



مجلة علمية محكمة نصف سنوية- متخصصة في علوم المكتبات والمعلومات
تصدر عن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة زيان عاشور بالجلفة (الجزائر)

مجلة أوراق بحثية

ISSN :2773 -3343

EISSN :2830 -831X

المجلد الثالث، العدد الأول / جانفي- جوان (2023)

الدور الإعلامي للفايسبوك في الوسط الجامعي:

الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والاعلام والاتصال بجامعة الجلفة أنموذجا

The media role of Facebook in the university context:

The official page of the Department of Library Science, Media, and
Communication at the University of DJELFA as an exemplar

د / خنفر رياض¹

¹ جامعة زيان عاشور بالجلفة -قسم علم المكتبات والاعلام والاتصال (الجزائر)

تاريخ النشر: 2023/06/30	تاريخ القبول: 2023/06/27	تاريخ الإرسال: 2023-06-13
-------------------------	--------------------------	---------------------------

■ المستخلص :

يشهد الوقت الحالي تداولاً رهيباً للمعلومات بمختلف أنواعها و عبر عدة وسائل، وهذا يدل على الحاجة الكبيرة للمستفيدين منها، نظراً لعدة اعتبارات منها اتساع دائرة المعرفة في شتى الميادين و المجالات، و مع ظهور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال مع مطلع القرن الواحد و العشرين و سهولة استخدامها من طرف المواطنين بمختلف مستوياتهم العمرية، العلمية و الثقافية و هو ما حفز مختلف المؤسسات و من الأكاديمية منها للاستثمار في هذا النوع من الاعلام ممثلاً خصوصاً في وسائل التواصل الاجتماعي الذي يسمح بنقل و تداول المعلومات بمختلف أنواعها (نص ، صوت ، صورة، فيديو) لتسويق خدماتها، حيث ظهرت بداية من سنة 1997 و حققت نجاحاً في 2004 سنة بروز Facebook

ومن هنا جاءت هذه الدراسة تهدف لمحاولة تحديد الدور الذي تساهم به وسائل التواصل الاجتماعي في تسيير خدمات مصالح قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة الجلفة من خلال الصفحة الرسمية له عبر الفاييسبوك، والدور الإعلامي المتمثل في تقديم المعلومات والأخبار عن مختلف نشاطاته. مع فتح المجال للمستفيد من هذه الخدمات للمشاركة برأيه في طريقة سير النشاطات وعملية اتخاذ القرارات، حيث سمحت له بالارتقاء من المتلقي السلبي الى المشارك في تصميمها. وهو ما يطلق عليه مجتمع المعلومات.

■ الكلمات المفتاحية : _ الفاييسبوك. الدور الإعلامي. الانترنت. جامعة الجلفة

✧ المؤلف المرسل: r.khanfer@univ-djelfa.dz

■ Abstract:

The present time witnesses a tremendous circulation of information in its various forms through several means. This indicates the significant need for its beneficiaries due to various considerations, including the expansion of knowledge in different fields. With the emergence of media and communication technology in the early 21st century, and its easy accessibility by citizens of different age, educational, and cultural levels, various institutions, including academia, have been motivated to invest in this type of media, especially in social media platforms. These platforms allow for the transmission and exchange of information in different forms (text, audio, image, video) to market their services. Facebook, which emerged in 1997 and achieved success in 2004, played a prominent role in this regard.

Hence, this study aims to determine the role that social media platforms, particularly Facebook, play in managing the services of the Library, Media, and Communication Department at DJELFA University, along with their media role in providing information and news about their various activities. Moreover, it opens up the space for service beneficiaries to participate and express their opinions in the process of conducting activities and making decisions, enabling them to evolve from passive recipients to active contributors in the design of these activities. This is known as the information society.

■ **Keywords:** Facebook, media role, internet, DJELFA University.

مقدمة:

يعيش العالم اليوم وفرة معلوماتية لم يشهدها من قبل، ما أدى الى ظهور وسائل ومصطلحات مصاحبة لهذا الأمر مثل البيانات الضخمة، معالجة المعلومات وغيرها، ولعل من بين اهم الظواهر المصاحبة لسرعة انتشار المعلومات هي الاستخدام المتنامي أيضا لوسائل التكنولوجيا والشبكات بمختلف أنواعها، حيث سمحت بنشر المعلومات على نطاق واسع متجاوزة الحدود المكانية والزمانية التي كانت تعرقل عملية إيصال المعلومات. هذا كان قبل 1990 تاريخ ظهور أول محرك بحث لتتوالى بعدها الشركات في الاستثمار في قطاع المعلومات وتبرز عدة شركات في المجال مثل google، YouTube، Microsoft، Facebook التي غيرت مفهوم الاقتصاد وتحقق قفزة سوقية أيضا لها تعد بمئات المليارات من الدولار. هذا الاهتمام المتزايد بالمعلومات وما تقدمه من إيجابيات في تسيير المؤسسات ومصالح المواطنين جعل تلك المؤسسات تستنجد بخدمات محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي لتسيير أمورها بيسر— ولعل من بينها نجد المؤسسات الأكاديمية التي تعرف نسبة مستخدمين تعد بالآلاف وعملية الوصول الى أغلبهم كان أمر في غاية الصعوبة. من خلال تبليغهم بأمور سير العمليات البيداغوجية التي تهمهم مثل الامتحانات ونتائجها ومختلف التظاهرات العلمية المقامة بالجامعة التي يمكن ان يستفيدوا منها، هذا الدور الإعلامي المقدم للطلبة عرف تطور ملحوظ بعد استخدام مختلف مصالح الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي.

وللإحاطة بجوانب هذه الدراسة قمنا بتقسيمه إلى الجوانب التالية:

- الجانب النظري وتناول أهم المفاهيم المتعلقة بالموضوع سواء من ناحية وسائل التواصل الاجتماعي وأهدافها والدور الإعلامي لها.
- الجانب التطبيقي وتناول خدمات الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة الجلفة من خلال تقييم الصفحة على شبكة الانترنت.

الإشكالية:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفايسبوك خاصة أحد المحددات الأساسية للعولة الرامية إلى نشر المعلومات عبر أرجاء المعمورة بطريقة أقل كلفة، وتساعد على التفاعل بين مختلف مستعمليها متجاهلة المسافات.

كما أن الهدف الذي جعلها تتميز في عصرنا الحالي هو الاتجاه الى انشاء مجتمع صناعي وخدماتي، يتطور وينمو من خلال إستراتيجية محددة على المستوى العالمي ، علما أن هذه الإستراتيجيات تشكل أحد أهم المحركات الادارية لتنافسية المؤسسات سواء، هذا التحول يمس أولا أساليب العمل والعلاقات داخل المؤسسة، حيث أصبح العمل يميل أكثر إلى التشاركية والتعاونية مما يفرض تقاسم المعلومات والبيانات بواسطة شبكات الاتصال ، فأصبح من الممكن لفرق العمل أو لعدة مؤسسات متواجدة في أماكن مختلفة أن تعمل على مشروع مشترك حيث يستطيع الإداري أن يتجاوب مع المستفيدين دون عائق المسافة و الذين بدورهم يمكنهم الدخول إلى قو اعد البيانات من أي مكان في العالم ، فتبادل المعلومات والاتصال مع مؤسسته مهما كان موقعها قد أصبح ممكنا وفوريا بفضل موقعها الإلكتروني و صفحاتهم الرسمية عبر شبكة الانترنت.

والجزائر كغيرها من الدول لم تبقى منعزلة عن هذا التوجه، الذي كما سبق ذكره يتمثل في تطوير التواصل بين الإداريين والمستفيدين من خدماتهم معتمدين على مخرجات التكنولوجيا الحديثة، ممثلة في شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي. حيث دخلت خدمة الإنترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (سيريست Cerist) حيث طرقت خدمات الشبكات التواصل الاجتماعي أبواب مختلف الإدارات الجزائرية بمختلف مؤسساتها ومستوياتها. والتي رافقت بواسطة المشرع وفق قوانين ومناشير تنظيمية هذه العملية من أجل حماية خصوصية الافراد والمؤسسات ومحاربة الجريمة الالكترونية والقرصنة المنجرة عن استغلال هذه التكنولوجيا. الامر الذي سمح باعتماد صفحات رسمية لأغلب الإدارات الجزائرية ومن بينها المؤسسات الاكاديمية والتي وجدت في شبكات التواصل الاجتماعي أفضل وسيلة من اجل الوصول الى الطلبة والأساتذة خصوصا. وفي دراستنا هذه نتناول تجربة قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور بالجلفة من خلال نشاط الصفحة الرسمية للقسم في شبكة الفاييسبوك التي تأسست في 21 سبتمبر 2021 قصد المساهمة في تسيير المصالح الإدارية والبيداغوجية للقسم. انطلاقا من هنا سنتطرق في هاته الدراسة الى الإجابة على التساؤل الرئيس للدراسة المتمثل في تحديد ما هي الخدمات والدور الإعلامي للصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والاعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور بالجلفة؟

تساؤلات الدراسة :

- من خلال التساؤل الرئيس السابق تنبثق عدة تساؤلات فرعية يمكن إيجازها فيما يلي:
1. ماهي مميزات وسائل التواصل الاجتماعي والفايسبوك خصوصا بالنسبة للإدارات؟
 2. ما هو الدور الذي تقدمه الإعلانات عبر الصفحة الرسمية للقسم في الفاييسبوك؟
 3. ما هي افاق إدارة القسم فيما يخص تنشيط الدور الإعلامي لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

اهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة من خلال النتائج المنتظرة منه الى:

1. التعرف على واقع استخدام شبكات التواصل بالجزائر وتحديد المشاكل التي يعاني منها وبيان آثارها على جمهور المستفيدين.
2. التعرف على واقع الإعلان الالكتروني والدور الإعلامي الذي يقدمه، والعمل على تطويره.
3. تحديد الحلول والمزايا التي تقدمها الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والاعلام والاتصال بجامعة الجلفة للمستفيدين.
4. بيان مدى ولوج الطلبة الى الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال.

أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية الدراسة في القيمة الكبيرة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم كونها أصبحت حلقة وصل اختصرت العديد من العقبات الزمانية والمكانية التي كانت تعرقل العملية الاتصالية بين الإدارات والمتعاملين.
- الصورة السلبية للإدارة الجزائرية وتبيان مختلف الجهود لاستعادة ثقة المواطن بها.
- الدور الإعلامي الذي تلعبه الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور عبر الفاييسبوك للرقى بخدماته.

الجانب النظري :

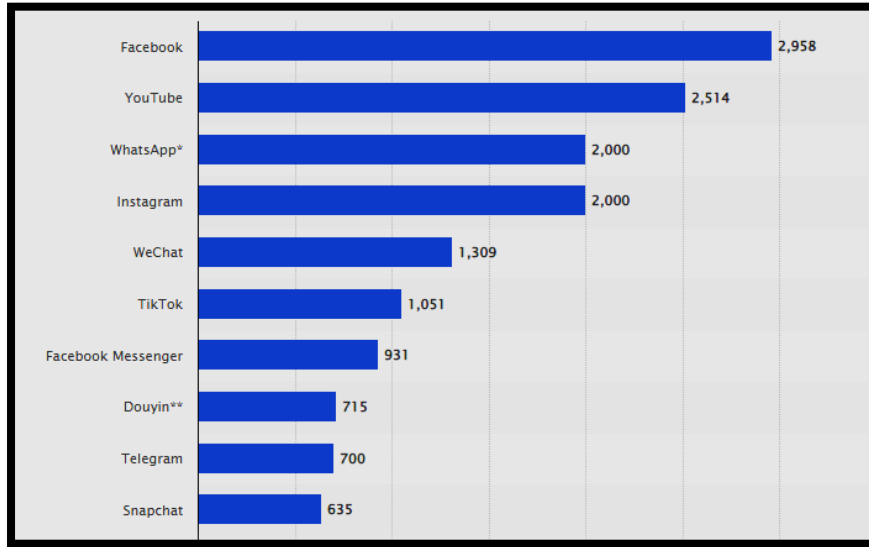
تعريف وسائل التواصل الاجتماعي:

ظهر هذا المصطلح وتعلق بمصطلح آخر في علم الاجتماع وهو التواصل الاجتماعي غير ان كل واحد منهما له بيئته الخاصة، حيث تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بشبكة الانترنت والفضاء الافتراضي للقاء الافراد. وذكرت الادبيات المنشورة العديد من المفاهيم لها نذكر منها ما قدمه البياتي "هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات

"مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للواب 2.0 ، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات الاهتمام أو شبكات الانتماء - بلد، جامعة، مدرسة، شركة. يتم الاتصال بينهم عبر الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها

للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء جرت معرفتهم خلال السياقات الافتراضية " (رياض 2014)

ويعود تاريخ ظهور أول موقع إلى سنة 1995 اسمه **Classmates.com** الذي يهدف للربط بين زملاء الدراسة. لتتوالى المواقع التي تهتم بالتواصل الاجتماعي في الظهور الى غاية اليوم، حيث ظهرت المئات منها وأصبحت تتنافس على استقطاب أكبر عدد من المشتركين بها والرسم البياني التالي يبين ترتيبها الى غاية شهر جانفي 2023.



رسم بياني يمثل : الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم اعتبارًا من يناير 2023، مرتبة

حسب عدد المستخدمين النشطين شهريًا (statista. 2023.)

انطلاق من بيانات هذا الرسم البياني نلاحظ سيطرت موقع الفاييسبوك فيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي حيث حل بالصدارة بعدد مشتركين نشطين شهريا قدر بـ 2.958 مليار فيما حل ثانيا موقع يوتيوب التابع لشركة قوقل والمختص بنشر مقاطع الفيديو بـ 2.514 مليار ثم الواتساب بـ 2 مليار مناصفة مع انستغرام. هذه السيطرة من طرف موقع الفاييسبوك جعلتنا نختاره عينة لدراستنا هذه التي تبين الدور الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة الجامعيين.

تعريف الفاييسبوك :

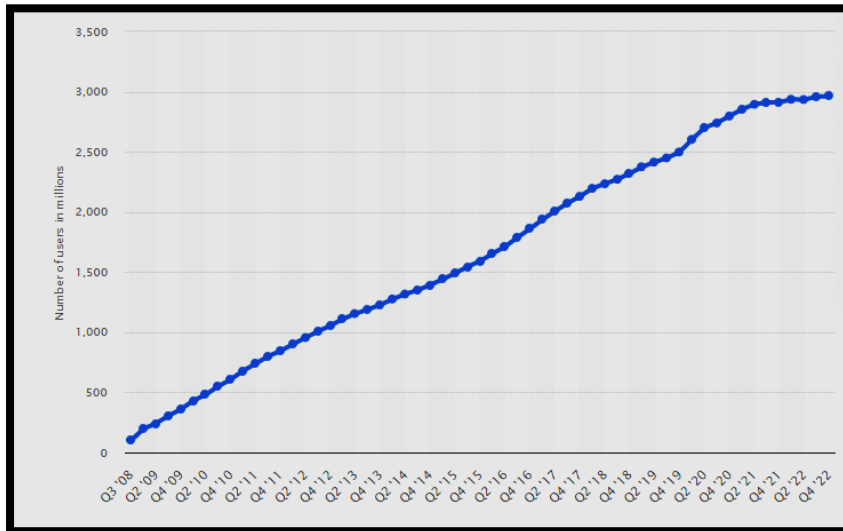
توجد العديد من الأدبيات التي عرفت موقع الفاييسبوك و ارتأينا اختيار منها التعريف التالي الذي بين أن الفاييسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه

الخاصية من شهرة موقع الفاييسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم (ابراهيم 2015).

وتجاوز عدد مستخدمي الفاييسبوك النشطين شهرياً في جميع أنحاء العالم اعتباراً من الربع الرابع لسنة 2022 رقم 2,958 مليار يتمثل نشاطهم في تبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة يضاف الى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في الدردشات والمحادثات.

احصائيات تخص موقع الفاييسبوك:

عدد المستخدمين الذين هم مسجلين في الفاييسبوك وينشطون فيها باستمرار، يتضاعف يوم بعد يوم، نظراً للخدمات التي توفرها المنصة لهم. وهو الأمر الذي جعلها تتطور لمنافسة المنصات الأخرى التي ظهرت وأصبحت تتنافس على صدارة الاستخدام ومنها العائد الاقتصادي لها. والرسم البياني التالي يبين التزايد المستمر للفايسبوك من حيث عدد المستخدمين من سنة 2008 الى غاية ديسمبر 2022



شكل يمثل عدد مستخدمي Facebook النشطين شهرياً في جميع أنحاء العالم اعتباراً من الربع الرابع 2022 (statista 2023)

مميزات الفاييسبوك:

- **الملف الشخصي:** حتى يتم اطلاق صفة مشترك أو مستخدم فعلي للفايسبوك يجب عليك أن تشترك به ويتم ذلك بإنشاء ملف يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك أمور مفصلة لك، وهي كلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعها بالتحديد (لحبيب 2021، 145)
- **إضافة صديق:** يمكن موقع الفاييسبوك جميع المشتركين خاصة البحث وإضافة أصدقاء في هذا الواقع الافتراضي من أجل الاطلاع على منشوراتهم وكذلك التعليق عليها، بالإضافة الى إمكانية للدردشة الخاصة فيما بينهم. ويتم البحث عن الأصدقاء سواء بالبحث عن طريق رقم الهاتف او اسم المشترك في

الفايسبوك () صالح, مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب والفايسبوك 2015,
(213)

○ **إنشاء مجموعة:** من بين أهم المميزات التي انفرد بها موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك هو انشاء مجموعات بين المستخدمين تسمح الاشتراك فيما بينهم وفق توجههم وموضوع النقاش والمنشورات التي تحقق أهداف المجموعة؛ سواء كانت دينية سياسية ثقافية رياضية اجتماعية ترفيهية وغيرها كما أن ضبط الإعدادات بها يمكن تعديله من طرف مشرف المجموعات من خلال إضافة أفراد حذف تعليق أو منشور.

○ **الصور والفيديو:** يسمح الفاييسبوك لمشاركته نشر- ومشاركة أو إرسال عبر البريد الخاص الصور والفيديو والتسجيلات الصوتية بكل صيغها وهذا ما جعله قناة إعلامية فرضت نفسها على الساحة.

○ **السوق:** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر- إعلانات مبنية مجانية. (اسماعيل 2021)

○ **المحادثات:** هي خاصية تسمح بالمحادثة الفورية سواء الشخصية أو الجماعية يتميز بها الفاييسبوك حتى يسمح لمشاركته بتبادل الأفكار والآراء بالإضافة إلى إمكانية إرسال صور تسجيلات صوتية و فيديو لبعضهم البعض.

دور الفاييسبوك لتطوير الأداء الأكاديمي:

الجامعة والأفراد المنتمين لها من بين أهم المستفيدين من شبكات التواصل الاجتماعي مع بداية القرن الواحد والعشرين. حيث قدمت مؤسسة تيتشوت بحث يحتوي مئات الأفكار حول كيفية استخدام الفاييسبوك لأغراض أكاديمية، على سبيل المثال ذكرت أن الفاييسبوك يمكن استخدامه لحضور المحاضرات عن بعد في جميع أنحاء العالم، ولعب الألعاب الأكاديمية مثل الألغاز والكلمات المتقاطعة، والمشاركة في التحديات التي نشرتها المنافذ الأكاديمية، بالإضافة إلى ذلك توفر هذه المنصة للأكاديميين أدوات فعلة لإدارة المشاريع الفصلية والواجبات، ويمكن أن يستخدم الفاييسبوك كمساحة للتعاون والمناقشة، ويوفر الفاييسبوك للأكاديميين الوصول إلى التطبيقات الأكاديمية القيمة بشكل عام هو أكبر م واقع التواصل الاجتماعي، وأداة للاتصال عبر الإنترنت تسمح للأكاديميين من بناء لمحة عامة أو خاصة من أجل التواصل والتفاعل مع الطلبة للذين هم جزء من شبكتهم الاجتماعية الموسعة، ويسمح الفاييسبوك للأكاديميين بإجراء اتصالات وتبادل المصالح والانضمام إلى المجموعات.

هذا الفضاء أصبح ملجئ للعديد من أفراد المجتمع و الطلبة جزء مهم منهم هذا الواقع يجبر الأكاديميين أن يعرفوا مكان تواجد طلابهم والعمل هناك ، وبما أن التعلم يحدث في أي مكان وجدت به تفاعلات ذات مغزى بين المتعلمين وتؤدي إلى بناء المعرفة، لذلك إذا كان الأكاديميين يستخدمون الفاييسبوك بشكل فعال، فإن العديد من الممارسات والخبرات التي تحدث في هذه الشبكة الاجتماعية يمكن أن تسهم في تعزيز التعلم، ويمكن اعتبار ذلك شكلا من أشكال التعلم عن بعد الذي أضحت معظم المؤسسات التعليمية تعتمد خصوصا بعد أزمة

فيروس كورونا التي شلت العالم سنة 2020. حيث أن الفاييسبوك يعطي الطلبة الفرصة للعمل بشكل تعاوني؛ والتعلم معا ومن بعضهم البعض؛ وبناء المجتمعات الأكاديمية؛ وبناء المعرفة من خلال تفاعل أف ا رد هذه المجتمعات

الدور الإعلامي لصفحات الفاييسبوك:

يعتبر الفاييسبوك مساحة للإعلام الجديد وبمحتوى مغاير لما ألفناه سابقا، هذا كونه يساهم في تحقيق عدة وظائف اعتمدها الاعلام الجديد بشرط اتقان صناعة المحتوى الذي يخدم الموضوع، هذه الوظائف يمكن ايجازها كالتالي:

- **الوظيفة التنموية:** يمثل موقع الفاييسبوك واحدة من منصات الإعلام الجديد كونه يُمكن الوصول الى أكبر عدد ممكن من الأفراد المستهدفين بالرسالة؛ دورا مهما في التنمية على اختلاف مجالاتها وتنوعها، حيث أن هذه الأخيرة تعتبر أحد أهم الدوافع الأساسية لا انشاء وسائل إعلام واتصال جماهيرية وذلك يهدف إلى تعزيز وتفعيل المشاركة في عملية التنمية. التي تعتمدها مختلف الدول في الوقت الحالي بمصطلح التنمية المستدامة. فعلى سبيل المثال الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية قبل أن تولي اهتماما بأفرادها في المجتمعات المحلية التابعة لها. (مسعودة 2021، 135)
- **الوظيفة التعليمية:** لوسائل الإعلام الجديدة دورا فعالا في تعليم الأفراد بمختلف فئاتهم وأعمارهم وجنسياتهم بالرغم من الاختلاف الحاصل بين وسائل التربية والتعليم ووسائل الإعلام إلا أن الهدف واحد، وهو نشر المعرفة بطرق وأساليب تعزز النمو الثقافي وتكوين شخصيات الأفراد وتعزيز مهاراتهم وقدراتهم الفكرية والعلمية.
- **الوظيفة التسويقية:** تعتبر مهمة للمستفيد كونها تعود على البحث دائما حول ما هو جديد في مجال تخصصه، عن طريق الإعلانات المنشورة. مما تجعله يتفاعل معها. بهذا تكون تلك الصفحات التي انشأت لهذا الغرض قد أدت واجبها ومنه تحقيق الأهداف.

المحتوى الرقمي:

المحتوى الرقمي يسهل على المستفيدين من خدمات المؤسسات عبر صفحاتهم الرسمية في موقع الفاييسبوك؛ الوصول الى ما يرغبون به و ذلك لسهولة استخدامه و التواصل عبره من طرفهم، و تكمن أهمية المحتوى الرقمي لصفحات الفاييسبوك من تأثيره الفعال على كل مناحي الحياة الدينية الاجتماعية الثقافية و العلمية، إضافة الى زيادة الاهتمام العالمي بهذا التوجه، حتى اصبحنا نرى اليوم جل الإدارات تمارس نشاطها الإعلامي بشكل موازي عبر شبكات التواصل الاجتماعي لما له من إيجابيات في نقل الحقائق . (سرحان بلا تاريخ)

الإعلان كرسالة اتصالية عبر صفحات الفاييسبوك :

تتميز الصفحات الرسمية للمؤسسات الأكاديمية بمحتوى رقمي في يتضمن معلومات وبيانات يتم صياغتها بطريقة مبسطة، خدمة لمصالح مقدم الخدمة والمستفيد، ولكن هذه المعلومات في مفهومها تبقى لغز محير في عصرنا الحالي خصوصا مع التطور الرهيب الذي تعرفه التكنولوجيا فارتأينا ان نختار تعريفين مهمين لها كالتالي:

عرفها حشمت قاسم بأنها ظاهرة اجتماعية حضارية ارتبطت بحياة الانسان منذ محاولاته المبكرة للتعرف على البيئة المحيطة (الحديدي 2002، 35).

كما عرفها سعد محمد الهجرسي بأنها كلمة غامضة من الصعب تعريفها لأسباب عديدة وهي قد تكون أي معرفة تكتسب من خلال الاتصال أو البحث أو التعليم أو الملاحظة وقد تكون كل ما يجري في تفكير الانسان أو يخطر بمشاعره حين يتجسد في وسيط مادي خارجي مخطوطا أو مطبوعا أو مصغرا أو مسموعا أو مرئيا أو محسبا أو مليزا (السعيد 2006، 280)

لعل أهم وسيلة في عصرنا الحالي تربط مقدمي الخدمات والسلع هي الإعلان عبر مختلف الوسائط ومن بين تلك الوسائط شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت بمثابة الناطق الرسمي لها، والمؤسسات الأكاديمية ونظرا للعدد الكبير للمستفيدين من خدماتها وحتى تتمكن من إيصال المعلومة في الوقت المناسبة الى أكبر عدد منهم؛ لجأت الى الإعلان كوسيلة اتصالية. ومن هذا المنطلق يمكننا تعريف الإعلان بأنه: وسيلة اتصال من مصدر محدد يهدف الى اقناع المتلقي إلى اتخاذ بعض الإجراءات الانية أو المستقبلية التي تهم مسار اهتماماته (THORSON 2015، 23). حيث مكن موقع الفيسبوك المؤسسات الأكاديمية من اعتماد طرق جديدة لاستهداف الطلبة والأساتذة، من اجل خلق صورة إيجابية لها كونها لم تبقى في معزل عن التطورات التكنولوجية الحديثة ومنها الانترنت بل سايرتها بما يخدم مصالحها، وهي بدورها وجب عليها تقديم معلومات في الاعلان المنشور عبر الصفحات الرسمية يعود بفائدة حقيقية للمستفيدين من خدماتها. وهذا يتم من خلال التصميم الجيد له فييسر على الجمهور الاطلاع عليه والثقة به دون الإساءة الى المستفيدين او مضلل لهم.

استخدام المؤسسات الأكاديمية لوسائل التواصل الاجتماعي:

بعد التأثير الكبير الذي أحدثته التطورات التكنولوجية والانترنت خصوصا على حياتنا، إلى درجة أننا أصبحنا مستغربين من كيفية تسير أمورنا الشخصية والعامة بدونها. حيث أنها فتحت إيجابياتها أفاق لمستخدميها من خلال زيادة مردود عملهم. هذه التغيرات التي مست جل المؤسسات كان لها تأثير مباشر على مؤسسات التعليم العالي من اجل تكييف استراتيجيات عملها مع هذه البيئة الجديدة والاحتياجات المعلوماتية والاتصالية للطلبة خصوصا، حيث منحت الانترنت أدوات اتصال تلبي احتياجات الطلبة من معلومات دقيقة ومحينة وبهذا تكون وسائل التواصل الاجتماعي مصدر لمؤسسات الأكاديمية من اجل التواصل مع جمهورها. (غريب 2018، 255)

من بين مظاهر التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الوسط الأكاديمي، هو خلق ذلك الترابط بين الطلبة والأساتذة من جهة، وبين الطلبة فيما بينهم لتكوين مجموعات عمل والتعليم عن بعد. إضافة إلى الإحالة لمصادر معلومات أخرى في مواقع تخدم اهتماماتهم العلمية. التعاون في العمل المدرسي أو الجامعي أو الاجتماعي وإفساح المجال للتعبير عن ذواتهم وتطوير شخصياتهم من خلال التواصل الاجتماعي على الفيسبوك. كما أن التغطية الإعلامية للجامعات من خلال صفحاتهم الرسمية على الفيسبوك من التعريف بالمؤسسة ووصف جل الأحداث العلمية والبيداغوجية الحاصلة، و اشتراك الطلبة في صفحات الفيسبوك له

سبب كظلك أخر يصب في هذا المجال و هو التعرف على العالم الخارجي والعادات الجديدة والغريبة في المجتمعات والمشاركة في القضايا المدنية والمحلية حيث يحمل ذلك دافع معنوي لهم. (صالح 2015، 214)

قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور بالجلفة:

ينتمي قسم علم المكتبات والاعلام والاتصال الى جامعة زيان عاشور بالجلفة التي تأسست بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 09-09 المؤرخ في 04-01-2009 المتضمن انشاء جامعة الجلفة.

أما القسم تأسس بمقتضى القرار رقم 538 المؤرخ في 09-05-2021 المتضمن انشاء الأقسام المكونة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية لدى جامعة زيان عاشور بالجلفة.

والهدف منه هو ضمان تكوين عالي المستوى لإطارات المؤسسات الجزائرية المختلفة لاسيما تلك المتخصصة في الإعلام والمعلومات وكذا المؤسسات الثقافية كالمكتبات ومصالح الأرشيف ومديريات الثقافة... إلخ يضم هذا القسم شعبتين دراسيتين في مرحلة الليسانس هما:

- علم المكتبات وتكنولوجيا المعلومات.

- الاعلام والاتصال.

أما في مرحلة الماستر فيتوفر على تخصصين هما:

- اتصال وعلاقات عامة

- سمعي بصري

يسعى القسم لتطوير التخصصات التي يتكون فيها الطلبة بما يملكه من أساتذة رغم قلتهم، وكذلك من خلال الاستعانة بخبرات الأساتذة من بقية الأقسام والكليات بجامعة الجلفة، والقسم اليوم في كنف كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ويصدر عن القسم مجلة علمية تحت مسمى " مجلة أوراق بحثية " وهي مجلة متخصصة في علوم المكتبات والمعلومات تصدر كل ستة أشهر .
وهناك آفاق لفتح مستقبلية للقسم أهمها:

- في مرحلة الماستر تخصص تكنولوجيا وهندسة المعلومات.

- فتح التكوين بعد التدرج (الدكتوراه) لتخصص الاعلام والاتصال.

- تشكيل وحدات بحث متخصصة في الأرشيف، التكنولوجيا في المكتبات.

- العمل على استحداث تخصصات علمية حديثة، تتماشى مع التطورات العلمية في مجال علوم المكتبات والإعلام والاتصال.

المجتمع الأكاديمي لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال:

عدد الطلبة في القسم خلال السنة الحالية 2022 – 2023 بالإضافة الى الكادر المؤطر لهم موضحة بالجدول التالي :

العدد	الفئة
518	▪ طلبة الليسانس
233	▪ طلبة الماستر
16	▪ الاساتذة

استخدام الطلبة للصفحة الرسمية للقسم عبر الفيسبوك:

يعود الهدف الأول من انشاء وتصميم مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة طلبة الجامعات من خلال تكوين شبكة من الأصدقاء، ويعد فيسبوك أبرز مثال على ذلك حيث تم تصميمه في البداية لطلبة الجامعات، وفي وقت لاحق أصبح الموقع مشهورا خارج المؤسسات الأكاديمية. وطلبة قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور بالجلفة أحد تلك المجموعات الطلابية التي تنشط باستمرار كغيرها في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث رأى مسؤولي القسم الى هذه النقطة كإيجابية، كون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بهذه الطريقة يساعد في تسهيل معرفة المزيد عن مرافق القسم وأنشطته خاصة للطلبة الجدد.

وتوضح سحر أحمد غريب أن استخدام الطالب لصفحات جامعاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي ينشط بشكل رئيسي- في فترات القبول وفي الشهرين الأولين من الفصل الدراسي، عندما يحتاج الطالب الحصول على معلومات بشأن عملية القبول والنتائج والمواد الدراسية وزملاء الدراسة. وتعد الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة الجلفة منبر إعلامي للطلبة والأساتذة من خلال:

- نشر الإعلانات بمختلف أنواعها والتي تخص سير العمليات البيداغوجية للقسم مثل آجال التسجيل السنوي، الحصص التعويضية، برامج الامتحانات.
- وضع روابط لمنصات التعليم عن بعد للبرامج الدراسية بالقسم.
- نشر نتائج الامتحانات.
- فتح الطعون الالكترونية بخصوص نتائج الامتحانات والإجابة عليها.
- نشر برامج النشاطات العلمية المقدمة بالقسم والمؤسسات الأكاديمية، خصوصا تلك التي تخدم اهتمامات الطلبة العلمية، الثقافية، الرياضية والاجتماعية.

تحليل إحصائيات الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال:

تسمح إدارة موقع فيسبوك لأصحاب الصفحات من معرفة بعض الإحصائيات المتعلقة بنشاط صفحاتهم وتفاعل المشتركين بها في مدة زمنية محددة، الأمر الذي يساهم في وضع خطة عملية من أجل تسجيل الإيجابيات و السلبيات التي يمكن استخلاصها من تلك الإحصائيات و العمل على تثمين الإيجابيات و تدارك السلبيات، قصد تحقيق أهداف انشاء الصفحة الرسمية، و في دراستنا المتعلقة بالصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات و

الإعلام و الاتصال بجامعة زيان عاشور بالجلفة، قمنا بتسجيل بعض الإحصائيات التي تحصلنا عليها بتاريخ 30 مارس 2023 سنوضحها في الأشكال البيانية التالية مع التعليق عليها:

1- المشتركين:



بلغ عدد المشتركين في الصفحة الرسمية للقسم منذ تاريخ تأسيسها 21 سبتمبر 2021 الى غاية 30 مارس 2023 أي بعد 4 أشهر من تأسيس القسم 3371 مشترك أغلبهم من الطلبة والأساتذة كونها تخدم مصالحهم العلمية والإدارية، ينتمي أغلبهم الى دولة الجزائر — 3327 مشترك أما الباقي فهو مقسم على عدة دول من شمال افريقيا والخليج وفرنسا، هذا الرقم يمثل أضعاف العنصر- البشري- المنتمي للقسم في الواقع، والسبب يرجع الى حب إطلاع للطلبة والمهتمين بالتخصصات التي تدرس بالقسم من أقسام وكليات

وجامعات أخرى. ولعل سبب تأسيسها هو استقطاب أكبر عدد ممكن من المشتركين كونها تلعب دور الإعلامي للقسم، خصوصا بعد التوجه الجديد للوزارة بضرورة الاعتماد على كل الوسائل التكنولوجية والأنترنت قصد التواصل مع المجتمع الأكاديمي والتوجه تدريجيا الى التسيير الالكتروني للوثائق والخدمات المقدمة (صفر ورق). حيث عملية رقمنة القطاع تسير "بوتيرة سريعة" لا سيما بعد إطلاق مخطط رقمنة القطاع، الذي يشمل (40) منصة رقمية و (102) برنامج عملي، وذلك بهدف رقمنة كل العمليات المتعلقة بالقطاع، منها عمليات التسجيل ودفع الحقوق للطلبة ودراسة ملفات المترشحين لمختلف المسابقات التكوينية أو المهنية، ومتابعة المسار المهني، فضلا عن رقمنة العمليات الخاصة بالجانب الخدماتي. (بوهالي، زكرياء 2022)

والصفحة الرسمية للقسم تسعى من خلال القائمين عليها تبليغ الطلبة بكل المستجدات التي تحدث في المنصات التي خصصتها الوزارة خدمة لهم في عمليات التسجيل والاستفادة من مختلف الخدمات المقدمة وهذا ما يمكننا من احترام الآجال الموضوعة.

2- نسبة المشاهدة:



بينت احصائيات موقع الفيسبوك أن عدد المشاهدات لمنشورات الصفحة خلال 28 يوم من 2 مارس الى 30 مارس 2023 بلغت 7182 أي بزيادة قدرت 55% عن ولعل سبب هذه الزيادة راجع الى نوعية المنشورات التي كانت في صلب اهتمامات الطلبة خصوصا مع ظهور النتائج الامتحانات النهائية .

كذلك يرجع أمر زيادة نسبة المشاهدة لمنشورات الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال، أن الطلاب اهتموا بمعرفة أهم أخبار القسم والجامعة والمعلومات التي تفيدهم في دراستهم، وكل ما هو جديد، ومنه تبليغه للزملاء الامر الذي يشعروهم بالفخر لقدرتهم على مساعدة الزملاء بمعلومات رسمية حول القسم والدراسة، وبالتالي فتح مجال النقاش فيما بينهم حول الموضوعات المنشورة مما يؤدي لزيادة الثقة في النفس لديهم، كما تمكنهم من التعرف على زملاء جدد. هذه النسب المتزايدة لمشاهدة المنشورات والتفاعلات معها إنما يدل على رضا المشتركين من الخدمات الإعلامية التي تقدمها الصفحة لهم وبذلك تكون قد حققت أحد اهم أهدافها. على ان يتم مستقبلا تطوير خدمات الصفحة ونوعية المعلومات المقدمة من خلال تقديم محتوى يساعد الطلبة في مشوارهم العلمي وزيادة الاهتمام بمشاكلهم واستطلاع آرائهم. بالإضافة الى تنوع المحتوى ليشمل (إعلامي، خدماتي، اجتماعي و ترفيهي)

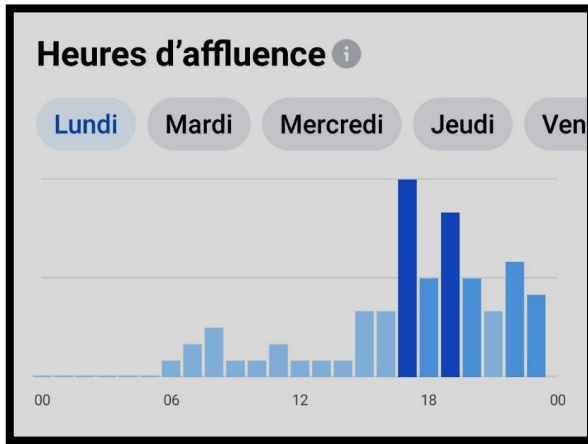
3- التفاعلات



من خلال الاحصائيات المستخرجة من الصفحة خلال الفترة الزمنية من 29 جانفي الى غاية 30 مارس 2023، تم تسجيل 1752 تفاعل مع الصفحة، والملاحظ من خلال الرسم البياني أن أكبر فترة في المدة المدروسة كانت تمثل نهاية شهر جانفي وبداية شهر فيفري والسبب يرجع الى تزامنهما مع فترة الامتحانات الخاصة بالسداسي الأول للموسم الجامعي 2022 – 2023 حيث كان نشاط القسم في أرض الواقع نشيطا بالامتحانات وما صاحبها من نشاط الصفحة الرسمية من خلال موقع الفيسبوك. حيث تم نشر:

- المحاضرات المقدمة من طرف الأساتذة.
- برنامج الامتحانات
- الإجابة النموذجية والنتائج الخاصة بكل مقياس.
- إعلانات معاينة أوراق الامتحان في حصص خاصة.
- ثم فتح المجال أمام الطعون والإجابة عليها من طرف الأساتذة في أجال محددة.

كل هذه النشاطات كانت تتم عبر الصفحة الرسمية للقسم بالموازاة أيضا مع موقع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية للجامعة. دون تعليق أي منها ورقيا والتفاعلات كانت تتم من خلال مشاركة الطلبة للمنشورات مع بعضهم البعض وفي مجموعاتهم الخاصة عبر الفيسبوك أو الماسنجر.



4- ساعات الذروة:

من خلال الرسم البياني الخاص بتحديد ساعات الذروة في نشاط الصفحة الرسمية للقسم نلاحظ أنها تتمركز بين الساعة الخامسة مساء إلى العاشرة ليلا، و هو يعبر عن زيادة نسبة نشر- الإعلانات والمشاهدة من طرف المشتركين و عادة ما تكون في يوم الاثنين من كل أسبوع كونه يمثل وسط البرنامج التدريسي- في القسم و يتم نشر- كل ما يهم نشاطات القسم و أحداثه التي وقعت

أو تلك المبرمجة، و السبب في النشر بالمساء هو منح وقت كافي لعملية إعداد القائمين على الصفحة للإعلانات و برمجتها، بالإضافة أنها تعتبر فترة راحة للطلبة من أجل الاطلاع على تلك المعلومات و مناقشتها فيما بينهم بأريحية عبر مجموعاتهم الخاصة دون التأثير على تحصيلهم العلمي داخل القسم. وهذا من بين الإيجابيات التي تسعى الصفحة الاستثمار فيها هو وصول المعلومة الى أكبر قدر ممكن من الطلبة المعنيين بالمنشورات دون حاجز المكان والزمان الذي كانت تفرضه البيئة التقليدية، غير أن القائمين على الصفحة وجب عليهم وضع استبيان للمشتركين بالصفحة من أجل تقييمها حول بعض الإيجابيات لتحسينها والسلبات من أجل تجاوزها مستقبلا.

اقتراحات لتطوير الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال:

من خلال معطيات هذه الدراسة، ومقارنتها مه نتائج دراسة الباحثة سحر، نرى أن تطوير صفحة قسم علم المكتبات والاعلام في مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك خصوصا مرتبط بمعالجة مجموعة من الجوانب كالتالي: (غريب 2018، 283)

1. المسؤولين على الصفحة:

- لابد من زيادة عدد المسؤولين والمحررين بالصفحة وتقاسم الأدوار فيما بينهم وفق برنامج زمني ومهني يخدم مصالح الطلبة بالدرجة الأولى من خلال الرد على الاستفسارات ومناقشة مطالبهم.
- التحيين المستمر للمعلومات من طرف المسؤولين ومواكبة الاحداث لحظة بلحظة.
- اكتساب خبرات جديدة فيما يتعلق بتسيير صفحات مواقع التواصل الاجتماعي (تحرير الفيديو. سلامة اللغة...)

2. تنويع المنشورات:

- العمل على تنويع محتوى المنشورات والرقى بها، من خلال التركيز على اهتمامات الطلبة وإيصال المعلومات المناسبة لهم بطرق مبتكرة مثل عرض شرائح الصور المعبر عن نشاط معين كالיום العالمي للأرشيف والأيام الوطنية. كذلك استعمال عنصر- الترفيه في تقديم بعض الرسائل لهادفة

لبناء وتوعية شخصية الطالب وبهذا تكون المنشورات تلبي رغبات وتطمح الى حيازة رضا الطلبة من خلال تنويعها ما بين الدور الإعلامي للصفحة الى الاجتماعي والترفيهي.

- نشر مصادر المعلومات المتمثلة في رسائل الماستر والدكتوراه بجامعة الجلفة او تلك المشورة عبر الانترنت في تخصصي علم المكتبات والاعلام والاتصال. إضافة الى الكتب الرقمية المسموح نشرها

3. زيادة التفاعلية:

- فتح المجال للطلبة والمشاركين بالصفحة من أجل المشاركة بأرائهم البناءة ومناقشة المنشورات بما يخدم مصالحهم ويلبي رغباتهم في حدود ما يضمن السير الجيد للقسم، مع تحفيز الطلبة من خلال نشر مشاريعهم البحثية ونشاطاتهم العلمية عبر الصفحة الرسمية وفق سياسة الصفحة.

4. تصنيف المنشورات:

للتغلب على العشوائية في نشر المعلومات والإعلانات التي تخص الطلبة يجب اعتماد طريقة يمكن بها تصنيف المنشورات الموجهة للطلبة، كمثال على ذلك اعتماد نمط واخراج محدد لكل نوع من المنشورات المقدمة لطلبة الماستر وأخرى الى طلبة الليسانس وغيرها من التصنيفات التي تهدف في الأساس الى تعرف الطالب من خلال مشاهدته للإعلان او المنشور وبصفة مبدئية أنه معني او لا به.

نتائج الدراسة:

من خلال عرض تجربة مواقع التواصل الاجتماعي في الوسط الجامعي، وما يميزه من خدمات تتمثل في تسويق مصادر المعلومات الاكاديمية، خصوصا تلك الصفحات الرسمية للأقسام والكليات والجامعات. كونها منبر يسهل الوصول إليه في وقتنا الحالي من طرف أغلب أفراد الأسرة الجامعية وغيرها، إضافة الى عديد النتائج والتي نوجزها كالتالي:

- تمثل صفحات الفاييسبوك لقسم علم المكتبات والاعلام والاتصال المنبر الإعلامي الالكتروني له.

- تفضيل الطلبة والاسرة الاكاديمية لنشر الإدارة مستجداتها عبر صفحة الفيسبوك.

- للنشر عبر صفحة الفاسبوك عدة مزايا من أهمها وصول المعلومة للمستفيد في أي وقت ومكان.

- الانتشار الواسع لشبكة الفيسبوك بين أفراد المجتمع بصفة عامة والأكاديميين بصفة خاصة ساهم في زيادة مرئية الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والاعلام والاتصال.

- تساهم الصفحة الرسمية في زيادة فاعلية النشاط الإداري للقسم، من خلال السرعة في نقل المعلومة وبالتالي التنفيذ وفق الآجال المقررة للأعمال (ظهور نتائج والطعون؛ معاينة أوراق الامتحانات...)

- زيادة الاهتمام بمنشورات الصفحة بالنسبة للصفحة، يفتح مجالا للقائمين عليها من اجل نشر الدراسات العلمية في اختصاصاتهم والتطورات الحاصلة به. كما يمكن وضع روابط الى مواقع أهم المكتبات العالمية للاستفادة من مصادرها
- الإيجابيات التي تقدمها الصفحة الرسمية لقسم علم المكتبات والإعلام والاتصال بجامعة الجلفة، يحفز القائمين عليها نشرها ومشاركتها عبر مختلف الصفحات الدولية في المجال قصد تبادل التجارب خدمة للبحث العلمي والتسيير الأكاديمي.
- حث الطلبة على مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في مختلف مناحي الحياة العلمية والعملية وهذا ما يحقق تكوين مجتمع المعلومات القائم على حسن استخدام التكنولوجيا.
- زيادة الوعي لدى الاسرة الاكاديمية من خلال المنشورات التوعوية حول المعلومات المنشورة عبر صفحات الفيسبوك، من خلال التأكد من مصدرها وطريقة صياغتها وعدم مشاركة أي معلومات يمكن ان تضر بالحياة الشخصية او الأمنية للأفراد والمؤسسات.

قائمة المصادر والمراجع :

- .statista .www.statista.com .2023 ,03 30 .https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users./
- advertising age : the principles of advertising .ESTHER,DUFFY,MARGARET THORSON communication at work .عمان: دار الفكر ناشرون و موزعون، 2015.
 - statista .30 مارس، 2023 .https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide .
 - الشاعر عبد الرحمان بن ابراهيم. مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني. عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، 2015.
 - الهواري، لمياء صالح. "مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب و الفيسبوك و علاقته في البناء القيمي و فعالية الذات الاكاديمية." مجلة كلية التربية 34، رقم 164 (جوان 2015): 209-229.
 - الهواري، لمياء صالح. "مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب والفيسبوك." مجلة كلية التربية - جامعة الأزهر 34، رقم 164 (2015): 213.
 - بن عربية لحبيب. "دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي." مجلة الميدان للعلوم الانسانية و الاجتماعية 03، رقم 03 (2021): 145.
 - بوعافية السعيد. "الشراكة بين المكتبيين و الارشفيين." المستفيدون و خدمات المعلومات عن بعد. الجزائر: الدار المصرية اللبنانية، 2006. 280.
 - بوهالي، زكرياء. وزارة التعليم العالي و البحث العلمي. 30 décembre, 2022 .https://www.mesrs.dz/index.php/2022/12 (تاريخ الوصول 8 avril, 2023).
 - زروقي رياض. "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي." بسكرة، جامعة بسكرة، 2014.
 - سحر، احمد غريب. "استخدام الطلبة للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيسبوك و الاشباع المتحققة لديهم." المجلة المصرية لبحوث الرأي العام 18، رقم 04 (2018): 243-287.
 - عبد الكريم سرحان. "دور المحتوى الرقمي في تعزيز تأثير الحملات الاعلانية و الاعلامية للعلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية على جمهور الطلبة." المجلة العربية للعلوم الانسانية و الاجتماعية، بلا تاريخ.

- فلوس، مسعودة. "دور الاعلام الجديد في عملية التوعية لذوي الاحتياجات الخاصة." المجلة العلمية للتربية الخاصة 03، رقم 02 (جوان 2021): 135.
- منى الحديدي. الاعلان؟ القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2002.
- هبة محمد اسماعيل. "مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية الفاييسبوك نموذجا." المجلة العربية لاعلام وثقافة الطفل 4، رقم 16 (2021): 146.