

تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على تكوين الإطار المعرفي للأستاذ الجامعي

The effect of mass communication on the formation of the professor's knowledge framework

طالبي مصطفى

talbi.mustapha@univ-medea.dz

شتوي الأخضر

chetouisoc2018@gmail.com

جامعة يحي فارس المدية

مخبر التنمية التنظيمية وإدارة الموارد البشرية بجامعة البليدة 2

تاريخ الاستلام: 2020/04/18

تاريخ القبول: 2020/10/22

ملخص:

تعتبر وسائل الاتصال الجماهيرية المؤثر الكبير في وقتنا الحالي في تكوين ثقافة المجتمع ومؤسساته المختلفة، ومع تسارع وانتشار المفاهيم الاجتماعية والثقافية الحديثة كحقوق الإنسان والتحديث، المرأة، والعولمة، والديمقراطية وتوجيه الرأي العام، وانعكاسات ذلك على التغير الاجتماعي .^[1] تهدف هذه الدراسة الى تقصي تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الاطار المعرفي للأستاذ الجامعي والتي نحاول من خلالها الوصول الى استخدامات وسائل الاتصال وكيفية الحصول على المعلومة منها، والتي تساعد الاستاذ الجامعي على تنمية قدراته المعرفية بدون التأثير بثقافات الوارد؛ فأضفت النتائج التي تم توصل اليها ان مختلف وسائل الاتصال تت^[2] الكثير من الفرص لنقل المعرفة الانسانية تخلق بيئة اتصالية خصبة من خلال الاعتماد والاستخدام الجيد لها ، وعلى أن تكون للأستاذ القدرة على غريلة المحتويات الثقافية والمعرفية.

الكلمات المفتا^[3]لية: وسائل الاتصال ، الاطار المعرفي ، البيئة الاتصالية ، البناء الاجتماعي

Summary :

The mass media are considered the major influence in our time in forming the culture of society and its various institutions, and with the acceleration and spread of modern social and cultural concepts such as

human rights and modernization, women, globalization, democracy and directing public opinion, and its implications for social change

Where this study aims to investigate the effect of mass communication methods on the professor's knowledge framework and through which we try to reach the uses of communication methods and how to obtain information from them, which helps the university professor to develop his cognitive abilities without being affected by incoming cultures, so the results that were reached added that various Means of communication offer many opportunities for imparting human knowledge, creating a fertile communication environment through accreditation and good use of it, and the teacher should have the ability to screen cultural and knowledge contents

Keywords: Means of communication, knowledge framework, social pattern social construction

المؤلف المرسل: طالبي مصطفى ، الإيميل: talbi.mustapha@univ-medea.dz

مقدمة:

ظاهرة الاتصال الجماهيري هي نتاج تطور وسائل الاتصال بالشكل الذي نراه اليوم إلى نشوء هذه ^[1] حيث أصبحت الظاهرة محط أنظار النخب لدارسة لهذا النوع من الظواهر والتي تعكس اهتمامهم بهذه الوسائل وبآثارها الاجتماعية، ^[2] حيث يتميز الاتصال الجماهيري بقدرته على توصيل الرسائل إلى عدد كبير من الجمهور، في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة، مع مقدرة عالية على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلا، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات.

الأمر الذي يؤدي إلى تغيير نظرة الناس إلى الحياة وإلى العالم من ^[3] حولهم، من خلال تغيير مواقفهم تجاه الأشخاص والقضايا، فيتغير بالتالي، ^[4] كمهم علمها، وموقفهم منها، فمثلاً: ^[5] بينما تمطرنا وسائل الإعلام الغربية بعشرات المواضيع الإعلامية، المقروءة، والمسموعة تحدث أثرا سلبيا وإيجابيا نحو تصورنا لمواضيع المطروقة ^[6] من خلال المادة الاعلامية المعروضة .

إن الاتصال الجماهيري، وبشكله العصري التكنولوجي، يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الإنترنت.

من هنا تسعى هذه الدراسة إلى تحليل مخرجات لوسائل الاتصال الجماهيري كمحاولة لفهم طبيعة الاتصال الجماهيري، وتأثيره في الإطار المعرفي للأستاذ الجامعي، ووظائفه التوعوية، وخصائصه العامة التي تشكلت تبعا لعمليات التغيير الاجتماعي والثقافي والحضاري في المجتمعات المعاصرة.

أولا. مشكلة البحث

شهد العصر الحديث تطوراً تكنولوجياً متميزاً في وسائل الإعلام، من خلال ظهور تقنيات ووسائل إعلامية جديدة، بحيث لم يعد التلفاز أو الراديو هي المصادر الأولية للإعلام، فقد ظهرت المصادر الإعلامية الإلكترونية تستخدم الإنترنت، بالإضافة لوسائل التواصل الاجتماعي من الفيس بوك واليوتيوب وتويتر وغيرها من البرامج، والتي أصبحت لها تأثير مهم وفعال داخل المجتمعات المعاصرة وإنجازاتها.

وتلعب وسائل الاتصال دور في نشر البحوث والتجارب العلمية، إلى جانب الاختراعات والاكتشافات كما يمكن تبادل وجهات النظر عبر وسائل التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات والأفكار وتبادل الخبرات والتنوع الثقافي، مما يساهم في إثراء عقول المستقبلين، وينمي جودة الرأي العام ويدفعه للأمام، ومن هنا يزداد حجم المعرفة لدى المشاهدين مما يدعم نوعية المعرفة والثقافة المجتمعية، من جهة أخرى تساهم وسائل الاتصال في نشر الأخبار المتنوعة الأخرى بما يخدم الجماهير، بحيث يتم استغلال وسائل الإعلام لضمان عملية الاتصال والتواصل بين مختلف البنى المكونة للمجتمع، كما تساهم وسائل الإعلام في عملية التنمية المجتمعية من خلال تطوير الجانب التعليمي والمعرفي.

وعلى اعتبار الأستاذ الجامعي أ^[2]د الفاعلين الأساسيين في عملية نقل المعارف عبر مختلف المنابر الجامعية، يتفاعل مع هاته الوسائل الحديثة لنقل المعلومة للطلبة، ^[2]ليث تساهم وسائل الاتصال في تكوين هذا التراكم المعرفي الذي تحصيل عليه خلال سيرورته التكوينية في المدارس الحكومية ^[2]ليث اكتسب منها معرفته العلمية.

وفي تلك المراحل الدراسية ظهرت تأثيرات وسائل الإعلام في الثمانينيات من القرن المنصرم ، ^[2]ليث بدأت آثارها الثقافية تظهر على سلوكيات الأفراد عامة وسلوكيات الأستاذ الجامعي خاصة. يعتمد الاستاذ الجامعي أثناء عملياته البحثية على الوسائط ولعل وسائل الاتصال أهمها؛ هذا الاتصال شبه الدائم للبا^[2]ئين جعلهم أكثر ارتباطا به، بل ^[2]تق أن انعكس على سلوكيات وتصرفات بعضهم، وهذا التأثير لوسائل الاتصال الجماهيري شمل كل الأفراد المستخدمين بما فيهم ثلة من الأساتذة الجامعيين، في ^[2]ين نعلم أن الأستاذ الجامعي وجب أن يكون محميا ومحصنا من خلال اطاره المعرفي، وهو من الذين يعتمد عليهم المجتمع في عمليات الحفاظ على فلسفته .

من هنا نحاول تحديد المشكلة البحثية لدراسة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على النخبة الجزائرية المتمثلة في الأساتذة الجامعيين، وعلى كيفية الاعتماد عليها في الاتصال الشخصي وارتباطه بالوعي الثقافي الذي يتناسب مع ثقافة المجتمع ، ومنها تبني أفكار جديدة ترقى بالبحث العلمي .

التساؤل الرئيسي:

ماهي تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري في التراكم المعرفي للأساتذة الجامعيين؟

التساؤلات الفرعية:

-هل يعتمد الأساتذة الجامعيين على وسائل الاتصال الجماهيري للحصول على مختلف المعارف ؟

-هل يستخدم الأساتذة الجامعيين وسائل الاتصال الجماهيري لتساعده على تشكل بيئة اتصالية ؟
الفرضية الرئيسية :

تؤثر وسائل الاتصال الجماهيري في التراكم المعرفي للأساتذة الجامعيين.

الفرضيات الفرعية :

* يعتمد الأستاذ الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيرية للحصول على معلومات كافية تساعده على فهم وتنمية معارفه وخبراته
* استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية والتحكم الجيد فيها يساعد الاساتذة الجامعيين على تشكيل بيئة اتصالية تساعدهم على التواصل بمختلف الوسائط المعرفية في العالم قصد تنمية قدراته المعرفية.

1.أهداف الدراسة :

إن لكل دراسة أهداف تريد الوصول اليها بغية إثراء البحث العلمي وكشف عن الظواهر التي تشغل المجتمع ، [1]اولنا في هذه الدراسة تقصي تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الاطار المعرفي للأستاذ ، والتي نحاول من خلالها الوصول الى استخدامات وسائل الاتصال وكيف الحصول على المعلومة منها والتي تساعد الاستاذ الجامعي على تنمية قدراته المعرفية ، وكذا كيفية الاعتماد عليها في تشكيل فعل تواصلي بينه وبين مختلف الوسائط المعرفية في محيطه وخارجه.

2.أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية الدراسة في تقصي مختلف تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية في بناء الأطر المعرفية للأشخاص وكيفية تشكيل الوعي السلوكي للأفراد اتجه مختلف القضايا التي تهمهم وتهتم المجتمع ككل، وكيفية التفاعل معها كأشخاص واعين مثل النخبة الجامعية التي هي القادة لكل مجتمع، من خلال نقل المعارف للطلبة الذين هم عماد كل أمة ، من أجل البناء نسق

اجتماعي متزن يحميه من مختلف التحولات الثقافية، ^[2]يث ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في تغير الكثير من القيم والعادات التي كانت تسود المجتمع .
- إن البحث في تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الثقافة السائدة في المجتمعات صار محل اهتمام كل البا^[3]ئين وفي كل الاختصاصات، خاصة لما أ^[4]لدهته من تغير في البنى الاجتماعية، وعبر العلاقات الممتدة مما تعرضه وسائل الاعلام من جهة وبين اتجاهات وآراء و^[5]لدات الجمهور وعاداتهم المشاهدة من جهة أخرى،

- إن عمليات الغرس الثقافي وتشريب مستعملي وسائل الاتصال الجماهيري للثقافات مخالفة لفلسفة مجتمعاتهم أقرب ما يكون صيغة من صيغ التنشئة الاجتماعية ^[6]يث التفاعل لفترات طويلة بين مصادر المعرفة والقيم ونماذج السلوك، جعل الفرد بما فهم النخبة على شاكلة الأستاذ الجامعي يكسب الفرد أفكارا وأنماط سلوكية تتسق مع وضعه الاجتماعي.

ثانيا. مفاهيم الدراسة:

1. وسائل التواصل الجماهيري :

"الاتصال الجماهيري هو عملية التفاعل الاجتماعي من أجل اشباع الحاجات المتنوعة ،فهو من الظواهر البشرية والاجتماعية ، لأنه نتاج التفاعل بين الفرد المجتمع"(1) وهي عملية مستمرة تسعى الى ربط العلاقة بين مختلف المتصلين عبر مختلف الوسائل التواصل الحديثة وردالصدى بينهم وتشكيل بيئة اتصالية تساهم في نقل وجهات الرأي وتبادل مختلف معارف .

كما يقصد بها ايضا " تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الاعلام الجماهيري ، ويتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل الى الجمهور عريض ومتباين الاتجاهات والمستويات "(2)

2. بيئة الاتصالية :

هي ذلك الحيز الذي يحيط بالمتعامل مع وسائل الاتصال بحيث يتناغم معها لتشكيل لغة تواصل بينه وبين الآخر في مختلف الثقافات الأخرى في العالم بحث يشكل معه بيئة مشتركة للتعايش في تكامل وانسجام تام . "كما أنها سمة الجوهرية للميديا الجديدة والتي فتحت المجال واسعا للمتلقي ليصب² عنصرا فعّالا وإيجابيا في العملية الاتصالية، يساهم في إنتاج المضمون الاتصالي بعد أن كان دوره في وسائل الاتصال التقليدية يقتصر على تلقي الرسالة الإعلامية" (3)

3. الإطار المعرفي :

"مجموعة من المعاني والمعتقدات والأ³كام والمفاهيم والتصورات الفردية ، التي تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولاته متكررة لمعرفة الظواهر والأشياء التي تحيط وتتصل به" (4)

وهو كل مخرجات النظام التعليمي التي أنتجت المعرفة الثقافية لأستاذ الجامعي خلال مختلف المراحل الدراسية⁴ حيث أنتجت معرفة تقوم على أساس المنهجية في الدراسة الشاملة للمواضيع، بحيث تكون النتيجة النهائية قائمة على تحليل دقيق للحقائق، ومستندة على الأدلة والشواهد المتوفرة على مستوى الموضوع، وهي نوع من المعرفة المتنامية باستمرار والتي ساهمت مختلف البنى الاجتماعية في تكوينها عبر فترات زمنية معاقبة كان لوسائل الاتصال الجماهيري دور في تشكيلها .

ثالثا.دراسات سابقة:

سوف نعرض دراسة سابقة التي يمكن أن تفيدنا في التحليل ورسم خطة للدراسة وإيجاد علاقة بين متغيرات الدراسة . في الواقع أنه لا توجد دراسات مباشرة اهتمت تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على تكوين الإطار المعرفي للأستاذ الجامعي ، وإنما توجد دراسات تفسر الدور والتأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال في تشكيل الاتجاهات والقدرة على التغيير السياسي من خلال

الاعتماد عليه في توجيه الرأي العام ، والدور الذي تلعبه في التوعية ، ولما كانت مساهمة البحث لا تسم² بتناول كل الدراسات³ قول الموضوع فيمكن تناول نموذج وا⁴لد منها وذلك على النحو التالي:

1.دراسة فيصل فرحي (2013):

وهي أطرو⁵ة بعنوان :الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر والتي هدفت إلى الكشف عن "معرفة الوسيلة الاتصالية الأكثر اعتمادا ودرجة وطبيعة تأثيرها في بناء الاتجاهات للأساتذة الجامعيين كنخبة نحو القدرة على التغيير السياسي وكذا فهم وتحليل طبيعة العلاقة الموجودة بين التعرض إلى مضامين وسائل الاتصال الجماهيرية وبناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي"⁽⁵⁾،⁶ حيث خلصت "الدراسة في جانبها النظري والميداني إلى أن النخبة الجزائرية والممثلة هنا في الأساتذة الجامعيين تعتمد بشكل قوي على وسائل الاتصال الجماهيري في⁷صولها على المعلومات، وأنها (أي النخبة) تحمل في الغالب اتجاهات سلبية نحو التغيير السياسي، أي بمعنى، أن وسائل الاتصال الجماهيري التي في الإجمال تنقل رسائل ومضامين سلبية أثرت بدورها سلبا على اتجاهات وميولات النخبة في التغيير السياسي."(6)

2.تعقيب على الدراسات السابقة:

في عرضنا للدراسة السابقة التي تتعلق بالاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر يمكن لدراستنا أن تستفيد من المنهجيات المختلفة التي تناولت بها هذه الدراسات كيفية اعتماد الاستاذ الجامعي كنخبة والتأثيرات الثقافية والمعرفية لوسائل الإيصال لا سيما علي اتجاهات السياسية التي هي نتاج ثقافة مجتمع ، وكذلك يمكن الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة في مزيد من التعرف على الأبعاد المختلفة لمفهوم النخبة والاستاذة الجامعي من نخبة المجتمع ومفهوم الوعي الاجتماعي وغيرها من المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة

خامسا: المقاربة السوسيولوجية:

1. نظرية الاستخدامات والإشباع

يرى أصحاب هذه النظرية أن الجمهور: "من خلال منظور الاستخدامات ليس مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض اليها ونوع المضمون الذي يلي احتياجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال المعلومات والترفيه المتنا⁷" (7) .

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن للنظرية جملة من الوظائف التي تلبي احتياجات الفرد والمثلة في: الوظيفة الإخبارية، ووظيفة زيادة الثقافة والمعلومات، ووظائف لها علاقة بتفاعل الفرد مع غيره والتي ينجم عنها اكتساب قيم ومعايير جديدة، كما تؤثر في عمليات تكيفه داخل المجتمع وهذه الوظائف كالتالي: "أولا: وظيفة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له وظيفة ودور كبير في مجال التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد من هنا تتلاقى تلك المؤسسات في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات. ثانيا: وظيفة الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية: ⁸يث يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالتكاث المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض هذا التكاث هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها". (8).

تتعمق الصلات الاجتماعية بين مستخدمي وسائل الاتصال على غرار الأستاذ الجامعي من خلال تفاعلهم مع بعضهم البعض، ⁹يث يتم تبادل الخبرات، والقيم والعادات والتي تسهم في إعادة تشكيل شخصية الفرد والمجتمع.

2. نظرية الغرس الثقافي والمعرفي:

يعتبر جورج جربنر (George Gerbner) أهم وأبرز روادها ، و خلاصة هذه النظرية هي أن تكرار تعرض المشاهدين بكثرة لمشاهد ووسائل ومضامين إعلامية مختلفة عن الواقع الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال عامة ، التي تؤثر في إدراك الجمهور لهذا الواقع.

من خلال تحليل النظريات التي تدرس تأثيرات مضامين وسائل الاتصال وإدراكات الجمهور المتلقي لهذه المادة الاعلامية من التعرض المستمر لها خلال فترات زمنية طويلة، والتي يشكل بموجها تواصل يؤثر في شعور المتلقي من خلال الكم الهائل من المعلومات والمعارف تغير سلوكيات المتلقي والأستاذ الجامعي كأحد المتلقين في فضاء الميديا ومن خلال اعتماده على هذه الوسائل وباستخداماته اليومية لها فإنها تؤثر على ثقافته ومن ثمة على المعارف - اذا رجعنا الى تعرف تايلور للثقافة - التي يتلقاها خلال تعامله مع مختلف الوسائط المعرفية التي تنتجها وسائل الاتصال الجماهيري **سادسا:** الإطار النظري:

1. مفهوم الاتصال الجماهيري:

كمفهوم عام نجد أنه " انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضا والاتصال هو نشاط ^[9]يوي والحاجة إليه في ازدياد مستمر " (9) وهي "عملية يتم توصيل المعلومة به من المرسل الى المستقبل عبر وسيلة جماهيرية من أجل تغير سلوك ما في المستقبل" (10) وهي "رسالة يرسلها مرسل عبر وسائل الاتصال المستخدمة ذلك والتي تحاك مستوى فهم الجمهور ^[10]سبب الا^[11]تياجات النمطية لكل وسيلة اتصال " (11)

2. مفهوم الاتصال من منظور علم الاجتماع:

"عملية تفاعل بين طرفيين.. وضرورة من ضروريات استمرارية الحياة الاجتماعية لتحقيق التكامل الاجتماعي"(12)" فالتفاعل هو الاشتراك المشترك في العملية الاتصالية، أما التكامل فيعني الاستخدام الفعال لكل من وسائل

الاتصال الجماهيري والتفاعلي وقنوات الاتصال الشخصي بأقصى كفاءة ممكنة لتحقيق الأهداف وتعزيز التكامل الاجتماعي داخل المجتمع" (13)

3..وظائف الاتصال الجماهيري:

يرى عالم اجتماع البريطاني " انطوني غندز أن لوسائل الاتصال الاعلام والاتصال أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة ، وكلما اتسع هامش الحريات التي تتمتع بها وزاد اهتمامها بالقضايا المهمة مثل الحكم الصالح ، التمكين الاجتماعي ، تعززت الحوافز لتأسيس مجتمع المعرفة " (14) لذا نجد أن وسائل الاتصال الجماهير لديها وظائف عد مثلها مثل البنى الأساسية مكونة للنسق العام للمجتمعات الحديثة.

4.خصائص الاتصال الجماهيري:

- "التوزيع : يعني توصيل الرسالة الى الجمهور 7يُثما كان.
- رجع الصدى وتغذية الراجعة أو المرتدة : وهو السلوك الصادر عن المتلقي كرد فعل على الرسالة
- التمويل : ويعتبر التمويل من الخصائص المميزة للاتصال الجماهيري .
- التشويش:ففي أية عملية اتصالية يحدث تداخل ما يعيق أو يؤثر سلباً عليها" (15)
- انتشار الاتصال الجماهيري عبر الزمان والمكان.
- الاشتراك والمشاركة في المعنى
- قابلية للتنبؤ به بدرجة من الاتمالة.
- وجود جمهور كبير الحجم تصل إليه الرسالة الاتصالية.
- الغربة : كون لكل مؤسسة فلسفتها وأهدافها من إيصال الرسالة " (16)

5. تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الاطار المعرفي للفرد:

"تؤثر وسائل الاعلام والاتصال فينا على مستويات عديدة فهي تمدنا بالأفكار ، وتساعد في تشكيل آرائنا ومواقفنا ، وهي تؤثر على عواطفنا كما تؤثر في سلوكنا".(17)

تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية في بناء الاطار المعرفي للأستاذ " ففي واقعه الاجتماعي إنما يعتمد في الأساس على خبراته المباشرة وغير المباشرة بالواقع المحيط به، ونظرا لصعوبة اعتماد الأفراد على فهم هذا الواقع بحكم الحيز الزمني الذي يمكن أن يتوفر للإنسان ، ومحدودية الفرص المتاحة له للتعرف على ما يحيط به على نحو مباشر ، فإنهم يعوضون ذلك باعتمادهم على وسائل الاعلام التي تقدم للأفراد المعلومات عن واقعهم ، وبذلك تسهم هذه الوسائل كغيرها من مؤسسات المجتمع في تشكيل إدراك الأفراد لواقعهم وأدوارهم في ذلك الواقع" (18)

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.1. أدوات الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على مدى تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الاطار المعرفي للأستاذ الجامعي وتعزيز ثقافته ومعارفه في ما يخدم البحث العلمي ورفع قدرة الطلبة وتمكينهم من توسيع مدركاتهم المعرفية وترسيخ ثقافة المجتمع وتحدي الصعاب.

تقتصر هذه الدراسة على أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة زيان عاشور بالجلفة للموسم الدراسي 2019-2020

1.1.1 المجال الزمني للدراسة :

تحددت الدراسة زمنياً بالفترة الممتدة من ديسمبر 2019 حتى جانفي 2020

2.1. المجال المكاني للدراسة:

تحددت الدراسة مكانيا بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة : زيان عشور بالجلفة.

3.1. المجال البشري للدراسة :

تحددت الدراسة بشريا بأساتذة جامعيين دائمين الذين يدرسون بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة : زيان عاشور بالجلفة.

2. منهج الدراسة:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي منهجا لدراستنا تحديدا في التعرف على خصائص المبحوثين الفردية وكذا خصائصهم كمتعرضين للمضمون الاتصالي الإعلامي ومن ثم كمتلقين، وهذا ما سمح² باختبار فرضيات الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرات، خاصة وأن للمنهج المعتمد قدرة - ليس فقط على إثبات وجود تأثير متغير وسائل الاتصال الجماهيري - ، بل يتعمق في الكشف عن شدة تأثيره على متغير الإطار المعرفي للأستاذ الجامعي.

3. أداة الدراسة:

إن التحليل الكمي يحتاج استعمال الاستمارة للحصول على المعلومة ، والتي نوجهها للأستاذ الجامعي الذي يزاوّل عمله بصفة منتظمة داخل الجامعة أي الأستاذ الدائم.

4. عينة الدراسة:

تم اخيار العينة بطريقة المسح الشامل لجميع الأساتذة الدائمين في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجماعية زيان عاشور وكان عددهم لغاية إجرائنا لهذه الدراسة 168 استاذًا.

5. م²اور الدراسة:

قمنا ببناء استبانة صممت لأغراض الدراسة اعتمدنا على ما جاء في أدبيات الدراسة، وقد تضمنت ثلاث محاور رئيسة، على النحو الآتي:

-تضمن المحور الأول معلومات وبيانات أولية عن العينة، واشتمل على فقرتين: الجنس ، العمر .

-تضمن المحور الثاني: على الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري. واشتمل على •اربع فقرات طلب فيها من أفراد العينة تحدد درجة اعتمادك والوسيلة الاتصالية التي يعتمد عليها أكثر في عملية البحث العلمي والتي تساعد في طلب المعلومات بسرعة.

-تضمن المحور الثالث: مدى استخدام وسائل الاتصال الجماهيري للاستفادة منها في عملية الاتصالية واستقاء المعلومات لأغراض البحث العلمي واشتمل على ثمن فقرات.

ثامنا:..ليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

1. المحور الأول : المعلومات الشخصية:

الجدول 01: أعمار أفراد عينة الدراسة:

النسبة المئوية	التكرار	المجال العمري
5.95%	10	25 - 35
26.78%	45	35 - 45
41.07%	69	45 - 55
26.20%	44	55 - فأكثر
100%	168	المجموع

المصدر: من اعداد المؤلف

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة ^٢سبب متغير العمر نلاحظ أن نسبة (41.07%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم من 45 الى 55 سنة يلهم اصحاب الأعمار من 35 الى 45 سنة بنسبة (26.78%) كمأن أعمار من 55 فأكثر بنسبة (26.20%) في الأخير أعمار من 25 الى 35 سنة بسبة (5.95%) ونلاحظ أن اغلبية المبحوثين في سن النضوج الفكري والمعرفي برغم من وجود نسبة لا بأس بها من المبحوثين أكثر تأثرا بوسائل الاعلام من غيرهم بحكم كثرة

استعمالهم لها. أظهرت نتائج هذا الجدول أن النسبة الأكبر سنها ما بين (45 و55) وهذا ما يعكس أن أفردته أكثر انتقائية للمعلومة وما يدور حولها، وأن أصحابها أكثر تشرباً وتمسكاً لقيم ومعايير مجتمعهم، كما أن هاته الفئة تعتبر أقل فئة تستخدم هاته الوسائل.

الجدول 02: جنس أفراد عينة الدراسة

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	102	60.71%
أنثى	66	39.29%
المجموع	168	100%

المصدر: من اعداد المؤلف

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس فنلاحظ أن عدد الذكور أكثر بنسبة (60.71%) والانات بنسبة (39.29%)، نلاحظ أن التأكيد على أن الجمهور وهنا نقصد الذكور منهم يختارون الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاتهم. برغم من أن اهتمام الذكور يتخلف عن اهتمام الاناث من حيث استخدام وسائل الاعلام الجماهيري، لأنهم أكثر انشغالا بهاته الوسائل. في حين نجد الاناث لهم اهتمامات موازية تتعلق باحتياجاتهم الخاصة. ونظرا للحرية التي يتمتع الذكور على غرار الاناث زادت في عمليات التفاعل ومن خلالها عمليات الاستخدام.

2. المحور الثاني: اعتماد الاستاذ الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري

في جمع معلوماته.

الجدول رقم 03: درجة اعتماد أفراد العينة على مصدر المعلومة

الاعتماد على وسائل الاتصال	التكرار	النسبة
كثيرا	118	70.23%
قليلاً	50	29.77%
المجموع	168	100%

المصدر: من اعداد المؤلف

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة ^[2]سبب درجة الاعتماد على مصدر المعلومة فنلاحظ أن أغلبية المبحوثين المقدرين بنسبة (70.23%) يعتمدون على وسائل الاتصال الجماهيري كثيرا ونسبة (29.77%) قليلوا الاعتماد عليها ،وهذا نعوزه لقوة انتشاره في جميع الوسائط وتعدددها، ولتوفرها لمعارف كثيرة تحرك في الفرد الشعور بالفضول . فضلا على سهولة الوصول إليها، كما يجد الباحث صعوبة في الحصول على النسخ الورقية. إن الأفراد يختارون بوعي وسائل الاتصال التي تلي ^[2]اجاباتهم النفسية والاجتماعية والمعرفية، ويقومون بدور ايجابي ونشط في هاته العملية، إذ توجد لديهم دوافعهم إلى استخدامها، وتزيد ايجابيتهم لما تتيحه هاته الوسائل من تطور تكنولوجي سهل ورغب في استعمالها.

الجدول رقم 04: الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري

النسبة	التكرار	درجة الاعتماد
66.66%	112	دائم
33.34%	56	أثناء عملية البحث فقط
100%	168	المجموع

المصدر: من اعداد المؤلف

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة ^[2]سبب كيفية الاعتماد على وسائل الاتصال ووجدنا أن نسبة (66.66%) من المبحوثين دائمي الاعتماد عليها لأن الأفراد دائما تحدد ^[2]اجاباتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك ^[2]اجابات، ومن خلال تحليل النظريات التي تدرس تأثيرات مضامين وسائل الاتصال التي أثبتت التعرض المستمر لها خلال فترات زمنية طويلة ^[2]يث يشكل معها تواصلا يؤثر في شعور المتلقي من خلال الكم الهائل من المعلومات والمعارف، وبالمقارنة بنسبة (33.34%) الذين يعتمدون عليها فقط في عملية البحث وهذا يرجع الى أن هاته الفئة التي ليس لها شغف واهتمام بالوسائل التكنولوجية وأ ^[2]يانا ^[2]تى أنها ترفضها .

إن الوسائل الاتصال الجماهيري هو الذي يتحكم في مصادر المعلومات، على اعتبار أنه يمتلك علاقات ترابطية مع مختلف البنى الاجتماعية. تكمن قوة وسائل الاتصال في سيطرتها على مصادر المعلومة وتوفيرها مما يجعل الأفراد يلجؤون إليها. كما أن بعض الأفراد مرتبطون بالنظم الاجتماعية ومشاركون في أنشطته، مما يستدعيهم إلى اعتماد هاته الوسائل بصورة أكبر.

الجدول رقم 05: المساعدة في الحصول على المعلومات المطلوبة بسرعة

سرعة الحصول على المعلومة	التكرار	النسبة
نعم	157	93.45%
لا	11	6.55%
المجموع	168	100%

المصدر: من اعداد المؤلف

يبين الجدول السابق توزيع أفراد ²سب سرعة الحصول على المعلومة من وسائل الاتصال وجدنا أن (93.45%) يؤيدون فكرة سرعة الحصول على المعلومة من وسائل الاتصال الجماهيري وأما رأي باقي المبحوثين التي تقدر بنسبة (6.55%) فيرونا أنها تنقل معلومات ذات فائدة علمية؛ يستخدم الأستاذ الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري وخاصة الانترنت لما توفره من معلومة وفي وقت وجيز، فمجرد كتابة البا ²لث للبحث تكون هناك خيارات عدة. تتيح ²الوسائل والتي يقوم البا ²لث انتقاء أهمها وأكثرها أكاديمية. فهي تلي ²اجاته المعرفية. فهي تتضمن قوالب جاهزة من مذكرات وكتب ومواقع الكترونية عبر منصات رقمية يسهل الولوج إليها، تتطلب لمسة زر.

3. المحور الثالث :استخدام وسائل الاتصال الجماهيري للاستفادة منها في

عملية الاتصالية

استخدامات وسائل الاتصال	تكرار	النسبة المئوية
فرصة للحصول على إصدارات بلغات أجنبية.	10	5.95%
تنشر فيها المقالات.	53	31.52%
الاطلاع على ما هو جديد من الكتب والمجلات مجال التخصص.	33	19.64%

فرصة لتبادل الخبرات مع الآخرين.	25	14.88%
متابعة البحوث والدراسات التي تخدم تخصصك .	30	17.85%
التعرف على مراكز البحوث والمعلومات في دول العالم المختلفة.	08	04.67%
توفير الوقت والجهد بهدف الحصول على المعلومات	07	04.16%
تربطك بعلاقات مع باحثين اجانب	02	01.53%
المجموع	168	100%

المصدر: من اعداد المؤلف

تناول المحور الثالث استخدامات أفراد عينة البحث من وسائل الاتصال الجماهيري للاستفادة منها في عملية الاتصالية وقد جاء في مقدمة أن وسائل الاتصال تتيح النشر المقالات (انظر الجدول رقم 6) ما ينص على أهمية وسائل الاتصال في مساعدة الاستاذ على نشر مقالاته وابحائه في المجالات العالمية وتبوء مكانة في علمية في منابر العلمية ، حيث نجد أن عدد أفراد العينة بلغ⁽⁵³⁾ من مجموع أفراد العينة أي ما يعادل نسبة (31.52%) وقد جاء في المرتبة الثانية عبارة تفيد في الاطلاع على ما هو جديد من الكتب والمجلات مجال التخصص. بعدد (33) وقد وصلت على نسبة (19.88%) فقد اجتمع فيها الكثير من الآراء حول متابعة البحوث والدراسات التي تخدم تخصص . وفيهم من صرح أنها تتيح لهم فرصة الحصول على إصدارات تساعد في فهم التخصص وايجاد الجديد قوله، وجاء في المرتبة الثالثة صرح المبحوثين على وسائل الاتصال فرصة لتبادل الخبرات مع الآخرين بعدد (25) بنسبة (14.88%) اما في المرتبة الرابعة فرصة لتبادل الخبرات مع الآخرين وخلق بيئة اتصالية مع الآخر في مختلف انحاء العالم ، أما في المرتبة الخامسة بعدد (10) بنسبة (05.95%) وتعكس تلك الإجابة مدى إدراك عينة الدراسة على دور الذي تلعبه الكتب والرسائل العلمية باللغة الأجنبية في تعزيز البحث العلمي أما في المرتبة السادسة فقد صرح المبحوثين على وسائل الاتصال الجماهيري تتيح التعرف على مراكز البحوث والمعلومات في دول العالم المختلفة، وهي فرصة

الاشتراك في المؤتمرات المحلية والإقليمية والدولية، بعدد (08) بنسبة (04.67%) صرح البعض الآخر توفير الوقت والجهد بهدف الحصول على المعلومات بعدد (07) بنسبة (04.16%)، قال البعض أنها تربطهم بعلاقات مع باحثين اجانب. وتفتقر ورش العمل تخدم البحث العلمي كل هذا الآراء كانت متباينة بعدد قدره (2) بنسبة (01.53%) من خلال مناقشة اهم آراء الباحثين وجدنا انها تساهم على مواكبة العصر، وتساهم في اثراء المعرفة البشرية في شتى مجالات الحياة، وتوفير الوقت والجهد بهدف الحصول على المعلومات، من كل هذه الآراء تشكل نجد أن لوسائل الاعلام الجماهيري دور رصين في بناء علاقات اتصالية قوية بين الأستاذ الجامعي وبقية الهيئات والأفراد والتي تنعكس سلوكياتهم الثقافية باعتبارهم أفراداً فاعلين .

إن استخدام الأستاذ الجامعي لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش فيه، وأن قدرت هذه الوسائل على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل نقل المعلومات بشكل مكثف.

تاسعا: الاستنتاج العام:

- يلاحظ أن الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري فتتألف الأفق للأستاذ كي يحدث تواصلا معرفيا في مختلف المجالات وفي مجال تخصصه.

- تعمل وسائل الاتصال الجماهيري على تحسين الاتصال البيداغوجي بينه وبين طلبته حيث أنه بالإمكان نشر محاضرات الأساتذة على موقعه الشخصي والتفاعل مع الطلبة من خلالها.

- إن بعض أساتذة الجامعة مازالوا لم يمتلكوا مهارات عن الوسائل التكنولوجية للاتصال جعلتهم يستخدمونها باغضب.

- يستخدم الأستاذ الجامعي مختلف وسائل الاتصال الجماهيري لأنها ضرورة للبحث خاصة في بحوث الدكتوراه، كما يستعمل البحث للتفاعل والتواصل مع الآخرين وتشكيل فعل تواصلي له فوائد متبادلة تأثير وتأثر.

- إن طبيعة الوسيلة الاتصالية الأكثر اعتمادا لها تأثير بالغ الأهمية في بناء الاتجاهات للأساتذة الجامعيين كنخبة نحو قدرة على التغيير السياسي (كما جاء به دراسة فيصل فرحي) وكذا فهم وتحليل طبيعة العلاقة الموجودة بين التعرض إلى مضامين وسائل الاتصال الجماهيرية وبناء الاتجاهات.

عاشرا: التوصيات:

-يجب على الاستاذ الجامعي الحذر من استعمال وسائل الاتصال لما لها من لانعكاسات قد تكون سلبية عليه وعلى اطاره المعرفي و^[2]تقى على ثقافته .
-توسيع استعمال وسائل الاتصال الجماهير للتواصل بينه وبين الطلبة وفي مختلف المنابر العلمية قصد الاستفادة منها في مجال تخصصه وخاصة في الظروف التي يشهدها العالم اليوم من غلق للجامعات والمؤسسات بسبب تفشي وانتشار للأوبئة وهذا يستدعي الاعتماد على العالم الرقمي.

الخاتمة:

إن تعريف تايلور للثقافة على أنها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والأعراف والقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع والتي وضع فيها المعرفة في المقام الأول من الثقافة البشرية له الدافع للكثير من المفكرين الى اعطاء أهمية للمعرفة ن والتي ^[2]ناولنا من خلال دراستنا هذه ربطها بتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الأستاذ الجامعي باعتباره أ^[2]د أعمدة المجتمع وما له من وعي، ^[2]يث توصلنا فيها الى كيفية استخدام هذه الوسائل ومدى اعتماده عليها في عملية التواصل ، التي استنتجنا منها أن الاستاذ يتناغم مع هذه الوسائل بكثير من الحذر لما لها من تأثيرات سلبية على أطاره المعرفي ودورها الخفي في غرس ثقافات أخرى لم يسلم منها جمهور العامة من أفراد المجتمع.

الهوامش:

- 1- د.فواز منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط01 ، 2011 ، ص153
- 2- فواز منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، ص153
- 3- المركز الديمقراطي العربي، عائشة نوري، تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية <https://www.democraticac.de/?p=60869> تم الاطلاع على الموقع في يوم 2020/03/10 على الساعة 09:03
- 4- [3]سين عبد الحميد رشوان ، أصول البحث العلمي ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2003 ، ص1
- 5- فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، أطرو [4]ة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، 2016، جامعة الجزائر 3، ص27.
- 6- فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، ص368.
- 7- مكاي [5]سين عمار والسيد ليلى [6]سن ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2001، ص239-240
- 8- نجاة بن صالح، استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أطرو [7]ة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنولوجيا، 2016، ص222.
- 9- طه عبد الغني نجم، الإعلام والمجتمع دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص20
- 10- طه عبد الغني نجم ، الإعلام والمجتمع ، ص21
- 11- ادوين إمري وآخرون ، ترجمة : ابراهيم سلامة إبراهيم ، الاتصال الجماهيري ، المجلس الأعلى للثقافة ، امريكية ، 2000 ص20
- 12- هناء [8]افظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي، الإسكندرية، 2003، ص30
- 13- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، 2008 ص13
- 14- فواو منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، ص154
- 15- د.خضرة عمر المفلح ، الاتصال المهارات والنظريات واسس عامة ، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط01 ، 2015 ، ص70
- 16- د فواو منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري ، ص156

- 17-د.آثر آسا بيرغر تر: صالح خليل أبو إصبع ، وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية ، عالم المعرفة ، الكويت، 2012، ص96
- 18-فواز منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، ص239.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- ادوين إمري وآخرون ، ترجمة : ابراهيم سلامة إبراهيم ، الاتصال الجماهيري ، المجلس الأعلى للثقافة ، امريكية ، 2000
 - 2- آثر آسا بيرغر تر: صالح خليل أبو إصبع ، وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية ، عالم المعرفة ، الكويت، 2012
 - 3 - [2]سين عبد الحميد رشوان ، أصول البحث العلمي ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2003
 - 4- خضرة عمر المفلح ، الاتصال المهارات والنظريات واسس عامة ، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط01 ، 2015
 5. طه عبد الغني نجم، الإعلام والمجتمع، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2013
 - 6-فواز منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط01 ، 2011
 - 7- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة 2008
 - 8- مكاي [2]سين عمار والسيد ليلي [2]سن ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2001
 - 9- هناء [2]افظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي، الإسكندرية 2003
- الرسائل :
- 1- فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، أطرو [2]ة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3، 2016
 - 2- نجاة بن صالح، استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أطرو [2]ة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، كلية الإعلام والاتصال، الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنولوجيا، 2016.

مواقع الانترنت::

المركز الديمقراطي العربي، عائشة نوري، تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة

وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية <https://www.democraticac.de/?p=60869>

تم الاطلاع على الموقع في يوم 2020/03/10 على الساعة 09:03