

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



دور الوسائط الجديدة في تعزيز الثقافة المعلوماتية

(دراسة تحليلية لصفحة A-rticle)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال جماهيري ووسائط
جديدة

تحت إشراف الأستاذ(ة): د.

* د. واضح خضرة

من إعداد الطالبتين:

* بن قويدر سارة

* ميهوبي مسعودة

لجنة المناقشة

الأستاذ	الرتبة	الصفة
د. براردي نعيمة	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
د. واضح خضرة	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا
د. زاحي حليلة	أستاذ محاضر - أ -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

{من صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى

تروا أنكم كافأتموه} (رواه بوداود)

فالحمد لله على نعمة العقل والدين تثنى ثناءً حسن على من أعاننا من قريب

وبعيد وساعدنا في مجال البحث العلمي، وأخصّ بالذكر الأستاذة الشرفة:

د. واضح خضرة التي ساعدتنا في تجميع المادة البحثية ولتوجيهاتها ونصائحها

القيمة فجزاها الله كل خير.

ولا ننسى أن نتقدم بجزيل الشكر إلى كل موظفي جامعة التكوين المتواصل وكل

من مدوا يد العون والمساعدة في إخراج هذه الدراسة على أكمل وجه.



إهداء

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا
محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم، أما بعد:

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضى والحمد
لله الذي بنعمته تتم الصالحات

الحمد لله الذي وفقني وأعاني على إنجاز هذا العمل بعد جهد وعناء
أهدي ثمرة جهدي إلى أعز الناس على قلبي إلى من رافقاني طوال مسيرتي الدراسية
إلى سندي في هذه الحياة إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى والدي الغالي حفظه الله
وإلى أُمي الحنون حفظها الله ورعاها

إلى إخوتي وأخواتي

وإلى كل من جمعتني بهم أسوار هذه الجامعة وتشاركت معهم مقاعدها
وإلى كل من وقف إلى جانبي وكان سنداً لي يوماً ما

... سارة بن قويدر

2026

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد
عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم، أما بعد:

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضى والحمد لله
الذي بنعمته تتم الصالحات

الحمد لله الذي وفقني وأعاني على إنجاز هذا العمل بعد جهد وعناء .
أهدي ثمرة جهدي إلى أعز الناس على قلبي إلى من رافقاني طوال مسيرتي الدراسية
إلى سندي في هذه الحياة إلى من أحمل إسمه بكل فخر إلى والدي الغالي "عبد الحميد"
حفظه الله

إلى حبيبتي وجنتي أُمي الحنون "وردة" حفظها الله ورعاها

إلى إخوتي "وداد، إبتسام، راوية، صفاء، عائشة، مروة"

إلى أخي الغالي "عبد القادر"

إلى أبناء أخواتي كل بإسمه

إلى صديقاتي رفيقاتي دربي كل بإسمه

وإلى كل من وقف إلى جانبي وكان سنداً لي يوماً ما.

... مسعودة مهوبي

2026

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى إبراز دور الوسائط الجديدة في تعزيز الثقافة المعلوماتية، ذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس: إلى أي مدى تعكس مضامين صفحة **A-rticle** معايير الثقافة المعلوماتية من حيث مصداقية المصادر وأساليب المعالجة العلمية للمعلومات؟ وقد اعتمدنا في الإجابة عن هذا التساؤل على المنهج الوصفي التحليلي الذي يناسب موضوع الدراسة، كما اعتمدنا على استمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، من خلال عينة قصدية مكونة من مئة (100) منشور علمي، وقد أسفرت النتائج عن:

- أن الصفحة تعتمد بشكل كبير على اللغة العربية في نشر محتواها، مع حضور محدود للمزيج اللغوي.
- أن محتوى الصفحة يتمحور أساساً حول أخبار التعليم العالي والبحث العلمي وإعلانات الملتقيات والمؤتمرات.
- أن الأسلوب السردى والتجميعي هما الأكثر استخداماً في عرض المحتوى.
- أن العناصر التفاعلية تستخدم بشكل محدود، مع وجود نسبة معتبرة من المنشورات التي تخلو من أي عناصر تفاعلية.
- أن الجمهور المستهدف يتمثل أساساً في الطلبة والأساتذة والباحثين داخل الوسط الجامعي، مع ضعف في استهداف الجمهور العام.
- أن التفاعل في الصفحة يبقى محدوداً ومتوسطاً، ويغلب عليه الطابع الإيجابي.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الجديدة، الثقافة المعلوماتية، صفحة **A-rticle**.

Abstract:

This study aims to highlight the role of new media in promoting information literacy. It was conducted to answer the main research question: To what extent do the contents of the A-ricle page reflect information literacy standards in terms of source credibility and scientific methods of information processing? We adopted a descriptive-analytical approach, suitable for the nature of our study, and used a content analysis form as a data collection tool. A purposive sample of (100) scientific publications was analyzed. The results revealed the following:

- The study showed that the page relies heavily on Arabic for its content, with limited use of mixed languages.

- The results indicated that the page's content primarily focuses on higher education and scientific research news, as well as announcements of conferences and symposia.

- The study revealed that narrative and compilation styles are the most frequently used in presenting the content.

- The results showed that interactive elements are used to a limited extent, with a significant percentage of publications lacking any interactive elements. The results showed that the target audience consisted primarily of students, professors, and researchers within the university environment, with limited reach to the general public.

The results also showed that interaction on the page remained limited to moderate levels, and was predominantly positive.

Keywords: New media, information literacy, A-article page



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

	شكر وعرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
أ-ب	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
4	1. الإشكالية
6	2. فرضيات الدراسة
6	3. أهمية الدراسة
7	4. أهداف الدراسة
8	5. تحديد المفاهيم والمصطلحات الاجرائية
9	6. نوع الدراسة و منهجها
11	7. مجتمع وعينة الدراسة
12	8. المقاربة النظرية.
17	9. الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
30	تمهيد:
31	المبحث الأول: ماهية الوسائط الجديدة
31	المطلب الأول: مفهوم الوسائط الجديدة لغة، اصطلاحا
32	المطاب الثاني: أنواع الوسائط الجديدة
35	المطلب الثالث: خصائص الوسائط الجديدة
39	المبحث الثاني: الثقافة المعلوماتية
39	المطلب الأول: ماهية الثقافة المعلوماتية
43	المطلب الثاني: نشأة الثقافة المعلوماتية
44	المطلب الثالث: عناصر الثقافة المعلوماتية
45	المطلب الرابع: أهمية الثقافة المعلوماتية
47	المبحث الثالث: العلاقة بين الوسائط الجديدة والثقافة المعلوماتية

47	المطلب الأول: مساهمة الوسائط الجديدة في تعزيز مهارات البحث والوصول إلى المعلومات
48	المطلب الثاني: دور الوسائط الجديدة في نشر الوعي المعلوماتي
49	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع : الإطار التطبيقي
51	أولا: معلومات خاصة بالصفحة
54	ثانيا: التحليل الكمي لفئة الشكل
59	ثالثا: فئات المضمون
72	النتائج
75	5. الخاتمة
77	6. قائمة المصادر و المراجع
	7. الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
52	يمثل تاريخ نشر المحتوى	01
53	يمثل نوع المنشور	02
54	يمثل اللغة المستعملة	03
55	يمثل العناصر التفاعلية	04
56	يمثل وجود روابط	05
57	يمثل جودة المحتوى البصري	06
58	يمثل طريقة العرض	07
59	يمثل فئة المواضيع	08
61	يمثل مصادر المعلومات ودرجة توثيقها	09
62	يمثل اتجاه المحتوى	10
63	يمثل اتجاه العرض	11
64	يمثل الجمهور المستهدف	12
65	يمثل عدد الإعجابات بالمنشور	13
66	يمثل عدد التعليقات	14
67	يمثل عدد المشاركة للمنشور	15
68	يمثل طبيعة التعليقات	16

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
52	يمثل الصفحة الرسمية	01
53	يمثل تاريخ نشر المحتوى	02
55	يمثل نوع المنشور	03
56	يمثل اللغة المستعملة	04
57	يمثل العناصر التفاعلية	05
58	يمثل وجود روابط	06
59	يمثل جودة المحتوى البصري	07
60	يمثل طريقة العرض	08
61	يمثل فئة المواضيع	09
63	يمثل مصادر المعلومات	10
64	يمثل اتجاه المحتوى	11
65	يمثل اتجاه العرض	12
66	يمثل الجمهور المستهدف	13
67	يمثل عدد الإعجابات بالمنشور	14
68	يمثل عدد التعليقات	15
68	يمثل عدد المشاركة للمنشور	16
70	يمثل طبيعة التعليقات	17

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورا تكنولوجيا واتصاليا متسارعا أدى إلى ظهور ما يعرف بالوسائط الجديدة، التي أصبحت من أبرز مظاهر الثورة الرقمية الحديثة وأكثرها تأثيرا في مختلف مجالات الحياة، حيث غيرت هذه الوسائط طبيعة الاتصال والتفاعل بين الأفراد، وأصبحت وسيلة أساسية لتبادل المعلومات والمعارف والأفكار، خاصة مع الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية المختلفة. ولم يعد دور الوسائط الجديدة يقتصر على الترفيه والتواصل فقط، بل تعدى ذلك ليشمل الجوانب التعليمية والثقافية والمعرفية، مما جعلها أداة فعالة في تنمية الوعي والمعرفة لدى الأفراد.

وتتميز الوسائط الجديدة بمجموعة من الخصائص التي جعلتها أكثر جاذبية وانتشارا، من بينها التفاعلية، السرعة، الآنية، سهولة الوصول إلى المعلومات، وإمكانية المشاركة والتبادل المعرفي دون قيود زمانية أو مكانية، وقد ساهم هذا التطور في إحداث تغييرات عميقة في أنماط اكتساب المعرفة وطرق البحث عن المعلومات، حيث أصبح الفرد يعتمد بشكل كبير على الوسائط الرقمية في الحصول على الأخبار والمعارف والبيانات المختلفة.

وفي ظل هذا الانفجار المعرفي والتدفق الهائل للمعلومات برز مفهوم الثقافة المعلوماتية باعتباره من المفاهيم الحديثة التي تعكس قدرة الفرد على الوصول إلى المعلومات وتحليلها وتقييمها واستخدامها بطريقة صحيحة وفعالة، فالثقافة المعلوماتية لم تعد مجرد القدرة على القراءة والكتابة، بل أصبحت تشمل مهارات البحث عن المعلومات، واختيار المصادر الموثوقة، والتعامل الواعي مع المحتوى الرقمي، إضافة إلى القدرة على توظيف المعلومات في حل المشكلات واتخاذ القرارات.

كما تعد فئة الشباب الجامعي من أكثر الفئات استخداما للوسائط الجديدة، نظرا لارتباطها الوثيق بالدراسة والبحث العلمي والتواصل الاجتماعي، الأمر الذي يجعل لهذه الوسائط دورا مهما في تعزيز ثقافتهم المعلوماتية وتنمية معارفهم ومهاراتهم الفكرية والتكنولوجية، غير أن هذا الاستخدام قد يحمل في الوقت نفسه بعض التحديات والمخاطر المرتبطة بانتشار المعلومات المضللة وضعف الوعي النقدي في التعامل مع المحتوى الرقمي، مما يفرض ضرورة توجيه الاستخدام نحو الاستفادة الإيجابية والواعية.

وعليه ارتأينا تسليط الضوء على أهمية الوسائط الجديدة في نشر المعرفة وتطوير الوعي المعلوماتي، والكشف عن مدى مساهمتها في تنمية مهارات البحث والتعلم والتواصل لدى الأفراد، خاصة في الوسط الجامعي، إضافة إلى إبراز إيجابياتها والتحديات المرتبطة باستخدامها في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة

ومن أجل ذلك قمنا بتقسيم بحثنا على الشكل التالي:

الفصل الأول: تطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي للدراسة.

الفصل الثاني: سلطنا فيه الضوء على الإطار النظري للدراسة.

الفصل الثالث: والذي قمنا فيه بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1. الإشكالية

2. فرضيات الدراسة

3. أهمية الدراسة

4. أهداف الدراسة

5. تحديد المفاهيم والمصطلحات الإجرائية

6. نوع الدراسة ومنهجها

7. مجتمع الدراسة ومنهجها

8. المقاربة النظرية

9. الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

لقد عرف العالم خلال العقود الأخيرة تحولات متسارعة وعميقة، تجلّت بوضوح في تطور الوسائط الجديدة، وفي مقدماتها شبكات التواصل الاجتماعي، والمنصات الرقمية، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، والتطبيقات الذكية. وقد أصبحت تمثل هذه الوسائط ركائز أساسية في منظومة إنتاج وتداول المعلومات في العصر الرقمي الراهن، إذ أسهمت في إتاحة الوصول السريع إلى محتوى متنوع ومتعدد المصادر، كما وفّرت للمستخدمين إمكانيات واسعة للتفاعل والمشاركة، مما أعاد تشكيل أنماط الاتصال التقليدية وكرّس نموذجًا تواصلًا أكثر ديناميكية وتشاركية.

وتُعد الثقافة المعلوماتية في العصر الراهن الركيزة الأساسية في بناء مجتمعات المعرفة، إذا لا يكمن التحدي في الوصول إلى المعلومة بقدر ما يكمن في كيفية التعامل العقلاني معها، كما لا تقتصر على امتلاك المهارات التقنية فحسب، بل تتجاوز ذلك إلى تنمية القدرات النقدية والتحليلية التي تساعد الفرد على فرز المعلومات وتقييمها داخل الفضاءات الرقمية المليئة بالبيانات المتدفقة، وهو ما أكدّه القحطاني بالقول: "أن الثقافة المعلوماتية هي مزيج من القيم والمواقف والسلوكيات والمعرفة والمهارات التي تؤدي إلى الاستخدام الذكي للمعلومات، وتساهم في نشر المعلومات واستخدامها بالشكل الصحيح". (القحطاني، 2020، ص 12)

غير أن تنظيم البيانات وتحليلها وتفسيرها داخل البيئات الرقمية يقتضي القدرة على المعالجة العلمية للمحتوى الرقمي المعلوماتي من أجل ضمان جودة المحتوى وموثوقيته وقابليته للاستخدام، وهذا بالاعتماد على تقنيات تحليل البيانات، وعمليات التصنيف للمواضيع وإعادة هيكلتها بما يتوافق مع احتياجات المستخدمين، بالإضافة إلى عمليات التحقق من المصادر، وتنقية المعلومات من الأخطاء أو التحيزات، لذا تبرز أهمية المعالجة العلمية في تطوير المعرفة، وضمان صحة وموثوقية المعلومات المتداولة، وبذلك تشكل المعالجة العلمية للمحتوى الرقمي المعلوماتي ركيزة أساسية في بناء بيئة رقمية موثوقة.

وعلى غرار كل الدول برزت صفحات رقمية متخصصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل صفحة A-rticle في الجزائر التي تهتم بنشر المعلومات العلمية، حيث تلعب هذه الصفحة دورًا محوريًا في توجيه التدفق المعلوماتي وتبسيطه، ومع ذلك يظل التساؤل المطروح حول مدى نجاعة وفاعلية هذا المحتوى الرقمي في بناء وعي معلوماتي حقيقي لدى النخب الأكاديمية، وإن كانت الفاعلية الحقيقية لهذه الصفحة تُقاس بعدد المتابعين أو

الفصل الأول: الإطار المنهجي

التفاعلات اللحظية، أم بقدرتها على الفحص والتدقيق في المصادر، بدلاً من الاعتماد الكلي على ما تقوم بفرزه وتصنيفه خوارزميات الصفحة من محتوى جاهز.

وانطلاقاً مما سبق ذكره فإن دراستنا هذه تسعى إلى تحليل محتوى صفحة A-rticle على فيسبوك من أجل الوقوف على طبيعة المضامين المقدمة من طرف هذه الصفحة، وكذا مدى اعتمادها على مصادر موثوقة وكيفية تقديمها للمعلومة.

وعليه تتضح معالم الإشكالية الرئيسية لموضوع دراستنا كالآتي:

إلى أي مدى تعكس مضامين صفحة A-rticle معايير الثقافة المعلوماتية من حيث مصداقية المصادر وأساليب المعالجة العلمية للمعلومات؟

ومنه تتفرع التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى إلزام صفحة A-rticle بمعايير الثقافة المعلوماتية من حيث الاعتماد على مصادر معلومات موثوقة؟

- هل تُسهم المضامين المنشورة على صفحة A-rticle في تعزيز مهارات البحث والتفكير النقدي لدى النخب الأكاديمية؟

- ما هي أساليب المعالجة العلمية التي تعتمد عليها صفحة A-rticle لتعزيز الوعي المعلوماتي لدى المتابعين؟

2- فرضيات الدراسة

1-2 الفرضية الرئيسية

- تسهم صفحة A-rticle في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى النخب الأكاديمية من خلال طبيعة المضامين وأساليب المعالجة المعتمدة.

2-2 الفرضيات الجزئية:

انطلاقاً من إشكالية الدراسة يمكن صياغة الفرضيات على النحو الآتي:

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- تلتزم صفحة A-article بمعايير الثقافة المعلوماتية من حيث الاعتماد على مصادر معلومات موثوقة .
- تُسهم المضامين المنشورة على صفحة A-article في تعزيز مهارات البحث والتفكير النقدي لدى النخب الأكاديمية .
- تعتمد صفحة A-article أساليب معالجة علمية للمعلومات (توثيق، تحليل، تبسيط المفاهيم) تعزز الوعي المعلوماتي لدى المتابعين .

3- أهمية الدراسة:

1-3 من الناحية العلمية:

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال مساهمتها في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بموضوع الثقافة المعلوماتية في البيئة الرقمية، خاصة في ظل التطور المتسارع للوسائط الرقمية الجديدة، فهي تسعى إلى تعميق الفهم العلمي لدور المنصات الرقمية في تنمية الوعي المعلوماتي لدى النخب الأكاديمية، عبر تحليل مضامين المحتوى المنشور وطبيعة معالجته للمعلومات، كما يمكن أن تسهم في توضيح العلاقة بين الوسائط الجديدة والثقافة المعلوماتية، من خلال الكشف عن الكيفية التي يمكن أن تسهم بها المنصات الرقمية في دعم التفكير الثقافي، وتطوير مهارات البحث، وتقييم المعلومات، وهو ما يساعد في بناء تصور علمي متكامل حول استخدام الوسائط الرقمية في تعزيز المعرفة .

2-3 من الناحية العملية (التطبيقية):

أما من الناحية التطبيقية، فتتجلى أهمية هذه الدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها في تحسين الممارسات الاتصالية والإعلامية على المنصات الرقمية المتخصصة، وذلك من خلال إبراز الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه المنصات في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى المستخدمين، كما يمكن أن تفيد نتائج الدراسة القائمين على إدارة المحتوى الرقمي في تطوير استراتيجيات نشر المعلومات، والاعتماد على مصادر موثوقة، وتشجيع التفكير النقدي لدى الجمهور، كما يمكن أن تسهم في إثراء المكتبة الجامعية واستفادة الطلبة منها واعتمادها كدراسة سابقة في لبحوث المستقبلية .

4- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحليل طبيعة المضامين المنشورة على صفحة A-rticle.
- الكشف عن مدى اعتماد الصفحة على مصادر معلومات موثوقة .
- التعرف على أساليب المعالجة العلمية للمعلومات داخل الصفحة .
- قياس مدى مساهمة محتوى الصفحة في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى النخب الأكاديمية .
- إبراز دور الوسائط الجديدة في دعم التفكير النقدي والوعي المعلوماتي لدى المتابعين .

5- تحديد المفاهيم والمصطلحات الإجرائية

5-1 الوسائط الجديدة:

5-1-1 لغة: الوسيط هو " المتوسط بين المتخصصين وهو المتوسط بين المتبايعين أو المتعاملين وأيضا هو: المعتدل بين شيئين. وفي اللغة الإنجليزية أصل المصطلح هو كلمة Medium التي تعني وسيط ، وجمعها هي كلمة Media التي تعني الوسائط، بينما في اللغة الفرنسية فقد تم استعارة هذه الكلمة واستخدامها لتصبح كلمة Media مفردة وجمعها هي كلمة Medias¹.

5-1-2 اصطلاحا: الوسائط في لغة الاتصالات هي شيء يسهل نقل شيء(الكلمات والصور والأصوات) من مصدر واحد (عادة ما يكون المرسل) إلى مصدر آخر (عادة ما يكون المتلقي)².

إجرائيا: نقصد بالوسائط الجديدة في دراستنا الحالية أنها المنصات الرقمية والتطبيقات الإلكترونية التي تتيح إنتاج المعلومات ونشرها وتداولها والتفاعل معها عبر الإنترنت، ممثلة في صفحة **A-rticle** الموجهة للنخب الأكاديمية .

¹ - بوزيفي وهيبة، قاسيمي أمال، الصورة (النص البصري) في عصر الوسائط الجديدة... الخصائص والأنواع، المجلة الجزائرية للاتصال، مج18، ع02، ص105.

² - مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005، ص 1031.

5-2 الثقافة المعلوماتية

الثقافة: يُعرف ابن خلدون الثقافة بأنها: "ال عمران الذي هو من صنع الإنسان بما قام به من جهدٍ وفكر ونشاط ليسد به النقص بين طبيعته الأولى وخاصةً في بيئته حتى يعيش معيشة عامرة زاخرة بالأدوات والصناع".¹

المعلومات: تُعرّف على أنّها "البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعًا للفرد مستقبلها والتي لها قيمة محركة في الاستخدام الحالي أو الموقع في القرارات التي يتم اتخاذها".²

ونقصد بها في دراستنا قدرة الفرد على البحث عن المعلومات، وتقييم مصادرها، وتحليلها، واستخدامها بوعي ونقد، ويقاس ذلك من خلال طبيعة المضامين المنشورة ومدى اعتمادها على مصادر موثوقة، وأساليب عرض المعلومات وتحليلها.

5-3 صفحة A-article :

هي منصة رقمية متخصصة في نشر المحتوى العلمي والأكاديمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويتم تحليلها في هذه الدراسة من حيث نوعية المضامين المنشورة، وطرق تقديم المعلومات، ومدى التزامها بمعايير الثقافة المعلوماتية.

6- نوع الدراسة ومنهجها:

6-1 المنهج لغة: يُعرّف "المنهج" في اللغة العربية بأنه الطريق الواضح أو السبيل البين الذي يُسلك للوصول إلى غاية معينة. وقد ورد هذا المعنى في معاجم اللغة، حيث جاء في لسان العرب لابن منظور أن:

"المنهج هو الطريق الواضح، ونهج الطريق أي سلكه وبينه"³

كما ورد في المعجم الوسيط الصادر عن مجمع اللغة العربية بالقاهرة أن المنهج هو: "الطريق الواضح المستقيم"⁴

1- خالد محمد أبو شعيرة، وثائق أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، ط1، مكتبة المجمع الغربي، عمان، 1436هـ/ 2015م، ص118.

2- إسماعيل محمد السيد، نظم المعلومات لاتخاذ القرارات الإدارية، المكتب العربي الحديث، مصر، ص 57.

3- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ج 2، ص 383.

4- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، القاهرة، ط4، 2004، ص 1003.

6-2 المنهج اصطلاحاً

يعرف المنهج اصطلاحاً بأنه مجموعة من القواعد والخطوات المنظمة التي يتبعها الباحث من أجل دراسة ظاهرة معينة والوصول إلى نتائج علمية دقيقة. وينظر إليه باعتباره الأسلوب العلمي الذي يوجه التفكير ويضبط عملية البحث.

فقد عرّفه موريس أنجرس في كتابه منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية بأنه: "مجموعة من الإجراءات والخطوات المنظمة التي يعتمد عليها الباحث لدراسة ظاهرة أو مشكلة معينة بهدف الوصول إلى نتائج محددة" وهو "الطريقة أو الخطة التي يعتمد عليها الباحث لتنظيم أفكاره وتحليل معطياته من أجل بلوغ معرفة علمية دقيقة".¹

يعتبر المنهج الخطوة الرئيسة في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية؛ فالمنهج يعرف على أنه الطريق المؤدي إلى المعرفة الصحيحة.²

للإجابة عن إشكالية البحث ونظراً لأهمية الدراسة وطبيعة موضوع ولإلزام بأهم جوانبه اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي لكونه الأنسب لجمع المعلومات حول الموضوع الدراسة.

7- مجتمعات وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث بأنه: "المجتمع الذي يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة ويتكون مجتمع الدراسة عادة من عناصر ومفردات".³

وعليه، ومن خلال موضوع دراستنا الموسوم بـ "دور الوسائط الجديدة في تعزيز الثقافة المعلوماتية"، فقد تم اختيار مجتمع البحث ليمثل في 119 منشور من المنشورات والمضامين المنشورة عبر صفحة "Article" الخاصة بالبحث العلمي على منصة فيسبوك، باعتبارها وسيطاً رقمياً يساهم في نشر المعرفة وتعزيز الثقافة المعلوماتية.

7-1 العينة:

¹ - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 35.

² - محي الدين مختار، الاتجاهات النظرية والتطبيقية لمنهجية العلوم الاجتماعية، ط1، دار المنشورات الجامعة - باتنة، 1999، ص 7. (بتصرف).

³ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب مصر 2000، ص 130.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

يعرفها محمد عبد الباسط: "عبارة عن عدد محدود من مفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".¹

وقد تكونت عينة الدراسة من أحد عشر (11) منشورًا، تم اختيارها باستخدام أسلوب العينة القصدية، والذي يُعد من الأساليب غير الاحتمالية التي يعتمد فيها الباحث على انتقاء المفردات الأكثر ارتباطًا بموضوع الدراسة. وقد تمثلت هذه العينة في المنشورات المرتبطة بمجال البحث العلمي، والمنشورة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 29 مارس 2026 إلى 16 أبريل 2026.

ويعود اختيار هذه الفترة إلى كونها تمثل إطارًا زمنيًا محددًا يسمح برصد وتحليل مضمون المنشورات بشكل دقيق، كما تم انتقاء هذه العينة لملاءمتها لموضوع الدراسة وارتباطها المباشر بأهداف البحث، مما يساهم في تحقيق نتائج أكثر دقة وموضوعية.

8- المقاربة النظرية:

إنّ نظرية ثراء الوسيلة من أبرز النظريات الحديثة في مجال الاتصال التنظيمي، حيث ظهرت في إطار دراسة فعالية وسائل الاتصال داخل المنظمات. وقد طوّر هذه النظرية كل من ريتشارد دافت وروبرت لينجل في ثمانينيات القرن العشرين، بهدف تفسير كيفية اختيار الأفراد لوسائل الاتصال المناسبة وفقًا لطبيعة المعلومات المراد نقلها. وتكتسي هذه النظرية أهمية خاصة في ظل التطور التكنولوجي المتسارع وظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث تعددت الوسائط الرقمية وأصبح اختيار الوسيلة الأنسب عاملاً حاسماً في تحقيق فعالية الاتصال، خاصة في البيئات التعليمية والتنظيمية.

8-1 تعريف نظرية ثراء الوسيلة:

نظرية ثراء وسائل الإعلام تشير إلى أن "الاتصال المباشر هو الوسيلة الأكثر ثراءً وفعالية في تقليل الالتباس الذي يمكن أن يحدث في عملية الاتصال"، لذلك فهو شكل اتصالي أعلى ثراءً من غيره فيما يتعلق بالرسائل الإعلامية ذات المحتوى المعرفي الكثيف خاصة تلك التي تحتوي على أقسام ومساحات تنظيمية، لذلك فإن

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع نفسه، ص 130.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الوسائط الإعلامية التي تستخدم التقنية الالكترونية تحتل مكانها بين طرفين هما الاتصال المباشر وجها لوجه ووسائل الاتصال الورقية، وذلك اعتمادا على قدرتها في حمل الإشارات الغير لفظية وسرعة نقل رجوع الصدى وإمكانية نقل السمات الشخصية للمرسل بشكل واضح بالإضافة إلى دعمها استخدام اللغة المبسطة.

بنيت نظرية ثراء وسائل الإعلام حول فرضية مركزية، فرضية ثراء وسائل الإعلام والتي تنص على أن وسائل الاتصال المختلفة تمتلك درجات مختلفة من سمة تسمى الثراء مما يجعلها أكثر أو أقل قنوات فعالة للمعلومات والمعرفة.¹

8-2 فروض النظرية:

تفترض النظرية أن مستوى الأداء الوظيفي، أو المهني في المهام التي يكتنفها الغموض يتحسن عندما يستخدم الناس وسائل أغنى والعكس صحيح فعندما القيام بالمهام الواضحة الغير غامضة فإن الناس يستخدمون وسائل أقل ثراء.

تفترض نظرية ثراء وسائل الإعلام أن وسائل الإعلام تتنوع بناءا على ثراءها وقدرتها في الحصول على المعلومة ، كما يعتمد ذلك أيضا على قدرات القائمين في تسهيل الاستخدام ضمن فترة زمنية معينة، كما أكدت النظرية أن هناك أربع عوامل تبين تأثير ثراء وسائل الإعلام وهي قدرة الوسيلة على نقل إشارات متعددة مثل نبرة الصوت الإيماءات التغذية الراجعة الفورية تنوع اللغة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، وان المستخدمين يتمكنون من التواصل بسرعة أكبر وفهم أكثر للرسائل الغامضة، وأن استخدام الوسائل الأكثر ثراء يؤدي إلى أداء أفضل ، وتؤكد نظرية ثراء وسائل الإعلام بأنها نظرية استخدام وسائل الإعلام، وليس اختيار وسائل الإعلام وأن كل وسائل الإعلام يجب أن تكون تحب أي ظروف أكثر فعالية.²

وتتلخص فروض النظرية في الآتي:

¹ - Ned Kock ، “Media Richness Theory and Theories of Communication”, 2005, p.117.

² - القاسمي، محمد، نظرية ثراء وسائل الإعلام واستخداماتها في الاتصال الرقمي، دار النشر العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2016، ص 17-

الفصل الأول: الإطار المنهجي

إن المزيد من رجوع الصدى والإشارات تزيد من ثراء وسائل الإعلام: فامتلاك الوسيلة لأدوات تتيح للمستقبل أن يرسل ردود فعله وتعليقاته إلى المرسل يعتبر من عوامل ثراء الوسيلة لأنه يتيح إمكانية إزالة أي التباس في المعلومات المرسله والوصول إلى الوضوح في استقبال الرسالة بشكل صحي.

يؤدي استخدام الوسائط الأكثر ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الملتبسة بينما سيؤدي استخدام الوسائط الأقل ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الأقل غموضاً: وهذه النقطة تركز على أهمية ثراء الوسيلة فيما يتعلق بطبيعة المعلومات التي يتم إرسالها فكلما كانت الرسالة بحاجة إلى توضيح ونقاش بين المرسل والمستقبل كان إرسالها بالوسائط الإعلامية الأكثر ثراءً ضروري على عكس بعض المعلومات الواضحة والغير غامضة التي يمكن إرسالها بطرق أقل ثراءً حيث تتميز الرسالة بالبساطة والوضوح وذلك يرتبط بمجموعة من المتغيرات المشتركة بين المرسل والمستقبل وفي نظرية ثراء وسائل الإعلام يناقش (دافت) ولينجل خمسة عوامل أساسية ذات صلة بالمهام التي قد تؤثر على الأداء:

- الالتباس
- عدم اليقين
- الروتين
- التعقيد.
- والمحتوى العاطفي.

ويذكر (آلان وسوزن (1998) أنه تم وصف مبدأ عدم المساواة وعدم اليقين في البداية كعاملين مختلفين، حيث تم حذف عدم اليقين في الدراسات اللاحقة. وتم استخدام العوامل الثلاثة الأخرى في بعض الأحيان بالتبادل مع الالتباس. نحن لا نتفق بالضرورة على أن جميع المهام يمكن تصنيفها بشكل واضح على طول هذه الأبعاد (على سبيل المثال، أنها لا تقدم أي مخصصات للمهام الروتينية المعقدة أو المهام غير الضرورية، والمهام البسيطة)، كما أننا لا نتفق بالضرورة على أن اللامبالاة، والتعقيد، وعدم الخضوع، والانفعالية العالية مترادفة قد تكون خصائص مهمة متداخلة بشكل متكرر.

3-8 الانتقادات الموجهة لنظرية ثراء الوسيلة

(35) تعرضت نظرية ثراء الوسيلة إلى العديد من الانتقادات من بينها:¹

1 - محاولة تجاهل طبيعة الوسائل الاتصالية وخصائص كل وسيلة، والنظر إليها من ناحية واحدة وهي رجوع الصدى.

2 - يمكن للظروف الاجتماعية أن تتحكم في اختيار الجمهور الوسيلة المناسبة وليس الدرجة ثراء وسيلة دون أخرى.

3 - الخلفيات الثقافية والاجتماعية للأفراد تلعب دورا بارز في اختيارهم للوسيلة الأكثر ملائمة لاحتياجاتهم.

إنّ توظيف نظرية ثراء الوسيلة في دراسة الوسائط الجديدة يبرز بوضوح مدى اعتماد الصفحات الرقمية على أدوات اتصال متنوعة ومكتفة من حيث المحتوى والتفاعل، بهدف تحقيق أقصى قدر من الفهم والاستيعاب لدى الجمهور. وفي هذا السياق، تسعى صفحة **A-rtitle** إلى استغلال الإمكانيات التي تتيحها الوسائط الجديدة، من نصوص وصور وروابط ومضامين تفاعلية، بما يعزز من ثراء الرسائل المعلوماتية المقدمة ويجعلها أكثر وضوحًا وجاذبية للمستخدمين.

ويمكن القول إنّ الوسائط الجديدة، وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي، قد أحدثت تحولًا نوعيًا في طرق نشر المعرفة وتداولها، حيث أتاحت بيئة تفاعلية مفتوحة تُمكن الأفراد من الوصول السريع إلى المعلومات، والمشاركة في إنتاجها وتبادلها دون قيود زمانية أو مكانية. وقد أسهم هذا التفاعل المباشر في تنمية الثقافة المعلوماتية لدى المستخدمين، من خلال تشجيعهم على البحث، والتحقق، والنقاش حول مختلف القضايا العلمية والمعرفية. وبذلك، يتضح أن صفحة **A-rtitle** تعتمد بشكل أساسي على هذه الوسائط في نشر المحتوى المرتبط بالبحث العلمي، مما جعلها مصدرًا مهمًا لاكتساب المعلومات وتعزيز الوعي المعلوماتي لدى متابعيها، خاصة في ظل قدرتها على تقديم محتوى متجدد وتفاعلي يلبي حاجات الجمهور المعرفية، ويواكب تطورات البيئة الرقمية الحديث.

¹ - تيكفة، حنان، نظرية ثراء الوسيلة والاتصال الرقمي، مذكرة ماستر، جامعة الجزائر، الجزائر، 2021، ص26.

9- الدراسات السابقة:

دراسة كنزة مباركي (2024) بعنوان " الوسائط المتعددة والتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية موقعا (الجزائر سكوب) و(TSAعربي) الإلكترونيين خلال سنة 2019 نموذجاً (دراسة وصفية تحليلية).

هذه الدراسة إلى وصف واقع وآليات عمل الصحافة الإلكترونية في الجزائر، حيث حاولنا الإجابة عن إشكالية محورية حول كيفية استفادة الموقعين الإلكترونيين (الجزائر سكوب) و(TSAعربي) من الوسائط المتعددة، وما دور التفاعلية في بناء محتوى الإعلاميين والإخباريين؟ كما ركز في موضوعنا على الإجابة عن مجموعة من التساؤلات البحثية التي اهتمت أساساً شكالية تعريف الصحافة الإلكترونية، وخصائص ومميزات المواقع الإخبارية الجزائرية، واستفاداً من الوسائط المتعددة وأبعاد التفاعلية.

وفي نفس السياق تناولنا الكيفية التي من خلالها يجدر لصحيفة الإلكترونية أن تستفيد، من الوسائط المتعددة في إنتاج محتواها الإعلامي، بشكل يتماشى وخصائص إعلام الوسائط المتعددة، معتمدين في تفسير نتائج الدراسة في ضوء نظريتي ثراء الوسائط وتقارب الوسائط.

ولتشريح الموضوع بصفة علمية وأكاديمية اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وطبقنا أدوات البحث المتمثلة في الملاحظة، والمقابلة الإلكترونية، واستمارة تحليل المضمون التي قمنا بتكييفها مع الموضوع المرتبط بميديا الجديدة، ومزجناها بمقياس هير لقياس التفاعلية لعينة بحثية قوامها (255) مادة إعلامية منشورة في كلا الموقعين. وتوصلت الدراسة إلى تحديد مجموعة من النتائج أهمها:

- كلا الموقعين الإخباريين (الجزائر سكوب) و(TSAعربي) لم يتحولا بعد إلى موقعين وسائطين وتفاعليين، استناداً لنظرية تقارب الوسائط التي تشير إلى أن تقارب الوسائط المتعددة والتفاعلية في المواقع الإخبارية، يتيح لنا التوصل إلى تجربة ثرية لمعلومات تلعب دوراً أساسياً للمستخدمين كلا الموقعين الإخباريين ورغم نشأ ما في وسط رقمي منذ سيسهما، وتوفر التطبيقات والأدوات والتقنيات الرقمية التي يمكنهما استخدامها بسهولة ويسر، ومن دون تكاليف باهظة لتقديم مضامين وسائطية وتفاعلية، إلا أننا ما بقينا محتفظين لأنماط التحرير التقليدية.

- الموقعان حسب ما أشارت إليه نتائج الدراسة أيضاً، يصنفان ضمن المواقع أو الوسائط الإعلامية الفقيرة، لإغفالهما ما يدعم ثراءهما لانتهاج أساليب الصحافة الرقمية المستحدثة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

دراسة سمية بورقعة (2022) بعنوان " مساهمة الإعلام الجديد في التنمية الثقافية -نحو تعزيز الثقافة

الجزائرية في الفضاء الرقمي -رؤية استشرافية"

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أهمية توظيف الإعلام الشبكي باعتباره وسيط إعلامي - اتصالي أساسي في الترويج للمنتج الثقافي باعتبار هذا الأخير يعد المرجعية التاريخية للمجتمعات عامة والمجتمع الجزائري خاصة- محل دراستنا الحالية - فتنميتة لا تقتصر على دور الفاعلين عبر منصات الإعلام الجديد على نشر الخير الثقافي وحسب، بل عليه للمساهمة في التنمية الثقافية باعتبارها مفهوم من مفاهيم العمل الاجتماعي في مدلولاته الشاملة، والتي يتوجب كذلك على المؤسسات الثقافية رسم الخطط والاستراتيجيات الكفيلة في نشر الثقافة وبناء علاقة تكاملية مع وسائل الإعلام وهنا لا بد من تطوير المادة الثقافية في الإعلام الجديد، لتواكب الأدوات الموجودة في الفضاء العمومي الرقمي الافتراضي ، تأتي دراستنا هذه باحث في المنطلقات الجوهرية الفاعلة في تنمية الثقافة الجزائرية باعتبار أن التنمية مفهوم معقد متداخل الأبعاد يدخل في نطاق التنمية الشاملة واعتمدنا في ذلك على المنهج الاستقرائي الفسر لدراستنا الاستشرافية الحالية والتي خلصت إلى أن المشروع التنموي الثقافي عليه أن يعزز بجهود المؤسسات الثقافية المتناثرة في الفضاء الإلكتروني كبرامج ووعي نستشرف بتطبيقه تحولات تنموية مشجعة.

دراسة بوصباط عقيلة ولعوية إيمان (2020) بعنوان "دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي

لدى الشباب الجامعي"

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بالخصوص فئة الطالب الجامعي الجزائري وانطلاقا من أن الإعلام الجديد وسيلة مهمة في إشباع حاجات المختلفة للشباب فهو يعمل على تشكيل ثقافته، وذلك من خلال نسقه الاجتماعي واهتمامه بفترة الشباب كونه فاعل اجتماعي مؤثر في عملية التغيير الاجتماعي، ولهذا يعمل هذا الإعلام الجديد بكل الطرق الممكنة من أجل هذه الفئة، مستخدما كل التقنيات التكنولوجية الحديثة في الجذب والإثارة من أجل تشكيل ثقافة معينة، ودراستنا تطمح للبحث عن حدود مساهمته هذا الإعلام الجديد في تشكيل ثقافة الشباب الجزائري والجامعي بالخصوص، ومن خلال السؤال الرئيسي المطروح ما هو دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي؟ وتفرع عنه تساؤلات فرعية: هل يساهم الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي؟ ما هي أهم الوسائل التي يعتمد عليها الإعلام الجديد في نشره الوعي الثقافي؟ هل يؤدي الشباب الجامعي مهمته بفاعلية في

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تدعيم رسالة الإعلام الجديد من خلال نشره الوعي الثقافي؟ وضمنا بالإجابة عن هاته التساؤلات بثلاث فرضيات فتضمن الفرضية الأولى والثانية والثالثة، حيث خصصت الفرضية الأولى أن الإعلام الجديد يساهم بشكل كبير في نشره الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، وأما الفرضية الثانية تناولت أهم الوسائل التي يعتمد عليها الإعلام الجديد في نشره الوعي الثقافي (الأنترنت، الصحافة الإلكترونية، أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي تشمل الفيسبوك، تويتر، أنستغرام، يوتيوب ... إلخ). في حين الفرضية الثالثة تضمنت بأن الشباب الجامعي يعتبر عنصر أساسي للإعلام الجديد في نشر الوعي الثقافي، وأخيرا توصلت الدراسة إلى نقد الدراسات السابقة.

دراسة عبد الله القحطاني (2020) بعنوان دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية كما هدفت إلى تحديد طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الطلاب جامعة الملك عبد العزيز من خلال وسائل الإعلام الجديد وما هي دوافعهم؟ وأي وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداما؟ وماهي نوعية المعلومات التي يهتم بها الطلاب؟ وكيف تؤثر هذه الوسائل في تعزيز الثقافة المعلوماتية؟ وتم اختيار عينة عشوائية بلغت (387) مفردة، وتوصلت النتائج إلى:

أن طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الطلبة تشمل العديد من الاهتمامات وأن أهم دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديد معرفة كل ما هو جديد في مختلف المجالات.

أن وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداما على الترتيب التالي: موقع واتس اب، تويتر، يوتيوب.

أن الاهتمام الأكبر للحصول على المعلومات كان على الترتيب التالي: المعلومات المحلية، الرياضية، الثقافية، العلمية، التقنية، السياسية.

توجد موافقة بدرجة عالية على تأثير وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية.

توجد موافقة بدرجة عالية على تعزيز الصورة الذهنية عن المملكة باستخدام وسائل الإعلام الجديد.

دراسة نور جاسم محمد وهدي مالك شبيب (2020) بعنوان " استعمال الانفوGRAفيك في الإعلانات

الالكترونية على الفيس بوك (دراسة تحليله للصفحات الاعلانية - اتحاد الرفادين - أدنس - الأفنان للدعاية والنشر الإلكتروني).

الفصل الأول: الإطار المنهجي

هدف هذا البحث إلى معرفة مدى استعمال فن " الإنفوغرافيك " في الإعلانات الإلكترونية بنوعيه الثابت والمتحرك على موقع الفيس بوك. فقد اعتمدت الباحثة المنهج المسحي وطريقة تحليل المضمون لدراسة مجتمع البحث المتمثل بالصفحات الإعلانية على موقع الفيس بوك وهي خمس صفحات إعلانية، تعد من أكثر الصفحات إنتاجا (في مدة البحث) لإعلانات الإنفوغرافيك، وبناءً عليه تم إعداد وتصميم استمارة لتحليل محتوى هذه الصفحات على موقع الفيس بوك ولمدة ستة أشهر، وكذلك استعمال أداة المقابلة لغرض جمع المعلومات عن تاريخ الإنفوغرافيك في العراق وعن طبيعة عينة البحث. وتوصل البحث إلى نتائج عدة من أهمها أن إعلانات الإنفوغرافيك الثابت هي أكثر تكرارا من إعلانات الإنفوغرافيك المتحرك في الصفحات الخمس فضلاً عن الاعتماد الكبير على العبارات العربية التي توضح للمشاهد السلعة ذاتها وتعرفه بمزاياها وعيوبها بعبارات تكون أقرب إلى اللهجة الدارجة لتسهيل وصول الإعلان للجماهير المستهدف وللجملة والكلمة دور في ذلك أيضا.

دراسة بن بوزيان عبد الرحيم (2018)

سعت هذه الأطروحة إلى استكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الفضاء العمومي في الجزائر، وقد ركزت على دراسة تأثير صفحات الفيسبوك على الفضاءات العمومية الجزائرية. وبالاعتماد على أداة تحليل المحتوى ومن خلال المعاينة متعددة المراحل، تم جمع 1927 منشورا من 36 صفحة فايسبوك جزائرية، في الفترة الممتدة من 1 فيفري 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016. وقد خلصت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين البعدين البنيوي والتمثيلي وبرز الآراء المعارضة لخطاب صفحات الفيسبوك الجزائرية. وقد أظهرت صفحات الفيسبوك الجزائرية تأييدا واضحا للفضاء العمومي الجزائري المهيمن، مما يعني أنها كانت حيزا لتمثيل الفضاء العمومي الجزائري المهيمن، وعليه فأنت صفحات الفيسبوك الجزائرية (من حيث بعديها البنيوي والتمثيلي) تعمل كأداة لتوسيع الفضاء العمومي الجزائري المهيمن. كما بينت نتائج الدراسة أيضا وجود علاقة إيجابية بين البعد التفاعلي وبرز الآراء المعارضة لخطاب صفحات الفيسبوك الجزائرية. وأنّ الحيز الخاص بالتعليقات لم يكن حيزا لظهور الآراء المعارضة ولا المؤيدة بشكل تام، وإنما كان مزيجا بين المعارضة والتأييد مع تفوق بسيط لصالح الآراء المعارضة، وبالتالي فقد كان المجال المخصص للتعليقات على منشورات صفحات الفيسبوك الجزائرية هو عبارة عن فضاء للصراع التداولي. مما يجعلنا نستنتج أخيرا، بأنّ الفضاء العمومي الافتراضي هو مزيج من الفضاءات العمومية التمثيلية والتداولية المتصارعة في نفس الوقت، وليس فضاء عموميا تمثيلا فقط ولا تداوليا

الفصل الأول: الإطار المنهجي

فقط. وهو أيضا فضاء يقوم على توسيع الجانب التداولي بين المستخدمين الجزائريين، مما يؤدي إلى توسيع معارضة المستخدمين الجزائريين للفضاء العمومي الجزائري المهيمن.

دراسة دهان مريم (2017) بعنوان " وسائل الاتصال الجديدة وعولمة الثقافة المحلية دراسة اثنوغرافية على عينة من الشباب الجزائري المستخدمين لموقع الفايسبوك"

تتمحور هذه الدراسة حول " وسائل الاتصال الجديدة وعولمة الثقافة المحلية"، مقارنة اثنوغرافية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم لأهم موقع من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وهو "الفايسبوك" باعتباره الأكثر انتشاراً وشيوعاً، والذي يشهد إقبالاً متزايداً يوماً بعد يوم.

تناولنا من خلال هذه الدراسة مختلف السلوكيات والتفاعلات والاختلافات التي تحدث بين الشباب الجزائري المستخدم لهذا الموقع، أثناء إجرائهم على حساباتهم، وفي نفس الوقت، حاولنا الكشف عن عادات وأنماط استخدامهم، والإشباع المحققة، والدوافع الكامنة وراء هذا الاستخدام والعلاقة بين استخدامهم لهذا الموقع وعولمة ثقافتهم المحلية، بالتركيز على المظاهر والسلوكيات الجديدة الصادرة عنهم، وربطها بعاداتهم وتقاليدهم وقيمهم ومعتقداتهم، المحتواة ضمن سياق ثقافتهم إلى التركيز على مدى احتكاكهم بالثقافات الغربية، في ظل الكم الهائل من المضامين والمحتويات التي يتعرضون لها يومياً والتي لا تخضع لرقابة إلا بصفة نسبية، والتي تخرج في الكثير من الأحيان عن ضوابط الثقافة الإسلامية-العربية، وثقافة المجتمع الجزائري.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة مفادها أن وسائل الاتصال الجديدة عموماً وموقع الفايسبوك خاصة، تُعتبر من أهم أدوات العولمة، حيث يلعب الفايسبوك دوراً كبيراً في نشرها على مستوى العالم ككل، إضافة إلى أن هذا الأخير يتميز بجوانب إيجابية وأخرى سلبية، والتي تتحدد درجاتها أو شدتها من خلال "كيفية استخدامه"، فقد أصبحت الدول العربية عموماً والمجتمع الجزائري على وجه الخصوص بصدد مواجهة تحديات كبيرة، في ظل التدفق الهائل للمعلومات والأفكار والسلوكيات عبر الوسائط الجديدة في كل أنحاء العالم. وقد ساهم استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك بدوره في انتشار واسع للعديد من السلوكيات والقيم الغربية خاصة الأمريكية والأوروبية منها، واعتبارها "ثقافة التحضر والرقى"، حيث تأثر عدد كبير من المستخدمين بمظاهر الثقافة الغربية، سواء فيما يخص "طريقة اللباس أو "طريقة التعامل والتفكير" أو "بخصوص المأكولات والمشروبات" ("طريقة العيش عموماً"). وقد توصلت إلى ذلك من خلال الملاحظات اليومية لمختلف منشوراتهم ومقاطع الفيديو وصورهم (القديمة والجديدة منها) التي يقومون بنشرها والتفاعل معها، والتي تحتوي على كم هائل من

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الرموز والسلوكيات والتغيرات (ارتداء ألبسة ممزقة، طريقة الحديث أو التعليق، تسريحات الشعر الجديدة، ومتابعة أغلبهم لآخر مستجدات الأزياء والموضة واهتمامهم بالعلامات التجارية مشهورة، تفضيلهم للماديات وذلك من خلال نشرهم لصور أجمل السيارات والمنازل، وتركيزهم على الصور مقارنة بالنصوص الكتابية، الاستماع وحفظ الأغاني الغربية، تناول أكالات سريعة (كالبيتزا والهامبورجر) والمشروبات الغازية المتنوعة، وكذا انتشار فكرة الهجرة غير الشرعية ...) كل هذه السلوكيات هي دخلية عن مجتمعنا، بل هي عبارة عن تجسيد لانتشار قيم للعملة الثقافية الغربية، وتقليد أعمى لبعض السلوكيات الغربية التي يتعرضون لها عن طريق استخدامهم للفايسبوك.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا للدراسات السابقة التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، وعلاقتها بالشباب الجامعي والقضايا الاجتماعية والثقافية والمشاركة المجتمعية، لاحظنا وجود بعض النقاط المشتركة بينها، وقد تمثلت في:

من حيث الهدف:

نجد أن هناك تنوعاً في الأهداف التي سعت إليها هذه الدراسات؛ فقد هدفت دراسة **كنزة مباركي (2024)** إلى وصف واقع وآليات عمل الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث استفادتها من الوسائط المتعددة وأبعاد التفاعلية، بينما سعت دراسة **سمية بورقعة (2022)** إلى إبراز مساهمة الإعلام الجديد في التنمية الثقافية وتعزيز الثقافة الجزائرية في الفضاء الرقمي، أما دراسة **بوصباط عقيلة ولعويبة إيمان (2020)** فقد ركزت على دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، في حين هدفت دراسة **عبد الله القحطاني (2020)** إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى الطلبة.

كما اهتمت دراسة **نور جاسم محمد وهدى مالك شبيب (2020)** بتحليل استعمال الإنفوغرافيك في الإعلانات الإلكترونية على الفيسبوك، بينما سعت دراسة **بن بوزيان عبد الرحيم (2018)** إلى استكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الفضاء العمومي في الجزائر، أما دراسة **دهان مريم (2017)** فقد تناولت تأثير وسائل الاتصال الجديدة، وعلى رأسها الفيسبوك، في عولمة الثقافة المحلية لدى الشباب الجزائري.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تلتقي هذه الدراسات مع دراستنا الحالية من حيث اهتمامها بدور الفيسبوك أو الإعلام الجديد في التأثير على فئة الشباب، غير أنها تختلف عنها من حيث تركيز هذه الدراسة على المشاركة المجتمعية وأنماط التفاعل مع القضايا الاجتماعية عبر الفيسبوك.

من حيث المنهج:

اتفقت أغلب الدراسات السابقة من حيث اعتمادها على المنهج الوصفي، خاصة الدراسات التي اعتمدت تحليل المحتوى أو الدراسة المسحية أو الوصفية التحليلية، فقد استخدمت دراسة كنزة مبارك (2024) المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت دراسة سمية بورقعة (2022) على المنهج الاستقرائي التفسيري، كما استخدمت دراسة بوصباط عقيلة ولعويرة إيمان (2020) المنهج الوصفي، في حين اعتمدت دراسة عبد الله القحطاني (2020) المنهج المسحي، واستخدمت دراسة نور جاسم محمد وهدى مالك شبيب (2020) المنهج المسحي وتحليل المضمون.

أما دراسة بن بوزيان عبد الرحيم (2018) فقد اعتمدت تحليل المحتوى كأداة رئيسية لدراسة الفضاء العمومي في صفحات الفيسبوك، في حين اتخذت دراسة دهان مريم (2017) طابعًا اثنوغرافيًا.

وبهذا، يتضح أن منهج دراستنا الحالية ينسجم مع أغلب هذه الدراسات من حيث اعتمادها على المناهج الوصفية والتحليلية، مع اختلاف محدود في زاوية المعالجة والموضوع المدروس.

من حيث العينة:

تباينت العينات التي طبقت عليها هذه الدراسات بحسب طبيعة كل موضوع؛ فقد شملت بعض الدراسات الطلبة الجامعيين مثل دراسة بوصباط عقيلة ولعويرة إيمان (2020) ودراسة عبد الله القحطاني (2020)، بينما اعتمدت دراسة دهان مريم (2017) على عينة من الشباب الجزائري المستخدمين للفيسبوك، أما دراسة كنزة مبارك (2024) فقد ركزت على عينة من المواد الإعلامية المنشورة في موقعين إلكترونيين جزائريين، في حين اعتمدت دراسة نور جاسم محمد وهدى مالك شبيب (2020) على صفحات إعلانية على الفيسبوك. كما أن دراسة بن بوزيان عبد الرحيم (2018) شملت مجموعة كبيرة من المنشورات في صفحات فايسبوكية جزائرية متنوعة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

وعليه، فإن عينة دراستنا الحالية تلتقي مع بعض هذه الدراسات من حيث استهدافها فئة الشباب الجامعي، وهو ما يعزز إمكانية المقارنة والاستفادة من نتائجها في فهم سلوك هذه الفئة داخل الفضاء الرقمي.

من حيث النتائج:

تعددت نتائج الدراسات السابقة بتعدد موضوعاتها؛ فقد بينت دراسة كنزة مباركي (2024) أن الموقعين الإلكترونيين لم يتحولوا بعد إلى مواقع وسائطية وتفاعلية بالمعنى الكامل، بينما خلصت دراسة سمية بورقعة (2022) إلى أن تنمية الثقافة الجزائرية في الفضاء الرقمي تتطلب جهودًا مؤسسية واستراتيجية متكاملة، أما دراسة بوصباط عقيلة ولعويبة إيمان (2020) فقد أكدت مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، في حين أوضحت دراسة عبد الله القحطاني (2020) وجود تأثير إيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى الطلبة.

كما بينت دراسة نور جاسم محمد وهدي مالك شبيب (2020) أن إعلانات الإنفوغرافيك الثابتة أكثر حضورًا من المتحركة على الفيسبوك، فيما خلصت دراسة بن بوزيان عبد الرحيم (2018) إلى أن صفحات الفيسبوك تسهم في توسيع الفضاء العمومي الجزائري المهيمن، مع بروز الآراء المعارضة في التعليقات، أما دراسة دهان مريم (2017) فقد أظهرت أن الفيسبوك ساهم في نشر أنماط من العولمة الثقافية الغربية داخل الوسط الشبابي الجزائري.

فنتائج هذه الدراسات تقدم خلفية تفسيرية مهمة لدراستنا الحالية، لأنها تؤكد أن الفيسبوك لا يقتصر على كونه وسيلة تواصل، بل هو فضاء مؤثر في تشكيل المعاني والقيم والاتجاهات لدى الشباب.

أوجه الاستفادة

بعد الاطلاع على هذه الدراسات في موضوع استخدام الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالشباب الجامعي والمشاركة المجتمعية، أفادتنا في النقاط التالية:

- بناء الإطار النظري للدراسة، خاصة ما يتعلق بمفاهيم الفيسبوك، التفاعلية، المشاركة المجتمعية.
- تحديد إشكالية الدراسة وصياغة تساؤلاتها وفرضياتها بشكل أدق، اعتمادًا على ما تناولته الدراسات السابقة من جوانب مقارنة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- الإلمام بالخلفية العلمية للموضوع، والتعرف على أهم المتغيرات المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- اختيار المنهج المناسب للدراسة.
- ضبط أداة الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الموضوع، سواء من حيث الاستبيان أو تحليل المضمون أو غيرها من الأدوات.
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة الحالية، ومقارنة أوجه التشابه والاختلاف بينها.
- توجيه الدراسة نحو الجوانب التي لم تحظَ بالبحث الكافي، خاصة ما يتعلق بعلاقة الفيسبوك بالمشاركة المجتمعية لدى الشباب الجامعي الجزائري.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية الوسائط الجديدة

المطلب الأول: مفهوم الوسائط الجديدة لغة، اصطلاحاً

المطلب الثاني: أنواع الوسائط الجديدة

المطلب الثالث: خصائص الوسائط الجديدة

المبحث الثاني: الثقافة المعلوماتية

المطلب الأول: ماهية الثقافة المعلوماتية

المطلب الثاني: نشأة الثقافة المعلوماتية

المطلب الثالث: عناصر الثقافة المعلوماتية

المطلب الرابع: أهمية الثقافة المعلوماتية

المبحث الثالث: العلاقة بين الوسائط الجديدة والثقافة المعلوماتية

المطلب الأول: مساهمة الوسائط الجديدة في تعزيز مهارات البحث والوصول إلى المعلومات

المطلب الثاني: دور الوسائط الجديدة في نشر الوعي المعلوماتي

خلاصة الفصل

تمهيد:

في ظل التطور الكبير لوسائل الاتصال الحديثة والثورة التكنولوجية، ظهر ما يعرف بالوسائط الجديدة التي أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات على حد سواء. وقد ساهمت هذه الوسائط، بما توفره من سرعة وتفاعلية وتنوع في نقل المعلومات، في إحداث تغيرات جذرية في أساليب التواصل واكتساب المعرفة وتداولها، الأمر الذي جعلها ركيزة أساسية في بناء مجتمع المعلومات والمعرفة.

هذا التطور أدى أيضاً إلى بروز مفهوم الثقافة المعلوماتية باعتباره من المفاهيم الحديثة المرتبطة بقدرة الأفراد على الوصول إلى المعلومات وتحليلها وتقييمها واستخدامها بشكل فعال وأخلاقي، فلم يعد امتلاك المعلومات وحده كافياً، بل أصبحت الحاجة ملحة إلى تنمية مهارات التعامل معها بما يواكب متطلبات العصر الرقمي والتحديات التي فرضها الانفجار المعرفي.

وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل إلى التطرق إلى ماهية الوسائط الجديدة من حيث مفاهيمها وأنواعها وخصائصها، ثم تناول مفهوم الثقافة المعلوماتية ونشأتها وعناصرها وأهميتها، وصولاً إلى إبراز طبيعة العلاقة القائمة بين الوسائط الجديدة والثقافة المعلوماتية، ودور هذه الوسائط في تعزيز الوعي المعلوماتي وتنمية مهارات البحث والوصول إلى المعلومات داخل المؤسسات والمجتمعات المعاصرة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية الوسائط الجديدة

ظهر مفهوم الوسائط الجديدة في الستينات مع اكتشاف الأنترنت لكنه اشتهر وشاع في التسعينات من القرن الماضي حيث تسارعت وتيرة اكتشاف أنواع جديدة من الحواسيب المتطورة والذكاء التي دججت الصحافة بالإذاعة والتلفزيون في تحقق لما تنبئ به في 1978 العالم nicolasnegroponte والذي كان يشغل حينها على هذه الوسائط في مختبرات جامعة MIT بأمريكا.

المطلب الأول: مفهوم الوسائط الجديدة

1- لغة: الوسيط هو المتوسط بين المتخصصين أو المتتابعين وأيضا هو المعتدل بين الشئيين. وفي اللغة الإنجليزية أصل المصطلح هو كلمة medium التي يقصد بها الوسيط وجمعها هي كلمة media، بينما في اللغة الفرنسية تم استعارة المصطلح واستخدامها لتصبح كلمة media مفردة وجمعها media¹.

2- اصطلاحا: يُعرف laster dictionary الوسائط الجديدة بأنها مجموعة تكنولوجيا كانت نتيجة الاندماج بين الكمبيوتر ووسائل الإعلام التقليدية، ويمكن تعريف الوسائط الجديدة أيضا أنها عملية تسخير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعارف من خلال عملية دمج وسائل الإعلام التقليدية مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية لتحقيق التفاعل بين عناصر العملية الإنصالية².

وتعرف الوسائط الجديدة بأنها: "وسائل العالم الحديثة التي يعتمد عليها الإعلام الإلكتروني، وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الأنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية"³.

استنادا للتعريف السابقة نقول إن الوسائط الجديدة هي عملية تزاوج بين الأدوات الرقمية ووسائل العالم التقليدية في عملية نقل الأخبار والمعلومات للمتلقين دون حواجز.

المطلب الثاني: أنواع الوسائط الجديدة

¹ - بوزيفي وهيبه وأمال قاسيمي، الصورة النص البصري في عصر الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 02 (18)، 2019، ص 105.

² - وليد بن عبو، الاعلام الجديد مفهومه وخصائصه مدخل نظري عام، مجلة الراصد العلمي، ع 01، م 07، 2020، ص 27.

³ - بوزيفي وهيبه وأمال قاسيمي، الصورة النص البصري في عصر الوسائط الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص 107.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

قام الباحث علي قسايسي بتقسيم الوسائط الجديدة على أساس ثلاثة جوانب هي الجانب التاريخي، الجانب التقني وجانب المتلقين، وتتمثل هذه الأقسام فيما يلي:

1- الوسائط الإلكترونية E-Media: تعتبر كل وسائل الاتصال الإلكترونية التي تستعمل الإلكتروني في تنظيمها ومعالجتها وتخزينها وبثها للمعلومات بالنص والصوت والصورة مثل الهاتف النقال، البريد الإلكتروني، الصحيفة الإلكترونية، المحاضرات عن بعد... إلخ، وهذا المصطلح من خلال مفهومه قد يكون واسعا وشاملا ليضم مجموعة من الأجهزة والخدمات المرتبطة بها، ونظرا لتطور هذه الأجهزة وتطور خدماتها، بل وتداخلها فيما بينها يمكن التوصل إلى تصنيفات جديدة لها رغم صعوبة الأمر فالهاتف النقال والجهاز اللوحي مثلا اندجا ليصبح ما يسمى بـ tablette كما أن بعض الأجهزة اللوحية أصبحت تعمل ما يعمل الحاسوب، وحتى الخدمات كالبريد الإلكتروني لم يعد مقتصرًا على إرسال الرسائل الإلكترونية الإلزامية، بل اندمجت معه خدمات الدردشة فأصبح من الممكن استعمال البريد الإلكتروني للتواصل الآني بين الأشخاص في نفس الوقت.

2- Media Online : مثل الوسائط المتواجدة على الخط وقصد بها المؤسسات التي تنشئ المواقع الإلكترونية في شبكة الإنترنت لكي تصبح متاحة على الخط دائما من خلال عرض معلوماتها وخدماتها... إلخ، وإنشاء المؤسسات لمواقع إلكترونية هو دليل على معرفتها بأهمية شبكة الإنترنت في وقتنا الحالي وبدورها في منح المؤسسات امتدادا افتراضيا يعزز من حفاظها على ديمومة نشاطها وتقديم منتجاتها¹.

3- (Media Citizen): تشير إلى صحافة المواطن التي انتشرت في شبكة الإنترنت بسبب توفيرها لتقنيات تخزين الملفات السمعية البصرية المسجلة والمصورة ونشرها من قبل جميع المستخدمين، فأصبح ذلك ماثلا لعمل الصحفي الذي يقوم بتغطية الأحداث²، ويعرف أيضا باسم Participatory Public Journalism على اعتبار أنه دور يؤديه المواطن الذي يلعب دورا فعالا في عملية جمع وتصنيف وتحليل وصياغة المعلومات والأخبار ووفقا لتقرير Media We النصف السنوي الذي يصدره مركز الإعلام Center Media التابع للمعهد الأمريكي للصحافة.

¹ - خليل محمد فرجون والوسائط المتعددة بين التنظير والتعليق، ط1، دار الفلاح بنشر والتوزيع، الكويت، ص 26.

² - علي قسايسية، شبكة الأنترنت، محاضرة في مقياس مقاربات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة لطلبة الدكتوراه، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، السداسي الأول، جامعة الجزائر 03، بتاريخ 2016/01/09.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

The American Institute Press وضع مفهوم صحافة المواطن بأنه تلك الكيفية التي يصوغ بها الجمهور مستقبل تداول الأخبار والمعلومات، حيث يكون الغرض عادة من المشاركة الإعلامية لمستخدمي شبكة الإنترنت توفير تلك المعلومات المستقلة التي تجسد إلى حد كبير مبدأ الديمقراطية فيما يتعلق ببحث القضايا التي تحتاج إلى توفر معلومات ذات صلة، ويمكن الإعتماد عليها، وهذا المصطلح لا يرتبط بأي صلة مع مهنة الصحافة تلك التي يقوم بها الصحفيون المحترفون، فصحافة المواطن هي جزء محدد من مفهوم إعلام المواطن مثله في ذلك مثل مصطلح المحتوى الذي يبتكره المواطن.

4- (Sites Web): هي جميع المواقع الإلكترونية بغض النظر عن وظيفتها، حيث يعتبر كموقع إلكتروني مجموعة من ملفات الويب الإلكترونية المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية، التي يمكن الولوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة اسمه في المتصفح، هذه المواقع تتعدد حسب نوع التقسيم الذي يحدد أنواعها، فمنها المواقع الساكنة والمواقع الديناميكية، ومنها مواقع الويب Web1.0 و Web2.0 و Web3.0 ، ومنها أيضا المصنفة حسب التصنيف الشائع إلى مواقع إخبارية ومواقع ترفيهية ومواقع تعليمية... إلخ.

5- (Web Social): تعني الشبكات الاجتماعية في الإنترنت أو يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع إلكترونية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجميع المستخدمين والأصدقاء لمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، حيث تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات واستطاعت أن تجمع المالبين من المستخدمين في الوقت الحالي، مع العلم أن هذه الشبكات تنقسم حسب الغرض من إنشاءها، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة مثل الفيسبوك facebook عندما ظهر في بداياته وأخرى تجمع أصدقاء العمل مثل LinkedIn كما يوجد موقع تويتر Twitter الخاص بالتغريدات ويوجد الكثير من المواقع الأخرى المشابهة للمواقع التي ذكرناها.

6- (Wikis): يقصد بها مواقع الخدمات السريعة، وهي مواقع إلكترونية تتواجد على الأنترنت تسمح لزوارها بتعديل محتواها وإضافة محتوى جديد بدون أي قيود كلمة الويكي Wiki تعني السرعة، واستخدمت هذه

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الكلمة كوصف لهذا النوع من المواقع للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات الموقع، وإضافة المحتوى على موقع ويكي هو عمل تشاركي وفي حالات كثيرة يسمح لأي شخص بتعديل محتواه من دون التسجيل أو كلمة مرور، ويوجد نوعان أساسيان من هذه المواقع، أحدهما يعرض المعلومات التي تفيد المستخدمين في شتى المجالات كموقع twitter، أما النوع الآخر يعرض المعلومات المسربة عن حقائق أو وثائق سرية بغية كشفها كموقع¹wikleaks.

المطلب الثالث: خصائص الوسائط الجديدة

تشكل الوسائط الجديدة للإتصال محور هام في مختلف مجالت الحياة اليومية في عصرنا الحالي، يعود ذلك إلى ما ولده انتشار التكنولوجيات الحديثة للاتصال والاستخدام الوظيفي لها في جميع المؤسسات الرسمية، الإقتصادية والخدمات، ناهيك عن المردودية في العمل وسرعة الأداء، ويرجع هذا إلى جملة من الخصائص المميزة لهذه الوسائط الإتصالية الجديدة التي منحت هذه المزايا للإتصال الحديث، لعل أهم ميزة هي التفاعلية.

1- التفاعلية: تتحدد هذه الخاصية للوسائط الاتصالية الجديدة في الأفعال وردود الأفعال بين المستخدمين انطلاقا مما يتم تبادله من رسائل اتصالية، تفاعلات، تعليقات واشتراكات. إذ يتم ذلك من خلال برامج الوسائط الجديدة التي تمارس عبرها العملية الإتصالية التشعبية التفاعلية التي تنتشر على مستوى الشبكة العنكبوتية². كما تتميز الوسائط الجديدة بخصائص أخرى تتمثل فيمايلي:

2- التكامل: تتحقق هذه الخاصية للوسائط الاتصالية الجديدة كونها تتيح للمستخدم استعمال أكثر من وسيطين في الإطار الواحد بشكل تفاعلي³.

3- التنوع: تظهر ميزة التنوع عند الوسائط الجديدة للاتصال على مستويين يتحدد الأول في المستوى التقني، حيث تتنوع هذه الوسائط وفقا لمستحدثات تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي ستفرض تعدد هذه الوسائل من حواسيب ولوحات إلكترونية، الهواتف الذكية وغيرها. في حين يتجلى المستوى الثاني في الجانب المعلوماتي،

¹ - علي قسايسية، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

² - لوتي ربيعة، الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة " الفاييسوك " وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشياي الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور 3 في علوم الإعلام والإتصال تخصص اتصال سياسي اجتماعي، 2020/2021، ص76.

³ - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 2015، ص21.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

حيث تعمل الوسائط الجديدة للاتصال على توفير مجموعة من العناصر التي تساعد على تقديم الأخبار، المعلومات والمعارف على اختلاف أنواعها وفقا لرغبات المستخدم ويتمتعيم ذلك بدمج النص، الصوت والصورة.

4- الإلكترونية والرقمنة: تتسم الوسائط الجديدة للاتصال بهذه الخاصية كونها تعتمد على الأجهزة الإلكترونية في انتاجها وتقديمها للمعلومات وفق شبكة منظمة ومحكمة، تتحقق ميزة الرقمية أو الرقمنة في إمكانية تحويل العناصر التي تتضمنها هذه الوسائط إلى الشكل الرقمي إذ يمكن تخزينه، معالجته وتقديمه على الكمبيوتر.

5- التوافق: توحى هذه الخاصية إلى تناسب وتوافق العناصر المختلفة الموجودة في البرامج الإلكترونية مع سرعة العرض وقدرات المستخدم، يظهر ذلك مثال في تناسب النص المكتوب مع الصوت والصورة أثناء العرض الإلكتروني.

6- السعة والإستعاب: تتميز الوسائط الجديدة للاتصال بالقدرة على اختزان كميات ضخمة من المعلومات في أشكال مختلفة، هذا ما يتيح للمستخدم الإلكتروني فرصة التعامل مع مستودعات ضخمة من المعلومات المختلفة¹.

7- المرونة: يقصد بهذه الميزة سهولة الوصول إلى المعلومات المطلوبة من المستخدم، يتحقق ذلك من خلال ما تحتويه الوسائط الجديدة الاتصال من برامج، روابط ووصلات تحقق الإستجابة الفورية للطلبات البحثية على مستوى الجهاز.

8- السرعة: تمتاز الوسائط الجديدة للاتصال بكونها نظام شبكي يضم مجموعة من المحطات المترابطة فيما بينها بطريقة تسهل الوصول إلى أية محطة من أي موقع بالبرنامج بشكل سريع، حيث تقوم هذه النظم على تسهيل الوصول إلى المعلومة المرغوب بها بسرعة فائقة.

9- الالتزامية: يقصد بهذه الخاصية عدم تزامن تلقي العروض الإلكترونية مباشرة مع الزمن الفعلي للنشر أو العرض، يعني ذلك أن المستخدم الإلكتروني يتلقى الرسالة الإتصالية في أي زمن يتاح له، عكس الوسائل التقليدية التي تحتم تلقي الرسالة الإتصالية لحظة بثها أو نشرها.

¹ - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، نفس المرجع، ص22.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

10- اللامكانية: تمتاز الوسائط الجديدة للإتصال بكونها تستقطب أكبر قدر ممكن من المستخدمين في أقصى مجال جغرافي متاح، يعني هذا أن الوسائط الجديدة الإتصال التموقع في مكان معين، فهي قابلة للنقل من مكان لآخر.

11- الكونية واللمركزية: تكتسب الوسائل الجديدة الإتصال صفة العالمية انطلاقاً من الخاصيتين السابقتين (الالتزامنية، اللامكانية)، اللتان جعلتا هذه الوسائط لا تتمركز في رقعة جغرافية واحدة، فهي شبكة عالمية من الاتصالات يتعامل معها المستخدمون في كل أنحاء العالم وعلى مدى 24 ساعة¹

¹ - خليل محمد فرجون والوسائط المتعددة بين التنظير والتعليق، ط1، دار الفلاح النشر والتوزيع، الكويت، ص 23.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الثاني: الثقافة المعلوماتية

المطلب الأول: ماهية الثقافة المعلوماتية

إنّ الإلمام بماهية هذا المصطلح والإحاطة بالإطار المفاهيمي لمصطلحاته يعتبر مرحلة جد مهمة وأساسية في أي بحث علمي، كونها توضح الصورة وتزيل الغموض حول هذا المصطلح، وكذا تمكن الباحث من التدرج السليم في عرض أفكاره.

1- تعريف الثقافة:

1-1 لغة:

ووردت الثقافة في بعض المعاجم العربية بمعنى التعلم والتهديب ويقال ثقف الولد أي علمه وهذبه ولطفه كما يدل المصطلح كذلك على الإدراك والفطنة والوعي والمهارة والتفوق وأحياناً أخرى إلى الإحاطة بكثرة المعاني والعلوم.

تعود كلمة (culture) إلى اللفظ اللاتيني الذي يعني حرث الأرض وزراعتها أما الأصل اللغوي في العربية فقد جاء من الفعل ثقف بضم القاف وكسرهما والفعل ثقف معاني كثيرة كما هو في القواميس العربية ومن هذه المعاني، الحذق والفطنة تقول ثقف الرجل أي أصبح حذقاً وفطناً.¹

أمّا في التراث الإسلامي فإنّ كلمة الثقافة كلمة عربية أصلية، ولفظة قرآنية، وفي معناها يقصد بها الفهم والإدراك والخدمة والمهارة.²

وتعني الحذق والتمكن والبحث والتنقيب والظفر بمعاني الحق، وكل القيم التي تصلح المجتمع الإنساني.³

1- خالد محمد أبو شعيرة وثائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها مكتبة المجمع الغربي، ط1، عمان، سنة 1436هـ/ 2015م ص 117.

2- خيش يوسف وبن برطال عبد القادر، أهمية التغيير الثقافي في تفعيل حوكمة الشركات، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الوادي - العدد 6 - المجلد الأول ص 160.

3 - أنوار محمد مرسى، المكتبة المدرسية ودورها في تنمية الوعي الثقافي، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء لدينا للنشر والتوزيع، 2012، ص 39، 41.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

2-1 اصطلاحاً: إن مفهوم الثقافة هو من المفاهيم المعقدة، فلفظة ثقافة استعملت بطرق متعارضة،

سواء من جوار علماء الاجتماع أو في الحاديث اليومية، وقد وردت عدة تعريفات منها:

من التعريفات الأولى للثقافة نجد تعريف الأنثروبولوجي (TAYLORE) تايلور الذي يعتبرها بأنها "ذلك المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات وأي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في المجتمع"¹.

ويعرفها كوفيرون (F. KovAIRN): الذي يرى "أنها تشمل القيم المادية واللامادية التي يخلفها الإنسان في السياق تطوره الاجتماعي وتجربته التاريخية وهي تعبير عن مستوى التقدم التكنولوجي والإنتاج الفكري والمادي والتعليم، الأدب، الفن الذي وصل إليه المجتمع في مرحلة معينة"².

أمّا (هشام العزمي) فيرى: "أن الثقافة كنسق اجتماعي قوامه القيم والمعتقدات والمعارف والفنون والعادات والممارسات الاجتماعية والأنماط المعيشية، فهي المنظار الذي يرى الفرد من خلاله ذاته ومجتمعه وهي معيار حكم على الأمور أيضاً"³.

2-2: تعريف المعلومات:

■ لغة: مشتقة من كلمة "علم" وترجع إلى المعلم أي الأثر الذي يستدل به إلى الطريق.

■ اصطلاحاً: حسب تعريف معجم "dictionnaire des medias" لفرانسيس بال هي: "نتاج الاستعلامات حول موضوع معين، تصف وتوضح العلاقات وتوضع في متناول الشخص المعني أو الهيئة المعنية بها"⁴.

ورد تعريفها في الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات: بأن الثقافة المعلوماتية لا تعني القدرة على استخدام المعلومات فقط بل أن اللفظ له معنى أوسع أي لها مفهوم جمعي يشتمل

1- منيرة السعيداني، مفهوم الثقافة التنظيمية في العلوم الاجتماعية، ط1، لمنظمة العربية للترجمة بيروت، سنة 2007، ص 31.

2- ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي، دار المحمدية العامة، الجزائر، سنة 2004، ص 107.

3- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، الكويت: دار المعرفة، 2001.

4- عبد الغني زعنوف، أحمد عظيمي، "المعلومة وأهميتها في المجتمع المعلوماتي"، في مجلة البحوث والدراسات الانسانية، الجزائر، ع.9، 2014، ص.ص 116-117.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

على معرفة أن المعلومات مهمة، ومعرفة مكانها وكيفية الحصول عليها ومعرفة كيفية تفسيرها واستخدامها وتراسها.¹

1-3 الثقافة المعلوماتية

يعرفها قاموس المكتبات والمعلومات على الخط المباشر ODLIS أن: "الثقافة المعلوماتية هي اكتساب مهارة الوصول للمعلومات التي يحتاجها، وفهم كيفية تنظيم عداد المعلومات وأدوات البحث مصادر المعلومات في المكتبات الإلكترونية واستخدام التقنية في عمليات البحث وتقييم المعلومات والإستفادة منها بفاعلية وفهم البنى التحتية للتقنية التي تعد أساس نقل المعلومات وتأثير العوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية على ذلك"² ترى "تومسون" و"هنسلي" أن الثقافة المعلوماتية يمكن تعريفها بأنها: "معرفة كيف تتعلم أو القدرة على اشتقاق المعنى من المعلومة

كما يرى "لورشر" أن الفرد المثقف معلوماتيا بأنه: "هو القارئ الشغوف والمفكر الناقد، والمفكر المبدع والمتعلم الواعي والمتحري المنظم والمستخدم المسئول عن المعلومات الثلاث والمستخدم الماهر لأدوات التقنية"³.

في تعريف آخر للثقافة المعلوماتية: هي "مجموعة من المعارف و القدرات والمهارات التي تتطلب من الأفراد فهم أو معرفة المعلومات المحتاجين إليها والقدرة على تعيين موقعها وتقومها واستخدامها بفعالية"⁴.

كما تعرف: على أنها "مجموعة من المهارات والإتجاهات والمعرفة اللازمة لمعرفة متى تكون هناك حاجة للمعلومات للمساعدة في حل مشكلة أو اتخاذ قرار، وكيفية صياغة هذه الحاجة المعلوماتية في مصطلحات

¹ - السيد حسب الله، الشامي أحمد محمد، الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات، م2، الرياض: دار المريخ، 1989، ص 1257.

² - العمودي، هدى محمد، الوعي المعلوماتي في المجتمع الأكاديمي: دراسة تطبيقية على طالبات الدراسات العليا بجامعة الملك فهد عبد العزيز، 2008، ص 182.

³ - بركات، زياد "كفاءات الوعي المعلوماتي لدى طلبة جامعة القدس المفتوحة في منطقة طولكرم التعليمية وفق المعايير العالمية"، في مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، ع 28، 2012.

⁴ - دياب، مفتاح محمد، قضايا معلوماتية اتجاهات حديثة في دراسة المعلومات، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007، ص 36.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

البحث، ثم البحث بطريقة فعالة عن المعلومات واسترجاعها وتفسيرها وفهمها وتنظيمها وتقييم صدقها وموثوقيتها وتقدير مدى ملائمتها وتوصيلها للآخرين عند الضرورة ثم استخدامها أو الإنتفاع بها لإنجاز مختلف الأغراض".¹

التعريف الاجرائي: تتقاطع التعريفات السابقة في التأكيد أن الثقافة المعلوماتية هي القدرة على التوصل وتقييم وتنظيم واستخدام المعلومات من مصادر مختلفة، ذلك بالاعتماد على المعارف والمهارات والقدرات التي تجعل الفرد قادرا على التعامل مع المعلومات بمختلف أشكالها بكل دقة، مراعيًا بذلك وملما بجميع القضايا الاجتماعية والاقتصادية والقانونية المرتبطة باستخدامها، ما يجعل الأفراد يتميزون بخصائص تجعلهم يوصفون بأنهم مثقفين معلوماتيا ومؤهلين ومتعلمين يعرفون حاجاتهم المعلوماتية ولديهم مهارات حل المشكلات.

المطلب الثاني: نشأة الثقافة المعلوماتية

ترتبط نشأة الثقافة المعلوماتية بالتحويلات العميقة التي شهدتها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال النصف الثاني من القرن العشرين، حيث أدى ظهور الحاسوب وتطور وسائل الاتصال الرقمية إلى إحداث نقلة نوعية في طرق إنتاج المعلومات وتخزينها ونشرها. وفي هذا السياق، ظهر مفهوم الثقافة المعلوماتية لأول مرة سنة 1974 على يد Paul Zurkowski، الذي أكد على ضرورة امتلاك الأفراد لمهارات استخدام المعلومات بفعالية في حل المشكلات واتخاذ القرارات.²

ومع تطور شبكة الإنترنت خلال تسعينيات القرن الماضي، اتسع نطاق الوصول إلى المعلومات بشكل غير مسبوق، مما أدى إلى بروز الحاجة إلى تنمية مهارات متقدمة تتجاوز مجرد البحث عن المعلومات، لتشمل تقييمها ونقدها واستخدامها بشكل أخلاقي. وقد ساهمت منظمات دولية، على غرار UNESCO، في ترسيخ هذا المفهوم من خلال إدماجه ضمن سياسات التعليم والتعلم مدى الحياة، واعتباره من الكفاءات الأساسية في بناء مجتمع المعرفة.³

¹ - عبد الهادي، محمد فتحي، المعلومات والمعرفة والتحديات في المجتمع العربي المعاصر، ط01، القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع،

2015، ص57.

² - Zurkowski, P. G. (1974). *The information service environment: Relationships and priorities*. Washington, DC: National Commission on Libraries and Information Science.

³ - UNESCO. (2008). *Information for all programme (IFAP): Information literacy*. Paris: UNESCO

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

كما شهد مفهوم الثقافة المعلوماتية تطوراً ملحوظاً مع جهود Association of College and Research Libraries، التي وضعت معايير محددة للكفاءة المعلوماتية في التعليم العالي، مركزة على مهارات تحديد الحاجة إلى المعلومات، والوصول إليها، وتقييمها، واستخدامها بفعالية.¹

ويعكس هذا التطور التحول الذي عرفته الأنظمة التعليمية، حيث أصبح التركيز موجهاً نحو تنمية التفكير النقدي والتعلم الذاتي بدلاً من التلقين.

وعليه، يمكن القول إن نشأة الثقافة المعلوماتية جاءت نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل، أبرزها الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي، مما جعلها ضرورة حتمية لتمكين الأفراد من الاندماج في المجتمع المعاصر القائم على المعرفة.

المطلب الثالث: عناصر الثقافة المعلوماتية

■ تتحدد عناصر الثقافة المعلوماتية على مستوى المجتمع من أربعة عناصر أساسية:²

1. **التربية والتعليم:** وذلك باعتبار أن التربية والتعليم هما الركيزة الأولى التي تتشكل بها قيم الفرد والمجتمع، ويشمل ذلك جهود الدولة في دعم مراحل التعليم المختلفة وأنواعه.
2. **الثقافة والإعلام:** وذلك باعتبار أن أجهزة الثقافة والإعلام هي المحرك الرئيسي لفكر الفرد والمجتمع، ويشتمل ذلك جهود الدولة في دعم المشروعات الثقافية وبرامج التوعية والأنشطة العامة، من خلال المكتبات العامة والمراكز الثقافية والمنظمات والهيئات العامة والخاصة.
3. **التراث الثقافي:** باعتبار أن التراث هو المكون الثقافي الرئيسي لهوية الفرد والمجتمع، فقدان التراث الثقافي يعني فقدان الذاكرة لأي دولة أو مجتمع.

¹ - محاجبي، عيسى، الثقافة المعلوماتية لدى طلبة بعض المدارس العليا في الجزائر: وفق مؤشرات الأداء للتقنيين الخاص بكفاءات الثقافة المعلوماتية للتعليم العالي (ACRL 2000)، جامعة الجزائر 2: كلية الانسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات والتوثيق. د.س. ص 151.

² هاني محي الدين عطية، الثقافة المعموماتية نحو مؤشرات لقياس القيمة في مجتمع المعمومات، جامعة بني سويف، 2011، ص 296-297.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

4. **الحقوق والحريات:** باعتبار أن الحقوق والحريات في المجتمع تمثل ركنا أساسياً في تكوين مفهوم الثقافة المعلوماتية.

■ أما عناصر الثقافة المعلوماتية على مستوى الفرد فتتمثل في العنصرين التاليين:

1. **المهارات:** وذلك باعتبار أن المهارات الأساسية التي يتمتع بها الفرد، تمثل البنية المعلوماتية التحتية للفرد الذي هو الوحدة الأساسية لمجتمع المعلومات.

2. **الخبرات:** باعتبار أن المعلومات ليست قيمة في حد ذاتها، وإنما استخدامها هو الذي يعظم من قيمتها، والإستخدام يحتاج عادة إلى نوع من الخبرة المعلوماتية يساعد على التفكير والاستنتاج.

المطلب الرابع: أهمية الثقافة المعلوماتية

تعدّ الثقافة المعلوماتية من الركائز الأساسية في المجتمع المعاصر، إذ تسهم بفاعلية في تمكين الأفراد من التعامل الواعي مع مختلف القضايا والتحديات التي يواجهونها، كما تساعد على فهم المتغيرات المتسارعة وبناء أحكام موضوعية قائمة على تحليل سليم للمعلومات. ولم تعد هذه الثقافة مجرد مهارة إضافية، بل أصبحت ضرورة حتمية تفرضها طبيعة العصر الرقمي وتدفق المعلومات بشكل غير مسبوق. وتتجلى أهميتها في مجموعة من الجوانب الأساسية، من أبرزها:¹

- تمكين الأفراد من مواكبة التدفق السريع والمتغير للمعلومات، من خلال اكتساب مهارات الاستخدام الفعال لمصادر المعرفة المختلفة، والقدرة على التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة .

- ترسيخ مبادئ الاستخدام الأخلاقي للمعلومات، عبر الالتزام بالقواعد القانونية والمعايير الأخلاقية، مثل احترام حقوق الملكية الفكرية وتجنب إساءة استعمال البيانات .

¹ - حمودي-سارة، واقفالوعي المعلوماتيلدى الباحثين: دراسة ميدانية بجامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإسلامية- مذكرة ماجستير.جامعة يوسف بن خدة الجزائر.- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات والتوثيق، 2009، ص 58.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- الإسهام في إعداد قوى عاملة مؤهلة، تمتلك الكفاءات اللازمة للتكيف مع التطورات التكنولوجية واستيعاب التحولات المتسارعة في بيئة العمل القائمة على المعرفة .
 - تعزيز مفهوم التعلم مدى الحياة، من خلال تمكين الأفراد من التعلم الذاتي المستمر، واكتساب مهارات جديدة تواكب متطلبات العصر المتجددة .
 - دعم المشاركة المدنية الفعالة، عبر إعداد أفراد واعين وقادرين على الإسهام الإيجابي في المجتمع واتخاذ مواقف مبنية على فهم عميق للمعلومات .
- وعليه، فإن الثقافة المعلوماتية تمثل دعامة أساسية لبناء مجتمع معرفي متوازن، قادر على استثمار المعلومات بشكل فعال في تحقيق التنمية والتقدم.

المبحث الثالث: العلاقة بين الوسائط الجديدة والثقافة المعلوماتية

تُمثل الثقافة المعلوماتية في الإدارة الحديثة "الجسر الرابط" بين التطور التقني والفاعلية التنظيمية؛ فهي لا تقتصر على المهارة اليدوية في استخدام الحاسوب، بل هي قدرة عقلية تهدف إلى تمييز المعلومات وتوظيفها بذكاء وبرز الوسائط الجديدة كوسيط يساهم في نشر وتبسيط الثقافة المعلوماتية، وتتجلى هذه العلاقة في الأبعاد التالية:

المطلب الأول: مساهمة الوسائط الجديدة في تعزيز مهارات البحث والوصول إلى المعلومات

أحدثت الوسائط الجديدة نقلة نوعية في "ديمقراطية المعلومة"؛ فبينما يؤكد علي عبد الرزاق أن هذه الوسائط كسرت احتكار المعرفة وألغت الحواجز المكانية¹، نجد ذلك متجسداً في مديرية التشغيل بوهان من خلال توفر الإنترنت بنسبة 100% في المكاتب، مما أتاح تدفقاً معلوماتياً لحظياً يتجاوز حدود الأرشيف الورقي الجامد.

1 - علي عبد الرزاق، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2013، ص 88.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- تساهم هذه الوسائط فيما يسميه عباس صادق بـ "الاسترجاع الذكي" للمعلومات، حيث تعتمد الوسائط الجديدة على معالجة البيانات وتحليلها لا مجرد تخزينها¹؛ وهو ما يفسر اعتماد الموظفين في المديرية على الحاسوب بنسبة 32.95% لحفظ البيانات و 29.54% لكتابة التقارير، مما يعزز من مهارة "التنظيم المعلوماتي" لديهم.
- إن قدرة الوسائط على توفير الوقت والجهد (بنسبة 25.86% لدى المبحوثين) تتقاطع مع طرح ربحي عليان حول "اقتصاديات المعرفة"، حيث تصبح السرعة في الوصول للمعلومة الموثوقة معياراً أساسياً لنجاح المؤسسة²؛ وهذا ما انعكس في استخدام البريد الإلكتروني بنسبة 70% كوسيلة أساسية تضمن الشفافية والسرعة في تداول الأوامر الإدارية.

المطلب الثاني: دور الوسائط الجديدة في نشر الوعي المعلوماتي

- لا يتوقف دور الوسائط عند توفير الأدوات، بل يمتد لبناء ما يسميه محمد فتحي الهادي بـ "الحصانة الرقمية"³؛ وتظهر هذه الحصانة في دراسة الحالة من خلال إدراك 55.55% من الموظفين لمخاطر "اختراق المعلومات" والقرصنة، مما يعكس وعياً معلوماتياً يربط بين الاستخدام التقني وضرورة الأمن السيبراني.
- تساهم منصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك وفير المستخدمة في المديرية بنسب متفاوتة) في تعزيز "الدراية الإعلامية" (Media Literacy)؛ إذ يرى جيمس بوتّر أن التفاعل المستمر مع هذه البيئات الرقمية ينمي قدرة الفرد على "غربلة المحتوى" وتمييز الإشاعة من المعلومة الرسمية⁴، وهو ما يدعم استقرار المناخ التنظيمي داخل المؤسسة.
- يبرز الوعي المعلوماتي في أرقى صوره من خلال "التقييم الذاتي للمهارات"؛ فحين يطالب 29.41% من الموظفين بدورات تكوينية، فإنهم يطبقون ما تصفه الدراسات الحديثة بـ "التعلم مدى الحياة"، وهو إدراك بأن الثقافة

1 - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص 42.

2 - ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 115.

3 - محمد فتحي الهادي، المعلوماتية والمجتمع الرقمي، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2018، ص 102.

4 - W. James Potter, Media Literacy, SAGE [23:01 2026/05/05] Publications, USA, 2019, p145

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المعلوماتية عملية ديناميكية تطلب تحديثاً مستمراً لمواجهة "الانفجار المعرفي" وضمان جودة الخدمة العمومية التي يؤيد تحسنها 94.44% من أفراد العينة¹.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل، يتضح أن الوسائط الجديدة أصبحت من أبرز مظاهر التحول الرقمي الذي يشهده العالم المعاصر، لما تتميز به من خصائص كالتفاعلية والسرعة والمرونة واللامكانية، والتي جعلتها وسيلة فعالة في تسهيل الاتصال وتبادل المعلومات ونشر المعرفة، كما تبين أن هذه الوسائط لم تعد تقتصر على الجانب التقني فحسب، بل أصبحت تؤدي أدواراً معرفية وثقافية واجتماعية مؤثرة في مختلف مجالات الحياة. كما تبين أن الثقافة المعلوماتية تمثل إحدى الركائز الأساسية لبناء مجتمع المعرفة، باعتبارها مجموعة من المهارات والقدرات التي تمكن الفرد من تحديد حاجته إلى المعلومات، والبحث عنها، وتقييمها، واستخدامها بطريقة فعالة وأخلاقية، وقد ارتبط ظهور هذا المفهوم بالتطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما جعل امتلاك الكفاءة المعلوماتية ضرورة حتمية لمواكبة التحولات الرقمية.

وتبين كذلك أن العلاقة بين الوسائط الجديدة والثقافة المعلوماتية علاقة تكامل وتأثير متبادل، حيث تسهم الوسائط الجديدة في تعزيز مهارات الوصول إلى المعلومات وتنمية الوعي المعلوماتي، في حين تساعد الثقافة المعلوماتية الأفراد على الاستخدام الواعي والرشيد لهذه الوسائط بما يحقق الاستفادة المثلى منها، وبالتالي فإن تنمية الثقافة المعلوماتية في ظل الانتشار الواسع للوسائط الجديدة تعد من أهم المتطلبات الأساسية لبناء أفراد قادرين على التكيف مع متغيرات العصر الرقمي والمساهمة الفعالة في التنمية المجتمعية والمؤسسية.

¹ - بن كنين فتيحة شهناز وقانة حياة، دور الوسائط الجديدة في تفعيل الأداء الوظيفي: دراسة حالة موظفي مديرية التشغيل لولاية وهران، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغافم، 2023/2022، ص 40-65 (بالاعتماد على الجداول الإحصائية ونتائج الاستبيان).

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي

أولاً - معلومات خاصة بالصفحة

ثانياً - التحليل الكمي لفئة الشكل

ثالثاً - التحليل الكيفي

رابعاً - النتائج

أولاً: معلومات خاصة بالصفحة:

1- اسم الصفحة: **A-rticle**⁴⁷

وهي صفحة إلكترونية ناشطة على منصة الفايسبوك (Meta) تابعة لكلية الآداب واللغات بجامعة محمد لمين دباغين الهضاب سطيف، تهتم بمستجدات التعليم العالي والبحث العلمي.

2- تاريخ الإنشاء: سنة 2021

الشكل (01): يمثل الصفحة الرسمية



⁴⁷ - رابط الصفحة، <http://www.aipsdz.org/A-rticle>

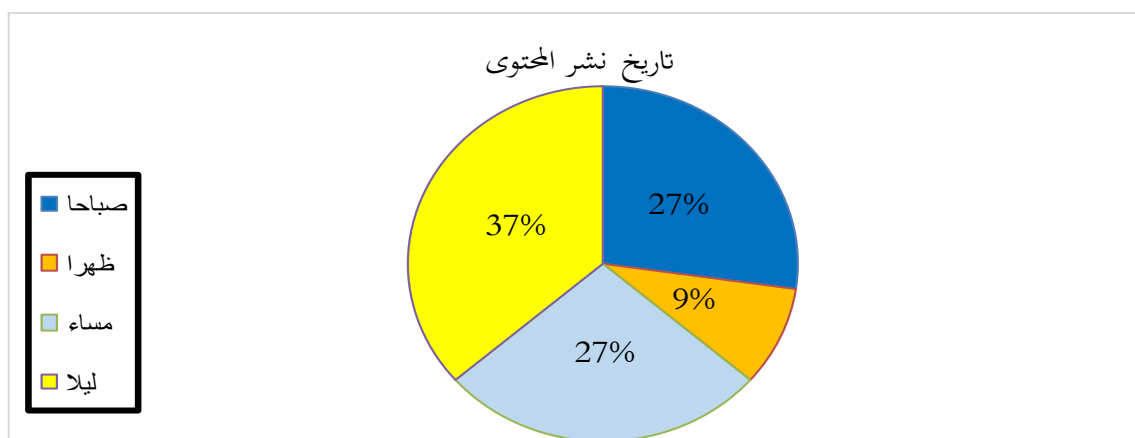
3- تاريخ نشر المحتوى:

الجدول (1): يمثل تاريخ نشر المحتوى

النسبة	التكرار	تاريخ نشر المحتوى
27,28	3	صباحا
9,08	1	ظهرا
27,28	3	مساء
36,36	4	ليلا
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يبين جدول تاريخ نشر المحتوى أن الصفحة تعتمد على نشر منشوراتها في مختلف الفترات الزمنية خلال اليوم، مع تباين في نسب النشر بين الفترات الأربع. حيث جاءت فترة الليل في المرتبة الأولى بـ(4) منشورات بنسبة (36,36%)، مما يدل على أن النشر يتم بشكل أكبر خلال هذه الفترة، وقد يعود ذلك إلى ارتفاع تواجد المتابعين أو سهولة التفاعل في هذا التوقيت. في حين سجلت فترتا الصباح والمساء نفس العدد (3) منشورات لكل منهما بنسبة (27,28%)، مما يساهم في توزيع المحتوى على أوقات مختلفة من اليوم. أما فترة الظهيرة فقد سجلت أقل نسبة بـ(1) منشور فقط بنسبة (9,08%)، مما يشير إلى ضعف النشر في هذا التوقيت مقارنة ببقية الفترات. وبشكل عام، توضح النتائج أن الصفحة لا تعتمد على توقيت واحد محدد للنشر، بل توزع محتواها على مختلف فترات اليوم، مع تركيز أكبر على فترة الليل باعتبارها الأكثر نشاطا من حيث النشر، وهو ما يبينه الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (02): يمثل تاريخ نشر المحتوى

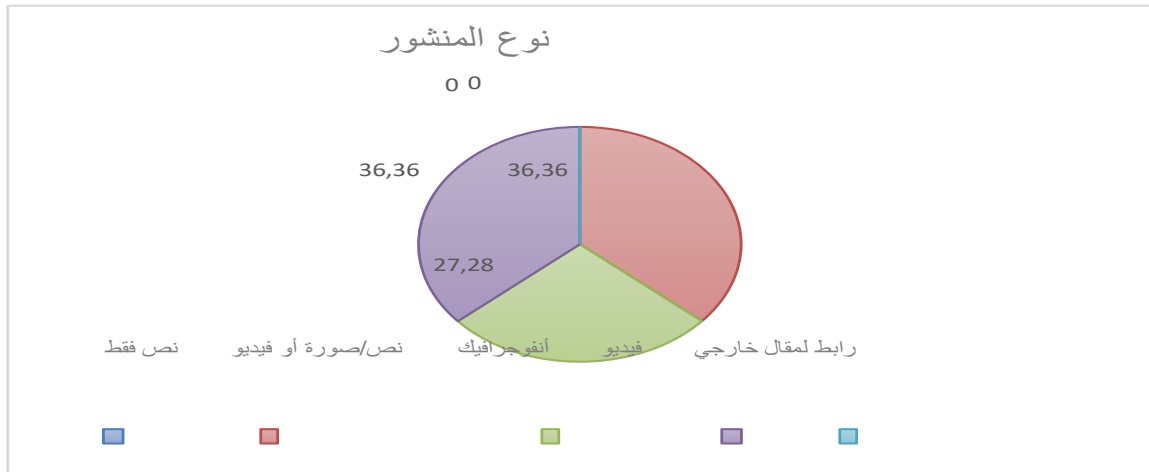
4- نوع المنشور:

الجدول (2): يمثل نوع المنشور

النسبة	التكرار	نوع المنشور
0	0	نص فقط
36,36	4	نص وصورة/ فيديو
27,28	3	أنفوجرافيك
36,36	4	فيديو
0	0	رابط لمقال خارجي
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يظهر الجدول الخاص بـ نوع المنشور تنوعا واضحا في أشكال تقديم المحتوى، ففي منشورات النص فقط، لم يتم تسجيل أي تكرار (0%)، مما يدل على أن الصفحة لا تعتمد على النمط النصي المجرد في نشر محتواها، وهو ما يعكس توجهها نحو أساليب أكثر جذبا وتفاعلية. أما النص مع صورة أو فيديو فقد سجل نسبة 36,36% بتكرار (4)، وهو ما يعكس اعتمادا مهما على الدمج بين النص والعناصر البصرية أو السمعية، مما يساعد على تبسيط المعلومة وزيادة جاذبية المحتوى. وفيما يخص الأنفوجرافيك، فقد بلغت نسبته 27,28% بتكرار (3)، وهو مؤشر على استخدام أدوات تبسيط المعلومات وعرضها بشكل بصري منظم، مما يدل على اهتمام نسبي بجعل المحتوى أكثر وضوحا وسهولة في الفهم. أما الفيديو فقد جاء بنفس نسبة النص مع صورة/فيديو، أي 36,36% بتكرار (4)، مما يعكس حضورا قويا للمحتوى المرئي السمعي باعتباره وسيلة فعالة في إيصال الرسائل وزيادة التفاعل، وفي المقابل لم يتم تسجيل أي منشورات تحتوي على روابط لمقالات خارجية (0%)، وهو ما يشير إلى غياب الإحالة المباشرة إلى مصادر خارجية، واعتماد الصفحة أكثر على إنتاج محتوى ذاتي أو بصري مباشر بدل توجيه الجمهور إلى مصادر أخرى، كما هو موضح في الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (03): يمثل نوع المنشور

ثانياً: التحليل الكمي لفئة الشكل

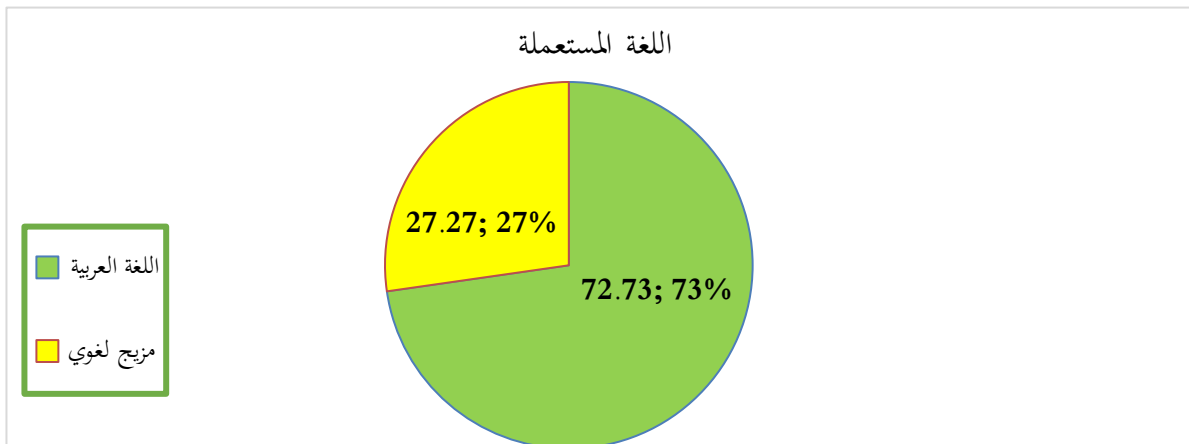
1- اللغة المستعملة:

الجدول (3): يمثل اللغة المستعملة

النسبة المئوية	التكرار	اللغة المستعملة
72,73	8	اللغة العربية
0	0	اللغة الفرنسية
0	0	اللغة الإنجليزية
27,27	3	مزيج لغوي
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استناداً لأداة الدراسة

يبين الجدول الخاص بـ اللغة المستعملة في المنشورات أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداماً في الصفحة، حيث سجلت (8) منشورات بنسبة (72,73%) من إجمالي العينة، مما يدل على هيمنة واضحة للغة العربية في تقديم المحتوى وتوجيهه للجمهور المستهدف. في المقابل، لم يتم تسجيل أي استخدام للغة الفرنسية أو الإنجليزية (0%)، وهو ما يعكس غياب التعدد اللغوي الأجنبي في المنشورات محل الدراسة. كما سجلت فئة المزيج اللغوي (3) منشورات بنسبة (27,27%)، مما يشير إلى وجود بعض المنشورات التي تعتمد على المزج بين اللغة العربية ولغات أخرى، غالباً الفرنسية أو الإنجليزية، بهدف توسيع نطاق الفهم أو مواكبة المصطلحات العلمية والتقنية. وبشكل عام، تعكس النتائج هيمنة اللغة العربية بشكل كبير على محتوى الصفحة، مع حضور محدود للمزيج اللغوي، وغياب تام للغتين الفرنسية والإنجليزية، مما يدل على توجه الصفحة نحو جمهور عربي بالدرجة الأولى. كما هو موضح أدناه:



الشكل البياني (04): يمثل اللغة المستعملة

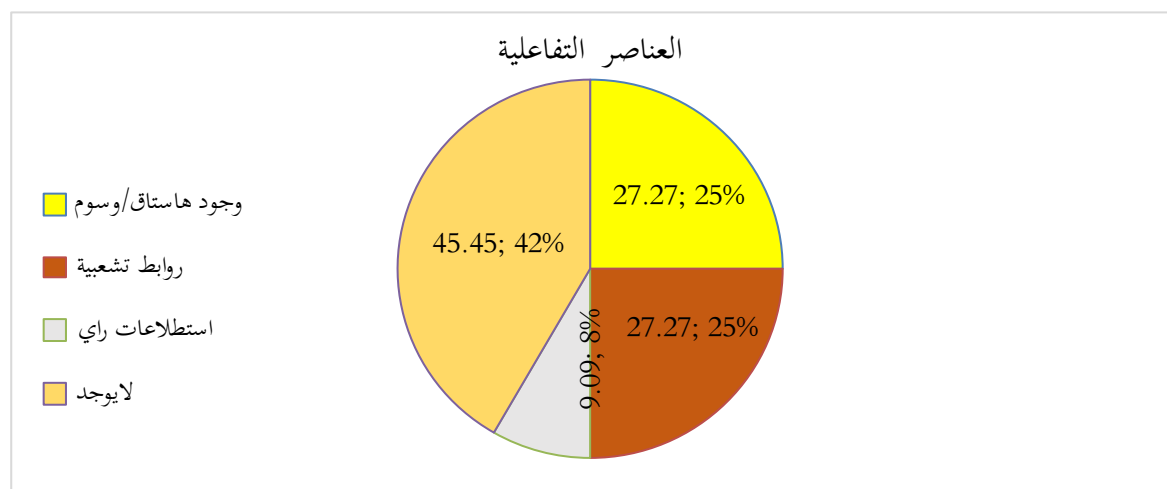
2- العناصر التفاعلية:

الجدول (4): يمثل العناصر التفاعلية

النسبة المئوية	التكرار	العناصر التفاعلية
27,27	3	وجود وسوم/ هاشتاق
27,27	3	روابط تشعبية
9,09	1	استطلاعات رأي
45,45	5	لا يوجد
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يبين تحليل العناصر التفاعلية أن الصفحة تعتمد بشكل محدود على أدوات التفاعل الرقمي، حيث جاءت نسبة المنشورات التي لا تحتوي على أي عنصر تفاعلي في المرتبة الأولى بنسبة (45.5%). في المقابل، تم تسجيل استخدام متساوٍ للوسوم والروابط التشعبية بنسبة (27.3%) لكل منهما، بينما بقي استخدام استطلاعات الرأي ضعيفا (9.1%)، مما يدل على أن التفاعل الرقمي داخل الصفحة ما يزال في مستوى متوسط إلى ضعيف من حيث تنوع أدوات التفاعل، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (05): يمثل العناصر التفاعلية

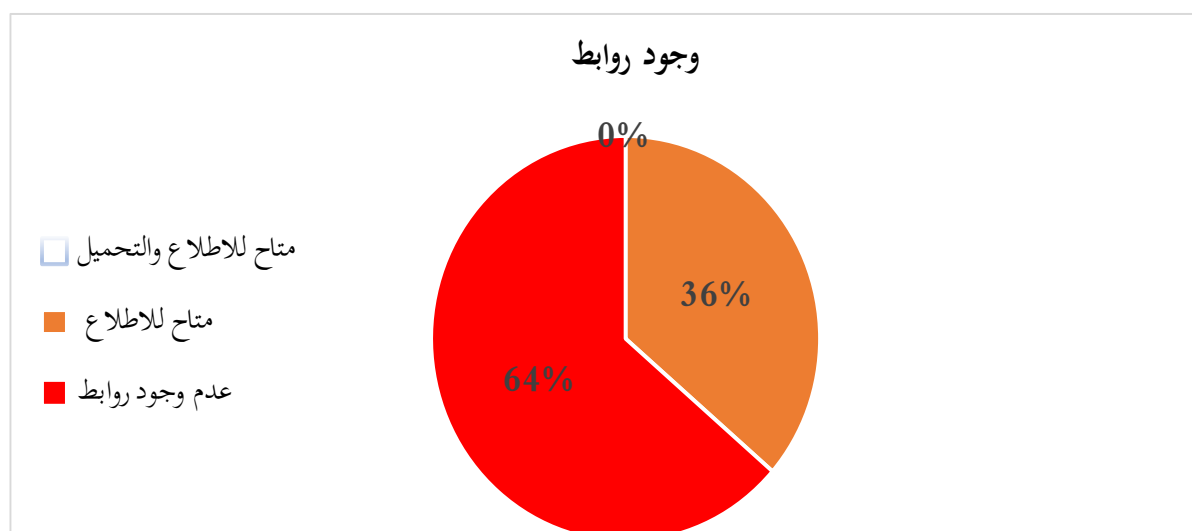
3- وجود روابط:

الجدول (5): يمثل وجود روابط

وجود روابط	التكرار	النسبة المئوية
متاح للاطلاع والتحميل	0	0
متاح للاطلاع فقط	4	36,36

المصدر: من إعداد الطالبتين استناداً لأداة الدراسة

يبين جدول وجود الروابط في المنشورات أن الصفحة تعتمد بشكل محدود على توظيف الروابط الشعبية كأداة لدعم المحتوى الرقمي. حيث سجلت فئة "متاح للاطلاع والتحميل" غياباً تاماً، إذ لم يتم تسجيل أي منشور بنسبة (0%)، مما يدل على عدم توفير محتوى قابل للتحميل عبر الروابط في العينة المدروسة. في المقابل، سجلت فئة "متاح للاطلاع فقط" (4) منشورات بنسبة (36,36%)، وهو ما يشير إلى أن بعض المنشورات تتضمن روابط تسمح بالوصول إلى المحتوى فقط دون إمكانية تحميله، مثل الصفحات الخارجية أو المقالات أو الإعلانات الرسمية، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (06): يمثل وجود روابط

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

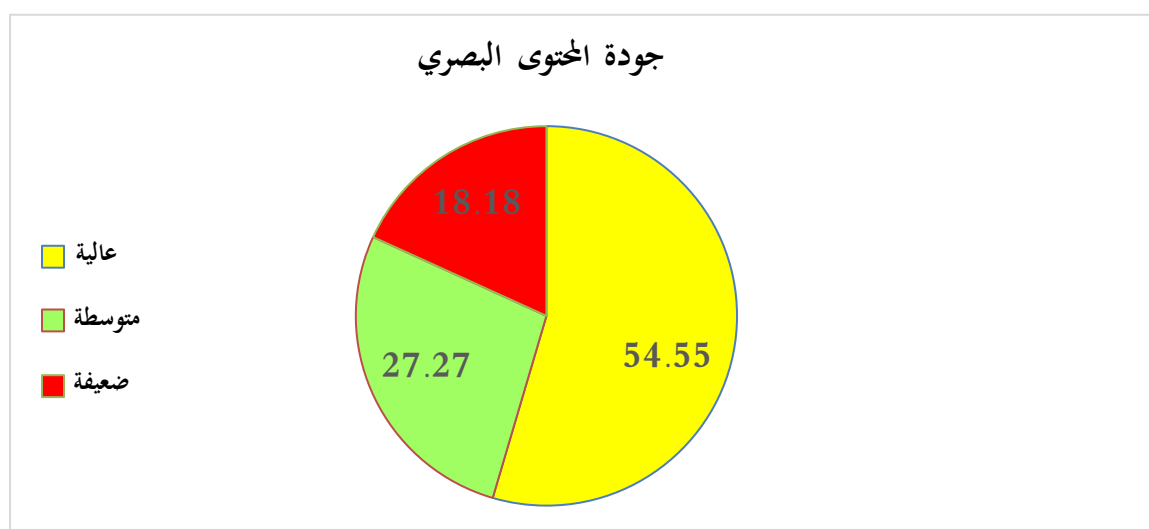
4- جودة المحتوى البصري:

الجدول (6): جودة المحتوى البصري

النسبة المئوية	التكرار	جودة المحتوى البصري
54,55	6	عالية
27,27	3	متوسطة
18,18	2	ضعيفة
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استناداً لأداة الدراسة

يبين جدول جودة المحتوى البصري أن الصفحة تعتمد بشكل واضح على محتوى بصري ذي جودة متفاوتة، مع هيمنة للجودة المرتفعة. حيث سجلت فئة "عالية" (6) منشورات بنسبة (54,55%)، مما يدل على أن أكثر من نصف المنشورات تعتمد على صور أو تصميمات ذات جودة بصرية جيدة، وهو ما يعزز جاذبية المحتوى ويساهم في تحسين تفاعل الجمهور معه. في حين جاءت فئة "متوسطة" في المرتبة الثانية بـ (3) منشورات بنسبة (27,27%)، مما يشير إلى وجود محتوى بصري مقبول من حيث الجودة لكنه ليس بالمستوى المرتفع دائماً. أما فئة "ضعيفة" فقد سجلت (2) منشورات بنسبة (18,18%)، وهو ما يعكس وجود بعض المنشورات ذات جودة بصرية منخفضة نسبياً، قد تؤثر على وضوح الرسالة أو جاذبية المحتوى. وبشكل عام، تدل النتائج على أن جودة المحتوى البصري في الصفحة تميل إلى المستوى الجيد، مع غلبة الجودة العالية، مما يعزز من فعالية التواصل البصري وجذب انتباه المتابعين، رغم وجود بعض النقائص المحدودة في عدد قليل من المنشورات، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه.



الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الشكل البياني (07): يمثل جودة المحتوى البصري

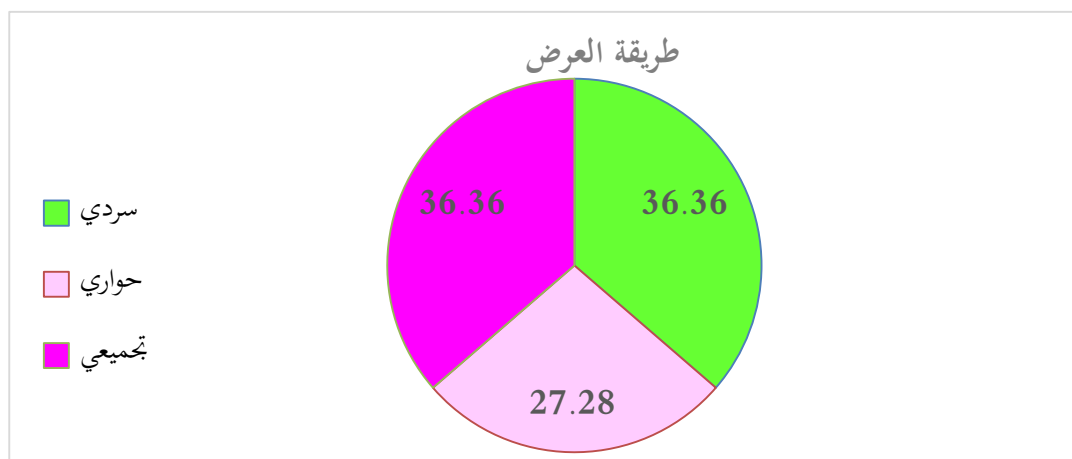
5- طريقة العرض:

الجدول (7): يمثل طريقة العرض

طريقة العرض	التكرار	النسبة المئوية
سردى	4	36,36
حواري	3	27,28
تجميعي	4	36,36
المجموع	11	100

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يبين جدول طريقة العرض أن المنشورات محل الدراسة تتوزع بشكل متقارب بين الأساليب الثلاثة (السردى، الحوارى، التجميعى)، مما يعكس تنوعا نسبيا في أساليب تقديم المحتوى داخل الصفحة. حيث جاء كل من الأسلوب السردى والأسلوب التجميعى في المرتبة الأولى مناصفة، بواقع (4) منشورات لكل منهما وبنسبة (36,36%)، وهو ما يدل على اعتماد الصفحة بشكل واضح على عرض المحتوى إما في شكل رواية للأحداث ونقلها بشكل تسلسلي (سردى)، أو في شكل نقاط ومحاور منظمة تسهل استيعاب المعلومات (تجميعى). في حين سجل الأسلوب الحوارى (3) منشورات بنسبة (27,28%)، وهو ما يشير إلى حضور أقل نسبيا لهذا النمط الذي يعتمد على التفاعل أو الصيغة الحوارية، مثل المقابلات أو النقاشات، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (08): يمثل طريقة العرض

ثالثا: فئات المضمون

1- فئة المواضيع:

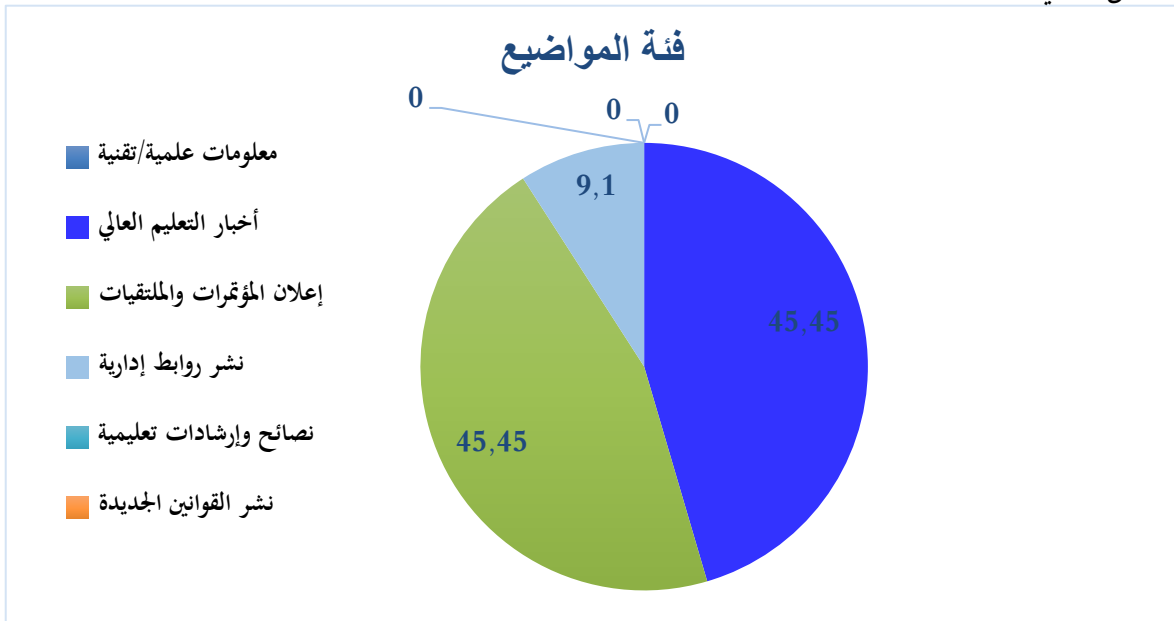
الجدول (8): يمثل فئة المواضيع

النسبة	التكرار	فئة المواضيع
0	0	معلومات علمية/ تقنية
45,45	5	أخبار التعليم العالي والبحث العلمي
45,45	5	اعلان المؤتمرات والملتقيات
9,1	1	نشر روابط إدارية مهمة للجمهور
0	0	نصائح وإرشادات تعليمية (الكتابة الأكاديمية، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي)
0	0	نشر القوانين الجديدة في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي
0	0	محتوى توعوي (محاكاة التضليل)
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يبين جدول فئة المواضيع أن محتوى الصفحة يتركز بشكل واضح في موضوعين أساسيين من العينة المدروسة هما أخبار التعليم العالي والبحث العلمي من جهة، وإعلانات المؤتمرات والملتقيات من جهة أخرى، حيث سجل كل منهما (5) منشورات بنسبة (45,45%)، مما يعكس هيمنة الطابع المؤسسي والأكاديمي في محتوى الصفحة، مع تركيز كبير على النشاطات العلمية والفعاليات الجامعية. في المقابل، سجلت فئة نشر الروابط الإدارية المهمة للجمهور (1) منشور بنسبة (9,1%)، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالفئتين السابقتين، مما يدل على محدودية توظيف الصفحة للمحتوى الإداري الموجه للجمهور. أما باقي الفئات مثل المعلومات العلمية/التقنية والنصائح والإرشادات التعليمية ونشر القوانين الجديدة والمحتوى التوعوي فقد سجلت غيابا تاما (0%) من العينة المدروسة، وبشكل عام، تعكس النتائج أن الصفحة تركز بشكل كبير على الأخبار الرسمية والفعاليات العلمية، مما يدل على طابع إخباري/مؤسسي يغلب على سياسة النشر، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (09): يمثل فئة المواضيع

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

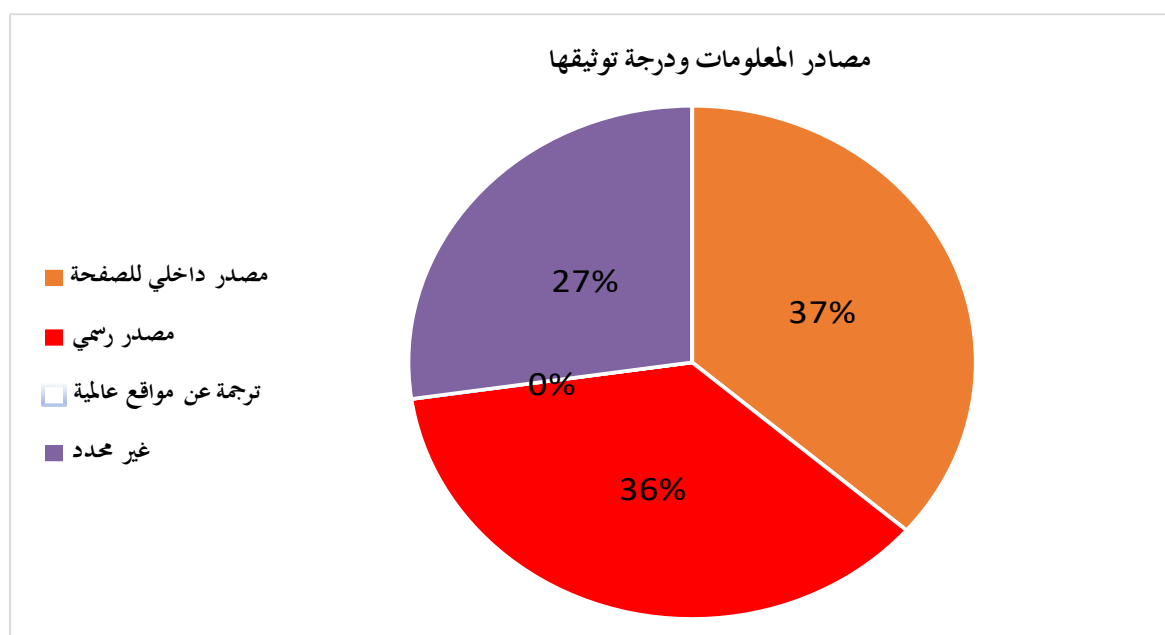
2- مصادر المعلومات ودرجة توثيقها:

الجدول (9): يمثل مصادر المعلومات ودرجة توثيقها

النسبة	التكرار	مصادر المعلومات ودرجة توثيقها
36,36	4	مصدر داخلي للصفحة
36,36	4	مصدر رسمي (مؤسسة، هيئة)
0	0	ترجمة عن مواقع عالمية
27,28	3	غير محدد
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استناداً لأداة الدراسة

يبين الجدول الخاص بـ مصادر المعلومات ودرجة توثيقها تنوعاً نسبياً في اعتماد مصادر النشر، مع تفاوت في مستوى التوثيق والاعتماد على المرجعية العلمية أو الرسمية. في مصدر داخلي للصفحة، سجلت نسبة 36,36% بتكرار (4)، ما يدل على أن جزءاً معتبراً من المنشورات المدروسة يعتمد على محتوى يتم إنتاجه داخل الصفحة نفسها، وبنفس النسبة 36,36% وتكرار (4)، جاءت فئة المصادر الرسمية (مؤسسات أو هيئات)، وهو ما يعكس وجود اعتماد جيد على مصادر موثوقة ذات طابع رسمي، مما يعزز من مصداقية جزء مهم من المحتوى المنشور. في المقابل، لم يتم تسجيل أي اعتماد على الترجمة عن مواقع عالمية (0%)، وهو ما يشير إلى غياب النقل المباشر أو الترجمة من مصادر أجنبية، أما فئة غير محدد فقد سجلت نسبة 27,28% بتكرار (3)، وهو ما يعكس وجود عدد غير قليل من المنشورات من الفئة المدروسة التي لم تذكر فيها مصادر واضحة. وبناءً عليه، يمكن القول إن مصادر المعلومات تتوزع بين مصادر داخلية ورسمية بشكل متوازن، مع حضور ملحوظ لغياب التوثيق في بعض المنشورات، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (10): يمثل مصادر المعلومات

3- اتجاه المحتوى:

الجدول (10): يمثل اتجاه المحتوى

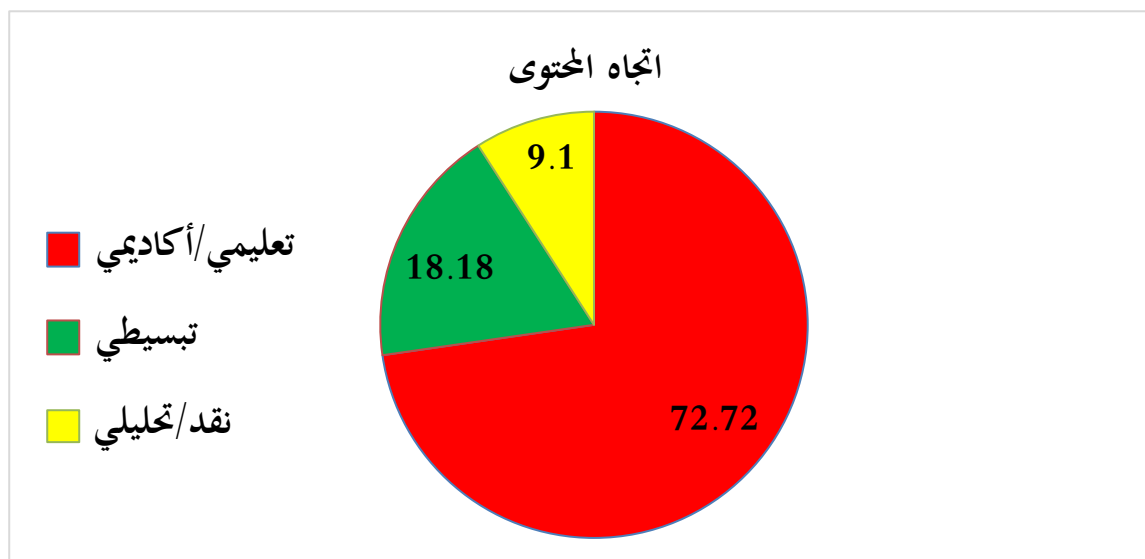
النسبة	التكرار	اتجاه المحتوى
72,72	8	تعليمي / أكاديمي
18,18	2	تبسيطي
9,1	1	نقدي / تحليلي
100	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يبين جدول اتجاه المحتوى أن الصفحة محل الدراسة يغلب عليها الطابع التعليمي/الأكاديمي بشكل واضح، حيث سجل هذا الاتجاه (8) منشورات بنسبة (72,72%)، مما يدل على أن المحتوى المقدم يتمحور أساسا حول مضامين علمية وأكاديمية مرتبطة بالملتقيات والأنشطة الجامعية والبحث العلمي، في المقابل، جاء الاتجاه التبسيطي في المرتبة الثانية بـ(2) منشورات بنسبة (18,18%)، وهو ما يشير إلى وجود بعض المحتويات التي تهدف إلى تبسيط المعلومات وتقديمها بلغة سهلة وموجهة لفهم أوسع. أما الاتجاه النقدي/التحليلي فقد سجل أدنى نسبة بـ(1) منشور فقط بنسبة (9,1%)، مما يدل على ضعف حضور المحتوى التحليلي والنقاشي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

داخل الصفحة للفئة المدروسة، وبشكل عام، تعكس النتائج هيمنة واضحة للاتجاه التعليمي/الأكاديمي على محتوى الصفحة، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (11): يمثل اتجاه المحتوى

4- اتجاه العرض:

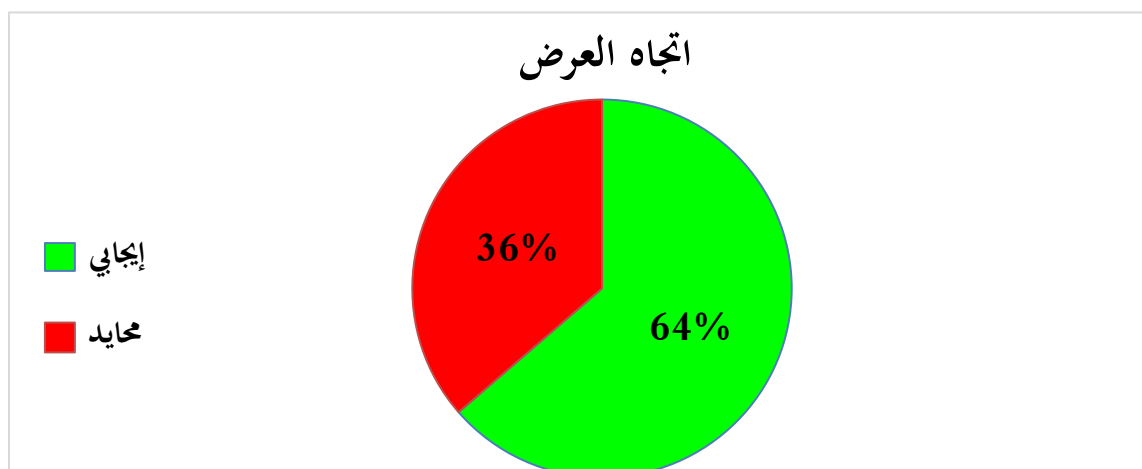
الجدول (11): يمثل اتجاه العرض

النسبة	التكرار	اتجاه العرض
63,64	7	إيجابي
36,36	4	محايد
100	11	المجموع

يظهر الجدول أن اتجاه العرض يميل بشكل واضح إلى الاتجاه الإيجابي، حيث بلغت نسبة العروض ذات الطابع الإيجابي 63,64% مقابل 36,36% فقط للاتجاه المحايد، مع عدم تسجيل أي اتجاه سلبي. ويعني ذلك أن أغلب المحتوى أو المنشورات محل الدراسة تتسم بنبرة إيجابية في طريقة تقديمها، سواء من حيث اللغة المستعملة أو زاوية المعالجة أو الموقف العام من الموضوع. كما أن وجود نسبة معتبرة من الاتجاه المحايد يشير إلى

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أن جزءا من العروض يعتمد على الطرح الموضوعي غير المتحيز، دون تبني موقف إيجابي أو سلبي واضح، وباسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه.



الشكل البياني (12): يمثل اتجاه العرض

6- فئة الجمهور المستهدف:

الجدول (12): يمثل الجمهور المستهدف

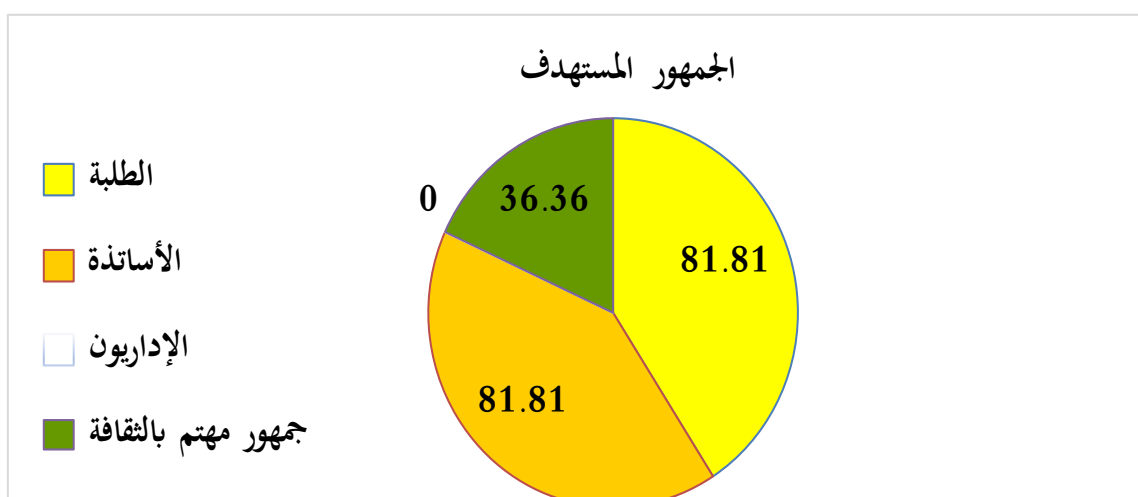
النسبة	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
81,81	9	الطلبة
81,81	9	الأساتذة
0		الإداريون
36,36	4	جمهور مهتم بالثقافة العلمية

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يظهر الجدول الخاص بـ فئة الجمهور المستهدف أن المنشورات محل الدراسة تتوجه إلى أكثر من فئة في الوقت نفسه، مع هيمنة واضحة لفئة الطلبة والأساتذة. في فئة الطلبة، سجلت أعلى نسبة بلغت 81,81% بتكرار (9)، وهو ما يعكس أن معظم المنشورات موجهة أساسا لهذه الفئة، خاصة وأن المحتوى يرتبط غالبا بالجانب الأكاديمي والتكويني، مما يجعل الطلبة الفئة الأكثر استهدافا واستفادة. وبالمثل، جاءت فئة الأساتذة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

بنفس النسبة (81,81%) والتكرار (9)، مما يدل على أن جزءا كبيرا من المحتوى ذو طابع أكاديمي أو علمي يمكن أن يخدم الأساتذة أيضا، سواء في التدريس أو البحث أو الإشراف العلمي. في المقابل، لم تسجل أي استجابة ضمن فئة الإداريين (0%)، وهو ما يشير إلى غياب توجيه المحتوى نحو هذه الفئة، أو عدم ملائمة طبيعة المنشورات لاهتماماتها الإدارية والتنظيمية. أما فئة الجمهور المهتم بالثقافة العلمية فقد سجلت نسبة 36,36% بتكرار (4)، وهو ما يدل على أن جزءا من المحتوى يتجاوز الإطار الأكاديمي الضيق ليصل إلى جمهور أوسع مهتم بالمعرفة العلمية بشكل عام. وبناء على ذلك، يمكن القول إن الجمهور المستهدف يغلب عليه الطابع الأكاديمي المزدوج (طلبة وأساتذة)، مع حضور ثانوي لجمهور علمي عام، مقابل غياب شبه تام للفئة الإدارية، مما يعكس توجه علمي وتعليمي واضح في المحتوى المنشور، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه:



الشكل البياني (13): يمثل الجمهور المستهدف

7- فئة التفاعل:

- عدد الإعجابات بالمنشور

الجدول (13): يمثل عدد الإعجابات بالمنشور

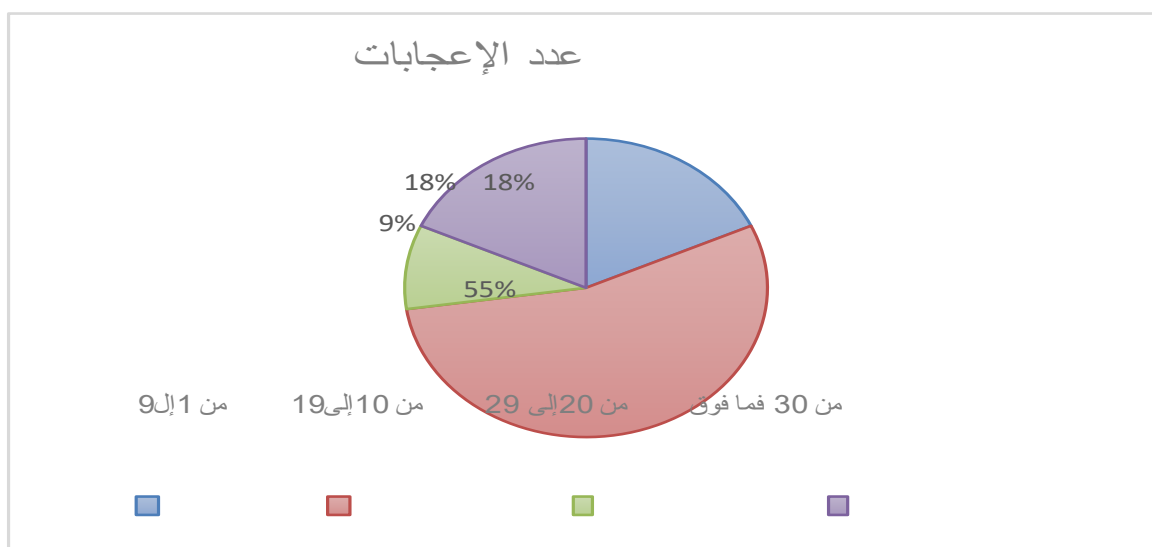
النسبة	التكرار	عدد الإعجابات بالمنشور
18,18	2	من 01 إلى 09
54,54	6	من 10 إلى 19

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

9,1	1	من 20 إلى 29
18,18	2	من 30 فما فوق

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يظهر توزيع فئات التفاعل اختلافا واضحا حسب نوع التفاعل (الإعجابات) للفئة المدروسة، مما يعكس تباينا في سلوك الجمهور تجاه المنشورات. في فئة الإعجابات، تتصدر الفئة (10 إلى 19 إعجابا) بنسبة 54,54%، ما يدل على أن أغلب المنشورات تحقق مستوى تفاعل متوسط من حيث الإعجاب. تليها فئة



(01 إلى 09) و(30 فما فوق) بنسبة متساوية تقريبا (18,18% لكل منهما)، بينما تأتي فئة (20 إلى 29) بنسبة ضعيفة (9,1%). وهذا يبرز أن التفاعل بالإعجاب معتدل من كونه مرتفعا بشكل كبير أو منخفضا جدا، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه:

الشكل البياني (14): يمثل عدد الإعجابات بالمنشور

8- عدد التعليقات:

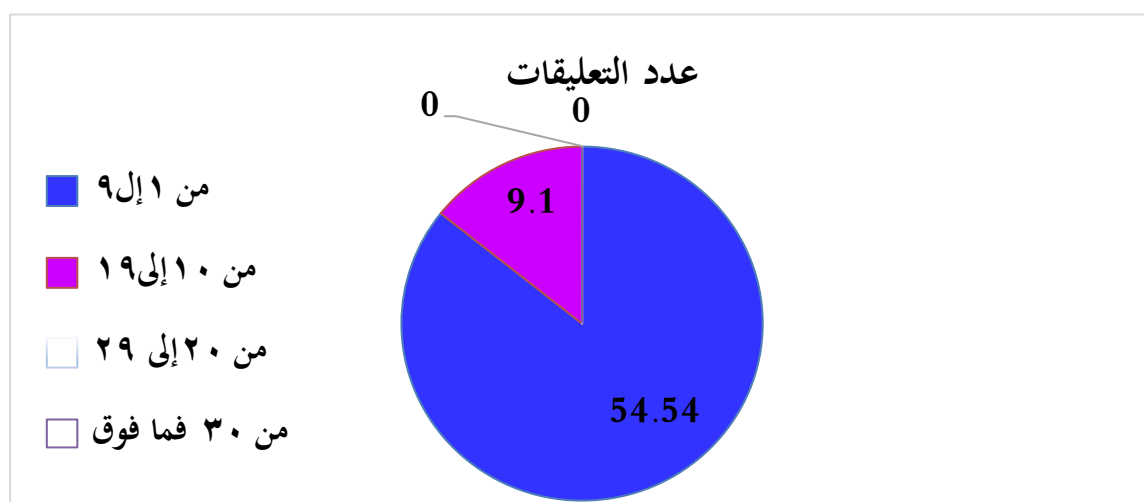
الجدول (14): يمثل عدد التعليقات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

التعليقات على المنشور	التكرار	النسبة
من 01 إلى 09	6	54,54
من 10 إلى 19	1	9,1
من 20 إلى 29	0	0
من 30 فما فوق	0	0

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

أما في فئة التعليقات، فإن التفاعل يتركز بشكل واضح في الفئة (01 إلى 09) بنسبة 54,54%، ما



يشير إلى أن أغلب التعليقات محدودة من حيث العدد، في حين تنخفض النسبة بشكل كبير في الفئة (10 إلى 19) إلى 9,1%، مع غياب التفاعل في الفئات الأعلى (20 فما فوق). وهذا يعكس ضعفا نسبيا في التفاعل والتعليق مع المحتوى المعروض، وباسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه:

الشكل البياني (15): يمثل عدد التعليقات

9- عدد المشاركة للمنشور:

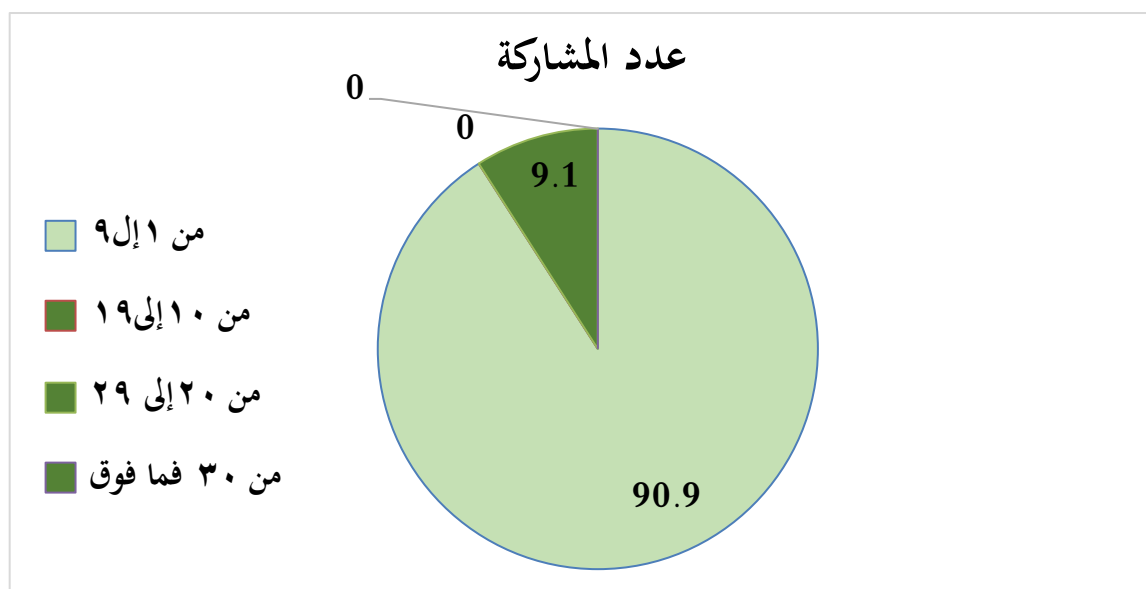
الجدول (15): يمثل عدد المشاركة للمنشور

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

عدد المشاركة للمنشور	التكرار	النسبة
من 01 إلى 09	10	90,90
من 10 إلى 19	0	0
من 20 إلى 29	1	9,1
من 30 فما فوق	0	0

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

وفيما يخص فئة المشاركات، فإن الغالبية الساحقة تتركز في الفئة (01 إلى 09) بنسبة مرتفعة جدا بلغت 90,90%، مقابل غياب شبه تام في الفئات الأخرى باستثناء نسبة ضعيفة في فئة (20 إلى 29) (9,1%). وهذا يدل على أن سلوك إعادة النشر أو مشاركة المحتوى يبقى محدودا جدا مقارنة بباقي أشكال التفاعل. وبناء عليه، يمكن القول إن الإعجابات تمثل الشكل الأكثر اعتمادا في التفاعل، بينما التعليقات والمشاركات تعكسان مستوى تفاعل منخفض إلى محدود، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه:



الشكل البياني (16): يمثل عدد المشاركة للمنشور

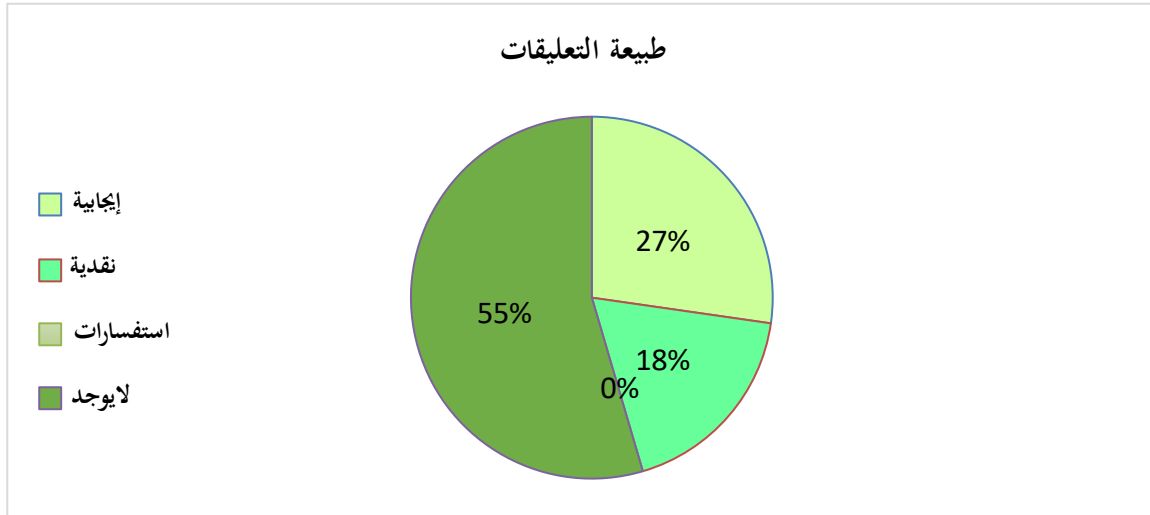
10- طبيعة التعليقات:

الجدول (16): يمثل طبيعة التعليقات

النسبة	التكرار	طبيعة التعليقات
27,27	3	إيجابية: (شكر، طلب استزادة، مشاركة تجربة).
18,18	2	نقدية: (تصحيح معلومة، تشكيك في المصدر).
0	0	استفسارات: (سؤال عن تفاصيل إضافية)

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا لأداة الدراسة

يبين الجدول المتعلق ب طبيعة التعليقات تنوعا محدودا في أنماط تفاعل الجمهور مع المنشورات، مع غياب أحد الأشكال الأساسية للتفاعل. في التعليقات الإيجابية، سجلت أعلى نسبة بلغت 27,27% بتكرار (3)، وتشمل هذه التعليقات عبارات الشكر والتهاني. وهذا يدل على وجود تفاعل إيجابي نسبي يعكس قبول المحتوى أو الاستفادة منه لدى بعض المتابعين. أما التعليقات النقدية، فقد جاءت بنسبة 18,18% بتكرار (2)، وتمثلت في نقد بعض المنشورات، وهذا يعكس وجود قدر من التفاعل التقييمي من طرف الجمهور. في المقابل، لم تسجل أي تعليقات من نوع الاستفسارات (0%)، وهو ما يشير إلى غياب التفاعل القائم على طلب المعلومات أو طرح أسئلة إضافية، مما قد يدل على أن المحتوى إما كان واضحا بما لا يستدعي الاستفسار، أو أن الجمهور لا يميل إلى هذا النوع من التفاعل. كما عرفت بعض المنشورات غياب تام للتعليقات ولهذا، يمكن استنتاج أن طبيعة التعليقات تميل نحو الإيجابية لكن محدودة، وبإسقاط النتائج السابقة نتحصّل على الشكل البياني أدناه:



الشكل البياني (17): يمثل طبيعة التعليقات

ثالثًا- التحليل الكيفي:

يهدف هذا الجزء إلى تحليل النتائج الكيفية المستخلصة من تحليل محتوى الصفحة الإلكترونية، من خلال تفسير المعطيات الكمية السابقة، والكشف عن دلالاتها من حيث طبيعة المحتوى، أسلوب العرض، والاتجاهات العامة للصفحة.

1- من حيث فئة الشكل:

- يتبين من خلال تحليل اللغة المستعملة في الصفحة محل الدراسة أن اللغة العربية هي اللغة المهيمنة بشكل واضح، حيث تستخدم في أغلب المنشورات بنسبة كبيرة، وهذا يعكس توجه الصفحة نحو فئة خاصة من الطلبة والباحثين الجزائريين في المجال الجامعي. ويعود هذا الاختيار اللغوي إلى طبيعة محتوى الصفحة الذي يتمحور حول أخبار التعليم العالي والملتقيات العلمية والنشاطات الأكاديمية الجزائرية، وهي مضامين تستهدف في الأساس الجمهور الجزائري. في المقابل، يظهر استخدام محدود للمزيج اللغوي، والذي يتمثل غالباً في إدراج بعض المصطلحات أو العبارات بالفرنسية أو الإنجليزية، خاصة في السياقات العلمية أو التقنية، وذلك بهدف مواكبة المصطلحات الأكاديمية المتداولة دولياً أو تسهيل فهم بعض المفاهيم المتخصصة.

- يتبين من خلال تحليل فئة المواضيع أن محتوى الصفحة محل الدراسة يتميز بتركيز واضح على الجوانب الإخبارية والأكاديمية المرتبطة بمجال التعليم العالي والبحث العلمي، حيث تهيمن بشكل كبير فئة أخبار التعليم العالي والبحث العلمي وإعلان المؤتمرات والملتقيات. ويعكس هذا التركيز الطابع المؤسسي للصفحة، إذ تهدف

بالأساس إلى نشر المستجدات المتعلقة بالنشاطات العلمية والمكتبيات الجامعية، إضافة إلى التعريف بالفعاليات الأكاديمية التي تنظمها مختلف المؤسسات الجامعية الجزائرية، مما يدل على أن الصفحة تعمل كوسيلة إعلامية أكاديمية أكثر من كونها منصة توعوية أو تفاعلية. في المقابل، يظهر ضعف واضح في تنوع المضامين، حيث تغيب كليا فئات مثل المعلومات العلمية/التقنية، والنصائح والإرشادات التعليمية، ونشر القوانين الجديدة، والمحتوى التوعوي، مما يجعل طابعها يغلب عليه النشر الإخباري أكثر من التحليلي أو التثقيفي.

- يتبين من خلال تحليل طريقة عرض المحتوى في الصفحة محل الدراسة أن الأسلوب السردى والتجميعي يشكلان النمطين الأكثر حضورا، مع وجود أقل للأسلوب الحوارى، مما يعكس طبيعة المحتوى المقدم داخل الصفحة. ويلاحظ أن الأسلوب السردى يعتمد بشكل أساسي على عرض الأحداث والأنشطة الجامعية بشكل متسلسل، خاصة فيما يتعلق بتغطية المكتبيات والفعاليات العلمية، حيث يتم تقديم المعلومات في شكل خبري، أما الأسلوب التجميعي فيظهر من خلال عرض بعض المنشورات في شكل محاور أو نقاط، مثل أهداف المكتبيات أو محاورها أو برامجها، مما يساهم في تنظيم المعلومات وتسهيل استيعابها من طرف المتلقي، ويعكس توجهها نحو تبسيط المحتوى العلمي وتقديمه بشكل منظم. وهو ما يؤكد أن طبيعة الصفحة تميل إلى الإعلام الإخباري والتنظيمي أكثر من التفاعل المباشر مع الجمهور.

- يتبين من خلال تحليل العناصر التفاعلية في الصفحة محل الدراسة أن مستوى التفاعل الرقمي يبقى محدودا نسبيا، حيث يلاحظ تفاوت في توظيف أدوات التفاعل بين المنشورات. فمن جهة، يظهر استخدام الوسوم (الهاشتاق) والروابط التشعبية بشكل متوسط، وهو ما يدل على محاولة الصفحة تعزيز وصول المحتوى وربطه بموضوعات محددة أو توجيه المتابعين إلى مصادر إضافية. في المقابل، يظهر ضعف واضح في استخدام استطلاعات الرأي، حيث يكاد يكون حضورها شبه نادر، مما يشير إلى غياب أدوات التفاعل المباشر التي تسمح بقياس آراء الجمهور أو إشراكه في المحتوى بشكل فعال. كما أن نسبة معتبرة من المنشورات لا تتضمن أي عناصر تفاعلية، وهو ما يعكس اعتماد الصفحة بشكل كبير على النشر من الصفحة نحو الجمهور.

2- من حيث فئة المضمون:

- يتبين من خلال تحليل طبيعة المضمون في الصفحة محل الدراسة أن المحتوى يتميز بطابع أكاديمي علمي واضح، حيث يركز أساسا على نشر أخبار التعليم العالي والبحث العلمي، إلى جانب تغطية المكتبيات والمؤتمرات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

العلمية والأنشطة الجامعية المختلفة. ويعكس هذا التوجه الدور الإخباري للمؤسسات الجامعية في توثيق فعاليتها العلمية ونشر مستجداً أكاديمية.

- يتبين من خلال تحليل مصادر المعلومات في الصفحة محل الدراسة أن المحتوى يعتمد أساساً على مصادر داخلية ورسمية، حيث يتم نشر الأخبار والأنشطة المرتبطة مباشرة بالمؤسسة الجامعية، مثل الملتقيات العلمية والفعاليات الأكاديمية، كما يظهر غياب أو ضعف الاعتماد على المصادر الخارجية أو الترجمات عن مواقع عالمية، وهو ما يشير إلى أن الصفحة لا تعتمد بشكل كبير على التنوع في مصادر المعلومات، بل تركز على ما يتم إنتاجه داخل المؤسسة نفسها.

- يتبين من خلال تحليل اتجاه المحتوى في الصفحة محل الدراسة أن الطابع التعليمي/الأكاديمي هو الأكثر هيمنة، حيث يتركز المحتوى على تقديم معلومات مرتبطة بالتعليم العالي والبحث العلمي، إضافة إلى تغطية الملتقيات والأنشطة الجامعية، وهو ما يعكس الطابع العلمي والمؤسسي للصفحة. وبما أن الصفحة ذات طابع أكاديمي، المحتوى موجه بالدرجة الأولى إلى جمهور الطلبة والأكاديميين، حيث تركز المنشورات على أخبار التعليم العالي والبحث العلمي والملتقيات العلمية، وهو ما يجعلها ملائمة أساساً لفئة الطلبة والباحثين داخل الوسط الجامعي. كما يظهر حضور ضمني لفئة الأساتذة والباحثين من خلال تغطية النشاطات العلمية والمداخلات الأكاديمية، مما يشير إلى أن الصفحة تسعى أيضاً إلى استهداف الفاعلين في المجال العلمي والبحثي، باعتبارهم جزءاً من البيئة الجامعية.

- يتبين من خلال تحليل فئة التفاعل في الصفحة محل الدراسة أن مستوى التفاعل مع المنشورات يتسم عموماً بالتفاوت، حيث يلاحظ أن أغلب المنشورات تسجل تفاعلاً محدوداً من حيث عدد الإعجابات والمشاركات والتعليقات، مع غياب نسبي للتفاعل الكثيف أو المستمر، كما يظهر أن طبيعة التفاعل داخل المنشورات تميل أساساً إلى الطابع الإيجابي والاستفساري، حيث تركز التعليقات غالباً على الشكر أو الإشادة بالمحتوى، أو طرح أسئلة بسيطة تتعلق بمضمون المنشور، وهو ما يعكس استقبالا إيجابيا للمحتوى من طرف المتابعين، دون وجود تفاعل نقدي أو جدلي واسع. في المقابل، تكاد التعليقات النقدية أو التي تتضمن تصحيحاً أو تشكيكاً في المعلومات تكون شبه غائبة، مما يدل على أن المحتوى لا يثير عادة نقاشات خلافية أو تفاعلات نقدية حادة داخل الصفحة. وبشكل عام، تعكس هذه النتائج أن التفاعل في الصفحة يبقى محدوداً نسبياً

وموجهها في معظمه نحو الاستفسار أو الدعم الإيجابي، وهو ما ينسجم مع الطابع الإخباري والمؤسسي للصفحة الذي لا يشجع كثيرا على الجدل أو النقاش المفتوح.

رابعاً- النتائج:

- أظهرت الدراسة أن الصفحة تعتمد بشكل كبير على اللغة العربية في نشر محتواها، مع حضور محدود للمزيج اللغوي.

- بينت النتائج أن محتوى الصفحة يتمحور أساسا حول أخبار التعليم العالي والبحث العلمي وإعلانات الملتقيات والمؤتمرات.

- كشفت الدراسة أن الأسلوب السردى والتجميعي هما الأكثر استخداما في عرض المحتوى.

- أظهرت النتائج أن العناصر التفاعلية تستخدم بشكل محدود، مع وجود نسبة معتبرة من المنشورات التي تخلو من أي عناصر تفاعلية.

- بين التحليل أن جودة المحتوى البصري تميل إلى المستوى العالي والمتوسط، مع وجود نسبة أقل من المحتوى الضعيف.

- أظهرت الدراسة أن الصفحة تعتمد أساسا على مصادر داخلية ورسمية في إنتاج المحتوى، مع ضعف في التنوع في مصادر المعلومات أو توثيقها بشكل دائم.

- تبين أن اتجاه المحتوى يغلب عليه الطابع التعليمي/الأكاديمي.

- أظهرت النتائج أن الجمهور المستهدف يتمثل أساسا في الطلبة والأساتذة والباحثين داخل الوسط الجامعي، مع ضعف في استهداف الجمهور العام.

- أظهرت النتائج أن التفاعل في الصفحة يبقى محدودا ومتوسطا، ويغلب عليه الطابع الإيجابي.

- بشكل عام، تعكس النتائج أن الصفحة ذات طابع إخباري أكاديمي مؤسسي يركز على نقل النشاطات العلمية والملتقيات أكثر من كونه منصة تفاعلية أو تعليمية.

الختامة

الخاتمة:

من خلال ما جاء في هذه الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي يمكن القول إن الوسائط الجديدة أصبحت من أهم الوسائل المؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، نظرا لما توفره من إمكانيات كبيرة في الاتصال والتفاعل وتبادل المعلومات والمعارف بسرعة وسهولة، فقد ساهمت هذه الوسائط في إحداث تحول جذري في طرق الوصول إلى المعرفة واكتسابها، وأصبحت تلعب دورا محوريا في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى مختلف الفئات، خاصة فئة الشباب والطلبة الجامعيين.

كما تبين أن الوسائط الجديدة تساعد على تنمية مهارات البحث عن المعلومات وتحليلها وتقييمها، وتوفر فرصا واسعة للتعليم الذاتي والانفتاح على مختلف مصادر المعرفة، الأمر الذي يساهم في رفع مستوى الوعي الثقافي والمعرفي لدى الأفراد، غير أن الاستخدام غير الواعي لهذه الوسائط قد يؤدي إلى انتشار المعلومات المغلوطة وضعف القدرة على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، مما يستدعي ضرورة تنمية التفكير النقدي وتعزيز الوعي المعلوماتي لدى المستخدمين.

لذا فإن الاستفادة الحقيقية من الوسائط الجديدة تتطلب توجيهها سليما واستعمالا عقلانيا قائما على الوعي والمسؤولية، مع ضرورة العمل على نشر الثقافة المعلوماتية وتدعيمها داخل المؤسسات التعليمية والاجتماعية، حتى يتمكن الأفراد من توظيف هذه الوسائط بصورة إيجابية تخدم التنمية العلمية والثقافية للمجتمع.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أولا/ المراجع العربية:

- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ج 2، ص 383.
- إسماعيل محمد السيد، نظم المعلومات لاتخاذ القرارات الإدارية، المكتب العربي الحديث، مصر، ص 57.
- العمودي، هدى محمد، الوعي المعلوماتي في المجتمع الأكاديمي: دراسة تطبيقية على طالبات الدراسات العليا بجامعة الملك فهد عبد العزيز، 2008، ص 182.
- أنوار محمد مرسي، المكتبة المدرسية ودورها في تنمية الوعي الثقافي، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء لدينا للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 39،41.
- بركات، زياد " كفاءات الوعي المعلوماتي لدى طلبة جامعة القدس المفتوحة في منطقة طولكرم التعليمية وفق المعايير العالمية"، في مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، ع 28، 2012.
- بن كنين فتيحة شهنواز وقانة حياة، دور الوسائط الجديدة في تفعيل الأداء الوظيفي: دراسة حالة موظفي مديرية التشغيل لولاية وهران، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، 2023/2022، ص 40-65 (بالاعتماد على الجداول الإحصائية ونتائج الاستبيان).
- بوزيفي وهيبة وأمال قاسيمي، الصورة النص البصري في عصر الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 02 (18)، 2019، ص 105.
- بوزيفي وهيبة وأمال قاسيمي ، الصورة النص البصري في عصر الوسائط الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص 107.
- بوزيفي وهيبة، قاسيمي أمال، الصورة (النص البصري) في عصر الوسائط الجديدة... الخصائص والأنواع، المجلة الجزائرية للاتصال، مج18، ع02، ص105.

- تيكفة، حنان، نظرية ثراء الوسيلة والاتصال الرقمي، مذكرة ماستر، جامعة الجزائر، الجزائر، 2021، ص 26.
- حمودي-سارة، واقعالوعي المعلوماتيلدى الباحثين: دراسة ميدانية بجامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الاسلامية- مذكرة ماجستير.جامعة يوسف بن خدة الجزائر.- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات والتوثيق، 2009، ص 58.
- خالد محمد أبو شعيرة وثائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها مكتبة المجمع الغربي عمان ط 1 سنة 1436هـ / 2015م ص 117.
- خالد محمد أبو شعيرة، وثائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها ، مكتبة المجمع الغربي عمان ط 1 سنة 1436هـ / 2015م ، ص 118
- خليل محمد فرجون والوسائط المتعددة بين التنظيم والتعليق، دار الفلاح ببشر والتوزيع، ط1، الكويت، ص 26.
- خليل محمد فرجون والوسائط المتعددة بين التنظيم والتعليق، دار الفلاح ببشر والتوزيع، ط1، الكويت، ص 23.
- خيش يوسف وبن برطال عبد القادر، أهمية التغيير الثقافي في تفعيل حوكمة الشركات، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الوادي - العدد 6 -المجلد الأول ص 160.
- دياب، مفتاح محمد، قضايا معلوماتية اتجاهات حديثة في دراسة المعلومات، ط01، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007، ص 36.
- ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 115.
- السيد حسب الله، الشامي أحمد محمد، الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات، م2، الرياض: دار المريخ، 1989، ص 1257.
- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص 42.

- عبد الغني زعنوف، أحمد عظيمي، " المعلومة وأهميتها في المجتمع المعلوماتي "، في مجلة البحوث والدراسات الانسانية، الجزائر، ع.9. 2014، ص.ص 116-117.
- عبد الهادي، محمد فتحي، المعلومات والمعرفة والتحديات في المجتمع العربي المعاصر، ط01، القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015، ص57.
- علي عبد الرزاق، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2013، ص 88.
- علي قسايسية، شبكة الأنترنت، محاضرة في مقياس مقاربات الجمهور ومستخدمي الوسائط الجديدة لطالبة الدكتوراه، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، السداسي الأول، جامعة الجزائر 03، بتاريخ 2016/01/09.
- علي قسايسية، نفس المرجع السابقة، نفس الصفحة.
- القاسمي، محمد، نظرية ثراء وسائل الإعلام واستخداماتها في الاتصال الرقمي، دار النشر العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2016، ص17-18.
- لوتي ربيعة، الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة " الفايسبوك " وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشياي الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور 3 في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال سياسي اجتماعي، 2021/2020، ص76.
- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص21.
- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص22.
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، القاهرة، ط4، 2004، ص 1003.
- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005، ص 1031.
- محاجبي، عيسى، الثقافة المعلوماتية لدى طلبة بعض المدارس العليا في الجزائر: وفق مؤشرات الأداء للتقنيين الخاص بكفاءات الثقافة المعلوماتية للتعليم العالي (ACRL

- (2000)، جامعة الجزائر 2: كلية الانسانية والاجتماعية، قسم علم المكتبات والتوثيق. د.س. ص151.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع نفسه، ص130.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 عالم الكتب مصر 2000، ص130.
- محمد فتحي الهادي، المعلوماتية والمجتمع الرقمي، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2018، ص 102.
- محي الدين مختار الاتجاهات النظرية والتطبيقية لمنهجية العلوم الاجتماعية _ دار المنشورات الجامعة _ باتنة _ ط1، 1999، ص7.
- منيرة السعيداني، مفهوم الثقافة التنظيمية في العلوم الاجتماعية، المنظمة العربية للترجمة بيروت، ط 1، سنة 2007، ص 31.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 35.
- ناصر داداي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي، دار المحمدية العامة، الجزائر، سنة 2004، ص 107.
- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، الكويت: دار المعرفة، 2001.
- هاني محي الدين عطية، الثقافة المعموماتية نحو مؤشرات لقياس القيمة في مجتمع المعمومات ، جامعة بني سويف، 2011، ص296-297.
- وليد بن عبو، الاعلام الجديد مفهومه وخصائصه مدخل نظري عام، مجلة الراصد العلمي، ع01، م 07، 2020، ص 27.

ثانيا/ المراجع الأجنبية:

- Ned Kock ،“Media Richness Theory and Theories of Communication”, 2005, p.117.
- UNESCO. (2008). *Information for all programme (IFAP): Information literacy*. Paris: UNESCO
- W. James Potter, Media Literacy, SAGE [23:01 2026/05/05] Publications, USA, 2019, p145
- Zurkowski, P. G. (1974). *The information service environment: Relationships and priorities*. Washington, DC: National Commission on Libraries and Information Science.

الملاحق

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

قسم علوم الإتصال والإعلام

استمارة تحليل محتوى

تم تقديم هذه الإستمارة في إطار إنجاز مذكرة تخرج ماستر تخصص () بقسم علوم الإعلام والإتصال حول مضامين
صفحة A-rtitle على منصة الفايسبوك

من إعداد:

تحت إشراف:

أولاً: معلومات خاصة بالصفحة:

إسم الصفحة:

تاريخ الإنشاء:

تاريخ نشر المحتوى:

 صباحا ظهرا مساء ليلا

نوع المنشور: نص فقط ☐ نص وصورة/ فيديو ☐ إنفوجرافيك ☐ فيديو ☐ رابط لمقال خارجي ☐

ثانياً: فئة الشكل

فئة اللغة: العربية ☐ الفرنسية ☐ الإنجليزية ☐ مزيج لغوي ☐

العناصر التفاعلية: وجود وسوم/هاشتاج ☐ روابط تشعبية ☐ استطلاعات رأي ☐ لا يوجد ☐

وجود روابط: متاح للاطلاع والتحميل ☐ متاح للاطلاع فقط ☐

جودة المحتوى البصري: عالية ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

طريقة العرض: سردي ☐ حوار ☐ تجميعي ☐

ثالثاً: فئات المضمون

1- فئة المواضيع: (طباعة المضامين العلمية)

☐ معلومات علمية/ تقنية.

☐ أخبار التعليم العالي والبحث العلمي

☐ اعلان المؤتمرات والملتقيات

☐ نشر روابط إدارية مهمة للجمهور

☐ نصائح وإرشادات تعليمية (الكتابة الأكاديمية، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي)

☐ نشر القوانين الجديدة في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي

☐ محتوى توعوي (محاربة التضليل)

2- صادر المعلومات ودرجة توثيقها:

☐ مصدر داخلي للصفحة ☐ مصدر رسمي (مؤسسة، هيئة) ☐ ترجمة عن مواقع عالمية ☐ غير محدد ☐

نكر المصدر: موجود - غير موجود

3- اتجاه المحتوى: تعليمي/ أكاديمي ☐ تبسيطي ☐ نقدي/ تحليلي ☐

4- اتجاه العرض: ايجابي ☐ محايد ☐

5- فئة الأهداف:

☐ فئة الأهداف (مهارات الثقافة المعلوماتية المستهدفة): ☐ الوصول: تعليم كيفية البحث عن المعلومة.

☐ التقييم: التحقق من صدق المصادر والتفريق بين الخبر والرأي. ☐ الاستخدام: كيفية توظيف المعلومة .

☐ الأخلاقيات: التوعية بحقوق الملكية الفكرية والأمان الرقمي.

6- فئة الجمهور المستهدف:

الطلبة: ☐ الأساتذة: ☐ الإداريون: ☐ جمهور مهتم بالثقافة العلمية: ☐

7- فئة التفاعل:

عدد الإعجابات بالمنشور:

من 01 إلى 09 ☐ من 10 إلى 19 ☐ من 20 إلى 29 ☐ من 30 فما فوق ☐

التعليقات على المنشور:

من 01 إلى 09 ☐ من 10 إلى 19 ☐ من 20 إلى 29 ☐ من 30 فما فوق ☐

عدد المشاركة للمنشور:

من 01 إلى 09 ☐ من 10 إلى 19 ☐ من 20 إلى 29 ☐ من 30 فما فوق ☐

8- طبيعة التعليقات: ☐ إيجابية: (شكر، طلب استزادة، مشاركة تجربة). ☐ نقدية: (تصحيح معلومة، تشكيك في المصدر). ☐

استفسارات: (سؤال عن تفاصيل إضافية) ☐



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال

الرقم: 2026 /

انا الممضي (ة) ادناه : السيد(ة): بن شويهر ساري

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم):

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:

210191429

الصادرة بتاريخ: 22/03/2026 عن دائرة: السيد(ة) بن شويهر ساري

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري تحت رقم التسجيل: 212135082033

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه) عنوانها:

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة

العلمانية دراسة تحليلية لصفحة Facebook

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في

انجاز البحث المذكور اعلاه

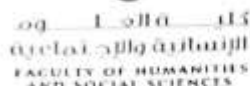
المسيلة في: 20 ماي 2026

امضاء المعني (ة): Ber



حكيمه غراي

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Chancellorship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
 نيابة العمادة للدراسات والمعامل المرتبطة بالطلبة
 الرقم: 2023/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى (ة) ادناه :

السيد(ة): مياوي مستورة

الصفة (طالب، استاذ باحث، باحث دائم): مالية

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 805718065

الصادرة بتاريخ: 18.09.2020 عن دائرة: صقبة

المسجل (ة) بكلية: العلوم الإنسانية، الجامعة العراقية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال بالمهنة ووسائلها الجديدة تحت رقم التسجيل: 111 89 350 181

والمكلف بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور الوساطة الجديدة في تهيئة الثقافة المحلومائية

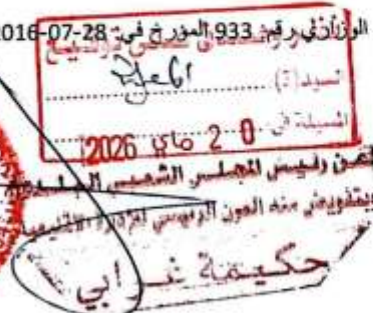
Article 100 of the Constitution

أصرح بشرفي بأنني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه

المسيلة في: 2024/05/20

امضاء المعنى (٥):

المرجع: القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافئتها.



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال

وثيقة ايداع المذكرة

الموضوع:

دور الوسائط الجديدة في تعزيز الثقافة المعلوماتية
دراسة تحليلية لصفحة "Articl"

إعداد الطالب :

1- بن قويدر سارة رقم التسجيل: 35088039

2- ميموري مسعود رقم التسجيل: 35089111

القسم: علوم الاعلام والاتصال الشعبة: اتصال

التخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

إشراف الأستاذ (ة): والمعلم خنيرة

الرتبة:

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2025-2026 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الأستاذ (ة) المشرف (ة):

رئيس القسم

