

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر * بسكرة *
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - قطب شتمة-
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال

عنوان المذكرة

إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشبيعات المحققة منه

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر
"بسكرة"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

صونيا قوراري

إعداد الطالبة:

فطوم لطرش

السنة الجامعية: 2014/2013

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَيَسِّرْ
لِي أَمْرِي وَاجْعَلْ عُنُقَهُمْ لِسَانِي
يَفْقَهُوا قَوْلِي﴾

شكر وعرفان

الحمد لله نحمده ونستعينه...

اللهم صل وسلم وبارك على أشرف خلقك سيدنا وحبينا وشفيعنا محمد
صلى الله عليه وسلم.

أحمد الله حمدا كثيرا على توفيقى لإتمام هاته الدراسة المتواضعة،
وأسأله مزيدا من النجاحات على صعيد حياتي العلمية والعملية.

أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذتي الفاضلة "صونيا قوراري"، التي قلما
نجد مثلها فقد كانت نعم الأستاذة والأخت، فلم تبخل علينا بالكبيرة كما
الصغيرة، أدامك الله لنا ولأحبابك ولجميع الطلبة، ونفع بك الأمة
الإسلامية.

كما لايفوتني أن أشكر جميع أساتذتي من المرحلة الابتدائية إلى غاية
اليوم، وخاصة أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

كما عمال مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية ودعمهم لنا.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة وبشكل أساسي للتعرف على استخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة، والذي من خلاله تقوم الجامعة بتقديم مختلف الخدمات، تغطي هاته الأخيرة مختلف احتياجات الجماهير الداخلية، كما أنها قد تتجاوز ذلك إلى مختلف الجماهير الخارجية، كما حاولت الدراسة معرفة الدوافع التي تكمن وراء استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة، إضافة إلى أهم الإشباعات المحققة جراء هذا الإستخدام، وللتعرف على ذلك قمنا بتصميم استمارة استبيان، وبعد تجربتها، قمنا بتوزيعها على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر - بسكرة، وقد تم اختيارها بالطريقة القصدية، حيث بلغ عدده (60) طالبا، كما أننا قد استخدمنا المنهج المسحي للتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

أن الطلبة يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أحيانا، كما أنهم يستخدمونه حسب الحاجة، إضافة للحصول على مختلف المعلومات وخاصة الدروس والمحاضرات وفهارس الكتب...من خلاله، كما أنه وبالرغم من تلبية الموقع للعديد من حاجاتهم إلا أنه غير كاف بالنسبة لهم.

Summary of the study :

The main of this study mainly to learn about the uses of students of the site official website of the university of biskra, through which the university will provide various service, this course covers the various needs of the masses recent internal, they may also go beyond that to different audeinces state, also the study tried to find out the motives behind the use of students to the web site of the university of biskra.

Add the most important gratification achieved by this use.

And to identify some designed questionnaire, and after testing, we have distributed to a sample of students from the science media and communication at the university of mohamed khider - biskra, has been selected purposely, where numbered, (60) students, we also have used the survey method to reach in to the last set results, notably:

That students are using the official website of the university of biskra sometimes, add to get various information and private lessons, lectures, books and catalogs...from which, it is also and in spite of the site to meet many of their needs, but it is not enough for them.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء

شكر وعرفان

ملخص الدراسة بالعربية والأجنبية

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

أ- ب مقدمة

القسم الأول: الإطار المنهجي للدراسة

18 أولا: إشكالية الدراسة

19 ثانيا: تساؤلات الدراسة

20 ثالثا: أسباب إختيار موضوع الدراسة

20 رابعا: أهداف الدراسة

21 خامسا: أهمية الدراسة

22 سادسا: الدراسات السابقة

32 سابعا: تحديد مفاهيم الدراسة

33 ثامنا: نوع ومنهج الدراسة

35 تاسعا: مجتمع البحث وعينة الدراسة

37 عاشرا: أدوات جمع البيانات

القسم الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: الأنترنت والمواقع الإلكترونية

41 تمهيد

42 المبحث الأول: مفهوم الأنترنت ونشأتها

42 المطلب 1: تعريف الأنترنت

44 المطلب 2: نشأة الأنترنت

48	المطلب 3: التعليم عبر الأنترنت.....
51	المطلب 4: إيجابيات وسلبيات الأنترنت.....
56	المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية.....
56	المطلب 1: تعريف الموقع الإلكتروني.....
58	المطلب 2: مكونات الموقع الإلكتروني.....
60	المطلب 3: أنواع المواقع الإلكترونية.....
68	المطلب 4: جودة المواقع الإلكترونية.....
70	خلاصة.....
	الفصل الثاني: نظرية الإستخدامات والإشبعات.....
72	تمهيد.....
73	المبحث الأول: نشأة وتطور نظرية الإستخدامات والإشبعات.....
73	المطلب 1: التعريف بنظرية الإستخدامات والإشبعات.....
76	المطلب 2: أصول ونشأة النظرية.....
78	المطلب 3: فروض النظرية.....
82	المطلب 4: تصنيف الدوافع والإشبعات.....
83	المبحث الثاني: تقييم النظرية وإسقاطها على الدراسة موضوع البحث.....
83	المطلب 1: عناصر نظرية الإستخدامات والإشبعات.....
88	المطلب 2: الأهداف التي تسعى النظرية لتحقيقها.....
89	المطلب 3: النقد الموجه للنظرية.....
91	خلاصة.....
	القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
93	تمهيد (البيانات الشخصية).....
99	التحليل الكيفي لبيانات الدراسة.....
99	المحور الأول: أنماط إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.....

102	المحور الثاني: دوافع إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.....
105	المحور الثالث: الإشباعات المحققة من إستخدام الطلبة للموقع الرسمي الإلكتروني لجامعة بسكرة.....
116	نتائج الدراسة.....
118	خاتمة
120	قائمة المصادر والمراجع.....
	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول

رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
01	توزيع العينة حسب الجنس	97
02	توزيع أفراد العينة حسب السن	97
03	توزيع العينة حسب المستوى الجامعي	98
04	توزيع العينة حسب التخصصات	98
05	يوضح إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	99
06	يوضح فترة إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	100
07	يوضح مدة إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	100
08	يوضح كيفية إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	101
09	يوضح إعجاب أفراد العينة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	102
10	يوضح سبب إعجاب أفراد العينة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	102
11	يوضح إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة للدخول إلى روابط إلكترونية أخرى	103
12	يوضح الفروع الإلكترونية التي يتم الولوج إليها من خلال إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	103
13	يوضح الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى تحقيقها من خلال إستخدام الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة	104
14	يوضح جودة الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	105
15	يوضح سبب جودة الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة	106
16	يوضح تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة لإحتياجات أفراد العينة دون اللجوء إلى مواقع أخرى	106
17	يوضح من خلال ماذا يلبي الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة إحتياجات أفراد العينة	107

108	يوضح العناصر التي يجب أن تضاف إلى الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة	18
108	يوضح إستخدام الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة من قبل أفراد العينة	19
111	يوضح كيفية إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة من قبل أفراد العينة	21
114	يوضح تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة لإحتياجات أفراد العينة دون اللجوء على مواقع إلكترونية أخرى	22

مفلة

مقدمة:

تعد الأنترنت من مصادر التعليم على مستوى العالم وذلك نظرا للكم الهائل من المعلومات التي تقدمها، مما شجع مستخدميها وخاصة الطلبة على التعمق فيها والبحث عبرها، أكثر من الإعتماد على الحصول عليها بشكل تقليدي، ومما سهل العملية أكثر قيام الجامعات بإنشاء مواقع إلكترونية يتم من خلالها طرح أفكارها وتقديم مختلف الخدمات الإتصالية والإجتماعية لإعطاء الطلبة جو من التفاعلية، والأهم من هذا كله مدى جودة الموقع وثقة المستخدمين في محتواه، فقد كثرت في الآونة الأخيرة المواقع الإلكترونية وأصبح من السهل إنشاء الآلاف منها، إلا أن التحدي الأكبر هو زرع الثقة في المستخدمين من خلال ما يتميز به الموقع من جودة وسرعة تحديث للمعلومات.

حيث أن الطلبة يستخدمون المواقع الإلكترونية الخاصة بالجامعات بغية تحقيق أهداف معينة قد تكون مقصودة أو غير مقصودة، وهذا ما ركزت عليه نظرية الإستخدامات والإشبعات، حيث تقوم أساسا على إفتراض الجمهور النشط، وتحاول النظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث أنه يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته ورغباته وتوقعاته، ومنه إستخدام طلبة جامعة بسكرة للموقع الإلكتروني الرسمي لها الذي يتميز بتعدد وتنوع خدماته من خلال تقديم كل ما هو جديد حول الجامعة، وتقديم خدمات خاصة بالأساتذة والطلبة من خلال الإعلان عن مختلف الملتقيات، المسابقات، التوزيعات الدراسية، الجامعات عن بعد، وإمكانية إتصال الطلبة بأساتذتهم من خلال وضع البريد الإلكتروني لكل أستاذ...

وانطلاقا من الميزات الخاصة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة، سنحاول من خلال هاته الدراسة معرفة استخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة، والإشبعات المحققة منه.

وللتعمق في موضوع الدراسة فقد تم انتهاز خطة، حيث قسمت إلى ثلاثة أقسام (إطار منهجي، نظري، تطبيقي)، وتم التطرق في الإطار المنهجي إلى الإشكالية وأهم التساؤلات،

أسباب إختيار الدراسة، أهداف وأهمية الدراسة، الدراسات السابقة، ثم تحديد مفاهيم الدراسة، نوع ومنهج الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، فأدوات جمع البيانات.

أما بالنسبة للقسم الثاني والمتمثل في الإطار النظري فقد انطوى على فصلين اندرج تحت كل فصل مبحثين، جاء المبحث الأول بعنوان مفهوم الأنترنت ونشأتها، يحتوي على أربعة مطالب تعريف الأنترنت، نشأتها، التعليم عبر الأنترنت، إيجابيات وسلبات الأنترنت، أما المبحث الثاني فقد جاء بعنوان المواقع الإلكترونية، تم التطرق فيه إلى تعريف المواقع الإلكترونية، مكوناتها، أنواعها، وجودة المواقع الإلكترونية، أما الفصل الثاني فقد جاء بعنوان نظرية الإستخدامات والإشباعاء جاء المبحث الأول بعنوان نشأة وتطور النظرية، اندرج ضمنه ثلاثة مطالب: التعريف اللغوي والإصطلاحي للنظرية، أصول ونشأة النظرية، ثم فروض النظرية، فتصنيف الدوافع والإشباعاء، أما المبحث الثاني فقد جاء بعنوان تقييم النظرية تكون من عناصر النظرية، الأهداف التي تسعى لتحقيقها، النقد الموجه لها.

الأطوار الفنية

أدى التطور التكنولوجي في مجال الإتصال الإلكتروني إلى وجود وسائل إتصال حديثة تختلف في طبيعتها عن وسائل الإتصال التقليدية ومنها الانترنت التي تعد من أهم المصادر، حيث يتم اللجوء اليها من قبل المستفيدين للحصول على المعلومات التي يحتاجونها بمختلف التخصصات وفي جميع الأوقات.

وببروز هاته الوسيلة، راجت بها العديد من الخدمات الإتصالية الإعلامية منها المواقع الإلكترونية التي تعتبر الوجه العاكس للمؤسسة ومحتواها، حيث أنه أصبح من الضروري لكل مؤسسة أن تمتلك موقعا إلكترونيا لتعبر عن أفكارها وآرائها، والأهم من ذلك خدماتها، حيث أنها تساهم بشكل جدي في دعم العملية الإتصالية وتوفير كافة أسباب النجاح لها نظرا لمساهمتها في التنسيق وأداء المهام وتحقيق الأهداف المرجوة للمؤسسة.

حيث

أن استخدامات الأفراد لنفس الرسائل يمكن أن تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط بالحد كبير باختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغبتهم في توقعاتهم تعد جميعا متغيرا ت وسيطة بين الرسائل والإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل.

ونظرا لأهمية ومكانة المؤسسات التعليمية وخاصة منها الجامعية التي تمتاز بانفتاح فضائها المتعددة والتغيرات اليومية سواء في الجانب المعرفي أو الإتصالي أو الخدماتي بغرض تحقيق المنفعة والإشباع المراد الوصول إليها، فإن معظم تعاملاتها تنصب في المجال الإلكتروني، وكونها أكثر المؤسسات اعتمادا للمواقع الإلكترونية وخاصة لتسهيل الإتصال بين مختلف الجماهير الداخلية والخارجية، إضافة إلى سهولة وسرعة نقل المعلومة فيما بينهم، فمساهمتها في القضاء على العديد من المعوقات الإتصالية التقليدية.

القسم الأول: الإطار المنهجي

لكن أصبحت الجودة من المتطلبات الضرورية لنجاح وتميز المؤسسات حيث أن جودتها من جودة موقعها الإلكتروني ومدى صحة المعلومات ومصدرها لأنها بجودة معلوماتها ومحتوياتها ستجد استخداما واسعا لها.

ومن بين المهتمين بهذا التطور التكنولوجي والمعرفي نجد جامعة محمد خيضر -بسكرة-، هاته الأخيرة التي تعتبر من بين أهم الجامعات الجزائرية مواكبة لهذا التطور، والرائدة في التعامل الإلكتروني مع جماهيرها المتباينة وخاصة الداخلية منها، من خلال موقعها الإلكتروني الرسمي، الذي يمتاز بتعدد وتنوع خدماته وجودتها، إضافة إلى حنكة وقوة التصميم، كما أنه يحتل مؤخر المرتبة الأولى بالنسبة للمواقع الإلكترونية لباقي الجامعات الجزائرية.

وإنطلاقا من المزايا والخدمات التي يقدمها الموقع، فقد جعل من الممكن وجود تصور عن استخدام الموقع الرسمي لجامعة بسكرة، ودوافع هذا الاستخدام، والإشباع المحققة منه.

وعليه تم طرح الإشكال التالي:

ما هي استخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة محمد خيضر "بسكرة" والإشباع المحققة منه؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة

1- ما هي أنماط استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة؟

2- ما هي دوافع هذا الاستخدام؟

3- ما هي الإشباع المحققة من هذا الاستخدام؟

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

أ- الذاتية:

- ميل الباحثة الشخصي لهذا الموضوع، وللتكنولوجيا بصفة عامة.

ب- الموضوعية:

- يعود سبب الاختيار للموقع الإلكتروني والأنترنت ، لما لها من أهمية في الإتصال إضافة إلى انتشارها ورواجها بشكل كبير.

- أما إختيار جمهور الطلبة، فذلك راجع لأهمية هذه الفئة في المجتمع، بإفتراضها الأكثر وعيا وتعلما، إضافة إلى كبر حجمها في الجزائر، كما أنها الطبقة الأكثر إستعمالا للأنترنت.

- حداثة وجدة الموضوع، حيث تنطلق حدائته من حداثة التكنولوجيا وإستغلالها في ميدان الإتصال.

- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خصوصا في بلادنا.

رابعا: أهداف الدراسة

- معرفة أنماط إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

- دوافع استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

- الإشباعات المحققة من إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

خامسا: أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هاته الدراسة كونها تتناول أهم ظاهرة، وهي الظاهرة الإتصالية من ناحية إلكترونية أو تكنولوجية التي حتى وإن درست أو عولجت من قبل، إلا أنها كانت في مؤسسات إجتماعية أو إقتصادية غير أنها لم تعالج من قبل في المؤسسة الجامعية، بالرغم من كونها من أهم مؤسسات الدولة الجزائرية، حيث أنها ستحاول الربط بين استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة من خلال مجموعة من الحاجات، الدوافع، والرغبات، والإشبعات المحققة من هذا الإستخدام، في محاولة لتجسيد أهم فرضيات نظرية الاستخدامات والإشبعات، والتأكد من صحتها بالنسبة للموضوع محل الدراسة.

سادسا: الدراسات السابقة

أولا: الدراسات العربية

- الدراسة الأولى: " للدكتور عبد الصادق حسن عبد الصادق، جاءت بعنوان: " دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الأنترنت".¹

ملخص الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات بمملكة البحرين لإذاعات الأنترنت، والإشباعات المترتبة على هذا الإستخدام، وقد استخدم الباحث أداة الإستبيان على عينة عمدية قوامها 312 مفردة من الشباب الجامعي في الجامعات الحكومية (جامعة البحرين وجامعة الخليج العربي) والجامعات الخاصة (الجامعة الأهلية وجامعة المملكة)، كما أن هاته الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية وقد اعتمدت منهج المسح.

فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا في معدل استخدام الشباب الجامعي الخليجي في الجامعات في مملكة البحرين لإذاعات الأنترنت والدوافع المتعلقة بهذا الإستخدام.
- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا في معدل استخدام الشباب الجامعي الخليجي في الجامعات في مملكة البحرين لإذاعات الأنترنت والإشباعات المتعلقة من هذا الإستخدام.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين دوافع استخدام الشباب الجامعي الخليجي في الجامعات في مملكة البحرين لإذاعات الأنترنت والإشباعات المترتبة.

¹ عبد الصادق حسن عبد الصادق، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الأنترنت، (دراسة منشورة)، مملكة البحرين، 2013.

- ما مدى استماع الشباب الجامعي الخليجي لإذاعات الأنترنت؟
- ما عادات وأنماط استماع الشباب الجامعي الخليجي لإذاعات الأنترنت؟
- ما أسباب ودوافع استماع الشباب الجامعي الخليجي لإذاعات الأنترنت؟
- ما استخدامات الشباب الجامعي لإذاعات الأنترنت؟
- ما سلوك التعرض الذي يقوم به الشباب الجامعي الخليجي أثناء إستماعه لراديو الأنترنت؟
- ما الإشباعات المحققة من استماع الشباب الجامعي الخليجي لإذاعات الأنترنت؟

نتائج الدراسة:

تتوزع المدة التي يستمع فيها الشباب الجامعي الخليجي لإذاعات الإنترنت - بالترتيب - على النحو التالي :

أقل من 30 دقيقة، يليها من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة، ثم أكبر من ثلاث ساعات ، ثم من 30 دقيقة لأقل من ساعة بنسبة وجاء من ساعتين لأقل من 3 ساعات في المرتبة الأخيرة بنسبة.

جاءت إذاعة راديو سوا في مقدمة إذاعات الإنترنت التي يحرص الشباب الجامعي على الاستماع لها بنسبة ، تليها إذاعة إم بي سي 103.03 MBC FM ، ثم مونت كارلو Monte Carlo ، والعربية 99.00 Alarabia ، ثم دبي 92 Dubai FM ، وبي بي سي ، والأيام 93.3 Al Ayam FM ، وروتانا 88.5 Rotana FM ، وإذاعة البحرين الشبابية 98.04 FM ، راديو فويس 104.02 Radio Voice FM ، وراديو البحرين 93.00 FM وجاء سعودي قرآن 100.0 Saudi Quran FM في المرتبة الأخيرة.

القسم الأول الإطار المنهجي

توجد علاقة إعتباطية دالة إحصائياً في معدل إستخدام الشباب الجامعي الخليجي بالجامعات في مملكة البحرين لإذاعات الأنترنت والدوافع المتعلقة بهذا الإستخدام.

توجد علاقة إعتباطية دالة إحصائياً في معدل إستخدام الشباب الجامعي الخليجي بالجامعات في مملكة البحرين لإذاعات الأنترنت والإشباعات المترتبة من هذا الإستخدام.

الدراسة الثانية: أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها.¹

مشكلة الدراسة:

محاولة الكشف عن معدل الاستخدام والاعتماد على تلك الأشكال والدوافع الحقيقية وراء استخدام هذا النمط وفيم يستخدم وما هي الإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام ومعرفة أسباب نجاح هذا النوع من الأدوات رغم تواجد وسائل إعلام أخرى يمكن أن توفر التفاعلية لمضمونها.

وذلك من خلال دراسة مضمون تلك المدونات ومجموعات الفيس بوك السياسية وما تحمله من آراء ووجهها نظر وقضايا ثم دراسة مجتمع المدونين سواء كان قائماً بالاتصال أو جمهور . وكذلك الوقوف على الأسباب والدوافع التي جعلت الشباب يقبل على متابعة المدونات ومعرفة المشكلات التي تواجههم والوقوف على دور مواقع المدونات في تحقيق حرية التعبير .

فروض الدراسة:

تطلبت الدراسة الاستعانة بنظرية تحكم مسارها وقد تمثلت تلك النظرية في مدخل الاستخدامات والإشباعات التي جاءت في عنوانها ومن ثم تصبح فروض النظرية السابقة هي فروض الدراسة منطقياً وهو ما سوف يتضح في الإطار النظري.

¹ أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها ، دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، ع 26، يوليو 2009.

القسم الأول الإطار المنهجي

- تتدرج هاته الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، معتمدة على المنهج المسحي، وقد اعتمدت على أداة الإستبيان.

نتائج الدراسة:

نخلص من الدراسة الحالية إلى صحة الفرض من مدخل الاستخدامات والإشباعات والذي يشير إلى أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته وهو ما أثبتته النتائج بارتفاع نسبة التفضيل للمدونات السعودية تلتها المدونات التابعة للدول العربية الأخرى ثم المدونات الأمريكية مما يتسق مع ارتفاعات درجة الاهتمام بما يتعلق بمن يشترك في وحدة المصير أو من يؤثر عليه بقوة. أما الفرض الثاني فقد ثبت صحته أيضا ذلك أن استخدام المدونات كمضمون اتصالي أو إعلامي أقرت النسبة الأكبر من المفردات من العينة بعدم صلاحيته وبإضافة ارتفاع نسبة الإناث عن الذكور في هذا المحك يتبين أن الفروق الفردية وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد مسألة صحيحة.

أما الفرض الثالث والذي يشير إلى أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة وهو ما أثبتته النتائج وأكدت صحة الفرض حيث أن النسبة الأكبر (3.77%) ممن علم بوجود المضمون السياسي أقبلوا على استخدامه.

ونصل إلى الفرض الرابع ومؤداه أن أفراد الجمهور يستطيعون دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية) وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع الحاجات، وهو ما أثبتته النتائج التي أكد أن على رأس الموضوعات التي يفضلها النسبة الأكبر من المفردات تلك المتعلقة بالأنظمة السياسية كصناعة للقرار والمناخ السياسي تلاها جماعات الضغط وما يحيط بها دائما من إثارة في الأنشطة والسياسات.

القسم الأول الإطار المنهجي

ويتأكد الفرض نفسه بما يعضد الدوافع النفسية والاجتماعية والذي أبرزته النتائج وتمثلت في أن على رأس الإشباكات معرفة المعلومات ثم تلاها سلوك النصح للآخرين وتأتي بعد ذلك لتحسين المكانة، ثم يتوازن إشباعي معرفة مستقبل أولادي والتسلية وجميعها يكمن وراءها دوافع نفسية واجتماعية كما يتضح.

أما الفرض القائل بأن رغبات الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية متعددة والإعلام لا يلبي إلا بعضا منها فقد ثبت صحته حيث أبرز نسبة ليست هينة من المفردات عدم رغبتهم في استخدام المضمون السياسي بالمدونات على الرغم من إقبالهم على استخدام المدونات في إطار مضامين أخرى.

ثانيا: الدراسات المحلية (الجزائرية)

الدراسة الأولى: مديحة جيطاني، بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية"- دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات-¹.

اشكالية الدراسة: ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، وما هي اتجاهاته نحوها؟

تساؤلات الدراسة:

- ما هي خصائص أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية على شبكة الأنترنت؟

- ما هي عادات وأنماط تصفحهم للمواقع الإسلامية؟

- ما هي اتجاهات المبحوثين نحو محتويات المواقع الإسلامية؟ وما هي الدوافع والحاجات المتحكمة في هذه الاتجاهات؟

¹ مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية"- دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات"-، جامعة الحاج لخضر باتنة، مذكرة ماجستير (منشورة)، 2010.

القسم الأول الإطار المنهجي

- ما هي آراء الشباب الجامعي حول المواقع الإسلامية: سواء من حيث المضمون، أو طريقة عرض هذا المضمون؟

المنهج: المسح

النتائج:

لقد أوضحت هذه الدراسة أن نسبة معتبرة من الشباب الجامعي الزائرين للمواقع الإسلامية لا يتصفحون المواقع الإسلامية، وأن الذين يتصفحونها لا يستفيدون كثيرا من كل الخدمات التي تقدمها نتيجة لتحديات تتعلق بالمواقع الإسلامية:

قلة المادة المعروضة في الكثير من المواقع الإسلامية ورتابتها وعدم تنوعها، عدم اهتمام بعض المواقع الإسلامية بمختلف أساليب الجذب مثل زيادة الأدوات التفاعلية في الموقع والتي تجعل المتصفح في اتصال دائم مع الموقع ومتصفحيه ... الخ ، وتحديات خارجية مثل :عدم إتقان لغات أخرى غي اللغة العربية، عدم شهرة المواقع الإسلامية بين الطلبة الجامعيين، قلة الإهتمام بهذه المواقع، تأثير الجانب المادي ... الخ، وهذه أيضا تعد عوائق حقيقية أمام نجاح المواقع السلمية إضافة إلى عوائق أخرى تحد من فاعليتها، وهذا لا ينفي حقيقة أن القليل من المواقع الإسلامية استطاعت أن تستقطب عددا لا بأس به من شريحة الشباب الجامعي، حيث تعد هذه المواقع أنموذجا ناجحا استطاع أن يستقطب مختلف شرائح المجتمع لتلبية إحتياجاتهم، فقد شكلت لهم المرجع الإسلامي في الأنترنت الذي يزودهم بالثقافة الإسلامية ويحميهم من الآثار السلبية للركام الهائل من المواقع المنحرفة من جهات لا حصر لها تخالف في بعض الأحيان تعاليم الدين الإسلامي وتتناقضه في معظم الأحيان.

الدراسة الثانية: باديس لونيس، "جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنت".¹

¹ باديس لونيس، **جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنت**، -دراسة في استخدامات واشباكات طلبة جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير (منشورة)، إتصال وعلاقات عامة، قسنطينة، 2008.

التساؤلات:

الإستخدامات:

- ماهي عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للإنترنت؟

- ماهي أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للإنترنت؟

الإشباعات:

- ما هي الإشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الإنترنت؟

- هل الإشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الإنترنت تغنيهم عن استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟

العلاقة بين الإستخدامات والإشباعات وبعض متغيرات البيانات الشخصية:

- هل هناك فروق دالة إحصائية بين الإستخدامات والإشباعات وفق متغيري: - الجنس.

- التخصص.

نتائج الدراسة:

-عادات التصفح:

- 1- يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت عموما بشكل معقول دون إفراط أو تفريط.
- 2- يستخدم أغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل غير منتظم.
- 3- تتمثل أكثر الأيام التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت في يومي: الخميس والجمعة.
- 4- تتم أغلبية استخدامات الطلبة للانترنت في الفترة المسائية، ثم الفترة الليلية.
- 5- يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت عموما بصفة فردية، ثم مع الأصدقاء والزملاء.

القسم الأول الإطار المنهجي

غالبية استخدامات الطلبة للانترنت تتم في مقاهي الانترنت، ثم في الجامعة.

7- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وعادات تصفح الطلبة للانترنت.

8- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وعادات تصفح الطلبة للانترنت، سوى

ما يتعلق بـ:

- فردية أو جماعية استخدام الطلبة للانترنت.

- والفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت.

- أنماط التصفح:

1- أكثر محركات البحث التي يفضلها الطلبة هي: (Google)، ثم (Yahoo)، ثم (Hotmail).

2- أكثر خدمات الانترنت تفضيلا من قبل الطلبة هي: خدمة الويب، ثم خدمة البريد الالكتروني.

3- أكثر أنواع المواقع الالكترونية تفضيلا من قبل الطلبة هي:

أولا - من حيث المضمون: المواقع التي تتوافق مع تخصصهم الدراسي.

ثانيا - من حيث المجال الجغرافي: المواقع الدولية بالدرجة الأولى.

ثالثا - من حيث اللغة: المواقع التي تستخدم اللغة الفرنسية.

رابعا - من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى: مواقع الصحف على الانترنت.

4- يميل الطلبة لتصفح مواد الانترنت بشكل متعمق أكثر.

5- يقوم أغلبية الطلبة بالاستفادة أكثر من المواد التي تتوافق مع حاجاتهم في الانترنت عن طريق تحميلها.

6- تفوق الاستخدامات الايجابية لجمهور الطلبة الجزائريين في الانترنت الاستخدامات السلبية (السيئة).

7- تتمثل أكثر الاستخدامات السلبية التي يقوم بها الطلبة على الانترنت في: زيارة المواقع الإباحية.

القسم الأول الإطار المنهجي

8- يميل الطلبة ليكونوا أكثر إيجابية (تفاعلا) في تعاملهم مع الانترنت، أي أنهم يميلون للقيام بالمشاركة

الفعالة في محتويات هذه الوسيلة، ولا يكتفون بدور المتلقين فقط.

9- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأنماط تصفح الطلبة للانترنت سوى ما تعلق بـ:

- أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون، ومن حيث المجال الجغرافي، ومن حيث اللغة.

10- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأنماط تصفح الطلبة للانترنت، سوى ما تعلق بـ:

- أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون.

- أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية.

- عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة.

- عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع.

- طرق تعامل الطلبة مع المحتوى الذي يهتمهم في الانترنت.

- الإشباعات المتحققة وانعكاساتها:

1- تتنوع الإشباعات التي تحقّقها الانترنت لجمهور الطلبة الجزائريين، ولا تقتصر على مجال واحد.

2- تتمثل أكثر الإشباعات التي تتحقّق للطلبة في: الإشباعات المعرفية، ثم الإعلامية، ثم الدينية.

3- الإشباعات التي تتحقّق لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت لا تغنيهم عن استخدام

وسائل الإعلام الأخرى.

4- أغلبية الطلبة يثقون في الانترنت حسب مصداقية المواقع الالكترونية.

القسم الأول الإطار المنهجي

5- أما عن آفاق استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت فإن أغليبيتهم ينوون الرفع والزيادة في حجم استخدامهم لها.

6- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص والإشباعات المتحققة للطلبة من خلال تصفحهم للانترنت سوى ما تعلق بـ:

- الإشباعات الاجتماعية.

- علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت.

- مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت

7- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والإشباعات المتحققة للطلبة من خلال

تصفحهم للانترنت سوى ما تعلق بـ:

- الإشباعات الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ من استعراض الدراسات السابقة العربية عددها المحدود جداً ، حيث لم تحض المجتمعات العربية بدراسات متعمقة بخصوص الظاهرة الجديدة على الرغم من أهميتها الكبيرة ، نضيف إلى ذلك أن الإستخدامات والإشباعات حتى وإن عولجت من قبل إلا أن معظمها كان على الأنترنت أو الفيسبوك إلا أن المواقع الإلكترونية لم تحض بالقدر الكافي ، إلا أنني استقدت من هاته الدراسات خاصة مذكرة "جيطاني مديحة، استخدامات الطلبة للمواقع الإسلامية" حيث أنها انطلقت ودراستي تقريبا من نفس التساؤلات ، واعتمادها أيضا على المنهج المسحي لتتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج مثل عدم إطلاع الطلبة على المواقع الإسلامية كثيرا ومنه عدم إطلاع الطلبة على الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة إلا أحيانا، كما أن معظم الدراسات السابقة تتشابه مع هاته الدراسة في المنهج المتبع وهو المنهج المسحي، إضافة إلى الأدوات المستعملة، كما أن غالبيتها منجزة في الوسط الجامعي أي أن العينة المختارة كانت من الطلبة.

سابعاً: المفاهيم الإجرائية للدراسة

- 1- المواقع الإلكترونية: يمكن تعريف الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة محمد خيضر - بسكرة - بأنه عبارة عن مجموعة من المواضيع والملفات الموجودة على خادم الويب، يتم من خلالها تقديم خدمات إتصالية متنوعة: كالكتب، الرزنامات الدروس والمحاضرات، مختلف الإعلانات... وهذه المواضيع تخص مختلف الجماهير الداخلية والخارجية.
- 2- الإستخدام: يمكن تعريفه من خلال هاته الدراسة بأنه: عملية التصفح التي يقوم بها الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة، والإطلاع على آخر المستجدات في الجامعة.
- 3- الإشباع: هو عبارة عن إقتناع ورضا الطلبة الجامعيين بالخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة، من خلال الحصول على المعلومات التي يحتاجونها للوصول إلى أكبر درجة من الإشباع.

القسم الأول الإطار المنهجي

ثامنا: نوع ومنهج الدراسة

يعرف المنهج لغة بأنه مصدر بمعنى طريق، مسلك. وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق أو سلك، أو اتبع، والنهج، والمنهج، والمنهاج تعني الطريق الواضح¹. كما يعرفه "موريس أنجر" بأنه: "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة"².

أما اصطلاحا فيمكن تعريفه بأنه "الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة، وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية"

وعرفه "عبد الرحمان بدوي" بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته، حتى تصل إلى نتيجة معلومة".

وتتدرج هاته الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الاستكشافية، حيث تعرف بأنها: كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة... كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها"³.

وبما أن منهج المسح من أشهر مناهج البحث وأكثرها إستخداما في الدراسات الوصفية خاصة وأنه يوفر الكثير من البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة، حيث أننا بواسطته

¹ غازي عناية، منهجية إعداد البحث العلمي... بكالوريوس... ماجستير... دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 17.

² موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص 98.

³ أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2009، ص 282-287.

القسم الأول الإطار المنهجي

نجمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو حادثة مخصصة أو جماعة من الجماعات أو ناحية من النواحي...

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر إستخدام للموقع الرسمي لجامعة محمد خيضر - بسكرة - والإشباعات المحققة من خلال هذا الإستخدام، إذن فإن "المسح" هو المنهج الملائم لهاته الدراسة.

حيث يعرف "برجس" **منهج المسح** بأنه "دراسة علمية لظروف المجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الإجتماعي"¹.

كما يعرف بأنه: " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك"².

ويعرف على أنه أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين تم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول الى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة³.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2000، ص129.

² أحمد بن مرسل، نفس المرجع السابق، ص 286-287.

³ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص282.

تاسعا: مجتمع البحث وعينة الدراسة

إن مجتمع البحث يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة¹.

ويتمثل مجتمع البحث بهاته الدراسة في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر - بسكرة -، الذين يبلغ عددهم 313 طالبا، بمختلف الأطوار الجامعية (ثانية جذع مشترك علوم الإعلام والاتصال، الثالثة علاقات عامة وسمعي بصري، أولى ماستر علاقات عامة وسمعي بصري، ثانية علاقات عامة).

وقد تم إختيار طلبة علوم الإعلام والاتصال لأنهم الأقرب إلى التخصص، كما أنهم من أكثر الطلبة معرفة بالاتصال الإلكتروني الذي يتم عبر المواقع الإلكترونية. ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث وتنوع مفرداته، إضافة إلى توفير الجهد والوقت فقد لجأت الباحثة إلى اعتماد العينة.

وتعرف العينة بأنها: " وتعني طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات محددة يتم إختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر المفردات ومجتمع الدراسة بأساليب مختلفة"².

ونظرا لاقتصار عينتنا على مستخدمي الانترنت والمواقع الالكترونية فقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على **العينة القصدية**، حيث أنها " تتم عن طريق إختيار الباحث لمجموعة من الأفراد تلائم الغرض من البحث كأن تكون هذه العينة عايشة ظاهرة معينة"³.

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 137.

² نفس المرجع السابق، ص 138.

³ إبراهيم حامد الأسطل، **مناهج البحث العلمي**، قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية غزة، 2012، ص 9.

القسم الأول _____ الإطار المنهجي

حيث تكونت عينة الدراسة من 60 طالبا من علوم الإعلام والاتصال مختلف التخصصات،حيث أننا قصدنا جميع الأفواج بجميع السنوات واخترنا من بينهم مستخدمي الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة .

عاشرا: أدوات جمع البيانات

استمارة الاستبيان:

يعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليه الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها ويعرف على أنه:

لغة: الاستبيان (بمعنى ظهر واتضح، والشيء استوضحه وعرفه).

كما أنه: "بأنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها البحث".

ويعرف بأنه: " مجموعة من الأسئلة التي يتم الإجابة عليها من قبل المفحوص بدون مساعدة الباحث الشخصية أو من يقوم مقامه".¹

- هو "قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث".

- ويعرف أحيانا بأنه: "صحيفة تحوي مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث أن إجابتها تفي بما يتطلبه موضوع بحثه من بيانات ترسل بالبريد إلى الأفراد الذين تم إختيارهم على أسس إحصائية يجيبون عليها ويعيدونها".²

تكونت الاستمارة من 19 سؤالا، وهذا بعد تحكيمها من قبل الأساتذة (رملي بوزيد، جفال سامية، نجيب بخوش) صيغت في شكلها النهائي، حيث إنقسمت إلى ثلاث محاور جاء المحور الأول بعنوان "أنماط استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة"، والثاني بعنوان "دوافع استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة"، في حين الثالث جاء بعنوان "الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة"، andرج تحت

¹ زياد علي محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010، ص 17، 16، 15.

² مروان عبد المجيد ابراهيم، نفس المرجع السابق، ص 165.

القسم الأول الإطار المنهجي

كل محور مجموعة من الأسئلة تراوحت ما بين أربعة وثلاثة أسئلة، حيث أن أغلبها جاءت بصيغة مغلقة وتمثلت في 18 سؤالاً، والآخر جاء مفتوحاً.

الإطار النظري

الفصل الأول: الأنترنت والمواقع الإلكترونية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الأنترنت ونشأتها

المطلب 1: تعريف الأنترنت

المطلب 2: نشأة الأنترنت

المطلب 3: التعليم عبر الأنترنت

المطلب 5: إيجابيات وسلبيات الأنترنت

المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية

المطلب 1: تعريف الموقع الإلكتروني

المطلب 2: مكونات الموقع الإلكتروني

المطلب 3: أنواع المواقع الإلكترونية

المطلب 4: جودة المواقع الإلكترونية

خاتمة

أصبحت الأنترنت من أهم اهتمامات الزبائن والمؤسسات، وتعد من بين أهم التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كونها تقدم الكثير من الخدمات منها أنها تعتبر مصدرا للحصول على المعلومات التعليمية والبحثية في المؤسسات التعليمية بمستوياتها المختلفة، وخاصة منها قطاع التعليم العالي، حيث أصبح لمعظم الجامعات مواقع إلكترونية يتم التواصل بينها ومختلف جماهيرها من خلال إمدادهم بمختلف المعلومات والخدمات الإتصالية، حيث أن جودة الموقع الإلكتروني ومحتوياته من جودة المؤسسة، بإعتباره الوجه العاكس لها.

وهذا ما حاولنا التطرق إليه في هذا الفصل من خلال الإعتماد على مبحثين، جاء البحث الأول عن الأنترنت ونشأتها، في حين الحين الثاني فقد تطرق إلى المواقع الإلكترونية ومدى جودتها.

المبحث الأول: مفهوم الأنترنت ونشأتها

المطلب 1: تعريف الأنترنت:

وتم تعريفها في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994، أنها "شبكة إتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب تربط بين أكثر من (35) ألف شبكة من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الإشتراك فيها لحوالي 33 مليون مستخدم من المجاميع أو الزمر، وهنالك أكثر من 100 دولة في العالم لديها نوع من الإرتباط وإمكانية الوصول إلى الشبكة".¹

كما أنها "عبارة عن شبكة حاسوبية عملاقة تتكون من شبكات أصغر، بحيث يمكن لأي شخص متصل بالأنترنت أن يتجول في هذه الشبكة وأن يحصل على جميع المعلومات فيها (إذا سمح له بذلك)، أو أن يتحدث مع شخص آخر مع أي مكان من العالم".²

وجاء في كتاب الأنترنت الشبكة للمعلومات أنها "ثمرة اندماج بين الحاسبات الآلية والإتصالات، وعن طريق هذه الشبكة يمكن الحصول على مزايا لا حصر لها".

كما يقول العالمان الأمريكيان "قلي هاراكاي" و "بات ماكروجر" أنها: مجموعة من الحاسبات الآلية تتحدث عبر الألياف الضوئية وخطوط التلفون ووصلات الأقمار الصناعية وغيرها من الوسائل، كما انها مكان تستطيع فيه التحدث إلى أصدقائك وأفراد أسرتك المنتشرين حول العالم، هي مكان تقدم فيه الأبحاث التي تحتاج إليها في رسالتك الجامعية أو أعمالك التجارية³

¹ عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 ، ص33.

² خالد البلقطري: عالم الأنترنت من الألف إلى الياء، مركز الإسكندرية للكتاب، الأزاريطة، الإسكندرية، 2010، ص6.

³ علي محمد شمو: الإتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص227، 228.

القسم الثاني الإطار النظري

وتعرف أيضا بأنها: عبارة عن مجموعة شبكات أجهزة حاسوب في دول العالم وقد اتصلت بعضها البعض دون أي رقابة رسمية وقد أصبحت اليوم طريقة للاتصال عن طريق البريد الإلكتروني مثلا بين مستخدم للإنترنت في القدس وبين مستخدم للإنترنت في سان فرانسيسكو في أمريكا على سبيل المثال، وهناك فائدة كبرى هو قدرة المؤسسة أو الشركة في أي بلد من العالم عرض معلوماتها ومنتجاتها بحيث يستطيع أي مستخدم للإنترنت في العالم الوصول لهذه المعلومات بل ونقل المعلومات التي تهتمه إلى جهازه، وهذه المعلومات المعروضة يمكن أن يتم تجديدها كل ساعة وهذا ما يسمى بشبكة الويب word wide web، وبإختصار ¹.www

كما تعرف بأنها: " مجموعة من شبكات الكمبيوتر المترابطة التي تستخدم بروتوكول TCP/IP ²."

¹ بدر الدين محمد موسى، الإنترنت، مركز ماتس التقني لعلوم الكمبيوتر، برج الجزيرة، ص1.

² Crost Emmanuel، utilisation de l'internet dans le cadre de l'exercice professionnel، Enquête auprès de 300 médecins généralistes d'Aquitaine، Université Bordeaux 2 - victor segalen، 2005، p 14.

المطلب 2: نشأة و تطور الأنترنت

أ- نشأة الأنترنت في العالم:

نشأت الأنترنت في ظل الإحتياجات الإستراتيجية التي اتخذتها القيادة العسكرية الأمريكية ممثلة (بوزارة الدفاع)، إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي وذلك تحسبا من إحتمال تدمير أي مركز من مراكز الإتصال الحاسوبي، المعتمدة بضربة صاروخية سوفيتية مما سيؤدي بالتالي إلى شلل الشبكة الحاسوبية بكاملها وحرمان القيادة العسكرية الأمريكية من الإسناد المعلوماتي.

فقامت الحكومة الأمريكية، بإنشاء شبكة الأنترنت في 2-1-1969، وربطت وزارة الدفاع الأمريكية بين أربعة معامل ابحاث، حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج وقامت بتخطيط مشروع شبكة إتصال من حواسيب، يمكنها الصمود أمام أي هجمة سوفيتية محتملة، بحيث إذا تعطل جزء من الشبكة تنجح البيانات في تجنب الجزء المعطل، وتصل إلى هدفها، وأطلق على هذه الشبكة، وكالة مشاريع الأبحاث المتطورة أربانت (Arpa Net).

وأربانات هو القسم المسؤول عن بناء الشبكة في ذلك الحين والذي تحول اسمه فيما بعد إلى (Darpa) وكان النموذج الأول للأنترنت يتكون من أربعة أجهزة حاسوب، صممت لغرض بناء شبكات الحواسيب العريضة، من نوع (WAN)، وربط تلك الحواسيب معا على البعد، وتم تركيب الحواسيب الأربعة في أربعة مراكز عليمة هي (جامعة يوتا utah ، جامعة كاليفورنيا في سانتا باربارا، جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس، معهد ستانفورد الدولي للأبحاث Mite)

وفي عام 1972 تم توصيل 72 جامعة ومركز أبحاث إلى الشبكة، وكانت جميع تلك الجامعات والمراكز، تعمل في مشاريع وأبحاث خاصة بوزارة الدفاع الأمريكية.

القسم الثاني الإطار النظري

وتم في نهاية عقد التسعينات تطوير مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الأنترنت، بحيث تجعل الحواسيب تتحدث وتتبادل المعلومات مع بعضها، وأطلق عليها تسمية (Protocol)، ومن ثم استخدمت هذه البروتوكولات المناسبة بحلول عام 1980، وفي عام 1983 طالبت (Darpa)، باستخدام بروتوكولات (TCP/IP) لكل الشبكات المترابطة، وفي العام نفسه انفصلت الأنترنت إلى جزئين مختلفين هما:

Arpanet: تتولى مهمة الاتصالات غير العسكرية.

Mil net : أصبحت الشركة العسكرية، تابعة لوزارة الدفاع الأمريكية.¹

¹ عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سبق ذكره ، ص42-43.

ب- الأنترنت في الجزائر:

كان أول ربط للجزائر شبكة الأنترنت سنة 1993، وذلك عن طريق خط هاتفي متخصص (pardialup)، وفي مارس 1994 أقامت الجزائر الربط الكامل بشبكة الأنترنت، عن طريق كابل يربط مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني بمدينة "بيز" الإيطالية، وتقدر طاقة هذا الربط ب 9600 بايت في الثانية، ويندرج هذا الربط في إطار مشروع تعاون مع اليونسكو - في إطار مشروع شبكة "Rinaf" بحيث تكون الجزائر النقطة المحورية في الشبكة -، وفي ديسمبر 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص (Liasion Spécialisée) يمر بمدينة باريس، وتبلغ سرعته 265 كيلوبايت في الثانية".

وفي 1995 فتحت الشبكة لفائدة الباحثين، ثم فتحت أول مصلحة للإشتراك سنة 1995 للأشخاص المعنويين، وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم الشبكة بخطين هاتفيين، وفي عام 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق السائل الأمريكي (MAA) وخلال سنة 1999-2000، ارتبط المركز بالشبكة عن طريق القمر الصناعي الرابط بالولايات المتحدة الأمريكية، وتم انشاء خط هاتفي من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز عبر ولايات الوطن.

ولأهمية الوسيلة ظهر متعاملون خواص في هذا المجال مثل مؤسسة خدمات الحاسوب العامة "GECOS"، ومقاهي الأنترنت " "، وإلى غاية 1999 ظل "CERIST" المزود الوحيد بالإتصال بشبكة الأنترنت بغض النظر عن المؤسسات التي استفادت من خطوط إتصال متخصصة من قبل المراكز، وعرف مجال الإتصال عبر الأنترنت ظهور العديد من الخواص خاصة بعد إصدار المرسوم التنفيذي 98-275 بتاريخ 25 أوت 1998، الذي حدد

القسم الثاني الإطار النظري

شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الأنترنت، ومنذ ذلك الوقت عرف عدد المستخدمين للأنترنت في الجزائر تزايدا كبيرا، لاسيما بعد إنخفاض أسعار الاشتراك.¹

¹ الخامسة رمضان: استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة بسكرة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، بسكرة، 2011-2012، ص 48،49.

المطلب 3: التعليم عبر الأنترنت

تشير المعلومات إلى أن أنظمة التعليم الجديدة في المستقبل سوف تستند إلى أشياء متنوعة مثل الأنترنت، وعلى هذا الأساس يتطلب الأمر من هذه الأنظمة أن توفر معلومات جادة مع كل ما يستلزمه ذلك من أدوات وبرامج وموجهات ومسارات وفرص، للقيام باتصالات جديدة والدخول إلى قواعد البيانات الرئيسية.

ويؤكد خبراء الأنترنت أن التعليم لم يبلغ بعد لا في أمريكا ولا في أوروبا سوى مرحلة بدائية، حيث تنقل بعض الدروس من الجامعات إلى المنازل، ولكي يكون التعليم بالأنترنت أكثر شمولية، يجب إيجاد بيئات إلكترونية غنية وباعثة على الإهتمام، وتشمل تطوير الوسائط السمعية والبصرية والفيديو، على أن يكون ذلك منطلق لتخطيط علمي جاد وثمة حلم يراود أذهان الناس حول دخول الجامعات المفتوحة (universities open) إلى منازل المشتركين بخدمة الأنترنت أي التعليم عن بعد.

وفي الوطن العربي بدأ اهتمام بعض المدارس الخاصة، والمعاهد والجامعات بالأنترنت، للانتقال إلى مستوى آخر من مستويات التعليم، ويظهر فيها العديد من مواقع الجامعات والمدارس، ورافق ذلك تخفيض تكاليف اشتراك الطلاب والأساتذة في بعض الأقطار العربية إلى نصف المبلغ المعتاد، وفعلت ذلك شركة جلوبال وان في الأردن، وأنشأت غرفة دبي في الإمارات كلية للدراسات التطبيقية (dubai polytechnic)، وتسعى الكلية إلى تقديم تقنيات متقدمة في مجال التعليم عن بعد.¹

¹ عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سبق ذكره، ص126.

القسم الثاني الإطار النظري

ويمكن تلخيص أهم استخدامات الأنترنت في التعليم الجامعي فيما يلي:

- 1- استخدامها كمصدر مهم من مصادر التعليم في الجامعات على مستوى العالم وذلك نتيجة للإمكانيات الكبيرة التي أتاحتها الشبكة للوصول الى المعلومات مما يشجع الطلبة على البحث عن المعلومات عبر الشبكة وعدم الإعتماد كلياً على منهج محدد من خلال كتاب منهجي، حيث أصبحت مصدر مهم للتعلم بأحدث المعلومات.
- 2- قيام الجامعات بطرح مناهجها التعليمية وموادها الدراسية على شكل صفحات على شبكة الأنترنت، بحيث يستطيع الطلبة الإستفادة منها من خلال الشبكة والتصفح في أوقات الفراغ وفي أماكنهم.
- 3- استخدامها كوسيلة للتعريف بالجامعة والخدمات التي تقدمها ونظام القبول فيها والمقررات التي تطرحها.
- 4- إمكانية تبادل وجهات النظر وطرح المشكلات البحثية سواء بين الأساتذة أو الطلبة، وتبادل البحوث وأوراق العمل دون إهدار للوقت والجهد والمال في التنقل والإكتفاء بها كوسيط تعليمي فعال.
- 5- تسمح لعدد قليل من الخبراء التعليم المفتوح على مستوى العالم أن يشتركوا في تطوير نظرية ما وتطبيقاتها وتقديم العون لهم.
- 6- توفر شبكة واسطة نقل لتسليم المقررات الدراسية وما يتعلق بها للمراكز الدراسية التابعة للجامعة.¹

¹ فوزية محمد: استخدام الأنترنت في التعليم الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية: عدد خاص (الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي)، ص 127.

القسم الثاني الإطار النظري

- 7- إمكانية الحصول على البحوث الحديثة من الجامعات ومراكز البحوث المتخصصة بسرعة كبيرة من خلال خدمة نقل الملفات.
- 8- إمكانية وضع الدوريات والمجلات والصحف بشكل صفحات ويب على الشبكة واستخدامها كوسيلة لدعم العملية التعليمية.
- 9- إمكانية استخدام الأنترنت كوسيلة للإعلان عن الأنشطة التعليمية والمؤتمرات ومساعدة الطلبة والأساتذة، ومتابعة الأنشطة العلمية كل حسب إختصاصه.
- 10- إستخدامها كوسيلة لنقل المعلومات من الجامعة وإليها كإرسال مواد مطبوعة مثل النصوص والصور والخرائط وغير ذلك من الخدمات الأكاديمية.
- 11- المساعدة على زيادة التعليم المفتوح وشيوعه وانتشاره على مستوى العالم.
- 12- إعطاء الطلبة جو من التحدث والدافعية للتعلم أكثر من التعليم التقليدي.¹

¹ فوزية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 127، 128.

المطلب 4: إيجابيات وسلبيات الأنترنت

أ- فوائد الأنترنت: تتميز شبكة الأنترنت على غيرها من وسائل الإتصال بالعديد من الإيجابيات، منها:

- خدمة البريد الإلكتروني: حيث يمكن مراسلة أي شخص في العالم، ويتميز بخاصيتين مهمتين: السرعة وانعدام التكلفة لأن قيمة الإشتراك في الأنترنت مدفوعة، وربما هناك خاصية ثالثة وهي ضمان وصول الرسالة حيث أن الرسالة ترجع لمرسلها إذا كان العنوان خاطئاً لذا تستفيد منه الشركات والمؤسسات في مراسلاتهم الذين يستخدمونها مثلاً للإتصال بعوائلهم حول العالم وأصدقائهم وأبنائهم، وأيضاً لمراسلة الجامعات ف الخارج والإنضمام إلى القوائم البريدية للحصول على المعلومات والمنتجات والأخبار وغيرها.

- الباحثين والطلاب: حيث يمكنهم الأنترنت من الإطلاع على المستجدات في الأبحاث والمعلومات التي تهتم الباحث في تخصصه من المواقع والنشريات والدوريات، أيضاً يمكن البحث عن المراجع من الكتب والأبحاث عن طريق المكتبات الإلكترونية مثل مكتبة الكونجرس ومركز الملك فيصل للدراسات والبحوث، ولذا نرى أن المكتبات تحرص على إدخال خدمة الأنترنت للاستفادة منها في هذه الناحية مثل مكتبة جامعة الملك سعود وغيرها.

- الأخبار: يمكن الإطلاع على الأخبار بأنواعها حول العالم عن طريق مواقع وكالات الأنباء

- التسوق: وهذا باب كبير من أبواب الأنترنت، حيث يمكن عن طريق الشبكة العالمية (بواسطة بطاقة الإئتمان) بدءاً من شراء الملابس والأثاث والأجهزة الكهربائية، ومروراً بالكتب وليس انتهاءً بأجهزة الحاسوب الآلي المكتبية والمحمولة.¹

¹ حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 84-86.

القسم الثاني الإطار النظري

- الدعوة إلى الله: حيث انتشرت المواقع الدعائية الصافية من الشوائب والبدع والخرافات وأصبحت هناك مواقع تدعو إلى الله على بصيرة، فهناك موقع للإمام عبد العزيز بن باز وموقع الشيخ محمد العثيمين، وموقع الشيخ الألباني رحمهم الله، وموقع الشيخ جبرين وموقع الشيخ المنجد حفظهم الله وموقع وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد وموقع مؤسسة الحرمين...
- البحث عن وظائف: حيث يمكن عرض الوظائف أو البحث عنها وذلك لدى المواقع التي تعنى بالتوظيف ليتم تسجيل اسم ومؤهلات طالب الوظيفة.
- الإتصال الهاتفي: يمكن الإتصال بواسطة الأنترنت من جهاز لآخر، ويمكن الإتصال من جهاز إلى هاتف عادي بأسعار زهيدة، وهذا ما يميزه عن أسعار شركات الإتصال المحلية، وبالنسبة لخدمات الإتصال الأخرى فبالإمكان إرسال وإستقبال الفاكس مجاناً، إرسال رسائل نصية للجوال مجاناً، خدمات البريد الصوتي.
- فوائد متنوعة: مثل البحث عن أفضل العناصر للفنادق وتذاكر الطيران، حجوزات الفنادق والرحلات حول العالم، عرض وطلب العقارات، إستئجار السيارات، التعلم عبر الحاسوب، الإطلاع على المعلومات الإحصائية والتاريخية والجغرافية والسياحية والعلمية، الإستشارات الطبية، وغير الطبية، القواميس والموسوعات، معرفة الطقس حول العالم، متابعة الإهتمامات والهوايات المختلفة، المزادات الإلكترونية، الترجمة الآلية وغيرها...¹

¹ حسين عبد الجبار، مرجع سبق ذكره، ص 86، 87.

القسم الثاني الإطار النظري

- المكتبات و مراكز التوثيق: وذلك من خلال خلق مواقع لها على الشبكة، و تحويل رصيد ملفاتها الورقية إلى رقمية افتراضية ،وعادة ما تنتهي عناوين المواقع الإلكترونية الخاصة بالجامعات "EDU"¹

¹ صونيا قوراري، إتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة مسحية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، بسكرة، 2011، ص 176.

ب- سلبيات الأنترنت:

بالرغم مما تتميز به الأنترنت من فوائد وإيجابيات، إلا أنه يمكن القول أنها تتساوى تقريباً وسلبياتها، فهي سلاح ذو حدين، من بين هاته السلبيات نجد:

1- المواقع السيئة في الشبكة العنكبوتية: هي مواقع سيئة مخلة بالآداب والأخلاق الفاضلة أو تخالف عقيدة

المسلم وآداب الإسلام.

2- فيروسات الحاسب : هي برامج خاصة تأتي مع استقبال برامج متاحة علي الشبكة وكذلك مع البيانات المرسلة بالبريد الإلكتروني .

3- إنعدام سرية أمن المعلومات: هو مطلب ضروري لحماية الأجهزة والمعلومات من أجهزة من عبث بعض مستخدمي الشبكة لذلك وجدت برامج تقوم بتشفير محتوى الرسائل وأرقام الحسابات والبيانات والملفات لعدم معرفة محتواها.¹

4- إدمان الإنترنت لساعات طويلة مما يعطل الكثير من أنشطة المستخدم الأخرى (العلمية والاجتماعية والعبادية والرياضية والإنتاجية).

5- الابتعاد عن الواقع المعاش بما ينتج عن تفكك الروابط والعلاقات المباشرة، والاستعاضة عنها بلقاءات الغرف الالكترونية الافتراضية.

6- الاستغراق في التعامل الآلي يهدد بالخوف من الغاء انسانية الانسان.

7- تسخير بعض الفئات الانترنت في ترويج أفكار تهدد المجتمعات.

8- طرحه لأفكار ضالة ومضللة قد تشوّه وتشوش رؤية الشباب.²

¹ مصطفى العشي، دورة أنترنت، مركز الأيمن الدولي للمعلوماتية، مكتبة الإبداع الإلكترونية، ص 5.

² أحمد بسطاوي، الأنترنت العالم بين يديك، مكتبة الإبداع الإلكترونية، ص 8.

القسم الثاني الإطار النظري

- 9- تقييم الطلبة وردود فعل محدودة: الأنترنت وسيلة رائعة للحصول على جميع أنواع المعلومات ذهابا وإيابا للجمهور، لكن من الصعب تقييم ردود فعل الطالب حول المعلومات.¹
- 10- عدم استقرار وثبات المواقع والروابط التي تصل بين المواقع المختلفة على شبكة الأنترنت، فقد نجد الموقع أو المعلومة اليوم ولا نجدها غدا.
- 11- اللغة وكما هو ملاحظ أن اللغة المستخدمة بالغالب هي اللغة الإنجليزية.²
- 12- وتوجد أيضا مشاكل خاصة بالكم الهائل من المعلومات الموضوعة على الشبكة، فكيف يمكن الهيمنة عليها لتحديد ما تريد وقت ما تشاء.³

¹ Gary W James، ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ONLINE LEARNING، august-septembre، United States: www.allencomm.com/events، p2.

² عصام سرحان ذياب، الأنترنت فوائده واستخدامه، مكتبة الإبداع الإلكترونية، ص10.

³ أحمد ريان، خدمات الأنترنت، مكتبة الإسكندرية، أبو ظبي، ط4، 2001، ص 36.

المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية

المطلب 1: تعريف الموقع الإلكتروني

يعرف الموقع الإلكتروني أنه مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم تسمى ملقم، و تحتوي معظم مواقع الويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية، تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام إرتباطات تشعبية.

ويعرف بأنه: "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع الفيديوية المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الأنترنت".¹

كما عرفت بأنها: "مجموعة مصادر للمعلومات متضمنة في وثائق متمركزة في الحاسبات والشبكات حول العالم".

وعرفها **katyal** بأنها: "موقع إلكتروني في جغرافية الفضاء ضمن الشبكة العالمية (www)، والذي يحتوي على نصوص، صور، أصوات، رسوم، وفيديو".

وتعرف أيضا بأنها: "عبارة عن مجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات web browser كما يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية (web) وهذه الصفحات موجودة فيما يسمى بالخادم".²

¹ محمد مصطفى: تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، ع 18، المجلد 6، العراق، 2010، ص38.

² مشيب ناصر محمد آل زبران: المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، مذكرة ماجستير (منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2011، ص19.

القسم الثاني الإطار النظري

كما تعرف بأنها: "مجموعة من الوثائق المنظمة، تدعى صفحات الويب، وتخزينها (مستضافة) على جهاز الكمبيوتر (الخادم)، المتصلة بالشبكة العالمية (الإنترنت).
تحتوي صفحة الويب في الغالب على النصوص، وغالبا مع الصور والأصوات ومقاطع الفيديو، وروابط لصفحات الويب الأخرى.¹

¹ <http://www.aidice-web.com/accueil/definition-site-web>، 17:00، 17-05-2014.

المطلب 2: مكونات الموقع الإلكتروني

لكل موقع إلكتروني عنوان يتكون من:

1- بروتوكول نقل النص التشعبي: (http hyper text transfer protocol): وهي عبارة عن مجموعة المقاييس المتفق عليها المستخدمة بين الحاسبات التي تتم بها عملية الإتصال والمشاركة بالملفات.

2- اسم فريد لكل موقع أو عنوان فريد يسمى url: وهي اختصار Uniform Resource Locator ويعطى هذا الاسم من قبل مركز معلومات الشبكة.

وكل العناوين تنتهي عادة بثلاثة حروف توضح نوع نشاط الموقع مثلا:

- المنظمات مثل اليونسيف هي منظمة دولية أعطي لها .org.
- الشركات والمؤسسات والأسواق التجارية تنتهي ب .com.
- الكليات والجامعات والمعاهد مثلا أعطيت لها .edu.gov.
- الجهات العسكرية أعطيت لها mil، أما الخدمات الأخرى فأعطيت لها بروتوكولات أخرى وهي على النحو التالي: لتبادل الملفات: transfer protocol ftp://file

قوفر site gopher://gopher

المجموعات الإخبارية: news :newsgroup

الإتصال عن بعد: telnet://telnet

البريد الإلكتروني: e-mailaddress :mailto.¹

¹ زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي: القائم بالإتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، قسم الصحافة والإعلام، غزة، 2006، ص23.

3- الوصلات والروابط التشعبية:

الروابط التشعبية link or hyperlink: عبارة عن كلمة أو صورة أو شعار أو رسم، أو جرافيكس يتم تضليلها أو تعيينها بطريقة ما من قبل صاحب الموقع، بوضع خط تحتها أو بنط كبير أو إظهارها بحروف سوداء عريضة أو مرقمة... الخ، وهي تمثل ببساطة اتصالاً محتوي لملفين مختلفين (أو بين جزأين مختلفين في ملف واحد)، وبالضغط على النص المحدد أو صور الجرافيكس يتم تنشيط الروابط.

وقد تصل الروابط التشعبية المستخدم بصفحة أخرى أو بجزء من نفس الموقع، أو بمواقع أخرى أو تنقله من جزء إلى آخر داخل نفس الملف أو إلى ملف آخر، داخل نفس الكمبيوتر المضيف، كما قد تنتقل المستخدم إلى كمبيوتر مضيف آخر قد يكون في دولة أخرى أو في قارة أخرى، ويمكن أن تنتقل المستخدم إلى تطبيقات أخرى على شبكة الأنترنت مثل عناوين FTP للبحث عن موضوع معين على شبكة الأنترنت أو إلى أحد عناوين البريد الإلكتروني، لإرسال رسالة إلى شخص أو جهة ما.¹

¹ زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي، مرجع سبق ذكره، ص 23، 24.

المطلب 3: أنواع المواقع الإلكترونية

تتنوع المواقع الإلكترونية للشبكة العنكبوتية، فهناك العديد من الأنواع، منها ما صنف حسب المضمون، الإحتراف، التمويل، الهيكلة، شكل العرض، الجمهور المستهدف، تتمثل هاته التصنيفات ومحتوياتها فيما يلي:

• **من حيث المضمون:** ويهتم هذا التصنيف بفرز المواقع على الشبكة من حيث المحتوى الذي تقدمه، ويمكن تصنيفها كالتالي:

1- **مواقع تجارية تسويقية:** وتعرض منتجات للشركات والمؤسسات التابعة لها، للمساعدة في تسويقها، وتحتوي في الغالب على خدمة البيع على الأنترنت من خلال الكروت المدفوعة مسبقاً، أو من خلال الدفع عند الإستلام، وفي الغالب لا تحتوي مثل هذه المواقع على مواد إخبارية أو معلوماتية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى.

2- **مواقع تجارية إعلامية:** وتكتفي بالتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها الشركة، ولا تتيح إمكانية البيع والشراء عبر الأنترنت.

3- **مواقع إخبارية:** وتركز اهتمامها على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية وربما تضيف إليها بعض التحليلات الإخبارية والتقارير، وقد تركز هذه الخدمة الإخبارية على قطر بعينه، أو تكتسب طابع العمومية، فتغطي المناطق الجغرافية المختلفة على مستوى العالم بصورة متوازنة.

4- **مواقع شاملة:** وتضم هذه المواقع نطاقات اهتمام واسعة متنوعة من حيث:

✓ **التخصص:** فتهتم بالمجالات السياسية والإقتصادية والعلمية والإجتماعية وغيرها.

✓ **القوالب الفنية:** فتنشر الأخبار والتحقيقات والمقابلات، واستطلاعات الرأي.

✓ **المناطق الجغرافية:** فتهتم بمساحات جغرافية متنوعة.¹

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي ، (خاص)، pdf، (www.al-raeed.net/training)، ص 1.

القسم الثاني الإطار النظري

5- إعلامية مساندة: وتساند هذه المواقع مؤسسات إعلامية أخرى مثل الصحف، تقوم هذه المواقع بعرض محتوى الصحيفة الورقية على الأنترنت، وتعرض مادتها بأكثر من طريقة: الإكتفاء بنشر نصوص الصحيفة الورقية، عرض مقتطفات من أبرز محتويات الصحيفة، تخطي دورية الصحيفة لنشر بعض الموضوعات الإضافية، خاصة المتابعات الإخبارية التي تحدث في الأوقات الفاصلة بين كل عديدين.¹

6- الإذاعات والقنوات الفضائية: وتقوم هذه المواقع بمساندة القنوات الفضائية أو محطات الإذاعة، وذلك في محاولة لإستكمال جميع أدوات العرض الإعلامي، وإحداث نوع من التكامل بين الوسائل المختلفة، وتأخذ هذه المواقع عدة أشكال:

- الإعلان عن جدول البرامج والتعريف بالمحطة وأهدافها وسياستها ومحاوِر اهتمامها.
- عرض محتويات القناة أو المحطة (صوت، صورة، وربما مع النص).
- إضافة تحليلات وموضوعات يتم استخلاصها من القناة أو المحطة أو فتح قنوات مع كتاب ومراسلين للموقع.

• أنواع المواقع من حيث الإحتراف: تصنف هنا من حيث كونها صحفية أو مواقع هواة:

1- مواقع هواة: غالبا ما يقوم عليها شخص أو عدة أشخاص من الهواة غير المتفرغين والذين يرغبون فقط في التعبير عن رؤيتهم أو التعريف بأنفسهم أو عرض نتائجهم الفكري أو الأدبي أو العلمي.

2- مواقع محترفة: تقوم هذه المواقع على مؤسسات محترفة ومتخصصة، وتستعين بكفاءات متخصصة ومحترفة للعمل الإعلامي والصحفي.

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي ، مرجع سبق ذكره، ص1،2.

القسم الثاني الإطار النظري

3- مواقع آخذة في الإحتراف: غالبا ماتكون تطويرا لمواقع الهواة أو بعض المواقع الشخصية التي يرغب أصحابها في تطوير موقعهم فيقومون بالإستعانة ببعض الكفاءات المحترفة إما بتفرغ كلي أو جزئي، أو من خلال تقديم الإستشارات الفنية والمتخصصة لمجموعات الهواة، أو من خلال الإستعانة بمحترفين يقومون بتدريب مجموعات الهواة لإضفاء طابع من الحرفية على أعمالهم، و يقوم هؤلاء الهواة بأعمالهم في الغالب بصورة تطوعية.¹

• أنواع المواقع من حيث التمويل:

1- تمويل شخصي: تأخذ عملية التمويل الشخصي للمواقع أشكالا متعددة منها:

❖ الإستفادة من إمكانية الحصول على مساحات مجانية للمواقع الشخصية التي توفرها بعض الشركات أو البوابات الكبرى كنوع من الدعاية مقابل وضع إعلان في الموقع الشخصي، وفي هذه الحالة يعتمد غالبا صاحب الموقع على إمكانياته الشخصية في تصميم الموقع وبنائه.

❖ شراء مساحة على الشبكة والإستعانة بعناصر من المحترفين في بناء الموقع وتصميمه وتحديثه وصيانته الفنية والتقنية، وغالبا ما يتم الإستعانة بفريق محدود، ربما يكون شخص أو شخصين من المتخصصين، وأحيانا يعتمد على فريق كبير نسبيا يساعده في العمل.

2- تمويل مؤسسات: وتكون غالبا شركة أو منشأة صناعية أو مؤسسة إقتصادية أو مؤسسة إجتماعية أو مؤسسة ثقافية، وتتحمل المؤسسة تكلفة الموقع الذي يعبر عنها بصورة أساسية وغالبا ما يتم التعاقد مع إحدى الشركات المتخصصة في تصميم المواقع وبنائها وتدشينها،

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 2.

القسم الثاني الإطار النظري

ولكن تظل المشكلة الأساسية في مثل هذه المواقع في عمليات التحديث وهي غالبا ما تتعثر، نظرا لإسنادها إلى عدد من الموظفين غير المتخصصين داخل المؤسسة.

3- **تمويل خيري:** تعتمد هذه المواقع في الأساس على التبرعات الخيرية، الأوقاف، والمساهمات التطوعية وغالبا ما تكون لهذه المواقع أهداف رسالية أو دعوية.

4- **تمويل تجاري:** وتمول هذه المواقع نفسها من حصيللة الدخول عن طريق العمليات التجارية والتسويقية التي تتم عبر شبكة الأنترنت.

5- **تمويل ترويجي:** يتم تمويل هذه المواقع من مخصصات الإعلانات والدعاية التي ترصدها بعض الشركات للإعلان عن تجارتها والتعريف بأنشطتها، وتكون غالبا في المواقع الدعائية للمؤسسات التجارية.¹

6- **تمويل ذاتي:** تهتم هذه المواقع بتقديم خدمة إعلامية وفكرية، ولكنها تسعى إلى تمويل هذه الخدمة من خلال عدة طرق منها:

○ الإعلانات التي يتم بثها على الموقع، وتحتاج هذه المواقع إلى متخصصين في جلب الإعلانات والترويج للموقع.

○ الاشتراكات في خدمات متميزة يقدمها الموقع للقارئ مثل خدمات الاستشارات والمعلومات والبحث في الأرشفة، وهو ما من شأنه أن يحقق مع أشكال التمويل الأخرى دخلا يمكن أن يساعد في تمويل الموقع وتحقيق استمراره.

رعاية الصفحات والملفات، ويتم ذلك عن طريق قسم الترويج بالاتفاق مع مؤسسات تجارية تقوم برعاية ملفات خاصة أو صفحات وأبواب داخل الموقع.

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 2.

القسم الثاني الإطار النظري

○ تأسيس قطاع تجاري داخل الموقع، يقوم ببناء مواقع وتصميمها وتحديثها للحصول على دخل يمكن من خلال تحقيق نوع من التوازن بين الموارد والمصارف المطلوبة لإستمرار الموقع الرئيسي.

• أنواع المواقع من حيث الهيكلية:

1- هياكل بسيطة: يتكون الموقع من مجموعة من العاملين، يكون في الغالب صاحب الموقع أو مديره مع عدد محدود من العاملين في المجالات التقنية والفنية والتحريرية.

2- هياكل معقدة: تظهر الهياكل الإدارية المعقدة في المواقع ذات الحجم الكبير أو البوابات وهي تحتاج في الغالب إلى فريق كبير ومتخصص من العاملين في المجال التقني، الفني، والتحريري، إضافة إلى عدد من الإداريين، وغالبا ما يحتوي الهيكل الإداري على عدة مستويات تنظيمية تبدأ من رئيس مجلس الإدارة ومعه مجلس الإدارة، وربما تساعد لجنة إستشارية، غالبا ما تكون ذات خبرة عالية وغير متفرغة، إضافة إلى تشعب العمل التحريري إلى أقسام نوعية، يضم كل قسم عددا من الأشخاص المتنوعين في الخبرات والدرجات الوظيفية، إضافة إلى وجود إدارات أخرى مثل الإدارة التنفيذية، المالية، والتقنية.¹

3- هياكل ممتدة: غالبا لا تكون الهياكل الإدارية الممتدة إلا داخل المواقع ذي التركيبة الإدارية المعقدة، وتمتد هذه المواقع في مساحات جغرافية متعددة من خلال المكاتب الإقليمية والدولية في عدد من الدول.

• أنواع المواقع من حيث التكوين:

1- المواقع البسيطة: وتتميز بما يلي:

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 2، 3.

محدودية الأقسام.

محدودية المواد التي تبث فيها.

تباعد فترات التحديث.

2- المواقع الكثيفة: وتتميز بالتالي:

كثرة المواد المطلوب بها.

سهولة تقسيم المادة في عدد محدود من المحاور والأقسام.

تقارب وتقاطع دورية التحديث.

3- المواقع المركبة: وتتميز ب:

كثافة المادة المطلوب بثها.

كثرة التقسيمات والتصنيفات بصورة كبيرة.

تقارب دورية التحديث.

• أنواع المواقع من حيث شكل العرض:

1- مواقع تعتمد على الإبهار: وتركز هذه المواقع في الغالب على عوامل الجذب من خلال استخدام الألوان الصارخة وشديدة الجذب، التعامل مع برنامج "فلاش" بمختلف إصداراته، إضافة إلى عدد من البرامج التي تعطي امكانية كبيرة للحركة والإبهار.

2- مواقع تعتمد على المعلومة والجذب: تستهدف هذه المواقع في الغالب عرض المعلومات والأفكار مع البحث عن الطريقة المثلى لعرضها بصورة لافتة، ولا تلجأ إلى الألوان الصارخة إلا

القسم الثاني الإطار النظري

في أضيق الحدود، إلا أنها تعتمد على برامج الحركة Animatio، ولكن في مساحات جزئية مثل ال "بانز" والنوافذ الخاصة.¹

3- مواقع معلوماتية للمشاركين: تلجأ إلى هذا النوع في الغالب وكالات الأنباء التي لا تحتاج إلى جذب عدد من الجمهور العام، إنما تعتمد على جمهور المشاركين الذين يرغبون فقط في الحصول على المعلومات بصورة سريعة ومعقدة بغض النظر عن شكل العرض.

• أنواع المواقع من حيث الجمهور المستهدف:

يتنوع الجمهور المستهدف وفقا لطبيعة الموقع والمؤسسة أو الشخص القائم عليه تبعا للفكرة والهدف الأساسي الذي نشأ من أجله:

1- مواقع تستهدف جمهورا متخصصا محترفا: تستهدف هذه المواقع جمهورا في تخصص علمي أو إجتماعي أو فكري، فيتوجه الموقع بمحتواه ومادته إلى جمهور المهندسين أو الأطباء أو المحامين أو غير ذلك، وهو لا يهتم كثيرا بالجمهور العام، ويقدم خدماته ومعلوماته وحتى إعلاناته لهذه الفئة دون غيرها.

2- مواقع تستهدف جمهورا عاما متنوعا: تعرض هذه المواقع مادة متنوعة تستهدف عموم الجمهور الذي يزور شبكة الأنترنت وبذلك تسعى هذه المواقع لدراسة شرائح زوار الأنترنت بشكل عام أو طبيعة المناطق الجغرافية التي تغطيها، وذلك في محاولة للوصول إلى أكبر قدر ممكن من قطاعات الجمهور المتنوعة.

3- مواقع تستهدف جمهورا نوعيا: غالبا ما تتخصص هذه المواقع في مخاطبة جمهور نوعي داخل المجتمع، مثل الشباب أو النساء أو الأطفال، وبذلك تعكف هذه المواقع على دراسة

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 3.

القسم الثاني الإطار النظري

إحتياجات وطبيعة الشريحة المنتقاة لتقديم المادة المناسبة لها، وتقديمها في شكل عرض ملائم لطبيعتها.¹

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 3، 4.

المطلب 4: جودة المواقع الإلكترونية

لقد تنامي الموقع الإلكتروني بشكل ملحوظ على الشبكة وزاد الإقبال عليه، وبما أن شبكة الأنترنت تعد بيئة مفتوحة يمكن لكل من يملك جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة أن يستخدم موقعاً مجاناً على الشبكة ينشر من خلاله ما يشاء، ويطلق على نفسه ما يشاء من ألقاب علمية ليجعل زائر الموقع يثق في المعلومات المطروحة فيه.

إن تلك المشكلة لفتت انتباه المهتمين بالنشر الإلكتروني إلى دراسة جودة المواقع الإلكترونية، كما أن معضلات وجهت الأنظار إلى أهمية تقييم جودة المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت، منها ما يلي:

- 1- إمكانية أي شخص وضع ما يشاء دون وجود ضوابط علمية أو أدبية.
- 2- صعوبة تحديد الشخص الحقيقي للموقع.
- 3- صعوبة تحديد الهدف من تواجد موقع معين وصحته.
- 4- صعوبة تحديد حادثة المحتوى المطروح في الموقع.
- 5- تحديد المسؤولية الفكرية للموقع.
- 6- عدم مراجعة الكثير من المواقع وتحديد محتواها وتنقيتها من قبل الجهات العلمية والبحثية أو حتى من قبل مجموعات المستفيدين.
- 7- غياب الإطار القانوني المنظم لحق الملكية الفكرية للمعلومات المدرجة في هذه المواقع.¹

¹ محمد مصطفى حسين، مرجع سبق ذكره، ص 39.

القسم الثاني الإطار النظري

لقد سلطت تلك العضلات وغيرها الأضواء على حقيقة أن الموقع الموجود على شبكة الأنترنت غير آمن، كما لا يمكن الوثوق به بنسبة كبيرة، وقد دعا ذلك الى حتمية قيام جهات علمية وبحثية معتمدة بالمراجعة الدورية للمواقع التي تؤثر في فئة عرضية من المستفيدين، وتحصل المواقع التي تمت مراجعتها واعتمادها على علامة الجودة تعطي ثقة للمستفيد الراغب في الاستفادة من هذا المحتوى، إلا أن المواقع على شبكة الانترنت تقدم أنواعا مختلفة من المحتوى الالكتروني، مما يتطلب أساليب مختلفة من التقييم ومستويات مختلفة من تطبيق معايير الجودة.¹

¹ محمد مصطفى حسين، مرجع سبق ذكره، ص 39 .

القسم الثاني الإطار النظري

خلاصة:

إن ظاهرة تضخم المواقع الإلكترونية في شبكة الانترنت تجعل مستخدميها في صعوبة نوعا ما في انتقاء المواقع الإلكترونية المبنية أساسا على عامل الجودة المطروح لشبكة الانترنت، ومن خلال هذه الحقائق يتبين لنا أنه مهما قيل عن محاسن مواقع شبكة الانترنت، فكما يمكن أن نجد مواقع جيدة، جذابة، مصممة بحنكة، يمكن أن نجد أيضا مواقع أقل جودة وجاذبية، قديمة.

الفصل الثاني: نظرية الإستخدامات والإشباعات

تمهيد

المبحث الأول: نشأة وتطور نظرية الإستخدامات والإشباعات

المطلب 1: التعريف اللغوي لنظرية الإستخدامات والإشباعات

المطلب 2: أصول ونشأة النظرية

المطلب 3: فروض النظرية

المطلب 4: تصنيف الدوافع والإشباعات

المبحث الثاني: تقييم النظرية وإسقاطها على الدراسة موضوع البحث

المطلب 1: عناصر نظرية الإستخدامات والإشباعات

المطلب 2: الأهداف التي تسعى النظرية لتحقيقها

المطلب 3: النقد الموجه للنظرية

المطلب 4: الرد على النقد

المطلب 5: إسقاط النظرية على الدراسة

خاتمة

تمهيد:

تعتبر الإستخدامات والإشباعات من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، وتركز هاته النظرية على دراسة أسباب إستخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض لها من مختلف الفئات الإجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والإستخدام وماذا يحقق الفرد من هذا الإستخدام.

ويرى أصحاب هذا الإتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم (Uses) وكذلك حول العائد والإشباع (Gratification) الذي يتحقق منه.

وهذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا الفصل من خلال معرفة أهم ما جاءت به هاته النظرية وبدايات ظهورها، كذلك أهم فروضها وعناصرها، الأهداف التي تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات إلى تحقيقها، فمحاولة إسقاط هاته النظرية على البحث موضوع الدراسة.

المبحث الأول: التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات وأصول نشأتها

المطلب 1: التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات

➤ التعريف اللغوي:

الإستخدام: من استخدم استخداما، واستخدمه أي اتخذه خادما. والرجل استوهبه خادما.

الإشباع: هي مأخوذة من الشبع والشبع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبييع الغزل أي كثير، وشبييع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان.

ويعني أيضا: التوفية وبلوغ حد الكمال.¹

¹ المنجد في اللغة والإعلام: ط 29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986، ص 171، 372.

➤ التعريف الإصطلاحي:

إن مفهوم الإستخدام Usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط إجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما والإستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما.

وفي دراسات الإستخدام فإن موضوع الإستخدام يحيل إلى ممارسة، كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات أو إتجاهات.

وتشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة أو المكرسة أو طرق ملموسة في الفعل حيث أن السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية.¹

ولذلك فإن الحديث عن الإستخدامات بدل الممارسات أو العادات يعني الإهتمام بإنتظامية قابلة للقياس فيما يتعلق بطريقة استخدام الشيء أو خدمة ما، ويشير إلى "بوربولت" ل Perriault أن الإستخدام ليس أداتي instrumental إلا نادرا، إذ أنه يتزوج دائما مع دور رمزي يضيفه المستخدم على الأداة أو الجهاز.

¹ نوي إيمان: استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر،

(غير منشورة)، بسكرة، 2012، ص 22، 23.

القسم الثاني الإطار النظري

ويقدم "لاكروا" Lacroix تعريفا لمفهوم الإستخدام حيث يقول: " أن الإستخدامات الإجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا وتعيد انتاج وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها".¹

- إن نظرية الإستخدامات والإشباع هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن إستخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.²

¹ نوي إيمان، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص 26.

المطلب 2: أصول ونشأة النظرية

إن البحث حول استعمال "وسائل الإتصال" تحت عنوان (الإستعمالات والرضا أو الإستخدامات والإشباعات) *uses and gratification* جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على "ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟" بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟".¹

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات إستخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الإتصال "هيرتا- هيرزج" وجود خمسة إحتتمالات للجمهور من برامج المسابقات هي: (تنافسية، تربوية، التقدير الذاتي، رياضية، إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة، النصيح)، ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الإهتمام بالإستماع للموسيقى الجادة والراديو، و "لازرسفيلد" و "وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة، بينما لاحظ "بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة، الراحة، الإعتبار، والإتصال الإجتماعي، ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا-هيرزج" عام 1944، والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية.

وفي عام 1945 فقد تمكن "بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالا للجمهور ما الذي انتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.²

¹ فضيل دليو: الإتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 30.

² بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 85.

القسم الثاني الإطار النظري

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الإتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلومر 1974، Elihu Katz and Blumler ، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

ومن جهة أخرى "كاتز وبلومر" فإن مدخل الإستخدامات والإشباعات يعني ما يليك

- الأصول الإجتماعية والسيكولوجية.

- الإحتياجات التي يتولد عنها.

- توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

• أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:

إشباعات للإحتياجات.

ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.¹

¹ محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003، ص 252،

المطلب 3: فروض نظرية الإستخدامات والإشباع

وضع الباحثون الأسس العلمية والفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها وذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ولأن نظرية الإستخدامات والإشباع قامت على إفتراض الجمهور **النشط** على العكس من نظريات التأثير السابقة، التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل، والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية، لذا وضع "اليهو كاتز" Elihu katz وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإتصال، والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الإستخدام:¹

- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الإتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد.

¹ منال هلال المزاهرة: نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2012، ص 181.

القسم الثاني الإطار النظري

يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لإستخدامه لوسائل الإعلام.

- الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الإتصال.¹

¹ محمود حسن اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 254، 255.

القسم الثاني الإطار النظري

تعنى نظرية الإستخدامات والإشباعات بجمهور الوسيلة الإعلامية منها الأنترنت التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما يتعرض إليه، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها.

فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم. ويساعد هذا المدخل على دراسة موضوع البحث، حيث أنه يساهم في التعرف على استخدامات الطلبة الجامعيين بجامعة بسكرة للموقع الرسمي لها، ومعرفة مدى تباين إستخدام الموقع، إضافة إلى مدى إشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال استخدام هذا الموقع، لقيامها على افتراض الجمهور النشط.

ويتم ذلك من خلال:

■ إن طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة فاعلون في عملية الإتصال، ويستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة بقصد للحصول على ما يخدمهم ويلبي توقعاتهم.

■ تحدد الفروق الفردية لطلبة جامعة بسكرة (السن، التخصص، المستوى الجامعي،...) العلاقة بين استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والرغبة في إشباع حاجات معينة.

■ طلبة جامعة بسكرة هم الذين يختارون الوسائل والمضامين التي تتناسب من خلال الموقع الرسمي للجامعة، فهم من يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة وبالتالي هم من يتحكمون في المضمون من خلال الرغبات والحاجات التي يودون إشباعها.

■ يكون طلبة جامعة بسكرة على علم بالفائدة التي ستعود عليه من خلال إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة، واهتماماته، وبدوافع هذا الإستخدام.

القسم الثاني الإطار النظري

تحكم المعايير الثقافية السائدة استخدام طلبة جامعة بسكرة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة.

المطلب 4: تصنيف الدوافع والإشباعات

❖ تصنيف الدوافع:

لقد صنف الكثير من الباحثين دوافع المشاهدة إلى دوافع متعددة، فقد حدد "جرير" هذه الدوافع في: العادة، الإسترخاء، قضاء وقت الفراغ، التعلم، الهروب، البحث عن رفيق.

وصنفها " بالمجرين Palmagreen " إلى: تعلم الأشياء، الإسترخاء، تحقيق المنفعة الإتصالية، النسيان، المتعة أو الإستمتاع.

وحددها "روبن" في : ملء وقت الفراغ، البحث عن المعلومات والمعرفة، الرغبة في تحقيق المنفعة، البحث عن رفيق.

ثم عاد "روبن" وصنفها إلى: دوافع نفعية، ودوافع طقوسية، فالمشاهدة النفعية التي تتم بهدف معين، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية.

❖ تصنيف الإشباعات:

لقد صنف الكثيرون أيضا الإشباعات التي تتحقق من المشاهدة على النحو التالي:

قدم "لورانس" و "وينر" (1985) نموذجا للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن عملية الإتصال نفسها واختيار وسيلة معينة.

كما قام ماكويل وزملاؤه بتقسيمها إلى: معلومات، تحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز قيم الشخص واكتساب الشخص لحسن البصيرة، ثم التكامل والتفاعل الإجتماعي مع الآخرين، وأخيرا التسلية والترفيه.¹

¹ محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 255، 256.

القسم الثاني الإطار النظري

المبحث الثاني: تقييم نظرية الاستخدامات والإشباعات واسقاطها على الدراسة

المطلب 1: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات

تتركب نظرية الاستخدامات والإشباعات من مجموعة من المفاهيم والعناصر المكونة لها، هي:

الجمهور النشط: حيث يؤكد باحثو الاستخدامات والإشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام، وقد حدد "جونتر" أبعاد مفهوم **الجمهور النشط** في النقاط الآتية:

1- الإنتقائية "Selectivity": فالجمهور وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل إنتقائي ما يتعرض له من رسائل.

2 - العمدية "Intentionality": حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.

3- المنفعة "Utility": استخدام جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع للإحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.

4- عدم السماح بفرضية التأثير "Imperviousness to influence": الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد، كما يؤكد باحثو هذه النظرية، أنه إيجابي ونشط ويوجه إختياراته بناءا على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

القسم الثاني الإطار النظري

5-الإستغراق "Involvement": وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها.

ويرى "بالمجرين" Palmagreen أن الجمهور يكون نشطا من خلال:

➤ **الانتقاء:** هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الإتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

➤ **الإستغراق:** هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض، ويتم ذلك من خلال الإندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

➤ **الإيجابية:** بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الإتصال، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل ورسائل الإعلام، وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر - الخاصة بإيجابية الجمهور - أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام.¹

¹ مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة ماجستير (منشورة)،

جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2010 ، ص38،39.

القسم الثاني الإطار النظري

○ الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الإنتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى إفتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من إستخدامات وسائل الإعلام.

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة ، و المستوى التعليمي، الاجتماعي، الإقتصادي.

○ دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في: حاجات معرفية، حاجات عاطفية، حاجات إجتماعية، حاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه، يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر.

أما عن الدوافع فيقسمها "روبين" إلى فئتين هما:

- الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني إختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة إتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

- الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت، التنفيس والإسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.¹

¹ باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، مذكرة ماجستير منشورة، قسنطينة، 2008، ص 35.

القسم الثاني الإطار النظري

○ توقعات الجمهور من وسائل الإتصال: تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لإشباع حاجاته من خلال التعرض إلى وسائل الإتصال، وهو مفهوم يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث أنه إذا كان على الجمهور الإختيار بين بدائل إتصالية وغير إتصالية أخرى طبقا لإحتياجاتهم، فلا بد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدايل تكون أكثر إشباعا لإحتياجاتهم، حيث أن السلوك الإتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن إحتمال أن يكون لهذا السلوك مساهمة في إشباع احتياجاتهم المختلفة.

وقد عرف مفهوم **التوقع** من عدد كبير من الباحثين، ومنها تعريف "ماكلويد Macllouid" و"بيكر Baker" القائل بأن التوقع: هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها "كاتز Katz" بأنها: مطالب الجمهور من وسائل الإعلام، وكذلك أن التوقع هو الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور.¹

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 196، 189، 200.

القسم الثاني الإطار النظري

○ إشباع وسائل الإعلام: يتم وفق مدخل الإستخدامات والإشباع أن يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية المتاحة أمامه ومن مضامينها، ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي رغباته، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباع، وهناك امكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباعاً مختلفة، مثل التنفيس والتخلص من الملل، والقلق والهروب من المشكلات اليومية.

أما برامج الأخبار والمعلومات فتحقق إشباعاً معلوماتياً يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات، وتتأني الإشباع (المطلوبة والمتحققة) من الوسائل الإتصالية من خلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الإعلامية من خلال التعرض إلى مضامين برمجية محددة، أو تتمثل في التعرض لوسيلة إعلامية معينة، ومن شأن ذلك أن يشبع إحتياجات معينة للفرد المشاهد، مثل الترفيه والتنفيس والإسترخاء والهروب من مشكلة ما أو تتمثل أيضاً في الإطار المجتمعي عند المشاهدة، كأن يكون التعرض للوسيلة من خلال المشاركة مع آخرين كأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد.¹

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 200، 201.

القسم الثاني الإطار النظري

المطلب 2: الأهداف التي تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات لتحقيقها

تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات إلى ترسيخ وشرح مفهوم "الجمهور النشط" الذي تقوم عليه في الأساس، إضافة إلى أهداف أخرى نذكر منها:

❖ السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

❖ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

❖ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري.¹

❖ الكشف عن "الإشباعات المختلفة" من وراء هذا الإستخدام.

❖ الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الإستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الإتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.

❖ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.²

¹ حسن عماد مكايي، ليلي حسن السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2001، ص 37.

² منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 186، 187.

المطلب 3: النقد الموجه لنظرية الإستخدامات والإشباع

1- إدعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناء على الإحتياج فقط، وهو أمر ربما يكون مبالغ فيه، حيث أن هناك عوامل إجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.

2- كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط، الذي يسعى لتحقيق اهداف محددة واشباع حاجات بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الإختيار، فليس كل سلوك إتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الإتصالي للجمهور هو سلوك عادي، يحدده وجود وسيلة إتصالية واحدة، ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الإختيار للمضمون الإتصالي المعروض.

3- إن هناك جدلا وتساؤلا حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإتصالية والكيفية، التي يتم فيها القياس، وزمن الإستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة.

4- إن المدخل لم يفرق بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، والإشباع التي تحققت عند المشاهدة، علما أن هذا الفرق يوضح مبدأ إنتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.

5- لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الإتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح، حيث أنه يمكن أن يقصد به الإنتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة.

القسم الثاني الإطار النظري

6- عدم الإتفاق على مصطلحات النظرية، ومن ثم توظيفها وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع.

7- دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الأنترنت، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها.¹

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 205، 206.

خلاصة:

يمكن القول أن مدخل الإستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة إستخدام عينة الدراسة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة، أنماطه ودوافع هذا الإستخدام والإشباعات المحققة منه، وتقوم هاته النظرية في الأساس على مفهوم **الجمهور النشط**، حيث أنها نقلت حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

أولاً: التعريف بجامعة محمد خيضر بسكرة

تقع جامعة محمد خيضر على بعد حوالي كيلومترين (02 كلم) عن وسط مدينة بسكرة على الطريق المؤدي إلى مدينة سيدي عقبة .

أنشأت جامعة محمد خيضر بالمعاهد الوطنية الآتية:

معهد الري (المرسوم رقم: 84-254 المؤرخ في: 18-08-1984).

معهد الهندسة المعمارية (المرسوم التنفيذي رقم: 84-253 المؤرخ في: 05-08-1984).

معهد الكهرباء التقنية في عام 1986 (المرسوم التنفيذي رقم: 86-169 المؤرخ في: 18-08-1986).

تحولت هذه المعاهد إلى مركز جامعي بمقتضى المرسوم رقم: 92-295 المؤرخ في: 07-07-1992.

و بصدر المرسوم رقم: 98-219 المؤرخ في: 07-07-1998 تحول المركز الجامعي إلى جامعة تضم ثلاث كليات و سبعة أقسام. كما تم إضافة كلية رابعة بعد ذلك. و بمقتضى المرسوم رقم: 90/09 المؤرخ في: 17-02-2009، أصبحت الجامعة مشكلة من ست (06) كليات و واحد وثلاثين (31) قسما تضم مختلف الميادين و التخصصات.¹

¹ موقع جامعة محمد خيضر بسكرة، www.univerbiskra.com ، 12-05-2014 ، 21:00

- جامعة محمد خيضر بسكرة بالأرقام:

عدد الطلبة :

عدد الطلبة المسجلين: 27063 طالبا.

عدد الطلبة المسجلين بالدكتوراه: 822 طالبا.

عدد الطلبة المسجلين بالماجستير: 842 طالبا

عدد الطلبة المتخرجين: 3798 طالبا.

المقاعد البيداغوجية:

عدد مدرجات الدراسة: 25 مدرجا.

عدد القاعات الدراسية: 235 قاعة.

عدد مخابر: 62 مخبرا.¹

التأطير البيداغوجي:

عدد الأساتذة الإجمالي: 827 أستاذا.

أساتذة التعليم العالي: 35 أستاذا.

أستاذ محاضر قسم "أ": 81 أستاذا.

أستاذ محاضر قسم "ب": 66 أستاذا.

¹ www.univerbiskra.com، مرجع سبق ذكره.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

أستاذ مساعد قسم "أ": 411 أستاذا.

أستاذ مساعد قسم "ب": 248 أستاذا.

مساعد: 04 أستاذة.

التأطير الإداري:

عدد الموظفين الإداريين و التقنيين و عمال المصالح: 711 موظفا دائما

عدد العمال المؤقتين: 90 عمل.

الخدمات الجامعية:

عدد الإقامات الجامعية: 11 إقامة.

إجمالي الطلبة المقيمين: 15350 مقيما.¹

عدد حافلات النقل الجامعي: 94 حافلة.

¹ www.univerbiskra.com، مرجع سبق ذكره.

عدد المطاعم الجامعية: 11 مطعما.

إجمالي الممنوحين و الممنوحات: 23450 ممنوحا.

ج- كليات الجامعة:

كلية العلوم و التكنولوجيا عدد الأقسام : 09 قسما. عدد الطلبة: 3288 طالبا.

كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحياة: عدد الأقسام : 07 أقسام. عدد الطلبة:

5282 طالبا

كلية الآداب و اللغات عدد الأقسام : 04 أقسام. عدد الطلبة: 6736 طالبا.

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية عدد الأقسام : 06 أقسام. عدد الطلبة: 4123 طالبا.

كلية الحقوق و العلوم السياسية عدد الأقسام: 02 أقسام. عدد الطلبة: 4169 طالبا.

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير عدد الأقسام : 03 أقسام. عدد الطلبة:

3465 طالبا¹.

¹ www.univerbiskra.com، مرجع سبق ذكره.

ثانياً: أسلوب تحليل البيانات

بعد حساب التكرارات لكل المتغيرات والإجابات ، تم الإعتماد للحصول على النسب المئوية على العملية التالية: التكرار $\times 100 \%$ عدد العينة.

ثالثاً: البيانات الشخصية:

جدول رقم 01: يبين توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكور	20	% 33.33
إناث	40	% 66.66
المجموع	60	%100

يتبين لنا من هذا الجدول أن نسبة الإناث الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة مقدرة بـ 66.66% ، في حين قدرت نسبة الذكور بـ 33.33%.

جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
23-19	28	%46.66
28-24	25	%41.66
33-29	06	%10

نلاحظ أن الطلبة الذين تبلغ أعمارهم من (23-19) تتقدم على باقي النسب حيث قدرت بـ 46.66%، ثم سن (28-24) بنسبة 41.66%، في حين تمثلت نسبة سن (33-29) بـ 10%، أما سن (34 فما فوق) فقدرت بـ 1.66%.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

جدول رقم 03: توزيع العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
18.33%	11	السنة الثانية
25%	15	السنة الثالثة
26.66%	16	أولى ماستر
30%	16	ثانية ماستر
100%	60	المجموع

تمثلت أعلى نسبة بالنسبة للطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة في طلبة السنة الثانية ماستر حيث قدرت نسبتهم بـ 30%، تليها طلبة الأولى ماستر بنسبة 26.66%، فالسنة الثالثة بنسبة 25%، أما السنة الثانية فقدرت بـ 18.33%.

جدول رقم 04: توزيع العينة حسب التخصصات

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
18.33%	11	جذع مشترك علوم الإعلام والاتصال
55%	33	علاقات عامة
26.66%	16	سمعي بصري
100%	60	المجموع

تفاوتت نسب الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة، حيث كانت الصدارة لطلبة العلاقات عامة بنسبة 55%، ونسبة طلبة السماعي بصري بـ 26.66%، في حين قدرت نسبة طلبة جذع مشترك علوم الإعلام والاتصال بـ 18.33%.

التحليل الكيفي لبيانات الدراسة:

المحور الأول: أنماط استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

جدول رقم 05: يوضح أوقات استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

الأوقات	التكرار	النسبة المئوية
نادرا	23	38.33%
أحيانا	32	53.33%
بإستمرار	05	8.33%
المجموع	60	100%

يستخدم طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة الموقع الإلكتروني للجامعة أحيانا بنسبة تفوق باقي النسب ممثلة بـ 53.33%، بينما جاءت نسبة استخدامهم له نادرا بـ 38.33%، أما الذين يستخدمونه بإستمرار فقد قدرت نسبتهم بـ 8.33%، ويرجع ذلك إلى أن الموقع لا يتوفر خدمة تحميل الكتب، حيث أن معظم الطلبة يمكنهم الإطلاع على آخر المستجدات في الأبحاث والمعلومات التي تهتم الباحث في تخصصه من المواقع والنشرية و الدوريات، أيضا يمكن البحث عن المراجع من الكتب والأبحاث عن طريق المكتبات الإلكترونية مثل مكتبة الكونجرس ومركز الملك فيصل للدراسات والبحوث.¹

¹ حسين عبد الجبار، مرجع سبق ذكره، ص48.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

جدول رقم 06: يوضح فترة استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

الفترة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	15	25%
سنة	20	33.33%
سنتين	10	16.66%
أكثر من ذلك	15	25%
المجموع	60	100%

تقاربت نسبة الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة منذ أقل من سنة، وأكثر من ذلك بنسبة 25%، في حين قدرت مدة السنة بـ 33.33%، أما نسبة سنتين فقدرت بـ 16.66%، ويرجع ذلك لإضافة العديد من الخدمات التي تغطي أخبار الجامعة للموقع، حيث أنه في الأساس موجه للجمهور الداخلي والخارجي للجامعة، وخاصة الطلبة، إذ أن الموقع يتوجه بمحتواه ومادته إلى جمهور معين في تخصص علمي، إجتماعي، أو فكري.¹

جدول 07: يوضح مدة استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

المدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	28	46.66%
ساعة	18	30%
ساعتين	09	15%
ساعتين فما فوق	05	8.33%
المجموع	60	100%

¹ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 3.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

يستخدم الطلبة الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أقل من ساعة، حيث لوحظ بأنها أعلى نسبة مقدرة بـ 46.66%، تليها ساعة بنسبة 30%، أما ساعتين فقدرت بنسبة 15%، في حين ساعتين فما فوق تمثلت بنسبة 8.33%.

جدول رقم 08: يوضح كيفية استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
يومي	04	6.66%
مرة في الأسبوع	07	11.66%
حسب المناسبات الجامعية	05	8.33%
حسب الحاجة	44	73.33%
المجموع	60	100%

يستخدم الطلبة الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة حسب الحاجة، حيث جاءت كأعلى نسبة ممثلة بـ 73.33%، في حين تراوحت باقي النسب على باقي الإختيارات، إذ قدرت نسبة مرة في الأسبوع بنسبة 11.66%، أما حسب المناسبات الجامعية جاءت بنسبة 8.33%، فخيار يومي بنسبة 6.66%. وهذا ما أكدته "روبن" في : ملء وقت الفراغ، البحث عن المعلومات والمعرفة، الرغبة في تحقيق المنفعة، البحث عن رفيق.¹

¹ محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 255، 256.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

المحور الثاني: تحليل البيانات حسب دوافع استخدام أفراد العينة للموقع الإلكتروني

الرسمي للجامعة

جدول رقم 09: يوضح إعجاب أفراد العينة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%

لقد أبدى معظم الطلبة بإعجابهم بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة بنسبة كبيرة مقدرة، حيث أجابوا بـ "نعم"، مقدرة بنسبة 70%، أما الإجابة بـ "لا" فتمثلت بـ 30%.

جدول رقم 10: يوضح سبب إعجاب أفراد العينة بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
قوة التصميم	01	1.66%
الخدمات الإتصالية	21	35%
الحصول على معلومات	18	30%
الألوان والصور	00	00%
أخرى أذكرها	2	3.33%
المجموع	42	69.99%

تعددت إختيارات الطلبة الذين أجابوا بـ "نعم" حول إعجابهم بالموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة، حيث عادت النسبة الأولى مقدرة بـ 35%، للخدمات الإتصالية التي يقدمها الموقع، أما النسبة الثانية للحصول على معلومات مقدرة بـ 30%، في حين جاءت نسبة 33%، بالنسبة لخيار أخرى أذكرها أما خيار قوة التصميم فقد قدر بـ 1.66%، حيث تقوم الجامعات بطرح مناهجها التعليمية وموادها الدراسية على شكل صفحات على شبكة الأنترنت، بحيث يستطيع الطلبة الإستفادة منها من خلال الشبكة وتصفح في أوقات الفراغ وفي أماكنهم، كما أنها وسيلة

القسم الثالث الإطار التطبيقي

للتعريف بالجامعة والخدمات التي تقدمها ونظام القبول فيها والمقررات التي تطرحها، فإمكانية تبادل وجهات النظر وطرح المشكلات البحثية سواء بين الأساتذة أو الطلبة.¹

جدول رقم 11: يوضح إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة للدخول إلى فروع إلكترونية أخرى

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	21	35%
لا	39	65%
المجموع	60	100%

جاءت معظم إجابة الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة للولوج إلى فروع إلكترونية أخرى بـ "لا" بنسبة 65%، أما باقي النسبة فكانت بـ "نعم" بنسبة مقدرة 35%.

جدول رقم 12: يوضح الفروع الإلكترونية التي يتم الولوج إليها من خلال إستخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الكلية التي تدرس بها	15	25%
الكليات الأخرى	01	1.66%
المكتبة المركزية	01	1.66%
باقي مكتبات الكليات	01	6.66%
المجموع	21	34.98%

¹ فوزية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 127.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

جاء خيار رابط الكلية التي تدرس بها كأعلى نسبة بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بـ "نعم" حول إستخدامهم للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة للولوج إلى روابط أخرى، ممثلاً بنسبة 25%، يليه باقي مكنتات الكليات بنسبة 6.66%، في حين تساوت كل من روابط الكليات الأخرى والمكتبة المركزية بنسبة 1.66%. من خلال الإطلاع على كل جديد للكلية التي ينتمي لها الطالب.

جدول رقم 13: يوضح الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى تحقيقها من خلال إستخدام الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الحصول على مختلف المعلومات	25	41.66%
تحميل كتب	10	16.66%
المحاضرات والدروس	13	21.66%
تفعيل الإتصال	02	3.33%
معرفة آخر التطورات في الوسط الجامعي	09	15%
أخرى أذكرها	01	1.66%
المجموع	60	100%

يسعى الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة إلى الحصول على المعلومات بنسبة 41.66%، تليها المحاضرات والدروس بنسبة 21.66%، فتحميل الكتب بنسبة 16.66%، ثم معرفة آخر التطورات في الوسط الجامعي بنسبة 15%، تليها تفعيل الإتصال بنسبة 3.33%، ثم أخرى أذكرها بنسبة 1.66%، ويتم ذلك من خلال إمكانية

القسم الثالث الإطار التطبيقي

الحصول على البحوث الحديثة من الجامعات ومراكز البحوث المتخصصة بسرعة كبيرة من خلال خدمة نقل الملفات.¹

المحور الثالث: تفريغ البيانات حسب الإشباعات المحققة من إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

جدول رقم 14: يوضح جودة الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	%60
لا	24	%40
المجموع	60	%100

أجاب معظم الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني بـ "نعم" حول جودة الموقع الخاص بالجامعة، وقدرت النسبة بـ %60، فيما كانت %20 لمن أجابوا بـ "لا"، من خلال المحتوى، الحداثة، تغطية مختلف الأخبار الخاصة بالجامعة، الموضوعية، الدقة، ملائمة المعلومات، التصميم، الجاذبية، الفهرس، الإتساق...²

¹ فوزية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 127، 128.

² محمد مصطفى حسين، مرجع سبق ذكره، ص 10.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

جدول رقم 15: يوضح سبب جودة الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
لأن ما يوجد به غير متوفر في باقي المواقع	02	3.33%
يهتم ويلم بالوسط الجامعي	18	30%
مصمم بجودة عالية	02	3.33%
إستمرارية تدفق المعلومات وحدائتها	08	13.33%
سهولة إستخدامه	05	8.33%
أخرى أذكرها	01	1.66%
المجموع	36	59.98%

يعود إختيار الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة الإجابة "نعم" حول جودة الموقع الخاص بالجامعة إلى أنه يهتم ويلم بالوسط الجامعي بنسبة كبيرة ممثلة بـ 30%، ثم إستمرارية تدفق المعلومات وحدائتها بنسبة 13.33%، فسهولة إستخدامه بنسبة 8.33%، في حين تساوت النسبة بين (لأن ما يوجد به غير متوفر في باقي المواقع) و (مصمم بجودة عالية) بنسبة 3.33%، لأنه وبتغطيته لكل أخبار الجامعة سيجد صدا واسعا لدى الطلبة من خلال معرفة كل ما يحيط بهم في الوسط الجامعي.

جدول رقم 16: يوضح تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة لإحتياجات أفراد العينة

دون اللجوء إلى مواقع أخرى

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	31.66%
لا	41	68.33%
المجموع	60	100%

القسم الثالث الإطار التطبيقي

لقد كانت أغلب إجابات الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة بأنه يلبي إحتياجاتهم دون اللجوء إلى مواقع أخرى بـ "لا" مقدرة بنسبة 41%، في حين من أجابوا بـ "نعم" فقد قدرت نسبتهم بـ 19%، حيث أنه حتى وإن لبي الإحتياجات التعليمية والثقافية، تبقى باقي الحاجات غير مشبعة، وهذا ما أكدته دراسة "مديحة جيطاني" حيث توصلت إلى: إلى قلة المادة المعروضة في الكثير من المواقع الإسلامية ورتابتها وعدم تنوعها، عدم اهتمام بعض المواقع الإسلامية بمختلف أساليب الجذب مثل زيادة الأدوات التفاعلية في الموقع والتي تجعل المتصفح في اتصال دائم مع الموقع ومتصفحيه... الخ ، وتحديات خارجية مثل: عدم إتقان لغات أخرى غي اللغة العربية، عدم شهرة المواقع الإسلامية بين الطلبة الجامعيين، قلة الإهتمام بهذه المواقع، تأثير الجانب المادي¹

جدول رقم 17: يوضح تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة لأفراد العينة من خلال

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الحصول على الدروس والمحاضرات	08	42.10%
المشاركة في المنتديات	01	05.26%
توفر العديد من الخدمات الإتصالية	07	36.48%
الخدمات الإجتماعية	03	15.78%
المجموع	19	100%

كانت إجابات الطلبة مستخدمي الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة بـ "نعم" من خلال الحصول على الدروس والمحاضرات بنسبة 42.10%، توفر العديد من الخدمات الإتصالية 36.48%، الخدمات الإجتماعية 15.78%، المشاركة في المنتديات 05.26%، كون الدروس والمحاضرات مصدر مهم للطلبة للحصول على المعلومات فما يأخذ داخل قاعة

¹ مديحة جيطاني، مرجع سبق ذكره، ص 257.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

الدراسة لا بد أن يدعم بشيء مكتوب ومنها المحاضرات والدروس الإلكترونية لما لها من أهمية بالنسبة للطلاب.

جدول رقم 18: يوضح العناصر التي يجب أن تضاف على الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة

المتغير	التكرار	النسبة
إستعمال مختلف اللغات	11	18.33%
التعليقات الإلكترونية وإبداء الرأي	20	33.33%
إضافة الصوت والفيديو	04	6.66%
الإلمام بكل أخبار الجامعة	21	35%
أخرى أذكرها	04	6.66%
المجموع	60	100%

أكد مستخدموا الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة على العناصر التي يجب أن تضاف له جاء على رأسها الإلمام بكل أخبار الجامعة مقدرة بـ 35%، ثم التعليقات الإلكترونية وإبداء الرأي نسبة 33.33%، فإستعمال مختلف اللغات بنسبة 18.33%، في حين تساوت النسب بين كل من إضافة الصوت والفيديو، أخرى أذكرها بنسبة 6.66%.

جدول مركب رقم 01: يوضح إستخدام الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة من قبل أفراد العينة

التكرار		نادرا		أحيانا		بإستمرار		المجموع	
المتغيرات		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	07	11.66	10	16.66	03	5	20	33.32
	أنثى	16	26.66	22	36.66	02	3.33	40	66.65
المجموع		23	38.33	32	53.33	05	8.33	60	100
السن	19 - 23	11	18.33	16	26.66	01	1.66	28	46.66
	24 - 28	11	13.33	14	23.33	03	05	25	41.66
	29 - 33	03	5	02	3.33	01	1.66	06	10
	34 فما فوق	01	1.66	0	0	0	0	01	1.66

القسم الثالث الإطار التطبيقي

100	60	8.33	05	53.33	32	38.33	23	المجموع	
18.33	11	00	00	8.33	05	10	06	جذع مشترك علوم الإعلام والاتصال	التخصص
55	33	5	03	31.66	19	18.33	11	علاقات عامة	
26.66	16	3.33	02	13.33	08	10	06	سمعي بصري	
100	60	8.33	05	53.33	32	38.33	23	المجموع	

التعليق على الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (01) أن الطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أحيانا قدرت نسبتهم ب 53.33% وهي أعلى نسبة، تليها نادرا بنسبة 38.33%، أما من يستخدمونه باستمرار فقد قدرت نسبتهم ب 3.33%، في حين جاءت أعلى نسبة بالنسبة للذكور الذين يستخدمون الموقع أحيانا حيث بلغت 16.66%، تليها نادرا بنسبة 11.66%، فباستمرار بنسبة 5%.

ومنه نستنتج أن نسبة الإناث الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة تفوق نسبة الذكور، وذلك راجع إلى تفوق نسب الإناث ديموغرافيا على الذكور، كما أن الإناث أكثر إطلاعا على كل جديد خاصة فيما يخص الجامعة وأخبارها، وقد كانت الإجابة "أحيانا" أكثر اختيارا لدى كل من الإناث والذكور ويرجع ذلك إلى انشغالهم بالدراسة.

أما بالنسبة لمتغير السن، فقد عادت أعلى نسبة بالنسبة للفئة العمرية (19-23) للخيار أحيانا بنسبة 26.66%، تليها نادرا بنسبة 18.33%، ثم باستمرار بنسبة 1.66%، أما فيما يخص الفئة العمرية (24-28) فقد بلغت أعلى نسبة لها بالنسبة للطلبة الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة أحيانا بنسبة 23.33%، ثم نادرا بنسبة 13.33%، وأخيرا باستمرار 5%، أما بالنسبة للفئة العمرية (29-33) فقد بلغت أعلى نسبة بالنسبة للإجابة نادرا بنسبة 5%، ثم أحيانا 3.33%، ثم باستمرار ب 1.66%، أما بالنسبة للفئة العمرية (34 فما

القسم الثالث الإطار التطبيقي

فوق) فقد بلغت نسبة الطلبة الذين يستخدمون الموقع نادرا 1.66%، وانعدمت في باقي الإجابات.

ومنه نستنتج أن الفئتين العمريتين (19-23) و (24-28) يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أحيانا للحصول على مبتغاهم، في حين في الفئتين العمريتين (29-33) و (34 فما فوق) فإنهم يستخدمونه نادرا وذلك راجع إلى طبيعة سنهم حيث أن أغليبتهم موظفون، وليس لديهم وقت لإستخدام الموقع، وخاصة بالنسبة للفئة (34 فما فوق) التي حتى وإن كانت أعلى إجابة فيها "نادرا" إلا أنها ضئيلة، وانعدامها في باقي الإجابات.

أما بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي فقد كانت أعلى إجابة بالنسبة للسنة الثانية جامعي ممثلة في "نادرا" مقدرة ب 13.33%، تليها أحيانا بنسبة 5%، في حين أنها انعدمت في الخيار الثالث وهو باستمرار، أما بالنسبة للسنة الثالثة فقد بلغت أعلى نسبة فيها الإجابة "أحيانا" مقدرة ب 16.66%، تليها نادرا بنسبة 8.33%، فتتعدم في باستمرار، أما طلبة الأولى ماستر الذين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أحيانا فقد بلغت نسبتهم 13.33%، وهي أعلى نسبة، ثم نادرا بنسبة 10%، وأخيرا باستمرار 3.33%، أما طلبة السنة الثانية ماستر فقد أجابوا بأنهم يستخدمون الموقع أحيانا بنسبة 18.33%، تليها نادرا بنسبة 6.66%، وأخيرا باستمرار بنسبة 8.33%.

ومنه نستنتج أن طلبة الثانية ماستر يتفوقون على باقي السنوات بحكم زمن تواجدهم في الجامعة، إضافة إلى سهولة استخدامه بالنسبة لهم، وطلبة الأولى ماستر عكس الثانية والثالثة الذين لم يوجهوا من قبل الأساتذة لتحميل محاضرات أو غيرها، كما أنه لا يوجد بالموقع إعلانات خاصة بهم.

أما بالنسبة لمتغير التخصص بالنسبة لجذع مشترك علوم الإعلام والاتصال الذين يستخدمون الموقع نادرا تفوقت نسبتهم، حيث قدرت ب 10%، ثم 8.33% أحيانا، أما بالنسبة للعلاقات العامة فقد بلغت نسبة الإجابة أحيانا 31.66%، تليها 18.33% نادرا، ثم 5%، أما

القسم الثالث الإطار التطبيقي

فيما يخص السمعى البصري فقد ارتفعت به النسب نوعا ما، وكان أغلب الإجابات بأحيانا بنسبة 53.33%، ثم نادرا 10%، فباستمرار 3.33%.

ومنه نستنتج أن طلبة جذع مشترك علوم الإعلام والاتصال يستخدمون الموقع نادرا لأنهم لا يدركون ما به كون وصولهم إلى المرحلة الجامعية لا زال مبكرا، على غرار طلبة العلاقات العامة والسمعى بصري الذين لهم مدة من الزمن وهم بالجامعة، إضافة إلى الخبرة.

حيث أكدت دراسة "باديس لونيس" حول "جمهور الطلبة الجامعيين والأنترنت" في إحدى نتائجها أن الطلبة يستخدمون المواقع التي تتوافق مع تخصصهم الدراسي.¹

جدول رقم 02: يوضح كيفية استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة من قبل أفراد

العينة

المجموع		حسب الحاجة		حسب المناسبات الجامعية		مرة في الأسبوع		يومي		التكرار المتغيرات	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
33.33	20	25	15	3.33	02	1.66	01	3.33	02	ذكر	الجنس
66.66	40	48.33	29	05	03	10	06	3.33	02	أنثى	
100	60	73.33	44	8.33	05	11.66	07	6.66	04	المجموع	
18.33	11	11.66	07	1.66	01	1.66	01	3.33	02	سنة ثانية	المستوى الجامعي
25	15	20	12	00	00	3.33	02	1.66	01	سنة ثالثة	
26.66	16	18.33	11	3.33	02	3.33	02	1.66	01	أولى ماستر	
30	18	23.33	14	3.33	02	3.33	02	00	00	ثانية ماستر	
100	60	73.33	44	8.33	05	11.66	07	6.66	04	المجموع	
18.33	11	11.66	07	1.66	01	3.33	02	1.66	01	جذع مشترك علوم الإعلام والإتصال	التخصص

¹ باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص 212.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

55	33	43.33	26	05	03	3.33	02	3.33	02	علاقات عامة
26.66	16	18.33	11	1.66	01	05	03	1.66	01	سمعي بصري
100	60	73.33	44	68.33	05	11.66	07	6.66	04	المجموع

التعليق على الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (02) أن الطلبة يستخدمون الموقع الإلكتروني لجامعة بكرة حسب الحاجة بنسبة 73.33%، ثم مرة في الأسبوع بنسبة 11.66%، ثم حسب المناسبات الجامعية بنسبة 8.33%، ثم استخدامه بشكل يومي بنسبة 6.66%.

أما بالنسبة لمتغير الجنس فقد جاءت أعلى نسبة للحاجة من قبل الإناث، حيث بلغت 48.33%، ثم مرة في الأسبوع بنسبة 10%، حسب المناسبات الجامعية 5، وأخيراً استخدامه بشكل يومي بنسبة 3.33%، في حين بلغت نسبة الاستخدام عند الذكور للحاجة 25%، وتساوت النسبة لمرة في الأسبوع وحسب المناسبات الجامعية، حيث قدرت ب 3.33%، ثم مرة في الأسبوع بنسبة 1.66%.

ومنه نستنتج أن الطلبة يستخدمون الموقع حسب الحاجة أي أنهم يأخذون فقط ما يهمهم من معلومات، أما لقلّة استخدامهم له بشكل يومي فيمكن إرجاعها إلى انشغالهم بالدراسة وأن الإنترنت غير متوفرة بشكل كبير في الجامعة.

أما بالنسبة لمتغير السن ، فكانت أعلى نسبة للفئة العمرية (19-23) بالنسبة للحاجة حيث قدرت ب 38.33%، فيما نلاحظ تساوي النسب فيما يخص حسب المناسبات الجامعية، ومرة في الأسبوع حيث قدرت ب 3.33%، لتليها في الأخير بشكل يومي بنسبة 1.66%، أما فيما يخص الفئة العمرية (24-28) كذلك نجد أن أعلى نسبة هي حسب الحاجة و قدرت ب 31.66%، ثم مرة في الأسبوع بنسبة 6.66%، ثم حسب المناسبات الجامعية 3.33%، أجل ينعدم بشكل يومي، في حين الفئة العمرية (29-33) فقد بلغ الاستخدام بشكل يومي 5%، في

القسم الثالث الإطار التطبيقي

حين تساوت النسب بين باقي الخيارات (حسب الحاجة، حسب المناسبات الجامعية، مرة في الأسبوع) بنسبة 1.66%، وانعدمت في باقي الخيارات.

ومنه نستنتج أن أكثر فئة تستخدم الموقع حسب الحاجة هي الفئة (19-23) وذلك نظرا لكثرتهم حيث أنهم يضمون سنتين من الليسانس، والعام الأول من الماستر، وأقل نسبة للفئة العمرية (34 فما فوق) وذلك نظرا لندرتهن خاصة في عوم الإعلام والاتصال، كما أنهم لا يستخدمون الموقع بكثرة.

أما متغير المستوى الجامعي بالنسبة للسنة الثانية الذين يستخدمون الموقع بشكل يومي قدرت نسبتهم ب 3.33%، لتتساوى باقي النسب على باقي الخيارات بنسبة 1.66%، أما بالنسبة للثالثة فإنهم يستخدمون الموقع حسب الحاجة بنسبة 20%، و 3.33% بالنسبة لمرة في الأسبوع، و 1.66% بشكل يومي، في حين تتعدم حسب المناسبات الجامعية، أما طلبة الأولى ماستر فإنهم يستخدمون الموقع حسب الحاجة بنسبة 18.33%، ثم تتساوى الخيارات مرة في الأسبوع وحسب المناسبات الجامعية بنسبة 3.33، اما بشكل يومي فقد جاءت بنسبة 1.66%، في حين طلبة الثانية ماستر فقد قدرت نسبة إجابتهن حسب الحاجة ب 23.33%، في حين تساوت نسب حسب المناسبات الجامعية ومرة في الأسبوع بنسبة 3.33%، في حين أنها انعدمت عند الخيار بشكل يومي.

ومنه نستنتج أن طلبة الثانية ماستر أكثر وعيا من باقي السنوات، حيث أن أغليبتهم يستخدمون الموقع حسب الحاجة، عكس السنة الثانية الذين يستخدمون الموقع مجرد إستخدام عادي.

في حين متغير التخصص، فقد جاءت أعلى نسبة لطلبة جذع مشترك علوم الإعلام والاتصال الذين يستخدمون الموقع حسب الحاجة بنسبة 11.66%، 3.33% مرة في الأسبوع، وتساوت باقي النسب بنسبة 1.66% لاستخدامهم له بشكل يومي وحسب المناسبات الجامعية، أما بالنسبة لطلبة العلاقات عامة فقد بلغت نسبة حسب الحاجة 43.33% وهي أعلى نسبة، تليها حسب المناسبات الجامعية بنسبة 5%، ثم يومي ومرة في الأسبوع بنسبة 3.33%، أما

القسم الثالث الإطار التطبيقي

طلبة السمعى بصري فإنهم يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي حسب الحاجة بنسبة 18.33%، تليها حسب المناسبات الجامعية بنسبة 5%، ثم مرة في الأسبوع وبشكل يومي بنسبة 1.66%.

ومنه نستنتج أن معظم طلبة العلاقات العامة يستخدمون الموقع حسب الحاجة وذلك نظرا لكثرتهم مقارنة بباقي التخصصات، إضافة إلى أنهم يضمنون طلبة الأولى والثانية ماستر.

الجدول رقم 03: يوضح تلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة لاحتياجات أفراد العينة دون اللجوء إلى مواقع الكترونية أخرى:

التكرار		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
المستوى الجامعي	السنة الثانية	06	10	05	8.33	11	18.33
	السنة الثالثة	05	8.33	10	16.66	15	25
	أولى ماستر	03	05	13	21.66	16	26.66
	ثانية ماستر	05	8.33	13	21.66	18	30
المجموع		19	31.66	41	68.33	60	100

التعليق على الجدول:

يتبين لنا من الجدول رقم 04 أن الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة يلبي احتياجات الطلبة دون اللجوء إلى مواقع إلكترونية أخرى بنسبة 31.66%، في حين لا يلبيها بنسبة 68.33%، أما بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي فإن طلبة السنة الثانية الذين أجابوا بـ "نعم" حول تلبية الموقع لاحتياجاتهم دون اللجوء إلى مواقع أخرى قدرت نسبتهم بـ 10%، في حين من أجابوا بـ "لا" فقد قدرت نسبتهم بـ 8.33%، أما بالنسبة للسنة الثالثة فالذين أجابوا بـ "نعم" قدرت نسبتهم بـ 8.33%، أما من أجابوا بـ "لا" فقد قدرت نسبتهم بـ 16.66%، في حين طلبة الأولى

القسم الثالث الإطار التطبيقي

ماستر فقد أقرّوا بأن الموقع لا يلبي احتياجاتهم بنسبة 21.66%، أما من أجابوا بـ"نعم" فقد بلغت نسبتهم 8.33%، كذلك طلبة السنة الثانية ماستر فقد أقرّ معظمهم بأن الموقع لا يلبي احتياجاتهم بنسبة 21.66%، في حين بلغت نسبة 8.33% من أجابوا بـ"نعم".

ومنه نستنتج أن الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة يلبي احتياجات طلبة السنة الثانية دون اللجوء إلى مواقع الكترونية أخرى، والعكس بالنسبة لباقي السنوات وخاصة أولى ماستر والثانية الذين أقرّوا وبنسبة كبيرة أن الموقع لا يلبي احتياجاتهم، لأن لديهم مذكرات ويحتاجون للكثير من المعلومات، حيث من الممكن أنهم يجدوا معلومات تلبي احتياجاتهم لكنهم لا يزالون يبحثون عن معلومات أخرى تخص مذكراتهم، أما طلبة السنة الثانية فإنهم حديثي الدخول إلى جامعة ومن الممكن أن أغلبيتهم تلبي حاجياتهم للمعلومات الموجودة على الموقع وخاصة فهارس الكتب.

نتائج الدراسة:

لقد تم التوصل من خلال هاته الدراسة المتمثلة في إستخدامات طلبة جامعة بسكرة للموقع الإلكتروني على مجموعة من النتائج منها:

المحور الأول: أنماط إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

✚ إن طلبة جامعة بسكرة يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أحيانا.

✚ يستخدم أغلبية الطلبة الموقع الإلكتروني لجامعة بسكرة منذ حوالي سنة.

✚ ان الطلبة يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالجامعة أقل من ساعة.

✚ يستخدم طلبة جامعة بسكرة الموقع الإلكتروني الخاص بها حسب الحاجة.

المحور الثاني: دوافع إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة

✚ أقر معظم الطلبة بإعجابهم بالموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

✚ أرجع الطلبة سبب إعجابهم بالموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالجامعة للحصول على

مختلف المعلومات من خلاله.

✚ لا يستخدم الطلبة الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة للدخول إلى فروع أخرى خاصة

به.

✚ فيما يخص الطلبة الذين يستخدمون الموقع للدخول إلى فروع أخرى، كانت هاته الفروع

متمثلة في الكليات التي يدرسون بها.

✚ يسعى طلبة جامعة بسكرة من خلال استخدامه للموقع الإلكتروني الرسمي للحصول

على مختلف المعلومات. وهذا أكدته دراسة "باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين

والأنترنت" حيث توصلت الى نفس النتيجة: تتمثل أكثر الإشباعات التي تتحقق للطلبة

في: الإشباعات المعرفية، ثم الإعلامية، ثم الدينية.¹

¹ باديس لونيس، مرجع سبق ذكره؛ ص 215.

القسم الثالث الإطار التطبيقي

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من إستخدام الطلبة للموقع الرسمي الإلكتروني
لجامعة بسكرة

- ✚ يرى طلبة جامعة بسكرة أن الموقع الإلكتروني الرسمي الخاص بالجامعة يمتاز بالجودة.
- ✚ يرى الطلبة بأن الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة يمتاز بالجودة لأنه يلم ويهتم بالوسط الجامعي.
- ✚ يرى معظم طلبة جامعة بسكرة بأن الموقع الإلكتروني للجامعة يلبي طلباتهم، لكنه غير كاف اي أنهم في حاجة إلى المزيد من المعلومات.
- ✚ بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بتلبية الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة محمد خيضر بسكرة لاحتياجاتهم من خلال الحصول على الدروس والمحاضرات.
- ✚ أكد مستخدموا الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة أنه يجب على مسيري الموقع الإلمام بكل أخبار الجامعة مهما كانت، كما أنه يجب إضافة التعليقات الإلكترونية لإبداء آرائهم.

خاتمة

خاتمة:

بما أن نظرية الإستخدامات والإشباعات إلى التأكيد على أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها، بل إن الجمهور نفسه يقرر ويحدد الوسائل التي يتعرض لها، والمضمون المناسب له.

وانطلاقاً من هاته الدراسة فقد حاولت معرفة إستخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة والإشباعات المحققة منه، وكانت النتائج كالتالي:

تتعدد أنماط إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة فمنهم من يستخدمه نادراً، باستمرار، لكن أغليبيتهم يستخدمونه أحياناً، كما أن إستخدامهم له منذ حوالي سنة، ولا يتعدى استخدامهم الزمني له مدة الساعة، إضافة إلى أنهم يستخدمونه حسب الحاجة التي يرغبونها ويودون إشباعها.

في حين كانت أهم دوافع إستخدام الطلبة للموقع إعجابهم به ويرجع ذلك إلى حصولهم على مختلف المعلومات من خلاله.

أما بالنسبة للإشباعات المحققة جراء استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة، فهم يرون بأن الموقع يمتاز بالجودة حيث أنه يهتم ويلم بالوسط الجامعي، كما أنهم ومن خلال استخدامهم له لم يلبي الموقع كامل إحتياجاتهم أي أنه غير كاف، وختاماً أكد مستخدمو الموقع أنه لا بد من مسيري الموقع الإلمام بكل الأخبار التي تخص الجامعة مهما كان نوعها، فإضافة التعليقات الإلكترونية لإبداء آرائهم ولتنفيع الإتصال بين أفراد الوسط الجامعي.

ونأمل أن تكون هاته الدراسة قد وفقت ولو بالقليل، كما نتمنى أن تكون بادرة لمعالجة مثل هاته المواضيع خاصة وأنها تمس أهم المؤسسات في المجتمع (الجامعة)، خاصة من زاوية الإتصال داخل الجامعة من خلال الموقع الإلكتروني لها ومساهمته في تفعيل الإتصال.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

❖ القواميس والمعاجم:

المنجد في اللغة والإعلام: ط 29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986.

❖ الكتب بالعربية:

1- البلقطري خالد: عالم الأنترنت من الألف إلى الياء، مركز الإسكندرية للكتاب، الأزاريطة، الإسكندرية، 2010.

2- أنجريس موريس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.

3- بسطاوي أحمد، الأنترنت العالم بين يديك، مكتبة الإبداع الإلكترونية.

4- بن عبد الرحمان محمد الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط 2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998.

5- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2009.

6- حامد إبراهيم الأسطل، مناهج البحث العلمي، قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012.

7- حسن محمود اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003.

8- دليو فضيل: الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

9- ردمان عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

10- ريان أحمد، خدمات الأنترنت، مكتبة الإسكندرية، أبو ظبي، ط 4، 2001.

- 11- سرحان عصام ذياب، الأنترنت فوائده واستخدامه، مكتبة الإبداع الإلكترونية.
- 12- عبد الجبار حسين، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 13- عبد الرحمان بسام مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 14- علي زياد محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010.
- 15- عماد حسن مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
- 16- عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي...بكالوريوس...ماجستير...دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 17- عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000.
- 18- محمد بدر الدين موسى، الأنترنت، مركز ماتس التقني لعلوم الكمبيوتر، برج الجزيرة.
- 19- محمد علي شمو: الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
- 20- مصباح عامر، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 21- مصطفى ربحي عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 22- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2012.

❖ الدوريات والمجلات:

- 1- محمد فوزية: إستخدام الأنترنت في التعليم الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية: عدد خاص (الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي).
- 2- مصطفى محمد حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 2، (العدد 18). 2010.

❖ المذكرات والرسائل:

- 1- العشي مصطفى، دورة أنترنت، مركز الأيمن الدولي للمعلوماتية، مكتبة الإبداع الإلكترونية.
- 2- إيمان نوي: استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر، (غير منشورة)، بسكرة، 2012.
- 3- جيطاني مديحة: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة ماجستير (منشورة)، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2010.
- 4- رمضان الخامسة: استخدام الشبكات الإجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة بسكرة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، بسكرة، 2012.
- 5- قوراري صونيا، إتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة مسحية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للأنترنت في جامعة بسكرة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، بسكرة، 2011.
- 6- لونيس باديس: جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنت، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، مذكرة ماجستير (منشورة)، قسنطينة، 2008.
- 7- مصطفى زهير دولة، عماد محمد اشتوي: القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، قسم الصحافة والإعلام، غزة، 2006.

8- ناصر مشيب محمد آل زبران: المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، مذكرة ماجستير (منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2011.

❖ المراجع باللغة الأجنبية:

أ- الفرنسية:

- 1- Crost Emmanuel، utilisation de l'internet dans le cadre de l'exercice proffessional، Enquête auprès de 300 médecins généralistes d'Aquitaine، Université Bordeaux 2 - victor segalen، 2005.
- 2- <http://www.aidice-web.com/accueil/definition-site-web>، 17:00، 17-05-2014.

ب- الإنجليزية:

- 2- Gary W James، **ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ONLINE LEARNING**، august-septembre، United States: www.allencomm.com/events.

❖ المواقع الإلكترونية:

- 1- موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، (خاص)، pdf، www.al-raeed.net/training
- 2- الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة: www.univerbiskra.com

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر * بسكرة *
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - قطب شتمة -
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال

إستمارة إستبيان:

**إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشباتات المحققة
منه**

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر

دراسة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إتصال وعلاقات عامة

بعد التحية والتقدير:

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين إستمارة خاصة ببحث علمي ميداني، لتحضير شهادة الماستر حول الموضوع المذكور أعلاه، كما نحيطكم علماً أن هذه الإستمارة تحتوي على مجموعة أسئلة فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عليها حسب ما هو موجود من معلومات مقدمة في محاور الدراسة، كما أنها تستعمل لأغراض علمية بحتة.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الخانة المناسبة، كما يرجى إختيار إجابة واحدة.

إشراف:

صونيا قوراري

إعداد:

فطوم لطرش

السنة الجامعية: 2013-2014

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- السن: ☐ 23-19 ☐ 24-28 ☐ 29-33 ☐ 34 فما فوق
- 3- المستوى الجامعي: ☐ السنة الثانية ☐ السنة الثالثة ☐ أولى ماستر ☐ ثانية ماستر
- 4- التخصص: ☐ إعلام وإتصال ☐ إتصال وعلاقات عامة ☐ سمعي بصري

المحور الأول: أنماط استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

- 5- هل تستخدم الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة؟ ☐ نادرا ☐ أحيانا ☐ باستمرار
- 6- منذ متى تستخدم الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة؟ ☐ أقل من سنة ☐ سنة ☐ سنتين ☐ ثلاث سنوات ☐ أكثر من ذلك
- 7- كم من الوقت تستغرق في استخدام الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة؟ ☐ ساعة ☐ ساعتين ☐ ساعتين فما فوق
- 8- هل تستخدمه بشكل: ☐ يومي ☐ مرة في الأسبوع ☐ حسب المناسبات الجامعية ☐ حسب الحاجة

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة.

9- هل يعجبك الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة؟

☐ لا

☐ نعم

10- في حالة الإجابة ب "نعم" ما الذي يعجبك في الموقع؟

قوة التصميم ☐ الخدمات الإتصالية التي يقدمها الموقع ☐ الألوان والصور ☐

الحصول على معلومات ☐

أخرى اذكرها

.....

11- هل تستخدم الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة للولوج إلى روابط إلكترونية أخرى؟

☐ لا

☐ نعم

12- إذا كانت الإجابة ب "نعم" فما هي هاته الروابط الإلكترونية؟

☐ روابط الكليات الأخرى

☐ رابط الكلية التي تدرس بها

☐ باقي مكاتب الكليات

☐ المكتبة المركزية

13- ما هي الأهداف التي تسعى لتحقيقها من خلال استخدامك للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة؟

☐ تحميل كتب

☐ الحصول على مختلف المعلومات

☐ تفعيل الإتصال

☐ المحاضرات والدروس

☐ معرفة آخر التطورات في الوسط الجامعي

أخرى اذكرها

.....

المحور الثالث: الإشباكات المحققة من استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة

بسكرة؟

14- في رأيك هل يمتاز الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة بجودة عالية؟

☐ لا

☐ نعم

15- إذا كانت الإجابة ب "نعم" إلى ماذا يعود ذلك؟

لأن ما يوجد في الموقع الإلكتروني للجامعة غير متوفر في باقي المواقع ☐

يهتم ويلم بالوسط الجامعي لجامعة بسكرة ☐

مصمم بجودة عالية ☐

استمرارية تدفق المعلومات وحدائتها ☐

سهولة استخدامه ☐

أخرى اذكرها

.....

16- هل يلبي الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة احتياجاتك دون اللجوء إلى مواقع إلكترونية أخرى؟

☐ لا

☐ نعم

17- إذا كانت الإجابة ب "نعم" من خلال :

☐ الحصول على الدروس والمحاضرات

☐ المشاركة في المنتديات

☐ توفر العديد من الخدمات الاتصالية

☐ الخدمات الاجتماعية

18- في رأيك ما هي العناصر أو الخدمات التي يجب أن تضاف إلى الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة

بسكرة؟

☐ استعمال مختلف اللغات

☐ التعليقات الإلكترونية وإبداء الرأي

☐ إضافة الصوت والفيديو

☐ الإلمام بكل أخبار الجامعة رئيسية كانت أو ثانوية

أخرى اذكرها

.....

19- ماذا استفدت من الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة؟

.....

.....

.....

lundi 19 mai 2014



Plan du site | Messagerie | Ar



UNIVERSITÉ
Mohamed Khider BISKRA

مرحبا بكم في

جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر



Présentation Facultés Pédagogie La Recherche Coopération Développement Documentation Contacts

Laboratoires de Recherche



Portail des sites web des 31
Laboratoires de Recherche de
l'Université de Biskra

Documents en ligne



E-learning



Cours et document en ligne
utilisant la Plateforme de télé-
enseignement Moodle

Planning 2013-2014



Calendrier
organisant la fin de l'année
universitaire 2013/2014

Editorial



Le mot du Recteur:

Conférences du Pr.Paola Zanovello



Nous informons l'ensemble des enseignants et
doctorants du département d'Architecture que le



Journées de Statistique



Le Laboratoire de Mathématiques Appliquées, Département
de Mathématiques, Faculté des Sciences Exactes et
Sciences de la Nature et de la Vie, organise

نموذج عن إحدى فروع الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة بسكرة (فرع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية):



Université Mohamed khider De Biskra, Algérie

جامعة محمد خيضر، بسكرة - الجزائر
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

Faculté Des Sciences Humaines Et Sociales

Rechercher

تتبع من طرف السيد مسؤول المكتبة

يوجد 6 زائر حالياً

loading images: 0/25

■ برنامج الامتحانات للسداسي الثاني 2013-2014



- قسم التربية البدنية و الرياضية



- قسم العلوم الإنسانية



- قسم العلوم الاجتماعية

الصفحة الرئيسية

عن الكلية

أرشيف الملفات

مراجع مختار للنظر الاجتماعي
والعلاقات العامة في الجزائر

DSpace Univ-Biskra

■ إعلان

ينظم قسم العلوم الإنسانية ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ندوة بعنوان :
"الممارسة الإعلامية في الجزائر بين القواعد القانونية و الضوابط الأخلاقية"

بتأطير من أساتذة في الاختصاص و ذلك يوم **الأتين 05-05-2014** في قاعة
الندوات ، المجمع البيداغوجي "ب" ، بداية من الساعة **09:30** صباحا

■ ملتقى دولي حول

إشكالية القياس والتقويم في مجال علوم وتقنيات النشاطات البدنية
والرياضية

غرفة البحث التابعة لمختبر المسألة التربوية في الجزائر في ظل التحولات الراهنة
تنظم ملتقى دولي حول " إشكالية القياس والتقويم والاختبار في مجال علوم وتقنيات
النشاطات البدنية والرياضية "

