

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال و العلاقات العامة

إعداد الطالبان:

إشراف الأستاذ (ة):

- كلالي خي الأمير عبد القادر

- حاج عمر إبراهيم

- بن مزوز نصر الدين

لجنة المناقشة :

الصفة	الجامعة	الإسم ولقب
رئيسا	غرداية	الصايي أبو بكر
مشرقا	غرداية	حاج عمر إبراهيم
مناقشها	غرداية	مهيري دليلة

الموسم الجامعي: 2022/2021

# شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام البحث العلمي

والذي أهمنا الصحة والعافية والعزيمة

فالحمد لله حمداً كثيراً،

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور المشرف "حاج عمر إبراهيم"

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة

ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة،

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة،

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأساتذة علم الاجتماع

## الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاه على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي

أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتشمين هذه الخطوه في مسيرتنا الدراسية بذكرتنا هذه

ثمرة الجهد والنجاح بفضله تعالى مهداه إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله

وأدامهما نوراً لدربي،

لكل العائلة التي ساندتنا من إخوة وأخوات والتي لا تزال تساندنا وخاصة

إلى أمي وأبي،

إلى كل قسم الإعلام والاتصال وجميع دفعة 2022م

جامعة غردية،

إلى كل من كان لهم أثر على حياتنا، وإلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلمي

نفحات



## فهرس المحتويات

---

فهرس المحتويات:

شكر وتقدير

الإهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

..... ب	..... مقدمة:
5	الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة .....
5	..... تمهيد: .....
6	..... 1. الإشكالية: .....
6	..... 2. تساؤلات الدراسة: .....
7	..... 3. الفرضيات: .....
7	..... 4. أسباب الدراسة: .....
8	..... 5. أهمية وأهداف الدراسة: .....
8	..... 6. حدود الدراسة: .....
9	..... 7. منهج الدراسة: .....
9	..... 8. مجتمع البحث وعينة الدراسة : .....
10	..... 9. أدوات الدراسة: .....
10	..... 10. المقاربة النظرية: .....
11	..... 11. الدراسات السابقة: .....
14	..... 12. المصطلحات الإجرائية للدراسة: .....

الفصل الثاني: موقع التواصل الاجتماعي.....	16 .....
تمهيد:.....	16 .....
أولا. مدخل لموقع التواصل الاجتماعي .....	17 .....
1.مفهوم موقع التواصل الاجتماعي: .....	17 .....
2.نشأة موقع التواصل الاجتماعي:.....	18 .....
3.أهمية موقع التواصل الاجتماعي:.....	19 .....
4.خصائص موقع التواصل الاجتماعي:.....	20 .....
ثانيا. أنواع وأشهر موقع التواصل الاجتماعي.....	22 .....
1.أنواع موقع التواصل الاجتماعي:.....	22 .....
2.أشهر موقع التواصل الاجتماعي:.....	23 .....
ثالثا. إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي:.....	26 .....
1.إيجابيات موقع التواصل الاجتماعي: .....	26 .....
2.سلبيات موقع التواصل الاجتماعي:.....	27 .....
خلاصة الفصل: .....	28 .....
الفصل الثالث: المعلومة الرياضية.....	30 .....
تمهيد:.....	30 .....
أولا. مدخل للمعلومة.....	31 .....
1.مفهوم المعلومة:.....	31 .....
2.أهمية المعلومة:.....	33 .....
3.خصائص المعلومة:.....	34 .....
4.أنواع ومصادر المعلومة:.....	38 .....
ثانيا. مدخل للمعلومة الرياضية.....	42 .....

43 .....	1. النظرية الرياضية للاتصال:.....
43 .....	2. التكرار والضجيج:.....
44 .....	3. بعض التداعيات المفهومية للنظرية الرياضية للاتصال:.....
45 .....	ثالثا. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
45 .....	1. تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:.....
46 .....	2.نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:.....
46 .....	3. آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:.....
47 .....	4. الانتقادات:.....
48 .....	خلاصة الفصل: .....
50 .....	الفصل الرابع: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية.....
50 .....	تمهيد:.....
51 .....	أولا. مجتمع وعينة الدراسة:.....
51 .....	ثانيا. منهج ونوع الدراسة : .....
51 .....	ثالثا. تحليل وتفسير نتائج الدراسة.....
51.....	1. أساليب تحليل الدراسة:.....
52 .....	2. جدوله وتحليل البيانات الميدانية .....
68 .....	رابعا. نتائج الدراسة.....
68 .....	1. النتائج العامة:.....
70 .....	2.النتائج في ضوء الفرضيات:.....
70 .....	3.نتائج المور الأول:.....
70 .....	4.نتائج المور الثاني:.....
70 .....	5.نتائج المور الثالث:.....

71 .....	<b>نتائج المhour الرابع:</b>
72 .....	<b>خلاصة الفصل:</b>
74 .....	<b>خاتمة:</b>
76 .....	<b>قائمة المراجع:</b>
80 .....	<b>اللاحق:</b>
84 .....	<b>ملخص الدراسة:</b>

قائمة بحث

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
<b>الفصل الثالث: المعلومة الرياضية</b>		
40	يمثل المعلومات حسب المستويات الإدارية وخصائصها	01
<b>الفصل الرابع: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية</b>		
53	يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير الجنس	02
54	يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير السن	03
55	يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير مستوى التعليمي	04
56	استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي	05
57	مكان استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي	06
58	الأوقات المفضلة لاستخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي	07
59	الجهاز المستخدم من الطلبة الجامعيين لتصفح موقع التواصل الاجتماعي	08
59	مدة الوقت الذي يقضيه الطلبة الجامعيين في موقع التواصل الاجتماعي	09
60	المدة التي بدأ فيها الطلبة الجامعيين استخدام موقع التواصل الاجتماعي	10
61	أكثر المواقع التي يستخدمها الطلبة الجامعيين	11
62	اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلومة الرياضية	12
62	د الواقع استخدام الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي	13
63	الخصائص التي جعلت الطلبة الجامعيين يهتمون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية	14
64	درجة إفاده موقع التواصل الاجتماعي للوصول للمعلومة المطلوبة لدى الطلبة الجامعيين	15
65	مدى دقة وجودة المعلومة التي يتحصل عليها الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي	16

## قائمة الجداول

65	درجة استفادة الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية	17
66	مدى دقة الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية	18
67	مدى تحقق الطلبة الجامعيين من المعلومة الرياضية التي يستقيها من موقع التواصل الاجتماعي	19
68	أكثر المواقع مصداقية للاعتماد عليها كمصدر للمعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين	20
69	أفضل المصادر للحصول على المعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين	21

قائمة الأشخاص

## قائمة الأشكال

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
<b>الفصل الثالث: المعلومة الرياضية</b>		
38	يوضح الخصائص المحددة الملائمة المعلومات يمثل مصادر المعلومات في المؤسسة	01
42	يمثل مصادر المعلومات في المؤسسة	02
<b>الفصل الرابع: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية</b>		
53	يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير الجنس	03
54	يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير السن	04
55	يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي	05

مقدمة

مقدمة:

يزداد إقبال الشباب على موقع التواصل الاجتماعي يوماً بعد يوم نظراً لعدة عوامل وأسباب منها الخصائص الفنية السهلة والممتعة لهذه الوسائل، ومنها أن هذه الوسائل باتت تشكل مصدراً للمعلومات والأخبار والترفيه، حيث تقدم هذه الوسائل لمستخدميها ما لا توفره وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التعبير الأخرى، وتشير الأرقام إلى ازدياد الإقبال عليها وعلى خدمات الإنترنت خلال السنوات الماضية، مما يستدعي الاستمرار في إجراء الدراسات والبحوث لفهم هذه الظاهرة من جوانبها المختلفة.

كشف تقرير رقمي جديد، صدر مؤخراً، عن موقع Datareportal، عدد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر لسنة 2022.

وبحسب التقرير فقد بلغ عدد خطوط الهاتف النقال 46.57 مليون خط هاتفي، بينما بلغ عدد مستعملين في الإنترت 27.28 مليون مستعمل، من بينهم 26.60 مليون مستخدم للشبكات الاجتماعية.

وأضاف أن عدد المستخدمين الجدد للإنترنت بلغ حوالي 1.7 مليون مستخدم جديد، منهم 1.6 مليون مستخدم جديد لشبكات التواصل الاجتماعي، مشيراً أن عدد مستخدمي فيسبوك وحدهم بلغ حوالي 25.43 مليون.

وأوضح التقرير أن متوسط تدفق الإنترت في الجزائر 11.44 ميقاً بيت في الثانية للهاتف النقال و 9.78 ميقاً بيت في الثانية للإنترنت الثابت، بزيادة سرعة قدرها 170 في المئة عن السنة الفارطة.

وأتبع أن أغلب مستخدمي الإنترت يستخدمون الهاتف النقال بنسبة 58.95 بالمئة فيما يستخدم حوالي 38.97 في الإنترت على الحواسيب.

ويترقب "غوغل كروم" حسب ذات التقرير على عرش أدوات التصفح على الإنترت بنسبة 86.14 بالمئة، فيما يقي Google سيد محركات البحث بنسبة 98.60 بالمئة.

في ذات السياق كشف أن عدد مستخدمي منصة إنستغرام 8.60 مليون مستخدم بزيادة حوالي 1.8 مليون مستخدم عن العام الماضي، بينما بلغ عدد مستخدمي تطبيق ماسنجر حوالي 14.25 مليون مستخدم.

ووصل عدد مستخدمي شبكة LinkedIn إلى 2.80 مليون مستخدم بزيادة حوالي 300 ألف مستخدم عن العام الماضي، وسناب شات إلى 6.25 مليون بزيادة 1.3 مليون مستخدم، بينما لا يزال تويتر يعاني في الجزائر بأقل من مليون مستخدم بعدد 891 ألف مستخدم.

وتبحث الدراسة الحالية في جانب من جوانب استخدام الشباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة لموقع التواصل الاجتماعي وهو الجانب المتعلق بدرجة الاعتماد على هذه الوسائل مصدراً للمعلومات العامة والتعرف على نوع هذه المعلومات، وعلى أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل الشباب الجزائري وخصوصاً شباب الجامعات الذين تتراوح أعمارهم بين 19-30 سنة لأن هذه الفئة هي أكبر فئات المجتمع عدداً، وهي أيضاً أكثر الفئات إقبالاً على موقع التواصل الاجتماعي.

إذا كانت أغلب الدراسات قد تناولت موضوع الاستخدامات والإشعارات المتحققة من استخدام موقع التواصل الاجتماعي، فإن هذه الدراسة حاولت التركيز على درجة اعتماد المستخدمين من الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي ك مصدر للمعلومات الرياضية والتعرف على درجة ثوقيهم بهذه المعلومات.

# الفصل الأول: الجانب المنهجي

## للدراسة:

- تمهيد
- الإشكالية
- تساؤلات الدراسة
- الفرضيات
- أسباب الدراسة
- أهمية وأهداف الدراسة
- حدود الدراسة
- منهج الدراسة
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- أدوات الدراسة
- المقاربة النظرية
- الدراسات السابقة
- المصطلحات الإجرائية للدراسة

## الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

تمهيد:

نعيش اليوم في عصر التطور والنهضة التكنولوجية أو ما يعرف مجتمع المعلومات حيث أصبحت المعلومة والتكنولوجيا الحديثة هي القطاع المسيطر فقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات تحدياً تنموياً ولم يعد بالإمكان الاستغناء عنها لما تتيحه من معارف وأدوات تساهمن في زيادة الإنتاج، فعلمنا اليوم يتغير باستمرار فجديد الأمس هو قديم اليوم وهذا أوجب على المستخدمين فهم التقنيات الجديدة مع ظهور الإنترنت وبزوج فجر جديد للعلم، حيث أن العالم لم يعد قرية كونية كما سماها ماكلوهان بل أصبح كالبنية الواحدة فقد لعبت الإنترنت دوراً كبيراً في المجتمعات المدنية، حيث قامت بتوفير المعلومات والأخبار للأفراد ووفرت لطلبة العلم العديد من التطبيقات وإمكانية الولوج للمعلومات بسهولة وبتكلفة منخفضة ووقت أقل، وهذا راجع لانتشار شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت وفرضها لنفسها كأحد أهم مصادر المعلومات للناس بصفة عامة وللطلبة الجامعيين بصفة خاصة، حيث تجاوزت كل الحاجز الزمانية والمكانية ومن هذه الواقع نذكر كل من: الفيسبوك والتويتر والأنستغرام واليوتيوب وغوغل وغيرها من الواقع التي تتيح للمستخدم إمكانية التفاعل والمشاركة وكذلك استقبال المعلومات ومناقشتها مع الأصدقاء حيث قامت هاته الواقع بفرض نفسها كواحدة من أهم مصادر المعلومات لدى الطلبة الجامعيين.

## 1. الإشكالية:

لا تمثل موقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تشكيل متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم.

فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو سياسية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها.

لقد فرضت موقع التواصل الاجتماعي وجودها في الواقع وسائل التواصل الجماهيري التقليدية، فلم يعد بإمكان الفرد متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من خلال متابعة الصحف الورقية والقنوات التلفزيونية فحسب، إنما أصبح بإمكانه قراءة ومتابعة ومشاركة الأحداث السياسية باستخدام موقع التواصل الاجتماعي المختلفة على شبكة الإنترنت، والحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت وبأقل جهد وتكلفة.

وفي ضوء ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات من أن الإنترنت يعد من أبرز وسائل الإعلام التي تمد الجمهور وخاصة الشباب الجامعي بالمعلومات والمعرفات العامة والسياسية وفي ظل تزايد استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي، كما تظهر الإحصائيات المختلفة التي تم عرض بعضها في هذه الدراسة في الفصل الثاني، ولعل ظاهرة اقبال الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي للتزود بالأخبار والمعلومات المتنوعة قضية تحتاج إلى التوقف والدراسة العلمية، ويفترض أن يكون لهذا السلوك آثار وتداعيات مختلفة علىوعي الطلبة الجامعيين وعلى اتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات في شتى مجالات الحياة، لكن طبيعة هذه المعلومات ودرجة الاعتماد بحاجة إلى دراسة علمية تعطي نتائج دقيقة بعيداً عن المبالغة أو تقليل الأهمية، لذلك فإن مشكلة الدراسة تتحدد بالسؤال الرئيسي الآتي:

- ما درجة اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات الرياضية؟

## 2. تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل؟
- ما هي الإشبعات المحققة من استخدام الطلبة لموقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي؟

**3. الفرضيات:**

- يستخدم الطلبة الجامعيين الهاتف النقال لتصفح موقع التواصل الاجتماعي وبصفة دائمة خصوصاً موقع الفيسبوك وهذا الأكثر من 3 سنوات.
- يستغرق الطلبة الجامعيين أكثر من 3 ساعات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي وبالأكثر في الليل.
- يقضي جل الطلبة أوقات تصفحهم لموقع التواصل الاجتماعي في الخارج.
- يعتمد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي ومواكبة التطورات العلمية وهذا لسهولة استخدامها.
- يجد الطلبة الجامعيين أن موقع التواصل الاجتماعي تفيدهم بدرجة عالية في الحصول على المعلومة المطلوبة وبأكثر دقة.
- يشق الطلبة الجامعيين في المعلومات المستقلة من موقع التواصل الاجتماعي ولا يتأندون من صحتها.
- يفضل أغلب الطلبة الجامعيين الجمع بين المصادر التقليدية وموقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الرياضية.

**4. أسباب الدراسة:**

لكل دراسة علمية دوافع تحمل الباحث مستعداً ومت侯مساً لكي يصل إلى نتائج معينة بعد إجراء التدابير اللازمة التي تجنب على منطقاته الإفتراضية لمعالجة موضوع ما، وكان اختيار الباحث لهذا الموضوع راجعاً لعدة أسباب يمكن إجمالها في الآتي:

**أ. الأسباب الذاتية:**

يمكن تلخيص الأسباب الذاتية فيما يلي:

- يندرج الموضوع ضمن الميل والاهتمامات الشخصية للمباحث وذلك نظراً لقلة الأبحاث والدراسات الأكاديمية التي تناولت هاته الدراسة، وبالتالي المساهمة ولو بجزء بسيط بإثراء المكتبة.
- الرغبة في الإطلاع أكثر على الموضوع والإلمام بجوانبه.
- اهتمامي بكل ما يخص المعلومة الرياضية.
- الفضول والاهتمام بموقع التواصل الاجتماعي.

## ب. الأسباب الموضوعية:

يمكن تحديد الأسباب المتعلقة بمجال وواقع موضوع الدراسة فيما يلي:

- اندراج الموضوع ضمن تخصص اتصال وعلاقات العامة وقابليته للدراسة نظرياً وموضوعياً.
- محاولة إبراز ما هو جديد يحكم أن الموضوع مختلف من مؤسسة إلى أخرى.
- كون هذا الموضوع ذو أهمية اجتماعية واقتصادية ومهنية.

## 5. أهمية وأهداف الدراسة:

### - أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية الدراسة النظرية في كونها تبحث في ظاهرة متطرفة ومتناهية بسرعة كبيرة وهي ظاهرة موقع التواصل الاجتماعي، حيث أن إقبال الشباب عليها في ازدياد مستمر في المجتمع الجزائري الجامعي وجميع المجتمعات العربية. كونه من البحوث الجديدة في مجال موقع التواصل ودورها في التحصيل العلمي للطلبة حيث أفرزت الثورة التكنولوجية اتساع استخدام موقع التواصل حيث أصبحت جزءا لا غنى عنه مما جعلها مصدرا للأخبار ومعلومات نظرا لما تقدمه من تسهيلات وامتيازات للحصول على المعلومة.

### - أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة.
- معرفة مدى مصداقية هاته المصادر.
- التعرف على الإشبعات الحقيقة من خلال استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي والدوافع الحقيقة منها.

- معرفة هل موقع التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي أم ثانوي للمعلومة.

## 6. حدود الدراسة:

- **الحدود المكانية:** وتعلق بال المجال المغاري أو المكاني الذي تحرى فيه الدراسة والمتمثل في جامعة غرداية ولاية غرداية باعتباره المكان الأنسب للدراسة لكونه نموذجا مثال للعديد من مناطق الوطن -جامعة غرداية-.
- **الحدود الزمانية:** وهو الحيز الزمني الذي سوف تحرى فيه الدراسة بدءا بجمع المعلومات والمصادر ثم الانتقال للعمل الميداني وينتهي بتحرير الدراسة في شكلها النهائي (20/04/2022 إلى 20/05/2022).

- **المجال البشري:** ويتضمن جمهور البحث الذي شكلتهم الدراسة أو التي يطبق عليها الدراسة والمتمثلة في طلبة العلوم الاتصال والإعلام بجامعة غردية طلبة قسم الإعلام والاتصال 30 فرد من مختلف المستويات.

## 7. منهج الدراسة:

يعرف منهج الدراسة على أنه عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق هدف معين وتتعدد مناهج البحث تبعاً لطبيعة الموضوع المدروس، وباعتبار أن علوم الاعلام والاتصال من العلوم التي تهتم بدراسة الظواهر الاجتماعية التي تربطها بالظواهر العالمية على اختلافها، وبما أن إشكالية دراستنا تتمحور حول اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر الأخبار والمعلومات، تطلب ذلك استخدام المنهج الوصفي باعتباره الأكثر ملاءمة لدراسة مثل هذه المواضيع.

### - المنهج الوصفي:

المنهج الوصفي أحد أبرز المناهج المستعملة في الدراسات العلمية، فالمنهج الوصفي هو طريقة لدراسة الظواهر والمشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلالات وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع إطار محدد للمشكلة، كما يساهم أيضاً في معرفة أبعاد الظاهرة موضوع الدراسة، فمن خلال الدراسات السابقة حولها يتتابع الباحث الفضول لمعرفة تفاصيل أكثر وهذا ما يقره المنهج الوصفي من خلال دراسة واقع الأحداث والظواهر وتحليلها وتفسيرها إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديده أو تطويره.

## 8. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن مجتمع البحث مجموعة من العناصر ذات الخاصية فهو المجتمع الذي تميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها والتي يجري عليها البحث أو التقصي، فمجتمع بحثنا أو دراستنا يتضمن فئة الطلبة الجامعيين بجامعة غردية لكونه المجتمع المتاح والأقرب والممكن الوصول إليه لجمع البيانات ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أو اعتماد أسلوب العينة.

### - عينة الدراسة:

وهي مجموعة الوحدات التي يجري عليها البحث وهي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث أساليب مختلفة وتضم عدداً من الأفراد في المجتمع الأصلي وتكون ممثلة له في الخصائص والسمات، فهي إذا جزء من المعين ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، وبما أن دراستنا تتمحور حول اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل

الاجتماعي كمصدر للمعلومات الرياضية بجامعة غردية كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علوم الإعلام و الاتصال بكل أطواره و تخصصاته و كانت هذه عينة قصدية باعتبار أنها الأمثل ل موضوع دراستنا وأيضاً بحكم تخصص الطالب وهو العلوم الإنسانية ومن جهة أخرى إمكانية نجاح ودقة البحث وقد تضمنت عينة 30 فرداً من مختلف الأطوار من السنة الأولى ليسانس إلى السنة الثانية ماستر.

## 9. أدوات الدراسة:

هي مجموعة من الوسائل والطرق المختلفة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز البحث وتحكم طبيعة الموضوع في تحديد أداة البحث المستخدمة في الدراسة، وفي دراستنا هذه وجدنا من المناسب أن نستعمل أداة البحث المتمثلة في استماراة الإستبيان باعتبارها الأكثر فاعلية في البحوث الوصفية.

### - الإستبيان:

ويسمى أيضاً الاستقصاء وهو إحدى الوسائل الشائعة الاستخدام للحصول على معلومات تتعلق بأراء و اتجاهات الجمهور نحو موضوع معين، ويكون الإستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع إما يدوياً أو عبر البريد أو الكتروني، حيث يطلب الإجابة عليها و اعادتها، واهداف منها الحصول على بيانات واقعية ومتسلسلة وقد مرت استماراة الإستبيان بمراحل عده انطلاقاً من النظر إلى التراث النظري للدراسة وصولاً إلى الدراسات السابقة، حيث يضمن الإستبيان السرعة في الحصول على المعلومات إضافة إلى نقص التكلفة، الجمهور المستهدف يتميز بالضخامة بالشكل الذي يحد من استخدام أساليب أخرى في حين أن الإستبيان يمكننا من تغطية عدد كبير من هذا الجمهور.

## 10. المقاربة النظرية:

مفهوم المقاربة النظرية هي كل بحث علمي له مرجعية أو خلفية نظرية يستند عليها، وبناءً على هذه النظرية يستطيع التقدم في بحثه.

يقصد بالمقاربة النظرية في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية باعتبارها مرادفاً للاتجاه الفكري والمنحي approach حيث تحمل دلالات عديدة يصب أغلبها في كونها ذلك الاتجاه الفكري نحو موضوع أو موقف ما، وقد يكون هذا الاتجاه موضوعياً أو ذاتياً.

كما يقصد بالمقاربة النظرية: وضع تصور للموضوع في قالب نظري ومنح الباحث الترسانة المفاهيمية التي يمكن من خلالها رسم مسار البحث وتفسير نتائج في ضوء مسلمات النظرية.

## 11. الدراسات السابقة:

دراسة (العوض، 2005) بعنوان "دور استخدام شبكة الإنترنت في التحصيل الدراسي لدى طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية"، وهدفت إلى معرفة مدى استفادة طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية من الإنترنت في التحصيل الدراسي لديهم، وطبقت الاستبيان على عينة من 171 طالباً بنسبة 46% من المجتمع الأصلي، وكان من أهم نتائجها: أن طلبة العينة لم يعطوا تقييماً إيجابياً عالٍ لاستخدام الإنترنت بما يخدم المقررات الدراسية، وأن تطبيقات استخدام الانترنت في تعزيز التحصيل الدراسي ما زالت ضعيفة، وأن الفوائد الأهم لاستخدامات الإنترنت هي: الاتصال، والتعليم عن بعد، والتغلب على الوقت والمسافة، ومتابعة التطورات في مجال التخصص، وتنوع أساليب التعلم، والمساعدة في إجراء البحوث والدراسات، ولم تظهر النتائج ارتباط إيجابي بين استخدام الإنترنت وزيادة مهارة التفكير في المقررات الدراسية، وكذا الأمر في تعزيز النشاطات التدريسية والتعلمية المرتبطة بالمقررات الدراسية.

دراسة سويجر 2011 المواطن على الإنترنت: هل يغير الإعلام الاجتماعي معتقدات الديمقراطية القيم تجاه المواطنين

The Online Citizen: Is Social Media Beliefs about Democratic Values ‘Changing Citizens

هدفه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي في تغيير معتقدات المواطنين حول القيم الديمقراطية وامتدت الدراسة على المنهج الوصفي وتحليلي باستخدام الاستبيان، وقد وزعت على عينة من 913 فرداً بالغاً في بريطانيا. وكان من أهم نتائج الدراسة:

- إن موقع التواصل الاجتماعي اسهمت في تعزيز قيم الديمقراطية معينة مثل حرية التعبير، وبنسبة منخفضة قيمة حق حماية الخصوصية.

- إن موقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على معتقدات وسلوكيات المواطنين اتجاه القيم الديمقراطية وعكس الاتجاهات السلبية للأفراد المستجيبين الذين تقول أعمارهم الخامسة والعشرين.

- إن الأفراد الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي هم أكثر وعياً بالقضايا السياسية مقارنة بغيرهم.

دراسة سميث (Smith 2011) وعنوانها "لماذا يستعمل الأميركيون موقع التواصل الاجتماعي:

Why Americans use social media?

Social networking sites are appealing as a way to maintain contact with close ties and reconnect with old friends

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي وقامت على نظرية الاستخدامات والإشباعات، وكان من أهم نتائجها أن (66%) من البالغين في المجتمع الأميركي يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر "ماي سبيس" أو "البنكيدن"، وهذه الفئة تستعمل الموقع للتواصل مع أفراد العائلة أو مع الأصدقاء ونصف هذه الفئة تستخدم هذه المواقع للتواصل مع الأصدقاء القدماء كما أن (14%) من المستعملين يستخدمون هذه المواقع للتواصل مع الأشخاص الذين يشتراكون معهم في الهوايات والاهتمامات أما (9%) من المستعملين يستخدمون هذه المواقع للتعرف على أصدقاء جدد أما من يتبعون الشخصيات العامة فإن نسبتهم (5%) ونسبة (3%) من المستعملين كانت تهدف إلى إيجاد شركاء رومانسيين.

دراسة (Chen, and Bryer 2012) بعنوان "التحقيق في الاستراتيجيات التعليمية لاستخدام وسائل

الإعلام الاجتماعية في التعلم الرسمي وغير الرسمي

Investigating Instructional Strategies for Using Social Media in Formal and Informal Learning .

وكانت تهدف إلى معرفة نوع المعلومات التي يبحث عنها الطلبة في وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك معرفة كيفية استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي لربط التعلم الرسمي مع التعليم غير الرسمي بما يسمح للطلاب للاتصال بطرق جديدة وذات مغزى وقد كشفت نتائج الدراسة عن إمكانية استثمار وسائل التواصل الاجتماعي في تحصيل المعلومات والمعرفة التي ترتبط بالسياق التدريسي في المدارس والجامعات، وكشفت عن ضرورة تشجيع التعليم الاجتماعي النشط المتمحور حول المتعلم، لكن النتائج كشفت عن سوء التكامل بين التدريس الرسمي وغير الرسمي في استخدامات موقع التواصل الاجتماعي وأن هذه المسألة ما تزال بحاجة إلى المزيد من التنظيم والتجربة والقناعة من قبل أطراف العملية.

دراسة الحايس 2012 بعنوان: التفاعل الاجتماعي عبر موقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته الاجتماعية على الشباب الجامعي، هدفت الدراسة إلى معرفة الآثار الاجتماعية لتفاعل الشباب العماني على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت المنهج المسيحي وأداة الاستبانة التي طبقت على عينة من (377) طالباً وطالبة من جامعة السلطان قابوس، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن الترفيه كان الدافع الرئيس الاستخدام الشباب الجامعي الموقع التواصل الاجتماعي.
- كان من بين الدوافع للاستخدام مطالعة الموضوعات العلمية والثقافية، والدينية، والتفاعل الاجتماعي.

دراسة Ab. Rahim & Helou 2014 وهي بعنوان "تأثير موقع الشبكات الاجتماعية على الأداء الأكاديمي للطلاب الجامعيين في ماليزيا"

### The Influence of Social Networking Sites on Students ' Academic Performance in Malaysia

الحصول على تصورات الطلاب عن كيفية استخدامهم للموقع الشبكات الاجتماعية بما يؤثر على أدائهم الأكاديمي، أجريت الدراسة الميدانية على 30 طالباً من جامعة Teknologi Malaysia الماليزية، أظهرت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض العلاقات الاجتماعية أكثر من أغراض الأكاديمية، مع ذلك، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المشاركين اتفقوا على أن موقع الشبكات الاجتماعية لها تأثير إيجابي على أدائهم الأكاديمي وأن التأثيرات السلبية محدودة وقليلة. ويمكن استخدام هذه الشبكات في الأنشطة الأكادémie مثل التواصل مع أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والمشرفين، ومناقشة موضع أكاديمية مع الرملاء.

دراسة (الرشيد، 2014) بعنوان "استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والإشعارات المتحققـة لدى طلبة الجامعات الأردنية" دراسة ميدانية عن جامعي الأردنية والشرق الأوسط 2013 ."

هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر ، والوقوف على أنماط الاستخدام، وتحديد دوافعه، تم الاعتماد على المنهج الوصفي وعينة طبقية من طلبة جامعي "الأردنية" و "الشرق الأوسط" بلغ مجموع أفرادها (263) طالباً وطالبة من مستخدمي موقع التواصل

الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن الاستخدامات لغايات ثقافية تأتي في الدرجة الأولى وقبل الاستخدامات الاجتماعية وحصلت الموضوعات الثقافية، والعلمية، وأغراض التواصل مع الأساتذة والطلبة لمتابعة المواد الدراسية وأخبار الجامعة.

## 12. المصطلحات الإجرائية للدراسة:

درجة اعتماد: يقصد بها درجة استخدام الطلبة الجامعيين لواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار. وتقيس الدرجة بالنسبة المئوية.

وتم تحديد الدرجات بثلاثة هي: المرتفع، المتوسط، المنخفض.

المعلومات: يقصد بها أي نوع من المعلومات سواءً كانت اجتماعية أم سياسية أم اقتصادية أم ثقافية وهي تتضمن المعلومات الخاصة بالتعليم الجامعي والمعلومات العامة، وكذلك المعلومات المتعلقة بالأخبار المحلية والعالمية.

موقع التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب، تتضمن التواصل والتفاعل بين المستخدمين، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة.

وتعرف أيضاً بأنها كل التطبيقات الإلكترونية الموجودة على موقع شبكة الإنترنت التي تتيح للمستخدمين التفاعل عن طريق القراءة والاستماع والمشاهدة والتعليق والحفظ والنسخ، وهي ليست صحف أو موقع إعلام رسمي. وهي تشمل موقع التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك وتويتر وواتساب ولينكد وغيرها، وتشمل المنتديات الاجتماعية التي تتيح المشاركة والتفاعل بحرية للمستخدمين.

# **الفصل الثاني: مواقع التواصل**

## **الاجتماعي**

- تمهيد
- مدخل لموقع التواصل الاجتماعي
- أنواع وأشهر موقع التواصل الاجتماعي
- إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي

## الفصل الثاني: موقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماطًا كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط بالعلاقات الإنسانية، فتكنولوجيا الإنترنت مثلاً بلغت درجة متقدمة من التطور، فبرز الجيل الثاني من الإنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي يأتي في مقدمتها موقع التواصل الاجتماعي، وهي ظاهرة بُرزت من خلال السنوات الماضية وتطورت منذ ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر الواقع استخداماً عبر الإنترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جداً من المستخدمين، فأصبح الأشخاص يقضون وقتاً كثيراً مع الآخرين بمحادلتهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس الفضاء، ومع هذا التزايد الملحوظ في استخدام هذا الموقع من قبل مختلف الفئات تعددت وتتنوعت مقدمة بذلك عدداً هائلاً من الخدمات التي تتبع من موقع إلى آخر ظهر العديد من الواقع وفي مقدمتها الفيسبوك وتويتر وغيرها، وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل من خلال التطرق للنقاط التالية:

### أولاً. مدخل لموقع التواصل الاجتماعي

- .1. مفهوم موقع التواصل الاجتماعي
- .2. نشأة موقع التواصل الاجتماعي
- .3. أهمية موقع التواصل الاجتماعي
- .4. خصائص موقع التواصل الاجتماعي

### ثانياً. أنواع موقع التواصل الاجتماعي

- .1. أنواع موقع التواصل الاجتماعي
- .2. أشهر موقع التواصل الاجتماعي

### ثالثاً. إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي

- .1. إيجابيات موقع التواصل الاجتماعي
- .2. سلبيات موقع التواصل الاجتماعي

## أولاً. مدخل لموقع التواصل الاجتماعي

تعددت الدراسات التي طرحت تعريف موقع التواصل الاجتماعي حيث تشابهت في بعض الجوانب واختلفت في بعضها الآخر، ومن بينها ذكر التعريفات التالية:

### 1. مفهوم موقع التواصل الاجتماعي:

يطلق مصطلح موقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من الواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (لبلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية لآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتاحونها للعرض.<sup>1</sup>

وتعرف بأنها: "هي الواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها، حيث تتيح لهم إمكانية إنشاء صفحة شخصية معروضة لل العامة ضمن موقع أو نظام معين، وتتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنيت".<sup>2</sup>

كما تعرف بأنها: "هي موقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات، وتنقسم هذه الواقع حسب الأغراض فهناك موقع تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل، بالإضافة إلى شبكات التدوين المصغرة... إلخ".<sup>3</sup>

ما سبق خلص إلى القول أنّ موقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن موقع إلكتروني ضخم يشتراك فيه الآلاف من الزوار وأحياناً الملايين، أين يمكنهم تكوين صداقات ويمكنهم مشاركة صورهم وملفاتهم وفيديوهاتهم مع بعضهم البعض، كما يمكنهم تكوين مجموعات ومن أمثلة موقع التواصل الاجتماعي: Facebook , YouTube وغيرها.

<sup>1</sup> علي خليل شقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي". ط. 1، عمان: دار الفائق للنشر والتوزيع، 2011، ص. 200.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية. ط. 1، عمان، دار الفائق للنشر والتوزيع، 2011، ص. 24.

<sup>3</sup> مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني "الأسس وآفاق المستقبل". ط. 1، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص. 246.

## 2. نشأة موقع التواصل الاجتماعي:

أول ما ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية كان من قبل "جون بارنر" الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن والذي صاغه سنة 1954، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية الأولى، وكانت قوائم البريد الإلكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي، حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين، وغالباً ما كانت بأسماء مستعارة.

وبدأت الشبكات الاجتماعية بالظهور فعلياً في منتصف التسعينات من القرن الماضي وتحديداً سنة 1995 عندما صمم "راندي كونرادز" وكان هدف منهربط بين زملاء الدراسة ومساعدة الأصدقاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يليي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً.<sup>1</sup>

ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع Six dégrées عام 1997 الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل للآخرين، لكن في الوقت الذي استطاعت فيه هذه الخدمة عام 2000، ويرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصةً مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم.

شهدت هذه المرحلة أيضاً إنشاء موقع شهير آخر مثل موقع لايف جورنال وموقع كايورلد الذي أنشأ في كوريا سنة 1999، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك الموقع لخدمات مشابهة، كما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك الموقع لم تستطع أن تدرك وتحقق رجحاً مالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير في الأعوام 1999 و 2001.<sup>2</sup>

وفي سنة 2001 بدأت هذه الأدوار الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء، وظهر موقع Asian Black Planet و Migent Avenue إضافة إلى موقع Avenue

<sup>1</sup> عبد الكريم علي الديبسي وزهر ياسين الطاهات، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية. م. 4، ع. 1، 2013، ص. 70.

<sup>2</sup> عبد الكريم علي الديبسي وزهر ياسين الطاهات، المكان نفسه.

الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات ومن خلال موقع LIVE JOURNAL استطاع الأشخاص تعين البعض كالأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص.

ومع بداية عام 2004 توالى بعض ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور إلى العلن حيث ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدته صفحاته أكثر من GOOGLE وهو موقع SPACEMY الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل FACE وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، لكن العالمة الفارقة كانت في ظهور موقع BOOK.COM الذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام الفيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين فكان أول هذه الموقع بإتاحته الفرصة لوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وتبادل المعلومات فيما بينهم وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير على مستوى العالم.<sup>1</sup>

ويوجد حالياً أكثر من 400 موقع للتواصل الاجتماعي حول العالم يتم استخدامها ب مختلف اللغات ومن قبل مختلف شرائح المجتمع والمؤسسات كما أن تلك الشبكات الاجتماعية تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الشبكة العنكبوتية.<sup>2</sup>

### 3. أهمية موقع التواصل الاجتماعي:

لوسائل التواصل الاجتماعي أهمية بالغة يمكن إبرازها في النقاط التالية:<sup>3</sup>

- تسهم موقع التواصل الاجتماعي في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي.
- تعدّ موقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً، فهي الموقع الذي يمارس فيه النقد ويولد أفكاراً وأساليباً لها أهميتها، وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع.
- تعمل موقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوفرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على

<sup>1</sup> فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايسبوك. ط. 1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص. 203.

<sup>2</sup> فتحي حسين عامر، المرجع نفسه. ص. 204.

<sup>3</sup> مي عبد الله، الاتصال والديمقراطية. ط. 1، بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2005، ص. 109.

التقى المص الوجداني وتقلبهم للتغيير، وبهذا فإنها تحتل أهمية كبيرة ليس في بث المعلومات وإنما تقديم شكل الواقع واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.

#### 4. خصائص موقع التواصل الاجتماعي:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والموقع في شبكة الإنترنت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشتراك مع بعض في عدد من الخصائص نوردها في النقاط التالية:<sup>1</sup>

##### - التعريف بالذات:

المخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يصنعها المستخدم ويتطورها من خلال التعريف بنفسه من خلال النص، الصورة، الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح موقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتبنيه وتنظيم علاقتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحيي أصدقائهم رويتها.

##### - الاهتمام:

هي شبكات تبني من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها.

##### - المشاركة :Participation

الإعلام الاجتماعي يشجع المشاركات ورجع الصدى من كل من هو مهتم فهو يطمس الخط الفاصل بين الإعلام والتلقى.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سعاد عيساني، "أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفيسبوك -دراسة تحليلية للمنشورات الإلكترونية-", مذكرة ماجستير. جامعة أم البوادي: قسم علوم الإعلام والاتصال، 2014، ص. 9.

<sup>2</sup> سعاد عيساني، المرجع نفسه. ص. 10.

**- الانفتاح :Openness**

معظم خدمات موقع التواصل الاجتماعي مفتوحة على رجع الصدى والمشاركة فهي تشجع التصويت، التعليقات وتبادل المعلومات، ونادراً ما توجد عوائق الوصول والاستفادة من المحتوى.

**- المحادثة :Conversation**

بينما وسائل الإعلام التقليدية تتمحور حول البث (المحتوى المنقول أو الموزع إلى الجمهور المتلقى)، موقع التواصل الاجتماعي ينظر إليه على أنه المحادثة باتجاهين.

**- المجتمع :Community**

موقع التواصل الاجتماعي تسمح للجماعات بالتشكل بسرعة والاتصال بفعالية، هذه الجماعات تقاسم اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي أو برنامج تلفزيوني مفضل... إلخ.

**- متعددة اللغات:**

معنى توفرها على معظم اللغات السائدة في العالم حيث أنها تضم أكثر من 75 لغة محلية معروفة بالإضافة إلى إمكانية تغيير اللغة عند الاستخدام.<sup>1</sup>

**- غياب التزامنية:**

ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمستخدم بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد.

**- تفتيت الجماهير:**

ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل الواقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سعاد عيساني، المرجع سبق ذكره. ص. 10.

<sup>2</sup> سعاد عيساني، المكان نفسه.

- التواصل المستمر بين المستخدمين:

التواصل الفعال ليس فقط الاتصال المباشر بين الأفراد، وإنما هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، ويمكن أيضا التعليق عليها وإبداء الرأي والمناقشة.

- التوفير والاقتصادية:

فهي اقتصادية في الجهد والوقت والمالي، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الموقع للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال والنفوذ والسلطات.<sup>1</sup>

ثانيا. أنواع وأشهر موقع التواصل الاجتماعي

1. أنواع موقع التواصل الاجتماعي:

موقع التواصل الاجتماعي ثلاثة أنواع رئيسية هي:<sup>2</sup>

- موقع الإنترنيت الساكنة (**Statice web site**):

وهي موقع الإنترنيت العادي التي تحتوي على نصوص وصور وغيرها من وسائل العرض النصية الغرافيكية الثابتة والمحركة طبقا لحتوى الصفحات وفكرة وهدف الموقع، إلا أن هذا النوع من الموقع لا يحتوى على إمكانية تغيير بيانته بطريقة ديناميكية متغيرة، أو قاعدة بيانات يمكن تحديث البيانات من خلالها.

- موقع الإنترنيت الديناميكية (**Dynamique web site**):

ويعتبر هذا النوع من أكثر المواقع تطورا مقارنة بالموقع الساكنة، حيث يسمح بتغيير أو إضافة أو حذف أي معلومة أو صورة من صفحاته أو جداوله بسهولة تامة، من قبل صاحب الموقع أو المسئول عنه في أي وقت يشاء وبأي عدد من المرات، دون الرجوع إلى مصمم الموقع أو الشركة التي قامت بتصميمه.

<sup>1</sup> سعاد عيساني، المرجع سبق ذكره. ص. 11.

<sup>2</sup> ياس خضرير البياتي، الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة". ط. 1، الإمارات المتحدة الأمريكية: دار البداية للنشر والتوزيع، 2014، ص. 382.

## - موقع التجارة الإلكترونية(E-commerce):

وهي بالطبع أكثر موقع للإنترنت تطويراً وأهمها من الناحية التجارية، وتعد موقع التجارة الإلكترونية بمثابة شركات عمل بيع منتجاتها وخدماتها من خلال الويب والإنترنت، باستخدام طرق دفع إلكترونية عبر الشبكة، ثم توصيل المنتج أو الخدمة بعد ذلك للمشتري في مكانه.<sup>1</sup>

## 2. أشهر موقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة مواقع للتواصل الاجتماعي ولعل أهمها ما يلي:<sup>2</sup>

### - الفيسبوك:

فيسبوك هو موقع ويب التواصل الاجتماعي يمكن تسجيل عضوية به مجاناً وتديره شركة "فيسبوك" محدودة المسئولية كملكية خاصة لها، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للترع إليهم.

وقد أسس هذا الموقع من طرف "مارك زاكربيرج" عام 2004 من أجل التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية، ليتشرر بعدها استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، إذ تطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع للتعريف بالمستخدم ونشر الصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل تحت إدارة شركة فيسبوك، حيث أصبح عبارة عن حلقة ربط تجمع المجتمعات للتواصل فيما بينها رقمياً، كما أصبح منصة تسويقية تستخدمنها كبرى الشركات العالمية ليتحول الفيسبوك من موقع له أغراض اجتماعية إلى موقع متعدد الوظائف.

ومن يمتع بالعديد من المزايا نذكر منها:<sup>3</sup>

- من أهم مميزات الفيسبوك نقل الأخبار بسرعة فائقة وآنية.
- موقع التواصل الاجتماعي واسع الانتشار عبر الدول المختلفة.
- سهولة الاشتراك به والانضمام إليه.

<sup>1</sup> ياس خضير البياتي، المرجع سبق ذكره. ص. 382.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع سبق ذكره. ص. 34.

<sup>3</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المكان نفسه.

- موقع مجاني بدون رسوم للاشتراك به.
- متاح للجميع بكل اللغات وحسب اختيارك للغة المناسبة لك.
- سهولة التحكم فيه حيث توفر به أدوات للخصوصية تستطيع أن تتحكم فيمن يرى نشاطك ومن لا يراها كما يمكن التحكم أيضا بالمجموعات التعليمية التي يتم إنشائها.
- يمكن ربطه بالكثير من الموقع فيمكنك وضع روابط من موقع اليوتيوب وموقع أخرى كثيرة.
- توينتر:

موقع توينتر هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي ويعتبر من بين الثلاثة مواقع الرئيسية في العالم، حيث أخذ اسم توينتر من مصطلح "توينت" الذي يعني "التغريد"، واتخذ من العصفور رمزا له وهو خدمة صغيرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدي 140 حرفا للرسالة الواحدة، حيث ظهر في أول عام 2006 عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة العامة الناس في أكتوبر من نفس السنة، ولحدث هذه الخدمة أخذ هذا الموقع بالانتشار، ليتم بعدها فصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، حيث أطلق عليها اسم "توينتر" وذلك في أبريل من سنة 2007 ومع ارتفاع أعداد من يستخدمونه لتدوين أحاديثهم اليومية، فقد قرر محرك جوجل للبحث سنة 2009 أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التوينتر كمصدر للبحث، وأصبح يعتبر مصدرا معتمدا للتصریحات الشخصية سواءً كانت صادرة عن سياسيين، ممثلين، صحفيين، أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلاً أن يكون مصدرا معتمدا للتصریحات الحكومية والإخبارية وهو ما يحدث اليوم في البلدان العربية عقب ما يسمى بالربيع العربي وتأثير توينتر القوي فيه.<sup>1</sup>

ويتمتع هذا الموقع بالميزات التالية:<sup>2</sup>

- يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث.
- يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم.
- تستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء.
- يتيح إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات.

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع سبق ذكره. ص. 35.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المكان نفسه.

- إمكانية الحصول على خلاصة وافية لها تنشره المواقع الإلكترونية، التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقائك... إلخ.

### - اليوتيوب:

يعد اليوتيوب أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت بشكل مجاني، فبمجرد أن يقوم المستخدم بتسجيل عضوية بالموقع يمكن من إرفاق عدد غير محدود من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يمكن للمشاهدين إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو وذلك من خلال خاصية التعليقات، كما يمكن تقييم ملف الفيديو من خلال الإعجاب به أو النقر على أيقونة عدم الإعجاب وذلك للتعبير عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.<sup>1</sup>

بدأ موقع يوتيوب في الظهور على شبكة الإنترنت في 15 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة Steve Chen و Chad Hurley PayPal وهم باي بال Jawad Karim و

بدأت الفكرة حين كان هيرلي وستيف تشين يقومان بالتقاط صور فيديو في أحد الاحتفالات في سان فرانسيسكو، وبسبب صعوبة نشر هذه الصور تم التفكير في إنشاء هذا الموقع وكان موقعًا مؤقتاً.<sup>2</sup>

وبعد الفيديو الذي رفعه جواد كريم بعنوان "Me at the zoo" أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 وبلغت مدته الزمنية 19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من كل أنحاء العالم وبجميع اللغات مما جعله الموقع الأكثر مشاهدة على الإنترنت، وفي سنة 2006 قامت شركة جوجل بشرائه وضمه إلىها، وأصبح اليوتيوب اليوم موقعًا رئيسيًا للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم وأغانيهم أو منتجاتهم لل العامة ومجاناً، بل تطور اليوتيوب لاستخدامه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية والخصوص الإلكترونية عربه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع سبق ذكره. ص. 36.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المكان نفسه.

<sup>3</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع نفسه. ص. 37.

## - الانستغرام:

الانستغرام هو تطبيق من التطبيقات الحديثة التي تم تحسينها وإنشاؤها للهواتف الذكية، وهو تطبيق يتيح للمستخدم أن يقوم بتنزيل الصور المختلفة التي يرغب في عرضها بالإضافة إلى تنزيل مقاطع الفيديوهات القصيرة، وكذا متابعة حسابات الفنانين أو الشخصيات المشهورة التي لديها حساب على الانستغرام.<sup>1</sup>

## ثالثا. إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي:

## 1. إيجابيات موقع التواصل الاجتماعي:

تتسم موقع التواصل الاجتماعي بالعديد من الإيجابيات منها:<sup>2</sup>

- أصبحت موقع التواصل الاجتماعي وسيلة أخبار مهمة لأحداث بعينها وخاصة الأحداث السياسية وجرياتها.
- موقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة مثل: استطلاع آراء الشباب عبر الفيسبوك والتويتر وغيرها.
- إلغاء حاجز الزمان والمكان ومن ثم سرعة الانتشار والتأثير.
- تحقق قدرًا لا يأس به من التسلية والترفيه.
- سهولة استخدامها والمشاركة فيها فهي لا تحتاج إلى خبرات تقنية أو تكاليف مادية.
- تحسين فرص العمل للشباب.
- زيادة فرص التعليم الذاتي.
- تقوم بدور فعال في جهود الإغاثة الدولية من خلال نشر رسائل الاستغاثة... إلخ.

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع سبق ذكره. ص. 38.

<sup>2</sup> تيسير أو عرجـة وآخرون، وسائل الإعلام "أدوات تعبير وتغيير". ط. 1، عمان: دار أسامـة للنشر والتوزيع، 2013، ص. 334.

## 2. سلبيات موقع التواصل الاجتماعي:

على الرغم من الآثار الإيجابية التي حققتها موقع التواصل الاجتماعي في العديد من الجوانب المختلفة إلاً أنها

لا تخلو من السلبيات، ولعل أهمها ما يلي<sup>1</sup>:

### - إضاعة الوقت:

مجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي ضاعت في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له ولغيره فالفيسبوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة، فيهم عمله أو واجباته المدرسية أو العائلية أو غيرها.

### - الإدمان وإضعاف مهارة الاتصال:

وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرًا على مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي خصوصاً الشباب والراهقين، فقضاء وقت طويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح الواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم الاجتماعية، فالكثير من الشباب اليوم يعانون من صعوبة في تغيير طريقة حياتهم بعد اشتراكهم في موقع التواصل الاجتماعي، فقد أدمى الكثير منهم عليها ولا يستطيعون الاستغناء عنها وإن أرادوا ذلك.

### - ضعف الثقة:

لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفراده، ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في موقع التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي.

### - انتهاك صفة الغير:

من خلال الدخول إلى الشبكات الاجتماعية بأسماء مستعارة وصور وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو اجتماعية أو جلب مشكلات أو لتلويث سمعة بعض الأفراد أو الاحتيال على الناس، أو حتى التجسس على أحوال الدول من خلال مواطنها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط. 1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص. 101.

<sup>2</sup> حسين محمود هتيمي، المكان نفسه.

**خلاصة الفصل:**

تعدّ موقع التواصل الاجتماعي أداة تواصل مهمة بين الأفراد، والذي من شأنه أن يؤدي إلى ترابط وتنمية العلاقات بين الأفراد وكذا زيادة فرصة تبادل الآراء فيما بينهم، وهي تتمتع بإيجابيات عدّة ولكنها بالمقابل تنطوي على سلبيات كثيرة أيضاً وهذا منوط بمحسن وسوء استغلالها من قبل الأفراد، خاصة في ظل غياب الرقابة على بعض الواقع وما يتم تداوله بها، وتختلف استخدامات موقع التواصل الاجتماعي من شخص لآخر وذلك تبعاً لاحتاجات ورغبات كل منهم وذلك ما فسرته نظرية الاستخدامات والاحتاجات.

# **الفصل الثالث: المعلومة الرياضية**

- تمهيد
- مدخل للمعلومة.
- مدخل للمعلومة الرياضية.
- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

#### الفصل الثالث: المعلومة الرياضية

تمهيد:

ظهرت في السنوات الأخيرة مفاهيم جديدة فرست علينا نتيجة للتقدم والتطور التكنولوجي، كمفهومي المعلومات والبيانات، وهذه المفاهيم هي التي أضفت صبغة جديدة على مفهوم المعرفة، أصبح للمعلومات دور كبير ومهم في جميع نواحي الحياة، وخاصة النواحي العلمية، حيث تعتمد عليها عمليات اتخاذ القرارات، فكلما كانت هذه المعلومات صحيحة ودقيقة فإن القرارات المعتمدة عليها تكون على درجة عالية من الصحة والدقة، وبعض خواص المعلومات قابلة للحساب كميا بصورة بدائية، فأي شبكة اتصالات فائقة السرعة تستطيع نقل حد أقصى من المعلومات في الثانية، وأي جهاز كمبيوتر يحتوي على قرص صلب لا يتضمن إلا قدرًا محدودًا من المعلومات، وفي هذا الفصل سنتناول المعلومة الرياضية وتحتوي على العناصر التالية:

#### أولاً. مدخل للمعلومة

1. مفهوم المعلومة
2. أهمية المعلومة
3. خصائص المعلومة
4. أنواع ومصادر المعلومة

#### ثانياً. مدخل للمعلومة الرياضية

1. النظرية الرياضية للاتصال
2. التكرار والضجيج
3. بعض التداعيات المفهومية للنظرية الرياضية للاتصال

#### ثالثاً. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

1. تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
2. نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
3. آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
4. الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

## أولاً. مدخل للمعلومة

تعددت التعريفات المتعلقة بالمعلومات فمنهم من نظر إليها على أنها مجرد بيانات، وآخر نظر لدورها في زيادة مستوى ثقافة متخذ القرار، بينما نظر إليها آخر على أنها مورد استراتيجي إلا أن المتفق عليه هو دورها في اتخاذ القرارات، ولذا سنقوم بالطرق البعض من التعريفات كما يلي:

### 1. مفهوم المعلومة

عرفها دي مسكي على أنها: "البيانات التي يمكن أن تغير من تقديرات متخذ القرار".<sup>1</sup>

بينما عرفها محمد حفناوي بأنها: "البيانات التي قمت معالجتها لتصبح بشكل أكثر نفعاً للمستقبل، والتي لها قيمة في الاستخدام الحالي أو في اتخاذ القرارات مستقبلية".<sup>2</sup>

عرفها لوکس بأنها: "تعبير عن حقيقة، أو ملاحظة أو إدراك، أو أي شيء محسوس أو غير محسوس يستعمل في تحفيض عدم التأكد بالنسبة لحالة أو حدث معين ويضيف معرفة للفرد أو المجموعة".<sup>3</sup>

تعرف على أنها: "هي مجموعة بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها أي أنها بيانات معالجة".<sup>4</sup>

من هذا التعريف يمكن القول إن المعلومة يمكن إنشاؤها.

وتعرف أيضاً على أنها: "المعلومات شيء غير محدد المعالم، فلا يمكن رؤيتها أو سماعها أو الإحساس بها، قادرة على تغيير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> صلاح الدين عبد المنعم مبارك، اقتصadiات نظم المعلومات الحاسوبية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002، ص. 48.

<sup>2</sup> محمد يوسف حفناوي، نظم المعلومات الحاسوبية. ط. 1، عمان: دار وائل للنشر، 2001، ص. 10.

<sup>3</sup> عبد الله حمود سراج. "أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ع. 4، 2015، ص. 131.

<sup>4</sup> نجم عبد الله الحميدي وآخرون، نظم المعلومات الإدارية - مدخل معاصر-. ط. 2، عمان: دار وائل للنشر، د.س.ن، ص. 35.

<sup>5</sup> ولفرد لانكستر، نظم استرجاع المعلومات. تر. حشمت قاسم، مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1981، ص. 35.

في هذا التعريف نستخلص ما يلي:

- المعلومات غير محددة للمعلم.
- يمكن من خالها تغيير الحالة المعرفية للشخص.

تعرف على أنها: "هي البيانات التي يتم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعاً للفرد ومستخدميه، والتي لها

قيمة متحركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها".<sup>1</sup>

من هذا التعريف نستخلص ما يلي:

- المعلومات تحمل قيمة مضافة متحركة.
- المعلومات تساعده على اتخاذ القرارات.

وتعرف كذلك بأنها: "البيانات المنظمة والمعروضة بشكل يجعلها ذات معنى للشخص الذي يستلمها لذلك

فإن للمعلومات قيمة حقيقية للمستخدم، وتقدم إضافة للمعرفة الموجودة لديه حول ظاهرة أو حدث أو مجال معين؛

فالمعلومات تخبر المستخدم بشيء ما لا يعرفه أو لا يمكن توقعه".<sup>2</sup>

كما يعرفها Christel وآخرون بأنها: "حقائق وبيانات منتظمة تشخيص موقفاً أو ظرفاً محدداً، أو تشخيص تهديداً ما أو فرصة محددة، وتبعاً لذلك فإن المعلومات هي نتيجة البيانات".<sup>3</sup>

من خلال هذه التعريفات يمكننا أن نستنتج أهم العناصر التي تتضمنها المعلومات، وهي:

- يتم الحصول على المعلومات من خلال معالجة البيانات.
- تقلل المعلومات من عدم التأكيد بشأن حدث أو موقف معين.
- تؤدي المعلومات إلى زيادة المعرفة لدى مستقبلها.
- تعد مورداً استراتيجياً، إذ تساعده على تشخيص وتحليل الموقف والظروف.

<sup>1</sup> إسماعيل محمد السيد، نظم المعلومات لاتخاذ القرارات الإدارية. الإسكندرية. المكتب العربي الحديث. 1989، ص. 97.

<sup>2</sup> محمد نور برهان وغازي إبراهيم رحو، نظم المعلومات الحوسية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 1998، ص. 24.

<sup>3</sup> رحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة. ط. 1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص. 43.

## 2. أهمية المعلومة:

تكتسي المعلومات أهمية بالغة في حياة الأفراد والمؤسسات، فقد أصبحت من أهم الموارد التي لا يمكن أن تستغني عنها المؤسسات في القيام بأعمالها ونشاطاتها، وخاصة في هذا العصر الملئ بالمتغيرات السريعة والمترافق مع مختلف مجالات الحياة، وسنحاول إبراز هذه الأهمية من خلال النقاط التالية:<sup>1</sup>

- تلعب المعلومات دوراً مهماً في إدارة المؤسسة داخلياً من خلال تسهيل القيام باليارات، فتوفر المعلومات الصحيحة وفي الوقت المناسب يسهل من أداء الوظائف واتخاذ القرارات السليمة، كما أن انساب المعلومات بين مختلف هذه الوظائف عن طريق الاتصالات الفعالة من شأنه أن يرفع من مستوى أداء المؤسسة ككل.
- تساعد المعلومات المسيرين على صنع واتخاذ القرارات السليمة، ذلك أنها تعتبر المادة الأولية للقرار، وبذلك تتمكن المؤسسة من تحقيق النجاح وضمان الاستمرار في مجال نشاطها.
- أصبحت المعلومات تشكل أساساً من أصول المؤسسة مثل: الرأس المال والعنصر البشري والمورد الخام وغيرها، حيث يجب على المسيرين أن ينظروا إليها على أنها استثمار يمكن استغلاله استراتيجياً للحصول على مزايا تنافسية، وليس تكلفة يجب تحملها فيها.
- أصبحت المعلومات كذلك تشكل سلعة تستطيع المؤسسة بيعها مثل أي سلعة أخرى.
- لا تقتصر أهمية المعلومات على المستوى الداخلي للمؤسسة فقط، بل تمتد إلى المستوى الخارجي، فهي تعد أدلة ربط مع المحيط؛ فالمعلومات تمكن المؤسسة من التعرف على الأحداث والتطورات التي تطرأ على بيئتها عملها والتي من الممكن أن تؤثر عليها، ومنه فإن المؤسسة تحاول من خلال الحصول على المعلومات التكيف مع الأوضاع الجديدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مرادي مراد، "أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية دراسة حالة شركة CHIALI Proplast بسطيف"، مذكرة ماجستير غير منشورة. جامعة سطيف: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2010، ص. 16.

<sup>2</sup> مرادي مراد، المكان نفسه.

- تعدد المعلومات المنطق الأساسي للحصول على المعرفة والتي أصبحت لها أهمية أكبر من المعلومات نفسها؛ فالمعرفة أصبحت السمة المميزة للمؤسسات المعاصرة في عصرنا الحالي وهي أساس اكتساب الميزة التنافسية والعامل الأساسي الذي يحدد تنافسية المؤسسات، ففي ظل الانتقال إلى ما يعرف الآن باقتصاد المعرفة، فإن القدرة على إنتاج وخلق الثروة أصبح لا يعتمد فقط على عوامل الإنتاج المادية، بل كذلك على أصول أخرى غير مادية "معنوية"، ولتمثلة أساساً في المعرفة، الكفاءات المتميزة وفي القدرة على الوصول إلى المعلومات، وكذا القدرة على إيجاد الحلول للمشكلات المطروحة وغيرها.<sup>1</sup>

### 3. خصائص المعلومة:

إن الهدف الأساسي لنظام المعلومات في المؤسسة، هو توفير المعلومات للجهات المستفيدة منها لاتخاذ القرارات المختلفة، وحتى تكون هذه المعلومات ذات قيمة وفائدة وتفي بالغرض المرجو منها، لابد وأن تشتمل على مجموعة من الخصائص، والتي بدورها تحدد مدى فاعليّة وجودة النظام من عدمه، إذ أنّ توفير المعلومات بخلاف الخصائص المطلوبة، يعدّ من أهم حالات فشل نظام المعلومات في المؤسسات، وفيما يلي نستعرض أهم هذه الخصائص:<sup>2</sup>

- الدقة: يعني أن تكون المعلومات في صورة صحيحة خالية من أخطاء التجميع والتسجيل والمعالجة التي تتم على البيانات؛ فالمعلومات تكون صحيحة عندما يتم إدخال بيانات صحيحة إلى نظام المعلومات وتكون دقة عندما تقيس المتغيرات التي تلي حاجة المستفيد بدقة متناهية، فالأخطاء التي تظهر في المعلومات هي ناتجة في الغالب عن إدخال بيانات غير صحيحة وغير دقة أثناء المعالجة، وتبقى خاصية الدقة أمر نسي، إذ ترتبط بعدة عوامل أهمّها: نوع المعلومات، طبيعة الاستخدام، المستوى الإداري وطبيعة المعاير المستخدمة في القياس وغيرها، ولإشارة فإنّه يمكن قياس نسبة المعلومات الدقيقة من خلال معرفة نسبة المعلومات الصحيحة إلى مجموع المعلومات الناتجة خلال فترة زمنية معينة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مرادي مراد، المرجع سبق ذكره. ص. 16.

<sup>2</sup> مرادي مراد، المرجع نفسه. ص. 17.

<sup>3</sup> محمد عبد الحسين الطائي ونعمه عباس خضر الخفاجي، نظم المعلومات الاستراتيجية. ط. 1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009، ص.

- **التوقيت:** ويعني توفير المعلومات في الوقت المناسب وبالسرعة المطلوبة، إذ لا قيمة للمعلومات ما لم تصل

في وقت الحاجة إليها؛ أي عند ظهور مشكلات معينة في المؤسسة تحتاج إلى اتخاذ قرارات سريعة بشأنها

ومن أجل الوصول إلى خاصية التوقيت المناسب للمعلومات فإنه من الضروري تخفيض الوقت اللازم

لدورة المعالجة (الإدخال، عملية المعالجة إعداد التقارير عن المخرجات للمستفيدين) حيث أن استخدام

التكنولوجيا كالحاسوب وغيرها يكفل تحقيق ذلك.<sup>1</sup>

- **الوضوح:** أي أن تكون المعلومات خالية من الغموض، بحيث تتحقق الفهم المباشر من قبل مستعمليها

فوضوح المعلومات يجعلها أكثر فائدة في المجال المطلوب منها، ولزيادة درجة الوضوح يمكن الاعتماد على

النقطات التالية:<sup>2</sup>

- وضع المعلومات والإحصائيات في جداول متكاملة عن المجال المطلوب، بحيث تتسم بالسهولة.

- دمج المتغيرات المشابهة وفصل المتغيرات المختلفة.

- استخدام النسب المئوية في توضيح المعلومات.

- **المرونة:** وهي قدرة المعلومات على التكيف مع الاحتياجات المتغيرة لكافحة المستخدمين؛ فالمعلومات التي

يمكن استخدامها بواسطة العديد من المستفيدين وفي تطبيقات متعددة، تكون أكثر مرونة من تلك التي

يمكن استخدامها في تطبيق واحد، إضافة إلى هذا أن تكون قابلة للتطوير والتحديث.<sup>3</sup>

- **الشمول:** وهو أن تكون المعلومات كاملة، بحيث تغطي جميع جوانب المشكلة أو الظاهرة محل الدراسة،

مع تقديم بدائل الحلول الممكنة لها، حتى تتمكن الإدارة من تأدية وظائفها المختلفة ومنه يجب على

المستفيد أن يحدد كل التفاصيل الازمة عن المشكلة حتى يتم توفير المعلومات الكافية لها.

- **القابلية للمقارنة:** حتى تكون المعلومات مفيدة لابد أن تكون قابلة للمقارنة مع باقي المعلومات الأخرى

في المؤسسة والتي تتعلق بنشاطات معينة، إضافة إلى إمكانية إجراء المقارنة للمعلومات التي تتعلق بنفس

النشاط، فمثلاً: قيمة رقم الأعمال مؤسسة ما والخاص بالسنة الحالية ليس له قيمة ما لم يقارن بقيمتها في

السنوات السابقة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحسين الطائي ونعمه عباس خضرير الحفاجي، المرجع سبق ذكره. ص. 57.

<sup>2</sup> علاء السالمي وآخرون، أساسيات نظم المعلومات الإدارية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2005، ص. 20.

<sup>3</sup> مرمي مراد، المرجع سبق ذكره. ص. 19.

<sup>4</sup> مرمي مراد، المكان نفسه.

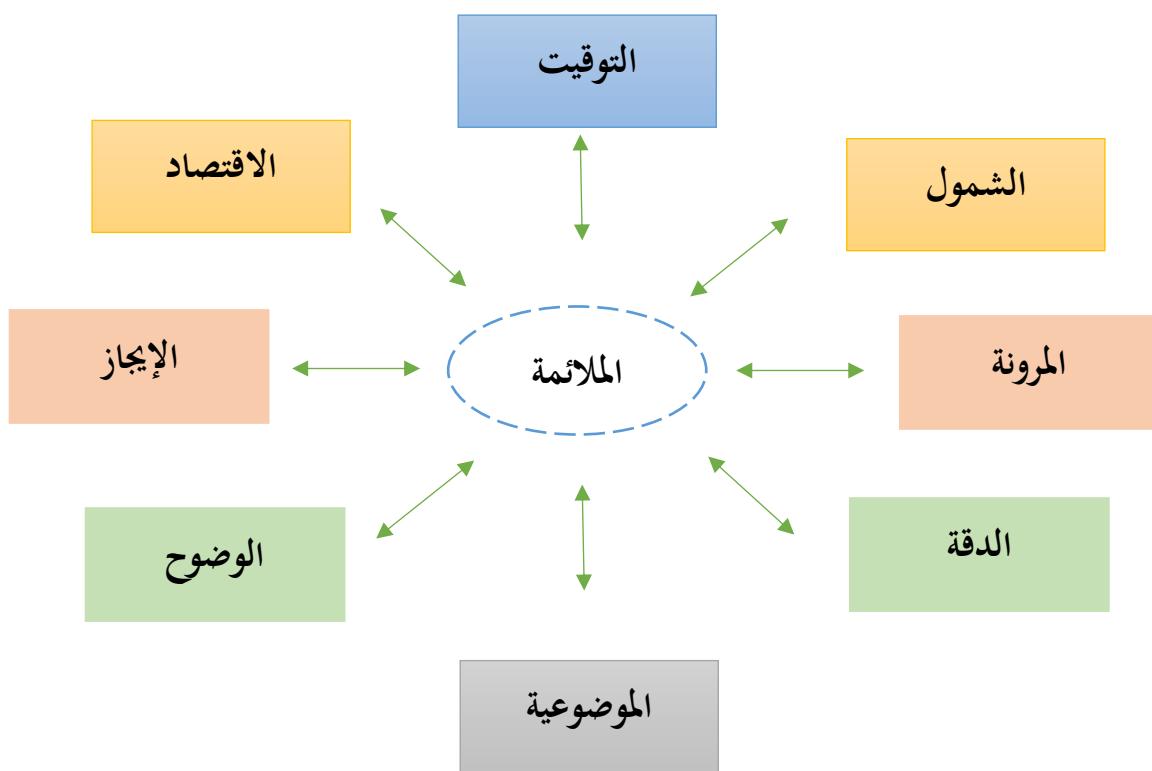
- الإيجاز: ويعني تقديم المعلومات بشكل موجز ومحترم؛ أي ما هو مطلوب فقط دون الإكثار من التفاصيل، التي من الممكن أن تؤدي إلى عدم فهمها واستيعابها من قبل المستفيد، غير أنه يجب مراعاة بعض الحالات الاستثنائية، والتي يؤدي فيها الإيجاز إلى إخفاء بعض المعلومات الهامة.<sup>1</sup>
  - الموضوعية: ونقصد بها أن يتم إعداد المعلومات بشكل حايد، بحيث لا تمثل إلى جهة معينة أو تتحاول مع رأي معين، أو تختلط فيها الأهواء الشخصية إلى غير ذلك، وهنا العديد من الأساليب التي تساعده في تحقيق الموضوعية منها:<sup>2</sup>
  - إمكانية التحقق؛ بمعنى توفر المستندات الدالة على دقة المعلومات وسهولة الرجوع إليها عند الحاجة.
  - صدق التعبير؛ بمعنى أنه يجب أن تعبّر بشكل صادق عن مضمونها.
  - أن تكون اقتصادية: وهنا الأمر يتعلق بالتكاليف التي تتحملها المؤسسة في سبيل الحصول على المعلومات، من أجهزة وعمالة، كما أن توفيرها بالخصائص المذكورة يتطلب كذلك تكاليف بمستوى أكبر، لذا لا بد أن تكون الفائدة المرجوة من وراء استخدام تلك المعلومات أكبر مما ينفق في سبيل الحصول عليها.<sup>3</sup>
- إن السعي لتوفير المعلومات بالخصائص السابقة الذكر، هدفه في النهاية هو تحقيق الملائمة للمعلومات؛ أي حتى تكون ملائمة ومناسبة للاستخدام في الأغراض المطلوبة منها والشكل الموالي يوضح ذلك.

<sup>1</sup> مرادي مراد، المرجع سبق ذكره. ص. 19.

<sup>2</sup> عبد الله حمود سراج، "أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة"، مجلة كلية سطيف للعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ع. 4، 2005، ص. 134.

<sup>3</sup> مرادي مراد، المرجع نفسه. ص. 19.

الشكل رقم (01): يوضح الخصائص المحددة لملائمة المعلومات



المصدر: من إعداد الباحث

**4. أنواع ومصادر المعلومة:**

ستنطرب في هذا العنصر إلى أنواع ومصادر المعلومة كما يلي:

**أ. أنواع المعلومة:**

إن تصنيف المعلومات لا يمكن أن يكون إلا بالاعتماد على مجموعة من المعايير، وفيما يلي نستعرض أنواع المعلومات حسب كل معيار:

**1. حسب الاستخدام الإداري:**

ونجد تحت هذا المعيار عدة أنواع هي:<sup>1</sup>

- **معلومات معرفية:** المعلومات التي تنتهي بتحقيق مؤشرات معرفية تساعد الإداري على اتخاذ قرار وإنجاز عمل أو مشروع، مثل اتخاذ قرار بتعيين موظف أو شراء جهاز... إلخ.
- **معلومات إنجائية:** المعلومات التي يحتاجها الإداري في تطوير وتنمية القدرات وتوسيع المدارك في مجال العمل والحياة، مثل المعلومات التي يتلقاها المتدربون من الدورات التدريبية.
- **معلومات تعليمية:** المعلومات التي تحتاجها الإدارة في المؤسسات التعليمية، مثل الجامعات والمعاهد والمدارس.
- **معلومات إنتاجية:** المعلومات التي تفيد في إجراء البحوث التطبيقية وفي تطوير وسائل الإنتاج واستثمار الموارد الطبيعية والإمكانيات المتاحة بشكل أحسن كمعلومات إنتاج سلعة معينة.

**2. حسب مصدر المعلومات:**

وفي هذا المعيار نجد نوعين من المعلومات، كالآتي:<sup>2</sup>

- **معلومات داخلية:** وهي المعلومات التي تخص الجانب الداخلي من المؤسسة.
- **معلومات خارجية:** وهي المعلومات الناشئة خارج المؤسسة.

<sup>1</sup> علاء السالمي وآخرون، المرجع سبق ذكره. ص. 15، 16.

<sup>2</sup> إسماعيل مناصريه، "دور نظام المعلومات الإدارية في الرفع من فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية"، مذكرة ماجستير. جامعة المسيلة: تخصص علوم تجارية، 2004، ص. 29.

3. حسب إمكانية الإطلاع عليها:<sup>1</sup>

- **المعلومات المفتوحة:** هي معلومات مكتوبة، وتسلم طوعية من الجهة المصدرة لها، على عكس المعلومات السرية، فهي موجودة بوفرة وتساعد على اتخاذ القرارات في المؤسسة كونها؛ معالجة، منظمة، مصنفة ومنتشرة.
  - **المعلومات المغلقة:** هي معلومات غير رسمية، تنشأ من أعمال المؤسسة ونشاطاتها، ولا يتم نشرها في الغالب، تتم عملية البحث عنها جمعها بأسلوب واضح.
- كما يمكننا أيضاً تصنيف المعلومات حسب المستويات الإدارية، وهي ملخصة في الجدول التالي مع ذكر بعض خصائص المعلومات لكل مستوى إداري في المؤسسة:

الجدول رقم (01): يمثل المعلومات حسب المستويات الإدارية وخصائصها

نوع المعلومات	خصائص المعلومات
معلومات استراتيجية	<ul style="list-style-type: none"> <li>-معلومات خارجية: تصرفات وطبيعة المنافسين والمستهلكين، مدى توافر الموارد، الدراسات الديمغرافية، التصرفات الحكومية.</li> <li>-معلومات تنبؤية: اتجاهات طويلة الأجل، محاكاة.</li> </ul>
معلومات تكتيكية	<ul style="list-style-type: none"> <li>-معلومات وصفية تاريخية.</li> <li>-معلومات مستقبلية قصيرة الأجل.</li> </ul>
معلومات فنية	<ul style="list-style-type: none"> <li>-معلومات وصفية تاريخية.</li> <li>-معلومات عن معدلات الادعاء الحالية.</li> </ul>

المصدر: بلقيديم صباح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، أطروحة دكتوراه. جامعة قيسارية: قسم علوم التسيير، 2013، ص. 161.

<sup>1</sup> بلقيديم صباح، المرجع نفسه. ص. 160.

## ب. مصادر المعلومات:

تجدر هنا الإشارة إلى أن مختلف الأنواع السابقة من المعلومات يمكن الحصول عليها من مصادر مختلفة،

<sup>1</sup> هذه المصادر قد تكون:

- **مصادر ثانوية:** مثل المراجع والكتب والدوريات والنشرات والمجلاط الموجودة في المكتبات العامة والخاصة ودور النشر ومراكز البحث، ويتم تجميعها وتجهيزها في أوقات سابقة.
- **مصادر أولية:** أي بيانات تم تجهيزها عند الطلب من هذه المصادر، الملاحظة الشخصية، الاستقصاء، التجربة والاختيار.
- **بنوك المعلومات:** هو مصدر ظهر حديثا نسبيا والذي يتم من خلاله تجميع أكبر قدر من المعلومات المرتبطة مع بعضها البعض وتخزينها حسب فئات يمكن استرجاعها بسرعة لتسهيل الاستفادة منها.
- **الإنترنت:**<sup>2</sup> وهي البيانات والمعلومات التي تجمعها وتنظمها وتجهزها المؤسسات من كافة أنحاء العالم وتعرضها على موقعها على شبكة الإنترنت للجميع والاستفادة منها.

أما عن مصادر المعلومات المتداقة في أي نظام معلومات يتواجد في المؤسسة فيأخذ عدة أشكال منها:<sup>3</sup>

- وثائق العمل المستخدمة في الأنشطة الروتينية مثل: الفواتير، الشبكات... إلخ.
- تقارير الأداء أو أوضاع العمل كالتقارير المالية وكشوف المصروفات وتقارير المخزون.
- التعليمات والإجراءات والقرارات والقواعد المنظمة للأداء والبرامج والموازنات.
- البيانات البيئية مثل: تحليل السكان والتنبؤات الاقتصادية والتطورات العلمية والتكنولوجية.

والشكل التالي يوضح مصادر البيانات الخفية بالمؤسسة والمترادفة مع المستويات الإدارية المختلفة المتواجدة

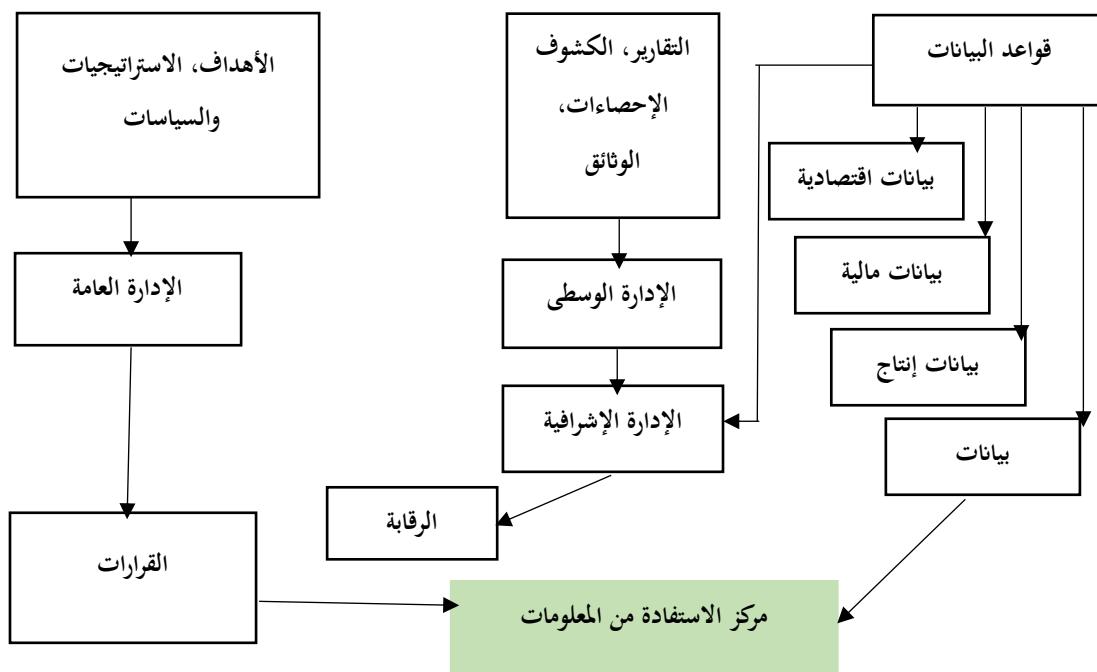
بها:

<sup>1</sup> بلقيدم صباح، المرجع سبق ذكره. ص. 120.

<sup>2</sup> بلقيدم صباح، المرجع نفسه. ص. 121.

<sup>3</sup> جعفر الجاسم، تكنولوجيا المعلومات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005، ص. 24.

## الشكل رقم (02): يمثل مصادر المعلومات في المؤسسة



المصدر: جعفر جاسم، المرجع سبق ذكره. ص. 25.

ويتضح لنا من الشكل أعلاه لكل مستوى من مستويات الإدارة مصادر معينة تستقي منها المعلومة الضرورية التي تخدم أهداف هذه المستويات وتساهم في ترشيد قرارات مسيريها.

والمعلومات التي تحتاجها المؤسسة قد تحصل عليها من:<sup>1</sup>

- **مصادر المعلومات الداخلية:** هي مختلف الوحدات التنظيمية والإدارية المكونة للمؤسسة وكذلك الأشخاص العاملين فيها، وتعطي هذه المعلومات إما بطريقة مباشرة أو من خلال النشرات والدوريات التي تصدرها المؤسسة، وتشمل الوحدات التنظيمية على سبيل المثال: دائرةقوى العاملة، دائرة المشتريات، دائرة التخطيط، دائرة المبيعات... إلخ.

- **مصادر المعلومات الخارجية:** هي تلك المصادر التي تكون خارج نطاق المؤسسة سواء كانت تمثل أشخاصاً أو هيئات وقد تكون حكومية أو أهلية أو المراكز الخاصة بالمعلومات والبحث العلمي، وكذلك تشمل النشرات والدوريات الصادرة عن الجهات المختصة وعن المنافسين وكذلك الموردين، العملاء،

<sup>1</sup> علي خلف حجاجة، اتخاذ القرارات الإدارية. عمان: دار قنديل للنشر والتوزيع، 2009. ص. 109.

النقابات المهنية والنقابات العمالية والهيئات الحكومية كوزارة المالية والتخطيط والعمل ودوائر الإحصاءات

<sup>1</sup> العامة والخدمة المدنية والجامعات والاستفادة من القنوات التكنولوجية للمعلومات كالإنترنت وغيرها.

وتعتبر هذه المصادر أو المعلومات الصادرة عنها على درجة من الأهمية وذات قيمة عالية لما تعكسه من واقع حقيقي وما تتميز به من دقة وشموليّة، وتتيح للمؤسسة المجال للمقارنة ومعرفة كافة الأمور الحبيطة بها من منظور أوسع ومعرفة مواقف المنافسين والاستفادة من التجارب الأخرى.

ويجب الإشارة هنا على أن المعلومات المتحصل عليها من هذه المصادر تكون في الغالب معلومات استراتيجية ذات أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة، وتترك أثراً واضحاً على قرارات المسيرين وفي صياغة استراتيجيات المؤسسة وتحديد أهدافها وغاياتها... إلخ.

### ثانياً. مدخل للمعلومة الرياضية

بعض خواص المعلومات قابلة للحساب كمياً بصورة بدائية، فأي شبكة اتصالات فائقة السرعة تستطيع نقل حد أقصى من المعلومات في الثانية، وأي جهاز كمبيوتر يحتوي على قرص صلب لا يتضمن إلا قدرًا محدوداً من المعلومات.

وعموماً، اعتدنا على "ترميز"، و"نقل"، و"تخزين" المعلومات بكميات محددة، مثل الإشارات المادية، تتوقع أيضاً أن تكون المعلومات "مضافة" مثل العملات المعدنية، يجري اختيار هذه الخواص الكمية وغيرها من خواص المعلومات من خلال عدة أساليب رياضية ناجحة، تعتبر النظرية الرياضية للاتصال أكثر الأساليب الرياضية أهمية وتأثيراً وانتشاراً حتى الآن.<sup>2</sup>

بينما يعتبر مصطلح نظرية المعلومات مصطلحاً جذاباً إلا أنه مصطلح غير موفق، وهو مصطلح لا يزال يسبب حالات سوء فهم لا نهاية لها، وتكون النظرية الرياضية للاتصال وراء أي ظاهرة تتضمن تشفير البيانات ونقلها، كان للنظرية أثر عميق على تحليلات الأنواع المختلفة للمعلومات وهي التحليلات التي وفرت لها النظرية

<sup>1</sup> علي خلف حجاجحة، المرجع سبق ذكره. ص. 110.

<sup>2</sup> لوتشارد فلوريدى، المعلومات. تر. محمد سعد طنطاوى، ط. 1، مصر: مؤسسة هنداوى للتعليم والثقافة، 2014، ص. 43.

المفردات الفنية والإطار المفهومي المبدئي، ولعله من المستحيل فهم طبيعة المعلومات دون فهم جوهرها الرئيسي، وهو ما يناقشه هذا العنصر.<sup>1</sup>

### 1. النظرية الرياضية للاتصال:

تعامل النظرية الرياضية للاتصال مع المعلومات بصفتها اتصال بيانات، في ظل هدف رئيسي يتمثل في إيجاد طرق فعالة لترميز البيانات ونقلها.

ترجع أصول النظرية الرياضية للاتصال إلى مجال الهندسة الكهربائية، باعتبارها دراسة حدود الاتصال، وتعمل النظرية على تطوير أسلوب كمي لتناول المعلومات، حيث تمثل الفكرة الأساسية في أن المعلومات يمكن حسابها كمياً في إطار انخفاض عجز البيانات، تصدر عملية واحدة وحدة معلومات واحدة وتتصدر علمنتان وحدتي معلومات، وتتصدر ثلاثة علمنات وحدات، دائماً ما تكون العملات الحقيقية متحيزة، ولحساب كمية المعلومات التي تصدر عنها في حقيقة الأمر، يجب الاعتماد على معدل تكرار مرات حدوث الرموز في ظل عدد محدد من الرميات، أو على احتماليات حدوثها، في حال كان عدد الرميات لأنهائيًّا مقارنة بالعملة العادلة، ولكنها يجب أن تكون أعلى من صفر، يلعب الأسلوب الكمي الذي جرى عرضه دوراً أساسياً في نظرية الترميز، وفي تخزين البيانات وأساليب نقل البيانات، تدور النظرية الرياضية للاتصال بصورة أساسية حول دراسة خصائص قناة اتصال وحول الرموز التي تشفّر البيانات بكفاءة إلى إشارات قابلة للتسجيل والنقل، هناك مفهومان يلعبان دوراً محورياً في تحليل الاتصالات وفي إدارة الذاكرة ما يستأهل بيانهما أكثر، ألا وهما: التكرار والضجيج.<sup>2</sup>

### 2. التكرار والضجيج:

في الحياة الواقعية عملية التشفير الناجحة هي تلك التي لا يحدث فيها التكرار إلا على نحو بسيط، يشير التكرار إلى الفرق بين التمثيل المادي لرسالة ما والتمثيل الرياضي لرسالة نفسها الذي لا يستخدم وحدات بيانات غير ضرورية، تعمل إجراءات الضغط من خلال تقليل تكرار البيانات، إلا أن التكرار ليس بمسألة سيئة على الدوام؛ إذ قد يساعد التكرار على معادلة تأثير "الالتباس" و"الضجيج"، بينما تحتوي رسالة الضجيج على بيانات أكثر من الرسالة الأصلية من المرسل إلى المستقبل، يزداد احتمال إعادة بناء رسالة ما على نحو صحيح في نهاية عملية النقل

<sup>1</sup> لوتشارد فلوريدى، المرجع سبق ذكره. ص. 43.

<sup>2</sup> لوتشارد فلوريدى، المكان نفسه. ص. ص. 47، 48.

إذا كان ثمة درجة ما من التكرار تحقق التوازن مع الضجيج والالتباس الحتميين والمتوالدين عن عملية الاتصال المادية وبيئة الاتصال، يزيد الضجيج من حرية الطرق المتلقى للبيانات في اختيار رسالة ما، لكنها حرية غير مرغوب فيها وربما يسهل بعض التكرار في الحد منها.<sup>1</sup>

### 3. بعض التداعيات المفهومية للنظرية الرياضية للاتصال:

بالنسبة إلى النظرية الرياضية للاتصال، تعتبر المعلومات مجرد اختيار لمز واحد ضمن مجموعة من الرموز الممكنة، ومن ثم لعل أحد السبل السهلة في فهم كيفية حساب النظرية الرياضية للاتصال المعلومات كمياً يتمثل في أحد عدد من الأسئلة التي يتم الإجابة عنها بنعم أو لا لتحديد ماهية ما يصدر عن مصدر الاتصال، يعتبر سؤال واحد كافياً لتحديد نتيجة عملية قذف عملة عادلة، وهي التي يصدر عنها من ثم وحدة معلومات واحدة، فيما تشمل كل نتيجة على وحدتي معلومات، وهكذا يكشف هذا التحليل عن نقطتين مهمتين هما:<sup>2</sup>

- لا تعتبر النظرية الرياضية للاتصال نظرية معلومات بالمعنى العادي للكلمة؛ ففي النظرية الرياضية للاتصال تشمل المعلومات على معنى كامل، بداية وفق النظرية الرياضية للاتصال، تشمل إجابة نعم المتساویتان في احتمال الحدوث كمية المعلومات نفسها.
- بما أن النظرية الرياضية للاتصال هي نظرية معلومات بلا معنى بمعنى أنها عديمة المعنى على الإطلاق بل إن المعنى ما زال لم يصل بعد، فإن تعبير النظرية الرياضية للاتصال هو الأكثر ملاءمة لهذا الفرع من نظرية الاحتمالات أكثر من تعبير نظرية المعلومات، ليس الأمر مجرد مسألة توصيف، يمكن وصف المعلومات باعتبارها محتوى دلاليًّا.<sup>3</sup>

تعامل النظرية الرياضية للاتصال مع رسائل تتضمن رموزاً غير مفسرة جرى تشفيرها في صورة سلاسل من الإشارات المشكّلة جيداً، ولا تزيد هذه عن كونها بيانات تألف، لكنها لم تصبح بعد معلومات دلالية، من هنا، توصف النظرية الرياضية للاتصال بصورة شائعة باعتبارها دراسة المعلومات على المستوى الصرفي، وبما أن أجهزة الكمبيوتر تعتبر أجهزة صرفية، يمكن استخدام النظرية الرياضية للاتصال بنجاح في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> لوتشارد فلوريدى، المرجع سبق ذكره. ص. 48.

<sup>2</sup> لوتشارد فلوريدى، المرجع نفسه. ص. 49.

<sup>3</sup> لوتشارد فلوريدى، المرجع نفسه. ص. 50.

<sup>4</sup> لوتشارد فلوريدى، المرجع نفسه. ص. 51.

#### ثالثاً. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

##### 1. تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أنها: "عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها في وسيلة معينة لتخاذل قرار بشأن موضوع ما، وتعد من أهم النظريات التي اهتمت بدراسة عملية التأثير، وتميز بأنها نظرية متكاملة حيث تتضمن عناصر ومفاهيم من علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، أنشئت النظرية على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974".<sup>1</sup>

وتعرف أيضاً على أنها: "مجموعة من الأفكار التي تشير إلى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بشكل مباشر، من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع ما، وتعرف أيضاً بأنها عبارة عن المصادر التي تساعد على توفير الأخبار المرتبطة بمحاج معين يهتمون بمتابعته، أو التي تنقل الأحداث المحلية، والدولية اليومية".<sup>2</sup>

إن فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام ارتبطت بقدرتها على تحقيق التأثير، والانتشار الواسع في العديد من المجتمعات، مما أدى إلى جعلها محركاً أساسياً، وعنصراً مهماً من العناصر التي تؤثر على آراء الأفراد داخل المجتمع الواحد، لذلك ساهمت وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد، والنهوض بشقاقتهم الإعلامية، وخصوصاً مع التطورات التكنولوجية المرتبطة بدور شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، وتوصيلها للأفراد في وقت قصير جداً، مما ساهم في تعزيز فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام في العديد من الحالات الإخبارية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام- ويكيبيديا <https://ar.m.wikipedia.org/wiki> تم تصفح الموقع يوم: 14 أوت 2022، 14:52.

<sup>2</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام-موسوعة طب 21 <https://teb21.com/article/media> تم تصفح الموقع يوم: 14 أوت 2022، 17:11.

<sup>3</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام -موسوعة طب 21. الموقع نفسه

## 2. نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

إنّ نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ارتبطت بمجموعة من الدراسات، والتي اهتمّ بمتابعتها العديد من الباحثين المجالات الإعلامية، وخصوصاً في بدايات القرن العشرين للميلاد، ولكن تعود البداية الأولى لوجود دراسات وأبحاث اهتمت بنظرية الاعتماد إلى عام 1974م من خلال مجموعة من الأبحاث التي قامت بإعدادها الباحثة ساندرا روكيتش، والتي وضحت فيها أنّ وسائل الإعلام تصنف كمصدر قوة مؤثرة على الأفراد، والتي تساهم بتزويدهم بمجموعة من المعلومات حول مواضيع مختلفة.

وشارك روكيتش الباحث ديفلر بوضع نموذج لنظرية الاعتماد، والذي اعتمد على دراسة المكونات الرئيسية للإعلام، وهي: وسيلة الإعلام، والمجتمع، والجمهور، وإنّ هذه المكونات تتكامل مع بعضها البعض، ويحدث تأثيراً إعلامي بينها، يؤدي إلى ظهور مفهوم الاعتماد، فالجمهور يعتمدون على الأخبار المتداولة في المجتمع الذي يعيشون فيه، والمجتمع يعتمد على وسائل الإعلام في الحصول على هذه الأخبار، مما يؤدي إلى انتشار الاعتماد على وسائل الإعلام كعنصر مؤثر على الجمهور والمجتمع.<sup>1</sup>

## 3. آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

هناك ثلات أنواع وهي:<sup>2</sup>

- أ. الآثار المعرفية: يتعلق التأثير المعرفي بإمداد الجانب المعرفي والمعلوماتي للجمهور بما يتاسب مع الظروف المحيطة بهم، وتشمل التأثيرات المعرفية التالي:
- تساهم وسائل الإعلام في تعزيز قيم وعادات المجتمع من خلال طرحها في القنوات الإعلامية المختلفة.
- تؤثر وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات وسلوك الأفراد وبالتالي تؤثر على معتقداتهم في نواحي مثل الدين والسياسة.
- تعد الوسيلة الإعلامية الأداة الأكثر تأثيراً على المشاهد وتعمل على ترتيب الأولويات بما يتفق مع المجتمع والأحداث المهمة.
- نقص المعلومات أو تزبدتها يحدث غموض لدى الجمهور، تلاحظ في القضايا السياسية.

<sup>1</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام -موسوعة طب 21. الموقع نفسه.

<sup>2</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام - ويكيبيديا. الموقع نفسه.

ب. الآثار الوجدانية: تتأثر مشاعر الأفراد المتلقين بما يعرض في وسائل الإعلام وتشمل التأثيرات الوجودانية التالي:<sup>1</sup>

- التعرض الشديد لمشاهد العنف في وسائل الإعلام ينتج عنه ما يسمى بالفتور العاطفي أو اللامبالاة تجاه الأحداث.
- التعرض لمشاهد الرعب والكوارث والاغتيالات تشير لدى المتلقي بالخوف والقلق والشعور بعدم السعادة.
- تصاعد مشاعر الدعم المعنوي للأشخاص المغتربين حين تعرضهم لوسائل الإعلام ومشاهدة ما يجري على أرض الوطن.

ج. الآثار السلوكية: وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجودانية، كما تساهم الإعلانات في التأثير على سلوك الأفراد على سلوك الأفراد من خلال التالي:<sup>2</sup>

- التشيشط هو قيام الجمهور باستجابة لما يعرض في الوسيلة الإعلامية مثل التبرع المادي، أو المطالبة بحقوق ما.
- الخمول هو عكس النشاط ويتمثل في عدم المشاركة السياسية، أو أي نشاط يخدم المجتمع.

#### 4. الانتقادات:

حدد باران وديفينز أربعة انتقادات أساسية لنظرية التبعية:<sup>3</sup>

- التباين في القياس على المستوى الجزئي والمستوى الكلي يجعل قابلية المقارنة بين الدراسات إشكالية.
- غالباً ما يكون من الصعب التتحقق من النظرية تجريبياً.
- معنى وقوف التبعية غير واضح في بعض الأحيان.
- تفتقر نظرية التبعية إلى القوة في تفسير التأثيرات طويلة المدى.

<sup>1</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام- ويكيبيديا. الموقع نفسه.

<sup>2</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام- ويكيبيديا. الموقع نفسه.

<sup>3</sup> نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام- ويكيبيديا. الموقع نفسه.

#### خلاصة الفصل:

وفي الأخير يمكن القول إن المعلومات أصبحت تشكل ميزة تنافسية عند المؤسسات التي أدركت أهمية هذا المورد، وأدركت متطلبات الواقع التنافسي ودرست حق الدراسة بعيتها التنافسية، فسخرت كل الجهود والموارد للدخول في هذا التناقض سواءً محلياً أو عالمياً، فأصبح تصميم وبناء نظم معلومات فعالة ومتطرفة رهاناً حتمياً على المؤسسة، حيث تعتبر هذه النظم المحرك الأساسي للتحكم في المعلومات بدأة من إنتاجها أو الحصول عليها إلى غاية استغلالها، والتي أصبحت تشكل مورداً استراتيجياً بالنسبة للمؤسسة.

# الفصل الرابع: تفريغ وتحليل

## البيانات الميدانية

- تمهيد
- مجتمع وعينة الدراسة
- منهج ونوع الدراسة
- تحليل وتفسير النتائج
- نتائج الدراسة

#### الفصل الرابع: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

تمهيد:

من أهم جوانب البحث العلمي هو الجانب التطبيقي فهو يستهدف جمع كافة البيانات الأولية من مجتمع البحث، وعليه الوصول إلى إجابة عن إشكالية الدراسة.

حيث يتناول هذا الجانب تفريغ الاستبيان وتحليل البيانات المتحصل عليها من عينة الدراسة، وتم إدراج إجابات أفراد العينة في إشكال بيانية ودوائر نسبية تم التعليق عليها كمياً وكيفياً بهدف استخلاص النتائج، وتضمن الاستبيان المحاور التالية:

- المحوّر الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي
- المحوّر الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي
- المحوّر الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية
- المحوّر الرابع: ثقة الطلبة الجامعيين في موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية

#### أولاً. مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في طلاب كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة غردية بولاية غردية، وقد تم إشراك كل الطلبة من مختلف المستويات، فقد تم اختيار عدد من الطلاب من تخصص إعلام واتصال لمختلف المستويات، وتم توزيع 200 استمارة، وفي الأخير تم استرجاع 136 استبانة، تم استبعاد 16 استبانة غير صالحة للدراسة، وعليه تم الحصول على 120 استبانة قابلة للمعالجة.

#### ثانياً. منهج ونوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة دراسة وصفية سعت إلى التعرف على مدى اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية، واقتضت طبيعة هذه الدراسة إلى استخدام المنهج المسحى لمناسبة موضوع الدراسة، وفي إطار هذا المنهج استخدمنا الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات الرئيسية للدراسة من أفراد العينة.

#### ثالثاً. تحليل وتفسير نتائج الدراسة:

##### 1. أساليب تحليل الدراسة:

من أجل تحليل البيانات تم الاستعانة ببرنامج (SPSS)، واستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية لوصف نتائج الدراسة، وهي:

- التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للتعرف على تكرارات الإجابات لدى المبحوثين؛
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابة على الإشكالية الرئيسة والتحقق من صحة الفرضيات؛

## 2. جدولة وتحليل البيانات الميدانية

1. البيانات الشخصية: يتضمن هذا الجزء توزيعات أفراد عينة الدراسة حسب السمات الشخصية.

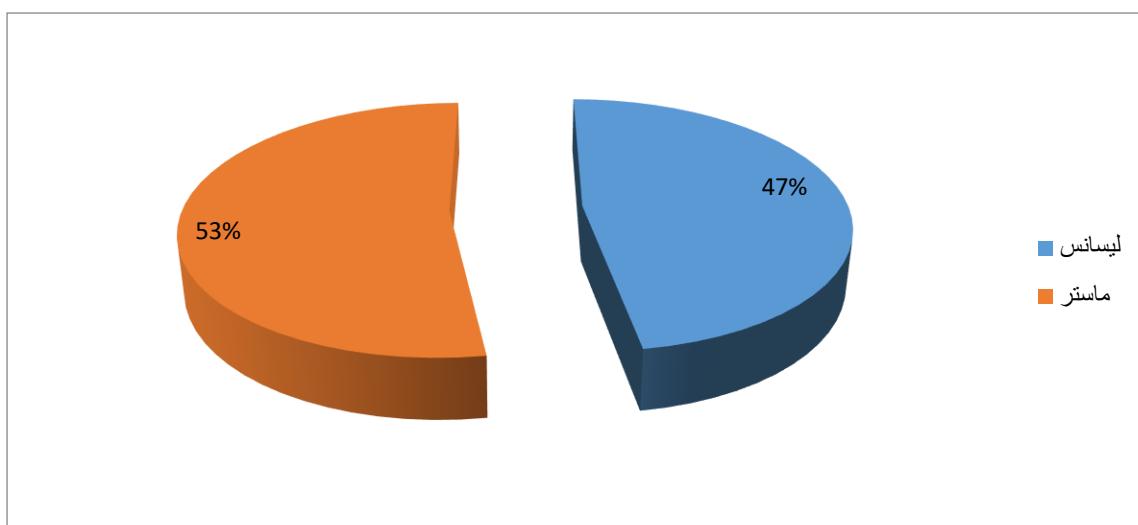
• الجنس:

الجدول رقم (02): يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	النكرار	الجنس
%61.7	74	ذكر
%38.3	46	أنثى
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (03): يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يتبيّن من خلال النتائج الواردة في الجدول والشكل أعلاه أن نسبة استجابة الذكور أكثر من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور %61.7 أي 74 فرد ونسبة الإناث %38.3 أي 46 فرد، تبقى هذه النتائج رهينة ما وصل إليها الباحثان من استثمارات تجاوب معها الطلبة.

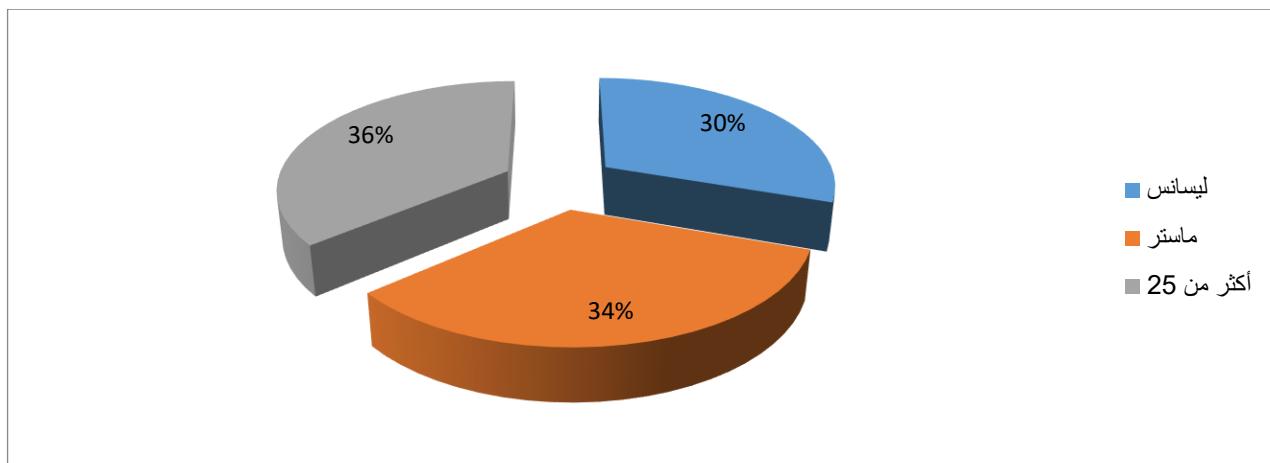
## • السن:

المجدول رقم (03): يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة	النكرار	السن
0	0	أقل من 20
%43.3	52	أكثر من 20
%56.7	68	أكثر من 25
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (04): يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يتبيّن من خلال النتائج الواردة في المجدول والشكل أعلاه أنّ معظم أفراد العينة هم من الفئات العمرية الشابة والتي أعمارهم أكثر من 25 سنة بنسبة 56.7% وهي أكبر فئة تدرس في الجامعة وهذا يعود لزيادة وعي أفراد المجتمع لأهمية المستوى العلمي للفرد وأثره على توظيفهم.

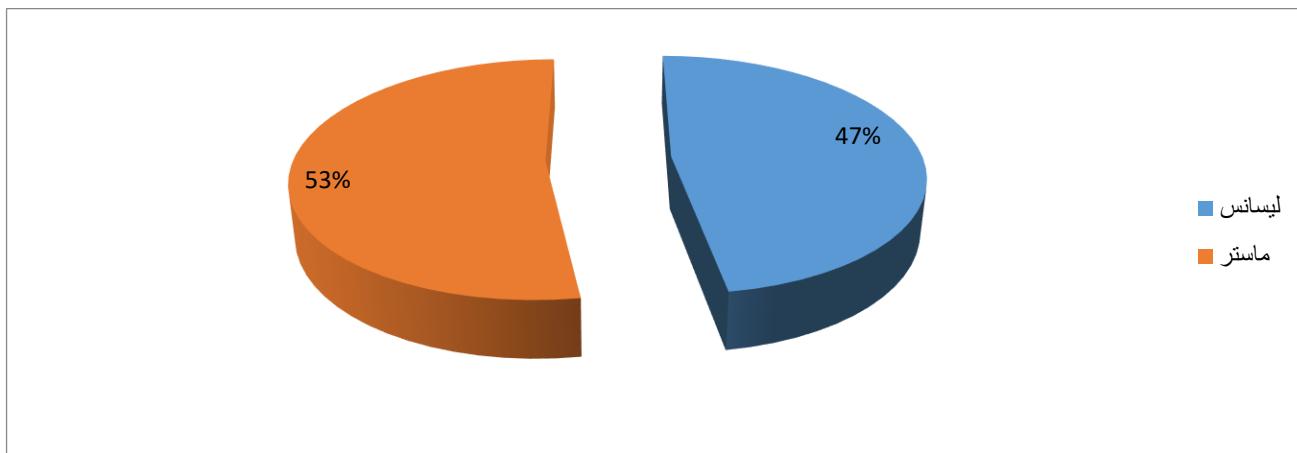
- المستوى التعليمي:

الجدول رقم (04): يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	النسبة	النوع
ليسانس	%47.5	57
ماستر	%52.5	63
المجموع	%100	120

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (05): يبين توزيعات أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يتبيّن من خلال النتائج الواردة في الجدول والشكل أعلاه أن 52.5% من أفراد العينة حسب المستوى التعليمي هم طلبة ماستر، بينما 47.5% هم طلبة لیسانس، ومنه نلاحظ أن هناك تقارب بين أفراد العينة من ناحية المستوى التعليمي وهذا لا ينبع كلا الفتىين مثل هذه المواضيع.

2. محاور الدراسة: سنعرض تحليل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل محاور الاستبيان.

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي
  - استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (05): استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي

نسبة المئوية	النكرار	هل تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟
%46.7	56	دائما
%30.8	37	غالبا
%20.8	25	أحيانا
%1.7	2	نادرا
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 05 أن 46.7% من الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بينما نجد أن 30.8% يستخدمونها في أغلب الوقت ونسبة 20.8% من الطلبة الجامعيين أحياناً ما يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي أما بقية الطلبة والذين يمثلون نسبة 1.7% نادراً ما يستخدمونها، وعليه نلاحظ تعلق الطلبة الجامعيين بموقع التواصل الاجتماعي وهذا قد يعود لسهولة استخدامها.

## - مكان استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (06): مكان استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	من أين تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟
%74.2	89	المنزل
%5	6	مقهى الانترنت
%7.5	9	مكان العمل
%13.3	16	في الخارج
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 06 أن 74.2% من الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في المنزل بينما نجد أن 13.3% يستخدمونها في الخارج ونسبة 7.5% من الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل أما بقية الطلبة والذين يمثلون نسبة 5% يستخدمونها في مقهى الانترنت، وعليه نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لاستخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي في المنزل وهذا لأنه أفضل مكان يرتاح فيه الطالب ليتصفح فيه هذا الأخير، ونجد أنهم يستخدمونها في الخارج وفي أماكن العمل بنسبة معتبرة وهذا لتتوفر الهواتف الحديثة على الانترنت، بينما نرى أن نسبة ضئيلة من الطلبة من يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في مقاهي الانترنت وهذا لتتوفر الهواتف النقالة والمعلومات في كل مكان وبسهولة دون الحاجة للتنقل إلى مقاهي الانترنت كما كان في السابق.

## - الأوقات المفضلة لاستخدام الطلبة الجامعيين موضع التواصل الاجتماعي

## الجدول رقم (07): الأوقات المفضلة لاستخدام الطلبة الجامعيين موضع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	النكرار	ما هي الأوقات التي تفضل فيها استخدام موضع التواصل الاجتماعي؟
%12.5	15	صباحا
%15	18	زوايا
%20.8	25	مساء
%51.7	62	ليل
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 07 أن 51.7% من الطلبة الجامعيين يستخدمون موضع التواصل الاجتماعي ليلاً بينما نجد أن 20.8% يستخدمونها في الفترة المسائية ونسبة 15% من الطلبة الجامعيين يستخدمون موضع التواصل الاجتماعي زوالاً أما بقية الطلبة والذين يمثلون نسبة 12.5% يستخدمونها في الفترة الصباحية، وعليه نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لاستخدام الطلبة الجامعيين موضع التواصل الاجتماعي في الفترة ما بين المساء والليل وهذا لكونه أفضل وقت يتفرغ فيه الطالب للولوج لموضع التواصل الاجتماعي لأنهم قد يكون أغلب الطلبة في فترة الصباح والظهيرة في أماكن دراستهم أو منهم من يكون في العمل.

## - الجهاز المستخدم من الطلبة الجامعيين لتصفح موقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (08): الجهاز المستخدم من الطلبة الجامعيين لتصفح موقع التواصل الاجتماعي

ما هو الجهاز الذي تستخدمنه؟	النكرار	النسبة المئوية
الحاسوب	8	%6.7
الهاتف النقال	106	%88.3
اللوح الالكتروني	6	%5
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 08 أن 88.33% من الطلبة الجامعيين يستخدمون الهاتف النقال لتصفح موقع التواصل الاجتماعي ونسبة 6.7% يستخدمون الحاسوب ونسبة 5% من الطلبة الجامعيين يستخدمون اللوح الالكتروني للولوج لموقع التواصل الاجتماعي، وهذا يعود إلى التطور التكنولوجي وتتوفر الهاتف النقال لدى كل شرائح المجتمع ولتميز الهاتف النقال بسهولة حمله وتوفره على الانترنت مما يسمح للطلبة بتصفح موقع التواصل الاجتماعي في كل زمان ومكان.

## - مدة الوقت الذي يقضيه الطلبة الجامعيين في موقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (09): مدة الوقت الذي يقضيه الطلبة الجامعيين في موقع التواصل الاجتماعي

كم من الوقت تقضيه في التصفح؟	النكرار	النسبة المئوية
ساعة	16	%13.3
من ساعة إلى 3 ساعات	55	%45.8
أكثر من 3 ساعات	49	%40.8
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 09 أن 45.8% من الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى 3 ساعات ونسبة 40.8% يقضون أكثر من 3 ساعات في استخدام موقع التواصل الاجتماعي ونسبة 13.3% من الطلبة الجامعيين يتصرفونها لمدة ساعة فقط، وعليه نلاحظ نفسر هذا بأنه إدمان على تلك الموقع وهذا يعود لسهولة استخدامها.

- المدة التي بدأ فيها الطلبة الجامعيين استخدام موقع التواصل الاجتماعي  
الجدول رقم (10): المدة التي بدأ فيها الطلبة الجامعيين استخدام موقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	منذ متى تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟
%5	6	أقل من عام
%19.2	23	من عام إلى ثلاث سنوات
%75.8	91	أكثر من ثلاث سنوات
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 10 أن 75.8% أي ما يعادل 91 من الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات ونسبة 19.2% يستخدمونها لمدة تتراوح ما بين عام وثلاث سنوات ونسبة 5% من الطلبة الجامعيين يستخدمونها لفترة أقل من العام، وهذا قد يكون عائد للخدمات والمعلومات التي تقدمها هذه الأخيرة بكل سهولة مما أدى إلى جذب عدد كبير من الطلبة إليها.

- أكثر المواقع التي يستخدمها الطلبة الجامعيين  
**الجدول رقم (11): أكثر المواقع التي يستخدمها الطلبة الجامعيين**

ما هي أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداماً؟	النكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	63	%52.5
تويتر	8	%6.7
يوتيوب	32	%26.7
إنستغرام	17	%14.2
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالب ببناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 11 أكثر المواقع استخداماً من طرف الطلبة الجامعيين، حيث يظهر الفيسبوك أكثر المواقع استخداماً بنسبة 52.5% ثم يليه تطبيق اليوتيوب بنسبة 26.7%， وكما نجد أن 14.2% من الطلبة الجامعيين يستخدمون تطبيق الانستغرام، ونسبة 6.7% من الطلبة من يفضلون تطبيق تويتر.

ومنه نرى أن موقع الفيسبوك أكثر استعمالاً وشهرة وهذا لسهولة استخدامه وتنوع خدماته حيث يسمح للطلبة بالتفاعل والتعليق على المعلومات التي يتلقاها ومشاهدة الفيديوهات التعليمية وإمكانية تواصله مع الأساتذة والباحثين، وفي المرتبة الثانية نجد اليوتيوب والذي يعتبر أكبر المواقع لعرض الفيديوهات بحيث يمكن للطلبة من فهم المعلومات بشكل أكبر، وفي آخر مرتبتين نجد تطبيق الانستغرام والتويتر.

- المhor الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي
  - اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية
- الجدول رقم (12): اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية

النسبة المئوية	النكرار	هل تعتمد على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟
%85	102	نعم
%15	18	لا
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم 12 أن 85% أي ما يعادل 102 من الطلبة الجامعيين يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية ونسبة 15% لا يعتمدون عليها، ويمكن أن نفسر كثرة اعتماد الطلبة على موقع التواصل الاجتماعي لكونه أكثر سهولة للوصول للمعلومات.

- دوافع استخدام الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية
- الجدول رقم (13): دوافع استخدام الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	النكرار	لماذا تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟
%55.8	67	للاطلاع ومواكبة التطورات العلمية
%26.7	32	تبادل المعلومات الرياضية
%17.5	21	مصدر للمعلومة الرياضية
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول رقم 13 أن 55.8% أي ما يعادل 67 من الطلبة الجامعيين أفادوا أن أكبر دافع لهم لاستخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية هي للاطلاع ومواكبة التطورات العلمية ونسبة 26.7% أي ما يعادل 32 فرد أكدوا أنهم يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل المعلومات

الرياضية ونسبة 17.5% من الطلبة الجامعيين يستخدمونها كمصدر للمعلومة الرياضية، وفي الأخير نرى أن الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لواكبة كل ما هو جديد من الناحية العلمية مما يجعله مصدرًا مهمًا للحصول على المعلومة الرياضية.

- **الخصائص التي جعلت الطلبة الجامعيين يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة**

#### الرياضية

**الجدول رقم (14): الخصائص التي جعلت الطلبة الجامعيين يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية**

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الخصائص التي جعلتك تعتمد على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟
%16.7	20	الآنية
%9.2	11	المصداقية
%12.5	15	الموضوعية
%10	12	العمق والشمول
%51.7	62	سهولة الاستخدام
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم 14 أن نسبة 51.7% من الطلبة أكدوا أن أكثر خاصية جعلتهم يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية هي سهولة الاستخدام، ثم تليها خاصية الآنية بنسبة 16.7% ثم خاصية الموضوعية بنسبة 12.5% ثم تلتها خاصية العمق والشمول بنسبة 10% وفي الأخير خاصية المصداقية بنسبة 9.2%， وعليه نستنتج أن أكثر خاصية تميزت بها موقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة هي سهولة الاستخدام وذلك لإمكانية تصفحها في أي مكان.

- المخور الثالث: الإشاعات الحقيقة من استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية
    - درجة إفادة موقع التواصل الاجتماعي للوصول للمعلومة المطلوبة لدى الطلبة الجامعيين
- الجدول رقم (15): درجة إفادة موقع التواصل الاجتماعي للوصول للمعلومة المطلوبة لدى الطلبة الجامعيين

النسبة المئوية	النكرار	هل تفيد موقع التواصل الاجتماعي في حصولك على المعلومة المطلوبة؟
%58.3	70	نعم
%3.3	4	لا
%38.3	46	أحياناً
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 15 أن 58.3% من الطلبة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تفيد في الوصول إلى المعلومة التي يبحثون عنها، ونسبة 38.3% صوتوا بأنها لا تفيد أحياناً بالوصول إلى المعلومة المطلوبة في حين أن نسبة 3.3% من أفراد العينة لا يجدون أن موقع التواصل الاجتماعي تفيد في حصولهم ما يبحثون عنه من معلومات.

- مدى دقة وجودة المعلومة التي يتحصل عليها الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي
- الجدول رقم (16): مدى دقة وجودة المعلومة التي يتحصل عليها الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	هل تجد أن المعلومة التي تستقيها من موقع التواصل الاجتماعي دقيقة؟
%69.2	83	نعم
%30.8	37	لا
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 16 أن 69.2% من الطلبة يجدون أن موقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات دقيقة يمكن اعتمادها كمصدر في أغلب الوقت في حين أن نسبة 30.8% من أفراد العينة لا يرون أن موقع التواصل الاجتماعي لا يمكنها أن تمنحهم كل الدقة في المعلومات التي يحصلون عليها.

- درجة استفادة الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية
- الجدول رقم (17): درجة استفادة الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	ما مدى استفادتك من موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟
%33.3	40	درجة عالية
%54.2	65	درجة متوسطة
%12.5	15	درجة منخفضة
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 17 أن 54.2% أي 65 من الطلبة يستفيدون من موقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة في حين أن نسبة 33.3% من أفراد العينة بينوا العكس وأنهم يستفيدون بدرجة عالية منها ونسبة 12.5% من الطلبة يجدون أن موقع التواصل الاجتماعي تقدم لهم درجة منخفضة من الإفادة، ويمكن أن نفسر هذه النتائج بأن موقع التواصل الاجتماعي في أغلب الأحيان لا يمكنها أن تقدم درجة عالية من الإفادة لكل الطلبة.

- **الخور الرابع: ثقة الطلبة الجامعيين في موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية**
  - **مدى ثقة الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية**
- الجدول رقم (18):** مدى ثقة الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية

النسبة المئوية	النكرار	هل تثق في المعلومة الرياضية التي تستقيها من موقع التواصل الاجتماعي؟
%67.5	81	نعم
%32.5	39	لا
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 18 أن 67.5% أي 81 من الطلبة يثقون في المعلومة الرياضية التي يجدونها في موقع التواصل الاجتماعي في حين أن نسبة 32.5% من أفراد العينة بينوا أنهم لا يضعون ثقتهم في موقع التواصل الاجتماعي والمعلومات التي يجدونها فيه، وذلك قد يعود إلى الكم الهائل من المعلومات والمصادر المشكوك فيها

- مدى تحقق الطلبة الجامعين من المعلومة الرياضية التي يستقىها من موقع التواصل الاجتماعي
- المدول رقم (19): مدى تتحقق الطلبة الجامعين من المعلومة الرياضية التي يستقىها من موقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	النكرار	هل تقوم بالتدقيق في المعلومة الرياضية التي تطلع عليها عبر موقع التواصل الاجتماعي؟
%39.2	47	نعم
%13.3	16	لا
%47.5	57	أحياناً
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب ببناء على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 19 أن 57 من الطلبة يتحققون أحياناً من المعلومات المستسقة من موقع التواصل الاجتماعي في حين بلغت نسبة من أجابوا بـ نعم هي 39.2% فيما قدرت نسبة من أجابوا بـ لا 13.3%， وعليه نقول إن جلّ أفراد العينة يتأكدون من صحة المعلومات ويشكّون في مدى صحتها.

- أكثر الواقع مصداقية للاعتماد عليها كمصدر للمعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين

الجدول رقم (20): أكثر الواقع مصداقية للاعتماد عليها كمصدر للمعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين

النسبة المئوية	النكرار	ما هي أكثر موقع التواصل الاجتماعي مصداقية للاعتماد عليها للحصول على المعلومة الرياضية؟
%36.7	44	فيسبوك
%19.2	23	تويتر
%33.3	40	يوتيوب
%10.8	13	إنستغرام
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 20 أن 39.7% أي 44 من الطلبة يجدون أن الفيسبوك أكثر مصداقية في المعلومات التي يقدمها ثم يليه اليوتيوب بنسبة 33.3% ثم تطبيق التويتر بنسبة 19.2% وفي الأخير تطبيق الانستغرام بنسبة 10.8%， وعليه نرى أن موقع الفيسبوك احتل المرتبة الأولى لأن أفراد العينة يعتبرونه موقع أكثر مصداقية لكونه يقدم مختلف المعلومات لعدد كبير من الباحثين مما يجعل هذه الأخيرة يمكن اعتمادها كمصادر.

- أفضل المصادر للحصول على المعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين

الجدول رقم (21): أفضل المصادر للحصول على المعلومة الرياضية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين

النسبة المئوية	النكرار	ما هي أفضل طريقة للحصول على المعلومة الرياضية؟
%6.7	8	مصدر المعلومات التقليدية
%30.8	37	موقع التواصل الاجتماعي
%62.5	75	كلا المصادر
%100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناءاً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من خلال الجدول رقم 21 أن هناك نسبة جد ضئيلة من الطلبة التي ما زالت تعتمد على المصادر التقليدية للحصول على المعلومات الرياضية والتي قدرت بـ 6.7%， في حين بلغت نسبة من يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كأفضل طريقة للحصول على المعلومة الرياضية بنسبة 30.8% بينما بلغت نسبة من يفضل الاعتماد على كلا المصادر في الحصول على المعلومة الرياضية 62.5%， ومنه نستنتج أن أفضل طريقة هي الجمع بين كلا المصادر فالاعتماد على التكنولوجيا لا يعني تحييش المصادر التقليدية بل الاستفادة من كليها للوصول إلى أفضل النتائج.

#### رابعاً. نتائج الدراسة

##### 1. النتائج العامة:

تمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- أوضحت النتائج أن أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة .%46.7

- أظهرت النتائج أن 74.4% من الطلبة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بالمنزل.

- أغلب الطلبة وبنسبة 51.7% يفضلون استخدام موقع التواصل الاجتماعي ليلاً.

- غالبية الطلبة الجامعيين يستخدمون الهاتف النقال في تصفح موقع التواصل الاجتماعي.

- يستغرق أفراد العينة من ساعة إلى ثلاثة ساعات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي.
- أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاثة سنوات.
- غالبية أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك على باقي الواقع.
- أكد كل أفراد العينة وبنسبة 85% أنهم يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية.
- من أهم دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي هي:
  - للاطلاع ومواكبة التطورات العلمية بنسبة 55.8%.
  - تبادل المعلومة الرياضية بنسبة 26.7%.
  - مصدر للمعلومة الرياضية بنسبة 17.5%.
- أغلبية الطلبة الجامعيين أكدوا وبنسبة 51.7% أنهم يعتمدون موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية لسهولة استخدامهم.
- أكدت نسبة 58.3% من أفراد العينة أن موقع التواصل الاجتماعي تفيدهم في الحصول على المعلومة الرياضية.
- أظهرت النتائج أن نسبة 69.2% من الطلبة الجامعيين يجدون أن المعلومة المستسقة من موقع التواصل الاجتماعي دقيقة.
- أغلبية الطلبة أكدوا بنسبة 54.2% بأن مدى استفادتهم من موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية هي بدرجة متوسطة.
- غالبية أفراد العينة أظهروا ثقتهم بنسبة 67.5% في المعلومات التي يحصلون عليها في موقع التواصل الاجتماعي.
- أغلب الطلبة الجامعيين يتحققون أحياناً من صحة المعلومة التي يستقونها من موقع التواصل الاجتماعي.
- أكدت أغلب أفراد العينة بنسبة 36.7% أن أكثر موقع التواصل الاجتماعي مصداقية من وجهة نظرهم هو الفيسبوك.
- غالبية الطلبة الجامعيين يفضلون الاعتماد على كل من المصادر التقليدية وموقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الرياضية.

## 2. النتائج في ضوء الفرضيات:

### • الفرضيات:

- يستخدم الطلبة الجامعيين الهاتف النقال لتصفح موقع التواصل الاجتماعي وبصفة دائمة خصوصاً موقع الفيسبوك وهذا لأكثر من 3 سنوات.
- يستغرق الطلبة الجامعيين أكثر من 3 ساعات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي وبالأكثـر في الليل.
- يقضي جل الطلبة أوقات تصفحهم لموقع التواصل الاجتماعي في الخارج.
- يعتمد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي لمواكبة التطورات العلمية وهذا لسهولة استخدامها.
- يجد الطلبة الجامعيين أن موقع التواصل الاجتماعي تفيدهم بدرجة عالية في الحصول على المعلومـة المطلوبة وبأكثر دقة.
- يثق الطلبة الجامعيين في المعلومات المستسقة من موقع التواصل الاجتماعي ولا يتأكدون من صحتها.
- يفضل أغلب الطلبة الجامعيين الجمع بين المصادر التقليدية وموقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومـة الرياضية.

### 3. نتائج المخـور الأول:

- يستخدم الطلبة الجامعيين الهاتف النقال لتصفح موقع التواصل الاجتماعي وبصفة دائمة خصوصاً موقع الفيسبوك وهذا لأكثر من 3 سنوات. وعليه الفرضية الأولى مـحقـقة.
- يستغرق الطلبة الجامعيين من ساعة إلى 3 ساعات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي وبالأكثـر في الليل. وعليه الفرضية الثانية غير مـحقـقة.
- يقضي جل الطلبة أوقات تصفحهم لموقع التواصل الاجتماعي في المنزل. وعليه الفرضية الثالثة غير مـحقـقة.

### 4. نتائج المخـور الثاني:

- يعتمد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي لمواكبة التطورات العلمية وهذا لسهولة استخدامها. وعليه الفرضية الرابعة مـحقـقة.

### 5. نتائج المخـور الثالث:

- أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة الجامعيين يستفيدون من موقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة في الحصول على المعلومـة المطلوبة ويجـدون أنها تقدم لهم معلومات دقيقة. وعليه فإن الفرضية الخامـسة لم تتحقق.

#### 6. نتائج المخور الرابع:

- أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة الجامعيين يثقون في المعلومات المستسقة من موقع التواصل الاجتماعي ولكنهم أحياناً يتذمرون من مدى صحتها. وعليه فإن الفرضية السادسة لم تتحقق.
- غالبية الطلبة الجامعيين يفضلون الاعتماد على كل من المصادر التقليدية وموقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الرياضية. وعليه الفرضية السابعة **مُحققة**.

#### خلاصة الفصل:

من خلال هذه الدراسة التطبيقية توصلنا إلى أن موقع التواصل الاجتماعي تشغله حيزاً كبيراً من وقت الطلبة الجامعيين محل الدراسة، وذلك لسهولة استخدامها ولما تمنحهم من إمكانية الوصول إلى المعلومات في كل وقت. فهم يثقون في المعلومة المستسقة منها ويجدون أنها تفيدهم بدرجة متوسطة إلى عالية.

ويجد الطلبة أن الجمع بين موقع التواصل الاجتماعي والمصادر التقليدية يمنحهم أفضل النتائج وهذا لكون هذه الأخيرة تتمتع بالمصداقية أكبر من موقع التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان.

# خاتمة

### خاتمة:

إن التغيرات الحاصلة جعلت مجال التنافسية يتحول من التنافس على الموارد الطبيعية التقليدية إلى التنافس على المعلومات والموارد المعرفية، فأصبحت المؤسسات الناجحة هي المؤسسات التي تمتلك أكبر كم من العلم والمعرفة مع التحكم الجيد فيهما.

ويعتبر تصميم وبناء نظم معلومات فعالة رهانا حتميا على المؤسسات التي تريد الدخول في مجال التنافسية على المعلومات، إذ يعد نظام المعلومات الفعال والتطور الآلية التي تتمكن من خالها المؤسسة من التحكم في المعلومات بدأها أو الحصول عليها وإلى غاية استغلالها.

تعد موقع التواصل الاجتماعي أكبر ثورة اجتاحت عالم التكنولوجيا منذ صدورها إلى غاية يومنا هذا نظرا لخصوصيتها وخدماتها المتنوعة كسهولة الوصول وتبادل المعلومات، إضافة لكونها لعبت دورا كبيرا في الصحوة الاجتماعية وكذلك حرية التعبير وفتح المجال لتبادل الآراء فأصبح من الصعب السيطرة على كمية المعلومات والأخبار، ومع مرور الوقت زادت قيمة موقع التواصل الاجتماعي حيث أصبحت من أهم الوسائل التي يستعين بها الطلبة والشباب في الحصول على المعلومات، وأصبحت مصدرا من مصادر المعلومات وقد حاولنا في دراستنا تقصي ومعرفة حقيقة اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع التواصل.

وقد خلصت دراستنا إلى أن الشباب الجامعي يعتمد على موقع التواصل بشكل كبير نظرا للخدمات التي توفرها ويزور الوسائل الجديدة التي تجاوزت الزمان والمكان، وأيضا سهولة ومجانية الحصول على الخبر لحظة وقوعه ومشاركته والتفاعل معه مع المستخدمين إضافة إلى الحرية الكبيرة في طرح المواضيع بعيدا عن الرقابة.

وفي الأخير يمكننا القول إن التطور الكبير في التكنولوجيا وما صاحبه من ثورات تقنية عززت بشكل كبير موقع التواصل كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات والمعلومة الرياضية بوجه أخص، وتعد هذه الدراسة إحدى حلقات البحث المتتالية لتوضيح العلاقة بين موقع التواصل واتجاهات الطلبة الجامعيين وكيفية الاعتماد وكذلك الاستفادة من المضامين المتنوعة لموقع التواصل الاجتماعي.

# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

### 1. الكتب باللغة العربية:

1. برهان محمد نور وغازي إبراهيم رحو، نظم المعلومات الحوسية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 1998.
2. البياتي ياس خضير، الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة". ط. 1، الإمارات المتحدة الأمريكية: دار البداية للنشر والتوزيع، 2014.
3. تيسير أو عرجا وآخرون، وسائل الإعلام "أدوات تعبير وتغيير". ط. 1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.
4. الجاسم جعفر، تكنولوجيا المعلومات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005.
5. حجاجحة علي خلف، اتخاذ القرارات الإدارية. عمان: دار قنديل للنشر والتوزيع، 2009.
6. حفناوي محمد يوسف، نظم المعلومات الحاسوبية. ط. 1، عمان: دار وائل للنشر، 2001.
7. الحميدي نجم عبد الله وآخرون، نظم المعلومات الإدارية -مدخل معاصر-. ط. 2، عمان: دار وائل للنشر، د.س.ن.
8. السالمي علاء وآخرون، أساسيات نظم المعلومات الإدارية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2005.
9. السيد إسماعيل محمد، نظم المعلومات لاتخاذ القرارات الإدارية. الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 1989.
10. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي". ط. 1، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2011.
11. الطائي محمد عبد الحسين ونعمه عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الاستراتيجية. ط. 1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
12. عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايسبوك. ط. 1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2010.
13. عصام صلاح مروي، الإعلام الإلكتروني "الأسس وآفاق المستقبل". ط. 1، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
14. عليان رحي مصطفى، إدارة المعرفة. ط. 1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008.

15. لوتشارد فلوريدى، المعلومات. تر. محمد سعد طنطاوى، ط. 1، مصر: مؤسسة هنداوى للتعليم والثقافة، 2014.
16. مبارك صلاح الدين عبد المنعم، اقتصاديات نظم المعلومات الحاسوبية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002.
17. المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية. ط. 1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2011.
18. مي عبد الله، الاتصال والديمقراطية. ط. 1، بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2005.
19. هتيمى حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. ط. 1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.
20. ولفرد لانكستر، نظم استرجاع المعلومات. تر. حشمت قاسم، مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1981.
2. أطروحات ومذكرات:
21. بلقيديم صباح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، أطروحة دكتوراه. جامعة قسنطينة: قسم علوم التسيير، 2013.
22. عياني سعاد، "أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفيسبوك — دراسة تحليلية للمنشورات الإلكترونية—"، مذكرة ماجستير. جامعة أم البوقي: قسم علوم الإعلام والاتصال، 2014.
23. مرمي مراد، "أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية دراسة حالة شركة CHIALI Profiplast بسطيف"، مذكرة ماجستير غير منشورة. جامعة سطيف: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2010.
24. مناصريه إسماعيل، "دور نظام المعلومات الإدارية في الرفع من فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية"، مذكرة ماجستير. جامعة المسيلة: تخصص علوم تجارية، 2004.

### 3. المجالات:

25.الديبيسي عبد الكريم علي وزهر ياسين الطاهات، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية. م. 4، ع. 1، 2013.

26.سراج عبد الله حمود، "أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة" ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ع. 4، 2015

27.سراج عبد الله حمود، "أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة" ، مجلة كلية سطيف للعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ع. 4، 2005

### 4. موقع إلكترونية:

28.نظيرية الاعتماد على وسائل الإعلام-ويكيبيديا [https://ar.m.wikipedia.org>wiki](https://ar.m.wikipedia.org/wiki) تصفح الموقع يوم: 14 أوت 2022، 14:52

29.نظيرية الاعتماد على وسائل الإعلام-موسوعة طب 21 تم تصفح الموقع يوم: 14 أوت 2022، <https://teb21.com>article>media> .17:11

# الملاحق

الملحق:

## الملحق رقم (01): استماراة الاستبيان

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

شعبة: إعلام واتصال



### استبيان أكاديمي

أخي الفاضل... أخي الفاضلة .... السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ..... .

أرجوا التكرم منكم بالاطلاع وتعبئة الاستبيان المرفق واختيار الإجابة التي تتناسب ووجهة نظركم حيث

أنماً أعددت بغرض إعداد بحث علمي أكاديمي حول "موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية لدى

الطلبة الجامعيين بجامعة غرداية" ، وذلك استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر تخصص إعلام واتصال بكلية

العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة غرداية.

وشكرًا لكم على حسن تعاونكم.

تحت إشراف الأستاذ: الحاج اعمير ابراهيم

من إعداد الطلبة:

- بن مزوز نصر الدين

- كلالي خي الأمير عبد القادر

يرجى الإجابة بوضع علامة X في الخانة المناسبة

البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر  أنثى

2. العمر: أقل من 20  أكثر من 20

3. المؤهل العلمي: ليسانس  ماستر

**المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية:**

1. هل تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟

دائمًا  غالباً  أحياناً  نادراً

2. من أين تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟

المنزل  مقهى الانترنت  مكان العمل  في الخارج

3. ما هي الأوقات التي تفضل فيها استخدام موقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على المعلومة الرياضية؟

صباحاً  زوالاً  مساءاً  ليلاً

4. ما هو الجهاز الذي تستخدمه؟

الحاسوب  الهاتف النقال  اللوح الالكتروني

5. كم الوقت الذي تقضيه في التصفح؟

ساعة  من ساعة إلى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات

6. متى تستخدم موقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من عام  من عام إلى ثلاث سنوات  أكثر من ثلاث سنوات

7. ما هي أفضل وأسهل موقع التواصل الاجتماعي استخداماً للحصول على المعلومة الرياضية؟

فيسبوك  تويتر  يوتيوب  إنستغرام

**المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي**

1. هل تعتمد على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟

نعم  لا

2. لماذا تستخدم موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟

للاطلاع ومواكبة التطورات العلمية  تبادل المعلومة الرياضية  مصدر للمعلومة الرياضية

3. ما هي الخصائص التي جعلتك تعتمد على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟

الآنية  المصداقية  الموضوعية  العمق والشمول  سهولة الاستخدام

**المحور الثالث: الإشاعات المُحقة من استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة**

**الرياضية:**

1. هل تفيد موقع المعلومات التواصل الاجتماعي في حصولك على المعلومة الرياضية؟

نعم  لا  أحياناً

2. هل تجد أن المعلومة الرياضية التي تستقيها من موقع التواصل الاجتماعية دقيقة؟

نعم  لا

3. ما مدى استفادتك من موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية؟

درجة عالية     درجة متوسطة     درجة منخفضة

المحور الرابع: ثقة الطلبة الجامعيين في موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية:

1. هل تثق في المعلومة الرياضية التي تستقىها من موقع التواصل الاجتماعي؟

لا     نعم

2. هل تقوم بالتدقيق في المعلومة الرياضية التي تتطلع إليها عبر موقع التواصل الاجتماعي؟

أحياناً     لا     نعم

3. ما هي أكثر موقع التواصل الاجتماعي مصداقية للاعتماد عليها للحصول على المعلومة الرياضية؟

فيسبوك     تويتر     يوتيوب     إنستغرام

4. ما هي أفضل طريقة للحصول على المعلومة الرياضية من وجهة نظرك؟

المعلومات التقليدية     موقع التواصل الاجتماعي     كل المصادر

# الملاخص

### ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، وذلك بهدف معرفة مدى اعتماد الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الرياضية وكذا الإشاعات المخالفة من هذا الاستخدام، ومن أجل ذلك أجريت دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غردية، وقد اعتمدت الدراسة على استمرار الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات كونه الأكثر فاعلية في البحوث الوصفية.

وقد توصلت الدراسة بجملة من النتائج أهمها أن الطلبة يعتبرون موقع التواصل الاجتماعي مصدرًا مهمًا لاستقاء الأخبار والتزود بالمعلومات، غير أنهم لم يستغنوا عن الوسائل التقليدية كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل التواصل الاجتماعي، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الطلبة، المعلومة الرياضية، الإشاعات، الوسائل التقليدية.

### Résumé de l'étude :

Cette étude portait sur la question des sites de réseautage social comme source d'information sportive pour les étudiants universitaires, dans le but de savoir dans quelle mesure les étudiants universitaires comptent sur les sites de réseautage social comme source d'information sportive, ainsi que les gratifications obtenues à partir de L'étude s'est appuyée sur le questionnaire comme outil d'obtention d'informations, car c'est le plus efficace dans la recherche descriptive.

L'étude a atteint un certain nombre de résultats, dont le plus important est que les étudiants considèrent les sites de réseautage social comme une source importante de nouvelles et d'informations, mais ils n'ont pas renoncé aux moyens traditionnels comme source pour obtenir des nouvelles et des informations.

**Mots clés :** Médias sociaux, théorie de la dépendance aux médias, étudiants, information sportive, gratification, moyens traditionnels.