

انعكاسات الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي في

تحصيل المعرفة العلمية

-دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام-

أ.صابر لامية

أ.غزالي محمد

Saber.lamia@gmail.com commghazali40@yahoo.fr

-جامعة سطيف- -جامعة سطيف-

Resumé

Le sujet des nouveaux medias et ses effets est l'un Des sujets les plus importants préoccupe les médias en cette période Surtout depuis que le stéréotype reconnu généralement au processus de la communication et des mass medias a été rompu par l'avènement des réseaux sociaux, Et qui a étendu ses services non seulement qu'un moyen de communication et d'information mais un moyens de commercialisation, et connaissances économique, social, éducatif, scientifique.

D'un côté cette étude a révélé les secrets du recueil de la connaissance scientifique et la découverte du rôle théorique pour des sociaux médias et les nouveaux médias, et d'un autre côté on a Liée la théorie de la dépendance aux médias qui donne aux effets des moyens sur une autre dimension aux théories de présomption de la forte influence .

Nous avons adopté la méthode de l'enquête menée intentionnalité et l'échantillon du parterre d'étudiants en ce qui concerne l'adoption des réseaux à la collecte de la connaissance et la recherche des sources scientifique Pour extraire les résultats souhaités, qui a confirmé que les étudiants qui compte sur le reflète des connaissances scientifiques et toutes ses variables: sexe, la Degré scientifique, les modes d'utilisation, les types de réseaux utilisés, les type de connaissances transférées ets

ملخص الدراسة

يعتبر موضوع وسائط الإعلام الجديد وتأثيراته من أهم المواضيع التي تشغل بحوث الإعلام في هذه الفترة خاصة وأن النمطية المتعارف عليها في سيرورة العملية الاتصالية والإعلامية قد انكسرت مع ظهور شبكات الإعلام الاجتماعي، والتي توسعت في خدماتها من مجرد وسائل اتصال وإعلام إلى وسائل حياتية اقتصادية تسويقية، اجتماعية، ثقافية، علمية ومعرفية وهذه الأخيرة حظيت بحيز كبير منها نظرا لأن سيرورة الشبكات تقوم على تركيبة المعلومة. ولقد جاءت دراستنا هذه للكشف عن خفايا الاعتماد عليها في تحصيل المعرفة العلمية. توجهننا لمعرفة انعكاسات الاستخدام المعرفي لها من وجهة افتراضات ومنهج نظرية التبعية أو ما يسمى بالاعتماد على وسائل الإعلام للمنظرين الأمريكيين ديفلر وبول روكيتش. وهذه الدراسة عبارة عن دراسة نظرية وأمبيرقية كشفت في جزءها النظري عن الوجه العام للإعلام الاجتماعي والإعلام الجديد من جانب ومن جانب آخر فقط ألمنا بكل ما هو متعلق بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي تعطي لتأثيرات وسائل الإعلام بعدا مغايرا لما تفترضه نظريات التأثير القوي، حيث استوحينا الرؤية البعدية لمضمون الشبكات وتطبيقاتها من فرضيات الاعتماد. أين أسقطناها على الدراسة الميدانية التي اعتمدنا فيه على منهج المسح بالعينة القصصية و التي أجريت على جمهور الطلبة فيما يتعلق باعتمادهم على الشبكات في تحصيل المعرفة العلمية والبحث عن مصادرها، وانعكاساتها على مجهودهم العلمي واكتسابهم المعرفي. لنستخلص النتائج المتوخاة والتي أكدت أن الشباب الجامعي يعتمد عليها كما تنعكس على معرفته العلمية وكل حسب متغيراته: الجنس، الدرجة العلمية، أنماط الاستخدام، أنواع الشبكات المستخدمة، نوع المعرفة المنقولة....أنخ

مقدمة

تستهدف موضوعات تأثيرات وسائل الإعلام الجديد جل إشكاليات الدراسات المطروحة على مستوى تخصصات الاتصال، علم الاجتماع، علم المعلومات والمكتبيات، علم النفس والتربية نظرا لما تخلقه هذه الوسائط من تشعبات وتداخلات على مستوى وظائفها التقنية منها، الإعلامية، الثقافية والمعرفية. ولقد تقدمنا بهذه الدراسة النظرية والميدانية لفهم جانب مميز من جوانب تأثيرات شبكات الإعلام الاجتماعي الجديد ألا وهو اعتماد المستخدمين عليها في تحصيل المعرفة العلمية عموما.

وفي هذه الدراسة وكمحاوله لتفسير هذه الظاهرة انطلاقا من فرضيات منظور الاعتماد على وسائل الإعلام وإثباتا ما إذا كانت هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة لها

تأثير على المعرفة التي يتلقاها الطالب، وتحقيقا لذلك تم الاعتماد على العناصر التالية:

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: أهمية الدراسة وأهدافها.

ثالثاً: مفاهيم الدراسة تتضمن كل من تكنولوجيا المعلومات، المعلومات، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، الأثر.

رابعاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependence Theory كمدخل مفسر للدراسة، تناولنا فيها كل من التصور العام للنظرية، الفرضيات التي تقوم عليها النظرية، المعلومات والمعرفة في نظرية الاعتماد، علاقات الاعتماد، النموذج المتكامل لتأثيرات وسائل الإعلام، آثار الاعتماد على وسائل الإعلام، نقد النظرية وتطبيق النظرية على الدراسة.

خامساً: منهجية الدراسة وتشمل كل من منهج الدراسة، عينة الدراسة، مجالات الدراسة، الاستمارة الاستبائية كأداة لجمع البيانات.

سادساً: النتائج العامة للدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أتاحت العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية وقربت المسافات وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان، وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمسافة، وقد تمثلت هذه المبتكرات في الأقمار الصناعية، الكوابل المحورية الوسائط المتعددة (multi media) والاتصال المباشر بقواعد وشبكات المعلومات مثل: الإنترنت، الهاتف النقال، البريد الإلكتروني. وشبكات التواصل الاجتماعي.. الخ. وهذا ما سماه فعلاً مارشال ماكلوهان بالقرية الكونية التي اجتازت من القبيلة والعشيرة إلى ربط مجتمعات ودول ومناطق عن طريق الوسيلة الواحدة. كما سمحت تكنولوجيات الاتصال إلى دمج وتطبيق التكنولوجيا الجديدة على كل ميادين الاتصالات والمواصلات، علوم المعلومات والمكتبيات، وكل أشكال الثقافة، تخصصات العلوم ومصادر المعرفة... الخ. كما وسعت من أشكال الاتصال الإنساني وفتحت مجالاً جديداً لاستخدامات جديدة غيرت من مفهوم الإعلام والاتصال الجماهيري والتي أطلق عليها مصطلح الإعلام الجديد كما عرّف عنه

نيغروبونتي . فهذه الوسائط الجديدة حطمت الفواصل التقليدية بين وسائل الإعلام والجمهور الذي أصبح يشارك في صياغة الرسالة من جهة ،وكسرت ضيق الفضاء المحيط بعملية الاتصال الشخصي من جهة ثانية وقادت نحو نمط اتصالي جديد يتسع إلى كل أنماط الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحروالمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوارالاتصال بين الطرفين واتساع وتنوع حرية المستقبل في الاختيار.كما كسرت قيود انحباس المعلومة على رفوف المكتبات ووسعت من مصادرالمعرفة والثقافة.

ومما هو مميز أكثر في وسائط الإعلام الجديد هي شبكات الإعلام الاجتماعي التي تلخّص في محتوياتها وفعاليتها ودمجها لكل المزايا المعروفة لهذه الظاهرة-الإعلام الجديد- والتي تسمح بمرور المعرفة للفرد دون قيود أو معيقات في محاولة كسر التلقي لدطالب العلم،والانفلاق المعرفي لدى الباحث عموما وانحسار المعلومة لدى أطراف معينة مما خلق ما يسمى بالفجوة المعرفية بين أفراد المنظومة الاجتماعية الواحدة.وتذكر الدراسات التي تهتم بالجانب المعرفي لوسائل الاتصال والإعلام في أن وسائط الإعلام الجديد أصبحت معيار في تصنيفات البحث العلمي وتقسيمات المجتمعات المعرفية في العالم.

وبإسقاط النظر على منظومتنا المعرفية والثقافية نلمس فيها استخدام تكنولوجيات الاتصال ووسائل الإعلام الجديد وفقا لمتطلبات ومحددات مختلفة تتباين من فرد إلى فرد ومن جماعة إلى جماعة ومن طبقة إلى طبقة حيث تعتبر طبقة الطلبة الجامعيين من أهم مقومات البنية الديموغرافية للمجتمعات المعاصرة ومن الفاعلين في استخدام تكنولوجيات الاتصال وشبكات الإعلام الاجتماعي عموما.ويعتمد عليها في تحقيق عموم الإشباع والاستخدامات المعروفة عبر التطبيقات المتاحة في الشبكات،سواء في المجال الترفيهي أو الثقيفي،الاجتماعي أو السياسي،وحتى المجال العلمي والمعرفي أين أصبحت تتيح هذه الوسائط مختلف مصادر المعرفة وكل أشكالها دون أدنى جهد في البحث عنها.ومن هنا يمكن أن نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

إلى أي مدى يمكن أن يؤثر الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية لدى الشباب الجامعي؟

ومن هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ماهي أهم خصائص شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعرفة؟
2. ماهي أهم المضامين المعرفية والعلمية المتضمنة في شبكات التواصل الاجتماعي؟
3. ماهي دوافع الاعتماد على شبكات التواصل في تحصيل المعرفة العلمية والإنسانية عموماً؟
4. وماهي الاستخدامات والاشباعات المعرفية المحققة عبر الشبكات؟
5. إلى أي مدى تسمح هذه الاستخدامات في كسر الهوة المعرفية بين الأفراد؟
6. ماهي أهم التأثيرات التي يمكن رصدها من الاعتماد على الشبكات في تحصيل المعرفة؟

ثانياً: أهمية الدراسة وأهدافها: تتوقف أهمية البحث عن أهمية الظاهرة التي يتم دراستها، وعلى قيمتها العلمية والنتائج التي ستحققها، والتي يمكن أن تفيدنا في اكتشاف حقائق نستطيع الاستناد إليها في إثبات حقيقة ظاهرة أو مشكلة ما، أو في جعلها منطلقاً لبحوث ودراسات لاحقة، وتكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز الدور الذي أصبحت شبكات الإعلام الاجتماعي تقوم به في شتى المجالات وفي المجال العلمي والمعرفي كوسيط مميز من وسائل الإعلام الجديد الذي حول من المجتمع الإنساني البسيط إلى مجتمع معلوماتي ومعرفي. ووجهها نحو السياق الجماهيري بينما كانت في عقود وعصور سابقة حبيسة النخبة والطبقة المثقفة خاصة وأن الإعلام الاجتماعي تتقو لب خصائصه الأساسية في الكم المعلوماتي الهائل المتدفق في وقت وجيز. كما تكمن أهمية هذا الموضوع في محاولة الوصول إلى حقيقة التأثيرات التي تحدثها هذه الشبكات في خصوصية اكتساب المعرفة العلمية لدى المستخدمين سيما وأن أنماط ومصادر المعلومات متاحة ومتوفرة بشكل قد يؤثر في اكتساب المعرفة ذاتها.

كما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على خصائص شبكات الإعلام الاجتماعي كمصادر للمعرفة الإنسانية والعلمية.
2. محاولة الكشف عن دوافع المستخدمين في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر أساسية للحصول على المعلومات.

3. التعرف على أنواع المعرفة المستقاة من شبكات الإعلام الاجتماعي وأنماط نشرها.

4. الكشف عن انعكاسات هذه الوسائط على اكتساب المعرفة العلمية السلبية منها والايجابية.

ثالثا: مفاهيم الدراسة:

- تكنولوجيا المعلومات: يعرفها صامويسلون وبوركو وآمي بأنها إدخال تطبيق الأدوات أو التقنيات المتصلة بعلم المعلومات في حل مشكلات النظم: الحاسب الالكتروني، وسائل الاتصال، الوسائل المصغرة. ويعرفها ماكميلان لتكنولوجيا المعلومات بأنها حيازة، معالجة، تخزين، وبث معلومات ملفوظة، مصورة، متنية، ورقمية بواسطة مزيج من الحاسب الالكتروني والاتصالات السلكية واللاسلكية ومبني على أساس الالكترونيات الدقيقة كما تعرف من الجانب المعرفي بأنها تهتم بضبط خواص وسلوك المعلومات والقوى التي تتحكم في عمليات تدفق المعلومات وطرق تجهيزها للفحص حتى تكون متاحة ومستخدمة بدرجة عالية من الكفاءة، كما يعني بالمعايير والنظريات والإجراءات التي تكفل إدراك سبل تلبية احتياجات المجتمع من المعلومات والتي تكفل أيضا الأسس اللازمة لتنمية القدرة على تحديد هذه الاحتياجات ومتابعتها.² وتعد تكنولوجيا المعلومات خليطا من المعلومات والتكنولوجيا وهو مجال متضمن بنية المعلومات وتركيبها وخصائصها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها وتقييمها وتوزيعها ويشمل نظم المعلومات وعمليات وأنشطة المعلومات التي تمثل الوسيط بين مصدر المعرفة والمستفيد، والوسائط المتعددة انبثقت من صناعة الحاسوب وتطور تكنولوجيا المعلومات بتطور تقنيات معالجة المعلومات عبر الحاسوب.³ ويميز روجر كارتر جوانب ثلاثة رئيسية لتكنولوجيا المعلومات:
 - تكنولوجيا تسجيل البيانات.
 - تكنولوجيا تحليل البيانات.
 - تكنولوجيا توصيل البيانات وتحميلها.⁴
- المعلومات: جاء في المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات المفاهيم الآتية للمعلومات:

1- هي البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد لأغراض اتخاذ القرارات ، أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها وتفسيرها أو في تجميعها بأي شكل من الأشكال التي يمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية.

2- هي المقومات الجوهرية في أي نظام تحكم.

3- المفهوم المتصل بالبيانات نتيجة لتجميعها وتناولها.

4- بيانات مجهزة ومقيمة خاصة إذا تم إستقساؤها من الوثائق والأشكال.

ويعتبر بروكس **Brookcs** من أكثر المهتمين بظاهرة المعلومات منذ مطلع السبعينات والعلاقة بينها وبين المعرفة فهو ينظر إلى المعرفة باعتبارها حصيلة مفردات المعلومات أو رصيد المعلومات المنظمة الفيزيائية، البيولوجية والمعرفية. ويرى أن جميع عمليات المعلومات التي تتم بين الكائن الحي وبيئته الخارجية تعتمد على عمليات فيزيائية لا تقتصر على حواس اللمس والتذوق والشم والسمع والبصر. وإنما تشمل أيضا امتصاص الطاقة والمواد الغذائية ، أما بالنسبة للمعلومات البيولوجية فهو يتحدث عن الشفرات الوراثية، وانتقال المعلومات من جيل لآخر وهذه المستويات لا ينظر إليها على اعتبارها مستقلة وإنما تشكل سلسلة متصلة من العمليات المعلوماتية.

أما باكلاند **Buckland** فينظر إلى المعلومات على أساس أن لها ثلاثة استخدامات رئيسية وهي:

أ- المعلومات كعملية، أي أنها فعل الإعلام.

ب- المعلومات كمعرفة للدلالة على ما تم إدراكه من المعلومات كعملية.

ت- المعلومات كشيء، أي توصيلها أو تمثيلها بطريقة مادية.⁵

لذا ينبغي العمل على امتلاكها، واستثمارها، وتنميتها واستعمالها على أوسع نطاق خدمة للتقدم العلمي والتقني والاجتماعي والاقتصادي.. ولختلف النشاطات التنموية، وهناك العديد من المحاولات للبحث عن خصائص عامة للمعلومات ومن هذه المحاولات ما ذهب إليه **mc garray** الذي بين الآتي:

1- من الممكن النظر إلى المعلومات على اعتبارها أقرب إلى الترادف مع الحقائق .

2- إن المعلومات تأثيرا تحويليا أو تدعيميا على ما يعرفه الإنسان أو ما يعتقد أنه يعرفه.

- 3- إن المعلومات تستخدم كعامل مساعد في اتخاذ القرارات .
- 4 إن المعلومات هي حرية الاختيار التي يتمتع بها الإنسان في انتقاء إحدى الرسائل.
- 5- إن المعلومات مادة خاما تتخلص منها المعرفة.ولا نتلقاها فقط، إنما نتبادلها مع من يحيط بنا.
- كما يمكن للمعلومات أن تتميز بالجودة أو العكس، صائبة أو العكس، كاملة أو ناقصة.....الخ.⁶

• الإعلام الجديد:هو نمط اتصالي حديث يختلف أو يتجاوز نمط الاتصال التقليدي البسيط بين المرسل والمرسل فالإعلام الجديد هو بمثابة النظام الدائري في الفرقة الموسيقية حيث يشارك الكل في العزف. فالإعلام الجديد عبارة عن نمط علائقي غير مألوف يتحول فيه المرسل إلى مستقبل والعكس.⁷

وتعرفه اللجنة العربية للإعلام بأنه الخدمات والنماذج الإعلامي الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي أليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنوا قل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة للمادة الإعلامية.⁸

ويتميز الإعلام الجديد بميزات أساسية تنصدها الانتشار الفاض للمعلومات، سهولة الحصول عليها، السرعة في الحصول عليها والحجم الهائل للمعلومات.⁹

ويطلق مصطلح الإعلام الجديد على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، والتي تشمل شبكات الاتصال الرقمية والحاسوبية المختلفة. كما يتداخل هذا المصطلح مع مسميات أخرى منها: عصر تكنولوجيات المعلومات، الاتصال الرقمي، العالم الافتراضي والاتصال الالكتروني ومجتمع المعرفة وكلها تعبيرات عن ظاهرة إنسانية تقنية اتصالية واحدة فالإعلام الجديد ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائط الإعلام وبقاى وسائل التعبير في الفضاء العام.¹⁰

• شبكات التواصل الاجتماعي: أو ما يسمى بالإعلام الاجتماعي وهي شبكات افتراضية تجمع بين مجموعة هائلة من الشبكات وتقتضي للفردولوج

للشبكة حيث يتفاعل مع الآخرين افتراضيا فهي شبكات مفتوحة تتيح التواصل في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم عدة عوامل. ومن الجدير بالذكر أن معظم الشبكات هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة الخدمات للمشاركين. منها المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو والتدوين، مشاركة الملفات، التحميل والعديد من التطبيقات الأخرى.¹¹

الشبكات الاجتماعية هي ببساطة وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية إذ يجمع المشاركون فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة أو تقارب في الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة أو كراهية لشيء معين أو علاقات دينية أو عقدية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي.¹²

ومن أشهر الشبكات عالميا ماييلي:- facebook-myspace-youtoub-hi5-linked in-twitter-brightkite-xbox360-delicious-frienster¹³

● الأثر: -الغلة: من الفعل "أثر" بمعنى أثرا ظاهرا، أحدث تأثيرا: أثر في الأجسام أو أعطى نتيجة حسنة، ترك أثرا نفسيا أو أحدث انطبعا وكان له واقع في مثلا "أثر فلان في نفس فلان" والتأثير هو إحساس يحدثه عامل ما، أو يمارسه شخص على شخص آخر.¹⁴

ب-اصطلاحا: يعرف بأنه التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقدام الردّ على سلوك علي¹⁵.

ويعرف بأنه العملية التي يقوم من خلالها الأفراد بتبني فكرة مستحدثة معينة في تنظيم اجتماعي معين بالتأثير في غيرهم ممن لم يتسن لهم بعد الإيمان بالفكرة.¹⁶

ويعرف بأنه طريقة إدراك (برامج التلفزيون، الراديو، السينما) وأساليب الاستجابة لها من خلال (المشاهدة، الاستماع أو القراءة) التي تحدث تغييرات تنعكس في معارف أو اتجاهات أو خبرات أو سلوكيات مشاهدتها، فقد تلفت انتباهه ويدركها، وقد يتعلم منها شيء جديد أو تخلق عنده وجهات نظر أو اتجاهات جديدة أو تعديل سلوكياته القديمة، وهي عملية متعددة الأبعاد، وتشارك فيها مجموعة من العوامل المتشابكة والمتغيرات المتداخلة التي يصنفها الباحثون إلى أربع فئات عريضة، يمكن من خلالها التوصل إلى تحليل تأثيرها ومنها استعدادات الأفراد السابقة والمرتبطة بخصائص العمر والجنس والطبقة والذكاء والخلفية التربوية...الخ، ولاشك أن عادات وقيم والاتجاهات النفسية تدخل في إطارها من جهة أخرى يمثل المضمون البرمجي فئة أخرى من فئات التأثير ويشمل الموضوع أو القضية التي قدمت وأسلوب الاستجابة له من خلال المشاهدة ثم نتيجة هذه الاستجابة أو ذلك التأثير على المشاهد¹⁷.

ويأخذ الأثر عدة تسميات منها التغذية الراجعة أو التغذية العكسية، ورجع صدى و الاستجابة في أدبيات علم النفس، ويعتبر التغذية الراجعة الوسيلة التي يتعرف من خلالها المرسل سواء كان فردا أم مؤسسة إعلامية على مدى التأثير الذي أحدثته رسالته في المستقبل (فردا، حشدا وجمهورا)، وهي عبارة عن ردود الفعل التي تنعكس على الملتقي من حيث فهمه أو عدم فهمه للرسالة ومدى تفاعله معها وتأثره بها، حيث أن المفروض أن يتخذ الملتقي موقفا معينا من الأفكار والخبرات التي يستقبلها وهذا الموقف يؤثر بدوره على المرسل فيضطر إلى تعديل رسالته أو تغييرها ليرسلها مجددا إلى نفس الملتقي أو متلقين آخرين¹⁸.

والتأثير الذي يحدثه عادة المرسل في المستقبل ينحصر في ثلاثة نواحي:

- الناحية الذهنية

- الناحية الوجدانية

- الناحية السلوكية¹⁹.

ونقصد بالأثر في دراستنا هذه هو ما تركه شبكات الإعلام الاجتماعي في المستخدمين من تغييرات على مستوى تحصيلهم المعرفي والعلمي.

رابعا: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dépendance Theory كمدخل مفسر للدراسة:

بعد الانتقادات اللاذعة التي تعرضت لها نظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام. انتقلت دراسات تأثير وسائل الإعلام على المعارف، على اعتبار أن التغيير في المعارف سواء الفردية أو المجتمعية شرط أساسي لتحقيق التغيير في اتجاهات والأنماط الثقافية والسلوك الاجتماعي. صاحب هذا التحول تطورا آخر في دراسة دور وسائل الإعلام في التشكيل معارف الأفراد أو ما يسمى بالأثر المعرفي لوسائل الإعلام.

تقوم فكرة الأثر المعرفي لوسائل الإعلام على أساس أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرها عن طريق تقديم المعرفة التي من خلالها يشكل الأفراد اتجاهاتهم وسلوكياتهم ومن أبرز النظريات التي تركز على الدور المعرفي لوسائل الإعلام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. والتي تعد من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام. تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع. ولقد ظهرت في النصف الثاني من القرن 20 نماذج كثيرة وجديدة تدرس آثار وسائل الإعلام عرفت بالنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام. ترى أن وسائل الإعلام عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية وأعضاء الجمهور. قدم هذا النموذج في العلم 1967 من طرف ملفين ديلفر وساندرا بول روكيتيش.²⁰

1- التصور العام للنظرية:

نظرا لأن الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث لأن هذه الوسائل عملية الوجود لا يمكن الاستغناء عنها، فإن درجة اعتماد الأفراد على المعلومات يشتقونها من وسائل الاتصال تعتبر متغيرا أساسيا لفهم متى ولماذا تغير وسائل الاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد.²¹ ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. وتعتمد النظرية - لكي تفعل ذلك- على المسائل الرئيسية لكل من الصور المثالية العامة، منها اهتمام البناء الوظيفي بالاستقرار الاجتماعي للمثال التطوري، والتركيز على إنشاء المعاني في المنظور

التبادلي للتفاعل الرمزي، وتفسير العوامل الفردية(البواعث، القيم، المواقف والسلوك من النموذج الإدراكي).

وتوصف نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام وهي القول بأنها نظرية (بيئية). فهي تركز على العلاقات بين النظم الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها. فالنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً. وهي تبحث في كيف أن أجزاء من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وقد اعتبر أنها لها علاقات بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تكون مثل هذه العلاقات تسلط عليها الصراعات قد تكون متعاونة، ديناميكية أو ساكنة أو منتظمة، كما أنها قد تتراوح بين أن تكون مباشرة وقوية، وبين أن تكون غير مباشرة أو ضعيفة. وكيفما كانت التفاصيل المميزة لهذه العلاقة، فأنها هي العلاقة التي تتحمل عبء التفسير.²²

وكما يوحي اسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسية التي يقوم عليها منطق هذا المنهج هي علاقة تبعية. وقد تكون هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام والاتصال بشكل إجمالي أو مع أحد أجزائه مثل الصناعات التلفزيون والإذاعة أو الصحف أو المجالات.

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال على الأهداف من جهة، والمصادر من جهة أخرى. والواقع أن جانباً مما يعني أن تعيش في المجتمع هو أنه من أجل أن يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات الكبرى أهدافها الشخصية أو الجماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو نظم أخرى والعكس بالعكس. ويعتبر نظام وسائل الإعلام والاتصال نظام معلومات يسيطر على ثلاثة أنواع من "تبعية- توليد" مصادر المعلومات، يجب على الآخرين أن يحصلوا عليها من أجل بلوغ أهدافهم والمصدر الأول هو جمع أو خلق المعلومات فالصحفيون مثلاً يجمعون المعلومات والأحداث التي تحتاج إلى معرفتها أو تهتم فقط بمعرفتها وكتاب السيناريو يوجدون معلومات من أحداث حقيقية أو خيالية، تتيح لنا إشباع هدف اللعب أو المرح مع أشخاص آخرين بالذهاب إلى دور السينما. المصدر الثاني هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تحويل المعلومات غير المنقحة التي

تم جمعها أو خلقها، فربيس التحرير مثلا ينسق معلومات المخبر الصحفي غير المصقولة بحيث يمكن أن توضح بصورة مناسبة في قصة الصحيفة، والمخرج ينسق المعلومات التي خلقها المنسق السينمائي ويجعل منها فيلما. والمصدر الثالث الذي يسيطر على نظام وسائل الإعلام والاتصال هو نشر المعلومات أو القدرة على إخراج المعلومات إلى الجمهور. والوظيفة الأساسية لمنسق أخبار التلفزيون مثلا هي إذاعة المعلومات التي جمعها المخبر ونسقها المحرر وعمل موزع الأفلام هو تقديم الفيلم الذي ابتدعه وعالجه الكاتب السينمائي إلى الجمهور الذي يذهب لمشاهدة الأفلام السينمائية.²³

2- الفرضيات التي تقوم عليها النظرية:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخداماتنا لوسائل الاتصال لا تتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال. والطريقة التي تستخدم بها وسائل الاتصال وتتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع ويشمل هذا أيضا ما تعلمناه من وسائل الاتصال. كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال. لذلك فإن أي رسالة نتلقاها من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة اعتمادا على خبرتنا السابقة عن الموضوع. وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة.

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية للنظرية فيما يلي:

إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي. سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير.

و بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مزيد التغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع وتقوم هذه النظرية على عدة فرضيات:

1- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغييرات المستمرة وتبعا لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار ففي حالة عدم الاستقرار

الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات، فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار.

2- يعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع وتزداد درجة اعتماده عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور وتقل درجة اعتماده عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور وتقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.

3- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

وعلى أية حال فإن اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال يعد جزءا من الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.²⁴

إن مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تنطوي على العلاقة الرئيسية التي تتكون من ثلاث متغيرات:

❖ وسائل الإعلام.

❖ الجمهور.

❖ النظام الاجتماعي.

وتقوم هذه العلاقات أي علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليها الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم خاصة في نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى أكبر جمهور ممكن.²⁵

3- المعلومات والمعرفة في نظرية الاعتماد:

تعرف المعلومات بأنها تلك التي تؤدي إلى تغيير سلوك وفكر الأفراد واتخاذ القرارات. والمعلومات وسيط لاكتساب المعرفة ضمن عدة وسائل أخرى كالحديث والتخمين والممارسة الفعلية والحكم بالسليقة.

وتختلف المعرفة عن المعلومات في أنها حصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومات والخبرة والمدرجات الحسية، فنحن نتلقى المعلومات ونمزجها بما تدركه حواسنا ونقارنها بما تختزنه عقولنا لنصل إلى أحكام ونتائج وقرارات.²⁶

ويستخدم مؤسس النظرية ديلفر وروكيتش مصطلح المعلومات في نظرية الاعتماد للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام. ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية إلي توجي بأن الأخبار شيء يتعلق بالمعلومات في حين أن التسلية ليست كذلك، هي فروق مضللة حيث أن هذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين:

أ- أنه يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم أو عوالم كبرى التي تتجاوز خبراتهم المباشرة ولتوجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين. وقصر فكرة المعلومات على الأخبار فقط سوف يوجي بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعاني التي ينشئونها ويتصرفون بموجبها أو على تطبيقهم للمجتمع.

ب- عندما نستبعد التسلية عن دنيا المعلومات، فإننا نقلل دور اللعب في الحياة الشخصية والاجتماعية، رغم الحكمة النفسية والإنسانية المناقضة فإن اللعب بصفة عامة يعامل بشكل خاطئ وكأنه يعد غيرها من الدوافع الإنسانية.²⁷

4- علاقات الاعتماد: يمكن أن نفرق بين نوعين من الدراسات التي تجري في إطار النموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

النوع الأول: دراسات تركز على علاقة وسائل الإعلام بالجمهور.

النوع الثاني: دراسات تركز على علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاجتماعي.²⁸

وبهمنا في دراستنا هذه علاقة الوسائل بالجمهور ولا تهمنا العلاقة الثانية.

❖ الاعتماد بين أفراد ونظم وسائل الإعلام: إن الأفراد ينشئون علاقات اعتمادا على وسائل الإعلام لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية. في ظل علاقات الاعتماد التي ينشئها الأفراد مع وسائل الإعلام، ونحن نفترض أن البقاء أو النمو من الدوافع الإنسانية الرئيسية التي تدفع الأفراد إلى

تحقيق أهداف هامة هي: الفهم والتوجيه والتسليية والواقع أن المخلوقات البشرية مدفوعة لفهم أنفسها وبيئاتها الاجتماعية وهي تستخدم هذا الفهم في توجيه أعمالها وتفاعلاتها المتبادلة مع الآخرين. وتعتبر التسليية هدفا جوهريا على حد سواء. فهي سمة لكل المجتمعات وهي أكثر من مجرد وسيلة تهرب أو تخلص من التوتر. كما أنها أيضا وسيلة لكي نصبح اجتماعيين وتتعلم الأدوار والقواعد والقيم بالتسليية مع الآخرين علاوة على أننا نعبر في لهونا ع أنفسنا وثقافتنا مثلما يحدث في الرقص أو الرياضة والطقوس.²⁹

وتنشأ تبعات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات وسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات وأحداث الماضي، الحاضر والمستقبل وتشير معرفة الذات إلى علاقات وسائل الإعلام والاتصال التي توسع قدرات الأفراد أو تحافظ عليها لتغيير معتقداتهم وسلوكهم ومفاهيمهم الذاتية أو شخصياتهم وتعد مسائل المعاني والمعرفة أساسية لتبعات الفهم، بحيث يكون هدف الفهم أمرا خارجيا بالنسبة للفرد في حالة الفهم وداخليا في حالة معرفة الذات، ومن الأمور الرئيسية لتبعات التوجيه (مسائل السلوك) ويشير توجيه العمل إلى عدد وفير من الطرق التي يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام والاتصال من أجل الحصول على توجيهات سلوكيات معينة لأنفسهم وبعض السلوكيات الدنيوية تتعلق بأحداث اليوم. من الاستيقاظ في الصباح وعمل أشياء هينة طوال اليوم والتوجه للنوم في الليل وهناك تأثيرات أخرى أكثر أهمية مثلها، سياسة كالاقتراع واقتصاديا كسواء منزل، ودينية كتأييد أو معارضة للنشاط الديني من بعيد أو قانوني كالذهاب إلى المحاكم المطالب الصغيرة أو طبي كالتمرينات الرياضية... وتتطلب تبعات توجيه التفاعل التبادلي أن يكون هدف العمل شخص أو أكثر. وعندما يحصل الأفراد شيئا فشيئا على المعلومات وسائل الإعلام والاتصال على أنواع السلوك (بما في ذلك سلوك الخاطب) المناسبة أو الفعالة في علاقاتهم الشخصية أو إزاء شاعلي مناصب اجتماعية أو مهنية معينة. فإنهم يظهرون تفاعلا تبادليا قائما على التوجيه نتيجة لاعتمادهم على وسائل الإعلام والاتصال.³⁰

4- النموذج المتكامل لتأثيرات وسائل الإعلام: في عام 1982، قدم الباحثان ديفلرو وروكيتش العناصر الأساسية للنظرية لتأثيرات وسائل الإعلام في نموذج المتكامل

يقدم مجموعة معقدة من العوامل والمتغيرات، وهي في المثل هذا النظام المعقد تولد تأثيرات وسائل الاتصال، ويتضمن هذا النموذج العناصر التالية:

1- تدفق الأحداث ينبثق من مجتمع تنمو وتتفاعل في النظم الاجتماعية وعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام، كل مجتمع له ثقافته الرمزية وله مكوناته الأساسية وتشمل العمليات الديناميكية للثقافة قوى تتجه نحو الاستقرار كالإجماع والسيطرة والتكيف، بجانب قوى الصراع والتغير ويتضمن البناء الاجتماعي تكتلات وجماعات رسمية وغير رسمية بالإضافة إلى مواقع اجتماعية منظمة.

2- تضع علاقة الاعتماد القائمة بين النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام وبين بناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع قيودا وحدودا على النظام الإعلامي حيث تأثر بشكل كبير على خصائصه وعلى خدمات نشر المعلومات وإجراءات التشغيل.

3- النظام الاجتماعي يؤثر كثيرا على الأفراد من خلال الفروق الفردية والعضوية في الفئات الاجتماعية والمشاركة في العلاقات الاجتماعية، والتي من خلالها يمكن أن يقيد من القوة الاستبدادية والتحكمية لوسائل الإعلام والنظام الاجتماعي يعمل على خلق احتياجات داخل الأشخاص وبالتحديد حاجات للفهم والعمل والتسليّة.

4- الاعتماد المتبادل للنظم الاجتماعية في المجتمع ووسائلها الإعلامية تشكل الكيفية التي يطور فيها الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات.

5- المنتج الرئيسي للنشاط الإعلامي فيما يتصل بتدفق الأحداث هو تقديم معلومات منتقاة تتعلق بنطاق محدود من الموضوعات.

6- تأثيرات وسائل الإعلامية تتدفق لتؤثر في حاجات الناس وفي خصائصهم النفسية والاجتماعية، وفي بعض الحالات تدفق لتغير في طبيعة المجتمع نفسه.

5- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام: يرصد ملفن ديلفر وساندر روكيتش مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية- الآثار الوجدانية والآثار السلوكية.

*التأثيرات المعرفية cognitive effects

تتميز التأثيرات المعرفية عن تلك التأثيرات التي تؤثر على سلوك بشكل صريح وواضح، لكن رغم ذلك فإن الاثنين يرتبطان معا بصورة واضحة، وتتمثل في مجالات عديدة منها:

1- الغموض: هو مشكلة إما في النقص المعلومات أو وجود كمعلومات متضاربة ومتناقضة لدى الناس لفهم معنى حدث معين أو لإيجاد تفسير صحيح للحدث من بين تفسيرات ممكنة وعديدة وتوضح البحوث أنه عندما يقع حدث غير متوق مثل الكوارث الطبيعية أو اغتيال قائد سياسي، فإن العديد من الناس يدركون هذه الأحداث من خلال القنوات معلومات وسائل الإعلام غير كافية فإن أعضاء الجمهور سوف يعرفون أن حدثا ما حدث ولكنهم لا يعرفون ماذا يعني ذلك الحدث ولا يعرفون كيف يفسرون إياه، وسوف يتم البحث عن مزيد من المعلومات في المحاولات لحل مثل هذا الغموض.

فالغموض يدفع الناس إلى إنشاء علاقات اعتماد متطورة مع وسائل الإعلام والغموض يمكن أن يحل في ثواني لو أن تقديم المعلومات من خلال سائل الإعلام كان كافيا، ويمكن أن يستمر إلى أيام أو أشهر أو حتى سنوات في حالة غياب مثل هذه المعلومات

2- تشكيل الاتجاه: يتحقق عندما يعتمد الجمهور بشكل مكثف على مصادر المعلومات وسائل الإعلام لمعرفة ما يحدث في العالم الخارجي، ويقومون باستخدام معلومات تلك الوسائل في تشكيل اتجاهات جديدة حول الأحداث كالمشاكل البيئية وأزمات الطاقة والفساد السياسي وأحوال الأزمات أو الحروب، وهكذا يتم تشكيل اتجاهات جديدة باستمرار ووسائل الإعلام لم تكن متطابقة في تأثيرها على الاتجاهات، فإن عمليات الانتقائية كما كدت الدراسات المبكرة تلعب دورا كبيرا في عملية تشكيل الاتجاهات كذلك قادة الرأي في المجتمع المحلي ينتقون يوجهون انتباه الناس للأحداث ويؤثرون في محتوى وكثافة الاتجاه المكون.

3- توسع نظم المعتقدات لدى الناس: يحدث هذا التأثير في المجتمع الذي يعتمد على وسائل الإعلام، وقد استخدم Cooley-Charles مصطلح التوسيع Enlargement منذ فترة طويلة ليشير إلى أن معرفة الناس ونظم المعتقدات لديهم تزداد لأنهم يتعلمون ويعرفون الكثير عن الناس الآخرين والأشياء الأخرى من وسائل الإعلام.

4- توضيح القيم: أيا كان شكل المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، فإنها تتضمن توضيحا للصراع بين القيم مما يدفع الأفراد للنظر في مواقف قيمهم ويمكن أن يسبب هذا التوضيح ألما للأفراد لأنه يخلقا تضاربا في الهداف وسبل تحقيقها

ويؤدب إلى خيارات متعددة، يفاضل الجمهور بينما في محاولة لتقرير أيها أكثر أهمية، حتى تصبح أولويات القيم واضحة لديه.

*التأثيرات الوجدانية **Affective effects**: العمليات الوجدانية هي التي تشير عموماً إلى الفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكره. وفي المجتمعات التي يتم فيها تطوير الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات نجد أن التأثير أو التغيير العاطفي لدى الناس يمكن أن يحدث عندما تقدم معلومات معينة من خلال رسائل إعلامية تؤثر على المشاعر الأفراد واستجاباتهم ومن أمثلة هذه التأثيرات:

1- **الفتر العاطفي Desensitization**: يرى دوركايم أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات عن جماعاتهم يتعرضون للتغيرات كبيرة في معنوياتهم عندما يكون هناك تغييرات ملحوظة في كم ونوعية المعلومات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن جماعاتهم وفئاتهم.

2- **الخوف والقلق fear and anxiety**: الخوف والقلق هي أمثلة على التأثيرات العاطفية التي يمكن أن يتم بحثها فعلى سبيل المثال نجد أن التعرض المستمر للرسائل الإخبارية أو الدراما التلفزيونية التي تصور المدن كما لو أنها غابات يرتكب فيها العنف، فإن ذلك يؤدي إلى زيادة خوف الناس وقلقهم من الحياة في هذه المدن أو حتى السفر إليها.

3- **الدعم المعنوي والاعتراب morale and alienation**: من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاعتراب حيث يشير الاعتراب إلى اتجاهات الأفراد نحو الجماعات أو الثقافات، فالتعرض المكثف لوسائل الإعلام قد يقلل من رغبة الفرد في المساعدة الآخرين الذين تواجههم مواقف العنف في الحياة اليومية. ويؤكد Klapp أنه في المجتمعات التي تلعب فيها وسائل الإعلام أدوار اتصالية رئيسية فإن طبيعة معلومات وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد

*التأثيرات السلوكية **Behavioral effects**: التغيير في الاتجاهات أو في الاعتقادات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الناس حيث أنها تؤثر بوضوح في سلوكهم وقد حصر ملفن ديفلر وروكيتش الآثار السلوكية للاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكيين هما: التنشيط والخمول ويعني بذلك قيام الفرد ما نتيجة للتعرض

للووسيلة الإعلامية مثل اتخاذ مواقف جديدة مؤيدة أو معارضة أو القيام بفعل إيجابي أو سلبي نتيجة لكثافة التعرض للرسالة الإعلامية، حيث تنشط الرسائل الإعلامي السلوك الاجتماعي المفيد مثل الإقلاع عن التدخين. وقد تنشط سلوك صار مثل محاكاة العنف ويرى الباحثون أن وسائل الإعلام قادرة على تنشط الجمهور وفي نفس الوقت قادرة على تقليل نشاطهم. وهم يعتقدون أنها كلما كانت مصادر المعلومات متنوعة بشكل أقل في عالم الإعلام كلما كان تأثيرها في الأفكار والاتجاهات وكيفية التصرف أكثر احتمالاً، كما أن تأثير وسائل الإعلام يزداد عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع بسبب الصراع والتغير.³¹

8- نقد النظرية:

مميزات النظرية:

حدد خبراء الإعلام والباحثين مزايا مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في النقاط التالية:

- 1- يتضمن هذا المدخل نطاق واسع للتأثيرات الممكنة التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام على الجمهور ولجتمع سواء كانت هذه التأثيرات محدودة أو غير محدودة مع ربط هذه التأثيرات بمجموعة من الظروف الصعبة المصاحبة لموقف محدد
- 2- يوجه المدخل الانتباه إلى الظروف البنائية والتاريخية فضلاً عن المتغيرات الشخصية والفردية الأمر الذي يعني أنه أكثر ملائمة للتعامل مع مسائل الاجتماعية والسيكولوجية مع معظم مداخل الاتصال الجماهيري الأخرى. فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج متصلة من الأسباب والنتائج.
- 3- إن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام بالنسبة إلى الجمهور بما تؤدي إلى تأثيرات على النظام الاجتماعي وعلى النظام الإعلامي نفسه فتؤدي إلى التغيير إما من خلال النظام السياسي أو بواسطة آلية السوق الحرة وظهر وسائل إعلام بديلة.

4- مقاييس الاعتماد أكثر أهمية من مقاييس الاستخدام العام وذلك بمجرد حساب المتغيرات الديموغرافية ودرجة الاهتمام. ولا تقوم مقاييس الاستخدام العام بمساهمة ذات دلالة في المعرفة.

5- من فوائد نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام أننا نستطيع أن نستخدم نفس مفاهيم الأساسية التي تنطبق على العلاقات الكبيرة المحددة بين النظم لبحث العلاقات الأكثر تحديدا بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية.

6- إن تعدد الدراسات الأمبريقية التي استخدمت نظرية الاعتماد قد استطاعت أن توضح الفروق الدقيقة بين المتغيرات المتشابهة مثل الاعتماد، الاستخدام، التعرض، وأن تضع مقاييس لتلك المتغيرات والتأثيرات.

عيوب النظرية: وجهت لها بعض الانتقادات منها أن هذه النظرية لم تتعرض لدور القنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة أو الاتصال داخل المنظمات على الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي.

2- تفتقر النظرية إلى دليل المؤيد الموضوعي، ويرجع ذلك إلى صعوبة إجراء الدراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية.

3- تقوم نظرية الاعتماد على الوسائل الإعلام على علاقة الثلاثية التي تتكون من النظام الاجتماعي ووسائل الإعلام والجمهور، لكن معظم البحوث تتعامل مع مدخل الاعتماد على الأفراد أو المستوى الفردي فقط وبالتالي تدرس أبعاد وآثار الاعتماد الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة دون تركيز على النظام الاجتماعية والجماعات.

4- ارتكازها على خبرات مجتمع ذو خصوصية بنائية ووظيفة قد يفقدها القدرة على تعميم على مجتمعات أخرى في البيئات الدولية، كما لم تحدد النظرية علاقة كل عنصر من عناصر المجتمع بالنظام الإعلامي، فعلى سبيل المثال، ما حدود تأثير الظروف الاقتصادية ما مدى تأثير الفلسفة السياسية على تشكيل النظام الإعلامي.³²

* تطبيق النظرية على الدراسة

تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أهم النظريات التي توقع تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من وجهة نظر مختلفة حيث فندت التأثير القوي والتلقي

السلبى.وبما أننا في هذه الدراسة نحاول أن نفهم كيفية اعتمادالمستخدمين لشبكات الإعلام الاجتماعي في اكتساب المعرفة العلمية من خلال الاعتماد على المجتمع الافتراضي الذي ينتهي إليه في تنمية قدراته المعرفية.الاستفادة المطلقة منهم في انجاز البحوث الأكاديمية.التعاون بينهم في تحميل البيانات والكتب والملفات...الخ وبالتالي تكون فرضيات هذا المنظور هي المنطلق الأساسي . كما تقدم النظرية العلاقة الوطيدة للمعرفة والمعلومات عبر وسائل الإعلام وجمهورها ومن ذلك يمكن رصد أشكال الاستخدام المعرفي لها.

ويشتمل هذا المنظور على ثلاث أنماط من التأثيرات وأهمها التأثير المعرفي وهي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد المستخدمين على الوسيلة في اكتساب المعرفة والبحث عن مصادر المعلومات.³³ وبذلك فهي النظرية التي تصب فيها دراستنا هذه التي تبحث عن التأثيرات المعرفية خصوصاً.

خامساً: منهجية الدراسة

1- منهج الدراسة : تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية التي

تسعى للإجابة عن السؤال كيف؟ أي كيف توجد هذه الظاهرة محل البحث؟ وكما هو واضح يقوم الباحث بوصف وتشخيص ملامح الظاهرة وأبعادها، ويندرج ضمن الدراسات الوصفية عدد من الأنواع الفرعية تبعاً للمناهج المستخدمة فيها.³⁴

ويعد منهج المسح بالعينة من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية وتلك التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام، الذي يسمح بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم³⁵ ، وبذلك يتم الاعتماد عليه في هذه الدراسة لجمع المعلومات عن المبحوثين (أفراد العينة)، دوافع الاستخدام، الاشباعات المعرفية المحققة، وانعكاسات الشبكات على اكتساب المعرفة العلمية سواء بالسلب أو الإيجاب.

2- عينة الدراسة:

وقد اعتمدنا في دراستنا على أسلوب العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية، يكون فيها الاختبار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استناداً إلى أهداف بحثه³⁶

وقد اعتمدنا على أسلوب العينة القصدية لأننا قصدنا فيها مستخدمي الشبكات خصوصا من طلبة جامعة الهضاب، والذي يعد مجتمع البحث الذي نجري عليه هذه الدراسة الميدانية.

وعلى هذا الأساس قمنا باختيار 87 مفردة من مجتمع البحث وإذا كان تقييمنا للمفردات كانت بطريقة قصدية، إلى أن التوزيع بين المفردات المقصودة كانت بشكل عشوائي داخل الجامعة بالنسبة للشباب الجامعي المستهدف. وبذلك أتاحت لنا العينة طلبة من تخصصات التاريخ ، الفلسفة، الآثار والإعلام والاتصال. ومن طلبة التدرج وطلبة الماجستير.

3- مجالات الدراسة: تتمثل في:

- المجال البشري (مجتمع البحث): لكي تكون الدراسة علمية ولنصل إلى نتائج دقيقة وموضوعية لأبد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا سليما واضحا ودقيقا، وفيما يخص المجال البشري الذي أجرينا فيه دراستنا هذه فهو مجتمع طلبة جامعة الهضاب سطيف.

- المجال الجغرافي: نظرا لطبيعة مجتمع البحث والعينة المختارة في هذه الدراسة، فإننا نتوجه إلى فئة الشباب الجامعي بولاية سطيف.

- المجال الزمني للدراسة: وهي الفترة التي يستغرقها الباحث في إجراء البحث، حيث بدأنا بالإعداد للدراسة منهجيا ونظريا في مايو 2013، ثم بتوزيع الاستمارة في حدود شهر جوان. ليكتمل العمل نهائيا بعون الله تعالى بتفريغ البيانات واستخلاص النتائج في حدود شهر سبتمبر.

4- الاستمارة الاستبائية كأداة لجمع البيانات:

تعتبر هذه المرحلة هامة جدا، لأن طريقة اختيار جمع المعطيات هي التي ستحدد ما يمكن تحليله ضمن ما يراد دراسته، لا يمكن جمع أي معلومة بأية طريقة، فنجاح البحث العلمي يرتبط أساسا بمدى فعالية الأدوات المستخدمة في جمع البيانات³⁷. وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة الاستبائية كأداة أساسية لجمع المعطيات عن المبحوثين، شملت المحاور الأساسية:

1. المحور الأول: البيانات الشخصية.

2. المحور الثاني: أهم الشبكات، الخدمات والتطبيقات المفضلة.

3. المحور الثالث:دوافع الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل المعرفي والعلمي.
4. المحور الرابع :أهم الاستخدامات والاشباعات المعرفية المحققة وأنواع المعرفة العلمية المتحصل عليها عبر الشبكات
5. المحور الخامس:انعكاسات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية
- سادسا:نتائج الدراسة توصلت الدراسة الميدانية إلى جملة من النتائج أهمها ما يلي:
أولا:النتائج المتعلقة بأهم الشبكات والخدمات والتطبيقات المفضلة
1. تتصدر الفيسبوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى أفراد العينة بنسبة تقدر ب1.566٪، تلمها twitter بنسبة35،31٪، وتتقاسم شبكة hi5 و linkedin النسبة المتبقية المقدرة ب8،53٪.ومما هو ملاحظ انعدام المستخدمين من أفراد العينة للمواقع الأخرى مثل xbox360,friendster,brightkite، وهذا ما توصلت إليه أحد الدراسات الإحصائية الأمريكية حيث تتصدر الفيسبوك المرتبة الأولى عالميا تقدر ب800 مليون مستخدم نظرا لاعتمادها منذ 2007 على تطوير تطبيقاتها التي تتيح الاستخدام السريع والمميز.³⁸
 2. تتصدر blogue قائمة المدونات المفضلة لدى أفراد العينة بنسبة تقدر ب73 ٪، تلمها Word press بنسبة 19،63٪ و tumblr بنسبة 7،37٪ ويعود الميول الكبير في اعتماد بلوغر ضمن أكبر المدونات استخداما في منطقتنا لعامل اللغة الفرنسية حيث ينيل الطلبة إلى اللغة الفرنسية دون اللغة الانجليزية.
 3. تتصدر youtoub قائمة مواقع اشتراك الفيديو لدى المبحوثين بنسبة 81،47٪ تلمها flickr بنسبة 10،03٪ تلمها daily moution بنسبة أقل تقدر ب8،50٪ ويمكن تفسير هذه النسبة الكبير التي يستحوذ عليها اليوتوب نظرا لشعبيته والتي تتيحها تطبيقاتها السهلة في التحميل والنشر والتعليق.
 4. تتصدر books marcks قائمة مواقع تسجيل العلامات، تلمها délicieuse و taggly بنسبة أقل ويمكن تفسير ذلك لعامل استقطاب البوك ماركس

التابعة لمجموعة القوقل كل أنواع الفئات العمرية والجنسية، العلمية والاختلافات اللغوية.

5. تتصدر شبكة السلام وورد قائمة شبكات التواصل العربية الإسلامية بنسبة 32,45٪ يليه شبكة أشارك وشبكة البنيان وأربيا أربيا بنسب أقل ومما هو ملاحظ أثناء توزيع الاستثمارات بأن معظم المبحوثين من الطلبة لا يتوجهون إلى الشبكات العربية ويميلون نحو الشبكات العالمية. كما يرجع السبب في ذلك حسب ما ذكره الدكتور فيصل أبو عيشة ألا وهو ضعف صناعة المعلومة وتواضع استخدام الإنترنت في الوطن العربي عموماً.³⁹
6. تتراوح مدة الاستخدام لدى عموم المستخدمين بين ساعتين إلى ستة ساعات وذلك حسب متغيرات عديدة منها: امتلاك شبكة الإنترنت في المنزل أو التصفح خارجاً في مقاهي النت، امتلاك تطبيقات الشبكات على الهاتف المحمول من عدمه، عدد الحواسيب الموجودة في المنزل حيث يتشارك المبحوث الاستخدام مع أطراف أخرى في البيت.
7. تتباين التطبيقات المفضلة في الشبكات بين برامج التحميل المتطورة، نوع الملفات المتباينة بين الصور، الكتب، الفيديو، الأخبار، سهولة النشر والتفاعل مع الأطراف الأخرى، التعليقات وبرامج البحث عن الأشخاص الذين يبحثون عنهم.

ثانياً: النتائج المتعلقة بدوافع الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي كمصادر للمعرفة العلمية:

1. يعتمد ما نسبته 97,87٪ من أفراد العينة على شبكات الإعلام الاجتماعي في الحصول على المعلومات العامة والتثقيفية والدينية، أما ما نسبته 2,13٪ فلم تجب إذا كانت تعتمد عليها في استقاء المعرفة العامة. ويعود السبب الأساسي في ذلك إلى تطبيقات النشر والتعليق التي تسمح للأفراد في نشر ما يرونه مناسباً وتدعم بالتعليقات من الأطراف المتفاعلة مع الموضوع.
2. يعتمد ما نسبته 96,91٪ من أفراد العينة على شبكات الإعلام الاجتماعي في الحصول على المعرفة العلمية التي تساعدهم في الدراسة والتكوين والتأهيل الأكاديمي بصفة عامة، كما يعتمدون على الفيسبوك في ذلك

بنسبة 51٪، تليه بلوغر بنسبة 38،27٪ وذلك يعود إلى عوامل يذكرها عامر إبراهيم في كتابه "الإعلام والمعلومات والانترنت" في أن الشبكات أحيانا تجمع الأشخاص ذوي الميول نفسه أو التخصص نفسه أو الجامعة نفسها أو مجال الاهتمام وهذا ما يمكن رصده في الفيسبوك أين يسهل على الطلبة التواصل مع الطلبة من نفس التخصص أو من نفس الجامعة.

3. تتباين درجات الاعتماد على الشبكات في الحصول على المعرفة العلمية فيما يلي: تحميل الكتب من حسابات الأشخاص المتفاعلين، تحميل المقالات والأرشيف في التخصص المراد من الطالب، الاعتماد على الأشخاص المتفاعلين معه في انجاز البحوث العلمية سواء بحوث الليسانس، الماجستير، البحوث المنجزة في التطبيقات، إعداد المقالات، إعداد الريبورتاجات والتريصات بالنسبة لطلبة الإعلام والاتصال، الحصول على الأرشيف بالنسبة لطلبة التاريخ والآثار... الخ.

4. تتباين دوافع الاعتماد على الإعلام الاجتماعي في الحصول على المعرفة العلمية حسب المبحوثين في:

* مانسبته 46.57٪ يرون بأن الدافع الأساسي لهم هو سهولة الحصول على الكتب والملفات دون جهد كبير.

* مانسبته 27.63٪ يرون بأن الدافع الأساسي لهم هو العثور على بحوث منجزة سابقا في حسابات الأطراف المتفاعلة في الشبكة من نفس التخصص.

* مانسبته 6.11٪ يكون الدافع الأساسي عندهم هو الحصول على المادة العلمية الالكترونية والتي تكون أقل ثمنا من المادة العلمية المطبوعة والتي تتطلب المال للنسخ.

* مانسبته 4.11٪ يعتقدون بأن الدافع الأساسي من الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي هو اختصار الوقت، الجهد، وتفادي الوقوف في المكتبات للحصول على الكتب.

* مانسبته 4.11٪ يعتقدون بأن الدافع الأساسي في الاعتماد على الشبكات في الحصول على المعرفة العلمية هي توجيه الأفراد المتفاعلين معك في الوصول إلى المواقع العلمية التي تحمل منها الملفات التي تبحث عنها.

* مانسبته 3.97٪ يتوجهون نحو الشبكات للبحث عن المعرفة العلمية نظرا لأنها توفر الإبحار في المواقع الأخرى كما توفر خدمة الأرشفة.

* كما تباين دوافعهم أيضا بين سماحها من خلال الشات في استشارة الباحثين وسهولة الوصول إليهم، الاتصال بمواقع الجامعات والطلبة من خارج الجامعة.

ثالثا: النتائج المتعلقة بأهم الاستخدامات والاشباعات المعرفية المحققة وأنواع المعرفة العلمية المتحصل عليها عبر الشبكات:

1. تتنوع أنماط الاستخدام المعرفي للشبكات حسب المبحوثين في:

* مانسبته 32.13٪ يستخدمونها في القراءة، تحميل الملف والتعليق عليه وإعادة نشره.

* مانسبته 21،23٪ يستخدمونها في التحميل، قراءة الملف في وقت لاحق.

* مانسبته 20،56٪ يستخدمونها في تحميل الملفات والنصوص لمجرد انجاز البحث فقط ولا يطالعونها لاحقا.

* ما نسبته 12،79٪ يستخدمونها في تحميل الملفات وإرسالها إلى الزملاء من نفس التخصص.

* ما نسبته 6،10٪ يستخدمونها في التعليق على النص أو الكتاب المنشور دون قراءته وبالتالي يعتمدونها عليها فقط لمجرد استقطاب أفراد إلى حسابه.

* تباين نسبة 7،17٪ بين الاستخدام في نشر مواقع الكتب والمكتبات الالكترونية لغرض التسويق فقط، وهناك من يستخدمها في نشر الملفات والكتب والنصوص لمجرد تدعيم شخصيته الافتراضية ولا تعكس بالضرورة درجة المقروئية عنده.

2. تتنوع المواد المعرفية المتحصل عليها من شبكات الإعلام الاجتماعي في:

* مانسبته 29.47٪ يستخدمونها في تحميل الكتب، الموسوعات، المقالات والنصوص.

* مانسبته 12،36٪ يستخدمونها في تحميل مذكرات الماجستير، الدكتوراه، أوراق أعمال الملتقيات والأيام الدراسية... الخ وهذا يرتبط أساسا بالمستوى العلمي حيث يهتم بتحميل هذا النوع من مصادر المعرفة طلبة السنة الثالثة ل م د وطلبة الماجستير والماجستير.

* مانسبته 16.45٪ يستخدمونها في تحميل البحوث المنجزة فقط أو الجاهزة وهذا نلمسه بنسبة أكثر عند طلبة التدرج.

* مانسبته 12,79٪ يستخدمونها في تحميل الفيديو، الصور والبرامج الإعلامية والصحف الالكترونية وذلك فيما يتعلق بطلبة الإعلام والاتصال.

* مانسبته 8,69٪ يستخدمونها في تحميل الصور والأرشيف التاريخي والأفلام الثورية، نلمسه عند طلبة قسم التاريخ والآثار وتباين النسبة المتبقية بين من يعلقون على الموضوعات المطروحة فقط وبين من يكتفي بالتصفح.

رابعا: النتائج المتعلقة بانعكاسات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية.

الايجابيات: تتمثل حسب المبحوثين في:

- يعتقد ما نسبته 23,63٪ من أفراد العينة أن شبكات الإعلام الاجتماعي قد كسرت هيمنة النخبة المثقفة على امتلاك المعرفة وبكسر الفجوة المعرفية بين الأفراد .
- يعتقد مانسبته 17,28٪ من أفراد العينة بأن الشبكات قد سمحت بالتقارب بين الطلبة والباحثين وبين الأساتذة وطلبتهم، وسمحت للتفاعل العلمي خارج قاعة الدراسة.
- يعتقد ما نسبته 14,32٪ من أفراد العينة بأن الشبكات قد سهلت الحصول على المعرفة عموما والعلم.. الوصول إلى الكتاب دون جهد كبير وفي وقت وجيز.
- يعتقد ما نسبته 11,67٪ من أفراد العينة بأن الشبكات قد أتاحت فرصة مشاركة الأطراف الفاعلة الطالب في انجاز العمل أو البحث وبالتالي تسمح بالمشاركة الاجتماعية واتساع العلاقات بينهم والاستفادة في مجال هذا التخصص.
- يعتقد ما نسبته 8,91٪ بأن الشبكات قد أتاحت التبادل العلمي والثقافي بين المجتمعات وقربت طلبة الجامعات داخل الوطن وخارجه وبالتالي تتحول العلاقات من مجرد تعامل علمي إلى نقل ثقافي حضاري يعطي البعد الأخلاقي والصورة الايجابية عن الطالب الجزائري. وتباين النسبة المتبقية بين ايجابية تحميل الكتاب الالكتروني بالمجان وسهولة تبادلها ونقلها، إمكانية نشر بحوثهم عبر الشبكات لكي يستفيد الطلبة الآخرون من بحثه.

السلبيات: تتمثل حسب المبحوثين في:

- يعتقد ما نسبته 37،13٪ من المبحوثين بأن الاعتماد على الشبكات في التحصيل المعرفي قلل من المقرئية للكتاب المطبوع وللجريدة المطبوعة.
- تعتقد نسبة معتبرة من المبحوثين بأن الاعتماد على الشبكات قد قلل من درجة الاجتهاد والبحث في المعرفة مادامت البحوث موجودة على الشبكة ومتاحة في كل وقت.
- كما يرون بان من سلبيات الاعتماد على الشبكات في التحصيل المعرفي هو التقليل من درجة التخزين العقلي نظرا لإمكانية وجود المعلومة في الحاسوب أو الهاتف وتكون دائمة التواجد على موقع الشبكة وبالتالي يتحول الاعتماد هنا من مجرد الاعتماد على وسيلة إلى الاعتماد العقلي التام عليها هنا تتأكد فرضية نظرية الاعتماد في التأثيرات المعرفية للوسائل.
- يمكن لهذا الاعتماد أيضا من أن يفتح المجال الواسع للدخول في وهم الشخصية الافتراضية خاصة في من ينشر الملفات المعرفية والعلمية دون قراءتها.
- ظهور سلوكيات سلبية لدى الطلبة المعتمدين منها الاتكالية، الكسل، تضيق الوقت، هجرة الكتاب المطبوع، التشابه في نوع المادة العلمية المقدمة في بحوثهم.

خاتمة: توصلنا من خلال الدراسة إلى جملة من التفسيرات والتي يعنى بها محاولة فهم حقيقة الوسائط الإعلامية الجديدة التي دخلت بيننا ونعيش من خلالها في شتى مجالات حياتنا فبالإضافة إلى ما أكدته العديد من الدراسات عن تأثيرات الشبكات الاجتماعية على علاقاتنا الاجتماعية، سلوكياتنا اليومية، واقعنا السياسي، ظروفنا الاقتصادية.... الخ فقد أضحت من جانب آخر مصدرا مهما يقودنا إلى مصادر المعرفة الإنسانية والمعرفة العلمية خصوصا حيث أضحت ولاتزال تبعاتها ترتفع درجة بدرجة عن اعتمادنا الجزئي عليها وربما الكلي لاحقا في استقاء المعلومة مهما كان صنفها، نوعها، صدقها، تركيزها، وتأثيرها. والأهم من ذلك هو مصدرها حيث تعتبر العديد من الدراسات الإعلامية الحالية أن الإشكالية المطروحة في تأثيرات وسائط الإعلام الجديد هو تنوع المصدر، غموضه وعدم القدرة

على التوصل إليه. لتبقى منظوماتنا القيمية ومرجعياتنا الثقافية والعلمية المرجع والحكم الأساسي في نوع المعلومة التي نرغب في تلقيها من عدمه.

قائمة المصادر والمراجع:

القواميس والمعاجم:

1. المنجد في اللغة العربية، ط2، دار المشرق للطباعة، الأردن، 2001.
2. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر، مصر، 2003، ص 342.
3. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط10، 2004.

الكتب:

1. أسامة بن صادق طيب: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، مركز الدراسات الإستراتيجية بجامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012.
2. ب.فالي، لرامي: البحث في الاتصال، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004.
3. جون لاستر ووالاس سي، كويلر الابن: أسس دراسات المعلومات، ط1، مكتبة الملك عبد العزيز، الرياض، 2012، ص51.
4. زكي حسين الوردي، جميل لازم المالكي: المعلومات والمجتمع، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006.
5. هباس بن رجاء الحربي: الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2013، ص31.
6. زكي مصطفى العليان، عدنان الطرابلسي: الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء، الأردن، 2005.
7. حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ط1، الدار العربية للنشر، القاهرة، 2009.
8. حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: نظريات الاتصال، ط3، الدار المصرية اللبنانية، 2002.

9. عامر إبراهيم القندلجي:الإعلام والمعلومات والإنترنت:ط1،دار اليازوري،الأردن،2013.
10. عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الاتصال، مطبعة نانسي دمياط، مصر.2006.
11. عيبر الرحباني:الإعلام الرقمي،ط1،دار أسامة للنشر،الأردن،2012.
12. علي خليل شقرة:الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2014.
13. فيصل أبو عيشة:الإعلام الالكتروني،ط2،دار أسامة للنشر،الأردن، 2014،
14. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دارالقصبة للنشر، الجزائر، 2008.
15. ميلود سفاري، الطاهر سعود: المدخل على المنهجية في علم الاجتماع. منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007.
16. مي عبد الله: نظريات الاتصال.دار النهضة العربية، مصر، 2001.
17. ملفن ديفلر، ساندر بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام. الدار الدولي للاستثمارات الثقافية ،مصر،ط4. 2002.
18. مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006.
19. محمد معوض إبراهيم: دراسات في الإعلام الخليجي، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
20. معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع. ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2004.

المقالات والمجلات:

1. شهرزاد صوفي:القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وأثارها على جمهور الطلبة الجامعيين،مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة،عدد3 المجلد 1 ،دار الورسم ،الجزائر،2012.

2. عبد الرحمان محمد سعيد الشامي: آفاق الاتصال والتواصل في بيئة الإعلام الجديد، مجلة الاتصال والتنمية، عدد2، 2011، دار النهضة العربية، لبنان.
3. يوسف بن رمضان: الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد3، تونس، 2011.
4. كلاديس سعادة: وعي المعلومات في المجال الأكاديمي، مجلة الاتصال والتنمية، عدد2، دار النهضة، لبنان، 2011.

الهوامش:

1. حسن عماد مكاي، محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ط1، الدار العربية للنشر، القاهرة، 2009، ص37.
2. المرجع نفسه، ص41.
3. عبير الرحباني: الإعلام الرقمي، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2012، ص47.
4. المرجع نفسه ص 38.
5. ركي حسين الوردى، جميل لازم المالكي: المعلومات والمجتمع، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006، ص22-25.
6. جون لاستر ووالاس سي، كويلر الابن: أسس دراسات المعلومات، ط1، مكتبة الملك عبد العزيز، الرياض، 2012، ص51.
7. يوسف بن رمضان: الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد3، 2011.
8. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2014، ص53.
9. كلاديس سعادة: وعي المعلومات في المجال الأكاديمي، مجلة الاتصال والتنمية، عدد2، 2011، دار النهضة، لبنان، ص125.
10. عبد الرحمان محمد سعيد الشامي: آفاق الاتصال والتواصل في بيئة الإعلام الجديد، مجلة الاتصال والتنمية، عدد2، 2011، دار النهضة العربية لبنان، ص98.
11. عامر ابراهيم القندلجي: الإعلام والمعلومات والإنترنت: ط1، دار البازوري، الأردن، 2013، ص335.

12. أسامة بن صادق طيب: **المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية**، مركز الدراسات الإستراتيجية بجامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص 03.
13. عامر ابراهيم القندلجي: مرجع سابق، ص 336.
14. المنجد في اللغة العربية، ص 06.
15. محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، دار الفجر للنشر، مصر، 2003، ص 342.
16. شهرزاد صوفي: **القيم المتضمنة في اعلانات التلفزيون الجزائري وآثارها على جمهور الطلبة الجامعيين**، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، عدد 3 المجلد 1، دار الورسم، الجزائر، 2012، ص 49.
17. محمد معوض إبراهيم: **دراسات في الإعلام الخليجي**، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 122.
18. زكي مصطفى العليان، عدنان الطرابلسي: **الاتصال والعلاقات العامة**، ط 1، دار صفاء، الأردن، 2005، ص 61.
19. محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 342.
20. مرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد: **نظريات الإتصال**، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006، ص 146.
21. عبد الرحيم درويش: **مقدمة إلى علم الاتصال**، مطبعة نانسي دمياط، مصر، 2006، ص 170.
22. ملفن ديلفر، ساندر بول روكيتش: **نظريات وسائل الإعلام**. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية - مصر - ط 4. 2002. ص 41.
23. مي عبد الله: **نظريات الإتصال**. دار النهضة العربية، مصر، ص 227-228.
24. منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، مرجع سابق، ص 2530-2531.
25. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: **نظريات الاتصال**، ط 3، الدار المصرية اللبنانية، 2002. ص 313، 314.
26. محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط 1، 2004. ص 509.
27. حسن عماد مكاوي : مرجع سابق. ص 315 - 316.
28. مرفت الطرايشي: مرجع سابق، ص 153.
29. ملفن ديلفر، مرجع سابق، ص 417-418.
30. مي العبد الله، مرجع سابق 232.

31. مرفت الطرابيشي:مرجع سابق. ص162-168.
32. المرجع نفسه، ص171-172.
33. هباس بن رجاء الحربي:الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، ط1، دار أسامة للنشر،الأردن،2013،ص31.
34. ميلود سفاري، الطاهر سعود: المدخل على المنهجية في علم الاجتماع، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 204.
35. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2008، ص 158.
36. معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2004، ص 208.
37. أ.لارامي، ب.فالي: البحث في الاتصال، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004، ص 212.
38. عامر ابراهيم القندلجي:مرجع سابق،ص339.
39. فيصل أبو عيشة:الإعلام الالكتروني، ط2، دار أسامة للنشر،الأردن،2014،ص278.