



Tikrit University

Journal of Al-Farahidi's Arts

DOI: <https://doi.org/10.51990/jaa.15.52.2.16>



Lecturer. Dr. Anwar Ibrahim
Abd

E-Mail: anwarabd731@gmail.com

Mobile: +9647901881862

General Directorate of Anbar Education
The Ministry of Education
Baghdad
Iraq

Keywords:

- Knowledge Accumulation
- Iraqi Academic Elite
- Social Media
- General Knowledge
- The Knowledge Society
- Society's Culture

Article History:

Submitted: 01/03/2022

Accepted: 27/11/2022

Published: 08/12/2022

**The Contributions of Social Media in Building
The Knowledge Accumulation of The Iraqi
Academic Elite - A Field Study**

A B S T R A C T

In our research, we dealt with the implications of using social networks in building the knowledge accumulation of the Iraqi academic elite, and the extent to which the Iraqi academic elite used them, while trying to know the scientific and cultural aspects gained from social networks regarding the Iraqi academic, and revealing the extent of the interest of the academic elite in what the communication networks publish. social topics that influence the formation of their knowledge.

The researcher adopted the descriptive analytical approach as it is suitable for this study, through the survey method in the questionnaire, where the researcher collected his study data by following the available random sample, which consisted of 132 university professors.

The general conclusion of the most prominent search results was as follows:

1. All academics use Facebook by (100%) compared to other means.
2. Social networks expand the process of cultural and scientific integration among members of society more than before.
3. Social networks show a society that possesses culture and scientific information more than before.
4. The speed and immediacy that characterizes it more than traditional means has a positive role in the process of cultural acquisition.
5. The academic elite is able to understand the material published logically in social networks, away from emotional inducements.
6. Social networks are a mirror of the current reality in Iraq.
7. Social Media is distinguished compared to other means by its speed, immediacy, and freedom in broadcasting news and events in its publications.



إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية - دراسة ميدانية

المخلص

في بحثنا هذا تناولنا انعكاسات استخدام شبكات التواصل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية، ومدى استخدام النخبة الأكاديمية العراقية لها، مع محاولة معرفة الجوانب العلمية والثقافية المكتسبة من شبكات التواصل الاجتماعية فيما يخص الأكاديمي العراقي، والكشف عن مدى اهتمام النخبة الأكاديمية بما تنتشره شبكات التواصل الاجتماعية من موضوعات تؤثر في تشكيل معارفهم.

قام الباحث بانتهاج المنهج التحليلي الوصفي باعتباره مناسباً هذه الدراسة، من خلال الطريقة المسحية بالاستبيان، حيث جمع الباحث بيانات دراسته باتباع العينة العشوائية المتوفرة، وتكونت من ١٣٢ شخص أساتذة الجامعات. وكانت الخلاصة العامة لأبرز نتائج البحث كالآتي:

١. ان جميع فئة الأكاديميين يستخدمون الفيسبوك بنسبة (١٠٠٪) مقارنة بالوسائل الأخرى.
٢. ان شبكات التواصل الاجتماعية توسع عملية الاندماج الثقافي والعلمي بين أفراد المجتمع بشكل أكبر من السابق.
٣. ان شبكات التواصل الاجتماعية تظهر مجتمع يمتلك ثقافة ومعلومات علمية بشكل أكبر من السابق.
٤. السرعة والفورية التي تمتاز بها أكثر من الوسائل التقليدية لها دور إيجابي في عملية الاكتساب الثقافي.
٥. ان النخبة الأكاديمية قادرة على فهم المادة المنشورة منطقياً في شبكات التواصل الاجتماعية بعيداً عن الاستمالات العاطفية.
٦. ان شبكات التواصل الاجتماعية هي مرآة عاكسة للواقع الراهن في العراق.
٧. تمتاز وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل الأخرى بالسرعة والفورية والحرية في بث الأخبار والأحداث في منشوراتها.

م. د. أنور إبراهيم عبد

البريد الإلكتروني: zainab73@kecbu.uobaghdad.edu.iq

رقم الجوال: +9647808692215

المديرية العامة لتربية الأنبار
وزارة التربية
الأنبار
العراق

الكلمات المفتاحية:

- تراكم المعرفة
- النخبة الأكاديمية العراقية
- وسائل التواصل الاجتماعي
- المعرفة العامة
- مجتمع المعرفة
- ثقافة المجتمع

تاريخ المقالة:

قدمت: ٢٠٢٢/٠٣/٠١

قبلت: ٢٠٢٢/١١/٢٧

نشرت: ٢٠٢٢/١٢/٠٨

المقدمة

استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن تصنع لها مجالاً واسعاً في خريطة اهتمام الجمهور من المستويات والتخصصات كافة لما وفرته وتوفره من مواد مختلفة في مجالات المعرفة الواسعة، وما نحن اليوم نجد الكثير من المنتج الإعلامي في صور وأشكال متعددة ومتنوعة. فالاهتمام بدراسة المعرفة التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعية يعتبر ضرورة هامة، لان وظيفة التعليم والتثقيف هي إحدى أهم وظائف وسائل الإعلام في عصرنا المتميز بسمة المعرفة والتي أصبحت تحتل المرتبة الأولى من بين اهتمامات وسائل الإعلام، فلا نجد وسيلة عامة أو خاصة الا ان تحاول ان تقدم مادة معرفية تساهم في رفد الجمهور وزيادة معارفه، فحتى في برامج الترفيه نجدها لا تخلو من الأفكار والمعلومات المفيدة.

ومن هنا جاءت الاهمية لدراسة هذا الموضوع في معرفة طبيعة الاستخدام المعرفي للأكاديميين من وسائل التواصل الاجتماعي وتفضيل بعضها على الاخر والعمل على قياس طبيعة المعرفة التي يمكن اكتسابها من هذه الوسائل، وكذلك محاولة التعرف على دور البيئة العلمية للأكاديميين في اسلوب توظيف مواد تلك الوسائل معرفياً لتطوير التراكم المعرفي لديهم، والتعرف على نسبة الاعتمادية المعرفية للأكاديمي العراقي من تلك الوسائل وبيان العلاقة بين كفاءة الأكاديمي المعرفية وقدرة استخدامهم المعرفي لشبكات التواصل الاجتماعية.

المبحث الأول: منهجية البحث والدراسات السابقة:

أولاً: منهجية البحث:

الإشكالية الرئيسية للبحث والتساؤلات:

عرفت المشكلة بانها أي مشكلات او قضايا او أفكار او مفاهيم تحتاج الى لدراسة معمقة من خلال تفحصها بدقة وتشكيل مجموعة عناصرها فيما بينها إضافة الى نتائجها، ومن ثم العمل على إعادة صياغة تلك العناصر على غرار النتائج المستخرجة والعمل على وضعها في بنية علمية (١).

وتبعاً لذلك، فإن وسائل التواصل الاجتماعي . والتي لها تأثير معرفي على الجمهور بشكل عام ويمكن ان تكون احدى الادوات المهمة التي تسهم في بلورة الافكار والآراء والاتجاهات المعرفية، وفي ظل قلة الدراسات الإعلامية التي تهتم بهذه الشريحة المهمة (النخبة الاكاديمية) في المجتمع، التي يقع على عاتقها ثقل كبير في تنمية المجتمع وازدهاره في مختلف الأصعدة، ووفقاً لمنطلق عنوان البحث الذي نحن بصدد دراسته، تكمن مشكلة البحث في تحديد انعكاسات استخدام لشبكات التواصل الاجتماعية في بناء سلم تراكمي معرفي للنخبة الأكاديمية العراقية، والتي ستصاغ في التساؤلات الآتية:

١. ما مدى استخدام النخبة الاكاديمية العراقية لشبكات التواصل الاجتماعية؟

٢. ما المجالات العلمية والثقافية المكتسبة من شبكات التواصل الاجتماعية بالنسبة للأكاديمي العراقي؟

٣. ما مدى اهتمام النخبة الاكاديمية بما تنشره لشبكات التواصل الاجتماعية من موضوعات

تؤثر في تشكيل معارفهم؟

٤. ما تقييم النخبة الاكاديمية العراقية لما تقدمه الشبكات التواصل الاجتماعية من مضامين

مقارنة بالشبكات الاخرى؟

٥. هل هناك فوارق لإجابات المبحوثين في مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية حسب متغيرات الدراسة الديموغرافية

(نوع العينة الاجتماعي، اعمار العينة، جامعاتهم، سنوات عمل العينة، مراتبهم العلمية)؟

الأهداف الرئيسية للبحث:

١. معرفة حجم استخدام النخبة الاكاديمية العراقية لشبكات التواصل الاجتماعية.

٢. التعرف على الجوانب العلمية والثقافية المكتسبة لشبكات التواصل الاجتماعية لدى الأكاديمي

العراقي؟

٣. محاولة الكشف عن مدى اهتمام النخبة الاكاديمية بما تنشره شبكات التواصل الاجتماعية من

موضوعات تؤثر في تشكيل معارفهم.

٤. معرفة تقييم النخبة الاكاديمية العراقية لما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعية من مضامين

مقارنة بالشبكات الاخرى.

٥. محاولة التعرف على فوارق إجابات المبحوثين في مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعية

في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (نوع العينة

الاجتماعي، اعمار العينة، جامعاتهم، سنوات عمل العينة، مراتبهم العلمية).

أهمية البحث:

١. هذه الدراسة بمثابة مرجع مهم للذين يهتمون ويختصون في حقول البحوث الخاصة بشبكات

التواصل الاجتماعية المؤثرة في جميع فئات المجتمع.

٢. هذه الدراسة تسهم في تنمية المعارف العامة للباحثين والمهتمين في استيعاب طبيعة استخدام

شبكات التواصل الاجتماعية.

٣. ان البحث يتناول الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي

والثقافي للأكاديمي العراقي نظراً لقلّة الدراسات العراقية التي تتناول دور تلك الوسائل في طريقة

توليد المعارف حسب علم الباحث.

الحدود العامة للبحث:

وهي كما يلي:

١. حدود البحث المكانية: طبقت هذه الدراسة في جامعتي الانبار والفلوجة.

٢. حدود البحث الزمانية: نفذت هذه الدراسة من تاريخ ٢٠/٣/٢٠٢١ إلى ٢٠/٤/٢٠٢١.

٣. حدود البحث البشرية: هذه الدراسة كانت مقتصرة على أساتذة الجامعات في جامعتي الانبار

والعراقية.

نوع البحث ومنهجه وادواته:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول توضيح انعكاسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية، ويسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح ويفسر ويقيم نتائج البحث. واستخدم الباحث مصدرين أساسيين في دراسته: قام الباحث باستخدام الأسلوب الوصفي من خلال التحليل الذي يحاول توضيح تداعيات بشبكات التواصل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية في العراق. وهدف الباحث عن طريق الأسلوب الذي استخدمه ان مناقشة النتائج وتقييمها ويسعى الباحث من خلال هذا النهج إلى توضيح وتفسير وتقييم نتائج البحث. وانتهج الباحث مصدرين رئيسيين وهما:

١. مصادر دراسة أولية: تهتم بجانب البحث التحليلي من خلال توزيع استبانة مصممة لخدمة اهداف البحث على الجمهور المراد دراسته.

٢. مصادر دراسة ثانوية: والمتمثلة بالمصادر والبيانات النظرية كالكب العربية والأجنبية التي ترتبط بالبحث بصورة مباشرة او قريبة من الدراسة، علاوة على الدراسات والأبحاث السابقة.

مجتمع البحث وعينته:

كانت المجتمع المستهدف للبحث من الأكاديميين لأساتذة الجامعات العراقية من جامعتي الانبار والفلوجة، حيث اختيرت العينة المناسبة للبحث هي المتاحة، فوزعت (١٥٠) استبانة على اساتذة هاتين الجامعتين، واستجيب (١٣٢) شخصاً لاستمارة البحث كانت مناسبة لأغراض التحليل، وتم اهمال البقية لعدم الاستجابة من قبل المبحوثين.

الأداة المستخدمة في البحث:

المسح من خلال الاستبانة: انتهج البحث الاستبيان في دراسته باعتباره اداةً بيانية معلوماتية تخدم أغراض البحث وأهدافه.

الطرق الإحصائية التي انتهجها البحث:

١. تكرارات البحث ونسبته: حيث تتضمن الجداول في البحث والدراسة الميدانية تكرارات ونسب البحث المئوية لجميع القيم المتعلقة بكل من متغيرات البحث.

٢. متوسطات البحث الحسابية: مقياس يستخدم في الأساليب الإحصائية، من خلال جمع العدد الإجمالي وتقسيمه على عدد المجتمع موضوع البحث.

٣. معامل ارتباط بيرسون: لقياس العلاقة وحجم قوتها وضعفها بين متغيرات الدراسة.

مصطلحات البحث:

١. شبكات التواصل الاجتماعية: ويقصد بها مجموعة التطبيقات والتقنيات الحديثة والمتطورة، يتواصل من خلالها المستخدمين من خلال رسائل الصوت، والكتابة، والمرئية، وتلك الشبكات دور كبير لتشكيل المجتمع في مختلف البلاد العالمية، اذ يقوم المستخدمون بالمشاركة والتفاعل فيما بينهم والتعبير عن آرائهم ونشاطاتهم وتبادلها من خلال تلك الشبكات (٢).

٢. **التراكم المعرفي:** ويعني أن التحصيل المعرفي لقضية ما يكون أكبر بكثير من الكمية المطلوبة من المعرفة للشخص المعني بالمعرفة. وهي من الظواهر التي انطلقت متزامنة مع عصر توفر المعلومات بمرونة وسهولة عن طريق الوسائل والآلات الإلكترونية الراهنة. تعريف إجرائي.

٣. **النخبة الأكاديمية:** هو كل من يقوم بالتدريس في الجامعة ويحمل شهادة عليا سواء كانت دكتوراه أو شهادة ماجستير ويساهم في تحقيق أهداف الجامعة. أو هو كل من يقوم بالتدريس للمقررات الأكاديمية أو مقررات الإعداد التربوي وحاصل على درجة الماجستير أو الدكتوراه (٣).

ثانياً: الدراسات السابقة:

١. **دراسة (زايد، ٢٠١٦):** وعنوانها "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لطلاب الثانوية وانعكاسها في الحفاظ وحجم الثقة بالمعلومات التي تقدمها"، إذ كان الهدف من الدراسة معرفة حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودافعهم واشباعاتهم اتجاهها، بالإضافة الى حجم ثقتهم بها، وكيف تؤثر على قيم مجتمعهم وثقافتهم، وكانت أبرز النتائج: حققت الاشباعات من مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً على جنس الذكور أكثر من جنس الاناث، مع اختلافات وفروقات بين العينة لمدى ثقتهم بمعلومات تلك المواقع المقدمة.

٢. **دراسة (Ghorah, 2016):** وعنوانها "عوامل التأثير الفردية في استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على مشاركات المعارف"، إذ كان الهدف من الدراسة معرفة عوامل التأثير الفردية التي تحققها لدى طلاب الماستر لتلك الوسائل، وبينت الدراسة نتائج أهمها: هناك علاقة مطردة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بكل مجالاتها (سهولة استخدامها، الثقة بها، فائدتها).

٣. **دراسة (Panahi et el, 2016):** وعنوانها "التصورات الداعمة لوسائل التواصل الاجتماعي في مشاركتها المعارف اللازمة والخبرات والآراء"، وكان الهدف من الدراسة كشف المساهمات المرجحة لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة المعرفية اللازمة، وجاءت النتائج كم يلي: هناك نموذج مفهومي يعطي تفسيراً لحجم المساهمة المرجحة لوسائل التواصل الاجتماعي في مشاركة المعارف اللازمة، وان تلك الشبكات تقوم بتسهيل المشاركة المعرفية اللازمة.

٤. **دراسة (C. Kim et el, 2016):** وعنوانها "تأثيرات نقل المعارف عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي في التماسك المجتمعي"، وكان هدف الدراسة هو معرفة مدى استفادة المجتمعات من وسائل التواصل الاجتماعي في التماسك والتعاون، وبينت نتائج تلك الدراسة: ان كل العوامل الخارجية التي تم تقديمها للمستخدمين وتم ادماجها في تلك الوسائل، كانت لها علاقة في نقل التعاون والمعارف للمجتمع، وجاء تأثير تلك العوامل بدرجة معتدلة في التماسك العام للمجتمع المحلي لمن يستخدم تلك الوسائل.

٥. **دراسة (J. Kim Lee & Elias, 2015):** وعنوانها "مجموعة العوامل المؤثرة في مشاركة المعلومة في وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين"، وكان الهدف من الدراسة تعيين السابغات البيئية والشخصية في مشاركة معلومات الشبكات الاجتماعية، وقياس التفاعلية بينها فيما

يخص "عوامل الدوافع الذاتية والكفاءة"، وجاءت النتائج كم يلي: ان المستخدمين لديهم دوافع ذاتية للفيسبوك بشكل اكبر من الوسائل الأخرى، بعدها تويتر ثم جوجل بلاس، ولينكدان ، واخيراً الماي سبيس.

٦. دراسة (Waleed Mugahed Al-Rahmi, 2014): وعنوانها "الانعكاسات التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعية على الأداء العام الأكاديمي"، وهدف الدراسة كمن في التركيز على قدرة وسائل التواصل الاجتماعية في التهيئة الاكاديمية عن طريق التعليم الجماعي وتطوير الأداء العام للطلبة، وجاءت أبرز النتائج: ان التعليم الجماعي للطلبة والفاعلية فيما بينهم لها تاثيراً ايجابياً على أداء الطلبة الأكاديمي.

٧. دراسة (Celep, Konaklı, & Kuyumcu, 2012): وعنوانها "خلق مشاركة ثقافة المعرفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعية في المدارس"، وكان الهدف من الدراسة تحديد المستوى العام لوسائل التواصل الاجتماعية واغراض الاستخدام للمعلمين في تشارك المعارف مع مدرء المدارس وكذلك زملائهم واولياء امورهم، وجاءت أبرز النتائج: ان معلمي المدارس يقومون باستخدام شبكات التواصل الاجتماعية لتبادل المعارف، وان موقع اليوتيوب برز من الوسائل التي لها تفضيل خاص لكل المعلمين نتيجة تضمنها فيديوهات تعليم تستخدم في الدروس.

٨. دراسة (وفاق حافظ الدوري، ٢٠٠٥): "وسائل التواصل الحديثة الالكترونية ودورها في انتشار المعارف بين جمهور المستخدمين"، هدفت الدراسة الحالية إلى محاولة بيان نسبة الاستخدام لشبكة الانترنت بين الجمهور العراقي ولاسيما بعد الاحتلال وتغيير طبيعة وسائل الاتصال التي تعود عليها الجمهور العراقي من دخول بث فضائي وانترنت مفتوح وشبكة موبايل، وبرزت نتائج الدراسة فيما يلي: ليست المعرفة ابداعاً بل هي سلاح اقتصادي في عصر تطورات التكنولوجيا، كما تميزت المعرفة بشكلها الحديث تبدوا اكثر تفاعلية لم تتوفر في الشبكات الاعلامية التقليدية.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

اسهمت الدراسات السابقة في هذا البحث في اثناء الإطار العام لهذا البحث. والاستفادة من المراجع العربية والاجنبية التي خدمت البحث ورسخت دعائمه، بالإضافة الى تشكيل اداة البحث المناسبة وأساليب الاحصاء التي استعملتها الدراسة، مع تحديد محاور البحث ومنهجيته واداته الرئيسية وفقراتها، فضلاً عن الاستفادة من إطار البحث النظري والمعرفي.

المبحث الثاني: النظرية المناسبة للبحث:

نظرية البحث عن المعلومات:

وتُعرف بأنها (أي نشاط يقوم به الفرد لتحديد الرسالة التي يمكن أن ترضي احتياجات معينة لديه، وبالتالي فإن نشاط الالتماس يختلف من فرد لآخر) (٤).

وتسعى هذه النظرية إلى "ومغزى النظرية ان تعرض الافراد في اختيار المعلومات يجعلهم ينتقون التي تتناسب مع أفكارهم واتجاهاتهم" (٥).

وأشار مجموع من المهتمين في تلك البحوث ان هناك مجموعة تأثيرات على الافراد في انتقاء المعلومات الاتصالية التي يتعرضون لها، وكذلك استخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات الحالية، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، وإشباع حاجات أساسية في موضوع معين، أو البحث عنها لمجرد الترفيه والتسلية، أو بسبب الحاجة للتنوع، أو بسبب سمات شخصية^(٦).

إن هذه النظرية تركز بشكل أساسي على سلوك المرء في الحصول على المعلومات، وتحاول أن تعرف العوامل التي تحدد ذلك السلوك، ومن ثم فإن هذا النموذج يمثل انتقالاً من التركيز على المتصل، أو الرسالة ليركز على المتلقي للرسالة^(٧).

ويفترض نموذج التماس المعلومات (أن هنالك منبهات وحوافز تحدد المواقف أو المشاكل التي تستدعي طلب الإنسان للمعلومات، وهذه المنبهات والحوافز تصل إلى انتباه الأفراد الذين يقارنونها بعناصر الصورة الواقعية لديهم، أي مقارنتها بقيمتهم ومعارفهم ورؤيتهم، وذلك لتحقيق القدرة على التعامل مع المواقف، ومع مستوى حاجتهم وقدرتهم على الاستيعاب، وأخيراً طريقة تعاملهم مع المعلومات)^(٨).

أما فيما يهتم بنوعية المعلومات التي يبحث الفرد عنها فقد يستخدم ما يعرف باستراتيجية البحث المجازف، التي تعتمد على مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم تصنف تلك المعلومات وبعدها يتم تحليلها وربطها بالخبرات السابقة للفرد^(٩).

ويحدد بعض باحثي الإعلام عناصر أخرى ترتبط بالمواقف وتؤثر على بحث الفرد عن المعلومات ومنها " قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع، واستراتيجية البحث عن المعلومات التي تعتمد على مصادر أساسية بحيث يجمع الفرد هذه المعلومات ويصنفها ويحللها ويربطها بالخبرة السابقة لديه. ويشمل هذا النموذج: الكتب، الأرشيف الخبراء، الأقران، الجماعات المرجعية، الصور، الوثائق، اللقاءات، وكلما كانت المعلومات متاحة لمجتمع ما كانت أكثر انفتاحاً^(١٠).

وتقوم نظرية التماس المعلومات على ثلاث ركائز أساسية يمكن من خلالها رصد علاقة الجمهور بوسائل الإعلام ومدى تفضيله لوسيلة معينة وهي^(١١):

١. المؤثرات الحاصلة على انتقاء الفرد للمعلومات الواردة من العملية الاتصالية التي

انتقاءها، ومن ثم الوسيلة. ومن هذه المؤثرات: الحاجة إلى التنوع بين المصادر، وإشباع الحاجات الأساسية والتسلية والترفيه، وطبيعة السمات الشخصية المختلفة لأفراد الجمهور.

٢. الحوافز والمنبهات التي تؤدي إلى سعي الفرد لغرض كسب معلومات يستفيد منها،

ومن بينها محددات الوقت، إذ يفترض نموذج الالتماس وجود حوافز أو جهات تؤدي إلى

سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم

ومعارف سابقة، بهدف القدرة على التعامل مع القضايا الطارئة الجديدة.

٣. التشكيلة العامة المجتمع ونوع الوسائل الإعلامية المستخدمة فيه، إذ يؤثر نوع الوسائل الإعلامية المستخدمة في مجتمع ما، على تفضيل أفرادها لوسيلة معينة مصدراً للمعلومات. لقد تحقق اليوم أن هناك عوامل أخرى يمكنها أن تؤثر على اختيار الرسالة، وفي بعض الأحيان فإن هناك عوامل قد تكون أكثر أهمية من مجرد رغبة المتلقي في الحصول على المعلومات التوعيمية، ومن هذه العوامل توظيف المعلومات، أو فائدتها في إشباع مصلحة حقيقية في موضوع معين، أو التماسها للترفيه، أو بسبب الحاجة للتتبع، أو بسبب خصائص شخصي^(١٢).

مجالات استفادة البحث من نظرية البحث عن المعلومات:

استفادت هذه الدراسة من نظرية البحث عن المعلومات لأنها تحاول استقصاء أثر الوسائل الإعلامية على المعرفة فهي تعطي فكرة كافية في رغبة المتلقي في كسب المعلومات التي تدعم معارفه وتوظيف تلك المعلومات وفائدتها في إشباع مصلحته الحقيقية.

المبحث الثالث: الإطار النظري للبحث:

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعية:

ان شبكات التواصل الاجتماعية لها القدرة على تحدي الأوضاع القائمة والتعبير بحرية، إذ تتوافر لها حرية الاستقلال، وهي قادرة على خلق اهتمام الجمهور بالشأن العام وتحفيزه على تكوين رأيه وأصبح باستطاعة المستخدم اختيار الجماهير التي يريد مراسلتهم والتفاعل معهم، ففي دراسة لرصد وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعية في تشكيل الرأي العام تبين تفوق الشبكات الاجتماعية في تكوين آراء الجمهور نحو التحشيد الجماهيري، وهذا ناتج من سماح هذه الوسائل للجمهور للتعبير عن الرأي بحرية أكبر مع تحقيق المشاركة بفعالية أكبر^(١٣).

ويمكن ذكر بعض شبكات التواصل الاجتماعية على سبيل المثال لا الحصر وكالاتي^(١٤):

١. الفيسبوك: يعد الفيس بوك Facebook أحد أكثر المواقع شعبية لدى الشباب وهي خدمة اتصال جماعية تم بناؤها عام ٢٠٠٤ بواسطة شاب أمريكي يدعى (مارك زوكربيرج)، وهو طالب جامعي معروف بين الطلبة بولعه الشديد بالإنترنت وكان عمره وقتها ١٩ عاماً، ودرس في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان يخشى في حينها أن يكون إدمانه للإنترنت سبباً في عزله الاجتماعية وانقطاعه عن المجتمع وتواصله مع الناس، فقرر ان يخلق مجتمعا من الأصدقاء على الانترنت عبر إنشاء موقعا يتقابل فيه اصدقاء الجامعة ويتواصلون ويتفاعلون مع الآخرين، وفي عام ٢٠٠٦ امتد ليشمل الشركات قبل ان يتحول الى اهم المواقع الاجتماعية العالمية، وبات يعد ثاني اكبر شبكة اجتماعية عالميا وهو واحد من أسرع وأهم المواقع على الانترنت.

٢. تويتر: موقع اجتماعي انطلق في آذار عام ٢٠٠٦ باعتباره احد المشاريع البحثية التي قامت به مؤسسة (odeo) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وقدمه مجموعة من رجال الأعمال والمتخصصون في مجال الحاسبات، وفي تشرين الأول أطلقت الشركة تويتر رسمياً للمستخدمين، بعده وسيلة لتبادل الرسائل بين المستخدمين مجاناً من أجل التواصل فيما بينهم، فضلاً عن نظرة الكثير من الناس إلى تويتر في بداية الأمر كانت نظرة سلبية ولم تكن واضحة استخدامات تويتر

لهم، وفي سنة ٢٠٠٧ قامت مؤسسة (Odeo) بغلق الخدمة عن المؤسسة وإنشاء مؤسسة جديدة تحمل اسم (Twitter).

٣. **اليوتيوب:** وهو أحد المواقع الاجتماعية الذي انطلق في ١٤ شباط عام ٢٠٠٥ على يد كل من شاد هيرلي Chard Hurley وستيف شين Steve Chen وجاويد كريم Jawed Karim الموظفون السابقون في مؤسسة (باي بال PayPal) وخلال صيف عام ٢٠٠٦ أصبح اليوتيوب واحداً من المواقع الأسرع تطوراً وانتشاراً على شبكة الانترنت، إذ اختارت مجلة تايم الأمريكية اليوتيوب رجل عام ٢٠٠٦، ويتضمن الموقع مجموعة كبيرة من المقاطع الفيديوية المختلفة والمتعددة المضمون، ومن ثم اشترت جوجل عام ٢٠٠٦ الموقع بمبلغ ١.٦٥ مليار دولار امريكي.

٤. **المدونات:** أحد مواقع الشبكة العنكبوتية، يعمل القائمين عليه بعملية التحديث المستمر له، ويشتمل على تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً.
خصائص وسائل التواصل الاجتماعي^(١٥):

١. **التشارك والتفاعل:** لها ميزة التفاعل بناءً على تبادل الآراء والأفكار والمعلومات بين المستخدمين والتعليقات المستمرة على الأخبار التي تنشرها هذه المواقع، علاوة على توفرها لكل المستخدمين تشارك الأنشطة والهوايات الشخصية، مثل: الفن والرياضة، فضلاً عن مشاركة المعلومات المتعلقة بالثقافات والعادات والتقاليد وتعريف الأصدقاء بمعالم الوطن عن طريق نشر الخرائط والصور الخاصة بالبلد.

٢. **الحضور الدائم:** توفر وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها الاتصال مع بقية الاعضاء أو الأصدقاء، وذلك عبر ترك رسالة نصية أو صور أو مقاطع فيديو بحسب نوع الاتصال.

٣. **الخدمة المفتوحة:** يوفر خدمة مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، حيث لا تضع هذه المواقع أي حواجز أو مبالغ أمام المستخدمين في الوصول الى المحتوى والاستفادة منه.

٤. **مناقشة الآراء والمعلومات بين المستخدمين:** إذ تتبنى هذه المواقع نمط الاتصال التحواري الذي يقوم على تبادل الاتصال بين الأطراف المشتركة فيه.

٥. **إمكانية التجمع السريع:** توفر القدرة على إمكانية التشابك السريع والاتصال المتفاعل، وتكون حلقة مشتركة للتجمعات والأشخاص ذو الاهتمامات المشتركة.

انواع شبكات التواصل الاجتماعية:

١. **نوع أساسي:** يحتوي هذا النوع على ملف المستخدمين الشخصي وفيها مجموعة من الخدمات التي تقدمها: التراسل الشخصي، ونشر الصور ومشاركتها وكذلك ملفات الصوت والصورة ومجموعة المعارف والمعلومات، إذ يعد هذا النوع الأساس لولاه لا توجد خدمات أو مواقع، ويوفر هذا النوع خدمة إنشاء صفحات شخصية وإقامة علاقات صداقة بين المستخدمين ومن أمثلة هذه المواقع الفيس بوك وماي سبيس وتويتر^(١٦).

٢. **نوع شخصي أو محلي:** يكون هذا النوع مقتصر على مجاميع من المعارف والأصدقاء التي تهدف للتواصل بينهم بكافة الاشكال، إذ يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية وبشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية عبر هذه الشبكات^(١٧).

٣. نوع محدد بموضوعات معينة: تم تصميم هذا النوع من المواقع لجمع الأشخاص الذين لديهم اهتمامات بمواضيع محددو على سبيل المثال: الأفراد الذين يهتمون بمجال العلوم الطبية والهندسية، وغيرها من المواقع التي تهتم بالمراجع والكتب والمكتبات الالكترونية، مثلاً: موقع "Library Thing" أو شبكات تسهم في التعليم عن بعد لطلبة المدارس في مختلف مراحل الدراسة، فضلاً عن ذلك تحتوي على العديد من المواقع الثقافية^(١٨).

٤. نوع احترافي ومهني: إحدى أنواع شبكات التواصل الهامة بين الأفراد التي تربط اصداق العمل بشكل احترافي مع اصحاب الاعمال والشركات، إذ تتيح لمستخدميها كتابة سيرتهم الذاتية في ملفاتهم الشخصية والاعمال التي انجزوها في مدة عملهم او دراسته^(١٩).

المفهوم المعرفي:

ان المعرفة هي أحد المفاهيم والمصطلحات القديمة كونها ارتبطت مع البشرية منذ وجودها على الأرض، ثم نمت وتطورت بالتدرج الى ان وصلت لمستوى عالي من إدراك الانسان ومعارفه في وقتنا الحاضر^(٢٠).

وتعتبر المعرفة هي أعلى مستوى يتم من خلاله ممارسة السلوكيات البشرية طبقاً لرؤية جلية تستند ركائزها من تراكم المعرفة للأفراد أو انها تجسد السلوكيات الإنسانية التي تتصف بالتركيز والدقة، وتعطي إشارة واضحة إلى عمق الدلالة المعرفية التي توجه السلوكيات البشرية نحو اتخاذ القرارات ومحاولة حل المشكلات.

الانواع العامة للمعرفة:

لا تعد المعرفة نوعاً متطابقاً وقياسياً، وهذا الامر واقعي كون المعرفة ليس لها اي شكل محدد وبالإمكان وضعها في نموذج واحد، وبالرغم من اختلاف المهتمين ومجموعة الباحثين في تصنيف المعرفة وجعلها في نموذج وشكل واحد، فقد صنفتها الغالية العظمى الباحثين إلى مجموعة معارف وكالاتي:

١. المعرفة الحسية (مجرد ملاحظة بسيطة غير مقصودة، فيما تراه العين وما تسمعه الأذن

وما تلمسه اليد) دون أن تتجه أنظار الشخص العادي إلى معرفة وإدراك العلاقات القائمة بين هذه الظواهر وأسبابها

٢. المعرفة الفلسفية أو تأملية (تعتمد على التفكير والتأمل في الأسباب البعيدة).

٣. المعرفة العلمية التجريبية (تقوم على أساس الملاحظة المنظمة المقصودة للظواهر

وعلى أساس وضع الفروض الملائمة والتحقق منها بالتجربة وتجميع البيانات وتحليلها).

وكلمة معرفة تعبير يحمل العديد من المعاني لكن المتعارف عليه هو ارتباطها مباشرة مع

المفاهيم التالية: المعلومات، التعليم، الاتصال، والتنمية^(٢١).

وقسم الباحثين المعرفة إلى أقسام مختلفة كل حسب رؤيته العلمية فالدكتور نبيل علي يقسم

المعرفة إلى ثلاثة أقسام وفقاً لمجالها وطبيعتها وهي^(٢٢):

١. المعرفة العلمية: وتشمل العلوم الطبيعية.

٢. **المعرفة الإنسانية:** أهمها اللغة وعلم الاجتماع وعلم الاناسة (الإعلام) والأنثروبولوجيا (علم الإنسان) والتاريخ والجغرافية وعلم الثقافة وقد استدرجت تكنولوجيا الإعلام والمعلومات علوم الإنسانيات إلى حلبة الاقتصاد المعرفي.

٣. المعرفة الكامنة وراء الفنون كالفن الرمزي والفن المفهومي والفن الاتصالي.

مجتمع المعرفة:

إن مجتمع المعرفة الذي ينتج عن انتشار المعرفة وتوظيفها بكفاءة في جميع أنشطة المجتمع فهو يتسم بالعناصر الآتية (التربية والمؤسسات والإبداع والتكنولوجيا الجديدة بمعنى تكنولوجيا الإعلام والاتصال) للمعرفة أهمية كبيرة في تحقيق تنمية متكاملة في كافة المجتمعات المعاصرة ولمجتمع المعرفة (خاصية أساسية وقاعدة تكوينية من خلال استثمار كم المعلومات الغني من أجل معالجتها وتطبيقها للأغراض التنموية الإنسانية وهذا ما جعل اصطلاح المعرفة كصناعة أو اقتصاد المعرفة)^(٢٣). ويلعب الإعلام الدور الأهم في هذا المجتمع الذي يعتمد على الاتصال والإدراك والوعي والانطباع الذهني لغرض التوصل إلى حقائق المعرفة لان عملية التحويل إلى مجتمعات المعرفة يحتاج إلى التشجيع على الابتكار والإبداع والبحث العلمي ونقل اقتصاديات المجتمع من الاقتصاد المعرفي الذي يعتمد المعرفة كمنبع للثروة (ويمكن تصور مجتمع المعرفة كمجتمع يرتبط بطريق المعلومات السريع وهذا الطريق حسب وصف جيتس فيه الكثير من التفاعلات المعرفية والمعلوماتية والاجتماعية والسلوكية تأخذ أنماطا مختلفة تماما عما هو متعارف عليه في المجتمعات التقليدية)^(٢٤)، ومجتمع المعرفة هو نفسه مجتمع المعلومات الذي يمتلك المعرفة وتكون الاتصالات فيه متوافرة وتشكل المعلومات لديه قوة دافعة ومسيطرة فهو مجتمع يتعامل أفراده ومؤسساته مع المعلومات التي تعمل على تمشية أمورهم الحياتية في مجالاتها التربوية والاجتماعية والثقافية والصحية والسياسية والاقتصادية^(٢٥)، وتشير حسانه محي الدين إلى أن هناك ثلاث خصائص أساسية تتحكم في مجتمع المعلومات أو مجتمع المعرفة وهي^(٢٦):

أولاً: استخدام المعلومات كمورد اقتصادي لزيادة نمو شركات المعلومات وتحسين الاقتصاد.

ثانياً: الاستخدام المتناهي للمعلومات بين الجمهور العام بشكل مكثف يعد عنصر لا يمكن الاستغناء عنه في حياة الناس اليومية.

ثقافة المجتمع بالوعي المعرفي:

الثقافة هي أفضل ثمار مجتمع المعلومات ويجب أن تتوفر إمكانية النفاذ إلى مصادر الثقافة للمواطنين جميعاً، والثقافة للجميع مبدأ غير قابل للإهمال في مجتمع المعلومات فهو يشكل أحد المحركات الأساسية للإبداع والابتكار، ومن الضروري تيسير عملية التبادل في مواد الثقافة الرقمية والمطبوعة وتوزيعها وتشجيع النوادي والجمعيات والملتقيات الثقافية ودعم الأنشطة الفكرية بما في ذلك المكتبات والدوريات والكتيب والشبكة العالمية للإنترنت، وكذلك الاهتمام بالأنشطة الثقافية، والفنية بما في ذلك المسرح والسينما والمعارض الفنية، والسعي للاهتمام باللغات الأجنبية في كافة مراحل التعليم^(٢٧).

يعتمد المجتمع بشكل أساسي في نشر المعرفة والعمل على إنتاجها وكيفية توظيفها بالشكل السليم في كافة ميادين الأنشطة المجتمعية: الاقتصادية والسياسية وفي مجال المجتمعات المدنية، من أجل تحسين الحالة الإنسانية بشكل مطرد بهدف تحقيق التنمية البشرية^(٢٨).

وعند محاولتنا في وضع مفاهيم منطقية بسيطة للتسلسل المعرفي، فنجدها تشمل ثلاثة نقاط أساسية، بدءاً من نقطة "التوليد المعرفي"، إذ ينطلق المفهوم المعرفي من خلال التفاعلية بين الوقائع والمعارف المتاحة من جانب وبين والعقل البشري والقدرة الكبيرة التي يمتلكها على التفكير من جانب أخرى. ومما لا شك فيه أن التوليد المعرفي لهذه التفاعلية يستند على البيئة التي تحيط به. ويحتاج البحث العلمي إلى محيط مناسب لكي يمنح عطاء معرفي، وهذا ينطبق على النواحي الأخرى للإبداع. أما النقطة الثانية في دورة المعرفة فهي نقطة (نشر المعرفة) المتوافرة، وكما يحتاج جسم الإنسان إلى الغذاء بمختلف أصنافه فإن عقل الإنسان يحتاج إلى المعرفة بشتى أنواعها، وعلى ضوء ذلك فإن أهمية الإنسان في الحصول على المعرفة تماثل ضرورة الحصول على الغذاء، بل إن الحصول على الغذاء بات مرتبطاً باكتساب المعرفة واستخدامها في المهن المختلفة والاستفادة منها في تأمين الدخل من أجل الحصول على المتطلبات.

وهنا نأتي إلى النقطة الثالثة من نقاط التسلسل المعرفي ألا وهي نقطة (استخدام المعرفة)، فبقدر استخدام المعرفة في تنظيم الأعمال وتسخير الوسائل وحل المشكلات تكون كفاءة الأعمال ويكون مردودها وفوائدها المرجوة، فقوة المعرفة تأتي من توظيفها بكفاءة في شؤون الحياة، فدون هذا التوظيف تبقى المعرفة شكلاً جميلاً تنقصه الروح التي تثبت به الحياة. وتغذي محطات دورة المعرفة بعضها بعضاً، فنشر المعرفة وكذلك استخدامها يؤديان إلى ظهور مصادر جديدة لتوليدها، وتوليد المعرفة يتطلب نشرها والاستفادة منها، كما أن توظيف المعرفة والاستفادة منها على نطاق واسع لا يتم دون نشرها وجعلها متاحة للجميع^(٢٩).

إن المجتمعات المعرفية في الوقت الحاضر هي تلك المجتمعات التي تعتنى بالتوليد المعرفي، وتقوم على توفير المحيط الملائم لها والعمل على تنشيطها وتفعيلها وكذلك محاولة نشرها بشكل أكبر بين أفرادها، بما يشمل ذلك المحيط التكنولوجي المعاصر بشقيه العام والخاص، الذي يسهم في تنمية الإمكانيات العامة للإنسان وتطوير قدراته، في محاولة بناء حياة طيبة لجميع المجتمعات، وتكون ركاز المعرفة من^(٣٠):

١. تحرير عملية التنظيم والتعبير عن الرأي وحرية.
٢. العمل على نشر تعليم عالي الجودة.
٣. ترصين عملية المعرفة.
٤. العمل على الانتقال إلى بيئة تولد المعرفة في المجال الاجتماعي والاقتصادي.
٥. إرساء نمط عربي معرفي أصيل متفتح وحر.

المبحث الرابع: النتائج الميدانية للبحث:

وصف بيانات المبحوثين:

١. بيانات العينة حسب نوعهم الاجتماعي:

جدول رقم (١) بيانات العينة حسب نوعهم الاجتماعي

نوع المبحوثين	اعدادهم	نسبهم المئوية
الذكور	83	63%
الاناث	49	37%
المجموع	١٣٢	%١٠٠.٠٠٠

يبين الجدول (١) ان (٦٤%) ذكوراً، وان (٣٧%) اناثاً، والسبب يعود كون ان عدد الذكور في الغالب في الجامعات العراقية أكثر من الاناث.

٢. بيانات العينة حسب أعمارهم:

جدول رقم (٢) بيانات العينة حسب اعمارهم

اعمار المبحوثين	اعدادهم	نسبهم المئوية
دون ٣٥	10	8%
بين ٣٥ و ٥٠	87	66%
٥٠ فأكثر	35	27%
المجموع	١٣٢	%١٠٠

يبين الجدول (٢) ان (٦٦%) من العينة من فئة (من ٣٥ الى ٥٠ سنة) حلت أولاً في الترتيب الاول، حيث بلغ عددهم (٨٧)، وان ما نسبته (٢٧%) من فئة (٥٠ فأكثر) حلت بالترتيب الثاني، وعددهم (٣٥)، وان ما نسبته (٨%) من فئة (اقل من ٣٥ سنة) جاءت بالترتيب الاخير، وعددهم (١٠). ويعزو الباحث تلك النسبة ان العمر الوظيفي للأكاديمي وهو من (من ٣٥ الى ٥٠ سنة) هو العمر الأكثر عطاء ونشاطاً في تحقيق المعرفة وتطوير الذات، بالإضافة الى ان الجامعتين تمتلك فئة أكاديميين شباب ولديهم رغبة كبيرة في تطوير وبناء ذاتهم بالمقارنة مع الفئات العمرية الأخرى.

٣. بيانات العينة حسب جامعاتهم:

جدول رقم (٣) بيانات العينة حسب جامعاتهم

جامعات المبحوثين	اعدادهم	نسبهم المئوية
الجامعة الانبار	73	55%
جامعة الفلوجة	59	45%
المجموع	١٣٢	%١٠٠

يبين الجدول (٣) ان (٥٥%) من أساتذة جامعة العراقية، وان (٤٤%) كانوا من أساتذة جامعة الانبار، ويمكن ان نعزو هذه النتيجة ان الجامعتين هما من الجامعات العراقية التي لها

حضور ودور علمي رصين في مجال التعليم في العراق، وهذه النتيجة متلائمة مع افراج مجتمع البحث طبقاً للتوزيع المتساوي، حيث استخدم الباحث العينة العرضية (المتاحة).

٤. بيانات العينة حسب سنوات عملهم:

جدول رقم (٤) بيانات العينة حسب سنوات عملهم

نسبهم المئوية	اعدادهم	سنوات عمل المبحوثين
14%	19	١٠ فما دون
66%	87	بين ١٠ الى ٢٥
12%	16	من ٢٥ الى ٤٠ سنة
8%	10	من ٤٠ سنة فأكثر
100%	132	المجموع

يبين الجدول (٤) ان (٦٦٪) من افراد مجتمع الدراسة سنوات عملهم من (١٠ الى ٢٥ سنة)، وما نسبته (١٤٪) سنوات خبرتهم من (اقل من ١٠ سنوات)، وما نسبته (١٢٪) سنوات خبرتهم من (من ٢٥ الى ٤٠ سنة)، وما نسبته (٨٪) سنوات عملهم من (٤٠ فأكثر). ويمكن ان نعزو هذه النسب الى الحجم الذي اولته الحكومة العراقية بموضوع التوظيف الحكومي وعملية تعديل الرواتب في فترة ما بعد الاحتلال الأمريكي بعد عام ٢٠٠٣.

٥. بيانات العينة حسب رتبهم العلمية:

جدول رقم (٥) بيانات العينة حسب رتبهم العلمية

نسبهم المئوية	اعدادهم	رتب المبحوثين العلمي
69%	91	ماجستير
31%	41	دكتوراه
١٠٠٪	١٣٢	المجموع

يبين الجدول (٥) ان معظم الافراد المبحوثين يحملون الدكتوراه بنسبة (٦٩٪)، وان نسبته (٣١٪) هم ممن يحملون الماجستير، ويمكن عزو هذه النتيجة هو الاقبال المتزايد من قبل طلاب الجامعات العراقية في الجامعتين للقبول في الدراسات العليا باعتبارهما من الجامعات العراقية الرصينة وطلابهما لديهم دافع قوي لغرض الحصول على شهادة اكااديمية عليا وخصوصاً شهادة الدكتوراه.

تحليل فقرات الاستبانة:

• وسائل التواصل الاجتماعية وفقاً للاستخدام والافضلية:

١. درجة الاستخدام لعينة البحث:

جدول رقم (٦) يوضح درجة الاستخدام للوسائل الاجتماعية من قبل عينة البحث

النسبة المئوية	العدد	درجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
8%	11	بدرجة عالية جداً
60%	79	بدرجة عالية

20%	26	درجة معتدلة
8%	11	درجة منخفضة
4%	5	درجة منخفضة جداً
100%	١٣٢	المجموع

كشف الجدول (٦) ان افراد عينة البحث درجة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي كانت النسبة العليا هي (درجة عالية) بنسبة بلغت (٦٠%) من مجموع الدرجات الأخرى، ثم تلتها (درجة معتدلة) بنسبة (٢٠%)، ثم (درجة عالية جداً ومنخفضة) بدرجة متساوية بنسبة بلغت (٨%)، واخيراً (درجة منخفضة جداً) بنسبة (٤%) وهذه النسب تشير الى ان افراد عينة البحث درجة استخدامهم لم تكن (عالية جداً) وانما كانت بمستوى (عالي طبيعي) وهذا يشير كذلك الى ان افراد العينة يقضون اوقاتاً لا بأس بها في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي في تفضيلهم لمضمون معين في محتواها والتزود بالأخبار والمعلومات والتفضيلات الأخرى التي تتناسب مع مستواهم الثقافي والمعرفي.

٢. افضلية وسائل التواصل الاجتماعية للمبجوثين:

جدول رقم (٧) يكشف الوسائل الاجتماعية المستخدمة من قبل عينة البحث

النسبة المئوية	العدد	وسائل التواصل الاجتماعي
40%	53	فيسبوك
13%	17	يوتيوب
31%	41	وتس اب
10%	13	تويتر
6%	8	اخرى
100.00%	132	المجموع

يكشف الجدول (٧) ان جميع المستجوبين من الأكاديميين الجامعيين والبالغ عددهم (١٣٢) يفضلون استخدام الفيسبوك بنسبة (٤٠%) ثم بقية الوسائل الاجتماعية بنسب مختلفة، حيث بلغت نسبة استخدام واتس اب (٣١%)، تلاها اليوتيوب بنسبة (١٣%)، ثم بعدها تويتر بنسبة بلغت (١٠%)، ثم أخيراً الوسائل الأخرى بنسبة مئوية بلغت (٦%)، وهذه النسب تشير الى ان افراد عينة البحث يفضلون وسائل مختلفة للتواصل الاجتماعي ولكنهم بالدرجة الأولى يفضلون الفيسبوك كونه الوسيلة الاجتماعية الأكثر انتشاراً وسهولة استخدامه في العراق.

• مناقشة نتائج محاور الاستبانة:

١. المحور الاول: الجوانب العلمية والثقافية المكتسبة من وسائل التواصل الاجتماعية بالنسبة للأكاديمي العراقي.

جدول رقم (٨) يوضح الجوانب العلمية والثقافية المكتسبة من وسائل التواصل الاجتماعي

الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية

71.96	3.59	تسهم في خلق حالة من التوازن المعلوماتي وتوسع من جودة الإنتاج الثقافي.	76.66	3.83	توفر طاقات بحثية بشكل كبير
69.65	3.48	خففت من كلفة التعليم أفضل من الوسائل التقليدية في السابق.	74.47	3.72	كثرة مصادر المعلومات فيها.
80.55	4.02	سهلت الأسلوب التقليدي للكتاب الورقي المطبوع واضفت طريقة جديدة في عملية القراءة المباشرة.	85.51	4.27	تظهر مجتمع يمتلك ثقافة ومعلومات علمية بشكل أكبر من السابق.
72.41	3.62	وسعت الدائرة الثقافية لأنها تخاطب كل الجمهور	86.20	4.31	توسع عملية الاندماج الثقافي والعلمي بين أفراد المجتمع.
74.73	3.73	السرعة والفورية التي تمتاز بها أكثر من الوسائل التقليدية لها دور إيجابي في عملية الاكتساب الثقافي.	73.39	3.66	تسهم في زيادة الثقافة العلمية لجمهور الباحثين وتسهل عليهم عملية البحث.

كشف فقرات المحور للجدول رقم (٨) بارتفاع فقرة (توسع عملية الاندماج الثقافي والعلمي بين أفراد المجتمع) بالدرجة الأولى بنسبة بلغت (٨٦.٢٠٪) وتظهر مجتمع يمتلك ثقافة ومعلومات علمية بشكل أكبر من السابق بنسبة بلغت (٨٥.٥١٪) وسهلت الأسلوب التقليدي للكتاب الورقي المطبوع واضفت طريقة جديدة في عملية القراءة المباشرة بنسبة بلغت (٨٠.٥٥٪) من مجموع الفقرات الأخرى لهذا المحور حيث كان المتوسط الحسابي لتلك الفقرات (٤.٣١) (٤.٢٧) و(٤.٠٢) ويمكن تفسير النسب اعلاه حسب اجابات افراد العينة ان وسائل التواصل الاجتماعية غيرت المسار التقليدي لعملية البناء الثقافي والمعرفي وسهلت طريقة الاكتساب المعلومات بشكل اسرع ومريح، على العكس تماماً من الشكل التقليدي السابق من الكتاب التقليدي الورقي ومشقة العناء والبحث في المكتبات وصعوبة الحصول على مصادر ومراجع للمعلومات وبناء القدرات المعرفية للفئة التي تهدف لتطوير ذاتها.

٢. المحور الثاني: مدى اهتمام النخبة الاكاديمية بما تنتشره وسائل التواصل الاجتماعي من موضوعات تؤثر في تشكيل معارفهم.

جدول رقم (٩) يوضح اهتمام النخبة الاكاديمية بموضوعات وسائل التواصل تؤثر في تشكيل معارفهم

النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الفقرة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الفقرة
----------------	-----------------	--------	----------------	-----------------	--------

75.2 0	3.75	ان النخبة الاكاديمية قادرة على فهم المادة المنشورة منطقيا في وسائل التواصل الاجتماعي بعيدا عن الاستمالات العاطفية.	69.44	3.47	وسائل التواصل الاجتماعي تطور الانتاج المعرفي العراقي الى الضعف في ظل تطورات العصر التقنية الحديثة
66.0 8	3.30	وسائل التواصل الاجتماعي مرآة عاكسة للاواقع الراهن في العراق.	65.53	3.27	وسائل التواصل الاجتماعي تعكس آراء ووجهات نظر المجتمع.
60.6 9	3.03	وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في نمو المعرفة السياسية والاقتصادية للنخبة الاكاديمية.	63.82	3.19	تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل العلمية إقناعا.
63.4 4	3.17	تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على تقويم المجتمع.	62.22	3.11	ان وسائل التواصل الاجتماعي تلبى اهتمامات النخبة الاكاديمية.
68.3 7	3.41	التعددية في وسائل التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للنخبة للإلمام بمختلف الموضوعات ومن وجهات متعددة.	52.41	2.62	موضوعات وسائل التواصل الاجتماعي تتوافق مع التطلعات البحثية للنخبة الاكاديمية.

بينت الفقرات في الجدول (٩) بارتفاع فقرة (ان النخبة الاكاديمية قادرة على فهم المادة المنشورة منطقيا في وسائل التواصل الاجتماعي بعيدا عن الاستمالات العاطفية) بالدرجة الاولى بنسبة بلغت (٧٥.٢٠٪) ثم تلتها اغلب الفقرات الاخرى بنسب معتدلة وواحدة ضعيفة بالمقارنة النسبية مع نتائج النسب التي تظهر بشكل واضح في المحاور الاخرى، حيث اظهرت فقرات (وسائل التواصل الاجتماعي تطور الانتاج المعرفي العراقي الى الضعف في ظل تطورات العصر التقنية الحديثة) بنسبة بلغت (٦٩.٤٤٪) و(التعددية في وسائل التواصل الاجتماعية تتيح الفرصة للنخبة للإلمام بمختلف الموضوعات ومن وجهات متعددة) بنسبة بلغت (٦٨.٣٧٪) و(وسائل التواصل الاجتماعي مرآة عاكسة للاواقع الراهن في العراق) بنسبة بلغت (٦٦.٠٨٪) بنسب معتدلة من مجموع الفقرات الاخرى لهذا المحور حيث كان وسط الفقرات الحسابي (٣.٧٥) و(٣.٤٧) و(٣.٤١) و(٣.٣٠)، وهكذا بنسب معتدلة بلقية الفقرات لهذا المحور باستثناء فقرة (موضوعات الوسائل الاجتماعية تنسجم مع التطلعات البحثية للنخب الاكاديمية) بنسبة بلغت (٥٢.٤١٪) ومتوسط حسابي بلغ (٢.٦٢). ويمكن تفسير هذه النسبة التي جاءت بالدرجة الاولى

من بقية النسب الاخرى بان فئة النخبة الاكاديمية تركز وتتمعن في مضمون المادة المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي من غير تأثير او استمالة عاطفية ووجدانية تؤثر في معارفهم وتطلعاتهم الفكرية والعلمية، وان النخبة الاكاديمية من وجهة نظرها لوسائل التواصل الاجتماعي تراها في منظور معتدل لتطوير وتشكيل المعارف وتغذية التطلعات العلمية وتنمية الثقافة واكتساب المعلومات مقارنة مع ما هو تقليدي وسابق الاستخدام والتداول.

٣. المحور الثالث: تقييم النخبة الاكاديمية لما تقدمه الوسائل الاجتماعية من مضمون مقارنة بالوسائل الاخرى.

جدول رقم (١٠) يوضح تقييم الأكاديميين لما تقدمه الوسائل الاجتماعية من مضامين مقارنة بالوسائل الاخرى

النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الفقرة	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الفقرة
79.80	3.99	إن ابجدية القضايا التي تتناولها وسائل التواصل الاجتماعي تتناسب مع اهتمامات الجمهور العراقي.	86.66	4.33	من أهم عوامل نجاح وسائل التواصل الاجتماعي هو مساحة الصراحة والحرية في بث الأخبار والأحداث في منشوراتها
59.44	2.97	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تعدّ مصادر موثوقة للمعلومات.	89.86	4.49	من أهم عوامل نجاح وسائل التواصل الاجتماعي هو السرعة الإخبارية الفورية حول ما يجري في العالم
56.55	2.82	يغنيني استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عن متابعة الوسائل الأخرى	64.42	3.22	وسائل التواصل الاجتماعي تستحوذ على أوقات الأساتذة وتتمي أفكارهم
44.82	2.24	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تراعي الموضوعية فيما تقدمه في مضامينها.	72.86	3.64	وسائل التواصل الاجتماعي سيطرت وفرضت نفسها على الوسائل الإعلامية الأخرى في جذب الجمهور الواعي والمتقف
48.96	2.44	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تتحرى الدقة في نقل الاحداث.	81.38	4.06	وسائل التواصل الاجتماعي هي أفضل الوسائل في طرح القضايا والأحداث الراهنة

بينت الفقرات في الجدول (١٠) بارتفاع فقرات (من أهم عوامل نجاح الوسائل الاجتماعية عامل السرعة الإخبارية الفورية حول ما يجري في العالم) بالدرجة الاولى بنسبة بلغت (٨٩.٨٦%) و(من أهم عوامل نجاح الوسائل الاجتماعية هو مساحة الصراحة والحرية في بث الأخبار

والأحداث في منشوراتها) بنسبة بلغت (٨٦.٦٦٪) و(وسائل الاجتماعية هي أفضل الوسائل في طرح القضايا والأحداث الحالية) بلغت نسبتها (٨١.٣٨٪) و(إن ايجابية القضايا التي تتناولها الوسائل الاجتماعية تتناسب مع اهتمامات الجمهور العراقي) بلغت نسبتها (٧٩.٨٠٪) من مجموع الفقرات الأخرى لهذا المحور حيث كان المتوسط الحسابي لتلك الفقرات (٤.٤٩) (٤.٣٣) و(٤.٠٦) و(٣.٩٩)، بينما بلغت فقرات أخرى بشكل متوسط وضعيف، حيث كانت المتوسطة منها (وسائل التواصل الاجتماعي تستحوذ على أوقات الأساتذة وتتمى أفكارهم) و(أرى أن الوسائل الاجتماعية تعتبر مصادر تمتلك الثقة في المعلومات) و(استخدام الوسائل الاجتماعية كافي عن متابعة الوسائل الأخرى) بنسب بلغت (٦٤.٤٢٪ و ٥٩.٤٤٪ و ٥٦.٥٥٪)، بينما كانت الفقرات الضعيفة (أرى أن الوسائل الاجتماعية تراعي الدقة في نقل الأحداث) و(أرى أن الوسائل الاجتماعية تراعي الموضوعية فيما تقدمه في مضامينها) بنسب بلغت (٤٨.٩٦٪ و ٤٤.٨٢٪)، وتعكس النتائج المرتفعة لحجم دور الوسائل الاجتماعية وسطوتها وتأثيرها على الوسائل الأخرى وغزوها للساحة التكنولوجية في السرعة وحريتها التامة في مضمونها المنشور في محتواها، بينما عكست النتائج المتوسطة والضعيفة منها ان تلك الوسائل لا تأخذ وقت كبير من وقت الأكاديميين وان درجة ثقتهم بها بالمقارنة مع الوسائل الأخرى هي معتدلة تميل للضعيفة، بينما اثر استخدامها عليهم بالمقارنة مع الوسائل الأخرى، وأخيرا فهي تفتقر الى الموضوعية والدقة من وجهة نظر الأكاديميين كونها ذات فضاء مفتوح وتخلو من الرقابة.

٤. المحور الرابع: تحليل نتائج السؤال الخامس: هل هناك فروقات احصائية في انعكاسات استخدامات الوسائل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية حسب متغيرا المبحوثين (نوعهم الاجتماعي، اعمارهم، الجامعة، سنوات عملهم، رتبته العلمية)؟

درجات المبحوثين في مقياس انعكاسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية		المتغيرات		انعكاسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء التراكم المعرفي للنخبة الأكاديمية العراقية
R 2	R	النوع		
23%	٠.٤٨	ذكر	اجتماعي	
7%	0.27	انثى	العمر	
15%	0.39		الجامعة	
5%	0.22		سنوات العمل	
3%	0.17		الرتبة العلمية	
3%	0.18			

بينت النتائج اعلاه بارتفاع قيمة العلاقة الترابطية بين انعكاسات استخدام الوسائل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي للنخب الأكاديمية العراقية ومتغير النوع، اذ بلغت (٠.٤٨)، باثر بلغ (٢٣٪) بالنسبة للذكور و (٠.٢٧) باثر بلغ (٧٪)، ثم تلاها ارتفاع متغير العمر بقيمة (٠.٣٩) باثر بلغت قيمته (١٥٪) من بين المتغيرات الاخر (الجامعة، سنوات العمل، الرتبة

العلمية) التي انخفضت فيها النسب مقارنة بمتغير (النوع) و (الجامعة)، ويخلص الباحث الى ان هناك فروقاً في انعكاسات استخدام الوسائل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي للنخب الأكاديمية العراقية حسب (نوعهم واعمارهم) من بين مجموع المتغيرات الاخرى (جامعات المبحوثين، سنوات عمل المبحوثين، رتب المبحوثين العلمية)، وهذا يؤكد ان متغير (النوع والعمر) اثرهما مرتفع في مدى قياس الفروق بين المتغيرات الاخرى، ويدل على النخبة الاكاديمية في الجامعتين من الذكور والاناث وبأعمار مختلفة يتابعون ويستخدمون وسائل التواصل بشكل مستمر لأغراض معرفية.

استنتاجات البحث:

١. ان درجة استخدام افراد عينة البحث مهم لوسائل التواصل الاجتماعي كانت نسبتها عالية بنسبة بلغت (٦٠٪)، ثم تلتها الفقرات الأخرى (بدرجة معتدلة، ودرجة منخفضة، ومنخفضة جداً) بنسب بلغت (٢٠ و ٨ و ٤٪).

٢. اتضح ان افراد عينة البحث من الأكاديميين في الجامعات عينة البحث يفضلون استخدام الفيسبوك بنسبة (٤٠٪) ثم بقية الوسائل الاجتماعية بنسب مختلفة، حيث بلغت نسبة استخدام وتسا اب (٣١٪)، تلاها اليوتيوب بنسبة (١٣٪)، ثم بعدها تويتر بنسبة بلغت (١٠٪)، ثم أخيراً الوسائل الأخرى بنسبة مئوية بلغت (٦٪).

٣. اظهر محور الجوانب العلمية والثقافية التي تكتسب من الوسائل الاجتماعية بالنسبة للأكاديمي العراقي بانها:

- (وسعت عملية الاندماج الثقافي والعلمي بين أفراد المجتمع) بنسبة بلغت (٨٦.٢٠٪).
- (تظهر مجتمع يمتلك ثقافة ومعلومات علمية بشكل أكبر من السابق) بنسبة بلغت (٨٥.٥١٪).

- (سهت التقليدي للكتب المطبوعة والورقية واضفت طريقة جديدة في عملية القراءة المباشرة) بنسبة بلغت (٨٠.٥٥٪).

٤. اما محور اهتمام النخبة الاكاديمية بما تنشره وسائل التواصل الاجتماعي من موضوعات تؤثر في تشكيل معارفهم فجاءت كما يلي:

- (ان النخبة الاكاديمية قادرة على فهم المادة المنشورة منطقياً في وسائل التواصل الاجتماعي بعيداً عن الاستمالات العاطفية) بنسبة بلغت (٧٥.٢٠٪).

- (وسائل التواصل الاجتماعي طورت الانتاج المعرفي العراقي الى الضعف في ظل تطورات العصر التقنية الحديثة) بنسبة بلغت (٧٠٪).

- (التعددية في الوسائل الاجتماعية تتيح الفرصة للنخبة للإلمام بمختلف الموضوعات ومن جهات متعددة) بنسبة بلغت (٦٨.٣٧٪).

٥. اوضحت النتائج ان تقييم النخبة الاكاديمية لما تقدمه الوسائل الاجتماعية من محتوى مقارنة بالوسائل الأخرى كالاتي:

- (من أهم عوامل نجاح وسائل الاجتماعية هو السرعة الإخبارية الفورية حول ما يجري في العالم.) بنسبة بلغت (٨٩.٨٦%).
- (من أهم عوامل نجاح الوسائل الاجتماعية هو مساحة الحرية والصراحة المنشورة في مضامينها) بنسبة بلغت (٨٦.٦٦%).

٦. اظهرت النتائج ان هناك فروقاً واختلافاً في انعكاسات استخدام الوسائل الاجتماعية في بناء التراكم المعرفي للنخب الأكاديمية العراقية حسب (نوع المبحوثين واعمارهم) بالمقارنة مع بقية المتغيرات (جامعاتهم، سنوات عملهم، رتبهم العلمية) بقيم بلغت ٠.٤٨ و ٠.٣٩ وأثر قيمته ٢٧ و ١٥%.

المقترحات والتوصيات:

١. العمل على توفير بيئة جيدة تسهل استعمال الوسائل الاجتماعية بشكل مثالي في التعليم في الجامعات.
٢. نشر التوعية العلمية والمعرفية حول مفاهيم استخدام المواقع الاجتماعية للاستعمال العلمي والأكاديمي.
٣. محاولة الفائدة من استخدام التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات التعليمية التابعة للتعليم العالي وبالأخص الوسائل الاجتماعية، وعملية تنمية وتطوير الوسائل الأكاديمية الاجتماعية، لتكون منبر خصب في عملية نشر وتشارك الخبرات الأكاديمية والأبحاث والدراسات.
٤. توسيع دائرة المجاميع المغلقة الخاصة بالأكاديميين العراقيين تدار من قبل لجنة علمية مختصة من قبل أكاديميين ذو كفاءة عالية لغرض تقديم المواد والواجبات ومناقشة الامور الخاصة بالبحث العلمي.
٥. دراسة الصعوبات والمشاكل التي تواجه الأكاديميين والعملية التعليمية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
٦. القيام بالمزيد من البحوث حول فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير عملية التعليم الأكاديمي.
٧. تحفيز الأكاديميين للتعبير عن أفكارهم ووجهات نظرهم العلمية من خلال الوسائل الاجتماعية للفائدة من تلك الآراء والمفاهيم.

الهوامش:

- (١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٧٠.
- (2) Adzove., Nyeku, & Keku (2017). The effect of Facebook use on employees productivity: case for University of Cape Coast employees. African Journal of Business Administration, 11 (6), p 66.
- (٣) إبراهيم الحسن الحكي، الكفاءات المهنية المطلوبة للأستاذ الجامعي حسب نظرة طلابه وعلاقتها ببعض المتغيرات، كلية التربية جامعة أم القرى فرع الطائف، "مجلة رسالة الخليج العربي" في العدد رقم ٩٠، ٢٠٠٤، ص ١٤.
- (٤) إبراهيم محمد فرج، اعتماد الشباب الجامعيين على الوسائل الإعلامية أثناء الأزمات: أزمة تفجيرات دهب انموذجاً. "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد ٧، العدد الثاني: يونيو - ديسمبر، ٢٠٠٦، ص ٦٢.
- (٥) حسن عماد مكاري وليلى السيد، نظريات الإعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٣٣٧.
- (6) Donohue and Tipton. a conceptual model of information that seeks avoidance and processing. in Peter Clark, New Paradigms for Mass Communication Research, Beverly Hills: Sage Publications, 1973, p 243-268.
- (٧) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط٥، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص ١٣٦.
- (٨) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال الجماهيري. عمان: دار البركة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٢٠٩.
- (٩) ليلى السيد، وحسن عماد مكاري، نظريات الإعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٣٣٨.
- (١٠) محمد صالح الشبيري، اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، ٢٠١١، ص ١٨.
- (١١) إبراهيم محمد فرج، اعتماد الشباب الجامعيين على الوسائل الإعلامية خلال الأزمات، مرجع سابق، ص ٦١.
- (١٢) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. مرجع سابق، ص ١٣٦.
- (١٣) عبد الله ممدوح الرعود، شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الاردن، ٢٠١٢، ص ٣١.
- (١٤) عباس مصطفى صادق، الانترنت والبحث العلمي، أبو ظبي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ٢٠١١، ص ٩.
- (١٥) القتلوني مصعب حسام الدين، الثورات الفيسبوكية مستقبل للوسائل الاجتماعية في عملية التغيير، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٤، ص ٩٧-٩٨.
- (16) Adzove., Nyeku, & Keku (2017). The effect of Facebook use on employee's productivity: case for University of Cape Coast employees. African Journal of Business Administration, 11 (6), P110.
- (١٧) امانى جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد ٨، ٢٠١٠، ص ١١.
- (١٨) حيدر وقيع الله ونورة ناصر الكربي، الفتاة والانترنت، الشارقة، دائرة الثقافة والاعلام، ٢٠١١، ص ٥١.
- (١٩) فايزة يخلف، الاعلام الجديد وسوسولوجيا التغيير في العالم العربي، مجلة علوم الاجتماع، الجزائر، جامعة المسلية، العدد ٢، ٢٠١٢، ص ١٩١.
- (٢٠) عبد الرحمن توفيق، الإدارة من خلال المعرفة: تغيير ما لا يمكن ان نغيره، القاهرة: المركز المهني للخبرات للإدارة، ٢٠٠٤، ص ٤٣١.
- (٢١) صابرين زغول، محاضرات في نظرية المعرفة ص ٧.
- (٢٢) سعيد بن حمد الربيعي، التعليم العالي في عصر المعرفة، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨، ص ٧٥.
- (٢٣) بومدين بو زيد، ندوة الطريق إلى مجتمع المعرفة وأهمية نشرها باللغة العربية، بيروت، مجلة المستقبل العربي، ص ١٨٩.
- (٢٤) ذياب البدائية، الأمن وحرب المعلومات، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٦، ص ٦١.
- (٢٥) ابو بكر محمود الهوش، المعلومات والتنمية، الندوة العلمية الأولى لقسم المعلومات، طرابلس، الجفرة، ٢٠٠٨، ص ٤٢.
- (٢٦) سعيد بن حمد الربيعي، التعليم العالي في عصر المعرفة عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨، ص ٧٥.
- (٢٧) عبد المجيد الرفاعي، أين العرب من مجتمع المعلومات - دمشق: مجلة العربية، ٢٠٠٩، ص ١٠٨.
- (28) Andrev, T, and Akiachak, A. (2011). Applicability of the sect model of knowledge creation in the Russa cultural context: a theoretical analysis. Knowledge and Operations Management, 18, p56.
- (٢٩) بكري سعد علي الحاج، هل نمتلك خطة لإيجاد مجتمع المعرفة، ٢٠٠٥: www.almarefah.com/index.php?num_mag=110
- (٣٠) سعيد، نادر، العلاقة الجدلية بين التنمية الإنسانية ومجتمع المعرفة (ابستمولوجيا المعرفة)، برنامج دراسات التنمية، جامعة بيروت، فلسطين - نابلس: مكتبات جامعة النجاح الوطنية، ٢٠٠٣، ص ١٥٤.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

- ١- أبو إصبع، صالح خليل (٢٠٠٦)، الاعلام والاتصال في المجتمع المعاصر، الطبعة الخامسة، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- ٢- ابو إصبع، صالح خليل (٢٠١٠)، الاتصال الجماهيري. عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.
- ٣- البداينة، ذياب (٢٠٠٦)، الأمن وحرب المعلومات، عمان، دار الشروق.
- ٤- الحكي، إبراهيم الحسن (٢٠٠٤)، الكفاءات المهنية المتطلبة للأستاذ الجامعي من وجهة نظر طلابه وعلاقتها ببعض المتغيرات، كلية التربية جامعة أم القرى فرع الطائف، مجلة رسالة الخليج العربي العدد، ٩٠.
- ٥- الحميد، محمد عبد (٢٠٠٠)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب.
- ٦- الربيعي، سعيد بن حمد (٢٠٠٨)، التعليم العالي في عصر المعرفة، عمان، دار الشروق.
- ٧- الرعود، عبد الله ممدوح (٢٠١٢). الوسائل الاجتماعية في عملية التغير السياسي في مصر وتونس حسب آراء الصحفيين الأردنيين، جامعة الشرق الأوسط في عمان، الاردن.
- ٨- الرفاعي، عبد المجيد (٢٠٠٩) أين العرب من مجتمع المعلومات، دمشق، مجلة العربية.
- ٩- الشبيري، محمد صالح (٢٠١١)، اعتماد جمهور اليمن على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.
- ١٠- العياضي، نصر الدين (٢٠١٥): دراسة المواقع الاجتماعية في الوطن العربي بين الأستمولوجيا والايديولوجيا، ملتقى المواقع الاجتماعية في بيئة عالمية متحولة، ردمك، تونس.
- ١١- الهويش، ابو بكر محمود (٢٠٠٨)، المعلومات والتنمية، الندوة العلمية الأولى لقسم المعلومات، طرابلس، الجفرة.
- ١٢- بومدين بو زيد (٢٠٠٨)، ندوة الطريق إلى مجتمع المعرفة وأهمية نشرها باللغة العربية، (بيروت، مجلة المستقبل العربي).
- ١٣- توفيق، عبد الرحمن (٢٠٠٤) الإدارة من خلال المعرفة: تغيير ما لا يمكن ان نغيره. القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة.
- ١٤- زغلول، صابرين (١٩٨٣)، محاضرات في نظرية المعرفة.
- ١٥- سعيد، النادر (٢٠٠٣)، العلاقة الجدلية بين التنمية الإنسانية ومجتمع المعرفة، برنامج دراسات التنمية، جامعة بيرزيت، فلسطين، نابلس: مكتبة جامعة النجاح الوطنية.
- ١٦- سكر، رفيق (٢٠١٠). الاعلام والإعلام العربي، دراسة في الواقع والمتغيرات. ط١. بيروت: المؤسسة الحديثة للكتاب.
- ١٧- سميسم، حميدة (٢٠٠٩)، محاضرات متفرقة تم اللقاءها أقيمت في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، (نظريات الإعلام)، عمان.
- ١٨- صادق، عباس مصطفى (٢٠١١)، الانترنت والبحث العلمي، أبو ظبي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- ١٩- عبود، حارث، والعاني، مزهر (٢٠١٥). التكنولوجيا التعليمية المستقبلية، عمان: دار وائل للنشر.
- ٢٠- فرج، إبراهيم (٢٠٠٦)، اعتماد شباب الجامعة على الوسائل الإعلامية خلال الأزمات، المجلة بحوث الرأي العام المصرية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد ٧، العدد الثاني.
- ٢١- قرناني، ياسين، وبكار، أمينة (٢٠١٧). تطبيقات الاعلام الجديد، المفاهيم، الخصائص، الوظائف، الفرص والتحديات. ط١. عمان: دار الأيام.
- ٢٢- مكاري، حسن عماد والسيد، ليلي (٢٠٠٩)، نظريات الإعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

23- Donahew, L.& Tipton (1973). A conceptual model of information seeking avoiding, & processing. In peter Clarke(ed) new models for mass communication research, Beverly-hills: sage publications.

24- Adzove, Nyeku & Keku (2017). The effect of Facebook use on employee's productivity: case for University of Cape Coast employees. African Journal of Business Administration, 11 (6), P110.

25- Andrev, T, and Akiachak, A. (2011). Applicability of the sect model of knowledge creation in the Russa cultural context: a theoretical analyses, Knowledge and Operations Management, 18, p56.

ثانياً: مواقع الانترنت:

- ١- الموسوعة الحرة، تويتر (٢٠١٥)، تم الوصول اليه بتاريخ ٢٠١٩/٣/١٩.
- ٢- الموسوعة الحرة، جوجل بلس، ٢٠١٦، تم الوصول اليه بتاريخ ٢٠١٩/٣/١٧.
- ٣- (الموسوعة الحرة، يوتيوب، ٢٠١٥، تم الوصول اليه بتاريخ ٢٠١٩/٣/١٨).
- 4- Chandra Steel (20/2/2014), what is WhatsApp? Fisher, "www.pcmag.com, retrieve 26/4/2018. It was edited.
- ٥- الحاج بكري، سعد علي (٢٠٠٥)، هل نمثل خطة لإيجاد مجتمع المعرفة: www.almarefah.com/index.php?num_mag=110.

Resources and References

Firstly: Resources:

- 1- Abu Osbaa, Salih Khalil (2006), Media and Communication in Contemporary Society, Fifth Edition, Amman: Dar Majdalawi for Publishing and Distribution.
- 2- Abu Osbaa, Salih Khalil (2010), mass communication. Amman: Dar Al-Baraka for publication and distribution.
- 3- Al-Badaina, Diab (2006), Security and Information War, Amman, Dar Al-Shorouk.
- 4- Al-Hakami, Ibrahim Al-Hassan (2004), The professional competencies required for a university professor from the viewpoint of his students and their relationship to some variables, College of Education, Umm Al-Qura University, Taif Branch, Arab Gulf Message Journal, Issue, 90.
- 5- Al-Hamid, Muhammad Abd (2000), Scientific Research in Media Studies, Cairo, The World of Books.
- 6- Al-Rubaie, Saeed bin Hamad (2008), Higher Education in the Age of Knowledge, Amman, Dar Al-Shorouk.
- 7- Al-Raoud, Abdullah Mamdouh (2012). Social Means in the Process of Political Change in Egypt and Tunisia According to the Views of Jordanian Journalists, Middle East University in Amman, Jordan.
- 8- Al-Rifai, Abdul Majeed (2009) Where are the Arabs from the information society, Damascus, Al-Arabiya Magazine.
- 9- Al-Shubairi, Muhammad Salih (2011), The Yemeni audience's reliance on Yemen's satellite channel coverage of crises, master's thesis, Middle East University, Jordan.
- 10- Al-Ayadhi, Nasreddin (2015): A Study of Social Sites in the Arab World Between Epistemology and Ideology, Forum of Social Sites in a Transforming Global Environment, ISBN, Tunisia.
- 11- Al-Huwaish, Abu Bakr Mahmoud (2008), Information and Development, the first scientific symposium of the Information Department, Tripoli, Al-Jafra.
- 12- Boumedienne Bou Zaid (2008), The Road to Knowledge Society Symposium and the Importance of Publishing it in Arabic, (Beirut, Arab Future Magazine).
- 13- Tawfiq, Abd al-Rahman (2004) Management through Knowledge: Changing What We Cannot Change. Cairo: Professional Experience Center for Management.
- 14- Zaghoul, Sabreen (1983), Lectures on Epistemology.
- 15- Saeed, Al-Nader (2003), The dialectical relationship between human development and the knowledge society, Development Studies Program, Birzeit University, Palestine, Nablus: An-Najah National University Library.
- 16- Sukar, Rafik (2010). Media and Arab media, a study in reality and variables. I 1. Beirut: Modern Book Foundation.
- 17- Sumaisem, Hamida (2009), separate lectures delivered at the Faculty of Mass Communication at the Middle East University, (Media Theories), Amman.
- 18- Sadiq, Abbas Mustafa (2011), Internet and Scientific Research, Abu Dhabi, Emirates Center for Strategic Studies and Research.
- 19- Abboud, Harith, and Al-Ani, Mazhar (2015). Future educational technology, Amman: Wael Publishing House.
- 20- Farag, Ibrahim (2006), University Youth Dependence on Media During Crises, Egyptian Public Opinion Research Journal, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Volume 7, Number 2.
- 21- Qarnani, Yassin, and Bakkar, Amina (2017). New media applications, concepts, characteristics, functions, opportunities and challenges. I 1. Amman: Dar Al-Ayyam.
- 22- Makkawi, Hassan Emad and Al-Sayed, Laila (2009), Media Theories, Cairo: Arab House for Publishing and Distribution.
- 23- Donahew, L. & Tipton (1973). A conceptual model of information seeking avoiding, & processing. In Peter Clarke(ed) new models for mass communication research, Beverly-Hills: sage publications.
- 24- Adzove, Nyeku & Keku (2017). The effect of Facebook use on employee's productivity: case for University of Cape Coast employees. African Journal of Business Administration, 11 (6), p110.
- 25 Andreva, T, and Akiachak, A. (2011). Applicability of the sect model of knowledge creation in the Russa cultural context: a theoretical analyses, Knowledge and Operations Management, 18, p56.

Second: Websites:

- 1- The Free Encyclopedia, Twitter (2015), accessed on 3/19/2019.
- 2- The Free Encyclopedia, Google Plus, 2016, accessed on 3/17/2019.
- 3- (The Free Encyclopedia, YouTube, 2015, accessed on 3/18/2019.
- 4- Chandra Steel (20/2/2014), what is WhatsApp? Fisher," www.pcmag.com, retrieved 4/26/2018. It was edited.
- 5- Al-Haj Bakri, Saad Ali (2005), Do we have a plan to create a knowledge society: www.almarefah.com/index.php?num_mag=110.