية المبحوثين يفضلون تصفح مواقع وسائل الاتصال الجديدة في الفترة الليلية بنسبة 73.8% ثم عبر ما نسبته 17.6% من المبحوثين على أنهم يفضلون استخدام الوسائل الاتصال الجديدة في الفترة المسائية، كما أجابت نسبة 08.6% من المبحوثين من أنهم يفضلون التصفح في الفترة الصباحية.

إن ما يمكن إستنتاجه من خلال نتائج الجدول والذي يبين على أن غالبية أفراد العينة يفضلون تصفح وسائل الاتصال الجديدة في الفترة الليلية وجاء ذلك بنسبة 73.8% يمكن إرجاع هذا الامر على أن الفترة الليلية تعتبر فترة الركون إلى المنزل، والانهاء من الإلتزامات اليومية التي ترافق المبحوثين كالعمل والدراسة، ممارسة الهوايات، ففي مقال يصب ضمن نفس السياق كتب موقع BBC العالمي، تطرق المقال إلى العديد الدراسات التي اثبتت أن الفترة الليلية هي الفترة التي يتصفح فيها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، أكثر من غيرها من فترات باقي اليوم، فقد تناول صاحب المقال مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأوقات طويلة خلال الفترة الليلية، وترجع هذه العوامل العديدة منها التحذيرات الأخيرة حول الضوء الازرق المنبعث من الشاشات الذي يقلل من مستويات الميلاثونين وهو الهرمون الذي ينهينا من أنه قد حان وقت النوم، كما ربط الباحثون أيضا

قلة النوم باضرار أخرى متعددة منها احتمال الإصابة بأمراض القلب، ومرض السكري، وفقدان التركيز عند العمليات الفكرية، والادراكية وضعف التحصيل الدراسي وغيرها من المشاكل¹.

الجدول رقم 11: يوضح الصفة التي تستخدم فيها افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة، فردية، مع الاصدقاء، مع الافراد العائلة.

الصفة التي يستخدم فيها أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
بمفردك	141	67.1%
مع الاصدقاء	56	26.7%
مع أفراد العائلة	13	6.1%
المجموع	210	100%



¹ www. Bbc.com: **the vital time you shouldn't be on social media**. Janvier 2018. Visite Le 17.04.2021 a 14: 00h

الشكل رقم 11: يوضح الصفة التي تستخدم فيها افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة، فردية، مع الاصدقاء، مع الافراد العائلة.

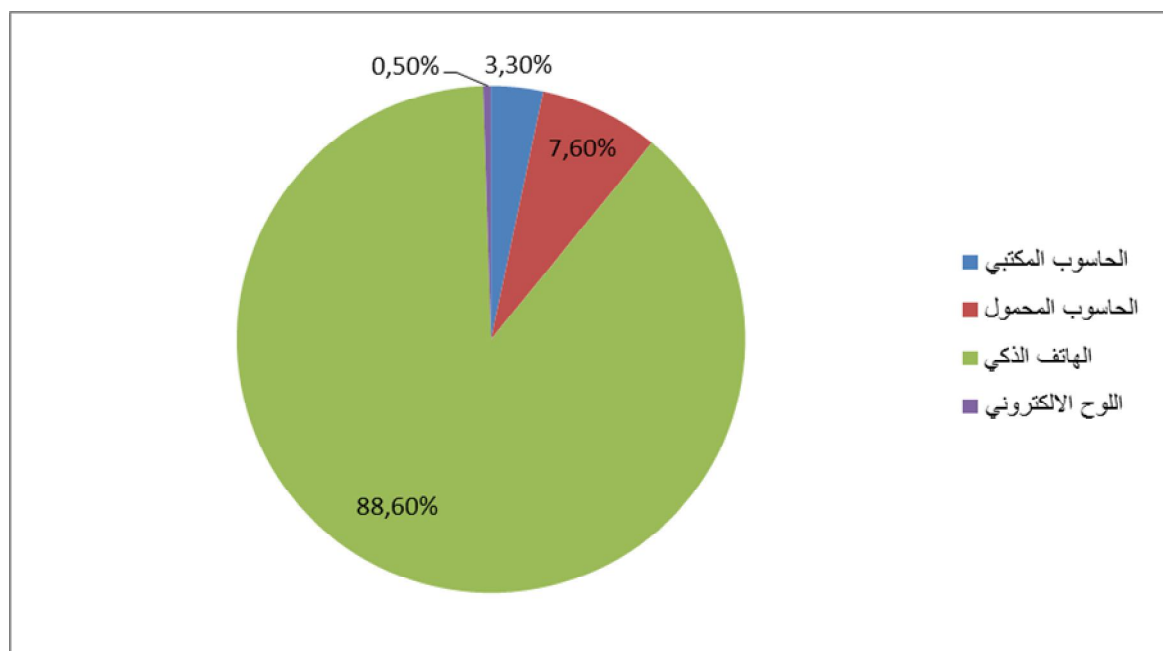
نلاحظ من خلال المعطيات الجدول أن نسبة 67.1% من المبحوثين تستخدم وسائل الاتصال بصفة فردية، كما أجاب ما نسبته 26.7% على أنهم يستخدمون وسائل الاتصال الجديدة بمعية الأصدقاء، كما عبرت نسبة ضئيلة من المبحوثين تقدر بـ 06.1% على أنهم يستخدمون وسائل الاتصال الجديدة مع أفراد العينة.

إن من بين الإستنتاجات التي يمكن رصدها من خلال المعطيات النسب المبنية في الجدول، والتي جاءت أعلاها ترجمة لاستخدام الشباب لوسائل الاتصال الجديدة بصفة فردية هو ما يهيئنا لمفهوم الخصوصية، سواء في الحياة المادية والرقمية، فالخصوصية في الحياة المادية تعني حجب أو إخفاء المعلومات الشخصية، أو التفرد ببعض السلوكيات والممارسات بصفة مستقلة بعيدة عن تأثيرات أو إكراهات الآخر، الذي نتقاسم معه الزمان والمكان، ويكون هذا بشكل طوعي فكل ما هو خصوصي يحتفظ به الفرد لنفسه، أو يمكن أن يتقاسمه مع من يثق فيهم في بعض الأحيان، وباعتبار أن الفضاءات الرقمية هي امتداد لحياتنا المادية وتمثلاتها الاجتماعية، يتضح لنا أن الحضور القوي لاستراتيجيات الخصوصية لدى الشباب محل حرص شديد من طرفهم ، وذلك من خلال إدارة خصوصيته الرقمية الافتراضية بشكل واعي ومسؤول في غالب الأحيان¹.

الصادق رابح: ترشيد الممارسات الاخلاقية للشباب في الفضاءات الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات، 25 نوفمبر 2020م،¹ ص: 09،

الجدول رقم 12: يبين الوسيلة التي يتصفح من خلالها أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

الوسيلة التي تتصفح من خلالها وسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
الحاسوب المكتبي	07	03.3%
الحاسوب المحمول	16	07.6%
الهاتف الذكي	186	88.6%
اللوحة الإلكترونية	01	0.5%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 12: يبين الوسيلة التي يتصفح من خلالها أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة

يظهر الجدول أن نسبة 88.6% من المبحوثين يستخدمون الهاتف المحمول كوسيلة تصفح لوسائل الاتصال الجديدة، في حين عبر 07.6% من المبحوثين أنهم يستخدمون الحاسوب المحمول في ذلك،

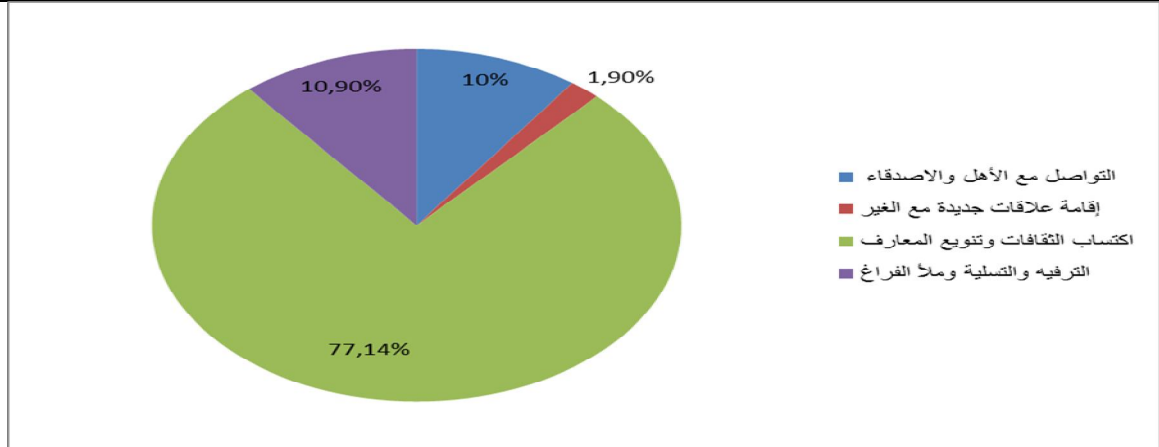
كما أجاب 03.3% من أنهم يستخدمون الحاسوب المكتبي، وصرحت فئة ضئيلة تقدر بـ 0.5% من المبحوثين على أنهم يستخدمون اللوح الإلكتروني في التصفح لوسائل الاتصال الجديدة.

إن ما يمكن ملاحظته من خلال نسب الجدول المبين أعلاه هو أن نسبة استخدام الهاتف المحمول في تصفح وسائل الاتصال الجديدة جاءت كبيرة مقارنة لباقي الوسائل الأخرى، حيث بلغت النسبة 88.6%، وهي نتيجة إيجابية نظرا للتطور الهائل المتسارع الذي شهدته سوق الهواتف النقالة، وربطها بخدمة النت بحيث لم يعد يقتصر عملها على كونها وسيلة اتصال صوتي أو مقروء عن طريق الرسائل، بل أصبح استخدام جهاز الهاتف المحمول كجهاز الحاسوب المحمول باليد، بإمكان أن يستخدم للتواصل والنشر والحصول على المعلومات خاصة بعد دمج هذه الهواتف المحمولة مع تطبيقات التواصل الاجتماعي، لم يعد التواصل هنا مجرد الاتصال بين الأفراد والاصدقاء بل تجاوز وإتسع إلى حد التبادل الثقافي بين شعوب الأمم المختلفة، وكذلك لم يعد التواصل هنا مقتصر على الجوانب الترفيهية، أو التثقيفية، بل تعدى ذلك لاستخدام هذه الوسائل الاتصالية الجديدة في الجوانب التعليمية والمعرفية.

3/ عرض ومناقشة المحور الثالث: أسباب ودوافع استخدام وسائط الاتصال الجديدة لدى الشباب الجامعي

الجدول رقم 13: يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة

دوافع استخدام أفراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
التواصل مع الأهل والاصدقاء	21	10%
إقامة علاقات جديدة مع الغير	04	1.9%
اكتساب الثقافات وتنويع المعارف	162	77.14%
الترفيه والتسلية وملاً الفراغ	23	10.9%
أخرى	00	00%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 13: يمثل دوافع استخدام أفراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة

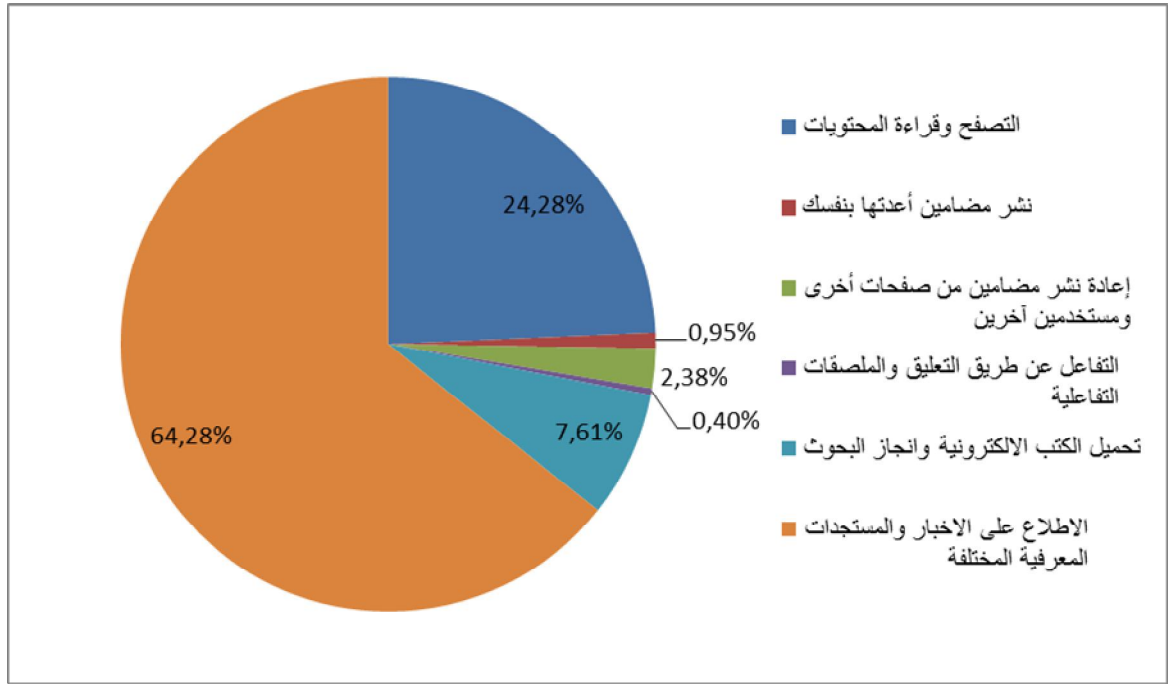
يبين لنا الجدول أن ما نسبته 77.14% من المبحوثين يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة بدافع إكتساب الثقافات وتنويع المعارف، بينما ما نسبته 10.9% من المبحوثين أن الدافع من إستخدام الوسائط الاتصالية الجديدة هو الترفيه والتسلية وملاً الفراغ، كما أجاب 10% من أفراد

العينة أن دافعهم في استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة هو التواصل مع الأهل والأصدقاء، كما أجابت نسبة ضئيلة من المبحوثين تقدر بـ 01.9% من أنهم يستخدمون الوسائط الاتصالية الجديدة بدافع إقامة علاقات جديدة مع الغير.

نستخلص من خلال جدول الاجابات، أن غالبية المبحوثين الذين بلغت نسبتهم بـ 77.14% يرون أن دافعهم الأساسي في استخدام وسائط الاتصال الجديدة هو من أجل اكتساب الثقافات وتبادل المعارف، ويمكن إرجاع ذلك إلى الإسهامات التي تقدمها منصات الوسائط الاتصالية الجديدة، من خلال توفير مناخ تواصلي مفتوح يمنح المستخدم نوع من الفرص التواصلية، والتفاعلية، فضمن هذه المعطيات يتولد نوع من الإفصاح الذي يوثق صلة الآنا مع الآخر المختلف ثقافيا، وإيديولوجيا، فيتم هذا في سياق ديناميات المشاركة والاستكشاف، وتبادل الآراء أثناء عملية التواصل والتفاعل وإستلهم المعارف والثقافات الجديدة، وإثراء الحصيلة الفردية بمهارات وخبرات متجددة مستلهمة من خبرات، وثقافات، ومعارف الآخرين.

الجدول رقم 14: يوضح أنماط تفاعل الافراد العينة مع وسائط الاتصال الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	أنماط التفاعل مع وسائط الاتصال الجديدة
24.28%	51	التصفح وقراءة المحتويات
0.95%	02	نشر مضامين أعدتها بنفسك
02.38%	05	إعادة نشر مضامين من صفحات أخرى ومستخدمين آخرين
0.40%	01	التفاعل عن طريق التعليق والملصقات التفاعلية
7.61%	16	تحميل الكتب الالكترونية وإنجاز البحوث
64.28%	135	الاطلاع على الاخبار والمستجدات المعرفية المختلفة
100%	210	المجموع



الشكل رقم 14: يوضح أنماط تفاعل الافراد العينة مع وسائط الاتصال الجديدة

توضح لنا معطيات الجدول أن نسبة 64.28% من المبحوثين، كان نمط تفاعلهم الوسائط الاتصال الجديدة بالإطلاع على الاخبار والمستجدات المعرفية المختلفة، في حين عبر ما نسبته 24.28% من المبحوثين أن نمط تفاعلهم مع وسائط الاتصال الجديدة بتسلم بالتصفح وقراءة المحتويات، كما اجابت نسبة 7.61% من المبحوثين أن نمط تفاعلهم مع الوسائط الاتصالية الجديدة كان بتحميل الكتب الالكترونية وإنجاز البحوث، بينما ارتأت نسبة 2.4% من المبحوثين أن نمط تفاعلهم مع وسائط الاتصال الجديدة يتميز بإعادة نشر مضامين من صفحات ومستخدمين آخرين، كما اجابت نسبة ضئيلة تقدر بـ 0.1% من المبحوثين من أن نمط تفاعلهم مع الوسائط الاتصالية الجديدة كان بـ نشر مضامين أعدوها بأنفسهم.

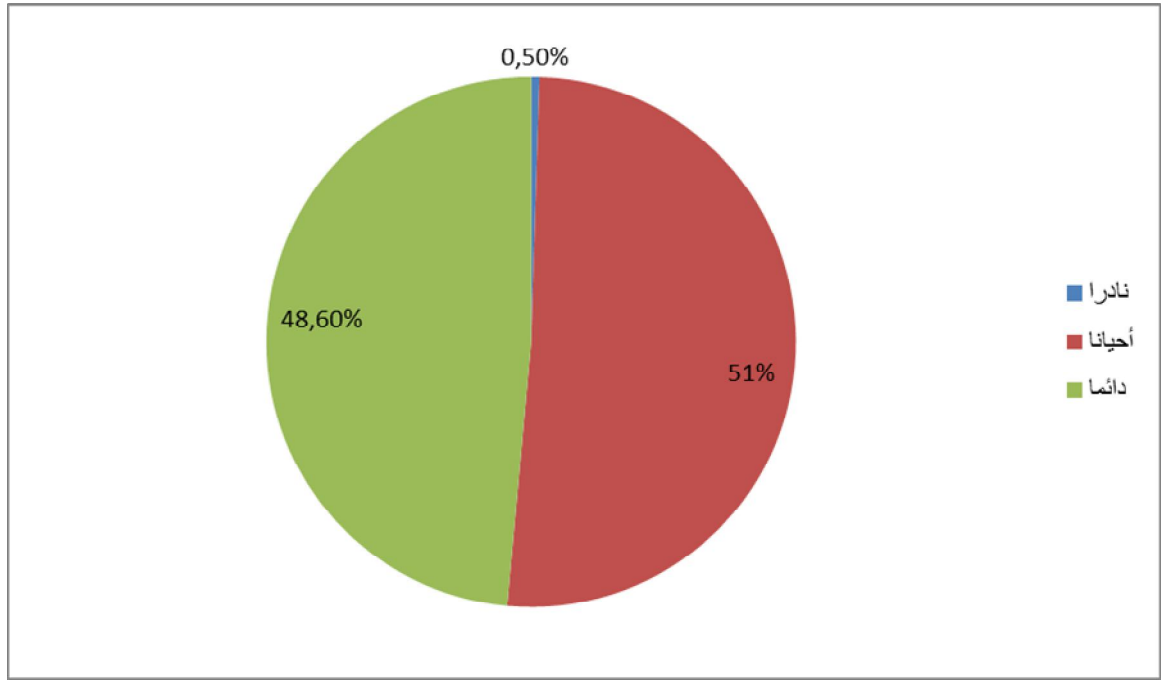
نستخلص من معطيات الجدول على أن غالبية المبحوثين والذين يقدرون نسبة 64.28% كان نمط تفاعلهم بوسائط الاتصال الجديدة يتسم بالإطلاع على الاخبار والمستجدات المعرفية المتنوعة، ويمكن أن يفسر ذلك أن مستخدمو الوسائط الاتصالية الجديدة يعتبرون أن منصات التواصل الاجتماعي قنوات لنقل الاخبار، وحامل من حوامل المعرفة، فهذا يرجع إلى شمولية هذه الوسائط الاتصالية الجديدة، وإستخدامها من أغلب محطات الاخبار ووسائل الاعلام الرسمية بفتح صفحات

خاصة ورسمية موثقة تابعة لها على هذه المنصات التواصلية، أما فيما يخص إعتبارها حامل للمعرفة فإن الفضاء التواصلية وما وفره نظام Web2.0 من مناخ وبيئة خصبتين لنشر المعرفة، وتداولهما وتقاسم مفرداتها بين المنتمين لهذه البيئة الرقمية الافتراضية، ضمن هيكل بنيوي معقد يتضمن جل عناصر، عملية إنتاج المعرفة وإدارتها ونشرها وتقاسمها، وتنظيم مفرداتها.

فقد أتاحت المنصات الاجتماعية ذلك الإنفتاح في المناخ التواصلية المفتوح الذي يمنح للمستخدم، فرص التواصل والتفاعل، وإستلهم المعارف الجديدة، واثراء الرصيد الفردي بمهارات وخبرات الآخرين.

الجدول رقم 15: يظهر مدى إهتمام أفراد العينة بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائط الاتصال الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	اهتمام أفراد العينة بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائط الاتصال الجديدة
0.5%	01	نادرا
51%	107	احيانا
48.6%	102	دائما
100%	210	المجموع



الشكل رقم 15: يظهر مدى اهتمام افراد العينة بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائط الاتصال الجديدة

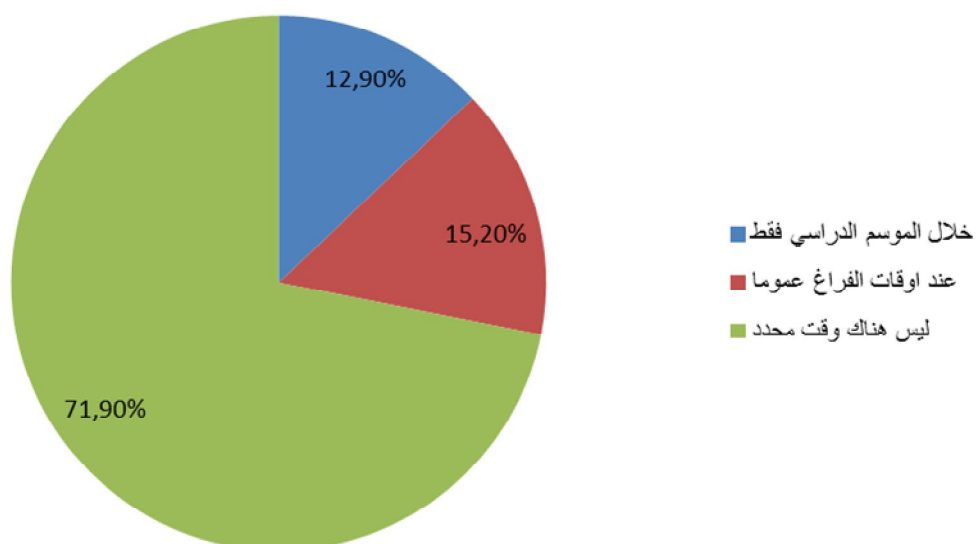
يشير الجدول أن نسبة 51% من إجابات الباحثين كانت بأنها أحيانا ما تهتم بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائط الاتصال الجديدة، كما أجابت نسبة مقاربة من الباحثين تقدر بـ 48.6% من أنها دائما ما يكون اهتمامها بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر الوسائط الاتصال الجديدة، كما عبرت نسبة ضئيلة من الباحثين تقدر بـ 0.5% من أنها نادرا ما تهتم بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر الوسائط الاتصالية الجديدة.

يتضح لنا جليا من خلال معطيات الجدول، أن الإهتمام بالمحتوى المعرفي المنشور عبر منصات الوسائط الاتصالية الجديدة أحيانا ما يكون ذو إهتمام من طرف المتصفحين، ويمكننا تفسير هذا إلى ذلك التنوع الذي تتسم به هذه المنصات، ويقصد بالتنوع هنا، هو التنوع في المحتوى المنشور، مما يضع المتصفح أمام خيارات شتى، ويتم توجيه هذه الخيارات عبر مساقات، الإهتمامات والإشباع المحققة من خلال التعرض، كل حسب ميولاته وتوجهاته وإهتماماته، وإذا رجعنا قليلا إلى تلك التحولات التقنية التي جاءت بها تقنية الويب Web2.0 يمكننا أن نلاحظ سريعا تلك الطفرة والزخرفة المفاهيمية المتعلقة بحضور المستخدم الرقمي على الشبكات الاجتماعية، فقد كان النظام

القديم يفرض على المستخدم حضوره السلبي المقتصر على المطالعة، وإمكانية التنقل على مواقع الويب بوصفه مجرد مشاهد سلبي ليس لديه صلاحية التعديل، أو التحرير لصناعة المحتوى، لكن بفضل النظام الجديد، تمكن المستخدم من أن يصبح متفاعلا مع المحتوى الرقمي، قادرا على تعديله أو تغييره أو مساهمته في صناعته، أو متوجها إلى محتويات أخرى، حسب متطلبات إحتياجاته وإشبعاته مثبتا بذلك حضوره الافتراضي المنصبغ بالايجابية.

الجدول رقم 16: يوضح فترات استخدام افراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة لغرض المعرفة

النسبة المئوية	التكرار	فترات استخدام وسائط الاتصال الجديدة لغرض المعرفة
12.9%	27	خلال الموسم الدراسي فقط
15.2%	32	عند اوقات الفراغ عموما
71.9%	151	ليس هناك وقت محدد
100%	210	المجموع



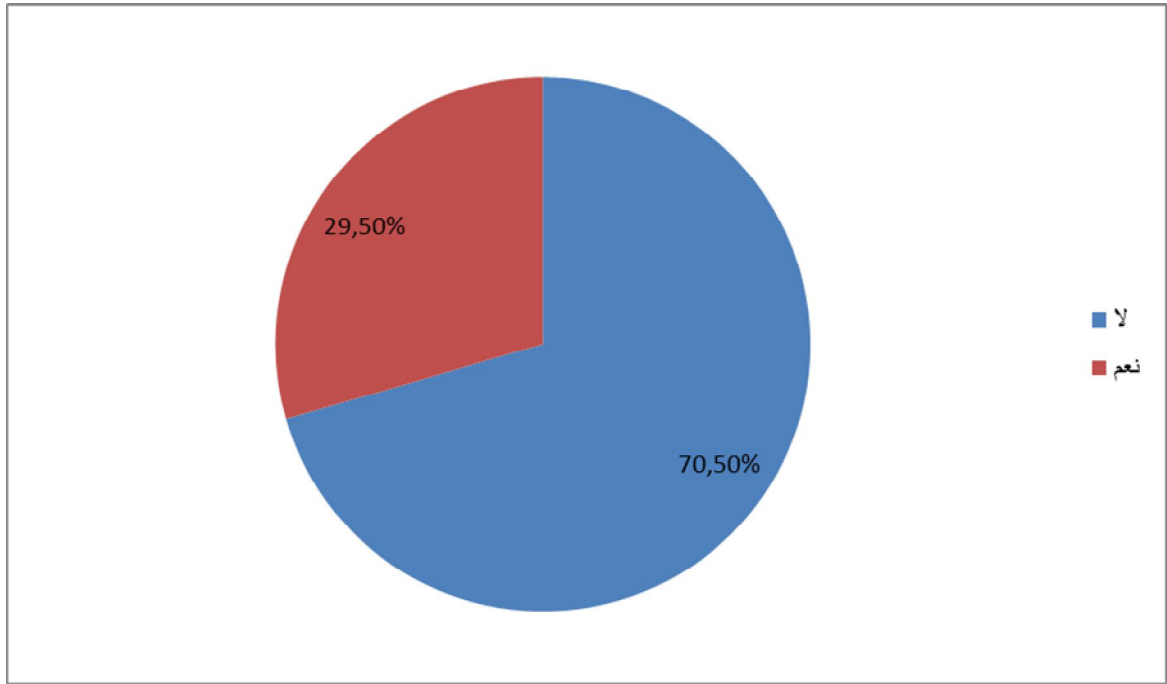
الشكل رقم 16: يوضح فترات استخدام افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة لغرض المعرفة

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 71.9% من المبحوثين يرون أن ليس هناك وقت محدد لفترات إستخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة لغرض المعرفة، كما عبرت نسبة تقدر بـ 15.2% من المبحوثين بأن فترات استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة لغرض المعرفة تكون في أوقات الفراغ عموماً، في حين أقرت نسبة 12.9% من ان استخدامهم يكون خلال الموسم الدراسي فقط.

ما يمكن أن يستخلص من خلال بيانات الجدول، هو أن في خضم عصر شهد طفرة لافتة في خدمة النت وتعميمها، وشموليتها على مستوى الدول، والكيانات، فإنه من البديهيات أن تتسم وتتميز هذه الثورة المعلوماتية بذلك السيل الجارف من المعارف والبيانات وتقنيات المعلومات، التي باتت تستحوذ على قسط وفير من الأنشطة التي يمارسها الانسان المعاصر، فتعددت الثقافات وتنوعت المعارف، خاصة بعد ظهور منصات التواصل الاجتماعي فتعزز مدخل إنتشار المعرفة عبر الجماعات الافتراضية، باعتباره إحدى الموارد الفاعلة في إدارة الموارد المعرفية، فسقطت جدلية الإلتزام بالزمن المادي أمام تشعبية البيئة التفاعلية المعرفية، فأصبح المستخدم غير مرتبط بإكراهات الزمان ولا المكان في إدارة محتواه، وصناعة معانيه ومفاهيمه، وإستحداث وتقاسم معارفه مع غيره من المستخدمين.

الجدول رقم 17: يوضح إمكانية إستغناء افراد العينة عن إستخدام وسائل الاتصال الجديدة

إمكانية استغناء أفراد العينة عن استخدام وسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
لا	148	70.5%
نعم	62	29.5%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 17: يوضح امكانية استغناء افراد العينة عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة

يشير الجدول أن غالبية العظمى بنسبة 70.5% ترى أنها لا يمكنها الاستغناء عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة، في حين أفادت فئة تقدر نسبتها بـ 29.5% أنها قد يمكنها الاستغناء عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة.

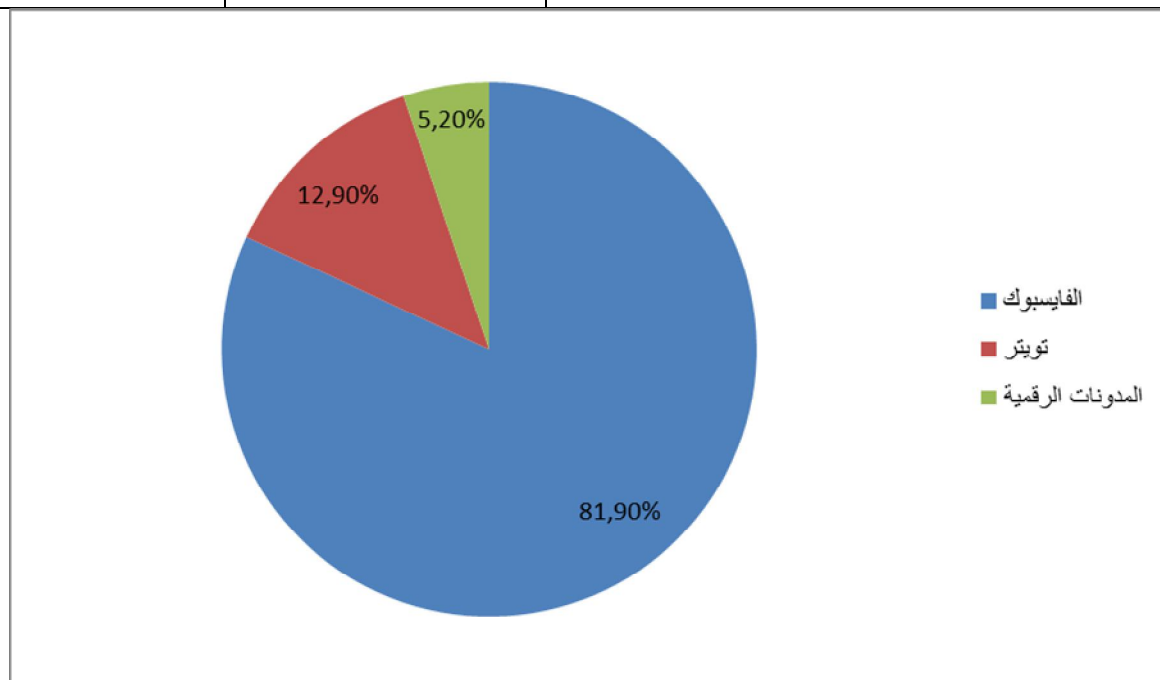
نستخلص من خلال معطيات الجدول المبين أعلاه أن غالبية المبحوثين أجابوا بأنهم لا يمكنهم الإستغناء عن استخدام هذه الوسائط الاتصال الجديدة، فهذه البيانات الإحصائية تعكس دينامية وحيوية المستخدم مع الوسيط الاتصالي الجديد ومتانة علاقته به، فالوسائط الاتصالية الجديدة هي عبارة عن هيكلية إجتماعية مجالية ورمزية، فتتدخل في هذا المجال الافتراضي جميع أنماط التفاعلات الافتراضية والخطابات الرمزية ذات الصبغة الافتراضية، المماثلة لتلك الخطابات الواقعية التي تجري وجها لوجه في الحياة اليومية، كل هذه المؤشرات بين المستخدم والوسيط الاتصالي الجديد تدل على أن هذه المنصات الافتراضية التفاعلية هي إمتداد لحضورنا الفيزيقي الواقعي بمختلف تجلياته وتمظهراته الديناميكية ، فمستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة أصبحوا ذوات منتجة للمعنى، متفاعلة دائريا مشكلة بذلك نوع من العلاقات التواصلية الافتراضية التي تفرض على الأفراد الحضور والالتزام في هذا

الحيز الافتراضي من أجل تحقيق نوع من القبول الاجتماعي، وتمثيل المحيط الاجتماعي الواقعي المنتسب إليه.

4/ عرض ومناقشة محور: وسائل الاتصال الجديدة كحامل للأشكال المعرفية متعددة

الجدول رقم 18: يوضح أكثر الوسائل الاتصالية المستخدمة من طرف عينة الدراسة لغرض المعرفة

الوسيط الاتصالي المستخدم لغرض المعرفة	التكرار	النسبة المئوية
الفيسبوك	172	81.9%
تويتر	27	12.9%
المدونات الرقمية	11	5.2%
المجموع	210	100%



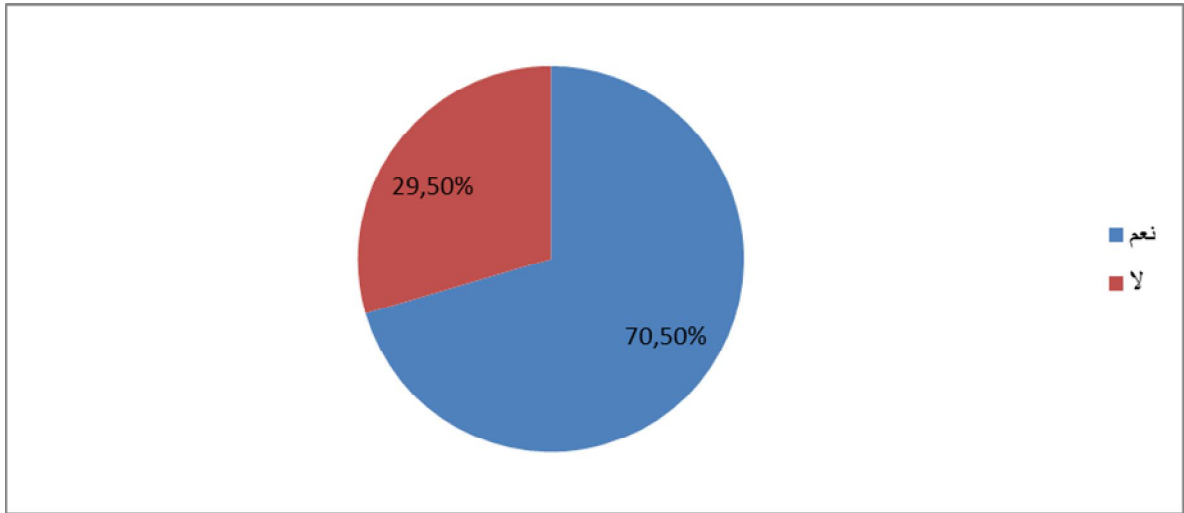
الشكل رقم 18: يوضح أكثر الوسائل الاتصالية المستخدمة من طرف عينة الدراسة لغرض المعرفة

تظهر لنا معطيات الجدول أكثر الوسائط الاتصالية المستخدمة من طرف العينة لغرض المعرفة، فقد أجابت غالبية العظمى تقدر بـ 81.9% على أن موقع الفيسبوك هو الأكثر إستخداما لغرض المعرفة، كما أجابت ما نسبته 12.9% على أنها تستخدم منصة تويتر في ذلك، كما إكتفت نسبة 05.2% باستخدامها للمدونات الرقمية أكثر من غيرها لغرض المعرفة.

ما يمكننا إستنتاجه من خلال تحليل معطيات الجدول المبين أعلاه هو أن موقع الفيسبوك قد يتميز عن غيره من الوسيطين " تويتر " " المدونات الرقمية "، فالوسيط الاتصالي الفيسبوك يسخر معطيات بنية الاتصالية للجميع بين المستخدمين الذين تجمعهم صداقات وتفاعلات خارج البنية الرقمية، وهذا غير موجود في غيره من الوسائط الاتصالية الأخرى، فتويتر يقارب بين ومضات الفكر والمعرفة لدى منتجيتها، وناشرها في فضاء افتراضي أقل ما يقال عنه أنه لا يتوافق مع الفضاء التواصل اليومي، إضافة إلى الكثافة العددية الهائلة للمستخدمين خاصة في العالم العربي "الفيسبوك"، يجعل منه البيئة الأكثر أهمية على عدة أصعدة منها التفاعل التواصل واختزان المعرفة، وطبيعة تقاسمها مقارنة مع باقي الوسائط الاتصالية الأخرى.

الجدول رقم 19: يوضح إمتلاك أفراد العينة لحساب خاص بتبادل المعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة

المتلاك حساب خاص بتبادل المعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	148	70.5%
لا	62	29.5%
المجموع	210	100%



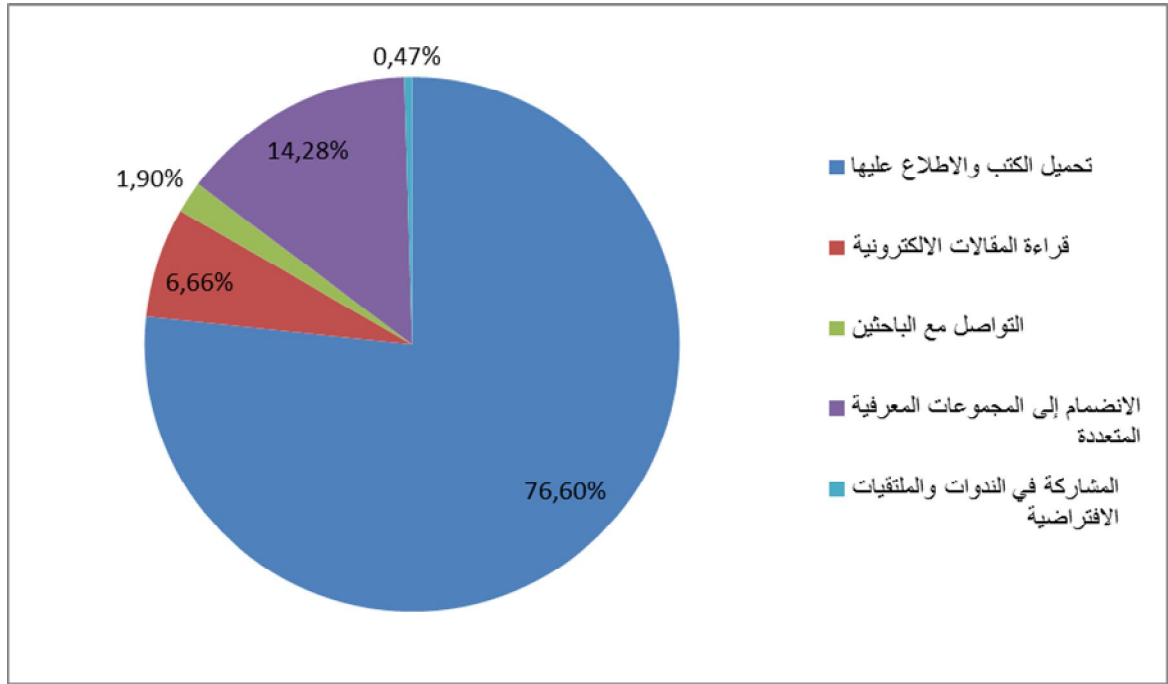
الشكل رقم 19: يوضح امتلاك الافراد العينة لحساب خاص بتبادل المعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة

من خلال معطيات الجدول المبين أعلاه اجابت نسبة تقدر بـ 70.5% من أفراد العينة على إمتلاكها حساب خاص لتبادل المعارف عبر منصات التواصل الاجتماعي، كما عبرت نسبة تقدر بـ 29.5% من العينة على أنها لا تمتلك أي حساب خاص لتبادل المعارف.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أنه بات للمحتوى المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة إهتمام خاص، خاصة لدى فئة الطلبة الجامعيين، مما قد يدفعهم حتى إلى فتح حسابات خاصة للغرض المعرفي، هذا ما جعل منصات وسائط الاتصال الجديدة جزء من الروتين التعليمي، وإعتبارها مرجع أساسي يسهل عملية الخطاب التفاعلي المعرفي، ووسيلة للاطلاع المجاني على مختلف الدراسات والابحاث المعرفية في المجالات العلمية المختلفة.

الجدول رقم 20: يوضح أهم اشكال التفاعل المعرفي الذي يقوم به افراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	أهم اشكال التفاعل المعرفي الذي تقوم به عبر وسائط الاتصال الجديدة
76.66%	161	تحميل الكتب والاطلاع عليها
06.66%	14	قراءة المقالات الالكترونية
01.9%	04	التواصل مع الباحثين
14.28%	30	الانضمام إلى المجموعات المعرفية المتعددة
0.47%	01	المشاركة في الندوات والملتقيات الافتراضية
100%	210	المجموع



الشكل رقم 20: يوضح أهم أشكال التفاعل المعرفي الذي يقوم به افراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة

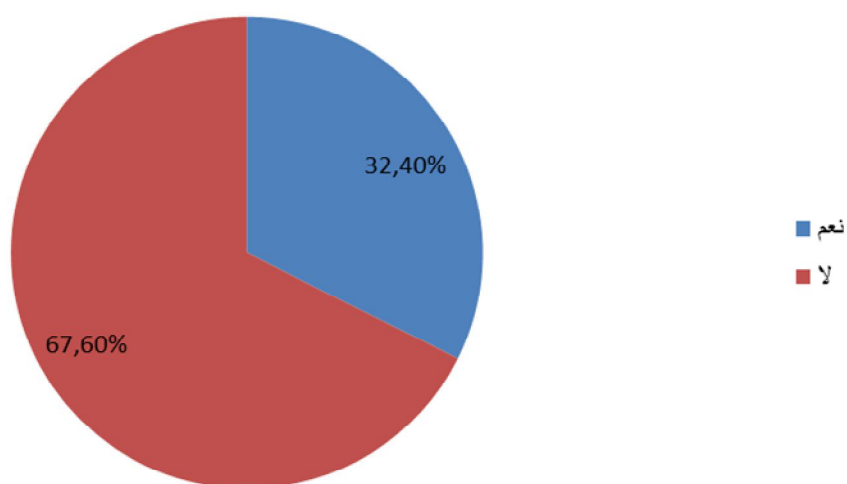
يلاحظ من الجدول أن نسبة 76.66% من الباحثين أجابت أن أهم شكل تستخدمه من أشكال التفاعل المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة يتمثل في تحميل الكتب والاطلاع عليها، كما أجابت نسبة تقدر بـ 6.66% من أن الشكل الذي تفضله في عملية التفاعل المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة يكون براءة المقالات الإلكترونية، وعبرت نسبة 1.9% من الباحثين على أن أهم نوع من أنواع التفاعل المعرفي الذي يفضلونه عبر منصات الوسائط الاتصال الجديدة هو التواصل مع الباحثين، في حين أجابت نسبة تقدر بـ 14.28% من الباحثين من أنهم يفضلون شكل التفاعل المعرفي المتعلق بالإنضمام إلى المجموعات الافتراضية المتعددة، كما أجابت نسبة ضئيلة تقدر بـ 0.48% بأنها تستخدم شكل التفاعل المعرفي المتعلق بالمشاركة في الملتقيات والندوات الافتراضية عن بعد.

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن غالبية الباحثين يفضلون ذلك الشكل من التفاعل المعرفي المتعلق بتحميل الكتب من على الروابط المتوفرة على صفحات الوسائط الاتصالية الجديدة تعتبر آلية ناجعة لتوزيع المعرفة المتعددة، والمفتوحة، وذلك لما تحمله من القدرة على تمكين التبادل والمشاركة

المعرفية، ودورها في تعزيز وتسريع في عملية التفاعل المعرفي من أجل بناء المعرفة المشتركة، خاصة بعد تنامي معدلات إستخدام الكتاب الالكتروني في صيغة روابط جاهزة للتحميل يستطيع من خلالها المستخدمون تحميله وتبادله بشكل سريع وسلس، كل هذا يتم ضمن عملية توليد المعرفة ومشاركتها.

الجدول رقم 21: يوضح انشاء افراد العينة مجموعة افتراضية لتبادل المعارف

النسبة المئوية	التكرار	انشاء افراد العينة لمجموعة افتراضية لتبادل المعارف
32.4%	68	نعم
67.6%	142	لا
100%	210	المجموع



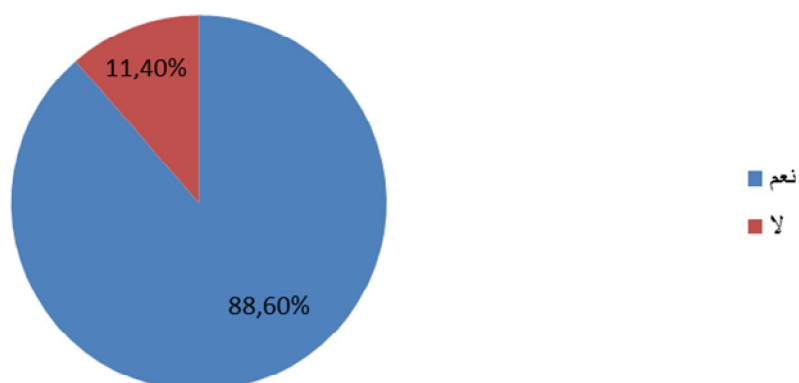
الشكل رقم 21: يوضح إنشاء افراد العينة مجموعة افتراضية لتبادل المعارف

يشير الجدول أن ما نسبته 67.6% من أفراد العينة غير منخرطين في مجموعة افتراضية خاصة بتبادل المعارف، كما عبرت نسبة تقدر بـ 32.4% من أفراد العينة أنهم منخرطين في مجموعة افتراضية لتبادل المعارف.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين غير منخرطين في المجموعات الافتراضية الخاصة بتبادل المعارف، ويمكن إرجاع ذلك، إلى تلك المرونة في آليات استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة، وما تمتاز به من سهولة في عملية التفاعل والتبادل المعرفي، فقد تكون نظرة الغالبية العظمى للمبحوثين أن مسألة انخراطهم وإنشائهم لمجموعات افتراضية لغرض التبادل المعرفي غير إلزامية، خاصة مع سلاسة وسهولة مورفولوجيا الفضاء الافتراضي الذي غالبا ما يكون مشكلا في نص شكلي Tesatual Form أو روابط حاملة للأوعية المعرفية، يمكن أن تتوفر وتستخدم على الحساب الشخصي (الوسيط الاتصالي الجديد) للمستخدم.

الجدول رقم 22: إستجابة افراد العينة مع التفاعل الافتراضي لدخول عالم المعرفة والمعلومات عبر وسائط الاتصال الجديدة

إمكانية وجود حسي معرفي متشكل لدى أفراد العينة من خلال التفاعل الافتراضي عبر وسائط الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	186	88.6%
لا	24	11.4%
المجموع	210	100%



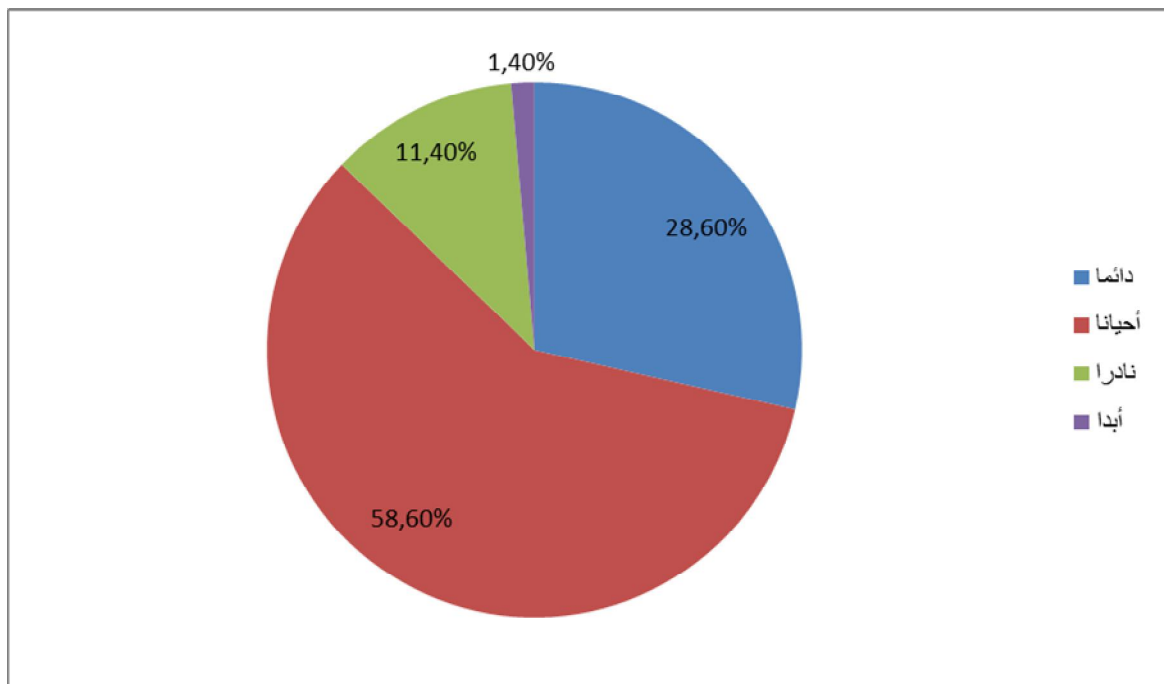
الشكل رقم 22: استجابة افراد العينة مع التفاعل الافتراضي لدخول عالم المعرفة والمعلومات عبر وسائط الاتصال الجديدة

تظهر معطيات الجدول أن الغالبية العظيمة من المبحوثين يرون أن التفاعل الافتراضي عبر وسائط الاتصال الجديدة ولد لهم حسا لدخول عالم المعرفة والمعلومات، كما عبرت ما نسبته 11.4% من مجموع المبحوثين ب: لا أي أنه لا يتولد لهم اي حس معرفي من خلال التفاعل الافتراضي عبر وسائط الاتصال الجديدة.

إن ما يمكن أن نستنتجه من خلال إجابات المبحوثين هو تلك الحمولة المتنوعة التي تحملها الوسائط الاتصالية الجديدة، بوصفها من أهم الأدوات الفاعلة في إدارة الموارد المعرفية داخل البيئات الافتراضية والفضاءات السيبرانية، فإن أغلب المحتويات التي يتقاسمها مستخدمو هذه المنصات الافتراضية لها صبغة إجتماعية مدعمة بتلك الحزمة من التطبيقات، التي لها القدرة على دعم المساهمة التفاعلية وصناعة المعاني والمفاهيم، فتستحدث المعلومات، والمفردات المعرفية، وتراجع وتحرر، ويصار إلى تقاسمها، فالعلاقة هنا بين التواصل الافتراضي والمعرفة هنا هي علاقة مركبة، فالمعارف تتشكل عبر التواصل، والتواصل هو وسيلة للتفاعل الانساني التي من خلاله يتم خلق الخصائص المعرفية، وتناقلها وتشاركها.

الجدول رقم 23: يوضح نقاشات أفراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة في مسائل المعرفة

نقاشات افراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة في مسائل المعرفة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	60	28.6%
احيانا	123	58.6%
نادرا	24	11.4%
أبدا	03	1.4%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 23: يوضح نقاشات أفراد العينة عبر وسائط الاتصال الجديدة في مسائل المعرفة

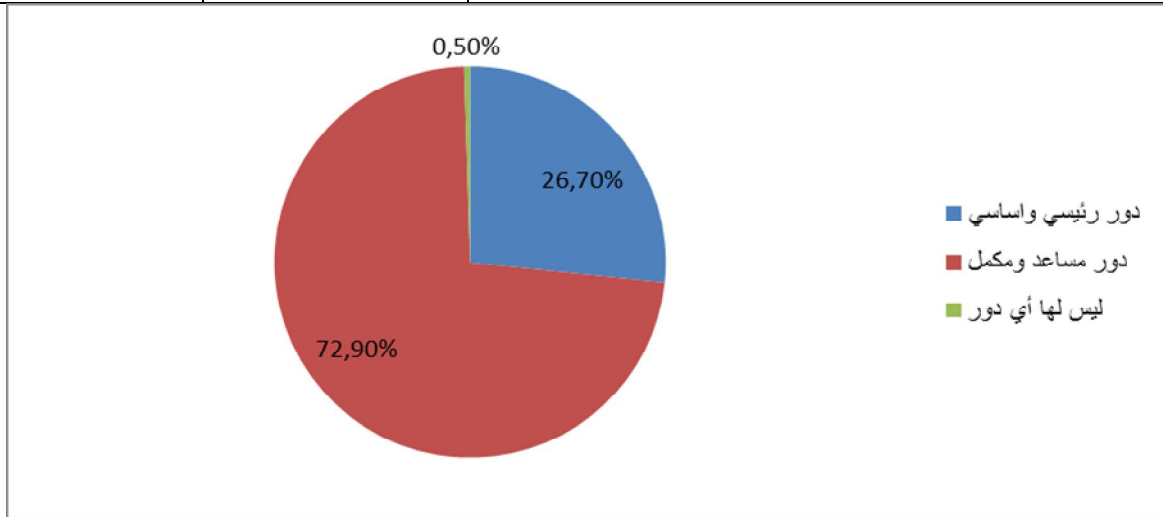
تظهر معطيات الجدول أن ما نسبته 58.6% من أفراد العينة بأنها أحيانا ما تدخل في نقاشات حول مسائل المعرفة عبر وسائط الاتصال الجديدة، كما أجابت نسبة 28.6% من أنها دائما ما تدخل في نقاشات متعلقة بمسائل المعرفة عبر وسائط الاتصال الجديدة، في حين أقرت نسبة 11.4% من أفراد العينة من أنها نادرا ما تشارك في نقاشات حول مسائل المعرفة عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، وأجابت نسبة ضئيلة تقدر بـ 01.4% من أنها لا تشارك في نقاشات معرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة.

ما يمكن أن نستنتج من خلال ما هو مبين في الجدول، هو أن الاهتمام بالنقاشات في المسائل المعرفية، أحيانا ما يشغل بال المبحوثين ويعزى ذلك إلى التنوع في الدوافع والإهتمامات الخاصة بالمبحوثين عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، فالإستخدام الفردي لهذه الوسائط يستعمل بطرق مختلفة حسب الحاجات المتنوعة، فتنطوي هذه الإستخدامات إلى العديد من الدوافع، وكل دافع يتفرع إلى أنواع متعددة، فالدافع إلى الاعلام ومراقبة المحيط يصاحبه البحث عن الأخبار والاطلاع على المستجدات المحلية والدولية، واستيفاء المعلومات والأخبار المتداولة، وكذلك دوافع التسلية والترفيه، ويرتبط بها تمضية الوقت، اللعب والقضاء على الملل¹.

¹ نصر الدين العياض، التفكير في عدة التفكير: مراجعات نقدية لنظرية الاستخدامات والاشباع في البيئة الرقمية

الجدول رقم 24: يوضح الدور الذي تلعبه وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل ونقل المعارف لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الدور الذي تلعبه وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل ونقل المعارف لدى أفراد العينة
26.7%	56	دور رئيسي وأساسي
72.9%	153	دور مساعد ومكمل
0.5%	01	ليس لها أي دور
100%	210	المجموع



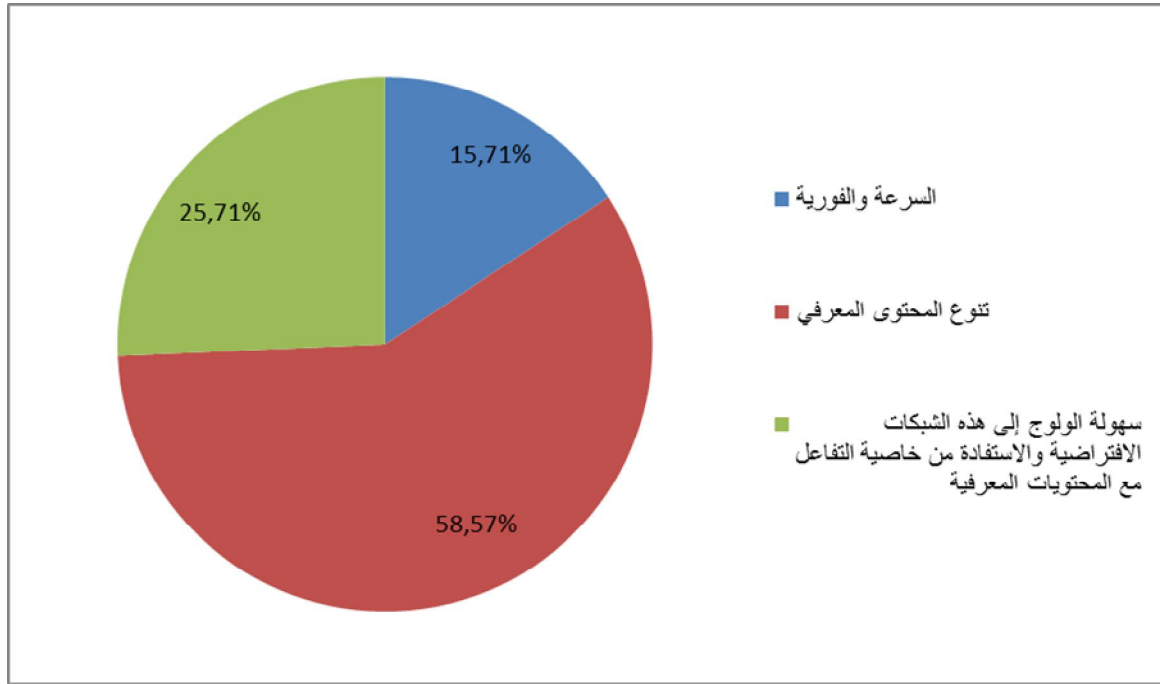
الشكل رقم 24: يوضح الدور الذي تلعبه وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل ونقل المعارف لدى أفراد العينة

تبين نتائج الجدول أن نسبة 72.9% من إجابات المبحوثين رأت أن لوسائط الاتصال الجديدة دور مساعد ومكمل في تشكيل ونقل المعارف كما أجابت نسبة تقدر بـ 26.7% على أن لهذه الوسائط الجديدة دور رئيسي في تشكيل ونقل المعارف، في حين إكتفت نسبة ضئيلة تقدر بـ 0.5% من المبحوثين الاجابة على أن ليس لهذه الوسائط الاتصال الجديدة أي دور في تشكيل ونقل المعارف.

إن ما يمكن أن نستنتجه من خلال المعطيات المبينة في الجدول أعلاه من خلال إجابة المبحوثين، فأغلبيتهم رأيت أن لمنصات الوسائط الاتصالية الجديدة دور مساعد ومكمل فقط، في تشكيل ونقل المعارف بين المستخدمين، فالملاحظ والمدقق لبيئة الفضاء التواصلي الافتراضي، يدرك تعدد استخداماتها، وتنوع تطبيقاتها فلم يعد الاستخدام مقتصرًا فقط على الجانب المعلوماتي المعرفي بل شمل جميع مناحي التواصل مع أفراد الأسرة، والأصدقاء، إضافة إلى التعريف بالذات، وإعلاء مكانتها الاجتماعية، من تعبير عن الرأي، وممارسة للحرية الفكرية، والانفتاح الفكري، فمن خلال هذه التمثيلات الافتراضية التي تحولت تدريجياً إلى فضاء موازي لتفاصيل حياتنا اليومية، بل يمكن القول أن هذه الفضاءات الافتراضية أصبحت أشد زحمة من حياتنا الواقعية.

الجدول رقم 25: يوضح رأي أفراد العينة في اختيار وسائط الاتصالية الجديدة باعتبارها أدوات لتشكيل المعارف وتقاسمها

النسبة المئوية	التكرار	رأي أفراد العينة في اختبار الوسائط الاتصالية الجديدة باعتبارها أدوات لتشكيل المعارف وتقاسمها
15.71%	33	السرعة والفورية
58.57%	123	تنوع المحتوى المعرفي
25.71%	54	سهولة الولوج إلى هذه الشبكات الافتراضية والاستفادة من خاصية التفاعل مع المحتويات المعرفية
00%	00	أخرى تذكر
100%	210	المجموع



الشكل رقم 25: يوضح رأي أفراد العينة في اختيار وسائط الاتصال الجديدة باعتبارها أدوات لتشكيل المعارف وتقاسمها

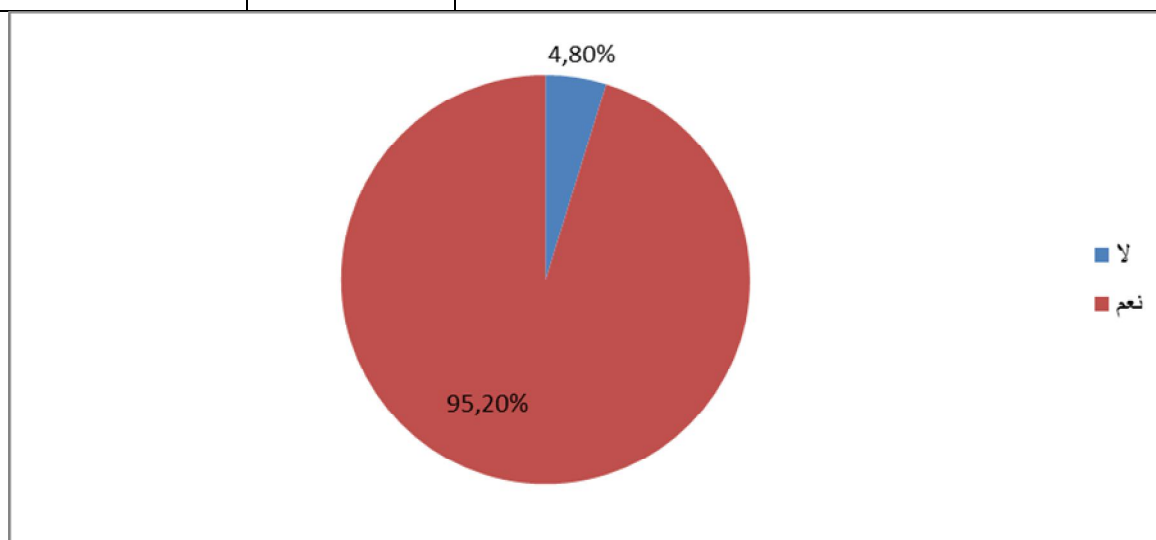
تبين ارقام الجدول أن 58.57% من المبحوثين أفادوا أن سبب اختيارهم لوسائط الاتصال الجديدة لغرض تشكيل وتقاسم المعارف يرجع إلى تنوع المحتوى المعرفي في هذه الوسائط، في حين رأت نسبة تقدر بـ 25.71% من المبحوثين أن السبب يرجع إلى سهولة الولوج إلى هذه الشبكات الافتراضية والاستفادة من خاصية التفاعل مع المحتويات المعرفية، بينما رأت نسبة تقدر بـ 15.71% من المبحوثين أن خاصية السرعة والفورية في ولوج هذه الشبكات هي السبب في ذلك.

من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول ما يمكن أن نستنتجه هو أن الوسائط الاتصالية الجديدة هي إحدى الركائز والأدوات الفاعلة في إدارة الموارد المعرفية، ولهذه المنصات الافتراضية القدرة على دعم المساهمة التفاعلية ذات الصبغة المعرفية البحتة، كما يمكن لمستخدمي هذه الوسائط الجديدة القدرة على إدارة المحتوى، وصناعة المعاني والمفاهيم، ونقل المحتوى المعرفي، وكذلك انتاجه، يضاف إلى الحصيلة المعرفية للمتواصلين، كل هذه التوليفة من المحتويات المتعددة والمتنوعة تتم داخل نسق بنيوي يعمل داخل شبكة إجتماعية تحوي على العديد من الخوادم، التي تعنى بإدارة حزمة من التطبيقات، ووظيفة هذه التطبيقات مجموعة من الخوارزميات البرمجية التي تعمل على دعم المنصة، وإثراء محتوياتها

الرقمية، فالفضاء الافتراضي عموما يوفر مناخا خصبا لنشر المعرفة وتداولها بين مستخدميها، مما يضيف طابع التنوع المعرفي على محتوياته.

الجدول رقم 26: يوضح امكانية مساهمة وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى افراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	إمكانية مساهمة وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى افراد العينة
4.8%	10	لا
95.2%	200	نعم
100%	210	المجموع



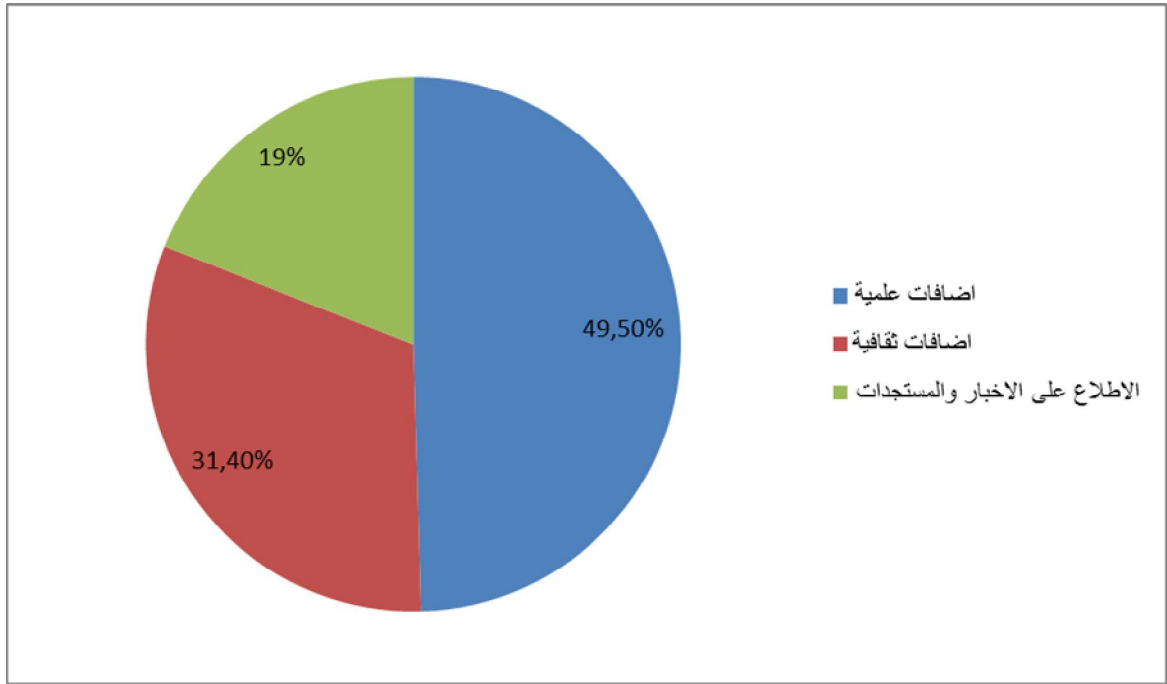
الشكل رقم 26: يوضح امكانية مساهمة وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى افراد العينة

يظهر لنا الجدول أن 95.2% من المبحوثين يرون أن وسائط الاتصال الجديدة ساهمت في تشكيل المعارف لديهم، في حين عبر نسبة ضئيلة تقدر بـ 4.8% من أنها لم تساهم هذه الوسائط الجديدة في تشكيل أي معارف لديهم.

من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول، وما يلاحظ من أن الغالبية من المبحوثين يرون أن لوسائط الاتصال مساهمة بليغة في تشكيل المعارف، فعملية تشكيل المعرفة هي ذلك المزيج المتدفق من النصوص والوسائط المتعددة، التي تعبر عن تجارب أصحابها، وخبراتهم، وكذلك نقل لآليات التفكير العلمية و المعلوماتية من أجل التعامل مع الاستشكالات الموجودة في الواقع، ومنذ ظهور نظام Web2.0 أصبح بإمكان أي مستخدم إمكانية الوصول، وكذلك المساهمة، وصناعة، ونشر، وتقاسم المحتوى المعرفي، سواء كان مؤلفاً أو نصاً، أو مادة بيانية، عبر الفضاءات الافتراضية المتاحة في البيئة الرقمية الجديدة كل هذا يتم في نسق يحوي على العديد من الآليات النسقية التفاعلية، التي تسهم في تحويل المادة المعرفية إلى مادة معرفية ذات طابع اجتماعي مبنوثة في فضاء تواصلي افتراضي.

الجدول رقم 27: يوضح أهم الإضافات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصال الجديدة لأفراد العينة

أهم الإضافات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
إضافات علمية	104	49.5%
إضافات ثقافية	66	31.4%
الإطلاع على الأخبار والمستجدات	40	19%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 27: يوضح أهم الاضافات المعرفية التي يقدمها وسائط الاتصال الجديدة لأفراد العينة

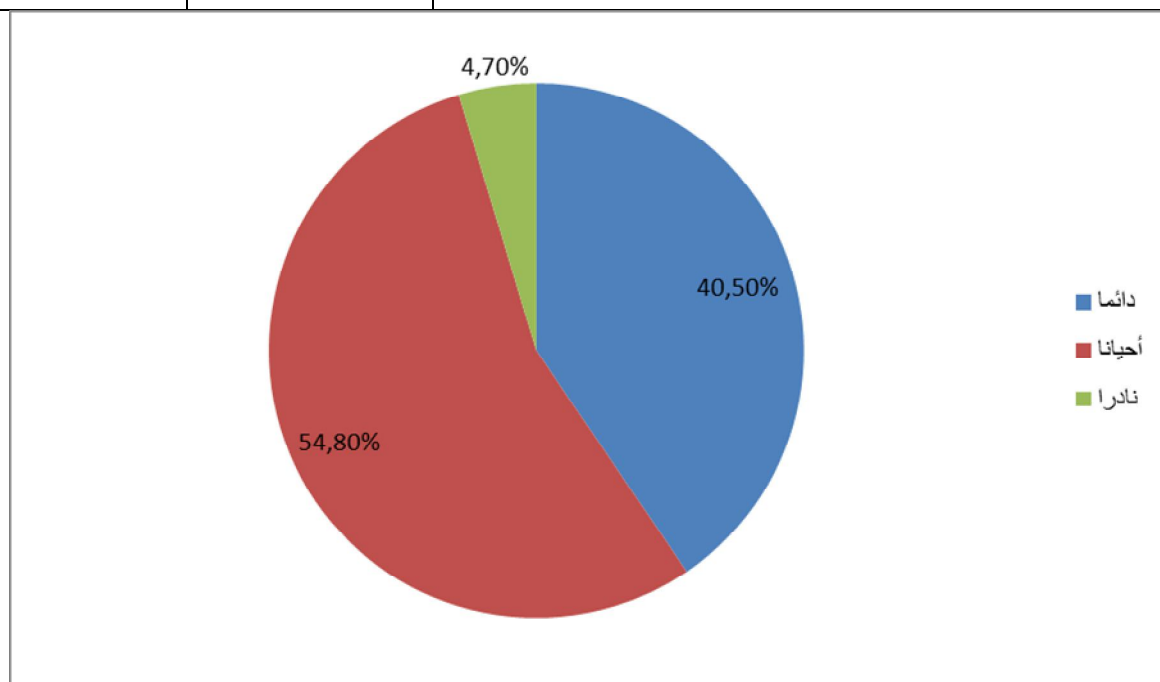
يشير الجدول أن نسبة 49.5% من المبحوثين رأّت أن أهم الاضافات المعرفية التي تقدمها الوسائط الاتصالية الجديدة هي اضافات علمية بينما ترى نسبة 31.4% من المبحوثين أن أهم الاضافات المقدمة هي مقتصرة على تلك الاضافات الثقافية، في حين تبنت نسبة تقدر بـ 19% الرأي الذي يقول أن أهم الاضافات المقدمة هي الاطلاع على الاخبار والمستجدات.

نستنتج من خلال التفاعل مع معطيات الجدول أن غالبية من المبحوثين بنسبة تقدر بـ 49.5% رأوا أن أهم الاضافات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصالية الجديدة العديد من الاضافات العلمية والمعرفية، فهي تلك الأداة التي تساهم في حفظ المعلومات والبيانات، كما لا يمكن أن نعطي الطرق عن دورها في تنمية القدرات المعلوماتية لدى المستخدم وكذلك تعزيز وتطوير التفكير الابداعي، والزيادة في المهارات التقنية، إضافة إلى توفير الأزمنة لزيادة فرص التعلم الذاتي أو ما يعرف بإفراد التعلم.

5/ عرض ومناقشة محور: الإشاعات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي

الجدول رقم 28: يوضح رغبة افراد العينة في اشباع حاجياتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	رغبة افراد العينة في اشباع حاجياتهم المعرفية
40.5%	85	دائما
54.8%	115	أحيانا
04.7%	10	نادرا
100%	210	المجموع



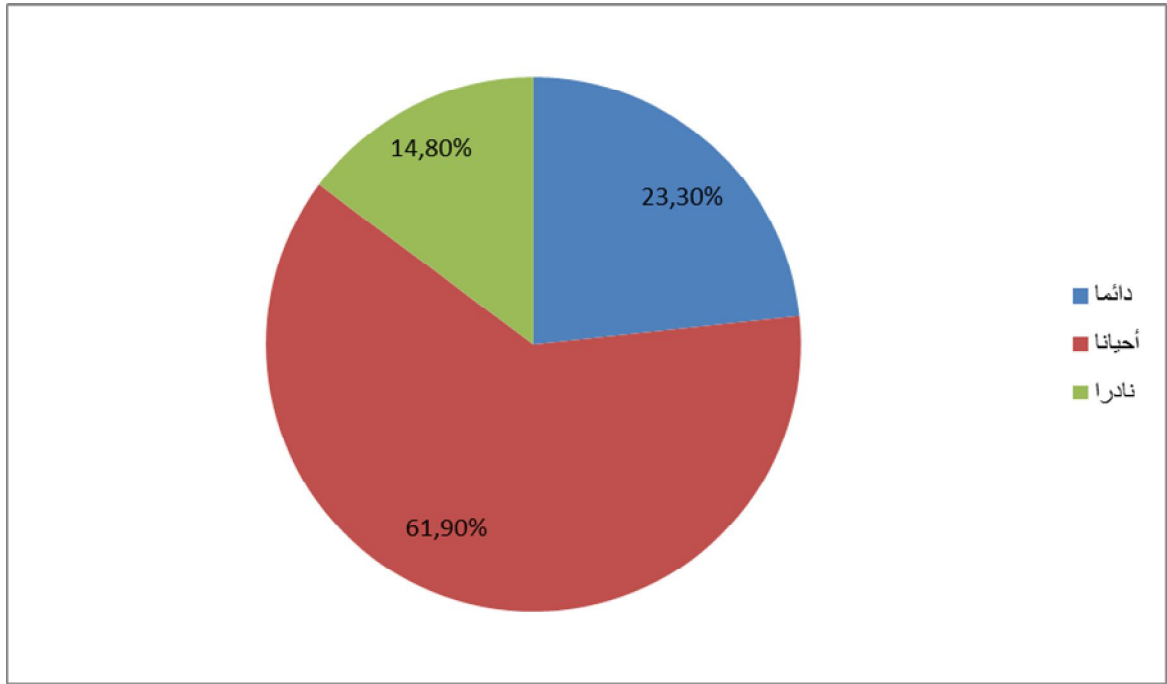
الشكل رقم 28: يوضح رغبة افراد العينة في اشباع حاجياتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة

توضح أرقام الجدول عن رغبة افراد العينة في اشباع حاجياتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة، فقد عبرت نسبة تقدر بـ 54.8% من أنها احيانا ما تكون لها الرغبة في ذلك، كما أجابت نسبة تقدر بـ 40.5% من المبحوثين من أنهم دائما ما تتولد لديهم الرغبة في اشباع حاجتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة في حين اقرت نسبة ضئيلة تقدر بـ 04.7% من أنها نادرا ما تكون لها الرغبة في إشباع حاجياتها المعرفية عبر منصات الوسائط الاتصال الجديدة.

في قراءة لمعطيات الجدول نستنتج أن غالبية أفراد العينة رأو أنهم أحيانا فقط ما تتملكهم الرغبة في إشباع حاجياتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديد، ويمكن إرجاع هذا الأمر إلى تلك الدوافع المتواترة والمتنوعة الغير مقتصرة على الجانب المعرفي، أو التعليمي في استخدام الشبكات الاجتماعية، فالبحث عن الأخبار والإطلاع على المستجدات المحلية والدولية، ومشاكل العصر، والتسوق والتواصل مع الأهل والغير والتفاعل معهم، وتمضية الوقت واللعب والقضاء على الملل، والتنفيس عن الذات، كل هذه عبارات عن دوافع يحاول من خلالها المستخدم تحقيق بعض الإشباعات بصرف النظر عن طبيعتها، وبالتالي ما هذه الوسائط الاتصالية الجديدة إلا قنوات التوصيل وحوامل رقمية لمحتوى ثري ومتنوع، تخضع في نهاية المطاف إلى الاكراهات التقنية، وقد تكون بمثابة خلفية إفتراضية موازية للإنتاج الفردي والجماعي للتمثلات الرمزية الاجتماعية.

الجدول رقم 29: يوضح مشاركة أفراد العينة للمحتوى المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة

مشاركة افراد العينة للمحتوى المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	49	23.3%
أحيانا	130	61.9%
نادرا	31	14.8%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 29: يوضح مشاركة أفراد العينة للمحتوى المعرفي عبر وسائط الاتصال الجديدة

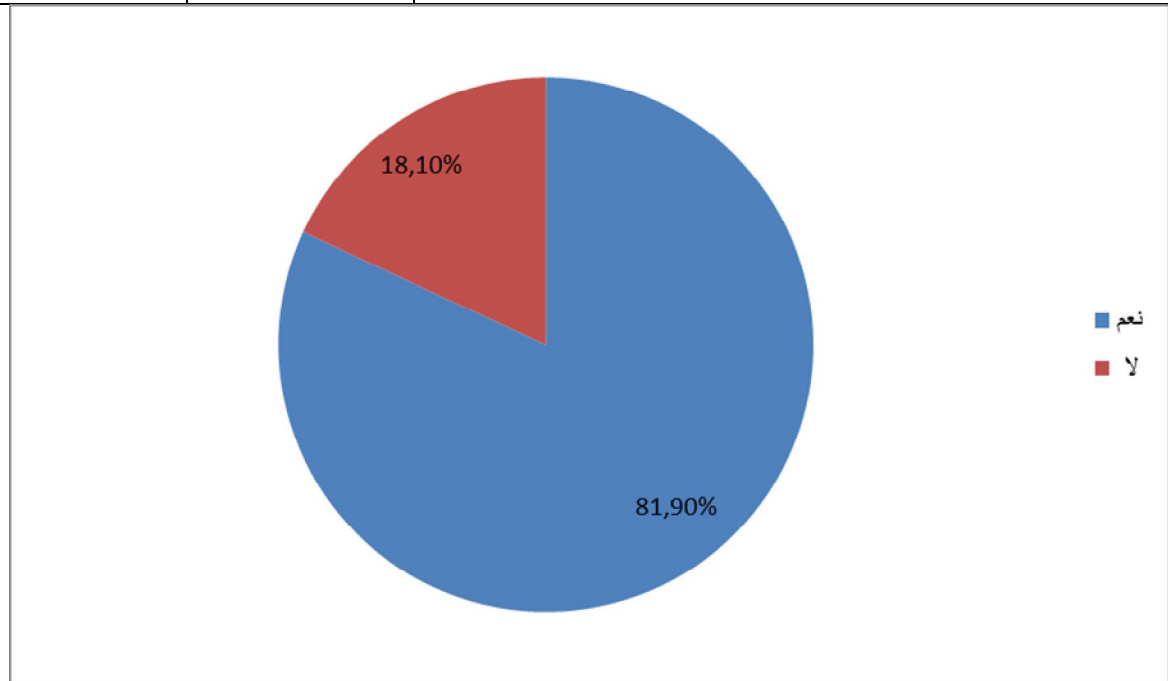
من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن ما نسبته 61.9% من المبحوثين عبروا بأنهم أحيانا ما يشاركون لمحتوى المعرفي مع غيرهم عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، في حين عبرت تقدر بـ 23.3% من المبحوثين من أنهم دائما ما يشاركون المحتوى المعرفي مع غيرهم عبر منصات الوسائط الاتصالية الجديدة، كما أقرت نسبة ضئيلة تقدر بـ 14.8% من أنها نادرا ما تفعل ذلك.

من خلال التفاعل مع بيانات الجدول نجد أن الغالبية من عيئتنا بنسبة 61.9% قد أقرروا بأنهم أحيانا ما يتشاركون المحتوى المعرفي مع الآخرين عبر وسائط الاتصال الجديدة، فكما يعرف أن عملية مشاركة المحتوى المعرفي هي نمط من التواصل والتفاعل بمفردات المادة المعرفية بين مجموعة من الأفراد المستخدمين من أجل خلق نوع من المناخ المعرفي الملائم بغية الارتقاء بالحصيلة المعرفية، غير أن السلوك الاتصالي الافتراضي يختلف من مستخدم إلى آخر، فينقسم المستخدمون بذلك إلى متلقي سلبي للمحتوى المعرفي، غير ديناميكي، وكذلك إلى فاعل اتصالي ديناميكي ناقل مشارك للمحتوى المعرفي، وعموما فإن الاقبال على نيل المادة المعرفية ومشاركة محتواها يعد جزءا من آلية التعلم، التي

تستلهم مواردها كنتيجة لعملية التواصل والتفاعل الانساني التي تساهم في بناء الحصيلة المعرفية للأفراد، وصقل ثقافتهم وشخصياتهم¹.

الجدول رقم 30: يوضح إمكانية تلبية وسائط الاتصال الجديدة للحاجيات المعرفية لأفراد العينة

إمكانية تلبية وسائط الاتصال الجديدة للحاجيات المعرفية لأفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	172	81.9%
لا	38	18.1%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 30: يوضح إمكانية تلبية وسائط الاتصال الجديدة للحاجيات المعرفية لأفراد العينة

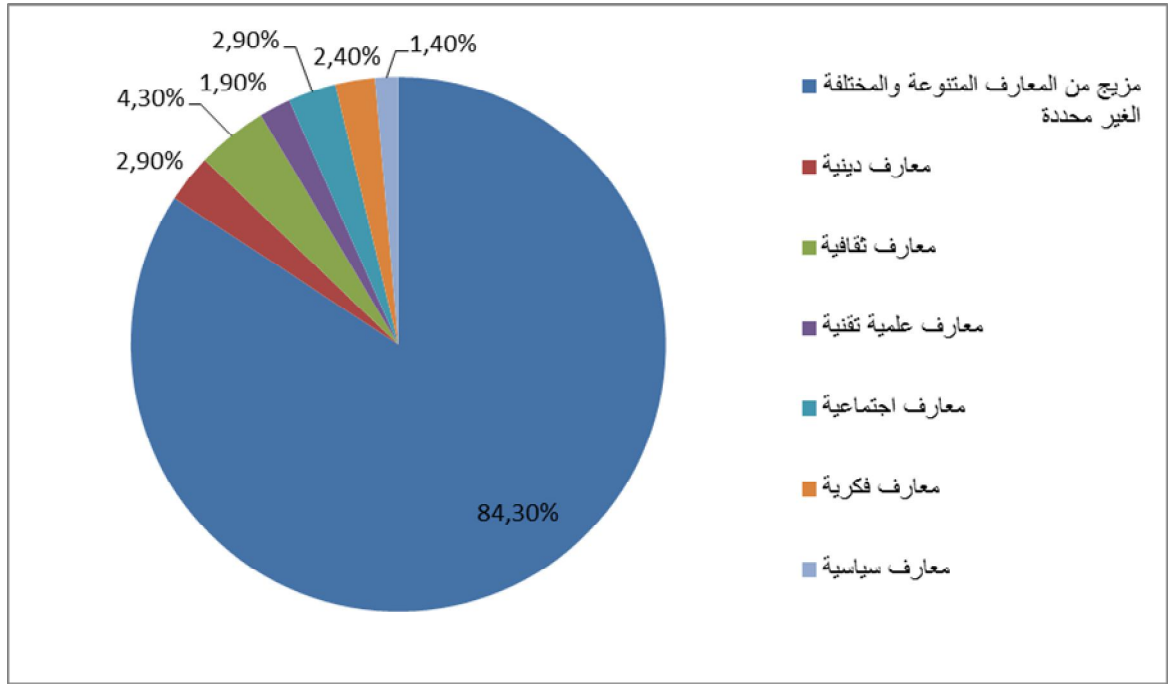
¹ حسن مظفر الرزوي: مرجع سبق ذكره، ص: 207.

يبين لنا الجدول أن نسبة 81.9% من المبحوثين ترى أن وسائط الاتصال الجديدة تلبي حاجياتهم المعرفية، كما رأت نسبة تقدر بـ 18.1% أن هذه الوسائط الاتصالية الجديدة لا تلبي حاجياتهم المعرفية.

إستنادا إلى نتائج الجدول، نرى أن غالبية أفراد العينة وتقدر بـ 81.9% ترى أن وسائط الاتصال الجديدة تلبي حاجياتهم المعرفية، فالبنية الرقمية الجديدة، قد وفرت كما هائلا من الموارد المعرفية، فلم تعد هناك إشكاليات في التحصيل والتعرض إلى أنماط المعارف المتنوعة، سوى القدرة على النفاذ إلى هذه المنصات الافتراضية، والتعامل مع البيانات والمعلومات المتنوعة، كل هذا يقتصر عن حسن توظيف المستخدم لمعادلاتها وصيغها المنطقية، من أجل توجيه مسارتنا مع الواقع من خلال بيئة وسائطية سيبرانية تتسم بالمرونة، يمكن لأفراد الكيان الاجتماعي أن يتمثلوها إلى سلوك عارف أو إلى خطاب معرفي مدون بغية توجيه مسار السلوك الانساني وإنتاج المزيد من المفردات المعرفية.

الجدول رقم 31: يوضح أهم المعارف المكتسبة لأفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة

أهم المعارف المكتسبة من خلال استخدام افراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
مزيج من المعارف المتنوعة والمختلفة الغير محددة	177	84.3%
معارف دينية	06	2.9%
معارف ثقافية	09	4.3%
معارف علمية تقنية	04	1.9%
معارف اجتماعية	06	2.9%
معارف فكرية	05	2.4%
معارف سياسية	03	1.4%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 31: يوضح أهم المعارف المكتسبة لأفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة

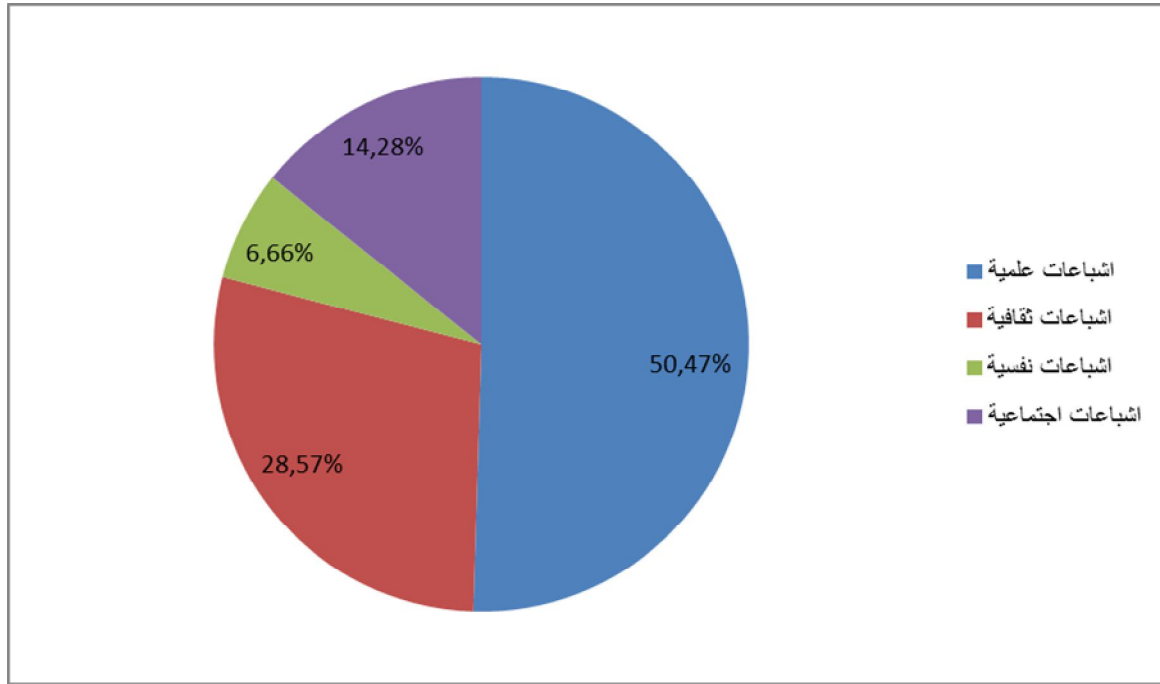
يظهر الجدول أن نسبة 84.3% من الباحثين أجابوا أن استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة أكسبهم مزيج من المعارف المتنوعة والمختلفة والغير محددة، كما أجابت نسبة تقدر بـ 04.3% من أهم المعارف المكتسبة هي المعارف الثقافية، ورأت نسبة تقدر بـ 02.9% أن أهم المعارف الدينية، ونفس النسبة كان لها رأي حول المعارف الاجتماعية كأهم نوع من المعارف المكتسبة من خلال استخدام وسائل الاتصال الجديدة وعبرت نسبة تقدر بـ 02.4% من الباحثين على أن المعارف الفكرية من أهم المعارف المكتسبة، في حين اكتفت نسبة ضئيلة تقدر بـ 01.4% من أن أهم المعارف المكتسبة هي المعارف السياسية.

من خلال قراءة معطيات الجدول نستنتج أن غالبية أفراد العينة التي تقدر بـ 84.3% رأوا أن أهم المعارف المكتسبة من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة هي ذلك المزيج المتنوع والمتعدد من المعارف التي يصعب حصرها، ويرجع ذلك إلى إعتبار أن هذه الوسائل الاتصالية الجديدة بمثابة مستودع رقمي ذو حمولة معرفية متنوعة ذات سمة تفاعلية يبحر فيه المستخدمون النشطون سواء بصناعة المحتوى المعرفي أو تقاسمه، فيتماشى بالموازات مع حزمة الإشباعات المتنوعة المراد تحقيقها.

تعتبر الميديا الجديدة للمعرفة والثقافة من بين أعقد البراديمغات الموجودة في مجال البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، فهي تلك الحركة الفكرية التي تحاول التنقيير والبحث في طبيعة تلك المنتوجات المعرفية والثقافية في ظل وساطة الميديا الجديدة، وربطها بمقترب الاستخدامات عبر الفضاء الافتراضي، كل هذا يتم داخل نسق تحليلي يشمل دراسة الجانب السوسيولوجي والسيميولوجي وكذلك الاثنوغرافي للمجتمع الافتراضي، من أجل رصد وتحديد بعض ممارسات المستخدمين، وكذلك محاولة التعرف على تراتبية أولوياتهم ومعاييرهم ورهاناتهم، والوقوف على الاشباعات المحققة، باعتبار أن وسائط الاتصال الجديدة انعكاس تعبير عن الواقع الحقيقي داخل سياق اجتماعي وثقافي معين.

الجدول رقم 32: جدول يوضح أهم الاشباعات المحققة من طرف أفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائط الاتصال الجديدة

أهم الاشباعات المحققة من خلال استخدام افراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة	التكرار	النسبة المئوية
اشباعات علمية	106	50.47%
اشباعات ثقافية	60	28.57%
اشباعات نفسية	14	06.66%
اشباعات اجتماعية	30	14.28%
المجموع	210	100%



الشكل رقم 32: يوضح أهم الاشباكات المحققة من طرف أفراد العينة من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة

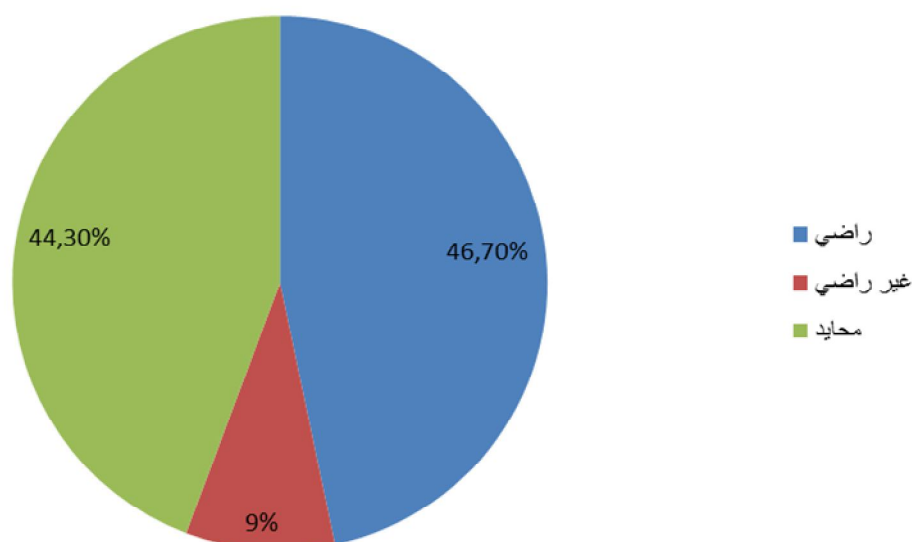
تظهر نتائج الجدول أ نسبة 50.47% من المبحوثين يرون أن أهم الاشباكات المحققة من خلال إستخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة هي اشباكات علمية، كما أجابت نسبو تقدر بـ 28.57% من المبحوثين أن أهم الاشباكات المحققة من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة هي إشباكات ثقافية، في حين ترى نسبة تقدر بـ 06.66% من أهم الاشباكات المحققة تكمن في الاشباكات النفسية، واقرت نسبة تقدر بـ 14.28% من أهم الاشباكات المحققة من خلال إستخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة هي اشباكات اجتماعية.

من خلال التمعن في معطيات الجدول يتضح لنا أن غالبية المبحوثين يرون أن استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة غرضه هو تحقيق الإشباكات العلمية، وجاء بنسبة 50.47% وبالرجوع إلى تيار سوسيولوجيا الاستخدامات والاشباكات، وما إقترن به من مفهوم التملك، وهو أن المستخدم يحاول أن يخلق من إستخدامه للوسيلة التكنولوجية نوع من الوظائف الجديدة، غير تلك التي صممت من أجله هذه الوسيلة، بل في غالب الأحيان يضيف وظائف جديدة لهذه الوسيلة، فكما هو معلوم أن الغرض الأساسي الذي أبتكرت من أجله الوسائل الاتصالية الجديدة هو انشاء علاقات اجتماعية

وتطويرها وما يتفرع عنها من تواصل مع الأهل والغير، وتشكيل صداقات جديدة، والقضاء على العزلة، غير أن من بين التملكات التي إنضافت من طرف المستخدم الغير مرتبطة بغرض التواصل الاجتماعي، هي وظائف تشكيل وبناء الرأسمال المعرفي عن طريق هذه المنصات الاجتماعية الجديدة، ونذكر من بين هذه التملكات بالوظائف الحصول على ذلك الزخم المعلوماتي والمعرفي حول أشخاص ومعارف جديدة، وكذلك تدعيم المعارف الشخصية سواء على الصعيد الميدان الشخصي والدراسي، أو إنتاج خطاب معرفي موجه نحو الآخر.

الجدول رقم 33: يوضح مدى رضا أفراد العينة عن أداء الوسائط الاتصالية الجديدة

النسبة المئوية	التكرار	مدى رضا أفراد العينة عن أداء وسائط الاتصال الجديدة
46.7%	98	راضي
9%	19	غير راضي
44.3%	93	محايد
100%	210	المجموع



الشكل رقم 33: يوضح مدى رضا العينة عن أداء الوسائط الاتصالية الجديدة

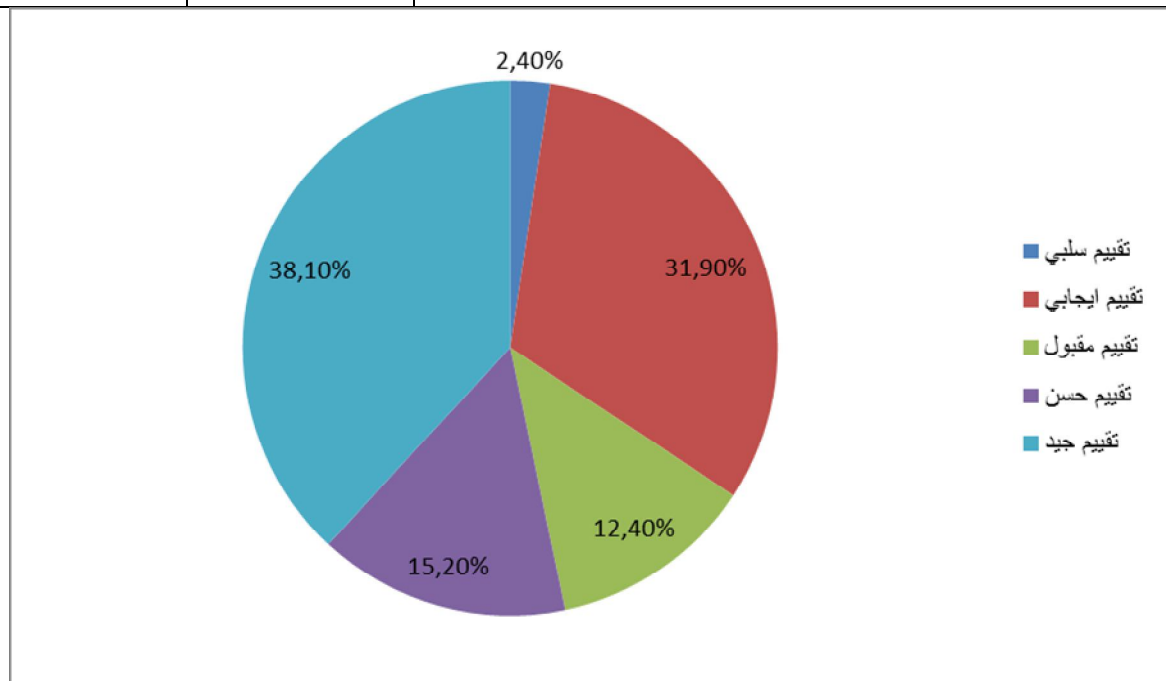
يبين لنا أرقام الجدول أن نسبة 46.7% من أفراد العينة راضية تمام الرضا عن ما تقدمه الوسائط الاتصالية الجديدة، كما اجابت نسبة تقدر بـ 44.3% من افراد العينة من أن موقفها محايد لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة في حين عبرت نسبة تقدر بـ 9% من العينة، أنها غير راضية عن محتوى ما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة.

تظهر لنا معطيات الجدول أن نسبة 46.7% من المبحوثين عبروا عن رضاهم لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة من محتوى فهذه النسبة تعتبر النسبة الغالبة، وعند محاولتنا لإستجلاء رؤية المبحوثين عن رضاهم التام لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة، يجدر بنا الإضطلاع عن حزمة الدوافع المتواترة المرصودة من خلال العديد من الدراسات الاكاديمية السابقة التي تصب في هذا الصدد، فمن دافع الاعلام والبحث عن الأخبار والاطلاع عن مختلف المستجدات المحلية والدولية، إلى دوافع التواصل مع الأهل والاصدقاء وتكوين صداقات جديدة، إلى الحاجة إلى الهروب من المشاكل اليومية، والتنفيس عن الذات ويعتبر دافع تشكيل رأسمال اجتماعي، والتعبير عن الذات واستعراضها، هو أهم سبب يجعل المستخدمين منصات التواصل الاجتماعي يشعرون بالرضا عن ما تقدمه هذه المنصات، محدثا بذلك إنقلابا عارما في أولوية تحديد الدوافع حسب ما توصلت إليه العديد من البحوث والدراسات¹.

¹ www.pewresearch.org / concerns about democracy in the digital age, visité le 27/04/2012 a 21h:15.

الجدول رقم 34: يوضح تقييم أفراد العينة لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة عموماً للشباب الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	تقييم أفراد العينة لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي
02.4%	05	تقييم سلبي
31.9%	67	تقييم ايجابي
12.4%	26	تقييم مقبول
15.2%	32	تقييم حسن
38.1%	80	تقييم جيد
100%	210	المجموع



الشكل رقم 34: يوضح تقييم أفراد العينة لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة عموماً للشباب الجامعي

من خلال قراءة معطيات الجدول يظهر لنا أن نسبة 38.1% من المبحوثين اجابوا بعبارة تدل على تقييمهم الجيد لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي عموماً، كما رأت نسبة تقدر بـ 31.9% من المبحوثين من خلال قراءة عبارات اجاباتها أن ما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي ذو منحنى ايجابي في حين عبرت نسبة تقدر بـ 15.2% أن تقييمها لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة حسن، واكتفت نسبة ضئيلة تقدر بـ 02.4% بالإجابة بعبارات توحى بتقييمها السلبي لما تقدمه الوسائط الاتصالية الجديدة للشباب عموماً.

من خلال تفحص معطيات الجدول يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة بنسبة تقدر بـ 38.1% يقيمون ما يقدمه الوسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي بالتقييم الجيد، ويمكن إرجاع هذا الأمر إلى العديد من العوامل منها المحددات النفسية، والمعرفية، التي فرضتها تقنية البيئة الرقمية الجديدة، فالجيل الرقمي الحالي، أصبح ذو نزعة فكرية ذات توجهات ليبرالية، يؤمن أشد الإيمان بحملة من المبادئ كالحرية الفردية، وحرية الاختيار، فضمن هذا المعطى الجديد المتمثل في البيئة الاتصالية الجديدة، احتل الاعلام الاجتماعي بكل تظاهراته وصيغوراته مكانة الاعلام القديم، فاصبح كفضاء بديل بالنسبة للجيل الرقمي فهو موطن حرية الرأي والتفكير، ومنصة إبراز كل الأشكال الابداعية، ومدرسة جامعة لكل العلوم والفنون، ومكتبة لمن لا كتب له، وفضاء لإبراز المهارات والقدرات، إذا لم يتسنى للمستخدم من إبراز قدراته في العالم الواقعي، ونافذة مفتوحة للتعرف واكتشاف الآخر، المختلف ثقافياً وإيديولوجياً وجسر لتبادل الرؤى والطروحات.

ثانياً/ تفسير ومناقشة نتائج محاور الدراسة:

1- المحور الاول: تفسير وتحليل النتائج الخاصة بمحور بيانات الشخصية:

شمل هذا المحور توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث بلغت نسبة الذكور بـ 44.8، وبلغت نسبة الاناث بـ 55.8، كما شمل ايضا توزيع افراد العينة حسب متغيرات السن، بحيث قسمت الفئات، تمتد هذه الفئات من اقل سن 20 سنة، الى 35 سنة، بإعتبار أن المبحوثين ينتمون الى فئة الشباب الجامعي

2-المحور الثاني:تفسير وتحليل نتائج محور عادات وأنماط إستخدام الشباب الجامعي لوسائل الإتصال الجديدة

إحتوى هذا المحور على العديد من الأسئلة التي حاولت البحث والنبش في طبيعة العادات والأنماط السلوكية التي تتبناها أفراد العينة خلال إستخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة، فشملت أسئلة هذا المحور العديد من الإستفسارات البحثية، المتعلقة بمدى إستخدام الشباب الجامعي لوسائل الإتصال الجديدة أو مدة الأوقات التي يستخدم فيها هذه الوسائل، والأماكن المفضلة لإستخدام هذه الوسائل الاتصالية، إضافة إلى الوسيط المفضل في الإستخدام، ومعرفة أكثر لغة مستعملة خلال عملية الإستخدام هذه الوسائل، من حاسوب وألحاح إلكترونية وهواتف ذكية، المستعملة في إستخدام الشباب لهذه الوسائل الاتصالية الجديدة.

3-المحور الثالث:تفسير ومناقشة محور وأسباب ودوافع إستخدام وسائل الإتصال الجديدة لدى الشباب الجامعي

حاولنا في هذا المحور أن نتقصى الدوافع والأسباب الكامنة التي تدفع بالشباب الجامعي لإستخدام وسائل الاتصال الجديدة سواء تعددت وإختلفت هذه الدوافع من دوافع التواصل مع الأهل والمقربين، أو إقامة علاقات، أو الترفيه، أو إكتساب للمعارف والثقافات، ثم حاولنا ان نتطرق في هذا المحور إلى أهم وسيلة يستخدمها الشباب الجامعي في تصفح وسائل الإتصال الجديدة، كما حاولنا التعرّيج عن أنماط تفاعل أفراد العينة مع وسائل الإتصال الجديدة، من تصفح وقراءة للمحتويات، ونشر للمضامين، و إعادة لنشر للمضامين من صفحات أخرى، وما إلى ذلك.

كما تطرقنا في هذا المحور إلى مدى إهتمام أفراد العينة بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائل الإتصال الجديدة في محاولة منا لمعرفة مكانة المحتوى المعرفي المنشور عبر وسائل الإتصال الجديدة لدى الشباب الجامعي.

4-المحور الرابع:تفسير ومناقشة محور وسائط الإتصال الجديدة كحامل للمعارف المتعددة.

تناولنا في هذا المحور العديد من التساؤلات البحثية،التي حاولنا من خلالها تفكيك جدلية ان وسائط الإتصال الجديدة هل هي حقا حاملا للمعرف المتعددة،أم لا

فسلطنا الضوء لمعرفة أكثر الوسائط الاتصالية المستخدمة من طرف الشباب الجامعي لغرض المعرفة ثم حاولنا البحث عن إهتمامات أفراد العينة بالتبادل المعرفي عبر هذه الوسائط الاتصالية الجديدة،كما تسنى لنا في هذا المحور معرفة أهم أشكال التفاعل المعرفي الذي يقوم به الشباب الجامعي عبر وسائط الاتصال الجديدة، ومدى إهتمامهم بالتفاعل الافتراضية للدخول إلى عوالم المعرفة والمعلومات عبر الوسائط الاتصالية الجديدة

5-المحور الخامس:تفسير وتحليل نتائج محور الإضافات المعرفية التي تقدمها وسائط الإتصال الجديدة للشباب الجامعي.

تطرقنا في هذا المحور إلى الوقوف قياس الرغبة المتولدة لدى شباب الجامعي لاستخدامهم للوسائط الإتصالية الجديدة من أجل الغرض المعرفي،سواء تعلق الأمر بصناعة المحتوى المعرفي،ونشره،أو تقاسم هذا المحتوى من أجل تعميم ونشر المعارف،كما حاولنا في هذا المحور أن نرصد مدى إمكانية تلبية وسائط الإتصال الجديدة للحاجات المعرفية لدى الشباب الجامعي.

إستنتاجات الدراسة:

بعد عملية التفاعل مع كل الجداول الخاصة بالاستبيان، وكذا رصد أهم النقاط الخاصة بالملاحظة، قمنا بتبويب جداول الاستبيانة وتعريفها، وتحليلها وتفسيرها، في ظل ما قمنا به من دراسات نظرية وميدانية، توصلنا إلى العديد من النتائج، والتي سنعرضها وفقا للمحاور التالية:

المحور الأول: البيانات الشخصية

- غالبية أفراد العينة ينتمون إلى جنس الاناث بنسبة 52.2%.
- يتراوح سن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة تقدر 53.8% من 21 سنة إلى 25 سنة
- ينتمي أغلب أفراد العينة بنسبة 52.38% إلى التخصصات الأدبية.

ثانيا - محور عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لوسائط الاتصال الجديدة

- الغالبية العظمى من العينة بنسبة تقدر بـ 70.5% دائما ما يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة.
- يستخدم أفراد العينة بنسبة تقدر بـ 83.3% وسائط الاتصال الجديدة منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- غالبية أفراد العينة محل الدراسة بنسبة 36.7% يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة أكثر من ثلاث ساعات يوميا.
- تستخدم غالبية أفراد العينة بنسبة 94.8% وسائط الاتصال الجديدة من المنزل.
- تستخدم النسبة الأعلى من المبحوثين بـ 90.5% لمنصة الفيسبوك مقارنة بغيرها من الوسائط الجديدة، تويتر، المدونات الرقمية.
- يستعمل 51.1% من عينتنا اللغة العربية عند تصفحهم للوسائط الاتصالية الجديدة.

- أفادت نسبة 73.8% من المبحوثين من أن الوقت المفضل لتصفح وسائط الاتصال الجديدة يكون في الفترة الليلية.

- أشارت الغالبية من عينة الدراسة بنسبة تقدر بـ 67.1% من أنهم يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة بصفة مفردة أي بمفردهم.

- أفادت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة تقدر بـ 88.6% من أن الوسيلة التي يستخدمون منها وسائط الاتصال الجديدة هي الهاتف الذكي.

تبين نتائج إجابات الاسئلة المتعلقة بهذا المحور صحة الفرضية الاولى لدراستنا، حول أن هناك عادات وأنماط مختلفة، تظهر عند استخدام الشباب الجامعي لوسائط الاتصال الجديدة ومرجع ذلك إلى تلك التركيبة الدينامية ذات البعد النفسي والاجتماعي، وحتى التقني الذي يعد بمثابة الدافع إلى خلق ذلك الاختلاف والتباين في العادات والأنماط السلوكية المتعلقة باستخدام الشباب للتكنولوجيا الجديدة.

ثالثا - محور أسباب ودوافع استخدام الشباب الجامعي لوسائط الاتصال الجديدة

- ترى الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة تقدر بـ 77.14% من أن دافعهم الأول لاستخدام وسائط الاتصال الجديدة هو اكتساب الثقافات، وتوسيع المعارف.

- أرجعت نسبة تقدر بـ 64.2% من افراد العينة أن نمط تفاعلها مع وسائط الاتصال الجديدة يتمثل في الاطلاع على الاخبار، والمستجدات المعرفية المختلفة.

- 51% من المفردات العينة عبرت من أنها احيانا ما تهتم بالمحتويات المعرفية المنشورة عبر وسائط الاتصال الجديدة.

- أجابت نسبة تقدر بـ 71.9% من المبحوثين من أنه ليس لديهم أي وقت محدد لاستخدام وسائط الاتصال الجديدة للغرض المعرفي.

- أقرت نسبة تقدر بـ 70.5% من المبحوثين من أنهم لا يمكنهم الاستغناء عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة.

بينت نتائج اجابات أفراد العينة في هذا المحور أن هناك توليفة من الأسباب والدوافع النفسية و الاجتماعية و المعرفية هي التي تدفع بالشباب الجامعي لاستخدام وسائط الاتصال الجديدة ،وإعتبارها معطى أساسي من معطيات ممارستهم اليومية ،وهذا ما يثبت صحة فرضيتنا الثانية التي خمنت من أن هناك أسباب ودوافع نفسية واجتماعية ومعرفية متداخلة تدفع الشباب الجامعي إلى استخدام وسائط الاتصال الجديدة

المحور الرابع: وسائط الاتصال الجديدة كحامل للاشكال المعرفية المتعددة

- أجابت نسبة تقدر بـ 81.9% من افراد العينة أن أكثر وسيط اتصالي مستخدم من طرفهم لغرض المعرفة هو الفيسبوك.

- 70.5% من افراد العينة أكدوا على أنهم يمتلكون حساب خاص بتبادل المعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة.

- أشارت ما نسبته 76.66% من المبحوثين من أن أهم شكل من اشكال التفاعل المعرفي الذين يقومون بع عبر وسائط الاتصال الجديدة هو تحميل الكتب والاطلاع عليها.

- أقرت نسبة تقدر بـ 67.6% من المبحوثين على أنهم لم يبادروا بإنشاء أي مجموعة افتراضية لغرض التبادل المعرفي.

- أجابت نسبة تقدر بـ 88.6% من افراد العينة من أن التفاعل الافتراضي عبر وسائط الاتصال الجديدة شكل لديهم حسا معرفيا.

- تأتي ما نسبته 58.6% من المبحوثين من أن نقاشاتهم عبر وسائط الاتصال الجديدة احيانا ما كانت تتم حول مسائل المعرفة.

- أفادت نسبة تقدر بـ 72.9% من افراد العينة بأن الدور الذي تلعبه وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف هو دور مساعد ومكمل.

- ترى نسبة 58.57% من المبحوثين أن اختيارها لاستخدام وسائط الاتصال الجديدة باعتبارها أدوات لتشكيل المعرفة وتقاسمها يرجع إلى نوع المحتوى المعرفي المنشور عبر هذه الوسائط.

- إجابات الغالبية العظمى من افراد العينة والتي تقدر بـ 95.2% أن وسائط الاتصال تساهم في تشكيل وبناء المعارف لديها.

- أفاد ما نسبته 49.5% من المبحوثين بأن الإضافات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصال الجديدة لهم، هي إضافات معرفية.

تبين نتائج اجابات المبحوثين عن التقييم الايجابي من طرفهم واعتبار ان وسائط الاتصال الجديدة هي حامل من حوامل الاشكال المعرفية المتعددة وهذا ما يثبت صحة وصديقية فرضيتنا الثالثة

المحور الخامس: الاشباكات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي

- أقرت ما نسبته 54.8% من افراد العينة أن احيانا ما تتولد لديهم الرغبة في اشباع حاجاتهم المعرفية عبر وسائط الاتصال الجديدة. ويرجع هذا الى ذلك السيل المعرفي المتنوع الذي تحتويه هذه الوسائط الاتصالية الجديدة ومدى تطابقه مع الاهتمامات المعرفية المختلفة للشباب

- أجاب ما نسبته 61.9% من افراد العينة من انهم احيانا ما يشاركون المحتوى المعرفي مع الآخرين عبر وسائط الاتصال الجديدة.

- أجابت الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة تقدر بـ 81.9% من أن وسائط الاتصال الجديدة تلبي حاجياتهم المعرفية.

- أفاد ما نسبته 84.7% من المبحوثين أن أهم المعارف المكتسبة من خلال استخدام أفراد العينة لوسائط الاتصال الجديدة يعتبر المحتوى عبارة عن مزيج من المعارف المتنوعة والمختلفة الغير المحددة.

- أجابت نسبة تقدر بـ 50.47% من افراد العينة أن أهم الاشباكات المحققة من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة هي الاشباكات العلمية.
- عبرت النسبة الكبيرة من المبحوثين والتي تقدر بـ 46.7% عن رضاها لما تقدمه وسائل الاتصال الجديدة.
- اعتبر أغلب المبحوثين بنسبة 38.1% على أن ما تقدمه وسائل الاتصال الجديدة للشباب الجامعي ذو تقييم جيد.
- تدل إجابات المبحوثين في هذا المحور على مؤشر صدق الفرضية الرابعة التي ترى ان استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاتصال الجديدة يقدم اشباكات معرفية متنوعة

خاتمة الدراسة

بنيت دراستنا حول ذلك التساؤل الإشكالي المتمثل في إمكانية تشكل المعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة، باعتبارها حامل من حوامل المعلومة و المعرفة ، فحاولنا من خلال هذه الدراسة ملامسة أهم العادات و الأنماط التي يتخذها الشباب الجامعي من خلال إستخدامه لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة ، واهم الدوافع و الاسباب التي تدفع بالشباب الجامعي لتبني استخدام هذه المنصات الاتصالية الجديدة و التماهي ضمن سياقاتها و التفاعل مع محتوياتها .

حاولنا من خلال مسارنا البحثي أن نكيف من مكتسباتنا النظرية و التزود قدر الإمكان بالأدوات المنهجية الضرورية بغية تفكيك بعض الوضعيات المركبة التي إعترضتنا خلال دراستنا هذه .

إستندت دراستنا على نقطة إنطلاق رئيسية متمثلة في تلك الأدوار التي تقدمها الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل وتوليد ونقل المعارف المختلفة، عبر خطابها التواصلي أو محتواها المعرفي لدى شريحة إجتماعية ومكون سوسيولوجي غاية في الأهمية والحساسية، ألا وهو الشباب الجامعي ، فتبيننا مقرب الإستخدامات و الإشباعات باعتباره من أكثر المقتربات غنى وخصوبة التي درست الظاهرة الاتصالية والاعلامية ، سواء من حيث الاليات الاجرائية او احتوائه على العديد من الافاق المعرفية و النظرية لدور وديناميكية الفئات الاجتماعية وإستخداماتها لوسائل الاعلام عموما ، و الشبكات الاجتماعية خصوصا ، إضافة الى تقاطعه مع المدخل " الاثنوميتودولوجي" الذي يبحث في الأنشطة اليومية للجماعة

توصلنا من خلال دراستنا هذه إلى العديد من الاستنتاجات من بينها أن إستخدام وسائط الاتصال الجديدة يحظى بقدر كبير من الإهتمام، نتيجة شمولية و إتساع إستخدام هذه الوسائط ، وإنخراطها في سيرورة الحياة الاجتماعية الواقعية بالنظر إليها على أنها مصدر للأخبار و المعلومة و منصات للترفيه و التسلية و فضاء لاكتساب الثقافات ، وتشكيل ونقل المعارف و الخبرات ، وحامل خصب للأنماط الرمزية و التصورات الخيالية المستبطنة و فضاءات مفتوحة للتنفيس و الابداع ، ونخص بالذكر هنا منصة "الفيسبوك" ، كما اتاحت هذه المنصات الافتراضية مضمارا حيويا ومفتوح الافاق لتلبية

الحاجات المعرفية للمستخدمين فعبّر هذه الوسائط الاتصالية الجديدة تتجلى تلك الخطابات المعرفية و الاشكالات الاستنولوجية التي تحتاج إلى حلول، فتبادل الطروحات الفكرية و المعرفية المختلفة ، ويتوسع الخطاب التواصلي المعرفي بين المستخدمين من خلال تداوله و التفاعل معه ، فضمن هذا المسعى المتوصل اليه يمكننا إعتبار أن لوسائط الاتصال الجديدة دور هام وكبير في تشكيل المعارف لدى المستخدمين من عينة دراستنا .

بالرغم من القيمة النظرية و الامبريقية ، واهم التمفصلات المنهجية التي توصلنا اليها من خلال نتائج دراستنا ، الى انها مازالت بحاجة الى التعمق الكبير ، واعادة تفكيك وتركيب بعض المفاهيم المركبة التي تحتاج الى بحث متأني وصارم ، غير انه يمكن لهذه النتائج المتحصل عليها من ان تسهم ولو بالقدر البسيط في الزيادة ن أدبياتنا البحثية ، و تؤسس لمداخل بحثية جديدة وكذلك تساهم في تدليل اهم العقبات الاستنولوجية المتعلقة بدراسة مقتربات شبكات التواصل الاجتماعي ، بمختلف تفاصيلها الانترولوجية و الاجتماعية و الرمزية .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا المصادر:

1- القرآن الكريم

ثانيا المرجع باللغة العربية:

1. إبراهيم عبد الله لمسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008 .
2. إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1982.
3. أحمد الخطيب خالد زيان: إدارة المعرفة ونظم المعلومات، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009م، ص: 08.
4. أحمد بن مرسل، الاسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، ط1، الورسم للنشر، الجزائر، 2013م، ص: 182.
5. احمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار الرحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
6. جبريل بن حسن العريش، سلمى بنت عبد الرحمان: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2015م، ص: 35.
7. حسين الجبوري محمد جواد، منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات الحديثة، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الاردن، 2014م، ص: 147.
8. حلمي محمد فؤاد و عبد الرحمان صالح عبد الله، المرشد في كتابة البحث ، ط4 دار الشروق .
9. خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعي، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2013م.

10. رابح مصطفى عليان ،إقتصاد المعلومات، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان 2010،.
11. رمضان القذافي، نظريات التعلم و التعليم ، ط 02 ،الدار العربية للكتاب ،ليبيا 1981،.
12. سعيد سبعون، الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القضية للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2012م، ص: 155
13. سيد العاطي السيد، علم اجتماع المعرفة، ، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2003.
14. سيد يخيت: الصحافة والانترنت، دار العرب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
15. شطاح محمد وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، دار الهدى، عين مليلة. 2009.
16. عباس عبد المحسن الخفاجي، آفاق ثورة المعرفة ونقل التكنولوجيا وتوطينها في العالم العربي، دار الكتب العلمية للنشر، ط1، القاهرة، 2015م.
17. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، الاردن، 2008.
18. عبد الحميد بسيني، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة، دار الكتب العلمية، 2005.
19. عبد المالك رمدان الدناني: تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص: 11
20. غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا، مفاهيم ومداخل وتطبيقات، دار المناهج، الأردن، 2007.
21. فرانسوا لسلي، وسائل الاتصال المتعددة "ملتيميديا"، ترجمة، فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، لبنان، 2001.
22. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010.

23. فوزي شريطي مراد، التدوين الالكتروني والاعلام الجديد: ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع الاردن، 2015.
24. ليث عبد الله القهيوي، استراتيجيات إدارة المعرفة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2013.
25. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي، ط1، عمان، 2015.
26. المتوكل أحمد، الخطاب وخصائص اللغة العربية دراسة في وظيفة البنية، دار الأما، الرباط، 2010.
27. محمد عواد الزيادات، اتجاهات المعاصرة في ادارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2008.
28. محمد محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1985.
29. محمد نصر حسين، من المطبعة إلى الفيسبوك مدخل في الاتصال الجماهيري، ط1، دار الكتاب الجامعي، دار الامارات العربية، لبنان، 2016.
30. محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2006.
31. محي الدين محمد مسعد، ظاهرة العولمة الاوهام والحقائق، ط1، مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 1999.
32. مزري تشي بن، قصة فايسبوك ، ثورة وثورة ، ترجمة: وائل محمود الهاللي، دار السطور الجديدة، ط1، القاهرة، 2011م.
33. منال هلال مزاهرة، مناهج البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2014.
34. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد وآخرون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006.

35. نبيل عبد الهادي ،بن مصطفى نادية ،التفكير عند الطفل ، ط 02 ،دار الصفاء للطباعة ،الاردن،2001 .

36. نجم عبود نجم، إدارة المعرفة - المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2008م.

37. نورالدين مشاط، المدرسة المغربية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الرباط، 2011م.

38. يوسف تمار،تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مسبح كوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007م،

ثالثا :القواميس و المعاجم

1.مجموعة من كبار اللغويين، المعجم العربي الاساسي، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، القاهرة، 1998.

2. ابراهيم مصطفى، وآخرون:لمعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972.

رابعا الرسائل العلمية:

1. أحمد الشريف بسام، دور وسائط الاتصال الحديثة في قضايا التغيير السياسي في الدول العربية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 03.

2. باية سيفون، تأثير تكنولوجيا الاتصال على النشر الالكتروني للصحف اليومية الجزائرية المكتوبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03.

3. بدر الدين بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة انموذجا، رسالة ماجستير في علم اجتماع التربية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر..

4. بشرى جميل الزاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مقال منشور في مجلة الباحث الاعلامي، عدد 18، العراق، 2012.
5. بلال أبو العامر، أثر الانترنت على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03.
6. بلمولاي بدر الدين، استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011.
7. بلقاسم امين بن عمرة ، دور وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال ، قسم الاعلام و الاتصال ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة مستغانم ، الجزائر 2018.
8. بنون فاطمة الزهراء، القيم الاجتماعية والثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الاستخدامات والتأثيرات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015.
9. حبش بركات، إدارة المعرفة وتنمية الموارد البشرية تحدي لتنافسية منظمات أعمال في ظل الاقتصاد المعرفي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، ص: 27
10. فاطمة، نضال محمد، إدارة المعرفة واثرها على تميز الافراد ، اطروحة دكتوراه ، كلية التجارة ، عمادة الدراسات العليا، الجامعة الاسلامية ، غزة، 2011م.
11. زينب بوشلاغم ، التفاعلات الاجتماعية في الجماعات الافتراضية ودور الحضور الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2018.

12. سعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.
13. عوض حمزة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2016.
14. فتيحة زايدي، واقع انتاج المعرفة العلمية في حقل السوسيولوجي بالجامعة الجزائرية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ل. م. د. في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمدة لخضر، الوادي، الجزائر. 2016.
15. مريم مراكش، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقتها بالشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علم النفس، قسم علم النفس، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012.
16. وفاء نصرى، تكنولوجيا الاعلام والاتصال والمستوى التقدم العلمي للطلاب الجامعي، دراسة في الاستخدامات والاشباكات، طلبة جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر. 2014.
17. هاجر بن عامر، هويات مستخدمي الوسائط المتعددة "تويتر نموذجاً"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017.
18. عصام الدين سليمان ادم، مصادر المعرفة واثرها على التنمية والسلام، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الفلسفة في دراسات السلام، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان 2018.

1. سميرة شخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، عدد01، سوريا، 2010.
2. الصادق الحامي، الاعلام الجديد، رؤية تواصلية، مقال منشور في مجلة اذاعات الدول العربية، العدد 04، تونس، 2006.
3. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد دراسة من تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الاكاديمية العربية المفتوحة، العدد 02، 2007.
4. عيادة حمامي، مفهوم الوساطة، مقال منشور في مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، مصر، عدد 01، 1999.
5. كمال بوكرزازة، عبد الرزاق غزال، الاستخدامات التواصلية و الاشباكات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة المكتبات و المعلومات، جامعة قسنطينة 02، الجزائر، 2013.
6. محمد اشرف صالح، حضارتنا المتألقة في العصور الوسطى، مجلة الوعي الاسلامي، مجلة كويتي الشهرية، جامعة وزارة الاوقاف الاسلامية، قطاع الشؤون الثقافية، العدد 571، نوفمبر، ديسمبر 2013.
7. نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة، مظاهر الازمة باقتراح الحلول، سلسلة كتب عالم المعرفة، العدد 369، الصادرة عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2009.
8. نصر الدين العياض، التفكير في ادوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 22، العراق، 2013.
9. بشرى جميل الزاوي، دور دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مقال منشور في مجلة الباحث الاعلامي، العدد 18، العراق، ص، 2012.
10. جمال زرن، المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، عدد 130، جوان، مصر، 2007.

11. جمال محمد غيطاس، الحرب وتكنولوجيا المعلومات، مجلة الاهرام، عدد

12، مصر، ماي 2003.

12. جميل حمداوي، القراءة الميديولوجية أو القراءة الوسائطية، مجلة دراسات

معاصرة، عدد 02، الجزائر، 2018.

13. حسين شربالي، عصام رزاق لبزة، تجليات التداخل الهوياتي عبر الفيسبوك

كفضاء تواصل، مجلة التنوير للبحوث الانسانية والاجتماعية، المركز الجامعي آفلو، الجزائر، العدد

11، سبتمبر 2019 .

سادسا: الملتقيات والمؤتمرات

1. حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مؤتمر

جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000م.

2. رتيبة حديد، ونوفل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة،

ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية

الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، مارس 2005.

سابعا: التقارير والبحوث

1. التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي، " الواقع والدلالات، التحديات، مؤسسة الفكر

العربي، بيروت، 2013 .

2. الصادق رابح، ترشيد الممارسات الاخلاقية للشباب في الفضاءات الرقمية، مركز الجزيرة

للدراسات، 25 نوفمبر 2020.

3. فضل صلاح، بلاغة الخطاب وعلم النص، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،

سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1996.

4. نصر الدين العياض، التفكير في عدة التفكير: مراجعات نقدية لنظرية الاستخدامات

والاشباع في البيئة الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات الاعلامية، نوفمبر، 2018.

5. واقع الاعلام الاجتماعي العربي، تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، عايمان بعد الحراك،

كلية دبي للإدارة الحكومية، ماي 2013.

ثامنا: المنظمات والهيئات و المؤسسات

1. بدوي السديم محم، مخطط تاريخي لتقدم العقل البشري، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1995م.
2. صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2005م.
3. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، الاردن، 2005م.
4. محمود الفطافطة، علاقة الاعلام الجديد، تجربة الرأي والتعبير عن فلسطين فايسبوك انموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية، فلسطين، 2011م.
5. هزوان الهز، الاعلام أدوار وامبراطوريات، الهيئة العامة السورية للكتاب، سوريا، 2012م.
6. حسن عبد الحميد رشوان: نظرية المعرفة و المجتمع ،مؤسسة شباب الجامعة ،الاسكندرية ،2008.

1. www.sottalomma.com/Article/810942 الشبكات الاجتماعية ،تعريفها ،انواعها ،
2. Algeria . Internet Usage. 2018 . Population States And Face book. Subscribes. Acced 18/08/2019: 11: 34H
3. At: [http// www. Internet world states.com/ states.htm](http://www.Internetworldstates.com/states.htm)
4. [http//: kse.org.kw](http://kse.org.kw) 15.10.2019: 00: 45h
5. [Http: // studies. Aljazerra. Net.](http://studies.aljazeera.net) Visite Le 25.04.2021 a 14:00h
6. [Http: // studies. Aljazerra. Net./ ar / articel.](http://studies.aljazeera.net/ar/articel) Visite Le 02.05.2021. 09: 05h
7. Lynch. Marc: blogging the new arab public. Arab media and society 1. 2007 from . [http//: www. Arab media society.com/article10](http://www.Arabmedia.society.com/article10). Voir. 04/04/2021a 11h:12
8. Pewerse [Arch.org/Internet/2013/02/14/ The Demographics-of-social- media –uses-2012.vu](http://Arch.org/Internet/2013/02/14/The-Demographics-of-social-media-uses-2012.vu) le 05-04-2021- a 23h:30
9. Vicinites.io/ blog/ twitter- social. Media. Strategy. 2018. Research. 100. Millions. Twettes. Visite Le 14-04-2021: 21: 35h
10. [www. Bbc.com](http://www.Bbc.com): the vital time you shouldn te be on social media. Janvier 2018. Visite Le 17.04.2021 a 14: 00h
11. www.pewresearch.org / concerns about démocracy in the digital age, visité le 27/04/2012 a 21h:15.
12. [www.socialbakers.com/ blog /1064 –top -10 – fastest giving. Facebook – language.](http://www.socialbakers.com/blog/1064-top-10-fastest-giving-Facebook-language) Visite le: 13-04-2021: 22: 30 h.

1. Antenos ,**Conforti, Enza Microblogging On Twitter:** Social Net Working Inter médiate Italian Classes The Next Génération: Social Networking And Online Collaboration In Forgent Language. Vol 59.2009.P 90
2. Aren karbnisk ,**Facebook and the technologie révolution.** Université de New York. Spectrum publication.2010.
3. Brent rober, **Comminication And Human Behavior** ,Macmillen Publicain .New York. 1984.
4. Dominique Le Fure ‘**Le Robert Dictionnaire De Français** Sefer ‘Paris. 2011.
5. Dooly Patricia ,**The Technology Of Journalisme, Cultural Agents Cultural Icones** , Illinois. Northwestern University Press.u.s.a 2007.
6. Edmunds. J. and Turner ,**global generation: social change in twentieth century**,british journal of sociology N. 5es 04-2005.
7. Harris And Henderson ,**a battre my Téchnology For System Design** ‘Preceding Of The conférence ‘On Humann Factor In Computing System ‘New york. ACM Presse 1999.
8. Hugh Hewit, **Blog. Under standing The Information Reformation** That scanning your World ,Tomas Nelson. 2005.
9. J. Scott Holste ‘Dail Field ‘**Trust And Tacit Knowledge Sharing And** ,Use‘Journal Of Knowledge Management . Vol 14. No 1. 2010.
10. Lociano Floridi, **Hyperhistory And The philosophy of Information policies** ‘oxford internet institue ‘United kingdom . May 2012.

11. Maury Ma les Herbes. **Dictionnaire La Rousse DE Français** ,Edition La Rousse. France ,2016.
12. Nancy Van Heuse.Weblogs Cr dibility. And Collaboration in an Online_ Word Paper Prepared For . CSCW Hut ,South hall Of Information Management And System , University Of Callifornia Berkeley. 2004.
13. Nicolette Bakhuisem, **Know ledge Sharing Using Social Media In The Work Place** . chance To exp And The Organization Memory ,Utilize Weak Tress And Share Tacit Information. Master Th sis , University Amsterdam. Department Of Communication Sciene .Amsterdam . Netherlands. 2012.
14. Prensky. M, **Dejital Natives, Digital imgration** ,part 01. On the horizon: the strategy Planning Resource for  ducation Professional. 9 (5) 2001.
15. Turban etrain ,**introduction to information Technology** ,new york,2001.

ملاحق الدراسة

وزارة التعليم العلمي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي الأغواط

قسم الإعلام والاتصال

تخصص : دراسات الاتصال الاجتماعي

رقم الاستمارة..... :

أطروحة مكلمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث LMD

الموضوع:

دور وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى الطلبة الجامعيين

- فيسبوك ، تويتر ، المدونات الرقمية نموذجاً-

دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة الأغواط

تحت إشراف الدكتور: طريف عطاءالله

إعداد الطالب: الحسين شربالي

بعد التحية و السلام

في إطار التحضير لإتمام انجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال تحت عنوان "دور وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل المعارف لدى الطلبة الجامعيين" الفيسبوك 'تويتر ' المدونات الرقمية نموذجاً "دراسة مسحية على عينة من شباب جامعة الاغواط ،نرجوا من سيادتكم التفضل بالاجابة بعناية على الاسئلة الواردة في هذه الاستمارة ،مع خالص تحايا الشكر و الامتنان

ملاحظة: تستعمل بيانات هذه الدراسة لغرف البحث العلمي

ضع علامة (X) : في المكان المناسب

المحور الأول: البيانات الشخصية

1 الجنس :

ذكر ☐ انثى ☐

2 السن:

18- 20 ☐ 21-25 ☐ 26-30 ☐

☐

☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐

اكتر من 40 سنة ☐

3 ما هو تخصصك الجامعي ؟:

.....

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائط الاتصال الجديدة.

4 هل تستخدم وسائط الاتصال الجديدة:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5 منذ متى وأنت تستخدم وسائط الاتصال الجديدة:

☐ أقل من سنة ☐ من سنة إلى ثلاث سنوات ☐ أكثر من ثلاث سنوات ☐

6 ما هو الوقت الذي تقضيه يوميا في وسائط الاتصال الجديدة:

☐ أقل من ساعة

☐ من ساعة إلى ساعتين

☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات

☐ أكثر من ثلاث ساعات

7 من أين تستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

☐ المنزل ☐ مقهى الانترنت ☐ الجامعة ☐ في وسائل النقل ☐

8 ما هي أهم الوسائط الاتصالية التي تستخدمها:

☐ المدونات الرقمية ☐ Facebook ☐ twitter ☐

9 ما هي اللغات التي تستخدم بها وسائط الاتصال الجيدة ؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة

☐ لغة عربية ☐ انجليزية ☐ لغة فرنسية ☐

10 ما هي الأوقات المفضلة لتصفح مواقع الشبكات الاجتماعية:

☐ فترة الصباح ☐ فترة المساء ☐ الفترة الليلية ☐

11 مع من تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية

بمفردك ☐ مع الأصدقاء ☐ أحد أفراد العائلة ☐

المحور الثالث : أسباب ودوافع استخدام وسائط الاتصال الجديدة لدى الطلبة الجامعيين

12 هي الدوافع التي جعلتك تستخدم وسائط الاتصال الجديدة؟

1 التواصل مع الأهل والأصدقاء ☐

2 إقامة علاقات جديدة مع الغير ☐

3 اكتساب الثقافات وتوسيع المعارف مع الغير ☐

4 الترفيه والتسلية وملأ الفراغ ☐

5 العديد من الدوافع المختلفة والمتنوعة ☐

12 من أين تتصفح مواقع وسائط الاتصال الجديدة؟

الحاسوب المكتبي ☐ الحاسوب المحمول ☐ الهاتف الذكي ☐
اللوحة الالكترونية ☐

13 عند استخدامك لمواقع وسائط الاتصال الجديدة ما هي أهم انماط التفاعل التي تقوم بها

1 التصفح وقراءة المحتويات ☐

2 نشر المضامين أعددتها بنفسك ☐

3 إعادة نشر مضامين من صفحات ومستخدمين آخرين ☐

4 التفاعل عن طريق التعليق والملصقات التفاعلية ☐

5 تحميل الكتب الإلكترونية وإنجاز البحوث ☐

14 هل انت تهتم بالمحتويات المعرفية التي تنشر عبر منصات وسائط الاتصال الجديدة ؟

☐ نادرا

☐ احيانا

☐ ابدا

15 عند استخدامك لوسائط الاتصال الجديدة للغرض المعرفي هل يكون ذلك ؟:

1 خلال الموسم الدراسي فقط ☐

2 عند أوقات الفراغ عموما ☐

3 ليس هناك أوقات محددة ☐

16 هل تستطيع التوقف عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة ؟

1- نعم ☐

2- لا ☐

المحور الرابع: وسائط الاتصال الجديدة كحامل للأشكال المعرفية المتعددة

17 ما هي أنواع الوسائط الاتصالية الجديدة التي تستخدمها لغرض المعرفة؟

رتب حسب الاستخدام 1 – 2 – 3

1 ☐ Facebook ☐ 2 twitter ☐ 3 المدونات الرقمية

18 ما هي أهم النشاطات المعرفية التي تقوم بها عبر منصات وسائط الاتصال الجديدة

1 تحميل الكتب والإطلاع عليها المدونات ☐

2 قراءة المقالات الإلكترونية ☐

3 التواصل مع الباحثين ☐

4 الانضمام إلى المجموعات المعرفية المتعد ☐

5 المشاركة في الندوات والملتقيات الافتراضية عن بعد ☐

19 هل تمتلك حساب خاص لتبادل المعارف عبر منصات التواصل الاجتماعي

نعم ☐ لا ☐

20 هل قمت بإنشاء مجموعة افتراضية لتبادل المعارف

نعم ☐ لا ☐

21 هل خلق لك التفاعل الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسا لدخول عالم المعرفة

والمعلومات

نعم ☐ لا ☐

22 هل تتناقش مع أصدقائك على منصات وسائط الاتصال الجديدة في مسائل المعرفة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

23 ما هي أهم هذه مواقع التي تتم فيها هذه النقاشات المعرفية ؟

☐ Facebook

☐ twitter

☐ المدونات الرقمية

24 في رأيك هل الدور الذي تلعبه وسائط الاتصال الجديدة في تشكيل ونقل المعارف لدى المستخدمين ؟

دور رئيسي وأساسي ☐ دور مساعد ومكمل ☐ ليس لها أي دور ☐

25 هل تعتبر أن منصات شبكات التواصل الاجتماعي هي بديلا مناسباً لتشكيل المعارف المختلفة وتقاسمها؟

نعم ☐ لا ☐

26 هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء اتصالي جديد في تشكيل معارف علمية متعددة ؟

نعم ☐ لا ☐

27 ما هي أهم الإضافات التي قدمتها وسائط الاتصال الجديدة في إثراء الرصيد المعرفي لديك؟

.....

المحور الخامس: الاشباعات المعرفية التي تقدمها وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي

28 هل لديك رغبة في اشباع حاجياتك المعرفية عبر وسائط الاتصال الحديثة ؟

دائماً ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

29 هل تقوم بمشاركة المحتويات المعرفية عبر صفحتك في وسائط الاتصال الجديدة ؟

دائماً ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

30 هل تلبى وسائط الاتصال الجديدة (الفايسبوك ، تويتر ، المدونات الرقمية). حاجياتك المعرفية ؟

نعم ☐ لا ☐

31 ماهي أنواع المعارف المكتسبة لديك من خلال استخدامك لوسائط الاتصال الجديدة (فايس

بوك ، تويتر ، المدونات الرقمية)؟

- ☐ معارف دينية
- ☐ معارف ثقافية
- ☐ معارف علمية تقنية
- ☐ معارف اجتماعية
- ☐ معارف فكرية
- ☐ معارف فلسفية

32 من خلال اكتسابك للمعارف عبر وسائط الاتصال الجديدة ما هي أهم الاشباكات المحققة لديك؟

- ☐ اشباكات علمية
- ☐ اشباكات نفسية
- ☐ اشباكات اجتماعية
- ☐ مزيج من الاشباكات المتنوعة

33 هل أنت راض عن ما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة (الفايبر بوك ، تويتر ، المدونات الرقمية) ؟

راض ☐ غير راض ☐ محايد

34 ماهو تقييمك لما تقدمه وسائط الاتصال الجديدة للشباب الجامعي من معارف عموما ؟..

- ☐ تقييم سلبي
- ☐ تقييم ايجابي

ملحق رقم (02) مخرجات نظام spss

DATASET ACTIVATE Jeu_de_données1.

SAVE OUTFILE='C:\Users\user\Desktop\1\kk22kk.sav'

/COMPRESSED.

FREQUENCIES VARIABLES= الجنس العمر الكلية س4 س5 س6 س7 س8 س9 س10
س11 س12 س13 س14 س15 س16 س17 س18 س19 س20 س21 س22 س23 س24 س25 س26 س27
س28 س29 س30 س31 س32 س33 س34

/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN
SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue	11-APR-2021 14:57:02	
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\user\Desktop\1\kk22kk.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	210
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	FREQUENCIES VARIABLES= الجنس العمر الكلية س1 س2 س3 س4 س5 س6 س7 س8 س9 س10 س11 س12 س13 س14 س15 س16 س17 س18 س19 س20 س21 س22 س23 س24 س25 س26 س27 س28 س29 س30 س31 س32 س33 س34 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN SUM /ORDER=ANALYSIS.	

Ressources	Temps de processeur	00:00:00.03
	Temps écoulé	00:00:00.04

Table de fréquences

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	94	44.8	44.8	44.8
أنثى	116	55.2	55.2	100.0
Total	210	100.0	100.0	

العمر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 20 سنة	6	2.9	2.9	2.9
من 21 الى 25 سنة	113	53.8	53.8	56.7
من 26 الى 30 سنة	54	25.7	25.7	82.4
من 31 الى 35 سنة	37	17.6	17.6	100.0
Total	210	100.0	100.0	

الكلية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide تخصص علمي	100	47.61%	47.61%	47.61%
تخصص ادبي	110	52.38%	52.38%	52.38%

س4

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نادرا	6	2.9	2.9	2.9
احيانا	56	26.7	26.7	29.5
دائما	148	70.5	70.5	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س5

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من سنة	10	4.8	4.8	4.8
من سنة الى ثلاث سنوات	25	11.9	11.9	16.7
أكثر من ثلاث سنوات	175	83.3	83.3	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س6

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من ساعة	8	3.8	3.8	3.8
من ساعة الى ساعتين	62	29.5	29.5	33.3
من ساعتين الى ثلاث	63	30.0	30.0	63.3
أكثر من ثلاث ساعات	77	36.7	36.7	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س7

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide المنزل	199	94.8	94.8	94.8
الجامعة	9	4.3	4.3	99.0
في وسائل النقل	2	1.0	1.0	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س8

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide Facebook	190	90.5	90.5	90.5
Twitter	1	.5	.5	91.0
المدونات الرقمية	19	9.0	9.0	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س9

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide العربية	120	57.1%	57.1%	57.1%
الانجليزية	7	3.3	3.3	35.7
الفرنسية	83	39.52%	39.52%	39.52%
أخرى	00	00	00	00
Total	210	100.0	100.0	100.0

س10

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide في الصباح	18	8.6	8.6	8.6
في المساء	37	17.6	17.6	26.2
في الليل	155	73.8	73.8	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س11

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide بمفردك	141	67.1	67.1	67.1

الاصدقاء	56	26.7	26.7	93.8
أفراد العائلة	13	6.2	6.2	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س12

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide الحاسوب المكتبي	7	3.3	3.3	3.3
الحاسوب المحمول	16	7.6	7.6	11.0
الهاتف الذكي	186	88.6	88.6	99.5
اللوحة الإلكترونية	1	.5	.5	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س13

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide التواصل مع الأهل والاصدقاء	21	10.0	10.0	10.0
اقامة علاقات جديدة مع الغير	4	1.9	1.9	11.9
اكتساب الثقافات وتوسيع المعارف	162	77.14%	77.14%	77.14%
الترفيه والتسليه وملأ الفراغ	23	10.9%	10.9%	10.9%
أخرى	00	00	00	00
Total	210	100.0	100.0	

س14

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
التصفح وقراءة المحتويات	51	24.28%	24.28%	24.28%
نشر المضامين أعددها بنفسك	2	1.0	1.0	20.0
إعادة نشر مضامين من صفحات ومستخدمين آخرين	5	2.4	2.4	22.4
التفاعل عن طريق التعليق والملصقات التفاعلية	1	.5	.5	22.9
تحميل الكتب الإلكترونية وإنجاز البحوث	16	7.6	7.6	30.5
الإطلاع على المستجدات المعرفية المختلفة	135	64.3	64.3	64.3
Total	210	100.0	100.0	

س15

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
نادرا	1	.5	.5	.5
أحيانا	107	51.0	51.0	51.4
دائما	102	48.6	48.6	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س16

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide خلال الموسم الدراسي فقط	27	12.9	12.9	12.9
عند أوقات الفراغ عموما	32	15.2	15.2	28.1
ليس هناك أوقات محددة	151	71.9	71.9	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س17

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لا	148	70.5	70.5	70.5
نعم	62	29.5	29.5	100.0
Total	210	100.0	100.0	

سس17

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لا يمكن الاستغناء عنها لتعدد استعمالاتها ((الدراسة الترفيهية و تمضية الوقت	37	17.6	17.6	17.6
لأنها أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية و تستخدم في جل مناحي الحياة	13	6.2	6.2	23.8
لأنني أحتاجها بشدة	6	2.9	2.9	26.7
لأنها تسهل العمل	4	1.9	1.9	28.6
لا يمكنني للأسف لأنني أصبحت مدمن عليها	2	1.0	1.0	29.5

ليست من أولوياتي واهتماماتي	60	28.6	28.6	58.1
وسيلة ثانوية وليست أساسية	60	28.6	28.6	86.7
مضحية للوقت	28	13.3	13.3	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س18

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide Facebook	172	81.9	81.9	81.9
Twitter	27	12.9	12.9	94.8
المدونات الرقمية	11	5.2	5.2	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س19

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide تحميل الكتب والإطلاع عليها	161	76.66%	76.66%	76.66%
قراءة المقالات الإلكترونية	14	6.7	6.7	21.4
التواصل مع الباحثين	4	1.9	1.9	23.3
الانضمام إلى المجموعات المعرفية المتعدد	30	14.28%	14.28%	14.28%
المشاركة في الندوات والملتقيات الافتراضية	1	0.47%	0.47%	0.47%
عن بعد				

Total	210	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

س20

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لا	62	29.5	29.5	29.5
نعم	148	70.5	70.5	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س21

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لا	142	67.6	67.6	67.6
نعم	68	32.4	32.4	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س22

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لا	24	11.4	11.4	11.4
نعم	186	88.6	88.6	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س23

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	60	28.6	28.6	28.6
	أحيانا	123	58.6	58.6	87.1
	نادرا	24	11.4	11.4	98.6
	أبدا	3	1.4	1.4	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

س24

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دور رئيسي وأساسي	56	26.7	26.7	26.7
	دور مساعد ومكمل	153	72.9	72.9	99.5
	ليس لها أي دور	1	.5	.5	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

س25

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	19	9.0	9.0	9.0
	نعم	191	91.0	91.0	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

س25

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide السرعة والفورية	33	15.71%	15.71%	15.7
تنوع المحتوى المعرفي	123	58.57%	58.57%	58.57%
سهولة الولوج إلى هذه الشبكات الافتراضية والاستفادة من خاصية التفاعل مع المحتويات المعرفية	54	25.71%	25.71%	25.71%
Total	210	100.0		

س26

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لا	10	4.8	4.8	4.8
نعم	200	95.2	95.2	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س27

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	104	49.5	49.5	49.5
اضافات علمية	66	31.4	31.4	81.0
اضافات ثقافية	40	19.0	19.0	100.0
الاطلاع على الاخبار والمستجدات	210	100.0	100.0	
Total				

س28

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	10	4.8	4.8	4.8
نادرا	115	54.8	54.8	59.5
احيانا	85	40.5	40.5	100.0
دائما	210	100.0	100.0	
Total				

س29

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	31	14.8	14.8	14.8
نادرا	130	61.9	61.9	76.7
احيانا	49	23.3	23.3	100.0
دائما	210	100.0	100.0	
Total				

س30

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	38	18.1	18.1	18.1
	نعم	172	81.9	81.9	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

س31

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارف دينية	6	2.9	2.9	2.9
	معارف ثقافية	9	4.3	4.3	7.1
	معارف علمية تقنية	4	1.9	1.9	9.0
	معارف اجتماعية	6	2.9	2.9	11.9
	معارف فكرية	5	2.4	2.4	14.3
	معارف سياسية	3	1.4	1.4	15.7
	كل ما سبق	177	84.3	84.3	100.0
	Total	210	100.0	100.0	

س32

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	إشباع علمية	76	36.2	36.2	36.2
	إشباع نفسية	5	2.4	2.4	38.6

اشياعات اجتماعية	39	18.6	18.6	57.1
كل ما سبق	90	42.9	42.9	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س33

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide راض	98	46.7	46.7	46.7
غير راض	19	9.0	9.0	55.7
محايد	93	44.3	44.3	100.0
Total	210	100.0	100.0	

س34

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سلبية	5	2.4	2.4	2.4
ايجابية	67	31.9	31.9	34.3
مقبولة	26	12.4	12.4	46.7
حسن	32	15.2	15.2	61.9
جيد	80	38.1	38.1	100.0
Total	210	100.0	100.0	

